

# المعالجة الصحفية لمشروع قناة السويس الجديدة بمواقع التواصل الاجتماعي

## دراسة تحليلية للصفحتين الرسمية والشعبية للمشروع علي موقع الفيس بوك

د/ سهير عثمان عبد الحليم\*

### مقدمة

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز العناصر الجديدة في خريطة الإعلام المصري، حيث أصبحت تسير جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام التقليدية كمصدر متعارف عليه للأخبار، سواء اتفقنا أو اختلفنا علي صحة المعلومات التي تبثها هذه المواقع، أو عدم دقتها في بعض الأحيان، إلا أن الانتشار المتزايد لاستخدام هذه المواقع جعلها في مقدمة الاهتمامات البحثية للعديد من الباحثين في مصر والوطن العربي.

ومع ثورة المعلومات والطفرة التي شهدتها وسائل التواصل في السنوات الأخيرة، أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت مثل "تويتر"، "فيس بوك"، "يوتيوب" وغيرها من المواقع ثورة من نوع آخر، حيث تحولت هذه المواقع إلى وسائل إعلام يعتمد عليها الكثيرون في استقاء الأخبار والإطلاع على ما يجري في العالم.

وتعد هذه الوسائل ثورة حقيقية في الحقل الإعلامي، حيث فرضت نفسها منافساً حقيقياً لوسائل الإعلام التقليدية، خصوصاً أن الأمر لا يتطلب أكثر من جهاز كمبيوتر محمول ووصلة انترنت وكاميرا .

فأصبح لسان حال الكثيرين يقول " وسائل الإعلام التقليدية هي طريق ذو اتجاه واحد – حيث يمكنك قراءة صحيفة أو الاستماع إلي تقرير علي شاشة التلفزيون، لكنها محدودة الفرص من أجل طرح أفكارك وآرائك، وتأتي وسائل التواصل الاجتماعي، من ناحية أخرى، كطريق ذو اتجاهين علي شبكة الإنترنت تمنحك الفرصة للتواصل والاتصال مع الأشخاص الذين تعرفهم أو الذين يشاركونك البعض من اهتماماتك.

---

\* المدرس بقسم الصحافة – كلية الإعلام جامعة القاهرة

ولا يشكل مجتمعك الافتراضي مكانا للعثور علي المعلومات فقط ، ولكن أيضا مكانا لتنظيم الأحداث، والتعبير عن آرائك، ومشاطرة الصور الخاصة بك، والتعرف علي أشخاص جدد، والترويج لعملك، والمشاركة في الحملات والكثير من الأنشطة الأخرى".<sup>(١)</sup>

ويري باحثون أن الإعلام البديل لعب دورا محوريا في عملية تداول المعلومات أثناء ثورة الخامس والعشرين من يناير ٢٠١١، خاصة أنه أتاح الفرصة للاستماع لأصوات غير مسموعة ومشاهدة صور غير مرئية لدي وسائل الإعلام التقليدية.<sup>(٢)</sup> وبعد موقع الفيس بوك واحداً من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي أصبح بلا منازع واحداً من أدوات الرأي العام التي يستخدمها الفرد للتعبير عن آرائه واحتياجاته ورغباته، فمن خلاله يمكن أن يمارس حرية التعبير عن الرأي وممارسة النقد للأخطاء والعيوب التي تنشر عبر صفحاته.<sup>(٣)</sup>

وكانت البداية عندما انتشرت دعوة بين الشباب على الفيس بوك إلى مظاهرة كبرى أمام مقر وزارة الداخلية تحت شعار "فعلتها تونس" وبدأت الدعوة على صفحة "كلنا خالد سعيد"، وجذبت أكثر من ٥٤ ألف مشترك في بضعة أيام، الأمر الذي تحول إلى مظاهرات ضخمة في ميدان التحرير دشنت لقيام ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ التي استطاعت أن تسقط نظاماً استمر ثلاثون عاماً خلال ثمانية عشر يوماً فقط، عبر توظيف مكثف للإنترنت والمواقع الاجتماعية التي كانت بمثابة الخلية التي تجمع فيها آلاف المنادين بالإصلاح والتغيير أو الموت دون هذه المطالب. وأغلبهم من الشباب الشريحة الأكثر استخداماً لوسائل الإعلام الاجتماعي في مصر.<sup>(٤)</sup>

وفي هذا الصدد، يبرز الدور الأساسي الذي تلعبه صفحات موقع الفيس بوك، حيث تمكن هذه الصفحات الجهات الرسمية والشخصيات العامة والشركات والمنظمات والكيانات الأخرى من إنشاء وجود حقيقي وعام علي مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف توصيل رسائل مستمرة لمستخدمي موقع الفيس بوك، سواء كانت رسائل إخبارية أو رسائل تتضمن طرح آراء معينة تجاه بعض القضايا علي الساحة المصرية.

**وقياسا علي ما سبق،** يمكن القول أن هذه الدراسة تستمد اهميتها من الدور الذي تلعبه الصفحات الرسمية والشعبية علي موقع الفيس بوك، فيما يتعلق بمناقشة وطرح بعض القضايا القومية مثل مشروع قناة السويس الجديدة، والذي روجت له كافة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وجاء موقع الفيس بوك كأحد الأضلاع

الأساسية في طرح ومعالجة هذا المشروع صحفيا من خلال الشق الرسمي والشعبي لهذه النوعية من المعالجة.

وتقوم هذه الدراسة بشكل أساسي علي تحليل المضامين التي طرحتها الصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة، من خلال رصد دقيق لكافة المضامين والأشكال الصحفية التقليدية والجديدة المتاحة علي هاتين الصفحتين.

#### الدراسات السابقة:

تقوم الباحثة في السطور القادمة باستعراض بعض الأدبيات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، سواء علي مستوي دراسات المكتبة العربية او الأجنبية، وبالتالي سيتم تقسيم محاور الدراسات السابقة إلي محورين أساسيين:

#### المحور الأول: الدراسات العربية قريبة الصلة بموضوع الدراسة

- دراسة "سهير عثمان عبد الحليم"<sup>(٤)</sup>: والتي تستهدف التعرف علي الدور الذي قامت به صفحة المتحدث العسكري الرسمي للقوات المسلحة في إمداد المحررين العسكريين بالصحف القومية والخاصة اليومية بالمعلومات عن الشأن العسكري. وقامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية علي عينة من المحررين العسكريين العاملين في الصحف القومية والخاصة قوامها ١٠ مفردات، مستخدمة صحيفة الاستقصاء في جمع البيانات، واستعانت الباحثة بالعينة العمدية المتاحة كأسلوب لجمع بيانات هذه الدراسة، نظرا لخصوصية الدراسة المتعلقة بالصفحة الرسمية للمتحدث العسكري للقوات المسلحة علي موقع الفيس بوك، وهم الفئة المنوط بهم تغطية الشأن العسكري في صحف العينة.

وخلصت الدراسة إلي مجموعة هامة من النتائج تأتي في مقدمتها أن التعرض لصفحة المتحدث الرسمي للقوات المسلحة علي موقع الفيس بوك يمثل جزءا أساسيا من العمل الصحفي اليومي للمحررين العسكريين في الصحف محل الدراسة، ولكن هذا لا يعني اعتمادهم عليها بشكل أساسي في الحصول علي المعلومات حول كافة الشؤون العسكرية، خاصة أن محرري الصحف القومية أكدوا في أكثر من موضع ان قطاع الشئون المعنوية يمثل المصدر الأكثر تعرضا بالنسبة لهم كمحررين عسكريين، وبالتالي لا تمثل هذه الصفحة بديلا عن أجنحة المصادر الشخصية المتاحة لكل محرر عسكري.

- دراسة "سلوي سليمان الجندي"<sup>(٦)</sup>: والتي تستهدف التعرف علي الدور الذي لعبته صفحات الجيش والشرطة علي الفيس بوك لإدارة الأزمة التي تلت الثورة المصرية الثانية في ٣٠ يونيو ٢٠١٣، وكذلك معرفة مدي اعتماد الجمهور المستهدف علي هذه الصفحات وقت الأزمة كمصدر للمعلومات، كما استهدفت الدراسة معرفة مدي قدرة القائم بالاتصال علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للاتصال بالجمهور المستهدفة، وإمدادهم بالمعلومات ومواجهة الشائعات.

وتضمنت عينة الدراسة الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي للقوات المسلحة والصفحة الرسمية للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، كما تضمنت العينة أيضا صفحات غير رسمية يقوم عليها مدراء Admin من أفراد الجيش والشرطة لمخاطبة الجماهير المستهدفة من خلال موقع الفيس بوك.

وقد عملت صفحتا "الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي للقوات المسلحة، كجهاز اعلامي لنقل أحداث فض الاعتصامات لحظة بلحظة، بالإضافة إلي عملها في الرد علي الشائعات وتوضيح الحقائق في الأزمات التي تلت الثلاثين من يونيو ٢٠١٣، وأهمها أزمة اعتصامات ميداني النهضة ورابعة العدوية، وكانت أهم استراتيجيات الاتصال المستخدمة علي الصفحتين هي مكافحة الشائعات وإستراتيجية نقل المعلومات ونقل الأخبار والأحداث وتوضيح الحقائق وإستراتيجية دعم الصورة الذهنية.

- دراسة عماد جابر<sup>(٧)</sup>: وتأتى أهمية هذه الدراسة وإشكالياتها التي تتمحور في سؤال يقول: هل ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو ثورات الربيع العربي وما هي طبيعة هذه الاتجاهات، وبعد مرور ثلاث سنوات على قيام ثورات الربيع العربي هل تغيرت عادات تعامل الشباب العربي مع شبكات التواصل الاجتماعي وهل تغيرت معها اتجاهاته نحو هذه الثورات العربية وإذا كان هناك ثمة تغيرات ما هي أسباب هذا التغير وهل هذا راجع لطبيعة شبكات التواصل الاجتماعي ام لأسباب متعلقة بطبيعة الثورات وما آلت إليه الأحداث على الأرض وصراع القوى الفعالة في أحداث هذه الثورات في العالم العربي.

