

## الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية كوسيلة تفاعلية مقارنة مع غيرها من المنظمات الإقليمية الأخرى

د. محمد فيض محمد إسماعيل\*

### ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة رصد وتحليل طبيعة الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية كمنظمة إقليمية، وذلك من خلال موقعها الرسمي وشبكات التواصل الاجتماعي التي يوظفها هذا الموقع، ومقارنة ذلك مع منظمات إقليمية أخرى وهي الاتحاد الأفريقي ورابطة جنوب شرق آسيا والتي تعرف باسم "آسيان"، واستهدفت الدراسة رصد أبرز الأدوات التفاعلية بهذه المواقع والكشف عن أداء الشبكات الاجتماعية التي توظفها من حيث: أنواعها، كثافة النشر، طبيعة القضايا، أبرز الوسائط المتعددة التي تستخدمها وأشكال تفاعل متابعيها، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تعتمد على دراسة الحالة للإعلام الرقمي بجامعة الدول العربية، كما تعتمد الدراسة على نظرية ثراء وسائل الإعلام وعلى منهج المسح الإعلامي والأسلوب المقارن، ولجمع البيانات تم استخدام صحيفة تحليل المضمون، ولقد تم تطبيق الدراسة على ثلاثة مواقع إلكترونية رسمية وهي: الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية والموقع الرسمي للاتحاد الأفريقي والموقع الرسمي لرابطة جنوب شرق آسيا، كما صمم الباحث مقياسا لرصد أشكال تفاعل متابعي شبكة فيسبوك التي توظفها المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث، وتكونت عينة الدراسة من (300) منشورا تم نشرهم على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك للمنظمات الثلاث خلال شهرين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن هناك تشابه إلى حد ما فيما يتعلق بتوافر أدوات تفاعلية تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم بين الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية وغيره من المواقع (محل الدراسة) مع افتقار موقع جامعة الدول العربية لأدوات هامة كتعدد اللغة ومحركات البحث المتقدم، إضافة إلى أنه رغم التشابه الكبير بين مواقع المنظمات الثلاث من حيث توظيف شبكات التواصل الاجتماعي يوجد فجوة كبيرة بين عدد متابعي هذه الشبكات ويأتي عدد متابعي شبكات جامعة الدول العربية في المرتبة الأخيرة وبأعداد أقل بكثير مقارنة للمنظمتين الأخرين، كما توصلت الدراسة إلى تشابه المنظمات الثلاث من حيث أولوية القضايا المطروحة لصالح القضايا الاجتماعية، وكذلك الحرص على تجنب تناول قضايا للدول غير الأعضاء.

**الكلمات المفتاحية:** المنظمات الإقليمية، جامعة الدول العربية، آسيان، الاتحاد الأفريقي، الإعلام الرقمي، التفاعلية.

\* مخرج بالهيئة الوطنية للإعلام ومحاضر بالمعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا

## **The digital media of the League of Arab States as an interactive medium compared to other regional organizations**

### **Abstract:**

This study attempted to monitor and analyze the digital media of the League of Arab States as a regional organization, through its official website and the social networks it employs, and Comparing this with other regional organizations, namely the African Union and the Association of Southeast Asia, known as ASEAN, The study aimed to monitor the most prominent interactive tools on these sites, and to reveal the performance of the social networks that employ them in terms of their types, publishing intensity, the issues, the most prominent multimedia, and the forms of public interaction with them.

The study belongs to descriptive studies that rely on a case study of digital media in the League of Arab States. The study was also based on Media Richness Theory, and the media survey approach and the comparative method. and relied on the content analysis sheet to collect data. The researcher also prepared a scale to monitor forms of audience interaction on the Facebook network. The study was applied on three official websites, which are the official website of the League of Arab States, the official website of the African Union, and the official website of the Association of Southeast Asia. The study sample consisted of (300) publications that were published on the Facebook network of the three organizations within two months. Among the results of the study: that there is a somewhat similarity regarding the availability of interactive tools achieved after multiple options for the user between the official website of the League of Arab States and other sites (subject of study) With the lack of the Arab League site of important tools such as multilingualism and advanced search engines. In terms of employing social networks, however, there is a large gap in terms of the number of followers of social networks, in which the number of followers of social networks of the League of Arab States comes in the last rank and in much smaller numbers compared to the other two organizations. The study also found that the three organizations are similar in terms of the priority of the issues raised. In favor of social issues, as well as being careful to avoid dealing with issues of non-member states .

**Keywords:** Regional Organizations, League of Arab States, ASEAN, African Union, Digital Media, Interactive.

## مقدمة:

شهد العمل الإعلامي تغيرا واضحا من حيث آلياته وأدواته وأساليبه وذلك عقب الثورة التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال؛ وما أفرزته من مصطلحات باتت متداولة ومنتشرة كالإعلام الرقمي والإعلام الجديد والإعلام الإلكتروني والإعلام التفاعلي وغيرها، ويتم ممارسة هذا الإعلام عبر شبكة الإنترنت ويتسم بثرائه سواء من حيث شكل وأسلوب عرض الرسالة الإعلامية أو من حيث توفير آليات جديدة تزيد من قوة العملية الاتصالية بين أطرافها والتي يصعب تقديمها بواسطة الإعلام التقليدي؛ وهو الأمر الذي أصبح واضحا معه هيمنة الإعلام الرقمي على المشهد الإعلامي؛ فوفق تقرير لمنظمة اليونسكو حول الاتجاهات العالمية في حرية التعبير وتطوير وسائل الإعلام خلال السنوات (2016: 2021) فإن وسائل الإعلام وخاصة الإخبارية في تهديد وجودي بسبب هيمنة الإعلام الرقمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الإنترنت<sup>1</sup>، وفي إطار ذلك سعت المؤسسات المحلية والإقليمية والدولية بمختلف أنواعها إلى توظيف الإعلام الرقمي بصوره وأشكاله العديدة لإبراز أنشطتها وطرح مواقفها ورؤاها وأفكارها تجاه القضايا المختلفة، وذلك في إطار التواصل مع الجمهور وجذبه والإسهام في تشكيل وعيه ومعارفه.

ومنذ فترة زمنية طويلة شهد العالم تكتلات عديدة أنتجت العديد من المنظمات على مختلف المستويات ومن أبرزها المنظمات الإقليمية والتي أصبح لأغلبها منصات إعلامية خاصة تقدم من خلالها رسائلها الإعلامية المختلفة، ويتم ذلك عادة من خلال مواقعها الرسمية وما توفره من آليات للتواصل وفي مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي والتي أصبحت بمثابة وسائل إعلامية هامة لها القدرة على إحداث تدفق اتصالي بشكل مرن بين المرسل والمستقبل، كما أنها تعد مصدرا رسميا للمعلومات وأداة لتقييم وقياس المحتوى، يأتي ذلك في الوقت الذي يعد فيه محتوى الإعلام الرقمي من القضايا الجوهرية؛ لما له من دور في عملية تبادل المعرفة على كافة المستويات، بالشكل الذي أصبح معه مصير الدول والشعوب مرتبط بإقامة محتوى رقمي لها، والذي وصف بأنه نتيجة طبيعية لإتاحة المعلومات والمعرفة واعتباره ربا للصدع الرقمي المتزايد بين دول تتباين في مستوى تقدمها<sup>2</sup>.

وينتشر العديد من المنظمات الإقليمية بمختلف أنحاء العالم ومنها: الاتحاد الأوروبي، الاتحاد الأفريقي، رابطة جنوب شرق آسيا، مجموعة الكاريبي، منظمة الدول الأمريكية وغيرها، وتعد جامعة الدول العربية واحدة من أقدم المنظمات الإقليمية في العالم والتي تجمع مختلف الدول العربية، وتتميز بأن جميع دولها الأعضاء ضمن رقعة جغرافية واحدة، وبأنها أمة لها لغتها وتاريخها وراثتها وحضاراتها وأمالها وطموحاتها المشتركة، كما أن ميثاقها ينص على أنها أسست استجابة للرأي العام العربي<sup>3</sup>، وتسعى الجامعة لتحقيق العديد من الأهداف في مختلف المجالات، وكغيرها من المنظمات الإقليمية تبرز أنشطتها وتطرح مواقفها ورؤيتها وأفكارها نحو مختلف القضايا، وذلك من خلال إعلامها الرقمي والمتمثل في موقعها الرسمي وما يوظفه من شبكات للتواصل الاجتماعي؛ وتأتي هذه الدراسة في إطار تقييم أداء الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية ومقارنته مع غيره من المنظمات الإقليمية الأخرى.

### مشكلة الدراسة:

نظرا لما يتميز به الإعلام الرقمي من خصائص متعددة كقدرته على الوصول إلى مختلف أنواع الجمهور، وامتلاكه لأدوات تفاعلية عديدة تزيد من قوة العملية الاتصالية؛ بات واضحا اعتماد مختلف الأفراد والمنظمات والمؤسسات على وسائل الإعلام الرقمي لتحقيق أهدافها الاتصالية، من جانب آخر ظهرت مبكرا المنظمات الإقليمية بمختلف أنحاء العالم، والتي تستهدف الدفاع عن قضاياها وتوضيح الإنجازات التي تحققتها وعرض أنشطتها والفعاليات المختلفة وغيرها، وفي هذا الإطار تعتمد مختلف المنظمات الإقليمية على العديد من وسائل الاتصال، ويأتي في مقدمتها وسائل الإعلام الرقمي، وتعد جامعة الدول العربية أبرز منظمة إقليمية معنية بمختلف القضايا العربية، كما أنها تعتمد بوضوح كغيرها من المنظمات الإقليمية على الإعلام الرقمي كوسيلة اتصالية، والتي تقوم من خلاله بعرض العديد من المعلومات حول أنشطة الجامعة وقراراتها ومواقفها نحو القضايا، وموضوعات أخرى يرتبط أغلبها بواقع ومستقبل الدول العربية وتاريخها وحضاراتها وموروثاتها وغيرها؛ ولذلك تظهر الحاجة إلى رصد وتحليل هذه الظاهرة الاتصالية والتعرف على سماتها وخصائصها وطبيعة تفاعل الجمهور معها؛ ومن ثم تحاول الدراسة الحالية تقييم أداء وسائل الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية كوسيلة تفاعلية مقارنة مع غيرها من المنظمات الإقليمية الأخرى؛ ومحاولة الخروج بنتائج وتوصيات قد يكون من شأنها زيادة تفاعلية الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية.

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. تهتم الدراسة بمؤسسة عربية لها تاريخها الطويل في العمل العربي المشترك، والتي يوجد بها عدد كبير من الوثائق المهيأة لأن تكون مجالا واسعا للباحثين وخاصة فيما يتعلق بدراسة العلاقات بين الدول العربية<sup>4</sup>.
2. التغيرات الجيوسياسية الإقليمية وعالميا، والتي تتطلب الاهتمام بجامعة الدول العربية ككيان رسمي يمثل الوحدة العربية بما في ذلك تقييم أدائها الاتصالي.
3. ندرة الدراسات الإعلامية التي تهتم برصد السلوك الاتصالي لجامعة الدول العربية.
4. ما يتميز به الإعلام الرقمي من خصائص اتصالية من حيث القدرة على التأثير في الجمهور، وباعتباره وسيلة استطاعت الهيمنة على وسائل الإعلام التقليدية.
5. الاتجاه السائد والمتزايد عالميا وإقليميا ومحليا نحو توظيف الإعلام الرقمي كوسيلة تفاعلية؛ ومن ثم أهمية التعرف على ذلك في إطار عمل المنظمات الإقليمية.

### أهداف الدراسة:

1. رصد أبرز الأدوات التفاعلية التي تحقق بعد تعدد خيارات المستخدم بالموقع الرسمي لجامعة الدول العربية ومقارنتها مع غيرها من أدوات المواقع الرسمية للمنظمات الإقليمية الأخرى.
2. التعرف على طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي الموظفة بالموقع الرسمي لجامعة الدول العربية مقارنة مع غيرها بالمواقع الرسمية للمنظمات الإقليمية الأخرى.
3. تقييم ومقارنة أداء الإعلام الاجتماعي لجامعة الدول العربية مع أداء الإعلام الاجتماعي للمنظمات الإقليمية الأخرى من حيث: (كثافة النشر، طبيعة القضايا، أبرز الوسائط المتعددة المستخدمة).
4. رصد وتحليل أشكال تفاعل الجمهور مع مضامين القضايا التي تقوم بنشرها جامعة الدول العربية ومقارنتها مع غيرها بالمنظمات الإقليمية الأخرى.
5. محاولة الخروج بنتائج وتوصيات من شأنها الإسهام في زيادة تفاعلية الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية.

### الدراسات السابقة:

قام الباحث بالإطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتي قسمت إلى محورين أولهما دراسات تتعلق بالإعلام الرقمي كوسيلة تفاعلية، وثانيهما دراسات تتعلق بتقييم أداء جامعة الدول العربية، وفيما يلي عرضاً لهذه الدراسات مرتبة ترتيباً تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم كالآتي:

### المحور الأول: دراسات سابقة تتعلق بالإعلام الرقمي كوسيلة تفاعلية:

حاولت دراسة (مخلد خلف النوافعة 2022)<sup>5</sup> التعرف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة بقطاع السياحة لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد أكثر هذه الشبكات استخداماً في عملية الترويج للسياحة الأردنية، وهي من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على منهج المسح، وعلى نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية انتشار المبتكرات، كما اعتمدت على الاستبيان لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 220 مفردة من ممارسي العلاقات العامة بالقطاع السياحي في الأردن، وأظهرت النتائج أن هناك أهمية مرتفعة لشبكات التواصل الاجتماعي في عملية ترويج السياحة الأردنية لتمييزها باستخدام ميزات متنوعة كالصوت والصورة والفيديو، وباعتبارها وسيلة ذات تفاعلية كبيرة مع الجمهور، وبينت الدراسة أن عملية نشر الصور والفيديوهات هي الأكثر توظيفاً لممارسي العلاقات العامة للترويج للسياحة الأردنية، وسعت دراسة (Yeung Awkm et al. 2022)<sup>6</sup> إلى تقييم ومقارنة جودة المحتوى وقابليته للقراءة بالمواقع الرسمية التي تقدم معلومات حول فيروس كوفيد19، ومعرفة العلاقة بين معدلات التطعيم ومعايير هذه المواقع بالتركيز على

المواقع الخاصة بالمناطق الأعلى من حيث إجمالي عدد الخاضعين للتطعيم، كما اهتمت بالبحث في مواقع منظمة الصحة العالمية والاتحاد الأوروبي، وذلك برصد وتقييم محتوى 60 موقعا يهتم بحملات التطعيم ضد فيروس كورونا من حيث الأسئلة المتداولة وسهولة قرائتها والإجابة عليها ومدى جودتها، وأوضحت النتائج سهولة القراءة الخاصة بدرجات متباينة، كما حصل محتوى أغلب هذه المواقع على تقييم جيد، وأوصت الدراسة بكتابة محتوى المواقع بأسلوب أكثر قابلية للقراء مع مراعاة تقديم تاريخ النشر وتاريخ التحديث، واستهدفت دراسة (حنان الصادق بيزان 2022)<sup>7</sup> استقراء أهمية المحتوى الرقمي العربي لمواجهة الغزو الثقافي الأجنبي، مع محاولة استنباط صورة دول الوطن العربي على الخريطة المعلوماتية، واستشرافها لآليات من شأنها تعزيز المحتوى الرقمي العربي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وعلى التحليل الوثائقي المبني على تحليل نظري ينطلق من استقراء فاحص لأدبيات الموضوع، وكشفت النتائج أن هناك حاجة لمنظومة متكاملة تتميز بقوتها وإحكامها للمساهمة في تفسير الواقع وذلك لمواجهة الغزو الفكري وبما يسهم في صياغة نهج للخروج من هذا الغزو على المدى المتوسط والبعيد، كما أكدت الدراسة على أهمية تحقيق الاستفادة من الطفرة المعلوماتية في عملية تعزيز المحتوى الرقمي العربي من خلال عدة خطوات أهمها: العمل على صياغة منظومة عربية متكاملة من شأنها الحفاظ على الأمن الثقافي، وإعادة النظر في مناهج التعليم بما يصب في مصلحة الهوية، مع ضرورة التنسيق والتعاون والتكامل بين القطاعات المختلفة كالتربية والتعليم والإعلام والثقافة والأوقاف وغيرها، إضافة إلى تبني مبادرات لتنمية المحتوى الرقمي للإنتاج الفكري العربي، كما استهدفت دراسة (أميرة محمد محمد سيد أحمد 2022)<sup>8</sup> رصد محتوى المنصات الرقمية لوزارة الصحة والسكان؛ لمعرفة دورها في تعزيز أبعاد الصلابة النفسية لأطقم الرعاية الصحية لمرضى كورونا وذلك أثناء المتحورات الجديدة لجائحة كورونا، مع تحديد أبرز هذه المنصات ووسائلها التفاعلية، وهي من الدراسات الوصفية التحليلية والتي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي وعلى الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيق هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها 160 من الأطباء والممرضين وفني الأشعة، وتوصلت لعدد من النتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباطية بين معدل متابعة المبحوثين للمنصات الرقمية وأبعاد الصلابة النفسية لديهم، كما جاءت متابعة المنصات الرقمية لوزارة الصحة بنسبة مرتفعة باعتبارها مصدرا رئيسيا للحصول على المعلومات الخاصة بالوباء وتطوره، وجاء مستوى الصلابة النفسية للمبحوثين مرتفعا، وأكدت الدراسة على مساهمة هذه المنصات في تعزيز المناعة النفسية لدى المبحوثين، وأوصت بتوظيف المنصات الرقمية لتعزيز البرامج الإرشادية للأطقم الصحية وجودة حياة الشباب، وسعت دراسة (Gavriluta et al. 2022)<sup>9</sup> إلى قياس جودة المواقع الإلكترونية للمدن الرومانية في الفترة من 2019 وحتى 2022، وذلك في إطار تصنيف المواقع الرسمية كأداة أساسية للحكومة الإلكترونية وخاصة خلال فترة الإغلاق الناتجة عن جائحة كورونا، وتم إجراء مسح لمضامين المواقع الإلكترونية للمدن الرومانية وفق خمسة معايير كأبعاد خاصة بجودة المواقع وهي: (الخصوصية أو الأمن، سهولة الاستخدام، المحتوى، الخدمات ومشاركة المواطنين)، واعتمدت الدراسة على نموذج تطوير النضج للحكومة الإلكترونية وعلى

