

## تأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي عبر الوسائل التقليدية والجديدة: دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. دعاء حامد الغوابي حلمي\*

### ملخص:

ركزت الدراسة الحالية على استكشاف التراث العربي والأجنبي المرتبط بالإعلام السياسي وتطوره، مع تسليط الضوء على التفاعل بين الإعلام السياسي والإعلام التقليدي (التلفزيون نموذجًا) والإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجًا)، تهدف الدراسة إلى تحليل دور الإعلام السياسي في تحقيق أهداف متعددة، من الإخبار والإعلام إلى التسويق والتوجيه السياسي، سواء في السياقات العربية أو الأجنبية، تغطي الدراسة فترة من 2015 حتى يونيو 2024، مع مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، باستخدام الأساليب الكمية والكيفية لاستعراض النتائج وتحليلها، حيث أكدت نتائج الدراسات على أهمية تطوير الإعلام السياسي وتأثيره العميق على الوعي العام والمشاركة السياسية، كما ركزت الدراسات على توضيح الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز النقاش حول القضايا السياسية، وكيف تؤثر هذه الوسائل على الوعي والمشاركة السياسية لمستخدميها، كما نستخلص من نتائج الدراسات أن الدبلوماسية الرقمية أصبحت أداة فعالة وقوية في تعزيز القوة الناعمة للدول، حيث تتيح لها الوصول إلى جمهور أوسع وبناء علاقات دولية أقوى، وتحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية، وأكدت عدد من الدراسات على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة للتفاعل السياسي والمشاركة الفعالة، مع تسليط الضوء على أساليب الإقناع والتأثير في قضايا معاصرة متعددة.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام السياسي، تحليل من المستوى الثاني، الدبلوماسية الرقمية التلاعب السياسي الإلكتروني القضايا السياسية.

\* خبير إعلامي بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار - رئاسة مجلس الوزراء

## **The Impact of Political Media on Shaping the Arab Audience's Orientations through Traditional and New Media: A Second-Level Analytical Study**

**Dr. Doaa Hamed El-Ghawaby Helmy\***

### **Abstract:**

The current study focused on exploring the Arab and foreign heritage related to political media and its evolution, highlighting the interaction between political media, traditional media (with television as a model), and new media (using social media as a model). The study aims to analyze the role of political media in achieving multiple objectives, from informing and educating to marketing and political guidance, in both Arab and foreign contexts. It covers the period from 2015 to June 2024, reviewing previous studies that addressed this topic using both quantitative and qualitative methods to present and analyze the results.

The findings of the studies emphasized the importance of developing political media and its profound impact on public awareness and political participation. The studies also clarified the role that social media plays in enhancing discussions around political issues and how these platforms affect the awareness and political engagement of their users. The results indicate that digital diplomacy has become an effective and powerful tool in enhancing the soft power of states, allowing them to reach a broader audience and build stronger international relationships while achieving their political and economic goals. Several studies highlighted the importance of social media as a platform for political interaction and effective participation, focusing on persuasion techniques and their impact on various contemporary issues.

**Keywords:** Political media, second-level analysis, digital diplomacy, electronic political manipulation, political issues.

---

\* Media Expert, Information and Decision Support Center – Cabinet of Ministers

## مقدمة:

يواكب المجتمع العربي تطورات متتالية في تكوينات واستخدامات البيئة الرقمية التكنولوجية والاتصالية والمعلوماتية، والتي لها أثرها الإيجابي في تطوير المعالجات الإعلامية أيا كان مجالها وتعظيم أثرها المعرفي والسلوكي والوجداني على الجمهور، وكذلك تشكيل توجهاته وأفكاره، ويرتبط الإعلام بالسياسة ارتباطاً وثيقاً، ومن هذه العلاقة الارتباطية ينبثق نموذج الإعلام السياسي القائم على تنسيق أساليب الحوار وتقديم المعلومات السياسية والعسكرية للجمهور بطريقة إخبارية، بما يضمن سلامة وهيبة الدول داخلياً وخارجياً، وإن الهدف من وجود إعلام سياسي نابغ من ضرورة حدوث حراك سياسي مجتمعي يضمن حصول السياسيين على مكاسب انتخابية في المقام الأول، وكذلك الأمر بالنسبة للمصالح والعلاقات الدولية.

ففي الإعلام السياسي هناك ثلاثة أطراف أساسية تحكمه، هم السياسيون، والإعلاميون، والمواطنون، وكل واحد منهم يتحرك وفق اهتمام مختلف ومتميز عن البقية، فعلى صعيد السياسيين، فإن الهدف هو توجيه الرأي العام لقضية سياسية تخدم حزبه بشكل أو بآخر أو مصالحه السياسية؛ وبالنسبة للإعلاميين، فإن أي قصة سياسية هي مشروع خبر يجذب المتابعين بسبق إعلامي يفتح باب الشهرة على مصراعيه؛ أما المواطنون، غالباً في البلاد الديمقراطية، فإنهم معنيون بالإعلام السياسي لمحاسبة السياسيين وصناع القرار والوقوف عند هفواتهم أما في البلاد النامية فهم متابعون باهتمام وهم قلة والأخرون متابعين للمعرفة فقط دون الإقبال على المشاركة السياسية وتحقيق التغيير السياسي.

## أولاً: مشكلة الدراسة:

يُعد الإعلام السياسي أحد الفروع الإعلامية الهامة التي تتأثر وتؤثر في منظومة الإعلام وكذلك في الحراك المجتمعي، كما أن الإعلام السياسي قد تأثر مؤخرًا بالتطورات التقنية والرقمية بشكل كبير، حيث اتجهت الكيانات السياسية لاستثمار إمكانات الإعلام الرقمي بشكل كبير في توجيه الرأي العام واتجهت الجهات المضادة لتوظيفه في شن الحملات السياسية الإعلامية لتحقيق أهدافها المعادية لاستقرار الدول فجاءت الهجمات السياسية الإلكترونية وكذلك الشائعات الإلكترونية السياسية والتلاعب السياسي الإلكتروني.

تنتطق الدراسة الحالية في التعرف على التراث العربي والأجنبي المتعلق بالإعلام السياسي وتطوراتها في تفاعله مع الإعلام التقليدي بالتركيز على التلفزيون نموذجاً وكذلك مع الإعلام الجديد وتحديد مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً وذلك لتحقيق أهداف الاتصال ما بين الإخبار والإعلام والتسويق والتوجيه السياسي وغيره سواء في الدول العربية أو الأجنبية، مع التطرق لتأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عامة، وستكون الدراسة مسح للدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الموضوع خلال الفترة من 2015 حتى يونيو 2024، وتوظيف الأساليب الكمية والكيفية في استعراض نتائج الدراسات السابقة مجال الرصد والتحليل.

## ثانياً: أهمية الدراسة:

### أ- الأهمية النظرية:

1. تسعى الدراسة لتحقيق الإضافة العلمية للأدبيات البحثية من خلال تقديم تحليل متعمق لتوجهات الدراسات السابقة حول الإعلام السياسي في سياق تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتعزز الدراسة من الفهم الأكاديمي لكيفية توظيف هذه التقنيات في تشكيل الخطاب السياسي والتلاعب بالحقائق، مما يسלט الضوء على أهمية المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة وكيف يمكن تطويرها، كما تقدم الدراسة إطاراً نظرياً يربط بين التقنيات الرقمية والإعلام السياسي، مما يساهم في وضع أسس جديدة للبحث العلمي في هذا المجال.
2. يتطلب فهم تأثير الإعلام السياسي في العصر الرقمي الوقوف على العلاقة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي مما يشير للتكامل بين هذه الأنماط الإعلامية إلى ضرورة تطوير استراتيجيات جديدة تجمع بين الأساليب التقليدية والحديثة في التواصل، مما يعزز فعالية الرسائل السياسية ويجعلها أكثر تأثيراً، لذا، من المهم تحليل كيفية توظيف الشخصيات السياسية للتقنيات الرقمية للتواصل مع جمهورها ونقل أفكارها.
3. تسلط الدراسة الضوء على أهمية الربط بين التقنيات الرقمية والإعلام السياسي، مما يساهم في تحقيق فهم شامل للعوامل المؤثرة في خلق وعي سياسي حقيقي، وهذا الفهم ليس مهماً فقط للباحثين بل لصناع القرار والممارسين في مجال الإعلام، إذ يتطلب العصر الرقمي استراتيجيات مبتكرة تساهم في تعزيز فعالية التواصل السياسي وبناء جسور ثقة بين المؤسسات والجمهور.
4. تساعد الدراسة على تحليل التغيرات في الخطاب السياسي نتيجة لتطور التكنولوجيا، مما يساهم في فهم كيف أن الرسائل السياسية تتكيف مع الوسائط الجديدة، لذا تسلط الضوء على أنماط السرد واستخدام المحتوى الرقمي وكيف يؤثر ذلك في تشكيل الوعي العام كما يمكن أن توفر رؤى حول الاستراتيجيات التي تستخدمها الأحزاب السياسية والشخصيات العامة لتوجيه الرسائل بطريقة تتناسب مع سلوكيات الجمهور في العصر الرقمي.
5. تُعزز الدراسة من أهمية البحث المستقبلي في مجال الإعلام السياسي من خلال تقديم نماذج تحليلية وتقنيات يمكن استخدامها في دراسات لاحقة، ويمكن أن تشجع الباحثين على استكشاف المزيد من الجوانب المتعلقة بتأثير الإعلام الرقمي على العملية السياسية، سواء من حيث المحتوى أو السياق أو الأبعاد الاجتماعية كما تفتح هذه الدراسة المجال لفهم أعمق للعلاقة بين الإعلام والمجتمع، مما يعزز من النقاشات الأكاديمية حول دور الإعلام في تشكيل السياسات العامة.

### ب- الأهمية المجتمعية:

1. تعتبر الدراسة ذات أهمية كبيرة في تعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور من خلال تحليل تأثير الإعلام السياسي في ظل التقنيات الرقمية الحديثة، وفي ظل التحديات المتزايدة التي تواجهها المجتمعات، يساهم الإعلام السياسي في تشكيل آراء المواطنين وتوجهاتهم تجاه القضايا الحيوية، كما تتيح هذه الدراسة فهماً أعمق لآليات تأثير الإعلام الرقمي على تشكيل الوعي العام وتعزيز المشاركة السياسية، مما يعزز الاستقرار السياسي ويحفز الفئات المختلفة، خاصة الشباب، على الانخراط في العملية السياسية.

2. تكتسب الدراسة أهمية مجتمعية بالغة نظرًا لدورها في تعزيز الثقافة السياسية بين المواطنين، حيث يمكن أن تسهم في خلق وعي جماهيري حول القضايا السياسية الراهنة، خاصة في سياقات الأزمات مثل الحروب أو النزاعات، من خلال تحليل تأثير الإعلام السياسي، يمكن توجيه المجتمع نحو فهم أعمق للعوامل التي تؤثر على الرأي العام، مما يعزز من قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة، كما أن هذه الدراسة تعزز من دور المجتمع المدني في توعية الأفراد وتفعيل مشاركتهم في الحياة السياسية، مما يسهم في بناء مجتمع ديمقراطي أكثر نشاطًا.
3. تسعى الدراسة لتقديم دليل توضيحي لما توصلت إليه الأبحاث السابقة، مما يساعد الباحثين وصناع القرار على توظيف هذه النتائج في عمليات التواصل مع الجمهور، يعد هذا الدليل مهمًا في ضوء الاتجاه المتزايد نحو استخدام التقنيات الرقمية في التواصل السياسي، حيث يمكن أن تؤدي هذه الاستراتيجيات إلى تحسين سمعة المؤسسات العامة والخاصة وتعزيز مكانتها على الساحة الدولية.

#### ثالثًا: أهداف الدراسة:

انطلاقاً من تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها يمكن صياغة الأهداف التي تسعى لتحقيقها على النحو التالي:

- (1) رصد الأفكار والموضوعات البحثية التي أثارها الدراسات المرتبطة بالإعلام السياسي وعلاقته بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- (2) الكشف عن الظواهر السياسية التي أفرزها تكامل السياسية مع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها.
- (3) التعرف على أهم الأطر والمداخل الفكرية والنظرية التي انطلقت منها الدراسات المرتبطة بمجال الدراسة.
- (4) رصد المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها الدراسات.
- (5) تحليل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات الخاصة بالإعلام السياسي.
- (6) تقديم إطار توضيحي لما توصلت له الدراسات السابقة وإطار إرشادي مقترح يمكن للباحثين والقيادات الاستفادة منه في تعظيم دراسة الإعلام السياسي في رفع كفاءة العمل الإعلامي وكذلك في تعظيم عملية التواصل الخارجي مع الجمهور من قبل المؤسسات الإعلامية وكذلك من قبل المؤسسات الرسمية.

#### رابعًا: تساؤلات الدراسة:

في ضوء قضية الدراسة وأهدافها وإطارها المعرفي، تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن التساؤلات التالية:

#### التساؤل الرئيسي للدراسة:

ما أهم التوجهات البحثية الحديثة التي توصلت لها تحليل الدراسات السابقة المرتبطة بتحليل الإعلام السياسي سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة؟

### التساؤلات الفرعية للدراسة:

- (1) ما أهم القضايا الرئيسية التي تناولتها دراسات التي تناولت الإعلام السياسي؟
  - (2) ما أهم الموضوعات الفرعية التي تناولتها دراسات التي تناولت الإعلام السياسي؟
  - (3) ما أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها هذه الدراسات؟
  - (4) ما أهم المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي استخدمتها هذه الدراسات؟
  - (5) ما أهم النتائج التي توصلت إليها دراسات التي تناولت الإعلام السياسي في وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة؟
  - (6) ما أهم ملامح الإطار التوضيحي والإرشادي الذي يمكن الاستعانة به في تعظيم أثر الإعلام السياسي في تشكيل توجهات وأفكار الجمهور العام؟
- رابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

### - نوع الدراسة ومنهجها:

تتعدد التوجهات التي تنطلق منها الدراسات المعنية بمراجعة محتوى الإنتاج البحثي العربي والأجنبي المنشور حول أحد القضايا المجتمعية، وذلك على النحو التالي:

(1) **التوجه الأول:** المراجعة الشاملة Comprehensive reviews والتي تُعنى بجمع وتقييم الدراسات السابقة بشكل دقيق ومنهجي بهدف تحديد القواسم المشتركة والفروقات فيما يتعلق بالقضية محل البحث حيث يتم تحليل البيانات المستخلصة من هذه الدراسات للوصول إلى قواعد تفسيرية ونماذج تساعد في فهم الظاهرة المطروحة، بالاعتماد على المؤشرات العامة التي تعكس التوافق أو الاختلاف بين الباحثين، وتشمل هذه المراجعة تحليلاً نقدياً لتقييم جودة الدراسات، والكشف عن أي تحيزات محتملة، وتقييم الأساليب المستخدمة للوصول إلى نتائج موثوقة، ولا يقتصر الأمر على عرض النتائج فحسب، بل يشمل تفسيراً موضوعياً يستند إلى المعطيات العلمية بعيداً عن الآراء الشخصية، وفي الدراسة الحالية، تم تطبيق هذا النهج لتحليل الدراسات السابقة بشكل شامل، مما أسهم في فهم عميق للأبعاد المختلفة للقضية، وتقديم تفسير نقدي يبرز الفجوات البحثية ويعزز المعرفة في هذا المجال.

(2) **التوجه الثاني:** تحليل المستوى الثاني، أو ما يُعرف بالتحليل البعدي (Meta-analyses)، يهدف إلى تجميع وتحليل النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة حول موضوع بحثي معين، بهدف استخلاص مؤشرات عامة وشاملة حول هذا الموضوع. ففي الدراسة الحالية، اتبعت الباحثة هذا النهج من خلال جمع وتحليل الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، التي تناولت كيفية التفاعل بين الإعلام التقليدي (التلفزيون نموذجاً) والجديد (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً) في تناول القضايا السياسية كما تم تقسيم هذه الدراسات بناءً على زوايا تناولها المختلفة وتوجهاتها المتنوعة، بحيث تُعرض كل زاوية بشكل منهجي، ثم قامت الباحثة بالتعقيب على كل زاوية من خلال استخلاص استنتاجات نقدية تبرز دور الإعلام التقليدي والجديد في تعزيز معالجة القضايا السياسية، وهذا النهج ساهم في تقديم رؤية شاملة تعتمد على مؤشرات من مجموعة واسعة من الدراسات، مما أتاح فهماً معمقاً لتأثيرات الإعلام بأنواعه المختلفة على القضايا السياسية من جوانب متعددة.

وتعقب هنا الباحثة أن الدراسة تستهدف تحليل تأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي يتطلب دراسة معمقة للدور الذي تلعبه الوسائل الإعلامية التقليدية (التلفزيون نموذجًا) والجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجًا) في هذا السياق، من خلال تجميع وتحليل نتائج الدراسات السابقة المتعلقة بهذا الموضوع، يمكن استخلاص مؤشرات عامة حول كيفية تفاعل الجمهور مع الرسائل السياسية التي تُبث عبر التلفزيون، من جهة، ومنصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية من جهة أخرى، وفي هذا الإطار، يعتمد البحث على مقارنة زوايا التناول المختلفة، حيث تساهم الوسائل التقليدية في التأثير على الجمهور من خلال نماذج الإخبار المباشرة والمصادقية التي اكتسبتها عبر الزمن، بينما تلعب الوسائل الجديدة دوراً أكبر في تشكيل التوجهات بفضل التفاعل المباشر، والانتشار السريع للمعلومات، والتنوع في مصادر الأخبار، كما يُظهر التحليل النقدي لكل زاوية كيف تساهم هذه الوسائل مجتمعة في بناء أو تعديل توجهات الجمهور العربي إزاء القضايا السياسية، مما يبرز دور الإعلام السياسي في تشكيل الرأي العام في العصر الحديث.

(3) **التوجه الثالث:** فحص المنهجية Methodological investigation المتعلقة بدراسة تأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي عبر الوسائل التقليدية والجديدة يركز على تقييم المناهج البحثية المتنوعة التي اعتمدها الدراسات السابقة، وقد تنوعت هذه المناهج بناءً على أهداف كل دراسة، ما أدى إلى اختلاف في أدوات جمع البيانات المستخدمة مثل الاستبيانات، التحليلات الميدانية، والمقابلات المعمقة، وهذا التنوع ناتج عن اختلاف طبيعة العينات التي تم سحبها من مجتمعات متنوعة، بالإضافة إلى تعدد أساليب البحث بين التحليل الكمي والنوعي، يساهم هذا التنوع في الوصول إلى نتائج أكثر عمقاً تتعلق بفهم تأثير الإعلام السياسي على الجمهور، سواء عبر الوسائل التقليدية مثل التلفزيون نموذجًا أو عبر الوسائل الجديدة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، تقييم هذه المناهج يساعد في تحديد الجوانب المستقبلية التي تحتاج إلى دراسة أعمق، مما يفتح المجال لمزيد من الفهم حول كيفية تشكيل الرأي العام العربي من خلال التأثيرات الإعلامية المتعددة.

(4) **التوجه الرابع:** رصد الإنتاجية البحثية المنشورة Studies of publishing productivity ويركز هذا الجزء على الجهود البحثية المنشورة المتعلقة بتأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي عبر الوسائل التقليدية والجديدة على تقييم جهود الباحثين والمؤسسات البحثية في إثراء التراث العلمي العربي في هذا المجال، يتضمن ذلك فحص الدراسات التي تناولت دور الإعلام التقليدي، مثل التلفزيون نموذجًا، والإعلام الجديد، مثل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، في تشكيل الرأي العام العربي تجاه القضايا السياسية، يتم رصد أسماء الباحثين والمؤسسات العلمية التي ينتمون إليها، وسنوات نشر أبحاثهم، مع تقييم مدى إسهامهم في تقديم فهم أعمق لتأثير الإعلام السياسي، وهذا التحليل يساعد على تحديد مدى تطور الدراسات في هذا المجال، والفرص المتاحة لمزيد من البحث والتطوير في ظل التحولات المستمرة في وسائل الإعلام.

(5) **التوجه الخامس:** تحليل دوريات علمية محددة Studies of specific journals ويُعنى تحليل دوريات علمية محددة في سياق دراسة تأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي عبر الوسائل التقليدية والجديدة يركز على الفحص الدقيق للإنتاج البحثي المنشور في مجلات علمية متخصصة في هذا المجال كما يهدف هذا التحليل إلى تقييم المحتوى العلمي المتعلق بدور الوسائل الإعلامية التقليدية، مثل التلفزيون نموذجًا، والوسائل الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، في تشكيل الرأي العام العربي، ويتم تحليل المقالات والأبحاث المنشورة في هذه المجالات لتحديد مدى تغطيتها للقضايا السياسية ومدى عمقها في تقديم رؤى جديدة حول تأثير الإعلام السياسي، كما يتم دراسة الأساليب البحثية المستخدمة وتوجهات المجالات في تقديم الدراسات التي تسهم في تطوير الفهم العلمي لهذا الموضوع الحيوي.