وخلصت الدراسة إلي العديد من الاستخلاصات البحثية الهامة، تأتي في مقدمتها ان شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت واقعا فعليا لا يمكن الاستهانة به أو غض الطرف عنه، مع ضرورة الاهتمام بها والاستفادة من امكانياتها عنه سواء من جانب وسائل الإعلام التقليدية او من جانب الحكومات فالحاجة أصبحت ملحة لدى القائمين على الإعلام التقليدي في مراجعة وتحليل أسباب الانسحاب الكبير من الجمهور واتجاهه نحو شبكات التواصل الاجتماعي، ومن جانب الحكومات وجب الاستفادة من هذه الشبكات الاجتماعية في كيفية استغلال طاقات الشباب في مساعيها نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وعلى وسائل التواصل الاجتماعي والقائمين عليها القيام بدور الرقيب السياسي والاجتماعي على أداء الحكومات كجهة تنفيذية والجهات التشريعية والقضائية حتى تكتمل للعملية الديمقراطية مقوماتها الأساسية.

- **دراسة مني أحمد مصطفى عمران<sup>(٨)</sup>**، وتهتم هذه الدراسة برصد الملامح التي يقدمها الفيس بوك من خلال صفحاته المهتمة برصد قضايا الفساد الإعلامي، ومدى اعتماد الشباب المصري على تلك الصفحات للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي.

وخلصت الدراسة إلي ارتفاع نسبة المنشورات التي تناولت قضايا الفساد ضمن منشورات صفحتي "كلنا خالد سعيد" و "الصفحة الرسمية لفضائح الحرامية" حيث بلغت (٨٣,٥%)، في حين جاءت نسبة الموضوعات العامة (١٦,٤%) ضمن جملة منشورات الصفحتين، ويتضح كذلك ارتفاع نسبة تناول صفحة (كلنا خالد سعيد) والتي بلغت (٨٤,٧%) من إجمالي المنشورات التي تناولتها، بينما بلغت نسبة الموضوعات العامة (١٥,٢%) من إجمالي المنشورات التي نشرت عبر هذه الصفحة، في حين بلغت نسبة قضايا الفساد التي تناولتها صفحة (الصفحة الرسمية لفضائح الحرامية) (٨١,٢%) من إجمالي المنشورات التي تناولتها، بينما بلغت نسبة الموضوعات العامة (١٨,٧%) من إجمالي المنشورات التي نشرت عبر هذه الصفحة.

- **دراسة أميرة سمير طه<sup>(٩)</sup>**، والتي تتمثل في الكشف عن معرفة مدى دلالة الفروق بين مجموعة الشباب الجامعي المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة الأخرى غير المعتمدة على هذه المواقع بالنسبة لكل من التصويت في الانتخابات الرئاسية والمعرفة السياسية (الخاصة بالانتخابات / العامة)،

والاهتمام السياسى والفاعلية السياسية والثقة السياسية. بالإضافة إلى التعرف على مدى وجود علاقة بين كل من معدل استخدام هذا الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي من ناحية وكل من: التصويت فى الانتخابات الرئاسية، والمعرفة السياسية (الخاصة بالانتخابات/العامة)، والاهتمام السياسية، والفاعلية السياسية، والثقة السياسية من ناحية أخرى.

وانتهت الدراسة إلى أن السياسة تحتل المرتبة الأولى كأحد المجالات التى يقبل عليها الباحثون أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويأتى على رأس أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء الانتخابات معرفة أخبار الانتخابات يليه معرفة معلومات عن المرشحين، وقد أظهرت النتائج أيضاً أن (٧٠,٧٥%) من عينة الدراسة كان مستوى معرفتهم عن الانتخابات الرئاسية الأخيرة مرتفع، فى الوقت نفسه وجد أن أكثر من نصف العينة (٥١,٥%) مستوى معرفتهم السياسية العامة مرتفع.

- دراسة سماح محمد المحمدي<sup>(١٠)</sup>، والتي تتناول مدى اعتماد الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية بالتطبيق على موقع الفيسبوك اثناء انتخابات الرئاسة المصرية مايو ٢٠١٢ للوقوف على العوامل المؤثرة فى ذلك ، وتأثير هذا على تصويتهم الانتخابي، وذلك عبر التعرف على وتحليل الأبعاد المختلفة لاعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيسبوك متمثلة فى: كثافة استخدامهم للفيسبوك، وأهداف الاعتماد على الفيسبوك ، والتأثيرات المترتبة على استخدامهم له.

كما تسعى الدراسة إلى الكشف عن تأثير عدد من المتغيرات ، تتمثل فى مستوى الاستغراق السياسى للشباب الجامعي ، ومستوى اهتمامهم بقضية الانتخابات الرئاسية، ومدى مصداقية الفيسبوك لدى الشباب ، بالإضافة للمتغيرات الديموجرافية للشباب على اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك اثناء انتخابات الرئاسة المصرية.

وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية و دوافع هذا الاعتماد، ويعنى ذلك انه كلما تعددت الأسباب التى تدفع الباحثين نحو استخدام موقع الفيس بوك ، كلما زادت كثافة استخدامهم له.

- **دراسة شيماء نو الفقار<sup>(١١)</sup>** ، تناولت هذه الدراسة حدثاً سياسياً مهماً لعبت خلاله شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع التدوين المصغر – المعروف باسم تويتر – دوراً مهماً، والحدث هو الانتخابات التشريعية المصرية لعام ٢٠١٠، وقد شهدت تلك الانتخابات كما كبيراً من الانتهاكات والتجاوزات والتزوير، وقد استطاع موقع تويتر أن ينقل كل ما يتعلق بتلك الانتخابات لحظة بلحظة من خلال التليفونات المحمولة المزودة بخدمة الإنترنت من داخل وخارج لجان الانتخابات، ولم تقتصر التغطية على الكلمة المكتوبة من خلال التغريدات وإنما تجاوزتها إلى نقل الصورة والصوت من خلال روابط تضمنتها التغريدات، وقد حاولت هذه الدراسة رصد هذه التغطية وتحديد أهم خصائصها من حيث الشكل والمضمون.
- وقد أوضحت النتائج أن التغطية تجاوزت في أهدافها مجرد نقل المعلومات والأخبار إلى محاولة تشكيل الاتجاهات والحث على الفعل السياسي فيما يعرف بالتعبئة السياسية لرفض الأوضاع القائمة والتي كانت تلك الانتخابات انعكاساً لها.
- **دراسة "أشرف جلال"<sup>(١٢)</sup>**: والتي استهدفت تفعيل دور الشبكات الاجتماعية كوسائل حديثة في إعادة صياغة وتشكيل الرأي العام في الاقطار العربية تجاه الثورات العربية لخلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية وسياسية في القضايا الهامة مستقبلاً بعد نجاح هذه الثورات، بالإضافة إلي تحديد حجم وطبيعة التعرض والاستخدام للشبكات الاجتماعية مع قياس مستوى الاهتمام والانظام في عملية التعرض والاستخدام، والتعرف علي مستويات تأثير الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام.
- وتوصلت الدراسة إلي أن هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة لتوافر عامل التفاعلية ، كما يؤكد النموذج الديمقراطي، وسماح هذه الوسائل التقليدية علي تحقيق المشاركة بفاعلية، كما ثبت وجود علاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل او الايجابية في استخدام الشبكة ، وأيضاً ثبت وجود علاقة بين الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية.
- **دراسة "ممدوح عبد الواحد"<sup>(١٣)</sup>**: والتي استهدفت مناقشة وتحليل دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة، وذلك من خلال دراسة ميدانية علي عينة عمدية من بعض

الشباب، ومعرفة رؤيتهم لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة.

وخلصت الدراسة إلي أن أسباب انتشار الشبكات الاجتماعية سرعة متابعة كل ما يحدث في المجتمع، وساحة لتلاقي الشباب لتبادل الأفكار، وإتاحة الفرصة للتفاعل بين الشباب في عالم افتراضي لا رقابة عليه، ولا قيود علي حرية التعبير، والحرية الكاملة في الكشف أو إخفاء شخصية العضو، تساعد في التواصل مع الآخرين والتعرف علي الأخبار السياسية والاجتماعية و الرياضية، تحقق قدراً من الترفيه والتسلية، تساعد في التواصل مع الآخرين والتعرف علي الأخبار السياسية والثقافية و الاجتماعية والرياضية، تحقق قدراً من الترفيه والتسلية، تساعد علي تنشيط المهارات لدي المستخدم وتحفز علي التفكير، وتعلم أساليب التواصل الفعال، واختيار المحتوى، بالإضافة إلي مساهمة الشبكات الاجتماعية في كشف فساد نظام مبارك وظهور العديد من الحركات والجماعات الاجتماعية والسياسية الاحتجاجية وتعبئة الرأي العام لنبذ قيم الديكتاتورية والعنف وإتاحة الحرية السياسية.

#### المحور الثاني: الدراسات الأجنبية قريبة الصلة بموضوع الدراسة

- دراسة **Brian J. Bowe**<sup>(٤)</sup>: تسعى هذه الدراسة إلي التعرف علي الدور الذي لعبته صفحة "حركة ٦ أبريل" علي موقع الفيس بوك ، في الفترة التي سبقت قيام ثورة الخامس والعشرين من يناير ٢٠١١، من خلال تحليل مضمون المشاركات Posts التي تم تحميلها علي الصفحة قبل أسابيع من قيام الثورة في يوم الثلاثاء الخامس والعشرين من يناير والذي تواكب مع احتفالات وزارة الداخلية بعيد الشرطة.

وقام الباحثون في هذه الدراسة بتجميع المشاركات التي تم تحميلها علي الصفحة من يوم ١٧ يناير ٢٠١١ وحتى يوم ١٤ فبراير ٢٠١١ ، أي بعد تنحي الرئيس الأسبق حسني مبارك بثلاث أيام كاملة. ووصل عدد المشاركات التي تم تحليلها ٦٦١ ، وقد تم ترجمتها للإنجليزية بواسطة أحد الباحثين في هذه الدراسة. وتضمنت هذه المشاركات نصوص وروابط لبعض وسائل الإعلام التقليدية ومضامين سمعية وبصرية وأحيانا صور ثابتة.