التحليل العنقودي، وكشفت النتائج أن للحكومة الإلكترونية خمسة مراحل تتمثل في: مرحلة المعلومات، مرحلة التفاعل، مرحلة المعاملة، مرحلة التحول ومرحلة التكافل، كما توصلت إلى تحسن أداء الحكومة الإلكترونية بالمدن الرومانية بشكل ملحوظ في عام 2022 مقارنة بعام 2019، وبأنه كلما زاد تحضر المنطقة كلما ارتفع متوسط درجة الحوكمة الإلكترونية على المستوى الإقليمي، إضافة إلى أنه بالرغم من وجود اختلافات بين المناطق الأكثر والأقل تحضراً إلا أنها اختلافات ليست لها دلالة إحصائية، وحاولت دراسة (على حمودة، محمد حسني 2022)<sup>10</sup> التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية التي يتم توظيفها بمواقع المؤسسات الحكومية المصرية ومدى تعريف الجمهور بها وبمبادراتها الوطنية وتفاعله معها، وذلك بالاعتماد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وعلى الأسلوب المقارن بعقد مقارنات كمية وكيفية حول إستراتيجيات خطاب هذه المواقع، كما تم استخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي، وكذلك تحليل الخطاب لعينة عمدية من المواقع الإلكترونية تابعة لمؤسسات حكومية مصرية وهي: وزارة التضامن الاجتماعي، وزارة الصحة والسكان ووزارة الشباب والرياضة، وبينت النتائج تعدد المبادرات الوطنية بهذه المواقع التي تسهم في ربط المواطنين بمختلف مؤسسات الدولة، وأن لهذه المبادرات مزاياها الخاصة بالجمهور كاستهداف الأمل نحو غد أفضل، ومن حيث أهداف هذه المواقع جاءت التوعية في المرتبة الأولى بنسبة 21.6% يليها الدعم بنسبة 20.6%، كما بينت أن القوى الفاعلة في خطابات المبادرات الوطنية جاءت لصالح الأشخاص المسؤولين في المرتبة الأولى بنسبة 37.1%، ثم المنظمات بنسبة 33.9%، ثم الهيئات بنسبة 11%، وأوصت الدراسة بتبني هذه المواقع لإستراتيجيات من شأنها تحقيق التنمية المستدامة، وزيادة المبادرات الوطنية والتحديث المستمر للمواقع، واستهدفت دراسة (Helena et al. 2021)<sup>11</sup> الكشف عن الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي في دعم العلاقة بين القيادة والموظفين بالعمل المصرفي، ولقد قام الباحثون بإجراء عملية مسح ذاتي داخل القطاع المصرفي وذلك بالاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة بأسلوب كرة الثلج على عينة قوامها 167 مفردة من العاملين بالقطاع المصرفي في بولندا وسريلانكا، وأظهرت النتائج وجود توسط جزئي لوسائل التواصل الاجتماعي في دعم العلاقة بين القيادة والموظفين، وأن هناك حاجة متزايدة لاستخدام هذه الوسائل في تطوير الصور الإيجابية، كما تبين وجود علاقة إيجابية بين دعم القيادة المتصور ومشاركة الموظفين، إضافة إلى تأثير وسائل التواصل على مدركات المبحوثين، وحاولت دراسة (عامر محمد الضبياني 2020)<sup>12</sup> الإجابة على ما مفهوم البوابة الإلكترونية للجامعة وأهميتها ومعايير جودتها؟، كما هدفت لاقتراح عدد من المعايير التي يمكن من خلالها تقييم جودة البوابات الخاصة بالجامعات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما اعتمدت على الملاحظة كأداة لجمع وتنظيم وتفسير المعلومات، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها: توافق التعريف الخاص بالبوابة الإلكترونية مع التعريف الخاص بالموقع الإلكتروني من حيث الإمكانيات وحجم المحتوى، وأن البوابة الإلكترونية تعكس صورة الجامعة من حيث أنشطتها التعليمية والبحثية والإدارية والمجتمعية، وبأن هناك 73 مؤشراً يمكن بواسطتها قياس جودة البوابات الإلكترونية للجامعة، والتي قسمت لأربعة معايير هي: المحتوى، التصميم، التنظيم وسهولة التعامل.

كما حاولت دراسة (محمود رمضان أحمد عبد اللطيف 2020)<sup>13</sup> تحديد مدى استخدام المنصات المتعددة في نشر المحتوى الصحفي بالصحف المصرية والكشف عن أبرز هذه المنصات ومدى التكامل المتحقق للأهداف الاقتصادية والمهنية من اعتماد هذه الصحف على تلك المنصات، وذلك بالاعتماد على نظرية التحول الرقمي وعلى المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، كما تم جمع البيانات باستخدام الاستبيان والذي تم تطبيقه على العينة المتاحة للقائم بالاتصال بصحف: (الأهرام، الأخبار، اليوم السابع، المصري اليوم، الوفد) وبلغ عددها 300 مفردة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من نمط ملكية الصحف وقنوات توصيل المحتوى وعناصر تنافسيته وذلك وفقاً لتكامل المنصات من الناحية التسويقية، ووجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجة المبحوثين لرؤيتهم حول تأثير المحتوى الرقمي الصحفي على مستقبل الصحافة وفقاً لخبرتهم لصالح ذوي الخبرة الأقل من عشر سنوات، وحاولت دراسة (أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد 2020)<sup>14</sup> معرفة اتجاهات الثقة نحو معالجة فيروس كورونا ورصد مؤشرات الرضا وعدم الرضا وأسبابها؛ وذلك بتحليل التعليقات التي دونها متابعي فيسبوك على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية، وهي من الدراسات الوصفية التحليلية والتي اعتمدت على منهج الإثنوجرافيا الافتراضية وعلى أدوات التحليل الإثنوجرافي للتعليقات حول التقارير التي تم نشرها خلال شهرين، ولقد تم تحليل أكبر منشورين من حيث تعليقات الجمهور أحدهما صورة والآخر فيديو، وكشفت النتائج أن مستويات ثقة الجمهور في المرحلة الأولى للحظر والإغلاق وقت أزمة كورونا جاءت أعلى من المراحل اللاحقة نحو أداء الحكومة، كما برز الاتجاه نحو إلقاء اللوم على كيانات بعيدة تسببت في الوباء، ومع تقشي الإصابات تحول اللوم وطال مجموعات قريبة، وأكدت الدراسة على الدور الإيجابي الذي لعبه الموقع الرسمي لوزارة الصحة وخاصة منع الشائعات خلال تطبيق الحظر، وأوصت الدراسة بتفعيل دور النخب التي تتميز بكفاءتها العالية لتقييم استجابات الجمهور وقت الأزمات، كما استهدفت دراسة (Roberto Ruggieri et al. 2018)<sup>15</sup> الكشف عن تطور نماذج الأعمال التي قدمتها شركات ناشئة تسير أعمالها من خلال المنصات الإلكترونية، وذلك في إطار الزيادة الملحوظة للخدمات المعتمدة على الويب في ظل انتشار التقنيات الرقمية المتنقلة كميزة ربط الطلب والعرض، وهي من الدراسات الاستكشافية والتي قامت برصد أداء 15 شركة ناشئة بالاعتماد على دراسة الحالة، كما تم إجراء مقابلات متعمقة مع الرئيس التنفيذي ومدراء ومسؤولي التكنولوجيا والتسويق بهذه الشركات، وكشفت النتائج بوجود دور للمنصات الرقمية في عملية التوسط بين العرض والطلب وتحسين الأداء بسهولة وبأقل تكلفة، وأكدت الدراسة على بعض الأنماط الشائعة المتعلقة بالمنصات الرقمية كمجتمع المتابعين ومقدمي الخدمات وقابلية الأعمال التجارية، مع إضفاءها للطابع المادي للمنصات الرقمية وقدرتها على تحقيق الأرباح، كما أكدت الدراسة على أهمية تجنب حراس البوابات غير الكفؤين في إدارة تدفق القيمة من المنتج إلى المستهلك، واستهدفت دراسة (مصطفى أحمد أمين 2018)<sup>16</sup> التعرف على كيف يسهم التحول الرقمي بالجامعات في تحقيق مجتمع المعرفة، بالاستعانة بالمنهج الوصفي وجمع البيانات من خلال استبانة تم تطبيقها على عينة من أعضاء هيئة التدريس بلغ عددها 67 مفردة أعضاء بجامعات:



(دمنهور، الإسكندرية، طنطا، المنصورة)، وتوصلت الدراسة إلى موافقة العينة لمتطلب وضع إستراتيجية للتحويل الرقمي بنسبة 58.2%، وموافقتهم على متطلب نشر ثقافة التحويل الرقمي بنسبة 57.5%، وبالموافقة على متطلب تصميم برامج تعليمية رقمية بنسبة 64.8%، كما قدمت الدراسة تصورا مقترحا لمواكبة التحويل الرقمي في الجامعات المصرية لتحقيق مجتمع المعرفة من خلال عدة متطلبات كوضع إستراتيجية للتحويل الرقمي ونشر ثقافته التفاعلية وتصميم البرامج التعليمية له وإدارة وتمويل التحويل الرقمي إضافة إلى المتطلبات البشرية والتشريعية.

واستهدفت دراسة (Samson Owoyele, 2017)<sup>17</sup> الكشف عن دور توظيف المحتوى والعناصر المرئية والجماليات بالمواقع الإلكترونية للجامعات في اختيار الطلاب للالتحاق بهذه الجامعات، وذلك في إطار الاعتماد على المواقع الإلكترونية للتسويق للجامعات، واعتمدت الدراسة على تحليل محتوى مواقع ثلاث جامعات للعلوم التطبيقية بفلندا وهي: سنتريا، سيمك، ولابلاند (Centria, Seamk, Lapland)، وتم جمع البيانات من خلال المقابلات الاستقصائية والملاحظة، وطبقت الدراسة على 150 مفردة أغلبهم من الطلاب الأجانب بالجامعات الثلاث، وكشفت النتائج وجود العديد من أوجه التشابه بين مواقع الجامعات الثلاث كالاعتماد على الصور للطلاب وللأماكن وللأشخاص، وعلى التفاعلية من خلال مجموعة متنوعة من المضامين اللفظية وغير اللفظية، وأظهرت النتائج أن التصميم وعلم الجمال لهما تأثيرهما العميق على إدراك المتابعين للمعلومات وعلى سهولة الاستخدام، وأن المواقع الإلكترونية لها دورها في اختيار الطلاب للالتحاق بالجامعة، وبالرغم من ذلك أوصت الدراسة بعدم الإفراط في استخدام الرسومات والمعلومات المنتثرة التي قد تؤدي إلى إرباك المتابعين، وسعت دراسة (سلوى أحمد محمد أبو العلاء 2016)<sup>18</sup> إلى رصد وتحليل ومقارنة أساليب تحقيق التفاعلية فيما يتعلق بتصميم المواقع الإلكترونية للمؤسسات السياحية الرسمية في كل من مصر ودبي، وذلك برصد مدى استخدام هذه المواقع لأدوات تحقق بعد تعدد الخيارات لدى المستخدم ولأدوات تفاعلية من شأنها تسهيل حصول المستخدم على المعلومات، وطرق رد المواقع على الاستفسارات وغيرها، وذلك بالاعتماد على دراسة الحالة وعلى منهج المسح والأسلوب المقارن، كما اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على موقع الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة ودائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، وتوصلت لعدد من النتائج أبرزها: تفوق الموقع السياحي بدبي على نظيره المصري من حيث الأدوات التفاعلية، وتدني بعض الخدمات في الموقعين، وأوصت بأهمية مراعاة مصممي المواقع الإلكترونية السياحية لمعايير التفاعلية وتوظيف التقنية الحديثة لتحقيق ذلك، إضافة إلى زيادة الحرية في التعبير من خلال تعليقات المتابعين والسماح برد المتابعين أنفسهم على هذه التعليقات، وفي هذا الإطار حاولت دراسة (طلعت عبد الحميد حسين عيسى، ماجد فضل حبيب 2015)<sup>19</sup> معرفة مدى تحقق معايير التفاعلية بمواقع الصحف اليومية الفلسطينية، وذلك برصد مدى استخدام هذه المواقع للأدوات التي تتيح بعد تعدد الخيارات لدى المتابعين، والأدوات التي تسهل حصولهم على المعلومات، وأدوات الاتصال الشخصي المستخدمة وغيرها، وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح وعلى تحليل المضمون لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة من

مواقع الصحف الفلسطينية لمدة 3 أشهر بواقع 92 مفردة لصحف: (القدس، الأيام، الحياة، فلسطين) وأظهرت النتائج عدم حرص مواقع صحف الدراسة على الاستغلال الكامل للإمكانات التي تتيحها شبكة الإنترنت، وبأن هناك استخدام غير مدروس لهذه المواقع فيما يتعلق ببعض الأدوات التفاعلية، وأوصت بتكثيف اهتمام القائمين على هذه المواقع بالتفاعلية، مع أهمية الاهتمام برسائل المتابعين والرد عليها، كما سعت دراسة (جلية عبد الله خلف 2014)<sup>20</sup> إلى رصد واستقصاء وتحليل واقع البوابات الإلكترونية العربية في إطار ما لديها من إمكانيات وما تقدمه من خدمات في ظل تزايد الدور الإخباري للبوابات الإلكترونية، وتمثلت عينة الدراسة في ثلاث بوابات عربية هي: (نسيج، محيط، البوابة)، وتم رصد محركات البحث الخارجية والداخلية الخاصة بهذه البوابات، ومدى فاعليتها وسرعتها في فتح الأخبار، مع رصد دليل الموقع لهذه البوابات والذي تباين أعداده بين العام والخاص، كما أجرت الباحثة العديد من المقابلات مع المسؤولين والعاملين بهذه البوابات، وأظهرت النتائج أن الأخبار احتلت المرتبة الأولى بنسبة 86% من حيث الفنون الصحفية الموظفة، يليها التقارير ثم المقالات ثم التحقيقات الصحفية، في حين احتلت الأخبار السياسية المرتبة الأولى من حيث المضمون بنسبة 58.2%، يليها الأخبار الرياضية بنسبة 19%، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة 13.9%، كما أظهرت النتائج تفاوت البوابات الثلاث من حيث توظيف التقنيات التفاعلية مع الجمهور كتعليقات وآراء القراء واستطلاعات الرأي، وأوصت بأهمية استثمار البوابات الإلكترونية العربية لمزايا شبكة الإنترنت وبتوظيف مختلف الوسائط المتعددة وذلك لتعزيز الوظيفة الإخبارية بشكل مستقل، والاستفادة من النصوص المتشعبة وتقديم الأشكال الصحفية الإلكترونية الجديدة مع الاستفادة البحثية من المداخل النظرية الحديثة المتعلقة بشبكة الإنترنت، وسعت دراسة (منى بنت سليمان بن عبد الله الزدجالية 2014)<sup>21</sup> إلى الكشف عن مدى توافر المواقع الإلكترونية الخاصة بالوحدات الحكومية في سلطنة عمان، والتي تخضع لقانون الخدمة المدنية وطبيعتها، مع وصف لأهم مضمانيها وأنماطها وإستراتيجياتها الاتصالية، وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على النموذج الموقفي لإستراتيجيات الاتصال لبيتيك فان رولر "Betteke Van Ruler"، كما اعتمدت على تحليل المضمون لجمع المعلومات، وتمثلت عينة الدراسة من 26 وحدة حكومية تمتلك مواقعاً إلكترونية، وأظهرت النتائج حرص الوحدات الحكومية على امتلاك مواقع إلكترونية أغلبها ذات مستوى مركب، وبتركيزها على إستراتيجيات للاتصال أحادية الاتجاه والمتمثلة في إستراتيجية الإعلام وإستراتيجية الإقناع وذلك وفقاً لما حدده نموذج رولر، وأوصت الدراسة بتبني الوحدات الحكومية إنشاء مواقع إلكترونية باللغتين العربية والإنجليزية مع توفير معلومات للمتصفح حول المؤسسة ورؤيتها ورسالتها وأهدافها وغيرها، كما سعت دراسة (شريف درويش اللبان وآخرون 2013)<sup>22</sup> لمعرفة أهم عناصر التفاعلية بمواقع الشبكات الاجتماعية ومؤشراتها وأبعادها بالتطبيق على فيسبوك ويوتيوب؛ ومن ثم البحث في مستويات التفاعلية الوظيفية لهذه الشبكات وما تحظى به من عناصر بنائية، وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على نظرية ثراء الوسيلة، كما استخدمت منهج المسح بالعينة واستمارة تحليل الشكل لجمع البيانات، وتمثلت العينة من مجموعة عمدية من شبكة فيسبوك ويوتيوب لمدة شهر كامل، وأظهرت النتائج تفوق موقع فيسبوك على موقع

يوتيوب من حيث أبعاد التفاعلية كالخيارات المتاحة، وتقليل الجهد وسهولة الاستخدام، إضافة لتفوق فيسبوك في اعتماده على مختلف أبعاد الثراء المتمثلة في اللغة الطبيعية والتركيز الشخصي والفورية وتعدد الرموز وغيرها.