(6) **التوجه السادس:** تحليل توثيق المراجع Citation analyses ويهدف إلى تحليل توثيق المراجع في سياق دراسة تأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي عبر الوسائل التقليدية والجديدة يهدف إلى فحص الهوامش والمصادر التي تعتمد عليها الدراسات المنشورة في هذا المجال، من خلال هذا التحليل، يتم الكشف عن أهم المراجع العلمية التي يستند إليها الباحثون في دراسة دور الإعلام التقليدي، مثل التلفزيون نموذجًا، أو الإعلام الجديد، وتحديد وسائل التواصل الاجتماعي نموذجًا، في تشكيل الرأي العام العربي. يساهم هذا الفحص في تحديد المصادر الأساسية التي يعتمد عليها الباحثون، مما يوفر فهماً أعمق للتوجهات الفكرية والمصادر المؤثرة في هذا التخصص، ويسلط الضوء على الأدبيات الأكثر تأثيراً في هذا المجال البحثي.

وتنتهي الدراسة الحالية إلى دراسات تحليل المستوى الثاني وهو أسلوب منهجي يعتمد على المراجعة المنهجية التحليلية المنظمة للدراسات والبحوث العلمية التي تم نشرها في مجال معين أو حول موضوع محدد، وذلك للخروج بنتائج تمكن الباحث من رصد ما توصلت إليه هذه البحوث والتعرف على ما اتفقت أو اختلفت عليه من نتائج، كما توفر إطاراً تقييمياً حول المناهج والأدوات والأطر المعرفية التي استخدمتها هذه الدراسات<sup>1</sup>.

واعتمدت الدراسة الحالية على الخطوات المتبعة في تطبيق منهج تحليل المستوى الثاني، وهي:

- تحديد القضية البحثية محل الاهتمام.
  - رصد التطور التاريخي للقضية البحثية محل الاهتمام.
  - تحديد أهداف مراجعة البحوث المنشورة حول هذه القضية.
  - جمع المعلومات من الدراسات ذات العلاقة بالقضية البحثية.
  - وضع خطة تصنيف وتحليل المعلومات.
  - التحليل الكيفي للمعلومات وتفسيرها.
  - رصد النتائج العامة والخروج بمؤشرات وتوصيات أو رؤى مستقبلية.
- قامت الباحثة برصد وتحليل الدراسات المنشورة التي اهتمت بقضية معالجة وتناول وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة خلال الفترة من عام 2015 وحتى 2024 للقضايا السياسية



وتأثيرها على الجمهور العربي المتابع بها وقد وقع الاختيار على هذه الفترة الزمنية نظراً لحداثتها وغزارة الإنتاج البحثي بها.

واعتمدت الدراسة الحالية على تحليل المستوى الثاني بأسلوبه الكيفي في تحليل المحاور التي اهتمت بها هذه الدراسات، والتعرف على الموضوعات التي أثارها ومداخلها الفكرية والنظرية واستخلاص أهم النتائج التي اتفقت أو اختلفت عليها، بهدف تقديم رؤية تحليلية متعمقة للتوجهات البحثية السائدة في مجال تأثيرات الإعلام السياسي الرقمي والتقليدي، كما وظفت الدراسة الأسلوب الكمي على نطاق محدود للخروج ببعض المؤشرات الكمية التي تفيد الدراسة.

#### - عينة ومجتمع الدراسة:

تم تطبيق الدراسة الحالية على البحوث المعنية المرتبطة بالإعلام التقليدي والجديد وعلاقته بالإعلام السياسي في الدول العربية والأفريقية والأجنبية والتي نشرت في الدوريات المتخصصة أو رسائل الماجستير والدكتوراه أو قُدمت في المؤتمرات العلمية المعنية بالأمر أو الصادرة عن المراكز المتخصصة البحثية وذلك في الفترة الزمنية من عام 2015 إلى عام 2024.

واعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفق متغيري موضوع البحث وسنة النشر (في إطار الفترة الزمنية المحددة للدراسة). وذلك وفق الخطوات التالية:

(1) البحث في قواعد البيانات الرقمية عن الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية المتخصصة أو المقدمة إلى مؤتمرات علمية أو رسائل المناقشة، والتي تشير عناوينها إلى الاهتمام بقضية تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي وذلك خلال الفترة من 2015 وحتى عام 2024.

(2) مراجعة قوائم المراجع والدوريات والتقارير والرسائل التي اعتمدت عليها الدراسات موضع التحليل لإضافة مزيد من البحوث المعنية بنفس القضية محل التحليل إلى عينة الدراسة، والتركيز على البحث المنشور بحجمه الكامل كوحدة للتحليل.

(4) بلغ إجمالي حجم عينة الدراسات المختارة والخاضعة للتحليل 206 دراسة ووثيقة منهم 129 دراسة وتقدير باللغة العربية و77 دراسة انجليزية، وقد تمثلت المجالات العربية والأجنبية التي تم سحب الدراسات منها كما يلي:

#### أولا المجالات العربية: من أبرز المجالات التي تم الرجوع لها:

1. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون- جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
2. مجلة البحوث في التربية النوعية- جامعة المنيا- كلية التربية النوعية.
3. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام-جامعة عمار تليجي الأغواط.
4. مجلة آداب ذي قار - جامعة ذي قار- كلية الآداب.
5. مجلة آداب الفراهيدي -جامعة تكريت: كلية الآداب.
6. مجلة جامعة الشارقة - الإمارات

7. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية -الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية.
  8. المجلة العلمية لبحوث الصحافة - جامعة القاهرة - كلية إعلام
  9. مجلة البحوث الإعلامية - جامعة القاهرة - كلية إعلام
  10. حوليات آداب عين شمس
  11. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - جامعة القاهرة - كلية إعلام
- ثانياً المجالات الأجنبية: من أبرز المجالات التي تم الرجوع لها:

1. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology.
2. Journal of New Media and Society.
3. American Journal of Industrial and Business Management.
4. Social Media + Society.
5. Information Systems Frontiers.
6. Procedia Computer Science.
7. American Journal of Industrial and Business Management.
8. ACAD Manage J. - Academy of Management Journal.
9. Intern. Journal of Profess. Bus. Review.
10. International Journal of Professional Business Review (Miami).
11. SHS Web of Conferences (ICPRSS)
12. Asian Social Science
13. Social Indicators Research
14. New Media & Society
15. Sage Journalism
16. International Journal of Computer Science and Network Security

#### خامساً: نتائج الدراسة التحليلية:

اتبعت الباحثة معيار ثابت في تناول نتائج الدراسات السابقة حيث تم تقسيمها الدراسات وفقاً لطبيعة الوسيلة التي تم تناولها ما بين وسائل الإعلام التقليدية وعلاقتها بالقضايا السياسية (التلفزيون نموذجاً)، وكذلك وسائل الإعلام الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً).

#### الجزء الأول: العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون نموذجاً) والإعلام السياسي:

اتجهت عدد من الدراسات السابقة لتوضيح معالجة الأنواع البرمجية التلفزيونية للقضايا السياسية، فمثلاً بخصوص البرامج الساخرة، فقد سلطت دراسة (أمنية أحمد حامد جاد، حسن علي محمد، 2023) <sup>2</sup> الضوء على كيفية معالجة البرامج الساخرة للقضايا السياسية من الناحيتين الأخلاقية والمهنية. شملت الدراسة تحليل مضمون 38 حلقة من برامج ساخرة على قنوات MBC مصر والنهار والمحور و CBC وتبين أن البرامج استخدمت مجموعة متنوعة من الأساليب الفنية، مع الاعتماد بشكل كبير على النقد الساخر للأوضاع الراهنة، لكن الدراسة لفتت الانتباه إلى خروقات مهنية مثل ترويح الشائعات واستخدام الألفاظ والحركات الإباحية،

مما يؤثر على مصداقية البرامج، كما ركزت دراسة (بلقيس محمد علوان، 2023)<sup>3</sup> على كيفية معالجة البرامج الساخرة للأحداث السياسية الجارية في اليمن. شملت الدراسة تحليل 49 حلقة من برامج على الفضائيات اليمنية المختلفة، وأظهرت النتائج أن البرامج تركز بشكل كبير على المواضيع السياسية، مع استخدام اللهجة المحلية وتقديم النقد والسخرية بشكل مباشر كما تباينت الأهداف بين إدانة الأطراف السياسية والنقد السلبي، مع الاعتماد على المصادر الإعلامية التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات.

أما عن معالجة البرامج التحقيقية وتأثيرها على الجمهور، تظهر دراسة (Sinehat Mohammed Azz-Ed-Din Al-Dawoodi.2020)<sup>4</sup> كيفية تعامل برامج التحقيق التلفزيونية مع القضايا السياسية. من خلال تحليل برنامج "الخفي أكثر ضخامة" على قناة الجزيرة، تبين أن المواضيع المتعلقة بالعنف والإرهاب كانت الأكثر حضوراً، مما يعكس مدى تأثير البرامج في تقديم معلومات حول القضايا الأمنية والسياسية، وأوصت الدراسة بزيادة المساحة الزمنية المخصصة لمناقشة هذه القضايا لضمان توازن المعلومات المقدمة، لذا أكدت دراسة (Henri,2017)<sup>5</sup> على تحقيق التغيير الاجتماعي من أثار العنف عبر توظيف أدوات الإعلام الجديد بطرح مواد تعمل على تقديم خدمات التدخل المجتمعية في مواجهة أثار العنف.

وبخصوص تأثير البرامج التفاعلية على الوعي السياسي، فقد أظهرت دراسة (علي فاخر عبد، 2018)<sup>6</sup> أن البرامج التفاعلية مثل "نقطة حوار" على قناة BBC تلعب دوراً مهماً في ترتيب أولويات الجمهور وتعزيز الوعي السياسي. شملت الدراسة تحليل مشاركات الجمهور ووجدت أن البرامج التفاعلية تقدم مساحة كبيرة للتعبير عن الآراء، مع إعطاء وقت زمني أكبر للمشاركين مقارنة بالضيوف. كما أظهرت دراسة (بلعابد، 2018)<sup>7</sup> أن البرامج السياسية على الفضائيات الجزائرية الخاصة تلعب دوراً مهماً في زيادة الوعي السياسي لدى الطلاب، كما توصلت دراسة (إيمان عبد الرحمن، 2016)<sup>8</sup> فيما يتعلق بتحليل تأثير البرامج التفاعلية على وعي الشباب الجامعي في العراق، حيث أظهرت أن الشباب يميلون أكثر إلى متابعة البرامج التفاعلية على القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية مقارنة بالقنوات المحلية، مما يشير إلى ثقة أكبر في هذه البرامج في تقديم معلومات دقيقة وتحفيزهم على المشاركة.

أبرزت دراسة حسين بوعلي (2020)<sup>9</sup> دور القنوات الجزائرية الخاصة في توعية الطلبة سياسياً، حيث تبين أن نسبة كبيرة منهم يتابعون هذه القنوات، التي كانت فعالة في جذب انتباه الطلبة إلى القضايا السياسية من خلال برامجها وتغطيتها للأحداث الطارئة، مما ساعد على تشكيل الوعي السياسي لديهم عبر كشف الحقائق. كما تناولت دراسة (رباب جمال محمد، 2015)<sup>10</sup> كيفية معالجة قناة الجزيرة القطرية لقضية الحرب العراقية مقارنة مع القنوات الغربية مثل BBC و CNN. اعتمدت الباحثة على منهج المسح لعينة من التقارير الإخبارية في الجزيرة للتعرف على وجهة النظر العربية، وخلصت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية تعد من أهم وسائل الإعلام التي تسهم في معالجة القضايا السياسية بشكل فعال، كما أشارت إلى أن قناة الجزيرة قدمت تغطية مختلفة عن قناة CNN، حيث استخدمت مفردات مثل "الاحتلال الأمريكي" لوصف الحرب، في حين ركزت CNN على جوانب أخرى، ووجدت

الدراسة اختلافات جوهرية في أساليب تغطية الحرب بين القناتين، حيث لم تكن تغطية CNN شاملة وتركت نقصاً في التحليلات الإخبارية.

وبخصوص تحليل دور القنوات التلفزيونية في تشكيل القيم السياسية، استهدفت دراسة (تيسير عبد الهادي علي، 2015) (11) تحليل دور القنوات الفضائية الأردنية في إشباع الاحتياجات السياسية لطلاب جامعة البترا. اعتمد الباحث على استبانة وزعت على 400 طالب وطالبة، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة متابعة البرامج السياسية كانت أكثر في قناة رؤيا مقارنةً بالتلفزيون الأردني، رغم أن نسبة المشاهدة الكلية للبرامج السياسية كانت ضئيلة في كلا القناتين. أبرزت النتائج أن التلفزيون الأردني تفوق في تغطيته للأحداث السياسية المحلية والإقليمية، مع التركيز على إشباع الحاجات السياسية للجمهور، وأوضحت الدراسة أن المشاهدين يسعون لإشباع حاجاتهم السياسية من القنوات التي يتابعونها، وهذا يشير إلى دور الإعلام في تشكيل القيم السياسية للمشاهدين. وبالتركيز على القائمين بالاتصال، استهدفت دراسة (إلهام صلاح عبدالموالي، 2021) (12) التعرف على رؤية القائم بالاتصال حول مواجهة القنوات المعادية التي تسعى إلى ضرب هوية الأمة والطعن في رموزها، بما يخدم المصالح الغربية واليهودية، كما أوضحت أن بعض النظم في الدول العربية تدعم إطلاق القنوات الفضائية بهدف تلميعها والدفاع عنها تحت ستار كونها مستقلة، وأن ما يحتاجه القائم بالاتصال ليتمكن من المواجهة الفعالة لهذه القنوات المعادية يتمثل في توفير التقنيات الحديثة لتحليل الصوت والصورة والتأكد من مصداقيتها، والتدريب على فنون صياغة وعرض المعلومات وتحليلها، وتطبيق القيم والمصداقية والموضوعية في الرد والتفنيد، كما تناولت دراسة (Nour Fadel . 2024) (13) كيفية مساهمة البرامج التلفزيونية الوطنية في تعزيز الولاء للنظام السياسي وتعزيز الاستقرار الأمني، وركزت الدراسة على استخدام الأغاني والبرامج التي تحتوي على إشارات لفظية وأسلوب خطابي يساهم في خلق هوية وطنية جديدة وذلك من خلال تحليل الخطاب في هذه البرامج والأغاني، تبين أن كلماتها ومدلولاتها تروج لاستقرار النظام السياسي وتواجه السلبيات التي تهدد المجتمع، وتنوعت أساليب المعالجة بين الجاد والسخرية والعاطفي، مما زاد من تأثير هذه البرامج على الجمهور المستهدف.

#### استفادة القنوات التليفزيونية من التقنيات الرقمية الحديثة:

تناولت عدد من الدراسات استفادة البرامج الحوارية السياسية من وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق جودة المحتوى، تناولت دراسة (Sergio ، Andrea Ceron ، Splendor، 2018) (14) كيفية تأثير البرامج الحوارية السياسية المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي في إيطاليا. تم تحليل 228,135 تغريدة تتعلق بـ30 حلقة من البرامج الحوارية، ووجدت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع الاجتماعي ومعدل متابعة هذه البرامج، مما يشير إلى تأثيرها الكبير على الرأي العام، أظهرت دراسة نهلة حلمي محمد عبد الكريم (2017) (15) أن القنوات الفضائية الموجهة مثل BBC العربية وفرانس 24 وروسيا اليوم قد استفادت من التطورات التقنية في تقديم الأخبار بقناة روسيا اليوم على وجه الخصوص تميزت بزيادة مدة النشرات الإخبارية مما ساعد على تغطية متنوعة وجاذبة للمشاهدين، وقدمت الأخبار بأسلوب أكثر احترافية وتنوعاً، مما يعكس تطور الخدمة الإخبارية

بفضل التقنيات الرقمية، كما توصلت دراسة (نبيل محمد فتحي، 2021) 16 لاختلاف تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في نشر المعلومات الأمنية؛ فجاء في مقدمتها "تقدم الموضوعات المتعلقة بقضايا الأمن القومي مع وجود مقترحات من النخبة" بوزن نسبي (76,7%) ثم "هذه البرامج لها شعبية عالية لهذه القنوات وبلي ذلك استطاعتي لمناقشة قضايا الأمن القومي مع الأصدقاء الذي يجعلني أشعر بصحة الآراء وجهات النظر، واتسامها بالانزان والمنطقية" بوزن نسبي (75%) يلي ذلك "ترتبط موضوعات الأمن القومي بالبرامج الحوارية والتلفزيونية بأحداث حقيقية داخل الدولة" بوزن نسبي (74,3%)، كما أوضحت دراسة (الحزمة حسن محمد، 2020) (17) أن صفحات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا في الحراك السياسي بالدول العربية، كما أسهمت بشكل ملحوظ في تطوير العمل السياسي وفتح مجالات للمشاركة في القضايا العامة عن طريق الاستفادة من وسائله وأدواته، وأضافت تأثير صفحات التواصل الاجتماعي للقنوات الفضائية على تنمية الوعي السياسي حول الأحداث السياسية، وتتفق معها دراسة (يادكار على محمد، 2020) (18) حيث أكدت في نتائجها على اهتمام النخبة الإعلامية الكردية بقراءة الأخبار بالمواقع الإلكترونية للفضائيات الكردية، حيث تمدهم بالمعلومات والأخبار على مدار الساعة ولما تتميز به من تفاعلية.

وفي ذات السياق، توصلت دراسة (متعب مثل التميّاط، 2016) 19 إلى إن أهم أسباب مشاهدة البرامج التلفزيونية التفاعلية الحصول على معلومات تفيد الطالب في حياته العملية، وزيادة الرصيد المعرفي في المجالات الدينية، وتنمية المعلومات الثقافية للطالب، والتسليّة والترفيه وتمضية وقت الفراغ، ومتابعة الأحداث السياسية، والإلمام التام بالقضايا المثارة المحلية، وكذلك وجود دور للبرامج التلفزيونية التفاعلية في تنمية الوعي الاجتماعي في قضايا المجتمع (السياسية، الثقافية، الاجتماعية، الأمنية، الدينية)، كما ناقشت دراسة (علي فاخر، 2022) 20 واقع توظيف منصات التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية، وتوصلت لأن البرنامجين اعتمدا بالدرجة الأساس على الفيديوهات التي يتم نشرها عبر منصات التواصل الاجتماعية، وأن الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي جرى تناولها، وإن فيس بوك هو المنصة الأكثر اعتمادًا في سحب مواد منه لعرضها وكذلك عند إيصال محتوى البرنامج للجمهور، أما عند توزيع الوقت في البرنامج فقد نالت تعليقات الجمهور الحصة الأكبر في الوقت المتاح ولكلا البرنامجين.

**واتجهت عدد من الدراسات إلى الإشارة لاستفادة البرامج التلفزيونية من الأدوات التفاعلية في التعبير عن الرأي،** حيث توصلت دراسة (عمار طاهر محمد العامري وأحمد عبدالستار حسين الربيعي، 2018) 21 إلى أن الأدوات التفاعلية تتيح فرص التعبير بحرية بدرجة مرتفعة، وأن الأدوات التفاعلية تعزز من قدرة الأفراد على التعليق وإبداء الرأي بدرجة متوسطة، وتجعل الأدوات التفاعلية الجمهور قادرًا بشكل مرتفع على إضافة معلومات جديدة للموضوعات المنشورة وكذلك تسهم بتواصل الأفراد مع المستخدمين الآخرين لاستقبال وارسال المعلومات، كما سلطت دراسة (Prath Simran Singh، 2019) 22 استخدام الحكومة في الهند لوسائل التواصل الاجتماعي لتلافي الفجوة بين صناعات القرارات من الحكومة والرأي العام بين المواطنين، حيث أن هذه المواقع ساعدت المسؤولين في التعرف على

اتجاهات الحوار والنقاش المجتمعي مما يفيد في صياغة السياسات المختلفة، ومن ثم اتضح أن الحكومة تستفيد من هذه التويتات في التعرف على القضايا الأساسية كما أن الهاشتاج يعرف الحكومة باتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، كما كشفت دراسة (Ravinder وآخرون، 2017)<sup>23</sup> أن موقع الفيسبوك يُعد الأكثر استخدامًا من قبل المؤسسات الحكومية، والأعلى تداخلاً وتكاملاً مع المواقع الرسمية للقطاعات الحكومية على الإنترنت لذا لا بد على المؤسسات تعزيز وصول هذه الشبكات الاجتماعية للجمهور.

وأشارت دراسة (Mi-Hug Cheng ,Yi-Chen Wu,Ming –Chihchen ، 2016 )<sup>24</sup> أن هناك ارتباطاً بين البرامج التلفزيونية الأكثر نجاحاً جماهيرياً وتجارياً وبين نسب المشاركات والتفاعل الإيجابي لجمهورها على الفيس بوك، كما يمكن التنبؤ بنجاح المضمون المقدم تجارياً عن طريق التفاعل النشط على الفيس بوك وذلك بنسب تتراوح بين 10% و20%، كما أوضحت دراسة (Helmond, A) (2015)<sup>25</sup> أن التوجه القائم على تعدد منصات البث والذي يحقق مرونة المحتوى ليقبل العرض على منصات مختلفة لا بد أن تتفاعل معه القنوات التلفزيونية والتي تقوم بنشر محتواها على منصات تقليدية وغير تقليدية.

كشفت عدد من الدراسات عن دور المضامين البرمجية التفاعلية في القنوات الفضائية، حيث توصلت دراسة (أسيل خالد جاسم، 2017)<sup>26</sup> لاستخدام التفاعلية كعنصر رئيسي في هيكلية البرامج التفاعلية الحوارية، حيث أن القناة توظف جميع آليات التفاعل في برنامج نقطة حوار، كما يُعد برنامج نقطة حوار نموذجاً متميزاً للبرامج التفاعلية، وفي ذات السياق، توصلت دراسة (Eileen C. Teves، 2016)<sup>27</sup> بخصوص نشرات الأخبار التلفزيونية والاعتماد فيها على تغطيات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح الصحفي التلفزيوني أكثر قدرة على تحديد مكان المصدر ومعرفة الخبراء، والاستعانة بالصور المرئية بالإضافة لإمكانية البث الحي من موقع الحدث وسرعة نقل الأخبار، وأجبرت هذه الوسائل الصحفيين أن يصحبوا أكثر براعة في صياغة الخبر وتناوله.