- دراسة **Maggie Fesenmaier**<sup>(٥)</sup>: والتي استهدفت التعرف علي الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في ثورة الخامس والعشرين من يناير من



خلال تغطية الصحف المصرية والأمريكية لهذه الأحداث، وكيف صورت الصحف المصرية والأمريكية الدور الفعال الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي إبان الثورة المصرية، وكيف وصفت الصحف المصرية والأمريكية المتظاهرين المصريين.

واعتمدت الدراسة علي تحليل مضمون ٣٠٠ مقال في ثلاث صحف أمريكية (نيويورك تايمز - يو اس ايه توداي - وول استريت جورنال) ، وثلاث صحف مصرية (الأهرام - المصري اليوم - الايجيبشيان جازيت)، بواقع ٥٠ مقالا لكل صحيفة.

وتشير النتائج إلي أن ذكر الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية جاء في الصحف الأمريكية ضعف نظيرتها المصرية، وأرجع الباحثون هذه النتيجة لاهتمام الصحف المصرية بواقع أحداث الثورة اليومية أكثر من مجرد الإشارة إلي جدل دائر حول الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الثورة. وتمثل نتائج هذه الدراسة أيضا إعادة فهم لواقع الثوار المصريين من خلال تغطية الصحافة المصرية والأمريكية لأحداث الثورة.

**دراسة - How Face book facilitated the Jasmine Revolution<sup>(١٦)</sup>:** تسعى هذه الدراسة إلي التعرف علي الدور الذي لعبه موقع الفيس بوك كأحد منصات التواصل الاجتماعي أثناء ما يعرف بـ "ثورة الياسمين" في تونس في نهاية عام ٢٠١٠، والتي أدت بعد إندلاعها بشهر واحد إلي الإطاحة بالرئيس السابق زين العابدين بن علي.

وقام الباحثون من خلال دراستهم الكيفية الحالية بتطوير نموذج خماسي الأبعاد يتم من خلاله دراسة التأثيرات التي أحدثها موقع الفيس بوك باعتباره أبرز منصات التواصل الاجتماعي في ثورة الياسمين في تونس، وقد ضم هذا النموذج خمس تأثيرات مختلفة تم قياسها خلال الدراسة وهي (التظاهر - الانتساع الجغرافي - الترابط - السرعة- إخفاء الهوية).

وتشير نتائج الدراسة إلي تعاضم الدور الذي لعبه موقع الفيس بوك في اندلاع ثورة الياسمين في تونس في أواخر عام ٢٠١٠ ، من خلال دعم الفرضية العلمية التي تؤكد دور هذا الموقع في تعبئة الجماهير.

وأظهرت الدراسة نتائج النموذج النظري الذي طوره الباحثون من خلال التأكيد علي أن موقع الفيس بوك كان حاسما في زيادة وعي مستخدمي الإنترنت بحجم التفاوت داخل المجتمع التونسي (عامل التظاهر)، خلق هوية جماعية قوية وحدت التونسيين من أجل هدف مشترك (عامل الترابط) ، توفير الإطار التنظيمي الذي يربط التونسيين (الاتساع الجغرافي وإخفاء الهوية)، وذلك بسرعة مذهلة (عامل السرعة).

- دراسة **Williams وآخرون**<sup>(١٧)</sup>: تبحث هذه الدراسة في مدى استخدام مرشحي الكونجرس الأمريكي لحساباتهم الشخصية علي الفيس بوك في الانتخابات النصفية لعام ٢٠٠٦، كما رصدت الدراسة أيضا المرشحين الأكثر استخداما لحساباتهم علي الفيس بوك، ومدى تأثير ذلك علي التصويت لصالحهم.

وخلصت الدراسة إلي أن ٣٢% من المرشحين لمجلس الشيوخ قاموا بالكتابة علي حساباتهم الشخصية علي موقع الفيس بوك، حيث جذب المرشحون الديمقراطيون والجمهوريون ما يقرب من ٢١٤٦ مؤيد، اما المرشحون لانتخابات الرئاسة، نجح ١٣% منهم في جذب ما يقرب من ١٢٥ مؤيد.

- دراسة **Borah**<sup>(١٨)</sup>: تتناول هذه الدراسة بعدين بحثيين في غاية الأهمية، **الأول:** يتعلق بتحليل محتوى صفحات الفيس بوك الرسمية للمرشحين باراك اوباما وميت رومني إبان الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٢، وذلك لفهم كيفية استخدام السياسيين لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف الوصول للناخبين. **الثاني:** يتعلق بإجراء دراسة تجريبية للتعرف علي تأثير هذا الاستخدام علي معدل المشاركة السياسية.

وخلصت نتائج الدراسة التحليلية إلي وجود اختلافات هامة في استراتيجيات المرشحين الاثنيين في استخدام صفحاتهم الرسمية علي موقع الفيس بوك. وخلصت نتائج الدراسة التجريبية إلي ان التعليقات الداعمة للمرشح تزيد من معدل المشاركة السياسية للناخبين.

- دراسة **Julia K. Woolley وآخرون**<sup>(١٩)</sup>: تبحث هذه الدراسة في الدور الذي لعبته صفحات الفيس بوك في فترة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠٠٨ بين المرشحين باراك اوباما وجون ماكين.

ومن خلال دراسة تحليلية لمضمون ١٠٠٠ صفحة أنشأها مستخدمو الفيس بوك، سعت هذه الدراسة إلي التعرف علي صورة المرشحين السابقين لدي مستخدمي الفيس بوك من خلال المضامين المنشورة عن كل منهما.

وخلصت الدراسة إلي أن المرشح باراك اوباما كانت صورته إيجابية أكثر من نظيره جون ماكين، وظهر ذلك من مستويات اللغة المستخدمة لكل منهما سواء تعرضت هذه اللغة لبعض العوامل العرقية أو الدينية، كما يشار إلي أن الدراسة حجت الألفاظ النابية التي تم استخدامها لوصف أيا من المرشحين.

- دراسة **Ancu Monica**<sup>(٢٠)</sup>: وطبقت هذه الدراسة فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع لقياس دوافع دخول مستخدمي موقع " ماي سبيس" علي الصفحات الشخصية للمرشحين السياسيين في المواقع.

وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من زائري الصفحات الشخصية للمرشحين السياسيين في موقع ماي سبيس **MySpace**.

وخلصت الدراسة إلي أن الدافع الرئيسي للدخول على الصفحات الشخصية للمرشحين في موقع ماي سبيس **MySpace** هو التفاعل الاجتماعي مع مؤيدي المرشحين، وفي بعض الأحيان المرشحين أنفسهم، بهدف تكوين صورة ذهنية إيجابية قد تساهم في دعمهم في الانتخابات.

#### استخلاصات ودلالات الدراسات السابقة:

رصدت الباحثة مجموعة من الدلالات الهامة المتعلقة بعرض محوري الدراسات السابقة العربية والإنجليزية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

**أولاً:** كشفت الباحثة بعد استعراض الدراسات السابقة اهتماما بحثيا ملحوظا بالدور الذي تلعبه صفحات الفيس بوك الرسمية والشعبية في تشكيل اتجاهات الجماهير نحو قضايا بعينها، جاءت في مقدمتها الانتخابات البرلمانية والرئاسية خاصة في مصر والولايات المتحدة.

**ثانياً:** تلعب المضامين الصحفية المنشورة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تزويد مستخدمي هذه المواقع بالمعلومات والاحتياجات المعرفية الخاصة ببعض القضايا السياسية والقومية.

**ثالثاً:** تنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في التوصل لنتائج هذه الدراسات بين تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، بالإضافة إلي الأدوات شبه التجريبية في بعض الدراسات.

**رابعاً:** ساعدت هذه الدراسات الباحثة في بلورة اهمية دراستها الحالية، واختيار الأداة البحثية الملائمة لجمع بيانات هذه الدراسة.

### **مشكلة الدراسة:**

بات الحديث عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة سياسية، من الأمور المثيرة للجدل البحثي في كافة أنحاء الوطن العربي خاصة بعدما تعارفت عليه الأدبيات بـ "ثورات الربيع العربي"، حيث تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لتزويد روادها بالمعلومات حول قضايا معينة، او كأداة للترويج السياسي لنظام أو شخصية خصوصا في فترات الانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

و تشير الارقام طبقا لإحصائيات **Arab Discover Digital** الى ان عدد مستخدمي الفيسبوك في مصر بلغ ٩ مليون<sup>(٢١)</sup> ، وهو رقم يجذب الانتباه إلي الأهمية التي يلعبها هذا الموقع تحديدا في تشكيل وعي المصريين تجاه بعض القضايا بعد ثورتين غيرت من خريطة الحياة السياسية في مصر.

ومن هنا يمكن بلورة **مشكلة الدراسة** في التعرف علي الدور الذي تقوم به صفحات الفيس بوك في المعالجة الصحفية لبعض القضايا القومية كمشروع تنمية محور قناة السويس، والذي أعلنه الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي عن بدء العمل به في الخامس من أغسطس من عام ٢٠١٤.

وتعني هذه الدراسة تحديدا بتحليل الصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة، لرصد الإشكاليات البحثية المتعلقة بالمعالجة الصحفية لهذا المشروع القومي بتلك الصفحتين.

### **مصطلحات الدراسة:**

#### **مواقع التواصل الاجتماعي (SNS) Social Networking Sites**

الشبكات الاجتماعية هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب ٢,٠ تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل

المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض<sup>(٢٢)</sup>.

تصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب ٢,٠ لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوّع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس.

### صفحات الفيس بوك Pages

تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن منتج أو شخصية أو حدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، و إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

### أهداف الدراسة:

#### تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، يمكن إجمالها في الآتي:

- ١- رصد الأشكال الصحفية التقليدية التي تعتمد عليها الصفحتان الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة.
- ٢- رصد الأشكال الصحفية المستحدثة التي تستعين بها الصفحتان الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة.
- ٣- تحديد الأدوات التفاعلية التي تعتمد عليها الصفحتان للتواصل مع مستخدميها.
- ٤- التعرف علي أبرز القضايا والأفكار التي تثيرها الصفحتان فيما يتعلق بمشروع قناة السويس الجديدة.
- ٥- تحديد أبرز المصادر الرسمية وغير الرسمية التي تم الاعتماد عليها في الصفحتين.
- ٦- رصد وتحليل أهم وسائل الإبراز التي اعتمدت عليها الصفحتان للتركيز علي قضايا بعينها في مشروع قناة السويس الجديدة.

