

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

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

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

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

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الأول - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

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

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

## الهيئة الاستشارية للمجلة

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

## محتويات العدد

- ٩ ■ الاتجاهات الحديثة في دراسات القيم الإخبارية في المدرستين الأكاديميتين العربية والغربية  
أ. د. عماد الدين علي أحمد جابر
- ٧٩ ■ دراسات الاتصالات المؤسسية الداخلية، الواقع واتجاهات المستقبل: رؤية تحليلية نقدية  
أ. م. د. ريم أحمد عادل طه محمد
- ١٤١ ■ قضايا الأقليات في الدراما العربية - تطبيقاً على الدراما التليفزيونية والمسرحية في الكويت «دراسة تحليلية»  
أ. م. د. صفاء علم الدين عبد الجواد علم الدين النواردي
- ١٩٩ ■ علاقة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات باتجاه المصريين المغتربين في السعودية نحو (لقاح فيروس كورونا المستجد)  
أ. م. د. نورة حمدي محمد أبو سنة
- ٢٦٣ ■ فاعلية تقنية الشات بوت «روبوتات المحادثة» بالمؤسسات الصحية في التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد . د. ولاء يحيى مصطفى
- ٣٠٩ ■ اتجاهات البحوث العربية والأجنبية في مجال التسويق عبر الإنترنت: دراسة تحليلية من المستوى الثاني  
د. نرمين علاء الدين علي
- ٣٦٩ ■ أطر الصورة لأخبار جائحة كورونا (دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي صحيفتي: لوفيجارو الفرنسية واليوم السابع المصرية)  
د. فلورا إكرام متي

- الممارسة المهنية لمحرر الأرشيف الصحفي والمعلومات بالصحف القومية  
المصرية: دراسة ميدانية على مؤسستي (الأهرام - أخبار اليوم)  
٤٠٩ د. فتحي إبراهيم إسماعيل أحمد
- 
- دور الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك في توعية  
الجمهور بقضية اختطاف الأطفال (دراسة تطبيقية)  
٤٥٩ د. آية صلاح عبد الفتاح العدوي
- 
- الاحتراق النفسي لدى أخصائي الإعلام التربوي وعلاقته بتطبيق  
معايير التنمية المهنية  
٥٠٩ د. هشام فوللي عبد المعز
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## مجلة البحوث الإعلامية .. نجاح متواصل ..

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين  
وبعد

فيسعدني أن أقدم للقراء والباحثين والمتخصصين في مجالات الإعلام ( الصحافة،  
الراديو والتلفزيون ، العلاقات العامة ، الإعلام الرقمي ، التسويق والإعلان ) هذا  
العدد الجديد من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها جامعة الأزهر ، كلية  
الإعلام ، وهو العدد الذي يحمل الرقم ٥٨ ، وذلك بعد أن أصبحت دورية الإصدار  
فصلية بموجب قرار من الجامعة ، لاستكمال مسيرة النشر العلمي الرصين منذ  
أن بدأت المجلة في الصدور عام ١٩٩٣ م على يد الأستاذ الدكتور كرم شلبي رحمه  
الله ، وهو أول رئيس تحرير لهذه المجلة .

ويتوافق موعد صدور العدد الثامن والخمسين من مجلة (البحوث الإعلامية)  
مع صدور التقييم الثالث للدوريات العلمية في مصر ، والذي يقوم به المجلس  
الأعلى للجامعات ، وقد حافظت المجلة على تصنيفها المتصدر للدوريات العلمية في  
مجال الإعلام للعام الثالث على التوالي .

وإن هذا الإنجاز لم يكن ليتحقق إلا بفضل الله تعالى وعونه وتوفيقه ، ثم بفضل  
أساتذة الكلية الأفاضل ، وبخاصة أعضاء هيئة التحرير - الذين يحرصون على  
العمل بتفان في هذه المجلة ، حيث أنها أضحت مصدر افتخار لكل منتسب لكلية  
الإعلام جامعة الأزهر ، ولكل باحث قصد النشر فيها ، حيث يقف وراء صدور هذه  
المجلة كتيبة علمية من منتسبي الكلية الأفاضل من كل الأقسام ومن كل الدرجات  
العلمية ، ابتداء من معيد إلى أستاذ ، كما أن لإدارات التحرير المتعاقبة على المجلة

دورها المشكور المقدر في الوصول لهذا التصنيف ، وللثبات على التميز .  
وتعمل هيئة تحرير المجلة - التي تضم في عضويتها أسماء لامعة في سماء العمل  
الأكاديمي المتخصص في مجالات الإعلام من الجامعات المصرية والعربية - على  
التدقيق في معايير النشر أولا بأول ، والحرص على مواكبة معايير وشروط النشر  
الدولية ، لأننا جزء من المجتمع العلمي العالمي ، ولا يمكن أن تكون قراراتنا بمعزل  
عن التطورات المتلاحقة في النشر الدولي .

ثم إن عبارات الشكر الواجبة لهؤلاء الأساتذة الأفاضل الذين يبذلون جهودا  
حثيثة لتحكيم وتقييم الأبحاث العلمية المنشورة في المجلة من مصر وخارجها ،  
حتى إن كثيرا منهم أدرك أن لهذه الدورية معايير خاصة في النشر وأسلوبا دقيقا  
في تقييم البحوث والدراسات العلمية ، والشكر موصول للسادة الباحثين الذين  
يتحملون - عن رضا وحب - عناء التعديل والتصحيح والتطوير لتكون البحوث  
العلمية في صورة جيدة تتناسب مع طموحات الباحثين التي تتلاقى مع طموحات  
فريق عمل المجلة .

ونسأل الله تعالى أن يكلل كل هذه الجهود بدوام التميز والنجاح ، وأن يوفق  
القائمين على هذه المجلة لبذل المزيد من الجهود للحفاظ على مكتسبات النجاح ،  
وتحقيق نجاحات متتالية إن شاء الله على كافة الأصعدة ،

والله من وراء القصد، ومنه وحده التوفيق والعون.

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجبهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

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



● دور الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك  
في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال (دراسة تطبيقية)

- The role of the image on the missing persons pages on Facebook in raising public awareness of the issue of child abduction (An Empirical Study)

● د. آية صلاح عبد الفتاح العدوي

مدرس الصحافة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

Email: mahmedkenan946@gmail.com

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك بتوعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون على عينة من صفحات المفقودين على الفيس بوك وهي: (أطفال مفقودة، والإعدام لخاطفي الأطفال)، واستمارة استبانة طبقت على عينة عمدية من الجمهور قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مدى حرص العينة على متابعة صور المفقودين على صفحات التواصل بصفة مستمرة، وبالنسبة إلى شكل الصور المعروضة على صفحات المفقودين على الفيس بوك؛ فقد جاءت الصور المفردة في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية سلسلة صور، ثم جاء المشهد في المرتبة الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك - قضية اختطاف الأطفال.

### Abstract

The role of the image on the missing persons pages on Facebook in raising public awareness of the issue of child abduction.

The study used a content analysis tool on a sample of the pages of the missing persons on Facebook, who are missing children, the execution of child kidnapers, and a questionnaire form was applied to an intentional sample of the public, consisting of 400 individuals. The results of the study showed the extent of the sample's keenness to continuously follow up the photos of the missing on the communication pages. Regarding the appearance of the pictures displayed on the missing person pages on Facebook, the individual pictures came in the first place, followed by a series of pictures, and then the scene came in last.

Keywords: Missing persons pages on Facebook, issue of child abduction.

نقلت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الإعلام إلى مرحلة جديدة تقوم على الانفتاح وعرض وجهات النظر المختلفة، وفتحت المجال أمام الجمهور لطرح آرائهم وتصوراتهم في العديد من القضايا والموضوعات التي تمس حياتهم، فقد كان للتطورات التكنولوجية دور كبير في نمو تيار صحافة الخدمات، وانعكس ذلك على بعض الخدمات التي تقدمها بعض الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، كالإعلان عن المفقودين على الصفحات الخاصة بذلك على الفيس بوك، وقد برز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي- ولاسيما الفيس بوك- بشكل واضح في الحياة الاجتماعية منذ فترة طويلة؛ مما نتج عنه مشاركات فاعلة في حل بعض القضايا، فقد اتسم باستخدامه وسائط اتصال متعددة، منها الصورة التي تقوم بتوصيل المعلومة للقراء، ونشر الأفكار بسرعة وسهولة.

وأصبحت الصورة عنصرًا مهمًا في أي وسيلة تواصل؛ لما لها من دور مهم وبارز يدعم ويؤكد المعلومات الواردة، فلا يخفى علينا أن اللغة البصرية أصبحت لغة عالمية قابلة للفهم من جميع شرائح المجتمع، ولا شك أن الخطاب البصري هو أبلغ تأثيرًا بين جميع الوسائل الأخرى.

وشهدت البلاد قضية من أخطر القضايا وأكثرها انتشارًا في السنوات الأخيرة قضية اختطاف الأطفال، فتتراوح أعداد الاختطاف سنويًا وفقًا للمجلس القومي للأومومة والطفولة إلى 1300 طفل<sup>(1)</sup>، مما دفع العديد من النشطاء في العالم الافتراضي لإنشاء الصفحات على الفيس بوك لمساعدة أولياء الأطفال الضحايا في التوصل إليهم، ونشر مفهوم التوعية ضد هذه القضايا الإجرامية، وهنا تهتم الدراسة بمعرفة الدور الذي تقوم به الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال.

## الدراسات السابقة:

وتنقسم الدراسات السابقة إلى محورين: دراسات اهتمت بدراسة الصورة الإعلامية، ودراسات اهتمت بدراسة وسائل الإعلام وجرائم اختطاف الأطفال.

## المحور الأول دراسات اهتمت بدراسة الصورة الإعلامية:

(1) دراسة Perreault & Paul (2018)<sup>(2)</sup>: "صورة اللاجئين كما تعكسها عدسات مواقع التواصل الاجتماعي".

سعت الدراسة إلى التعرف على صورة اللاجئين السوريين على موقع الفيس بوك، حيث تم تحليل الصور باستخدام التحليل السردي لأزمة اللاجئين التي تظهر على الموقع؛ للتعرف على مدى انعكاس المشاهد المصورة لحياتهم اليومية على المواطنين، باستخدام أسلوب المسح بالعينة للصور الفوتوغرافية، حيث بلغت 300 صورة، وتوصلت الدراسة إلى: أظهر التحليل السردي تطُّع اللاجئين؛ فهم أصبحوا أمريكي الطبع برغم اختلاف فكرهم، وكذلك توصل تحليل الصور إلى اندماج اللاجئين في الحياة الأمريكية، والسعي وراء العمل والنجاح رغم صعوبات الحياة.

(2) دراسة حسن محمد العشري (2016)<sup>(3)</sup>: "تأثير الصورة في المدونات الإلكترونية".

سعت الدراسة للتعرف على تأثير الصورة في المدونات الإلكترونية، واستخدمت منهج المسح لعينة من الصور (863)، باستخدام أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى تنوع الفنون الصحفية المستخدمة؛ حيث جاء الخبر في المرتبة الأولى بنسبة 45.4%، وجاء المقال في المرتبة الثانية بنسبة 34%، وجاءت الصورة غير محددة المصدر في الترتيب الأول.

