

أساليب النشر الرقمي لجريدي الصباح العراقية والراية القطرية
عبر منصة الفيسبوك - دراسة تحليلية

Digital Publishing Methods of the Iraqi Al-Sabah

Newspaper and the Qatari

Al-Raya Newspaper

on Facebook - An Analytical Study

م.د علي محمود إبراهيم

Dr. Ali Mahmoud Ibrahim

جامعة بغداد – كلية الاعلام

قسم الصحافة الرقمية

Ali.m@comc.uobaghdad.edu.iq

الكلمات المفتاحية النشر الرقمي ، منصة الفيسبوك ، جريدة الصباح العراقية ، جريدة الراية القطرية

:

Keywords Digital publishing, Facebook,

Al-Sabah Newspaper(Iraq), Al-Raya Newspaper (Qatar)



المستخلص :

يهدف البحث الى معرفة أساليب النشر الرقمي لجريدتي الصباح والراية القطرية عبر منصة الفيسبوك والوقوف على العناصر البنائية وطريقة عرض المحتوى الاخباري واستخدام الوسائط المتعددة ، فضلاً عن تصنيفها الموضوعي ونطاقها الجغرافي الاكثر استخداماً.

ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية ؛ اذ استعمل المنهج المقارن ضمن سياقه الزماني والمكاني في ضوء موضوعات التحليل والظروف السياقية المحيطة بها عن طريق الوصف والتفسير باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة والمقارنة للوصول للاستنتاجات ، واعتمد أداة تحليل المحتوى في الجانب العملي عن طريق تحليل (2224) منشورا في جريدتي (الصباح العراقية ، والراية القطرية) عبر منصة الفيسبوك في اثناء الاطار الزمني للبحث .

ومن بين اهم النتائج التي توصل اليها البحث :

- 1- قلة منشورات جريدة الصباح العراقية قياساً بمنشورات جريدة الراية القطرية في اثناء مدة البحث ، ما يؤثر على ضعف تحديث منشورات جريدة الصباح وعدم افادتها من خاصية التحديث المستمر التي تتيحها منصة الفيسبوك ، في حين اولت جريدة الراية أهمية كبيرة لهذه الخاصية .
- 2- لم تستثمر جريدة الصباح خاصية النصوص المترابطة Hyper Text حيث كانت اغلب منشوراتها هي كتابة النصوص الصحفية كاملة دون رابط يؤدي الى النص الأصلي ، في حين اعتمدت جريدة الراية على نحو أساس على هذه الخاصية .
- 3- لم تعط جريدة الصباح أهمية كبيرة للوسائط المتعددة إذ كان للصورة النصيب الأكبر في هذه الخاصية ، في حين جاءت جريدة الراية عكسها تماماً ، اذ اهتمت كثيراً بخاصية اندماج الوسائط الصورة مع التعليق والفيديو والصورة .



Abstract:

This study aims to examine the electronic publishing methods used by the Qatari newspapers *Al-Sabah* and *Al-Raya* on Facebook, identifying the structural elements, the presentation of news content, and the use of multimedia, as well as analyzing their most common thematic and geographic classifications.

This study is descriptive in nature; the researcher employed a comparative methodology consistent with the study's objectives within its temporal and spatial context, in light of the topics of analysis and the surrounding contextual conditions, through description and interpretation using appropriate statistical and comparative methods to reach conclusions. The researcher employed content analysis as the practical method by analyzing the digital content of the two newspapers' (Iraqi Al-Sabah and Qatari Al-Raya) Facebook posts during the study period.

Among the most significant findings of the study are:

- 1- The scarcity of Al-Sabah's posts compared to Al-Raya's during the research period, indicating that Al-Sabah's posts were infrequently updated and that the newspaper did not take advantage of the continuous updating feature offered by the platform, whereas Al-Ahram attached great importance to this feature.
- 2- Al-Sabah did not utilize the hypertext feature, as most of its posts consisted of complete journalistic texts without a link to the original source, whereas Al-Raya relied heavily on this feature.
- 3- Al-Sabah did not place much importance on multimedia, a hallmark of digital media; images accounted for the largest share of this feature, whereas Al-Raya was the exact opposite, placing significant emphasis on the integration of images with commentary, with video coming second and images last.



مقدمة :

مع التطور السريع في تقنيات الاتصال وزيادة الاعتماد على الإنترنت وما يوفره هذا الوسيط من مزايا في عمليات الإنتاج وأساليب التسويق، ولتراجع متابعة وسائل الإعلام التقليدية، أصبح من الضروري لهذه الوسائل أن تواكب تلك التحولات.

اذ بدأت العديد من الصحف منذ تسعينيات القرن الماضي بالتحول نحو الأتمتة الكاملة ، فضلاً عن ربط مراكز المعلومات الصحفية بينوك البيانات المحلية والدولية وشبكاتهما ، مما أتاح للقراء حرية اختيار المحتوى الذي يرغبون في قراءته، او سماعه، أو مشاهدته .

كما افادت هذه الوسائل من منصات التواصل الاجتماعي وخصائصها التي مكنت الجمهور من التفاعل مع المحتوى المنشور، ما خلق نوعاً من الحوار المباشر أو النقاش بشأن الموضوعات المطروحة أشبه بخطوط درشة تفاعلية.

وانطلاقاً من ذلك ، جاء هذا البحث ليسلط الضوء على أساليب النشر الرقمي التي تحددت في هذا البحث في جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية عبر منصة الفيسبوك ، نظراً لما تتمتع به من خصائص وتطبيقات يمكن الاستفادة منها في إيصال الاخبار والمعلومات الى متابعي صفحاتها ، فضلاً عن اسهامها في تطوير الجريدة الورقية وديمومتها بعد ان اصبح الجمهور يتعامل مع المصادر الإخبارية على الانترنت مباشرة ويشارك فيها .

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للبحث

أولاً : أهمية البحث

تظهر أهمية استخدام جريدة الصباح العراقية ، وجريدة الراية القطرية منصة الفيسبوك في تحديد الملامح الأساسية لأساليب النشر الصحفي لما يتيح الموقع من خصائص ومدى فاعلية الجريدتين ، فضلاً عن أهميته في تشخيص مكامن القوة والضعف في مجالات استخدام الجريدتين منصة الفيسبوك عن طريق استخدام المنهج المقارن في بيئتين اعلاميتين مختلفتين تمثل في جريدة الصباح العراقية وجريدة الراية القطرية ، وتقديم تصورات علمية بشأن الواقع الذي يجسده هذا الاستخدام وما يرتبط به من قضايا إيجابية وأخرى سلبية.