## تساؤلات الدراسة:

### قياسا على الأهداف السابقة، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما أهم القوالب الصحفية التقليدية التي تعتمد عليها الصفحتان الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة؟
- ٢- ما أهم القوالب الصحفية المستحدثة والمرتبطة بالإعلام الجديد التي تستعين بها الصفحتان الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة؟
- ٣- كيف تم توظيف الأدوات التفاعلية التي اعتمدت عليها الصفحتان في إبراز القضايا التي طرحها؟
- ٤- ما أبرز المصادر الرسمية التي اعتمدت عليها الصفحتان في استقاء المعلومات الواردة في فنونها الصحفية؟
- ٥- ما أبرز المصادر غير الرسمية التي اعتمدت عليها الصفحتان في استقاء المعلومات الواردة في فنونها الصحفية؟
- ٦- كيف تم توظيف وسائل الإبراز المستخدمة في الصفحتين بشكل يخدم القضايا التي تم طرحها؟
- ٧- ما أبرز القضايا التي تم طرحها علي الصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة؟
- ٨- ما أبرز الأفكار التي تم طرحها علي الصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة؟

## الإطار المنهجي للدراسة:

### أولاً: نوع الدراسة

يعد البحث من البحوث والدراسات الوصفية الكمية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث والأوضاع. وتتيح هذه النوعية من البحوث وجود بيانات كمية قابلة للقياس والاستدلال من خلال الدراسة التحليلية للصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة علي موقع الفيس بوك، وذلك من خلال دراسة آنية ترصد أهم الأفكار والقضايا المطروحة علي الصفحتين، للخروج بمؤشرات المعالجة الصحفية لهذا المشروع القومي.

## ثانياً: مناهج الدراسة

يعتمد البحث بصفة رئيسية علي منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول علي معلومات وبيانات عن الظاهرة التي يتم بحثها، بإتباع أسلوب المسح بالعينة للموضوعات المتعلقة بقضية الدراسة. وتم استخدام هذا المنهج بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة عن أهداف البحث وتساؤلاته.

كما تم الاعتماد علي المنهج المقارن لرصد وملاحظة أوجه الاتفاق والاختلاف بين طبيعة المعالجة الصحفية لمشروع قناة السويس الجديدة في كل من الصفحتين الرسمية والشعبية علي موقع الفيس بوك.

## ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

### تحليل المضمون:

تم الاعتماد علي أداة تحليل المضمون بهدف الوصف الكمي والكيفي لطبيعة القضايا المرتبطة بالمعالجة الصحفية لمشروع قناة السويس علي موقع الفيس بوك، وتم تحديد وحدة الموضوع كوحدة للعد والقياس، لأنها تمكن من الحصول علي المعلومات الخاصة بطبيعة المعالجة الصحفية لمشروع قناة السويس الجديدة علي الصفحتين الرسمية والشعبية بأحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، من خلال تحليل كافة الفنون الصحفية التي نشرتها هاتين الصفحتين، ورصد كافة الأدوات التفاعلية التي تم الاستعانة بها لإبراز أهم الأفكار والقضايا التي عالجتها هاتين الصفحتين.

### وارتبطت فئات التحليل بتساؤلاته البحث، وانقسمت إلى:

#### أ- فئة تحليل الشكل، وتشمل:

- 1- نوعية الأفكار الواردة بالصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة.
- 2- فنون الكتابة الصحفية التقليدية والمستحدثة وتشمل: الأخبار – التحقيقات – الحوارات – مواد الرأي – الإنفوجراف – قصة الوسائط المتعددة -Multi media News story - شريط الصور المتعاقب.

## ب- فئة المضمون، وتشمل:

- ١- مصادر المعلومات وتشمل مصادر الصفحة ومصادر كاتب المادة الصحفية
- ٢- سمات الشخصية الرئيسية التي ظهرت في المواد الصحفية (إيجابي- سلبي).

## الفترة الزمنية للدراسة التحليلية:

تتمثل الحدود الزمنية للدراسة التحليلية في الفترة التي أعلن فيها الرئيس عبد الفتاح السيسي عن المشروع القومي الجديد لقناة السويس في الخامس من أغسطس ٢٠١٤ ، والتي أعقبها إنشاء الصفحتين الرسمية والشعبية لهذا المشروع علي موقع الفيس بوك، وحتى منتصف يوليو ٢٠١٥ ، وهو اليوم الذي انتهت فيه الباحثة من تحليل مضمون هاتين الصفحتين.

## مجتمع الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المواد الصحفية التي نشرتها الصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة علي موقع الفيس بوك، باستخدام أسلوب المسح بالعينة للموضوعات التي تناولت هذا الحدث، ولم يتم إتباع أسلوب الحصر الشامل نظرا لوجود بعض المواد الصحفية غير ذات الصلة بموضوع الدراسة الأساسي.

وبلغ إجمالي المواد الصحفية التي تم تحليلها في الصفحتين الرسمية والشعبية ١٠٤ مادة صحفية، بواقع ٦٦ مادة في الصفحة الرسمية ، و ٣٨ مادة في الصفحة الشعبية.

## إجراءات الصدق والثبات:

تم الاعتماد في قياس الصدق علي الصدق الظاهري للاستمارة من حيث قدرتها علي الإجابة عن تساؤلات البحث وأهدافه، وتحقق ذلك من خلال عرض الاستمارة علي مجموعة الخبراء والمحكمين<sup>(٢٣)</sup>، الذين أشادوا بصلاحية الاستمارة للتطبيق، وأنها تقيس ما يفترض قياسه بعد تعديل بعض الملاحظات. ويقصد بثبات التحليل Reliability اتساق تحليل المواد الصحفية المنشورة، خلال فترة الدراسة ، بين باحث وآخر ، أو بين الباحث ونفسه عبر الزمن.



وقد استخدمت الباحثة معامل الثبات هولستي، لقياس درجة الاتساق في التحليل، حيث معامل الثبات هولستي :

٢ ت

٢ ن - ١ ن

حيث ٢ ت = عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان  
١ ن = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الأول  
٢ ن = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الثاني

حيث قامت باحثة أخرى<sup>(٢٤)</sup> بإعادة تحليل عينة من المواد الصحفية المنشورة في الصفحتين الرسمية والشعبية، سبق أن حللتها الباحثة، وبلغت نسبة معامل الثبات ٩١%، وهو ما يعتبر مستوى مناسباً من الثبات في عمليات التحليل الكمي و الكيفي .

### نتائج الدراسة

تعرض الباحثة في الصفحات القادمة نتائج الدراسة التحليلية للمواد الصحفية التي نشرتها الصفحتين الرسمية والشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة علي موقع الفيس بوك، في الفترة من أغسطس ٢٠١٤ حتي منتصف يوليو ٢٠١٥، ويمكن عرض النتائج من خلال المحاور الأساسية التالية:

#### أولاً : نتائج الدراسة التحليلية للصفحة الرسمية:

##### القوالب الصحفية التقليدية والمستحدثة:

استعانت الصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس الجديدة علي موقع الفيس بوك بالقوالب الصحفية التقليدية كوسيلة أساسية لعرض المضامين المنشورة بها، وشملت هذه القوالب المواد الإخبارية كالأخبار القصيرة السريعة والقصص الإخبارية الطويلة والتقارير الصحفية والتي وصل عددها إلي ٢٦ مادة خبرية من إجمالي ٤٥ قالب صحفي تقليدي، وكان الهدف من استخدام المواد الخبرية تزويد مستخدمي الصفحة علي موقع الفيس بوك بأحدث المستجدات الخاصة بمشروع قناة السويس الجديدة بدءاً من إعلان رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي بدء هذا المشروع العملاق في الخامس من أغسطس ٢٠١٤، مروراً بتطورات الحفر وحتى قرب الانتهاء وتجهيز منصة الاحتفال بافتتاح القناة الجديدة.

وشملت المواد الإخبارية أيضا ما يتعلق بالإعلان عن الانتهاء من ١٠٠% من أعمال الحفر الجاف لقناة السويس الجديدة، و الانتهاء من ٦٥% من أعمال التكريك بأكبر معدل حدث في التاريخ بلغ ١,٧ مليون متر مكعب يوميا، وبإجمالي عدد كراكات بلغ ٣٩ كراكة.

كما عرضت المواد الإخبارية أيضا المعلومات قريبة الصلة بالمشروع والتي تتعلق بإنشاء شركة للاستثمار بمحور قناة السويس الجديدة، وأيضا إعلان رئيس الوزراء المهندس إبراهيم محلب عن طرح شهادات استثمار باسم "شهادة استثمار قناة السويس" بهدف جمع ٦٠ مليار جنيه مصري لتمويل مشروع محور قناة السويس من خلال أموال المصريين فقط، على أن تطرح الشهادات من البنوك القومية بفائدة سنوية ١٢% تصرف كل ٣ أشهر، وعلى أن يسترد أصل المبلغ عقب مرور ٥ سنوات.

كما تضمنت هذه المواد الإخبارية محاولات عديدة من الصفحة الرسمية لنفي الشائعة التي أطلقتها جماعة الإخوان المحظورة بشأن تبعية مشروع قناة السويس الجديدة للرئيس المعزول محمد مرسي، وتم ذلك من خلال تقرير تفصيلي عن أهم الفروق التسع بين مشروع السيسي ومرسي لتطوير القناة.

وعرضت الصفحة أيضا أكثر من تصريح لوزير التموين بشأن إقامة مدينة عالمية للسياحة والتسوق علي محور قناة السويس.

وخصصت الصفحة أكثر من مجال لعرض مضامين عديدة الهدف الأساسي منها الترويج و بث الثقة في نفوس المصريين تجاه المشروع القومي الجديد، مثل تصريح الشيخ مظهر شاهين إمام وخطيب مسجد عمر مكرم، بأن التبرع للمشروع أولي من حج النافلة، لأن الحج هنا ليس فرضا، لكن الوقوف بجانب الدولة فرضا، لأن فيه حفظ المال والعرض بل الدين.

