



# مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة  
(مُعتمدة) شهرياً

العدد الثالث والتسعون  
(نوفمبر 2023)

السنة التاسعة والأربعون  
تأسست عام 1974

الترقيم الدولي: (2536-9504)  
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



يصدرها  
مركز بحوث  
الشرق الأوسط



الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)



مجلة بحوث الشرق الأوسط

# مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCI) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد الثالث والتسعون - نوفمبر ٢٠٢٣

تصدر شهرياً

السنة التاسعة والأربعون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط  
(مجلة مُعتمدة) دورية علمية مُكَّمة  
(اثنا عشر عددًا سنويًا)  
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط  
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر ؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر ؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر ؛

أ.د. سوزان القليني، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر ؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس ؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا ؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا ؛

Prof. Farah SAFI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا ؛

إشراف إداري

أ/ سونيا عبد الحكيم

أمين المركز

إشراف فني

د/ أمل حسن

رئيس وحدة التخطيط و المتابعة

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس قسم النشر

أ/ راندا نوار قسم النشر

أ/ زينب أحمد قسم النشر

أ/ شيماء بكر قسم النشر

المحرر الفني

أ/ رشاد عاطف رئيس وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة

وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية

د. هند رافت عبد الفتاح

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة (المراسلات الخاصة) بالمجلة (إلى): د. حاتم العبد، رئيس التحرير merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.support.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر

## الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

## الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحكَّمة دولياً.

## الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



## مجلة بحوث الشرق الأوسط

### - رئيس التحرير د. حاتم العبد

#### - الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزييلي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارح جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

## شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقياس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقياس البحث فعلي (الكلام) 13×21 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt) تباعد بعد الفقرة = 0pt، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00 تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تعتبر البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: 01555343797 (+2)
- (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسلة عن طريق آخر .



## محتويات العدد 93

- الصفحة عنوان البحث
- LEGAL STUDIES** الدراسات القانونية
1. التنظيم القانوني لشركة الشخص الواحد.....3-68  
خالد عتريس عبد العزيز السيد
- HISTORICAL STUDIES** الدراسات التاريخية
2. تجسيد فكرة الصراع والحماية على مشاهد أختام العصر السومري 106-71  
القديم(2900-2371ق.م)- نماذج مختارة من المتحف العراقي.....  
عباس زويد موان
3. سيدات الطبقة الوسطى فى الدولة القديمة فى الجيزة .....107-124  
فاطمة إبراهيم نصار
4. الردة الفردية فى المجتمعات الإسلامية إلى نهاية القرن الخامس 164-125  
الهجري/الحادي عشر الميلادي.....  
غادة كمال السيد أحمد
- SOCIAL STUDIES** الدراسات الاجتماعية
5. وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها على وظائف الاسرة العمانية .....167-208  
خليل بن راشد بن حمدان الخائفي
6. الشائعات وتأثيراتها على أداء المؤسسات الحكومية فى المجتمع العماني. 244-209  
المعتصم ناصر عبد الله الهلالي
- PSYCHOLOGY STUDIES** دراسات علم النفس
7. الديناميات النفسية لدى المتحول جنسياً من ذكر إلى أنثى «دراسة حالة 286-247  
إكلينيكية» .....  
وفاء كمال أحمد درويش

## MEDIA STUDIES

الدراسات الإعلامية

- 334-289 دور الصفحات الاخبارية بمواقع التواصل الاجتماعي تجاه الوعي  
بالقضايا السياسية لدى الجمهور المصري .....  
نرفانا محمد عبد الكريم قاسم

## LINGUISTIC STUDIES

الدراسات اللغوية

- 36-3 日本古典文学における桜像に関する一考察 - A Study  
on The Image of Cherry Blossoms in Classical Japanese  
Literature دراسة صورة زهرة الكرز في الأدب الياباني  
الكلاسيكي.....  
هبة الله أبو بكر محمد
- 68-37 文学 — 近代日本から生まれた芥川龍之介の短編小説  
Ryūnosuke — 作品にみられる葛藤及び心理変化  
A study on » in Modern Japan Akutagawa's Short Stories  
«conflict and psychological change in his literary works  
قصص ريونوسيكه أكو تاغوا القصيرة في اليابان الحديثة «دراسة حول  
الصراع والتغير النفسي في أعمال الكاتب» .....  
مى سعد أحمد حجازي

## افتتاحية العدد 93

يسر مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية صدور العدد (93 - نوفمبر 2023) من مجلة المركز « مجلة بحوث الشرق الأوسط ». هذه المجلة العريقة التي مر على صدورها حوالي 49 عامًا في خدمة البحث العلمي، ويصدر هذا العدد وهو يحمل بين دافتيه عدة دراسات متخصصة: (دراسات قانونية، دراسات تاريخية، دراسات اجتماعية، دراسات علم نفس، دراسات إعلامية ، دراسات لغوية) ويعد البحث العلمي **Scientific Research** حجر الزاوية والركيزة الأساسية في الارتقاء بالمجتمعات لكي تكون في مصاف الدول المتقدمة.

ولذا تُعتبر الجامعات أن البحث العلمي من أهم أولوياتها لكي تقود مسيرة التطوير والتحديث عن طريق البحث العلمي في المجالات كافة.

ولذا تهدف مجلة بحوث الشرق الأوسط إلى نشر البحوث العلمية الرصينة والمبتكرة في مختلف مجالات الآداب والعلوم الإنسانية واللغات التي تخدم المعرفة الإنسانية. والمجلة تطبق معايير النشر العلمي المعتمدة من بنك المعرفة المصري وأكاديمية البحث العلمي، مما جعل الباحثين يتسابقون من كافة الجامعات المصرية ومن الجامعات العربية للنشر في المجلة.

وتحرص المجلة على انتقاء الأبحاث العلمية الجادة والرصينة والمبتكرة للنشر في المجلة كإضافة للمكتبة العلمية وتكون دائمًا في مقدمة المجالات العلمية المماثلة. ولذا نعد بالاستمرارية من أجل مزيد من الإبداع والتميز العلمي.

والله من وراء القصد

رئيس التحرير

د. حاتم العبد



# الدراسات الإعلامية

**MEDIA STUDIES**



دور الصفحات الاخبارية بمواقع التواصل  
الاجتماعي تجاه الوعي بالقضايا السياسية لدى  
الجمهور المصري

**The Role of News Pages on Social Networking Sites  
Toward the Political Issues Awareness at the  
Egyptian Public**

نرفانا محمد عبد الكريم قاسم

ماجستير- قسم الاعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب - جامعة عين شمس

**Nervana Mohamed Abd-el Kareem kasiem**

**Master's Degree-Department of Media and Communication Science**

**Faculty of Arts - Ain Shams University**

**Nervanakaseem@gmail.com**



[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)







## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصفحات الإخبارية بموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" عينة الدراسة (صفحة قناة BBC Arabic - صفحة قناة Sky news - صفحة قناة CNN Arabic - صفحة قناة Al Arabiya - صفحة قناة Jazeera) تجاه وعى الأفراد السياسي، وذلك من خلال تحليل مضمون منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة الحالية كمي وكيفي وهم (قضية سد النهضة - قضية قصف غزة - قضية غاز شرق المتوسط - قضية المصالحات المصرية القطرية - قضية محاكمات الجماعات الإرهابية) بالإضافة إلى رصد أهم الموضوعات التي تناولتها منشورات القضايا السياسية وأهداف المواد الخيرية التي تضمنتها النصوص المصاحبة لمنشورات القضايا وأساليب صياغة النصوص المصاحبة للمنشورات وأنواع الوسائط المتعددة وعناصر الدعم التي تستخدمها المنشورات والكشف عن أكثر عناصر التفاعلية استخداماً من قبل المتابعين لمنشورات القضايا السياسية عينة الدراسة وأنواع الاستمالات التي ظهرت في صياغة نصوص المنشورات، وأخيراً رصد مؤشرات المصادقية في منشورات القضايا السياسية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أكثر أنواع القوالب استخداماً في المنشورات كان النص المرفق معه رابط إلكتروني، وكان الأكثر شيوعاً بين القوالب الأخرى، وجاءت أكثر الموضوعات التي تناولتها المنشورات بالنسبة للقضايا الخمسة مفاوضات سد النهضة - إطلاق الصواريخ - اتفاقية ترسيم الحدود البحرية مع اليونان - تأثير المحاكمات على أنصار الجماعات الإرهابية - استئناف العلاقات الدبلوماسية مع قطر.

جاءت أهداف المنشورات إخبارية في المرتبة الأولى وبالنسبة لأسلوب صياغة عناوين منشورات الأخبار جاء الأسلوب المعلوماتي في المرتبة الأولى.

أشارت النتائج أن أكثر الوسائط المتعددة المصاحبة للخبر في منشورات القضايا



السياسية عينة الدراسة كانت الصور وأكثر أنواع تفاعلية المستخدمين مع المنشورات كان الإعجاب.

كانت الاستمالات العقلية أكثر أنواع الاستمالات التي ظهرت في منشورات القضايا السياسية، وأخيرًا، بالنسبة لمؤشرات المصادقية، جاء الإستشهاد بالمصادر في مقدمة المؤشرات التي تم رصدها في المنشورات.

الكلمات المفتاحية: الصفحات الإخبارية- القضايا السياسية- الوعي السياسي- مواقع التواصل الاجتماعي- القنوات التلفزيونية الإخبارية- موقع الفيسبوك.



## Abstract

This study aims to identify the role of the news pages on the social networking site "Facebook" (BBC Arabic - Sky news Arabia - CNN Arabic - Al Arabiya - Al Jazeera) towards the political awareness of individuals through content analysis posts of political issues of the current study, quantitative and qualitative (the Renaissance Dam case - the case of the Bombing of Gaza - the case of East Mediterranean Gas - the case of Egyptian-Qatari Reconciliations - the case of the Terrorist Group Trials) in addition to monitoring the most important topics covered by the posts of political issues and the objectives of the news materials accompanying issues posts, methods of headlines framing accompanying posts, types of multimedia used by posts, revealing the most interactive elements used by followers of political issues posts, types of Persuasive attractions that appeared in the formulation posts texts, and finally monitoring credibility indicators through political issues posts.

The results of the study showed that text with hyperlinks were the most commonly used templates in posts. The most topics covered by posts regarding the five issues are the Renaissance Dam negotiations - the firing of missiles - Maritime Border Demarcation Agreements between Egypt and Greece-the impact of trials on the supporters of the Terrorist Group - the Resumption of Diplomatic Relations with Qatar.

The informative objectives came in the first place in posts news materials, and with regard to headlines framing of news posts, the informational style came in the first place.

The results indicated that the most multimedia accompanying the news posts of political issues of the study sample were pictures and the most type of users' interactivity within posts was "Likes".

Mental persuasive attractions were the most common type of attractions that appeared in the posts of political issues. Finally, with regard to indicators of credibility, citing sources came at the forefront of the indicators that were monitored in the posts.

