

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

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

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

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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● (عدد خاص) العدد الثامن والستون - الجزء الأول - ربيع الأول ١٤٤٥هـ - أكتوبر ٢٠٢٣ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

- ٥ ■ الكلمات الافتتاحية للمؤتمر
-
- ١٣ ■ التأثيرات الوجدانية والسلوكية لتعرض الشباب لصور أزمة تغير المناخ العالمية وعلاقتها بسماتهم الشخصية- دراسة شبه تجريبية
أ.م.د. رحاب محمد أنور
-
- ١١١ ■ اتجاهات النخبة نحو تغطية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية للقضايا المناخية «COP27» نموذجًا
أ.م.د/ أماني محمد السيد
-
- ١٧٥ ■ خطاب المواقع الإخبارية الدولية الموجهة حول أزمة الطاقة في أوروبا - دراسة تحليلية
د/ أسماء أمين علي
-
- ٢٧٣ ■ الأطر المصوّرة والنصية لزيارة الرئيس الأمريكي إلى العالم العربي - دراسة تحليلية
د/ شفق أحمد علي
-
- ٣٥١ ■ التماس الجمهور للمعلومات الصحية عبر تطبيق الإنستغرام- دراسة تحليلية وميدانية
د/ مرام أحمد محمد عبد النبي
-
- ٤١٣ ■ اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية وعلاقته بالسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري: دراسة ميدانية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
د/ أماني حمدي

- معالجة مواقع الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية واتجاهات
الجالية المصرية في روسيا نحوها «دراسة تحليلية ميدانية»
٤٥١ د/ شاهنדה عاطف عبد السلام
-
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة أزمة فيروس كورونا
المستجد «دراسة مسحية كيفية»
٥١٧ د/ سائلة أحمد محمود شرف
-
- مدركات واتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو توظيف
المميز في أزمة ارتفاع الأسعار
٥٦١ د/ محمد محب
-
- التنوع في عناصر ومحتوى الصورة الإعلامية كمحدد لانتقال أجندة
الصور بين مواقع الصحف العربية والدولية- بالتطبيق على قضية
٦١١ مقتل الجنرال الإيراني سليمان د. شيماء حسن، أ. مارينا نوناي،
أ. محمد راجح، أ. آية حجاج، أ. ياسمين توفيق
-
- تأثير الهالة البيئية المحيطة بالدولة المصرية على النوايا السلوكية
الخضراء للمواطنين للتكيف مع التغيرات المناخية
٧٠١ د/ مایسة حمدي زكي شلبي مجاهد
-

الكلمات الافتتاحية للمؤتمر



كلمة الأستاذ الدكتور/ رضا عبدالواجد أمين عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

(ربنا عليك توكلنا وإليك أنبنا وإليك المصير)

فضيلة الأستاذ الدكتور محمد عبد الرحمن الضوييني وكيل الأزهر الشريف حفظه الله ورعاه

فضيلة الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس جامعة الأزهر سدد الله

معالي الأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس جامعة الأزهر للدراسات العليا والبحوث

فضيلة الأستاذ الدكتور نظير عياد الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية ..

فضيلة الأستاذ الدكتور حسن الصغير أمين عام هيئة كبار العلماء ..

أصحاب الفضيلة والسعادة نواب رئيس الجامعة ، السادة العمداء والوكلاء الموقرين ، السادة

الإعلاميين ، والباحثين ، وأبناءنا الطلبة والطالبات

الحضور الكرام

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

ونرحب بحضراتكم جميعا في رحاب الأزهر الشريف قلعة الوسطية وكعبة العلم والعلماء ،

التي تقوم رسالته على نشر العلوم والمعارف إلى العالم كله من خلال المنهج الوسطي المستنير،

ونسأل الله تعالى أن يوفق قاداته وعلماءه ورموزه لكل خير ورفعة

وإن كلية الإعلام جامعة الأزهر لتتهد هذه الفرصة المباركة لتتقدم خالص الشكر والتحية

والتقدير لفضيلة الإمام الأكبر الأستاذ الدكتور أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف لتفضله

برعاية المؤتمر الدولي الخامس للكلية ، ونسأل الله أن يوفقه ويسدد خطاه .

كما تتقدم الكلية بأسمى عبارات الشكر والتقدير لفضيلة الأستاذ الدكتور محمد عبد

الرحمن الضوييني وكيل الأزهر الشريف على كل الدعم والمساندة والجهود الحثيثة التي يقوم بها

فضيلته من أجل رفعة هذه المؤسسة الغراء

والشكر موصول لفضيلة الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة ومعالي السادة النواب الأفاضل ، ونسأل الله أن يبارك جهودهم لرفعة شأن الجامعة وتحقيق رسالتها العالمية لتظل منارة للعلم والمعرفة ومركز إشعاع ثقافي وتوعوي في كافة المجالات .

الضيوف الكرام ..

إن العالم الآن يمر بعدد من الأزمات الكبرى ، أزمات صحية واقتصادية ، ودولية ، وغيرها ، ومن شأنها أن تلقي بظلالها على كل البلدان والمجتمعات ، لأن العالم الآن - وأكثر من أي وقت مضى - أشبه بالقرية الصغيرة على حد وصف عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان في القرن الماضي - وهو ما يتطلب أن تتضافر الجهود ، وأن تقوم المؤسسات العلمية والأكاديمية بإخضاع هذه الأزمات للدراسة والتحليل ، ومحاولة تقديم الحلول العلمية التي تجعلها تمر بسلام أو على الأقل تخفف من وطأتها على الأفراد والشعوب .

وتقوم وسائل الإعلام بدورها المهم في تناول ومعالجة هذه الأزمات وتناقل الأخبار والتقارير والتحليلات الإعلامية المرتبطة بها ، خاصة وسائل الإعلام الرقمية التي أضحت اللاعب الأكبر والأكثر تأثيرا الآن في مجال الإعلام بحكم عدد مستخدميها ، الذي تشير الإحصاءات الرسمية إلى أن ٥,١٦ مليار نسمة حول العالم يستخدمون الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي من إجمالي ٨ مليارات نسمة هم عدد سكان العالم الذين يتقاسمون الحياة على ظهر كوكب الأرض ، أي أن ما يزيد عن ٦٤% من سكان المعمورة يستخدمون وسائل ومنصات الإعلام الرقمي الذي مكن الجميع من صناعة وإنتاج المحتوى وبثه إلى العالم بتكلفة زهيدة أو بدون تكلفة .

وتزداد أهمية وسائل الإعلام وبخاصة الإعلام الرقمي في أوقات الأزمات ، إذ بإمكانها أن تعمل على تشتيت الرأي العام ، وإثارة البلبلة في المجتمع إذا ما تم استغلالها في نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة ، والشائعات المغرضة ، لذا صارت عملية إدارة الأزمات إعلاميا تخصصا علميا له قواعده ونظرياته وأسسها وآلياته واستراتيجيته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حظى إعلام الأزمات باهتمام القيادة العليا في أغلب دول العالم .

بالإضافة إلى ذلك فإن الممارسات الإعلامية التي تقوم بها وتتيحها وسائل الإعلام الرقمي تجاه الأزمات صنعت بدورها أزمات جديدة تتعلق بصناعة الإعلام ذاتها، فعدم التقيد بمواثيق الشرف والالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية لهذه الممارسات أدى إلى نتائج سلبية قد تؤدي دوراً في إشعال الأزمات أكثر من دورها في إدارة عمليات اتصالات هذه الأزمات، مثل تزييف الحقائق، وإطلاق الشائعات، والترويج للأفكار الهدامة، وغيرها من الممارسات السلبية، كما أصبحت صناعة الإعلام التقليدي - لاسيما المطبوع- تعاني أكثر من ذي قبل في ظل الأزمات الأخيرة، حيث زاد معدل نزييف الإعلام المطبوع ، متأثراً بارتفاع أسعار الطباعة والأحبار والورق، وأصبح الإعلام الرقمي هو طوق النجاة الذي يعول عليه في انتشار صناعة الإعلام ككل من الغرق في طوفان الحروب والأزمات.

من هذا المنطلق، واستشعاراً لدورنا العلمي والأكاديمي والوطني في تناول ومناقشة القضايا التي تمس عالمنا العربي، وإسهاماً منا في محاولة وضع حلول وأطروحات لمعالجة الأزمات الحالية، بما فيها الأزمة التي تواجه صناعة الإعلام ذاتها، يسعى المؤتمر الدولي الخامس لكلية الإعلام بجامعة الأزهر الشريف بعنوان «الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات» إلى تناول ومناقشة قضايا الإعلام الرقمي ودوره في إدارة الأزمات الحالية.

الحضور الكرام .. إنني في ختام كلمتي هذه .. لا يسعني إلا أن أتقدم إليكم مجدداً بخالص الشكر والتقدير على مشاركتكم الكريمة ، متمنياً لفعاليات المؤتمر كل التوفيق والنجاح ، ومثنياً على الجهود الكبيرة التي قام ويقوم بها أساتذة ومنسوبي كلية الإعلام من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والهيئة الإدارية ، للإعداد لهذا المؤتمر من خلال اللجان المختلفة ، حتى يخرج بالشكل الذي يليق بكلية الإعلام الواعدة التي استطاعت رغم حداثتها إثبات مكانتها المميزة في الأوساط العلمية والأكاديمية ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده

(وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب)

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.



كلمة فضيلة الأستاذ الدكتور/ سلامة داود

رئيس جامعة الأزهر

إن مؤتمر كلية الإعلام، يؤدي حق فريضة الوقت، ولكل وقت فريضة، لأنه يعطي دليلاً قاطعاً وبرهاناً ساطعاً سطوع نور الشمس على أن الأزهر الشريف لا يغمض عينيه عن الواقع العالمي ومشاغله ومشاكله وآماله وآلامه وإيجابياته وسلبياته، فليس العالم من يعيش في برج عاجي معصوب العينين عن هموم الأمة والعالم، بل العالم من تكون له رؤية وبصيرة يقدمها للناس لعلاج النوازل والأزمات وطوارق الليل والنهار، وما أكثرها في زماننا وما أكثر ما تلبس فيها الرؤية التي تنفذ إلى جوهرها وتطب لدائها إلا على خواص الخواص من أهل العلم والبصيرة؛ فليس كل عالم قادراً على الغوص في هذه الأعماق والأغوار ليقول كلمة الفصل.

ولقد تصفحت عناوين البحوث المقدمة في هذا المؤتمر فرأيت لزماً علي أن أنوه بما تقوم به من أداء فريضة الوقت في رصد أمين لموقف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة وكذا ما سميت تجاوزاً «وسائل التواصل الاجتماعي» من إدارة هذه الأزمات المحلية والعالمية التي يعيشها العالم الآن كل لحظة من أزمات اقتصادية وغلاء في الأسعار، وأثر ذلك على المجتمع وقضايا الأمن الغذائي في مصر وحروب الغذاء والدواء والحرب الضروس بين روسيا وأوكرانيا والحروب المأسوية في سوريا والعراق واليمن وليبيا وأخيراً وليس آخراً الحرب في السودان الشقيق على البوابة الجنوبية لحدودنا.

وادعوا الله تعالى أن يعلو صوت العقل والفلاح على صوت المدفع والسلاح، فكل هذه الحروب وغيرها مما يقرع سمع العالم كل لحظة تقول إن الضمير الإنساني الحر وما تغنت به الحضارة الحديثة من العدالة الإنسانية والسلام العالمي ومنظمات حقوق الإنسان لا تزال تتعثر في خطاها ورؤاها ولا تزال الأمم القوية الغنية التي تملك الكلمة والسلاح تستأسد على

الأمم الضعيفة الفقيرة التي تستهلك الكلمة وتستهلك السلاح، كما تعالج البحوث أزمة تغير المناخ وتدرس الحلول المطروحة للخروج منها بصور من العلاج من أهمها البعد عن التلوث والعودة إلى الطبيعة الخضراء وأن يكف الإنسان يده عن إفساد الطبيعة فإن هذا الإفساد من الفتن العامة الطامة التي قال الله تعالى عنها « وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ » (الأنفال: ٢٥).

ومن أهم الأزمات التي تعالجها بحوث المؤتمر أزمة الإدمان الإلكتروني وتعزيز الوعي بمخاطره فإنه لا يقل خطورة في تدمير الأجيال عن إدمان المخدرات، وكم تضيع فيه من الأوقات والأعمار التي إذا ستغبت في العمل الجاد المثمر لعادت بالنفع والخير على العباد والبلاد، وكم تذهب فيه من مقل العيون وراحة البال وجموم خاطر، فضلاً عما يجره هذا الإدمان في بعض هاتيك المواقع المشبوهة التي تشيع الفواحش في المجتمع من جرائم وموبقات مهلكات ، كما عالجت بعض بحوث هذا المؤتمر الأزمات الصحية من أورام الفم وجذري القروود وأزمة جائحة كورونا التي اجتاحت العالم وهي طاعون هذا العصر الحديث الذي قضى بسببه الملايين من البشر.

وأؤكد أن على وسائل الإعلام أن تلزم الصدق وأن تتأى عن الإفراط والتفريط وعن التهويل والتهوين، وأن يعلم كل كاتب وناطق أنه مسئول، وأنه أسير الكلمة التي تصدر منه، وأن الكلمة مشتقة من الكلم وهو الجرح.

ولذا فإن بحوث المؤتمر تقدم صورة صادقة لتتنوع الأفكار والفهوم ، هي صورة من واقعنا العلمي والثقافي الرحيب ، الذي تتنوع فيه المناهج والأفكار ، وتختلف فيه الرؤى ، كالزرع يُسقى بماءٍ واحدٍ وتختلف الثمار والطعم ، قال الله جلَّ وعلا : « وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُتَجَاوِزَاتٌ وَجَنَاتٌ مِّنْ أَعْنَابٍ وَزُرْعٌ وَنَخِيلٌ صِنَوَانٌ وَعَيْرُ صِنَوَانٍ يُسْقَى بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفُضِلُّ بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأَكْلِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ».

وإن من شأن الاختلاف والتنوع في الأفكار والمناهج والثقافات أن يُثري الحياة العلمية والفكرية في الأمة ؛ وأن يجعلها صاحبة « اليدِ العُليا » في الحركة العلمية في العالم ، وقد قال

نبينا الكريم صلى الله عليه وسلم : « أَلْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى »، وقد قصرنا فقه اليد العليا واليد السفلى على اليد التي تُعْطِي الْمَالَ وَالصَّدَقَةَ، واليد التي تأخذ المال وَالصَّدَقَةَ : لِيُورِدَ الْحَدِيثُ فِي سِيَاقِ الْحَثِّ عَلَى الصَّدَقَةِ وَالْإِنْفَاقِ ، وَمِنَ الْبِرِّ بِفَقْهِ كَلَامِهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ نَحْمِلَهُ أَيْضًا عَلَى كُلِّ يَدٍ عُلْيَا وَكُلِّ يَدٍ سُفْلَى فِي جَمِيعِ مَجَالَاتِ الْحَيَاةِ ؛ فَالْيَدُ الْعُلْيَا فِي الْعِلْمِ خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى ، وَالْيَدُ الْعُلْيَا فِي الْعِلْمِ هِيَ الْيَدُ الَّتِي تَبْتَكِرُ وَتُضَيِّفُ وَتُجَدِّدُ وَتَصِلُ كُلَّ يَوْمٍ إِلَى جَدِيدٍ لَمْ تَصِلْ إِلَيْهِ فِي الْيَوْمِ الَّذِي قَبْلَهُ، هَذِهِ الْيَدُ خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ الَّتِي تَتَسَوَّلُ الْمَعْرِفَةَ وَتَعِيشُ عَالَةً عَلَى فِكْرٍ غَيْرِهَا مِنَ الْأُمَمِ الَّتِي تُنْتِجُ الْعِلْمَ، الْيَدُ الْعُلْيَا هِيَ يَدُ الْأُمَمِ الَّتِي تُنْتِجُ الْمَعْرِفَةَ، وَالْيَدُ السُّفْلَى هِيَ يَدُ الْأُمَمِ الْمَغْلُوبَةِ الَّتِي تَسْتَوِرُ الْمَعْرِفَةَ وَهِيَ مَتَكِّئَةٌ عَلَى أَرِيكَتِهَا، كَمَا تَسْتَوِرُ لِقْمَةَ الْخُبْزِ، وَكَمَا تَسْتَوِرُ طَعَامَهَا وَشَرَابَهَا وَكِسَاءَهَا وَدَوَائِهَا وَسِلَاحَهَا، وَهَكَذَا نَفْهَمُ الْيَدَ الْعُلْيَا فِي الطَّبِّ وَالزَّرَاعَةِ وَالصَّنَاعَةِ وَالتَّجَارَةِ وَكُلِّ شَأْنٍ مِنْ شَأْنِ الْحَيَاةِ، فَالْأُمَمُ الْمُتَقَدِّمَةُ الْغَالِبَةُ فِي أَيِّ شَأْنٍ مِنْ شَأْنِ الْحَيَاةِ.



كلمة فضيلة الأستاذ الدكتور محمد عبد الرحمن الضويبي

وكيل الأزهر حفظه الله ورعاه

إن كلية الإعلام تواكب ما يجري على الساحة العالمية من قضايا وتعكس وعي وإدراك رجال الأزهر لقضايا أمتهم، مما يعكس وعي وإدراك رجال الأزهر لقضايا الأمة حاملين همومها في ظل الفوضى التي يشهدها العالم المعاصر، مضيئاً أن الإعلام هو الوسيلة التي تتقل حياة الناس السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، ومنها الأزمات التي تهددهم سواء أكانت صحية أم عقدية، ومن ثم مواجهتها وتفاذي أخطارها.

إن الإسلام وضع منهجاً ومبادئ لحل الأزمات، فقال تعالى في القرآن الكريم: «ونزلنا عليك تبياناً لكل شيء»، وهذه المبادئ تحمي الجميع من الأخطار دون تفرقة بين أبناء الوطن أيّاً ما كان دينه أو عقيدته، وأن وسائل الإعلام في مجتمعنا الإسلامي عليها أن تتصدى للأفكار والمؤامرات التي تحاول النيل من قيمنا وأخلاقنا إسهاماً منها في تماسك الأمة والحفاظ على هويتها، لافتاً إلى أن التطورات التكنولوجية في وسائل الإعلام الرقمي أحدثت نقلة في عالم الاتصال، أدت إلى تغيير جذري في استقبال المعلومات، لاغية الحدود الزمانية وفتاحة المجال لحرية التعبير ومانعةً من احتكار المعلومات.

كما أن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تشكيل القيم أو تغييرها لاسيما مع انتشار وتعدد تطبيقات وأساليب الإعلام الاجتماعي، كما أتاحت مناقشة كافة القضايا، حيث صارت وسيلة جديدة في خلق الرأي العام وتغيير نمط المعيشة والسلوك وطرف التفكير والحوار، وأن الإعلام الرقمي بمختلف وسائله يلعب دوراً مهماً في وقت الأزمات، حيث يستطيع الإعلام معالجة الأزمة بصورة موضوعية سعياً إلى تجاوزها في أقرب وقت، وعلى النقيض يمكن أن يزيد من التوتر والاحتقان بين أطراف الأزمة، مضيئاً أن هناك علاقة بين الإعلام والأزمة، حيث تؤدي الأزمة إلى مزيد من الأدوار والوظائف المنوطة بالإعلام من توضيح للحقائق ونفي للشائعات وإمداد الجمهور بالمعلومات التي تزداد درجة اعتمادهم عليها وقت الأزمات.

