

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 عبد الواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبد العاطي - 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.

مديقا اللغة العربية:

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الرابع والستون - الجزء الثالث - جمادى الآخرة ١٤٤٤هـ - يناير 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 وأخر بالغة 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

- الخطاب الرسمي السعودي لوسائل الإعلام العربية والعالمية: دراسة تطبيقية على السياسات الداخلية وقضايا العلاقات الخارجية
أ.م.د/ عبد الله بن عبد المحسن العساف
١٢٢٣
-
- تأثير تقنية الواقع الافتراضي الغامر على إدراك الشباب الجامعي للأخبار الإلكترونية «دراسة شبه تجريبية»
أ.م.د/ شيرين محمد أحمد
١٢٧١
-
- تفاعل مُستخدمي صفحات «الفيستوك» مع حادثة انفجار مرفأ بيروت «دراسة ميدانية مقارنة»
أ.م.د/ إيمان محمد أحمد حسن
١٣٣٩
-
- تقييم الجمهور السعودي لفاعلية المحتوى الإعلامي لوزارة الصحة السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية على حساب الوزارة في تويتر»
د/ صالح بن زيد العنزي
١٣٩٧
-
- تعرض الجمهور المصري للإعلانات الترويجية للأفلام السينمائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو مشاهدتها
د/ إسماعيل محمد إبراهيم البسيوني
١٤٥٧
-
- خطاب الصحف الإلكترونية العربية تجاه التداخيات الاقتصادية للحرب الروسية الأوكرانية - في الفترة من مارس ٢٠٢٢م حتى يونيو ٢٠٢٢م
د/ محمد سيد محمد سيد
١٥١٣
-
- أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية (COP٢٧) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة (دراسة تحليلية)
د/ أميرة جمال الدين أبو اليزيد البشبيشي
١٥٥٥

■ معالجة البرامج الاقتصادية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية
لخطط التنمية في الوطن العربي- دراسة تحليلية على عينة من
البرامج الاقتصادية د/ ياسمين علي الدين محمد المهدي
١٦٠٩

■ Retro-marketing as a Determinant of Brand Equity Among
Baby Boomers, Generation X, and Millennials: A Comparative
Analytical Study Dr.Nesrin N. E-ISherbini, Et al.
١٦٦٩

■ Political Employment of Hate Speech in Sports Coverage: Case
Study of Qatar 2022 World Cup
Dr.Fedaa Mohamed Abdel Aziz
١٦٩٧

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة يونيو 2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	7	2536- 9393	2735- 4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 914X	2682- 4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9158	2682- 4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9131	2682- 4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110- 5836	2682- 4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735- 3796	2735- 377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	7	1110- 5844	2682- 4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	7	2356- 9891	2682- 4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110- 9297	2682- 292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314- 8721	2314- 873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	7	2536- 9237	2735- 4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	6.5	2357- 0407	2735- 4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

● **تفاعل مُستخدمي صفحات « الفيسبوك » مع حادثة انفجار
مرفأ بيروت «دراسة ميدانية مقارنة»**

- **The Interaction Users of Facebook pages
with Beirut Port Explosion Incident
“A Comparative field study”**

● أ.م.د/ إيمان محمد أحمد حسن

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية
النوعية – جامعة المنيا.

Email: emyelesawy@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكوّنت العينة من (400) مفردة من طلاب كليتي الإعلام بالجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر من المتابعين لحادثة انفجار مرفأ بيروت بصفحتي قناة «BBC عربي»، وقناة «سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia»، وتوصلت إلى: وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، وفقاً لتغير الجنسية، وفي اتجاه طلاب كلية الإعلام الجامعة اللبنانية، وقد يشير هذا إلى: أنهم أكثر وعياً بالقضية التي يتابعونها نظراً لأنهم في قلب الحدث، وبالتالي فهم يتعرضون لها بكثافة عالية في الصفحات عينة الدراسة.

❖الكلمات المفتاحية: التفاعل، حادثة انفجار مرفأ بيروت، صفحات «الفيسبوك».

Abstract

The study aimed to identify Forms of interaction the researchers with the explosion accident of the Port Beirut On the study sample pages, The descriptive method was used in sample scanning as a data collection tool, The field sample consisted of (400) students from the Faculty of Media of the Lebanese University - Beirut, Department of Media at the Faculty of Arts - University of Minya – Egypt at who followed the incident of the Beirut Port explosion in the pages of “ BBC Arabic” and “Sky news Arabia” channels, Results show: the existence of statistical differences between Forms of interaction of the researchers with the Beirut port explosion on the pages of the channel ‘BBC Arabic’, ‘Sky News Arabia’ according to a change nationality, In the direction of the students of the Lebanese University Media College, This may indicate that they are more aware of the issue they are pursuing, given that they are at the center of the event, Consequently, they are exposed to it at a high density in the sample pages of the study.

Keywords: Interaction, The Beirut port explosion incident, Facebook pages.

تعد التفاعلية في صفحات "الفيسبوك" سمة من السمات الاتصالية التي تتميز بها وسائل الإعلام الإخبارية على الشبكة؛ فهي تقوم على التواصل والاستجابة للحديث بين المستخدمين حول الموضوعات التي تثير اهتمامهم.

كما أدت التطورات التكنولوجية إلى حدوث طفرة في مجال الإعلام والاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وخاصة وسائل الإعلام التفاعلي.

ويعد موقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أحد صور التطور التكنولوجي التي انتشر استخدامه حول العالم من قبل الأفراد والمؤسسات المختلفة، كونه وسيلة اتصال تفاعلي مهمة، تسهم في نقل الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالأحداث الجارية التي تثير اهتمام الجمهور، حيث يوفر مساحة كبيرة من حرية النقاش التفاعلي، وتبادل الآراء بين المستخدمين حول الموضوعات والقضايا المختلفة ذات الصلة بالأحداث الجارية، وهو ما أتاح للجمهور إمكانية النقاش التفاعلي للتعبير عن آرائهم بحرية دون قيود تجاه القضايا ذات الصلة بالأحداث الجارية، وخاصة التفاعل مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة، كونه أحد أهم الوسائل التقنية والتكنولوجية في نقل الأخبار والمعلومات، لذلك وجدت الباحثة: ضرورة إجراء دراسة لمعرفة تفاعل مستخدمي صفحات "الفيسبوك" مع حادثة انفجار مرفأ بيروت.

الدراسات السابقة:

تتوعدت الدراسات السابقة ما بين دراسات اهتمت بدراسة مدى تفاعل مستخدمي الصفحات الإخبارية على التواصل الاجتماعي مع المضامين المقدمة لهم، وأخرى اهتمت بأشكال التفاعل مع تلك المواقع، وثالثة اهتمت بالأحداث الجارية، وباستعراض الباحثة للدراسات السابقة توصلت إلى أن هناك العديد من الدراسات التي أكدت على طبيعة

العلاقة بين تفاعل مستخدمي صفحات "الفيسبوك"، وحادثة انفجار مرفأ بيروت، وقد تم ترتيب الدراسات تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم كما يلي:

هدفت دراسة (محمد عبد الغفار، 2022م، 1) ⁽¹⁾ إلى التعرف على آليات وأشكال تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي في المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة دالة إحصائياً بين توفر أدوات التفاعلية وطريقة تفاعل المبحوثين مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي المنشورة عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، بينما حاولت دراسة (سحر أحمد، 2022م، 301) ⁽²⁾ رصد طبيعة استخدام القنوات الإخبارية للبث المباشر على موقع "الفيسبوك"، وإدراك مستخدمي ذلك الموقع للتفاعلية المتوفرة بها، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التفاعلية المدركة وشعور المبحوثين بالحضور الاجتماعي من خلال البث المباشر للقنوات الإخبارية على "الفيسبوك"، وسعت دراسة (هاجر حلمي، 2022م، 297) ⁽³⁾ إلى التعرف على كيفية استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأمن القومي المصري، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأداة للرأي والتعبير والتأثير على الأمن القومي المصري لصالح التأثير الإيجابي، واهتمت (رمضان بلعمري، 2022م، 242) ⁽⁴⁾ بالتحديات التي تواجه القنوات التلفزيونية في التفاعل مع الأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى أن القنوات التلفزيونية تستغل منصاتها على شبكات التواصل لتبث الأخبار بهدف الوصول إلى جمهور شبكات التواصل الذي أخذت منه بعض أخبارها لتحقيق المشاركة التفاعلية، وقامت دراسة كاظم مؤنس (كاظم مؤنس، 2022م، 1876-1879) ⁽⁵⁾ برصد اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار أثناء فترة تفشي جائحة كورونا، وأظهرت النتائج أن هناك ثمة اختلاف كبير بين جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وجمهور الأنواع الأخرى من وسائل الاتصال؛ من حيث آنية تبادل المعلومات والتفاعلية التي تسمح للمستخدمين المشاركة بتبادل الأخبار والمعلومات، إلى جانب المساحة الواسعة من حرية التعبير عن الرأي والرأي الآخر، فضلاً عن تعدد

خيارات الأفراد، وسعت دراسة (أمل محمد، 2022، 259-306) (6) إلى التعرف على مستويات تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الحسابات الرسمية لوزارة الصحة المصرية خلال الموجة، وتوصلت النتائج إلى أن مستخدمي صفحات "الفيسبوك" أكثر تفاعلاً مع المحتوى على مستوى التعليق والمشاركة، وقامت دراسة تشنج سل وآخرين (Chang Slandothers, 2022DA) (7) بالتعرف على التحقيق في تأثير برنامج تدخل تفاعلي لوسائل التواصل الاجتماعي لتحسين المعتقدات الصحية لسائقي الشاحنات وسلوكياتهم في تناول الطعام، وتبين أن المشاركة التفاعلية يمكن أن تسهم في إحداث تغييرات في السلوكيات الجمهور تجاه المضامين المقدمة له، واهتمت دراسة برونوين وود، وبيسنون تيفز (Wondwesen Tafesse , Bronwyn Wood, (8) بفحص كيفية ارتباط مقاييس المحتوى التسويقي واستراتيجية المشاركة التفاعلية للجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى أن التفاعل الإيجابي بين حجم المحتوى ومجالات الاهتمامات المتنوعة يسهم في تحفيز مشاركة الجمهور للمحتوى المقدم بدرجة كبيرة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، كما قامت دراسة ويستني زولما فالدون (Valedon, 2021DA, 271 Westney Zulma) (9) بالتعرف على مدى الثقة التي منحها مستخدمو مواقع "فيسبوك، تويتر، وانستجرام"، نحو الأخبار المضللة على تلك المواقع، وتأثيرها على عملية صناعة القرار لدى المستخدمين، وأظهرت النتائج أن المعلومات والأخبار المقدمة للجمهور لديها القدرة على التأثير على المستخدم نفسياً ومعرفياً، وهو ما يؤدي لزيادة الثقة بتلك المواقع، وهدفت دراسة حلیم وآخرين (Halim et al, 2021 DA) (10) إلى التعرف على الارتباط بين المشاركة السياسية للشباب الماليزي وجودة المعلومات المتحققة على وسائل التواصل الاجتماعي، وكشفت النتائج أن جودة المعلومات المتحققة والمعرفة السياسية والتوجهات السياسية المقدمة عبر "فيسبوك" تحتل أهمية كبرى لدى الشباب كأداة للمشاركة السياسية، واهتمت دراسة مارتا نجدة يانوسكا وماغدالينا سوتشوك (Marta Najda-Janoszka (Magdalena Sawczuk, 2021DA) (11) بتحليل محتوى الرسائل المنشورة على ملفات التواصل الاجتماعي للمتاحف الواقعة في مالوبولسكا استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي وآليات التواصل التفاعلي مع الجمهور، وأظهرت النتائج أن نوعية المحتوى المقدم يسهم في تفعيل مشاركة الجمهور في المناقشات واستجابتهم عبر أنماط التفاعل المختلفة، وتناولت دراسة بيتكوفيتش جيه، دوينش إس، تراوين جيه وآخرين (Petkovic J, Duench S, Trawin J, 2021DA) ⁽¹²⁾ بتقييم فعالية تدخلات وسائل التواصل الاجتماعي التفاعلية في تغيير السلوكيات الصحية للجمهور، وأظهرت النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي توفر مجالاً واسعاً للتواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والآراء حول المضامين المقدمة له، واهتمت دراسة صالح عادل (Saleh, Adel, 2020 DA, 47-86) ⁽¹³⁾ بمعرفة مدى ثقة الشباب في الأخبار السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي، وكشفت النتائج أن القيم الإخبارية على وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من معدلات الاستخدام والتفاعل مع المحتوى الإخباري "بالنصوص، والصور، والفيديوهات"، وسعت دراسة (أسماء عبده، 2022، 403-428) ⁽¹⁴⁾ إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاه نحو الأحداث الخارجية، وأشارت النتائج إلى وجود ارتفاع في معدل اعتماد الشباب أفراد العينة على الصفحات الإخبارية ووكالات الأنباء لمتابعة الأحداث الخارجية، كما اهتمت دراسة جراهام، ميليسا دلبو، أفيري، إليزابيث جيه، بارك، سيجين (Graham, Melissa W., Avery, Elizabeth J., Park, Sejin) ⁽¹⁵⁾ بالتعرف على مدى استخدام الحكومة المحلية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، وأظهرت النتائج أن استخدام مسؤولي الحكومة المحلية لآليات التواصل الاجتماعي التفاعلي شكّل اتجاهاً إيجابياً لديهم في إدارة الأزمات. وهدفت دراسة محمود محمد (Mahmoud, Mohammed, 2020DA) ⁽¹⁶⁾ إلى التعرف على أشكال تفاعل الجمهور مع فيديوهات الحراك اللبناني عبر "فيسبوك"، وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متابعة أفراد العينة لفيدويوهات الحراك اللبناني بالصفحات عينة الدراسة، وأشكال التفاعل معها، واهتمت دراسة (ليال عبدالسلام، هلكا عمر، 2020م، 9 - 32) ⁽¹⁷⁾ بفحص اضطراب كرب ما بعد الصدمة لدى عينة من اللبنانيين المتضررين من انفجار مرفأ بيروت وعلاقته بالمتغيرات التالية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي،

الوضع الاجتماعي والحالة الصحية العامة، وكشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة فيما يتعلق بالذين يعانون من مرضٍ ما والذين لا يعانون، وفي اتجاه الأفراد الذين يعانون من مرض ما قبل حادثة انفجار المرفأ، وتطُرقت دراسة (وهيبة مسامح، وثيدة حدادي، 2020م، 390) ⁽¹⁸⁾ للكشف عن الأبعاد التفاعلية المتاحة عبر صفحات الفضايات الجزائرية الخاصة على موقع "الفيسبوك" الذي يضم مجموعة من عناصر وتقنيات التفاعلية، التي من شأنها تدعيم هذه القنوات في حال التوظيف الأمثل لها من جهة، ومن جهة أخرى إدراك واستخدام الجمهور لها، وأسفرت النتائج عن وجود اهتمام بتوظيف صفحات "الفيسبوك" للتفاعلية بأبعاد ومستويات متباينة مع وجود تفاوت في استخدام الجمهور لها، وقامت دراسة (آلاء ماهر، 2020م، 191) ⁽¹⁹⁾ برصد أدوات التفاعلية بالصفحات الإخبارية على الشبكات الاجتماعية بأبعادها المختلفة، وتوصيف أدواتها من منظور مقياس التفاعلية الوظيفية لمعرفة مدى استخدام الجمهور العربي لهذه الأدوات أثناء الأحداث المهمة، وكشفت النتائج أن الصفحات عينة الدراسة على "فيسبوك" كانت أكثر مرونة في التفاعل؛ وذلك لتوافر الأدوات الاتصالية المتاحة على الموقع، وسعت دراسة (خديجة مازوزي، 2019م، 88) ⁽²⁰⁾ إلى التعرف على تفاعلية الجمهور مع البرامج الإذاعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى أن تفاعل الجمهور مع الموضوعات المقدمة عبر برامج "الفيسبوك" تعتمد على المحتوى المقدم للجمهور، وسعت ودراسة (لبنى أيمن، 2019م، 1-107) ⁽²¹⁾ إلى معرفة التفاعلية في الصفحات الشخصية للصحفيين والناشطين الأردنيين على "الفيسبوك" مع القضايا العامة، وبينت النتائج أن غالبية الصحفيين الأردنيين يقومون بالنشر على "الفيسبوك" لتحقيق المشاركة التفاعلية مع الجمهور، واهتمت دراسة (خالد مصطفى، 2019م، 1-19) ⁽²²⁾ برصد الأشكال التفاعلية التي يستخدمها الجمهور للتعليق على القضايا المطروحة عبر الصفحات الرسمية للفضائيات المصرية على "فيسبوك"، وأظهرت النتائج أن تفاعل الجمهور بالإعجاب مع القضايا محل الدراسة جاء في مقدمة أشكال التفاعل بالصفحات عينة الدراسة، وسعت دراسة فيفي تشن (Feifei Chen, 2019DA) ⁽²³⁾ إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق نجاحات للمنظمات غير