**Key words:** News pages - Political issues – Political awareness-Facebook-Social Network Sites- News Channels.



## . مقدمة:

شرعت الصحف والمحطات التلفزيونية الإخبارية بإنشاء المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، فسعت بذلك إلى نقل الأخبار والمعلومات بشكل أعمق إلى الجمهور ثم تطورت آليات عمل مواقع التواصل الاجتماعي مع تطور تقنيات الويب والتي أصبح يستخدمها الأفراد لأغراض التواصل والتفاعل لسهولة استخدامها وبدون تعقيدات حسب اهتماماتهم من خلال الرسائل المكتوبة والرسائل الصوتية المسموعة والرسائل المرئية مثل (الفيديو، تويتز... إلخ) وعملت على تكوين مجتمعات افتراضية جديدة وتحويل المستخدمين لها من متلقٍ للمعلومات كما في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك فيها، وبالتالي، انتقل الإعلام إلى مرحلة جديدة من نقل للقنوات التلفزيونية الإخبارية ومحطات البث المباشر إلى فضاء مواقع التواصل الاجتماعي وإنشاء الصفحات الإخبارية تحتوي مضامين سياسية تبث إلى الجمهور، وبالتالي، اتجهت الدراسة إلى تعرف على دور تلك الصفحات تجاه الوعي السياسي للأفراد من خلال متابعة القضايا السياسية في تلك الصفحات.

## مشكلة الدراسة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي عاملاً رئيساً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي من خلال المضمون الذي تتوجه به عبر الرسائل الإخبارية والثقافية والترفيهية إلى المتلقين وخاصة الشباب بواسطة منصات الإعلام البديلة مثل الصفحات الإخبارية؛ ونتيجة لتلك التطورات، اتجهت المواقع التلفزيونية الإخبارية الإلكترونية التابعة للقنوات الإخبارية إلى إنشاء صفحات إخبارية رسمية على موقع الفيس بوك تحتوي خصائص خبرية متنوعة.



ومن هنا، انطلقت مشكلة الدراسة في التعرف على دور الصفحات التلفزيونية الإخبارية على موقع الفيسبوك في نقل المضمون الخبري المتمثل في الأحداث والقضايا السياسية المنشورة على صفحاتها، ومدى انعكاس تلك القضايا على وعي الجمهور المتفاعل مع تلك الصفحات.

#### أهداف الدراسة:

- 1- تحديد أنواع القوالب المستخدمة في منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية.
- 2- رصد أهم الموضوعات التي تتناولها منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة في الصفحات الإخبارية.
- 3- الكشف عن أهداف المواد الخبرية التي تتضمنها النصوص المصاحبة لمنشورات القضايا السياسية.
- 4- الكشف عن أساليب صياغة النصوص المصاحبة لمنشورات القضايا السياسية.
- 5- رصد عناصر الدعم المصاحبة لمنشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية محل الدراسة.
- 6- التعرف على أكثر أشكال التفاعلية استخدامًا من قبل المتابعين لمنشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية.
- 7- تحديد أنواع الاستمالات التي تستخدمها الصفحات الإخبارية في صياغة نصوص المنشورات عينة الدراسة.
- 8- رصد مؤشرات المصادقية في منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية.



## أهمية الدراسة:

## الأهمية العلمية:

1- تلقي الدراسة الضوء على موضوع ذات أهمية وهو الصفحات التلفزيونية الإخبارية بموقع الفيس بوك باعتبارها مصدر من مصادر المعلومات ومنصة إعلامية بديلة للوسائل التقليدية والتي يعتمد عليها فئة كبيرة من الجمهور المصري باختلاف أعمارهم وكمصدر لالتماس المعلومات حول القضايا السياسية ودورها في تغيير مفاهيم التلقي والمشاركة والتفاعلية على الساحة الإعلامية.

2- تفيد في تناول فاعلية الصفحات الإخبارية كوسيلة لتناول الأخبار السياسية وانعكاسها على الوعي السياسي المتحقق من التعرض للمضمون الخبيري لدى الأفراد المتابعين لتلك الصفحات.

3- تساعد هذه الدراسة الباحثين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال بالترامك المعرفي في خصائص شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة المهتمين بموقع الفيس بوك.

## الأهمية العملية:

1- تساعد الدراسة الحالية القائمين بالاتصال على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة بالتعرف على طبيعة الجمهور المستخدم لتلك الصفحات وتفضيلاتهم واتجاهات الجمهور نحو الأخبار المتعلقة بالقضايا والأحداث المنشورة بتلك الصفحات.

2- تفيد القائمين بالاتصال بالمحطات الإخبارية بالتعرف على أوجه القصور بالصفحات الإخبارية للتطوير على النحو الذي يرضي الجمهور المتلقي للرسالة.

## تساؤلات الدراسة التحليلية:

1- ما أنواع القوالب المستخدمة في المنشورات والتي تستخدمها القضايا السياسية في



## الصفحات الإخبارية؟

2- ما أهم الموضوعات التي تتناولها منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة في

## الصفحات الإخبارية؟

3- ما أهداف المواد الخبرية التي تتضمنها النصوص المصاحبة لمنشورات القضايا

## السياسية؟

4- ما هي أساليب صياغة النصوص المصاحبة لمنشورات القضايا السياسية؟

5- ما عناصر الدعم المصاحبة لمنشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية

## محل الدراسة؟

6- ما أكثر عناصر التفاعلية استخدامًا من قبل المتابعين لمنشورات القضايا السياسية

## في الصفحات الإخبارية؟

7- ما أنواع الاستمالات التي تستخدمها الصفحات الإخبارية في صياغة نصوص

## المنشورات؟

8- ما مؤشرات المصادقية التي يمكن رصدها في منشورات القضايا السياسية في

## الصفحات الإخبارية؟

## الإطار المعرفي للدراسة:

## الاستخدام السياسي لموقع Facebook:

اتجهت معظم الدراسات العربية والأجنبية إلى دراسة فاعلية التعرض للمحتوى السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على المستخدم، وأجمع العديد من الباحثين على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تقليل الفجوة المعرفية بشكل كبير مما ساعد الأشخاص المهمشين سياسياً المشاركة والتفاعل وأخذ الفرصة للتعبير عن آرائهم بكل حرية وتبادل المعلومات مع الآخرين مثل المثقفين وذوي الخبرات؛ مما انعكس إيجابياً على مستوى الوعي، وأدى إلى زيادة مستوى الثقافة والمشاركة داخل



المجتمع، خاصة المشاركة السياسية.

حيث يعد البحث عن الأخبار مؤخرًا أكثر مظاهر الإنترنت انتشارًا منذ ثورات الربيع العربي عام 2011، وقد أضافت شبكات التواصل الاجتماعي بدءًا من المدونات وصولًا إلى Twitter و Facebook ساحات جديدة للجمهور للتعبير عن وجهات النظر والأفكار، النقد والتعليق على القضايا اليومية، مناقشة الموضوعات الثقافية والاجتماعية والدينية والسياسية، حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنت خلال شهر يناير 2011 إلى أكثر من 600 مليون مستخدم أي ما يقرب من 30% من مجموع مستخدمي الإنترنت عالميًا، ووفقًا لتقرير Arab Social Media Report<sup>(1)</sup> بلغ معدل انتشار موقع الفيسبوك في العالم العربي حينها إلى أكثر من 27 مليون مستخدم، وجاءت مصر بمعدل بلغ أكثر من 6 مليون مستخدم نشط على الفيسبوك من بينهم 2 مليون مستخدم انضم إلى الفيسبوك خلال الفترة من 5 يناير إلى 5 أبريل من نفس العام وتعتبر الأعلى نموًا بين المستخدمين العرب.<sup>(2)</sup>

حيث لعب الإعلام الاجتماعي دورًا رئيسًا في تأجيج الحراك الشعبي الذي لم تشهد مصر منذ ثورة 23 يوليو 1952 وساعد على التعبئة ونقل المعلومات بين فئات الشعب من مختلف الطبقات والاتجاهات الأيدولوجية والسياسية حتى أصبح محل اهتمام الكثيرين، وخاصة قطاع الشباب، فكان الإعداد إلى الثورات سابقًا يحتاج إلى وقت للتعبئة وإعداد المنشورات وتوزيع الأدوار والتحركات مما يلزم وقت وجهد كبير وحين جاءت ثورة التكنولوجيا، قلبت الكثير من الموازين فيما يتعلق بتواصل الأفراد ببعضهم البعض، فأصبح التواصل أكثر مرونة ويسر بمجرد نشر منشور يسهل التواصل الفعال والمستدام بين الشعوب والمجتمعات والحركات وأصحاب المصلحة المشاركين في إدارة الأزمات في أن واحد.<sup>(3)</sup>





وقيم بعض الباحثين دور وسائل التواصل في تلك الفترة استنادًا على بعض التحليلات للمقالات الصحفية والمجلات الاكاديمية التي أشارت إلى تأثير شبكات التواصل وخاصة Facebook و Twitter في سياق ثلاثة اتجاهات محددة:

### 1- الشبكات الاجتماعية كأداة تنظيمية Organizational tool:

تستند الحركات الاجتماعية الناجحة ذات الدوافع السياسية إلى قواعد شعبية منظمة التي تبدأ بالتخطيط والتكتيك داخل المنظمة بالتزامن مع الترتيب عبر شبكة الإنترنت وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي والتي تتميز بالتسهيل والتسريع في عمليات الالتقاء.

### 2- الشبكات الاجتماعية كصحافة بديلة Alternative Press:

كانت شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة منصة لصحافة المواطن Citizen “ Journalism” تبث من خلالها الأحداث ومقاطع الفيديو التي تحدث في نفس ذات الوقت بالإضافة إلى إرسال المعلومات إلى وسائل الإعلام مباشرة عن طريق الأفراد، حيث كانت تستند كثير من وسائل الإعلام على الأخبار والحوارات التي كانت تبث من قبل الأفراد العاديين على ال Facebook و Twitter كمصدر للأخبار خلال ذروة الاحتجاجات، خاصة الجزيرة التي كانت تعتمد على أشهر المدونيين في ذلك الوقت للحصول على آخر التطورات، وبذلك سمحت شبكات التواصل بوضع أدوات التوثيق، ونقل الحقيقة في أيدي المواطنين العاديين.

### 3- الشبكات الاجتماعية كمصدر لخلق الوعي Source Generating

Awareness:

الاتجاه الأخير أشار إلى الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في خلق الوعي، أشار استطلاع رأي داخل مصر نشر في تقرير Arab Social media



Report إلا إنه اتفق الكثير من مستخدمي الفيسبوك على فاعلية الموقع في رفع مستوى الوعي، وقد تم استخدامة لتنشيط الحركات داخل البلاد ومثال على ذلك إنشاء صفحة "كلنا خالد سعيد" التي استغلها النشطاء السياسيين، واجتذبت الصفحة أكثر من 500 ألف عضو، وقاموا بتبادل الصور والفيديوهات الخاصة بالواقعة والتي تحولت إلى حملة إلكترونية ضد القمع والظلم والفساد.<sup>(4)</sup> وبناء على ما سبق، يمكن استخلاص أهمية الدور السياسي لمواقع التواصل فيما يلي:

- 1- سرعة الاستجابة للأحداث السياسية.
- 2- سهولة وصول الرأي والرأي الآخر للجبهة المستهدفة.
- 3- سهولة الحشد الجماهيري عبر بث الرسائل الاحتجاجية وسهولة إيصالها إلى الجهة المعنية وتفاذي المواجهة المباشرة.
- 4- تحويل الرؤى والمطالب الشعبية من نشاط محلي وداخلي إلى ظواهر عالمية بعرض وجهات النظر إلى جميع أجزاء العالم، حيث تلقى التأييد أو الرفض.
- 5- ساعدت كثير من قوى التغيير في العديد من البلدان التي كانت تضطر إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في تأييد نضالها السياسي والذي كان كثير من الأحيان يتعارض مع توجهاتها وأهدافها.<sup>(5)</sup>

### دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" تجاه الوعي السياسي

يتمثل حجر الأساس للديموقراطية الحقيقية في وجود مواطن نشط على علم ودراية وفهم كافٍ للقضايا العامة؛ لذلك تعتبر المعرفة والوعي السياسي معياراً لمدى فاعلية الديموقراطية ودون وجود مستوى أساسي من المعرفة السياسية يجد المواطنون الصعوبة في فهم الأحداث السياسية والانخراط في الأمور العامة.