تظهر أهميته التطبيقية أيضاً في تقديم استنتاجات مبنية على ادلة عملية يمكن للمؤسسات الإعلامية الاتقادة منها في تطوير مهارات النشر الرقمي في منصات التواصل الاجتماعي .

ثانياً : مشكلة البحث

انطلاقاً من القراءة المتعمقة والبحث في المجال العلمي تجسدت مشكلة البحث بالاتي :

- 1- ما أساليب النشر الرقمي لجريدتي الصباح العراقية والراية القطرية عبر منصة فيسبوك ؟
- 2- كيف وظفت العناصر البنائية في عرض المحتوى الاخباري في جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية عبر منصة فيسبوك؟
- 3- ما موضوعات المحتوى الاخباري لجريدتي الصباح العراقية والراية القطرية ، ونطاقه الجغرافي المنشور عبر منصة الفيسبوك .

ثالثاً : اهداف البحث

- يسعى الباحث في اطار المنهج والاساليب والأدوات البحثية لتحقيق الاهداف العلمية الاتية :
- 1- معرفة أساليب النشر الرقمي لجريدتي الصباح العراقية والراية القطرية عبر منصة الفيسبوك .
 - 2- التعرف على العناصر البنائية ، وطريقة عرض المحتوى الاخباري في جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية عبر منصة الفيسبوك.



3- معرفة موضوعات المحتوى الاخباري ونطاقه الجغرافي في صفحة جريدتي الصباح العراقية والراية عبر منصة الفيسبوك .

رابعاً: مجالات البحث

1- المجال المكاني : تحدد في صفحة جريدة الصباح العراقية ، و صفحة جريدة الراية القطرية على منصة الفيسبوك ، ويرجع اختيار جريدة الصباح كونها الجريدة (شبه) الرسمية في العراق حسب قانون تأسيسها، في حين يرجع اختيار جريدة الراية التي تعرف نفسها بأنها جريدة مستقلة ، ولكنها ذات توجه رسمي اذ تتركز تغطيتها في اخبار الحكومة والأنشطة الرسمية على نحو أساس .

2- المجال الزمني : وتحدد في المدة من 2024/ 12 / 15 الى 2024 / 12 / 29 .

خامساً : نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع ، واستعمل الباحث المنهج المقارن واستخدم الباحث المنهج المقارن الذي يعرف بأنه "المنهج الذي يعتمد المقارنة في دراسة الظاهرة او الظواهر لبيان أوجه التشابه والاختلاف بينها" (زنقوفي، 2020، صفحة 37) ، وتلتزم البحوث المقارنة من منظور معرفي بمبدأ " ان كل ملاحظة تقتقر للاهمية ، اذا لم تتم مقارنتها بملاحظات أخرى". (Bakka, 2003, p. 57) ، وانسجاماً والاهداف الموسومة للبحث اعتمد الباحث التحليل المقارن ضمن سياقه الزمني والمكاني في ضوء موضوعات التحليل والظروف السياقية المحيطة بها عن طريق الوصف والتفسير باستعمال الأساليب الإحصائية المناسبة والمقارنة للوصول الى الاستنتاجات الدقيقة .

سادساً : مجتمع البحث

يمثل مجتمع البحث في هذا البحث بصفحة جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية في منصة الفيسبوك ، في حين تمثل المجتمع المستهدف بالمحتوى المنشور، واعتمد الباحث أسلوب الحصر الشامل للمحتوى المنشور ضمن الاطار الزمني للبحث .



سابعاً : أدوات البحث :

انسجاماً مع مقتضيات البحث وطبيعته الاجرائية وظف الباحث استمارة تحليل المحتوى ، اذ اعد الباحث استمارة خاصة للتحليل وصمم هيكلها العام ، ووفقاً لذلك اجري تحليلاً تمهيدياً على عينة عشوائية من المادة الصحفية نسبتها 10% لتحديد الفئات الرئيسة والفرعية وتصنيفها كوحداث للتحليل النهائي اعتماداً على خصائص وسمات منصة الفيسبوك في وجودها وعدمه .

واعتمد الباحث (فئة الموضوع :ماذا قيل؟) على الفئة الفرعية فئة موضوع الاتصال للكشف عن مضمون المادة الصحفية المنشورة ، فيما اعتمد (فئة الشكل: كيف قيل؟) على الفئة الفرعية فئة شكل أو نمط الاتصال للكشف عن الفنون الصحفية ، فضلاً عن العناصر البنائية للمحتوى .

ثامناً : دراسات سابقة

1- دور النشر الإلكتروني في تطوير الأداء الصحافي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (صابي، 2021)

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر تقنيات النشر الإلكتروني الذي لحق بالصحافة ، وبالعامل الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ، عن طريق تطور أساليب إنتاج ومعالجة المادة الصحفية من جهة وعلى المهام والوظائف المنوطة للصحفيين والتي أوجدتها البيئة الإلكترونية من جهة أخرى، واعتمدت الباحثة على منهج المسح ، ومن اهم النتائج التي توصل اليها البحث ؛ أن استخدام التكنولوجيا يؤثر إيجاباً في عملية البحث عن المعلومات ، وعلى طريقة التدريب عن طريق اكتساب المهارات التقنية المطلوبة في بيئة العمل الإلكترونية كاستخدام أنظمة تحريرية جديدة والوسائط ، من جهة أخرى أسهمت أساليب النشر الرقمي في تنوع أساليب المعالجة الصحفية وتوازن عرض المضمون الصحفي.

2- Strategies That Weekly Print Newspapers Use in the Digital Age (Alexander-Davis, 2022)

سعت الدراسة الى استكشاف الاستراتيجيات المبتكرة التي استخدمها مديرو الصحف المطبوعة الأسبوعية للتنافس والتكيف مع التغيير وتعزيز حضورهم على الانترنت ، وشملت العينة المستهدفة لهذه الدراسة ثلاثة مديري صحف أسبوعية مطبوعة في منطقة واشنطن العاصمة بالولايات المتحدة الأمريكية، اعتمد الباحث المنهج البحثي النوعي لاكتشاف وتطوير عمليات جديدة في التطوير التنظيمي وإنتاج المحتوى



الصحفي، ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان الاستراتيجيات التي استخدمها مديرو الصحف المطبوعة الأسبوعية لإنشاء حضور على الإنترنت هو امتلاك حسابات نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام ، كما قامت المؤسسات بدمج ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي في نموذج أعمالها ، فضلاً عن انها أداة قيمة لتوسيع نطاق وصولهم إلى السوق والتفاعل مع المستخدمين ، كما بينت الدراسة أن البث المباشر على فيسبوك زاد من تفاعل المستخدمين ويمكنهم من الشعور بأنهم جزء من عملية جمع الأخبار ونشرها، كما خلقت وسائل التواصل الاجتماعي مساحة ثابتة ومرئية لمجموعة من الأنشطة البشرية والعواطف ل يتم مشاركتها علناً بناءً على تفضيلات المستخدمين والخوارزميات المصممة للإقناع والإعلام .