الربحية في السياق الصيني؛ من خلال استنتاج ممارسات الاتصال الاستراتيجي لمنظمتين ناجحتين من شبكات الجذور الهجينة، وكشفت النتائج أن المشاركة التفاعلية للجمهور على المنصات الرقمية تسهم في توفير المعلومات لخلق معنى مشترك للقضايا ذات الاهتمام المشترك لتنمية العلاقات مع المتابعين أثناء العملية التفاعلية، وهدفت دراسة غاري وي هان تان، فون هسين لي وآخرون (Garry Wei-Han Tan, Voon-Hsien Lee AND OTHERS, 2018) (24) إلى التعرف على أساليب الترويج للإعلانات التفاعلية المتعلقة بالمنتجات والخدمات السياحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المحمول، وتوصلت النتائج إلى أن التفاعل مع المضامين المقدمة على منصات التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف المحمول هو الأقوى فائدة لجمهور المستخدمين، وقامت دراسة شارو، سيميليو (Charo, simelio, 2017) (25) بتحليل تعليقات المجتمع النسائي المشاهد لبرامج الخيال العلمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنديات، وأظهرت النتائج أن التعليقات في المنديات تبدو أكثر عمقاً ومحايمة ونقاشية، بينما في "الفيسبوك" تبدو التعليقات قريبة إلى التدفق اللغوي من خلال الرسائل المكتوبة في الوقت الفعلي بالتزامن مع إذاعة البرنامج، وسعت دراسة (إيمان محمد، 2017، 45) (26) إلى التعرف على مدى تأثير الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية على مستويات التفاعل مع القضايا الدينية، وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين تأثير الاتصال التفاعلي لمستخدمي الصفحات عينة الدراسة، ومدى تفاعلهم مع القضايا محل الدراسة، واهتمت دراسة أشرف محمد وآخرين (Ashraf Muhammad and others, 2022) (27) بتقليل الفجوة الأدبية بين مجتمعات الطلاب الذين يتبنون وسائل التواصل الاجتماعي لـ OL، والتي لها آثار إيجابية على AP في التعليم العالي الصيني من خلال التواصل والتفاعل والتعاون مع بعضهم البعض بسهولة، وبينت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل كأداة ديناميكية سريعة لتطوير إعدادات OL من خلال تشجيع التعاون، والمناقشة الجماعية، وتبادل الأفكار بين الطلاب التي تعزز سلوكهم التعليمي وأدائهم. ورصدت دراسة (عادل صالح، 2022، 1) (28) تفاعلية المستخدمين

مع الأخبار السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي واستكشاف العوامل المؤثرة على أنماط المشاركة، وكشفت النتائج أن القيم الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من معدلات الاستخدام والتفاعل مع المحتوى الإخباري، وسعت دراسة (خلف لافي، 2022م، 487-526)⁽²⁹⁾ إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الباحثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة إسهام هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، وقامت دراسة (إسلام سعد، 2022، 703-744)⁽³⁰⁾ بالتعرف على طبيعة اتجاهات النخبة المصرية نحو الرأي العام الإلكتروني ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله، وبينت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت للمستخدمين فرصة للتعبير عن آرائهم وإيصال أفكارهم بدرجة كبيرة لدى أفراد المجتمع، واهتمت دراسة أليسيوس دي ليونج (Alisius D Leong, 2021, 2495-2515)⁽³¹⁾ بتحديد تأثير رد فعل الرموز التعبيرية "emoji" والتعليقات على "Facebook" على إدراك الرأي العام عبر الإنترنت؛ بالتطبيق على قضية اعتماد الطاقة النووية بدولة سنغافورة في ضوء الخطاب العام والخلاف حول القضية، وكذلك تحديد تأثير مصداقية المصدر على الرغبة في التحدث علانية، وأوضحت النتائج أن استخدام الرموز التعبيرية لردود الفعل قدّم تصويراً أكثر دقة للرأي العام الإلكتروني تجاه قضية ما، وبناءً على ذلك، فإن أولئك الذين تعرضوا للتعليقات المتطابقة سيلاحظون دعماً أكبر لآرائهم من أولئك الذين تعرضوا لتعليقات متضاربة، وقامت دراسة لاي، تشيه-هوي وآخرين (Lai, Chih-Hui et Al, 2020DA)⁽³²⁾ بفحص عوامل قبول التكنولوجيا لوسائل الوسائط المتعددة لدى مستخدمي خدمة الرسائل المستمرة MMS، وكشفت النتائج عن إن ثراء الوسائط المتعددة وسهولة استخدامها أسهم في تشكيل توجيه وتطوير مستخدمي "MMS"، كما سعت دراسة وايت، سي إل، بوترايت (White, C. L., Boatwright, 2020DA)⁽³³⁾ إلى التعرف على كيفية تأثير استخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي على أصحاب المصلحة من خلال نموذج لتشغيل واستراتيجيات الاتصال المخادعة لشركة Facebook Inc، وتوصلت

النتائج إلى أن استخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي من قبل لشركة Facebook "Inc"، أسهم بدرجة كبيرة في تغير بيئة وسائل التواصل الاجتماعي من خلال زيادة معدلات التواصل والتفاعل مع الجماهير. وسعت دراسة محبوب هاشم (**Mahboub Hashem,2020**)⁽³⁴⁾ إلى التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحوكمة أثناء الاتصال بالأزمات، وأظهرت النتائج أن الأفراد كانوا مستخدمين نشطين لوسائل التواصل الاجتماعي لمجموعة متنوعة من الأغراض الشخصية، لكن شركاتهم تستغل مهاراتهم في اتخاذ القرارات الحكومية، وتناولت دراسة توركوت، جايسون وآخرين (**Turcotte, Jason, et al,2020DA**)⁽³⁵⁾ مدى توفير وسائل التواصل الاجتماعي سبلاً جديدة لتلقي المحتوى الإخباري على "فيسبوك"، وكشفت النتائج عن أن توصيات وسائل التواصل الاجتماعي تعمل على تحسين مستويات الثقة في وسائل الإعلام، وكذلك تجعل الناس يرغبون في متابعة المزيد من القصص من هذا المنفذ الإعلامي المعين في المستقبل علاوة على ذلك، يتم تضخيم هذه التأثيرات عندما يُنظر إلى صديق حقيقي يشارك القصة على وسائل التواصل الاجتماعي كقائد رأيٍ لمناقشة الآثار المترتبة على الديمقراطية والأعمال الإخبارية، وقامت دراسة شميت، ايدان. (**Schmitt, Aidan,2020DA**)⁽³⁶⁾ بالتعرف على العلاقات بين تعرض الفتيات المراهقات للقلق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأعراض الاكتئاب لديهم، وكشفت النتائج أن الفتيات الذين يملكن حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي يتعرضن للقلق والاكتئاب بدرجة كبيرة، واهتمت دراسة أحمد عبد الرحيم (**Amed, Abd El-Reheem,2020DA**)⁽³⁷⁾ بالتعرف على مدى استخدام الطالبات المصريات "للفيسبوك" للمشاركة في القضايا الاجتماعية والدينية، وأظهرت النتائج أن الطالبات المصريات سواء في المدن أو في القرى يستخدمن هوياتهن الحقيقية ويتبادلن المعلومات الشخصية ومشاركتها على "الفيسبوك" بدرجة كبيرة، وسعت دراسة صالح عادل (**Saleh, Adel,2020 DA**)⁽³⁸⁾ إلى معرفة درجة ثقة الشباب في الأخبار السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي، وكشفت النتائج أن جودة الأخبار السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي تشكل أمراً حيويًا تفاعل الجمهور معها، وتناولت يوهانسون، إيلينا

(Johansson, Elena,2019)⁽³⁹⁾ معرفة أنماط التفاعل مع نماذج الاتصال الحكومي على "Facebook و Twitter" في فنلندا وبولندا والسويد، وأظهرت النتائج أن الوزراء في البلدان الثلاثة التي شملتها الدراسة يستخدمون "فيسبوك، وتويتر" بشكلٍ مختلفٍ للتفاعل وتبادل المعلومات في سياق اتصالي، كما سعت دراسة ديانا اسحاق (Diana Ishaqat,2019,57)⁽⁴⁰⁾ إلى معرفة الفرص والتحديات التي تقدمها وسائل الإعلام الاجتماعي في مختلف القضايا ذات الأولوية على المنصات، وتوصلت النتائج إلى أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي "الفيسبوك، وتويتر" كانت في مقدمة الاستخدام، فقد وقّرت مساحات تفاعلية حاسمة للنقاش العام حول التحول السياسي والاجتماعي في الأردن، وقامت ماركوتشيا ميشيل (Marcoccia Michel,2019DA)⁽⁴¹⁾ بالتعرف على أساليب تمثيل الاتصالات اللفظية المكتوبة عبر الإنترنت، البريد الإلكتروني، منتديات المناقشة لدى الأفراد والمؤسسات الإعلامية، وكشفت النتائج أن منتديات المناقشة تشكل أداة عمل جماعية وتعاونية متميزة حول الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، واهتمت دراسة ديفيد، سي سي، سان باسكوال، إم، وتوريس، إم (David, C. C., San Pascual, M., Torres, M,2019DA)⁽⁴²⁾ بمعرفة العلاقة بين الاعتماد على "الفيسبوك" للحصول على الأخبار وتأثيرها على المعرفة والمشاركة السياسية، وأوضحت النتائج أن "الفيسبوك" أسهم في تشكيل علاقة إيجابية بين معرفة الجمهور بالقضايا السياسية ومناقشتها مع الآخرين كونه سيشكل مصدراً للمعلومات والمشاركة التفاعلية، وهدفت دراسة جيسو كيم وسيث سي لويس وبريندان واطسون (Jisu Kim, Seth C. Lewis, and Brendan R. Watson, 2018)⁽⁴³⁾ إلى استكشاف تصورات المعلقين عن الجماهير المتخيلة للتعليق على مواقع المؤسسات الإخبارية وعلى Facebook، وتبين أن معلقّي الأخبار على Facebook، على سبيل المثال، لم يروا جماهيرهم ليكونوا أكثر عقلانية أو ذكاءً أو استجابة، أو أقل عدوانية، مما فعله المعلقون على مواقع المنظمات الإخبارية، واهتمت دراسة جوبتا، إس. سينغ، أ. كوماري، س، وكونوار، إن (Gupta, S.; Singh, A.; Kumari, S., Kunwar, N,2018DA)⁽⁴⁴⁾ بالتعرف على مدى استخدام الجمهور لمنصات التواصل الاجتماعي في الهند

"فيسبوك، تويتر"، وأظهرت النتائج أن أفراد العينة ينشطون بكثافة عالية على منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة الموضوعات المختلفة مع زملائهم، وقامت دراسة جوديث مولر وآخرين (Judith Moeller, Other, 2018)⁽⁴⁵⁾ بالتعرف على مدى اتجاهات الشباب لوسائل الإعلام الرقمية نحو المشاركة السياسية والواجب المدني، وتوصلت النتائج إلى أن لوسائل الإعلام الرقمية تأثيراً كبيراً على دفع الشباب للمشاركة السياسية طبقاً لطريقة استقائهم للمعلومات، واهتمت دراسة ميكوليت، آرثر وآخرين (Mickoleit, Arthur, 2017DA)⁽⁴⁶⁾ بالتعرف على استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي لتقديم خدمات عامة أفضل، وخلق عمليات سياسية أكثر انفتاحاً، وكشفت النتائج أن المؤسسات الحكومية أفادت من وسائل الإعلام الاجتماعية بدرجة كبيرة في تقديم الخدمات المختلفة للجمهور وتحقيق المشاركة التفاعلية نحو القضايا السياسية، واستكشفت دراسة فرانسيس لي (Francis Lee, 2017DA)⁽⁴⁷⁾ تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة في حملات الاحتجاجات السياسية، وبيّنت النتائج أن مشاركة المعلومات السياسية والصلوات المباشرة مع الفاعلين السياسيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في تقديم الدعم والمشاركة السياسية لحركة المظلة، وركزت دراسة جيلستراب، سي، مينشو بروفيت، إتش (Gilstrap, C., Minchow-Proffitt, H, 2017DA)⁽⁴⁸⁾ على مدى قيام المنظمات غير الربحية بصياغة السياسات الأخلاقية لوسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى أن موضوعات المشاركة، والحوار، والمسؤولية، والخصوصية، والحماية، والشفافية، والاحترام، والتواصل مع الجمهور حظيت باهتمام أكبر، وهدفت دراسة كريستينا فاكاري (Cristina Vaccari, 2015DA)⁽⁴⁹⁾ إلى التعرف على أنماط المشاركة السياسية للجمهور الإيطالي على وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن أفراد العينة يشاركون في الحصول على المعلومات السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن أنفسهم سياسياً على هذه المنصات، كما زاد احتمال اتصالهم بالسياسيين عبر البريد الإلكتروني.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الإفادة منها:

من خلال مراجعة الباحثة للتراث العلمي السابق، لاحظت ما يلي:

• اتفقت المدرستان العربية والأجنبية على أهمية تفاعلية وسائل الإعلام الاجتماعي، كونه وسيلة تتيح للمستخدم التفاعل مع المضامين الإعلامية التي تتضمن الموضوعات والقضايا المختلفة ذات الصلة بالأحداث الجارية، فهي خاصة للوسيلة والمستخدم معاً؛ لقدرتها على إكساب الجمهور المعلومات من خلال تقديم آخر المستجدات المتعلقة بالحادثة من موقع الحدث، وبثها على المنصات الرقمية الإخبارية.

• مثلت الدراسات السابقة رصيذاً علمياً زاخراً استمدت منه الباحثة الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة، كما أسهمت الدراسات السابقة في تحديد بعض الأبعاد المعلوماتية المهمة التي تستغرق شطراً من الإطار المعرفي للدراسة، وباستعراض الدراسات السابقة يتضح أنها ساعدت الباحثة على النحو التالي:

1- تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية؛ من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها.

2- المساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب، وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات.

3- تحديد عينة الدراسة والمجال التطبيقي لها.

4- تحديد الإطار النظري المناسب لطبيعة الدراسة والمتمثل في نظرية "مدخل التفاعلية الرمزية"، وهو الأمر الذي يترتب عليه القدرة على صياغة التساؤلات، وكذلك تحديد مجتمع الدراسة الميدانية وكيفية سحب العينة منها.

5- صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها بشكلٍ علميٍّ يحقق أهدافها، وذلك بناءً على ما جاء من نتائج.