### المحور الثاني: دراسات سابقة تتعلق بتقييم أداء جامعة الدول العربية:

حاولت دراسة (حسن موات وهشام نعيم 2022)<sup>23</sup> الكشف عن موقف جامعة الدول العربية من الأزمة السورية خلال الفترة من 2011م وحتى 2018م، وذلك من خلال رصد أسباب اندلاع الأزمة السورية والقرارات التي قامت بإصدارها الجامعة في هذا الشأن على مستوى القمم وعلى مستوى الوزراء، وحددت الدراسة أسباب اندلاع الأزمة السورية في أسباب سياسية واقتصادية واجتماعية وخارجية والتي كان لها دورا كبيرا في اتساع الفجوة بين الشعب والسلطة ومن ثم اندلاع الأزمة، كما رصد الباحثان قرارات الجامعة في هذا الشأن واعتبار أولها جاء متأخرا؛ بإصدار بيان بعد خمسة أشهر من اندلاع الأزمة والذي دعت فيه لتحكيم العقل والوقف الفوري لإراقة الدماء وللعنف، وتوصلت الدراسة إلى أن الجامعة قامت بكل ما تستطيع من جهود لحل الأزمة السورية وحثت النظام بالتفاهم مع فصائل المعارضة، كما أكدت على تباين وجهات النظر السياسية بالجامعة تجاه الأزمة السورية، وأن القرارات التي تم إصدارها بشأن الأزمة لم تنجح في التوصل لتوصيات قاطعة تتناسب وحجمها، إضافة إلى أن معالجة الجامعة للأزمة السورية عكست تحولا لسياستها التقليدية بإعلانها العديد من المبادرات، وضغطها على النظام السوري والاعتراف بالمعارضة ومحاولة توحيد صفوفها، كما استهدفت دراسة (جهاد عبد الكريم ملكة 2021)<sup>24</sup> معرفة دور جامعة الدول العربية ومركزاتها وسياستها في إطار المساهمة لحل الأزمة السورية، ومدى فاعليتها في تسويتها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وعلى المنهج التاريخي من خلال الاستشهاد ببعض الأحداث التاريخية التي تدخلت جامعة الدول العربية لتسويتها، وتوصلت الدراسة لعدم بذل الجامعة الجهد الحقيقي لمحاولة التوصل لحلول سياسية لتسوية الأزمة السورية منذ بدء الاحتجاجات الشعبية وأن تحركها جاء متأخرا، وبأن قراراتها لم تأخذ نصيبها الكافي للدخول في حيز التنفيذ، وأوصت الدراسة بضرورة تدخل الجامعة لمحاولة إحداث نوع من التوفيق بين النظام السوري ومعارضيه، مع تبني إستراتيجية متكاملة من أجل الحفاظ على الوحدة العربية، والعمل على اتخاذ إجراءات وتدابير من شأنها صيانة الأمن القومي العربي، وسعت دراسة (Maria Josepha Debre, 2021)<sup>25</sup> إلى التعرف على سياسة جامعة الدول العربية نحو أعضائها إبان فترة ما عُرف بالربيع العربي من حيث تعليق العضوية لدول أعضاء بالجامعة لأسباب تتعلق بالشؤون الداخلية لهذه الدول، ومن ثم بحثت الدراسة مواقف الدول الأعضاء بالجامعة من حيث تدعيمها الانتقائي لبعض الحركات الاحتجاجية وإضفاء الشرعية عليها؛ وذلك بتفهمها لمطالب هذه الحركات وحقها في التغيير، كما تم الاعتماد على دراسة الحالة، وتوصلت إلى وجود معالجة متناقضة للجامعة نحو تلك الاحتجاجات، كتعليق عضوية ليبيا وسوريا في حين تم دعم التدخل العسكري ضد المتظاهرين في دولة البحرين، وأظهرت النتائج أن معالجة جامعة الدول العربية لقضايا الاحتجاجات جاءت بطريقة انتقائية، وبأن التقارير التي كانت تبثها قناة الجزيرة لصالح

المحتجين، مع صعود وسائل التواصل الاجتماعي ساعدا على انتشار الاحتجاجات وبدأت في الانتشار بالخليج العربي، وسعت دراسة (عواطف البشير البشتي 2021)<sup>26</sup> لتقييم مدى فاعلية دور جامعة الدول العربية وآلياتها في حل النزاعات وخاصة النزاع الليبي، واستهدفت معرفة آليات حل النزاعات المسلحة التي نص عليها ميثاق الجامعة والآليات الأخرى التي لم ينص عليها، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي كمنهج يساعد على الإلمام بمختلف المعطيات المرتبطة بالجانب النظري والمفاهيمي للموضوع؛ ومن ثم الفهم الأعمق له والتمييز بين المصطلحات والمفاهيم، وتمثلت آليات ميثاق الجامعة لحل النزاعات وفقا لما رصدته هذه الدراسة على الوساطة والتحكيم، أما الآليات الأخرى التي لم ينص عليها الميثاق تمثلت في الدور السياسي لأمين عام الجامعة ودبلوماسية القمة العربية لحل النزاعات، من جانب آخر رصدت الدراسة عينة من النزاعات التي نجحت الجامعة في حلها كالنزاع العراقي الكويتي عام 1961م، ونزاعات أخرى تم حلها بشكل محدود كالنزاع المغربي الجزائري عام 1963م، ونزاعات أخرى لم تتدخل الجامعة لحلها عام كالنزاع السوري اللبناني 1949م، ونزاعات أخرى لم تتجج الجامعة في حلها كالحرب الأهلية باليمن عام 1948م والنزاع المصري السوداني عام 1958م، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: أن الوساطة التي تعتمد عليها الجامعة في حل النزاعات مقصورة على أنواع محددة؛ مما يقلص من دورها في تسوية النزاعات، وأن الانقسامات بين الأعضاء يعوق اتخاذ قرارات حاسمة وقوية تجاه القضايا الحساسة، وأن هناك عدم رضا شعبي على أداء الجامعة، وأوصت الدراسة بضرورة تدعيم الدور السياسي لأمين عام الجامعة وإنشاء محكمة عدل عربية لتسوية النزاعات سلميا، وتعديل ميثاق الجامعة بما يتناسب والمستجدات العربية، وحاولت دراسة (Magnus Lundgren, 2020)<sup>27</sup> تحديد علاقة الخصائص المؤسسية للمنظمات الدولية ونتائج تدخلها لتسوية الصراع ومعالجته، وذلك محاولة الكشف عن دور وساطة جامعة الدول العربية ومنظمة الأمم المتحدة لوقف إطلاق النار خلال المرحلة الأولى للأزمة السورية (2011- 2012)، وذلك من خلال البحث في بعض البيانات والإحصائيات كوثائق المنظمات الدولية إضافة إلى إجراء بعض المقابلات، وكذلك البحث في إحصائيات عدد الوفيات الناجمة عن هذا الصراع، واهتمت الدراسة بالكشف عن دور وساطة المنظمات الدولية في هذه الحرب الأهلية وذلك في ظل افتقار فعاليات الوساطة وتأثيراتها، كما تسألت عن العلاقة بين فعالية التدخل وقدرات التدخل للمنظمات الدولية في هذا الصراع والمتمثل في دور كل من جامعة الدول العربية ومنظمة الأمم المتحدة لتخفيف حدة الصراع، وأظهرت النتائج اعتماد جامعة الدول العربية ومنظمة الأمم المتحدة على إستراتيجيات عديدة للتدخل لحل هذه النزاعات: كتوضيح كلفة النزاع والتحقق من أحداث العنف والتوسط في الهدنة، كما أكدت الدراسة أن تدخل الأمم المتحدة اتسم بفاعلية أكثر من جامعة الدول العربية؛ نتيجة لما تتمتع به من خبرات وموارد أكثر اتساعا، وبالرغم من ذلك أكدت الدراسة أن كلتا المنظمين لم يستطيعا تحقيق النجاح في التدخل للوساطة الفعالة في وقف إراقة الدماء بسوريا بسبب الانقسام بين الأعضاء، كما أكدت على أن الوساطة لها دورها في تحقيق سلام قصير المدى ولكن يصعب من خلالها تحقيق الحل الدائم، وسعت دراسة (عماد عمر محمد عبد الكريم 2018)<sup>28</sup> إلى لكشف عن دور جامعة الدول العربية في حل القضايا التي واجهت بلدان

عربية خلال الفترة من 2011 وحتى 2017؛ وذلك سعياً لتسليط الضوء على مواقف الجامعة نحو ما شهدته هذه الفترة من متغيرات سياسية؛ بهدف تحديد التحديات التي واجهتها الجامعة ورصد آلية عملها في معالجتها للقضايا العربية، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي بأنواعه المختلفة: الوصفي، التاريخي، والنظمي، إضافة إلى اعتمادها على المنهج الوظيفي، وتوصلت لعدة نتائج منها: تعدد الأسباب التي تؤدي لضعف أداء الجامعة العربية لدورها كتقديم المصلحة الخاصة للدول على المصلحة العربية، وإعلاء المصلحة الوطنية على المصلحة القومية، مع افتقار الجامعة لأليات ملزمة لتطبيق قراراتها، وأوصت الدراسة بضرورة العمل بشكل فعلي لتحقيق تكامل أمني واندماج اقتصادي بين الدول الأعضاء بالجامعة، وإجراء تعديلات على ميثاقها بما يتوافق مع الأحداث والوقائع المستجدة، وسعت دراسة (حنان فالح حسن 2017)<sup>29</sup> إلى رصد أداء جامعة الدول العربية باعتبارها أحد مكونات النظام العربي والتي لها شكلها التنظيمي الخاص بها، وبحثت عن مدى قيام هذا الشكل التنظيمي بمهامه بطريقة صحيحة، ومدى حاجته لإجراء تعديلات، وتحدت أهمية هذه الدراسة في الحاجة لتفعيل أداء المؤسسات المعنية بالعمل العربي المشترك وخاصة في ظل ما شهدته بلدان عربية من انتفاضات شعبية حديثة، ونظراً لطبيعة موضوع الدراسة الذي يجمع بين الجانبين التاريخي والسياسي؛ تم الاعتماد على المنهج التاريخي وعلى منهج التحليل النظمي، وتوصلت الدراسة لضرورة إجراء إصلاحات شاملة للجامعة، وأنه رغم وجود عديد من المقترحات لعملية الإصلاح إلا أنها لم تترجم على أرض الواقع، واقترحت الباحثة تفعيل مشاركة المجتمع المدني بما يضمن تمثيل المجتمع وعدم الاكتفاء بالخب، مع ضرورة التمثيل الموحد من خلال الأمانة العامة ومنح الجامعة سلطة الإلزام في عملية اتخاذ القرار، وحاولت دراسة (نجيب بن عمر عوينات 2013)<sup>30</sup> رصد أداء جامعة الدول العربية وأهم عراقيل تحقيق ميثاقها ومستقبلها في ظل تحولات إقليمية ودولية، كما هدفت الدراسة بالبحث في اتجاهات ومقترحات تطوير الجامعة، واعتمدت الدراسة على المنهج المنطومي والذي ينظر إلى مشكلة البحث كوحدة واحدة بما في ذلك التعرف على المبررات الداخلية والخارجية لمختلف القضايا، إضافة إلى الاعتماد على المنهج المنطقي باستقراء واستنباط نتائج مجردة، كما اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وطرح المشاكل وتحليلها، وقدمت الدراسة عدة متطلبات من شأنها إصلاح جامعة الدول العربية على مستوى هيكلها ودورها في حفظ السلم والأمن الدوليين، وتوصلت إلى أن البحث عن مستقبل جامعة الدول العربية يرتبط بالواقع العربي، وأن إعادة بناءها وإصلاحها وتطويرها يتطلب تركيزاً في الجانب الوظيفي لهيكلها ومواءمة الواقع عربياً ودولياً، وتحديد المجالات التي يتفق عليها الأعضاء، والعمل المشترك من خلال الثقة المتبادلة، وأوصت الدراسة بتعديل ميثاق الجامعة وآلية اتخاذ القرارات وتطوير مجلس السلم والأمن العربي، واستهدفت دراسة (Ben Homaid, 2006)<sup>31</sup> معرفة تأثير قاعدة التصويت بالإجماع في اتخاذ جامعة الدول العربية لقرارات متعلقة بالعديد من القضايا كقضايا السيادة وحقوق الإنسان والقومية والتضامن، ورصدت الدراسة مزايا وعيوب قاعدة التصويت بالإجماع من منطلق افتقار الجامعة للدور القوي لتنفيذ وإنفاذ القانون الدولي، وبأن تأثير الجامعة يعد تأثيراً ضعيفاً وذلك بسبب الانقسامات بين أعضائها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الكيفية والتي اعتمدت على

المنهج المقارن، وذلك بمقارنة إجراءات التصويت بالجامعة مع غيرها من المنظمات الإقليمية والدولية، كما اعتمدت الدراسة على التحليل الوثائقي لعدد من وثائق الجامعة العربية والأمم المتحدة ومجلس الأمن والاتحاد الأفريقي؛ وذلك لمقارنة نظام التصويت على القرارات بين الجامعة وهذه المنظمات، وتوصلت الدراسة إلى أن الجامعة لم تؤدي ما هو مأمول بالنسبة للكثيرين بسبب عدم الاتفاق بين أعضائها، وأنها بحاجة لتعديل نظام التصويت، وأوصت بأهمية إجراء دراسة مستقبلية ميدانية مكملة تهتم باستطلاعات الرأي لعينة من مواطني الشرق الأوسط بشكل عام، وإجراء مقابلات شبه منظمة مع السياسيين والخبراء للبحث في آلية التصويت بجامعة الدول العربية واقتراحهم لآليات جديدة في إطار عملية التصويت.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة فإنه يُلاحظ الآتي:

- فيما يتعلق بدراسات المحور الأول تؤكد النتائج على الدور الهام للإعلام الرقمي كوسيلة تفاعلية تتميز بثرائها وقدرتها على التأثير في الجمهور، كما يظهر الاهتمام بتوظيف الإعلام الرقمي بمختلف المجالات كالإعلام والتعليم والسياحة والصحة والسكان والتضامن الاجتماعي والشباب والرياضة وغيرها، من جانب آخر أكدت هذه الدراسات على ضرورة الاستفادة من الإعلام الرقمي في العديد من الموضوعات الحياتية الأخرى كالحكومة الإلكترونية والحفاظ على الأمن الثقافي.
- اهتمت دراسات المحور الثاني بتقييم أداء جامعة الدول العربية وخاصة وقت الحروب والنزاعات بالتركيز على الحديثة منها، وذلك في إطار رصد مدى فاعلية الدور الذي تؤديه الجامعة نحو القضايا العربية وآلياتها المستخدمة ومعوقاتهما، وتباينت هذه الدراسات في تقدير دور الجامعة وفاعلية أدائها، إلا أن أغلبها يؤكد على أهمية إجراء إصلاحات عليها وتطويرها.
- تعد أغلب الدراسات السابقة من الدراسات الوصفية والتي تعددت مناهجها المستخدمة كمنهج المسح بنوعيه الكمي والكيفي والأسلوب المقارن والتحليل الوثائقي وتحليل الخطاب ومنهج الإثنوجرافيا الافتراضية، كما استخدمت دراسات سابقة أدوات متباينة لجمع البيانات كالاستبيان واستمارة تحليل المضمون وأدوات التحليل الإثنوجرافي، مع استخدام العديد من النظريات العلمية كمنظريات انتشار المبتكرات والاستخدامات والإشباع ونظرية التحول الرقمي ونظرية ثراء الوسيلة، من جانب آخر توصلت هذه الدراسات لنتائج عديدة وهامة كالدور الفعال للإعلام الرقمي في الترويج وأهميته في تحقيق الطفرة المعلوماتية ودوره في تحقيق المنفعة وتوفير الخدمات.

ومما سبق يتضح مرونة موضوع الدراسة وقابلية تناوله ورصده وتحليله بالآليات عديدة، وتأتي أهمية هذه الدراسة مقارنة بالدراسات السابقة في اهتمامها برصد الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية كمنظمة إقليمية عربية معنية بالعديد من الموضوعات والقضايا العربية، والتي لم تحظى بالاهتمام البحثي الكافي من حيث تقييم أداءها الإعلامي، إضافة إلى

اهتمام الدراسة الحالية بمقارنة تفاعلية الإعلام الرقمي للجامعة مع غيرها من المنظمات الإقليمية الأخرى؛ للتعرف على أوجه الشبه والاختلاف؛ ولمحاولة الخروج بنتائج وتوصيات من شأنها تدعيم آليات عمل الإعلام الرقمي العربي بوجه عام.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أكدت على أهمية موضوع الدراسة فيما يتعلق بالبحث في أداء الإعلام الرقمي وآلياته المستخدمة، وأيضاً فيما يتعلق بأهمية تقييم الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية كوسيلة تفاعلية.
- المساعدة في تحديد المشكلة البحثية بأبعادها المختلفة.
- اختيار آليات إجراء الدراسة من مناهج وأدوات لجمع البيانات وتحديد العينة، إضافة إلى الإسهام المعرفي واختيار النظرية العلمية المناسبة.
- وضع المقارنات البحثية لنتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج.

#### تساؤلات الدراسة:

تحاول هذه الدراسة الإجابة على تساؤل رئيس وهو: ما طبيعة توظيف جامعة الدول العربية لإعلامها الرقمي كوسيلة تفاعلية؟ ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية وهي كالاتي:

1. ما أوجه الشبه والاختلاف بين أبرز الأدوات التفاعلية التي تحقق بعد تعدد خيارات المستخدم بالموقع الرسمي لجامعة الدول العربية وبالمواقع الرسمية للمنظمات الإقليمية الأخرى؟
2. ما طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي الموظفة بالموقع الرسمي لجامعة الدول العربية وغيرها من المنظمات الإقليمية الأخرى؟
3. ما أوجه الشبه والاختلاف بين أداء الإعلام الاجتماعي لجامعة الدول العربية وأداء الإعلام الاجتماعي للمنظمات الإقليمية الأخرى من حيث: (كثافة النشر، طبيعة القضايا، أبرز الوسائط المتعددة المستخدمة)؟
4. ما أشكال تفاعل الجمهور مع مضامين القضايا التي تقوم بنشرها جامعة الدول العربية وغيرها من المنظمات الإقليمية الأخرى؟
5. كيف يمكن المساهمة في زيادة تفاعلية الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية؟

#### حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** معرفة طبيعة الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية كوسيلة تفاعلية.
- **حدود مكانية:** وتتمثل في جامعة الدول العربية كمنظمة إقليمية ومنظمات إقليمية أخرى.
- **حدود زمانية:** تتمثل الحدود الزمنية في رصد وتحليل الموقع الرسمي للمنظمات الإقليمية (محل الدراسة)، مع تحليل منشوراتها عبر شبكاتها الاجتماعية لمدة شهرين.

## منهجية الدراسة:

### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي تهتم بالوصف المجرد والمقارن لمختلف جوانب الظاهرة، بما في ذلك استخدامات وسائل الإعلام والتفضيلات والاهتمامات، ووصف النظم والمؤسسات الإعلامية والاتجاهات وغيرها، إضافة لاهتمامها بوصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين مختلف عناصر العملية الاتصالية<sup>32</sup>، بالاعتماد على أسلوب بحثي كفي وهو دراسة الحالة؛ وذلك لما تتسم به الدراسة من تناولها لموضوعات حاضرة، مع تركيزها على دراسة وحدة معينة (جامعة الدول العربية)، إضافة لأنها تعد من أفضل الأساليب للحصول على المعلومات الأولية للظاهرة، بما يتطلب البحث المتعمق والمركز للخروج بوصف الظاهرة من مختلف الجوانب<sup>33</sup>، وذلك برصد وتحليل طبيعة الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية، كما تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي؛ من خلال المسح الكمي والكيفي لمضامين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، ورصد أشكال تفاعل الجمهور معها، من جانب آخر تستفيد الدراسة من الأسلوب المقارن وذلك بمقارنة أداء الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية مع أداء الإعلام الرقمي لغيرها من المنظمات الإقليمية الأخرى.