● معالجة مواقع الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية
واتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحوها
«دراسة تحليلية ميدانية»

- Addressing Russian newspaper sites of
the Russian-Ukrainian war And the attitudes of the
Egyptian community in Russia towards it
Field Analytical Study

● د/ شاهنده عاطف عبد السلام
مدرس الصحافة - كلية الإعلام جامعة بني سويف
Email: shahendaatef13@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد أهم القضايا التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، وكذلك رصد مدى موضوعية أو تحيز مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، والتعرف على اتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحو تغطية الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية، ورصد إلى أي مدى تثق الجالية المصرية في روسيا في معالجة الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية. وتتضمن هذه الدراسة إلى حقل الدراسات التحليلية الميدانية.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الكمي والكيفي، حيث استخدمته الباحثة كمياً في مسح عينة من الجالية المصرية في روسيا قوامها (150) مفردة، وعلى الصعيد الكيفي لتحليل المواد الصحفية المنشورة في عينة من مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية (موسكو تايمز- سبوتنيك) في الفترة من 20 فبراير 2022 إلى 20 فبراير 2023. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون ومقياس لوري هايكاوا لقياس موضوعية المواد الصحفية، كما أداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات من عينة من الجالية المصرية في روسيا؛ وذلك لصعوبة التواصل المباشر مع الجالية المصرية في روسيا.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: سجلت جملة الرأي المسندة المؤيدة في موسكو تايمز أعلى نسبة مئوية من إجمالي العينة بواقع 25.11%؛ حيث رصدت الباحثة استخدامها في إبراز التصريحات على لسان المسؤولين الروس في تأييد الحرب على أوكرانيا، فجاءت في شكل جمل رأي لا تعتمد على أرقام، أو بيانات، أو دلائل، أو حجج، ولكنها جمل رأي مرسله ومسندة على لسان صاحب التصريح وغير مجهلة المصدر، وتأتي جملة الرأي المسندة المؤيدة في الترتيب الخامس طبقاً لمقياس لوري هايكاوا للموضوعية الصحفية.

Abstract

The study aimed to monitor the most important issues highlighted by the sites of the Russian English-speaking newspapers in covering the Russian-Ukrainian war, as well as to monitor the extent of objectivity or bias of the sites of the Russian English-speaking newspapers in covering the Russian-Ukrainian war, and to identify the attitudes of the Egyptian community in Russia towards covering the Russian-Ukrainian war in the sites Russian newspapers, monitoring the extent to which the Egyptian community in Russia trusts the Russian-Ukrainian war on Russian newspaper sites, This study relies on the survey method, both quantitative and qualitative, as the researcher used it quantitatively to survey a sample of the Egyptian community in Russia consisting of (150) individuals, and at the qualitative level to analyze the journalistic materials published in a sample of Russian English-speaking newspapers (Moscow Times - Sputnik) in The period from February 20, 2022 to February 20, 2023. The study relied on the content analysis tool and the Lori Haikawa scale to measure the objectivity of journalistic materials, as well as the electronic questionnaire tool to collect data from a sample of the Egyptian community in Russia; This is due to the difficulty of direct communication with the Egyptian community in Russia.

The study reached a set of results, most notably: The affirmative opinion sentence in the Moscow Times recorded the highest percentage of the total sample, at 25.11%; Where the researcher monitored their use in highlighting the statements made by Russian officials in support of the war on Ukraine.

مقدمة:

تشكل الحروب كثيراً من التدايعيات والتحديات لوسائل الإعلام؛ إذ تتميز الحروب بالرهانات الكبيرة باختلاف وجهات النظر وتضارب المصالح وتشابكها بين الدول والشعوب، كذلك تتداخل عدة عوامل ذاتية، كالأمن القومي، والمصالح القومية والوطنية من جانب، مع الموضوعية والمهنية والأخلاق من جانب آخر، إلا أنه في وقت الحروب يكون الهدف الأساسي لإنجاح السياسة الوطنية والانحياز التام إلى الطرح السياسي والعسكري بشأن الحرب، وتُعد الحرب الروسية الأوكرانية مسرحاً واسعاً تتداخل فيه العمليات العسكرية مع المفاوضات الدبلوماسية مع الحروب الهجينة والسيبرانية، مع ظهور شبك الكساد والتضخم الاقتصادي العالمي، لتحظى هذه العمليات المتشابكة والمعقدة بتغطية مكثفة على مدار الساعة من وسائل الإعلام المحلية والدولية على السواء.

وقد أعلن الرئيس الروسي فلاديمير بوتين، صباح الخميس 24 شباط/ فبراير، أنه قرر تنفيذ عملية عسكرية خاصة في إقليم دونباس (شرقي أوكرانيا)، وقال إن بلاده لا تخطط لاحتلال الأراضي الأوكرانية، وقد بدأت القوات الروسية قصف أهداف في عدة مدن أوكرانية، بينها كييف العاصمة، وخاركيف¹، وذلك بالتزامن مع عبور وحدات روسية الحدود، ما تسبب في سقوط عدد من القتلى والجرحى، وتنفيذ عدد من العمليات العسكرية النوعية في أوكرانيا، مما نجم عنه تدمير للبنية التحتية الأوكرانية وعدد من المباني والمنشآت المدنية والعسكرية، ونقص في المواد الغذائية والإمدادات لكلا البلدين، مما انعكس على حركة التجارة الخارجية والاستيراد والتصدير من وإلى روسيا، وهي لاعب أساسي في سوق الغاز والنفط والقمح على مستوى العالم، مما أصاب العالم بحالة من الترقب والتوجس خشية الدخول في حرب عالمية ثالثة.

وعلى الجانب الآخر، أدت وسائل الإعلام في كلتا الجبهتين الغربية والروسية دوراً واضحاً

يتجاوز في حقيقته تلك الوظيفة الإخبارية التي تمد جمهورها المستهدف بتقارير موضوعية أو معلومات أمنية حول تطور الموقف، فبدا واضحاً أن كثيراً من وسائل الإعلام العالمية، حتى تلك التي حظيت بسمعة طويلة في إعلاء المعايير المهنية فيما تقدم من محتوى يعتمد قيم النزاهة والإنصاف والتوازن، لم يعد يلقي بالا بتلك القيم عندما يتعلق الأمر بصراعات ترتبط بها المصالح الاستراتيجية للدول التي تتبعها تلك المنافذ الإعلامية، أو ترتبط بشبكة مصالحها، حتى الإعلام الغربي الذي طور لسنوات عديدة صورة ذهنية راسخة فيما يتعلق بالتزاماته المهنية، شهد تحولات كبرى في مرحلة ما بعد 11 سبتمبر 2001، وبات - بحسب عديد من الدراسات المتعمقة والتقارير التحليلية - يتبنى في كثير من الأحيان السردية الرسمية، أو على الأقل لا يقدم في بعض المواقف المتعلقة بالصراعات الكبرى أو المواجهات الاستراتيجية ما تتضمنه تلك السردية الرسمية من أفكار وتوجهات².

وقد قدمت التغطية الإعلامية الغربية خلال الأزمة الأوكرانية الراهنة شواهد عديدة على تلك الفرضية، فاعتمدت تلك التغطية على مجموعة من الخطوط العريضة التي حددت بصورة كبيرة اتجاهات التغطية، واستعادت مفردات وأفكاراً تصور العالم أنها توارت منذ انتهاء مرحلة الحرب الباردة، بل ذهبت بعض وسائل الإعلام إلى إحياء خطاب دعائي كان سائداً في أجواء المواجهة إبَّان الحرب العالمية الثانية وقبلها؛ الأمر الذي عدَّ بمنزلة نذر حقيقية على أن أشباح الماضي تعود مجدداً إلى الحياة على الأقل في الخطاب الإعلامي، وأن ذلك يمثل بشائر على مواجهات محتدمة لا تتبئ بخير، لاسيما في ظل ما تحفل به الذاكرة العالمية من مأسٍ أعقبت انتشار ذلك الخطاب التصادمي.

ومن هنا، جاء اهتمام الباحثة برصد المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الروسي، ممثلة في مواقع الصحف الروسية الصادرة بالإنجليزية، وتغطيتها لأحداث الحرب الروسية الأوكرانية، وما تحمله من خطاب مختلف عن خطاب الإعلام الغربي، خاصة في حالة الاستقطاب السياسي والاقتصادي والجيوبولوتيكي بين الطرفين، وهو ما ينعكس بالتبعية على وسائل الإعلام في كل من الطرفين الروسي والغربي (أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية).

وقد ألفت هذه الأوضاع بظلالها على الجاليات العربية والأجنبية التي تعيش داخل روسيا أو أوكرانيا بغرض العمل أو الدراسة، أو المغتربين المقيمين، وبعض المهاجرين ومزدوجي الجنسية، وهنا اهتمت الباحثة بالتعرف على اتجاهات الجالية المصرية بروسيا نحو الحرب الروسية الأوكرانية، وتغطية وسائل الإعلام الروسية لها، وبحسب المصادر الرسمية من السفارة المصرية في روسيا، ووزارة الدولة للمصرين بالخارج، ورئيس الجالية المصرية بروسيا³، فإن عدد المصريين في روسيا يزيد عن 50 ألف مصري في جميع أنحاء روسيا، أغلبهم من الطلاب الذين يدرسون في الجامعات الروسية في عدد من التخصصات.

وتُعنى هذه الدراسة بالتعرف على معالجة مواقع الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية، واتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحوها، وتستخدم الدراسة التحليل الكمي والكيفي في رصد مؤشرات المعالجة والتغطية الإعلامية لأحداث الحرب في الصحافة الروسية، وما يتضمن داخل هذه المعالجة والتغطية من تحيزات غير موضوعية، واستمالات عاطفية ومنطقية، وكذلك من حيث القوالب الصحفية المستخدمة، ومصادر الأخبار، إضافة إلى اختبار الموضوعية بتطبيق مقياس "لوري هايكاوا"، ثم تنتقل الدراسة لاستخدام أداة الاستبانة بتطبيقها على عينة من الجالية المصرية في روسيا للتعرف على اتجاهاتهم نحو الحرب الروسية الأوكرانية، وإن كانت هذه الاتجاهات إيجابية أم سلبية، والمؤشرات التي تدل عليها.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول: دراسات اهتمت بالإعلام الروسي بشكل عام من حيث طرق المعالجة والقضايا.

المحور الثاني: دراسات اهتمت بالتغطية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية.

المحور الثالث: دراسات اهتمت بالعلاقة بين وسائل الإعلام والجاليات الأجنبية والمغتربين.

المحور الأول: دراسات اهتمت بالإعلام الروسى بشكل عام من حيث الوسائل وطرق المعالجة والقضايا

ألقت دراسة هشام علي حسين (2023)⁴ الضوء على أشكالية خصوصية نصوص وسائل الإعلام الروسية المعاصرة، فعند ترجمة مصطلحات وسائل الإعلام الروسية إلى اللغة العربية، يتجلى بشكل واضح التناقض المعجمي والمصطلحي للغات غير المختلفة أو غير المتجانسة، لذلك، فإن هذه الدراسة تقدم وصفاً لأمثلة تبين أهمية تحديد مصطلحات وسائل الترجمة من الروسية إلى العربية، وتقدم في نتائجها مقترحاً بتطوير نموذج للترجمة من وسائل الإعلام الروسية إلى اللغة العربية، يمكن من خلاله تفادي التناقض المعجمي والاصطلاحي؛ تقديم عدد من الكلمات الدالة والمفتاحية، ومصطلحات تستخدم بكثرة في وسائل الإعلام وترجمتها من وإلى الروسية.

واستهدفت دراسة Crilley, R., Gillespie, M (2022)⁵ التعرف على خصائص جمهور قناة RT الروسية (روسيا اليوم)، التي تمولها الدولة، وأنماط معالجتها الإعلامية للقضايا المختلفة، كما هدفت الدراسة إلى تحليل منشورات القناة على مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي والكيفي، والدراسة التحليلية والميدانية، وخلصت إلى: أن قناة روسيا اليوم جذبت كثيراً من الاهتمام كمزود للدعاية الروسية، سواء على صعيد البث التليفزيوني أو موقع الويب ومحتوى الوسائط الاجتماعية، وباستخدام الأساليب الحسابية الاحتمالية، أظهرت الدراسة أنه من المرجح أن يكون متابعو RT أكبر سناً وذكوراً أكثر من الإناث، وأن مديري حساب القناة على شبكة Twitter روبوتات تعتمد على الذكاء الاصطناعي في التغذية والتغذية المرتدة.

وحاولت دراسة إنجي أبو العز (2022)⁶ التطرق إلى علاقة الجمهور الروسي بوسائل الإعلام الروسية، خاصة القنوات التليفزيونية والمواقع الإلكترونية، للتعرف عن قرب على درجة اهتمامهم بأخبار مصر المقدمة عبر تلك الوسائل من ناحية، وقياس آثار التعرض على المزاج العام لدى المواطن الروسي تجاه مصر، وفق معطيات نظرية إدارة المزاج العام، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج، منها: أن التليفزيون الروسي احتل المرتبة الأولى من حيث المتابعة وكثافة استخدامه بالنسبة للجمهور الروسي للحصول على الأخبار والمعلومات، يليه في التفضيل الإنترنت والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي،

كما اهتم غالبية الباحثين الروس بما تقدمه القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية من تغطيات إخبارية وبرامجية عن أخبار مصر؛ مما يشير إلى مكانة مصر لدى الجمهور الروسي، فقد جاءت المضامين "الاجتماعية" و"الترفيهية" في المرتبة الأولى من حيث المضامين التي يفضل الباحثون الروس معرفتها عن مصر في تلك الوسائل.

أما دراسة Alexey Kovalev, Meduza.io, Riga, Latvi (2021)⁷ فهدفت إلى استكشاف التأثير المزدوج لضغوط السوق والضغوط السياسية على الصحفيين، وما نتج عن ذلك من طابع الذاتية على الصحف في روسيا، خاصة بالتركيز على كيفية تأثير هذه الضغوط في بيئة العمل التي يتعين على الصحفيين القيام بها، والتفاعل مع الأخبار التي ينتجونها وجودتها، وخرجت الدراسة بعدة نتائج، منها: أن السياق السياسي والاقتصادي لتجميع الأخبار التجارية له تأثير كبير على وسائل الإعلام في روسيا، مما يضطر الصحفيين إلى التضحية ببعض جوانب جودة الصحافة من أجل زيادة جمهورها.

واستهدفت دراسة إسراء يوسف (2021)⁸ رصد آليات معالجة الإعلام الروسي للأزمة السورية، من خلال تحليل نشرات الأخبار بقناة روسيا اليوم، وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن الأزمة السياسية الجارية في سوريا أسفرت عن قدر كبير من التغطية الإعلامية من جانب الصحفيين الذين لا يتزعمون أي نشاط، فقد دافعت التغطية عن شرعية حكومة بشار الأسد، في حين دعمت في الوقت نفسه التطلعات السياسية لقوات المعارضة السورية، وهذه المواقف المتباينة التي تنعكس في التغطية الإعلامية يمكن أن تُعزى في كثير من الأحيان إلى جهات فاعلة حكومية أكبر، وهي في هذه الحالة السياسات الخارجية لروسيا، وناقشت الدراسة اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام لتغطية النزاع السوري من أجل الإيحاء بأن وسائل الإعلام تستخدم للتلاعب بتصورات قرائها من أجل التعبير عن بعض المواقف السياسية الأجنبية.

وجاءت دراسة صبرينة آيت عبد الله (2021)⁹ لتتناول التغطية الإعلامية للأحداث العربية في وكالات الأنباء الأجنبية، مع التركيز بدرجة أكبر على الأزمة السورية في وكالة تاس الروسية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، بالتطبيق على مجموعة من البرقيات التي تناولت الأزمة السورية، بالاستعانة بمجموعة من الفئات، أهمها:

الموضوعات الأكثر تناولا في وكالات الأنباء محل الدراسة فيما يخص الأزمة السورية، والشخصيات المتعلقة بالأزمة السورية الأكثر بروزاً في وكالات الأنباء محل الدراسة، ومصادر المعلومات، واتجاه وكالات الأنباء محل الدراسة نحو مجموعة من القضايا المهمة التي ميزت الأزمة السورية، وخلصت الدراسة إلى تباين اتجاهات الوكالات محل الدراسة من حيث التوظيف الإعلامي للتغطية، ومعالجتها حسب نمط ملكية الوكالة والسياسية الدولية التي تتبعها دولة الوكالة.

وخرجت دراسة (Vartanova, E. (2019)¹⁰ بتحليل ومناقشة طبيعة التغيير الاقتصادي في وسائل الإعلام الروسية، من حيث استخدام المقاربات المفاهيمية المؤثرة في صناعة الإعلام الروسية، التي وضعها علماء الإعلام الروس والأجانب، مع الأخذ في الاعتبار كلاً من التقاليد الاقتصادية لوسائل الإعلام ونهج الإعلام الانتقالي، مع التركيز على تحليل البيانات كذلك، وخرجت الدراسة التتبعية باستعراض لتاريخ صناعة الإعلام الروسي في العقود الماضية، بهدف رصد مؤشرات السوق الرئيسية، ومناقشة الوضع الحالي لصناعة الإعلام الروسي، بالتركيز على اتجاهات مثل: التسويق، والرقمنة، وإلغاء التنظيم، مع مراعاة خصوصياتها الوطنية. وجادل المؤلف بأن التغيير الاقتصادي لوسائل الإعلام في روسيا ما بعد الاتحاد السوفيتي ينتج حالة بحثية مثيرة للاهتمام عن صناعة الإعلام، تتميز بكل من الميزات العالمية المدفوعة بالسوق والمحددة على المستوى الوطني. وهدفت دراسة (Shatalova, L (2018)¹¹ إلى دراسة حقول الدلالة في لغة الإعلام الروسي، فاستعرضت نتائجها الأزدراء كنوع متكرر من البيانات التقييمية في الخطاب الإعلامي الروسي المعاصر، الذي يستخدم مدونة معينة للمعاني التحقيرية لها خصائص مختلفة، فهي غير متجانسة، ويمكن أن تعبر عن درجة أو شدة مختلفة من السلبية، وتُشكل مجالاً دلاليًا من التحقير في اللغة الروسية، واعتمدت الدراسة على التحليل الوصفي، والتحليل السياقي، وأشار التحليل المعقد لهيكل المجال التحقيري الدلالي الوظيفي للنصوص الإعلامية الروسية الحديثة إلى أن المنشورات غالباً ما تستخدم المحيط القريب والبعيد من الأزدراء، والوحدات المعجمية للمركز من مجال التحقير، وهي

مستويات متنوعة ومتعددة تتبثق من مقاييس عدم الموضوعية التي تتسم بها عينة الدراسة من الإعلام الروسي.