6- الإفادة منها في تصميم صحيفة الاستبانة.

7- الإفادة منها في تحليل النتائج وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوبٍ علميٍّ صحيح، حيث ترتبط الأطر النظرية للدراسات السابقة التي تم التعليق عليها في الدراسة الحالية بتفاعل مُستخدمي صفحات "الفيسبوك" مع حادثة انفجار مرفأ بيروت.

مشكلة الدراسة:

أحدث شبكة "الفيسبوك" تأثيراً كبيراً في تغطية الأزمات ذات الصلة بالأحداث الجارية بالنص والصوت والصورة، وخاصة حادثة انفجار مرفأ بيروت التي أدت لتدمير المباني القريبة من المرفأ، وإلحاق الأضرار في الكثير من أحياء العاصمة الأخرى، التي يسكنها نحو مليوني نسمة، وامتلاء المستشفيات بالقتلى والجرحى، ومن هذا المنطلق لاحظت الباحثة في الآونة الأخيرة اهتمام الجمهور بمتابعة حادثة انفجار المرفأ التي هزّت العالم بأسره؛ وإن كان ذلك نابغاً من شعورهم بالمسؤولية تجاه تلك الأحداث وعلاقتها بالأمن المجتمعي وترويع المواطنين، ومن هنا يمكن القول: إن التفاعلية في الصفحات الإخبارية تكتسب أهمية خاصة لدى مُستخدميها، حيث يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات والأنباء المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت، وذلك كما تؤكد الأدبيات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، وبما يتصل بأشكال تفاعل المُستخدمين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، لذلك تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما أشكال تفاعل المُستخدمين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة بالمقارنة مع الشباب المصري والشباب اللبناني، في ظل الحضور الاجتماعي لجمهور الصفحات الإخبارية التفاعلية لمتابعة محتوى المنصات الاجتماعية على الشبكة.

تساؤلات الدراسة:

- (1) ما معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها؟
- (2) ما أشكال تفاعل الجمهور المصري والجمهور اللبناني مع الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة؟
- (3) ما الفروق بين معدل متابعة الباحثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للجنسية؟
- (4) ما الفروق بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لتغير النوع؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها تمثلت فرضيات الدراسة في ثلاث فرضيات رئيسية، وهي:

(1) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها.

(2) توجد فروق معنوية دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنسية.

(3) توجد فروق معنوية دالة إحصائية بين معدل متابعة الباحثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع.

(4) توجد فروق معنوية دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع.

أهمية الدراسة:

- ترجع الأهمية النظرية إلى التركيز على أشكال "تفاعل الشباب الجامعي مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة"؛ بوصفها وسيلة إعلامية مهمة تعود بالنفع على الشباب في الإفادة من متابعة الأحداث الجارية ذات الصلة بانفجار مرفأ بيروت، ومعرفة أنماط التفاعل مع الرأي والرأي الآخر نحوها بالحوار والمشاركة.
- أما الأهمية التطبيقية فتقوم على تقديم رؤية لكيفية جذب الشباب لمتابعة الأحداث الجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث تقدم الدراسة آلية لمدى إفادة الشباب الجامعي من متابعة حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، والتي تعد مجالاً مهماً من مجالات الإعلام في تقديم آخر الأخبار والمستجدات على الساحة اللبنانية لمعرفة ردود أفعال الجمهور حولها؛ وذلك للوصول إلى نظريات وتصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الجديد.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في: التعرف على أشكال تفاعل مستخدمي صفحات "الفيسبوك" مع حادثة انفجار مرفأ بيروت مقارنة بين الشباب المصري والشباب اللبناني وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

(1) معرفة العلاقة بين معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها.

(2) التعرف على أشكال تفاعل الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة.

(3) التعرف على الفروق بين معدل متابعة الباحثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع.

(4) الكشف عن الفروق بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنسية.

عينة الدراسة:

أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من طلاب الجامعات العربية ممثلة في "كليتي الإعلام بالجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر من مستخدمي صفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة تتراوح أعمارهم من (18 : 35 عاماً فأكثر).

مبررات اختيار العينة:

1- اختيار الباحثة لعينة الشباب "اللبناني، والشباب المصري" إلى صفة الموضوع باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً في المجتمع البشري، بالإضافة إلى أن الشباب في هذه الفترة لديه حب الاستطلاع والكشف عن حادثة انفجار مرفأ بيروت التي تثير اهتمامهم.

2- انصراف غالبية الشباب والدارسين نحو حادثة انفجار مرفأ بيروت بصورة عامة يغلب عليها الطابع التصويري للأثار الناجمة عن هذا الانفجار اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.

3- يوجد في مواقع التواصل الاجتماعي شباب ذات مستويات عمرية مختلفة، ومستوى تعليمي مُتنوع (ذكور، وإناث)؛ مما يوفر للباحثة عينة تمثل المجتمع الأصلي للشباب تمثيلاً صحيحاً داخل المجتمع؛ لذلك تم توزيع العينة بين مستخدمي الصفحات عينة الدراسة بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، بواقع (219) من الذكور، (181) من الإناث؛ وذلك للتعرف على أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت، وقد روعي عند اختيار العينة أن تكون ممثلة للذكور والإناث، ووفقاً للمتغيرات الديموجرافية تم حذف (20) استمارة؛ نظراً لعدم المصادقية في الترقيم والأمانة في الإدلاء بالمعلومات بهذا تكون العينة التي تم استخدامها (400) طالب وطالبة، ويمكن توصيفها علي النحو التالي:

جدول (1)

توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (ن=400)

الخصائص الديموجرافية		النوع
ذكور	219	54.75%
إناث	181	45.25%
18 : 30 عاماً	233	58.25%
35 عاماً فأكثر	167	41.75%
بكالوريوس	224	56%
دراسات عليا	176	44%
طلاب كلية الإعلام الجامعة اللبنانية- بيروت	200	50%
طلاب كلية الإعلام- جامعة بني سويف- مصر	200	50%
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أ. النوع: جاء الذكور في المقدمة بنسبة (54.75%)، يليهم الإناث بنسبة (45.25%)، وتعزو الباحثة ارتفاع نسبة متابعة الذكور عن الإناث إلى ميول واتجاهات الطلاب الذكور نحو المتابعة؛ وذلك لأن طبيعة المشاركة تجاه الأحداث الجارية يحتاج نوعاً من الجرأة، إضافة لاختلاف طبيعة ونوع العينة في الجامعات العربية.

ب. العمر: أظهرت النتائج أن الفئة العمرية (18 : 35) جاءت بنسبة مرتفعة قدرها (58.25%)، تليها الفئة العمرية (35 : 40) بنسبة (41.75%)، ويفسر ذلك بأنه كلما كانت من الشباب كلما زادت نسبة المتابعة لحادثة انفجار مرفأ بيروت، حيث يرجع اهتمام الشباب بمثل هذه القضايا لسببين: هما: السبب الأول: زيادة وعي الشباب بالأحداث الجارية؛ نظراً لكثرة تعرضهم للأخبار بوسائل التواصل الاجتماعي، ولعقلهم المستتير إزاء القضايا التي تهم بلدهم، ولما لديهم من ثقافة ووعي ناضج، والسبب الثاني: هو تمتع الشباب بغيره على بلدهم وأرضهم التي تمثل عرضهم وتمس كرامتهم فيتفاعلون مع مثل هذه القضايا غيرة منهم على وطنهم، ولما سوف يترتب على هذه الأحداث من خسائر مادية ومعنوية وبشرية بمجتمعاتهم.

ت. المستوى التعليمي: كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة بدرجة البكالوريوس جاؤوا في المقدمة بنسبة (56%)، يليهم طلاب الدراسات العليا بنسبة (44%)، ويتبين من النتائج السابقة: أن طلاب مرحلة البكالوريوس هي الفئة الأكثر إقبالاً على متابعة حادثة انفجار مرفأ بيروت والتفاعل معها؛ ويرجع ذلك لأن طلاب مرحلة البكالوريوس ذات كثافة مرتفعة عن الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي.

ث. الجنسية: كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة بالجامعات العربية جاؤوا بنسبة قدرها (50%)، لكل من طلاب كليتي الإعلام الجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر، وتعزو الباحثة ذلك: إلى أن طلاب الجامعة اللبنانية يرتبطون بمكان الحدث، يرجع اختيار الباحثة لطلاب كلية الإعلام- جامعة بني سويف- مصر؛ نظراً لأن الشباب يهتم بمتابعة الأحداث الجارية، وكذلك ارتباطها بمكان دراسة الباحثة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع البشري في جمهور طلاب كليتي الإعلام بالجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر، المستخدمين لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة؛ ونظراً لكثرة المواقع القائمة على تغطية الأحداث الجارية، فقد وجدت الباحثة صعوبة التطبيق على تلك المواقع؛ لذا لجأت الباحثة إلى إجراء دراسة استطلاعية على عينة

قوامها (12) مفردة من طلاب كليات الإعلام بالجامعات العربية للوقوف على أهم تلك الصفحات على الشبكة، وجاءت الصفحات القائمة على تغطية الأحداث الجارية وفقاً لمتابعة الباحثين لها على النحو التالي: صفحة قناة "BBC عربي" في المقدمة، يليها صفحة قناة "سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia"، صفحة قناة "النيل للأخبار" وأخيراً متابعة الصفحات الأخرى، وتدل النتيجة السابقة أنّ صفحتي قناة "BBC عربي"، وقناة "سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia"، حصلتا على أعلى نسبة متابعة.



شكل (1) يوضح الانفجار الضخم الذي حدث في مرفأ بيروت الذي أدى لسقوط أعداد كبيرة من الضحايا والجرحى وخلف أضراراً مادية فادحة.

حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: تتمثل في عينة من طلاب كليتي "الإعلام الجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر المستخدمين لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة تتراوح أعمارهم من (18: 35 عاماً فأكثر).
- الحدود المكانية: تقتصر على كليات الإعلام بالجامعات العربية ممثلة في كليتي الإعلام - الجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر، وقد تم اختيار "لبنان" لأنها تمثل موقع حادثة الانفجار، وقد تم اختيار محافظة "بني سويف" لإرتباطه بمكان دراسة الباحثة.
- الحدود الموضوعية: تقتصر على حادثة انفجار مرفأ بيروت على صفحات "الفيسبوك"، وتتمثل هذه الموضوعات في: "تدمير المنازل وتشريد الأشخاص في أحياء بيروت، خسائر اقتصادية ناتجة عن انفجار شحنة نترات الأمونيوم

في مخزن المرفأ، وفاة أكثر من (137) شخصاً جراء الانفجار، التحقيق مع المشرفين على ملف تخزين نترات الأمونيوم في المرفأ".

- الحدود الزمنية: قامت الباحثة بإجراء دراستها على عينة من طلاب كليتي "الإعلام الجامعة اللبنانية- بيروت"، "الإعلام- جامعة بني سويف- مصر"، المستخدمون للصفحات عينة الدراسة، وذلك في الفترة الممتدة من 15/8/2020م، وحتى 30/9/2020م.

أداة الدراسة:

صحيفة استبانة طبقت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من طلاب كليتي "الإعلام الجامعة اللبنانية- بيروت"، "الإعلام- جامعة بني سويف- مصر"، المستخدمين لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة، كما طبقت الدراسة في الفترة الممتدة من 15/8/2020م، وحتى 30/9/2020م.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتتمي هذه الدراسة إلى الدارسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي على استخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث تعد الطريقة المثلى للحصول على البيانات الكمية والنوعية لجميع فقرات صحيفة الاستبانة؛ إذ يحتوي أسلوب المسح بالعينة على جمع بيانات المبحوثين كأجزاء أساسية لمعرفة تفاعل مستخدمي صفحات "الفيسبوك" مع حادثة انفجار مرفأ بيروت، حيث تعتمد الاستجابات النوعية للمبحوثين على تفسير النتائج الرقمية المتوصل إليها، وذلك لأن الباحثة في هذا النوع من الدراسات تبدأ برصد واستخراج النتائج من خلال البيانات تم إليها، وقد اتبعت الباحثة هذا المنهج لأنه يستجيب إلى هدف الدراسة في معرفة أشكال تفاعل مستخدمي صفحات "الفيسبوك" مع حادثة انفجار مرفأ بيروت، وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثين تفاعل المبحوثين مع الحادثة، وبناءً على ذلك يتم استنتاج الفروق بين أشكال تفاعل الشباب الجامعي مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: حادثة انفجار مرفأ بيروت.
- المتغير التابع: تفاعل مستخدمي صفحات "الفيسبوك".

الإطار المعرفي:

• أولاً: شبكة "الفيسبوك" وحادثة انفجار مرفأ بيروت:

هي شبكة إلكترونية واسعة الانتشار والتي تحتوي على خدمة الأخبار التي تجمع مختلف المعلومات، والرسائل، ومشاركة الصور والمجموعات ذات الاهتمام المشترك⁽⁵⁰⁾.

وفي الرابع من أغسطس (2020م) انفجر مخزن يحتوي كمية كبيرة من الألمونيوم في مرفأ بيروت ودمر معه أجزاء واسعة من المدينة المحيطة، حيث يعد المرفأ من أهم مرافئ منطقة حوضاً شرق المتوسط بسبب موقعه وعلاقاته القوية مع عشرات الموانئ العالمية⁽⁵¹⁾.

كما تُعد شبكة "الفيسبوك" وسيلة إعلامية مهمة للتغطية الإخبارية حول آخر المستجدات ذات الصلة بالأحداث الجارية، وخاصة حادثة انفجار مرفأ بيروت بالنَّص والصوت والصورة، فضلاً عن الدور الذي تؤديه في تحقيق المشاركة التفاعلية الواسعة مع الجمهور.



شكل (2) يوضح جانب من آثار الدمار الذي خلفه الانفجار في مرفأ بيروت.

التفاعل مع حادثة انفجار مرفأ بيروت عبر "فيسبوك":

هو توظيف مصادر الأخبار المختلفة في التغطية الإخبارية لحدث معين؛ بحيث يكون صانع الخبر بضمان تغطية متواصلة للحدث لبثه للجمهور، وتداوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي⁽⁵²⁾، فالتفاعل يقوم على تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل بالحوار والمشاركة في مضامين المادة الإعلامية عبر وسائل الاتصال الحديثة سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة⁽⁵³⁾، كما يعد التفاعل سمة من السمات الأساسية لوسائل الإعلام

الإخبارية الإلكترونية، حيث تتيح مُسْتَحْدِمِيهَا تسجيل ردود أفعالهم علناً على مقطع فيديو أو مقالة إخبارية⁽⁵⁴⁾.

"والفيسبوك": شبكة رقمية شهيرة، تستخدمها المؤسسات الإعلامية في نشر الأخبار والمعلومات كمنصة لبث مضامينها، كما أنها تحظى باهتمام كبير من قبل الجمهور، فمن خلالها يكون رجوع الصدى فورياً؛ مما يصنع نوعاً من التفاعلية الفورية بين المتلقي والوسيلة⁽⁵⁵⁾، كما يتوقف التفاعل على درجة الاتصال بين أطراف العملية الاتصالية ومدى تأثير الجمهور بمضمون الرسالة الإعلامية⁽⁵⁶⁾، بالإضافة إلى توافر آليات البحث عن مضامين ملفات الفيديو المتاحة على الصفحة وتحديد واختيار طريقة انسياب وعرض المعلومات بما يتناسب مع طبيعة ورغبة المُستخدم⁽⁵⁷⁾.