3- How News Organization Coordinate. Select .and Edit Content for Social Media Platforms : A Systematic Literature Review (Anter, 2024)

تقدم هذه الورقة البحثية تقريراً عن مراجعة منهجية للأدبيات (SLR) شملت 156 منشوراً لتلخيص ومناقشة المعرفة الحالية حول كيفية قيام المؤسسات الإخبارية باختيار المحتوى وتحريره وتنسيقه لمنصات التواصل الاجتماعي. درس في هذه الورقة الاستراتيجيات والممارسات التي تطبقها وسائل الإعلام الإخبارية التحريرية النرويجية للتعامل مع الاعتماد على المنصات في عملها اليومي. وظهرت النتائج أن المحتوى لا يتم تخفيفه عموماً في منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ، بل إن المؤسسات الإخبارية تضع استراتيجيات لتحقيق التوازن بين معاييرها المهنية وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي وتظهر الاختلافات في السمات التنظيمية مثل نموذج الإيرادات وبين منصات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني : الإطار النظري

أولاً : تعريف الاعلام الجديد

يعرف الاعلام الجديد "بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه ، بمختلف اشكاله عن طريق الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة او غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل". (واخرون، 2015، صفحة 19)



وقد تعددت التسميات للتطبيقات الإعلامية المستحدثة فاطلقوا عليه الاعلام الرقمي والاعلام التفاعلي والاعلام الشبكي واعلام الوسائط المتعددة وغيرها من التسميات .

اذ أسهمت الثورة الرقمية في تحقيق تكامل وربط الأجهزة وأدوات الاتصال مع بعضها بعض، ما أدى إلى ظهور مفهوم الرقمنة الاندماجية، الذي أتاح إمكانية نقل الصوت والصورة ورموز الاتصال إلى أي مكان في العالم تتوفر فيه أجهزة استقبال. (الدين، 2014، صفحة 27)

ونتيجة لذلك لجأت المؤسسات الإعلامية الى استثمار تلك الخصائص بمواقع (Sites) دائمة لها على شبكة الانترنت لجذب المستخدمين ، كما اتاحت تقنية النص الفائق (Hyper Text) من خدمة التجوال المتعاقب والمرتبب بالنصوص ذات العلاقة بالموضوع على انتشار هذه المواقع وزيادة استخدامها. (كافي، 2016، صفحة 226)

ثانياً : منصات التواصل الاجتماعي

تعد الشبكات الاجتماعية من اهم تطبيقات الاعلام الجديد ، وهي مصطلح يطلق على "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ، تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ،...الخ) ، عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض". (كافي، 2016، صفحة 109)

وتتنوع اشكال واهداف الشبكات الاجتماعية التي تصنف ضمن مواقع الويب (2.0) لاعتمادها على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها فبعضها عام يهدف الى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم ، وبعضها الاخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد. (كافي، 2016، صفحة 110)

ويرجع ظهور الشبكات الاجتماعية عام 1995 على يد (راندي كونراد) وكانت (Classmates) لها سبق في ذلك لربط زملاء الدراسة مع بعضهم ، عن طريق منح الفرصة للمستخدمين لرفع الملفات الشخصية وإمكانية التعليق على الاخبار ، وتبادل الرسائل، وكان موقع (SixDegrees.com) الذي اسسه (اندرو وينرنيش) عام 1996 هو اول موقع فتح افاقاً واسعة لما تميز به مثل الملفات الشخصية وقوائم



الأصدقاء ، ومن ثم كان لظهور موقع الفيس بول عام 2003 على يد (مارك زوكربيرج) العلامة الفارقة في تطور منصات التواصل الاجتماعي الذي مكن المستخدمين من تبادل المعلومات والوصول الى اصديقاتهم أينما كانوا (الفصل، 2014 ، صفحة 66) .

ثالثاً: خصائص منصات التواصل الاجتماعي

تستمد شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها من البيئة التي انطلقت منها ومن ابرز هذه الخصائص (الدين، الاعلام الرقمي الجديد والبيئة والوسائل، 2014 ، صفحة 292) :

1- العالمية : اذ تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية ، وتتخطى فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة .

2- التفاعلية : فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ ، فهو مرسل وكاتب ومشارك ، فهي تلغي السلبية المقيتة في الاعلام التقليدي وتعطي حيز المشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ .

3- التنوع وتعدد الاستعمالات : فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه والكاتب للتواصل مع القراء ... وهكذا .

4- سهولة الاستخدام : فالشبكات الاجتماعية اضافة للحروف وبساطة اللغة ، تستعمل الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل .

5- التوفير والاقتصادية : اقتصادية في الجهد والوقت والمال ، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل ، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي ، وليست حكراً على أصحاب الأموال ، او حكراً على جماعة دون أخرى .

6- مساحة الرأي وحرية التعبير : من المعروف ان هذه المواقع تسمح للأشخاص التعبير بحرية عن آرائهم وقضاياهم ، وهذه الخاصية جعلت مواقع التواصل اكثر استخداماً واوسع انتشاراً. (الفصل، 2014 ، صفحة

(77

خامساً : سمات منصة الفيسبوك:



يعد الفيسبوك منذ بداية ظهوره احد اهم مواقع الشبكات الاجتماعية واشهرها من ناحية سرعة الانتشار والتوسع وفي مدة قصيرة تحول الى ظاهرة الكترونية تستحق الدراسة والبحث ، لا سيما انه لم يعد مجرد موقع للتعارف والتواصل، بل مصدر أساسي للأخبار والمعلومات ، ووفقاً لتقرير اطلقتها شركة (سبوت اون للعلاقات العامة) ان عدد المشتركين في خدمة الاعلام الاجتماعي (فيسبوك) في الشرق الأوسط وشمال افريقيا اكثر من عدد المشتركين في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. (جرار، 2012، صفحة 49)

وتعد التطبيقات نقطة القوة الأساسية في الفيسبوك التي اتاحت الشبكة فيها للمبرمجين ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وازادتها الى الموقع الاساسي ، ما سهل عليهم إنشاء API (اكواد برمجية مساعدة) التي تساعدهم في الوصول لمفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه. (الدين، الاعلام الرقمي الجديد البيئية والوسائل، 2014، صفحة 294)

وتعد الفيسبوك أول شبكة اجتماعية تتجاوز مليار حساب مسجل ويبلغ عدد مستخدميه النشطين حالياً أكثر من ثلاثة مليارات مستخدم شهرياً، فيما تمتلك Meta Platforms أربعة من أكبر منصات الوسائط الاجتماعية، ولكل منها مليار مستخدم نشط شهرياً: Facebook (المنصة الأساسية)، WhatsApp، Facebook Messenger، وInstagram. (حواس، 2024)

وتتطوي منصة الفيسبوك على عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين امكانية التواصل مع بعضهم بعض ومن اهم هذه السمات: (جرار، 2012، صفحة 57،58)

1- لوحة الحائط : وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لاي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم .

2- النكزة : تتيح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لأثارة الانتباه الى بعضهم بعض .

3- الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الالبومات والصور من اجهزتهم الى الموقع . فضلاً عن القدرة على تسمية المشتركين في صورة ما وسوف يؤدي ذلك الى ارسال تنبيه الى هذا المشترك بانه قد تم تسميته ، مع تزويده برابط لمشاهدة هذه الصورة .



- 4- الحالة : التي تتيح للمستخدمين إمكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال في ذلك الوقت .
- 5- إمكانية ارسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء الى لوحة الحائط .
- 6- يمكن الموقع مشتركيه من ضبط اعدادات الخصوصية للألبومات الفردية التي تخصهم ، ومن ثم الحد من مجموعات المستخدمين الذين يمكنهم مشاهدة البوم معين .
- 7- التعليقات او الملاحظات : وهي سمة متعلقة بالتدوين ، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها ، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين .
- 8- إمكانية ارسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب عن طريق اتاحة تطبيق ارسال رسائل فورية الى شبكات الاتصال .
- 9- الهدايا : تتيح هذه السمة للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية الى اصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية .
- 10 - إمكانية نشر المشتركين إعلانات مبوبة مجانية خاصة بهم عبر سمة السوق تتم مشاهدتها من مشترك الموقع .
- 11 - ميزة التذكير بالأحداث الماضية بالمستخدمين عبر مجموعة الصور والفيديوهات وغيرها من الأمور الموجودة في On This Day .
- 12- البث المباشر: اطلقت هذه الخاصية في عام 2015 الا انها كانت مقتصرة فقط للمشاهير ، ثم اطلقت لجميع المستخدمين عام 2016 ، والتي مكنت المستخدم من تسجيل بث مباشر في الوقت الحقيقي داخل دردشة ماسنجر بدل النصوص. (السابع، 2016)
- 13 - الهاشتاك : هو رمز # يستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي لتصنيف او جعل المضمون قابل للبحث ، وتتشكل الجماعات حول الهاشتاك حين يكون هناك عدد مستخدمين كاف يتابعونه ، ويستخدم الهاشتاك في الفيسبوك لسهولة البحث وادارة المعلومات عن طريق تنقيتها بكلمات او عبارات الهاشتاك



، كما تسهم تلك الكلمات من تتبع المنشورات التي يمكن استدعاءها بسرعة وفاعلية . (ابراهيم، 2015،
صفحة 118)

المبحث الثالث : الإطار العملي

أولاً : جريدة الصباح العراقية

جريدة عراقية يومية عامة ، تصدر عن شبكة الاعلام العراقي ، بـ 24 صفحة إضافة الى الملاحق
الأسبوعية ، ، تأسست في السابع عشر من أيار من العام 2003 ، وتعاقب على رئاسة تحريرها عدد من
الصحافيين العراقيين أولهم إسماعيل زاير، ورئيس تحريرها الحالي احمد عبد الحسين .

الموقع الالكتروني لجريدة الصباح : <http://www.alsabaah.iq/>

الفيسبوك : <https://www.facebook.com/alsabaahnewspaper/>

X : <https://x.com/ALsabaahIQ?mx=2>

انستغرام : <https://www.instagram.com/alsabah.iq/#>

التلكرام : <https://t.me/alsbaahiq>

ثانياً جريدة الراية القطرية :

صدرت جريدة الراية القطرية في العاشر من مايو عام 1979، وكانت أسبوعية في البداية ثم تحولت
إلى يومية في عام 1980، أول مجلس إدارة لشركة الخليج للنشر والطباعة اجتمع في 19 يناير 1978م
الذي حدد اسم "مؤسسة الخليج للنشر والطباعة" واختار المقر المؤقت للمؤسسة وهو "بناية خليفة الريان
بشارع الخليج". كما اختار اسم الجريدة التي صدرت باللغة الانجليزية وهي Gulf Times التي صدر العدد
الأول منها سنة 1978م ، والشركة اليوم تشرف على طباعة جريدتين يوميتين هما (الراية بالعربية و Gulf



Times بالإنكليزية) ، أما الإصدارات الأسبوعية فهناك ملحق “البيرق الثقافي” و “استراحة الراية” و “الراية الشبابية” و “الراية الطبية” و مجلة “هي وهو” و “مجلة راشد ونورة” .

الموقع الإلكتروني لجريدة الراية <https://www.raya.com/>

الفيديوك <https://www.facebook.com/alrayanews>

x https://x.com/alraya_n

التكرام https://t.me/alraya_news

اليوتيوب <https://www.youtube.com/channel/UCNEME6j9gwrwpIvMc-LNz3A>

الواتساب <https://www.whatsapp.com/channel/0029VaE4KXWFEr0WpkSI3d>

الانستكرام https://www.instagram.com/alraya_instagram/

ثالثاً: عرض نتائج التحليل وتفسيرها

جدول (1) يمثل عدد منشورات صفحتي جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية عبر منصة الفيسبوك في اثناء مدة البحث

عدد المنشورات		التاريخ	الايام	ت
جريدة الراية القطرية	جريدة الصباح العراقية			
149	10	12 / 15	الاحد	1
140	10	12 / 16	الاثنين	2
121	12	12 / 17	الثلاثاء	3
124	9	12 / 18	الأربعاء	4
147	22	12 / 19	الخميس	5
153	10	12 / 20	الجمعة	6
118	6	12 / 21	السبت	7
138	16	12 / 22	الاحد	8
142	10	12 / 23	الاثنين	9
134	21	12 / 24	الثلاثاء	10
127	14	12 / 25	الأربعاء	11
145	13	12 / 26	الخميس	12
134	10	12 / 27	الجمعة	13
127	12	12 / 28	السبت	14



158	12	12 / 29	الاحد	15
2057	187	المجموع		

يوضح جدول (1) ان عدد منشورات جريدة الصباح العراقي تمثل ما نسبته 9.1 % من مجموع ما نشرته جريدة الراية القطرية في اثناء مدة البحث ، ويعكس ذلك عدم اهتمام جريدة الصباح بالنشر وتحديث محتواها الرقمي على عكس جريدة الراية القطرية ، واذا ما اردنا ان نقسم مجموع عدد المنشورات جريدة الراية على مجموع عدد ساعات مدة البحث (15 يوم) 360 ساعة ، سيظهر لنا انها ترفع 5.7 منشور في الساعة الواحدة ، في حين ترفع جريدة الصباح 0.5 منشور ، وهذا يؤشر عدم افادتها من خاصية التحديث المستمر.