وتضمنت المواد الإخبارية أيضا بعض التصريحات الحماسية من جانب بعض قيادات القوات المسلحة كالفریق مهاب ممش رئيس هيئة قناة السويس، الذي أكد في أكثر من مجال أنهم مستعدون للموت في القناة الجديدة من أجل تنفيذ هذا المشروع العملاق، ولعل هذه النوعية من المضامين تبتعد عن وظيفة الإخبار وتقترب بشدة من وظيفة الترويج والإشادة بالمشروع القومي، خاصة ان هذه التصريحات جاءت علي لسان أكبر قيادات هيئة قناة السويس.

ويأتي في المرتبة الثانية من حيث عدد القوالب الإخبارية التقليدية "الصورة الصحفية"، والتي بلغ معدل استخدامها ١٦ مرة خلال فترة الدراسة التحليلية، وعبرت الصورة الصحفية من خلال التعليق المصاحب لها عن العديد من القضايا المثارة والمرتبطة بمشروع قناة السويس الجديدة، مثل صورة الكورفيت الشبحي فرنسي الصنع والذي تم ضمه للترسانة البحرية في الإسكندرية للسيطرة علي البحر المتوسط وتأمين حدود مصر، بالإضافة إلي حضوره حفل افتتاح قناة السويس في السادس من أغسطس ٢٠١٥ .

كما ضمت الصور الصحفية أيضا صورة التمثال الذي سيوضع علي مدخل القناة بعد اكتمال الحفر وقبل حفل الافتتاح، بالإضافة إلي العديد من الصور الخاصة بتطورات أعمال الحفر والتكريك. ونشرت الصفحة أيضا صورة لأول مبني في قناة السويس الجديدة وهو عبارة عن مسجد.

ونشرت الصفحة أيضا صورة ثابتة تعرض جدولاً مقارنة يوضح نقاط القوة الثماني المتوافرة في قناة السويس مقارنة بقناة بنما، والتي جعلها في المقدمة.

ونشرت الصفحة أيضا العديد من الصور الصحفية التي تهدف إلي تمجيد القوات المسلحة من خلال نشر صورة للزعيم الراحل محمد أنور السادات مرفق بها كلمة مقتبسة من إحدى خطبه الشهيرة بعد حرب أكتوبر ١٩٧٣، بالإضافة إلي نشر صورة مقسمة إلي نصفين، الأولي لمجند يتناول طعاما بسيطا وهو جالس علي الأرض، والنصف الأخر لمواطن مصري يتناول حلوي فاخرة "الدونتس"، وتري الباحثة أن نشر مثل هذه النوعية من الصور الغرض الأساسي منها إثارة الشعب والمصري واستدراار عطفه تجاه أفراد القوات المسلحة لدرجة تصل الي الابتزاز العاطفي، وهي مقارنة غير عادلة للقوات المسلحة خاصة في الآونة الأخيرة.

كما نشرت الصفحة أيضا صورة لمجموعة من الجنود يؤدون الصلاة مع تعليق مصاحب للصورة عبارة عن دعاء بالثبات والإيمان بالله، وهي صورة بعيدة الصلة عن الغرض الأساسي من الصفحة وهو نشر كل ما يتعلق بمشروع قناة السويس الجديدة، بالإضافة إلي نشر مجموعة صور للملازم أول محمد عبده شهيد الإسكندرية في هجمات الشيخ زويد التي وقعت مؤخرا في سيناء، وهي أيضا صور غير ذات الصلة بالموضوع الأساسي للصفحة.

ومن بين القوالب التقليدية الأخرى التي تم استخدامها علي نطاق ضيق، الحوارات الصحفية، والتي تم التعامل معها من خلال نقل حوار كامل من القنوات

الفضائية ونشره في شكل حوار صحفي علي شكل تصريحات للفريق مهاب مميش رئيس هيئة قناة السويس، وكان هذا بمعدل مرتين فقط خلال فترة الدراسة التحليلية، حيث تضمن الحوار الأول تصريحات خاصة لبرنامج "ممكّن" للإعلامي خيرى رمضان المذاع علي قناة CBC الفضائية والذي تناول فيه الفريق مهاب مميش أسباب رفضه لطلب أمريكي لحجز سفينة إيرانية تحمل أسلحة، حيث برر الفريق مميش ذلك بقوله إنه من حق مصر منع ٣ أنواع من الحمولات من المرور بقناة السويس وهي تجارة الرقيق أو مواد محظورة كالمخدرات أو سفينة تابعة لدولة تعلن الحرب علينا، وبالتالي ليس للهيئة سلطة التحفظ على سفينة طالما لا تملك الحمولة مطابقة للشحنة المتواجدة على متن السفينة وميناء الوصول والمغادرة معروف، مشيراً إلى أن تجارة السلاح ليست ممنوعة وتم السماح لها بالمرور. وتضمن الحوار الثاني تصريحات لقناة المحور الفضائية لبرنامج ٩٠ دقيقة، تحدث فيها الفريق مهاب مميش رئيس هيئة قناة السويس عن معدلات حفر قناة السويس وكونها تفوق المتوقع، مشيراً إلى أن مصر دخلت موسوعة جينيس العالمية للأرقام القياسية بأكبر عملية تركيب في العالم، والتي وصلت إلى ٥٠٠ مليون متر مكعب.

ومن القوالب التقليدية الأخرى التي تم استخدامها علي استحياء، **المقال الصحفي**، حيث شهدت فترة الدراسة التحليلية ظهور مقال واحد فقط يثير العديد من التساؤلات البحثية، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بالصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس الجديدة، فعنوان المقال " جيش المكرونة"، حيث نجده يثير للوهلة الأولى سخرية لاذعة من القوات المسلحة ومن جيشها، خاصة أن الجمل الاستهلاكية للمقال كانت **"الجيش فى أى مكان فى العالم هو (جهة إستهلاكية غير إنتاجية)"**، ولكن بعد قراءة المقال يتبين ان هناك عبارات إشادة بالمؤسسة العسكرية مبالغ فيها عن مجمل أنشطته الإنتاجية مرورا بتطوير الأسلحة وانتهاء بصناعة كعك العيد !!!!

ولم يتضمن المقال الدعائي أية توقعات تحمل اسم صاحبه، في إشارة واضحة إلى قيام مسئول الصفحة بنشر هذا المقال، خاصة أن لغته عامية في المقام الأول، بالإضافة إلى وجود بعض عبارات قليلة باللغة العربية، و بروز الجانب الدعائي في صياغته، خاصة أن خاتمة المقال كانت عبارة عن **"ارفع رأسك .. انت جيشك الجيش المصري"**.

أما بالنسبة للقوالب المستحدثة، فقد وصل عددها ٢١ مادة صحفية من إجمالي ٦٦ مادة تم تحليلها، وتضمنت هذه القوالب قصة الوسائط المتعددة **Multi-media**

**news story** والتي وصل عدد مرات استخدامها إلي ١٦ مرة، و**شريط الصور المتعاقب** ووصل عدد مرات استخدامه إلي ٥ مرات فقط.

والمعروف أن قصة الوسائط المتعددة هي تلك القصة الإخبارية التي تجمع بين استخدام النصوص الخطية وملفات الصوت والفيديو وأحيانا تقنية النص الفائق.

وقد تم توظيف هذه النوعية من القصص الإخبارية بشكل مبسط من خلال النص الصحفي وملفات الفيديو الداعمة لهذه النصوص.

وتناولت هذه القصص الإخبارية العديد من الأفكار والقضايا ذات الصلة بموضوع الصفحة، منها ما يتعلق بإعلان الشركة الهولندية المساعدة في حفر القناة، حيث تم إضافة فيديو مدته ٣,٣٦ دقيقة يتناول جهود هذه الشركة في أعمال الحفر والتكريب.

كما نشرت الصفحة تقريرا مصورا منقولا عن قناة الحياة الفضائية يتناول بانوراما صحفية عن مشروع قناة السويس والـ ١٠٠ يوم الباقية علي الافتتاح، وتقريراً آخرًا منقولا عن موقع المصري اليوم TV عن عبور بعض السفن في قناة السويس فرع الإسماعيلية بتاريخ ١٠ ديسمبر ٢٠١٤.

وفي محاولة لتوثيق تطورات العمل في القناة الجديدة، نشرت الصفحة قصة مصورة عن عمل معدات الحفر المستمر ويظهر في الخلفية الكراكات العملاقة.

ونشرت أيضا تقريرا إخباريا مصورا يعرض تطورات حفر القناة في ٧ شهور، في تأكيد من القيادة السياسية علي استمرار العمل في القناة الجديدة، خاصة بعد شائعة توقف العمل نظرا لانهايار حوض ترسيب بالمنطقة رقم ٦ بمشروع القناة الجديدة.

واستخدمت الصفحة الرسمية أيضا الفيديو **كفن صحفي قائم بذاته** مصحوبا بعنوان يشرح مضمون الفيديو باختصار، وظهر ذلك علي سبيل المثال في عرض الفيديو الخاص باللوجو الجديد لقناة السويس باللغتين العربية والإنجليزية، وأيضا فيديو يعرض أول نقطة اتصال بين القناة الجديدة والقديمة، بالإضافة إلي عرض بعض الأغاني الحماسية المصورة في خلفيتها مشاهد من أعمال الحفر في قناة السويس، مثل أنشودة "الله أكبر" المعدة لافتتاح القناة، كما عرضت الصفحة فيديو وثائقي من خطاب الزعيم الراحل جمال عبد الناصر في إعلان تأميم شركة قناة السويس عام ١٩٥٦ .

ويؤخذ علي الصفحة في هذا الصدد ما يتعلّق بعرض بعض المواد المرئية (فيديو) ليست لها علاقة بالغرض الأساسي الذي أنشئت من أجله الصفحة، حيث نشرت الصفحة فيديو مدته ١٤ دقيقة يوضح جهود الجيش في احتواء الإرهاب في سيناء بعد هجمات الجماعات الإرهابية علي منطقة الشيخ زويد بشكل متعاقب، في إشارة واضحة إلي عملية الترويح المتعمد الذي تقوم به الصفحة لإعلاء شأن المؤسسة العسكرية.