أشكال التفاعل مع حادثة انفجار مرفأ عبر صفحات "الفيسبوك":

تعددت أشكال التفاعل مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بصفحتي قناة "BBC عربي"، "سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia" بالإعجاب، التعليق، والمشاركات، ومنها:

1- تسجيلات الإعجاب **LIKES records**: وتعني التعبير عن الإعجاب بمحتوى معين سواء كان نصاً، أو صورة، أو فيديو⁽⁵⁸⁾.

2- التفاعل بالتعليق: وتعني وجهة النظر المدرجة في تفاعلات الجمهور مع المحتوى المنشور على الشبكة سواء بالقبول، أو الرفض، أو النقد، أو غيرها⁽⁵⁹⁾.

3- المشاركات **Share**: وتعني قيام مستخدمي الشبكة بتكوين ردود الأفعال حول المضامين المهتمين بها، كونها تمثل الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور⁽⁶⁰⁾.

• ثانياً: الإطار النظري للدراسة "مدخل التفاعلية الرمزية":

تتبني الدراسة نظرية التفاعلية كإطار نظري لتفسير التفاعل بين المستخدمين ووسائل الاتصال الجديدة، وهو ما يرتبط به تفسير أشكال المشاركة مع المحتوى الذي تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي، كما تركّز النظرية التفاعلية على فكرة أن أدوات الاتصال الجديدة قد غيرت آليات تواصل الجمهور لفهم العلاقات المتبادلة بين المحتوى والاستخدام في بيئة التواصل الاجتماعي، وبينه وبين المستخدمين من جهة أخرى⁽⁶¹⁾، كما تمتد جذور هذه النظرية إلى عالم الاجتماع جورج هيرت ميد "George Herbert Mead" الذي يعد من أبرز مؤسسي النظرية التفاعلية، حيث تركّز على الاهتمام بطبيعة التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والنفسية التي تحدث بين الأفراد والجماعات

خلال ممارسة أنشطتهم الاتصالية في الحياة اليومية، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه من خلال التفاعل الرمزي⁽⁶²⁾.

وتتص نظرية التفاعلية على أن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه الأشياء من معانٍ هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني، كما يري إيرفرك جوفمان أن تبادل المعلومات يشكّل ركيزة أساسية في عملية التفاعل الاجتماعي التي تسيّر باتجاهين بين الفاعل والآخرين⁽⁶³⁾.

وفي البيئة الرقمية تعني عملية الاتصال التفاعل بين المستخدمين والتكنولوجيا، كما تتوقف أهمية الاتصال في هذا السياق الرقمي على إمكانية التفاعل التي تسمح بها المنصات الرقمية، وكيفية استخدامها من قبل الجمهور، حيث إن التعريفات التي يقدمها فان ديك بويل "van Dijck Poel" للاتصال تقوم على الترابط بين المستخدمين والرمز، فالاتصال يشير إلى القدرة الاجتماعية والتقنية للمنصات الشبكية لربط المحتوى بأنشطة المستخدمين على الشبكة⁽⁶⁴⁾.

فالتفاعلية في وسائل الإعلام والاتصال تعتمد على نمط التفاعل والحوار والمشاركة وتبادل الأدوار بين المشاركين في العملية الاتصالية، إضافة إلى تكوين ردود الأفعال بين المستخدمين حول المحتوى الإعلامي المُقدّم بالمواقع الإلكترونية على الشبكة⁽⁶⁵⁾. كما تعمل الأنظمة الرقمية للمنصات على توجيه سلوكيات محددة للمستخدمين سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة للمحتوى، وهو ما يؤدي لمزيد من الاهتمام والمشاركة التفاعلية على تلك المنصات⁽⁶⁶⁾.

وتكشف الأدبيات العلمية عن محاولات مختلفة لتصنيف التفاعل، فقد قامت دراسة (محمد عبد الغفار، 2022م، 1)⁽⁶⁷⁾ بالتعرف على آليات وأشكال تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي في المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة، كما اهتمت دراسة (سحر أحمد، 2022م، 301)⁽⁶⁸⁾ برصد طبيعة استخدام القنوات الإخبارية للبحث المباشر على موقع "الفيسبوك"، وإدراك مستخدمي ذلك الموقع للتفاعلية المتوفرة بها، فضلاً عن دراسة (هاجر حلمي، 2022، 297)⁽⁶⁹⁾ التي سعت إلى معرفة كيفية استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيره على الأمن القومي المصري للتعبير عن حرية الرأي والتعبير.

وتعتبر دراسة برونوين وود، ویدسنون تیفز (Wondwesen Tafesse, Bronwyn Wood, 2021, p7)⁽⁷⁰⁾، من أفضل الدراسات التي سعت للتعرف على قياس محتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي واستراتيجية التفاعل، والتي تعني عدد المتابعين وحجم المحتوى والمجالات التي تهتمه.

وقامت دراسة (رمضان بلعمري، 2022م، 242)⁽⁷¹⁾ بالتعرف على كيفية تفاعل العاملين في غرف الأخبار بالقنوات الإخبارية مع مصادر الأخبار المختلفة التي تبثها شبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الحدث، كما أكدت دراسة (كاظم مؤنس، 2022، 242)⁽⁷²⁾ أن هناك ثمة اختلاف كبير بين جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وجمهور الأنواع الأخرى من وسائل الاتصال، من حيث آنية تبادل المعلومات والتفاعلية التي تسمح للمستخدمين المشاركة بتبادل الأخبار والمعلومات.

كما قدّم كل من وليامز رايس ورجرز "Williams Rice, Rogers" يوضح أن العملية التفاعلية في العالم الافتراضي، تشمل ثلاثة أبعاد رئيسية (sally g. McMillan and gang sun hawing, 2013)⁽⁷³⁾ هي: "التحكّم في الاتصال Control، المتبادل بين أطراف العملية الاتصالية بنفس الفرص المتاحة لهم "Mutual Discourse، تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل"، كما تركز التفاعلية الرمزية في المجتمعات الافتراضية حول الاهتمام بالآليات النفسية والاجتماعية لتفاعل الأفراد مع المضامين الإعلامية المقدّمة لهم بالمواقع الإلكترونية، من خلال أربع فرضيات رئيسية⁽⁷⁴⁾، وهي:

- 1- قد تحدث تأثيرات التفاعل على المستوى الفردي، وكذلك على المستوى الاجتماعي في التحليل.
- 2- قد تؤثر آثار التفاعلية في المستوى الفردي على المخرجات في المستوى الاجتماعي.
- 3- النظرية التفاعلية تعرف بشكل أفضل كمتغير للإدراك الحسي والتي تتطوي على الاتصالات بواسطة التكنولوجياً.
- 4- التفاعل أمر مرغوب فيه إلى نقطة ما.

وفي ضوء ما سبق سوف تختبر الباحثة العلاقة معدل تعرض الجمهور للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها، فضلاً عن تبيان الفروق بين أشكال تفاعل أفراد العينة معها.

إجراءات الصدق والثبات لصحيفة الاستبانة:

لاختبار صدق وثبات صحيفة الاستبانة، والتأكد من قُدْرَتِهَا على تحقيق أهداف الدراسة، تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين في مجال الإعلام للتحقق من الصدق الظاهري لها (*). وفي ضوء الملاحظات التي أبدأها المحكمون تم تعديل الاستمارة، حيث طبقت صحيفة الاستبانة خلال العام 2020م، وذلك في الفترة الممتدة من 15/8/2020م، وحتى 30/9/2020م، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبانة على أسلوب إعادة الاختبار، حيث قامت الباحثة بعد جمع البيانات بإجراء دراسة علي (5%) من إجمالي مفردات الدراسة الميدانية (20) مفردة باستخدام معامل "Cranach's Alpha coefficient"، مما يدل على وجود نسبة اتساق عالية بين استجابات الباحثين. والجدول التالي يوضح لنا حساب قيمة معامل الثبات لصحيفة الاستبانة:

جدول (2)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة (ن=400)

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستمارة	0.90

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن قيمة معامل ألفا كرونباخ جاءت بنسبة مرتفعة بلغت (0.91)، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، كما يدل على عدم وجود اختلافات كبيرة في استجابات الباحثين، وأن صحيفة الاستبانة صالحة للتطبيق.

(*) 1- محمد معوض إبراهيم- أستاذ الإعلام وثقافة الطفل بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام السابق.

2- علي السيد إبراهيم عوجة- أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

3- محمود يوسف- أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

4- ماجد تريان- أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال وعميد كلية الإعلام بجامعة الأقصى- غزة: فلسطين.

5- سعد سلمان عبد الله- أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة تكريت- العراق.

6- بسمة فنور- أستاذ علوم الإعلام والاتصال السمعي والبصري المساعد بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري- جامعة صالح بوينيدر قسنطينة3- الجزائر.

التحليل الإحصائي:

- بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت مُعالجتها وتَحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم "SPSS"، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمُعالجات الإحصائية التالية، وهي: (النسب والتكرارات الإحصائية البسيطة لأسئلة الاستبانة، وقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون "person" لقياس شدة واتجاه العلاقة بين معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها، فضلاً عن استخدام اختبار (T- Test) لإيجاد الفروق بين معدل متابعة المبحوثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع، فضلاً عن الكشف عن الفروق بين أشكال التفاعل معها وفقاً لمتغيري "الجنسية، النوع".

النتائج:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية (18: 35 عاماً فأكثر) من طلاب كليتي الإعلام الجامعة اللبنانية- بيروت، الإعلام- جامعة بني سويف- مصر، حيث اشتملت على عينة قوامها (400) مفردة، بالإضافة إلى نتائج اختبار صحة الفروض وربطها بتساؤلات وأهداف الدراسة، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة:

- صفحات القنوات الإخبارية التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر "فيسبوك":
جدول (3)

صفحات القنوات الإخبارية التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر "فيسبوك" (ن=400)
(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	صفحات القنوات الإخبارية	ك	%
1	صفحة قناة "BBC عربي"	225	56.25%
2	صفحة قناة "سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia"	150	37.5%
3	صفحة قناة "النيل للأخبار"	20	5%
4	متابعة صفحات أخرى	5	1.25%
	الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (56.25%) من المبحوثين أنهم يتابعون صفحة قناة "BBC عربي"، يليها صفحة قناة "سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia" بنسبة (37.5%)، ومن ثم صفحة قناة "النيل للأخبار" بنسبة (5%)، وأخيراً متابعة صفحات أخرى بنسبة (1.25%)، وتدل النتيجة السابقة: أن صفحتي قناة "BBC عربي"، وقناة "سكاي نيوز عربية Sky NEWS Arabia"، حَصَلتا على أعلى نسبة مُتَابَعَة، ويرجع ذلك لِأَنَّها مصدر مهم لحصول الجمهور على المضامين المتعلقة بالقضية محل الدراسة بِكِلتا الصفحتين، بالتوافق مع دراسة (أسماء عبده، 2021م، 428)⁽⁷⁵⁾، التي أشارت إلى وجود ارتفاع في معدل اعتماد الشباب أفراد العينة على الصفحات الإخبارية ووكالات الأنباء لمتابعة الأحداث الخارجية، وهو ما يتوافق مع دراسة (إيمان محمد، 2017م، 45)⁽⁷⁶⁾ التي كشفت عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تأثير الاتصال التفاعلي لمستخدمي الصفحات عينة الدراسة، ومدى تفاعلهم مع القضايا محل الدراسة.

معدل متابعة المبحوثين لحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة:
جدول (4)

معدل متابعة المبحوثين لحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة (ن=400)

م	متابعة المبحوثين لحادثة انفجار مرفأ بيروت	ك	%
1	أتابع بدرجة كبيرة	146	37.25%
2	أتابع بدرجة متوسطة	132	33%
3	أتابع بدرجة ضعيفة	122	30.5%
	الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (37.25%) من أفراد العينة أنهم يتابعون حادثة انفجار مرفأ بيروت بدرجة كبيرة بالصفحات عينة الدراسة، يليها المتابعة بدرجة متوسطة بنسبة (33%)، وأخيراً المتابعة بدرجة ضعيفة (30.5%)؛ مما يشير إلى أنهم يتعرضون للقضية بكثافة عالية، كونهم يدركون مدى أهميتها بالنسبة لهم، والناجئة عن انفجار كمية كبيرة من نترات الأمونيوم مخزنة في أحد مستودعات المرفأ والتي أدت إلى وفاة

(190) شخصاً على الأقل، وإصابة الآلاف بجروح، وحولت العاصمة إلى "مدينة منكوبة"، بالتوافق مع دراسة برونوين وود، ويدسنون تيفز (Wondwesen Tafesse , Bronwyn Wood, 2021, p7⁽⁷⁷⁾) التي أكدت أن التفاعل الإيجابي بين حجم المحتوى ومجالات الاهتمامات المتنوعة يسهم في تحفيز مشاركة الجمهور للمحتوى المقدم بدرجة كبيرة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.

- مدى إفادة المبحوثين من متابعة حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (5)

مدى إفادة المبحوثين من متابعة حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة (ن=400)

م	درجة الإفادة	ك	%
1	أستفيد بدرجة كبيرة جداً	205	51.25%
2	أستفيد بدرجة كبيرة	155	38.75%
3	أستفيد بدرجة متوسطة	40	10%
	الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (51.25%) من أفراد العينة أنهم يستفيدون من متابعة حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، يليها الإفادة بدرجة كبيرة بنسبة (38.75%)، وأخيراً الإفادة بدرجة متوسطة بنسبة (10%)؛ لذا يمكن القول إنهم يعتمدون على متابعة المادة الإعلامية المقدمة لهم نظراً لأهمية الدور الذي تقوم به صفحات "الفيسبوك" في إيصال الأخبار إليهم، وبالتالي فهم يطلعون عليها لمعرفة الأخبار الآنية، فضلاً عن كونها منصة متجددة تنشر كل ما هو آني عن الأحداث ذات الصلة بالحادثة فور وقوعها، بالتوافق مع دراسة (وهيبة مسامح، وليدة حدادي، 2020، 390)⁽⁷⁸⁾ التي كشفت عن وجود اهتمام بتوظيف صفحات "الفيسبوك" للتفاعلية بأبعاد ومستويات متباينة مع وجود تفاوت في استخدام الجمهور لها.

الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة

جدول (6)

الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة (ن=400)

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت	طلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"		طلاب كلية الإعلام - جامعة بنى سويف - مصر		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك
1	تدمير المنازل وتشريد الأشخاص في أحياء بيروت	35.5%	71	33.5%	67	34.5%	138
2	خسائر اقتصادية ناتجة عن انفجار شحنة نترات الأمونيوم في مخزن المرفأ	11.5%	23	16.5%	33	14%	56
3	وفاة أكثر من 137 شخصاً جراء الانفجار	17.5%	35	33.5%	67	25.5%	102
4	التحقيق مع المشرفين على ملف تخزين نترات الأمونيوم في المرفأ	35.5%	71	16.5%	33	26%	104
	الإجمالي	100%	200	100%	200	100%	400

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (34.5%) من أفراد العينة أنهم يتابعون تدمير المنازل وتشريد الأشخاص في أحياء بيروت في الصفحات عينة الدراسة، يليها التحقيق مع المشرفين على ملف تخزين نترات الأمونيوم في المرفأ بنسبة (26%)، ومن ثم وفاة أكثر من (137) شخصاً جراء الانفجار بنسبة (25.5%)، وأخيراً الخسائر الاقتصادية الناتجة عن انفجار شحنة نترات الأمونيوم في مخزن المرفأ بنسبة (14%).
- وفي متابعة طلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية" للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة أوضحت النتائج: أن (35.5%) من أفراد العينة يتابعون تدمير المنازل وتشريد الأشخاص في أحياء بيروت، التحقيق مع المشرفين على ملف تخزين نترات الأمونيوم في المرفأ بالصفحات عينة الدراسة، يليها وفاة أكثر من (137) شخصاً جراء الانفجار بنسبة (17.5%)، وأخيراً الخسائر الاقتصادية الناتجة عن انفجار شحنة نترات الأمونيوم في مخزن المرفأ بنسبة (11.5%)، مما يدل على أنهم يهتمون بمتابعة الموضوعات ذات الصلة بالحادثة عبر

المنصات الرقمية الإخبارية، كونها تمتاز بالسرعة في نقل الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالحادثة التي أدت لتدمير جزء هائل من المدينة، وأسفر عن مقتل أكثر من (200) شخص، وجرح وتشريد آلاف آخرين، كما تسبب بخسائر قُدّرت بمليارات الدولارات، وهو ما جعل لهذه المواقع مكانة مميزة بين وسائل الإعلام الحالية؛ لقدرتها على استقطاب الجماهير إليها من كافة الفئات، بالتوافق مع دراسة (رمضان بلعمري، 2020م، 1) ⁽⁷⁹⁾ التي أوضحت أن القنوات التلفزيونية تستغل منصاتها على شبكات التواصل لتبث الأخبار بهدف الوصول إلى جمهور شبكات التواصل الذي أخذت منه بعض أخبارها لتحقيق المشاركة التفاعلية، وهو ما كشفت عنه دراسة بيتكوفيتش جيه، دوينش إس، تراوين جيه وآخرين (Petkovic J, Duench S, Trawin J, 2021DA) ⁽⁸⁰⁾ التي بينت أن منصات التواصل الاجتماعي توفر مجالاً واسعاً لتدخلات المضامين المقدمة؛ مما يسمح بالتواصل مع جماهير واسعة باستخدام أدوات مجانية بشكل عام.