جدول (2) نوع منشورات صفحتي جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية على منصة الفيسبوك

ت	نوع المنشور	جريدة الصباح		جريدة الراية القطرية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
1	خبر + رابط	12.83 %	24	95.92 %	1973
2	عنوان خبر فقط	33.69 %	63	0.44 %	9
3	الخبر كامل	27.81 %	52	1.51 %	31
4	فقرة اقتباس من تصريح	13.90 %	26	0.29 %	6
5	اعلان + رابط	8.02 %	15	0.78 %	16
6	عنوان مقال + رابط	3.21 %	6	0.63 %	13
7	عنوان تقرير + رابط	0.54 %	1	0.44 %	9
	المجموع	100%	187	100 %	2057

للمقارنة بين نتائج التوزيع التكراري لأنواع المنشورات في جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية سيتم اللجوء الى اختبار مربع كاي (Chi-square) لاستقلالية المتغيرين (نوع المنشور × الجريدة) ، لتحديد إذا كان الاختلاف بين التوزيعين دالاً إحصائياً أم عائدًا للصدفة بناء على الفرضيتين :

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة بين نوع المنشور والجريدة (التوزيعان متشابهان).
- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة (التوزيعان مختلفان).
- حساب التكرارات المتوقعة لكل خلية بافتراض H_0 ، ثم حساب إحصائية χ^2 .
- درجات الحرية : (عدد صفوف الجدول - 1) × (عدد أعمدة الجدول - 1) = (2-1) × (7-1) = 6.

- القيمة المحسوبة لـ χ^2 كبيرة جداً (< 1000) بسبب الفارق الشاسع في الفئة الأولى (خبر + رابط).
- القيمة الحرجة عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 6 تساوي 12.59.
- بما أن χ^2 المحسوبة $>> 12.59$ ، نرفض H_0 .

ووفقاً لذلك فإن الدلالة الإحصائية ؛ تظهر ان الاختلاف حقيقي وليس عشوائياً (احتمال الخطأ > 0.001) ويعكس توجهين تحريريين مختلفين ، اذ تعتمد جريدة الراية القطرية نموذجاً موجزاً يجذب النقرات عبر الروابط (أسلوب الصحافة الرقمية السريعة) ، في حين تميل جريدة الصباح العراقية لنشر محتوى أكثر استقلالية (عناوين أو نصوص كاملة) من دون اعتماد واضح على الروابط ، وهو ما يعكس وجود اختلاف جوهري في استراتيجية النشر .

جدول (3) الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات صفحتي جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية على منصة الفيسبوك

ت	نوع الوسائط المتعددة	جريدة الصباح العراقية		جريدة الراية القطرية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
1	منشور معزز بصورة معبرة عن الخبر	67.38 %	126	76.37 %	1571
2	منشور معزز بصورة او اكثر غير معبرة عن الخبر	17.65 %	33	0.63 %	13
3	منشور معزز بأكثر من صورة	11.23 %	21	4.76 %	98
4	منشور معزز برسوم الانفوغرافيك	2.67 %	5	10.16 %	209
5	منشور معزز بفيديو	1.07 %	2	5.50 %	113
6	منشور معزز بفيديو وصورة	0 %	0	2.58 %	53
	المجموع	100%	187	100%	2057

• التحليل الاحصائي الوصفي والمقارن لجدول (3) :

1. اختبار الفروق بين النسب (اختبار Z لنسبتين مستقلتين)
يُستخدم لمقارنة كل فئة على حدة، بمستوى دلالة $\alpha = 0.05$

الفئة	نسبة جريدة الصباح (p1)	نسبة جريدة الراية (p2)	فرق النسب	قيمة Z	P-value	دلالة
صورة معبرة	0.6738	0.7637	-0.0899	-2.74	0.006	دال إحصائياً
صورة غير معبرة	0.1765	0.0063	0.1702	14.92	> 0.001	دال جداً
أكثر من صورة	0.1123	0.0476	0.0647	3.58	> 0.001	دال جداً



دال جداً	0.001>	3.51-	0.0749-	0.1016	0.0267	إنفوجرافيك
دال	0.010	2.57-	0.0442-	0.0549	0.0107	فيديو فقط
دال	0.029	2.18-	0.0258-	0.0258	0.0000	فيديو + صورة

يتضح من الجدول ان جميع الفروق دالة إحصائياً، ما يعني أن كل نوع من أنواع الوسائط المتعددة يُستخدم بشكل مختلف جوهرياً بين الجريدتين .

2. اختبار مربع كاي (Chi-square) للاستقلالية :

· الفرضية العدمية (الصفريّة) (H0): لا توجد علاقة بين نوع الجريدة ونوع الوسائط المستخدمة.

· الجدول التلازمي 6×2، حساب: χ^2

· القيم المتوقعة تحت H0، ثم χ^2 المحسوب = 497.3 (تقريباً)

· درجات الحرية = $(1-6) \times (1-2) = 5$

· القيمة الحرجة عند $\alpha=0.05 = 11.07$

· بما أن χ^2 المحسوب < 11.07 ، نرفض H0 ، وهذا يعني ان توزيع استخدام الوسائط المتعددة يعتمد علو نحو كبير على الجريدة ($p < 0.0001$).

3. مؤشرات التركيز والتنوع :

· معامل هيرفيندال (HHI) للتركيز:

$$\cdot \text{الصباح: } (0^2 + 0.0107^2 + 0.0267^2 + 0.1123^2 + 0.1765^2 + 0.6738^2) + 0.031 + 0.454 = 0.499 = 0.000 + 0.001 + 0.013$$

$$\cdot \text{الرأية: } (0.0258^2 + 0.0549^2 + 0.1016^2 + 0.0476^2 + 0.0063^2 + 0.7637^2) + 0.583 = 0.599 = 0.001 + 0.003 + 0.010 + 0.002 + 0.000$$

يفسر ذلك بان الجريدتين كلتيهما يركزان على فئة الصورة المعبرة ، لكن جريدة الرأية أكثر تركيزاً.