أظهرت العديد من الدراسات أن المواطنين يصبحون على درجة من الوعي السياسي إذا كان لديهم الدافع والقدرة بالإضافة إلى الفرصة للتعلم وبالرغم من ذلك فإن الوظيفة الإعلامية للوسيلة لها دور كبير بالكيفية التي يتعلم بها المواطنين بغض النظر عن الدوافع التي تدفعهم للتعلم، فالعديد من الدراسات أشارت إلى أن قدرة وإمكانيات الوسيلة لها صلة كبيرة باكتساب الأشخاص للمعلومات والمعرفة السياسية، ونسبة إلى نظرية ثراء الوسيلة تختلف الشبكات الاجتماعية في الوظيفة المعلوماتية وبشكل أكثر تحديداً فيما يتعلق بثراء وتنوع ومصداقية المعلومات التي تميز كل نوع منها على حدى من حيث درجة الثراء التي تمتلكها أي مقدار المعلومات التي تسمح بنقلها في فترة زمنية معينة وعلى الرغم من أن المعلومات الكثيرة يمكن أن تجعل من الصعب للأشخاص اكتشاف الحقائق المهمة إلا إن الوسائط الغنية بالمعلومات في كثير من الأحيان أكثر فائدة للمستخدمين لاكتساب المعرفة وتجميع معلومات حول القضايا المطروحة من خلال عدة آليات مثل التطور المعرفي واكتساب المعلومات والمناقشات السياسية. (6)

#### التطور المعرفي واكتساب المعلومات: أشارت دراسة Kim, Y., et al 2013

أن التغييرات المعاصرة في البيئة الرقمية وزيادة تدفق المعلومات السياسية ومع فرص التعرض للأخبار الغير مقصودة "Incidental Exposure" تجعل المزيد من الأشخاص يتلقون أكبر قدر من الموضوعات من المنشورات السياسية المتنوعة مما تؤدي إلى تعبئة للمعلومات ينتج عنه في أغلب الوقت المشاركة في الأنشطة السياسية. (7)

حيث تتسم الشبكات الاجتماعية خاصة الفيس بوك وتويتر بوفرة المعلومات من مصادر متعددة سواء كانت تلك المصادر رسمية مثل صفحات القنوات والجراند والهيئات التابعة للدولة أو كانت غير رسمية، وتنقسم إلى قسمين: المفكرين والكتاب والسياسيين ثم المدونيين والنشطاء السياسيين.



وأكد على ذلك كل من Daniel Halpern, Sebastián Valenzuela, James

(2017) E. Katz إلى أن المستخدمين يتعرضون إلى كم هائل من المعلومات عن طريق القصد أو غير القصد بواسطة المنشورات التي تنشر من قبل المستخدمين في قائمة الأصدقاء أو منشورات الصفحات والمجموعات المشتركة بها، فقد يكون هذا النوع مؤثراً، حيث يمكن المستخدمين التعرف على القضايا السياسية المختلفة، واستخدموا مصطلح Contagious، وأشاروا إلى أن عملية مشاركة المنشورات معدية بين المستخدمين، حيث يتأثرون بآراء وأفكار بعضهم البعض وتزيد من المحصلة المعرفية والمعلوماتية بشكل كبير؛ وبالتالي يمكن أن تؤثر على عملية المشاركة السياسية على أرض الواقع مثل الانتخابات أو الانضمام إلى الأحزاب. (8)

**المناقشات السياسية:** كلما زادت النقاشات حول القضايا السياسية ورفع مستوى الكفاءة الذاتية بمعرفة تفاصيل القضايا السياسية، كلما زادت من قدرة الفرد على التعامل مع الشؤون السياسية على أرض الواقع وشعور الأفراد بالثقة في التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم، وأنهم قادرين على التأثير السياسي داخل المجتمع. (9)

### خصائص الصفحات الإخبارية على الفيسبوك:

الانتقال من عصر البث الإذاعي والتلفزيوني إلى عصر الوسائط الرقمية أحدث تغيير نوعي في عرض الأخبار وتلقيها، قد يتصدر الجمهور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ولكن سرعان ما يلحق بهم الصحفيون ووفقاً لمسح (ميدلبيرج و SNCR، 2009) أن ما يقرب من 70% من الصحفيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي و 48% يستخدمون تويتر ومواقع المدونات الصغيرة، وأكثر من 90% من الصحفيين الذين شملهم الاستطلاع يوافقون على استخدام وسائل الإعلام لتقنيات شبكات التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار والبحث عن مصادر القصص الجديدة، رصد المشاعر



ومناقشات الأفراد والمنظمات البحثية، متابعة القضايا والمواضيع ذات الاهتمام وبالإضافة إلى المشاركة في المحادثات. (10)

تعمل الصفحات الإخبارية بعدة أليات تساعد على توفير مساحة للمحطات التلفزيونية الإخبارية لنشر الأخبار والقصص اليومية لمشاهديها، وبالتالي تعتبر منصة جديدة للمشاهدين للتواصل مع المحطات الإخبارية، وتسمح لهم بالتفاعل مع الصحفيين والمراسلين والتعبير عن آرائهم بشأن الأخبار المنشورة وتقييم أداء المحطة في التغطية الإخبارية للأحداث، فعندما يبدأ المستخدم في التفاعل والتعليق، فيصبح الأصدقاء المرتبطون لديه لديهم القدرة على رؤية التعليقات مما يمنح ذلك الارتباط الفرصة للمحطة لزيادة نشرتها الإخبارية على الهواء، ويترتب عليه الوصول إلى أكبر قدر من مستخدمي الفيسبوك، لذا تقوم المحطات الإخبارية بانتقاء المادة الإخبارية المقدمة وتقديمها بإستراتيجية لتحفيز المشاهدين على التفاعل. (11)

اهتمت القنوات الإخبارية سابقاً بإعادة نشر المحتوى المقدم في القنوات التلفزيونية للجمهور فقط على منصات التواصل الاجتماعي، ولكن أصبح يتم إدارة المحتويات بما يتناسب مع سمات تلك المنصات، ومع ما يتناسب مع رغبات الجمهور بل وقامت القنوات الاخبارية بفرد مساحات لعرض المحتوى الإخباري حصراً لتلك المنصات حتى باتت الصفحات الإخبارية بمثابة قناة متنقلة تبث مباشرة للمشاهدين بطريقة فورية من خلال الهواتف والحواسيب المحمولة الخاصة بهم تحتوي على الأخبار والأحداث التي تحدث حول العالم في ذات اللحظة ويتابعها الملايين من الأشخاص. (12)

## الدراسات السابقة:

### المحور الأول: الدراسات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي والقضايا السياسية

استهدفت دراسة (Kipkoech G.(2022)الكشف عن تأثير استخدام وسائل



التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر والإنترنت بشكل عام على مستوى المشاركة السياسية ومدى فاعلية استخدام الأخيرة أثناء الانتخابات الرئاسية والبرلمانية طبقت الدراسة على عينة طبقية مكونة من 2000 مبحوث داخل كينيا، واستخلصت نتائج الدراسة بوجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر على المشاركة السياسية، وأظهرت النتائج أن بعض المتغيرات مثل الاهتمام السياسي والمتغيرات الديموغرافية والنقاشات السياسية ممكن تؤثر على مستوى المشاركة السياسية.<sup>(13)</sup> ثم استهدفت دراسة Shehata A, Strömbäck J. (2021) الكشف عن ما إذا كان الاتجاه السياسي والحصيلة المعلوماتية للفرد تؤثر على مستوى اكتساب المعلومات السياسية والإحداث الجارية بالإضافة إلى إي مدى يمكن استبدال وسائل الإعلام التقليدية بوسائل التواصل الاجتماعي، تم إجراء دراسة مسحية على عينة طبقية مكونة من 35000 مواطن خلال فترتين أثناء الانتخابات عام 2014 وفترة ما بعد الانتخابات من 2014-2016، واستخلصت نتائج الدراسة بوجود علاقة إيجابية بين تأثير استخدام الوسائل التقليدية والمواقع الإلكترونية على مستوى اكتساب المعلومات السياسية المتعلقة بالأحداث الجارية على عكس وسائل التواصل الاجتماعي التي أظهرت نتيجة سلبية ولا تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة بديلة تغني عن وسائل التواصل التقليدية؛ وذلك يرجع إلى طبيعة ممارسات المتابعين وكمية استهلاك الاخبار.<sup>(14)</sup> استهدفت دراسة Chaudhary, Muhammad Umair. et.al (2020) رصد تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي وقدرة تلك الوسائل على التعبئة السياسية داخل باكستان استخدم الباحث المنج المسحي من خلال تطبيق استبيان إلكتروني وطبقت الدراسة على عدد 300 مبحوث من العينة العشوائية والمستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت بشكل كبير على شكل السياسية داخل المجتمع الباكستاني، وأن استخدام تلك المنصات



يحث على التعبئة السياسية أيضًا وأشارت النتائج أن 53% من المبحوثين أكدوا على أن موقع الفيسبوك له تأثير كبير على زيادة مستوى الوعي السياسي داخل باكستان في الفترة الأخيرة. (15)

واستهدفت دراسة (Vraga, Emily K., et al 2016) أيضًا الكشف عن كيف يحدد مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" الأخبار السياسية والاجتماعية عن طريق قياس مستوى فهم واسترجاع المعلومات لدى المبحوثين عينة الدراسة طبق الباحث دراسة تجريبية على عدد 70 مبحوثًا على جامعة كبيرة في منطقة المحيط الأطلسي خلال إبريل 2014، وقام الباحث بتصميم عدد 147 منشور مختلف على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" متنوع ما بين أخبار عامة، سياسية واجتماعية جاءت الأخبار السياسية الأعلى في مستوى التصنيف بنسبة بلغت حسب تصنيفات الباحث 93% للمنشورات الخاصة بالأحزاب الديمقراطية، 91% لمنشورات الأحزاب الجمهورية ونسبة 83% للمنشورات المستقلة (16) وأخيرًا، استهدفت دراسة (Leticia Bode 2015) الكشف إلى أي مدى ومتى يتم اكتساب المعرفة السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" و"تويتر" استخدم الباحث المنهج المسحي عن طريق استبيان طبق على عينة من 721 مبحوث على الإنترنت بالإضافة إلى أنه قام الباحث بدراسة تجريبية عن طريق تعرض المبحوثين لبعض المنشورات والأخبار والصور على موقع "فيس بوك" و"تويتر" لاختبار قدرة التذكر واستعادة المعلومات، جاءت نسبة التذكر للتفاصيل واستعادة المعلومات السياسية للأخبار التجريبية (28.1%) وأشارت النتائج إلى أن هناك فروقًا ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المستخدمين وغير المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" حيث يساهم الموقع في زيادة نسبة المعرفة السياسية. (17)