### مجتمع الدراسة:

تحاول الدراسة مقارنة أداء الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية مع غيرها من المنظمات الإقليمية؛ ونظرا لانتشار المنظمات الإقليمية بأعداد كبيرة فإنه تم اختيار رابطة جنوب شرق آسيا والاتحاد الأفريقي؛ لمقارنة أداء الإعلام الرقمي لهما مع أداء الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية؛ وذلك نظرا للتشابه بين المنظمات الثلاث من حيث تشكلها ببلدان العالم الثالث بهدف الحفاظ قدر الإمكان على هويتها الوطنية والإقليمية وتحقيق التعاون في مجالات مختلفة بين أعضائها<sup>34</sup>، فمن ثم يتمثل مجتمع الدراسة في الإعلام الرقمي للمنظمات الثلاث وهي كالاتي:

- **جامعة الدول العربية: League of Arab States** بدأت فكرتها بعد دعوة مصر لعدد من الدول العربية لما عرف بمشاورات الوحدة عام 1942م، والتي خلصت بتوقيع بروتوكول الإسكندرية لرؤساء حكومات مصر وشرق الأردن وسوريا والعراق ولبنان في عام 1944م، ثم لحقت بهما السعودية واليمن عام 1945م، كما تم التوقيع على ميثاق الجامعة عام 1945م والذي تألف من عشرين مادة، وفي العام نفسه عُين عبد الرحمن عزام كأول أمين عام لجامعة الدول العربية، والذي كان له دورا بارزا في ذلك الوقت لإخراج الصيغة النهائية لميثاق الجامعة<sup>35</sup>، وفي الوقت نفسه لم تعارض بريطانيا إقامة وحدة عربية، بل حرصت على دعمها بشكل لا يتعارض مع سياستها في المنطقة وتمشيا مع أهدافها الإستراتيجية؛ لإبعاد نفوذ دول أجنبية عن المشرق العربي ولضمان التكاتف بين الحلفاء في الحرب العالمية الثانية<sup>36</sup>، ولقد وصل عدد أعضاء جامعة الدول العربية إلى 22 دولة<sup>37</sup>.



- **الاتحاد الأفريقي African Union**: وهي منظمة قارية عدد أعضائها 55 دولة بالقارة الأفريقية، تم إنشائها رسميا عام 2002م خلفا لمنظمة الوحدة الأفريقية (1963م-1999م)، وللاتحاد الأفريقي أهدافه العديدة كتحقيق قدر من الوحدة والتضامن بين دول أفريقيا وشعوبها، مع الدفاع عن سيادة الدول الأعضاء، والسلامة الإقليمية والاستقلال، مع تشجيع التعاون الدولي وتحقيق تكامل سياسي واجتماعي واقتصادي للقارة الأفريقية<sup>38</sup>.
- **رابطة جنوب شرق آسيا (ASEAN)**: تأسست عام 1967م بالعاصمة التايلاندية "بانكوك" وتعرف الرابطة باسم آسيان، وتضم عشرة دول أعضاء بمنطقة جنوب شرق آسيا، وأبرز أهدافها تحقيق التعاون بين الأعضاء في مختلف المجالات الاقتصادية واجتماعيا وثقافيا وتقنيا وتعليميا وغيرها مع تعزيز السلام والاستقرار الإقليميين<sup>39</sup>.

### عينة الدراسة:

نظرا لتعدد أشكال الإعلام الرقمي بالمنظمات الثلاث، والتي تتمثل في الموقع الرسمي للمنظمة وعدد من الروابط التي تنتسب منه كالهياكل التنظيمية والشركاء والمشاريع وروابط أخرى، إضافة إلى عدد من شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بكل منظمة على حدة؛ فإن الدراسة تهتم بالموقع الرسمي للمنظمات الثلاث للتعرف على أبرز الأدوات التفاعلية التي توظفها لتحقيق بعد تعدد الخيارات للمستخدم، إضافة إلى رصد طبيعة الشبكات الاجتماعية التي توظفها هذه المواقع الرسمية للتواصل مع الجمهور، ولصعوبة تحليل جميع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي التي توظفها المواقع الرسمية لهذه المنظمات؛ تم اختيار منشورات شبكة فيسبوك كنموذج؛ وذلك نظرا لما تمتلكه هذه الشبكة من أدوات تفاعلية عديدة والتي يمكن من خلالها التعرف على أشكال تفاعل الجمهور وقياس درجة هذه التفاعلات، وباعتبارها أيضا من الشبكات التي تحظى بمتابعة أعداد كبيرة من الجمهور، وذلك وفق دراسة استطلاعية أجراها الباحث للبيانات المسجلة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لهذه المنظمات\*، وتتمثل عينة الدراسة التحليلية من جميع المنشورات التي تم نشرها على شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث خلال شهرين اعتبارا من: 2022/12/1م وحتى 2023/1/31م، ويمكن توضيح مواصفات عينة الدراسة من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (1) يوضح مواصفات عينة الدراسة للمنظمات الثلاث

المشورات	رابط الموقع الإلكتروني	المنظمة
102	<a href="http://www.lasportal.org/ar/Pages/default.aspx">http://www.lasportal.org/ar/Pages/default.aspx</a>	جامعة الدول العربية
	<a href="https://www.facebook.com/arab.league">https://www.facebook.com/arab.league</a>	شبكة فيسبوك
142	<a href="https://asean.org">/https://asean.org</a>	رابطة جنوب شرق آسيا
	<a href="https://www.facebook.com/aseansecretariat">https://www.facebook.com/aseansecretariat</a>	شبكة فيسبوك
56	<a href="https://au.int">/https://au.int</a>	الاتحاد الأفريقي
	<a href="https://www.facebook.com/AfricanUnionCommission">https://www.facebook.com/AfricanUnionCommission</a>	شبكة فيسبوك

توضح بيانات الجدول رقم (1) مواصفات عينة الدراسة من حيث عناوين روابط المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث الخاضعة للرصد، وعدد المنشورات الخاصة بكل منظمة والتي تم

نشرها عبر شبكة فيسبوك لكل منظمة على حدة خلال الفترة الزمنية الخاصة بالدراسة، وبلغ عددها 300 منشورا، بواقع 142 منشورا لرابطة جنوب شرق آسيا و102 منشورا لجامعة الدول العربية و56 منشورا للاتحاد الأفريقي، ومن خلال عناوين روابط المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث، يلاحظ طول عنوان رابط الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية وعدم دلالاته، مقارنة بعنوان رابط الموقع الرسمي لكل من المنظمتين الأخريين مع تميزهما بعنوان أكثر دلالة وذلك باستخدام حروف مختصرة لهما هي: (asean) بمعنى آسيان وهو اختصار لرابطة جنوب شرق آسيا، و (au) اختصارا لـ African Union أي الاتحاد الأفريقي.

### أداة جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على تحليل المضمون لجمع البيانات، كأسلوب علمي يسعى لوصف المحتوى الظاهر والصريح للمادة الإعلامية الخاضعة للتحليل<sup>40</sup>، ولقد تم تصميم صحيفة تحليل المضمون، وتم تقسيمها إلى عدة فئات بما يتناسب مع تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

### وحدات التحليل:

تعتمد الدراسة على وحدتين للتحليل هما:

- 1- وحدة الموقع: وتتمثل في الموقع الرسمي وموقع شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث.
- 2- وحدة المنشور: أو ما يعرف بالبوست "Post" عبر شبكة فيسبوك، بما يسمح بسهولة العد والقياس لرصد وتحليل كل منشور على حدة؛ وذلك للخروج بنتائج عامة على مستوى المنظمات الثلاث، ثم توضيح النتائج الخاصة بكل منظمة على حدة.

### فئات التحليل:

تم تقسيم فئات التحليل إلى أربعة محاور وهي كالآتي:

**المحور الأول: قياس أدوات تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث:** وفي هذا الإطار أعد الباحث مقياسا يتكون من 14 درجة تمثل أدوات ترتبط بتفاعلية المواقع الإلكترونية، والتي تعرف بأدوات تحقق بعد تعدد الخيارات وهو أحد أبرز الأبعاد الذي اعتمدت عليه دراسات سابقة<sup>41</sup> استهدفت قياس تفاعلية المواقع الإلكترونية وفق نموذج كاري هيتز "Carrie Heeter" والذي يقيس تفاعلية المواقع بشكل عام من خلال ستة أبعاد أولها وأبرزها الأدوات التي تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم، وتستهدف الدراسة التعرف على أدوات تفاعلية بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث، والتي يتوافق أغلبها مع ما نموذج هيتز، وتتمثل هذه الأدوات في الآتي:

تعدد اللغات، خريطة الموقع، وسائط فائقة وهي: (النص الفائق، الصور، ملفات صوت، الفيديو)، ومحركات البحث الداخلي: ( بحث بسيط، بحث متقدم)، وأدوات التواصل مع الجمهور (البريد الإلكتروني، وسائل تواصل اجتماعي، هاتف/فاكس، عنوان بريدي)، وكذلك أرشيف الموقع، وخدمته الإخبارية.

### المحور الثاني: رصد شبكات التواصل الاجتماعي الموظفة بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث.

وذلك برصد أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي يتم توظيفها وأعداد متابعيها.

### المحور الثالث: تقييم أداء شبكة فيسبوك كنموذج للمنظمات الثلاث: ويشمل:

أولاً: كثافة النشر: وذلك بالتعرف على كثافة النشر بكل شبكة وفق كل شهر على حدة.

ثانياً: طبيعة القضايا: وتم تقسيمها إلى قسمين كالآتي:

أ- التقسيم موضوعي: لأربع فئات وفقاً لمجال المنشور وهي: (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، قضايا أخرى).

ب- التقسيم جغرافي: لأربع فئات أيضاً وفقاً للمكان الذي يتناوله المنشور وهي: (لدولة عضو، لدولة غير عضو، إقليمية، دولية).

ثالثاً: أبرز الوسائط المتعددة المستخدمة: وتم تقسيمها إلى: (النص الفائق، الصور، الفيديو، الهاشتاج)، ويجدر الإشارة إلى أن الهاشتاج (#) هو وسم يتم استخدامه في كثير من وسائل التواصل الاجتماعي، والذي أصبح أداة محورية ودعائية، كما أنه يساعد في وصول المنشور إلى الأشخاص المهتمين بالموضوع التي يتضمنها هذا المنشور<sup>42</sup>.

### المحور الرابع: رصد أشكال التفاعل للمتابعين عبر شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث:

ونظراً لتعدد الأشكال التفاعلية التي تتيحها شبكة فيسبوك للمتابعين؛ صمم الباحث مقياساً لرصد أشكال تفاعل المتابعين عبر شبكة فيسبوك من خلال تقسيم أشكال التفاعل لثلاث أنواع كالآتي:

أ- تفاعلات تتعلق بمشاعر المتابعين نحو المنشور: وصنفت لثلاثة أنواع:

• مشاعر إيجابية: ولها ثلاث درجات مرتبة تصاعدياً وهي: الإعجاب، الحب، الدعم.

• مشاعر سلبية: ولها درجتان رُتبنا تصاعدياً وتتمثل في: الحزن، الغضب.

• مشاعر أخرى: ويقصد بها المشاعر غير الصريحة من حيث التعبير عن القبول والرفض وتشتمل على: الضحك والدهشة؛ وقد لاحظ الباحث أن أغلب التفاعلات بالضحك والدهشة يتم استخدامها كثيراً للتعبير عن التهكم، باستثناء المنشورات التي تشتمل على موضوعات يمكن أن ينتج عنها مشاعر واضحة للضحك أو الدهشة، والتي لاحظ الباحث ندرة استخدام مثل هذه الموضوعات في الخطاب الإعلامي للمنظمات الإقليمية؛ وذلك لتمييز أغلب موضوعاتها بالجدية.

ب- تفاعلات تتعلق بتوسيع نطاق المنشور: وتتمثل في سلوك إلكتروني للمتابعين بما قد ينتج عنه توسيع دائرة النشر والوصول بالمنشور إلى الآخرين وتنقسم لمستويين هما:

• المشاركة: من خلال مشاركة المتابع للمنشور على صفحته أو صفحة الغير.

- **الإشارة إلى صديق:** ويقصد بها ذكر اسم المتابع لمستخدم آخر سواء فرد أو مؤسسة وذلك بهدف لفت الانتباه حول الموضوع المنشور.
- ج- **تفاعلات تتعلق بوجهات نظر المتابعين:** وتتمثل في التعليقات التي يدونها المتابعون على المنشور، وتم تقسيم هذه التعليقات إلى عدة فئات كالآتي:
- **التعليقات المؤيدة:** ويقصد بها التعليقات التي تعبر عن تأييد المنشور، بالثناء عليه أو التأكيد على أهميته أو أي أسلوب يؤكد على تأييد المنشور.
- **التعليقات المعارضة:** وهي التي تعبر صراحة عن رفض المنشور.
- **التعليقات المحايدة:** وهي تعليقات تحمل وجهة نظر موضوعية مرتبطة بالموضوع وغير مؤيدة أو معارضة بشكل صريح.
- **التعليقات الاستفهامية:** وهي التعليقات التي يتقدم من خلالها المتابعين بسؤال أو طلب سواء للقائمين على الموقع أو لأحد المتابعين أو سؤال عام.
- **الردود:** أي الاستجابات بالرد لاستفسار المتابعين سواء جاءت هذه الاستجابات من الموقع أو من متابعين آخرين.
- **التعليقات المبهمة:** ويقصد بها التعليقات التي لا ترتبط بموضوع المنشور.
- **التعليقات المخفية:** أي التعليقات التي احتسبها عداد الموقع، ولكنها غير ظاهرة؛ وقد تختفي نتيجة للحذف أو الاكتفاء بعرض التعليقات الأكثر ملائمة.

### إجراءات الصدق والثبات:

تعتمد الدراسة على الصدق المنطقي أو صدق المحتوى، من خلال تحديد فئات التحليل بالاستفادة من الدراسات السابقة بشكل مباشر أو غير مباشر، وبما يمكن من خلاله ملاحظة أن الأداة بها قدر مقبول من الصدق والصلاحية للتطبيق<sup>43</sup>، كما اعتمد الباحث على الصدق الظاهري بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين\*\* وذلك للتأكد من مدى صلاحية الأداة وتوافقها مع أهداف وتساؤلات الدراسة، ولقد أبدى الأساتذة المحكمون بعض التعديلات والملاحظات، ومن ثم تم إجراء هذه التعديلات والملاحظات بما في ذلك الحذف والإضافة لبعض فئات التحليل، وفي إطار التأكد من ثبات الأداة اعتمد الباحث على أسلوب إعادة التطبيق، وذلك بإجراء تحليل مبدئي لعدد 30 منشورا بواقع 10 منشورات لكل منظمة على حدة، ثم إعادة التحليل بعد أسبوعين، وتبين وجود اتفاق كبير بين نتائج التحليلين بنسبة 93.0%؛ مما يشير لنسبة ثبات عالية في عملية التحليل.

### المصطلحات والتعريفات الإجرائية:

- **التفاعلية:** وهي مفتاح التأثير على الاستخدام وزيادة التلقي بفعل التقنيات الإعلامية الجديدة، ويقصد بها النشاط الذي ينعكس من خلاله قدرة كل من الوسيلة والقائم بالاتصال للتواصل الفعال مع المتلقين، إضافة للمشاركة الفعالة للمتلقي في العملية الاتصالية، وهي

أيضا نشاط على الشبكة العنكبوتية يتجاوز رد الفعل ويتحقق بأشكال محددة وعديدة، والمعلومات التفاعلية تندفق بخطوتين؛ حيث يقوم المرسل بتوجيه الرسالة إلى المتلقين كما أن هؤلاء المتلقين قادرون على القيام بذلك أيضا<sup>44</sup>، أي أنه يمكن تبادل الأدوار في العملية الاتصالية.

- **المنظمات الإقليمية:** هيئات دائمة تضم مجموعة من الدول ضمن منطقة جغرافية معينة، وتجمعهم مصالح مشتركة وتقارب ثقافي ولغوي وروحي، وتتعاون هذه الدول لحل ما قد ينشأ من منازعات سلميا، ولحماية مصالحها ولتنمية علاقاتها الاقتصادية والثقافية<sup>45</sup>.
- **المتابعين:** ويقصد بهم الأشخاص الذين يتابعون المواقع الإلكترونية سواء كانوا مسجلين عبر هذه المواقع أو الذين يقومون بنشاط ما كالتعليق أو المشاركة أو غير ذلك.

### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory :

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية ثراء وسائل الإعلام، والتي قدمها الباحثان الأمريكيان ريشارد دافت "Richard L.Daft" وروبيرت لينجل "Robert H.Lengel" عام 1984م، وذلك في إطار وصف وتقييم وسائل الإعلام داخل المنظمات؛ بهدف التغلب على ما يواجه الاتصال من تحديات كالرسائل غير الواضحة أو المتناقضة، ويرى الباحثان أن الثراء ناتج من عدة خصائص تتمثل في: القدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة في آن واحد، وتيسير الفورية المتعلقة برفع الصدى، إضافة إلى جذب التركيز الشخصي واستخدام لغة طبيعية<sup>46</sup>، وبالرغم من أن هذه النظرية من النظريات التي تنتمي لحقبة الثمانينات أي قبل انتشار الإنترنت كما هو الآن، إلا أنها حظيت باهتمام العديد من الباحثين مع التحول الكبير الذي شهده الاعتماد على التواصل الإلكتروني وتفاعلاته العديدة، وترتكز نظرية ثراء وسائل الإعلام على فرضية أساسية وهي: أن وسائل الاتصال بمختلف أنواعها تمتلك سمة الثراء، ولكن بدرجات مختلفة بما يجعلها أقل أو أكثر فعالية كمصدر للمعلومات والمعرفة<sup>47</sup>، كما تستخدم هذه النظرية في دراسة المعايير الخاصة باختيار وسائل الإعلام التكنولوجية، وذلك تبعا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وبحسب هذه النظرية فإن رجوع الصدى الذي توفره وسائل الإعلام يجعلها أكثر ثراء، وأن امتلاك الوسائل الإعلامية والتكنولوجية لقدر كبير من البيانات والمعلومات مع تنوع مضامينها يؤدي لإزالة الغموض والشك، ووفقا لهذه النظرية فإن الشبكات الاجتماعية تعد من وسائل الاتصال الثرية؛ لامتلاكها قدرا كبيرا من المعلومات إضافة لتنوع مضامينها بما يمكن من خلالها تحقق إزالة الغموض والشك للمتلقين<sup>48</sup>، وجوهر هذه النظرية أن الأشخاص يميلون لاختيار الوسائط الاتصالية بناء على إدراكهم لثرائها، وأن القيود والمعوقات التي يواجهها هؤلاء الأشخاص لاختيار الوسائط تجعلهم يتوجهون نحو اختيار وسائط أقل ثراء<sup>49</sup>، ويرى الباحث رغم أن هذه النظرية تصف الاتصال وجها لوجه بأنه أكثر فاعلية مما يزيد من ثراء الاتصال الشخصي المباشر، إلا أن الأمر يختلف مع ما توفره وسائل الإعلام الرقمي من آليات تفاعلية عديدة تتميز بسرعتها وتوافق دلالتها بين أغلب متابعيها، بل وقدرتها على تخطي حاجز اللغة بسهولة ويسر.