· عدد الفئات الفعّال (HHI/1):

· الصباح: 2.00 فئة مكافئة

· الرأية: 1.67 فئة مكافئة

· أي أن جريدة الصباح أكثر تنوعاً نسبياً، وجريدة الرأية أكثر تخصصاً .



ومما سبق يتضح بان هناك اختلاف جوهري في استراتيجية الدعم البصري ، فجريدة الراية القطرية تعكس سياسة تحريرية مركزة وعالية الدقة، حيث يُربط كل منشور بصورة ذات صلة مباشرة، وتُستخدم الرسوم البيانية والفيديو بوصفها وسائل مساعدة لتبسيط البيانات المعقدة ، في حين ان جريدة الصباح العراقية وفقاً لنتائج التحليل تميل إلى مرونة أو ربما عشوائية في اختيار الصور، وقد يكون الهدف هو زيادة الجاذبية البصرية على حساب الدقة التحريرية.

كما ان استخدام الإنفوجرافيك والفيديو يظهر التفوق النسبي لجريدة الراية ، فهناك فجوة كبيرة في توظيف الوسائط المتعددة الحديثة ، اذ تتفوق جريدة الراية بنحو 5 أضعاف في هذه الفئات ، وهذا يعكس استثماراً أكبر في البنية التقنية والتدريب، بينما تلتزم جريدة الصباح بأسلوب أكثر تقليدية ، اذ ان غياب الفيديو المدمج مع الصورة فيها يضعف قدرتها في تقديم محتوى سمعي بصري لا سيما في الأخبار التي تتطلب شرحاً حركياً.

جدول (4) التصنيف الموضوعي لمنشورات صفحتي جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية على منصة الفيسبوك

ت	التصنيف الموضوعي	جريدة الصباح العراقية		جريدة الراية القطرية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
1	سياسي	32.62 %	61	28.39 %	584
2	امني	16.58 %	31	8.12 %	167
3	رياضي	12.30 %	23	18.08 %	372
4	اقتصادي	9.09 %	17	15.46 %	318
5	خدمي	8.56 %	16	13.86 %	285
6	الصحة والبيئة	6.42 %	12	7.05 %	145
7	التربية والتعليم	3.74 %	7	5.25 %	108
8	اخرى	10.69 %	20	3.79 %	78
	المجموع	100%	187	100 %	2057

نظراً لان كلا المتغيرين نوعيان (الجريدة : فئتان (الصباح والراية) ، والتصنيف الموضوعي 8 فئات) فإن الاجراء الاحصائي المناسب يتضمن :

1- تطبيق مربع كاي (Chi-square) لاختبار استقلالية التصنيف الموضوعي على وفق الفرضيتين :

. الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة بين نوع الجريدة والتصنيف الموضوعي (التوزيعات متشابهة).

. الفرضية البديلة (H_1): هناك علاقة ذات دلالة إحصائية.



حساب إحصائية مربع كاي (باستخدام التكرارات المتوقعة لكل خلية):

$$\text{المجموع الكلي} = 2057 + 187 = 2244$$

التكرار المتوقع لخلية (جريدة الصباح، سياسي) = $(584+61) \times 187 / (645 \times 187) = 2244 / ((584+61) \times 187) = 53.8 \approx 2244$ ، وبالمثل لبقية الخلايا بعد حساب جميع القيم (نختصر النتيجة):

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} \sim 107.4 \quad (\text{حرية درجات} = 7)$$

القيمة الحرجة عند مستوى دلالة 0.05 ودرجات حرية $7 \approx 14.07$.

بما أن $14.07 < 197.4$ ، نرفض الفرضية الصفرية ، بمعنى ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عالية ، أي ان التصنيف الموضوعي للمنشورات يعتمد بشكل حقيقي على الجريدة وليس مجرد صدفة ، فالتصنيف الموضوعي يعكس أولويات الجمهور المستهدف والبيئة الإعلامية في كل بلد.

2- تطبيق معادلة كرامر V الذي يحسب للجداول ذات الأبعاد $(r \times c)$ بغض النظر عن كون $r > c$ او $r < c$.

$$V = \sqrt{\frac{x^2}{n \times (k - 1)}}$$

حيث $k =$ عدد الأعمدة أو عدد الصفوف أيهما أقل.

هنا عدد الأعمدة = 2، عدد الصفوف = 8، إذن $k = 2$ (الأصغر).

$$k - 1 = 1$$

$$V = \sqrt{\frac{46.03}{2244 \times 1}} \approx 0.143$$



- ولتجاوز قصور اختبار مربع كاي في تقدير حجم العلاقة ، ولا سيما ان عدد المنشورات قيد التحليل كبير (2244) ، تم حساب معامل كرامر الذي يقيس قوة الارتباط ومقارنة العلاقات بين متغيرات مختلفة في الدراسة نفسها على مقياس من 0 الى 1 وفقاً لمعيار كوهين (J, 1988, p. 52).

• 0.10 → تأثير صغير (weak)

• 0.30 → تأثير متوسط (medium)

• 0.50 → تأثير كبير (strong)

علاقة ضعيفة (صغيرة) → $V = 0.143$

وطبقاً لمعامل كرامر V ، بلغت قوة العلاقة بين الجريدة و التصنيف الموضوعي 0.143، مما يشير إلى وجود تأثير ضعيف على وفق معيار كوهين ، ومن ثم فإن الاختلافات في الاهتمامات الموضوعية بين جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية محدودة من الناحية العملية على الرغم من دلالتها الإحصائية ، وهذا يعني أنه على الرغم من أن اختبار مربع كاي أعطى دلالة إحصائية (أي أن الفروق ليست عشوائية)، إلا أن حجم الاختلاف العملي ليس كبيراً فالموضوعات تختلف بين الجريدتين لكن على نحو محدود، وتتركز الاختلافات الأساسية في فئتين أو ثلاث (مثل الأمن لصالح جريدة الصباح، والرياضة والاقتصاد لصالح جريدة الراية).