(3) دراسة Dayoung Ju, Min Shin (2013)<sup>(4)</sup>: "تأثير صور الإعلانات على جمهور المستخدمين لوسائل الإعلام الاجتماعية".

سعت الدراسة للتعرف على أثر الصور المستخدمة في الإعلانات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك وفهم وتذكر المستخدمين للإعلان، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة من الصور الإعلانية لبعض المنتجات المنشورة على بعض مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن: العلامة التجارية تسهم بشكل كبير في جذب انتباه المستخدمين للإعلان، وأن أكثر من 25% من المبحوثين يقبلون على الإعلانات المصاحبة للصور، وأن 17% يقبلون على الإعلانات المصاحبة للشعار.

(4) دراسة وليد عبد الفتاح النجار (2009) (5): "دوافع تعرض الشباب للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشباعات المتحققة منها".

سعت الدراسة للتعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي للصورة الصحفية والإشباعات المتحققة منها، واعتمد الباحث على صحيفة الاستبانة على عينة من الشباب الجامعي بلغت 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: اهتمام المبحوثين بالصور الموضوعية، يليها الصور التوضيحية والتعبيرية، وجاءت الصور الرياضية كأهم الصور التي يفضلها المبحوثون، يليها الصور السياسية والحوادث.

(5) دراسة إليوت باكر Elliott parker (2006) (6): "الصورة الفوتوغرافية في الصحف الكورية والأمريكية (دراسة مقارنة)".

سعت الدراسة إلى التعرف على الفروق بين الصور المنشورة في الصحف الأمريكية والكورية، وشملت عينة الدراسة مجموعة من الصحف الأمريكية (نيويورك تايمز، واشنطن بوست، لوس أنجلوس تايمز)، ومجموعة من الصحف الكورية (تشوش البو، جون جانج إلبو، دونجا البو)، وتم استخدام أداة تحليل المضمون لـ 826 صورة، منها 274 صورة نشرت في صحف أمريكية، و354 صورة نشرت في صحف كورية، وتوصلت الدراسة إلى: وجود اختلافات بين الصحف الكورية والأمريكية في الصورة وعدد الموضوعات التي تناولتها الصورة، وكيفية المعالجة لتلك الموضوعات؛ وذلك بسبب اختلاف الثقافة بين المجتمعين.

(6) دراسة أميرة أحمد سليمان (2006) (7): "الصورة الصحفية للانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية دراسة تحليلية في الفترة من 2000-2004".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مواقف الصحف المصرية تجاه انتفاضة الأقصى؛ من خلال الصور الصحفية المعروضة، ومعرفة مدى اهتمامها بالانتفاضة، من خلال معرفة نوعية الصور المنشورة عن الانتفاضة والمضامين الصحفية المصاحبة لها، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى زيادة اهتمام الصحف المصرية بالصور الصحفية خلال العام الأول والثاني من اندلاع الانتفاضة، واختلاف توظيف الصور في صحف الدراسة وفقاً لطبيعة التوجهات الخاصة بكل صحيفة.

(7) دراسة Stephanie lee Sargent (2007)<sup>(8)</sup>: تأثير القصص الإخبارية المرفقة

بالصور مقارنة مع نفس القصص الإخبارية بدون صور.

وتوصلت الدراسة إلى أن التعرض للقصص الإخبارية المرفق بها صور أدت إلى زيادة وقت التعرض للقصة الخبرية من قبل القراء؛ مقارنة بالقصص الإخبارية التي تخلو من الصور، وزيادة وقت التعرض يعني قراءة تفاصيل أكثر.

المحور الثاني: الدراسات اهتمت بدراسة وسائل الإعلام وقضايا اختطاف الأطفال:

(8) دراسة دعاء فكري عبد الله (2018)<sup>(9)</sup>: "معالجة الصحف الإلكترونية المصرية

لجريمة خطف الأطفال ودورها في توعية ربة الأسرة (دراسة تحليلية ميدانية)".

سعت الدراسة للتعرف على معالجة الصحف الإلكترونية لجريمة خطف الأطفال، والدور الذي تقوم به في توعية ربة الأسرة لحماية أطفالها من الخطف، استخدمت الدراسة أداتي تحليل المضمون على صحف (الأهرام والأخبار والدستور والوفد والوطن واليوم السابع)، واستمارة الاستبانة طُبقت على عينة عمدية من متابعي الصحف الإلكترونية قوامها 200 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: احتلت العوامل الأسرية كعامل يؤدي إلى خطف الأطفال والواردة من المادة الصحفية المنشورة في المرتبة الأولى، يليها العوامل الأمنية، وكذلك تأثر المبحوثات معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا نتيجة قراءتهن للصحف الإلكترونية المصرية كمصدر للمعلومات حول جريمة خطف الأطفال.

(9) دراسة فاطمة محمودي (2017)<sup>(10)</sup>: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحسيس

بخطورة ظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بخطورة ظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر؛ وذلك عن طريق عينة من مستخدمي الفيس بوك من طلبة الإعلام والاتصال في الجزائر بجامعة أم البواقي، ويرى أغلب أفراد العينة أن أفضل وسيلة للتحسيس بخطورة ظاهرة اختطاف الأطفال عبر الفيس بوك هي إنشاء عدد من الصفحات لمحاربة الظاهرة.

(10) دراسة قادة كريمة (2016)<sup>(11)</sup>: "المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال

(دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومية)".

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف الجزائرية لقضية اختطاف الأطفال في الجزائر من خلال تحليل مضمون جريدة الشروق اليومي، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الصحيفة بموضوع الاختطاف باعتباره أبرز موضوعات الظاهرة انتشارًا، وركزت الصحف اليومية في معالجتها للظاهرة على المصادر الداخلية.

(11) دراسة Casy. DA (2016) (12): "فقدان البراءة في طفولة أمريكا، جريمة قتل آدم والش، تأثير الإعلام على الثقافة والتشريع".

سعت الدراسة للتعرف على تناول الإعلام لجريمة اختطاف الأطفال وقتل ابنه آدم في عام 1981، وتأثير ذلك على ثقافة المجتمع والتشريع، من خلال أداة تحليل المضمون على عينة من المقالات التي تناولت جريمة قتل ابنه آدم، وقد توصلت الدراسة إلى فقدان البراءة والسلامة التي يشعر بها الآباء والأمهات في المجتمع.

(12) دراسة لمياء بشري (2016) (13): "المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال في القنوات الجزائرية الخاصة (دراسة تحليلية لبرنامج تحريات على قناة النهار)".

سعت الدراسة للتعرف على المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال في القنوات الجزائرية الخاصة، ومعرفة الأطراف الفاعلة في ظاهرة خطف الأطفال والمعروضة في برنامج تحريات على قناة النهار، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتوصلت الدراسة إلى تعرض البرنامج لمواضيع اختطاف الأطفال، والتي تمثلت في الاعتداءات الجسدية والقتل، واحتل أهل الضحية والأصدقاء والجيران الشخصيات الفاعلة في البرنامج.

(13) دراسة وزاني آمنة (2015) (14): "جريمة اختطاف الأطفال وآليات مكافحتها في القانون الجزائري".

سعت الدراسة للتعرف على معالجة المشرع الجزائري لجريمة اختطاف الأطفال، وتوصلت الدراسة إلى اعتبار جريمة اختطاف الأطفال من الجرائم العابرة للحدود، وتدخل في نطاق الجريمة المنظمة، قصد تحقيق أغراض مادية وسعيًا للربح السريع.

(14) دراسة John Domingo and Ubong Evans (2013) (15): "المشكلات

الاجتماعية لاختطاف الأطفال وآثارها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في نيجيريا".

سعت الدراسة للتعرف على مشكلة اختطاف الأطفال في مدينة أويو، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى انتشار ظاهرة الاختطاف في نيجيريا؛ ويرجع إلى التراخي في تنفيذ القانون وملاحقة المخالفين، ويعد السبب الرئيس وراء الاختطاف هو الحصول على فدية.

التعليق على الدراسات السابقة:

1- توصلت بعض الدراسات إلى أن انتشار ظاهرة الاختطاف يرجع إلى التراخي في تنفيذ القانون وملاحقة المخالفين، مثل دراسة John Domin (2013).

2- توصلت بعض الدراسات إلى احتلال العوامل الأسرية المرتبة الأولى كعامل يؤدي إلى خطف الأطفال، والواردة من المادة الصحفية المنشورة، مثل دراسة دعاء فكري 2018.

3- توصلت بعض الدراسات إلى: اهتمام المبحوثين بالصور، وخاصة الموضوعية، يليها الصور التوضيحية والتعبيرية، مثل دراسة وليد عبد الفتاح 2009.

4- كذلك توصلت بعض الدراسات إلى أهمية تحليل الصور، فقد أثبت تحليل الصور اندماج اللاجئين في الحياة الأمريكية، والسعي وراء العمل والنجاح رغم صعوبات الحياة (Perreault, G., & paul, N. (2018).

5- استخدمت بعض الدراسات منهج المسح، ونظرية الاعتماد، مثل دراسة دعاء فكري 2018، وفاطمة محمودي 2017، وقادة كريمة 2016.

6- تضيف الدراسة الحالية أهمية الصورة في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال. وأفادت الباحثة من مراجعة الدراسات السابقة فيما يلي:

- 1- وضع تصور عام للدراسة وتحديد أبعادها ومشكلتها البحثية.
- 2- تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها، ووضع الإطار النظري الملائم للدراسة.
- 3- استرشدت الباحثة بالدراسات السابقة في تحديد نوع العينة، ومجتمع الدراسة.
- 4- الاطلاع على الدراسات السابقة أفاد الباحثة في تصميم صحيفة الاستبانة واستمارة تحليل المضمون.

#### مشكلة الدراسة:

يشهد العالم الآن الكثير من التغيرات في مجال تكنولوجيا الاتصالات؛ مما سهل وصول المعلومات إلى جميع أنحاء العالم بسهولة وسرعة عالية، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، حيث كسرت الحدود والقيود بين الناس على اختلاف لغاتهم وبيئاتهم وثقافتهم، ويعتبر الفيس بوك أكثر هذه المواقع شعبية ويتميز بوسائله المتعددة (صوت- صور- فيديو- موسيقى)، فالفرد أصبح باستطاعته أن (يرسل- يستقبل- يتفاعل)، وتظهر أهمية الصورة، فهي تقدم التفاصيل مع القضايا المختلفة، وتساعد على محاكاة الواقع البصري، ويمكن للصورة الإعلامية النفاذ إلى عقل ووجدان الجمهور بطريقة أسهل وأبسط من النص المكتوب، إذ أنها تخاطب جميع المستويات التعليمية. فتتنوع مجالات المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي، بعضها استهلاكي وترفيهي، وبعضها وظيفي وله دور خدمي.