واهتمت دراسة وائل فهيم (2017) برصد استخدامات الصحفيين للعبارة السائرة في الصحافة الروسية والعربية، وتقديم تحليل بنوي لهذه الاستخدامات، واتخذت الدراسة عينة من الصحف الروسية ومن الصحف العربية، وخلصت الدراسة إلى قيام الصحفيين بتغيير بنية العبارات السائرة لعدة أغراض، أهمها جذب اهتمام القارئ، إذ يعد ذلك أحد أساليب اللعب بالكلمات، وإحداث ما يعرف بتأثير "خداع التوقع"، ونتيجة تحليل مادة البحث، وجدت عدة صور لتلك التحولات في بنية العبارات السائرة، منها: إبدال إحدى الوحدات اللغوية، وإضافة وحدات لغوية، وحذف وحدات لغوية، وتحويل الجملة الخبرية أو التعجبية لاستفهامية، وتحويل الجملة الخبرية لتعجبية¹².

المحور الثاني: دراسات اهتمت بالتغطية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية اهتمت دراسة هبة الله نصر (2023)¹³ بالكشف عن كيفية توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني، وتحقق هذا التوظيف عبر عدد من الآليات، أولها الاستخدام الانتقائي للحقائق عن طريق الإخفاء المتعمد لبعض الحقائق كنوع من الإخفاء الإيديولوجي، وثانيهما التكرار المتعمد للمفردات الدعائية التي تدعم الموقف الروسي لتبرير الحرب، وثالثها تقديم الرأي على أنه حقيقة، واستخدمت الدراسة التحليل الكيفي لكشف طبيعة الآليات المؤلفة في توجيه سرديات الخطاب الدعائي الروسي، من خلال توظيف تصريحات الرئيس الروسي "بوتين" قبل وأثناء الحرب، واختتمت الدراسة بتقديم تقييم للدعاية الروسية في تبريرها للحرب الأوكرانية، فقد أجادت الدعاية الروسية في توظيف نظرية السرد وفقاً لمعطياتها لخدمة الخطاب الدعائي، فاعتمدت الدعاية الروسية على توظيف أساليب العقلانية السردية والعاطفة السردية وفقاً لنظرية السرد.

وعن كيفية فهم مشاهدي الإعلام التليفزيوني والإعلام الرقمي المتقاطع CROSS media للصراع الروسي الأوكراني، جاءت دراسة (Alyukow, M (2021)¹⁴، فاعتمدت على أداتي المجموعات البؤرية والمقابلات المتعمقة مع 8 مجموعات من

مشاهدي التلفزيون الروسي، من خلال عرض الأخبار في أوقات الذروة حول الصراع بين روسيا وأوكرانيا، باختيار 3 نشرات رسمية للمبادئ السردية الأساسية في روسيا، مثل تصوير تغير النظام في أوكرانيا، وتمثيل الحرب في شرق أوكرانيا على أنها صراع بين المتمردين، وتأطير الصراع الروسي الأوكراني على أنه صراع بين روسيا والغرب، واستنتجت الدراسة أن المواطنين الروس عينة الدراسة يقيمون الأخبار التلفزيونية الداعمة للدولة الروسية على أنها أكثر مصداقية عند تعزيزها بسرديات مماثلة في وسائل الإعلام الرقمية الروسية أيضاً.

كذلك تناولت دراسة (Sergei A (2022)¹⁵ المعالجة الصحفية للحرب الروسية الأوكرانية ودور بيلاروسيا في الصراع القائم، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح، باختيار عينة عمدية من 3 صحف أوكرانية وروسية وبيلاروسية قوامها 98 مادة صحفية، كما استخدم الباحث نظرية الأطر، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز الأطروحات التي اعتمدت عليها الصحافة الروسية هي اعتبارات الأمن القومي، وظهر من خلال التحليل الكيفي والكمي للصحف عينة الدراسة انحياز بيلاروسيا للجانب الروسي، وتأييده في الحرب ضد أوكرانيا، وجاء إطار الصراع في المرتبة الأولى في الصحافة الروسية، بينما جاء إطار الجانب الإنساني في المرتبة الأولى في الصحافة الأوكرانية، وجاء إطار المساعدة والدعم أول إطار في الصحافة البيلاروسية.

وتوصلت نتائج دراسة (Geissler, D., Bär (2022)¹⁶ تعمد الحكومة الروسية السيطرة المباشرة على وسائل الإعلام الحكومية ومواقع التواصل الاجتماعي لتؤدي ثلاث وظائف رئيسية، للإسهام في الدعاية السياسية الروسية، وهي التعبئة الداخلية لتوظيف السياسات الخارجية والأمنية، وعرض وجهات النظر الرسمية للجمهور، والتأثير في الجمهور الخارجي من خلال الدعاية، وأشارت الدراسة إلى عدم تحلي وسائل الإعلام الروسية بالمهنية ومقاييس الموضوعية في معالجة وتأطير أخبار الصراع الروسي الأوكراني، أو صراع روسيا مع جزيرة القرم.

كما ألفت دراسة (J Pavlik (2022)¹⁷ الضوء على أطر تقديم تداعيات الغزو الروسي لأوكرانيا على وسائل الإعلام الروسي، من حيث الأطر المقدمة في وسائل الإعلام لأخبار

الحرب، وتوظيف هذه الأطر بشكل سلبي أو إيجابي أو متوازن، كما بحثت هذه الدراسة في المدخل النظري الموحد الذي قدمت من خلال وسائل الإعلام الروسي عينة الدراسة، من الصحف الروسية لأسباب ونتائج هذه الحرب على صعيد استخدام الأرقام والبيانات، وكيفية استخدامها في تبرير الحرب، وخلصت الدراسة إلى توظيف الإعلام الروسي 10 أطر إخبارية، منها إطار الصراع والأنا والآخر، والحرب مع الغرب، والأمجاد التاريخية لروسيا.

واهتمت دراسة (Dan, Ciuriak) (2022)¹⁸ بتحليل كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سلاحاً في المجهود الحربي لكلا الجانبين، وإلى أي تأثير من حيث التقنيات وقدرات الدعاية على إكساب القوة في البيئة الرقمية الجديدة، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن لدراسة الفوارق في استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي بين مواقع facebook و youtube، وخلص البحث إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية جداً لتشكيل الرأي العام عندما تكون مساحة المعلومات محل نزاع، كما هو الحال في الإنترنت الأكثر انفتاحاً في معظم أنحاء العالم.

واستهدفت دراسة سحر عبد المنعم (2022)¹⁹ التعرف على أطر التغطية الصحفية لأحداث الحرب الروسية الأوكرانية في عينة من الصحف الأجنبية والعربية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون، وتمثلت عينة الدراسة في صحف (واشنطن تايمز، وترود الروسية، والرياض، السعودية)، وأشارت نتائج الدراسة إلى تنوع أنماط القوالب الصحفية المستخدمة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية في الصحف عينة الدراسة، وقد جاء الخبر في الترتيب الأول بنسبة 69%، ثم التقرير بنسبة 24.9%، يليه المقالات الصحفية بنسبة 5.5%، وجاءت الأطر العسكرية والأمنية في مقدمة أنواع الأطر المستخدمة بنسبة 30.6%، يليها الأطر السياسية بنسبة 28.6%.

وتبلورت مشكلة دراسة رباب البصراي (2022)²⁰ في التعرف على المعالجة الإعلامية للحرب الروسية- الأوكرانية، وذلك من خلال التعرف على الكيفية التي تناولت بها وسائل الإعلام المختلفة حول العالم ظاهرة الحرب، وكيف تعاملت مع الروايات المختلفة لطرفي

النزاع، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، من خلال المسح الاجتماعي بالعينة، بالتطبيق على عينة من طلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية، واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة، وأكدت نتائج الدراسة الميدانية التي أُجريت على عينة من طلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية، أن المعالجة الإعلامية للحرب لم تكن محايدة ولا موضوعية ولا مهنية، نتيجة سيطرة القوى الرأسمالية الغربية على وسائل الإعلام العالمية، وتسخيرها لصالحها، كما أكدت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الإلكتروني، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، قدمت معالجة كافية للحرب، لكن هذه المعالجة اتصفت بعدم الحياد والموضوعية والمهنية، نظراً لتأثير القوى السياسية والاقتصادية الغربية على هذه الوسائل الإعلامية.

وهدفت دراسة نها غالي (2022)²¹ إلى التعرف على مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا من مصادر المعلومات في أوقات الأزمات (الحرب الروسية الأوكرانية نموذجًا)، والمعايير المؤثرة في تلك المصدقية من وجهة نظر الجمهور في المجتمع المصري، وطُبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة، من الجمهور في مدينتي الإسكندرية ودمنهور، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، من بينها ما يلي: اتضح أن متغير المصدقية في مواقع التواصل الاجتماعي ينبثق عنه عدد من المتغيرات الفرعية، بعضها يرتبط بالمرسل، وبعضها بالمتلقي، وبعض آخر بالوسيلة، كما أوضحت النتائج أن استخدامات عينة الدراسة من المبحوثين في فئة مستوى التعليم المتوسط، أو مستوى التعليم العالي، لمواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, YouTube) عالية في مجملها؛ إلا أن فئة مستوى التعليم المتوسط تفوقت على فئة مستوى التعليم العالي في استخدام التطبيقات.

واستهدفت دراسة سامح الشجري (2022)²² التعرف على السمات التحريرية والموضوعية للتناول الخبري للمواقع الإخبارية المصرية للحرب الروسية الأوكرانية، وذلك من خلال دراسة تحليلية لمواقع (المساء، ومستقبل وطن نيوز، واليوم السابع الإخبارية)، وتوصلت إلى نتائج أهمها: أن الخبر القصير جاء في صدارة القوالب الإخبارية لتقديم التغطية الخبرية للحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الدراسة، يليه التحليل الأخباري، ثم

القصة الإخبارية، كما لاحظ الباحث وجود خلل في بعض المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة، فلم يعتمد موقع المساء على أي من المصادر الصحفية الخارجية، وكالات الأنباء العالمية والعربية، والقنوات الفضائية، والمواقع الإخبارية، واكتفت بالنقل عن الوزراء والمسؤولين الأجانب دون ذكر المصدر الذي نقلت عنه، على العكس من ذلك، كان موقع الوطن نيوز منطقيًا في اعتماده على كل من وكالات الأنباء العربية والعالمية، أما موقع اليوم السابع فقد اعتمد في أكثر من نصف تغطيته على محرر الموقع رغم أن الحدث خارجي ويتطلب وجود مصدر للموقع، واتضح أن الصراع هو الإطار الخبيري الأساسي لتغطية الحرب الروسية الأوكرانية.

وجاءت دراسة Pasitselska, Olga (2022)²³ لتقييم مصادر المعلومات خلال الحرب الروسية الأوكرانية، إذ تؤدي التفاعلات الاجتماعية دوراً مهماً للتوسط في ثقة الجماهير أثناء التفاوض على المعلومات المتنازع عليها المنتشرة عبر وسائل الإعلام، واستخدمت هذه الدراسة مجموعات النقاش المركزة والمقابلات الفردية، التي أُجريت في بيئة مشبعة بالدعاية للنزاع الروسي الأوكراني، للتحقيق في كيفية تطوير الجماهير والتفاوض حول الممارسات لتعيين الثقة للمصادر الاجتماعية، وحددت الباحثة ثلاث ممارسات تحقق، يستند كل منها إلى مفهوم مختلف للثقة البراغماتية: الاعتماد على مصادر قريبة إيديولوجياً، والشك تجاه المصادر الفردية مع الوثوق بوسائل الإعلام كمؤسسة، أو انعدام الثقة المؤسسية وخيبة الأمل الساخرة.

المحور الثالث: دراسات اهتمت بالعلاقة بين وسائل الإعلام والجاليات الأجنبية والمغتربين تحددت المشكلة البحثية في دراسة دعاء البنا (2022)²⁴ في تناول دور الإعلام الشبكي، محدداً في شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، بالاعتماد على تحليل الخطاب المنتج بالصفحة الرسمية للمبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" على شبكة فيسبوك، واعتمدت الدراسة على منهج الانتوجرافيا الافتراضية أو الرقمية (Virtual or Digital Ethnography) في تحليل رسائل المبادرة المنتجة عبر صفحتها على شبكة فيسبوك، واعتمدت الباحثة على نظرية ثراء الوسيلة إطاراً نظرياً للدراسة، كما استخدمت المسح

الشامل لأشكال رسائل الخطاب المنتج للمبادرة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها: رصد موضوعات الخطاب المنتج للهوية الوطنية وأهدافه عبر الصفحة الرسمية للمبادرة على فيسبوك، ونجاح المبادرة في تحقيق عديد من أهدافها في التواصل الفعلي مع أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وتعلمهم التحدث باللغة العربية، وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف عناصرها من اللغة والتاريخ والثقافة والقيم والعادات والتقاليد لدى المستخدمين أعضاء الصفحة من أبناء المصريين المغتربين في دول العالم.

وتعد دراسة نورة حمدي (2021)²⁵ دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الحتمية التكنولوجية، وهدفت إلى التعرف على علاقة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول مصدرًا للمعلومات باتجاهات المصريين المغتربين في السعودية نحو (لقاح فيروس كورونا المستجد)، وطُبِّقت على عينة بطريقة كرة الثلج الشبكية بواقع 300 مفردة من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية، وتطبيق استبانة إلكترونية على العينة، ويعد هذا البحث وصفيًا في إطار منهج المسح بالعينة، وتمثلت أهم النتائج في أن نسبة المصريين المغتربين بالسعودية الذين يعتمدون على صحافة الهاتف المحمول في الحصول على معلومات عن لقاح فيروس كورونا المستجد بدرجة مرتفعة بلغت 56%، وجاءت في المرتبة الأولى، وجاء في الترتيب الأول للتأثير المعرفي عبارة (أصبحت أكثر معرفة بلقاحات فيروس كورونا) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي 1.44.

وجاءت دراسة Rauchfleisch, A (2020)²⁶ لتلقي الضوء على إمكانية المستخدمين في الوصول إلى الأخبار من جميع أنحاء العالم، بتدويل استهلاك الأخبار من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، مثل Twitter، إذ يشارك المستخدمون الأخبار من مختلف البلدان، خاصة من الجاليات المختلفة في البلدان الأجنبية التي يعيشون فيها، وتتبع الدراسة مشاركات URL لمواقع وسائل الإعلام الإخبارية السويسرية على الإنترنت لمدة شهرين على Twitter، ثم دمج الباحثون هذه البيانات مع هياكل المتابعين للمستخدمين في شبكة Twitter بعدد 355197 تغريدة مع عدد 64170 مستخدمًا، واستقر البحث إلى ظهور مجتمعات من الجمهور المحلية والأجنبية داخل البلد الواحد، من خلال تحليل الشبكة الاجتماعية، ومن ثمَّ التمكن من تحديد ومقارنة حسابات وسائل الإعلام

الإخبارية على Twitter لمجتمعات الجمهور المحلية والأجنبية فيما يتعلق بأنماط الاستخدام العابرة للدول.

وهدفت دراسة علاء محمد عبد العاطي (2015)²⁷ إلى رصد ومعرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الأفراد من الجاليات العربية على وسائل الإعلام الحديثة خلال ثورة 30 يونيو 2013، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن القنوات الإخبارية العربية مثل قناة العربية جاءت في مقدمة وسائل الإعلام التي تابع من خلالها أفراد الجالية المصرية المقيمة في مملكة البحرين أثناء ثورة 30 يونيو 2013 أحداث الثورة وأخبارها، يليها الصحف المصرية الخاصة بنسختها الإلكترونية، مثل اليوم السابع لتحل بذلك الترتيب الثاني، ثم القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية مثل BBC البريطانية وقناة الحرة الأمريكية في الترتيب الثالث، وتعددت العوامل التي دفعت أفراد العينة إلى متابعة وسائل إعلامية بعينها أثناء الثورة، وجاء من أهم هذه العوامل وفقاً لتقديرات أفراد العينة سرعة نقل الأحداث ومتابعتها بصورة مستمرة لتغطية جميع تطوراتها.

وأشارت دراسة محمود جمال (2015)²⁸ إلى الإسهام الذي يمكن أن تؤديه المواقع الإلكترونية للصحف، والمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية في إمداد أبناء الجالية المصرية في الدول العربية بالمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر، ودراسة التأثيرات الناتجة عن اعتماد هذه الجاليات على هذه المواقع، إضافة إلى دراسة مضمون تلك المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية، للوقوف على كيفية معالجتها لهذه الموضوعات، وأوضحت النتائج أن (القنوات الفضائية العربية) جاءت في مقدمة ترتيب أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على المعلومات عن الأحداث السياسية في مصر بوزن مئوي 14.2%، ثم (مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بنسبة 12.9%، ثم (المواقع الإلكترونية للصحف) في المرتبة الثالثة بوزن مئوي 12.5%، وأخيراً (الصحافة الأجنبية) بوزن مئوي 2.9%.

التعليق العام على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

1. لاحظت الباحثة أن نظرية الأطر الإعلامية أكثر النظريات المستخدمة في الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية.
2. قلّة الدراسات العربية والأجنبية التي تربط بين المعالجة الإعلامية للحروب واتجاهات الجاليات الأجنبية نحوها، وعدم الاهتمام بدراسات اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو وسائل الإعلام.
3. جاءت نتائج أغلب الدراسات السابقة لتدعم السردية الدعائية للخطاب الإعلامي الروسي تجاه الحرب الروسية الأوكرانية.
4. ندرت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دراسة المعالجة الإعلامية للأزمة الروسية الأوكرانية من خلال نظرية التهيئة المعرفية وتحليل التغطية بناء على مقاييس الموضوعية.
5. حظي موقع وقناة روسيا اليوم بالمرتبة الأولى في عينات الدراسات السابقة التي تناولت الإعلام الروسي.
6. كشفت الدراسات السابقة عن هيمنة الإعلام الروسي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في روسيا.
7. لاحظت الباحثة اهتمام باحثي اللسانيات بدراسة لغة خطاب الإعلام الروسي وترجمتها لما ينتج عنها من أخطاء معجمية ودلالية.
8. استنتجت الباحثة من الاستعراض العام للدراسات السابقة تنوع أدوات الدراسات الميدانية في الدراسات السابقة، بين المقابلة ومجموعات النقاش المركزة والاستبانة، بينما لم تتنوع أدوات الدراسة التحليلية وغالباً ما اقتصر على تحليل المضمون وتحليل الدلالة.
9. تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة، بين المنهج المقارن ودراسة الحالة، وجاء أغلبها معتمداً على منهج المسح.

مشكلة الدراسة:

تتبلور المشكلة البحثية في هذه الدراسة حول التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية للحرب الروسية الأوكرانية، بغرض التعرف على ما تتضمنه

هذه المعالجة والتغطية من تحيزات غير موضوعية واستمالات عاطفية ومنطقية، وكذلك من حيث القوالب الصحفية المستخدمة، والمصطلحات، ومصادر الأخبار، إضافة إلى اختبار موضوعية المعالجة الخبرية بتطبيق مقياس "لوري هاياكاوا"، كما تتبلور المشكلة البحثية للدراسة الميدانية في التعرف على اتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحو المعالجة الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية، ويمكن بلورة المشكلة البحثية في تساؤل رئيسي هو: (كيف عالجت مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية أخبار الحرب الروسية الأوكرانية، وما اتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحو هذه المعالجة؟).