ومن الفنون الصحفية المستحدثة التي استخدمتها الصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس الجديدة، شريط الصور المتعاقب، والذي يستخدم لعرض حدث كامل بشكل مصور دون الحاجة إلي كتابة أي نص صحفي.

واستخدمت الصفحة شريط الصور المتعاقب خمس مرات في فترة الدراسة التحليلية، وذلك لعرض المشاهد الأولي للتجهيز لافتتاح قناة السويس في ٦ أغسطس ٢٠١٥، وأيضا عرض صور لسفن شحن في قناة السويس القديمة، في إشارة إلي أن المشروع الجديد هو امتداد لقناة السويس الأصلية.

كما نشرت الصفحة شريط صور متعاقب لزيارة رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي لمواقع الحفر بالقناة في ١٧ يناير ٢٠١٥، كما نشرت صوراً للجولة التفقدية التي قام بها الرئيس لموقع القناة الجديدة في ٢٣ فبراير ٢٠١٥.

وخرج عن السياق في هذا الإطار ما يتعلّق بنشر شريط صور لشهيد محافظة الإسكندرية الملازم أول محمد عبده، الذي استشهد في الهجمات الإرهابية علي منطقة الشيخ زويد، وهي نقطة تخرج عن الغرض الأساسي الذي أنشئت من أجله هذه الصفحة الرسمية.

#### الأدوات التفاعلية:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بقدرتها علي جذب انتباه الأفراد لبعض القضايا الساخنة، وتثيرهم أكثر من خلال المشاركة والتفاعل مع المضامين التي تبثها مثل هذه المواقع، وهذا يتضح جلياً من خلال الصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس الجديدة، حيث حرص مستخدمو الصفحة علي استخدام أكثر الأدوات التفاعلية انتشاراً سواء من حيث التعليق أو الإعجاب أو المشاركة.

وتفاوت تفاعل مستخدمي الصفحة مع المضامين التي تبثها وفقاً لأهميتها – من وجهة نظرهم -، فعلي سبيل المثال الخبر المتعلق بتأمين المجري الملاحي لقناة

السويس حظي علي نسبة مشاركة وتعليقات وإعجاب أكثر من الفيديو الخاص باللوجو الجديد لقناة السويس والذي لم يحظ إلا علي ثلاثة تعليقات فقط، وأيضا الفيديو الخاص بإعلان الشركة الهولندية التي ساهمت في أعمال الحفر والذي حصل فقط علي أربعة تعليقات، وبالتالي تلعب قيمة الأهمية دورا بارزا في جذب انتباه مستخدمي الصفحة تجاه مضامين محددة بعينها.

ورصدت الباحثة وجود بعض التعليقات الخارجة عن السياق العام للمضامين المنشورة بالصفحة، حيث عمد بعض مستخدمي الصفحة علي كتابة مشاكلهم الخاصة في محاولة للوصول للمسئولين بأي طريقة.

وبتقييم مستوى تفاعل القارئ علي الصفحة مع مستخدميها، تبين تجاهل المسئول عن الصفحة الرد علي أي تعليق، ومثال ذلك تجاهل رسائل الباحثة للاستفسار عن بعض الأمور الخاصة بإنشاء الصفحة.

#### مصادر المادة المنشورة بالصفحة:

اتضح قصورا واضحا في المادة الخاصة بالآخبار المنشورة بالصفحة، خاصة المادة الخبرية والتي تم نقلها من مواقع أخرى، دون ذكر المصدر وفي نفس الوقت يتبين ان المعلومات المذكورة داخل متن المادة الخبرية، تم اسنادها للعديد من المصادر الرسمية في مقدمتهم الفريق مهذب ممشيش رئيس هيئة قناة السويس، اللواء أركان حرب كامل وزير رئيس دار الهيئة الهندسية المنفذة لمشروع قناة السويس، المهندس سعيد عبد الفتاح رئيس شركة القناة للموائى، وأيضا المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية.

أما بالنسبة للمواد المرئية (الفيديو) فكانت مصادرها واضحة ومعلنة، حيث جاء في مقدمتها موقع اليوم السابع وموقع المصري اليوم وقنوات الحياة والمحور وCBC العامة واكسترا والتلفزيون المصري، وموقع صحيفة الفجر الأسبوعية.

#### وسائل الإبراز المستخدمة:

كانت الصور الثابتة أهم وسائل إيضاح معالم المادة الصحفية المنشورة علي الصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس، ولكن بدون عناوين بارزة، حيث رصدت الباحثة في أكثر من موضع تداخل المتن مع العناوين.

أما بالنسبة لوسائل الإيضاح المستحدثة، فظهرت من خلال استخدام الفيديو كمكمل أحيانا للنص الصحفي، أو كمادة أساسية تقوم عليها المضامين المقدمة في

الصفحة أحيانا أخرى، وتراوحت المدة الزمنية للمواد المرئية (الفيديو) من دقيقة واحدة حتى ١٤ دقيقة كاملة.

### قراءة تفسيرية في تحليل الصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس الجديدة

- ١- تُستخدم الصفحة بشكل عام كوسيلة للترويج للقوات المسلحة والجيش المصري، رغم كونها منبرا أساسيا لمشروع قناة السويس الجديدة، وظهر ذلك واضحا من خلال نشر نعي لشهداء حادث الشيخ زويد وأيضا حادث معبد الكرنك.
- ٢- تقوم الصفحة بنشر بعض المضامين الصحفية المنقولة من الصفحات الرسمية الخاصة بالقوات المسلحة علي موقع الفيس بوك، مثل صفحة المتحدث العسكري العميد محمد سمير، رغم انعدام صلة هذه المضامين بالغرض الأساسي الذي انشئت من أجله الصفحة، مثل الخبر المتعلق بـ "قيام الفريق محمود حجازي رئيس أركان حرب القوات المسلحة بالمرور علي عناصر المجموعات القتالية الخاصة بوحدة الصاعقة"، وخبر اخر متعلق بحضور وزير الدفاع الفريق أول صدقي صبحي الجلسة الافتتاحية للمؤتمر الدولي السادس عشر لعلوم وتكنولوجيا الطيران والفضاء والذي نظّمته الكلية الفنية العسكرية.
- ٣- تستخدم الصفحة أيضا كمنبر للإشادة ببعض المؤسسات السيادية كالمخابرات العامة، من خلال نشر قصص وبطولات رجالها، وهي في الأساس تبتعد عن الغرض الأساسي من هذه الصفحة.
- ٤- تقوم الصفحة بنشر بعض الأغاني المستقاة من موقع وزارة الدفاع المصرية مثل أغاني: **هنحب مين غيرها**، **مصر شريان الحياة**، وتري الباحثة أن نشر مثل هذه المواد ما هو إلا دعاية مفرطة للمؤسسة العسكرية علي حساب المشروع القومي لقناة السويس الجديدة.
- ٥- كشفت الدراسة التحليلية عدم وجود توقيتات محددة لتحديث المضامين الصحفية التي تنشرها هذه الصفحة الرسمية، ولاحظت الباحثة تباعد فترات التحديث لتصل إلي سبعة أيام في بعض الأحيان، مما يثير تساؤلا حول فريق العمل المسئول عن الصفحة ومحتوياتها، خاصة انه لا يوجد معلومات محددة عن هوية مسئول الصفحة.
- ٦- رصدت الباحثة بعض التعليقات لا علاقة لها بالمضامين الصحفية المنشورة حيث يقوم مستخدمو الفيس بوك بكتابة مشكلاتهم وازماتهم الخاصة في



المساحات المخصصة للتعليق علي المواد التي تنشرها الصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس.

٧- لم تتجج الصفحة بشكل كامل في استخدام الصور الثابتة كوسيلة لإبراز المضامين الصحفية التي تنشرها، حيث استعانت الصفحة بصور صحفية ليست لها علاقة بالمضمون المصاحب لها.

٨- تحتاج اللغة المستخدمة في صياغة بعض المواد الصحفية الواردة علي الصفحة إلي إعادة نظر، نظرا لما تتضمنه من تجاوزات غير مقبولة، مثل التعليق الذي نشره المسئول عن الصفحة عن صورة تتعلق بمشروع الاستزراع السمكي، وكتب فيه " نحن ننشر الإنجازات ولا عزاء لبتوع البامية"، ولعل هذا الأمر يثير تساؤلا بحثيا حول هوية المسئولين عن تحرير ومراجعة المضامين الصحفية التي تنشر علي صفحة رسمية لأكبر مشروع قومي تشهده البلاد في الآونة الأخيرة.

### ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية للصفحة الشعبية

#### **القوالب الصحفية التقليدية والمستحدثة:**

جاءت القوالب الخبرية في مقدمة الفنون الصحفية التقليدية التي اعتمدت عليها الصفحة الشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة علي موقع الفيس بوك، وبلغ عدد المواد الخبرية ٢٩ مادة صحفية ما بين أخبار قصيرة وقصص إخبارية طويلة وتقارير صحفية، من إجمالي ٣٨ مادة صحفية تم تحليلها في فترة الدراسة التحليلية التي امتدت من ١٧ أغسطس ٢٠١٤ وحتى ١٩ يونيو ٢٠١٥.

وتناولت المواد الخبرية العديد من الأفكار وثيقة الصلة بمشروع قناة السويس الجديدة، والتي بدأت بالترويج بشكل مباشر لشهادات الاستثمار الخاصة بالقناة بهدف جمع ٦٠ مليار جنيه مصري لتمويل مشروع محور قناة السويس من خلال أموال المصريين فقط، حيث تم طرح الشهادات من البنوك القومية بفائدة سنوية ١٢% تصرف كل ٣ أشهر، وعلى أن يسترد أصل المبلغ عقب مرور ٥ سنوات، ثم نشرت الصفحة العديد من التقارير الصحفية التي تتناول تفاصيل كيفية شراء الأسهم في المشروع الجديد، بهدف توفير معلومات للمواطنين المصريين الراغبين في المساهمة في هذا المشروع القومي.