وعن أثر التقنيات الرقمية على جودة المحتوى التلفزيوني، فقد أظهرت دراسات متعددة تأثير التقنيات الرقمية في تحسين جودة المحتوى التلفزيوني. فقد أشار (محمد ناصر عبد الرحمن سالم، 2022)<sup>28</sup> إلى أهمية استخدام تقنيات المونتاج الحديثة مثل صورة المتصل والتعليق عليها، بالإضافة إلى تقنيات الدمج والمقارنة. وأكدت الدراسة على ضرورة تطوير المعدات المستخدمة في البرامج التلفزيونية لتلبية متطلبات العصر الحديث، مما يسهم في تعزيز ثقة المشاهدين وتحسين جودة الخدمة المقدمة، كما سلطت الدراسة الضوء على دور جودة التصوير والكاميرات المحمولة والمؤثرات البصرية في جذب انتباه الجمهور ومواكبة التطورات التكنولوجية، وأظهرت دراسة (جورج زكي آل سيدهم، 2019)<sup>29</sup> زيادة ملحوظة في استخدام التقنيات الحديثة في البرامج التلفزيونية المباشرة في القنوات المصرية والعربية، وأشارت (لمياء فتحي صابر أبو النجا، 2018)<sup>30</sup> إلى أن الهدف من اعتماد أحدث التقنيات الرقمية في التلفزيون المصري كان رفع جودة الصورة لجذب المشاهدين على الصعيدين المحلي والدولي، وكذلك إمكانية استقبال المحتوى عبر الإنترنت والأجهزة المحمولة، كما

أوضحت دراسة (الشارف عبد المولى، 2021) <sup>31</sup> أن استخدام التقنيات الرقمية في التلفزيون الليبي ساهم في زيادة تأثيره كوسيلة اتصال جماهيري، مما جعل البرامج أكثر جذباً وتفاعلاً مع الجمهور، ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى أن الاستفادة من هذه التقنيات كانت محدودة في مجالات معينة مثل الإعداد والإضاءة والصوت، ولفتت الدراسة إلى ضعف التعاون مع الدول الأخرى وتأثير ذلك على تطوير البرامج، فضلاً عن ضعف التمويل ونقص الميزانيات اللازمة لتبني التطورات التقنية، لذا أوصت دراسة (أحمد عبد العظيم، 2020) <sup>32</sup> بمتابعة التكنولوجيا العالمية لتحسين الصورة التلفزيونية محلياً، مشددة على أهمية التغييرات الجوهرية في أنظمة البث والتلقي. كما دعت إلى إقامة ندوات وفعاليات لزيادة الوعي لدى العاملين في المجال لتعزيز الإبداع في الإنتاج التلفزيوني.

سلطت مجموعة من الدراسات الضوء على الأثر التنافسي الذي أفرزته التقنيات الرقمية في صناعة التلفزيون، مما ساهم في تحسين جودة المحتوى وزيادة الإقبال على المشاهدة. فقد أكدت دراسة (مالك رحاب محمود العزة، 2017) <sup>33</sup> أن استخدام التقنيات الحديثة في التلفزيون، خاصة في النشرات والبرامج الإخبارية، قد أسهم في زيادة معدلات المشاهدة، حيث احتلت هذه البرامج المرتبة الأولى في جذب الجمهور، كما أفادت دراسة محمد أحمد إبراهيم محمد (2022) <sup>34</sup> بأن التقنيات المتطورة في المونتاج، مثل Keyer Chroma والرسم المتحركة، تساهم في تعزيز فعالية البرامج وزيادة فهم المشاهد لأهدافها ومحتواها.

في ذات السياق، أشارت دراسة (هبة ربيع رجب، 2016) <sup>35</sup> إلى أن تكنولوجيا النشر الرقمي عبر الإنترنت ساهمت في زيادة التنافس بين المؤسسات الإعلامية من خلال تقديم محتوى فوري وخدمات تفاعلية، مما أتاح لها جذب جمهور أوسع وزيادة عدد المعلنين، وقد أظهرت دراسة (معتر أحمد عبد الفتاح عبد الحميد، 2020) <sup>36</sup> أن إدارات تدفق وإنتاج المحتوى الإخباري حققت نجاحاً في تجاوز حدود العاصمة، مما ساعد على تعزيز الانتشار على المستوى العربي والإقليمي، بينما تناولت دراسة (نورهان إبراهيم، 2020) <sup>37</sup> دور التقنيات الرقمية في تطوير مهارات المراسلين الرياضيين، مما يزيد من جاذبية المحتوى الرياضي، وأيضاً، أكدت دراسة (محمد فتحي عبد السميع، 2019) <sup>38</sup> على أهمية إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية، حيث تساهم في تحسين مستوى المنتج الإعلامي وتعزيز قدرات العاملين، وأظهرت دراسة (فاطمة ناصر صالح، 2022) <sup>39</sup> أن التخطيط الاستراتيجي يعزز من كفاءة المنتج الإعلامي ويساعد المؤسسات على تحقيق أهدافها بفعالية.

علاوة على ذلك، تناولت دراسة (أحمد مجدي شفيق، 2015) <sup>40</sup> أهمية الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات، حيث أظهرت أن المحتوى المتنوع مثل الفيديوهات والصور يساهم في جذب المشاهدين، وهو ما يتطلب موارد مالية وتدريب جيد للعاملين. كما أوضحت دراسة (محمد بن علي بن محمد السويد، 2015) <sup>41</sup> أن عوامل جذب الشباب لتويتر تشمل سهولة الاستخدام وحرية التعبير، مشيرة إلى أن القنوات التلفزيونية حققت أعلى نسب مشاهدة يومية بنسبة 45.3%. في هذا السياق، أكد عدد من الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيس بوك تعزز من سرعة الحصول على المعلومات، مما يجعل وسائل الإعلام أكثر تفاعلية وجاذبية للمستخدمين، كما ذكرت دراسة (عماد الدين ربيع أحمد، 2020) <sup>42</sup> أن

فيسبوك يعد من أكثر المنصات تأثيراً في التفاعل، تليه اليوتيوب. وتنتج أثرها مثل دراسة (Harrison , Dossinger, 2017)<sup>43</sup> ولذلك جاءت الوسائط التكنولوجية وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي لتثري وسائل الإعلام وتجعلها تفاعلية.

### الجزء الثاني: العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمية (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً) والإعلام السياسي:

تؤكد عدد من الدراسات على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة للتفاعل السياسي والمشاركة الفعالة، مع تسليط الضوء على أساليب الإقناع والتأثير في قضايا معاصرة متعددة، حيث أظهرت العديد من الدراسات الدور الحيوي لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية والقيم السياسية البناءة. ففي دراسة (محمد إبراهيم، 2023)<sup>44</sup> تم تحليل تفاعل المغردين في الشبكات الاجتماعية حول عودة العلاقات السعودية الإيرانية من خلال دراسة تحليلية على منصة تويتر كما تم حصر 2725 تغريدة تتعلق بهاشتاغ الاتفاق\_السعودي\_الإيراني في الفترة من 10 مارس 2023 إلى 10 أبريل 2023، وكشفت الدراسة عن بروز خمس قضايا أساسية تتعلق بالاتفاق، وتأثيره على الوضع في لبنان واليمن وإسرائيل، مع تسليط الضوء على دور الصين كوسيط دولي فعال في نجاح هذه الاتفاقية، وأظهرت النتائج إمكانية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل تحليل المشاعر ونمذجة الموضوع، لفهم الرأي العام من خلال بيانات تويتر.

وفي سياق مماثل، رصدت دراسة (إيمان علي، 2021)<sup>45</sup> أساليب الإقناع المستخدمة في معالجة قضية التطبيع مع إسرائيل عبر صفحات التواصل الاجتماعي. تمت الدراسة على عينة قوامها 1454 منشوراً من صفحتي قناة "فرانس 24" و"سكاي نيوز العربية" على فيسبوك خلال الفترة من 1 سبتمبر 2020 إلى 15 فبراير 2021. توصلت النتائج إلى تنوع الاستراتيجيات الإقناعية، حيث استخدمت الصفحات حججاً لإقناع الجمهور بأهمية التطبيع، مع احتلال صفحة "سكاي نيوز" المرتبة الأولى في معالجة هذه القضايا بنسبة 58.2%، وهو ما يتماشى مع توجهاتها الإعلامية.

علاوة على ذلك، ناقشت دراسة (أمين وبن نوار، 2020)<sup>46</sup> كيفية معالجة الشبكات الإعلامية العربية للقضايا السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مركزاً على قضية الحراك الجزائري في صفحة الجزيرة الإخبارية على فيسبوك، ووجدت الدراسة أن الصفحة التزمت بقواعد التحرير الصحفي التقليدية مع اعتماد أساليب التحرير الحديثة، بما في ذلك نظم روابط البث المباشر التي تساهم في زيادة نسب الزيارة وتعزيز الترويج، أما دراسة (فوزية، 2018)<sup>47</sup> فقد كشفت عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، حيث أجريت الدراسة على عينة من 30 موظفة في ولاية مستغانم، وأظهرت النتائج أن غالبية الموظفين يستخدمون فيسبوك لقراءة المعلومات السياسية، وأن 56% يتابعن الصفحات المهتمة بالشأن السياسي لمناقشة القضايا الراهنة.

وفي دراسة أخرى (لبسنت حمزة، 2020)<sup>48</sup>، تم التعرف على دور فيسبوك في تشكيل توجهات الرأي العام المصري نحو قضية جزيرتي تيران وصنافير، واعتمدت الدراسة على



أسلوب المسح الاجتماعي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها 400 فرد، وأكدت النتائج أن 58% من العينة يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً على فيسبوك، مما يشير إلى ارتفاع مستوى التفاعل اليومي مع هذه الشبكة.

تؤكد الدراسات السابقة على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات فعالة في تشكيل الرأي العام ودعم القضايا السياسية، مما يستدعي المزيد من البحث لفهم تأثيرها في السياقات المختلفة، حيث استهدفت دراسة (آمال كمال، 2017) <sup>49</sup> تقديم رؤية مستقبلية حول الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على تشكيل الرأي العام، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي لمسح الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بهذا الموضوع للفترة من 2006 إلى 2016. تكونت عينة الدراسة من 224 بحثاً باللغة العربية و146 بحثاً باللغة الإنجليزية، وأظهرت النتائج أن البحوث العربية بدأت في تناول التأثيرات السياسية للشبكات قبل ثورة 25 يناير، حيث ركزت على دور هذه المواقع في الانتخابات التشريعية لعام 2010، وبعد الثورة، ازدادت الدراسات التي تناولت تأثير هذه الشبكات في فترة الثورة ودورها في الحشد والتعبئة، كما تبين أن غالبية هذه البحوث كانت جهوداً فردية من الباحثين في مراحل الماجستير والدكتوراه، مما أثر سلباً على تمثيل العينات.

وفي سياق مماثل، تناولت دراسة (محمد المدهون، 2016) <sup>50</sup> دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية. استخدم الباحث المنهج الوصفي، حيث تكونت عينة الدراسة من 400 مبحث، وأظهرت النتائج أن 95.25% من العينة يمتلكون حساباً على مواقع التواصل، وكان فيسبوك هو الأكثر استخداماً بنسبة 98.20%. رغم ذلك، كانت نسبة تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر هذه المواقع منخفضة، حيث سجلت 51.7%، ولكن اهتمام المبحوثين بدعم الحقوق السياسية كان مرتفعاً بنسبة 66.4%، كما أظهرت الدراسة أن مواقع التواصل تلعب دوراً إيجابياً في تعبئة الرأي العام الفلسطيني، حيث أكد نسبة 75.10% من المبحوثين على أن الرأي العام يتأثر بقضية ما من خلال كثافة تداولها.

وسعت دراسة (ناقل مبارك، 2016) <sup>51</sup> إلى استكشاف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الرأي العام الكويتي تجاه أداء البرلمان والحكومة، وأظهرت النتائج أن تويتر وإنستغرام هما الأكثر استخداماً، حيث ساهمتا في خلق تواصل اجتماعي بين الأفراد وتبادل الأفكار، كما أشار المجتمع الكويتي إلى أن هذه المواقع تسهم في تغيير توجهاتهم وسلوكياتهم تجاه الحكومة والبرلمان من خلال نشر المعرفة حول القضايا السياسية، ومع ذلك لم توجد دراسات سابقة كافية حول تأثير هذه المواقع على الناخبين الكويتيين. وفي دراسة أخرى، قدمت (عزت محمد، 2016) <sup>52</sup> رؤى حول الاتجاهات البحثية الحديثة في دراسات الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية، واستخدمت الدراسة منهج التحليل الكيفي من المستوى الثاني، وشملت 125 دراسة منشورة وغير منشورة، وأظهرت النتائج أن معظم الدراسات ركزت على استخدامات الشبكات الاجتماعية والعوامل المؤثرة في الرأي العام الإلكتروني، كما أشارت إلى القوة الديمقراطية لهذه الشبكات وقدرتها على دعم الثورات، مثل ثورات الربيع

العربي، وخلصت الدراسة إلى ضرورة تطبيق النظريات العلمية الحديثة كأطر نظرية في دراسات الرأي العام الإلكتروني، مع محاولة اختبار صحتها في السياق العربي.

كما أظهرت دراسة (آية مساس وصلاح، 2022) <sup>53</sup> أن معظم طلاب الجامعات يستخدمون "فيسبوك" ويتابعون من خلاله الصفحات السياسية، مما يعزز وعيهم السياسي ويؤثر على توجهاتهم السياسية، وأكدت دراسة (حميدة بورياله وعيشة رصاص، 2022) <sup>54</sup> أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً فعالاً في نشر الوعي السياسي بين الطلبة الجامعيين، حيث تُظهر تفاعلاً كبيراً من الشباب مع القضايا السياسية التي يتم طرحها. وتوصلت دراسة (رباب جلال البصراتي، 2022) <sup>55</sup> إلى أن طلاب الجامعات يتعرضون بشكل أكبر لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنةً بالصحف الإلكترونية، وأن لهذه المواقع تأثيراً كبيراً في تشكيل وعيهم السياسي، بالإضافة إلى ثقتهم بالمعلومات السياسية التي تقدمها كما أظهرت دراسة (إيلاف رائد إسماعيل، 2022) <sup>56</sup> أن وسائل الإعلام الجديد تساهم بشكل كبير في تعزيز الوعي السياسي وتغيير توجهات الشباب نحو قضايا الرأي العام.

تؤكد عدد من الدراسات مجتمعة على أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت أداة رئيسية لتعزيز المشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام، حيث تساهم في توسيع دائرة التفاعل السياسي بين الشباب وتجاوز القيود التقليدية، حيث سعت دراسة (Muntean 2015) <sup>57</sup> إلى دراسة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر" وبين المشاركة السياسية في إطار انتخابي، مستهدفة عينة من الشباب الروماني عبر مسح إلكتروني وتحليل محتوى المنشورات السياسية، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الشباب الروماني يستخدمون هذه المواقع كأداة للتفاعل مع القضايا والأحداث السياسية، حيث ساهمت هذه الشبكات في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الشباب من خلال الحملات الدعائية التي تروج للقضايا السياسية. وقد ناقشت دراسة <sup>58</sup> (Rushdi Zaiter, Natalie Sabbagh, Mahmoud Koabaz، 2023) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية، موضحة وجود علاقة إيجابية بين التعرض لعلامات تجارية سياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبين زيادة المشاركة السياسية للناخبين، كما أظهرت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تعزز الفعالية السياسية الذاتية، سواء الخارجية أو الداخلية.

أما دراسة (Lori, Kenya, Ramana (2015) <sup>59</sup> فقد هدفت إلى دراسة مستوى المشاركة السياسية لمجموعة من طلبة الكلية من خلال الوسائل التقليدية، وكذلك قدرتهم على المشاركة بطرق غير تقليدية، وأظهرت النتائج أن الأنشطة عبر الإنترنت تمثل شكلاً مهماً من أشكال المشاركة المدنية، حيث توسع دائرة المشاركين وتشجع على استخدام أشكال أخرى من المشاركة، وأظهرت الدراسة أن الطلاب الذين لديهم تواجد في شبكات التواصل الاجتماعي ذات الطابع السياسي كانوا أكثر ميلاً للمشاركة في الأنشطة السياسية غير المباشرة، مما يعزز أهمية هذه الشبكات كمنصة لتوسيع دائرة المشاركة السياسية، ومن ناحية أخرى، تناولت دراسة (Alakali وآخرون 2015) <sup>60</sup> دور شبكات التواصل الاجتماعي في حشد الشباب النيجيري خلال الانتخابات العامة لعام 2011، وأوضحت النتائج أن المرشحين السياسيين الذين استخدموا وسائل الإعلام الاجتماعي في حملاتهم الانتخابية تلقوا دعماً أكبر من الشباب،

مما يبرز دور هذه الوسائل في الحشد السياسي كما أوصت الدراسة بضرورة تكامل وسائل الإعلام الاجتماعي مع استراتيجيات الحشد الشامل لتحقيق مشاركة سياسية فعالة.

وفي السياق ذاته، هدفت دراسة (أسامة المدني، 2016) <sup>61</sup> إلى دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام بين طلاب الجامعات السعودية، وأظهرت الدراسة أن هذه الشبكات تلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام بين المستخدمين، خاصة بين فئة الشباب، وبالاعتماد على استبانة موزعة على عينة من طلاب جامعة أم القرى، أشارت النتائج إلى أن 41.86% من الطلاب لديهم مستوى مرتفع من التأثر بتلك الشبكات في تشكيل آرائهم، بينما كانت النسبة المتوسطة 55.23% والنسبة المنخفضة 2.91%، كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشبكات وتأثيرها في تكوين الرأي العام. وفي دراسة (أميمة فتحي، 2015) <sup>62</sup>، تم تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إبراز مؤشرات الرأي العام، وأكدت النتائج على أن هذه الشبكات تتيح حرية تعبير أكبر بكثير مقارنة بالوسائل التقليدية، ما يمكن الجمهور من التفاعل بفاعلية أكبر، كما أظهرت الدراسة أن هذه الشبكات توفر فرصة للجمهور للتفكير النقدي، والتميز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، مما ساهم في تحول الجمهور نحو استخدام هذه الوسائل كبديل أكثر مرونة وتأثيراً لتحقيق الإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وقد ناقشت عدد من الدور السياسي الهام لمواقع التواصل الاجتماعي في عقد المناقشات وتشكيل التحرك السياسي، حيث أظهرت دراسة (أسماء أحمد السيد، 2018) <sup>(63)</sup> أن قناة "اليوم السابع" على اليوتيوب تحتل المرتبة الأولى في عرض ومتابعة الأخبار والمعلومات حول القضايا السياسية في مصر بعد ثورة 30 يونيو، كما أشارت إلى أن القنوات الإخبارية على موقع يوتيوب تؤثر بشكل متوسط على مواقف الرأي العام خلال فترات الأزمات والأحداث الهامة. في ذات السياق، أكدت دراسة (نجوى حامد حسين، 2018) على أن القضايا السياسية تأتي في مقدمة المواضيع التي يتم تناولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع ارتفاع نسبة الثقة لدى المستخدمين في الأخبار والمعلومات المنشورة على هذه المنصات، وفي دراسة أخرى لـ (Menna Elhosary-) (2024) <sup>64</sup> التي أجريت على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي العرب (N=452)، تبين أن المشاركين يعتمدون بشكل كبير على تحيزاتهم التأكديدية عند تقييم مصداقية الأخبار والعناوين التي يرونها، خصوصاً في ما يتعلق بالحروب، كما وجدت الدراسة أن الدوافع للتحقق من الأخبار تؤثر بشكل مختلف على ممارسة التحقق من الأخبار، مؤكدةً على أهمية تعزيز مهارات الإعلام والأخبار لتحفيز ممارسات التحقق من الأخبار التي تعتمد على البحث عن الحقيقة. من جهتها، تناولت دراسة (عبد اللطيف بن ديبان، 2023) <sup>65</sup> دور قادة الرأي في تشكيل الرأي العام السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مؤكدةً على تأثير "تويتر" في تشكيل الرأي العام والمساهمة في انتشار الشائعات، وأوصت الدراسة بضرورة فرض رقابة على وسائل التواصل الاجتماعي لدورها في التأثير على الشباب، مع اعتبارها متنفساً حقيقياً لهم. وكشفت الدراسة عن تأييد المشاركين لفكرة تأثير قادة الرأي عبر هذه الوسائل في تعزيز أداء الدولة وتحسين جودة حياة المواطنين والمقيمين. وأخيراً، أكدت دراسة (Yige Fu) (2022) <sup>66</sup> على أن منصات التواصل الاجتماعي أسهمت

في تقريب وجهات النظر بين جماعات الأقليات، مما أتاح لهم فرصاً للتفاعل والتأثير على قضايا مثل المساواة بين الجنسين، كما وفرت هذه المنصات فضاءً للنقاش المفتوح حول القضايا التي كانت تُعتبر سابقاً مسكوتاً عنها، مما يعزز النقاش العام ويسهم في التغيير الاجتماعي.