## المحور الثاني: الدراسات الخاصة بتأثير التماس المعلومات بواسطة وسائل الإعلام الجديدة على الجمهور:

استهدفت دراسة (Niu, Zhaomeng, et.al (2021) بحث العلاقة بين المعرفة الصحية والتماس المعلومات الصحية من وسائل التواصل الاجتماعي وبين الكفاءة الذاتية وسلوك التماس المعلومات الصحية من شبكة الإنترنت داخل الصين، استخدمت الدراسة اداة الملاحظة على عدد 449 مبحوث من سن 18 عاماً فما فوق أظهرت النتائج وجود تأثير لالتماس المعلومات الصحية من شبكة الإنترنت على الكفاءة الذاتية وسلوك التماس المعلومات من شبكة الإنترنت، وأشارت إلى أنه يوجد علاقة ارتباطية بين المعرفة الصحية والكفاءة الذاتية بين فئة الشباب في حين أنه يوجد علاقة ارتباطية بين استخدام وسائل التواصل لالتماس المعلومات الصحية والكفاءة الذاتية وبين مستوى الخبرات السابقة للأفراد الأكبر سناً. (18) استهدفت دراسة Kaspar, Kai, and Moritz Müller-Jensen.(2021) كشف تأثير عوامل الرقابة الذاتية مثل (الانبساط - التعصب- الانفتاح) على سلوك البحث عن المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي استخدم الباحث منهج البحث، وطبقت الدراسة على عدد 1525 من المبحوثين داخل ألمانيا، وتم اختيار العينة بطريقة كرة الثلج، أظهرت نتائج الدراسة أن عامل الرقابة يؤثر بشكل كبير على سلوك البحث عن المعلومات من موقع الفيسبوك، حيث يتيح الموقع التحكم في طبيعة المحتويات التي يتعرض لها الأفراد، وكان متغير الانبساط والتعصب مرتبط بسلوك بحث المبحوثين عينة الدراسة من موقع الفيسبوك بشكل كبير. (19)

واستهدفت دراسة (Junaidi, J., et al. (2020) لرصد مدي تأثير بناء الثقة المعرفية والعاطفية على التماس المعلومات ومشاركتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك استخدم الباحث منهج المسح من خلال تطبيق





استبيان إلكتروني على عدد 665 فرد نشط من مستخدمي موقع الفيسبوك في إندونيسيا، وذلك خلال الفترة من 1 فبراير 2020 وحتى 31 مارس 2020، وأظهرت النتائج أن بناء الثقة المعرفية والعاطفية محرك أساسي لدى المبحوثين في عملية التماس ومشاركة المعلومات على موقع الفيسبوك، ومن أهم أسباب التماس المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك لدى المبحوثين كانت الاحتياجات الاجتماعية للمعرفة.<sup>(20)</sup>

واختبرت دراسة **Park CS.(2019)** قياس فاعلية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق رصد كيفية تأثير كثافة نشر المحتويات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي على انتقائية الأفراد للأخبار المنشورة طبق الباحث منهج المسح واستخدم أداة الاستبيان الإلكتروني على مرحلتين المرحلة الأولى كانت الفترة من 10-20 يناير 2017 على عدد 1945 مبحوث والفترة الثانية طبقت على عدد 1008 مبحوث الفترة من 15-25 سبتمبر 2017، وأظهرت النتائج أن كثافة نشر المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على فاعلية الأخبار؛ مما يؤدي إلى حالة نفور إدراكي للأفراد عن طريق وتجنب التعرض للأخبار، ويتجه الأفراد لانتقاء الأخبار عند الحاجة والتي تساعدهم على الوصول إلى الحالة المعرفية المطلوبة<sup>(21)</sup>. واستهدفت دراسة Gil (2017) de Zúñiga, et al. رصد تأثير اتجاه الأفراد نحو معتقد "الأخبار ستلحق بي" News Find Me Perception على التماس الأفراد للأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستويات المعرفة السياسية لديهم اعتمدت الباحث على منهج المسح واستخدم أداة الاستبيان وطبقت الدراسة على مرحلتين الأولى: الأولى الفترة من 15 ديسمبر 2013 إلى 5 يناير 2014 على عدد 1813 مبحوث والمرحلة الثانية طبقت من 15 فبراير إلى 5 مارس 2014 على عدد 1024 مبحوث أظهرت النتائج إلى أنه يؤثر ذلك الاتجاه على الأشخاص الذين لا يبحثون على الأخبار بشكل نشط، حيث إن الأفراد الذين يعتقدون أنهم على اطلاع جيد بالأخبار أقل دراية بالشؤون السياسية بشكل



ملحوظ. وأشارت أن التعرض المتكرر للأخبار لا يؤدي إلى المعرفة السياسية، ولكن البحث النشط عن المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على زيادة الحصيلة المعلوماتية للأفراد. (22)

ثم استهدفت دراسة (Hanan M. Asghar 2015) البحث عن التماس الأفراد المعلومات من موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك طور الباحث مقياس (ISFS) مكون من 23 بند يعكسون المعلومات الأساسية المفضلة على الفيس بوك " مثل أهم النشاطات الذي يقومون بها المبحوثون على الموقع مثل: تقعد الأخبار، وتصفح صفحات الأصدقاء، وتجديد الحالة اليومية والتواصل مع الأصدقاء المتواجدين في قائمة المتصلين)، وقام الباحث بإجراء دراسة تجريبية على 150 مبحوث تتراوح أعمارهم بين 19-75 عام من مجموعة بلاد مختلفة مثل السعودية، باكستان والولايات المتحدة الأمريكية والبرازيل وأستراليا، جاءت نسبة النتائج بالنسبة لبنود المقياس متقاربة في اختيارات المبحوثين، وأشار الباحث إلى صحة المقياس الذي طوره لقياس مستوى التماس المعلومات على الفيس بوك. (23)

استهدفت الدراسة (Zha, Xianjin, et al (2015) الكشف عن تأثير الجودة الإلكترونية على التماس المعلومات من خلال الإنترنت بالإضافة إلى الآثار المباشرة والوسيلة على عوامل التقارب مع المجتمعات الافتراضية. طور الباحث نموذج لقياس متغيرات البحث على المبحوثين، واستخدم الباحث المنهج المسحي لقياس المتغيرات التي تم تطويرها من خلال النموذج على عينة قوامها 357 مبحوث من خلال استطلاع عن طريق الإنترنت، وأظهرت النتائج أن النظام والجودة الإلكترونية لها تأثير إيجابي على التماس المعلومات للمبحوثين، حيث كلما أدرك المستخدمون مستويات أعلى من الجودة يكونون أكثر عرضة للحصول على المعلومات من المجتمعات الافتراضية، وأن



المستخدمين ذات المستوى المنخفض من الألفة والتقارب بالمجتمعات الافتراضية هم الأقل في الحصول على المعلومات من الإنترنت.<sup>(24)</sup>

واستهدفت دراسة (Kavanaugh, Andrea L., et al. (2014) الكشف عن سلوك فئة الشباب في التماس المعلومات السياسية باستخدام مصادر المعلومات المتنوعة المتعلقة بالتطورات السياسية بالانتخابات الرئاسية والبرلمانية عام 2012، استخدم الباحث منهج المسح عن طريق الإنترنت على عينة قوامها 135 مبحوث من طلبة جامعة "أوتونوموس" في ولاية المكسيك بسؤال المبحوثين كيف يحصلون على المعلومات حول الانتخابات والأحداث في المكسيك، أظهرت النتائج أن مستوى ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام التقليدية من راديو وتلفزيون وبرامج Talk Show وأخبار الإنترنت كانت أعلى من مصادر المعلومات الحكومية.<sup>(25)</sup>

#### الإطار المنهجي للدراسة:

#### المنهج المستخدم:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي عن طريق: مسح للعينة محل الدراسة وهو الصفحات التلفزيونية الإخبارية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية الحالية من الصفحات التلفزيونية الإخبارية الرسمية الناطقة باللغة العربية على موقع الفيس بوك التي ترغب الباحثة في دراستها بالتطبيق على القضايا السياسية عينة الدراسة الحالية؛ ويرجع ذلك إلى أن موقع الفيس بوك من أكثر المواقع استخدامًا في مصر.<sup>(26)</sup>

#### العينة التحليلية:



قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على نسبة 10% من عينة الدراسة الكلية والتي طبقت على عينة قوامها 40 مبحوثاً من الذكور والإناث من الفئات العمرية المختلفة خلال (شهر فبراير 2017) بهدف التعرف على الصفحات التليفزيونية الإخبارية الرسمية الناطقة باللغة العربية المفضلة لديهم للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية على موقع الفيس بوك ولفهم علاقة المبحوثين بمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لاكتساب المعلومات، وأظهرت النتائج الآتية:

- 1- أن نسبة المستخدمين لموقع الفيس بوك في عينة الدراسة جاءت بنسبة 100%.
- 2- أسفرت نتائج الدراسة عن 15 صفحة من الصفحات التليفزيونية الإخبارية الرسمية التابعة لمؤسسات عربية وأجنبية تم اختيارها من قبل المبحوثين كما يوضحها الجدول التالي:



## جدول (1)

### الصفحات الإخبارية المفضلة لدى المبحوثين

| النسبة % | التكرار | الصفحات الإخبارية                 |
|----------|---------|-----------------------------------|
| 70       | 28      | صفحة قناة BBC Arabic              |
| 50       | 20      | صفحة قناة Sky News Arabia         |
| 45       | 18      | صفحة قناة CNN Arabic              |
| 42,5     | 17      | صفحة قناة Al Arabiya              |
| 35       | 14      | صفحة قناة Al Jazeera              |
| 25       | 10      | صفحة قناة الحرة                   |
| 22,5     | 9       | صفحة قناة CNBC Arabic             |
| 20       | 8       | صفحة قناة France 24 Arabic        |
| 17,5     | 7       | صفحة قناة أخبار الآن              |
| 17,5     | 7       | صفحة قناة الحدث                   |
| 15       | 6       | صفحة قناة روسيا اليوم (RT Arabic) |
| 15       | 6       | صفحة قناة Euro News               |
| 12,5     | 5       | صفحة قناة العالم                  |
| 10       | 4       | صفحة قناة أورينت - Orient         |
| 10       | 4       | صفحة قناة الحوار                  |

تم استبعاد 10 صفحات من مجموع الصفحات التي تم اختيارها من قبل المبحوثين واختيار 5 صفحات فقط للتحليل وهم صفحة قناة BBC Arabic - صفحة قناة Sky news Arabia - صفحة قناة CNN Arabic - صفحة قناة Al Arabiya - صفحة قناة Al Jazeera وذلك طبقاً للأسباب الآتية:

1- صعوبة تحليل عدد 15 صفحة كميًا وكيفيًا؛ ولذلك تم اختيار عدد 5 صفحات



بناء على عدد المشتركين والمتابعين وفقاً لموقع Social Bakers وذلك في مارس 2017<sup>(27)</sup>

2- اختلاف التوجهات والتغطية الإخبارية والموقع الجغرافي للمحطات التلفزيونية الإخبارية التابع لها الصفحات الإخبارية عينة الدراسة مما يساعد على الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً لفهم طبيعة عمل المحطات الإخبارية في تناول القضايا السياسية المنشورة داخل الصفحات الإخبارية.