وتنوعت طبيعة المضامين الصحفية المنشورة بالصفحة الشعبية منذ بدء الإعلان عن مشروع محور قناة السويس الجديدة، حيث تناولت هذه المضامين في البداية ما يتعلق علي سبيل المثال برغبة الكثير من العمال المصريين في العمل بمشروع القناة، من خلال بعض التقارير الصحفية التي توضح خطوات الالتحاق بالعمل هناك، ثم أخبار قصيرة تتعلق بإعلان الجيش بعد أسبوعين من بدء المشروع عن توافر وظائف جديدة في المشروع، ثم قيام وزارة القوي العاملة بإرسال أول دفعة من العمال المصريين لقناة السويس وذلك في الثالث والعشرين من أغسطس ٢٠١٤.

وحاولت الصفحة تقديم المزيد من المعلومات حول طبيعة العمل في القناة من خلال العديد من الأخبار التي تتناول أعمال الحفر وتطوراتها وعدد الشركات التي ساهمت في هذه العملية والتي وصلت إلي ٤٨ شركة، حيث ركزت المضامين المنشورة علي إبراز أرقام الحفر ووضعها في عناوين هذه المواد الصحفية، حيث برز الرقم ١٥,٥ مليون متر مكعب باعتباره إجمالي أعمال الحفر في القناة بعد ١٩ يوما فقط من إعلان بدء أعمال الحفر في القناة.

واختلفت طبيعة المواد المنشورة وفقا لتطورات العمل في مشروع القناة الجديدة، حيث بدأ الحديث عن التطورات التي ستشهدها الموانئ المحورية بسبب القناة الجديدة، ثم بعض التقارير المتعلقة ببدء تدفق المياه للقناة الجديدة و رفع ٢٧ مليون متر مكعب من الرمال المشبعة بالمياه شهريا، وأيضا اعتبار مشروع تركيب قناة السويس من المشروعات العملاقة والتي دخلت موسوعة جينيس للأرقام القياسية.

وبذلت الصفحة مجهودا واضحا في إقناع المصريين بجدوي وأهمية هذا المشروع من خلال التقارير الصحفية التي تناولت تصريحات هامة للفريق مهاب مميش رئيس هيئة قناة السويس حول توفير مليون فرصة عمل في المرحلة الأولى من المشروع، وأيضا الحديث عن المشروعات المنتظر تنفيذها كمشروع الاستزراع السمكي الذي وصفته معظم المواد الصحفية بالمشروع الأكبر من نوعه في العالم في مجال تنمية الثروة السمكية.

واستعانت الصفحة الشعبية أيضا بفنون الحوار الصحفي والصور الصحفية المصحوبة بتعليق، بالإضافة إلي ثلاث ملفات وثائقية عن نشأة قناة السويس.

وجاء الحوار الصحفي الوحيد الذي شهدته فترة الدراسة التحليلية مع الفريق مهاب مميش رئيس هيئة قناة السويس، وكان حوارا دعائيا في المقام الأول يحمل

الكثير من الآراء حول دور مصر في المنطقة وريادتها وحلم إسرائيل الذي تحطم في إنشاء دولة من النيل إلي الفرات، خاصة بعد مشروع محور قناة السويس الجديدة.

أما بالنسبة للفنون الصحفية المستحدثة التي استعانت بها الصفحة الشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة، فقد اقتصر علي قصة الوسائط المتعددة وشريط الصور المتعاقب<sup>(٢٥)</sup>.

وفيما يتعلق بقصة الوسائط المتعددة في هذا الشأن، نشرت الصفحة تقريرا مصورا للشيخ محمود شعبان حول واقعة القبض عليه بعد فتوي تحريم فوائد شهادات الاستثمار الخاصة بقناة السويس الجديدة، كما نشرت الصفحة أيضا تقريرا مصورا عن ارتفاع أعداد العاملين من محافظات سيناء في مشروع محور تنمية قناة السويس إلي ١٠٠٠ عامل.

أما شريط الصور المتعاقب الوحيد الذي استخدمته الصفحة الشعبية فكان يعرض الفوائد التي ستعود علي مصر من هذا المشروع من خلال تقليص فترة إبحار السفن من ٢٢ ساعة إلي ١١ ساعة.

#### الأدوات التفاعلية:

إن أهم بعد يميز وسائل الإعلام الحديثة بالمقارنة بالوسائل التقليدية هو مستوى الواقعية التي تنتجها هذه الوسائل، عبر إتاحتها لمستويات من الثراء والتفاعلية، لا تتوفر في وسائل الإعلام التقليدية، وتتيح الإنترنت والمجتمعات الافتراضية الموجودة عبرها مستويات غير مسبوقة من التفاعلية<sup>(٢٦)</sup>، والتي أصبحت من أهم الخصائص المميزة لها فأصبح يطلق عليها Interactive media<sup>(٢٧)</sup>.

وفي هذا الإطار، لعبت قيمة الأهمية دورا واضحا في مدي استخدام زوار الصفحة الشعبية للأدوات التفاعلية كالإعجاب والمشاركة والتعليق، فالأخبار والتقارير الإيجابية المتعلقة بتطورات العمل في القناة والحفر والتكريك وتوافر فرص العمل في المشروع الجديد حظيت بنسب إعجاب وتعليق ومشاركة عالية، علي عكس المضامين السلبية كالتقرير المصور الذي يعرض القبض علي الشيخ محمود شعبان بعد إصداره لفتوي تحريم فوائد شهادات استثمار قناة السويس، حيث لم يحظ هذا التقرير بأية تعليقات من مستخدمي الصفحة الشعبية.

ولم تخل الأدوات التفاعلية من التجاوزات، حيث عرضت الصفحة قيام أحد الزوار بالتعليق علي أحد المضامين المنشورة باستخدام صورة تسخر بشكل لاذع من رئيس الجمهورية ومن القوات المسلحة والمشروعات التي تقوم بتنفيذها في الآونة الأخيرة.

### مصادر المادة المنشورة بالصفحة:

استعانت الصفحة الشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة بالعديد من المواقع الإخبارية المصرية والصحف القومية والخاصة وبعض مواقع وكالات الأنباء الرسمية كوكالة أنباء الشرق الأوسط. وشملت المواقع الإخبارية كل من موقع أوننا، البوابة نيوز، مصر العربية، فيتو، مصراوي واليوم السابع وموقع CNN باللغة العربية، واستعانت الصفحة أيضا بصحيفة الأهرام والمصري اليوم كمصادر لبعض المواد الصحفية المنشورة، كما نشرت الصفحة بعض التقارير المصورة المنقولة من قناتي النهار و CBC .

واستعانت الصفحة أيضا ببعض التقارير المنشورة بالصفحة الرسمية لمشروع قناة السويس وصفحة المتحدث العسكري للقوات المسلحة علي موقع الفيس بوك.

ولم تخل الصفحة من المضامين الصحفية مجهلة المصدر، وظهر ذلك في الأخبار التي تهدف الي الترويج المعنوي للمشروع مثل التصريحات التي أدلي بها وفد مشروع قناة السويس أثناء زيارته للطلاب الوافدين بجامعة الأزهر، والتي أكد فيها علي أن مشروع قناة السويس الجديدة هو العمود الفقري للاقتصاد المصري، حيث لم يتم ذكر اسم أي مصدر أو حتي وظيفته.

### وسائل الإبراز المستخدمة:

ظهرت الصور الثابتة كأحد أهم وسائل الإبراز التقليدية لتوضيح معالم المادة الصحفية المنشورة علي الصفحة الشعبية لمشروع قناة السويس، ولم نجد علي سبيل المثال أي وجود للعناوين الصحفية كوسيلة إبراز، حيث رصدت الباحثة في أكثر من موضع تداخل المتن مع العناوين.

اما بالنسبة لوسائل الإبراز المستحدثة، فظهرت من خلال استخدام الفيديو كمكمل أحيانا للنص الصحفي ، أو كمادة أساسية تقوم عليها المضامين المقدمة في الصفحة.

## قراءة تفسيرية في تحليل الصفحة الشعبية لمشروع قناة السويس الجديدة

- ١- اعتمدت الصفحة بشكل واضح علي المواد الصحفية المنشورة في الصفحة الرسمية، ولم تقدم الصفحة أي إنتاج صحفي خاص بها، بل كان الاعتماد الأكبر علي مواقع خارجية وقنوات فضائية مصرية.
- ٢- رصدت الباحثة بطء دورية التحديث لمدة قد تصل أحيانا إلي أكثر من عشرين يوما.
- ٣- نشرت الصفحة بعض المواد الصحفية منعدمة الصلة بالعرض الذي أنشئت من أجله الصفحة، مثل تصريحات وزير الإسكان الدكتور مصطفى مدبولي بشأن طرح ٣٦٥٧ قطعة أرض سكنية واستثمارية وخدمية، بالإضافة إلي نشر بعض المواد الصحفية المستقاة من صفحة المتحدث العسكري للقوات المسلحة والتي توضح الجهود المبذولة من قبل الجيش المصري في مكافحة الإرهاب.
- ٤- عدم تحري الدقة في صياغة بعض الأخبار خاصة مجهلة المصدر فيما يتعلق بكتابة أسماء المصادر.
- ٥- لا توجد احترافية في كتابة المواد الصحفية وتحديد العناوين كوسيلة للإبراز، وهذا يبرره طبيعة الصفحة الشعبية التي تقوم بنقل مضامينها من مواقع ووسائل إعلامية مختلفة، وبالتالي قد لا تراعي بعض المعايير المهنية المتعارف عليها في الصحافة خاصة عندما تقوم بإنتاج مادة صحفية غير منقولة من أي مصدر خارج الصفحة.
- ٦- اتضح غياب رقابة مسؤولي الصفحة علي التعليقات المنشورة، حيث رصدت الباحثة العديد من التجاوزات التي تؤكد عدم مراجعة هذه التعليقات من قبل الصفحة.<sup>(٢٨)</sup>

## استخلاصات ودلالات بحثية في ضوء مقارن

- ١- يلاحظ علي الصفحتين الرسمية والشعبية ندرة القوالب الصحفية التي استحدثتها الإنترنت سواء قصة الوسائط المتعددة التي تضم نصوصا صحفية ومواد مصورة بالإضافة إلي النص الفائق، وأيضا الانفوجراف أو ما يطلق عليه "الملفات التفاعلية"، وأخيرا شريط الصور المتعاقب، ولا تري الباحثة أي تفسير علمي لذلك سوي تقاعس مسؤولي الصفحة عن استخدام قوالب صحفية متنوعة سواء تقليدية أو مستحدثة.