أهمية الدراسة:

- تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية عينة الصحف التي تتناولها الدراسة بالبحث، فقد ندر تحليل المضمون وتحليل الخطاب للصحف الروسية، فيما عدا دراسة واحدة في الدراسات السابقة.
- تتجلى أهمية الدراسة في أهمية دراسة اتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحو أخبار الحرب المقدمة في الصحف الروسية، فقد وجدت الباحثة قلّة اهتمام بدراسات الجاليات واتجاهاتها نحو المعالجات الإعلامية للقضايا.
- تعد الدراسة ذات أهمية كبيرة نظراً لحدثة الموضوع وأهميته على الساحتين الدولية والإعلامية.

أهداف الدراسة:

- 1- رصد أهم القضايا التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية.
- 2- رصد درجة موضوعية أو تحيز مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية.
- 3- الكشف عن الاستمالات العاطفية والمنطقية المستخدمة في التغطية الإخبارية مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية.
- 4- التعرف على مصادر الأخبار التي استخدمتها مواقع الصحف عينة الدراسة في معلوماتها تجاه الحرب الروسية الأوكرانية.

- 5- الكشف عن أهم مواقع الصحف الروسية الأكثر متابعة من قبل الجالية المصرية في روسيا.
- 6- التعرف على اتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحو تغطية الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية.
- 7- رصد مستوى ثقة الجالية المصرية في روسيا في معالجة الحرب الروسية الأوكرانية بمواقع الصحف الروسية.
ولتحقيق هذه الأهداف، ترجمتها الباحثة وحولتها لمجموعة من التساؤلات، على النحو الآتي:
تساؤلات الدراسة التحليلية:
- 1- ما أبرز القوالب التحريرية التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية؟
- 2- كيف عالجت مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية الحرب الروسية الأوكرانية من حيث قيم الموضوعية أو التحيز؟
- 3- ما أبرز مصادر الأخبار التي استخدمتها مواقع الصحف عينة الدراسة في معلوماتها تجاه الحرب الروسية الأوكرانية؟
- 4- ما أهم الاستمالات العاطفية والمنطقية المستخدمة في التغطية الإخبارية بمواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية؟
تساؤلات الدراسة الميدانية:
- 5- ما أهم مواقع الصحف الروسية الأكثر متابعة من قبل الجالية المصرية في روسيا؟
- 6- ما اتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحو تغطية الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية؟
- 7- إلى أي درجة تثق الجالية المصرية في روسيا في معالجة الحرب الروسية الأوكرانية بمواقع الصحف الروسية؟
- 8- لماذا تتابع الجالية المصرية في روسيا أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية؟

الدراسة الاستطلاعية: الدراسة الاستطلاعية:

أجرت الباحثة دراسة استطلاعية لاستهداف ما يلي:

- تحديد مواقع الصحف عينة الدراسة.
- تحديد الفترة الزمنية للدراسة.
- الاقتراب من مجتمع البحث ومشكلته بشكل أكثر واقعية.
- وأجرت الباحثة دراسة استطلاعية*¹ أولية على عدد من مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية بهدف حصر هذه المواقع، التي تعمل بشكل دوري ومستمر ولم تعطلها الحكومة، وحددت الباحثة مجموعة من المعايير التي ستختار على أساسها مواقع الصحف الروسية عينة الدراسة، وهي:
- أن يكون للصحيفة موقع إلكتروني متاح على شبكة الإنترنت.
- أن تكون مهتمة تغطية ومعالجة أحداث الحرب الروسية الأوكرانية.
- أن يتوفر للموقع أرشيف إلكتروني متاح بالمجان يوفر الخدمات الإخبارية للصحيفة على موقع الإنترنت.
- أن يتيح الموقع إمكانية التقل في لغة المحتوى بين الروسية والإنجليزية، وذلك لعدم قدرة الباحثة على تحليل المواد الخبرية باللغة الروسية.
- واستهدفت الدراسة الاستطلاعية التعرف على آليات التغطية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية، وذلك من حيث:
- كثافة تغطية أحداث الحرب الروسية الأوكرانية في الصحف الروسية.
- دور المصادر في بناء التحيزات تجاه أحداث الحرب في مواقع الصحف عينة الدراسة.
- تأثير الثقافة المحلية والعالمية على تقديم القضية عينة الدراسة.

¹ أجرت الباحثة دراسة استطلاعية على عدد من الصحف الروسية، هم: Sputnik و Moscow gazeta.ru و polit.ru و Rbc.ru و Lenta.ru و Mail.ru news و Yandex news و times utro.ru و lenta.ru و vesti.ru وذلك في الفترة من 15 ديسمبر 2022: 15 يناير 2023.

وقد أسفرت الدراسة الاستطلاعية عن عدة نتائج أولية ومؤشرات أفادت الباحثة في تحديد وبلورة المشكلة البحثية، وصياغة الأهداف والتساؤلات، وتحديد عينة الدراسة من وكالات الأنباء، وتحديد عينة الدراسة من القضايا، وكان أبرز هذه المؤشرات ما يلي:

1- كشفت الدراسة الاستطلاعية عن كثافة تغطية مواقع الصحف الروسية باللغة الإنجليزية للأخبار.

2- جاء الصراع السياسي بين روسيا وأوكرانيا في مقدمة القضايا التي اهتمت مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية بتقديمها.

3- قَدِّمَ موقع سبوتنيك الروسي بالإنجليزية تغطيات متنوعة لأحداث الحرب بين التغطيات العسكرية والسياسية والاقتصادية والإنسانية.

4- كما قَدِّمَ موقع وكالة موسكو تايمز المعالجة الإعلامية من خلال التنوع في القوالب والأشكال التحريرية.

5- أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية من خلال مؤشرات مبدئية الكثافة العددية لاستخدام المواقع الصحفية عينة الدراسة التحليلية للإنفوجراف والرسوم البيانية.

وبناء على الدراسة الاستطلاعية حددت الفترة الزمنية للدراسة: وهي الفترة من 20 فبراير 2022 (تاريخ بداية العمليات العسكرية من قبل روسيا على الأراضي الأوكرانية)، إلى 20 فبراير 2023 (انتهاء المجال الزمني للدراسة).

وبناء على الدراسة الاستطلاعية حددت عينة المواقع محل الدراسة، وهي:

- موقع سبوتنيك.

- موقع موسكو تايمز.

الإطار النظري للدراسة

نظرية التهيئة المعرفية:

تعتمد نظرية التهيئة بأساسها على علم النفس المعرفي، الذي يتناول تأثيرات وسائل الإعلام في أفكار الجمهور ومشاعره وأحكامه إزاء بعض القضايا خاصة السياسية منها.

وأكد جوزيف كلابر "Joseph Klapper" وجود نموذج التأثيرات المحددة لوسائل الإعلام، وذلك بناء على الأدلة التي كانت متاحة لديه، ولكن في الوقت الحالي، ومع تقدم طرق التصميم والقياس والتحليل في الدراسات الإعلامية الحديثة، والفهم الأعمق

لعملية تمثيل المعلومات لدى الأفراد، فإن نموذج التأثيرات المحددة قد أفسح المجال أمام مجموعة واسعة من مداخل التأثيرات القوية لوسائل الإعلام، مثل: مداخل الإقناع، ونظرية الأطر الخبرية، والتهيئة المعرفية، ووضع الأجندة، وفي الفترة الأخيرة خضعت بحوث الاتصال السياسي والإعلام الدولي لدراسة كيفية إدراك الأفراد للمعلومات السياسية وتقييمها وتخزينها واستدعائها أو استخدامها، والدور المتميز لوسائل الإعلام في هذه العملية²⁹.

نشأة النظرية:

يعد الاتجاه المعرفي في دراسة الاتجاهات وقياسها من أكثر الاتجاهات بروزاً في الحقبة الحالية، خاصة في دراسات الرأي العام، ويرجع ذلك إلى عدم تقليدية مفاهيمه، وكثرة النظريات ذات الأهمية، والنماذج المنبثقة عنه والمعتمدة عليه، وتحاول نظريات الإعلام أن تتبأ بمدخلات عملية نقل المعلومات بين الأفراد والجماعات ومخرجاتها، سواء بشكل مباشر أو عن طريق وسائل الإعلام، ويمكن النظر للاتصال من خلال مستوى من المستويات الثلاثة الآتية:

- 1- المستوى التكنيكي الذي يتمثل في "نقل المعلومات للمتلقي بدقة".
 - 2- من خلال المستوى الدلالي الذي يتمثل في "كيف يمكن إيصال الرموز الدلالية للمتلقي لكي نصل إلى معان سليمة؟".
 - 3- من خلال المستوى التأثري الذي يتمثل في "كيف تؤثر المعاني والرموز الدلالية المستقبلية على اتجاهات واستجابات الجمهور المتلقي"³⁰.
- وبناءً على ذلك، فإن الفرض الرئيسي للنظرية يتمثل في: "كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة زادت التهيئة العامة للجمهور بشأن هذه القضايا، وزادت قدرتهم على تقييم الحكومات والسياسات وإصدار أحكامهم على هذه القضايا".
- كذلك فإنه يزداد اعتماد الجمهور على ما يعرفونه بشأنها في بناء أحكامهم التي يكونونها عن السياسات، فهي تولي اهتماماً كبيراً للجوانب السيكلوجية المصاحبة لصياغة الأفراد وجهات نظرهم تجاه أداء الحكومات والسياسات العامة.

أي أن الافتراض الرئيسي لهذه النظرية هو أن "الأفكار التي لها علاقة ببعضها تتصل في شبكة عقلية، واستثارة إحدى هذه الأفكار تؤدي إلى استثارة الأفكار الأخرى المرتبطة بها".

ومن الفرضيات الفرعية ذات الأهمية في هذه النظرية "فرضية ثبات معايير التقييم"، فمعايير التقييم ثابتة، وإنما يكون التغير في تعديل الأوزان النسبية ودرجات الأهمية التي تُعطى لهذه المعايير، بحيث تجعل معياراً ما الأكثر بروزاً في لحظة معينة مقارنة بغيره من المعايير، ومن الفرضيات الفرعية الأخرى ذات الأهمية أيضاً في هذه النظرية: "فرضية التعميم"؛ إذ تشير النظرية إلى أن الأفراد يتخذون من حكمهم المحدد على قضية ما معياراً للحكم على الأداء العام، وتعد هذه الفرضية أشبه بالمنطق الاستدلالي، فيستدل بالجزء على الكل، وبالأغراض على الماهيات.

ووفقاً لهذه النظرية، فإنه عندما تسيطر قضية ما Big Issue على وسائل الإعلام، وتحتل مساحة (زمنية ومكانية) كبيرة فيه، يحدث شيئان:

- (1) تصبح الأطر والمفاتيح المعرفية "Cues"، (التمثلة في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في تحديد جوانب معينة في القضية)، التي يستخدمها السياسيون والإعلاميون البارزون، مُشاعة ومتداولة في كل التغطية الإعلامية المتعلقة بالموضوع.
- (2) يستخدم الأفراد العاديون هذه الأطر والمفاتيح في تكوين تقسيماتهم وإصدار أحكامهم عن القضية موضوع التغطية، واتباع (النفمة الغالبة The Big message)³¹.

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

أ / الأفراد لا يتنبهون لكل المثيرات في البيئة المعلوماتية المحيطة بهم، فالانتباه انتقائي للغاية.

ب/ الأفراد يفضلون استخدام المسارات المعرفية المختصرة "cognitive shortcuts" عن الاستغراق في التفاصيل.

ج/ الأفراد لا يصدرن قراراتهم وأحكامهم، ولا يُكونون تقييماتهم وفق كل المعلومات التي لديهم، وإنما يصدرونها وتتكون في ضوء المعلومات الأكثر بروزاً "Salient" لديهم من ناحية، والأكثر قابلية للاسترجاع "Accessible" عندهم من ناحية أخرى.
د/ المعلومات الأكثر قابلية للاسترجاع لا يحكمها قانون عام وتخضع للظروف البيئية المعلوماتية المحيطة.

- ووفقاً لمعطيات نظرية التهيئة المعرفية تطرح الدراسة مجموعة من الفروض كما يلي:
- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة ثقتهم في تغطية مواقع الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية وفقاً للنوع.
 - 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفقاً للعمر.
 - 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب العمر.
 - 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب النوع.
 - 5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية.
 - 6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية وتغير وجهات نظرهم تجاه الحرب.
 - 7- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو فرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام.

الإجراءات المنهجية:

• نوع الدراسة:

تتبع الدراسة إلى حقل الدراسات التحليلية الميدانية، وتهدف إلى التعرف على معالجة مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية لأخبار الحرب الروسية

الأوكرانية، كما تهدف الدراسة في شقها الثاني لمسح الجالية المصرية في روسيا، والتعرف على اتجاهاتها نحو التغطية الصحفية الروسية للحرب الروسية الأوكرانية.

• منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، واستخدمته الباحثة كميًا في مسح عينة من الجالية المصرية في روسيا قوامها 150 مفردة، وعلى الصعيد الكيفي لتحليل المواد الصحفية المنشورة في عينة من مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في الفترة من 20 فبراير 2022 إلى 20 فبراير 2023.

• أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في شقها التحليلي على أداة تحليل المضمون ومقياس "لوري هايكاوا" لقياس موضوعية المواد الصحفية، أما في الشق الميداني فاستخدمت الدراسة الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات من عينة من الجالية المصرية في روسيا، وذلك لصعوبة التواصل المباشر مع الجالية المصرية في روسيا.

• المقاييس العلمية لاستمارة تحليل المضمون (مقياس لوري هايكاوا):

صممت الباحثة استمارة التحليل وعرضتها على مجموعة من أساتذة الإعلام والخبراء، وعدلت الاستمارة وفقًا لمقترحاتهم³²، وشملت استمارة التحليل فئات القوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الخبرية للحرب الروسية الأوكرانية في الصحف محل الدراسة، ومصادر الأخبار المستخدمة في التغطية الخبرية، وأهم القضايا التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، والاستمالات العاطفية والمنطقية التي أبرزتها مواقع الصحف عينة الدراسة.

كما استعانت الباحثة في دراستها التحليلية بمقياس الموضوعية لعالم اللغويات الأمريكي "هايكاوا"³³ hayakawa، الذي طوره الباحث الإعلامي "دنيس لوري" Lowery، ثم حاول "بروس وستلي" westely أن يضع مقياسًا للجمل الصحفية مرتبة من الأقل موضوعية إلى الأكثر موضوعية كما يلي:

1- جملة النصح والتوجيه Advocacy:

وهي التي تحاول تجاوز الحكم الموضوعي على الأخبار لتذكر في عبارات إنشائية ما ينبغي أن يحدث، كقول الصحيفة في سياق خبر ما (هذا لا يصح أن يحدث في بلد

(متحضر)، دون أن تتسبب ذلك لمصدر معروف.

2- جملة التقييم Evaluation:

وهي التي تصف الأحداث والأفكار والأشخاص بأنها جيدة أو رديئة، كقول صحيفة في سياق قصة خبرية ما (ولا يزال رجال البوليس يبحثون عن هذا الإرهابي الجبان) دون أن تربط القول بمصدره.

3- جملة التوقع والنتيجة Consequence:

وهي التي تتعلق بنتائج الأحداث أو التنبؤ بما سيحدث، أو قد يحدث كتوقع للأحداث، كأن تذكر محطة تليفزيونية في سياق أخبار نشرتها أن (الانقلاب العسكري كان نتيجة فشل النظام السابق)، دون أن تتسبب لمصدر ما.

4- جملة المعلومات الخلفية Back grounding:

وهي أكثر الجمل موضوعية، لأنها لا تتضمن تقييماً للأحداث والأشخاص، ولكنها تتعلق بأحداث وقعت قبل دورة الأحداث الآنية، وقد شاب هذا التقسيم كثير من العيوب، أبرزها: عدم شموليته لكل العبارات الصحفية الممكنة، والتداخل بين التقييم والنصح، واحتمال أن يتسرب في جملة المعلومات الخلفية رأي أو حكم.

وقد قسم "هاياكاوا" العبارات الصحفية إلى ثلاث عبارات (تقريرية، وتوقيعية، وحكمية)، فالتقريرية تتعلق بالحقائق ويسهل التثبت منها فوراً، والتوقيعية ذاتية لا يمكن التثبت منها على الفور، والحكمية تتضمن مشاعر الكاتب أو المتحدث، سواء كانت مشاعر إيجابية أو سلبية، وقد طور "لوري" عبارات "هاياكاوا" الثلاثية لدراسة الموضوعية إلى مقياس ذي 8 جمل، تبدأ من الأكثر موضوعية إلى الأقل موضوعية كما يلي³⁴:

1- جملة تقريرية مسندة.

2- جملة تقريرية غير مسندة.

3- جملة توقعية مسندة.

4- جملة توقعية غير مسندة.

5- جملة رأي مسندة مؤيدة.

6- جملة رأي مسندة معارضة.

7- جملة رأي غير مسندة.

8- جملة رأي غير مسندة معارضة.

ويلاحظ على هذا المقياس أنه:

- قَدِّمَ العبارة المسندة على غير المسندة في ترتيب الموضوعية بالنسبة للعبارة الثلاث، فالجملة سواء كانت تقريرية أو توقعية أو حكمية، تكون أكثر موضوعية إذا نسبت لمصدر عنها في حالة إيرادها علس لسان المندوب أو المحرر.

- قَدِّمَ العبارة التوقعية على الحكمية (الرأي)، لأن في الأولى يستطيع القارئ بسهولة إدراك أن المتوقع شخص، لذلك يأخذه بغير تصديق كامل ويحاول التثبت منه، بينما في العبارة الحكمية يمكن أن يعمد المحرر إلى إخفاء رأيه في ثوب عبارة تقريرية.

- فضل "لوري" أن تكون العبارة الحكمية المؤيدة أكثر من العبارة الحكمية المعارضة، لأن القدح أو الذم - على حد تعبيره - يكون أكثر تحيزاً من المدح أو الإشارة للفضائل.

- استبعد "لوري" الجمل التي تجمع بين أكثر من نوع من العبارات، مثل العبارة التقريرية التوقعية، والتقريرية الحكمية، أو التوقعية الحكمية، واتبع عدة تكتيكات إجرائية للتعامل معها، فقرر أنه إذا احتوت الجملة على تقرير وتوقع تصنف على أنها توقع، وإذا احتوت على تقرير وحكم تصنف على أنها حكم، وإذا جمعت بين التوقع والحكم صنفت على أنها حكم.

● المقاييس العلمية للاستبانة:

تتحدد أدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث في الاستبانة؛ إذ صممت الباحثة استبانة حرصت من خلالها على تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

صُممت استمارة الدراسة الميدانية³⁵ وحكَّمتها مجموعة من أساتذة الإعلام والعلوم السياسية والعلاقات الدولية والخبراء في الصحافة³⁶، وطُبِّقت الدراسة الميدانية في الفترة من 11 يناير 2023 إلى 25 فبراير 2023.