### الأداة المستخدمة في الدراسة:

**تحليل المضمون:** باعتباره أسلوباً لدراسة وتحليل الاتصال بشكل منتظم وموضوعي كمي وكيفي بغرض قياس متغيرات معينة<sup>(28)</sup> وتم اختيار وحدة الموضوع كوحدة أساسية للتحليل، وهي تحدد المنظور العام للمنشور والفكرة الرئيسة بمحتوى الخبر، وقد استغرق تطبيق الاستمارة شهر ويومين، وذلك الفترة من 2021-8-16 إلى 2021-9-18 حيث تم تطبيق الآتي:

- أ- **تحليل المضمون الكمي:** تم استخدام استمارة لتحليل محتوى ومضمون منشورات الصفحات الإخبارية للقنوات التلفزيونية الإخبارية الرسمية عينة الدراسة على موقع الفيس للإجابة على تساؤلات الدراسة التحليلية.
- ب- **تحليل المضمون الكيفي:** تم تحليل منشورات الصفحات الإخبارية كميّاً برصد العناصر والمتغيرات التي لا يمكن تحليها كميّاً لصعوبة وجود آلية تسمح بذلك.

### إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار صدق أدوات البحث:

أ- صدق المحكمين:



تم عرض استمارة تحليل المضمون على عدد من المحكمين من الأساتذة في مجال الإعلام والاجتماع والإحصاء<sup>(1)</sup>، حيث قاموا بتقييم وحدات وفئات استمارة تحليل المضمون في ضوء فروض وتساؤلات البحث، وتم إجراء بعض التعديلات بناء على ملاحظات السادة المحكمين حتى أصبحت الاستمارة قابلة للتطبيق.

#### ب- صدق الأداة:

- استمارة تحليل المضمون:

تم إجراء اختبار قبلي Pre-Test لعينة متاحة من منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة في الصفحات الإخبارية عينة الدراسة متمثلة في 5% من مجموع العينة ومجموعهم 55 منشور وإجراء بعض التعديلات لسهولة التطبيق.

#### ت- ثبات الإستمارة:

قامت الباحثة بتطبيق أسلوب إعادة الاختبار Test-Retest لمعرفة مدى الثبات المتحقق من الإستمارة وذلك بالتعاون مع باحثين<sup>(2)</sup> لتحليل مضمون نسبة 10% من مجموع المنشورات الخاصة بالقضايا السياسية التي تم تحليلها باستخدام استمارة تحليل المضمون، وبلغ عدد المنشورات 109 منشور من عدد 1090 منشور وباستخدام معادلة هولستي لقياس معامل الثبات لاستمارة تحليل المضمون، كانت قيمة معامل الثبات 85% مما يدل على ثبات القياس وإمكانية التطبيق على الاستمارة.

#### نتائج الدراسة التحليلية:

تتناول النتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة التحليلية بتحليل مضمون الصفحات الإخبارية للقنوات التلفزيونية الإخبارية عينة الدراسة على موقع الفيسبوك وهم صفحة قناة BBC Arabic - CNN Arabic - Skynews Arabia - صفحة



قناة Al-Arabiya - صفحة قناة Al-Jazeera للمنشورات المتعلقة بالقضايا السياسية عينة الدراسة وهم (قضية سد النهضة - قضية قصف غزة - قضية غاز شرق المتوسط - قضية محاكمات الجماعات الإرهابية - قضية المصالحات المصرية القطرية) والتي تم تحليلها كميًا وكيفيًا لفترة من 2021-8-16 إلى 2021-9-18 على عدد 1090 منشور.

أولاً: أكثر أنواع القوالب استخداماً في المنشورات التي تناولت القضايا السياسية:

| المجموع                   | Al-Jazeera |      | Al-Arabiya |     | Sky News Arabia |     | CNN Arabic |     | BBC Arabic |     | الصفحة |     |
|---------------------------|------------|------|------------|-----|-----------------|-----|------------|-----|------------|-----|--------|-----|
|                           | %          | ك    | %          | ك   | %               | ك   | %          | ك   | %          | ك   |        |     |
| نوع المنشور               |            |      |            |     |                 |     |            |     |            |     |        |     |
| نص مرفق معه رابط إلكتروني | 53         | 578  | 4.1        | 10  | 44.1            | 104 | 60         | 111 | 93         | 212 | 73     | 141 |
| نص مرفق معه فيديو         | 34         | 376  | 76.4       | 188 | 39.4            | 93  | 34         | 62  | 1.8        | 4   | 15     | 29  |
| أكثر من مادتين            | 7          | 71   | 2          | 5   | 13              | 33  | 1          | 1   | 4.8        | 12  | 10     | 20  |
| نص مرفق مع صورة           | 5.8        | 63   | 17.5       | 43  | 3.4             | 8   | 5          | 9   | 0.4        | 1   | 1      | 2   |
| نص فقط                    | 0.2        | 2    | 0          | 0   | 0               | 0   | 0          | 0   | 0          | 0   | 1      | 2   |
| المجموع                   | 100        | 1090 | 100        | 246 | 100             | 238 | 100        | 183 | 100        | 229 | 100    | 194 |

يتضح من الجدول السابق أن أكثر القوالب استخداماً في منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية عينة الدراسة كان النص المرفق معه رابط إلكتروني في المرتبة الأولى بنسبة 53% تلاها في المرتبة الثانية بنسبة 34% النص المرفق معه فيديو ثم في المرتبة الثالثة بنسبة 7% لأكثر من مادتين.

وجاء النص المرفق معه صورة في المرتبة الرابعة بنسبة 5.8% وفي المرتبة الأخيرة بنسبة أقل من 1% جاء النص فقط.





ثانياً: الموضوعات التي تناولتها منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية:

أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر المواضيع التي تناولتها الصفحات الإخبارية بقضية سد النهضة هي الموضوعات المتعلقة بمفاوضات سد النهضة في المرتبة الأولى بنسبة 19%.

فيما يتعلق بالموضوعات التي تناولتها الصفحات الإخبارية في المنشورات الخاصة بقضية قصف غزة الفترة من 2012/5/10 - 2021/5/31 جاء في المرتبة الأولى بنسبة 15.4% إطلاق الصواريخ، وجاءت ذروة حدة إطلاق الصواريخ.

ثم يتضح من النتائج أن أكثر الموضوعات التي تناولتها الصفحات الإخبارية بالنسبة لقضية غاز شرق المتوسط بين المنشورات والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 38% اتفاقية ترسيم الحدود بين مصر واليونان.

جاء في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات منشورات محاكمات الجماعات الإرهابية بنسبة 34% تأثير المحاكمات على انصار جماعة الجماعات الإرهابية.

وأخيراً، أشارت النتائج أن أكثر الموضوعات المتعلقة بقضية المصالحات المصرية القطرية جاء في المرتبة الأولى بنسبة 43% لاستئناف العلاقات الدبلوماسية مع قطر.



### ثالثاً: أهداف المواد الخبرية التي تناولتها المنشورات المتعلقة بالقضايا السياسية:

| المجموع |      | Al-Jazeera |     | Al-Arabiya |     | Sky News Arabia |     | CNN Arabic |     | BBC Arabic |     | الصفحة               |
|---------|------|------------|-----|------------|-----|-----------------|-----|------------|-----|------------|-----|----------------------|
| %       | ك    | %          | ك   | %          | ك   | %               | ك   | %          | ك   | %          | ك   | أهداف المادة الخبرية |
| 46      | 504  | 41         | 100 | 50         | 118 | 40              | 73  | 57         | 131 | 42         | 82  | إخبارية              |
| 21      | 229  | 30         | 75  | 21         | 50  | 22              | 40  | 10         | 22  | 22         | 42  | وصف الواقع           |
| 18      | 192  | 11         | 27  | 20         | 48  | 20              | 37  | 29         | 66  | 7          | 14  | تصريح                |
| 15      | 165  | 18         | 44  | 9          | 21  | 18              | 34  | 4          | 10  | 29         | 56  | تحليل وتفسير         |
| 100     | 1090 | 100        | 246 | 100        | 237 | 100             | 184 | 100        | 229 | 100        | 194 | المجموع              |

يتضح من الجدول السابق أن اتجاه منشورات القضايا السياسية بالنسبة لأهداف المواد الخبرية التي ظهرت في الصفحات الإخبارية كانت الأهداف الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 46% تلاها في المرتبة الثانية، وصف الواقع بنسبة 21%. ثم في المرتبة الثالثة بنسبة 18% للتصريح، وفي المرتبة الأخيرة بنسبة 15% لهدف المنشور تحليل وتفسير.



رابعاً: أسلوب صياغة العناوين المصاحبة للمنشورات التي تناولتها الصفحات الإخبارية المتعلقة بالقضايا السياسية:

| المجموع |      | Al- Jazeera |     | Al-Arabya |     | Sky News Arabia |     | CNN Arabic |     | BBC Arabic |     | الصفحة                    |
|---------|------|-------------|-----|-----------|-----|-----------------|-----|------------|-----|------------|-----|---------------------------|
| %       | ك    | %           | ك   | %         | ك   | %               | ك   | %          | ك   | %          | ك   | أسلوب صياغة عنوان المنشور |
| 33.8    | 368  | 26.4        | 65  | 31        | 74  | 42              | 78  | 37         | 84  | 35         | 67  | إخباري                    |
| 22.3    | 243  | 31.3        | 77  | 24        | 56  | 23              | 43  | 15         | 34  | 16.5       | 33  | وصفي                      |
| 19.0    | 207  | 11.3        | 28  | 22        | 51  | 20              | 37  | 31         | 72  | 9.9        | 19  | اقتصادي                   |
| 12.5    | 136  | 16          | 39  | 20        | 47  | 6               | 11  | 9          | 20  | 9.9        | 19  | إيضاحي                    |
| 12.48   | 136  | 15          | 37  | 4         | 9   | 8               | 15  | 8          | 19  | 29         | 56  | استفهام                   |
| 100     | 1090 | 100         | 246 | 100       | 237 | 100             | 184 | 100        | 229 | 100        | 194 | المجموع                   |

يتضح من الجدول السابق أساليب صياغة العناوين المصاحبة للمنشورات عينة الدراسة حيث جاء في المرتبة الأولى الأسلوب المعلوماتي بنسبة 33.8% ثم جاء في المرتبة الثانية بنسبة 22.3% العنوان الوصفي.

تلاها في المرتبة الثالثة العنوان الاقتصادي بنسبة 19%، وجاء في المرتبة الرابعة بفارق بسيط عن المرتبة الأخيرة الأسلوب الاستفهامي بنسبة 12.5% والمرتبة الأخيرة جاءت بنسبة 12.48% للأسلوب الإيضاحي.