٢- كشفت الدراسة التحليلية غياب التغطية التفسيرية والاستقصائية عن المضامين الصحفية التي نشرتها الصفحتين محل الدراسة، فلم ترصد الباحثة سوي ٣ حوارات فقط منقولة من قنوات فضائية إخبارية وجميعها مع الفريق مهاب ميمش رئيس هيئة قناة السويس، واقتصر الغرض منها علي الجانب الخبري فقط.

٣- لم يتم توظيف الأدوات التفاعلية بشكل واضح في الصفحتين محل الدراسة، سواء من قبل مستخدمي الصفحة او المسؤولين عنها، حيث نري أحيانا التعليقات في نفس اتجاه المضمون المنشور، وأحيانا آخري نري مساحة التعليقات خرجت عن السياق وبدأ زوار الصفحة يتحدثون عن مشاكلهم اليومية، بالإضافة إلي أن مسؤولي الصفحة لا يتفاعلون بالقدر الكافي مع مستخدميها من حيث الرد علي تعليقاتهم او إتاحة الفرصة لمشاركتهم الحرة علي الصفحة.

٤- اقتصرت مصادر الصفحتين علي المصادر الرسمية فقط، فلم تتاح الفرصة للخبراء في مجال الهندسة البحرية ومنظمات المجتمع المدني او حتي المواطنين المصريين، للأدلاء بآرائهم في هذا المشروع القومي العملاق الذي يفترض أنه سيغير خريطة الاقتصاد المصري في الفترة القادمة، ولعل هذا يفسره اعتماد الصفحتين علي الجانب الخبري فقط، المراد به تزويد المواطن المصري ومستخدم موقع الفيس بوك بمعلومات محددة عن مشروع تنمية محور قناة السويس، فلا مجال لطرح وجهات النظر وآراء متباينة في تلك الفترات الحرجة التي تمر بها البلاد.

٥- كشفت الدراسة عن استخدام الصفحتين الرسمية والشعبية كأداة للدعاية غير المباشرة للقوات المسلحة والجيش المصري من خلال نشر بعض المضامين الصحفية التي تعلي من شأن الجيش المصري وقواته المسلحة، رغم ابتعاد هذه المضامين عن الغرض الأساسي الذي أنشئت من أجله الصفحتين محل الدراسة.

٦- رصدت الباحثة في الصفحتين الرسمية والشعبية تجاوزات صحفية واضحة تتعلق بسوء استخدام اللغة العربية أحيانا، وعدم الدقة أحيانا آخري في كتابة أسماء المصادر الصحفية، ولعل غياب المهنية ومعايير العمل الصحفي تأتي في مقدمة أسباب هذه التجاوزات.

٧- لم تهتم الصفحتان باستخدام وسائل الإبراز التقليدية كالعناوين مثلا أو المستحدثة كالمواد المرئية (الفيديو)، أو حتي شريط الصور المتعاقب الذي يمثل

مادة صحفية مستقلة بذاتها تعبر عن الحدث من خلال سلسلة متتابعة من الصور.

٨- شهدت فترة الدراسة التحليلية بروز شخصية الفريق مهاب مميش رئيس هيئة قناة السويس في غالبية المضامين الصحفية المنشورة سواء في الصفحة الرسمية أو الشعبية، حيث ظهر كمصدر رئيسي فيما يقرب من ٩٥% من المضامين الصحفية التي نشرتها كلتا الصفحتين، وهو أمر بديهي- من وجهة نظر الباحثة- باعتباره الشخصية الأكثر ثراء بالمعلومات عن هذا المشروع، وباعتباره أيضا المصدر الأكثر مصداقية بالنسبة للمواطنين المصريين، كونه المسئول الأول عن تنمية محور قناة السويس.

## المراجع:

(١) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، دليل المشروعات الممولة من الاتحاد الأوروبي، ط. ٢٠١٤، متاح علي الرابط التالي:

[http://www.enpi-info.eu/files/publications/Social%20media%20Handbook%20ARA\\_web.pdf](http://www.enpi-info.eu/files/publications/Social%20media%20Handbook%20ARA_web.pdf)

(٢) محمد جاد المولي، تأثير الإعلام البديل علي تداول المعلومات في مصر، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٢).

(٣) مني عمران، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، دراسة منشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام ( العدد ٤٩ – أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٤ )، ص: ٢١٣

(٤) شريف درويش اللبان، "ثورة الفيسبوك: آليات استخدام الشبكات الاجتماعية في ثورة ٢٥ يناير"، ( القاهرة : المجلس الأعلى للثقافة ، ٢٠١١ )، ص.ص: ٢-١

(٥) سهير عثمان عبد الحليم، توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية: دراسة ميدانية علي عينة من المحررين العسكريين في الصحف القومية والخاصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ( العدد ٥٠ – يناير/مارس ٢٠١٥ )، ص.ص: ٢٧٥-٣١٢

(٦) سلوي سليمان الجندي، دور صفحات الجيش والشرطة علي الفيس بوك في إدارة أزمة ما بعد ٣٠ يونيو ٢٠١٣، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ( العدد الثالث – أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٣ )، كلية الإعلام – جامعة الأهرام الكندية، ص.ص: ٢٢-٤٩

(٧) عماد جابر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية، دراسة منشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام ( العدد ٥٠ – يناير/مارس ٢٠١٥ )، ص.ص: ١٥٣-٢٣٤

(٨) مني عمران، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، دراسة منشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد ٤٩ – أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٤)، ص.ص: ٢١٣-٣١٦

(٩) أميرة سمير طه، اعتماد الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢ ، دراسة منشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد ٤٧ – أبريل / يونيو ٢٠١٤)، ص.ص: ٤٦٥-٥٢٠

(١٠) سماح محمد المحمدي، اعتماد الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أثناء انتخابات الرئاسة المصرية: دراسة ميدانية بالتطبيق علي الجولة الأولى من الانتخابات، دراسة منشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد ٤٠ – أكتوبر – يونيو ٢٠١٢)، ص.ص: ١١٩-١٩٦



(١١) شيماء نو الفقار، استخدام مواقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية ٢٠١٠: دراسة تحليلية، دراسة منشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد ٣٨ - يونيو / ديسمبر ٢٠١١)، ص.ص: ٣٦-١

(١٢) اشرف جلال " دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة علي الجمهور العربي في مصر - تونس - ليبيا - سوريا - اليمن"، (المؤتمر العلمي الثامن عشر، كلية الاعلام : جامعة القاهرة)، يوليو ٢٠١٢

(١٣) ممدوح عبد الواحد " شبكات التواصل الاجتماعي والتحولت السياسية في المجتمع المصري: دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي " ، (المؤتمر العلمي الثامن عشر، كلية الاعلام: جامعة القاهرة)، يوليو ٢٠١٢

(14) Brian J. Bowe, Mariam F. Alkazemi, Robin Blom, *Facilitating the Egyptian Uprising: A Case Study of Facebook and Egypt's April 6th Youth Movement*, Submitted on March 24, 2012 to: International Division Association for the Education of Journalism and Mass Communication Chicago, IL

(15) Maggie Fesenmaier, Luay Kaloumeh, Yuxi Zhuang, James D. Ivory, *Revolutionary Medium? Portrayals of Social Media in American and Egyptian Newspapers' Coverage of the 2011 Egyptian Revolution*, Paper Presented to the International Communication Division at the 2012 Conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication.

(16) Author Removed, *How Facebook facilitated the Jasmine Revolution. A case study of the events in Tunisia, 2010-2011, conceptualizing the functions and effects of online social networks*, Interactive Paper (Poster) Submission to the ICA Political Communication Division for the 63rd Conference ICA London 2013. (*This paper submission has been anonymized; the authors of this paper have been removed from the particular references and are hence quoted as "Author removed"*)

(17) Williams, Christine. and Gulati, Girish. "Social Networks in Political Campaigns: Facebook and the 2006 Midterm Elections" *Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, Hyatt Regency Chicago and the Sheraton Chicago Hotel and Towers, Chicago, IL, Aug 30, 2007. Retrieved at 30.6.2015*  
[http://citation.allacademic.com/meta/p208735\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p208735_index.html)

(18) Borah, Porismita. "Political Facebook Use in the 2012 Presidential Campaign: Political Participation and Congruency" *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014*. Retrieved at 30.6.2015

[http://citation.allacademic.com/meta/p713403\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p713403_index.html)

(19) Julia K. Woolley, Anthony M. Limperos ,Mary Beth Oliver, The 2008 Presidential Election, 2.0: A Content Analysis of User-Generated Political Facebook Groups, Paper presented to the Pennsylvania State University, 2009. Retrieved at 30.6.2015 <http://citation.allacademic.com>

(20) Ancu Monica, & Cozma Raluca. MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 53, No.4, 2009. P.P: 567–583., 2010

(٢١) يمكن التعرف علي المزيد من التفاصيل عبر الرابط التالي:

[www.teac-wd.com/wd20111/07facebook.infographic.3](http://www.teac-wd.com/wd20111/07facebook.infographic.3)

(22) Coucouvanis, Niko.(2007), "Web 2.0; 10 Things You Didn't Know." *Mac Life*, July: 24-32

(٢٣) تم عرض الاستمارة علي السادة:

د. محرز غالي، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة

د. مني عبد الوهاب، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة

د. ماجدة عبد المرضي، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة

د. أيمن عبد الهادي، المدرس بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة

د. عثمان فكري، المدرس بقسم الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة

(٢٤) إيناس الخريبي، المدرس بكلية الإعلام – جامعة الأهرام الكندية

(٢٥) سبق التعريف بهذه المفاهيم في الجزء الأول من نتائج الدراسة التحليلية

(26) Thomas Kohler, Kurt Matzler, Johann Fuller, Avatar-Based Innovation: using Virtual Worlds for real-World Innovation, *Journal of Technovation*, 2008, P4, Available at: [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)

(27) Paul Capriotti, Angeles Moreno, Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites, *Public Relations Review*, Vol.33, 2007, P48.

(٢٨) سبق الحديث عن ذلك في الجزء المتعلق بالأدوات التفاعلية في نتائج الدراسة التحليلية.