وتعد أبرز المواضيع الاجتماعية على الساحة قضية اختطاف الأطفال؛ حيث شغلت المسؤولين على الصعيد المحلي أو العالمي والمتخصصين في المجالات القانونية القضائية والاجتماعية، لذا تحاول الدراسة معرفة ما علاقة الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك بتوعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال.

#### أهمية الموضوع:

- محاولة الوصول إلى حقيقة التأثيرات التي تحدثها الصورة على الجمهور.
- خلق جانب من الوعي لدى الجمهور بقضية اختطاف الأطفال.
- الاهتمام المتزايد بالحصول على المعلومات التي تهتم المواطن المصري في جميع القضايا المجتمعية.
- التركيز على الثقافة البصرية في عصر هيمنت فيه الصورة على كل شيء.

#### أهداف الدراسة الميدانية:

يتبلور الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على دور الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال، وينبثق منه الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على الشخصيات المقدمة بالصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك.
- التعرف على مصادر الصورة الصحفية في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك.
- التعرف على أنماط عرض الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك.
- التعرف على أهداف من نشر الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك.
- التعرف على إسهام الصور في الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال.
- التعرف على أسباب تفضيل موقع الفيس بوك في متابعة قضية اختطاف الأطفال.
- التعرف على أهم المضامين التي تظهرها حسابات الباحثين على صفحات المفقودين على الفيس بوك.

- التعرف على أشكال تفاعل المبحوثين مع صور المفقودين المنشورة على الفيس بوك.

#### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

توجد علاقة مباشرة بين كم الاعتماد العام على وسائل الإعلام وبين درجة تأثير هذه الوسائل وأهميتها<sup>(16)</sup>.

#### فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعمل وسائل الإعلام بطريقة معينة في إطار نظام اجتماعي معين لتلبية حاجات ورغبات معينة للجمهور، وأن درجة اعتماد الجمهور على معلومات ووسائل الإعلام هي المتغير الرئيس في فهم متى تغير رسائل الإعلام معتقدات الجمهور وشعوره وسلوكه، وكلما زادت حاجاتنا من وسائل الإعلام كلما كان اعتمادنا عليها أكبر<sup>(17)</sup>.

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وجود نظم متعددة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية؛ تؤدي كل منها دورها في التأثير والتأثر المتبادل، فرغبة الفرد في التعرض لوسائل الإعلام للحصول على المعلومات هو الذي يفسر التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية<sup>(18)</sup>.

وبتطبيق النظرية على الدراسة الحالية يمكن القول إن الجمهور يعتمد بشكل أساسي على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؛ للحصول على معلومات عن اختطاف الأطفال، فتحدث التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

#### تساؤلات الدراسة:

- ما مدى متابعتك لصور الأطفال المخطوفين على صفحات المفقودين على الفيس بوك؟
- ما الصفحات الخاصة بقضايا اختطاف الأطفال التي تفضل متابعتها على الفيس بوك؟
- ما دور الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال؟
- ما مدى إسهام الصور على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال؟
- ما أسباب تفضيلك لموقع الفيس بوك في متابعة قضية اختطاف الأطفال؟
- ما مصادر الصورة المنشورة على صفحات المفقودين على الفيس بوك؟
- ما لغة النص المصاحب للصورة على صفحات المفقودين؟

- ما الشخصيات المقدمة بالصورة على الصفحات الخاصة بالمفقودين؟
- ما أنماط عرض الصورة على الصفحات الخاصة بالمفقودين؟

فروض الدراسة:

\* الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على الصفحات الخاصة بالمفقودين ومعرفتهم بقضايا اختطاف الأطفال.

\* الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة صور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيس بوك ومدى إسهامها في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

\* الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين والتأثيرات المترتبة عليها.

\* الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل).

\* الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين وأشكال تفاعلهم مع قضية اختطاف الأطفال.

\* الفرض السادس:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك ومدى إسهام الفيس بوك في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

مجتمع وعينة الدراسة:

\* مجتمع الدراسة:

- يتكون مجتمع الدراسة الميدانية من الجمهور العام متابعي مواقع التواصل الاجتماعي، عينة عمدية قوامها 400 من متابعي صفحات المفقودين على الفيس بوك.

جدول رقم (1)  
مجتمع الدراسة الميدانية من الجمهور العام

المتغيرات	ك	%	
النوع	ذكور	120	30.0
	إناث	280	70.0
	الإجمالي	400	100.0
الفئات العمرية	أقل من 20-29	291	72.8
	أكثر من 30-39	39	9.8
	أكثر من 40-49	62	15.5
	50 فما فوق	8	2.0
	الإجمالي	400	100.0
المؤهل الدراسي	مؤهل متوسط	24	6.0
	جامعي	307	76.8
	دراسات عليا	69	17.3
	الإجمالي	400	100.0
المهنة	لا يعمل	235	58.8
	قطاع خاص	76	19.0
	قطاع عام	89	22.3
	الإجمالي	400	100.0
الحالة الاجتماعية	أعزب	294	73.5
	متزوج	97	24.3
	مطلق	7	1.8
	أرمل	2	.5
	الإجمالي	400	100.0
الدخل	من 1000 لأقل من 2000	113	28.3
	من 2000 لأقل من 5000	186	46.5
	من 5000 لأقل من 1000	77	19.3
	أكثر من 10	24	6.0
	الإجمالي	400	100.0

- يتكون مجتمع الدراسة التحليلية من صفحات الأطفال المفقودة على الفيس بوك.

جدول رقم (2)

مجتمع الدراسة التحليلية

29.1	16	أكتوبر	أطفال مفقودة
23.6	13	نوفمبر	
47.3	26	ديسمبر	
100.0	55	المجموع	
22.8	23	أكتوبر	صفحة المفقودين
31.7	32	نوفمبر	
45.5	46	ديسمبر	
100.0	101	المجموع	

تم عمل حصر شامل للصور المنشورة على الصفحات الخاصة بالمفقودين من 2020/10/1 إلى 2021/1/1 لمدة 3 شهور مع استبعاد الصور المكررة.

وتم اختيار هذه الصفحات بناء على أعلى درجات مشاهدة الجمهور لتلك الصفحات، وهما صفحتي:

1- أطفال مفقودة عدد المتابعين: أكثر من مليون متابع.

2- الإعدام لخاطفي الأطفال (صفحة المفقودين): عدد المتابعين 800 ألف متابع.

\* نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة، بل تمتد لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة، والوصول إلى نتائج تفسير العلاقات السببية وتأثيراتها<sup>(19)</sup>.

منهج الدراسة:

منهج المسح: تعتمد الدراسة على منهج المسح، باعتباره من أنسب المناهج الإعلامية ملائمة للدراسة، وتم توظيف هذا المنهج في الدراسة التحليلية لمسح الصور الصحفية المتعلقة بقضية اختطاف الأطفال، كما تم توظيف المنهج في الدراسة الميدانية لمسح عينة من الجمهور من متابعي صفحات المفقودين على الفيس بوك في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك.

## أدوات جمع البيانات:

1- استمارة استبانة: حيث تعد من الأساليب الأساسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، وتتضمن عددًا من المحاور حول التعرض للفيس بوك، دور الصورة في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

2- استمارة تحليل مضمون: لكل من صفحتي أطفال مفقودة والإعدام لخاطفي الأطفال، وذلك بهدف دراسة وتحليل الصور الإعلامية للمفقودين؛ للوصول إلى نتائج واضحة ودقيقة تخدم مجتمع البحث والدراسة.

## اختبار الصدق والثبات:

### \* اختبار الصدق:

تم إعداد الاستمارتين في شكلهما الأولي، حيث تم تصميم استمارة تحليل مضمون من حيث الشكل والمضمون والفئات الداخلة في كل منهما. كما تم تقسيم استمارة الاستبانة إلى عدد من المحاور المختلفة، بحيث يتضمن كل محور مجموعة من التساؤلات التي تتناول جوانب الدراسة المختلفة.

عرض الاستمارتين على عدد من المحكمين والمتخصصين في الإعلام، والذين أبدوا بعض الملاحظات، حيث قامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات<sup>(20)</sup>.

تم اختبار الاستمارة على عدد 10% من إجمالي عينة الدراسة، وقامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات على بعض الأسئلة.

### \* اختبار الثبات:

قامت الباحثة بإعادة الاختبار R-test على 25 مفردة بعد 15 يوم من الانتهاء من جمع البيانات، وهي تمثل 8% من العينة، وبمطابقة النتائج تبين أن نسبة الثبات في الإجابات بلغت 91%.

## مفهوم الاختطاف:

يعرف الاختطاف على أنه سلب الفرد أو الضحية، باستخدام أسلوب أو أكثر من أساليب العنف، والاحتفاظ به في مكان ما يخضع لسيطرة ورقابة المختطفين؛ تحقيقًا لغرض معين<sup>(21)</sup>.

قد تكون جريمة اختطاف ذات نتائج مادية ضارة، أو ذات نتائج معنوية، فتتميز جريمة اختطاف الأطفال بالسرعة في التنفيذ وتحديد الأهداف، فتعتبر جريمة اختطاف الأطفال من جرائم الضرر، وقد تتم جريمة اختطاف الأطفال بالتحايل أو بالإكراه<sup>(22)</sup>.

#### أهداف جريمة اختطاف الأطفال:

##### تعددت أهداف وأسباب اختطاف الأطفال:

- منها للحصول على المال من خلال طلب فدية من أهل المخطوف.
- وقد تكون نتيجة لسلوك مرضي أو عصبي لدى الجاني.
- وقد يكون الهدف من الاختطاف الاعتداد الجنسي، وهو ما يعرف في علم النفس والاجتماع الشذوذ الجنسي.
- وقد تكون من أجل سرقة أعضائهم والمتاجرة بها<sup>(23)</sup>.

##### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- استخراج الجداول التكرارية.
- استخراج المتوسط الحسابي للبيانات.
- الوزن المرجح لمقياس ليكرت.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد.
- معامل ارتباط بيرسون.
- اختبار T.test للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية.

## نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

※ فئات ماذا قيل:

- مركز الاهتمام بالصورة:

جدول رقم (3)

مركز الاهتمام بالصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		مركز الاهتمام بالصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	10.3	16	15.8	16	-	-	مكان
1	89.7	140	84.2	85	100.0	55	شخص
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق مركز الاهتمام بالصورة في الصفحات محل الدراسة، وقد جاءت صورة الشخص المفقود في الترتيب الأول بنسبة 89.7%، يليها مركز الاهتمام في الصورة بمكان بنسبة 10.3%، ويرجع ذلك لأهمية عرض صورة الشخص المفقود لدفع الجمهور للتعرف عليه.

- الشخصيات المقدمة بالصورة:

جدول رقم (4)

الشخصيات المقدمة بالصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		الشخصيات المقدمة بالصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	19.2	30	29.7	30	-	-	جمهور عام
3	8.3	13	12.9	13	-	-	مسئولين
1	72.4	113	57.4	58	100.0	55	الضحايا
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح الجدول السابق الشخصيات المقدمة بالصور في الصفحات الخاصة بالمفقودين عينة الدراسة، فقد جاءت "الضحايا" في المرتبة الأولى بنسبة 72.4%، يليها في المرتبة الثانية "جمهور عام" بنسبة 19.2%، يليها بالمرتبة الثالثة "مسئولين" بنسبة 8.3%.