**الجزء الثالث: تأثيرات تعرض الجمهور للقضايا السياسية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة:**

#### أولاً: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والتأثيرات المعرفية:

اهتمت كثير من الدراسات العربية والأجنبية بالبحث في علاقة الفضائيات بتشكيل معارف أفراد، منها دراسة (سامح محمد عبدالديع، 2019)<sup>(67)</sup> التي أكدت على أن أهم أسباب مشاهدة البرامج بالقنوات الفضائية تتحدد في متابعة آخر الأخبار، ثم متابعة الأحداث والأزمات التي قد تحدث فجأة وتؤثر على البلد، ثم زيادة المعرفة والإطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، وتتفق معها دراسة (حسين على أبو عمر، 2015)<sup>(68)</sup> التي أكدت ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الحوارية في الفضائيات الجمهورية مصر العربية ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي الجمهورية مصر العربية واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة بمصر خلال الفترة 30 يونيو 2011 إلى 30 يونيو 2013، وتتفق معها دراسة (محمد وهيب ياسين، 2018)<sup>(69)</sup> أن غالبية المحوئين يشاهدون البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية أحياناً، لأنها تساعد على معرفة ما يجري من أحداث في العراق والمنطقة، كما استهدفت دراسة (عقيلة مقروس، 2022)<sup>(70)</sup> تحليل مدى تأثير البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية على وعي الطلاب الجامعيين في الجزائر، وأظهرت النتائج أن هذه البرامج ساعدت الطلبة في اكتساب معارف سياسية متعددة، كما دفعتهم نحو المشاركة السياسية، لكن لم تكن فعالة في تعزيز القيم السياسية الإيجابية، كما أثبتت دراسة (Javeria Khan, 2020)<sup>(71)</sup> أن الإعلام يلعب دوراً حاسماً في تشكيل معتقدات الجمهور السياسية في باكستان، حيث تسهم البرامج الحوارية السياسية في زيادة وعي المشاهدين حول السياسة وتعريفهم بعملية صنع القرار السياسي، كما أكدت دراسة (Tanja Bosch, 2018)<sup>(72)</sup> على أن موقع الفيس بوك تم إدراجه كواحد من مواقع الشبكات الاجتماعية التي يمكنها تحسين المعرفة السياسية للمواطنين، كما أكدت نتائج دراسة (Homero Gil de Zúñiga, et al, 2016)<sup>(73)</sup> على أن الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير قوي على الإقناع السياسي، وإن من التأثيرات غير المباشرة للتعرض للأخبار السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يتمثل في تشكيل المواقف السياسية نحو الأحداث الجارية في المجتمع، كما كشفت نتائج دراسة<sup>(74)</sup> (C. Butosi, 2017) عن ارتفاع ادراك الشباب للقضايا السياسية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة مع توافر صدق المصدر، و تزايد التفاعل مع المنشورات.

**كما تتضح التأثيرات المعرفية للمواقع الإلكترونية من خلال دراسات عدة تركز على كيفية تشكيل المعرفة واتجاهات الجمهور**

حيث استهدفت دراسة (Menna Elhosary 2024)<sup>(75)</sup> فئة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي العرب، حيث كشفت عن تأثير متابعة حرب غزة على تصوراتهم حول الأخبار،

موضحة أن المشاركين كانوا يتبنون تحيزات تأكيدية في تقييمهم لمصادقية المصادر، كما أكدت الدراسة على أهمية مهارات الإعلام في تعزيز ممارسات التحقق من الأخبار. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت دراسة (إيمان السيد جمعه رمضان، 2016) (76) أن المواقع الإلكترونية تلعب دوراً محورياً في تنمية الوعي السياسي بين الشباب، حيث اعتمدت النسبة الأكبر من العينة على قراءة الموضوعات السياسية، مما ساهم في تعزيز معرفتهم بالأحداث. وفي سياق متصل، أكدت دراسة (سعديّة فوزي محمود 2016) (77) على وجود علاقة إيجابية بين مستوى تعرض الأفراد للمواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية الناتجة عن ذلك، مما يعكس دور هذه المنصات في تشكيل الفهم السياسي والثقافي لدى الجمهور، وتوصلت دراسة (مرام مناجرة، 2020) (78) لوجود درجة متوسطة لدرجة الاعتماد على الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي، ووجود درجة متوسطة للتأثير المعرفية والوجدانية والسلوكية، وأضافت دراسة (طارق، نهلة، مروة، 2017) (79) أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الثقافة السياسية للطلبة وتعززها وبفضلها يصبح الطالب قادر على التحليل السياسي والمشاركة السياسية، وأن الطلبة يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقع فيسبوك على الإعلام التقليدي في الاطلاع على المعلومات السياسية وجمعها، كما توصلت دراسة (Amani Jarrar & Mwafaq Abu Hammud 2018) (80) لوجود دور لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي للشباب الأردني، وكذلك ثبت وجود فروق دالة إحصائية لمستوى الوعي السياسي لدى الشباب الأردني تعزى للجنس والمستوى الدراسي والتخصص.

وجاء في دراسة (عيدو عبود، 2022) (81)، تسليط الضوء على مستوى الوعي السياسي لدى طلبة جامعة دهوك، حيث أظهرت الدراسة أن هذا الوعي له تأثير كبير في تعزيز دور الشباب في السياسة والحياة العامة، وترسيخ الانتماء الوطني. وتوصلت دراسة (Abed Alhakim Isleem Salman Alqaraleh, 2kamel Fathy kamel khedr 2022) (82) إلى وجود علاقة إيجابية بين وسائل التواصل الاجتماعي ومؤشرات الوعي السياسي، مشيرة إلى ضعف دور المؤسسات التقليدية مثل البرلمان والأحزاب السياسية في الاستفادة من هذه المنصات، أما دراسة (فلاح محمد ندا العموش، 2021) (83) فقد بحثت في دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الأردنية، وأظهرت الدراسة أن الإعلام يلعب دوراً كبيراً في تعزيز المشاركة السياسية بين الطلبة، مع وجود فروق بين الجنسين لصالح الإناث، وأشارت دراسة (سهير سيف الدين عبده سيف الدين، 2020) (84) إلى الدور الحيوي للإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين، حيث يعتبر الإعلام الرقمي الوسيلة الأكثر اعتماداً لديهم للتعرف على الأحداث السياسية.

### ثانياً: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والتأثيرات الوجدانية:

تطرق دراسة (Bodo Knoll. Hans Pitlik . Martin Rode, 2023) (85) إلى تقييم تأثير حرية الإعلام على ثقة المواطنين في السياسيين ورضاهم عن الحكومات الوطنية. من خلال بيانات المسح الاجتماعي الأوروبي، تم تحليل تأثير استهلاك الإعلام على تصورات الجمهور للواقع السياسي، وأوضحت النتائج أن وسائل الإعلام غير الحرة تؤثر جزئياً على تكوين تصورات غير دقيقة عن الواقع السياسي، كما أظهرت الدراسة أن مستويات حرية

الإعلام العالية تقلل من ثقة المواطنين في الحكومات، لكنها لا تؤثر على رضاهم عنها، كما أثبتت دراسة (سارة محمد نصر، 2018)<sup>(86)</sup> أن هناك تأثيراً للتعرض للبرامج الحوارية على اتجاهات الجمهور نحو أداء مؤسسة الرئاسة الجزئي والعام، وأظهرت نتائج دراسة (أميرة عبد الرحمن محمد، 2017)<sup>(87)</sup> أن هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل تعرض طلاب الجامعة للأحداث البارزة للثورة المصرية بالبرامج الحوارية والصورة الذهنية المتكونة لدي الطلاب عن هذه الأحداث، وتبينهم اتجاهاً معيناً نحو الأحداث السياسية للثورة، وأضافت دراسة (وائل مخيمر، 2015)<sup>(88)</sup> بخصوص تأثير القنوات الإخبارية العربية مثل الجزيرة، العربية، والنيل للأخبار في تشكيل الرأي العام، حيث احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى في هذه القنوات، وجاءت البرامج الحوارية مثل "في العمق" و"بلا حدود" على قناة الجزيرة، و"نقطة نظام" على قناة العربية، لتكون الأكثر تأثيراً على الجمهور في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية، كما أوضحت أن هذه القنوات تركز بشكل كبير على الصراعات والأزمات السياسية، مما يؤثر على تشكيل الآراء تجاه هذه المواضيع.

تناولت عدد من الدراسات التأثيرات الوجدانية للمحتوى الرقمي على المشاعر والعواطف. تظهر دراسة (إسراء محمد إبراهيم قميحة، 2018)<sup>(89)</sup> كيف يمكن أن يؤثر التعرض للأخبار السلبية على المواقع الإلكترونية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو العنف، مما يبرز العلاقة بين المحتوى السلبي والمشاعر السلبية.

كما توضح دراسة (سعدية فوزي محمود 2016)<sup>(90)</sup> التأثيرات الوجدانية من خلال ربطها بالتأثيرات المعرفية، حيث تشير إلى أن التعرض للمواقع الإخبارية لا يساهم فقط في تشكيل المعرفة، بل يؤثر في المشاعر والعواطف لدى الشباب، وهذه الديناميكية تشير إلى أن تأثير المحتوى على الوعي قد يترافق مع تأثيرات نفسية عميقة، مما يستدعي الانتباه إلى نوعية المحتوى المتداول، كما توصلت دراسة علي بن سعيد بن سليم الطري وجمعة بن مرزوق بن عامر العويسي و عبدالله بن سعيد بن عبدالله (البدوي 2020)<sup>91</sup> إلى أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها هو الفيسبوك، وكذلك ثبت وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي العماني نتيجة اعتمادهم على مواقع الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية، وأن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي العماني لا يمتلكون أكثر من حساب في مواقع التواصل الاجتماعي، كما ناقشت دراسة (Olviia and Svitlana, 2018)<sup>92</sup> "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام وسلوك الشباب في أوكرانيا، وتوصلت لأن هناك عدد قليل من الموضوعات الأكثر شيوعاً (السياسة والحرب في شرق أوكرانيا والاحتياجات الأساسية) وقد ساعدت مواقع التواصل على انتشارها، بالإضافة إلى أن هذه المواقع تؤثر بشكل كبير على الرأي العام الأوكراني واتجاهات الشعب نحو قضاياها، كما كشفت دراسة (Juliane A Lischka، 2018)<sup>(93)</sup> قيام محرري الأخبار على وسائل الإعلام الاجتماعية باستخدام العواطف كمييار من معايير إختيار الأخبار على الفيس بوك أكثر من الأخبار على الإنترنت، كما أنهم يميلون لمشاركة الأخبار المسلية بنسبة أكبر من الأخبار الخاصة بالسياسة والاقتصاد، لكنهم يسعون جاهدين للحصول على "مزيج جيد" من الأخبار التي تجذب مستخدمي الفيسبوك والمعايير الصحفية المهنية.

### ثالثاً: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والتأثيرات السلوكية:

أبرزت دراسة (إيمان على مصطفى، 2020)<sup>94</sup> أثر التناول الإعلامي على تشكيل سلوكيات مجتمعية تعمل على عدم استقراره، مثل التعصب السياسي عبر تحليل محتوى عينة من برامج الفضائيات الإخبارية العربية (برنامج من القاهرة على قناة النيل للأخبار) و(ما وراء الخبر على قناة الجزيرة) وتوصلت الدراسة لاستخدام قناتا الدراسة مزيجاً من الاستمالات العقلانية والعاطفية في تناول الموضوعات والقضايا السياسية، حيث تم الدمج بين تأجيج مشاعر الجمهور وعواطفهم وبين تقديم الأرقام والإحصاءات التي تثبت وجهة نظر كل قناة، كما جاء إطار التبرير كأكثر الأطر توظيفاً في كل من قناتي وموقعي الدراسة بالإضافة الى توظيف إطارى المؤامرة والتفسير في عدد كبير من حلقات القنوات الإخبارية واخبار مواقع الانترنت محل الدراسة، كما تناولت دراسة (أفنان صلاح محمد أحمد، نادية إبراهيم أحمد، 2016)<sup>95</sup> فعالية البرامج الحوارية في الفضائيات العربية مثل "نقطة حوار" في تعزيز تفاعل الجمهور، وأكدت النتائج أن التفاعلية وعرض وجهات نظر متعددة زادت من جاذبية البرامج الحوارية وساهمت في تعزيز مشاركة الجمهور وزيادة حيويتهم في القضايا السياسية، كما أكدت دراسة (David strombelg، 2015)<sup>(96)</sup> أن التغطية الإعلامية تزيد من مسألة المناقشات السياسية، وهو الأمر الذي يبدو جيداً لتحسين السياسات، والتي تحسن كلا من الحوافز واختيار السياسيين، وأضافت دراسة (Ashraf, Awais, Saeed, 2018)<sup>(97)</sup> أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد وسلوكياتهم وتصرفاتهم في المجتمع حيث أوضحت دراسة<sup>(98)</sup> (فاضل، 2017) أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة للتفاعل الجماعي فقربت البعيد وقصرت المسافات بشكل كبير، بالإضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها بعض السلبيات كالإدمان الناتج من كثرة الاستعمال، وضياح الوقت، وجهل الكثيرين من خلال الكشف عن خصوصياتهم.

**وبخصوص التأثيرات السلوكية والإعلام الجديد، أكدت دراسة حاتم (سليم العلوانة، 2019)<sup>(99)</sup> على دور هذه المواقع في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، منها التي سعت إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين المملكة الأردنية الهاشمية للمشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالإصلاح السياسي، بالاعتماد على منهج المسح، وأظهرت الدراسة أن (74،7%) من النقبين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي و(25،3%) لا يستخدمونها، لأنها تحوي دعاوى تحريض تسعى إلى نشر الفتن بين أبناء الوطن الواحد، كما أظهرت النتائج أن دوافع استخدام النقبين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (24،3%). وفي ذات السياق كشفت دراسة (قطبي، 2018)<sup>(100)</sup> عن أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت نسبياً في تحفيز الطلبة المغاربة على المشاركة في الحراك السياسي الذي انخرط فيه المغرب بعد عام 2011.**

كما رصدت دراسة كلا من (Literat & Vilenchik, 2018)<sup>101</sup> استكشاف كيفية استخدام الشباب للإبداع عبر الإنترنت للتعبير عن أنفسهم سياسياً والمشاركة في حوار سياسي مع أقرانه، وتوصلت إلى أن الشباب يستخدمون الإبداع عبر الإنترنت (لإعادة) المطالبة بالترشيح

للانتخابات، وتوفير الدعم الاجتماعي أو الترويج لهم ولزملائهم، وإعادة تخيل الدور السياسي لكل منهم في الانتخابات. وفي ذات السياق، كشفت دراسة (Gustafsson, 2018) <sup>102</sup> أن السويد تتمتع بمستوى عالٍ من المشاركة السياسية وموقعاً متميزاً فيما يتعلق بالوصول إلى الإنترنت وتغلغل النطاق العريض لشبكات التواصل الاجتماعي بين السكان، وأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وحدها لا يدفع المستجيبين غير النشطين إلى المشاركة السياسية، بينما يرى المستجيبون أن مواقع الشبكات الاجتماعية أدوات قيمة للمشاركة السياسية، في حين أن المشاركين الذين لا يمتنعون عن تبادل الآراء السياسية مع أصدقائهم يتعرضون للمحتوى السياسي وطلبات المشاركة، لكنهم يفضلون عموماً البقاء غير فعالين.

**كما ناقشت عدد من الدراسات مسألة المشاركة السياسية وتعظيم ثقافة تنظيم الاعتصامات، والديموقراطية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من بين تلك الدراسات دراسة (et Alberto Ardèvol-Abreu al.، 2018) <sup>103</sup> والتي جاء من بين نتائجها ان إنتاج أخبار المواطن يعد مؤشراً إيجابياً للمشاركة غير المباشرة عبر الإنترنت، ويعد داعم فعال للديموقراطية، وأكدت (Tanja Bosch، 2018) <sup>104</sup> أن المناقشات السياسية عبر الإنترنت تؤدي إلى المشاركة السياسية، وكذلك دراسة (Joanne Waitoa، 2016) <sup>105</sup> أكدت على أن التعرض للمناقشات المختلفة والمتنوعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لديها فوائد عظيمة على المناقشات السياسية للأفراد، كما أنها تؤدي إلى تحسين للخطاب الديمقراطي، وقد يكون من الممكن أن يتم اكتساب التسامح السياسي، ولكن ليس من الواضح ما إذا كان التسامح مع المعارضة يؤثر على النقاش السياسي أم لا، كما أشارت دراسة (Seongyi Yun، 2018) <sup>106</sup> إلى أن الأشخاص الذين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية كانوا أكثر انتقائية في اختيار مصادر الأخبار من أولئك الذين يستخدمون التلفزيون، وأن مستخدمي KakaoTalk كانوا أكثر انتقائية في الحصول على معلومات سياسية حول الاقالة الرئاسية مما كان المستخدمين للفيسبوك، وأظهرت نفس النتائج في الاستقطاب السياسي، أن التأثير السياسي والاجتماعي لوسائل الإعلام الاجتماعية يختلف وفقاً لمميزات كلاً منها، ويختلف وفقاً لميول الشخص.**

**وتسلط الدراسات الضوء على التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاستخدام المتزايد للوسائط الاجتماعية حيث تتناول دراسة (Sulih Indra Dewia و Akhirul Aminulloh <sup>107</sup> 2016) كيف يمكن لوسائط الإعلام الاجتماعية تعزيز التعصب كتصرف سلبي، مشيرة إلى إمكانية استغلال هذه المنصات لنشر أفكار متطرفة وتعزيز الصراعات بين الأفراد، كما توصلت دراسة (عبد الرحمن فخر الدين صبحي، 2019) <sup>108</sup> إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تُعد من العوامل التي تؤثر بشكل إيجابي على الاغتراب السياسي، وأن زيادة المعرفة السياسية تؤثر بشكل سلبي على الاغتراب السياسي، حيث ثبت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار السياسية والاعتراب السياسي، كما توصلت دراسة (Stuart Bender، 2017) <sup>109</sup> أن موقع الفيس بوك يستخدم كتكنولوجيا للتعبير عن الذات، وكمنصة للاحتجاج، وجاءت التعليقات تحتوى على كلمات متطرفة تدور حول الانتهاكات، والتهديدات العنيفة البغيضة للحكومة، كما**



استنتجت دراسة (Qin, Bei, 2017)<sup>(110)</sup> أن عددا كبيرا من المشاركات على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت على موضوعات سياسية حساسة للغاية، وجاءت اغلب المشاركات تناقش الاحتجاجات، وتتنبأ بحدوث أحداث محددة حول الفساد، ووصف المشاركين الحكومة بالاستبدادية، وكشفت دراسة (دعاء الغوابي، 2017)<sup>(111)</sup> أن هناك ارتفاعاً في المتوسط الحسابي لكثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت قيمته (2.7) وعند النظر إلى النتائج الكمية نجد أن 79.4% من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة مرتفعة.

#### الجزء الرابع: المفاهيم السياسية التي ارتبطت بتطورات التكنولوجيا:

لقد أحدثت الرقمنة تحولاً جذرياً في الطريقة التي تُمارس بها السياسة، سواء من قبل الحكومة أو الأحزاب السياسية أو العامة، ولقد غير العصر الرقمي أساليب الاتصال السياسي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتزايدة التعقيد. بعد عقدين من الزمن، غير الإنترنت العديد من جوانب الحياة البشرية، بما في ذلك الديمقراطية و بروز ظاهرة جديدة تُعرف بالاتصال السياسي عبر الإنترنت والتي نجم عنها عدد من المفاهيم السياسية المؤثرة.<sup>112</sup>

**أولاً: الدبلوماسية الرقمية:** تشير الدبلوماسية الشعبية الرقمية إلى الطريقة التي يستخدم بها ممثلو الحكومات، المنظمات غير الحكومية، أو حتى الأفراد وسائل الإعلام للتأثير على الرأي العام الدولي، ويتم اللجوء إلى وسائل الإعلام لتمير رسائل تتعلق بالمصالح المشتركة أو لحل النزاعات بين دول متعددة، ومع دخول القرن الحادي والعشرين، تطور مفهوم الدبلوماسية الشعبية ليتحول من نموذج اتصال أحادي الاتجاه إلى نموذج يعتمد على الحوار والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والدبلوماسية الشعبية الجديدة أصبحت تعاونية وشاملة، مبتعدة عن النماذج التقليدية التي تركز على "البث"، مستفيدة من إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي لخلق تواصل ثنائي الاتجاه مع الجمهور، وهذا التطور يعرف بالدبلوماسية الشعبية الرقمية.

113

قبل الخوض على الدراسات التي ناقشت الدبلوماسية الرقمية ومكوناتها وغيره، يجدر البدء بتوضيح العلاقة بين الحكومات ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت الحكومات تتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي، فأوضحت دراسة (Junpeng Guo وآخرون، 2020)<sup>114</sup> تزايد أعداد الحسابات الحكومية الخاصة بالمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعية بشكل مطرد، والتي تلعب دوراً بارزاً في إدارة الأزمات لاعتمادها على "مشاركة المواطنين" عبر تعليقاتهم على المنشورات التي تقدمها المؤسسات الحكومية، كما توصلت دراسة (Christian Sonnenberg، 2022)<sup>(115)</sup> إلى أن الغالبية العظمى من المؤسسات الحكومية الرسمية توظف على الأقل منصة اجتماعية واحدة من الثلاثة الأعلى توظيفاً وهي تويتر، فيسبوك، يوتيوب، أي أن الصفحات الحكومية الرسمية تميل بشدة نحو الدمج مع شبكات التواصل الاجتماعي وبأخذ ذلك شكل الروابط أو نشر بوست على الصفحة الرسمية، كما يُعد تويتر أكثر المنصات الاجتماعية استخداماً من قبل المؤسسات الحكومية تلاه فيس بوك، ثم

يوتيوب، ثم إنستجرام، وأن المواطنين يميلون نحو استخدام صفحات المؤسسات الحكومية على المنصات الاجتماعية والمواقع الحكومية للمؤسسات.