• وفي متابعة طلاب كلية الإعلام- جامعة بنى سويف- مصر للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة؛ أكد (33.5%) من أفراد العينة أنهم يتابعون تدمير المنازل وتشريد الأشخاص في أحياء بيروت، وفاة أكثر من (137) شخصاً جرّاء الانفجار في الصفحات عينة الدراسة، يليها الخسائر الاقتصادية الناتجة عن انفجار شحنة نترات الأمونيوم في مخزن المرفأ، التحقيق مع المشرفين على ملف تخزين نترات الأمونيوم في المرفأ بنسبة (16.5%)؛ لذا يمكن القول إنهم يتابعون المعلومات المتعلقة بالحادثة عبر هذه الصفحات، كونها تمدهم بكل ما هو جديد من أخبار ومعلومات خاصة في أوقات الأزمات، وهو ما يتيح لهم معرفة آخر المستجدات المتعلقة بالحادثة من أخبار خاصة وقت الأزمات؛ مما يساهم في كشف الغموض عن أسباب الحادثة، فيتمكن المستخدمون من فهم الأحداث التي تدور حولهم ويصبح باستطاعتهم تفسيرها، وهو ما يتوافق مع دراسة حليم وآخرين (Halim et al, 2021 DA) ⁽⁸¹⁾ التي أكدت أن جودة المعلومات المتحققة والمعرفة السياسية والتوجهات السياسية المقدمة عبر "فيسبوك" تحتل أهمية كبرى لدى

الشباب كأداة للمشاركة السياسية، وهذا ما أوضحتها دراسة ويستني زولما فالدون (Westney Zulma, Valedon, 2021DA, 271) (82) التي كشفت أن المعلومات والأخبار المقدّمة للجمهور لديها القدرة على التأثير في المستخدم نفسياً ومعرفياً، وهو ما يؤدي لزيادة الثقة بتلك المواقع، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ هناك تقارباً في متابعة المُبْحوثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، والناجئة عن عنبر مليء بما يقاربُ ثلاثة آلاف طن من المواد الكيماوية المستخدمة في صنع المتفجرات؛ نترات الأمونيوم، والتي ظلت مخزّنة لسنوات دون التخلص منها، وقد يشير ذلك إلى أنهم يتعرضون لها بكثافة عالية، فكُلَّمَا زادت كثافة التعرض زادت المتابعة والتفاعل معها في الصفحات الإخبارية التفاعلية على الشبكة.

- عناصر جذب المبحوثين لمتابعة الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت على صفحات "الفيسبوك":

جدول (7)

عناصر جذب المبحوثين لمتابعة الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت على صفحات "الفيسبوك" (ن=400) (يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	الموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت		طلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"		طلاب كلية الإعلام - جامعة بنى سويف - مصر		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	147	73.5%	113	56.5%	260	65%		
2	19	9.5%	47	23.5%	66	16.5%		
3	34	17%	40	20%	74	18.5%		
	200	100%	200	100%	400	100%		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (65%) من أفراد العينة أنّهم ينجذبون نحو متابعة مقاطع الفيديو التي تتضمن الأضرار الناتجة عن تدمير المرفأ والمنازل بالصفحات عينة الدراسة، يليها الصور الشخصية بنسبة (18.5%)، وأخيراً الصور الموضوعية بنسبة (16.5%).

- **وفي مقاطع الفيديو:** أكد (73.5%) من طلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية" أنهم يجذبون نحو متابعة مقاطع الفيديو التي تتضمن الأضرار الناتجة عن تدمير المرفأ والمنازل، مقابل (56.5%) لطلاب كلية الإعلام- جامعة بني سويف- مصر؛ مما يشير إلى طبيعة المنصات الرقمية التي تركز على المحتوى المرئي؛ خاصة وأنه يتناسب مع طبيعة الجمهور المستخدم لهذه الصفحات؛ نظراً لطبيعة المضامين المرتبطة بحادثة انفجار المرفأ التي تستحوذ على اهتمام الجمهور من خلال المحتوى المقدم؛ وذلك لأن تلك الصفحات تهدف لجذب أكبر عدد من المشاهدين، بالتوافق مع دراسة نهى صبري (Noha Sabri,2022,206)⁽⁸³⁾ التي أكدت على أهمية متابعة الجمهور لمقاطع الفيديو ذات الصلة بالأحداث الجارية، كونها تكشف غموض بعض الجوانب الخفية المرتبطة بتلك الأحداث.
- **وفي الصور الموضوعية:** أكد (23.5%) من طلاب كلية الإعلام- جامعة بني سويف- مصر أنهم يجذبون نحو الصور الموضوعية المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت، مقابل (9.5%) لطلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"؛ مما يوضح لنا أنهم لا يميلون إلى القراءة العامة المرتبطة بالحادثة، نظراً لاكتفاء القارئ أو المشاهد بالصور التي تكون بديلة عن ألف كلمة، وهو ما يتوافق مع دراسة (عادل صالح، 2022م، 1)⁽⁸⁴⁾ التي أشارت إلى أن استخدام الوسائل المدمجة "النصوص، الصور، الفيديوهات، الروابط" لها دور في تحديد معدلات وأشكال التفاعل مع المحتوى المقدم للجمهور.
- **وفي الصور الشخصية:** أكد (20%) من طلاب كلية الإعلام- جامعة بني سويف- مصر أنهم يفضلون متابعة الصور الشخصية المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت، مقابل (17%) لطلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"، ويمكن تفسير ذلك: بأنهم متصلون بالحدث وذلك لأن الصفحات الإخبارية تقدم أحداثاً تتضمن الصور التي توضح الآثار الناتجة عن تدمير المرفأ والمنازل والقتلى والجرحى بشكل واضح وجذاب، بالإضافة إلى صعوبة التلاعب في أحداثها، فضلاً عن صور لتصريحات المسؤولين عقب انفجار المرفأ.

- أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (8)

أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة (ن=400)
(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	أشكال التفاعل	طلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"		طلاب كلية الإعلام - جامعة بنى سويف - مصر		الإجمالى	
		%	ك	%	ك	%	ك
1	تسجيلات الإعجاب like	28.5%	57	31.5%	63	30%	120
2	كتابة التعليقات Comment	44%	88	37%	74	40.5%	162
3	عمل المشاركة Share	27.5%	55	31.5%	63	29.5%	118
	الإجمالى	100%	200	100%	200	100%	400

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:

- أكّد (40.5%) من أفراد العينة أنّهم يفضلون التفاعل بالتعليق مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، يليها الإعجاب بنسبة (30%)، ومن ثم المشاركات بنسبة (29.5%).
- وفي التفاعل بالإعجاب: أكّد (31.5%) من طلاب كلية الإعلام - جامعة بنى سويف - مصر أنّهم يفضلون التفاعل بالإعجاب مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، مقابل (28.5%) لطلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"، وهو ما يتوافق مع دراسة (هدير أحمد، 2021، 543) (85) التي أكّدت على ضرورة التفاعل بالإعجاب للمضامين الإعلامية ذات الصلة بالأحداث الجارية، ويشير هذا إلى أنّهم يتأثرون بنسبة من المصدقية للموضوعات التي يفضلون متابعتها نتيجة التحديث المستمر لها على تلك المواقع.
- وفي التفاعل بالتعليق: أوضحت النتائج أنّ (44%) من طلاب "كلية الإعلام بالجامعة اللبنانية" يفضلون التفاعل بالتعليق مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، مقابل (37%) لطلاب كلية الإعلام - جامعة بنى سويف - مصر، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنها تُعبر عن رأي الجمهور بحرية

تجاه القضية سابقة الذكر، كونها تمثل الجانب الحوارى المشترك بين الصفحة وجمهورها المتفاعل، بالتوافق مع دراسة (كاظم مؤنس، 2022م، 1879) (86) التي أكدت أن هناك ثمة اختلاف كبير بين جمهور مواقع التواصل الاجتماعى وجمهور الأنواع الأخرى من وسائل الاتصال، من حيث آنية تبادل المعلومات والتفاعلية التي تسمح للمستخدمين المشاركة بتبادل الأخبار والمعلومات، وهذا ما أكدته دراسة شارو، سيميليو (Charo, simelio, 2017) (87) التي أشارت إلى أن التعليقات في المنتديات تبدو أكثر عمقاً ومحايدة ونقاشية، بينما في "الفيسبوك" تبدو التعليقات قريبة إلى التدفق اللغوي من خلال الرسائل المكتوبة في الوقت الفعلي بالتزامن مع إذاعة البرامج التفاعلية.

- وفي التفاعل بالمشاركة: أكد (31.5%) من طلاب كلية الإعلام - جامعة بني سويف - مصر أنهم يفضلون التفاعل بالمشاركة مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، مقابل (27.5%) لطلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية"؛ مما يشير إلى أنهم يقومون بعملية مشاركة الموضوعات المرتبطة بالحادثة على صفحاتهم الخاصة، وهو ما يؤدي لزيادة معدلات متابعة الصفحة لغير المتابعين؛ نظراً لأهمية القضية بالنسبة لهم، وهو ما يتوافق مع دراسة (عبد السلام أحمد، 2020م، 233) (88) التي أشارت إلى أهمية توظيف القنوات التليفزيونية لصفحات "الفيسبوك" لتعزيز المشاركة التفاعلية للجمهور إزاء القضايا السياسية، ويتبين من النتائج السابقة: أن الباحثين يجدون أن التفاعل وأدواته بالصفحات عينة الدراسة شيء مهم يساعدهم في التعبير عن آرائهم تجاه حادثة انفجار مرفأ بيروت، والنتيجة عن انفجار كمية كبيرة من نترات الأمونيوم المخزنة في أحد مستودعات المرفأ، والتي أدت إلى وفاة 190 شخصاً على الأقل، وإصابة الآلاف بجروح وحولت العاصمة إلى "مدينة منكوبة"، كما يتضح لنا: وجود تفوق لصالح طلاب "كلية الإعلام الجامعة اللبنانية" من حيث التفاعل بالتعليق مع القضية سابقة الذكر؛ مما يدل على أنهم يتعرضون لها بكثافة عالية، فكلما زادت كثافة التعرض كلما زاد التفاعل

وزاد مستوى إدراكهم لها، وأيضاً وجود تفوق في تفاعل طلاب كلية الإعلام- جامعة بني سويف- مصر بالإعجاب والمشاركة، وهذا يدل على مدى إدراكهم ووعيهم بالقضية التي يتابعونها.

- مصادر الأخبار المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (9)

متابعة المبحوثين لمصادر الأخبار المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة (ن=400)

م	مصادر الأخبار المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت	ك	%
1	صحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت	85	21.25%
2	تقارير المراسلين والمندوبين	111	27.75%
3	مصادر مسؤولة	45	11.25%
4	شهود عيان	71	17.75%
5	نشاطات المجتمع المدني	16	4%
6	لقاءات مع الضيوف داخل الاستوديو	31	7.75%
7	خبراء ومتخصصون	41	10.25%
	الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (27.75%) من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعة تقارير المراسلين والمندوبين؛ وهذا يشير إلى أنجح أشكال تقديم الأخبار المصحوبة بالمادة المرئية والتي لها تأثير كبير على المشاهدين؛ كونها تغطي الأحداث الجارية من مواقع الحدث، وهو ما يعكس تأكيد مصداقية الموضوعات المقدمة للجمهور، يليها الصحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت بنسبة (21.25%)، ويشير هذا إلى أنهم يعتمدون عليها كونها تمثل مصدراً مهماً للحصول على المعلومات ذات الصلة بالحادثة؛ ربما لأنها أكثر الوسائل سرعة في نقل الأحداث الجارية لامتلاكها شبكة مراسلين منتشرين في جميع أنحاء العالم، بالتوافق مع دراسة (رمضان بلعمري، 2022م، 242) ⁽⁸⁹⁾ التي أكدت أن غرف الأخبار في القنوات التلفزيونية تعتمد بشكل رئيس على مراسليها وعلى وكالات الأنباء، لكنها أصبحت أيضاً تتسابق لبث الأخبار والصور والفيديوهات من شبكات التواصل،

سواء لأشخاص متواجدين في عين المكان، أو لمسؤولين يستخدمون حساباتهم للإدلاء بتصريحات، ومن ثم شهود العيان بنسبة (17.75%)، وتبعها الخبراء والمتخصصون بنسبة (10.25%)، تلاها المصادر المسؤولة بنسبة (11.25%)، وجاءت اللقاءات مع الضيوف داخل الأستوديو بنسبة (7.75%)؛ مما يشير إلى: أنها عنصر جذب مهم للحصول على الأخبار والمعلومات من مصدرها ومعرفة آرائهم بصفة مباشرة، وأخيراً نشطاء المجتمع المدني بنسبة (4%)، ويتبين من النتائج السابقة: أن مُتابعة الجمهور للمصادر المتنوعة القائمة على التغطية الإعلامية للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار المرفأ بيروت عبر "فيسبوك" لمعرفة آخر المستجدات حولها.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: ينص هذا الفرض على أنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها.

جدول (10)

العلاقة بين معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها (ن = 400)

معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت			التغيرات
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
0.05	0.01	**0.42	نسبة الإقبال

* دال عند مستوى (0.05) ** دال عند مستوى (0.01) تشير

بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام معامل ارتباط **person**: اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور المصري واللبناني للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (**0.42)، وهي دالة عند مستوى (0.01): مما يدل: أنه كلما

زادت المتابعة كلما زادت نسبة الإقبال عليها، لمعرفة آخر المستجدات عن الحادثة الناتجة عن انفجار (2750) طنًا من مادة نترات الأمونيوم كانت مخزّنة بطريقة غير آمنة في مستودع في الميناء، والتي أدت لتدمير منطقة رصيف الميناء بالكامل وتشريد نحو (300) ألف نسمة من السكان، حيث أصبحوا بلا مأوى مؤقتًا، فضلًا عن وقوع القتلى والجرحى، والخسائر الاقتصادية التي تقدر بحوالي (15) مليار دولار، بالتوافق مع دراسة (سحر أحمد، 2022م، 301) (90) التي كشفت عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين التفاعلية المدركة وشعور الباحثين بالحضور الاجتماعي من خلال البث المباشر للقنوات الإخبارية على "الفيسبوك".