● عينة الدراسة وأسلوب سحب العينة:

سُحبت العينة بطريقة عينة كرة الثلج من مجتمع الجالية المصرية في روسيا، وذلك من خلال الاستبانة الإلكترونية التي طُبِّقت على عينة من المصريين المقيمين في روسيا (الجالية المصرية في روسيا). من خلال التنسيق مع رئيس الجالية المصرية في روسيا (أ. ايمن العيسوي)، وإرسال الاستبانة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، وواتس اب)، وطرح الاستبانة على مجموعات المصريين في روسيا على فيسبوك: (الجالية المصرية في روسيا، والمصريين في روسيا، والطلاب المصريين في روسيا، وشباب الجالية المصرية في روسيا، والمصريين في روسيا). وبلغ عدد الإجابات على الاستبانة 167 إجابة، وبعد استبعاد الاستمارات غير الصالحة للتحليل الإحصائي بلغ العدد الفعلي للعينة 150 مفردة.

● مجتمع الدراسة:

- عينة الصحف: موقع Moscow times وموقع Sputnik.
- عينة القضايا: المواد الصحفية المتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية.
- عينة الدراسة الميدانية: 150 مفردة من الجالية المصرية في روسيا.
- المجال الزمني للدراسة التحليلية: 24 فبراير 2022 إلى 24 فبراير 2023.
- المجال الزمني للدراسة الميدانية: 11 يناير 2023 إلى 25 فبراير 2023.

اختبار الصدق والثبات:

أُخْتِبرت صلاحية الاستبانة في جمع البيانات بإجراء اختباري الصدق والثبات، على النحو الآتي:

اختبار الصدق (Validity):

ويعني الصدق الظاهري، صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، عُرِضت البيانات

(الاستبانة) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين وأساتذة الإعلام الدولي العلوم السياسية والخبراء في مجال العلاقات الدولية.

اختبار الثبات (Reliability):

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم الأسس والأساليب نفسها بالتطبيق على المادة الإعلامية ذاتها، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو الآتي:

ثبات الدراسة الميدانية:

طبقت الباحثة اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم الاستبانة، بتطبيق الاستمارة بشكل قبلي وبعدي على مجموعة اختيرت بطريقة عمدية قوامها 15 مفردة من الجالية المصرية في روسيا، بتطبيق الاستمارة على العينة وتحليل النتائج، وإعادة توزيع الاستمارة وتطبيقها وتحليل نتائجها مرة أخرى بعد أسبوع تقريباً، وذلك باستخدام معامل الثبات وفقاً لاختبار هولستي، الذي وصل إلى 84.75%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

ثبات استمارة تحليل المضمون:

يعني مفهوم ثبات المقياس في البحث العلمي أن يعطي هذا المقياس نتائج متشابهة تقريباً في كل مرة يستخدم فيها، بغض النظر عن الباحث الذي يطبق تلك الأداة. والثبات في أغلب حالاته هو معامل ارتباط، ويقصد به درجة ارتباط قراءات نتائج القياس المتكررة، وفي كثير من الأبحاث التي تُستخدم فيها أداة قياس لأول مرة، تُجرب على أشخاص بعينهم، ثم يعاد تجربتها على الأشخاص أنفسهم مرة أخرى، ومن ثم يحسب معامل الارتباط بين نتائج القياس في المرة الأولى مع مثلتها في المرة الثانية، ومن البديهي أنه إن كانت الأداة ذات مصداقية عالية فإن نتائج المرات التالية ستكون متماثلة أو منطبقة مع نتائج القياس الأول، إضافة إلى ذلك، فإن الثبات يعتمد على الاتساق الداخلي الذي يعني أن الأسئلة تصب جميعها في غرض عام يراد قياسه. وقد أُجري من خلال:

إعادة تحليل 10% من المادة الخبرية الخاضعة للتحليل في المواقع الإلكترونية للصحف الروسية محل الدراسة، وقياس معامل الثبات الذي توصلت إليه الباحثة وباحث آخر* . وقد أُجري اختبار الثبات اعتماداً على معادلة هولستي، ووفقاً لهذه المعادلة فإن:
معامل الثبات =

ن = عدد نتائج يتفق عليها المرزمان .

ن1 = عدد نتائج التي رمّزها الباحث

ن2 = عدد النتائج التي رمّزها الباحث المساعد

وبإجراء معادلة هولستي بلغت قيمة الثبات 91.7% تقريباً، وهي قيمة مرتفعة للثبات، إذ أكد البعض أن نسبة الاتفاق عندما تصل إلى 90% تُعد نسبة مرتفعة للثبات.

رابعاً: التحليل الإحصائي للبيانات

استعانت الباحثة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة الحالية في جميع اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

المتوسط الحسابي.

الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مستوى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي × 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).

تحليل التباين ذو البعد الواحد (One-way Analysis of Variance)، المعروف

* أُجري اختبار الثبات مع أ. فاطمة الزهراء محمد الحفني، مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة بني سويف.

اختصاراً باسم ANOVA.

ثالثاً: معاملات الارتباط **Correlation**

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

نتائج الدراسة التحليلية:

أجرت الباحثة دراسة تحليلية مقارنة على موقعي ³⁷ Moscow times و ³⁸ sputnik، وذلك على صعيد المواد التحريرية التي عالجت أخبار الحرب الروسية الأوكرانية، وأجرت الباحثة حصراً شاملاً لأخبار الحرب في المجال الزمني من 24 فبراير 2022 إلى 24 فبراير 2023 في الموقعين، وذلك باستخدام كلمات مفتاحية key words في شريط البحث search bar الخاص بالموقعين، وتوحيد كلمات البحث في الموقعين، على النحو: (The Russian-Ukrainian war - the Russian border - the Russian Ministry of Defense - the Ukrainian Ministry of Defense - Kiev - Moscow - Putin - Zelensky - the Kremlin - the Ukrainian Supreme Council - the Russian army the Ukrainian army) وخرجت نتائج البحث الاستطلاعي بعد تجميع نتائج الكلمات المفتاحية كما يلي: 1047 مادة تحريرية في Moscow times و 862 في sputnik، ليصبح إجمالي المواد التحريرية الخاضعة للتحليل في الموقعين 1909 مواد خبرية.

1- القوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الخبرية للحرب الروسية الأوكرانية

جدول (1)

القوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الخبرية للحرب الروسية الأوكرانية في الصحف محل الدراسة

Sputnic		Moscow times		القالب التحريري
%	ك	%	ك	
52.7	455	53.1	557	خبر
32.83	283	23.2	243	تقرير
0	0	0	0	تحقيق استقصائي
10.9	94	19.7	207	رسوم وانفوجرف
0.8	7	0.19	2	قصة مصورة
2.6	23	3.62	38	حوار
100	862	100	1047	مجموع

جاءت نتائج جدول (1) لتشير إلى احتلال الخبر للمرتبة الأولى بين القوالب الصحفية المستخدمة في مواقع الصحف الإلكترونية الروسية عينة الدراسة بنسبة 53.1% لموسكو تايمز، و52.7% لسبوتنيك، وهو ما يدل على أهمية قالب الخبري القصير في توصيل المعلومة والخبر بشكل مبسط ومكثف ومركز، وجاءت أغلب أخبار هذه الفئة في إطار الأخبار العاجلة والأخبار القصيرة، بينما جاء التقرير في المركز الثاني في الموقعين بنسبة تكاد تكون متساوية، فسجّل موسكو تايمز للتقرير نسبة 23.2% بينما سجّل سبوتنيك 32.8%، وهو ما يدل على أهمية استخدام قالب التحرير الصحفي في شرح ما وراء الخبر، وإعطاء مساحة صحفية لشرح الأسباب والنتائج والقوى الفاعلة في شكل تقرير، وهو ما اهتم به الموقعان، كما جاءت فئة الرسوم والإنفوجراف في المرتبة الثالثة بواقع 19.7% بموسكو تايمز متفوقاً على سبوتنيك الذي جاء بنسبة 10.9%، ثم جاء الحوار في المرتبة الثالثة بنسبة في الموقعين، وأخيراً جاءت القصص المصورة في الترتيب الأخير، وهو ما يدل على ندرة ألبومات الصور الفوتوغرافية الصحفية التي وصلت من جبهة القتال للصحافة، وهو ما يثير شكوكاً وتساؤلات كثيرة حول العمليات العسكرية ومصداقية أخبارها، ولم يسجل موسكو تايمز أو سبوتنيك أي تكرارات في فئة التحقيق الاستقصائي، وهو ما مؤشر على عدم السماح للصحافة الروسية بالانفاذ إلى داخل العمليات العسكرية أو السلطات السياسية لإجراء تحقيقات صحفية ذات طابع استقصائي.

2- مصادر الأخبار المستخدمة في التغطية الخبرية للحرب الروسية الأوكرانية جدول (2)

مصادر الأخبار المستخدمة في التغطية الخبرية للحرب الروسية الأوكرانية في الصحف محل الدراسة

المجموع	مصادر معلومة								مصادر مُجهّلة		الصحيفة	
	أخرى		بيانات رسمية		مراسل الصحيفة		وكالات أنباء		%	ك		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
%100	1047	2.76	29	4.9	52	15.3	161	44.4	465	32.47	340	Moscow times
%100	862	1.39	12	20.5	177	2.4	21	29.9	258	45.7	394	Sputnic
%100	1909	المجموع										

يوضح جدول (2) اعتماد الصحف الروسية محل الدراسة على مصادر أخبار متنوعة، وقد قسمتها الباحثة إلى مصادر أخبار مُجهّلة، أي غير مسندة لجهة ما أو تصريح على لسان مسئول أو جهة، بينما يكون المصدر مبني للمجهول وليس للمعلوم مثل عبارات (ورد إلينا، أخبار متداولة، مصدر رفض ذكر اسمه، قيل أنه، مصادر مطلعة... إلخ)، مصادر معلومة، مثل وكالات الأنباء، ومراسلي الصحيفة، والبيانات الرسمية، وتستعرض الدراسة هنا نتائج التحليل على النحو التالي:

استخدمت موسكو تايمز المصادر المُجهّلة بواقع 32.7% من المواد الخبرية عينة التحليل، وترى الباحثة أنها نسبة كبيرة تقارب ثلث عينة المواد التحريرية الخاضعة للتحليل، لتأتي المصادر المُجهّلة في المرتبة الثانية بعد وكالات الأنباء، بينما جاءت المصادر المُجهّلة في سبوتنيك في المرتبة الأولى بواقع 45.7%، وهو ما يقارب نصف عينة المواد التحريرية الخاضعة للتحليل في سبوتنيك، مما يثير تساؤلات حول موضوعية هذه الأخبار ومصداقيتها وإمكانية عدّها من الدعاية وليست من الأخبار الموضوعية المتعارف عليها بالأسس العلمية السليمة للصحافة الموضوعية، وهو ما تتفق معه نتائج الدراسات السابقة

التي خرجت بنتائج حول سيطرة النمط السلطوي المغلق على وسائل الإعلام الروسية، وعدم السماح بالتدفق الحر للمعلومات من وإلى وسائل الإعلام الروسية، وميلها إلى النمط الدعائي أكثر منه إلى النمط الصحفي الموضوعي المتوازن، وخاصة في أوقات الحرب.

3- القضايا البارزة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية جدول (3)

أهم القضايا التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية

Sputnic		Moscow times		القضايا
%	ك	%	ك	
21.4	185	15.18	159	قضايا سياسية
34.6	299	24.6	258	قضايا اقتصادية
11.7	101	18.6	195	علاقات دولية
6.8	59	3.9	41	قضايا إنسانية
25.2	218	37.63	394	عمليات عسكرية
100	862	100	1047	مجموع

كما يوضح جدول (3)، فقد اختلف ترتيب القضايا التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية محل الدراسة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، وجاءت المواد التحريرية الخاصة بالعمليات العسكرية في المرتبة الأولى في موسكو تايمز، بينما جاءت الفئة نفسها في المرتبة الثانية بسبوتنيك، أما عن القضايا السياسية فقد جاءت في الترتيب الرابع بموسكو تايمز بواقع 15.18% من إجمالي المواد التحريرية عينة الدراسة، بينما جاءت في المرتبة الثالثة بسبوتنيك بواقع 21.4%، وجاءت القضايا الاقتصادية في الترتيب الثاني بموسكو تايمز، بينما جاءت في الترتيب الأول بسبوتنيك بواقع 34.6%، أما العلاقات الدولية فقد احتلت المرتبة الثالثة بموسكو تايمز، وجاءت في الترتيب الرابع بسبوتنيك، بينما جاءت القضايا الإنسانية في الترتيب الخامس والأخير في كل من موسكو وسبوتنيك، وهو ما يدل على أن تغطية القضايا الإنسانية التي من الممكن أن تبرز الأضرار السلبية الناجمة عن آثار الحرب لا تحظى باهتمام كبير في أجنحة الصحف الروسية.

4- الاستمالات العاطفية والمنطقية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية جدول (4)

أهم الاستمالات العاطفية والمنطقية التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة
بالإنجليزية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية

Sputnic		Moscow times		نوع الاستمالة
%	ك	%	ك	
5.44	45	17.8	187	أرقام وبيانات
9.8	81	7.06	74	حجج وبراهين
1.57	13	2.9	31	وجهتي نظر
14.8	123	18.6	195	تجهيل المصدر
17.7	147	15.5	163	الصور الذهنية
19.2	159	14.6	153	الأنماط الإيحائية
31.2	258	23.3	244	النعوت الوصفية
100	826	100	1047	المجموع

تستعرض الباحثة شرحاً موجزاً لأساليب الاستمالة المنطقية، وتقصد الباحثة بآليات الاستمالة المنطقية التي تتضمن عرض وجهتي نظر أن تقدم المادة الصحفية عرضاً لوجهتي نظر الموضوع أو الحدث أو الصراع، مما يدعم موضوعية المادة الصحفية، ويترك حرية التفكير وتحديد الاتجاه للقارئ دون فرض وجهة نظر من قبل الوسيلة الإعلامية، أما استخدام البيانات والأرقام فيقصد بها تدعيم النص الخبري بالبيانات والأرقام، كإحصائيات والأعداد، ضمناً لمصداقية الخبر وتحري أكبر قدر من الموضوعية والدقة، وعلى صعيد الحجج والبراهين، يشار هنا إلى كيفية استخدام الموقعين الصحفيين محل الدراسة لأساليب الإقناع بناء على عرض الأدلة والحجج والبراهين دون خلطها بالرأي.

أما آليات الاستمالة العاطفية فتشمل استخدام الأنماط الإيحائية، وهنا تعني الباحثة استخدام الوسيلة الإعلامية بعض الأنماط للإيحاء بصفات تلتصق بشخص أو حزب أو هيئة أو دولة، واستبدال الأسماء والمصطلحات بأخرى محايدة، أما تجهيل المصدر فيقصد بها الممارسة التي ينتهجها معظم الصحفيين للالتفاف حول حدود الموضوعية،

بعدم ذكر البيانات الكاملة عن مصدر الخبر، والاستعاضة عن ذلك بمجموعة من البدائل، منها نسبة العبارات في الفعل المبني للمجهول (ذُكر أن)، أو النسبة لمصدر غير محدد، مثل (المصادر المطلعة -الدوائر المسؤولة - مصدر رفض الإفصاح عن اسمه... إلخ)، واستخدام العبارات التوقعية، مثل (من المحتمل، من المتوقع، ينتظر... إلخ)، ويستخدم هذا الإجراء لإخفاء اسم المصدر ووظيفته، مما يوفر الراحة والثقة والحماية للمصادر الخائفة، ويؤدي للإسراع في الحصول على المعلومات والسبق الصحفي، وعلى الرغم من ذلك، فإن الاعتماد الكامل على المصادر المجهلة يعد غطاءً للأخبار المشوهة والمفبركة.

وتأتي النعوت الوصفية، إذ يصف بعض الصحفيين الأفراد والمواقع والأشياء بالصفات التي يشعرون أنها تدعم الموضوعية في قصصهم، مثل وصف سيدة بأنها جميلة، أو رجل بأنه وقور، وتوضح الباحثة فئة الصور الذهنية بأنها مجموعة الأخبار التي اعتمدت على توظيف الصور الذهنية لجماعة أو طائفة أو عرق لخلق اتجاه معين، فالصورة الذهنية هي التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة أو الأفراد والجماعات، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير المؤتقة، ولكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم.

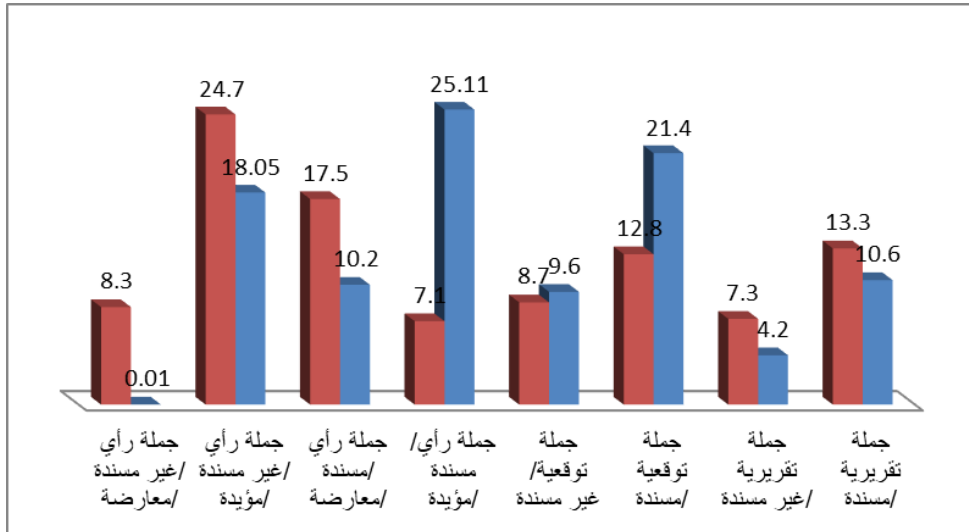
ومن خلال نتائج جدول (4) يمكن الخروج بنتائج حول مؤشرات استخدام الأساليب العاطفية والمنطقية في المواد التحريرية المنشورة بمواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية حول الحرب الروسية الأوكرانية؛ إذ بلغ مجموع تكرارات الأساليب العاطفية المستخدمة في موسكو تايمز 755 مادة تحريرية من واقع 1047 مادة تحريرية إجمالي عينة الدراسة بواقع 72.11% وهي نسبة كبيرة، مما يدل على عدم اعتماد موسكو تايمز على الأساليب المنطقية في السرد الصحفي للأحداث.

وجاءت نتائج سبوتنيك تقارب موسكو تايمز؛ إذ بلغ عدد تكرارات المواد التحريرية التي استخدمت الأساليب العاطفية 687 مادة تحريرية من أصل 862 مادة تحريرية إجمالي عينة الدراسة بموقع سبوتنيك، أي بواقع 79.6%، وهو مؤشر في غاية

الأهمية عن استخدام سبوتتيك أساليب الأنماط الإيحائية والنوع الوصفية والصور الذهنية، وتجهيل المصدر بشكل يطفى على الأساليب المنطقية في السرد الصحفي لتغطيات الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية محل الدراسة.