**وعند النظر إلى العوامل المؤثرة على درجة ثقة المواطنين في محتوى الصفحات الحكومية** قسمت دراسة (Sohrab Khan وآخرون 2019)<sup>116</sup> تلك العوامل إلى "متغيرات تتعلق بخصائص المواطنين، متغيرات تتعلق بالحكومة، عوامل تتعلق بالمخاطرة أي الخوف من فقدان الأمان والخصوصية، متغيرات تتعلق بخصائص الشبكات الاجتماعية ذاتها، وأشارت دراسة (Arturo Haro De Rosarid وآخرون 2018)<sup>117</sup> إلى أن تلك العوامل تتمثل في " نوع الوسيلة الاجتماعية، الشفافية، مستوى النشاط على الصفحة، التفاعلية"، كما أوضحت دراسة (Wukich & Ines Mergel 2016 Clayton)<sup>118</sup> أن الحكومة تميل إلى الاعتماد على "المعلومات الرسمية" ومن المصادر الرسمية، وقلما تستخدم رسائل من الجمهور العام أو من المنظمات الخاصة غير الحكومية، وأوضحت دراسة (Olfa Belkahla Driss وآخرون، 2019)<sup>119</sup> هيكلًا لكيفية استخدام التعليقات المختلفة للمواطنين عند رسم السياسات الحكومية وذلك بالاعتماد على أداة التحليل الدلالي لجميع البيانات من الشبكات الاجتماعية واستخلاص بيانات قيمة يمكن على أساسها تطوير السياسات، وذلك في إطار إدراك أهمية استخدام المواطنين للشبكات الاجتماعية للتعبير عن اتجاهاتهم نحو الخدمات المختلفة التي تقدمها الحكومة وذلك بطرح تعليقات إيجابية وسلبية عليها، كما أشارت دراسة (Tursunbayeva Aizhan وآخرون، 2017)<sup>120</sup> إلى فوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الصحية الحكومية وتمثلت في: زيادة مصداقيتها، وتوصيل المعلومات عن المؤسسة نفسها وخلق الوعي بالجديد من التحديثات في هذه المؤسسات وتعريف المواطنين بأنشطة المؤسسات، كما أثبتت دراسة (Simplice Asongu & Nicholas Modhiambo 2018)<sup>121</sup> وجود تأثيرات إيجابية لاستخدام الفيس بوك من قبل الحكومات وارتباطها إيجابيا بآليات الحكم في الدول الأفريقية محل الدراسة، وذلك على المستوى السياسي والاقتصادي، حيث دعم ذلك التواصل بين الحكومات ومواطني هذه الدول.

**تعد الدبلوماسية العامة مصدر جديد للقوة الناعمة للحكومات،** وأتاحت شبكة الإنترنت نوعا جديدا من الدبلوماسية يسمى "الدبلوماسية الرقمية"، ووفقا لهذا المفهوم يتم الاعتماد على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع جماهير الدول الأخرى وبناء الصورة والسمعة الطيبة للدولة،<sup>122</sup> حيث أكدت دراسة (Ari Darmastuti, etc, 2021)<sup>123</sup> على أن لوسائل التواصل الاجتماعي أدوار في تحسين الأداء الحكومي في الدبلوماسية الرقمية، وهي الأدوار التي يمكن أن تؤديها الجهات الفاعلة الحكومية أو غير الحكومية، كما جاءت دراسة (ياسر بن عايش، 2022)<sup>124</sup> لتكشف عن اتساع آفاق الأداء الدبلوماسي في شبكات التواصل الاجتماعي، موضحًا أن الدبلوماسية الإلكترونية ليست بديلا للدبلوماسية التقليدية، حيث تمثل امتداد جديد وعملي لمفاهيم القوى الناعمة، وتكشف الدراسة عن أن الثورة في ميدان تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات واستخدام المنصات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تذليل العمل الدبلوماسي بمختلف مستوياته مع توفير الوقت وإضافة أبعاد جديدة للمواضيع الدبلوماسية التقليدية المطروحة، كما هدفت دراسة (صهيب عليان الداود،

(2020)<sup>125</sup> عن دور وأهمية وسائل التواصل الجديدة في الاتصال السياسي الخارجي الأردني، وتوصلت إلى أن الدبلوماسية الرقمية تعتبر امتداداً للدبلوماسية التقليدية والعامّة في الاتصال بين الجهات الرسمية في الدول، وأن الدبلوماسية الأردنية وخاصة الرقمية قد تطورت بشكل متلاحق وقد ساعدت ثورة التكنو معلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة على ظهور الدبلوماسية الرقمية عبر منصات الإعلام الإلكتروني الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي، كما بينت النتائج أن من أهداف مركز الاتصال والأعلام الجديد في وزارة الخارجية وشؤون المغتربين الأردنية تتمحور حول صناعة محتوى يعبر عن المملكة وثقافتها وسياساتها وينقلها للعالم.

**اتجهت بعض الدراسات للربط بين تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصور الذهنية عن الدول وبناء سمعتها الرقمية والتي تعد جزءاً رئيسياً من الدبلوماسية الشعبية الرقمية، حيث توصلت دراسة (مصعب فالح الحربي، 2023)<sup>126</sup> إلى تنوع المفردات التي وظفها المستخدمون للتعبير عن الصورة الإيجابية للمملكة العربية السعودية، وعكست جميعها تقديرًا كبيرًا لدور المملكة وحضورها الفعال في مختلف المناسبات والمواقف المحلية والدولية، وتم وصف المملكة بكونها دولة قوية وقادرة على التواصل الدائم والتأثير في المواقف الدولية، ولها حضور إنساني كبير في التعاطف ودعم الآخرين، والتي تم تصوير المملكة رقمياً بأنها دولة لها رؤية واضحة نحو المستقبل، وهذه الرؤية تؤدي لنجاح جهودها في التطوير والتنمية في مختلف المجالات، وعلى مستوى الصفات ارتبطت بصورة المملكة العربية السعودية كما ظهرت في تعليقات المستخدمين على أنها قوية وحاضرة في مختلف المحافل الدولية، ومتصلة دائماً مع أبنائها والجمهور الخارجي، وأنها متطورة وتفكر في المستقبل والاستثمار في مجالات الطاقة الخضراء والبنية التحتية، وتفتح آفاقاً جديدة للاستثمار، وموثوق فيها بفضل قياداتها المستبيرة وجهودهم الدؤوبة في حفظ أمن المنطقة وتحسين ظروف المواطنين، وانخراطها في مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، كما كشفت دراسة (Kos-Stanišić, L. 2021) & Car, V. كيفية أثرت الدبلوماسية الناعمة في الاتحاد الأوروبي من قبل البرازيل والهند عبر تويتر، وتوضح كيف يمكن للبلدان النامية استخدام تويتر لتحسين تصورهما العام وإجراء حوار مناسب مع أصحاب المصلحة الأوروبيين، وتوصلت دراسة (الصياح، أسماء بنت عبدالله بن شديد، والشلهوب، عبدالمالك بن عبدالعزيز، 2021)<sup>128</sup> بخصوص تحليل تغريدات السفارات الأجنبية في السعودية وكيفية استغلالها تويتر لتحسين الصورة المعرفية لبلادها لدى السعوديين إلى أن التبادلات عبر تويتر ساهمت في تحسين جودة الاتصالات الدبلوماسية والتي بدورها عززت العلاقات بين الدول، كما لفتت دراسة (المالكي، 2021)<sup>129</sup> لإسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم القوة الناعمة للمملكة العربية السعودية بأن العلاقات العامة تستطيع استخدام موقع تويتر في التواصل مع الجمهور المستهدف، وأن العلاقات العامة تستطيع من خلال فريق الأزمات تفعيل استجابات سريعة مع الجمهور المستهدف وإيجاد علاقات معه بشكل فوري عن طريق حسابات التواصل الاجتماعي، حيث يتيح موقع تويتر الفرصة في المشاركة في النقاش مع المستخدمين حول الموضوعات التي تهم الجمهور والجماعات مع إتاحة الفرصة للجمهور لإضافة تعليقات ووجهات نظر، واستخدمت الدراسة مفهوم الدبلوماسية الشعبية، الذي عرفته بأنه أي نشاط تقوم به دولة من أجل التأثير**

في شعوب الدول الأخرى بهدف تحقيق مصلحة سياسية أو اقتصادية وبما يضمن الحفاظ على صورة ذهنية إيجابية للدولة.

اتجهت بعض الدراسات السابقة للكشف عن مدى اهتمام الدول على اختلافها باستثمار أدوات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية في التفاعل مع الجمهور المحلي لها والدولي، وإبراز أدوارها المختلفة والتأثير بشكل كبير رسمياً، حيث كشفت دراسة (Basma Khaleel, 2021)<sup>130</sup> عن أهمية الدبلوماسية العامة بأنها أحد أهم عناصر القوة الناعمة التي تستخدمها الدول لتعزيز قيمها وأفكارها، و"الدبلوماسية الرقمية" هدفها الأساسي التواصل مع الجمهور مباشرة دون حواجز، فقد جاءت "الدبلوماسية الرقمية" كحل لمشاكل السياسة الخارجية باستخدام الإنترنت، وتنفيذ أهداف السياسة الخارجية لأي دولة كونها باعتبار أن هذه الأدوات الرقمية تُعد مصدرًا للمعلومات وتتميز بالدقة الهائل للمعلومات في صنع السياسات الذي يسمح بالتنبؤ بالحركات الاجتماعية والسياسية الوشيكة، وإدراكاً من بعض الدول لأهمية هذه الأدوات الرقمية في التأثير المحلي والدولي، تبين أن وزارة الخارجية الإسرائيلية لديها فريق من عشرة أعضاء ينتجون محتوى عربي لصفحتين على موقع الفيسبوك (قف معنا بالعربية، إسرائيل تتحدث العربية، إسرائيل بالعربية، قناة إسرائيل بالقلب، مجموعة إسرائيل بالعربية، أخبار إسرائيل بالعربية)، وعشاق إسرائيل من المغرب العربي والشرق الأوسط وإسرائيل الأردن. الخ. وتشرف على هذه المواقع دائرة الدبلوماسية الرقمية باللغة العربية - ثاني أكبر قسم في وزارة الخارجية- للترويج للحياة والثقافة الإسرائيلية. وفي الوقت نفسه تعمل على شرح التحديات التي تقف في طريق تحقيق التطبيع العربي الإسرائيلي الشامل، كما تكشف دراسة (محمد عبد العزيز سيد طه، 2021)<sup>131</sup> عن سعي الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية عبر صفحاتها الرسمية باللغة العربية إلى التحدث مباشرة إلى الشعوب العربية، لتقديم صورة عن طبيعة التنوع الثقافي والديني للمجتمع الإسرائيلي، وتوصلت لسعي لدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية للتأكيد على جدوى إبرام السلام مع إسرائيل، بل التأكيد على سعي الكثير من الدول العربية للتطبيع، الترويج لفكرة التفوق العسكري للجيش الإسرائيلي كأقوى جيوش المنطقة العربية، لزعزعة ثقة المصريين في القوات المسلحة في ظل تحديث منظومة تسليحها، وتزييف الحقائق حول الخسائر التي تكبدتها وإحراز الجيش المصري لانتصار عسكري أبهر العالم في 6 أكتوبر 1973 م، للمراوغة حول تصريح الرئيس عبدالفتاح السيسي أثناء الندوة التثقيفية الـ 29 للقوات المسلحة" الجيش المصري قدر يعملها مرة فهو قادر يعملها كل مرة".

وارتباطاً بالهدف السابق، كشفت دراسة (عمر أبو عرقوب، سبأ حسين عليان، 2023)<sup>132</sup> عن حرص السفارات الفلسطينية مشاركة الجالية الفلسطينية مناسباتها الاجتماعية بهدف خلق بيئة اجتماعية إيجابية، وتعزيز أواصر التضامن والتعاون والتشبيك مع الشخصيات الاجتماعية والعامّة مما يعزز حضور ومشاركة السفارة، وتبين أن الموضوعات الاجتماعية تحظى باهتمام كبير لدى السفارات، ثم السياسية، فالعسكرية، ويمكن القول أنّ السفارات الفلسطينية توظف موقع الفيس بوك كواجهة مهمة لإيصال الخطاب السياسي والإعلامي الرسمي، وإبراز أهم الأحداث والتطورات، والحفاظ على الذاكرة والهوية الفلسطينية، لكنها في الغالب، لا تفتح القضايا والمسائل للنقاش العام، لأنها منصات بمهام وصلاحيات محددة، كما أشارت

دراسة (جدعان فاضل جدعان الشمري، 2020)<sup>133</sup> لوجود علاقة بين مفهومي العلاقات العامة والدبلوماسية العامة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال بوزارة الخارجية الكويتية، وأن العديد من العوامل الثقافية والسياسية والاجتماعية لكل من المملكة العربية السعودية ودولة أستراليا شكلت السياق العام المحدد لطبيعة أهداف اتصالات البعثة الدبلوماسية الكويتية في كلتا الدولتين كما ظهرت عبر موقع تويتر.

وبخصوص دولة الإمارات العربية المتحدة، كشفت دراسة (حمدان محمد حارب سالم، 2021)<sup>134</sup> أن استراتيجية القوة الناعمة لها معتمدة على (7) محاور أساسية تشكل إطار الدبلوماسية العامة لدولة الإمارات، وهي الهوية الموحدة، والدبلوماسية الإنسانية، ودبلوماسية الشخصيات والتمثيل الدولي، والدبلوماسية الشعبية، الدبلوماسية العلمية والأكاديمية، والدبلوماسية الثقافية والإعلامية، والدبلوماسية الاقتصادية، كما أن دولة الإمارات حرصت من البداية على الاستثمار في الإنسان، وبناء المجتمع القائم على المعرفة واستطاعت خلال عقود قليلة أن تحقق معجزة تنموية تعتبر فريدة من نوعها في حياة الأمم. أما عن دولة الصين، فقد كشفت دراسة (مصطفى حسين عبد الرازق، 2022)<sup>135</sup> عن ممارستها للدبلوماسية الشعبية الرقمية في أفريقيا بنشر ثقافتها عبر معاهد كونفوشيوس، وتنظيم معارض التوظيف، فضلاً عن إعداد وتنفيذ برامج التعليم والتدريب لتنمية الموارد البشرية الأفريقية، واستخدمت الصين وسائل الإعلام للتوجه إلى الجمهور الصيني لتشجيعه للمشاركة بممارسات الدبلوماسية الشعبية، وتبين النجاح في هذا التوجه من خلال المقارنة بين آراء الجمهور في أوقات مختلفة، ومن جانب آخر توجه الإعلام الصيني إلى الجمهور الأفريقي. وجاءت دراسة (هاني عبد الكريم، 2020)<sup>136</sup> لتعمل على تحديد مستويات الدبلوماسية الرقمية الأردنية لإدارة الإعلام والاتصال في وزارة الخارجية وشؤون المغتربين الأردنية، وتوصلت إلى أن مستوى الدبلوماسية الرقمية الأردنية أقل من المستوى المتوقع على أغلب المنصات التي تعتمدها الوزارة في تواصلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر موقع الوزارة على شبكة الإنترنت، حيث أشارت نتائج مستوى الحضور إلى أن حجم الحضور الرقمي يعتبر ضمن المستوى المتوسط للوزارة عبر موقع تويتر، كما يعتبر حجم الحضور الرقمي للوزارة عبر موقع اليوتيوب بمستوى أقل من المطلوب، ويظهر أن حجم مستوى التخصيص فيظهر مستوى التخصيص محدود بثلاثة منصات اجتماعية هي الفيسبوك وتويتر واليوتيوب، وموقع الوزارة على الويب، وتظهر نتائج الدراسة عن مستوى المواكبة محدودة المنصات الإلكترونية التي تعتمد عليها الوزارة فهي تعتمد على الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وموقع الوزارة، أما نتائج مستوى التفاعل فيظهر غياب التفاعل من قبل المتابعين على المنصات الإلكترونية للوزارة على كل من الفيسبوك وليوتيوب.

**وعن الربط بين مفهومي الدبلوماسية الرقمية وبناء مفهوم الدولة، توصلت دراسة (إسلام أحمد أحمد عثمان، 2022)<sup>137</sup> لوجود دور مؤثر للفاعلين الدوليين غير الرسميين ولأنشطتهم الاتصالية الرقمية في بناء وتشكيل تصورات المجتمع الدولي عن الواقع القائم داخل الدول التي ينتمون لها، وخصلت الدراسة التحليلية لخطابي المرشحين الأمريكيين إلى تصدر مرتكز "الحقوق" قائمة مرتكزات النظام الديمقراطي الأمريكي في الخطابين موضع التحليل**

(57.4%) وتنوعت هذه الحقوق بدرجة كبيرة لتشمل كل ما هو مكفول للمواطنين الأمريكيين في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية، وهذا التباين ساهم في تعدد الممارسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية التي عكساها هذان الخطابان كمارسات قائمة بالفعل داخل الولايات المتحدة الأمريكية، كما ساهم التباين الأيديولوجي الفكري لخطابي الدراسة في تنوع تلك الممارسات المشار إليها بين ممارسات فردية يجسدها شكل استخدام الأفراد للحقوق المكفولة وممارسات حكومية يجسدها أسلوب تطبيق الحكومات لهذه الحقوق، وقد تصدرت الممارسات "الاستجاب السياسية، التسويق السياسي، والمبادرة السياسية" قائمة الممارسات السياسية الفردية ذات الطابع الديمقراطي (تحقيق التوازن بين الحق المكفول والمسئولية الواجبة) في خطابي الدراسة، وتصدرت ممارسة (التكافل الاجتماعي، المشاركة المجتمعية، التفاعل الاجتماعي) قائمة الممارسات الاجتماعية الفردية ذات الطابع الديمقراطي.

وتبين توسط كثافة تعرض النسبة الأكبر من الجمهور العربي متابع منصة ترامب بموقع الفيس بوك للخطاب الذي قدمه عبر هذه المنصة خلال فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2020 في مقابل انخفاض كثافة تعرض غالبية متابعي منصة بايدن لخطابه المقدم عبرها خلال الفترة ذاتها، كما تبين تصدر أسلوب التفاعل بالمقراءة (Seen) والإعجاب (like) قائمة أساليب تفاعل الجمهور العربي متابع منصتي الدراسة مع الخطابات المنشورة عبرهما، يليهما أسلوب التفاعل بالتعليق (Comment)، كما تبين سلبية أبعاد واقع الديمقراطية الأمريكية لدى النسبة الأكبر من أفراد عينة الجمهور العربي المتابع لمنصة ترامب، بينما جاء هذا الواقع متباين لدى غالبية أفراد عينة الدراسة من الجمهور العربي المتابع لمنصة بايدن.

تلقي نتائج الدراسة الضوء على أحد التأثيرات الاتصالية لوسائل الإعلام الجديدة على الممارسات الدبلوماسية الرسمية للمنظمات والمؤسسات المعنية ببناء جسور الاتصال الثقافي والحضاري بين الدول والشعوب؛ فالأنشطة الاتصالية الرقمية للفاعلين غير الرسميين داخل دولة ما -وأن تجسد وجودهم في المؤثرين السياسيين- قد تكتسب نتيجة ارتباطها بأحداث دولية، وانتمائهم إلى دول عظمى، وفي ظل الإمكانيات التي تتيحها وسائل الإعلام الجديدة؛ قد تكتسب أهمية كبيرة لدى مختلف الشعوب، وإطاراً أوسع من الانتشار والذيع؛ لتمتد تأثيراتها خارج حدود تلك الدول العظمى؛ بما يساهم في تشكيل تصورات المجتمع الدولي عنها من ناحية، ويكسب المؤثرين السياسيين المشار إليهم صفة الدولية ليتحولوا إلى فاعلين دوليين غير رسميين من ناحية أخرى.

كما تم دراسة استخدام تويتر في الدبلوماسية العامة (Kafiliveyjuyeh, Soheil. (2020) على نطاق واسع في سياق السياسة الخارجية الأمريكية، وتبين أن جهود وزارة الخارجية تهدف إلى تعزيز صورة الولايات المتحدة وقيمها وسياساتها أمام الجماهير الأجنبية، إلا أن تغريدات ترامب غالباً ما تنقل رسالة مختلفة، مما يخلق تناقضاً يقلل من القوة الناعمة الأمريكية بمرور الوقت.