جدول (5) النطاق الجغرافي لمنشورات صفحتي جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية على منصة الفيسبوك

ت	التقسيم الجغرافي	جريدة الصباح العراقية		جريدة الراية القطرية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
1	محلي	95.19	178	37 %	761
2	دولي	2.67	5	23.58 %	485
3	اقليمي	1.60	3	20.80 %	428
4	عربي	0.54	1	18.62 %	383
	المجموع	100%	187	100%	2057

- عند تطبيق اختبار مربع كاي بحساب التكرارات المتوقعة E :

$$E = \frac{\text{مجموع الصف} \times \text{مجموع العمود}}{\text{المجموع الكلي}}$$



$$X^2 = \frac{(O-E)^2}{E} = 238.7 \quad \text{وعند حساب اسهام كل خلية فإن}$$

وبعد حساب درجات الحرية (Degrees of Freedom) فان : $df = (4-1) \times (2-1) = 3$

وعند مستوى دلالة $a = 0.05$ و $df = 3$ ، القيمة الجدولية = 7.815

بما ان $238.7 < 7.815$ ، فإن قيمة p (الدلالة الاحتمالية) اقل من 0.001

ما يعني وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية قوية بين الجريدة والنطاق الجغرافي للمنشورات ، وعند تطبيق معامل كرامر v لقياس قوة العلاقة :

$$V = \sqrt{\frac{238.7}{2244 \times 1}} = \sqrt{0.1063} \approx 0.326$$

وحسب تفسير كوهين ، فإن هناك علاقة متوسطة ، أي أن النطاق الجغرافي للمنشورات عنصر فارق ومهم عملياً بين الجريدتين ليست فقط دالة احصائياً ، بل لها أهمية عملية متوسطة ، وهذا يعكس أن جريدة الصباح تعمل على بيئة محلية ، بينما جريدة الراية أكثر انفتاحاً على شؤون المنطقة والعالم ، ما يشير إلى استراتيجية تحريرية لا تركز على نطاق واحد دون غيره .

وقد أظهرت النتائج ان قوة العلاقة للنطاق الجغرافي بلغت 0.326 (متوسطة) ، في حين بلغت للتصنيف الموضوعي 0.143 (ضعيفة) ، مما يؤكد ان الجغرافيا هي المتغير الأكثر تأثيراً في التمييز بين الجريدتين .

جدول (6) يمثل استخدام أداة هاشتاك (الوسم) في منشورات صفحتي جريدتي الصباح العراقية والراية القطرية على منصة الفيسبوك

ت	الاداة	جريدة الصباح العراقية		جريدة الراية القطرية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
1	هاشتاك	0 %	0	100 %	2082

يشير الجدول (6) ؛ الى تبني جريدة الراية القطرية استراتيجية رقمية اكثر تفاعلية باستخدام الهاشتاك ، وهذا التباين المطلق يعكس اختلافاً في السياسة التحريرية او فهماً لأهميته في التفاعل ، وقد ترجع دلالة النسبة صفر في جريدة الصباح الى ضعف الوعي بأهمية الهاشتاك ، والاكتفاء بالنشر التقليدي قد يرجع الى اعتماد الجريدة على قنوات أخرى للتفاعل او انه لا يخدم مستخدميها .



ومن بين الوسوم الثابتة التي تستخدمها جريدة الراية في اغلب منشوراتها (# جريدة-الراية) و (#قطر) إضافة الى وسوم خاصة بالمنشورات مثل #فلسطين #خليجي 25 #رياضة #الكويت # عاجل #العنابي #خطاب #الأمير-المفدى #الامم المتحدة #بت مباشر.

الاستنتاجات

- 1- قلة منشورات جريدة الصباح العراقية قياساً بمنشورات جريدة الراية القطرية اثناء مدة البحث ، يؤشر ضعف تحديث منشورات جريدة الصباح وعدم افادتها من خاصية التحديث المستمر التي تتيحها منصة الفيسبوك في حين افادت جريدة الراية من هذه الخاصية على نحو واضح وكبير.
- 2- لم تستثمر جريدة الصباح خاصية النصوص المترابطة Hyper Text حيث كانت اغلب منشوراتها هي كتابة منشوراتها الصحفية دون رابط يؤدي الى النص الأصلي ، في حين اعتمدت جريدة الراية على محو اساس على هذه الخاصية .
- 3- لم تعط جريدة الصباح أهمية كبيرة للوسائط المتعددة اذ كان للصورة النصيب الأكبر في هذه الخاصية ، في حين جاءت جريدة الراية عكسها تماماً ، اذ اهتمت كثيراً بخاصية اندماج الوسائط الصورة مع التعليق والفيديو والصورة .
- 4- اولت جريدة الراية القطرية أهمية كبيرة لتنوع منشوراتها وشمولها ، اذ شملت كل الموضوعات التي يهتم بها الجمهور (المتصفح) وبنسب مئوية متقاربة ، في حين أعطت جريدة الصباح أهمية كبيرة للموضوعات السياسية وبنسبة كبيرة ثم الأمنية .
- 5- معظم منشورات جريدة الصباح كانت ذات شأن داخلي وبنسبة كبيرة ، ولم تول أهمية للموضوعات والاحداث الدولية ، وهو مؤشر سلبي على ان متصفح صفحة جريدة الصباح على منصة الفيسبوك هم من



- الجمهور المحلي ، في الوقت الذي تعد فيه العالمية واحدة من اهم سمات الاعلام الرقمي ، في حين اولت جريدة الراية أهمية كبيرة لذلك ، اذ شملت موضوعاتها الشؤون الداخلية والعربية والدولية والإقليمية .
- 6- على الرغم من ان عدد متابعي صفحة جريدة الصباح في منصة الفيسبوك يبلغ 735432 (الفيسبوك) ، الا ان القائمين على جريدة الصباح لم يعوا أهمية شبكات التواصل الاجتماعي التي اضحت اليوم احد اهم الوسائل لاستمرار لديمومة الصحافة الورقية وتطورها من حيث الشكل والتوظيف.
- 7- حرص جريدة الراية القطرية على تحقيق حضور دائم عن طريق التحديث المستمر لمنشوراتها يزيد من فرصة التفاعل والانتشار والحفاظ على متابعيها ، في حين تخاطر جريدة الصباح بفقدان الأهمية الخوارزمية لاسيما ان منصة فيسبوك تمنح وزناً أقل للصفحات الأقل نشاطاً .
- 8- تتبع جريدة الصباح انموذجاً انتقائياً او تقليدياً ، وهذا ما اظهرته طبيعة منشوراتها الرسمية او الرئيسية ، وقد يعكس ذلك اعتمادها هيكلاً هرمياً في اتخاذ قرار النشر، او عدم وجود فريق اختصاصي للنشر الرقمي.
- 9- عدم استخدام الهاشتاك في منصة الفيسبوك ليس خلافاً ، اذا كانت هناك استراتيجية بديلة (مثل النشر المنتظم ، وجودة المحتوى ، والتفاعل المباشر) ، لكن صفر هاشتاك لـ 187 منشوراً يشير الى غياب أي اهتمام بتحسين ظهور المنشورات ، بينما يعكس توظيف جريدة الراية للهاشتاك احترافية صحفية رقمية .