الفرض الثاني: ينص هذا الفرض على أنه: توجد فروق معنوية دالة إحصائيًا بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقًا لمتغير الجنسية.

جدول (11)

دلالة الفروق الإحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقًا لمتغير الجنسية. (ن = 400)

مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	طلاب كلية الإعلام - جامعة بنى سويف		طلاب كلية الإعلام الجامعة اللبنانية		المقياس
			مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	**2.57	0.96	2.65	1.00	2.93	أشكال التفاعل

** دال عند مستوى (0.01)

* دال عند مستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام اختبار (T- Test): اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقًا لمتغير الجنسية، وفي اتجاه طلاب كلية الإعلام الجامعة اللبنانية، وقد بلغت قيمة (ت) = (**2.57)، وهي دالة عند مستوى (0.01)؛ مما يوضح أنهم أكثر وعياً بالقضية التي يتابعونها نظرًا لأنهم في قلب الحدث، وتأثير الأزمة في زيادة

تعرض أفراد العينة لهذه الصفحات واحتياجهم المعرفي لها، وبالتالي فهم يتفاعلون معها لتكوين ردود أفعال حولها، فالصفحات الإخبارية التفاعلية على الشبكة توفر مُستخدِمياً أدوات التفاعل؛ والتي من شأنها تيسير عملية الاتصال للتفاعل والحوار والمشاركة مع أَلْقَضِيَّة محل الدراسة التي تثير اهتمامهم، وهو ما يتوافق مع دراسة تشنج سل وآخرين (Chang Slandothers,2022DA)⁽⁹¹⁾ التي أوضحت أن المشاركة التفاعلية يمكن أن تسهم في إحداث تغييرات في سلوكيات الجمهور تجاه المضامين المقدّمة له، وهذا ما أشارت إليه دراسة (خديجة مازوزي، 2019، 88)⁽⁹²⁾ التي أكّدت أن تفاعل الجمهور مع الموضوعات المقدّمة عبر برامج "الفيسبوك" تعتمد على المحتوى المقدّم للجمهور.

الفرض الثالث: ينص هذا الفرض على أنه: توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين معدل متابعة المبحوثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع.

جدول (12)

دلالة الفروق الإحصائية بين متابعة المبحوثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع (ن = 400)

مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المقياس
			مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	**4.23	0.62	2.35	0.55	2.65	معدل متابعة المبحوثين لحادثة انفجار مرفأ بيروت

** دال عند مستوى (0.01)

* دال عند مستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام اختبار (T- Test): اتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين معدل متابعة المبحوثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع، وفي اتجاه الذكور، وقد بلغت قيمة ت = (4.23)**، وهي دالة عند مستوى (0.01)؛ مما يشير إلى أنّ مستوى ثقة الذكور أعلى من الإناث

كونهم أكثر جرأة على المتابعة الصفحات الإخبارية وقت الحادثة، وبالتالي لم تكن المتابعة متساوية بين الجنسين، مما يظهر مصداقية هذه الصفحات لدى أفراد العينة حتى تلجأ إليها وقت الأزمة؛ كونها أخبارها تحمل الكثير من التشويق والغموض للقراء، وهو ما يزيد اهتمامهم بمتابعتها، وهو ما يتوافق مع دراسة (ليال عبدالسلام، هلكا عمر، 2020م، 9-32) ⁽⁹³⁾ التي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة فيما يتعلق بالذين يعانون من مرض ما والذين لا يعانون، وفي اتجاه الأفراد الذين يعانون من مرض ما قبل حادثة انفجار المرفأ، وهذا ما أكدته دراسة فيفي تشن (Feifei Chen, 2019DA) ⁽⁹⁴⁾ التي أظهرت أن المشاركة التفاعلية للجمهور على المنصات الرقمية تسهم في توفير المعلومات لخلق معنى للقضايا ذات الاهتمام المشترك لتنمية العلاقات مع المتابعين أثناء العملية التفاعلية.

الفرض الرابع: ينص هذا الفرض على أنه: توجد فروق معنوية دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع.

جدول (13)

دلالة الفروق الإحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع (ن = 400)

مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المقياس
			مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	**2.32	0.75	2.70	0.69	2.78	أشكال التفاعل

** دال عند مستوى (0.01)

* دال عند مستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام اختبار (T- Test): اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع، وفي اتجاه الذكور، وقد بلغت قيمة ت = (2.32)**، وهي دالة عند

مستوى (0.01)؛ مما يشير إلى التقييم الإيجابي للذکور تجاه القضية التي يتابعونها كونهم أكثر جرأة ومبادأة، وهو ما يعطي مؤشراً لجاذبية الرسالة الإعلامية وانعكاسات لمصادقية التفاعلية مع حادثة انفجار المرفأ، وهو ما يتوافق دراسة مع تشنج سل وآخرين (Chang S Landothers, 2022DA) (95) أن المشاركة التفاعلية يمكن أن تسهم في إحداث تغييرات في سلوكيات الجمهور تجاه المضامين المقدمة له.

خاتمة:

- حاولت الباحثة من خلال الدراسة معرفة الفروق بين متابعة الباحثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع، وكذلك معرفة الفروق بين أشكال تفاعل الباحثين معها، فضلاً عن إيجاد العلاقة بين متابعة الباحثين لحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، ونسبة الإقبال عليها، وذلك لأن الإعلام التفاعلي له تأثير كبير في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الجارية، وخاصة حادثة انفجار مرفأ بيروت والتي أدت لتدمير المرفأ وتحويل العاصمة إلى مدينة منكوبة، لذلك أصبح من الضروري الاهتمام بتناول القضايا التي تثير اهتمام الجمهور؛ لمعرفة ردود أفعاله نحوها وطرح أسئلة لإيجاد حلول للمشكلة، وذلك للوصول لنظريات وتصورات مبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:
- أكدت الغالبية العظمى من أفراد العينة أنهم يتابعون تدمير المنازل وتشريد الأشخاص في أحياء بيروت في الصفحات عينة الدراسة، يليها التحقيق مع المشرفين على ملف تخزين نترات الأمونيوم في المرفأ، ومن ثم وفاة أكثر من (137) شخصاً جراء الانفجار، وأخيراً الخسائر الاقتصادية الناتجة عن انفجار شحنة نترات الأمونيوم في مخزن المرفأ.
- أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض الجمهور للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة،

ونسبة الإقبال عليها، ويشير هذا إلى أنه كلما زادت المتابعة كلما زادت نسبة الإقبال عليها.

• وبينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للموضوعات المتعلقة بحادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة وفقاً للنوع، وفي اتجاه الذكور؛ مما يوضح أن مستوى ثقة الذكور أعلى من الإناث وأنهم أكثر جرأة على المتابعة.

• وأوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت بالصفحات عينة الدراسة، وفقاً لمتغير التوزيع الجغرافي، وفي اتجاه طلاب كلية الإعلام الجامعة اللبنانية؛ مما يشير إلى أنهم أكثر وعياً بالقضية التي يتابعونها؛ نظراً لأنهم في قلب الحدث، وتأثير الأزمة في زيادة تعرض أفراد العينة لهذه الصفحات واحتياجهم المعرفي لها، وبالتالي فهم يتفاعلون معها لتكوين ردود أفعال حولها.

كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، من أهمها:

• التأكيد على ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتواجد على المنصات الاجتماعية لتغطية القضايا والموضوعات ذات الصلة بانفجار مرفأ بيروت التي تثير اهتمام الجمهور؛ وذلك باستضافة بعض الخبراء في الشأن اللبناني، وطرح الأسئلة، ومحاولة إيجاد الحلول للخروج من الأزمة، والوقوف على أسباب وملاسات الحادث، وذلك لفتح نقاش تفاعلي بين القائمين بالاتصال على الصفحات الإخبارية التفاعلية والجمهور لإيجاد حلول للأزمة، وذلك للوصول إلى نظريات وتصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الجديد.

• التأكيد على ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بتقديم المعلومات للأشخاص الذين يسكنون قريباً من المنشآت الخطرة؛ من خلال التعاون والتنسيق بين السلطات المحلية والوطنية بما يضمن اتخاذ جميع تدابير السلامة للمواطنين، مع الاهتمام

بتوفير الدعم والرعاية الصحية والغذاء والمأوى للمتضررين من حادثة انفجار المرفأ.



شكل (3) يوضح لحظة انفجار مرفأ بيروت

مقترحات بحثية:

- في ضوء الدراسة تقدم الباحثة مجموعة من المقترحات، وهي:
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر الإرهاب الإلكتروني.
 - اتجاهات الجمهور نحو متابعة الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناتجة عن حادثة انفجار مرفأ بيروت عبر قنوات "اليوتيوب".

المراجع والمصادر:

- 1- محمد عبد الغفار عبد الغفار عبد الرحمن (2022). العوامل المؤثرة على تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد70، المجلد70، يناير2022م، ص1.
- 2- سحر أحمد أمام (2022). التفاعلية المدركة بين استخدام القنوات الإخبارية للابث المباشر على موقع "الفيسبوك"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج: كلية الآداب، قسم الإعلام، ص301.
- 3- هاجر حلمي دسوقي حبيش (2022). استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لحرية الرأي والتعبير وتأثيرها على الأمن القومي المصري، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد23، الجزء الثاني، يناير2022م، ص297.
- 4- رمضان بلعمري (2022). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعلية في التغطية الإخبارية، بحث منشور في مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية، الجزائر: جماعة الجزائر3، كلية الإعلام والاتصال، العدد1، المجلد7، فيفري2022م، ص242.

- 5- كاظم مؤنس (2022). اعتماد الجمهور في مملكة البحرين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تفشي جائحة كوفيد-19، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 61، المجلد، إبريل 2022م، ص 1879.
- 6- أمل محمد نبيل عبد العظيم (2022). مستويات تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الحسابات الرسمية لوزارة الصحة المصرية خلال موجة كورونا، بحث منشور في المجلة العربية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 31، سبتمبر 2022م، ص 259-306.
- 7- Chang SL, Wu WC, Hu YJ, Lai HY, Wong TC. (2022). Quasi-experimental design for using an interactive social media intervention program to improve truck drivers' health beliefs and eating behaviors. *BMC Public Health*, Vol. 22(1), 1-13. doi: 10.1186/s12889-022-13883-6.
- 8- Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy, *Journal of Retailing and Consumer*, A-vailable at the following link: <http://www.elsevier.com>
- 9- Valedon, W. Z. (2021). "The Social Media Machines: An Investigation of the Effect of Trust Moderated by Disinformation on Users' Decision-Making Process". Proquest Dissertations: Nova southeastern university publishing. January, 2021DA
- 10- Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S. A., Azizan, F. L., Akanmu, M. D. (2021). Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest, and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis. *Cogent Social Sciences*, Volume 7, Published online: 23,2021DA., Available at the following link: <https://www.tandfonline.com>
- 11- Marta Najda-Janoszka, Magdalena Sawczuk (2021) Interactive communication using social media – the case of museums in Southern Poland, *Museum Management and Curatorship*, 36:6, 590–609, DOI: 10.1080/09647775.2021.1914135
- 12- Petkovic J, Duench S, Trawin J, Dewidar O, Pardo Pardo J, Simeon R, DesMeules M, Gagnon D, Hatcher Roberts J, Hossain A, Pottie K, Rader T, Tugwell P, Yoganathan M, Presseau J, Welch V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, Issue 5. DOI: 10.1002/14651858.CD012932.pub2.
- 13- Saleh, Adel (2020). Do Youth Trust in Political News on social media? Impacts of Trust or Distrust on the Egyptian young Citizens Political

- Engagement.” Egyptian Journal of Public Research¹⁹ (1): 47-86.
<https://journals.ekb.eg>.
- 14- أسماء عبده زكي (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة قسم الإعلام، ص428.
- 15- Graham, Melissa W., Avery, Elizabeth J., Park, Sejin (2020). The role of social media in local government crisis communications, *Public Relations Review*, Vol. 41, No. 3, Pp. 386-394.
- 16- Mahmoud Mohamed Ahmed (2020). University youth interaction with the videos of the Lebanese movement on Facebook 'A field study', Research published in the *Journal of Afro-Asian Studies*, Number4, Germany: Berlin: The Arab Democratic Center, January 2020DA.
- 17- ليال عبد السلام الرفاعي، هلكا عمر علاء الدين (2020). اضطراب كرب ما بعد الصدمة وعلاقته ببعض المتغيرات: انفجار مرفأ بيروت 4 آب 2020: دراسة ميدانية لدى عينة من سكان مناطق بيروت المتضررة، بحث منشور في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: مركز جيل البحث العلمي، العدد62، أكتوبر2020م، ص9-32.
- 18- وهيبه مسامح، وليدة حدادي (2020). الأبعاد التفاعلية في صفحات الفضايات الجزائرية الخاصة على موقع الفيسبوك، بحث منشور في مجلة المعيار، الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، المجلد 24، العدد50، جوان2020م، ص390.
- 19- آلاء ماهر خضاجة (2020). أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية: دراسة تحليلية على الصفحات الإخبارية أثناء الأحداث الهامة، بحث منشور في الآداب والعلوم الإنسانية، الملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، المجلد28، العدد9، سبتمبر2020م، ص191.
- 20- خديجة مازوزي (2019م). التفاعلية مع البرامج الإذاعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية بإذاعة الجزائر من ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص428.
- 21- لبنى أيمن الرواشدة (2019). التفاعلية في الصفحات الشخصية للصحفيين والناشطين الأردنيين على منصات التواصل الاجتماعي: الفيسبوك أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص1-107.
- 22- خالد مصطفى حسن (2019). تفاعلية الجمهور مع صفحات القنوات الفضائية المصرية عبر "الفيسبوك": دراسة في انعكاسات التفاعلية على بناء الأجندة الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص1-19.
- 23- Feifei Chen (2019), "Leveraging interactive social media communication for organizational success: An examination of Chinese net-roots third-sector organizations' microblog use", *Corporate Communications: An International Journal*, vol,24,1,pp143, Available at the following link: <https://doi-org.ezproxy>

- 24- Garry Wei-Han Tan, Voon-Hsien Lee, Jun-Jie Hew, Keng-Boon Ooi, Lai-Wan Wong (2018). The interactive mobile social media advertising: An imminent approach to advertise tourism products and services? *Telematics and Informatics*, Volume 35, Issue 8, 2018, Pages 2270-2288, Available at the following link: <https://doi.org>.
- 25- Charo, Semilio, Nuria (2017). Television Fiction and Online Communities: Analysis of Comments on Social Networks and Forums Make Views Gulf, Research published in *Journal of Critical Studies in Media Communication*, Issue 5, Volume 34, August 2017.
- 26- إيمان محمد أحمد (2017). تأثير الاتصال التفاعلي لدى مُستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية على التفاعل مع القضايا الدينية، بحث منشور في *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 59، نوفمبر 2017م، ص 45.
- 27- Ashraf Muhammad Azeem and others (2022). Social Media Improves Students' Academic Performance: Exploring the Role of Social Media Adoption in the Open Learning Environment among International Medical Students in China", *Healthcare Journal*, Research Institute, of Educational Science, Hunan University, Changsha, 9, 1272. Available at 4/3/2022DA.
- 28- عادل صالح (2022). العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي (فيسبوك Facebook) لصحيفتي "اليوم السابع" و"الوطن"، بحث منشور في *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 22، يوليو 2022م، ص 1.
- 29- خلف لاي في الحماد (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك، بحث منشور في *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 2، الجزء الأول، أبريل 2022م، ص 487-526.
- 30- إسلام سعد عبد الله عبد الرحمن (2022). اتجاهات النخبة المصرية نحو الرأي العام الإلكتروني ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله، بحث منشور في *المنجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 4، أكتوبر 2022م، ص 703-744.
- 31- Alisius D Leong (2021). Shirley S Ho, perceiving online public opinion: The impact of Facebook opinion cues, opinion climate congruency, and source credibility on speaking out, *New Media & Society*, 2021, Vol.23, No.9, Pp. 2495-2515.
- 32- Choi et al (2020). The Effect of Communication Media Richness on Continuous Intention to Use: The Moderating Effect of User Experience. *Journal of Digital Convergence*. Vol.18. No.5. PP. 187-195.
- 33- White, C. L., Boatwright, B (2020). Social media ethics in the data economy: Issues of social responsibility for using Facebook for public relations. *Public Relations Review*, Vol.46, No. 5, 2020, P. 101980, Available at <https://doi.org>.