وإن تشكيل الصور الذهنية عن الدول وبناء سمعتها الدولية لا يقتصر على الشأن السياسي فقط، بل يمتد لإبراز دور الدولة في باقي المجالات، مما يعد أحد أدوات القوة الناعمة على الساحة الدولية، حيث اتجهت دراسة (فاطمة الزهراء سعد محمد، 2022)<sup>139</sup> لاعتماد الدولة على استضافة الأحداث الرياضية والمشاركة فيها كمصدر للدبلوماسية الشعبية، والاهتمام بتصدير تجربة الأحداث الرياضية الكبرى كأكثر مصادر الدبلوماسية الرياضية التي تم عليها في تغطية موقع وزارة الشباب ويأتي ذلك متماشيا مع استراتيجية الدولة والوزارة، وجاء الاعتماد على العديد من استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي الرياضي، والاهتمام بالصور الرياضية على اختلاف أنواعها وأهدافها، وتعد الصورة لغة إنسانية مشتركة قد تعبر عن كثير من الكلمات والمشاعر المختلفة، ولكن في المقابل اختفى الاهتمام بالفيديو والأفلام التي تتشابه في تأثيرها مع الصورة، وتتفوق عليها في بعض الأحيان، وتزيد من تفاعلية الجمهور مع الموقع الإلكتروني، وتأتي النتائج الصريحة للدبلوماسية الرياضية المتمثلة ببناء الثقة وتحقيق التواصل والتفاهم كانت من أكثر النتائج التي يتم التركيز على تغطيتها في موقع وزارة الشباب والرياضة، ويليهما النتائج الضمنية غير المباشرة والمتمثلة في تطوير السياحة الرياضية وصناعة الرياضة والتنمية الاجتماعية والاقتصادية، وجاء التضامن الرسمي والرياضي كان من أكثر استراتيجيات الاتصال الدبلوماسي المستخدمة مما يؤكد على تضامن الجهود السياسية مع الجهود الرياضية وهذا بالتأكيد يكون له تأثير على فاعلية الدبلوماسية الرياضية، وكشفت دراسة (Efe Sevin .DIANA INGENHOFF .2018)<sup>140</sup> بخصوص قياس ممارسة ودراسة الدبلوماسية العامة عبر إنشاء رابط بين حملات التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتصور الجماهير للأمم - أو العلامات التجارية الوطنية من خلال استخدام النموذج لتحليل مشاريع الاتصالات الرقمية في أربع دول: أستراليا وبلجيكا ونيوزيلندا وسويسرا، وتبين أن الدبلوماسية العامة كشفت أن صور الدولة هي ظواهر معقدة ومتعددة الأوجه لا يمكن استنتاجها وتصنيفها بسهولة، وأن الجهات الفاعلة في المتوسط لديها اهتمام محدود بالشبكات لكنها تزيد توظيفه فقط بأغراض التأثير على الرأي العام خاصة أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد منصة فريدة للأفراد للتعبير عن آرائهم الشخصية؛ وبالتالي، فهي ساحة موثوقة لجمع البيانات من خلالها وتحليلها والتعرف على توجهات الرأي العام والبدء في إعداد رسائل ملائمة تخاطبهم وتؤثر فيهم، عبر تفسير العلاقة بين طبيعة الدبلوماسية العامة الرقمية وممارسات القياس وجد بخصوص الممارسة الأولى التي تدور حول بناء العلاقات والتفاعل مع الجماهير المستهدفة للتأثير على التوجه نحو العلامات التجارية الوطنية.

واتجهت بعض الدراسات لتحليل صفحات الدول الرسمية الرقمية والتي تحرص على نشر توجهاتها الفكرية والثقافية عليها، حيث كشف دراسة (أحمد عبد الستار على بدر، 2022)<sup>141</sup> عن طبيعة الدور الاتصالي للدبلوماسية الشعبية المصرية في أفريقيا وأثرها على الدبلوماسية الرسمية، وتوصلت إلى أن تقديم المحتوى الخاص بالمواد المنشورة على الصفحتين عينة الدراسة على موقع فيسبوك (Facebook) من حيث قالب التحرير المستخدم فإن المرتبة الأولى احتلها التقرير بنسبة (46.20%)، بينما احتل الخبر في المرتبة الثانية بنسبة (42.49%). -تشير طبيعة الجهود والأدوار الاتصالية للدبلوماسية الشعبية في المحتوى المنشور لصفحتي عينة الدراسة أن المرتبة الأولى احتلتها الفعاليات بنسبة (25.42%)،

والمرتبة الثانية جاء الشكر والتهنئة والتقدير بنسبة (18.92%)، وتوصلت المقابلات المتعمقة مع القائمين بالاتصال بالجمعية الأفريقية ومهتمي الشأن الأفريقي إلى مدى تأثير الدبلوماسية الشعبية في تقوية الروابط والعلاقات المصرية الأفريقية، ومدى تأثيرها على الأدوار الرسمية، بهدف تسهيل الأدوار والبرامج الشعبية، مما ينتج عنه وجود استراتيجيات تسيير عليها الدبلوماسية الشعبية والرسمية لتحقيق أهداف السياسة الخارجية، وارتباطاً بذات السياق السابق، توصلت دراسة (نجم عبد خلف الحاتمي، 2022)<sup>142</sup> إلى أن الموضوعات الأمنية احتلت المرتبة الأولى في تغريدات وزارة خارجية الأردن عبر منصة "تويتر" بينما جاءت موضوعات الاهتمام المشترك بالمرتبة الأولى في تغريدات وزارة خارجية العراق، أما الموضوعات الاتصالية والبروتوكولية فقد احتلت المرتبة الأولى في تغريدات وزارة خارجية السعودية والمغرب، كما تبين أن استراتيجيات الإعلام وردت بالمرتبة الأولى في جميع محتوى تغريدات وزارات الخارجية العربية على تويتر، وأظهرت النتيجة أن استراتيجية الإقناع قد وردت في المراتب الأخيرة هي واستراتيجية الوعد والمكافأة، واستراتيجية النصح والإرشاد.

**وفي ذات السياق،** توصلت دراسة (Anak Agung Mia Intentilia، 2023)<sup>143</sup> بخصوص ممارسة البعثات الإندونيسية في الخارج للدبلوماسية العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لتأكيد وزارة الخارجية الإندونيسية على أهمية التكنولوجيا الرقمية للدبلوماسية، حيث تبين الارتفاع في مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر السياسة الخارجية لإندونيسيا في الخارج، كما استخدمت الفصالية الإندونيسية في جدة، حساب وسائل التواصل الاجتماعي لنشر السياسة الخارجية لإندونيسيا، والتي تغطي الدبلوماسية الاقتصادية والصحية، والدبلوماسية لحماية المواطنين، ورئاسة إندونيسيا لمجموعة العشرين، كما توصلت دراسة (María-Luisa Azpíroz، 2023)<sup>144</sup> من خلال تحليل المواقع الإلكترونية التي تنشرها سفارات دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا المتواجدة في إسبانيا وهم المملكة العربية السعودية وإسرائيل والمغرب وقطر، وأن دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا التي شملتها الدراسة أهملت الدبلوماسية الرقمية على مواقعها الإلكترونية في إسبانيا، مما أدى إلى إغفالها الفرص التي كان يمكن أن تتحقق لها في حالة الاهتمام بها، ويبدو أن السفارات الأربع الأكثر رقمنة في هذه المجموعة لديها أخطاء على صفحاتها الإلكترونية وغالباً ما تنشر فقط رسائل من وزارات خارجيتها، مع التركيز على القضايا الإقليمية والداخلية بدلاً من التركيز على علاقتها الثنائية مع إسبانيا، وهذا ينطبق بشكل خاص على المملكة العربية السعودية وقطر.

**ركزت بعض الدراسات على أليات وأدوات التخاطب الرقمي من منظور الاستفادة من الدبلوماسية الرقمية في خلق التصورات الذهنية،** مثل دراسة (السيد محمد أبو شعيشع، 2022)<sup>145</sup> التي توصلت إلى أن الخطاب الإعلامي في صفحة "إسرائيل تتحدث العربية" اعتمدت التأكيد على أنها دولة السلام والمحبة والتسامح، وسعى لتأكيد على مدى الترحيب الكبير النابع من الشعوب العربية تجاه إقامة الدول العربية علاقات دبلوماسية مع إسرائيل، كما أنه ركز على فكرة التقارب الثقافي بينهم، واعتمدت الصفحة على وسائل الإبراز للمضامين مثل (الصور، والفيديو، والكاريكاتور) التي استخدمتها الصفحة وكذلك الهمشاج؛ وذلك لأهميته الكبيرة في أنه يمكن من جعل أي قضية لها أولية على المواقع والمنصات الرقمية،



كما استند الخطاب الإعلامي للعلاقات الطيبة التي كانت تجمع بين اليهود والمسلمون في بلد واحد، كما توصلت دراسة (أسماء بنت عبد الله، 2021) 146 بخصوص خطاب بعض السفارات الأجنبية عبر شبكة تويتر، وهم حساب السفارة الأمريكية في الرياض على شبكة تويتر، حساب السفارة البريطانية في الرياض على شبكة تويتر، أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى، من بين القضايا التي تناولتها حسابات السفارات عينة الدراسة في شبكة تويتر، وجاء هدف الإخبار ونقل المعلومات، في المرتبة الأولى، يليه هدف الدعاية والتسويق لفكرة أو قضية، وكشفت دراسة (مرام بنت مساعد، 2021) 147 عن مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية خلال العقدين القادمين في ظل التحولات الدولية الراهنة، ومركز التواصل الدولي أنموذجاً، وتوصلت على تركيز الواقع الحالي لعمل مركز التواصل الدولي على ثلاثة جوانب وهي استعراض جوانب التطور في المملكة العربية السعودية وصناعة المحتوى الإعلامي الجاذب من خلال المحتوى وإبراز صورة المملكة ومنجزاتها.

**وبشكل عام تمثلت أبرز الأفكار التي ربطت بين الدبلوماسية الرقمية والإعلام الرقمي كما يلي:**

تعد الدبلوماسية الرقمية امتداداً حديثاً للدبلوماسية التقليدية، حيث تستخدم الدول والمنظمات وسائل الإعلام الرقمية، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، للتواصل مع الجمهور الدولي، تعزيز الصورة الإيجابية للدولة، ودعم مصالحها السياسية والاقتصادية، وتشير الدبلوماسية الرقمية إلى استغلال الإنترنت والمنصات الاجتماعية لبناء السمعة الدولية، حيث يتم خلق حوار ثنائي الاتجاه مع الجماهير، مما يعزز مفهوم "القوة الناعمة" للدولة.

أكدت الدراسات على أهمية الدبلوماسية الرقمية كوسيلة فعالة في تحسين الأداء الدبلوماسي وزيادة تأثير الدول على الصعيدين المحلي والدولي. مثلاً، كشفت دراسة (Ari Darmastuti، 2021) (أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في تحسين الأداء الحكومي في مجال الدبلوماسية الرقمية، كما أوضحت دراسة (ياسر بن عايض، 2022) أن الدبلوماسية الرقمية ليست بديلاً للدبلوماسية التقليدية، بل هي امتداد لها يعزز من تأثير الدبلوماسية العامة.

تناولت الدراسات تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الصور الذهنية عن الدول، مثل دراسة (مصعب فالح الحربي، 2023) التي بينت أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الصورة الإيجابية للمملكة العربية السعودية، وتم تصويرها كدولة قوية وقادرة على التأثير في الساحة الدولية، أما دراسة (Kos-Stanišić، 2021) فقد استعرضت كيف استخدمت البرازيل والهند تويتر لتحسين صورتها العامة في الاتحاد الأوروبي. بالإضافة إلى ذلك، سلطت دراسة (المالكي، 2021) الضوء على دور تويتر في تحسين التواصل الدبلوماسي السعودي مع الجمهور الدولي، بينما أظهرت دراسة (Basma Khaleel، 2021) (أهمية الدبلوماسية الرقمية في حل مشكلات السياسة الخارجية من خلال التواصل المباشر مع الجماهير.

تتضح أهمية الدبلوماسية الرقمية في استخدام الدول لوسائل التواصل الاجتماعي لتوصيل رسائلها السياسية والإعلامية، مثلما أشارت دراسة (محمد عبد العزيز سيد طه، 2021) إلى

أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تسعى لتقديم صورة إيجابية عن إسرائيل للشعوب العربية عبر منصات التواصل الاجتماعي، كما كشفت دراسة (حمدان محمد حارب سالم، 2021) أن الإمارات العربية المتحدة تعتمد على استراتيجية قائمة على سبعة محاور أساسية ضمن إطار دبلوماسيتها العامة، بما في ذلك الدبلوماسية الثقافية والإعلامية والاقتصادية، مما يعكس اهتمامها الكبير بالقوة الناعمة.

بالإضافة إلى ذلك، تُظهر الدراسات أن الدبلوماسية الرقمية لا تهدف فقط للتواصل مع الجماهير الدولية، ولكن أيضًا لتشكيل تصورات المجتمع الدولي عن الدول المعنية، مثلما أظهرت دراسة (إسلام أحمد أحمد عثمان، 2022) التي تناولت دور الفاعلين الدوليين غير الرسميين في بناء تصورات المجتمع الدولي.

ونستخلص من نتائج الدراسات أن الدبلوماسية الرقمية أصبحت أداة فعالة وقوية في تعزيز القوة الناعمة للدول، حيث تتيح لها الوصول إلى جمهور أوسع وبناء علاقات دولية أقوى، وتحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية.

ويمكن طرح رؤية مستقبلية حول استخلاص متغيرات رئيسية لقياس الدبلوماسية الرقمية السياسة كما يلي:

لاستخلاص أبرز المتغيرات من الدراسات السابقة المتعلقة بالدبلوماسية الرقمية السياسية وعلاقتها بالإعلام الجديد، يمكن تقسيم المتغيرات إلى مجموعتين أساسيتين **المتغيرات المستقلة** (العوامل المؤثرة) و**المتغيرات التابعة** (النتائج أو الآثار). بناءً على تحليل الدراسات السابقة، فيما يلي بعض المتغيرات التي يمكن أن تكون أساسية عند إعداد مقياس بحثي:

**أولاً: المتغيرات المستقلة (العوامل المؤثرة):** هي تلك التي تعكس الجوانب المختلفة للإعلام الجديد والتطورات التقنية وتأثيرها على الدبلوماسية الرقمية:

- 1- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي والذي يشمل نسبة وتكرار استخدام المنصات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، وغيرها للتفاعل السياسي.
- 2- التفاعل الرقمي مع القضايا السياسية والذي يمثل مستوى المشاركة والتعليق والمناقشة في القضايا السياسية عبر منصات الإعلام الرقمي.
- 3- الوصول إلى المعلومات الرقمية والذي مدى سهولة الوصول إلى الأخبار والمعلومات السياسية عبر الإنترنت.
- 4- الثقة في مصادر الأخبار الإلكترونية والذي يمثل مدى الثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمي مقارنةً بالمصادر التقليدية.
- 5- القدرات الرقمية لدى الأفراد والتي تمثل قدرة المستخدمين على التعامل مع التقنيات الرقمية واستيعاب المعلومات السياسية المقدمة.
- 6- التأثير الخوارزمي على المحتوى والتي تمثل أثر الخوارزميات على تشكيل الوعي السياسي وتوجيه النقاشات.

ثانياً: المتغيرات التابعة (النتائج والآثار): تركز هذه المتغيرات على النتائج السياسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الإعلام الرقمي في إطار الدبلوماسية الرقمية:

- 1- زيادة الوعي السياسي حيث الوقوف على مدى تأثير استخدام الإعلام الجديد على تعزيز فهم القضايا السياسية والمشاركة فيها.
- 2- المشاركة السياسية عبر الإنترنت من خلال تحديد تأثير الإعلام الجديد على زيادة أو تقليل المشاركة السياسية النشطة (مثل التصويت، المشاركة في الحملات).
- 3- التمثيل الديمقراطي حيث الوقوف على كيف يساعد الإعلام الرقمي في إعطاء فرصة أكبر للأفراد للمشاركة في صنع القرار أو التعبير عن آرائهم.
- 4- التأثير على تكوين الرأي العام حيث الوقوف على مدى مساهمة الإعلام الجديد في توجيه النقاشات وتشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية.
- 5- تحسين أو تراجع الشفافية الحكومية حيث الوقوف على تأثير الرقمنة والإعلام الجديد على زيادة الشفافية الحكومية والتواصل مع المواطنين.
- 6- إتاحة الفرصة للتمثيل السياسي للأقليات من خلال تحليل مدى إسهام الإعلام الجديد في تعزيز دور الأقليات والمجموعات المهمشة في المجال السياسي.

ثانياً: الديمقراطية السياسية:

عندما أصبح المجال العام متاحاً وبعيداً عن سيطرة الدولة، شكل ذلك الأساس للديمقراطية الحديثة الرقمية، حيث تمكنت المجتمعات من المشاركة بحرية في مناقشة الشؤون العامة والتعبير عن آرائهم. ومع ظهور تكنولوجيات الاتصال عبر الإنترنت (ICT)، خاصة القنوات التفاعلية، توسعت النقاشات العامة الإلكترونية حول القضايا الاجتماعية والسياسية إلى مجال جديد افتراضي مما يخلق فرصة ويقدم طرقاً جديدة للتفكير في الرأي العام الإلكتروني، فالنشاط والشبكات في المجال العام الرقمي يمكن أن يقودا إلى التحول الديمقراطي، ولكن ليس بالطريقة التقليدية التي نتوقع فيها من الناشطين وقادة الرأي إعادة توجيه المعلومات وتفسيرها للجمهور، بل عبر ربط المجتمعات حول العالم بقضايا معينة وبيعهم البعض، واستغلال الزخم الذي يولده هذا الاتصال لإعادة اختراع مفهوم المجال الاجتماعي العالمي كقوة اجتماعية واقتصادية، كجزء من مفهوم أكبر للحركة العالمية<sup>148</sup>.

وبخصوص العلاقة بين المجال الرقمي والديمقراطية التشاركية، تناولت (دراسة حنان بوتوميت 2023)<sup>149</sup> دور المجال الرقمي في تعزيز الديمقراطية التشاركية، حيث تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تغيير نمط المشاركة السياسية من خلال الأدوات الرقمية، أصبح بإمكان المواطنين المساهمة في رسم السياسات وصنع القرار عن بُعد، وتطرق الدراسة إلى كيفية بلورة المجتمعات الإلكترونية لنماذج جديدة مثل "الحكومة الإلكترونية" و"الانتخابات الإلكترونية"، والتي تتجاوز النماذج التقليدية، ورغم هذه الإمكانيات، أوضحت وجود تحديات في تطبيق الديمقراطية الرقمية، لا سيما في بعض الدول

النامية التي لا تتيح أنظمتها السياسية حقوق التعبير للمواطنين عبر وسائل التكنولوجيا الحديث، أما عن أثر الديمقراطية الرقمية في التنشئة السياسية، ركزت دراسة (نورا مصطفى النشار واعتماد خلف معبد وسارة طلعت عباس 2023) <sup>150</sup> على العلاقة بين الديمقراطية الرقمية ومستوى التنشئة السياسية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتضمنت الدراسة وصفاً لملامح الديمقراطية الرقمية مثل حرية تداول المعلومات وحرية الرأي والتعبير، ومدى تفاعل المراهقين مع الصفحات السياسية، وأظهرت النتائج أن 45.8% من العينة تهتم بمتابعة الصفحات السياسية، مع وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام المراهقين لتلك الصفحات واتجاهاتهم نحو حرية تداول المعلومات. ومع ذلك، لم تثبت الدراسة وجود علاقة بين استخدام الصفحات السياسية وحرية الرأي أو المشاركة، كما أظهرت أن الوعي السياسي والمعرفة السياسية تحقق مستويات عالية بين المراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفيما يتعلق بدور وسائط التواصل الرقمي في الممارسة الديمقراطية، أضافت دراسة (عمر مواس، 2022) <sup>151</sup> في بحث العلاقة بين الديمقراطية والإعلام، خاصة في البيئة الإلكترونية. أشارت الدراسة إلى أن ديمقراطية الإعلام ليست مفهوماً حديثاً، بل لها جذور تاريخية قديمة، لكنها تطورت مع ظهور وسائل الإعلام الرقمية كما أبرزت الدراسة أن الديمقراطية الإلكترونية هي تطور جديد لممارسة الديمقراطية، مدعومة باليات حديثة تعتمد على البيئة الرقمية، وبيّنت أن هذا المفهوم يرتبط بشكل وثيق بتطور وسائل الإعلام والنظم السياسية الحاكمة.

وبخصوص الديمقراطية السيبرانية والتصويت الإلكتروني، استعرضت دراسة (عبد الله بلعبث 2021) <sup>152</sup> تطور الديمقراطية التقليدية التي تعتمد على الانتخابات الحرة التنافسية، وكيف أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور مفهوم "الديمقراطية السيبرانية" التي تعتمد على التصويت الإلكتروني، وناقشت الدراسة المفاهيم المرتبطة بالديمقراطية السيبرانية، المشاركة السياسية الرقمية، وآليات التصويت الإلكتروني، موضحة الإشكاليات والتحديات التي تواجه تطبيقها في التجارب الديمقراطية المختلفة، لا سيما في السياق العربي مثل الجزائر، حيث يلزم تعديل القوانين المتعلقة بالانتخابات والأحزاب السياسية بما يتناسب مع هذا النمط الجديد من الديمقراطية.

وبشكل عام تمثلت أبرز الأفكار التي ربطت بين الديمقراطية الرقمية والإعلام الرقمي كما يلي:

أولاً: تأثير تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت (ICT) والتي تمثلت في:

التوسع في النقاشات العامة من خلال تطور النقاشات العامة من النطاق التقليدي إلى النطاق الرقمي، مما أتاح فرصاً جديدة للتفاعل والتعبير عن الآراء.

تأثير الشبكات العالمية من خلال قدرة الإعلام الرقمي على ربط المجتمعات حول العالم بقضايا معينة، مما يعزز من قدرة هذه المجتمعات على التأثير المتبادل.

إعادة اختراع المجال الاجتماعي العالمي من خلال مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل قوة اجتماعية واقتصادية جديدة عبر الاتصال العالمي، مما يفتح أفقاً جديداً للحركة العالمية.