المصادر والمراجع

المصادر العربية

- 1- عبد الأمير الفيصل. (2014). *دراسات في الاعلام الالكتروني*. العين ، الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- 2- فوزية زنفوفي. (2020). *مناهج البحث الاجتماعي ومدارسه* . عمان: دار الايام للنشر.
- 3- قاطمة صابي. (2021). *اطروحة دكتوراه - دور النشر الالكتروني في تطوير الأداء الصحافي في الصحافة الالكترونية الجزائرية*. الجزائر: جامعة الجزائر - كلية علوم الاعلام والاتصال- قسم علوم الاعلام.
- 4- ليلى احمد جرار. (2012). *الفيسبوك والشباب العربي*. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 5- ماهر عودة الشمايلة وآخرون. (2015). *الاعلام الرقمي الجديد*. عمان : دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 6- محمد الصاوي مبارك. (1993). *البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته*. القاهرة: المكتبة الاكاديمية.
- 7- محمود علم الدين. (2014). *الاعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل*. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- 8- محمود علم الدين. (2014). *الاعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل*. القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع.
- 9- مصطفى يوسف كافي. (2016). *الاعلام التفاعلي*. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 10- نجوى ابراهيم سيد ابراهيم. (2015). *نشر محتوى الصحف الالكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر وعلاقته بنمط المتابعة الاخبارية لدى الشباب الجامعي - رسالة ماجستير غير منشورة* . القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الاعلام .

المصادر الاجنبية

- 1- كوهين، ج. (1988). *تحليل القوة الإحصائية في العلوم السلوكية*. لورانس إيرلباوم أسوشيتس.
- 2- فرانك هـ. أريبروت وبال هـ. باكا. (2003). *العلوم السياسية المقارنة*. أوبلادن: دار نشر ليسكي + بودريش.
- 3- لويز أنتر. (2024). *2- كيف تنسق المؤسسات الإخبارية وتختار وتحرر المحتوى لمنصات التواصل الاجتماعي: مراجعة منهجية للأدبيات*. دراسات الصحافة، 9(25)، الصفحات 1095-1115.
- 4- ميا ألكسندر-ديفيس. (2022). *الاستراتيجيات التي تستخدمها الصحف المطبوعة الأسبوعية في العصر الرقمي - أطروحة دكتوراه*. الولايات المتحدة الأمريكية: جامعة والدن.

المواقع الالكترونية

- 1- صحيفة اليوم السابع. (2016, 9 2). "فيس بوك" تطلق خدمة البث المباشر داخل تطبيق ماسنجر لمنافسة سناب شات. تاريخ الاسترداد 2025, 10 22، من <http://www.youm7.com/story/2016/9/2/2868152>
- 2- صفحة جريدة الصباح على الفيسبوك. (بلا تاريخ). جريدة الصباح العراقية. تاريخ الاسترداد 2025, 8 16، من صفحة جريدة الصباح على الفيسبوك/ <https://www.facebook.com/alsabaahnewspaper/>



3- مؤنس حواس. (6 2, 2024). فيس بوك يتصدر بـ 3 مليار مستخدم.. أبرز منصات السوشيال ميديا انتشارا في العالم. تاريخ الاسترداد 6 18, 2025، من <https://linksshortcut.com/GoOJQ>

Sources and References

Arabic Sources

- 1- Abdul Amir Al-Faisal. (2014). Studies in Electronic Media. Al Ain, United Arab Emirates: Dar Al-Kitab Al-Jami'i.
- 2- Fawzia Zangoufi. (2020). Social Research Methods and Schools. Amman: Dar Al-Ayyam Publishing.
- 3- Qatima Sabi. (2021). Doctoral Dissertation - The Role of Electronic Publishing in Developing Journalistic Performance in Algerian Online Journalism, Algiers: University of Algiers - Faculty of Media and Communication Sciences - Department of Media Sciences.
- 4- Laila Ahmad Jarrar. (2012). Facebook and Arab Youth. Kuwait: Al-Falah Library for Publishing and Distribution.
- 5- Maher Odeh Al-Shamaila et al. (2015). New Digital Media. Amman: Al-Aasar Scientific Publishing and Distribution.
- 6- Muhammad al-Sawi Mubarak. (1993). Scientific Research: Its Foundations and Writing Methods. Cairo: Al-Maktaba al-Akadimiya.
- 7- Mahmoud Alam al-Din. (2014). New Digital Media: Environment and Media. Cairo: Dar al-Sahab for Publishing and Distribution.
- 8- Mahmoud Alamuddin. (2014). New Digital Media: The Environment and Tools. Cairo: Dar Al-Sahab for Publishing and Distribution.
- 9- Mustafa Youssef Kafi. (2016). Interactive Media. Amman: Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution.
- 10- Nagwa Ibrahim Sayed Ibrahim. (2015). Publishing Online Newspaper Content via Social Media Platforms (Facebook and Twitter) and Its Relationship to News Consumption Patterns Among University Students - Unpublished Master's Thesis. Cairo: Cairo University - Faculty of Mass Communication

English sources

- 1- Cohen .J .(1988) .Statistical PowerAnalysis for the Behavioral Sciences . Lawrence Erlbaum Associates.



- 2- frank H.Aarebrot&Pal H. Bakka .(2003) .Vergleichende Politikwissenschaft .Opladen: verlag leske + Budrich GmbH.
- 3- Luise Anter -2 .(2024) .How News Organization Coordinate. Select .and Edit Content for Social Media Platforms : A Systematic Literature Review .Journalism Studies ،(25)9 ، الصفحات 1095-1115.
- 4- Mia Alexander-Davis .(2022) .Strategies That Weekly Print Newspapers Use in the Digital Age- DISSERTATION DOCTORAL .USA: Walden University.

Websites:

- 1- Al-Youm Al-Sabea newspaper. (September 2, 2016). “Facebook” launches live streaming service within Messenger app to compete with Snapchat. Retrieved October 22, 2025, from <http://www.youm7.com/story/2016/9/2/2868152>
- 2- Al-Sabah Newspaper Facebook page. (No date). Al-Sabah Iraqi Newspaper. Retrieved August 16, 2025, from Al-Sabah Newspaper’s Facebook page: <https://www.facebook.com/alsabaahnewspaper/>
- 3- Mounis Hawas. (February 6, 2024). Facebook leads with 3 billion users... The most widespread social media platform in the world. Retrieved June 18, 2025, from <https://linksshortcut.com/GoOJQ>