- 34- Mahboub Hashem, (2020), Using social media in governance and Crisis Communication: Case Study of the Lebanese Garbage Crisis, Published Ph. D, United Arab Emirates, American University of Sharjah.
- 35- Turcotte, Jason, et al. (2020), "News recommendations from social media opinion leaders: effects on media trust and information seeking. "Journal of Computer-Mediated Communication 20.5, Pp. 520–535.
- 36- Schmitt, Aidan. (2020). Striving to Be Liked: Attachment, social media, and Depression in Adolescent Girls (Doctoral dissertation, Eastern Michigan University, Retrieve from: <https://www.proquest.com>
- 37- Amed, Abd El-Reheem. (2020). "Usage of Facebook and Twitter by Egyptian Female University Students." Egyptian Journal of Mass Communication Research 2020 (27): 1-33. https://ejsc.journals.ekb.eg/article__138381.
- 38- Saleh, Adel (2020). Do Youth Trust in Political News on social media? Impacts of Trust or Distrust on the Egyptian young Citizens Political Engagement." Egyptian Journal of Public Research 19 (1): 47-86. <https://journals.ekb.eg>.
- 39- Johansson, Elena (2019), "Social media in political communication a substitute for conventional media?", Available on: <https://www.polexmedia.com>
- 40- Diana Ishaqat (2019). Social media and social change in Jordan opportunities and threats, Toda peace Institute, policy Brief NO, P57.
- 41- Marcoccia Michel (2019). La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur», Communication et organisation [En ligne], 18 | 2000, mis en ligne le 27mars2012, <http://journals.openedition.org>
- 42- David, C. C., San Pascual, M., & Torres, M. (2019). Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement. PloS one, Vol14(3), P.p 1-15.
- 43- Jisu Kim, Seth C. Lewis, and Brendan R. Watson (2018). The Imagined Audience for and Perceived Quality of News Comments: Exploring the Perceptions of Commenters on News Sites and on Facebook, Research published in social media + Society, p1-12, January–March 2018.
- 44- Gupta, S.; Singh, A.; Kumari, S., Kunwar, N. (2018). Impact of Cyber Crime through Social Networking Sites on Adolescents Perceptions of Social Issues, International Journal of Law; 3 (6) on Adolescents Perceptions of Social Issues, International Journal of Law.
- 45- . Judith Moeller & Others (2018).,"Mobilizing Youth in the 21st Century: How Digital Media Use–2 Fosters Civic Duty, Information Efficacy, And Political Participation', Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol:62, No:3, September.

- 46- Mickoleit, Arthur (et al), (2017), "Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers", OECD Working Papers on Public Governance No. 26.
- 47- Francis Lee (2017). "Social media use and university Students' participation in a large-scale protest Campaign", Telematics and Informatics (Vol.34, No.2pp.457-469.
- 48- Gilstrap, C., Minchow-Proffitt, H. (2017). The ethical frameworks of social media policies among U.S. nonprofit organizations: Legal expectations, dialogic prescriptions, and a dialectical model. Journal of Nonprofit, Public Sector Marketing, 29(2), 169-187, Available at the following link <https://doi.org>
- 49- Cristina Vaccari, (2015). Political expression and action on social media", Journal of Computer Mediated Communication (Vol. 20, Issue 2, pp. 221-239.
- 50- أمنية مزيان (2021). الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة بانته، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، ص18.
- 51- DW عربي (2020). انفجار مرفأ بيروت، متاح على الرابط التالي: <https://www.dw.com/ar>
- 52- رمضان بلعمري (2022). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعلية في التغطية الإخبارية، بحث منشور في مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية، الجزائر: جماعة الجزائر3، كلية الإعلام والاتصال، العدد1، المجلد7، فيفري2022م، ص242.
- 53- جعفر شهيد هاشم (2020). تفاعلية الجمهور مع التطبيقات الإعلانية في الفضائيات عبر أجهزة الهاتف المحمول، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد: كلية الآداب، العدد 133، حزيران، 2020م، ص562.
- 54- Schmitz Weiss, De macedo goyce(2017). compressed dimensions in digital4media occupations: journalism in transformation, journalism: theory, practice, criticism, vol 10, NO 5,16SEPTAMPER, PP593, Available at: <http://www.sagepub.co.uk>.
- 55- فوزية بنت حسين (2022). استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر "الفيسبوك" للحصول على الأخبار والمعلومات، بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية: المركز الديمقراطي العربي: ألمانيا: برلين، المجلد الخامس، العدد العشرون، مايو2022م، ص13.
- 56- Jean-Marie Charon (2017). La presse est plus dans une situation de réinvention qu'en crise, pour les autres, d'une information à forte valeur ajoutée et sur l'interactivité, Sur le lien suivant: [Www.telerama.fr](http://www.telerama.fr)
- 57- عباس ناجي حسن (2016). الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، ص45.

- 58- Rebecca Marie Achen (2015), "Building Relationships between Fans and Teams in the National Basketball Association through Facebook: The Influence of Engagement on Relationship Quality and Consumer Behavior", Ph.D. University of Kansas, p. 12,13.
- 59- غرابي عبد السلام (2022). صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة وأدوار مستخدميها، رسالة دكتوراة غير منشورة، الجزائر: جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم: علوم الإعلام والاتصال.
- 60- عبد الكريم تفرقتيت (2016). مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، بحث منشور في مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر: جامعة البليدة، العدد2، المجلد9، يونيو2016م، ص135.
- 61- عادل صالح (2021). مرجع سابق، ص24.
- 62- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد (2008). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص54.
- 63- قادري كلثوم (2016). مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الاجتماعية الأسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والاتصال.
- 64- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. Media and Communication, volume 1, number 1. Retrieved December 16, 2019, from: <http://www.cogitatiopress.com>
- 65- Thomas Stenger (2015). L'appropriation des réseaux socionumériques et les arts de l'encadrer : pour une prise en compte des rapports de force entre utilisateurs et dispositifs, Research published in journal Systemes-d'Information-et-Management, Canada: Université du Québec à Montréal, Département de communication sociale et publique, Vol 20, January 2015.
- 66- Kalsnes, B., Larsson, A. O., & Enli, G. S. (2017). The social media logic of political interaction: Exploring citizens' and politicians' relationship on Facebook and Twitter. First Monday, 22(2). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i2.6348>
- 67- محمد عبد الغفار عبد الغفار عبد الرحمن (2022). مرجع سابق.
- 68- سحر أحمد أمام (2022). التفاعلية المدركة بين استخدام القنوات الإخبارية للبت المباشر على موقع "الفيسبوك"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج: كلية الآداب، قسم الإعلام.
- 69- هاجر حلمي دسوقي حبيش (2022). مرجع سابق.
- 70- Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content

andengagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, A-available at the following link: <http://www.elsevier.com>

- 71- رمضان بلعمري (2022). مرجع سابق، ص240.
- 72- كاظم مؤنس (2022). اعتماد الجمهور في مملكة البحرين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تفشي جائحة كوفيد-19، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 61، المجلد، أبريل 2022م.
- 73- sally g. McMillan and gang sun hawing (2013). measures of perceived interactivity an exploration of the role of direction of communication user control and time in shaping perception of interactivity, Research published in journal of Advertising .usa: University of Oregon, vol 31. vol 31. May 2013, available at: <https://www.tandfonline.com>
- 74- Ariel,Y., Avidar, R.(2015).Information, Interactivity, and Social Media, Atlantic Journal of Communication. 23(1), 19-30, DOI: 10.1080/15456870.2015.972404.
- 75- أسماء عبده زكي (2021). مرجع سابق، ص428.
- 76- إيمان محمد أحمد (2017). مرجع سابق، ص45.
- 77- Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content andengagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, A-available at the following link: <http://www.elsevier.com>
- 78- وهيبية مسامح، وليدة حدادي (2020). مرجع سابق.
- 79- رمضان بلعمري (2022). مرجع سابق، ص242.
- 80- Petkovic J, Duench S, Trawin J, Dewidar O, Pardo Pardo J, Simeon R, DesMeules M, Gagnon D, Hatcher Roberts J, Hossain A, Pottie K, Rader T, Tugwell P, Yoganathan M, Presseau J, Welch V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. Cochrane Database of Systematic Reviews, Issue 5. DOI: 10.1002/14651858.CD012932.pub2.
- 81- Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S. A., Azizan, F. L., Akanmu, M. D. (2021). Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest, and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis. Cogent Social Sciences, Volume 7, Published online: 23,2021DA., Available at the following link: <https://www.tandfonline.com>
- 82- Westney Zulma, Valedon. (2021). The Social Media Machines: An Investigation of the Effect of Trust Moderated by Disinformation on Users'

- Decision-Making Process : Proquest Dissertations: Nova southeastern university publishing. January, 2021DA
- 83- Noha Sabri Mohammed (2022). Media Coverage of the for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages, Research published in the Journal of Media Studies: The Arab Democratic Center: Berlin, Volume Five, Issue Nineteen, May 2022 AD.
- 84- عادل صالح (2021). مرجع سابق، ص 1.
- 85- هدير أحمد محمد طه (2021). دور موقع فيسبوك في إمداد الشباب المصري بالأخبار حول الاشتباكات الإسرائيلية الفلسطينية، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 35، ديسمبر 2021م.
- 86- كاظم مؤنس (2022). مرجع سابق، ص 1879.
- 87- Charo, Semilio, Nuria (2017). Television Fiction and Online Communities: Analysis of Comments on Social Networks and Forums Make Views Gulf, Research published in Journal of Critical Studies in Media Communication, Issue 5, Volume 34, August 2017.
- 88- عبد السلام أحمد السامر (2020). توظيف القنوات التلفزيونية الفضائية لشبكات التواصل الاجتماعي بتعزيز التشاركية التفاعلية مع الجمهور العراقي إزاء القضايا السياسية، بحث منشور في مجلة الدراسات المستدامة، العراق: مؤسسة الدراسات المستدامة، العدد 4، المجلد 2، يوليو 2020م، ص 233.
- 89- رمضان بلعمري (2022). مرجع سابق.
- 90- سحر أحمد إمام (2022). مرجع سابق، ص 301.
- 91- Chang SL, Wu WC, Hu YJ, Lai HY, Wong TC. (2022). Quasi-experimental design for using an interactive social media intervention program to improve truck drivers' health beliefs and eating behaviors. BMC Public Health, Vol. 22(1), 1-13. doi: 10.1186/s12889-022-13883-6.
- 92- خديجة مازوزي (2019م)، مرجع سابق.
- 93- ليال عبد السلام الرفاعي، هلكا عمر علاء الدين (2020). مرجع سابق، ص 9-32.
- 94- Feifei Chen (2019), "Leveraging interactive social media communication for organizational success: An examination of Chinese net-roots third-sector organizations' microblog use", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 24 No. 1, pp. 143-161. <https://doi-org.ezproxy.liberty.edu>
- 95- Chang SL, Wu WC, Hu YJ, Lai HY, Wong TC. (2022). Quasi-experimental design for using an interactive social media intervention program to improve truck drivers' health beliefs and eating behaviors. BMC Public Health, Vol. 22(1), 1-13. doi: 10.1186/s12889-022-13883-6.

References

1. Abd Alrahman, M. (2022). aleawamil almuathirat ealaa tafaedul aljumphur mae altaqarir dhat altaabie alaijtimaeei eabr alminasaat alraqamiat lilqanawat al'ajnnabiati alnaatiqat bialearabiati, bahath manshur fi majalat kuliyyat aladab, jamieat Almansura: kuliyyat aladab, 70(3).
2. Emam, S. (2022). altafaeuliat almudrikat bayn aistikhdam alqanawat al'iikhbariat lilbathi almubashir ealaa mawqie "alfisbuku", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Suhaj: kuliyyat aladab, qism Al'ielam.
3. Hubish, H. (2022). aistikhdam alshabab almisrii limawaqie altawasul alajtimaeei ka'adaat lihuriyat alraay waltaebir watathiriha ealaa al'amn alqawmii almisrii, bahath manshur fi almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, 23(2).
4. Baleamari, R. (2022). tathir shabakat altawasul alajtimaee ealaa altafaeuliat fi altaghtiat al'iikhbariati, bahath manshur fi majalat alrisalat libuhuth waldirasat al'iinsaniati, aljazayar: jamaeat Aljazayir, kuliyyat Al'ielam walaitisali, 1(7).
5. Munis, K. (2022). aietimad aljumphur fi mamlakat albahrayn ealaa mawaqie altawasul alajtimaeei kamasdar lilmaelumat 'athna' tafashiy jayihat kufid-19, bahath manshur fi majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat Al'ielam, 61(3).
6. Abd Aleazim, A. (2022). mustawayat tafaedul mustakhdimi mawaqie altawasul alajtimaeei mae alhisabat alrasmiat liwizarat alsihat almisriat khilal mawjat kuruna, bahath manshur fi almajalat alearabiati lil'ielam walaitisali, almamlakat alearabiati Alsaudia: aljameiat Alsaudia lil'ielam walaitisali, 31(2), 259-306.
7. -Chang SL, Wu WC, Hu YJ, Lai HY, Wong TC. (2022). Quasi-experimental design for using an interactive social media intervention program to improve truck drivers' health beliefs and eating behaviors. BMC Public Health, Vol. 22(1), 1-13. doi: 10.1186/s12889-022-13883-6.
8. -Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, A-vailable at the following link: <http://www.elsevier.com>
9. Valedon, W. Z. (2021). "The Social Media Machines: An Investigation of the Effect of Trust Moderated by Disinformation on Users' Decision-Making Process ". Proquest Dissertations: Nova southeastern university publishing. January, 2021DA
10. Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S. A., Azizan, F. L., Akanmu, M. D. (2021). Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest, and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis. Cogent Social

- Sciences, Volume 7, Published online: 23,2021DA., Available at the following link: <https://www.tandfonline.com>
11. Marta Najda-Janoszka, Magdalena Sawczuk (2021) Interactive communication using social media – the case of museums in Southern Poland, *Museum Management and Curatorship*, 36:6, 590-609, DOI: [10.1080/09647775.2021.1914135](https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1914135)
 12. Petkovic J, Duench S, Trawin J, Dewidar O, Pardo Pardo J, Simeon R, DesMeules M, Gagnon D, Hatcher Roberts J, Hossain A, Pottie K, Rader T, Tugwell P, Yoganathan M, Pesseau J, Welch V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, Issue 5. DOI: [10.1002/14651858.CD012932.pub2](https://doi.org/10.1002/14651858.CD012932.pub2).
 13. Saleh, Adel (2020). Do Youth Trust in Political News on social media? Impacts of Trust or Distrust on the Egyptian young Citizens Political Engagement.” *Egyptian Journal of Public Research*19 (1): 47-86. <https://journals.ekb.eg>.
 14. Zaki, A. (2021). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tashkil aitiyahat alshabab nahw al'ahdath alkharijati", risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyyat aladab, jamieat Almansura qism Al'iielam.
 15. Graham, Melissa W., Avery, Elizabeth J., Park, Sejin (2020). The role of social media in local government crisis communications, *Public Relations Review*, Vol.41, No.3, Pp. 386-394.
 16. Mahmoud Mohamed Ahmed (2020). University youth interaction with the videos of the Lebanese movement on Facebook 'A field study', Research published in the *Journal of Afro-Asian Studies*, Number4, Germany: Berlin: The Arab Democratic Center, January 2020DA.
 17. Alrafaei, L. (2020). aidtirab karb ma baed alsadmat waealaqatih bibaed almutaghayirati: ainfijar marfa bayrut 4 ab 2020: dirasat maydaniat ladaa eayinat min sukaan manatiq bayrut almutadarirati, bahath manshur fi majalat jil aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, *Aljazayar: markaz jil albahth alealamii, aleudadi*62, 'uktubar2020m, sa9-32.
 18. Musameh, W., Haddadi, W. (2020). al'abead altafaeuliat fi safahat alfadayiyaat aljazayiriati alkhassat ealaa mawqie alfisbuk, bahath manshur fi majalat almeyari, *aljazayar: jamieat Al'amir Abd Alqadir lileulum Al'iislamiati, kuliyyat 'usul aldiyn*, 50(2).
 19. Khafaja, A. (2020). 'adawat alaitisal waltafaeul bialshabakat alaijtimaeiat kamuntij waeamaliati: dirasat tahliliat ealaa alsafahat al'iikhbariat 'athna' al'ahdath alhamati, bahth manshur fi aladab waleulum al'iinsaniati, *almalik allearabiati alsaeudiati, jamieat Almalik Abd Aleaziz*, 9(2).
 20. Mazuzi, K. (2019). altafaeuliat mae albaramij al'iidhaeiat eabr shabakat altawasul alaijtimaeii: dirasatan maydaniatan bi'iidhaeat aljazayir min waraqlati, risalat majistir ghayr manshurtin, *Aljazayar: jamieat qasidi mirbah, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati*.