5- تطبيق مقياس لوري هايكاوا للموضوعية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية
جدول (5) مقياس لوري هايكاوا للموضوعية بمواقع الصحف عينة الدراسة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية

Sputnic		Moscow times		عبارة المقياس
%	ك	%	ك	
13.3	115	10.6	112	جملة تقريرية/ مسندة
7.3	63	4.2	44	جملة تقريرية/ غير مسندة
12.8	111	21.4	225	جملة توقعية/ مسندة
8.7	75	9.6	101	جملة توقعية/ غير مسندة
7.1	62	25.11	263	جملة رأي/ مسندة/ مؤيدة
17.5	151	10.2	107	جملة رأي/ مسندة/ معارضة
24.7	213	18.05	189	جملة رأي/ غير مسندة/ مؤيدة
8.3	72	0.01	2	جملة رأي/ غير مسندة/ معارضة
100	862	100	1047	المجموع



شكل (1) مقياس لوري هايكاوا للموضوعية بمواقع الصحف عينة الدراسة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية

تشير نتائج جدول (5) والشكل البياني (1) إلى التباين في موضوعية الجمل التحريرية المستخدمة في مواقع الصحف عينة الدراسة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، وقد سجّلت جملة الرأي المسندة المؤيدة في موسكو تايبرز أعلى نسبة مئوية من إجمالي العينة بواقع 25.11%، ورصدت الباحثة استخدامها في إبراز التصريحات على لسان المسؤولين الروس في تأييد الحرب على أوكرانيا، فجاءت في شكل جمل رأي لا تعتمد على أرقام أو بيانات أو دلائل أو حجج؛ لكنها جمل رأي مرسلّة مسندة على لسان صاحب التصريح، غير مُجهّلة المصدر، وتأتي جملة الرأي المسندة المؤيدة في الترتيب الخامس طبقاً لمقياس "لوري هايكاوا" للموضوعية الصحفية، بينما سجّلت جملة الرأي غير المسندة المؤيدة أعلى نسبة مئوية على صعيد موقع سبوتنيك بواقع 24.7%، وتأتي هذه الجملة في الترتيب السابع لمقياس الموضوعية لـ"هايكاوا"، ووظف محررو سبوتنيك هذه الجملة في شكل جمل الرأي المؤيدة للحرب، ولكنها غير مسندة أو منسوبة لمسؤولين بعينهم أو كتّاب صحفيين أو قادة رأي أو سياسيين أو حتى صحفيين، إنما جاء توظيف هذه الجمل مسنداً لمصادر مُجهّلة غير واضحة، مثل (ذكرت مصادر مطلعة بأن، تبين لدى قادة الرأي أن، يقول صفوة المجتمع بأن، تشير اتجاهات الرأي العام إلى... إلخ)، ومن خلال ذلك تبين ارتفاع معدل استخدام المواقع الصحفية محل الدراسة لجمل الرأي المؤيدة سواء كانت مسندة أو غير مسندة، مما يؤخر ترتيب هذه المواقع في مقياس الموضوعية للمرتبة الخامسة والسابعة على التوالي على صعيد الموضوعية الصحفية في مقابل التحيز، فأظهرت نتائج تطبيق المقياس تحيزاً واضحاً لمواقع صحف الدراسة لرأي الدولة الروسية في شأن الحرب ضد أوكرانيا، وإرسال عبارات التأييد والاطمئنان للشعب الروسي، من خلال عبارات صحفية غير موضوعية.

بينما جاءت الجملة التقريرية المسندة التي تحتل الترتيب الأول على صعيد مقياس الموضوعية الصحفية لـ "لوري هايكاوا" في الترتيب الرابع بموسكو تايبرز بنسبة 10.6%، والترتيب الثالث بسبوتنيك بنسبة 13.3%، وجاء أغلب استخدام الجملة التقريرية المسندة في عرض تصريحات الرئيس الروسي فلاديمير بوتين حول الحرب ونتائجها الاقتصادية، وتقدم سير العمليات العسكرية، والنجاحات التي يحرزها الجيش الروسي،

ومساعي القيادة السياسية الروسية في تحقيق اهداف الدولة الروسية، كذلك المسئولين الحكوميين، وهو ما يدل على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها خطابات بوتين وتصريحاته في إبرازها صحفياً بشكل تقريرى مسند؛ لكنها تأتي في ترتيب متأخر على مستوى مقياس الموضوعية.

نتائج الدراسة الميدانية:

قسّمت نتائج الدراسة الميدانية على النحو التالي:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية.

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض.

ثالثاً: مناقشة النتائج.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

وصف عينة الدراسة:

جدول (6)

الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة

%	ك	البيانات الشخصية	
65.3	98	ذكر	النوع
34.7	52	أنثى	
100.0	150	الإجمالي	
22.7	34	من 18 ل 20	العمر
48.7	73	من 21 ل 40	
22.7	34	من 41 ل 60	
6.0	9	أكثر من 60	
100.0	150	الإجمالي	
35.3	53	دراسة	سبب الإقامة في روسيا
36.0	54	عمل	
10.0	15	سياحة	
27.3	41	هجرة	
8.0	12	علاج	
150		الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة: حول النوع، بلغت نسبة الذكور (65.3%)، في مقابل (34.7%) للإناث. وحول العمر، بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين 21 و40 عاماً (48.7%)، يليهم من تتراوح أعمارهم بين 18 و20 عاماً، وبين 41 و60 عاماً بنسبة بلغت (22.7%) لكل منهما، في حين جاء في الترتيب الأخير من تزيد أعمارهم عن 60 عاماً بنسبة بلغت (6%). أما عن سبب الإقامة في روسيا، فكان العمل في المقدمة بنسبة بلغت (36%)، ثم الدراسة بنسبة بلغت (35.3%)، يلي ذلك الهجرة بنسبة بلغت (27.3%)، ثم السياحة بنسبة (10%)، وأخيراً العلاج بنسبة (8%).

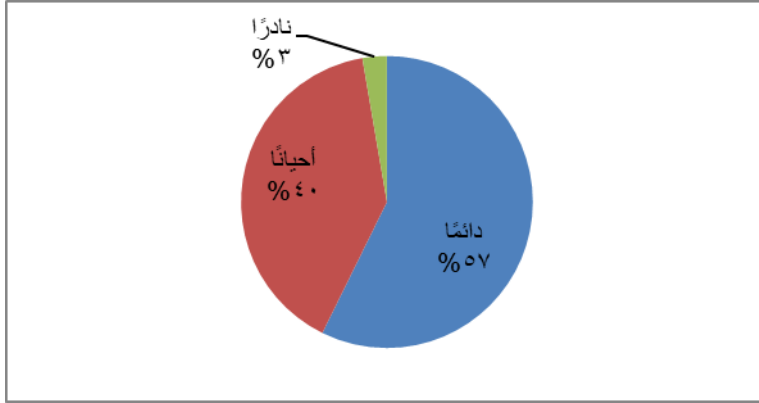
1- معدل متابعة وسائل الإعلام الروسية

جدول (7)

معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية

معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية	ك	%
دائماً	86	57.3
أحياناً	60	40.0
نادراً	4	2.7
الإجمالي	150	100.0

توضح بيانات الجدول السابق معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية، فذكروا "دائماً" في المقدمة بنسبة بلغت (57.3%)، ثم "أحياناً" بنسبة بلغت (40%)، وأخيراً "نادراً" بنسبة بلغت (2.7%). وبذلك يتضح ارتفاع متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية؛ إذ جاءت دائماً وأحياناً بنسبة وصلت إلى (97.3%).



شكل (2)

معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية

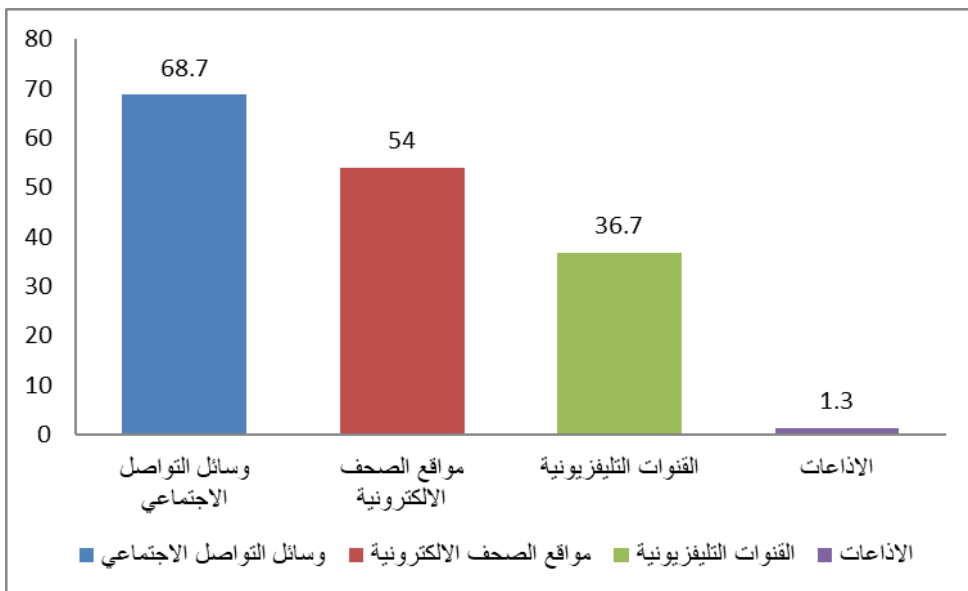
2- أهم وسائل الإعلام الروسية

جدول (8)

أهم وسائل الإعلام الروسية التي يتابعها المبحوثون

أهم وسائل الإعلام الروسية التي يتابعها المبحوثون	ك	%
وسائل التواصل الاجتماعي	103	68.7
مواقع الصحف الإلكترونية	81	54.0
القنوات التلفزيونية	55	36.7
الإذاعات	2	1.3
الإجمالي	150	

توضح بيانات الجدول السابق أهم وسائل الإعلام الروسية التي يتابعها المبحوثون؛ فذكروا "وسائل التواصل الاجتماعي" في المقدمة بنسبة بلغت (68.7%)، ثم "مواقع الصحف الإلكترونية" بنسبة بلغت (54%)، يلي ذلك "القنوات التلفزيونية" بنسبة بلغت (36.7%)، وأخيراً "الإذاعات" بنسبة بلغت (2.7%). وبذلك، يتضح ارتفاع اعتماد المبحوثين على شبكة الإنترنت في متابعة وسائل الإعلام الروسية؛ إذ جاءت وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية في المقدمة، وهو ما يتفق مع طبيعة المرحلة العمرية لأغلب المبحوثين، فقد كان أغلبهم ممن تتراوح أعمارهم بين 21 و40 عاما بنسبة بلغت (48.7%).



شكل (3)

أهم وسائل الإعلام الروسية التي يتابعها المبحوثون

3- معدل متابعة وسائل الإعلام الروسية يوميا

جدول (9)

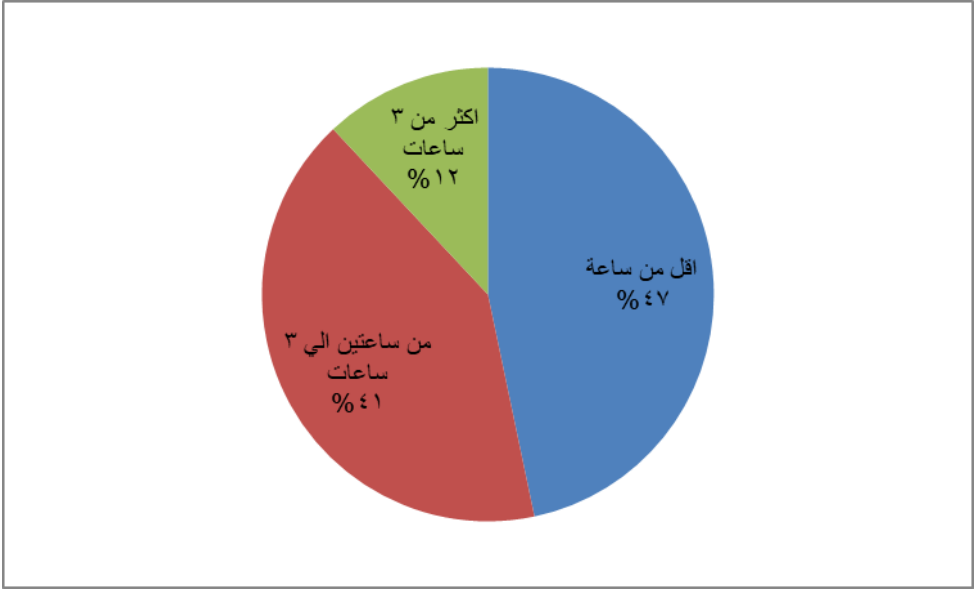
معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية يوميا

%	ك	معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية يوميا
46.7	70	أقل من ساعة
41.3	62	من ساعتين إلى 3 ساعات
12.0	18	أكثر من 3 ساعات
100.0	150	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية يوميا؛

فذكروا "أقل من ساعة" في المقدمة بنسبة بلغت (46.7%)، ثم "من ساعتين إلى 3

ساعات" بنسبة بلغت (41.3%)، وأخيراً "أكثر من 3 ساعات" بنسبة بلغت (12%).



شكل (4)

معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية يومياً

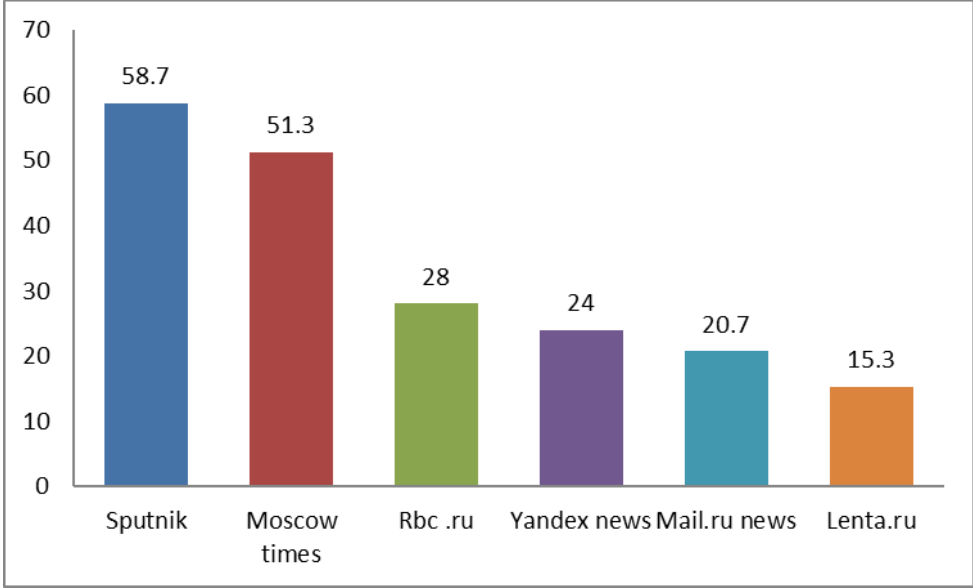
4- الصحف الروسية الأكثر متابعة

جدول (10)

الصحف الروسية التي يتابعها المبحوثون

الصحف الروسية التي يتابعها المبحوثون	ك	%
Sputnik	88	58.7
Moscow times	77	51.3
Rbc.ru	42	28.0
Yandex news	36	24.0
Mail.ru news	31	20.7
Lenta.ru	23	15.3
الإجمالي	150	

توضح بيانات الجدول السابق الصحف الروسية التي يتابعها المبحوثون؛ فذكروا "Sputnik" في المقدمة بنسبة بلغت (58.7%)، ثم "Moscow times" بنسبة بلغت (51.3%)، يلي ذلك "Rbc.ru" بنسبة بلغت (28%)، ثم "Yandex news" بنسبة بلغت (24%)، ثم "Mail.ru news" بنسبة بلغت (20.7%)، وأخيراً "Lenta.ru" بنسبة بلغت (15.4%).



شكل (5)

الصحف الروسية التي يتابعها المبحوثون

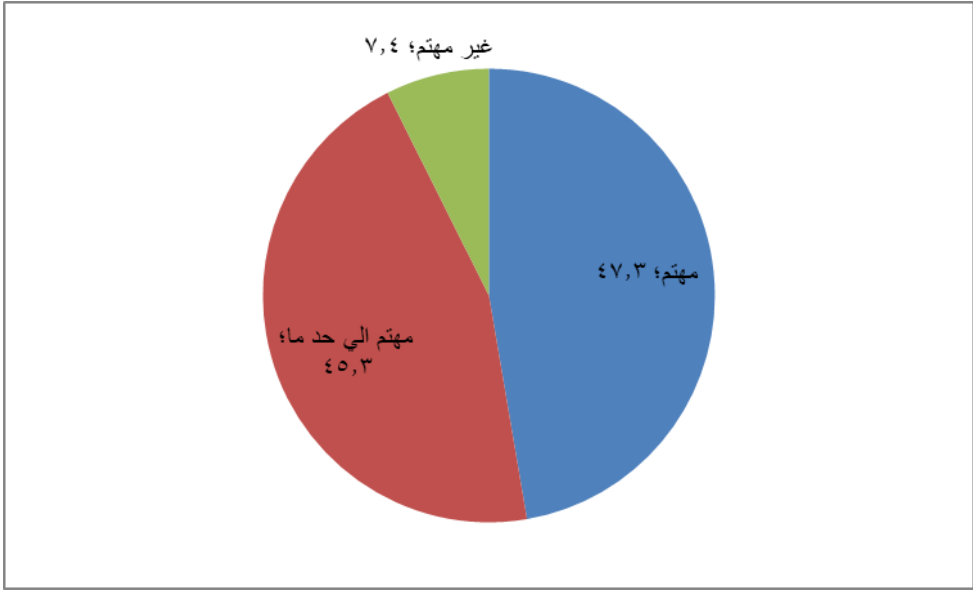
5- الاهتمام بمتابعة أخبار الحرب

جدول (11)

اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الحرب

درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الحرب	ك	%
مهتم	71	47.3
مهتم إلى حد ما	68	45.3
غير مهتم	11	7.4
الإجمالي	150	100.0

توضح بيانات الجدول السابق درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الحرب؛ فذكروا "مهتم" في المقدمة بنسبة بلغت (47.3%)، ثم "مهتم إلى حد ما" بنسبة بلغت (45.3%)، وأخيراً "غير مهتم" بنسبة بلغت (7.4%). وبذلك يتضح ارتفاع اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الحرب بشكل كبير ومحدود بنسبة بلغت (92.6%)، وهو ما يأتي متسقاً مع نتيجة جدول (7) حول متابعة الباحثين لوسائل الإعلام الروسية، فقد كان ذلك دائماً وأحياناً بنسبة وصلت إلى (97.3%).