- أماكن الحدث بالصورة:

جدول رقم (5)  
أماكن الحدث بالصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		أماكن الحدث بالصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
4	14.1	22	21.8	22	-	-	في المراكز التجارية
1	33.3	52	45.5	46	10.9	6	أمام المنزل
3	17.3	27	19.8	20	12.7	7	في محطات القطارات
7	.6	1	1.0	1	-	-	في المستشفيات
6	2.6	4	3.0	3	1.8	1	في طريق الذهاب والعودة للمدرسة
	2.6	4	3.0	3	1.8	1	في أماكن دور العبادة
2	26.3	41	1.0	1	72.7	40	في الأماكن العامة
5	3.2	5	5.0	5	-	-	في المصيف
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أماكن الحدث بالصورة، فقد جاءت "أمام المنزل" في المرتبة الأولى بنسبة 33.3٪، يليها في المرتبة الثانية "في الأماكن العامة" بنسبة 26.3٪، وأعقبها في المرتبة الثالثة "في محطات القطارات" 17.3٪، ثم في المرتبة الرابعة "في المراكز التجارية" بنسبة 14.1٪، يليها في المرتبة الخامسة "في المصيف" بنسبة 3.2٪، يليه في المرتبة السادسة (عن طريق الذهاب والعودة للمدرسة- في أماكن دور العبادة) بنسبة 2.6٪، يليه في المرتبة السابعة والأخيرة "في المستشفيات" بنسبة 0.06٪، فلا بد من وضع قوانين رادعة لجرائم اختطاف الأطفال.

## - مصادر الصورة:

جدول رقم (6)  
مصادر الصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		مصادر الصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	100.0	156	100.0	101	100.0	55	مستول عن الصفحة "أدمن"
-	0.0	0	0.0	0	0.0	0	الأعضاء بالصفحة
-	0.0	0	0.0	0	0.0	0	إنترنت
-	0.0	0	0.0	0	0.0	0	صحف
-	0.0	0	0.0	0	0.0	0	أرشيف
-	0.0	0	0.0	0	0.0	0	نقلًا عن موقع إلكتروني
-	0.0	0	0.0	0	0.0	0	نقلًا عن مجلة ورقية
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مصادر الصورة، فقد جاءت المصادر الحية الأدمن المسئول عن الصفحة على المرتبة الأولى بنسبة 100%، بينما لم تحصل المصادر غير الحية (إنترنت- صحف- أرشيف) على أي نسبة على الإطلاق، فالأدمن هو المسئول عن نشر صور الأطفال المفقودين على الصفحة.

- أنماط عرض الصورة على الفيس بوك:

جدول رقم (7)

أنماط عرض الصورة على الفيس بوك

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		أنماط عرض الصورة على الفيس بوك
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	6.4	10	9.9	10	-	-	منفردة
1	93.6	146	90.1	91	100.0	55	مصاحبة للنص
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح نتائج الجدول السابق حول "أنماط عرض الصور بصفحات المفقودين على الفيس بوك" إلى وجود نمطين أساسيين الأول وهو نمط الصورة المصاحبة للنص وقد حازت نسبة 93.6%، يليها نمط الصورة المنفردة بنسبة 6.4%، ويرجع ذلك إلى أهمية عرض الصورة مصاحبة لتأكيد وتدعيم النصوص.

جدول رقم (8)  
لغة النص المصاحب للنص

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		لغة النص المصاحب للصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	7.7	12	5.9	6	10.9	6	العامية
2	16.7	26	16.8	17	16.4	9	العربية
1	75.6	118	77.2	78	72.7	40	الاثنين معاً
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح نتائج الجدول السابق حول لغة النص المصاحب للنص، فقد جاء الجمع بين اللغة العامية والعربية في المرتبة الأولى بنسبة 75.6٪، يليه في المرتبة الثانية اللغة العربية 16.7٪، يليها في المرتبة الثالثة اللغة العامية بنسبة 7.7٪.

- أساليب الإقناع بالصورة:

جدول رقم (9)  
أساليب الإقناع بالصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		أساليب الإقناع بالصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	46.2	72	66.3	67	9.1	5	تقديم أدلة
2	45.5	71	22.8	23	87.3	48	عرض وجهة نظر
3	4.5	7	5.9	6	1.8	1	استخدام شعارات ورموز
4	3.8	6	5.0	5	1.8	1	إثارة المخاوف
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح نتائج الجدول السابق حول أساليب الإقناع بالصورة، فقد جاء في المرتبة الأولى تقديم أدلة في المرتبة الأولى بنسبة 46.2٪، يليها في المرتبة الثانية عرض وجهة نظر 45.5٪، تلتها في المرتبة الثالثة استخدام شعارات ورموز بنسبة 4.5٪، وجاءت إثارة المخاوف في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.8٪، وقد يرجع ذلك لوجود شهود عيان لحادثة الاختطاف.

- نوع الصور من حيث المضمون:

جدول رقم (10)

نوع الصور من حيث المضمون

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		نوع الصور من حيث المضمون
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	41.0	64	62.4	63	1.8	1	صور شخصية
1	59.0	92	37.6	38	98.2	54	صور موضوعية
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق نوع الصور من حيث المضمون، فقد جاءت الصور الموضوعية في المرتبة الأولى بنسبة 59.0٪، يليها في المرتبة الثانية الصور الشخصية بنسبة 41.0٪.

- الهدف من النشر:

جدول رقم (11)

الهدف من النشر

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		الهدف من النشر
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	3.2	5	5.0	5	-	-	صور توعوية
3	1.9	3	3.0	3	-	-	صور للتوجيه
	1.9	3	1.0	1	3.6	2	صور للنقد
	1.9	3	2.0	2	1.8	1	صور تفسيرية
1	91.0	142	89.1	90	94.5	52	صور إخبارية
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق الهدف من نشر الصورة، فقد جاءت الصور الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 91.0٪، يليها في المرتبة الثانية الصور التوعوية بنسبة 3.2٪، وجاءت صور (النقد - التفسير - التوجيه) في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.9٪، فتساعد الصور الإخبارية في إعطاء تفاصيل أكثر دقة عن الحدث الواقع فعلاً.

- موضوع الحدث بالصورة:

جدول رقم (12)  
موضوع الحدث بالصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		موضوع الحدث بالصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
4	14.1	22	18.8	19	5.5	3	خطف الطفل من يد أمه
2	28.8	45	38.6	39	10.9	6	استدراج الطفل واختطافه
5	1.9	3	2.0	2	1.8	1	تعقب الطفل حتى تتاح الفرصة للاختطاف
1	33.3	52	35.6	36	29.1	16	الهروب من الأهل
5	1.9	3	2.0	2	1.8	1	تهريب الطفل بواسطة امرأة منتقبة
3	19.9	31	3.0	3	50.9	28	تائه من الأهل
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق موضوع الحدث بالصورة، فقد جاء الهروب من الأهل في المرتبة الأولى بنسبة 33.3%، يليه في المرتبة الثانية استدراج الطفل واختطافه بنسبة 28.8%، يليه في المرتبة الثالثة تائه من الأهل بنسبة 19.9%، وفي المرتبة الرابعة خطف الطفل من يد أمه بنسبة 14.1%، وجاء في المرتبة الخامسة كل من (تعقب الطفل حتى تتاح فرصة للاختطاف- تهريب الطفل بواسطة امرأة منتقبة) بنسبة 1.9%، وقد يرجع ذلك للمشاكل النفسية والاجتماعية التي يعاني منها الأطفال في حياتهم الأسرية.

- اتجاه التغطية المصورة:

جدول رقم (13)  
اتجاه التغطية المصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		اتجاه التغطية المصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	4.5	7	6.9	7	-	-	متحيزة
2	5.8	9	8.9	9	-	-	محايدة
1	89.7	140	84.2	85	100.0	55	موضوعية
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق اتجاه التغطية المصورة، فقد جاءت التغطية الموضوعية في المرتبة الأولى بنسبة 89.75%، وجاءت التغطية المحايدة في المرتبة الثانية بنسبة 5.8%، وجاءت التغطية المتحيزة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 4.5%؛ ويرجع ذلك لحرص الأدمن على المصداقية لاكتساب جماهيرية لصفحته على الفيس بوك.

## من حيث شكل الصورة على الفيس بوك: كيف قيل؟

- من حيث شكل الصورة:

جدول رقم (14)

من حيث شكل الصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		من حيث شكل الصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	37.2	58	50.5	51	12.7	7	صور مفردة
2	27.6	43	22.8	23	36.4	20	مشهد
3	35.3	55	26.7	27	50.9	28	سلسلة صور
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق شكل الصورة المعروضة على صفحات المفقودين على الفيس بوك، فقد جاءت الصور المفردة في المرتبة الأولى بنسبة 37.2٪، يليها في المرتبة الثانية سلسلة صور بنسبة 35.3٪، ثم جاء مشهد في المرتبة الأخيرة بنسبة 27.6٪، ويرجع ذلك لأن غالبية الصور على الفيس بوك صور شخصية.

- البياض حول الصور:

جدول رقم (15)

البياض حول الصور

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		البياض
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	44.9	70	61.4	62	14.5	8	التفتير في البياض
2	5.1	8	2.0	2	10.9	6	الإسراف في البياض
1	50.0	78	36.6	37	74.5	41	البياض مناسب
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق البياض حول الصور، فقد جاء البياض مناسباً في المرتبة الأولى بنسبة 50٪، يليه في المرتبة الثانية الإسراف في البياض بنسبة 5.1٪، وذلك لحرص الأدمن على وضوح الصورة للقارئ.

- اللون:

جدول رقم (16)  
لون الصورة المعروضة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		اللون
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	97.4	152	100.0	101	92.7	51	ملونة
2	2.6	4	-	-	7.3	4	غير ملونة
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح الجدول السابق لون الصورة المعروضة على صفحات المفقودين على الفيس بوك، فقد جاءت الصور الملونة في المرتبة الأولى بنسبة 97.4%، يليها في المرتبة الثانية الصور غير الملونة بنسبة 2.6%؛ ويرجع ذلك للمستحدثات التكنولوجية المستخدمة في إنتاج الصور الرقمية.

- وضعية شكل الصورة:

جدول رقم (17)  
وضعية شكل الصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		وضعية شكل الصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	3.2	5	5.0	5	-	-	صورة وجه فقط
1	89.7	140	86.1	87	96.4	53	صور نصفية
2	7.1	11	8.9	9	3.6	2	طول كامل
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

يوضح الجدول السابق وضعية شكل الصور المعروضة، فقد جاءت الصور النصفية في المرتبة الأولى بنسبة 89.7%، يليها طول كامل في المرتبة الثانية بنسبة 7.1%، يليها في المرتبة الثالثة صورة وجه فقط بنسبة 3.2%.