21. Alrawashida, L. (2019). altafaeuliat fi alsafahat alshakhsiat lilsahafiiyn walnaashitin al'urduniyiyn ealaa minasaat altawasul alaijtimaeii: alfisbuk anmwdhjan, risalat majistir ghayr manshurtin, al'urduni: jamieat Alyrmwk, kuliyyat Al'ielami, qism Alezaa waltilifizyuni, 1-107.
22. Hassan, K. (2019). tafaueuliat aljumphur mae safahat alqanawat alfadayiyat almisriat eabr "alfisbuku": dirasat fi aineikasat altafaeuliat ealaa bina' al'ajandat al'ielamiati, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, qism Alezaa waltilifizyun, 1-19.
23. Feifei Chen (2019), "Leveraging interactive social media communication for organizational success: An examination of Chinese net-roots third-sector organizations' microblog use", Corporate Communications: An International Journal, vol,24,1,pp143, Available at the following link: <https://doi-org.ezproxy>
24. Garry Wei-Han Tan, Voon-Hsien Lee, Jun-Jie Hew, Keng-Boon Ooi, Lai-Wan Wong (2018). The interactive mobile social media advertising: An imminent approach to advertise tourism products and services? *Telematics and Informatics*, Volume 35, Issue 8,2018, Pages 2270-2288, Available at the following link: <https://doi.org>.
25. Charo, Semilio, Nuria (2017). Television Fiction and Online Communities: Analysis of Comments on Social Networks and Forums Make Views Gulf, Research published in *Journal of Critical Studies in Media Communication*, Issue 5, Volume 34, August 2017.
26. Ahmed, I. (2017). tathir alaitisal altafaeulii ladaa mustkhdmy safahat alqanawat al'iikhbariat bimawaqie alshabakat alaijtimaeiat ealaa altafaeul mae alqadaya aldiyniati, bahath manshur fi almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat alqahirat, kuliyyat Al'ielam, 59(5).
27. Ashraf Muhammad Azeem and others (2022). Social Media Improves Students' Academic Performance: Exploring the Role of Social Media Adoption in the Open Learning Environment among International Medical Students in China", *Healthcare Journal*, Research Institute, of Educational Science, Hunan University, Changsha, 9, 1272. Available at4/3/2022DA.
28. Salih, K. (2022). aleawamil almuathirat ealaa 'anmat altafaeul mae al'akhbar alsiyasiat fi safhatay (fisbuk Facebook) lisahifatay "alyawm alsaabieu" wa"alwatunu", bahath manshur fi almajalat aleilmiat libuhuth Alezza waltilifizyuni, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, 22(3).
29. Alhamaad, K. (2022). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tashkil alraay aleami alsiyasii ladaa talbat jamieat alyrmuk, bahth manshur fi almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, 2(3), 487-526.
30. Abd Alrahman, I. (2022). aitijahat alnukhbat almisriat nahw alraay aleami al'iiliktrunii wadawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkilihi, bahth manshur fi almunjalat Almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, 4(1), 703-744.

31. Alisius D Leong (2021). Shirley S Ho, perceiving online public opinion: The impact of Facebook opinion cues, opinion climate congruency, and source credibility on speaking out, *New Media & Society*, 2021, Vol.23, No.9, Pp. 2495-2515.
32. Choi et al (2020). The Effect of Communication Media Richness on Continuous Intention to Use: The Moderating Effect of User Experience. *Journal of Digital Convergence*, Vol.18, No.5, PP. 187–195.
33. White, C. L., Boatwright, B (2020). Social media ethics in the data economy: Issues of social responsibility for using Facebook for public relations. *Public Relations Review*, Vol.46, No. 5, 2020, P. 101980, Available at: <https://doi.org>.
34. Mahboub Hashem, (2020), Using social media in governance and Crisis Communication: Case Study of the Lebanese Garbage Crisis, Published Ph. D, United Arab Emirates, American University of Sharjah.
35. Turcotte, Jason, et al. (2020), "News recommendations from social media opinion leaders: effects on media trust and information seeking. " *Journal of Computer-Mediated Communication* 20.5, Pp. 520-535.
36. Schmitt, Aidan. (2020). Striving to Be Liked: Attachment, social media, and Depression in Adolescent Girls (Doctoral dissertation, Eastern Michigan University, Retrieve from: <https://www.proquest.com>
37. Amed, Abd El-Reheem. (2020). "Usage of Facebook and Twitter by Egyptian Female University Students." *Egyptian Journal of Mass Communication Research* 2020 (27): 1-33. https://ejsc.journals.ekb.eg/article_138381.
38. Saleh, Adel (2020). Do Youth Trust in Political News on social media? Impacts of Trust or Distrust on the Egyptian young Citizens Political Engagement." *Egyptian Journal of Public Research*19 (1): 47-86. <https://journals.ekb.eg>.
39. Johansson, Elena (2019), "Social media in political communication a substitute for conventional media?", Available on: <https://www.polexmedia.com>
40. Diana Ishaqat (2019). Social media and social change in Jordan opportunities and threats, Toda peace Institute, policy Brief NO, P57.
41. Marcoccia Michel (2019). La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur», *Communication et organisation* [En ligne], 18 | 2000, mis en ligne le 27mars2012, <http://journals.openedition.org>
42. David, C. C., San Pascual, M., & Torres, M. (2019). Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement. *PloS one*, Vol14(3), P.p 1-15.
43. Jisu Kim, Seth C. Lewis, and Brendan R. Watson (2018). The Imagined Audience for and Perceived Quality of News Comments: Exploring the Perceptions of Commenters on News Sites and on Facebook, *Research published in social media + Society*, p1-12, January-March 2018.

44. Gupta, S.; Singh, A.; Kumari, S., Kunwar, N. (2018). Impact of Cyber Crime through Social Networking Sites on Adolescents Perceptions of Social Issues, International Journal of Law; 3 (6) on Adolescents Perceptions of Social Issues, International Journal of Law.
45. . Judith Moeller & Others (2018)., "Mobilizing Youth in the 21st Century: How Digital Media Use-2 Fosters Civic Duty, Information Efficacy, And Political Participation', Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol:62, No:3, September.
46. Mickoleit, Arthur (et.al), (2017), "Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers", OECD Working Papers on Public Governance No. 26.
47. Francis Lee (2017). "Social |media use and university Students' participation in a large-scale protest Campaign", Telematics and Informatics (Vol.34, No.2pp.457-469.
48. Gilstrap, C., Minchow-Proffitt, H. (2017). The ethical frameworks of social media policies among U.S. nonprofit organizations: Legal expectations, dialogic prescriptions, and a dialectical model. Journal of Nonprofit, Public Sector Marketing, 29(2), 169–187, Available at the following link <https://doi.org>
49. Cristina Vaccari, (2015). Political expression and action on social media", Journal of Computer Mediated Communication (Vol. 20, Issue 2, pp. 221-239.
50. Mizyan, O. (2021). al'asalib al'iiqnaeiat fi mawaqie altawasul alaijtimaeei, risalat majistir ghayr manshurtin, aljazayar: jamieat biaintaha, kuliyyat aleulum al'iinsaniat waleulum alaijtimaeeiati, qism eulum Al'ielam walaitisal waeilm almaktabati.
 - a. -<https://www.dw.com/ar>
51. Hashim, G. (2020). tafaueuliat aljumphur mae altatbiqat al'ielaniat fi alfadayiyaat eabr 'ajhizat alhatif almahmuli, bahath manshur fi majalat kuliyyat aladab, jamieat Baghdad: kuliyyat aladab, aleadad 133(1), Huziran.
52. Schmitz Weiss, De macedo goyce(2017). compressed dimensions in digital4media occupations: journalism in transformation, journalism: theory, practice, criticism, vol 10, NO 5,16SEPTAMPER, PP593, Available at: <http://www.sagepub.co.uk>.
53. Hussein, F. (2022). aistikhdam alsahafiiyn alfilastiniyn likhasiyat sturi eabr "alfisbuk" lilhusul ealaa al'akhbar walmaelumati, bahath manshur fi majalat aldirasat al'ielamiati: almarkaz aldiymuqratia alearabia: 'Almanya: Barlin, 20(2).
54. Jean-Marie Charon (2017). La presse est plus dans une situation de réinvention qu'en crise, pour les autres, d'une information à forte valeur ajoutée et sur l'interactivité, Sur le lien suivant: [Www.telerama.fr](http://www.telerama.fr)
55. Hassan, A. (2016). alwasayit almuteddth fi al'ielam al'iiliktrunii, ta1, Amman: dar Alsafa' lilmnashr waltawziei.

56. Rebecca Marie Achen (2015), "Building Relationships between Fans and Teams in the National Basketball Association through Facebook: The Influence of Engagement on Relationship Quality and Consumer Behavior", Ph.D. University of Kansas, p. 12,13.
57. Abd Alsslam, G. (2022). sinaeat almadamin al'ielamyt fi albiyat aljadidat wa'adwar mustakhdimiha, risalat dukturat ghayr manshurtin, aljazayar: jamieat muhamad biwidyaf bialmasilati, klyt aleulum al'insanyt walaijtimaeiati, qisma: eulum al'ielam walaitisali.
58. Tufariqunit, A. (2016). mawaqie altawasul alaijtimaeii al'iijabiat walsalbiaat dirasatan wasfiatan tarsud 'ahama almalamih fi alduwal alearabiati, bahath manshur fi majalat aladab waleulum alaijtimaeiati, Aljazayar: jamieat Albalidat, 2(2).
59. Makawi, H., Alsayid, L. (2008). alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, ta7, Alqahira: aldaar Almisriat Allubnania.
60. Kulthum, K. (2016). mawaqie altawasul alaijtimaeii waineikasatiha ealaa alealaqat alaijtimaeiat al'usariati, risalat majistir ghayr manshurtin, aljazayar: jamieat Kasdi Merbah, kuliyat aleawm al'insaniat walaijtimaeiati, qism ealm alaijtimae walaitisali.
61. van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. Media and Communication, volume 1, number 1. Retrieved December 16, 2019, from: <http://www.cogitatiopress.com>
62. Thomas Stenger (2015). L'appropriation des réseaux socionumériques et les arts de l'encadrer : pour une prise en compte des rapports de force entre utilisateurs et dispositifs, Research published in journal Systemes-d'Information-et-Management, Canada: Université du Québec à Montréal, Département de communication sociale et publique, Vol 20, January 2015.
63. Kalsnes, B., Larsson, A. O., & Enli, G. S. (2017). The social media logic of political interaction: Exploring citizens' and politicians' relationship on Facebook and Twitter. First Monday, 22(2). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i2.6348>
64. Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, A-vailable at the following link: <http://www.elsevier.comr>
65. sally g. McMillan and gang sun hawing (2013). measures of perceived interactivity an exploration of the role of direction of communication user control and time in shaping perception of interactivity, Research published in journal of Advertising .usa: University of Oregon, vol 31. vol 31. May 2013, available at: <https://www.tandfonline.com>
66. Ariel, Y., Avidar, R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media, Atlantic Journal of Communication. 23(1), 19-30, DOI: 10.1080/15456870.2015.972404.
67. Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement

- strategy, *Journal of Retailing and Consumer*, A-available at the following link: <http://www.elsevier.com>
68. Petkovic J, Duench S, Trawin J, Dewidar O, Pardo Pardo J, Simeon R, DesMeules M, Gagnon D, Hatcher Roberts J, Hossain A, Pottie K, Rader T, Tugwell P, Yoganathan M, Pesseau J, Welch V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, Issue 5. DOI: 10.1002/14651858.CD012932.pub2.
 69. Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S. A., Azizan, F. L., Akanmu, M. D. (2021). Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest, and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis. *Cogent Social Sciences*, Volume 7, Published online: 23,2021DA., Available at the following link: <https://www.tandfonline.com>
 70. Westney Zulma, Valedon. (2021). 'The Social Media Machines: An Investigation of the Effect of Trust Moderated by Disinformation on Users' Decision-Making Process '. Proquest Dissertations: Nova southeastern university publishing. January, 2021DA
 71. Noha Sabri Mohammed (2022). Media Coverage of the for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages, Research published in the *Journal of Media Studies: The Arab Democratic Center: Berlin*, Volume Five, Issue Nineteen, May 2022 AD.
 72. Taha, H. (2021). dawr mawqie fisbuk fi 'iimdad alshabab almisrii bial'akhbar hawl alaishtibakat al'iisrayiyliat alfilastiniati, bahath manshur fi almajalat alarabiat libuhuth alaelam walaitisali, 35(3).
 73. Charo, Semilio, Nuria (2017). Television Fiction and Online Communities: Analysis of Comments on Social Networks and Forums Make Views Gulf, Research published in *Journal of Critical Studies in Media Communication*, Issue 5, Volume 34, August 2017.
 74. Alsaamir, H. (2020). tawzif alqanawat altilfizyuniat alfadayiyat lishabakat altawasul alaijtimaeii bitaeziz altasharukiat altafaeuliati mae aljumhur aleiraqii 'iiza' alqadaya alsiyasiati, bahath manshur fi majalat aldirasat almustadamati, Aleiraqi: muasasat aldirasat almustadamati, 4(2).
 75. Chang SL, Wu WC, Hu YJ, Lai HY, Wong TC. (2022). Quasi-experimental design for using an interactive social media intervention program to improve truck drivers' health beliefs and eating behaviors. *BMC Public Health*, Vol. 22(1), 1-13. doi: 10.1186/s12889-022-13883-6.
 76. Feifei Chen (2019), "Leveraging interactive social media communication for organizational success: An examination of Chinese net-roots third-sector organizations' microblog use", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 24 No. 1, pp. 143-161. <https://doi-org.ezproxy.liberty.edu>

77. Chang SL, Wu WC, Hu YJ, Lai HY, Wong TC. (2022). Quasi-experimental design for using an interactive social media intervention program to improve truck drivers' health beliefs and eating behaviors. *BMC Public Health*, Vol. 22(1), 1-13. doi: 10.1186/s12889-022-13883-6.

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

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 64 January 2023 - part 3

● 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.