شكل (6)

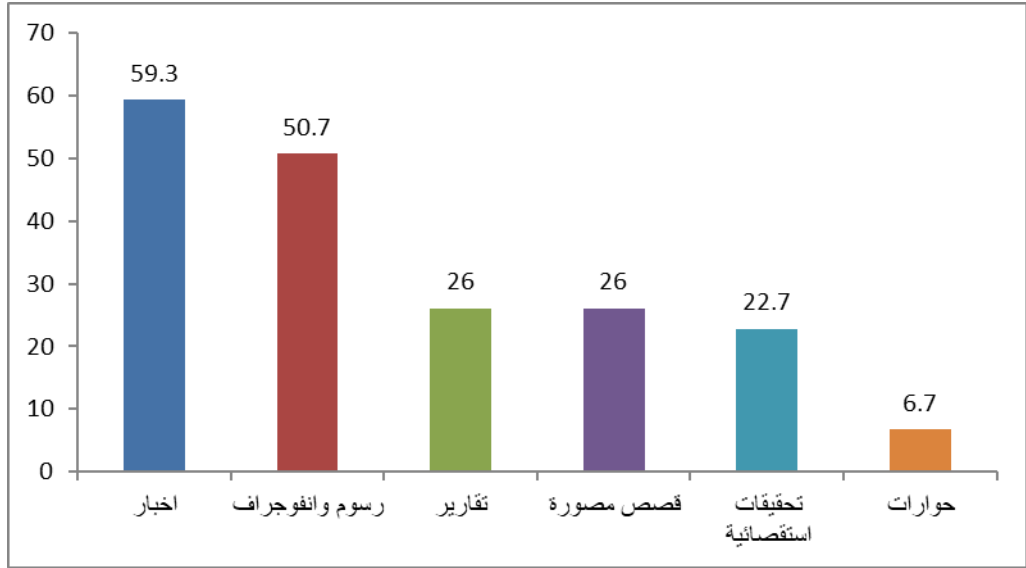
اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الحرب

6- الأشكال الصحفية المفضلة لاستقاء الأخبار جدول (12)

الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون استقاء الأخبار منها

منها	ك	%
أخبار	89	59.3
رسوم وإنفوجراف	76	50.7
تقارير	39	26.0
قصص مصورة	39	26.0
تحقيقات استقصائية	34	22.7
حوارات	10	6.7
الإجمالي	150	

توضح بيانات الجدول السابق الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون استقاء الأخبار منها؛ فذكروا "الأخبار" في المقدمة بنسبة بلغت (59.3%)، ثم "رسوم وإنفوجراف" بنسبة بلغت (50.7%)، يلي ذلك كل من "تقارير" و"قصص مصورة" بنسبة بلغت (26%) لكل منهما، ثم "تحقيقات استقصائية" بنسبة بلغت (22.7%)، وأخيراً "حوارات" بنسبة بلغت (6.7%). وتأتي هذه النتيجة متسقة مع نتائج جدول (8) التي أوضحت معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية يومياً؛ إذ ذكروا "أقل من ساعة" في المقدمة بنسبة بلغت (46.7%)، فالمبحوثون يطلعون سريعاً على الأخبار والرسوم والإنفوجراف.



شكل (7)

الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون استقاء الأخبار منها

7- أهم الموضوعات المتابعة

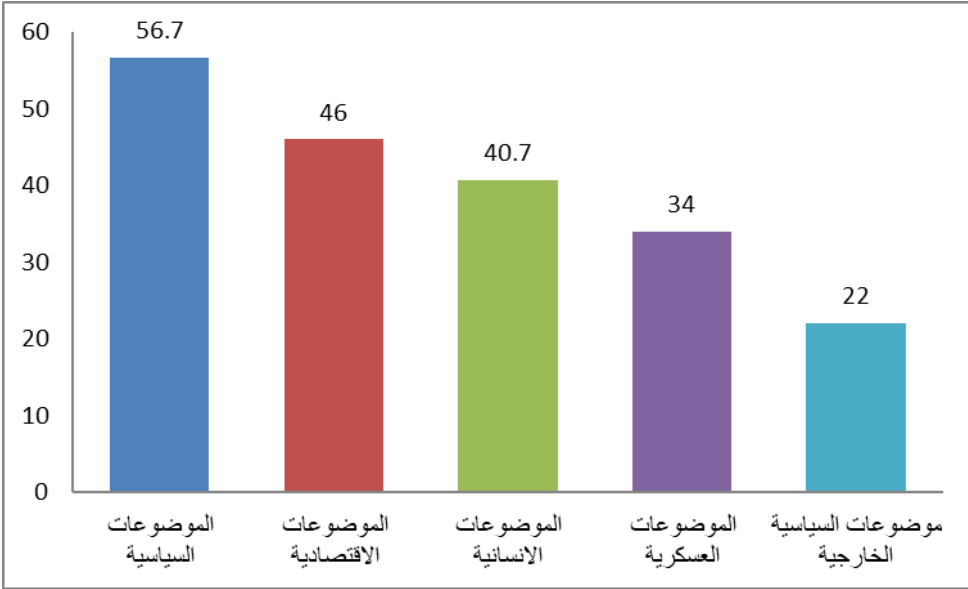
جدول (13)

أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون تجاه الحرب

أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون تجاه الحرب	ك	%
الموضوعات السياسية	85	56.7
الموضوعات الاقتصادية	69	46.0
الموضوعات الإنسانية	61	40.7
الموضوعات العسكرية	51	34.0
موضوعات السياسة الخارجية	33	22.0
الإجمالي	150	

توضح بيانات الجدول السابق أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون تجاه الحرب؛ فذكروا "الموضوعات السياسية" في المقدمة بنسبة بلغت (56.7%)، ثم "الموضوعات الاقتصادية" بنسبة بلغت (46%)، يلي ذلك "الموضوعات الإنسانية" بنسبة بلغت

(40.7%)، ثم "الموضوعات العسكرية" بنسبة بلغت (34%)، وأخيراً "موضوعات السياسة الخارجية" بنسبة بلغت (22%).



شكل (8)

أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون تجاه الحرب

8- أسباب متابعة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية جدول (14)

أسباب متابعة المبحوثين لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
91.3	0.497	2.74	2.7	4	20.7	31	76.7	115	التعرف على تقدم العمليات العسكرية
83.3	0.588	2.5	4.7	7	40.7	61	54.7	82	التعرف على أوضاع الجاليات الأجنبية
80.7	0.594	2.42	5.3	8	47.3	71	47.3	71	استشراف المستقبل في روسيا
75.7	0.501	2.27	2.7	4	68.0	102	29.3	44	التعرف على الآثار الاقتصادية للحرب

توضح بيانات الجدول السابق أسباب متابعة المبحوثين لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية؛ فذكروا "التعرف على تقدم العمليات العسكرية" في المقدمة بنسبة بلغت (91.3%)، ثم "التعرف على أوضاع الجاليات الأجنبية" بنسبة بلغت (83.3%)، يلي ذلك "استشراف المستقبل في روسيا" بنسبة بلغت (80.7%)، وأخيراً "التعرف على الآثار الاقتصادية للحرب" بنسبة بلغت (75.7%). وبذلك يتضح ارتفاع اهتمام المبحوثين بالعمليات العسكرية بنسبة عالية، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الجدول السابق حول أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون تجاه الحرب، فقد ذكروا "الموضوعات السياسية" في المقدمة بنسبة بلغت (56.7%).

جدول (15)

المقياس العام لأسباب متابعة المبحوثين لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية

المقياس العام لأسباب متابعة المبحوثين لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية	ك	%
متوسطة	38	25.3
متعددة	112	74.7
الإجمالي	150	100

تكشف بيانات الجدول الموضوع أعلاه عن المقياس العام لأسباب متابعة المبحوثين لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية، فكانت الأسباب "متعددة" في المقدمة بنسبة بلغت (74.7%)، ثم "متوسطة" بنسبة بلغت (25.3%).

9- الاتجاهات نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية
جدول (16)

اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
أرى أن الحكومة الروسية تفرض سيطرتها على وسائل الإعلام في روسيا	97	64.7	45	30.0	8	5.3	0.592	86.3
استطاعت التغطية الصحفية للحرب تغيير وجهة نظري تجاه الحرب	75	50.0	60	40.0	15	10.0	0.666	80.0
الصحافة الروسية لا تقدم الصورة الحقيقية حول الوضع الإنساني في أوكرانيا	57	38.0	82	54.7	11	7.3	0.601	77.0
أعتقد أن الصحافة الروسية تُروِّجُ لأمجاد الامبراطورية الروسية وقت الحرب لرفع الروح المعنوية لدى الرأي العام	56	37.3	83	55.3	11	7.3	0.599	76.7

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
76.3	0.595	2.29	7.3	11	56.7	85	36.0	54	أرى أن الصحافة الروسية تدعم قرارات الرئيس بوتين
75.7	0.631	2.27	10.0	15	53.3	80	36.7	55	تبت الصحافة الروسية أخباراً حول طول مدة الحرب
75.7	0.623	2.27	9.3	14	54.0	81	36.7	55	أرى أن شؤون اللاجئين والمغتربين تحظى بتغطية مهنية من الصحافة الروسية
75.0	0.57	2.25	6.7	10	61.3	92	32.0	48	تدعم الصحافة الروسية خيار التفاوض بين طرفي النزاع
75.0	0.647	2.25	11.3	17	52.0	78	36.7	55	أثق في الصحافة الروسية في تقديم أرقام وبيانات صحيحة حول الحرب
74.7	0.662	2.24	12.7	19	50.7	76	36.7	55	تتعهد الصحافة الروسية إغفال أخبار حلف الناتو وتدخلاته في الحرب
74.3	0.581	2.23	8.0	12	61.3	92	30.7	46	تقدم الصحافة الروسية الحرب بين روسيا وأوكرانيا على أنها حرب بين روسيا والغرب
74.3	0.615	2.23	10.0	15	57.3	86	32.7	49	تعرض الصحافة الروسية الأزمات السياسية والاقتصادية المترتبة على الحرب بموضوعية
73.3	0.624	2.2	11.3	17	57.3	86	31.3	47	تهتم الصحافة الروسية بشؤون الجاليات الأجنبية في روسيا أثناء الحرب
72.3	0.445	2.17	2.7	4	77.3	116	20.0	30	أرى أن الصحف الروسية تقدم تغطية شاملة عن أحداث الحرب

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
72.0	0.603	2.16	11.3	17	61.3	92	27.3	41	أرى أن الصحافة الروسية تنشر أخبار مطمئنة عن سير الحرب
71.7	0.663	2.15	15.3	23	54.0	81	30.7	46	تطرح الصحافة الروسية سيناريوهات حرب عالمية ثالثة
71.7	0.632	2.15	13.3	20	58.0	87	28.7	43	الصحافة الروسية لا تُصرِّح بالوضع الاقتصادي الفعلي أثناء الحرب
71.7	0.679	2.15	16.7	25	52.0	78	31.3	47	تُروِّج الصحافة الروسية بأن الحظر النفطي على روسيا ورقة ضغط غير فعَّالة
71.7	0.683	2.15	16.7	25	51.3	77	32.0	48	أرى أن الصحافة الروسية تهتم بنشر الأخبار الفنية والترفيهية أثناء الحرب
71.3	0.591	2.14	11.3	17	63.3	95	25.3	38	أرى أن المعالجة الصحفية لأخبار الحرب على مواقع الصحف الروسية موضوعية وغير متحيزة
70.7	0.59	2.12	12.0	18	64.0	96	24.0	36	أرى أن الصحف الروسية تهتم بنشر أخبار إيجابية عن أسواق المال والأعمال في روسيا

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتجاهات الباحثين نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية؛ فذكروا "أرى أن الحكومة الروسية تفرض سيطرتها على وسائل الإعلام في روسيا" بوزن نسبي (86.3%)، ثم "استطاعت التغطية الصحفية للحرب تغيير وجهة نظري تجاه الحرب" بوزن نسبي (80%)، يلي ذلك "الصحافة الروسية لا تقدم الصورة الحقيقية حول الوضع الإنساني في أوكرانيا" في الترتيب الثالث بوزن نسبي (77%)، ثم "أعتقد أن الصحافة الروسية تُروِّج لأمجاد الامبراطورية الروسية

وقت الحرب لرفع الروح المعنوية لدى الرأي العام" بوزن نسبي (76.7)، يلي ذلك "أرى أن الصحافة الروسية تدعم قرارات الرئيس بوتين" بوزن نسبي (76.3)، ثم كل من "تبث الصحافة الروسية أخباراً حول طول مدة الحرب"، و"أرى أن شئون اللاجئين والمغتربين تحظى بتغطية مهنية من الصحافة الروسية" بوزن نسبي (75.7) لكل منهما، وأضاف المبحوثون "تدعم الصحافة الروسية خيار التفاوض بين طرفي النزاع"، و"أثق في الصحافة الروسية في تقديم أرقام وبيانات صحيحة حول الحرب" بوزن نسبي (75) لكل منهما، ثم "تتعهد الصحافة الروسية إغفال أخبار حلف الناتو وتدخلاته في الحرب" بوزن نسبي (74.7)، يلي ذلك "تقدم الصحافة الروسية الحرب بين روسيا وأوكرانيا على أنها حرب بين روسيا والغرب"، و"تعرض الصحافة الروسية الأزمات السياسية والاقتصادية المترتبة على الحرب بموضوعية" بوزن نسبي (74.3) لكل منهما، ثم "تهتم الصحافة الروسية بشئون الجاليات الأجنبية في روسيا أثناء الحرب" بوزن نسبي (73.3)، ثم "أرى أن الصحف الروسية تقدم تغطية شاملة عن أحداث الحرب" بوزن نسبي (72.3)، يلي ذلك "أرى أن الصحافة الروسية تنشر أخباراً مطمئنة عن سير الحرب" بوزن نسبي (72)، ثم كل من "تطرح الصحافة الروسية سيناريوهات حرب عالمية ثالثة"، و"الصحافة الروسية لا تُصرِّح بالوضع الاقتصادي الفعلي أثناء الحرب"، و"تُروِّج الصحافة الروسية بأن الحظر النفطي على روسيا ورقة ضغط غير فعَّالة"، و"أرى أن الصحافة الروسية تهتم بنشر الأخبار الفنية والترفيهية أثناء الحرب" بوزن نسبي (71.7) لكل منها، يلي ذلك "أرى أن معالجة الصحفية لأخبار الحرب على مواقع الصحف الروسية موضوعية وغير متحيزة" بوزن نسبي (71.3)، في حين ذكر المبحوثون في الترتيب الأخير "أرى أن الصحف الروسية تهتم بنشر أخبار إيجابية عن أسواق المال والأعمال في روسيا" بوزن نسبي (70.7).

جدول (17)

المقياس العام لاتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية

المقياس العام لاتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية	ك	%
محايدة	105	70
إيجابية	45	30
الإجمالي	150	100

تكشف بيانات الجدول الموضح أعلاه عن المقياس العام لاتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية، فكانت الاتجاهات "محايدة" في المقدمة بنسبة بلغت (70%)، ثم "إيجابية" بنسبة بلغت (30%).

10- الثقة في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية

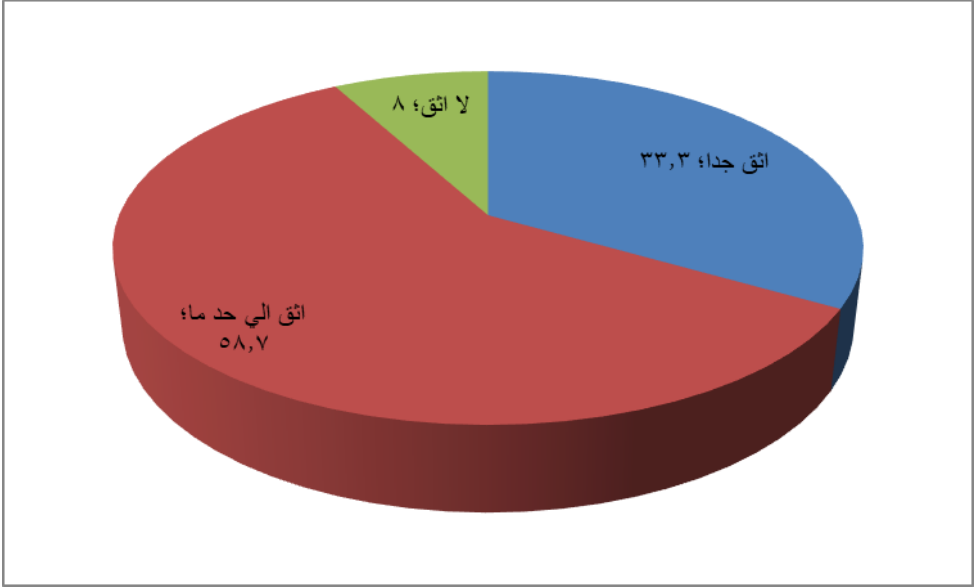
جدول (18)

مستوى ثقة المبحوثين في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية

مستوى ثقة المبحوثين في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية	ك	%
أثق جداً	50	33.3
أثق إلى حد ما	88	58.7
لا أثق	12	8.0
الإجمالي	150	100.0

تكشف بيانات الجدول الموضح أعلاه عن معدل ثقة المبحوثين في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية؛ فكانت "إلى حد ما" في المقدمة بنسبة بلغت (58.7%)، ثم "قوية" بنسبة بلغت (33.3%)، وأخيراً "غير موجودة" بنسبة بلغت (8%). وتتسق هذه النتيجة مع نتيجة جدول (17) حول اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية، فكانت الاتجاهات "محايدة" في

المقدمة بنسبة بلغت (70%)، وبذلك يتضح الارتباط بين الثقة في التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام الروسية والاتجاهات نحوها.



شكل (9)

مستوى ثقة المبحوثين في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية

اختبار الفروض:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بثقتهم في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية وفق النوع.

جدول (19)

اختبار الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بثقتهم في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية وفق النوع

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الثقة في التغطية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	الثقة في التغطية
0.048	148	ت= 3.981	.598	1.82	98	ذكر	النوع
دال			.565	1.62	52	أنثى	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بثقتهم في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية وفق النوع؛ إذ بلغت قيمة ت (3.981) عند درجة حرية (148)، ومستوى معنوية (0.048)، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بثقتهم في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية وفق النوع، وكانت الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي (1.82)، ثم الإناث بمتوسط حسابي (1.62).

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفق العمر. جدول (20)

اختبار الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفق العمر

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	معدل متابعة وسائل الإعلام الروسية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				العمر	
0.003 دال	3 146	ف= 4.986	.770	1.79	34	من 18 ل 20	العمر
			.578	1.45	73	من 21 ل 40	
			.716	1.82	34	من 41 ل 60	
			.601	2.11	9	أكثر من 60	
			.685	1.65	150	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفق العمر؛ إذ بلغت قيمة اختبار ف (4.986) عند درجتي حرية (3) و(146) ومستوى معنوية (0.003)، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفق العمر، وكانت الفروق لصالح من تزيد أعمارهم عن 60 عاماً بمتوسط حسابي (2.11)، ثم من تتراوح أعمارهم بين 41 و 60 عاماً بمتوسط حسابي (1.82)، يلي ذلك من تتراوح أعمارهم بين 18 و 20 عاماً بمتوسط حسابي (1.79)، وأخيراً من تتراوح أعمارهم بين 21 و 40 عاماً بمتوسط حسابي (1.45). وبذلك يقبل هذا الفرض.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب العمر.