- اسم الصفحة:

جدول رقم (18)

اسم الصفحة المعروض عليها صور المفقودين

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		العنوان
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	6.4	10	9.9	10	-	-	مكتوب على الصورة
1	84.6	132	76.2	77	100.0	55	منشور في البوست
2	9.0	14	13.9	14	-	-	بدون ذكر
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق اسم الصفحة المعروض عليها صور المفقودين، فقد جاء في المرتبة الأولى منشور في البوست بنسبة 84.6٪، يليه في المرتبة الثانية بدون ذكر أسماء بنسبة 9٪، يليه في المرتبة الثالثة مكتوب على الصورة بنسبة 6.4٪.

- وجود الإطار:

جدول رقم (19)

وجود إطار حول الصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		وجود الإطار
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.1	125	87.1	88	67.3	37	موجود
2	19.9	31	12.9	13	32.7	18	غير موجود
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول وجود إطار حول الصورة، فقد جاء في المرتبة الأولى (موجود) بنسبة 80.1٪، يليه في المرتبة الثانية (غير موجود) بنسبة 19.9٪؛ وذلك لحرص الأدمن على إبراز الصورة لمتابعي الصفحات.

- الشكل الهندسي للصورة:

جدول رقم (20)

الشكل الهندسي للصورة

ت	الإجمالي		صفحة المفقودين		أطفال مفقودة		الشكل الهندسي للصورة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	30.8	48	36.6	37	20.0	11	مربع
1	69.2	108	63.4	64	80.0	44	مستطيل
	100.0	156	100.0	101	100.0	55	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق الشكل الهندسي للصورة، فقد جاء شكل مستطيل في المرتبة الأولى بنسبة 69.2٪، يليه شكل مربع بنسبة 30.8٪.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

1- مدى استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (21)

مدى استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي  
ن = 400

ت	%	ك	مدى المتابعة
1	64.5	258	دائماً
2	35.5	142	أحياناً
	100.0	400	الإجمالي



يوضح الجدول السابق ارتفاع معدل متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت دائماً في الترتيب الأول بنسبة 64.5%، يليها أحياناً بنسبة 35.5%، وهذا يدل على حرص أفراد العينة على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، فالمبحوثون يتابعون بشكل دائم ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي في شتى مجالات الحياة.

## 2- مدة استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (22)

مدة استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي

ن = 400

ت	%	ك	مدة الاستخدام
1	67.8	271	من 4 سنوات فأكثر
2	22.5	90	من سنتين لأقل من 4 سنوات
3	5.8	23	من سنة لأقل من سنتين
4	4.0	16	أقل من سنة
	100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدة استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاءت مدة من 4 سنوات فأكثر في المرتبة الأولى بنسبة 67.8%، يليها من سنتين لأقل من 4 سنوات بنسبة 22.5%، ثم من سنة لأقل من سنتين بنسبة 5.8%، وأخيراً أقل من سنة بنسبة 4%؛ وهذا يدل على انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ سنوات عديدة.

## 3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة:

جدول رقم (23)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة

ن = 400

ت	%	ك	أهم المواقع
1	54.3	217	الفيس بوك
2	14.8	59	انستجرام
3	11.5	46	يوتيوب
4	10.8	43	أخرى
5	8.8	35	تويتر
	100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 54.3%، يليه في المركز الثاني انستجرام بنسبة 14.8%، واحتل يوتيوب المرتبة الثالثة بنسبة 11.5%، واحتلت أخرى موقع ماي سبيس المرتبة الرابعة بنسبة 10.8%، واحتل تويتر المرتبة الأخيرة بنسبة 8.8%، فالملاحظ أن أكبر نسبة نالها شبكة الفيس بوك؛ لأنها الأكثر انتشارًا واستخدامًا من طرف الأفراد.

#### 4- عدد مرات تصفح المبحوثين للفيس بوك في اليوم الواحد:

جدول رقم (24)

عدد مرات تصفح المبحوثين للفيس بوك في اليوم الواحد

ن = 400

ت	%	ك	عدد مرات التصفح
1	45.3	181	2 إلى 4 مرات
2	41.0	164	أكثر من 4 مرات
3	13.8	55	مرة واحدة
	100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق عدد مرات تصفح المبحوثين للفيس بوك؛ فقد جاءت في المرتبة الأولى 2 إلى 4 مرات بنسبة 45.5%، يليه التصفح أكثر من 4 مرات في المرتبة الثانية 41%، وجاءت تصفح موقع الفيس بوك لمرة واحدة يوميًا في المرتبة الأخيرة 13.8%.

#### 5- عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم:

جدول رقم (25)

عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم

ن = 400

ت	%	ك	عدد ساعات الاستخدام
1	45.0	180	من ساعة إلى 3 ساعات
2	22.8	91	أقل من ساعة
3	20.8	83	من 4 إلى 6 ساعات
4	11.5	46	أكثر من 6 ساعات
	100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم؛ فقد جاءت في المرتبة الأولى من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 45%، يليها في المرتبة الثانية أقل من ساعة بنسبة 22.8%، ثم في المرتبة الثالثة 4 إلى 6 ساعات بنسبة 20.8%، وأخيرًا أكثر من 6 ساعات بنسبة 11.5%.

وقد يعود هذا إلى التوفر الدائم لشبكة الإنترنت سواء في منازلهم أو مقرات عملهم؛ مما جعلهم على اتصال إلكتروني طويل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**6- مدى إسهام الوسائل الإعلامية في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال.**

جدول رقم (26)

مدى إسهام الوسائل الإعلامية في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	لا تسهم		تسهم أحياناً		تسهم بشكل كبير		مدى إسهام الوسائل في التوعية
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
1	28.99	1066	1.34	4.0	16	25.5	102	70.5	282	شبكات اجتماعية
2	26.95	991	1.52	6.0	24	40.3	161	53.8	215	تلفزيون
3	22.12	813	1.97	16.5	66	63.8	255	19.8	79	صحافة مكتوبة
4	21.94	807	1.98	19.8	79	58.8	235	21.5	86	إذاعة
	100	3677								اجمالي الوزن النسبي

تشير بيانات الجدول السابق إلى إسهام الوسائل الإعلامية في التوعية، فقد جاءت الشبكات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 28.99٪، يليها التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة 26.95٪، أعقبه الصحافة المكتوبة بنسبة 22.12٪، ثم الإذاعة بنسبة 21.94٪؛ لذا نرى أن الشبكات الاجتماعية هي من أسهمت بشكل كبير في خلق الوعي، وذلك لقدرة المواطن على إنشاء الخبر ونشره، وتسمح بمشاركة الخبر مع الآخرين، كما أنها تضم جميع أشكال المحتوى من صور وفيديو ونصوص مكتوبة، والتي تزيد من جذب الفرد واهتمامه بالقضية.

**7- مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك:**

جدول رقم (27)

مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك

ن = 400

ت	%	ك	مدى التعرض
1	54.3	217	أحياناً
2	37.5	150	دائماً
3	8.3	33	نادراً
	100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال، فقد جاءت أحياناً في المرتبة الأولى بنسبة 54.3٪، يليها في المرتبة الثانية دائماً بنسبة 37.5٪، يليها نادراً في المرتبة الثالثة بنسبة 8.3٪، وتبع أهمية الصورة الصحفية من مزاياها المختلفة: فهي لغة عالمية يفهمها الجميع.

**8- أنواع الصور التي تفضل العينة متابعتها لقضايا اختطاف الأطفال على الفيس بوك:**  
جدول رقم (28)

أنواع الصور التي تفضل العينة متابعتها لقضايا اختطاف الأطفال على الفيس بوك

ن = 400

ت	%	ك	الصور
1	61,3	245	صور شخصية للمخطوفين
2	38,8	155	صور موضوعية تعبر عن الحدث
	100,0	400	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أنواع الصور الصحفية التي تفضل العينة متابعتها لقضايا اختطاف الأطفال، جاءت الصور الشخصية للمخطوفين في المرتبة الأولى بنسبة 61.3٪، يليها في المرتبة الثانية صور موضوعية تعبر عن الحدث بنسبة 38.8٪، فغالبا ما يتم استخدام الصور الشخصية في حالة عدم توافر صور موضوعية للحدث.

**9- أسباب متابعة العينة للمصور على الفيس بوك:**  
جدول رقم (29)

أسباب متابعة العينة للمصور على الفيس بوك

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		الأسباب
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
1	22,15	1040	1,40	4,3	17	31,5	126	64,3	257	- للتعرف على الأحداث الجديدة وآخر المستجدات
2	20,44	960	1,60	6,0	24	48,0	192	46,0	184	- تضي الحيوية والحركة على الحدث
3	20,29	953	1,62	7,8	31	46,3	185	46,0	184	- الفيس بوك به مساحة من الحرية في تداول الصور
4	18,58	873	1,82	14,5	58	52,8	211	32,8	131	- أتابع الصور للتخلص من الملل
5	18,54	871	1,82	14,8	59	52,8	211	32,5	130	- أتابع الصور بدافع الفضول
	100	4697		إجمالي الوزن النسبي						

تشير نتائج الجدول السابق إلى أسباب تعرض العينة للصور على الفيس بوك، فقد جاءت في المرتبة الأولى للتعرف على الأحداث الجديدة وآخر المستجدات بنسبة 22.15٪، يليها في المرتبة الثانية تضيي الحيوية والحركة على الحدث بنسبة 20.44٪، وأعقبها في المرتبة الثالثة أن الفيس بوك به مساحة من الحرية في تداول الصور بنسبة 20.29٪، ثم في المرتبة الرابعة أتبع الصور للتخلص من الملل بنسبة 18.58٪، وفي المرتبة الأخيرة أتبع الصور بدافع الفضول بنسبة 18.54٪، فتعد الوظيفة الإخبارية من أهم الوظائف التي تؤديها الصورة، فوجودها يؤدي إلى إيصال المعلومة بوضوح ولا يقتصر على كونها شكلاً جمالياً يزين الصحيفة، بل تتفوق على النص المكتوب لتتمكن من نقل الحدث الذي وقع بالفعل<sup>(24)</sup>.

#### 10- دور الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال:

جدول رقم (30)

دور الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		دور الفيس بوك
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
1	50.85	1047	1.38	1.8	7	34.8	139	63.5	254	يساعدني الفيس بوك في زيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية عامة وقضية اختطاف الأطفال على وجه التحديد
2	49.15	1012	1.47	2.8	11	41.5	166	55.8	223	يعمل الفيس بوك على حل المشكلات الاجتماعية من خلال نشر صور الأطفال على صفحات خاصة بالمفقودين
	100	2059		إجمالي الوزن النسبي						

تشير بيانات الجدول السابق إلى دور الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال، فقد جاء في الترتيب الأول يساعدني الفيس بوك في زيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية عامة وقضية اختطاف الأطفال على وجه التحديد في المرتبة الأولى بنسبة 50.85٪، يليها في المرتبة الثانية يعمل الفيس بوك على حل المشكلات الاجتماعية من خلال نشر صور الأطفال على صفحات خاصة بالمفقودين بنسبة 49.15٪.