من جانب آخر حدد متخصصون ستة معايير في الثراء الإعلامي والتي يمكن من خلالها قياس الثراء المعرفي والاتصالي للوسيلة الإعلامية وهي كالاتي<sup>50</sup>:

1. تمكين المرسل لإجراء تعديل وتجويد وإبراز معاني ودلالات الرسالة قبل الإرسال للمتلقي.
2. الفورية في رجع الصدى بأساليب مختلفة للتعبير عن رفض أو قبول المتلقي للرسالة.
3. إمكانية تعدد الرموز اللفظية وغير اللفظية للرسالة.
4. إتاحة إمكانية التصحيح للمستخدم أثناء الاتصال والتبادل للمعلومات والأفكار وغيرها.
5. القدرة على القيام بتواصل متزامن مع أكثر من مستخدم في آن واحد.
6. إمكانية تصميم الرسائل بما يتوافق وتفضيلات المتابعين أو تلبية الاحتياجات الاتصالية.

ويعتمد الباحث على نظرية ثراء وسائل الإعلام؛ للاستفادة منها في محاولة الكشف عن مدى الثراء الذي يتميز به الإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية وغيرها من المنظمات كوسيلة تفاعلية تتيح الكثير من المعلومات وتسمح للجمهور بالتعبير عن آرائه واتجاهاته بأشكال تفاعلية مختلفة.

### الإعلام الرقمي كوسيلة تفاعلية للمنظمات:

تحرص العديد من المنظمات على الاستفادة من تقنيات الإعلام الرقمي في تقديم رسائلها وخدماتها إلى الجمهور؛ وذلك بامتلاكها العديد من المواقع الإلكترونية، والذي أصبح يعرف عادة بالموقع الرسمي للمنظمة أو بوابتها الإلكترونية، والتي لها وظيفتين رئيسيتين هما: التجميع والتقديم للمعلومات التي يتم تقديمها للجمهور بالإضافة لخدماتها المتنوعة، كما أن لها خصائصها وسماتها الخاصة كالتنظيم للوصول إلى مختلف الموضوعات بسهولة ويسر، إضافة إلى سرعتها مع توفيرها لزوار الموقع أغلب ما يبحثون عنه من معلومات وخدمات<sup>51</sup>، ويوجد العديد من المؤشرات التي يمكن أن تعتمد عليها المنظمات لقياس مدى تسويق مواقعها الإلكترونية ومرور الجمهور عليها وتفاعله معها كعدد الزيارات المتكررة للموقع، وعدد الدقائق التي يقضيها المستخدم<sup>52</sup>، وكذلك من خلال التعليقات أو بنقر المتابعون على أيقونات التعبير، بما يسهل معها قياس ردود الأفعال وفهم آراء واتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة، والتي على إثرها قد تغير هذه المنظمات خطابها بل وسياستها بما يتناسب وكسب الجمهور وبما يحقق أهدافها، كما قد يتم اللجوء لتحسين محركات البحث (SEO) والذي قد يؤثر على تصنيف المواقع بإضافة المحتوى الذي يتميز بأهميته وحدائته وانفراده بشكل منتظم<sup>53</sup>.

### جامعة الدول العربية وخطابها الإعلامي:

يستهدف ميثاق جامعة الدول العربية منذ نشأتها تدعيم العلاقات العربية واحترام الاستقلال والسيادة وبما يضمن تحقيق الصالح للبلاد العربية<sup>54</sup>، وحتى وقتنا الحالي تعاقب على تقلد أمانة جامعة الدول العربية ثمانية أمراء منذ نشأتها مرتين كما في الشكل الآتي:\*\*\*



شكل رقم (1) يوضح ترتيب أمناء جامعة الدول العربية منذ نشأتها

ومن خلال الشكل السابق يتبني ملاحظة الآتي:

- أن جنسية جميع أمناء جامعة الدول العربية مصرية باستثناء "الشاذلي القليبي" فهو تونسي الجنسية والذي تقلد المنصب لمدة أحد عشر عاما اعتبارا من 1979 وحتى 1990م؛ وهي فترة ارتبطت بردود فعل عربية ضد مصر بسبب اتفاقية كامب ديفيد.
  - تباينت مدد تقلد منصب أمين عام الجامعة قبل عام 1991 ما بين سبعة أعوام إلى عشرين عاما.
  - يعد "محمد عبد الخالق حسونة" حتى الآن هو أكثر الأمناء تقلدا لمنصب الأمين العام من حيث المدة والتي بلغت 20 عاما اعتبارا من 1952 وحتى 1972م، ويجدر الإشارة أن هذه الفترة شهدت أحداثا عربية هامة بالوطن العربي كالعنوان الثلاثي على مصر، وحركات التحرر العربي من الاستعمار وحرب 1967، وحرب الاستنزاف وغيرها.
- ويجدر الإشارة إلى أنه في إطار عمل جامعة الدول العربية فإن لها العديد من الأنشطة التي تقوم بها على المستوى الإقليمي والتي تتنوع ما بين أنشطة سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وغيرها، إلا أن هناك نظرة محدودة بأن دور الجامعة يقتصر على حل النزاعات والقضايا الإقليمية الكبرى وعلى رأسها القضية الفلسطينية، ولأهمية هذه القضية وغيرها من القضايا؛ يلاحظ ردود الأفعال والتوقعات الشعبية المبالغ فيها حيال اجتماعات وقرارات الجامعة، والتأرجح ما بين طموحات وآمال عديدة لما هو مشترك مثل: سوق، جيش، وحدود عربية مشتركة، وبين توجيه اللوم للجامعة نحو عدم تناسب ردود أفعالها إزاء بعض القضايا مع الانتقادات القوية بل والإحباط أحيانا؛ ومن الإنصاف توضيح أن مسؤولية الجامعة في هذا ليست مسؤولية مطلقة؛ فعدم التزام أي من أعضائها بالعمل العربي المشترك وأهدافه قد يكون هو المسئول الأكبر، وخاصة في ظل عدم امتلاك الجامعة لإرادة ملزمة على أعضائها<sup>55</sup>؛ وهو ما يستوجب التعريف باختصاصات الجامعة وآليات عملها، والذي يمكن أن يتأتي من خلال خطاب إعلامي يتطلب تقديمه بأسلوب يتناسب ومختلف المستويات الثقافية، وتوضيح النجاحات التي حققتها الجامعة في مختلف القضايا العربية، فعلى سبيل المثال، وبالنظر إلى الأدوار التي قامت بها الجامعة في حل النزاعات العربية فإنها استطاعت حل بعضها، في

حين لم يتم تسوية أي من النزاعات العربية في إطار الأمم المتحدة؛ وهو ما يؤكد على قدرة جامعة الدول العربية على إحداث نوع من التوافق العربي العربي<sup>56</sup>، من جانب آخر وبالنظر إلى خطاب الهوية العربية، فإنه كغيره من الخطابات التي تعبر عن إشكالية تحتاج للمراجعة والتحليل بل وتقويمها أحيانا؛ والذي يتطلب إستراتيجية للوحدة عن طريق الاندماج كهيمنة ثقافة محددة مع الاحتفاظ بتنوع الأطر الثقافية الخاصة<sup>57</sup>، ويرى الباحث أن المحتوى الرقمي لجامعة الدول العربية يمكن أن يقوم بدور كبير في تقويم الصورة الذهنية للهوية العربية؛ وذلك لما قد يتضمنه من موضوعات وقضايا؛ فهذا المحتوى في إطاره العام قد يضم علوم ومعارف وتراث وفنون وثقافة تعبر بأسلوب فعال عن الهوية العربية<sup>58</sup>.

### نتائج الدراسة:

**المحور الأول: قياس أدوات تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث:**

جدول رقم (2) يوضح أدوات تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث

الاتحاد الأفريقي	رابطة جنوب شرق آسيا	جامعة الدول العربية	اسم الموقع	أدوات بعد تعدد الخيارات
1	1	-	تعدد اللغات	
-	1	-	خريطة للموقع	
1	1	1	النص الفائق	الوسائط الفائقة
1	1	1	الصور	
1	1	-	ملفات صوت	
1	1	1	الفيديو	
1	1	1	بحث بسيط	محركات البحث
1	1	-	بحث متقدم	
1	1	1	البريد الإلكتروني	أدوات التواصل مع الجمهور
1	1	1	وسائل تواصل اجتماعي	
1	1	1	هاتف/فاكس	
1	1	1	عنوان بريدي	
1	1	1	أرشيف	
1	1	1	خدمة إخبارية	
13	14	10	المجموع 14	
92.9	100	71.4	النسبة	



يوضح الجدول رقم (2) مدى توافر عدد من الأدوات التي تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم، والتي تم رصدها بالصفحة الرئيسية للمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث (خلال فترة الدراسة) وجاءت النتائج كالآتي:

○ **على مستوى المنظمات الثلاث:** توضح النتائج توافر أدوات تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم بنسب متباينة؛ حيث احتل موقع رابطة جنوب شرق آسيا المرتبة الأولى بنسبة 100%، يليه موقع الاتحاد الأفريقي في المرتبة الثانية بنسبة 92.9%، ثم موقع جامعة الدول العربية في المرتبة الثالثة بنسبة 71.4%.

○ **على مستوى كل منظمة على حدة:**

● **جامعة الدول العربية:** يعتمد الموقع الرسمي لجامعة على توظيف أدوات تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم، كالاتياعتماد على النص الفائق والذي يحيل المستخدم لعدد من الروابط سواء للهيكل التنظيمية أو لمختلف الموضوعات، كما تتضمن الموقع على الفيديوهات والصور التي تهتم بتوضيح مختلف أنشطة الجامعة، من ناحية أخرى لا تحتوي الصفحة الرئيسية على ملفات الصوت وما يعرف بالبودكاست، من جانب آخر يكتفي الموقع بمحركات البحث البسيط، مع عدم اعتماده على محركات البحث المتقدم، وفيما يتعلق بأدوات التواصل مع الجماهير فإن الموقع يعتمد على عدة آليات تتمثل في البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي والهاتف والفاكس والعنوان البريدي، من جانب آخر يشتمل الموقع على أرشيف خاص بقمم الجامعة والعديد من الاجتماعات والوثائق والإصدارات، كما يوفر خدمة إخبارية من خلال تقديمه لمجموعة من الأخبار والبيانات المدعمة بالصور، إلا أن الموقع لا يتوافر فيه تعدد اللغات ويعتمد على اللغة العربية فقط؛ وهو ما يظهر الحاجة إلى تعدد اللغات للوصول لمختلف الثقافات والمجتمعات، من جانب آخر لا يوفر الموقع خريطة تفاعلية له، رغم أن وجودها يسهل خيارات تصفح المستخدم؛ حيث يمكن من خلالها تجميع روابط البحث الخاصة بالموقع.

● **رابطة جنوب شرق آسيا:** تميز موقعها الرسمي بتوافر جميع الأدوات التفاعلية الخاضعة لل رصد، كاعتماده على أكثر من لغة ووجود خريطة للموقع، وتوظيفه لمختلف الوسائط من خلال الصفحة الرئيسية، كالنص الفائق والصور والفيديو وملفات الصوت والمدرجة ضمن مدونات (البودكاست)، إضافة لتوافر محركات البحث بنوعيه البسيط والمتقدم، وأدوات التواصل مع الجمهور، وأرشيف خاص بأنشطة الرابطة والكتب والمسلسلات، من جانب آخر يقدم الموقع خدمة إخبارية محدثة ومدعمة بالصور في صدارة الصفحة الرئيسية.

● **الاتحاد الأفريقي:** يعتمد موقعها الرسمي بوضوح على تعدد اللغات كالإنجليزية والعربية والفرنسية والبرتغالية والإسبانية وغيرها، وكذلك توظيف مختلف الوسائط المتعددة من خلال أيقونات فيديو وملفات صوت وصور، مع إتاحة أيقونة بعنوان (أكثر) وذلك لتسهيل وصول المستخدم للمزيد من هذه الوسائط؛ وهو ما قد يسهم في توفير البدائل المختلفة للمستخدم ويثرى الوسيلة، ورغم ما يتميز به الموقع من تنظيم وتنسيق، لم يلاحظ الباحث وجود أيقونة خاصة بخريطة للموقع، في حين تميز باعتماده على محركات البحث البسيط

والمتقدم، وتوفيره لمختلف أدوات التواصل مع الجمهور، وتوافلا أرشيف خاص بمختلف الموضوعات بما في ذلك المعاهدات والوثائق والتقارير وغيرها، وتقديمه خدمات إخبارية عديدة والتي يأتي في مقدمتها شريط إخباري أعلى الصفحة الرئيسية.

### المحور الثاني: رصد شبكات التواصل الاجتماعي الموظفة بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث:

جدول رقم (3) يوضح شبكات التواصل الاجتماعي الموظفة بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث.

المجموع		المواقع الرسمية للمنظمات						شبكات التواصل الاجتماعي
		الاتحاد الأفريقي		رابطة جنوب شرق آسيا		جامعة الدول العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
51.4	1523677	37.1	592000	69.8	857000	52.6	74677	فيسبوك
40.1	1190015	61.0	973007	13.1	161007	39.4	56001	تويتر
4.8	142003	0.7	11003	10.7	131000	0	0	انستجرام
2.4	72610	0	0	5.3	64448	5.7	8162	لينكد إن
1.2	35075	1.1	18008	1.1	14006	2.2	3061	يوتيوب
0.1	357	0.1	305	0	0	0.1	52	فيلكر
100	2.963.737	100	1.594.323	100	1.227.501	100	141.953	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (3) أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي توظفها المنظمات الثلاث بمواقعها الرسمية وأعداد متابعيها، وذلك وفقا للبيانات المسجلة على صفحات هذه الشبكات حتى يوم الخميس الموافق 2023/1/19، ولقد جاءت النتائج كالاتي:

○ **على مستوى المنظمات الثلاث:** بلغ عدد المتابعين المسجلين بشبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الثلاث (2.963.737) مليونان وتسعمائة وثلاثة وستون ألفا وسبعمائة وسبعة وثلاثون متابعيا، جاء عدد متابعي شبكات الاتحاد الأفريقي في المرتبة الأولى والذي بلغ (1.594.323) مليون وخمسمائة وأربعة وتسعون ألفا وثلاثمائة وثلاثة وعشرون، ثم متابعي شبكات رابطة جنوب شرق آسيا في المرتبة الثانية بعدد (1.227.501) مليون ومئتان وسبعة وعشرون ألفا وخمسمائة وواحد، وجاء عدد متابعي شبكات جامعة الدول العربية في المرتبة الثالثة وبلغ (141.953) مائة وواحد وأربعون ألفا وتسعمائة وثلاثة وخمسون، وفيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة، احتلت شبكة فيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 51.4%، يليها في المرتبة الثانية شبكة تويتر بنسبة 40.1%، ثم انستجرام في المرتبة الثالثة بنسبة 4.8%، ثم لينكد إن في المرتبة الرابعة بنسبة 2.4%، يليها يوتيوب في المرتبة الخامسة بنسبة 1.2%، ويلها فيلكر في المرتبة السادسة بنسبة 0.1%.

○ على مستوى كل منظمة على حدة:

- **جامعة الدول العربية:** جاءت شبكة فيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة 52.6%، يليها تويتر في المرتبة الثانية بنسبة 39.4%، ثم لينكد إن في المرتبة الثالثة بنسبة 5.7%، ثم يوتيوب في المرتبة الرابعة بنسبة 2.2%، وجاءت شبكة فيلكر في المرتبة الخامسة بنسبة 0.1%، في حين لا يوظف الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية شبكة انستجرام.
  - **رابطة جنوب شرق آسيا:** احتلت شبكة فيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 69.8%، يليها شبكة تويتر في المرتبة الثانية بنسبة 13.1%، ثم شبكة انستجرام في المرتبة الثالثة بنسبة 10.7%، وجاءت لينكد إن في المرتبة الرابعة بنسبة 5.3%، ويليهما يوتيوب في المرتبة الخامسة بنسبة 1.1%، ولا يوظف الموقع الرسمي لرابطة جنوب شرق آسيا شبكة فيلكر.
  - **الاتحاد الأفريقي:** احتلت شبكة تويتر المرتبة الأولى بنسبة 61.0%، وجاءت شبكة فيسبوك في المرتبة الثانية بنسبة 37.1%، ثم يوتيوب في المرتبة الثالثة بنسبة 1.1%، يليها انستجرام في المرتبة الرابعة بنسبة 0.7%، وجاءت شبكة فيلكر في المرتبة الخامسة بنسبة 0.1%، ورغم وجود أيقونة لشبكة لينكد إن ضمن الشبكات الاجتماعية للاتحاد الأفريقي إلا أنها غير مفعلة.
- ومما سبق يتضح أن المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث اعتمدت على عدد من شبكات التواصل الاجتماعي متشابهة إلى حد ما، وبالرغم من ذلك يوجد تفاوت بين عدد متابعيها، وأن شبكتي فيسبوك وتويتر هما الأعلى رتبا من حيث المتابعة بشكل عام، كما يلاحظ وجود شبكات لا توظفها المواقع الرسمية للمنظمات بشكل فردي؛ فالموقع الرسمي لجامعة الدول العربية لا يوظف شبكة "انستجرام"، والموقع الرسمي لرابطة جنوب شرق آسيا لا يوظف شبكة "فيلكر"، كما أن أيقونة "لينكد إن" بالموقع الرسمي للاتحاد الأفريقي غير مفعلة، ويجدر الإشارة إلى أن شبكة فيسبوك حظيت باهتمام كبير من المتابعين والتي احتلت المرتبة الأولى في كل من الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية ولرابطة جنوب شرق آسيا، في حين جاءت شبكة فيسبوك في المرتبة الثانية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي التي يوظفها الموقع الرسمي للاتحاد الأفريقي؛ ومن ثم يمكن تقييم شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث كنموذج لشبكات التواصل الاجتماعي الموظفة بالمواقع الرسمية للمنظمات الثلاث، والتي يمكن توضيح نتائجها من خلال المحاور اللاحقة كالآتي:
- المحور الثالث: تقييم أداء شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث:**  
**أولاً: كثافة النشر:**

جدول رقم (4) يوضح كثافة النشر بشبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث

المجموع		الاتحاد الأفريقي		رابطة جنوب شرق آسيا		جامعة الدول العربية		المنظمة
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	تاريخ النشر
179	59.7	45	80.4	64	45.1	70	68.6	ديسمبر 2022
121	40.3	11	19.6	78	54.9	32	31.4	يناير 2023
300	100	56	100	142	100	102	100	المجموع

توضح بيانات جدول رقم (4) تباين نتائج كثافة النشر بشبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث من حيث تاريخ النشر والتي جاءت كالآتي:

- على مستوى المنظمات الثلاث: جاء عدد منشورات شهر ديسمبر 2022 في المرتبة الأولى بنسبة 59.7%، يليها في المرتبة الثانية عدد منشورات شهر يناير 2023 بنسبة 40.3%.
- على مستوى كل منظمة على حدة:
- جامعة الدول العربية: احتل عدد منشورات شهر ديسمبر 2022 المرتبة الأولى بنسبة 68.6%، ثم منشورات شهر يناير في المرتبة الثانية بنسبة 31.4%.
- رابطة جنوب شرق آسيا: جاء عدد منشورات شهر يناير 2023 في المرتبة الأولى بنسبة 54.9%، وجاء عدد منشورات شهر ديسمبر 2022 في المرتبة الثانية بنسبة 45.1%.
- الاتحاد الأفريقي: جاء عدد منشورات شهر ديسمبر 2022 في المرتبة الأولى بنسبة 80.4%، يليها منشورات شهر يناير 2022 في المرتبة الثانية بنسبة 19.6%.