ثانياً: تعزيز الديمقراطية التشاركية من خلال أدوات الإعلام الرقمي وذلك من خلال:

تغيير نمط المشاركة السياسية والتي تتحقق من خلال:

1- المساهمة في رسم السياسات عن طريق تقدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أدوات جديدة للمواطنين للمشاركة في صنع القرار عن بُعد.

2- طرح نماذج جديدة مثل "الحكومة الإلكترونية" و"الانتخابات الإلكترونية" وذلك من خلال استعراض تطور نماذج جديدة من المشاركة السياسية تتجاوز النماذج التقليدية، مما يعكس تغييرات في كيفية ممارسة الديمقراطية.

التحديات في تطبيق الديمقراطية الرقمية والتي تتحقق من خلال مواجهة بعض الدول النامية صعوبات في تطبيق الديمقراطية الرقمية بسبب القيود السياسية وعدم توفر الحقوق الرقمية للمواطنين.

ثالثاً: أثر الديمقراطية الرقمية على التنشئة السياسية: من خلال تعزيز تفاعل الجمهور مع الصفحات السياسية عبر المشاركة في محتوى سياسي وتحقيق مستوى عالٍ من الوعي السياسي والمعرفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولتحقيق ذلك تحتاج العلاقة بين استخدام الصفحات السياسية وتقدير الجمهور لحرية الرأي إلى مزيد من الدراسة.

رابعاً: بروز مفهوم الديمقراطية السيبرانية والتصويت الإلكتروني والتي لها علاقة بالديمقراطية الإلكترونية والتي لها علاقة وثيقة بتطور وسائل الإعلام والنظم السياسية، ويعكس كيفية تطور الديمقراطية في بيئة رقمية.

ويمكن طرح رؤية مستقبلية حول استخلاص متغيرات رئيسية لقياس الديمقراطية الرقمية السياسة كما يلي:

المتغيرات المستقلة (العوامل المؤثرة):

1- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي حيث يشمل مدى تفاعل الأفراد مع المنصات مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، وقد أظهرت دراسة (حنان بوتوميت، 2023) أن استخدام الأدوات الرقمية يمكن أن يغير نمط المشاركة السياسية، مما يبرز أهمية هذا المتغير في قياس تأثير الإعلام الجديد على الديمقراطية الرقمية.

2- التفاعل الرقمي مع القضايا السياسية والذي يشمل مدى مشاركة الأفراد في النقاشات السياسية عبر القنوات الرقمية، ووفقاً لدراسة (نورا مصطفى النشار واعتماد خلف معبد وسارة طلعت عباس، 2023)، فإن استخدام المراهقين للصفحات السياسية يعكس تفاعلهم الرقمي مع القضايا السياسية.

- 3- الوصول إلى المعلومات الرقمية والذي يشير إلى مدى سهولة وصول الأفراد إلى الأخبار والمعلومات السياسية عبر الإنترنت حيث أكدت دراسة (عمر مواس، 2022) على أهمية توفر المعلومات الرقمية كعامل مؤثر في ممارسة الديمقراطية الإلكترونية.
- 4- الثقة في مصادر الأخبار الإلكترونية والتي تتعلق بمستوى الثقة التي يوليها الأفراد للمصادر الرقمية مقارنةً بالمصادر التقليدية. دراسة (عبد الله بلعبث، 2021) ناقشت كيف أن الثقة في الأخبار الرقمية تلعب دورًا في الديمقراطية السيبرانية.
- 5- القدرات الرقمية لدى الأفراد والتي تشمل قدرة الأفراد على التعامل مع التكنولوجيا وفهم المعلومات السياسية، وهذا المتغير يرتبط بكيفية استفادة الأفراد من أدوات الديمقراطية الرقمية.
- 6- التأثير الخوارزمي على المحتوى والذي يتعلق بكيفية تأثير الخوارزميات على تشكيل الوعي السياسي وتوجيه النقاشات كما يمكن أن يؤثر هذا المتغير على كيفية ظهور المعلومات وتوزيعها عبر المنصات الرقمية.

#### المتغيرات التابعة (النتائج والآثار):

- 1- زيادة الوعي السياسي والتي تشير إلى مدى تأثير الإعلام الجديد على تعزيز فهم الأفراد للقضايا السياسية، فقد أظهرت دراسة (نورا مصطفى النشار واعتماد خلف معبد وسارة طلعت عباس، 2023) أن الوعي السياسي بين المراهقين تحقق مستويات عالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- المشاركة السياسية عبر الإنترنت والتي تتعلق بتأثير الإعلام الجديد على مدى مشاركة الأفراد في الأنشطة السياسية، مثل التصويت والمشاركة في الحملات حيث أظهرت دراسة (حنان بوتوميت، 2023) أن الأدوات الرقمية ساعدت في تعزيز المشاركة السياسية عن بُعد.
- 3- التمثيل الديمقراطي والذي يشير إلى كيفية مساهمة الإعلام الرقمي في منح الأفراد فرصة أكبر للمشاركة في صنع القرار حيث تطرقت دراسة (عمر مواس، 2022) إلى كيف أن الديمقراطية الرقمية تعزز التمثيل الديمقراطي.
- 4- التأثير على تكوين الرأي العام حيث يعكس كيف يساهم الإعلام الجديد في توجيه النقاشات وتشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية، فقد تناولت (دراسة عبد الله بلعبث، 2021) كيف أن الإعلام الرقمي يؤثر على تكوين الرأي العام من خلال التصويت الإلكتروني.
- 5- تحسين أو تراجع الشفافية الحكومية والذي يتعلق بتأثير الرقمنة والإعلام الجديد على زيادة الشفافية الحكومية وتعزيز التواصل مع المواطنين حيث أظهرت دراسة (عمر مواس، 2022) أن الديمقراطية الإلكترونية قد تساهم في تحسين الشفافية.

ثالثًا: الناشطة الرقمية: يركز هذا المفهوم على الناشط السياسي الذي يحدث عبر الإنترنت من خلال الحملات الرقمية، التظاهرات الافتراضية، والمشاركة في حركات اجتماعية عبر

وسائل التواصل حيث شهدت إحدى الاحتجاجات الاجتماعية من خلال الأدوات عبر الإنترنت تعزيزًا للمزيد من المساءلة وتحسين التواصل بين المواطنين، وهذا النشاط السيبراني يقلل من القوة الوسيطة للتلفزيون.

ويهدد مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية<sup>(153)</sup> ويمكن القول أن النشاط الرقمي يقوم بدور فعال في تغيير طريقة تفاعل النشطاء مع بعضهم البعض حيث أصبح الإنترنت وسيلة قوية للتعبة والتنظيم السياسي، ويوجد أنماط جديدة من النشاط الرقمي مثل تغيير صورة الملف الشخصي للشخص تضامناً مع قضية ما، والتوقيع على العرائض عبر الإنترنت وتعميمها، ومقاطعة / شراء عبر الإنترنت<sup>(154)</sup> والجدير بالذكر بروز محاولات لتأريخ النشاط الرقمي، كان من بينها محاول Trebor Scholz لربط الممارسات السياسية بتاريخ الإنترنت، ويعود ذلك إلى 1970. ومع ذلك، ظل تركيزه منصباً على التطور التكنولوجي بدلاً من النشاط. (155) وقد أبرزت دراسة (عايدة إبراهيم السخاوي، 2021)<sup>156</sup> قدرة وسائل الإعلام الرقمية المرتفعة عن وسائل الإعلام التقليدية في فرض أشكال الهيمنة واللامساواة وذلك نظراً لمفهوم الوساطة وتعدد أشكال التعبير الشخصي المتاح للمشاركة العامة وفرصة تكوين المجموعات الاجتماعية بشكل أوسع مما كان متاحاً من قبل، كما أكدت دراسة (حسن خليفة، 2018)<sup>(157)</sup> على أن قضية تيران حظيت باهتمام إعلامي ومجتمعي كبير، وشكلت الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي اتجاهات مختلفة من الآراء نحو طبيعة القرار السياسي بخصوص هاتين الجزيرتين وهو ما أدى لوجود حالة من الاختلاف السياسي المجتمعي.

اتجهت عدد من الدراسات السابقة إلى مناقشة مفهوم التعبة السياسية والتي قد تكون في اتجاه سلبي متمثلاً في استغلال الجماعات المتطرفة لهذا الفضاء الرقمي للتعبة ضد الدولة أو التعبة السياسية بهدف تطوير الدولة وتنميتها، حيث ناقشت دراسة (Sulih Indra Dewia , Akhirul Aminulloh, 2016)<sup>158</sup> أن وسائط الإعلام الاجتماعية، بما تتميز به من إمكانيات عديدة للوصول إلى المعلومات والتفاعل مع متفاعلين آخرين، يمكن أن يعزز التعصب كسلوك له أثاره السلبي على استقرار المجتمع وأمنه، وهو ما يسمح بالخلافات عبر المساحات الافتراضية حيث إطلاق التدوينات المتعصبة جدلاً وصراعاً وبعضها الآخر يصمت، فضلاً عن استغلال الحركات المتطرفة لهذه المواقع في غسل العقول بأفكارهم، ومن هنا يمكن القول أن وسائل الإعلام الاجتماعية قد تساعد على التعصب وإشعال الصراعات بين الأفراد خاصة في بعض المسائل الحساسة مثل الدين والسياسة والعرق، في حين ركزت دراسة (V́ctor Garća-Perdomo et al., 2023) على كيفية تغطية القنوات التلفزيونية الرئيسية والصحف في تشيلي وكولومبيا للاحتجاجات الضخمة التي وقعت في عام 2019 باستخدام برنامج تحليل وسائل الإعلام الاجتماعية (Crimson Hexagon) ، تبيين أن وسائل الإعلام استخدمت إطارات الشغب والمواجهة لتشويه صورة المحتجين وإلغاء شرعيتهم، مما أثر على ردود فعل الجمهور المتابع، كما أوضحت النتائج أن الإعلام التقليدي، وخاصة التلفزيون، كان متشابكاً مع الوضع الراهن والنخب، مما جعله أقل موضوعية في تغطية الاحتجاجات، كما أبرزت عدد من الدراسات الأجنبية فعالية دور الشبكات الاجتماعية في الاحتجاجات ودفعها للأمام، حيث توصل الباحثون عند تحليل شبكة مستخدمي تويتر في تايلاند

إلى وجود علاقة بين المستخدمين تتمثل في دفع الاحتجاجات إلى الأمام، (159) بينما أظهرت الدراسات السابقة أن الشبكات الاجتماعية الموجودة مسبقاً مهمة لأنشطة الاحتجاج المستقبلية (160)، أثبتت إحدى الدراسات على الجانب الآخر أن التواصل النشط عبر الإنترنت يستمر أيضاً بعد الاحتجاجات. (161)

وفي ذات الإطار أكدت دراسة (المعتز بالله رضا بيومي، 2021) <sup>162</sup> على أنه من بين الالتزامات التي ناقشتها الدراسة في مجال المسؤولية المدنية لرجال الإعلام بحتمية التزام مقدمي البرامج بعدم تهديد السلم الاجتماعي، والمتمثل في امتناع مقدم البرامج عن خطابات الكراهية، وامتناعه عن امتهان الأديان، حيث ورد في القانون المنظم للإعلام بأنه يتم حظر إذاعة أية أخبار كاذبة أو ما يدعو أو يحرض على مخالفة القانون أو إلى العنف أو الكراهية، أو ما ينطوي على التمييز بين المواطنين أو يدعو إلى العنصرية أو إلى التعصب، كما توصلت دراسة (إيمان محمد عبد الهادي، 2016) <sup>163</sup> أن هناك علاقة بين ارتفاع معدل متابعيه الشباب للقضايا السياسية في البرامج الحوارية وبين ارتفاع معدل ثقافة الاحتجاج والسخط السياسي على النظام، كما أكدت دراسة (Razak Imoro Jaha.et.al.2015) <sup>164</sup> في إطار دراسة استخدام بعض المحطات الإذاعية بدولة غانا لعبارات تثير مزيد من حالة التعصب ضد الحزب السياسي الحاكم، على أن التعصب السياسي في غانا يأخذ شكل التهديدات بالعنف واغتيل الشخصيات السياسية نتيجة للتمركز العرقي المقدم عبر وسائل الإعلام، ومن ثم لا بد لوسائل الإعلام أن تلعب دوراً فعالاً عبر التوظيف الأمثل للأشخاص المؤهلين لإجراء المناقشات السياسية في وسائل الإعلام وتطبيق معايير صحفية عالية في التعامل مع القضايا في وسائل الإعلام. كما كشفت دراسة لامية طالة (2022) <sup>165</sup> أن الظواهر التي تعبر عن الوعي السياسي كالمظاهرات والمطالبة بالتغيير التي حصلت في البلدان العربية غالباً ما تكون مرحلية وتلاشي في الوقت الذي رسمته الأنظمة الحاكمة في هذه البلدان.

**وفي إطار التعبئة السياسية وتعزيز النشاط الرقمي، تبين الأثر المرتفع للشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الجمهور،** هدفت دراسة (Drina Intyaswati. Qasim Mahmood. Hermina Simanihuruk.2024) <sup>166</sup> التحقيق في التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للشاشة الثانية على المشاركة السياسية عبر الإنترنت في إندونيسيا (جاكرتا) وباكستان (إسلام آباد)، وأظهرت النتائج أن الشاشة الثانية كان لها تأثير معنوي على مشاركة المواطنين السياسية عبر الإنترنت في جاكرتا مباشرة أو من خلال توضيح وسائل التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية. ومع ذلك، لم تكن الممارسة لها أي تأثير في إسلام آباد، وقد يمكن أن يرجع النتائج المختلفة إلى الاختلافات الاجتماعية والثقافية الجوهرية في البلدين، وأكدت الدراسة أن الشاشة الثانية تؤثر بشكل معنوي على المناقشة السياسية عبر الإنترنت وتوضيح وسائل التواصل الاجتماعي كما يمكن إجراء دراسات إضافية لفحص درجة القبول الممنوحة للأخبار المنشورة عبر هذه المنصات.

كما أضافت دراسة (مريم يوسف عشيرة، 2019) <sup>167</sup> أن موقع الفيس بوك كان أكثر الوسائط التفاعلية التي يستخدمها الطلاب، وأن معظم المبحوثين يعتقدون أن دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام التفاعلية هي متابعة الأخبار والأحداث المحلية، وأن وسائل الإعلام التفاعلية هي المصدر الرئيسي لتفاهتهم السياسية من خلال الأخبار، والتي تشمل مختلف المواضيع والأنشطة



السياسية للحكومة والوزراء، وأن غالبية الباحثين لا يتابعون أخبار الأحزاب السياسية لأنهم غير مهتمين بالمجال السياسي، وكذلك بالنشاط السياسي أو متابعة أنشطة الأحزاب السياسية في الجزائر أو المشاركة في العمل السياسي والحزبي، وأن وسائل الإعلام التفاعلية تساهم في تطوير ثقافتهم السياسية وتوعيتهم بالأخبار والأنشطة السياسية للأحزاب السياسية والسياسيين في البلاد، وفي ذات السياق، أضافت دراسة (فاروق أحمد يحي حسن (2017م)<sup>168</sup> أن الإعلام التفاعلي هو أداة مهمة لإثراء الحوار وتبادل الرأي، وأن نسبة كبيرة من الجمهور رأيت بأن الإعلام التفاعلي استطاع أن يعزز من قناعاتهم السياسية تجاه القضايا والأحداث في دارفور، كما حلت (الشيخ، آلاء بكر.، 2019)<sup>169</sup> دور منصة تويتر في تفعيل المشاركة الفعالة لتعزيز التنمية المستدامة، وتوصلت لفعالية استخدام وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في السعودية لمنصة تويتر لتعزيز المشاركة الفعالة في التنمية المستدامة.

واتضح من دراسة (Maarja Siiner & Svetlana L'nyavskiy-Ekelund، 2107)<sup>(170)</sup> أن المناقشات السياسية تميل إلى إشعال الأجواء بشكل دوري خاصة في أوقات الانتخابات، كما تبرز المعالجات السياسية في أوقات الأزمات السياسية الخارجية والأمنية، وتشير دراسة (Nicholas & Fabian، 2108)<sup>(171)</sup> إلى أن الطريقة التي يتحدث بها السياسيون عن العرق تؤثر على قوة المواقف العرقية في الأحكام السياسية، كما يعترف العديد من المواطنين بالمحتوى العنصري المعادي في الاتصالات السياسية، لكنهم لم يصحبوا غاضبين أو منزعجين من ذلك.

**بخصوص مناقشة أبرز الأفكار التي تناولتها الدراسات السابقة المرتبطة بقياس الناشطة الرقمية السياسية فقد جاء ما يلي:**

تُظهر الدراسات أن النشاط الرقمي السياسي، بما في ذلك الحملات عبر الإنترنت والتظاهرات الافتراضية، قد لعب دورًا مؤثرًا في إعادة تشكيل الديناميات السياسية. في دراسة (عايدة إبراهيم السخاوي، 2021)، تم توضيح أن وسائل الإعلام الرقمية تتفوق على الوسائل التقليدية من حيث قدرتها على فرض الهيمنة وتوسيع دائرة التعبير الشخصي، وهذه الوسائل تتيح للأفراد إنشاء مجموعات اجتماعية وتعبوية جديدة، مما يعزز من قدرتهم على التأثير في القضايا السياسية والاجتماعية بشكل أوسع.

من ناحية أخرى، تناولت دراسة (Sulih Indra Dewia et al. 2016) المخاوف المرتبطة بالنشاط الرقمي، مشيرة إلى أن الجماعات المتطرفة قد تستغل الفضاء الرقمي للتعبنة ضد الدول أو لتعزيز أجندات سياسية مثيرة للجدل، وفي هذا السياق، أظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام الاجتماعية قد تسهم في تعزيز التعصب وإثارة الصراعات بين الأفراد، خاصة في مسائل حساسة مثل الدين والسياسة.

إضافة إلى ذلك، توضح دراسة (V́ctor Garća-Perdomo et al. 2023) كيف أن الإعلام التقليدي، مثل التلفزيون والصحف، قد يتعامل بشكل منحاز مع الاحتجاجات التي تُعطي عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، حيث استخدم الإعلام التقليدي إطاراً سلبية لتقليل شرعية المحتجين، مما أثر على ردود فعل الجمهور تجاه تلك الاحتجاجات.

كما تسلط دراسة (Drina Intyaswati et al. 2024) الضوء على تأثير "الشاشة الثانية" على المشاركة السياسية عبر الإنترنت، حيث تبين أن هذه الظاهرة تعزز من المناقشات السياسية عبر الوسائط الرقمية، مما يشير إلى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية. ومع ذلك، لوحظت اختلافات في تأثير هذه الظاهرة بناءً على السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة في الدول المختلفة مثل إندونيسيا وباكستان.

وفيما يخص تأثير الإعلام التفاعلي على القنوات السياسية، توضح دراسة (مريم يوسف عشيرة، 2019) أن الفيس بوك وغيره من وسائل الإعلام التفاعلية قد تكون مصدرًا مهمًا للتنقيب السياسي، حيث يعزز من متابعة الأخبار والأحداث المحلية، على الرغم من أن معظم الطلاب لا يتابعون أخبار الأحزاب السياسية بشكل منتظم، وهذه الوسائط توفر منصة لتبادل الأفكار وتعزيز الثقافة السياسية بين الأفراد.

وأخيرًا، تدعم دراسة (فاروق أحمد يحي حسن، 2017) الفكرة القائلة بأن الإعلام التفاعلي يمكن أن يكون أداة فعالة في تعزيز القنوات السياسية، حيث تسهم المنصات التفاعلية في إثراء الحوار وتبادل الرأي حول القضايا السياسية، مما يعزز من تفاعل الأفراد مع الأحداث الجارية.

ويمكن طرح رؤية مستقبلية حول استخلاص متغيرات رئيسية لقياس الناشطة الرقمية السياسة كما يلي:

#### المتغيرات المستقلة (العوامل المؤثرة):

1- أنواع النشاط الرقمي والذي يشمل مختلف أشكال النشاط السياسي عبر الإنترنت مثل الحملات الرقمية، التظاهرات الافتراضية، وتغيير صور الملفات الشخصية تضامناً مع قضايا معينة كما تُظهر الدراسات مثل دراسة (عايدة إبراهيم السخاوي، 2021) أن هذه الأنشطة تلعب دوراً رئيسياً في تعزيز التعبئة السياسية.

2- الوسائط الرقمية المستخدمة والذي يشمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتير، والقنوات الإخبارية الرقمية، فمثلاً أظهرت دراسة (مريم يوسف عشيرة، 2019) أن وسائل الإعلام التفاعلية تلعب دوراً مهماً في تقديم الأخبار وتطوير الثقافة السياسية.

3- القدرة على الوصول إلى المعلومات عبر الإنترنت والتي تتعلق بمدى سهولة وصول الأفراد إلى المعلومات السياسية من خلال الأدوات الرقمية، مما يؤثر على قدرتهم على المشاركة في الأنشطة السياسية حيث أوضحت دراسة (Drina Intyaswati et al. 2024) أن "الشاشة الثانية" تؤثر بشكل معنوي على المشاركة السياسية عبر الإنترنت.

4- تأثير وسائل الإعلام التقليدية والتي تشير إلى كيفية تأثير مصداقية وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون بمنافسة الإعلام الرقمي حيث أظهرت دراسة (Víctor García Perdono et al. 2023) أن وسائل الإعلام التقليدية قد تستخدم إطارات مشوهة لتقليل شرعية المحتجين.