## 11- مدى إسهام الصور على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال: جدول رقم (31)

مدى إسهام الصور على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال

ن = 400

ت	%	ك	مدى الإسهام
1	62,5	250	يسهم بدرجة كبيرة
2	33,5	134	يسهم إلى حد ما
3	4,0	16	لا يسهم
	100,0	400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى إسهام الصور على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال، فقد جاء في المرتبة الأولى يسهم بدرجة كبيرة بنسبة 62.5%، يليها في المرتبة الثانية يسهم إلى حد ما بنسبة 33.5%، يليها في المرتبة الثالثة والأخيرة لا يسهم بنسبة 4%، فالفيس بوك يسهم إلى حد كبير في حل المشاكل الاجتماعية؛ وذلك راجع للأساليب التي توفرها هذه الشبكة، حيث إن الفيس بوك يساعد الجمهور على فهم ما يحيط بهم، والمشاركة بصورة فعالة ومؤثرة، ويتم نقل الأخبار من الفيس بوك إلى الصحف الورقية والبرامج التلفزيونية؛ مما يزيد من حجم تأثيرها وانتشارها والمساعدة في حلها، فالأفراد يهتمون بالقضايا التي تمس كيان أسرهم.

## 12- أشكال إسهام الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال: جدول رقم (32)

أشكال إسهام الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		أشكال إسهام الفيس بوك في التوعية
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
1	21.35	1074	1.32	3.3	13	25.0	100	71.8	287	إعطاء توجيهات للأطفال وأولياء الأمور لتجنب الاختطاف
2	20.79	1047	1.38	3.3	13	31.8	127	65.0	260	تعبئة وتوجيه الرأي العام لمواجهة الظاهرة
3	21.08	1061	1.35	1.5	6	31.8	127	66.8	267	نشر الصور والفيديوهات عن جرائم الاختطاف وأساليبه
4	18.99	956	1.61	6.3	25	48.5	194	45.3	181	نشر تعليقات
5	17.79	896	1.76	11.8	47	52.5	210	35.8	143	نشر الإحصائيات عن المختطفين

تشير نتائج الجدول السابق إلى أشكال إسهام الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال؛ فقد جاء إعطاء توجيهات للأطفال وأولياء الأمور لتجنب الاختطاف في المرتبة الأولى بنسبة ٢١.٣٥٪، وفي المرتبة الثانية تعبئة وتوجيه الرأي العام لمواجهة الظاهرة بنسبة ٢٠.٧٩٪، تلاها في المرتبة الثالثة نشر صور والفيديوهات عن جرائم الاختطاف وأساليبه بنسبة ٢٠.٨٪، وأقربها في المرتبة الرابعة نشر التعليقات بنسبة ١٨.٩٩٪، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة نشر الإحصائيات عن المخطوفين بنسبة ١٧.٧٩٪، فقد بينت الدراسة تعدد أشكال إسهام الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال.

### 13- أسباب تفضيل الباحثين لموقع الفيس بوك في متابعة قضية اختطاف الأطفال: جدول رقم (33)

أسباب تفضيل الباحثين لموقع الفيس بوك في متابعة قضية اختطاف الأطفال

ن = 400

ت	%	ك	أسباب تفضيل الفيسبوك
1	40.3	161	يتضمن آراء تعبر عن القضية وإمكانية إضافة التعليقات
2	23.8	95	يتضمن أخبارًا ومعلومات عما تنشره الصحافة والتلفزيون
3	18.8	75	رابط قوي بين المواطن وصناع القرار
4	17.3	69	يقدم حوادث واقعية
	100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب تفضيل الفيسبوك في متابعة قضية اختطاف الأطفال، فقد جاءت في المرتبة الأولى يتضمن آراء تعبر عن القضية وإمكانية إضافة التعليقات بنسبة 40.3٪، يليها في المرتبة الثانية يتضمن أخبارًا ومعلومات عما تنشره الصحافة والتلفزيون 23.8٪، يليها في المرتبة الثالثة رابط قوي بين المواطن وصناع القرار 18.8٪، يليها في المرتبة الرابعة أنه يقدم حوادث واقعية بنسبة 17.3٪؛ وذلك لأن الفيس بوك يمتلك إمكانية إضافة تعليقات، حيث يتضمن آراء مختلفة عن ظاهرة اختطاف الأطفال، ويفتح المجال أمام الجميع لإبداء آرائهم وطرح كل انشغالاتهم حول ظاهرة اختطاف الأطفال.

#### 14- أهم المضامين إلى تظهرها حسابات المبحوثين خاصة بقضايا المخطوفين على صفحات المفقودين على الفيس بوك:

جدول رقم (34)

أهم المضامين التي تظهرها حسابات المبحوثين خاصة بقضايا المخطوفين

ن = 400

المضامين	ك	%	ت
أكثر من شكل	218	54.5	1
صور	120	30.0	2
فيديوهات	36	9.0	3
نصوص	26	6.5	4
الإجمالي	400	100.0	

توضح نتائج الجدول السابق أهم المضامين التي تظهرها حسابات المبحوثين خاصة بقضايا المخطوفين على صفحات المفقودين على الفيس بوك، فقد جاء في المرتبة الأولى أكثر من شكل 54.5%، يليها في المرتبة الثانية الصور بنسبة 30%، يليها في المرتبة الثالثة فيديوهات 9%، يليها في المرتبة الرابعة نصوص بنسبة 6.5%، فيهتم الجمهور بالأنواع المختلفة من المضامين عن قضية اختطاف الأطفال؛ لأنها تمسهم أمنياً واجتماعياً.

#### 15- مشاركة المبحوثين بالتعليقات عما يشاهده من صور المخطوفين:

جدول رقم (35)

مشاركة المبحوثين بالتعليقات عما يشاهده من صور المخطوفين

ن = 400

مدى المشاركة بالتعليق	ك	%	ت
أحياناً	248	62.0	1
نادراً	100	25.0	2
دائماً	52	13.0	3
الإجمالي	400	100.0	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مشاركة المبحوثين بالتعليقات عما يشاهده من صور المخطوفين، فقد جاء في المرتبة الأولى أحياناً بنسبة 62%، يليها في المرتبة الثانية نادراً بنسبة 25%، يليها في المرتبة الثالثة دائماً بنسبة 13%، وقد يرجع ذلك إلى تعاطف المبحوثين مع أهالي الضحايا.



## 16- نوع المشاعر الإنسانية التي تثيرها صور الفيس بوك لدى المبحوثين حول قضية اختطاف الأطفال:

جدول رقم (36)

نوع المشاعر الإنسانية التي تثيرها صور الفيس بوك لدى المبحوثين حول قضية اختطاف الأطفال  
ن = 400

نوع المشاعر	ك	%	ت
وعى	219	54.8	1
خوف	94	23.5	2
تضامن	87	21.8	3
الإجمالي	400	100.0	

تشير بيانات الجدول السابق إلى نوع المشاعر الإنسانية التي تثيرها صور الفيس بوك لدى المبحوثين حول قضية اختطاف الأطفال، فقد جاء الوعي في المرتبة الأولى بنسبة 54.8%، يليها في المرتبة الثانية خوف بنسبة 23.5%، يليها في المرتبة الثالثة تضامن بنسبة 21.8%، فنال الوعي أكبر نسبة وهذا إيجابي جداً؛ فالفيس بوك أحدث طفرة في المجتمع المصري بخطورة الظاهرة.

## 17- أشكال تفاعل المبحوثين مع صور المفقودين المنشورة على الفيس بوك:

جدول رقم (37)

أشكال تفاعل المبحوثين مع صور المفقودين المنشورة على الفيس بوك

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		أشكال التفاعل
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
1	15.71	897	1.76	12.0	48	51.8	207	36.3	145	- أشاهد صور اختطاف الأطفال على الفيس بوك وأهتم بقراءة العناوين فقط
2	15.18	867	1.83	21.3	85	40.8	163	38.0	152	- أقوم بعمل لايك للصورة على الفيس بوك
3	14.55	831	1.92	23.8	95	44.8	179	31.5	126	- عندما أشاهد الروابط الخاصة بالصورة أقوم بفتحها على الفيس بوك
4	14.21	811	1.97	27.8	111	41.8	167	30.5	122	- أعبر عن رأيي تجاه قضايا اختطاف الأطفال على الفيس بوك عن طريق مناقشة الآخرين
5	13.73	784	2.04	32.0	128	40.0	160	28.0	112	- أقوم بمشاركة روابط الصور التي تعرض عن المفقودين

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		أشكال التفاعل
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
6	13.51	771	2.07	33.3	133	40.8	163	26.0	104	- أقوم بمشاركة صور الأطفال المفقودين على صفحتي
7	13.11	748	2.13	34.0	136	45.0	180	21.0	84	- عندما أشاهد الصور أقوم بالتعليق عليها
	100	5709								إجمالي الوزن النسبي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أشكال تفاعل المبحوثين مع صور الأطفال المفقودين على الفيس بوك، فقد جاء في المرتبة الأولى "أشاهد صور اختطاف الأطفال على الفيس بوك وأهتم بقراءة العناوين فقط" بنسبة 15.7٪، يليها في المرتبة الثانية أقوم بعمل لايك للصورة على الفيس بوك بنسبة 15.18٪، أعقبها في المرتبة الثالثة عندما أشاهد الروابط الخاصة بالصورة أقوم بفتحها على الفيس بوك بنسبة 14.5٪، ثم في المرتبة الرابعة أعبّر عن رأيي تجاه قضايا اختطاف الأطفال على الفيس بوك عن طريق مناقشة الآخرين بنسبة 14.2٪، بينما في المرتبة الخامسة أقوم بمشاركة روابط الصور التي تعرض عن المفقودين بنسبة 13.73٪ في حين جاء في المرتبة السادسة أقوم بمشاركة صور الأطفال المفقودين على صفحتي بنسبة 13.51٪، وفي المرتبة السابعة والأخيرة عندما أشاهد الصور أقوم بالتعليق عليها بنسبة 13.11٪.

## 18- التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك:

جدول رقم (38)

التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك  
ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		أهم التأثيرات	
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك		
المرتبة الأولى	17.83	1065	1.34	2.3	9	29.3	117	68.5	274	التعرف على أسباب الخطف وكيفية مواجهته	
	16.61	992	1.52	4.5	18	43.0	172	52.5	210	التعرف على كيفية التعامل مع الخاطف	
	34.45	2057	الوزن النسبي للتأثيرات المعرفية								
المرتبة الثانية	16.86	1007	1.48	5.5	22	37.3	149	57.3	229	دعم وزارة الداخلية في مكافحة الخاطفين	
	16.74	999	1.50	7.0	28	36.3	145	56.8	227	تقديم الدعم لمن تعرض أطفالهن للخطف	
	33.60	2006	الوزن النسبي للتأثيرات الوجدانية								
المرتبة الثالثة	18.34	1095	1.26	4.0	16	18.3	73	77.8	311	زيادة الحرص على الأبناء	
	13.62	812	1.62	23.8	95	49.4	198	26.8	107	منع الأطفال من الخروج بمفردهم	
	31.94	1907	الوزن النسبي للتأثيرات السلوكية								
	100	5970	إجمالي الوزن النسبي								

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة للمفقودين على الفيس بوك، فقد جاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الأولى بنسبة 34.45٪، منها (التعرف على أسباب الخطف وكيفية مواجهته بنسبة 17.83٪، والتعرف على كيفية التعامل مع الخاطف بنسبة 16.61٪). يليها في المرتبة الثانية التأثيرات الوجدانية بنسبة 33.60٪ منها (دعم وزارة الداخلية في مكافحة الخاطفين بنسبة 16.86٪، وتقديم الدعم لمن تعرض أطفالهن للخطف بنسبة 16.74٪). وفي المرتبة الثالثة والأخيرة التأثيرات السلوكية بنسبة 31.94٪ منها (زيادة الحرص على الأبناء بنسبة 18.34٪، ومنع الأطفال من الخروج بمفردهم بنسبة 13.62٪)، ومما سبق يتضح وجود اختلاف في نسب التأثيرات المعرفية والوجدانية

والسلوكية، ولكن حدث تأثير واضح من خلال التعرض لصور المفقودين على الفيس بوك، وهو ما يؤكد على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر هام للمعلومات حول المشاكل الاجتماعية.