جدول (21)

اختبار الفروق بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب العمر

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الحرب	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				العمر	أخبار الحرب
0.043 دال	3 146	ف= 2.780	.666	1.74	34	من 18 ل 20	العمر
			.603	1.48	73	من 21 ل 40	
			.551	1.62	34	من 41 ل 60	
			.707	2.00	9	أكثر من 60	
			.624	1.60	150	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب العمر؛ إذ بلغت قيمة اختبار ف (2.780) عند درجتي حرية (3) و(146) ومستوى معنوية (0.043) وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب العمر، وكانت الفروق لصالح من تزيد أعمارهم عن 60 عاماً بمتوسط حسابي (2.00)، ثم من تتراوح أعمارهم بين 18 و20 عاماً بمتوسط حسابي (1.74)، يلي ذلك من تتراوح أعمارهم بين 41 و60 عاماً بمتوسط حسابي (1.62)، وأخيراً من تتراوح أعمارهم بين 21 و40 عاماً بمتوسط حسابي (1.48). وبذلك يُقبل هذا الفرض.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب النوع.

جدول (22)

اختبار الفروق بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب النوع

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الاهتمام بمتابعة أخبار الحرب	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	النوع
0.298 غير دال	148	ت=1.093	.610	1.56	98	ذكر	النوع
			.648	1.67	52	أنثى	

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب النوع؛ إذ بلغت قيمة اختبار ت (1.093) عند درجة حرية (148) ومستوى معنوية (0.298) وهي قيمة غير دالة، مما يوضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب النوع، وبذلك يرفض هذا الفرض.

5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية.

جدول (23)

اختبار العلاقة بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية.

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل متابعة مواقع الصحف الروسية
دال	0.000	0.257**	الاتجاهات نحو معالجة الحرب الروسية

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.257) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية طرية ذات

دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية؛ أي أنه كلما ارتفع معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية، وبذلك يُقبل هذا الفرض.

6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية وتغيير وجهات نظرهم تجاه الحرب.

جدول (24)

اختبار العلاقة بين معدل متابعة المبحوثين مواقع الصحف الروسية وتغيير

وجهات نظرهم تجاه الحرب

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل متابعة مواقع الصحف الروسية
غير دال	0.830	0.018	الاتجاه نحو تغيير وجهات النظر تجاه الحرب

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية وتغيير وجهات نظرهم تجاه الحرب؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.018) عند مستوى معنوية (0.830)، وهي قيمة غير دالة، مما يوضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية وتغيير وجهات نظرهم تجاه الحرب. وبذلك يُرفض هذا الفرض. فقد ثبت عدم تأثير متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الروسية على وجهات نظرهم التي يتبنونها تجاه الحرب، وفي هذا إشارة إلى عدم فاعلية وسائل الإعلام الروسية في التأثير على الجمهور محل الدراسة.

7- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو فرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام.

جدول (25)

اختبار العلاقة بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو فرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل متابعة مواقع الصحف الروسية
دال	0.000	0.257**	الاتجاهات نحو فرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام

يتضح من الجدول السابق نتائج اختبار العلاقة بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو فرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام؛ وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.257^{**}) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي قيمة دالة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو فرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام؛ أي أنه كلما ارتفع معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية كانت اتجاهاتهم مؤيدة لفرض الحكومة الروسية سيطرتها على وسائل الإعلام. وبذلك يقبل هذا الفرض.

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

- 1- احتل الخبر المرتبة الأولى بين القوالب الصحفية المستخدمة في مواقع الصحف الإلكترونية الروسية عينة الدراسة بنسبة 53.1% بموسكو تايمز، و52.7% في سبوتنيك، وهو ما يدل على أهمية قالب الخبري القصير في توصيل المعلومة والخبر بشكل مبسط ومكثف ومركز، وجاءت أغلب أخبار هذه الفئة في إطار الأخبار العاجلة والأخبار القصيرة.
- 2- استخدم موقع موسكو تايمز المصادر المجهلة بواقع 32.7% من المواد الخبرية عينة التحليل، وترى الباحثة أنها نسبة كبيرة تقارب ثلث عينة المواد التحريرية

الخاضعة للتحليل، لتأتي المصادر المجهلة في المرتبة الثانية بعد وكالات الأنباء، بينما جاءت المصادر المجهلة في سبوتنيك في المرتبة الأولى بواقع 45.7%، وهو ما يقارب نصف عينة المواد التحريرية الخاضعة للتحليل في سبوتنيك، مما يثير تساؤلات حول موضوعية هذه الأخبار ومصداقيتها، وإمكانية عدّها من الدعاية وليس من الأخبار الموضوعية المتعارف عليها بالأسس العلمية السليمة للصحافة الموضوعية، وهو ما تتفق معه الدراسات السابقة التي خرجت بنتائج حول سيطرة النمط السلطوي المغلق على وسائل الإعلام الروسية.

3- اختلف ترتيب القضايا التي أبرزتها مواقع الصحف الروسية الناطقة بالإنجليزية محل الدراسة في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، فجاءت المواد التحريرية الخاصة بالعمليات العسكرية في المرتبة الأولى في موسكو تايمز، بينما جاءت الفئة نفسها في المرتبة الثانية في سبوتنيك.

4- بلغ مجموع تكرارات الأساليب العاطفية المستخدمة في موسكو تايمز 755 مادة تحريرية من مواقع 1047 مادة تحريرية إجمالي عينة الدراسة بواقع 72.11%، وهي نسبة كبيرة، مما يدل على عدم اعتماد موسكو تايمز على الأساليب المنطقية في السرد الصحفي للأحداث.

5- وجاءت نتائج سبوتنيك تقارب موسكو تايمز، فقد بلغ عدد تكرارات المواد التحريرية التي استخدمت الأساليب العاطفية 687 مادة تحريرية من أصل 862 مادة تحريرية إجمالي عينة الدراسة بموقع سبوتنيك، أي بواقع 79.6%، وهو مؤشر في غاية الأهمية عن استخدام سبوتنيك أساليب الأنماط الإيحائية والنوع الوصفية والصور الذهنية، وتجهيل المصدر بشكل يطفئ على الأساليب المنطقية في السرد الصحفي لتغطيات الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف الروسية محل الدراسة.

6- سجّلت جملة الرأي المسندة المؤيدة في موسكو تايمز أعلى نسبة مئوية من إجمالي العينة بواقع 25.11%، ورصدت الباحثة استخدامها في إبراز التصريحات على لسان المسؤولين الروس لتأييد الحرب على أوكرانيا، فجاءت في شكل جمل رأي لا تعتمد على أرقام أو بيانات أو دلائل أو حجج، ولكنها جمل رأي مرسلة، مسندة على

لسان صاحب التصريح وغير مُجهَّلة المصدر، وجاءت جملة الرأي المسندة المؤيدة في الترتيب الخامس طبقاً لمقياس "لوري هايكاوا" للموضوعية الصحفية.

7- سجَّلت جملة الرأي غير المسندة المؤيدة أعلى نسبة مئوية على صعيد موقع سبوتنيك بواقع 24.7%، وجاءت هذه الجملة في الترتيب السابع لمقياس الموضوعية لـ"هايكاوا"، ووظف محررو سبوتنيك هذه الجملة في شكل جمل الرأي المؤيدة للحرب، ولكنها غير مسندة أو منسوبة لمسئولين بعينهم، أو كتَّاب صحفيين أو قادة رأي أو سياسيين، أو حتى صحفيين، إنما جاء توظيف هذه الجمل مسنداً لمصادر مُجهَّلة غير واضحة، مثل (ذكرت مصادر مطلعة بأن، تبين لدى قادة الرأي أن، يقول صفوة المجتمع بأن، تشير اتجاهات الرأي العام إلى... إلخ)، وبذلك تبين ارتفاع معدل استخدام المواقع الصحفية محل الدراسة جمل الرأي المؤيدة، سواء كانت مسندة أو غير مسندة، مما يؤخر ترتيب هذه المواقع في مقياس الموضوعية للمرتبة الخامسة والسابعة على التوالي على صعيد الموضوعية الصحفية في مقابل التحيز.

نتائج الدراسة الميدانية:

- 8- ارتفاع معدل متابعة الباحثين لوسائل الإعلام الروسية، فقد جاءت دائماً وأحياناً بنسبة وصلت إلى (97.3%).
- 9- ارتفاع اعتماد الباحثين على شبكة الإنترنت في متابعة وسائل الإعلام الروسية، وقد جاءت وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية في المقدمة، وهو ما يتفق مع طبيعة المرحلة العمرية لأغلب الباحثين، فكان أغلبهم ممن تتراوح أعمارهم بين 21 و40 عاماً بنسبة بلغت (48.7%).
- 10- جاءت "Sputnik" في مقدمة الصحف التي تتابعها الجالية المصرية في روسيا بنسبة بلغت (58.7%)، ثم "Moscow times" بنسبة بلغت (51.3%)، يلي ذلك "Rbc.ru" بنسبة بلغت (28%)، ثم "Yandex news" بنسبة بلغت (24%)، ثم "Mail.ru news" بنسبة بلغت (20.7%)، وأخيراً "Lenta.ru" بنسبة بلغت (15.4%).

11- جاءت الأخبار بنسبة 59.5%، والإنفوجراف بنسبة 50.7%، في مقدمة الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون استقاء الأخبار منها.

12- ارتفاع اهتمام المبحوثين بالعمليات العسكرية، وتتفق هذه النتيجة مع أهم موضوعات الحرب التي يتابعها المبحوثون، فقد ذكروا "الموضوعات السياسية" في المقدمة بنسبة بلغت (56.7%).

نتائج اختبارات الفروض:

13- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بثقتهم في تغطية الصحف الروسية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية وفق النوع، وكانت الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي (1.82)، ثم الإناث بمتوسط حسابي (1.62).

14- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفق العمر؛ إذ بلغت قيمة اختبار ف (4.986)، عند درجتي حرية (3) و(146)، ومستوى معنوية (0.003)، وهي قيمة دالة، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمعدل متابعة وسائل الإعلام الروسية وفق العمر، وكانت الفروق لصالح من تزيد أعمارهم عن 60 عاماً بمتوسط حسابي (2.11).

15- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب العمر؛ إذ بلغت قيمة اختبار ف (2.780)، عند درجتي حرية (3) و(146)، ومستوى معنوية (0.043) وهي قيمة دالة.

16- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اهتمامهم بمتابعة أخبار الحرب حسب النوع.

17- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.257^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)، وهي قيمة دالة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية واتجاهاتهم نحو معالجة الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية.

18- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة أفراد العينة لمواقع الصحف الروسية وتغيير وجهات نظرهم تجاه الحرب. وبذلك يرفض هذا الفرض، فقد ثبت عدم تأثير متابعة الباحثين لوسائل الإعلام الروسية على وجهات نظرهم التي يتبنونها تجاه الحرب، وفي هذا إشارة إلى عدم فاعلية وسائل الإعلام الروسية في التأثير على الجمهور محل الدراسة.

المراجع

- 1 هيثم الطواجني. (2023)، عام على الحرب الروسية الأوكرانية، مجلة السياسة الدولية، @Avaliable at <http://www.siyassa.org.eg/News/18521.aspx>:
- 2 أسامة سعيد. (2022)، حرب "إعلامية" غير "باردة".. التغطية الغربية لأزمة أوكرانيا كأداة للصراع، مجلة السياسة الدولية، @Avaliable at : <http://www.siyassa.org.eg/News/18233/>
- 3 أجرت الباحثة مقابلة مع الأستاذ أيمن العيسوي، رئيس الجالية المصرية بروسيا عبر الهاتف، يوم 18 نوفمبر 2022.
- 4 أ. م. د/ هشام على حسين على الشميسي. (2023). نحو إشكالية ترجمة المصطلح الإعلامي من اللغة الروسية إلى العربية (لغة وسائل الإعلام الروسية نموذجًا). لارك، 1(48)، 898-882.
- 5 Crilley, R., Gillespie, M., Vidgen, B., & Willis, A. (2022). Understanding RT's audiences: Exposure not endorsement for Twitter followers of Russian state-sponsored media. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 220-242
- 6 إنجي عباس، أبو العز. (2022). تعرض الجمهور الروسي لأخبار مصر في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية الروسية وأثره على مزاجه العام تجاه مصر. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، 1(4)، 161-254.
- 7 Kovalev, A. (2021). The political economics of news making in Russian media: Ownership, clickbait and censorship. *Journalism, sage*, 22(12), 2906-2918
- 8 يوسف علي، إ. ي. ع. & إسراء يوسف علي. (2021). معالجة الأزمة السورية في الإعلام الروسي. آفاق آسيوية، 5(8)، 159-176.
- 9 آيت عبد الله، صبرينة. (2021). التغطية الإعلامية للأحداث العربية في وكالات الأنباء الأجنبية (رويترز البريطانية، وكالة الأنباء الفرنسية، أسوشيند برس الأمريكية، إيتار تاس الروسية) دراسة مقارنة الأحداث في سوريا نموذجًا، أطروحة دكتوراة، جامعة الجزائر.
- 10 Vartanova, E. (2019). Russian media: a call for theorising the economic change. *Russian Journal of Communication*, 11(1), 22-36
- 11 Shatalova, L., Shatalova, N., Arzumanova, R., Zelenova, O., & Maslova, I. (2018). Pejoration representation means in modern russian media texts. In 5th INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY SCIENTIFIC CONFERENCE (ON SOCIAL SCIENCES AND ARTS SGEM 2018 (pp. 375-382
- 12 إبراهيم & وائل فهيم. (2017). التحويل البنوي للعبارة السائرة في الصحف الروسية والعربية. *فيلولوجي: سلسلة الدراسات الأدبية واللغوية*، 34(67)، 261-280.

¹³ مصطفى & هبة الله نصر حسن. (2023). آليات توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 5(1)، 408-491.

¹⁴ Alyukov, M. (2021). News reception and authoritarian control in a hybrid media system: Russian TV viewers and the Russia-Ukraine conflict. *Politics*. Available at: <https://doi.org/10.1177/02633957211041440>

¹⁵ Mudrov, S. A. (2022). "We did not unleash this war. Our conscience is clear". The Russia-Ukraine military conflict and its perception in Belarus. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*, 30(2), 273-284.

¹⁶ Geissler, D., Bär, D., Pröllochs, N., & Feuerriegel, S. (2022). Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. *arXiv preprint arXiv:2211.04154*

¹⁷ Pavlik, J. (2022). The Russian War in Ukraine and the Implications for the News Media. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 8, 1-17 .

¹⁸ Ciuriak, D. (2022). The Role of Social Media in Russia's War on Ukraine. Available at SSRN.

¹⁹ سحر عبد المنعم محمود. (2022). أطر تغطية مواقع الصحف الأجنبية والعربية لأحداث الحرب الروسية-الأوكرانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2022(81)، 47-117.

²⁰ رباب جلال. (2022). المعالجة الإعلامية للحرب الروسية-الأوكرانية دراسة ميدانية على عينة من طلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية. مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، 28(3)، 269-306.

²¹ نها غالي. (2022). مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري- دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، 63(3)، 1630-1560.

²² سامح فوزي السيد الشجري. (2022). الأطر الخبرية لتغطية الحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإخبارية المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2022(24)، 255-283.

²³ Pasitselska, O. (2022). Better ask your neighbor: renegotiating media trust during the Russian-Ukrainian conflict. *Human Communication Research*, 48(2), 179-202.

²⁴ البنا & دعاء أحمد. (2022). الإعلام الشبكي وتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 21(3)، 391-474.

²⁵ حمدي محمد أبو سنة. (2021). علاقة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات باتجاه المصريين المغتربين في السعودية نحو (لقاح فيروس كورونا المستجد). مجلة البحوث الإعلامية، 58(1)، 199-262.

²⁶ Rauchfleisch, A., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2020). Transnational news sharing on social media: measuring and analysing Twitter news media repertoires of domestic and foreign audience communities. *Digital Journalism*, 8(9), 1206-1230 .

²⁷ محمد عبد العاطي، ع. (2015). اعتماد الجالية المصرية بمملكة البحرين على وسائل الإعلام الحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 30 يونيو 2013. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 2015(3)، 183-233.

²⁸ جمال سيد عبد الرحمن، محمود. (2015). دور المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية في إمداد الجاليات المصرية بالمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 3(3)، 413-421.

²⁹ Pechmann, cornelia & susan knight. (2002). " An experimental Investigation of the Joint effects of Advertising and peers on Adolescents' beliefs and intentions about cigarette consumption" Journal of Consumer Research, Vol:29 No : P.7

³⁰ James walker & susanEastman. (2003). "on Air promotion effectiveness for programs of different genres, familiarity and Audience demographics", Journal of Broad costing & electronic media, Vol:47 No,4, P.P. 618- 638.

³¹ أيمن منصور ندا (2003). دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب في الحرب الأمريكية على العراق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع21 أكتوبر/ ديسمبر 2003 (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

³² أسماء محكمي استمارة الدراسة التحليلية:

- 1- أ.د محمد حسام الدين إسماعيل، أستاذ الإعلام الدولي والدراسات الثقافية، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 2- أ.د على مسعود، أستاذ العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة بني سويف.
- 3- أ.د نهي عاطف العبد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- 4- د. ممدوح مكاي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- 5- د. رشا عادل لطفي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، منسق كلية الاعلام جامعة بني سويف الأهلية.
- 6- أ. خالد أبو بكر، مدير تحرير جريدة الشروق، مراسل القاهرة الإخبارية في فيينا.
- 7- أ. أيمن العيسوي، رئيس الجالية المصرية في روسيا.

³³ Hayakawa, S. I.(1992). From semantics to the U.S. Senate, : oral history transcript. The Bancroft Library, University of California, Berkeley, CA 94720-6000; <http://bancroft.berkeley.edu/>.

³⁴ Dennis.Lowery.(1999).Agnew and the network TV news : before/after content analysis , pp205-210.

35

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfK8rE_auyHEtG2OisMI2YvKIC5pK4EKPkdPfkUHTyY163xQ/viewform

³⁶ أسماء السادة محكمي استمارة الدراسة الميدانية:

- 1- أ.د محمد حسام الدين إسماعيل، أستاذ الإعلام الدولي والدراسات الثقافية، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 2- أ.د على مسعود، أستاذ العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة بني سويف.
- 3- أ.د نهي عاطف العبد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- 4- د. ممدوح مكاي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- 5- د. رشا عادل لطفي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، منسق كلية الاعلام جامعة بني سويف الأهلية.
- 6- د. سعد خلف خبير الشؤون الروسية.
- 7- أ. خالد أبو بكر، مدير تحرير جريدة الشروق، مراسل القاهرة الإخبارية في فيينا.
- 8- أ. أيمن العيسوي، رئيس الجالية المصرية في روسيا.

³⁷ <https://www.themoscowtimes.com/>

³⁸ <https://sputniknews.com/>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

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

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

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

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

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

Editorial Secretaries:

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

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

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

● Issue 68 October 2023 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

Rules of Publishing

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

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