ومما سبق يتضح التباين في كثافة المنشورات من حيث تاريخ النشر، وهو ما يمكن ملاحظته بوضوح بشبكة فيسبوك لجامعة الدول العربية وبالاتحاد الأفريقي، وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب كالوقائع والأحداث والقضايا المثارة ونشاط المنظمة، خاصة وأن الفترة الزمنية للدراسة تمثل نهاية عام وبداية عام جديد، ويرى الباحث أن الأمر يتطلب التوازن في النشر ووضع حد أدنى وأقصى لعدد المنشورات، بما يتناسب وطبيعة الأحداث والقضايا المطروحة؛ وذلك لتجنب حدوث تشتت للجمهور.

#### ثانياً: طبيعة القضايا

#### أ- من حيث التقسيم الموضوعي:

جدول رقم (5) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث التقسيم الموضوعي للقضايا

المجموع		الاتحاد الأفريقي		رابطة جنوب شرق آسيا		جامعة الدول العربية		المنظمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نوع القضايا
37.0	111	19.6	11	34.5	49	50.0	51	اجتماعية
22.4	67	19.6	11	19.7	28	27.5	28	سياسية
21.3	64	23.3	13	25.4	36	14.7	15	اقتصادية
19.3	58	37.5	21	20.4	29	7.8	8	قضايا أخرى
100	300	100	56	100	142	100	102	المجموع

ومن بيانات الجدول رقم (5) يتضح التباين من حيث التقسيم الموضوعي للقضايا والتي جاءت بأنواع ونسب مختلفة كالآتي:

○ **على مستوى المنظمات الثلاث:** جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 37.0%، يليها القضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 22.4%، ثم القضايا الاقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة 21.3%، وجاءت فئة قضايا أخرى في المرتبة الرابعة بنسبة 19.3%، وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (جليلة عبد الله خلف 2014) من حيث أولوية المضامين السياسية والتي جاءت في المرتبة الأولى لثلاث بوابات إلكترونية هي (نسيج، محيط، البوابة)، في حين تتفق معها من حيث أولوية المضامين الاقتصادية والتي جاءت في المرتبة الثالثة.

○ **على مستوى كل منظمة على حدة:**

● **جامعة الدول العربية:** احتلت القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى بنسبة 50.0%، وكان من أبرزها قضايا تتعلق بالبحث العلمي والإسكان وهجرة العقول وقضايا المرأة والأسرة والشباب ومكافحة الجريمة، وقضايا تتعلق بمنظمات المجتمع المدني وحقوق الإنسان وغيرها، وجاءت القضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 27.5%، وذلك بتناول قضايا سياسية مختلفة من أبرزها القضية الفلسطينية كإدانة اقتحام الاحتلال الإسرائيلي للمسجد الأقصى ولمدينة جنين، والمشاورات السياسية بشأن الدستور الليبي، ومناقشة تداعيات الحرب الروسية الأوكرانية، والاهتمام بفاعليات القمة الصينية التي عقدت بالمملكة العربية السعودية وغيرها، كما جاءت القضايا الاقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.7%، ومن أبرزها حماية المستهلك بالدول العربية والتعاون في مجال الطاقة، والتجارة الحرة مع الاهتمام بفاعليات مؤتمر للنمو والتنمية المستدامة، وتقديم الخدمة الكهربائية وسبل تعزيز صناعتها، في حين جاءت فئة قضايا أخرى في المرتبة الرابعة بنسبة 7.8%، والتي تمثلت في إبراز النشرة الإعلامية للجامعة والتنسيق اللغوي كقضية ثقافية، والتدريب العسكري وغيرها.

● **رابطة جنوب شرق آسيا:** جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 34.5%، ومن أبرزها: قضايا تمكين الشباب، والضمانات المكفولة للعمال المهاجرين بالإقليم، والنقل الحضري ومساعدة صانعي القرار، وخطة عمل إقليمية حول السلامة والأمن، والأنشطة البدنية والتأهيل والتدريب، والدعوة للإنضمام لرابطة ضد الكوارث بالإقليم، والاحتفالات القومية الخاصة بدول الإقليم وغيرها، في حين جاءت القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة 25.4%، ومن أبرزها: الترويج السياحي لدول الرابطة، والإشادة بنجاح التجمعات التجارية للانتعاش الاقتصادي بعد جائحة كورونا، والتجارة الرقمية، وجهود لتحسين المنتج الزراعي، ومجال المعلومات والاتصالات كمصدر للاستثمار الأجنبي وغيرها، كما جاءت فئة قضايا أخرى في المرتبة الثالثة بنسبة 20.4%، والتي ركز أغلبها على الشؤون الخاصة بالرابطة كالاتحاد لتدعيمها، وترأس أندونيسيا للرابطة وتدعيم المسابقات الثقافية، وفعاليات ثقافية وبرامج للقدرات والتفكير الإبداعي والابتكار وغيرها، من جانب آخر جاءت القضايا السياسية في المرتبة الرابعة بنسبة 19.7%، ويجدر الإشارة إلى أن هذه الفترة شهدت تولى كاو كيم هورن Kao Kim Houn "كأمين عام جديد للرابطة؛ ومن ثم ركز العديد من المنشورات على

موضوعات تتعلق باستقباله لمختلف الممثلين السياسيين من منطقة جنوب شرق آسيا ومناطق مختلفة من أنحاء العالم كسفراء: الاتحاد الأوروبي، المملكة المتحدة، إيطاليا، صربيا، الصين، اليابان، الهند، أندونيسيا وغيرهم.

- **الاتحاد الأفريقي:** احتلت فئة قضايا أخرى المرتبة الأولى بنسبة 37.5%، والتي ركزت على برامج الزمالة للصحفيين عبر الحدود، وزمالة الاتحاد الأفريقي للقصص والإبداع، وتقديم مسابقات ثقافية حول المرأة في الإعلام، وصنع المحتوى والتسجيل لمنح مختلفة، في حين جاءت القضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 23.3%، ومن أبرزها تعيينات دبلوماسية جديدة ومقتل الناشط السياسي ثولاني ماسيكو "Thulani Maseko"، وبيانات بشأن الوضع السياسي بالكونغو الديمقراطية، والاهتمام ببيان الاتحاد الأوروبي حول محاولة الانقلاب في غامبيا وغيرها، من جانب آخر جاءت القضايا الاجتماعية والقضايا الاقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة 19.6%، لكل منهما على حدة، ومن أبرز القضايا الاجتماعية تعزيز مشاركة المرأة، ومستقبل التعليم ومواجهة الفساد ومكافحة الأمراض والوقاية منها، أما القضايا الاقتصادية فمن أبرزها: التوجيه بالنمو الاقتصادي وسياسات التصنيع، والأراضي الزراعية المجهولة والأسواق العادلة والعلامة التجارية والاهتمام بقمة "داكار" للتمويل الثاني للبنية التحتية.

ومما سبق يتضح تعدد القضايا التي تهتم بها المنظمات الثلاث في مختلف المجالات، إلا أن ما يميز رابطة جنوب شرق آسيا هو اهتمامها بالترويج السياحي والرواج الاقتصادي لدول الإقليم وجذب الأيدي العاملة للإقليم، والاهتمام بالاستثمارات الحديثة مع تجنبها الخوض في قضايا سياسية، وهو ما يؤكد على إمكانية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تسويقية فعالة على مختلف المستويات بسبب ما تتميز به من سمات، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة **(مخلد خلف النوافعة 2022)** من حيث أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي، من جانب آخر فإن أغلب منشورات المنظمات الثلاث تبرز الإنجازات التي يتم تحقيقها وتتفائل بالمستقبل وخاصة على المستوى الإقليمي من خلال عرضها لمبادرات ومشروعات عديدة، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة **(علي حمودة، محمد حسني 2022)** من حيث أن هناك مزايا خاصة فيما يتم نشره من مبادرات على مواقع مؤسسات حكومية مصرية كاستهداف غد أفضل، ويمكن القول أن ما تم نشره من قضايا عبر شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث أبرز الأنشطة العديدة لهذه المنظمات، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة **(عامر محمد الضبياني 2020)** والتي توصلت إلى أن البوابة الإلكترونية للجامعات التعليمية تعكس العديد من أنشطتها.

ب- من حيث التقسيم الجغرافي:

جدول رقم (6) يوضح توزيع القضايا عينة الدراسة من حيث التقسيم الجغرافي

الرتبة	المجموع		قضايا أخرى		اقتصادية		اجتماعية		سياسية		نوع القضايا	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	جغرافية القضايا	المنظمة
4	9.7	29	0	0	3.2	2	5.4	6	31.3	21	لدولة عضو	جامعة الدول العربية
2	17.3	52	8.6	5	20.3	13	28.8	32	3.0	2	إقليمية	
6	7.0	21	5.2	3	0	0	11.8	13	7.4	5	دولية	
5	9.3	28	5.2	3	21.8	14	9.9	11	0.0	0	لدولة جنوب شرق آسيا	رابطة جنوب شرق آسيا
1	34.3	103	41.4	24	31.2	20	28.8	32	40.4	27	إقليمية	
7	3.7	11	3.4	2	3.2	2	5.4	6	1.5	1	دولية	
8	1.7	5	0	0	0	0	0	0	7.4	5	لدولة عضو	الاتحاد الأفريقي
3	15.7	47	32.8	19	20.3	13	9.9	11	6.0	4	إقليمية	
9	1.3	4	3.4	2	0	0	0	0	3.0	2	دولية	
	100	300	100	58	100	64	100	111	100	67		المجموع

وتوضح بيانات جدول رقم (6) التوزيع الجغرافي للقضايا التي تناولتها منشورات شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث، وبالرغم من وجود فئة "الدولة غير عضو" ضمن فئات التوزيع الجغرافي للقضايا إلا أنه تم استبعادها لخلو جميع المنشورات من هذه الفئة؛ وهو ما يشير إلى حرص هذه المنظمات والتزامها بعدم التدخل في شؤون الغير، في حين جاءت النتائج كالاتي:

- **على مستوى المنظمات الثلاث:** احتلت القضايا الإقليمية لرابطة جنوب شرق آسيا المرتبة الأولى بنسبة 34.3%، يليها في المرتبة الثانية القضايا الإقليمية لجامعة الدول العربية بنسبة 17.3%، ثم القضايا الإقليمية للاتحاد الأفريقي في المرتبة الثالثة بنسبة 15.7%، وجاءت القضايا لدولة عضو بجامعة الدول العربية في المرتبة الرابعة بنسبة 9.9%، ومنها قضايا خاصة بفلسطين وليبيا والعراق، وجاءت القضايا لدولة عضو برابطة جنوب شرق آسيا في المرتبة الخامسة بنسبة 9.3%، أهمها قضايا خاصة بميانمار وأندونيسيا وكمبوديا وتايلاند وماليزيا وغيرها، كما جاءت القضايا الدولية لجامعة الدول العربية في المرتبة السادسة بنسبة 7.0%، يليها في المرتبة السابعة القضايا الدولية لرابطة جنوب شرق آسيا بنسبة 3.7%، ثم القضايا لدولة عضو بالاتحاد الأفريقي في المرتبة الثامنة بنسبة 1.7%، ومنها قضايا خاصة بالسودان والكونغو الديمقراطية وغامبيا، في حين جاءت القضايا الدولية للاتحاد الأفريقي في المرتبة التاسعة بنسبة 1.3%.

○ على مستوى كل منظمة على حدة:

● جامعة الدول العربية:

- القضايا السياسية: احتلت القضايا السياسية لدولة عضو المرتبة الأولى بنسبة 31.3%، يليها في المرتبة الثانية القضايا السياسية الدولية بنسبة 7.4%، وجاءت القضايا السياسية الإقليمية في المرتبة الثالثة بنسبة 3.0%.
- القضايا الاجتماعية: جاءت القضايا الاجتماعية الإقليمية في المرتبة الأولى بنسبة 28.8%، يليها في المرتبة الثانية القضايا الاجتماعية الدولية بنسبة 11.8%، ثم القضايا الاجتماعية لدولة عضو بنسبة 5.4%.
- القضايا الاقتصادية: والتي اقتصر على فئتين، جاءت القضايا الاقتصادية الإقليمية في المرتبة الأولى بنسبة 20.3%، ثم القضايا الاقتصادية لدولة عضو بنسبة 3.2%.
- قضايا أخرى: والتي اقتصر أيضا على فئتين، جاءت القضايا الإقليمية في المرتبة الأولى بنسبة 8.6%، ثم القضايا الدولية بنسبة 5.2%.

● رابطة جنوب شرق آسيا:

- القضايا السياسية: واقتصر على فئتين، جاءت القضايا السياسية الإقليمية في المرتبة الأولى بنسبة 40.4%، يليها القضايا السياسية الدولية في المرتبة الثانية بنسبة ضعيفة بلغت 1.5%.
- القضايا الاجتماعية: احتلت القضايا الاجتماعية الإقليمية المرتبة الأولى بنسبة 28.8%، وجاءت القضايا الاجتماعية لدولة عضو في المرتبة الثانية بنسبة 9.9%، ثم القضايا الاجتماعية الدولية في المرتبة الثالثة بنسبة 5.4%.
- القضايا الاقتصادية: احتلت القضايا الاقتصادية الإقليمية المرتبة الأولى بنسبة 31.2%، ثم القضايا الاقتصادية لدولة عضو في المرتبة الثانية بنسبة 21.8%، وجاءت القضايا الاقتصادية الدولية في المرتبة الثالثة بنسبة 3.2%.
- قضايا أخرى: جاءت القضايا الإقليمية في المرتبة الأولى بنسبة 41.1%، ثم القضايا لدولة عضو في المرتبة الثانية بنسبة 5.2%، يليها في المرتبة الثالثة القضايا الدولية بنسبة 3.4%.

● الاتحاد الأفريقي:

- القضايا السياسية: جاءت القضايا السياسية لدولة عضو في المرتبة الأولى بنسبة 7.4%، يليها في المرتبة الثانية القضايا السياسية الإقليمية بنسبة 6.0%، ثم القضايا السياسية الدولية في المرتبة الثالثة بنسبة 3.0%.
- القضايا الاجتماعية: اقتصر على القضايا الاجتماعية الإقليمية، والتي جاءت بنسبة 9.9%.



- **القضايا الاقتصادية:** واقتصرت على القضايا الاقتصادية الإقليمية، وجاءت بنسبة 20.3%.
- **قضايا أخرى:** واقتصرت على فئتين، جاءت القضايا الإقليمية في المرتبة الأولى بنسبة 32.8%، ثم القضايا الدولية بنسبة 3.4%.

ويجدر الإشارة إلى أن رابطة جنوب شرق آسيا منظمة تقع ضمن النطاق الجغرافي لقارة آسيا، وأن منظمة الاتحاد الأفريقي تمثل النطاق الجغرافي لقارة أفريقيا، في حين أن جامعة الدول العربية تعد جغرافياً منظمة أفروآسيوية؛ فمن ثم هناك مشترك جغرافي بين الجامعة وكلتا المنظمتين الأخرين، وتوضح النتائج الخاصة بالتقسيم الجغرافي للقضايا الاتفاق بين المنظمات الثلاث من حيث ترتيب الاهتمام الجغرافي للقضايا وبنسب مختلفة، حيث يأتي في المرتبة الأولى النطاق الجغرافي الإقليمي ثم نطاق الدولة العضو ثم النطاق الدولي؛ وهو ما قد يدل على التوازن والتوافق في الاهتمام بالقضايا وذلك وفق النطاق الجغرافي.

#### ثالثاً: أبرز الوسائط المتعددة المستخدمة:

جدول رقم (7) يوضح أبرز الوسائط المتعددة المستخدمة بالمنشورات عينة الدراسة

المجموع	المنظمات						الوسائط المتعددة
	الاتحاد الأفريقي		رابطة جنوب شرق آسيا		جامعة الدول العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
89.7	269	73.2	41	90.8	129	97.1	99
73.3	220	60.7	34	62.7	89	95.1	97
50.3	151	42.8	24	21.8	31	98.0	100
8.3	25	21.4	12	8.5	12	0.9	1
100	ن=300	ن=56		ن=142		ن=102	

توضح بيانات جدول رقم (7) أبرز الوسائط المتعددة المستخدمة بالمنشورات، مع ملاحظة أن المنشور الواحد يعتمد على أكثر من نوع للوسائط المتعددة، ولقد جاءت النتائج كالآتي:

#### ○ على مستوى المنظمات الثلاث:

احتلت الصور المرتبة الأولى بنسبة 89.7%، ثم النص الفائق في المرتبة الثانية بنسبة 73.3%، والذي جاء بأنواع مختلفة ما بين النص الفائق الداخلي والخارجي والمحلي والنص الفائق المرتبط للقوى الفاعلة بموضوع معين، كما جاء وسم الهاشتاج (#) في المرتبة الثالثة بنسبة 50.3%، وجاء الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة 8.3%.