### 19- أهم المعلومات التي اكتسبها المبحوثون من عرض صور المفقودين على الفيس بوك: جدول رقم (39)

أهم المعلومات التي اكتسبها المبحوثون من عرض صور المفقودين على الفيس بوك

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	لا		نعم		أهم المعلومات التي اكتسبها المبحوثون من عرض صور المفقودين على الفيس بوك
	%	ك		%	ك	%	ك	
1	25.3	743	1.14	14.3	57	85.8	343	معلومات خاصة بالقضايا الاجتماعية
2	25.2	741	1.15	14.8	59	85.3	341	معلومات خاصة بكيفية حماية الأطفال
3	24.8	729	1.18	17.8	71	82.3	329	معلومات خاصة بأسباب خطف الأطفال
4	24.7	727	1.18	18.3	73	81.8	327	معلومات خاصة بالقضايا الأمنية
	100	2940		إجمالي الوزن النسبي				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المعلومات التي اكتسبها المبحوثون من عرض صور المفقودين على الفيس بوك، فقد جاء في المرتبة الأولى معلومات خاصة بالقضايا الاجتماعية بنسبة 25.3%، يليها في المرتبة الثانية معلومات خاصة بكيفية حماية الأطفال 25.2%، يليها في المرتبة الثالثة معلومات خاصة بأسباب خطف الأطفال بنسبة 24.8%، يليها في المرتبة الرابعة معلومات خاصة بالقضايا الأمنية 24.7%.

## 20- معوقات استخدام ومتابعة الصور على موقع الفيس بوك من وجهة نظر الجمهور: جدول رقم (40)

معوقات استخدام ومتابعة الصور على موقع الفيس بوك من وجهة نظر الجمهور

ن = 400

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		المعوقات
	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
1	18.43	943	1.64	6.0	24	52.3	209	41.8	167	- سوء خدمة الإنترنت مما يعيق تحميل الصورة
2	16.88	864	1.84	14.3	57	55.5	222	30.3	121	- التشويش على الصورة وقلة جودتها
3	16.44	841	1.90	15.5	62	58.8	235	25.8	103	- عدم وضوح الصورة
4	16.25	832	1.92	12.0	48	68.0	272	20.0	80	- استخدام الصور الأرشيفية
5	16.21	829	1.93	20.3	81	52.3	209	27.5	110	- استخدام صور غير مناسبة للحدث
6	15.79	808	1.98	27.0	108	44.0	176	29.0	116	- الصور المتحركة تشتت انتباهي
	100	5117		إجمالي الوزن النسبي						

تشير بيانات الجدول السابق إلى معوقات استخدام ومتابعة الصور، فقد جاء في المرتبة الأولى سوء خدمة الإنترنت مما يعيق تحميل الصورة بنسبة 18.43٪، وفي المرتبة الثانية التشويش على الصورة وقلة جودتها بنسبة 16.88٪، يليها في المرتبة الثالثة عدم وضوح الصورة بنسبة 16.44٪، وأقربها في المرتبة الرابعة استخدام الصور الأرشيفية بنسبة 16.25٪، ثم في المرتبة الخامسة استخدام صور غير مناسبة للحدث بنسبة 16.21٪، وفي المرتبة السادسة والأخيرة الصور المتحركة تشتت انتباهي بنسبة 15.79٪، ففي ظل أزمة كورونا وتحول العديد من المهام الوظيفية والعملية إلى الإلكتروني ازدادت خدمات الإنترنت سوءاً، فظاهرة اختطاف الأطفال من القضايا الاجتماعية التي تهتم كل الفئات.

## نتائج اختبار الفروض دراسة:

## الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على الصفحات الخاصة بالمفقودين ومعرفتهم بقضايا اختطاف الأطفال.

جدول رقم (41)

معامل بيرسون لمعرفة العلاقة بين اعتماد المبحوثين على الصفحات الخاصة بالمفقودين ومعرفتهم بقضايا اختطاف الأطفال

ن = 400

اعتماد المبحوثين على الصفحات الخاصة بالمفقودين		متغير مستقل
مستوى الدلالة	معامل بيرسون	متغير تابع
.062	0.93	معرفة المبحوثين بقضايا اختطاف الأطفال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين اعتماد المبحوثين على الصفحات الخاصة بالمفقودين ومعرفتهم بقضايا اختطاف الأطفال بلغت 0.93 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من 0.05، مما يعني عدم وجود علاقة بين المتغيرين محل الدراسة.

مما يؤكد على عدم صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على الصفحات الخاصة بالمفقودين ومعرفتهم بقضايا اختطاف الأطفال.

## الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة الصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك ومدى إسهامها في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

معامل بيرسون لمعرفة العلاقة بين درجة متابعة الصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك ومدى إسهامها في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

جدول رقم (42)

درجة متابعة الصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك

ن = 400

درجة متابعة الصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك		متغير مستقل
مستوى الدلالة	معامل بيرسون	متغير تابع
0.036	0.471	إسهام الصور في التوعية بقضية اختطاف الأطفال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين درجة متابعة الصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك ومدى إسهامها في التوعية بقضية اختطاف الأطفال بلغت 0.471 وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من 0.05، مما يعني وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين محل الدراسة، أي أنه كلما زادت متابعة المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك زاد إسهام تلك الصور في توعيتهم بقضية اختطاف الأطفال.

مما يؤكد على صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة الصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على فيسبوك ومدى إسهامها في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين والتأثيرات المترتبة عليها.

تحليل التباين أحادي الاتجاه (one way ANOVA) لاختبار الفروق بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين والتأثيرات المترتبة عليها.

## جدول رقم (43)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لاختبار الفروق بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين  
ن = 400

مستوى الدلالة	ف	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	مجموع الدرجات	البيان	اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين
.001	7.168	1.297	2	2.594	بين المجموعات	أشكال التفاعل مع قضية اختطاف الأطفال
		.181	397	71.843	داخل المجموعات	
			399	74.438	المجموع	

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل أحادي التباين one way anova:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين والتأثيرات المترتبة عليها حيث جاءت قيمة ف 7.168 وهي قيمة دالة لدى مستوى دلالة أقل من 0.05.

مما يثبت صحة الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين والتأثيرات المترتبة عليها.  
الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل).  
أ- من حيث متغير النوع:

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين من التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً لمتغير النوع.

## جدول رقم (44)

متغير النوع

ن = 400

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية
4.261	398	1.137	.448	1.28	120	ذكور
			.424	1.22	280	إناث

يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار T-Test:



عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المبحوثين من التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً لمتغير النوع، حيث جاءت قيمة ت غير دالة لدى أيٍّ من مستويات الدلالة، وبذلك يتم رفض الفرض لدى متغير النوع.

ب- من حيث متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل):

تحليل التباين أحادي الاتجاه (one way ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات المبحوثين من التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل).

جدول رقم (45)

متغيرات العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل

ن = 400

مستوى الدلالة	قيمة ف	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية
.412	.890	2	.606	291	أقل من 20-29
				39	أكثر من 30-39
				62	أكثر من 40-49
				8	50 فما فوق
.513	.669	2	.148	24	مؤهل متوسط
				307	جامعي
				69	دراسات عليا
.526	.644	2	.438	235	لا يعمل
				76	قطاع خاص
				89	قطاع عام
.267	1.324	2	.360	294	أعزب
				97	متزوج
				7	مطلق
				2	أرمل
.256	1.367	2	.977	113	من 1000 لأقل من 2000
				186	من 2000 لأقل من 5000
				77	من 5000 لأقل من 1000
				24	أكثر من 1000

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل أحادي التباين one way anova:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المبحوثين من التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل)، حيث جاءت قيمة (ف) غير دالة لدى أي من مستويات الدلالة عند جميع المتغيرات، مما يؤكد رفض الفرض لدى تلك المتغيرات.

ومما سبق يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المترتبة على تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة بهم على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، الدخل).

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتماشى مع أهمية قضية اختطاف الأطفال بالنسبة لعموم الجمهور، بغض النظر عن النوع والمهنة والدخل والتعليم وغيرها من المتغيرات الديموجرافية.

#### الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين وأشكال تفاعلهم مع قضية اختطاف الأطفال.

تحليل التباين أحادي الاتجاه (one way ANOVA) لاختبار الفروق اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين وأشكال تفاعلهم مع قضية اختطاف الأطفال. جدول رقم (46)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لاختبار الفروق اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين  
ن = 400

مستوى الدلالة	ف	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	مجموع الدرجات	البيان	اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين
.000	55.318	22.003	2	44.005	بين المجموعات	أشكال التفاعل مع قضية اختطاف الأطفال
		.398	397	157.905	داخل المجموعات	
			399	201.910	المجموع	

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل التباين one way anova:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين وأشكال تفاعلهم مع قضية اختطاف الأطفال، حيث جاءت قيمة ف 55.318،

وهي قيمة دالة لدى مستوى دلالة أقل من 0.05، مما يثبت صحة الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على الصفحات الخاصة بالمفقودين وأشكال تفاعلهم مع قضية اختطاف الأطفال.

#### الفرض السادس:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك ومدى إسهام الفيس بوك في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

معامل بيرسون لمعرفة العلاقة بين مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك ومدى إسهام الفيس بوك في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

#### جدول رقم (47)

مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك

ن = 400

مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك		متغير مستقل
مستوى الدلالة	معامل بيرسون	متغير تابع
0.002	0.155	مدى إسهام الفيس بوك في التوعية بقضية اختطاف الأطفال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين 0.155 بلغت وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من 0.00، مما يعني وجود علاقة طردية شديدة القوة بين المتغيرين محل الدراسة؛ أي أنه كلما تعرضت العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك زاد إسهام الفيس بوك في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

مما يؤكد على صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مدى تعرض العينة للمواد المصورة الخاصة بقضية اختطاف الأطفال على الفيس بوك ومدى إسهام الفيس بوك في التوعية بقضية اختطاف الأطفال.