## خامساً- الوسائط المتعددة المصاحبة لمنشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية:

| الصور |     |                 |
|-------|-----|-----------------|
| %     | ك   | الصفحة          |
| 23    | 163 | BBC Arabic      |
| 31    | 217 | CNN Arabic      |
| 17    | 118 | Sky News Arabic |
| 21    | 143 | Al-Arabiya      |
| 8     | 54  | Al -Jazeera     |
| 100   | 695 | المجموع         |

| الفيديوهات |     |                 |
|------------|-----|-----------------|
| %          | ك   | الصفحة          |
| 7          | 28  | BBC Arabic      |
| 3          | 11  | CNN Arabic      |
| 16         | 63  | Sky News Arabic |
| 24         | 93  | AlArabiya       |
| 50         | 192 | Al- Jazeera     |
| 100        | 387 | المجموع         |



| الصور |     |                            |
|-------|-----|----------------------------|
| %     | ك   | القضية                     |
| 41    | 286 | سد النهضة                  |
| 21    | 146 | قصف غزة                    |
| 22    | 152 | غاز شرق المتوسط            |
| 12    | 80  | محاكمات الجماعات الإرهابية |
| 4     | 31  | المصالحات المصرية القطرية  |
| 100   | 695 | المجموع                    |

| الفيديوهات |     |                            |
|------------|-----|----------------------------|
| %          | ك   | القضية                     |
| 31.5       | 122 | سد النهضة                  |
| 37.7       | 146 | قصف غزة                    |
| 24         | 93  | غاز شرق المتوسط            |
| 5.2        | 20  | محاكمات الجماعات الإرهابية |
| 1.6        | 6   | المصالحات المصرية القطرية  |
| 100        | 387 | المجموع                    |



أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الوسائط المتعددة المصاحبة للمنشورات في الصفحات الإخبارية كانت الفيديوهات والصور، حيث جاءت الفيديوهات في المرتبة الأولى بنسبة 50% في صفحة قناة Jazeera - AI وجاءت الصور في المرتبة الأولى بنسبة 31% في صفحة قناة CNN Arabc.

أما على مستوى القضايا، فقد جاءت الفيديوهات في المرتبة الأولى بنسبة 37.7% في قضية قصف غزة، وجاءت الصور في المرتبة الأولى بنسبة 41% بالنسبة لقضية سد النهضة.

سادسًا: مستوى تفاعلية الأفراد على منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية:

أوضحت النتائج نسبة تفاعلية المستخدمين على منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة فجاى الإعجاب بنسبة 78.2% والتعليق بنسبة 12.7% ثم النشر والمشاركة بنسبة 9.1% في الصفحات الإخبارية عينة الدراسة.

سابعًا: مؤشرات المصادقية التي تم رصدها في مضمون منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية:

| مؤشرات المصادقية |     | الاستشهاد بالمصادر |    | عرض الرأي والرأي الآخر |    | استخدام مقاطع الفيديو |   | عرض كافة جوانب الخبر |    | الاستناد على الأرقام والإحصائيات |   |
|------------------|-----|--------------------|----|------------------------|----|-----------------------|---|----------------------|----|----------------------------------|---|
| الصفحة           | ك   | %                  | ك  | %                      | ك  | %                     | ك | %                    | ك  | %                                | ك |
| BBC Arabic       | 64  | 13                 | 26 | 34                     | 28 | 7                     | 6 | 46                   | 7  | 11                               |   |
| CNN Arabic       | 119 | 24                 | 1  | 1                      | 11 | 3                     | 3 | 23                   | 20 | 30                               |   |
| Skynews Arabia   | 78  | 16                 | 6  | 8                      | 63 | 16                    | 0 | 0                    | 7  | 11                               |   |
| AI-Arabiya       | 100 | 20                 | 7  | 9                      | 93 | 24                    | 1 | 8                    | 17 | 26                               |   |



|     |    |     |    |     |     |     |    |     |     |             |
|-----|----|-----|----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-------------|
| 23  | 15 | 23  | 3  | 50  | 192 | 47  | 36 | 27  | 132 | Al- Jazeera |
| 100 | 66 | 100 | 13 | 100 | 387 | 100 | 76 | 100 | 493 | المجموع     |

يوضح الجدول السابق مؤشرات المصادقية التي تم رصدها في مضمون المنشورات المتعلقة بالقضايا السياسية في الصفحات الإخبارية، حيث جاء استخدام مقاطع الفيديو في المرتبة الأولى في قناة Al -Jazeera بنسبة 50% ثم جاء الاستناد على الأرقام والإحصائيات بنسبة 30% في صفحة قناة CNN Arabic ثم جاء عرض الرأي والرأي الآخر بنسبة 47% في صفحة قناة Al -Jazeera.

جاء عرض كافة جوانب الخبر في المرتبة الأولى في صفحة قناة BBC Arabic بنسبة 46%، وأخيراً، سجلت الاستشهاد بالمصادر في صفحة قناة Al - Jazeera بنسبة 27%.

ثامناً: أنواع الاستمالات إلى منشورات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية:

| المجموع |      | Al- Jazeera |     | Al- Arabiya |     | Sky News Arabia |     | CNN Arabic |     | BBC Arabic |     | الصفحة     |
|---------|------|-------------|-----|-------------|-----|-----------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|
| %       | ك    | %           | ك   | %           | ك   | %               | ك   | %          | ك   | %          | ك   | الاستمالات |
| 53.4    | 702  | 63          | 252 | 25          | 67  | 63              | 112 | 61.6       | 149 | 54         | 122 | عقلية      |
| 37.4    | 492  | 26          | 106 | 61          | 162 | 31              | 55  | 33.9       | 82  | 38         | 87  | عاطفية     |
| 9.2     | 121  | 11          | 43  | 14          | 38  | 6               | 11  | 4.5        | 11  | 8          | 18  | تخويف      |
| 100     | 1315 | 100         | 401 | 100         | 267 | 100             | 178 | 100        | 242 | 100        | 227 | المجموع    |

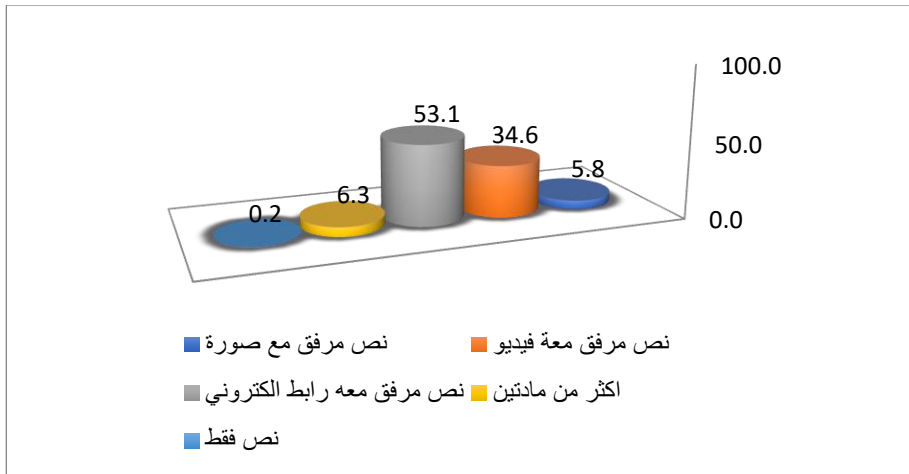
يوضح الجدول السابق أنواع الاستمالات التي تم رصدها في منشورات القضايا



السياسية بالصفحات الإخبارية عينة الدراسة حيث جاءت الاستمالات العقلية في المرتبة الأولى بنسبة 53.4% تلاها في المرتبة الثانية الاستمالات العاطفية بنسبة 37.4% ثم في المرتبة الأخيرة استمالات التخويف بنسبة 9.2%.

### مناقشة أهم نتائج الدراسة التحليلية:

1- إشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر أنواع قوالب المنشورات استخدامًا كان النص المرفق معه رابط إلكتروني بنسبة 53% في جميع منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة ويعد أكثر الأنواع شيوعًا بين القوالب، فعادة ما يحتوي على معلومات سياقية ذات الصلة حول محتوى المنشور عن طريق تحويل المستخدم إلى الصفحة الإلكترونية الخاصة بالقناة أو إلى موقع آخر مثل Youtube أو صفحة البث المباشر لمتابعة تفاصيل الخبر ولزيادة عدد زوار الموقع والترويج لبرامج القناة، ويمكن عرض النتائج كالاتي:







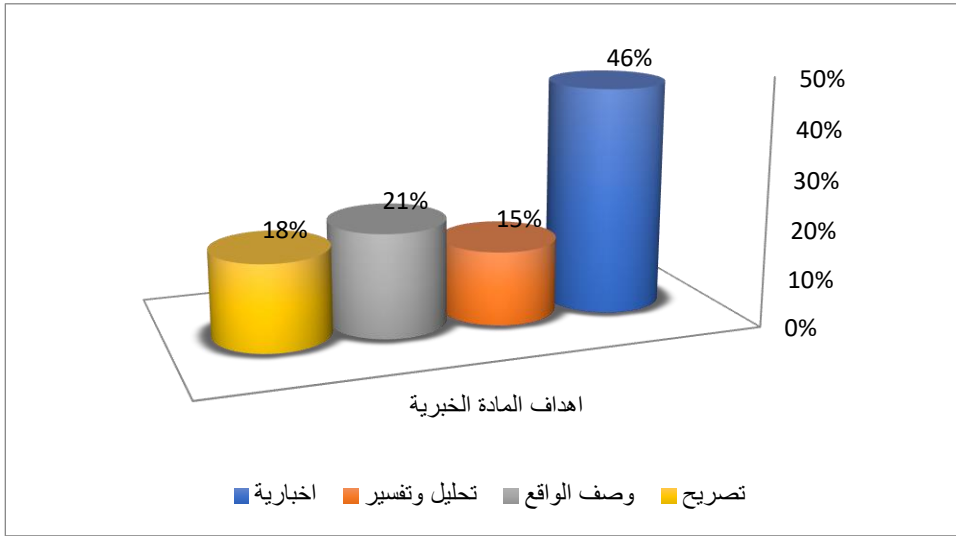
## شكل رقم (1) أنواع القوالب المستخدمة في المنشورات

2- سجلت النتائج أن أهم الموضوعات التي تناولتها الصفحات الإخبارية في تناول

القضايا السياسية كالتالي:

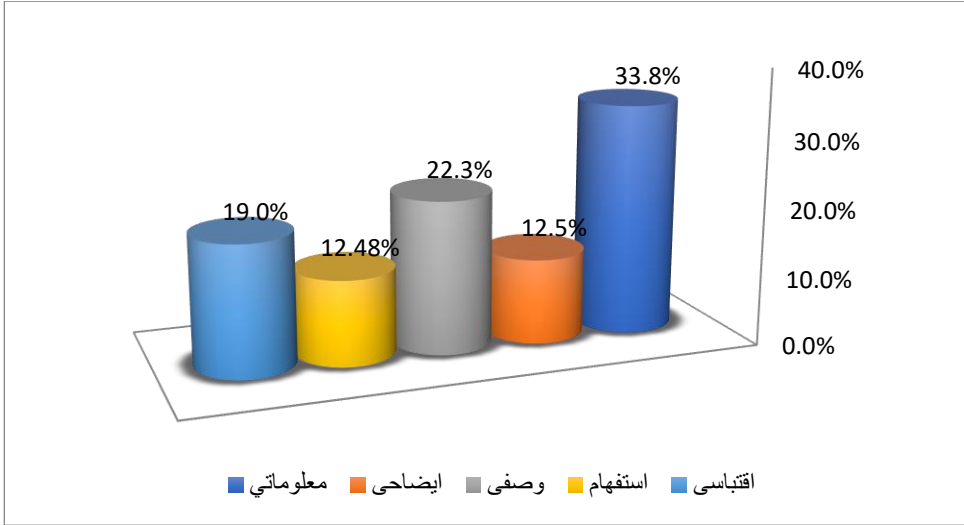
- أ- جاء موضوع مفاوضات سد النهضة في المرتبة الأولى بنسبة 19%
- ب- جاء موضوع إطلاق الصواريخ في المرتبة الأولى بنسبة 15.4% بين الموضوعات التي تناولتها الصفحات في قضية قصف غزة.
- ت- جاء موضوع اتفاقية ترسيم الحدود بين مصر واليونان في المرتبة الأولى بنسبة 38% بالنسبة لقضية غاز شرق المتوسط.
- ث- جاء في المرتبة الأولى من بين موضوعات قضية محاكمات الجماعات الإرهابية تأثير المحاكمات على أنصار الجماعات الإرهابية بنسبة 34%.
- ج- تناولت قضية المصالحات المصرية القطرية موضوع استئناف العلاقات الدبلوماسية مع قطر في المرتبة الأولى بنسبة 43% بين الموضوعات الأخرى.

3- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن أكثر اهداف المواد الخيرية في نصوص المنشورات الخاصة بالقضايا جاء بنسبة 46% للهدف الإخباري وذلك لجميع صفحات القنوات الاخبارية مما يدل على التحديث المستمر لتطورات الأخبار بشكل مختصر مثل الأخبار العاجلة والتي اتسمت به أغلب القضايا واقترب من التساوي مع الهدف وصف الواقع بفارق بسيط في قضية قصف غزة، حيث اعتمدت صفحة Al - Jazeera بشكل ملحوظ على الفيديوهات الميدانية في تغطية الأحداث الجارية للقصص، ويمكن عرض النتائج كالتالي:

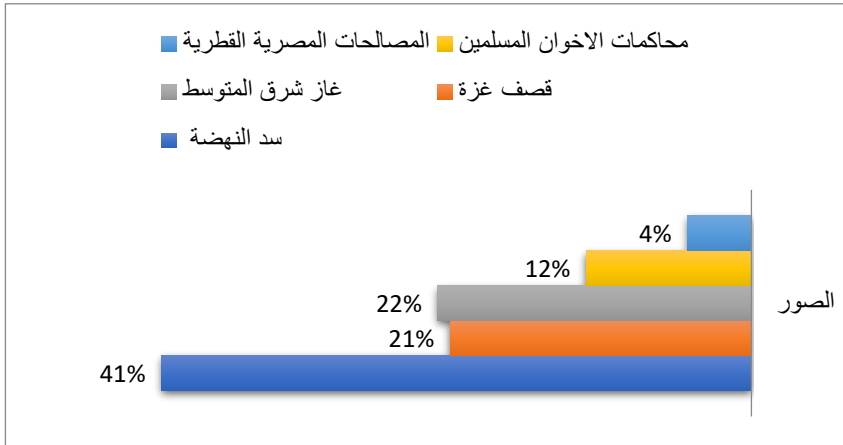


شكل رقم (1) أهداف المواد الخبرية في المنشورات

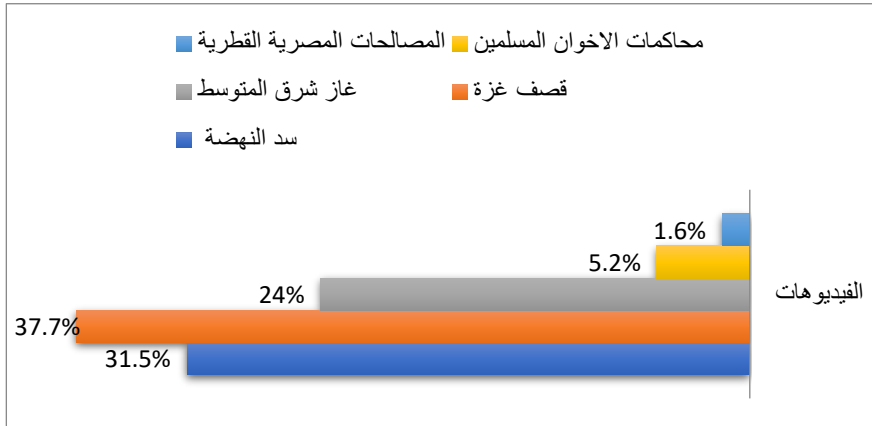
4- أشارت النتائج فيما يتعلق بأسلوب صياغة عناوين منشورات الأخبار أن الأسلوب المعلوماتي جاء في المرتبة الأولى بنسبة 33.8% في الصفحات الإخبارية عينة الدراسة؛ وذلك يدل على أن مضمون الأخبار لها دلالة واضحة لفكرة الرئيسة التي يدور حولها الخبر، ويمكن تفسير ذلك إلى أن طبيعة الكتابة بوسائل التواصل الاجتماعي تتطلب أسلوب مختلف عن الكتابة التقليدية، فإن الهدف هو إيصال الفكرة بأكثر الطرق إيجازاً للمتلقى دون الحيود عن الهدف الرئيس للحدث والبعد عن الغموض أو الإيحاء ويمكن عرض النتائج كالاتي:



شكل رقم (2) يوضح نسبة أسلوب صياغة عنوان المنشورات في الصفحات الإخبارية 5- أشارت النتائج أن أكثر الوسائط المتعددة المصاحبة للخبر في منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة كانت الصور حيث جاءت بنسبة 41% في منشورات قضية سد النهضة تلاها الفيديوهات بنسبة 37.7% في منشورات قضية قصف غزة ويمكن تفسير ذلك لطبيعة التغطية الإخبارية لقضية القصف والتي تتطلب تغطية ميدانية وحية، وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة أمين، سلام محمد، وبن نوار، صالح. (2020).<sup>(29)</sup> والتي خلصت إلى أن أكثر الوسائط المتعددة المصاحبة للمنشورات في الصفحة الإخبارية التي تم تحليلها كانت الفيديوهات والصور حيث تختلف طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي عن البيئة التقليدية في تحرير الأخبار فسبقاً أكثر ما كان يعتمد عليه النصوص، وأضافت البيئة الإلكترونية طابعاً حيوياً أكثر بإضافة الفيديوهات والصور المتحركة (GIFS) والصور الثابتة مما يساعد على جذب انتباه المتابع وإعطاء صورة ذهنية للرسالة الإعلامية المراد إيصالها وأشارت أيضاً دراسة Rafeeq Ali and Shujun Jiang (2020)<sup>(30)</sup> أن السرد المرئي للقصص المنشورة أفضل في جذب الجمهور مقارنة بالسرد النصي.



شكل رقم (3) استخدام الصور في القضايا



شكل رقم (4) استخدام الفيديوهات في القضايا

6- أوضحت النتائج نسبة تفاعلية المستخدمين على منشورات القضايا السياسية عينة الدراسة، ف جاء الإعجاب بنسبة 78.2%، حيث تم رصد عدد 7,842,454 مليون إعجاب كليا على عدد 1090 منشور بمتوسط عدد 7200 زر إعجاب على المنشور الواحد (رقم تقديري لكل منشور وليس التوزيع الحقيقي بهدف إيصال الفكرة)

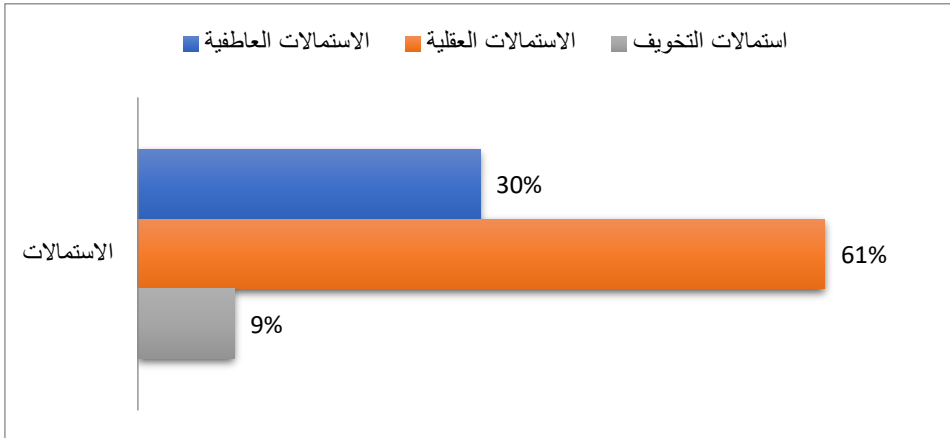


وهو رقم كبير للتفاعلية على المنشورات، ويمكن أن يرجع ذلك لسهولة التعبير بالإعجاب ومن أبسط طرق التفاعل والذي لا يحتاج إلى مجهود أو تفكير، خاصة المنشورات السياسية التي تفتقد الطابع الترفيهي والحيوي وجاء التعليق في المرتبة الثانية بنسبة 12.7% لتفاعلية المتابعين على المنشورات ثم النشر والمشاركة بنسبة 9.1% في الصفحات الإخبارية عينة الدراسة ويمكن عرض النتائج كآتي:



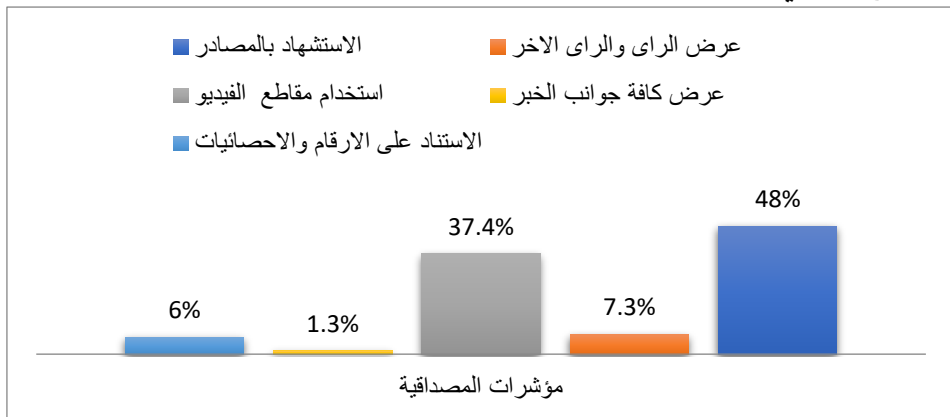
شكل رقم (5) التفاعلية في الصفحات الإخبارية

7- أوضحت نتائج الدراسة أن الاستمالات العقلية كانت أكثر أنواع الاستمالات التي ظهرت في منشورات القضايا السياسية بنسبة 61%، وذلك يشير إلى أن مضمون منشورات القضايا السياسية بين الصفحات الإخبارية اعتمدت على مخاطبة العقل والمنطق وذلك بواسطة تقديم الأدلة والشواهد وتفنيد الرأي والرأي الآخر لإقناع متلقي الرسالة عينة الدراسة التي تم تحليلها ويمكن عرض النتائج كآتي:



شكل رقم (6) الاستمالات في الصفحات الإخبارية

8- أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالاتجاه العام لمؤشرات المصدقية التي ظهرت في منشورات القضايا السياسية بالصفحات الإخبارية أن الاستشهاد بالمصادر جاء في المرتبة الأولى بنسب 48%، ويمكن تفسير ذلك أنه يعطي الخبر المزيد من المصدقية لدى المتابع، حيث إن من الجوانب السلبية لمتابعة الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي هو افتقاد المصدر والمرجع الأساسي للخبر، ويمكن عرض النتائج كالآتي:





## شكل رقم (7) مؤشرات المصادقية في المنشورات

### حدود الدراسة والبحوث المستقبلية:

توقفت حدود الدراسة عند تحليل 5 صفحات إخبارية ناطقة باللغة العربية تابعة لقنوات تلفزيونية إخبارية على موقع الفيسبوك وهم صفحة CNN Arabic, BBC Arabic, Skynews Arabic, Al- Arabiya و Al- Jazeera بالتطبيق على منشورات 5 قضايا سياسية وهم قضية سد النهضة - قضية قصف غزة - قضية غاز شرق المتوسط - قضية محاكمات الجماعات الإرهابية - قضية المصالحات المصرية، وتقترح الدراسة الحالية بإجراء بحوث مستقبلية حول الآتي:

- 1- يمكن تحليل صفحات إخبارية على مواقع تواصل اجتماعي أخرى مثل Twitter.
- 2- التطبيق على قضايا مختلفة مثل القضايا الاجتماعية والاقتصادية.
- 3- تحليل صفحات إخبارية ناطقة باللغة الإنجليزية ودراسة طبيعة واتجاهات الجمهور المتابع لتلك الصفحات.
- 4- القيام بدراسة مقارنة بين الصفحات الإخبارية الناطقة باللغة الإنجليزية واللغة العربية، وتحليل مضمون منشورات الصفحات ورصد أوجه الاختلاف.
- 5- تطبيق دراسة مقارنة بين الصفحات الإخبارية العالمية والمحلية.
- 6- تطبيق دراسة تحليلية كمياً وكيفياً على الصفحات الإخبارية المحلية مثل: صفحة قناة Extra News.
- 7- تطبيق دراسة خاصة بالقوائم بالاتصال على الصفحات الإخبارية التابعة للقنوات الإخبارية المحلية.



## مصادر والمراجع

- (1) Arab Social Media Report (1) تقرير يسلط الضوء على اتجاهات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت لجميع الدول العربية.
- (2) Storck, Madeline. "The role of social media in political mobilisation: A case study of the January 2011 Egyptian uprising." *Master thesis University of St Andrews, Scotland* 20 (2011).
- (3) Storck, Madeline (2011). Opt.Cit.
- (4) Storck, Madeline (2011). Opt.Cit.
- (5) أحمد، هالة عبدالله (2016): دور الإعلام الجديد في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع7، 187 - 207. مسترجع من:  
<https://search.mandumah.com/Record/769908>
- (6) Park, Chang Sup. "Do social media facilitate political learning? Social media use for news, reasoning and political knowledge." *The Journal of Social Media in Society* Vol.6 issue:2 (2017): pp.206-238. Available at: <https://thejsms.org/tsmri/index.php/TSMRI/article/view/292> Accessed on: 13/11/219 at: 3:28 p.m.
- (7) Kim, Yonghwan, et.al. "Stumbling upon news on the Internet: Effects of incidental news exposure and relative entertainment use on political engagement." *Computers in human behavior* Vol.29 issue:6 (2013): pp.2607-2614. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563213001970> Accessed on: 7/9/2019 at:3:42 p.m.
- (8) Halpern, Daniel,et.al. "We face, I tweet: How different social media influence political participation through collective and internal efficacy." *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol.22 issue:6 (2017): pp.320-336. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12198> Accessed on: 23/10/2021 at: 5:00 P:m
- (9) Halpern, Daniel,et.al.(2017) Opt.Cit.
- (10) Ebbini, Aniseh. "An Exploration of Social Media Use in Local





- Television News Stations: An Evaluation and Development of a Successful New Media Strategy". *Theses and Dissertations*. 468 (Master of Arts in Journalism. University of Arkansas 2012) Available at: <http://scholarworks.uark.edu/etd/468> Accessed on: 12/11/2019
- (11) Stanfield, Kellie. "Why should they Comment? Understanding Local Television News Viewers' Motivation for Commenting on Stations' Facebook Pages." (Master thesis University of Missouri - Columbia 2014). Available at: <https://search.proquest.com/docview/1841254518?accountid=178282> Accessed on: 28/10/2019.
- (12) Stanfield, Kellie. (2014). Opt.Cit.
- (13) Kipkoech, Gilbert. "Connections Between Internet, Social Media News Use, and Political Participation in Kenya." *Social Science Computer Review*, Jan. 2022, Available at: doi:10.1177/08944393211058702 Accessed on:13/2/2022 at: 5:03 p:m.
- (14) Shehata, Adam, and Jesper Strömbäck. "Learning Political News From Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment." *Communication Research*, vol. 48, issue: 1, Feb. 2021, pp. 125–147, Available at doi:10.1177/0093650217749354 Accessed on:13/2/2022 at:5:11 p:m.
- (15) Chaudhary, Muhammad Umair. et.al."Social Media a Tool of Political Awareness and Mobilization -A Study of Punjab, Pakistan." *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol14.issue: 5(2020) pp.1331-1344. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/354666742> Social Media a Tool of Political Awareness and Mobilization - A Study of Punjab Pakistan. **Accessed on: 21/2/2021 At: 9:25. P:m.**
- (16) Vraga, Emily K., et al. "Blurred lines: Defining Social, News, and Political Posts on Facebook." *Journal of Information Technology & Politics* Vol.no. 13, issue.3 (2016): pp.272-294. Available at: [https://www.researchgate.net/profile/Emily\\_Vraga/publication/298726068/Blurred\\_Lines\\_Defining\\_Social\\_News\\_and\\_Political\\_Posts\\_on\\_Facebook/links/573ccbe308aea45ee8419c73.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Emily_Vraga/publication/298726068/Blurred_Lines_Defining_Social_News_and_Political_Posts_on_Facebook/links/573ccbe308aea45ee8419c73.pdf) , Accessed on: 26/1/2017
- (17) Bode, Leticia. "Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media." *Mass Communication and Society*, Vol. 19 issue:1 (2016): pp.24-48. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2015.1045149>



Accessed on:3/2/2017.

- (18) Niu, Zhaomeng, et.al.. "Associations of health literacy, social media use, and self-efficacy with health information-seeking intentions among social media users in China: cross-sectional survey." *Journal of medical Internet research* Vol.23 issue:2 (2021): e19134. Available at: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/associations-health-literacy-social-media-use/docview/2610530257/se-2>. Accessed on:26/12/2021 at 8:10 p:m.
- (19) Kaspar, Kai, and Moritz Müller-Jensen. "Information seeking behavior on Facebook: The role of censorship endorsement and personality." *Current Psychology* Vol.40 issue:8 (2021): pp.3848-3859. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-019-00316-8> Accessed on: 16/2/2022 at:8:43 a:m.
- (20) JUNAIDI, JUNAIDI, et.al. "Antecedents of Information Seeking and Sharing on Social Networking Sites: An Empirical Study of Facebook Users." *International Journal of Communication* Vol.14 (2020):pp. 5705-5728. Available at: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15742>. Accessed on: 15 /2/ 2022. At:11:21 a:m.
- (21) Park, Chang Sup. "Does Too Much News on Social Media Discourage News Seeking? Mediating Role of News Efficacy Between Perceived News Overload and News Avoidance on Social Media." *Social Media + Society*, Apr. 2019, Availale at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305119872956> Accessed on: 15/2/2022 12:30 P:m.
- (22) Gil de Zúñiga, Homero,et.al. "Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics." *Journal of computer-mediated communication* Vol.22 issue:3 (2017): pp.105-123.Available at: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185> Accessed on: 15/2/2022 At: 11:45 a:m
- (23) Hanan M. Asghar (2015):" Measuring Information Seeking through Facebook: Scale development and initial evidence of Information Seeking in Facebook Scale (ISFS)", Computers in Human Behavior Volume 52, November 2015, Pages 259–270, Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563215004>



- 410?via%3Dihub, Accessed on: 9/3/2017.
- (24) Zha, Xianjin, et al. "Does affinity matter? Slow effects of e-quality on information seeking in virtual communities." *Library & Information Science Research* Vol.37 issue:1 (2015): pp.68-76. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S07408188150002X?via%3Dihub>, Accessed on: 2/3/2017.
- (25) Kavanaugh, Andrea L., et al. "Media use during conflicts: Information seeking and political efficacy during the 2012 Mexican elections." *Government Information Quarterly* Vol.33 issue:3 (2016): pp.595-602., available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740624X16300041>, Accessed on: 8/3/2017
- (26) Top Sites in Egypt <https://www.alexa.com/topsites/countries/EG> Accessed on: February 2017.
- (27) شيماء ذو الفقار زغيب: **مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية فى الدراسات الإعلامية،** الدار المصرية اللبنانية – الطبعة الثانية، 2015.  
<https://www.socialbakers.com/blog/249-20-most-liked-u-s-facebook-pages>
- (29) أمين، سلام محمد، وصالح بن نوار. "القضايا الراهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية: قضية الحراك الشعبي الجزائري عبر صفحة الجزيرة على الفايستوك أنموذجا" *مجلة العلوم الإنسانية: جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي* مج7، 3 (2020): 426 - 409.  
Available at: <http://search.mandumah.com/Record/1122501>
- (30) Rafeeq, Ali, and Shujun Jiang. "Breaking news of disasters: How Stuff. co. nz and NZHerald. co. nz used Facebook and Twitter in the 2016 Kaikoura earthquake coverage in New Zealand." *Cogent Social Sciences* Vol.6 issue:1 (2020): 1731121. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2020.1731121> Accessed on: 16/10/2021 at: 7:00P:m.



## الهوامش :

### (1) أسماء السادة المحكمين لاستمارة المضمون:-

- أ.د عادل فهمي محمد - أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام -جامعة القاهرة
- أ.د رزق سعد عبد المعطي- أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام- جامعة مصر الدولية.
- أ.د سلوى سليمان - أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام -جامعة عين شمس
- د.صلاح مذكور - أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام - جامعة عين شمس- ندبا
- د.لمياء سامح - أستاذ مساعد كلية الإعلام- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
- د.عماد شلبي - خبير بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية
- د.شيماء عز الدين - مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام -جامعة عين شمس
- د.مى حمزة- مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام -جامعة عين شمس
- د.فلورا إكرام- مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام -جامعة عين شمس
- د.ندا منير - مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام -جامعة عين شمس
- د.شيرين العراقي- مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام -جامعة عين شمس
- د.آلاء فوزي - مدرس بقسم علاقات عامة وإعلان كلية الإعلام- جامعة القاهرة

### (2) الباحثتان هم:

- أمل خالد محمد عبد الكريم - باحثة ماجستير -قسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس.
- هدير مهدى محمد- باحثة ماجستير -قسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس.





# Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal  
(Accredited) Monthly



Issued by  
Middle East  
Research Center

Vol. 93  
November 2023

Forty-ninth Year  
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504  
Online Issn: 2735 - 5233