○ على مستوى كل منظمة على حدة:

- **جامعة الدول العربية:** احتل الهاشتاج المرتبة الأولى بنسبة 98.0%، وجاءت الصور في المرتبة الثانية بنسبة 97.1%، ثم النص الفائق في المرتبة الثالثة بنسبة 95.1%، وجاء الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة 0.9%.
- **رابطة جنوب شرق آسيا:** جاءت الصور في المرتبة الأولى بنسبة 90.8%، ثم النص الفائق في المرتبة الثانية بنسبة 62.7%، وجاء الهاشتاج في المرتبة الثالثة بنسبة 21.8%، ثم الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة 8.5%.
- **الاتحاد الأفريقي:** احتلت الصور المرتبة الأولى بنسبة 73.2%، واحتل النص الفائق المرتبة الثانية بنسبة 60.7%، ثم الهاشتاج في المرتبة الثالثة بنسبة 42.8%، وجاء الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة 21.4%.

ومما سبق يتضح اهتمام المنظمات الثلاث بالبعد البصري من خلال الصور، ولوحظ أن جميعها من الصور الثابتة باستثناء صورتين متحركتين لرابطة جنوب شرق آسيا بصيغة GIF تم نشرهما ضمن منشورات شهر ديسمبر 2022 إحداهما حول موضوع خاص بعروض سينمائية للشباب من الدول الأعضاء، والأخرى خاصة بموضوع نهاية رئاسة كمبوديا للرابطة وبداية رئاسة أندونيسيا لها، وذلك في إطار تقييم الأداء واستشراف المستقبل، في حين تضمنت منشورات رابطة جنوب شرق آسيا على عدد واحد إنفوجرافيك حول أنشطة المعلومات والاتصال بالرابطة تم نشره يوم 2023/1/17، كما يلاحظ أن الفيديو بشكل عام جاء في المرتبة الأخيرة، ويلاحظ أيضا استخدام شبكة فيسبوك لجامعة الدول العربية لوسم الهاشتاج (#) بأعداد ونسب كبيرة ومبالغ فيها، والذي بلغ أكبر من ضعف شبكة الاتحاد الأفريقي وأكبر من أضعاف شبكة رابطة جنوب شرق آسيا؛ ورغم أن ذلك يستهدف توسيع محركات البحث، إلا أن الأمر يتطلب دراسة تأثيره على المتابعين، ويرى الباحث أن الإفراط في استخدام وسم الهاشتاج (#) بشبكة فيسبوك لجامعة الدول العربية قد يسهم في تشتت انتباه المتابعين واتجاههم نحو موضوعات أخرى تجعلهم لا يستمرون في متابعة المنشور الأساسي، وهو ما يتفق جزئيا مع دراسة (طلعت عبد الحميد حسين عيسى، ماجد فضل حبيب 2015) من حيث أن هناك استخدام غير مدروس لبعض الأدوات التفاعلية بمواقع صحف فلسطينية، إلا أنه وفي الإطار العام يلاحظ اعتماد المنظمات الثلاث على مضامين لفظية وغير لفظية كوسائط تفاعلية، وهو ما يتفق مع دراسة (Samson Owoyele, 2017) والتي توصلت لتشابه أداء الإعلام الرقمي لثلاث جامعات في اعتمادها على صور الأشخاص والأماكن واعتمادها أيضا على التفاعلية من خلال المضامين اللفظية وغير اللفظية.

### المحور الرابع: رصد أشكال التفاعل للمتابعين عبر شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث:

تتعدد أشكال تفاعل متابعي شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث، والتي تم رصدها بجميع المنشورات حتى يوم 2023/2/1، ويمكن توضيحها كالاتي:

#### أ- تفاعلات تتعلق بمشاعر المتابعين نحو المنشور:

جدول رقم (8) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث تفاعلات تتعلق بمشاعر المتابعين نحو المنشور

المجموع		الاتحاد الأفريقي		رابطة جنوب شرق آسيا		جامعة الدول العربية		المنظمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المشاعر
88.3	16170	92.9	3606	86.1	10437	92.1	2127	إيجابية
10.6	1943	6.2	240	12.9	1563	6.1	140	الحب
1.1	193	0.9	34	1.0	117	1.8	42	الدعم
100	18306	100	3880	100	12117	100	2309	المجموع
76.0	38	65.2	15	75.0	12	100	11	سلبية
24.0	12	34.8	8	25.0	4	0	0	الحزن
100	50	100	23	100	16	100	11	المجموع
94.6	347	66.7	4	95.4	332	84.6	11	مشاعر أخرى
5.4	20	33.3	2	4.6	16	15.4	2	الضحك
100	367	100	6	100	348	100	13	المجموع
								الدهشة

توضح بيانات جدول رقم (8) تباين شدة مشاعر المتابعين نحو منشورات المنظمات الثلاث والتي جاءت بنسب مختلفة كالاتي:

#### ○ على مستوى المنظمات الثلاث:

- **المشاعر الإيجابية:** بلغ عدد التفاعل بمشاعر إيجابية نحو منشورات المنظمات الثلاث 18306 تفاعلا، والتي جاءت موزعة بنسب مختلفة؛ حيث احتلت مشاعر الإعجاب المرتبة الأولى بنسبة 88.3%، يليها مشاعر الحب في المرتبة الثانية بنسبة 10.6%، ثم الدعم في المرتبة الثالثة بنسبة 1.1%.

- **المشاعر السلبية:** بلغ عدد التفاعل بمشاعر سلبية 50 تفاعلا، جاء التعبير بمشاعر الحزن على مضامين المنشورات في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 76.0%، ثم التعبير بمشاعر الغضب في المرتبة الثانية بنسبة 24.0%.

- **مشاعر أخرى:** بلغ عدد التفاعل بمشاعر أخرى نحو منشورات المنظمات الثلاث 367 تفاعلا، احتل التعبير بمشاعر الضحك المرتبة الأولى بنسبة بلغت 94.6%، وجاء التعبير

بمشاعر الدهشة في المرتبة الثانية بنسبة 5.4%، ولقد لاحظ الباحث أن أغلب المشاعر الأخرى جاءت غير متناسبة مع ما تم نشره من موضوعات؛ حيث جاءت على منشورات تتعلق بموضوعات جادة كالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، إلا أن هذه المشاعر تدل على المعارضة عن طريق التهكم.

○ على مستوى كل منظمة على حدة:

● جامعة الدول العربية:

- المشاعر الإيجابية: بلغ عددها 2309 تفاعلا، جاءت مشاعر الإعجاب بالمنشورات في المرتبة الأولى بنسبة 92.1%، ثم الحب في المرتبة الثانية بنسبة 6.1%، يليها الدعم في المرتبة الثالثة بنسبة 1.8%.

- المشاعر السلبية: وبلغت 11 تفاعلا والتي اقتصرت على مشاعر الحزن وجاء أغلبها للتعبير عن الوضع الإنساني في الصومال.

- مشاعر أخرى: وبلغ عددها 13 تفاعلا، احتلت مشاعر الضحك المرتبة الأولى بنسبة 84.6%، ثم الدهشة في المرتبة الثانية بنسبة 15.4%.

● رابطة جنوب شرق آسيا:

- المشاعر الإيجابية: وبلغ عددها 12117 تفاعلا، جاء الإعجاب في المرتبة الأولى بنسبة 86.1%، ثم الحب في المرتبة الثانية بنسبة 12.9%، وجاء الدعم في المرتبة الثالثة بنسبة 1.0%.

- المشاعر السلبية: وبلغت 16 تفاعلا، احتلت مشاعر الحزن المرتبة الأولى بنسبة 75.0%، يليها مشاعر الغضب في المرتبة الثانية بنسبة 25.0%.

- مشاعر أخرى: وبلغ عددها 348 تفاعلا، احتل الضحك المرتبة الأولى بنسبة 95.4%، ثم الدهشة المرتبة الثانية بنسبة 4.6%.

● الاتحاد الأفريقي:

- المشاعر الإيجابية: وبلغ عددها 3880 تفاعلا، جاء الإعجاب في المرتبة الأولى بنسبة 92.9%، ثم الحب في المرتبة الثانية بنسبة 6.2%، وجاء الدعم في المرتبة الثالثة بنسبة 0.9%.

- المشاعر السلبية: وبلغت 23 تفاعلا، احتلت مشاعر الحزن المرتبة الأولى بنسبة 65.2%، ثم مشاعر الغضب في المرتبة الثانية بنسبة 34.8%.

- مشاعر أخرى: وبلغت ستة تفاعلات، جاءت مشاعر الضحك في المرتبة الأولى بنسبة 66.7%، ثم مشاعر الدهشة في المرتبة الثانية بنسبة 33.3%.

ومما سبق يتضح الاتفاق في درجة مشاعر المتابعين تجاه المنشورات سواء على مستوى المنظمات الثلاث أو على مستوى كل منظمة على حدة؛ حيث جاءت جميعها مرتبة

تصاعديا لصالح المشاعر الأقل درجة في قوتها؛ ويفسره الباحث بأن ذلك قد يشير إلى التوازن الوجداني لأغلب متابعي شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث من حيث درجة التعبير بالمشاعر نحو المنشورات.

#### تفاعلات تتعلق بتوسيع نطاق المنشور:

تتميز تفاعلات المتابعين المتعلقة بتوسيع نطاق المنشور عبر فيسبوك للمنظمات الثلاث بتباينها، والتي يمكن توضيحها من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (9) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث تفاعلات تتعلق بتوسيع نطاق المنشور

المجموع		الاتحاد الأفريقي		رابطة جنوب شرق آسيا		جامعة الدول العربية		المنظمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أشكال التفاعل
99.6	3753	98.9	617	99.8	2765	99.2	371	المشاركة
0.4	15	1.1	7	0.2	5	0.8	3	الإشارة إلى صديق
100	3768	100	624	100	2770	100	374	المجموع

وتوضح بيانات الجدول رقم (9) أن أشكال تفاعلات متابعي شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث من حيث توسيع نطاق المنشور جاءت متفاوتة لصالح المشاركة كالاتي:

○ **على مستوى المنظمات الثلاث:** بلغ العدد الإجمالي لهذه التفاعلات 3768 تفاعلا، احتلت المشاركة المرتبة الأولى بنسبة 99.6%، وجاءت الإشارة إلى صديق في المرتبة الثانية وبنسبة ضئيلة بلغت 0.4%.

○ **على مستوى كل منظمة على حدة:**

● **جامعة الدول العربية:** جاءت المشاركة في المرتبة الأولى بنسبة 99.2%، يليها في المرتبة الثانية التفاعل بالإشارة إلى صديق بنسبة 0.8%.

● **رابطة جنوب شرق آسيا:** احتلت المشاركة المرتبة الأولى بنسبة 99.8%، ثم الإشارة إلى صديق في المرتبة الثانية بنسبة 0.2%.

● **الاتحاد الأفريقي:** واحتلت أيضا المشاركة المرتبة الأولى بنسبة 98.9%، يليها في المرتبة الثانية الإشارة إلى صديق بنسبة 1.1%.

ويتضح أن نسبة الإشارة إلى صديق جاءت ضئيلة على مستوى المنظمات الثلاث، في حين احتلت المشاركة المرتبة الأولى وبأعداد كبيرة؛ ومن ثم يلاحظ أن سلوك المشاركة يعد من السلوكيات الإلكترونية الأكثر استخداما لتوسيع نطاق المنشور عبر شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث.

ب- تفاعلات تتعلق بوجهات نظر المتابعين:

جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث تفاعلات تتعلق بوجهات نظر المتابعين

التعليقات	جامعة الدول العربية		رابطة جنوب شرق آسيا		الاتحاد الأفريقي		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المخفية	70	32.9	320	51.6	50	13.5	440	36.6
المؤيدة	63	29.6	202	32.6	31	8.4	296	24.6
المبهمه	16	7.5	30	4.8	188	50.8	234	19.4
الاستفهامية	46	21.6	24	3.9	41	11.1	111	9.2
المعارضة	5	2.3	33	5.3	42	11.3	80	6.7
المحايدة	8	3.8	11	1.8	17	4.6	36	3.0
الردود	5	2.3	0	0	1	0.3	6	0.5
المجموع	213	100	620	100	370	100	1203	100

ومن خلال بيانات جدول رقم (10) يتضح تباين أعداد التفاعلات التي تتعلق بوجهات نظر المتابعين، والتي تظهر من خلال التعليقات بأنواعها المختلفة على منشورات المنظمات الثلاث ولقد بلغ عددها 1203 تعليقا وجاءت نتائجها كالاتي:

○ على مستوى المنظمات الثلاث:

احتلت التعليقات المخفية المرتبة الأولى بنسبة 36.6%، ثم المؤيدة للمرتبة الثانية بنسبة 24.6%، وجاءت التعليقات المبهمه في المرتبة الثالثة بنسبة 19.4%، ثم التعليقات الاستفهامية في المرتبة الرابعة بنسبة 9.2%، وجاءت التعليقات المعارضة في المرتبة الخامسة بنسبة 6.7%، ثم التعليقات المحايدة في المرتبة السادسة بنسبة 3.0%، وجاءت الردود في المرتبة السابعة بنسبة 0.5%.

○ على مستوى كل منظمة على حدة:

● **جامعة الدول العربية:** جاءت التعليقات المخفية في المرتبة الأولى بنسبة 32.9%، يليها التعليقات المؤيدة في المرتبة الثانية بنسبة 29.6%، ثم التعليقات الاستفهامية في المرتبة الثالثة بنسبة 21.6%، وجاءت التعليقات المبهمه في المرتبة الرابعة بنسبة 7.5%، يليها التعليقات المحايدة في المرتبة الخامسة بنسبة 3.8%، في حين جاءت كل من التعليقات المعارضة والردود في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 2.3% لكل منهما على حدة.

● **رابطة جنوب شرق آسيا:** احتلت التعليقات المخفية المرتبة الأولى بنسبة 51.6%، وجاءت التعليقات المؤيدة في المرتبة الثانية بنسبة 32.6%، يليها التعليقات المعارضة في المرتبة الثالثة بنسبة 5.3%، كما جاءت التعليقات المبهمة في المرتبة الرابعة بنسبة 4.8%، وجاءت التعليقات الاستفهامية في المرتبة الخامسة بنسبة 3.9%، يليها التعليقات المحايدة في المرتبة السادسة بنسبة 1.8%، في حين خلت التعليقات الخاصة برابطة جنوب شرق آسيا من الردود.

● **الاتحاد الأفريقي:** جاءت التعليقات المبهمة في المرتبة الأولى بنسبة 50.8%، يليها التعليقات المخفية في المرتبة الثانية بنسبة 13.5%، ثم التعليقات المعارضة في المرتبة الثالثة بنسبة 11.3%، وجاءت التعليقات الاستفهامية في المرتبة الرابعة بنسبة 11.1%، يليها التعليقات المؤيدة في المرتبة الخامسة بنسبة 8.4%، وجاءت التعليقات المحايدة في المرتبة السادسة بنسبة 4.6%، يليها الردود في المرتبة السابعة بنسبة 0.3%.

ومما سبق يتضح ثراء شبكة فيسبوك كوسيلة تفاعلية تتميز بتعدد أشكال تفاعل الجمهور معها؛ وذلك بسبب ما توفره من تقنيات وأدوات تفاعلية تتناسب وكافة الأنشطة الاتصالية الإلكترونية التي يسهل للجمهور القيام بها، والتي تبدأ بجهد بسيط يتميز بالنقر أو القيام بنشاط أوسع كالتعليق وكتابة المحتوى وغيرها، وهو ما يتفق مع دراسة (شريف درويش اللبان وآخرون 2013) من حيث تميز موقع فيسبوك بأبعاد تفاعلية كالخيارات المتاحة وتقليل جهد المتابعين وسهولة الاستخدام، إضافة لتمييزه بمختلف أبعاد الثراء كاللغة الطبيعية وتعدد الرموز، ومن جانب آخر يتضح تفاوت أشكال تفاعل متابعي شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث من حيث نوع التفاعلات وأعدادها، وهو ما يتفق مع توصلت إليه دراسة (جلیلة عبد الله خلف 2014) من حيث تفاوت بوابات إلكترونية في توظيف التقنيات التفاعلية مع الجمهور، كما لاحظ الباحث أن قوة التفاعل مع المنشورات ارتبطت بطبيعة المضمون؛ فالمنشورات ذات الطابع القومي حظيت باهتمام المتابعين، فعلى سبيل المثال تأتي أغلب المشاعر الإيجابية مع الموضوعات الخاصة بالإنجازات واستشراف المستقبل والتعبير عن الوحدة؛ وهو ما يعكس حالة الرضا حول أداء المنظمة؛ وهو ما يُظهر الحاجة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتشكيل صورة إيجابية لدى متابعيها، وذلك ما يتفق جزئياً مع دراسة (Helena et al. 2021) من حيث الحاجة المتزايدة لاستخدام هذه الوسائل لتطوير الصور الإيجابية وأن لها تأثيرها على المدركات، في حين تأتي المشاعر السلبية معبرة بوضوح عن الرفض أو التعاطف مع قضية ما، كما وُظفت المشاعر الأخرى المتمثلة في الضحك والدهشة بأسلوب غير واضح تم الاستدلال عليها من خلال مضامين المنشورات، من جانب آخر جاءت التعليقات معبرة عن مواقف واتجاهات مختلفة إزاء العديد من القضايا، وفيما يخص أشكال التفاعل فإنها تظهر الحاجة لتقويم دور حارس البوابة من حيث عدم إخفاء تعليقات عن عمد وعدم ترك المجال مفتوحاً للتعليقات المبهمة حتى لا يتشتت انتباه المتابعين، وهو ما يتفق جزئياً مع دراسة (Roberto Ruggieri et al. 2018) من حيث أهمية تجنب حراسات البوابة غير الكفؤين، ويرى الباحث أن أشكال التفاعل عبر شبكة فيسبوك عديدة ومتشابهة ومعبرة؛ ويمكن أن تفيد في التعرف على ثقافات الشعوب وتعبيرهم الوجداني.