## النتائج العامة للدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصورة في الصفحات الخاصة بالمفقودين على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال، دراسة تحليلية على صفحتي (الإعدام لخاطفي الأطفال- وأطفال مفقودة)، وميدانية على الجمهور، وتم تطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة قوامها 400 مفردة، وقد انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج للدراسة التحليلية والميدانية من أهمها:

- 1- جاءت الشبكات الاجتماعية في مقدمة الوسائل الإعلامية إسهامًا في التوعية، يليها التلفزيون، فالصحافة المكتوبة، ثم الإذاعة.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة مدى حرص العينة على متابعة صور المفقودين على صفحات التواصل بصفة دائمة.
- 3- أما عن نتائج متابعة المبحوثين لصور قضايا اختطاف؛ فقد احتلت المطالبة بتفعيل القوانين وتطبيق أقصى العقوبات، المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية المطالبة بوضع قوانين رادعة لخاطفي الأطفال، وفي المرتبة الثالثة أصبحت على دراية ووعي بجرائم الاختطاف.
- 4- أما عن إسهام الصور على الفيس بوك في توعية الجمهور بقضية اختطاف الأطفال؛ فقد جاء في المرتبة الأولى تسهم بدرجة كبيرة، يليها في المرتبة الثانية تسهم إلى حد ما، وأخيرًا لا تسهم.
- 5- أما عن أسباب تفضيل الفيس بوك في متابعة قضية اختطاف الأطفال؛ فقد جاءت في المرتبة الأولى يتضمن آراء تعبر عن القضية وإمكانية إضافة التعليقات، يليها في المرتبة الثانية يتضمن أخبارًا ومعلومات عما تنشره الصحافة والتلفزيون، يليها في المرتبة الثالثة رابط قوي بين المواطن وصناع القرار.
- 6- أما عن مدى مشاركة المبحوثين بالتعليقات عما يشاهده من صور المخطوفين؛ فقد جاء في المرتبة الأولى أحيانًا، يليها في المرتبة الثانية نادرًا، يليها في المرتبة الثالثة دائمًا.
- 7- بالنسبة لأشكال تفاعل المبحوثين مع صور الأطفال المفقودين على الفيس بوك؛ فقد جاء في المرتبة الأولى أشاهد صور اختطاف الأطفال على الفيس بوك وأهتم بقراءة العناوين فقط في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية أقوم بعمل لايك للصورة على الفيس بوك، يليها في المرتبة الثالثة عندما أشاهد الروابط

- الخاصة بالصورة أقوم بفتحها على الفيس بوك، يليها في المرتبة الرابعة أعبّر عن رأيي تجاه قضايا اختطاف الأطفال على الفيس بوك.
- 8- بالنسبة لتأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين لصور المفقودين على الصفحات الخاصة للمفقودين على الفيس بوك فقد جاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الأولى، والتي تمثلت في (التعرف على أسباب الخطف وكيفية مواجهته- التعرف على كيفية التعامل مع الخاطف). يليها التأثيرات الوجدانية منها (دعم وزارة الداخلية في مكافحة الخاطفين- وتقديم الدعم لمن تعرض أطفالهن للخطف). يليها في المرتبة الثالثة والأخيرة التأثيرات السلوكية منها (زيادة الحرص على الأبناء ومنع الأطفال من الخروج بمفردهم).
- 9- وبالنسبة إلى شكل الصورة المعروضة على صفحات المفقودين على الفيس بوك، فقد جاءت الصور المفردة في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية سلسلة صور، ثم جاء المشهد في المرتبة الأخيرة.
- 10- وبالنسبة للون الصورة المعروضة على صفحات المفقودين على الفيس بوك؛ فقد جاءت الصور الملونة في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية الصور غير الملونة.
- 11- أما عن وضعية شكل الصور المعروضة؛ فقد جاءت الصور النصفية في المرتبة الأولى، يليها طول كامل في المرتبة الثانية، يليها في المرتبة الثالثة صورة وجه فقط.
- 12- أما بالنسبة شكل الصورة المعروضة على صفحات المفقودين على الفيس بوك، فقد جاءت الصور المفردة في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية سلسلة صور، ثم جاء مشهد في المرتبة الأخيرة، ويرجع ذلك لأن غالبية صور على الفيس بوك صور شخصية.

## الهوامش:

- (1) <https://www.youm7.com/story/2018/10/1/%D8%A7%D9%84%D9%8A%>
- (2) Perreault, G., & Paul, N. (2018), An image of refugees through the social media lens: A Narrative Framing analysis of the Humans of New York series, Syrian Americans; Journal of Applied Journalism & media studies, 7(1), pp.79-102.
- (3) حسن محمد العشري: تأثير الصورة في المدونات الإلكترونية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، 2016.
- (4) Minshin, Dayoung Ju, (2013), Online Advertising as A Newstory: Effects of user-Driven photo Advertisements in social media, Research in school integrated technology, Yonsei university, south Korea, yonsei institute of convergence technology, Part 4, 2013, p103.
- (5) وليد عبد الفتاح: دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشباع المتحققة منها، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد 15، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، سبتمبر 2009.
- (6) Elliot Parker (2006), A matter of culture; A comparative study of photojournalism in American and Korean newspaper; paper presented at the An Association for Education in journalism and mass communication, Texas, May.
- (7) أميرة أحمد سليمان: الصورة الصحفية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية "دراسة تحليلية في الصحف 2000-2004"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، قسم الإعلام، 2006.
- (8) Stephanie lee Sargent (2007) Image effects on selective exposure to computer-mediated news stories, Computer in human Behavior, vol23, issue,1, pp705-726.
- (9) دعاء فكري عبد الله: معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لجريمة خطف الأطفال ودورها في توعية ربة الأسرة (دراسة تحليلية ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية)، العدد الخمسون، الجزء الثاني، صفر 1440هـ/ أكتوبر 2018م.
- (10) فاطمة محمودي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحسيس بخطورة ظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2017.
- (11) قادة كريمة: المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال (دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومية)، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، اتصال وصحافة مكتوبة، 2016.
- (12) Casy, Dalabritton (2016), The Loss Of innocence in American's childhood: The Adam Walsh murder and media, impact on the culture and legislation theses presented to the Graduate faculty of the university of Louisiana at Lafayette in partial fulfillment of the requirements for the Degree Master of Science, spring.

- (13) لمياء بشري: المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال في القنوات الجزائرية (دراسة تحليلية لبرنامج تحريات على قناة النهار)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2016.
- (14) وزاني آمنة: جريمة اختطاف الأطفال وآليات مكافحتها في القانون الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015.
- (15) John Domin and ubong Evan (2013), The social problems of kid aping and its implications on the socio-economic Development of Nigeria: A study of uyo metropolis; Mediterranean Journal of social science (published by mcer (Emas Supienza university of Rome), Vol.4, No. 7, July, pp. 531-543.
- (16) Stamley J., Baran, and Dennisk Davis (2006), Mass Communication theory, foundations, ferment, and future, USA, Thomoson, 4th ed, pp. 324:328.
- (17) ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006، ص146.
- (18) حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، دار فكر فن، 2014، ص181.
- (19) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص13.
- (20) - أ. د/ شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة- كلية الإعلام جامعة القاهرة.  
- أ. د/ سامي السعيد النجار، أستاذ الصحافة- كلية الآداب- قسم الإعلام جامعة المنصورة.  
- أ. م. د/ محمد عتران، أستاذ مساعد علاقات عامة- كلية الإعلام جامعة القاهرة.  
- أ. م. د/ منى طه محمد، أستاذ الصحافة المساعد- كلية الآداب قسم الإعلام جامعة المنصورة.
- (21) عبد الله حسين العمري: جريمة اختطاف الأشخاص، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص14.
- (22) فاطمة الزهراء جزار: جريمة اختطاف الأطفال الأشخاص، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2014، ص25.
- (23) مصابيح فوزية: ظاهرة اختطاف الأطفال في المجتمع في الجزائر بين العوامل والآثار، أعمال المؤتمر السادس حول حماية الطفولة، طرابلس، نوفمبر 2014، ص20.
- (24) خليل محمد الراتب: التصوير الصحفي، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص81.





- Jazzar, F. (2014). jarimat aikhtitaf al'atfal al'ashkhasi, risalat majsatayr ghyr munshurati, qism alhuquqi, kuliyyat alhuquq waleulum alsiyasiati, jamieat alhaj likhadr battata, aljazayir, 25.
- John Domin and ubong Evan (2013), The social problems of kid aping and its implications on the socio-economic Development of Nigeria: A study of uyo metropils; Mediterranean Journal of social science (published by mcer (Emas Supienza university of Rome), Vol.4, No. 7, July, pp. 531-543.
- Karima, K. (2016). almuealajat al'iielamiat lizahirat aikhtitaf al'atfal (draasat tahliliat lijaridat alshuruq alyawmiata), aaldktwr mwlay altaahir, kuliyyat aleulum alaijtimaeiati, qism aleulum al'iinsaniati, aitisal wasahafat maktubat.
- Mahmoudi, F. (2017). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeaa fi altahsis bikhaturat zahirat aikhtitaf al'atfal fi aljazayiri, kuliyyat aleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniat.
- Masabih, F. (2014). zahirat aikhtitaf al'atfal fi almutamae fi aljazayir bayn aleawamil walathari, 'aemal almutamar alsadis hawl himayat altafulati, tarablus, 20.
- Minshin, Dayoung Ju, (2013), Online Advertising as A Newstory: Effects of user-Driven photo Advertisments in social media, Research in school integrated technology, Yonsei university, south Korea, yonsei institute of con vergeace technology, Part 4, 2013, p103.
- Perreault, G., & Paul, N. (2018), An image of refugees through the social media lens: A Narrative Framing analysis of the Humans of New York series, Syrian Americans; Journal f Applied Journalism & media studies, 7(1), pp.79-102.
- Shafiq, H. (2014).: nazariaat al'iielam watatbiqatuha fi dirasat al'iielam aljadid wamawaqie altawasul alaijtimaeii, alqahirati, dar fikr, 181.
- Stamley J., Baran, and Dennisk Davis (2006), Mass Communication theory, foundations, ferment, and future, USA, Thomoson, 4<sup>th</sup> ed, pp. 324:328.
- Stephanie lee Sargent (2007) Image effects on selective exposure to computer-mediated news stories, Computer in human Behavior, vol23, issue,1, pp705-726.

- ˆSuleiman, A. (2006). alsuwrat alsahfiat liaintifadat al'aqsa fi alsuhuf almisria "draasat tahliliat fi alsahf2000-2004", risalat majsatayr ghyr manshurati, kuliyyat aladabi, jamieat alzaqaziqi, qism al'iiealam.
- ˆWazani, A. (2015). jarimat aikhtitaf al'atfal waliat mukafahatiha fi alqanun aljazayirii, risalat majsatayr ghyr manshurati, jamieat muhamad khaytir, kuliyyat alhuquq waleulum alsiyasiat.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

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

---

## Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

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

### Prof.Fahd Al-Askar

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

### Prof.Abdullah Al-Kindi

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

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

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

---

## Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

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

---

## Editorial Secretaries:

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

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

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

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - 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.