### النتائج العامة للدراسة:

- توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج العامة والتي يمكن توضيحها في الآتي:
1. هناك تشابه إلى حد ما بين المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث فيما يتعلق بتوافر أدوات تفاعلية تحقق بعد تعدد الخيارات للمستخدم، وبالرغم من ذلك يفتقر الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية لأدوات من شأنها زيادة التفاعلية كعدم تعددية اللغة والاقتصار على محركات البحث البسيط، وفي الإطار العام لاحظ الباحث أن الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية جاء أقل جودة في العديد من العناصر كالشكل والتنسيق واستخدام الألوان وتقديم الخدمة الإخبارية.
  2. يوجد فجوة كبيرة بين أعداد متابعي شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الثلاث، ويأتي نسبة المتابعين لجامعة الدول العربية في المرتبة الأخيرة وبأعداد أقل جدا عن غيرها.
  3. تتشابه المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث من حيث توظيفها لشبكات: (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) في حين تتباين فيما بينها من حيث توظيف الشبكات الأخرى، كما تحتل شبكتي فيسبوك وتويتر للمنظمات الثلاث المراتب الأولى من حيث المتابعة.
  4. عدم التوازن في نشر الموضوعات من حيث العدد على مدار الشهر، والذي يظهر بوضوح بشبكة فيسبوك للاتحاد الأفريقي ثم جامعة الدول العربية؛ في حين جاء عدد الموضوعات متوازن إلى حد ما بشبكة فيسبوك لرابطة جنوب شرق آسيا.
  5. تتشابه المنظمات الثلاث من حيث أولوية طرح القضايا الاجتماعية، في حين يزداد اهتمام جامعة الدول العربية بالقضايا السياسية ويقل اهتمامها بالقضايا الاقتصادية مقارنة بالمنظمتين الأخرين.
  6. حرصت المنظمات الثلاث على تجنب تناول القضايا الداخلية للدول غير الأعضاء، كما وضعت كل منظمة قضاياها الإقليمية ضمن أولوية القضايا المطروحة، ثم قضايا دولها الأعضاء، في حين جاءت القضايا الدولية في آخر أولوياتها.
  7. تركز المنظمات الثلاث بشكل واضح على توظيف البعد البصري في طرح قضاياها عبر شبكة فيسبوك، باستخدام الوسائط المتعددة وخاصة الصور والنص الفائق، من جانب آخر توظف شبكة فيسبوك لجامعة الدول العربية وسم الهاشتاج (#) بطريقة مفرطة، ويندر توظيف الفيديو بشكل عام وأن أغلبه يأتي في إطار الإحالة إلى رابط خارجي وخاصة لموقع يوتيوب.
  8. عبرت أيقونات المشاعر التي توفرها شبكة فيسبوك بشكل واضح في أغلب المنشورات على اتجاهات المتابعين نحو مختلف القضايا، وذلك من حيث التعبير بالقبول أو الرفض أو غير ذلك، بما يمكن القول معه بأن مثل هذه الوسائل تمتلك آليات سيميولوجية، يسهل من خلالها قياس الرأي العام وذلك وفقا لطبيعة الجمهور.
  9. يندر استجابة القائمين على شبكة فيسبوك للمنظمات الثلاث بتقديم ردود على تساؤلات واستفسارات متابعيها.



ومما سبق يمكن القول أن الإعلام الرقمي للمنظمات الثلاث استطاع إبراز الأنشطة والإجراءات العديدة التي تقوم بها في مختلف المجالات، وبما يؤكد على أن دور مثل هذه المنظمات يمتد إلى مختلف مناحي الحياة؛ وهو ما يمكن القول معه بأن الإعلام الرقمي للمنظمات الإقليمية يعد وسيلة تفاعلية وتتميز بالثراء، وتحظى باهتمام كبير، إلا أن هناك حاجة مستمرة لتجديد التفاعل بين الوسيلة ومتابعيه، وذلك من خلال الاهتمام بالأدوات التفاعلية المختلفة، مع الحرص على استحداث أدوات جديدة من شأنها جذب الجمهور.

### توصيات الدراسة:

#### • توصيات تتعلق بالإعلام الرقمي لجامعة الدول العربية:

1. زيادة الأدوات التفاعلية التي تحقق بعد تعدد خيارات للمستخدم، كتفعيل البث المباشر بشكل مستمر وزيادة الفيديوهات بشكل معتدل، وتوفير محركات بحث متقدم، والاعتماد على شريط إخباري يتميز بالأنية والجودة، مع ضرورة وأهمية الاعتماد على تعدد اللغات؛ بما يمكن من خلاله الوصول إلى مختلف ثقافات العالم.
2. عدم الإفراط مع الاستخدام المتوازن والمدروس لمختلف الأدوات التفاعلية، وتفعيل عدد أكبر من الشبكات الاجتماعية، إضافة لاستخدام روابط إلكترونية مختصرة ودالة.
3. زيادة الاهتمام بالتناول الإعلامي للقضايا الاقتصادية سواء على مستوى الإقليم أو على مستوى الدولة العضو، وخاصة تلك القضايا التي تهتم بالترويج السياحي والمعارض والأسواق والتجارة الحرة والتوظيف وغيرها.
4. رفع كفاءة حراس البوابة للإعلام الرقمي بالجامعة، بشكل يتناسب والاهتمام برجع الصدى والاستجابة السريعة على استفسارات المتابعين والسماح بعرض مختلف الآراء.

#### • توصيات تتعلق بإجراء دراسات مستقبلية:

توصي الدراسة بإجراء دراسات مستقبلية تهتم بالآتي:

1. دراسات تاريخية تهتم بدور جامعة الدول العربية في حل مختلف القضايا العربية عبر تاريخها.
2. دراسات إعلامية تهتم بتقييم وتقويم الصورة الذهنية لجامعة الدول العربية.
3. دراسات استشرافية تهتم بالدعوة لاستحداث مؤسسات عربية منبثقة من جامعة الدول العربية تختص بتدعيم العمل العربي المشترك في مختلف المجالات.
4. استخدام مقياس \*\*\*\* أشكال تفاعل متابعي شبكة فيسبوك الذي قام بإعداده الباحث مع مراعاة إجراء التحديثات اللازمة عليه، وذلك وفق ما يستجد على هذه الشبكة من أشكال تفاعل أخرى.

\*\*\* مقياس من إعداد الباحث لرصد أشكال تفاعل متابعي شبكة فيسبوك

درجة القوة	النوع	التصنيف	أشكال التفاعل	
1	الإعجاب	إيجابية 	المشاعر	
2	الحب			
3	الدعم			
1	الحزن	سلبية 		
2	الغضب			
1	الضحك	مشاعر أخرى 		
2	الدهشة			
المشاركة				توسيع نطاق المنشور
الإشارة إلى صديق				
التعليقات المؤيدة			(التعليقات) وجهات نظر المتابعين	
التعليقات المعارضة				
التعليقات المحايدة				
التعليقات الاستفهامية				
الردود				
التعليقات المبهمة				
التعليقات المخفية				

### مراجع الدراسة:

- 1 الموقع الرسمي لمنظمة اليونسكو، نموذج عمل الإعلام الإخباري معطل. حقنا الأساسي في المعلومات في خطر، تم استرجاعه بتاريخ 2023/1/3. <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-business-model-news-media-broken-our-fundamental-right-information-risk?hub=701>
- 2 حنان الصادق بيزان، المحتوى الرقمي العربي وتحديات الغزو الثقافي الأجنبي- رؤية تحليلية، المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مصر، مج 3، ع6، 2021، ص7.
- 3 هبة محمد العيني، مصطفى كافي، خالد رسلان، المنظمات الدولية والإقليمية، ط1، الأردن، عمان، الحامد للنشر والتوزيع، 2016، ص171.
- 4 جميل عارف، شاهد على مولد الجامعة الوثائق السرية لدور مصر وسوريا والسعودية، القاهرة، الدولية للإعلام والنشر، ط1، 1995، ص13.
- 5 مخلص خلف النوافعة، استخدام الإعلام الرقمي في ترويج السياحة الإلكترونية: شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع8، ج1، اتحاد الجامعات العربية، جمعية كليات الإعلام العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير 2022، صص73- 115.
- 6 Yeung AWK, Wochele-Thoma T, Eibensteiner F, Klager E, Hribersek M, Parvanov ED, Hrg D, Vökl-Kernstock S, Kletecka-Pulker M, Schaden E, Willschke H, Atanasov AG. Official Websites Providing Information on COVID-19 Vaccination: Readability and Content Analysis. JMIR Public Health Surveill. 2022 Mar 15;8(3). Available onlin at: <https://publichealth.jmir.org/2022/3/e34003> , Date of access: 2/1/2023.
- 7 حنان الصادق بيزان، مرجع سابق، ص ص 1- 28.
- 8 أميرة محمد محمد سيد أحمد، دور المنصات الرقمية لوزارة الصحة في تعزيز الصلابة النفسية لدى أطقم الرعاية الصحية في ضوء المتحورات الجديدة لفيروس كورونا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع80، ج2، مج1، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2022، ص ص363- 402.
- 9 Gavriluta, N.; Stoica, V.; Farte, G.-I. The Official Website as an Essential E-Governance Tool: A Comparative Analysis of the Romanian Cities' Websites in 2019 and 2022. Sustainability 2022, 14, Available onlin at: [file:///C:/Users/POint/Downloads/sustainability-14-06863-v2%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/POint/Downloads/sustainability-14-06863-v2%20(1).pdf) , Date of access:5/1/2023.
- 10 على حمودة جمعة، محمد حسني حسين محروس، استراتيجيات خطاب المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية نحو المبادرات الوطنية- دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، مج61، ع2، القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أبريل 2022، ص ص603- 672.
- 11 Helena Bulińska-Stangrecka, Anna Bagieńska , Yasangi Anuradha Iddagoda, The Mediating Role of Social Media in the Relationship between Perceived Leadership Support and Employee Engagement in Banking, European Research Studies Journal, Vol XXIV, Special Issue 1, pp. 851-874, 2021.
- 12 عامر محمد الضبياني، البوابة الإلكترونية للجامعة: مفهومها وأهميتها ومعايير جودتها، مجلة الدراسات الإعلامية، ع13، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي، نوفمبر 2020، ص ص220- 240.
- 13 محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، مجلة البحوث الإعلامية، ع55، ج1، القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر 2020، ص ص101- 180.

- 14 أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد، اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الافتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية، القاهرة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، مج8، ع29، ج1، أكتوبر 2020، صص357-376.
- 15 Ruggieri, Roberto, Savastano, Marco, Scalingi, Alessandra, Bala, Dorina and D'Ascenzo, Fabrizio. "The impact of Digital Platforms on Business Models: an empirical investigation on innovative start-ups" *Management & Marketing*, vol.13, no.4, 2018, pp.1210-1225, Available online at: <https://sciencedirect.com/article/10.2478/mmcks-2018-0032>, Date of access:11/1/2023.
- 16 مصطفى أحمد أمين، التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة، مجلة الإدارة التربوية، ع19، القاهرة، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، سبتمبر 2018، صص11-117.
- 17 Samson Owoyele, Website as A Marketing Communication Tool, Degree programme Business Management, Thesis Centria University of Applied Sciences, 2017.
- 18 سلوى أحمد محمد أبو العلا، أساليب تحقيق التفاعلية في تصميم المواقع الإلكترونية السياحية الرسمية: دراسة تحليلية مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج15، ع3، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، سبتمبر 2016، صص407-460.
- 19 طلعت عبد الحميد حسين عيسى وماجد فضل حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، مج5، ع1، جامعة فلسطين - عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، يونيو 2015، صص143-180.
- 20 جلييلة عبد الله خلف، الوظيفة الإلكترونية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج- محيط- البوابة)، ط1، الإمارات العربية: العين، دار الكتاب الجامعي، 2014.
- 21 منى بنت سليمان بن عبدالله الزدجالية، الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية في الوحدات الحكومية بسلطنة عمان، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مج2، ع6، جامعة السلطان قابوس - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، 2014، صص73-93.
- 22 شريف درويش اللبان، أحمد البهي السيد، أحمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية كما تعكسها مواقع الشبكات الاجتماعية : دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الفيس بوك facebook واليوتيوب youtube في إطار نظرية ثراء الوسيلة، مجلة بحوث التربية النوعية، ع31، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، يوليو 2013، صص336-452.
- 23 حسن موات حسين، هشام نعيم غليم الكعبي، الأزمة السورية وموقف جامعة الدول العربية منها 2011-2018، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، مج21، ع42، العراق، جامعة ميسان، كلية التربية الأساسية، 2022، صص264-275.
- 24 جهاد عبد الكريم ملكة، دور جامعة الدول العربية تجاه الأزمة في سوريا، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، مج1، ع3، فلسطين، غزة، مركز ابن العربي للثقافة والنشر، 2021، صص1393-1415.
- 25 Maria Josepha Debre, Legitimation, regime survival, and shifting alliances in the Arab League: Explaining sanction politics during the Arab Spring, *International Political Science Review* Volume 42, Issue 4, September 2021, Pages 516-530.
- 26 عواطف البشير البشتي، دور جامعة الدول العربية في حل المنازعات المسلحة "النزاع الليبي نموذجاً"، مجلة العلوم الشرعية والقانونية، ع2، ليبيا، جامعة المرقب، كلية القانون بالخمسة، 2021م، صص190-222.
- 27 Magnus Lundgren, Causal mechanisms in civil war mediation: Evidence from Syria, *European Journal of International Relations* Volume 26, Issue 1, March 2020, Pages 209-235.

- 28 عماد عمر محمد عبد الكريم، دور جامعة الدول العربية في حل القضايا العربية (2011-2017)، رسالة ماجستير، غير منشورة، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الآداب والعلوم، قسم العلوم الساسية، 2018.
- 29 حنان فالح حسن، جامعة الدول العربية... الواقع و الطموح، المجلة السياسية والدولية، ع35-36، العراق، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياسية، 2017، ص ص. 1257-1225.
- 30 نجيب بن عمر عوينات، إصلاح جامعة الدول العربية، مجلة دراسات وأبحاث، ع12، الجزائر، جامعة الجلفة، 2013، ص ص217-240.
- 31 Abdulrahman N. Ben Homaid, The Arab League. A Comparative Examination of Voting Mechanisms: Exploration of the Unanimity Rule of the Arab League's Regulations and How the Rule Affects the Organization's Security Function, The American University Washington College of Law, PhD, 2006.
- 32 سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط1، الإمارات العربية المتحدة ولبنان، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص28.
- 33 تم الرجوع إلى:
- سامي طابع، بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص222.
  - كمال الحاج، مناهج البحث الإعلامي، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص91.
  - سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص166.
- 34 أحمد فاضل جاسم، سمية كامل حسين، المنظمات الإقليمية في بلدان العالم الثالث وأثرها في الإصلاحات السياسية والاقتصادية، مجلة جامعة تكريت، ع5، مج2، العراق، جامعة تكريت، كلية التربية للعلوم الإنسانية، 2010، ص165.
- 35 جامعة الدول العربية، البويبيل الذهبي- الوقائع الأساسية في مسيرة جامعة الدول العربية خمسون عاما من العمل العربي المشترك (1945-1995)، ص4:7.
- 36 أحمد المالكي، موقف بريطانيا من تأسيس جامعة الدول العربية (1943-1945)، مجلة حوليات عين شمس، مج50، جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2022، ص23.
- 37 الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية، عن الجامعة، تم استرجاعه بتاريخ 2022/12/29، <http://www.lasportal.org/ar/aboutlas/Pages/HistoricalOverView.aspx>
- 38 الموقع الرسمي لمنظمة الاتحاد الأفريقي، من نحن، عن الاتحاد الأفريقي، تم استرجاعه بتاريخ <https://au.int/en/overview>، 2023/1/21
- 39 الموقع الرسمي لرابطة جنوب شرق آسيا، حول الآسيان، تم استرجاعه بتاريخ 2023/1/23، <https://asean.org/about-asean>
- \* تتفق نتائج الدراسة الاستطلاعية مع ما توصلت إليه الدراسة من نتائج حول طبيعة الشبكات التي توطنها المواقع الرسمية للمنظمات الثلاث.
- 40 سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط2، القاهرة: عالم الكتب، 1995، ص233، 234.
- 41 تم الرجوع إلى:
- حلمي محمود محاسب، قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع29، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2008، ص235.
  - سلوى أحمد محمد أبو العلا، مرجع سابق، ص420.
  - طلعت عبدالحميد حسين عيسى وماجد فضل حبيب، مرجع سابق، ص153.
- 42 Kevan Lee, How to Use Hashtags: How Many, Best Ones, and Where to Use Them, Available onlin at: <https://buffer.com/library/a-scientific-guide-to-hashtags-which-ones-work-when-and-how-many/>. Date of access: 18/1/2023.

43 منى جمال بيوضة، التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقته بإدراك المصريين المغتربين للواقع الاجتماعي المصري (دراسة تحليلية- ميدانية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع88، ج1، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 2022، ص173.

\*\* أسماء الأساتذة المحكمين ترتيباً أبجدياً:

- أ.د/السيد بخيت أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وجامعة زايد.
- أ.د/عادل فهمي- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ.د/عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان- أستاذ الإعلام الإلكتروني بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة سوهاج.
- أ.د/ شريف درويش اللبان- أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ محمد على شومان أستاذ الإعلام بكلية البنات- جامعة عين شمس.

44 تم الرجوع إلى:

- طلعت عبدالحميد حسين عيسى وماجد فضل حبيب، مرجع سابق، ص145.
- شريف درويش اللبان وآخرون، مرجع سابق، ص342. 343.
- Bradley Thomas Pederson: A Study of The Concept of Interactivity As It Applies to Online Newspapers, Master of Science In Journalism, (USA, Morgantown, West Virginia University: Parrley Isaac Read School of Journalism, 2006), P.11.

45 هبة محمد العيني وآخرون، مرجع سابق، ص133.

46 خضر إبراهيم حيدر، الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي، ط1، العراق، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، 2018، ص112: 114

47 Ned Kock, Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and Its Influence on Our Behavior Toward E-Communication Tools, IEEE Transactions on Professional Communication, VOL. 48, NO. 2, June 2005, p117.

48 ولاء عبد الرحمن فودة، اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الاعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الاعلام الدولي، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع10، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل 2017، ص145: 147

49 Ned Kock, op. cite. p118.

50 خالد صلاح الدين حسن على، اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج10، ع4، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، 2011، ص12، 13.

51 جليلية عبد الله خلف، مرجع سابق، ص186: 189.

52 Samson Owoyele, op. cite. p7,8.

53 Centre for Media Transition, The Impact of Digital Platforms on News and Journalistic Content, UTS City Campus, Haymarket, 2018, p 68, 69.

54 الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية، مرجع سابق.

\*\*\* تم جمع صور أمناء جامعة الدول العربية وفترة تقلدهم للمنصب من الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية، الأمناء العاملين السابقين، باسترجاعها من الموقع الرسمي لجامعة الدول العربية بتاريخ 2023/1/6،

<http://www.lasportal.org/ar/aboutlas/Pages/SGFormerCV.aspx>

55 نجيب بن عمر عوينات، مرجع سابق، ص234.

56 عواطف البشير البشتي، مرجع سابق، ص190.

57 نغم نذير شكر، أزمة الهوية العربية الجامعة ما بين الواقع وإعادة التشكيل، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع22، لبنان، بيروت، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، يوليو 2021، ص45.

58 حنان الصادق بيزان، مرجع سابق، ص6.