5- **التفاعلات الاجتماعية على الإنترنت** والتي تتعلق بكيفية تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض عبر المنصات الرقمية في سياق سياسي حيث أكدت دراسة (Farouk Ahmed Yahya) (Hassan 2017) على تأثير الإعلام التفاعلي في تعزيز القنوات السياسية.

**المتغيرات التابعة (النتائج والآثار):**

1- **التعبئة السياسية والاحتجاجات** حيث تشير إلى مدى تأثير النشاط الرقمي على تنظيم وتحفيز الاحتجاجات والمشاركة السياسية فقد أظهرت دراسة- Víctor García (Perdomo et al. (2023) أن الإعلام التقليدي قد يحرف صورة الاحتجاجات، بينما تؤثر الشبكات الاجتماعية في دفع الاحتجاجات إلى الأمام.

2- **زيادة الوعي السياسي والذي** يعكس تأثير النشاط الرقمي في تعزيز الوعي السياسي بين الأفراد، فقد أظهرت دراسة (مريم يوسف عشيرة، 2019) أن وسائل الإعلام التفاعلية ساهمت في زيادة الوعي الثقافي والسياسي لدى الطلاب.

3- **تأثير الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية** والذي يشير إلى مدى تأثير استخدام الوسائط الرقمية على مستوى المشاركة السياسية للأفراد حيث أكدت دراسة (Drina) Intyaswati et al. (2024) على تأثير الشاشة الثانية على المناقشة السياسية عبر الإنترنت.

4- **تأثير النشاط الرقمي على قنوات الأفراد** والذي يتعلق بكيفية تأثير النشاط الرقمي في تعزيز أو تغيير القنوات السياسية لدى الأفراد حيث أظهرت دراسة (فاروق أحمد يحيى حسن 2017) أن الإعلام التفاعلي ساهم في تعزيز القنوات السياسية تجاه قضايا معينة.

5- **تأثير التواصل الرقمي على التنشئة السياسية** والذي يشير إلى مدى تأثير وسائل التواصل الرقمي على تشكيل الاتجاهات السياسية والمعرفة بين الأفراد حيث أظهرت دراسة (عائدة إبراهيم السخاوي، 2021) أظهرت أن وسائل الإعلام الرقمية تؤثر بشكل كبير على أنماط التعبير السياسي والهيمنة.

6- **ردود فعل الجمهور تجاه النشاط الرقمي** والتي تتعلق بكيفية تأثير النشاط الرقمي على ردود فعل الجمهور ومشاركته في القضايا السياسية حيث تناولت دراسة Víctor García-Perdomo et al. (2023) كيف أن وسائل الإعلام التقليدية قد تؤثر على ردود فعل الجمهور عبر استخدام إطارات سلبية.

**رابعاً: الشفافية الرقمية:** يعكس هذا المفهوم فكرة أن الحكومات والمجتمعات السياسية مطالبة بتوفير المعلومات بشكل أكبر وأسرع عبر الإنترنت، مما يسمح بمزيد من التدقيق والمساءلة من قبل المواطنين ووسائل الإعلام.

**وفي هذا الشأن كشفت عدد من الدراسات السابقة عن اهتمام المؤسسات بوسائل الإعلام في تحقيق الوعي السياسي الذي يحقق الشفافية والوضوح، حيث أوضحت (دراسة سوزان يوسف أبو الفضل ومحمد النصر حسن، 2023)<sup>172</sup> أن أهم الأهداف الرئيسية التي تسعى المراكز الإعلامية لتحقيقها هي تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات، وأن هناك معوقات**

تحول دون فاعلية مراكز الإعلام في توعية طلبة الجامعات سياسياً، وكذلك انخفاض مستوى الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة، وهو السبب في انخفاض المشاركة الانتخابية، وأضافت دراسة (شهد عامر كزار حبيب، 2021)<sup>173</sup> أن لوسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيل الوعي السياسي للمجتمع العراقي، كما أصبح الإعلام من أهم مصادر تشكيل الشخصية وتنمية وعي المواطنين من خلال ما تقوم به وسائلها من تشكيل اتجاهات الافراد السياسية واستمداد الثقافة السياسية منها عن طريق تقديمها للمعلومات والمعارف والاخبار، كما تساهم وسائل الإعلام في تنمية وعي المواطنين عن ما يجري حولهم من أحداث سياسية فهي حلقة وصل ما بين الدولة والمواطنين، كما ثبت أن للإعلام تأثيرات معرفية ووجدانية أكثر من التأثيرات السلوكية، وأضافت دراسة (فاتح سليمان وشعيب كرميش، 2021)<sup>174</sup> وجود تأثير لوسائل الإعلام على ثقافة الطالب السياسية بدرجة مرتفعة، وكذلك وجود تأثير لوسائل الإعلام على اتجاهات الطلبة السياسية، كما يرى الطلبة المبحوثين بأن وسائل الإعلام لديها موضوعية واستقلالية بدرجة متوسطة، كما أثبتت دراسة (مالك شعباتي، 2018)<sup>175</sup> وجود علاقة دالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي تعزى لمتابعة وسائل الإعلام، وكذلك ثبت وجود علاقة ارتباطية بين حجم الثقة بوسائل الإعلام الجزائرية والمستوى السياسي للمبحوثين، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية بين دوافع وأسباب متابعة وسائل الإعلام الجزائرية ومستوى الوعي السياسي لدى المواطن الجزائري، كما بحثت دراسة (Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S (2021)<sup>176</sup> في كيفية تأثير الاستخدام المحلي لوسائل التواصل الاجتماعي على الحياة المدنية في المجتمعات المحلية، وتشير نتائج الدراسة إلى أن الثقة في المنظمات المجتمعية والثقة في السياسة المحلية تلعب دور الوسيط الأكثر أهمية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية والمشاركة المدنية، وأن استخدام وسائل التواصل المحلية ذات الدوافع الاجتماعية له تأثير أقوى على الثقة والمشاركة المدنية من استخدام الوسائل الاجتماعية المحلية ذات الدوافع الإعلامية.

وكشفت عدد من الدراسات على تأثير الشفافية الرقمية على الجمهور، حيث سعت دراسة (Ricardo Matheus et al 2023)<sup>177</sup> تحليل العلاقة بين الشفافية الرقمية الفائدة منها، أي بالتحديد الوقوف على الشفافية الرقمية المدركة والفائدة في استطلاع شمل 112 مستجيباً باستخدام تحليل المربعات الجزئية (PLS) ونمذجة المعادلات الهيكلية (SEM). أظهرت النتائج أن الوظائف المدركة، والشفافية، والكفاءة تؤثر على مدى الفائدة، ولكن تبين أن وظائف التطبيقات الرقمية وكفائتها أكثر أهمية من الشفافية. كما يمكن تحقيق الفائدة دون مستويات عالية من الشفافية، كما يجب تصميم التطبيقات الرقمية لاستخدام فعال، حيث يمتلك المستخدمون وقتاً وموارد محدودة وبالتالي يمكن أن تكون التطبيقات التي تحتوي على مشاهد وظيفية محددة مسبقاً مفيدة لتقديم رؤى سريعة، لكنها قد تحد من الشفافية بعدم تقديم مشاهد ورؤى أخرى كما يمكن أن يوفر فتح البيانات الخام عبر البوابات مستويات أعلى من الشفافية، ولكن يتطلب المزيد من الوقت والجهد لتحليلها. كل من البوابات التي توفر الوصول إلى البيانات الخام والتطبيقات التي تحتوي على مشاهد محددة مسبقاً ضرورية للحكومة المفتوحة والشفافية لأنها تخدم مجموعات أصحاب مصلحة وأغراض مختلفة.

ويضاف لما سبق في إطار الربط بين الديمقراطية السياسية والشفافية، ما أشارت له دراسة (Dirk Helbing . et.al.2023) أن الثورة التكنولوجية أدت إلى ظهور مجال علمي جديد يسمى "الدبلوماسية الحاسوبية" أو "الديمقراطية الرقمية" حيث مؤخرًا تزايد الاهتمام باستخدام التقنيات الرقمية لتعزيز أشكال أكثر تشاركية من الديمقراطية، في حين أن هناك فوائد عديدة محتملة لاستخدام الأدوات الرقمية لتعزيز الديمقراطية، إلا أن هناك تحديات كبيرة يجب مواجهتها والتي أبرزها من الضروري ضمان استخدام التقنيات الرقمية بطريقة يمكن الوصول إليها ومنصفة وعادلة بدلاً من تعزيز التفاوتات القائمة في القوة أي لايد من مساهمة التقنيات الرقمية في تسهيل المشاركة المدنية في اتخاذ القرارات الجماعية؛ وتحسين الشفافية والمساءلة في الحكم وتمكين تشكيل ديمقراطيات أكثر شمولاً وتمثيلاً، وفي ذات السياق ربطت دراسة (بوعامة العربي 2023) 179 بين الشفافية والديمقراطية السياسية، حيث أبرزت الدراسة دور وسائط التواصل الرقمي في تقليص المسافات بين الأفراد والجماعات والشعوب، حيث أبرزت الدراسة دور الوسائط في منح آليات جديدة للممارسة الديمقراطية، مثل الشفافية، المشاركة في صنع القرار، والمحاسبة على الأداء الحكومي، كما أشارت إلى أن التفاعل الفوري والمشاركة الافتراضية أسهمت في تعزيز الوعي والمعرفة حول القضايا العالمية، مما جعل الديمقراطية الرقمية أكثر فعالية وتأثيراً في العلاقات السياسية والاجتماعية، كما توصلت دراسة (منصور أحمد 2021) <sup>180</sup> لوجود علاقة عكسية دالة إحصائياً بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي ووجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وممارسة المواطنة، أي أنه كلما زاد معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كلما زادت ممارسة عملية المواطنة والتي تتضمن المشاركة السياسية والإحساس بالهوية والشعور بالانتماء، حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها.

وقد ربطت عدد من الدراسات السابقة بين الأخبار الزائفة وأثرها على غياب الشفافية والتي لها أثر كبير على المجتمعات في أوقات الأزمات، حيث توصلت دراسة (محمد، 2023) <sup>181</sup> لأهمية تويتير وتأثيره في الرأي العام السعودي، وأكدوا على انتشار الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ثم رأوا تأييد الحكومات في عمل رقابة على وسائل التواصل الاجتماعي، ثم اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي متنفساً حقيقياً للشباب والفتيات في المملكة، وأكدت النتائج اقتناع المشاركين في الدراسة بتأثير قادة الرأي فيهم، وبدور هذه الوسائل في تعزيز أداء أجهزة الدولة، وتحسين الحياة للمواطن والمقيم، وتأثير هذه الوسائل في الرأي العام، وتوصلت دراسة (حفصة الحذيفي، 2019) 182 أنه لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الشائعات، وجاءت الأخبار مجهولة المصدر في المقدمة كأهم أساليب نشر الشائعات عبرها، وتبين حصول تأثيرات معرفية، ووجدانية، وسلوكية على الأفراد نتيجة تعرضهم للشائعات، كما أكدت دراسة (نصر الدين عبدالقادر، 2019) <sup>(183)</sup> على أن الإعلام الجديد له دور كبير في ترويج الشائعات والتي أسبابها ضعف الوعي الاجتماعي في ظل سهولة التعامل مع الإعلام الجديد، ثم غياب الشفافية ونقص المعلومات وكذلك تأخر التصريحات الرسمية وأخيراً غياب السياسات الحكومية الرادعة، وفي هذا السياق كشفت دراسة (عبدالمجيد رمضان، 2020) <sup>(184)</sup> أن أعمال حق الوصول إلى المعلومة أمام المواطنين والصحفيين يظل أنجح حل لمحاربة

الأخبار الزائفة ويعمل على إضفاء الشفافية على ممارسات أجهزة الدولة وإبراز الجهود التي تقوم بها في إدارة الأزمات.

وعن آليات مواجهة الأخبار الكاذبة لأجل تحقيق الشفافية، أكدت دراسة (إنجي لطفي، 2020)<sup>(185)</sup> أن أهم آليات مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لرؤية القائمون بالاتصال في المؤسسات الصحفية تمثلت في توقيع العقوبات القانونية، والشفافية في توفير المعلومات وإصدار قانون تداول المعلومات، كما أثبتت دراسة (Temitayo Shenkoya، 2023)<sup>(186)</sup> أن التحول الرقمي – الذي جلبته الثورة الصناعية الرابعة – هو حل مثبث لتحسين الشفافية والمساءلة في الحكم. ومع ذلك، فإن البنية التحتية التكنولوجية الحالية في نيجيريا ضعيفة للغاية لدعم هذا الابتكار. البنى التحتية الرئيسية مثل الإنترنت عالي السرعة، ونظام تخزين بيانات موحد، والتواصل بين المنظمات الحكومية نادراً ما توجد، وفي ذات السياق، أكدت دراسة (Bhaskaran H. et al., 2019)<sup>(187)</sup> على أهمية استخدام أدوات البحث الإلكترونية التي تقدمها شبكة الإنترنت للتحقق من مصدر المعلومة ومصداقيتها والتي لها أثرها في تحقيق الشفافية.

بخصوص مناقشة أبرز الأفكار التي تناولتها الدراسات السابقة المرتبطة بقياس الشفافية الرقمية السياسية فقد جاء ما يلي:

**الشفافية الرقمية وأثرها على الوعي السياسي،** حيث تعتبر الشفافية الرقمية أحد المفاهيم المحورية في تعزيز المساءلة والرقابة من قبل المواطنين ووسائل الإعلام. تشير دراسة (سوزان يوسف أبو الفضل ومحمد النصر حسن، 2023) إلى أن المؤسسات الإعلامية تسعى لتحقيق أهداف مثل تنمية الوعي السياسي بين طلبة الجامعات، ولكن تواجه معوقات تؤثر على فعالية هذه المراكز، مثل انخفاض مستوى الوعي السياسي مما يؤدي إلى تراجع المشاركة الانتخابية، كما أكدت دراسة (شهد عامر كزار حبيب، 2021) على دور الإعلام في تشكيل الوعي السياسي، حيث يعتبر الإعلام من المصادر الأساسية لتشكيل الاتجاهات السياسية وتعزيز الثقافة السياسية للمواطنين.

**تأثير وسائل الإعلام على الثقافة السياسية،** كشفت نتائج التحليل الإحصائي لدراسة (دعاء الغوايبي، 2023)<sup>(188)</sup> أن هناك ارتفاعاً إلى حد ما في الوزن النسبي لمقياس مستوى الثقافة السياسية لدى العينة الدراسة وجاءت قيمته (64.90)، حيث كشفت دراسة فاتح سليمان وشعيب كرميش (2021) عن تأثير ملحوظ لوسائل الإعلام على الثقافة السياسية واتجاهات الطلبة، حيث يعتقد الطلاب أن وسائل الإعلام تلعب دوراً في تشكيل آرائهم السياسية. كما أظهرت دراسة مالك شعباتي (2018) وجود علاقة قوية بين متابعة وسائل الإعلام ومستوى الوعي السياسي، مما يعكس أهمية الإعلام في تحسين الوعي السياسي لدى المواطنين.

**الشفافية الرقمية وكفاءة التطبيقات،** حيث تشير دراسة Ricardo Matheus et al. (2023) إلى أن الشفافية الرقمية ليست العامل الوحيد الذي يؤثر على مدى فائدة التطبيقات الرقمية، بل إن كفاءة التطبيقات ووظائفها المدركة تلعب دوراً حاسماً بينما يمكن أن توفر البوابات التي تتيح الوصول إلى البيانات الخام مستويات عالية من الشفافية، فإنها تتطلب وقتاً

وجهدًا لتحليلها، مما يجعل التطبيقات ذات المشاهد المحددة مسبقًا ضرورية لتحقيق فعالية أكبر في تقديم المعلومات.

**الديمقراطية الرقمية والتحديات**، حيث تناولت دراسة (Dirk Helbing et al. 2023) تأثير الثورة التكنولوجية على "الديمقراطية الرقمية"، مؤكدة أن التقنيات الرقمية قد تعزز المشاركة المدنية وتحسين الشفافية، ولكنها تحتاج إلى أن تُستخدم بشكل عادل وشامل لتجنب تعزيز الفجوات القائمة في القوة كما أكدت دراسة بوعمامة العربي (2023) على أهمية الوسائط الرقمية في تقليص المسافات وتعزيز الممارسة الديمقراطية، مثل الشفافية والمشاركة في صنع القرار.

**الأخبار الزائفة وتأثيرها على الشفافية**، حيث تسلط دراسات مثل دراسة (نصر الدين عبد القادر، 2019) و(أحمد محمود، 2019) و(سالي بكر، 2018) الضوء على تأثير الأخبار الزائفة على الشفافية، وتشير هذه الدراسات إلى أن الأخبار الزائفة تضر بالوعي الاجتماعي وتؤدي إلى تشويه الحقائق، مما يؤثر على الشفافية ويعزز الفجوات في المعلومات. كما أكدت دراسة (عبد المجيد رمضان، 2020) على أن حق الوصول إلى المعلومات يظل الحل الأمثل لمكافحة الأخبار الزائفة وتعزيز الشفافية في إدارة الأزمات.

**آليات مواجهة الأخبار الزائفة**، حيث استعرضت دراسة (إنجي لطفي، 2020) آليات مواجهة الأخبار الزائفة، مشيرة إلى أهمية توقيع العقوبات القانونية، والشفافية في توفير المعلومات، وإصدار قوانين تداول المعلومات، وأكدت دراسة (Temitayo Shenkoya 2023) على أن التحول الرقمي يمكن أن يحسن الشفافية والمساءلة في الحكم، ولكن يشترط وجود بنية تحتية تكنولوجية قوية لدعم هذا التحول. كذلك، أظهرت دراسة (Bhaskaran H. et al. 2019) أهمية استخدام أدوات البحث الإلكترونية للتحقق من مصادر المعلومات وتعزيز الشفافية.

ويمكن طرح رؤية مستقبلية حول استخلاص متغيرات رئيسية لقياس الشفافية الرقمية السياسة كما يلي:

#### أولاً: المتغيرات المستقلة:

#### **الشفافية الرقمية والتي يتم قياسها من المتغيرات التالية:**

- 1- **مستوى الشفافية الرقمية من خلال الوقوف على مدى توفير المعلومات عبر الإنترنت من قبل الحكومات والمؤسسات، بما في ذلك مدى تفصيل البيانات والوثائق المتاحة للجمهور.**
- 2- **كفاءة التطبيقات الرقمية بالوقوف على قدرة التطبيقات والمنصات الرقمية على تقديم معلومات واضحة ومفيدة للمستخدمين، ومدى سهولة الوصول إليها.**
- 3- **فتح البيانات الخام من خلال تحليل مدى توافر البيانات الخام من خلال البوابات الإلكترونية ومدى إمكانية تحليلها من قبل الجمهور.**

## الإعلام الجديد:

1- تأثير وسائل الإعلام على الوعي السياسي من خلال الوقوف على دور وسائل الإعلام في تشكيل وتعزيز الوعي السياسي لدى الأفراد، ودرجة تأثيرها في تشكيل الاتجاهات السياسية.

2- مصداقية وسائل الإعلام من خلال تحديد مدى ثقة الجمهور في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ومدى استقلاليتها وموضوعيتها.

## ثانياً: المتغيرات التابعة:

الوعي السياسي وذلك من خلال تحديد درجة إدراك الأفراد للمعلومات السياسية والقدرة على فهم وتحليل القضايا السياسية بناءً على المعلومات المتاحة عبر الإعلام الرقمي.

## المشاركة السياسية من خلال تحديد:

1- مستوى المشاركة الانتخابية بالوقوف على نسبة المشاركة في الانتخابات والفعاليات السياسية بناءً على الوعي والشفافية المقدمة من الإعلام الرقمي.

2- الانخراط في العملية السياسية من خلال الوقوف على مدى مشاركة الأفراد في النقاشات السياسية والمشاركة في صنع القرار بناءً على المعلومات الرقمية.

## الثقة في المؤسسات وذلك من خلال:

1- ثقة المواطنين في المؤسسات الحكومية وذلك من خلال تحديد اعتقاد المواطنين في نزاهة وشفافية المؤسسات الحكومية بناءً على المعلومات المتاحة عبر الإعلام الرقمي.

2- الثقة في وسائل الإعلام من خلال تحديد مدى إيمان الأفراد بمصداقية وموضوعية وسائل الإعلام وتأثير ذلك على مستوى الشفافية السياسي.

## تأثير الأخبار الزائفة:

1- تأثير الأخبار الزائفة على الوعي من خلال الوقوف على كيف تؤثر الأخبار الزائفة على إدراك الأفراد للحقائق السياسية ومدى تأثيرها على الشفافية.

2- استجابة الأفراد للأخبار الزائفة من خلال الوقوف على كيف يتعامل الأفراد مع الأخبار الزائفة وكيفية تأثير ذلك على سلوكهم السياسي ومعرفتهم.

خامساً: التضييل الرقمي السياسي: انتشار المعلومات المضللة أو الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمية أصبح جزءاً من الأدوات السياسية الحديثة حيث أن الأحزاب والجماعات السياسية تستخدم هذه الأدوات لتشكيل التصورات العامة والتأثير على الانتخابات والسياسات وقد سبق إبراز أهمية المعلومة السليمة في تحقيق الشفافية التي لها أثرها على تحقيق الوعي السياسي السليم.



اهتمت دراسات سابقة بالبحث حول ماهية الأخبار الزائفة التي يتم تلقيها عبر وسائل الإعلام وتطبيقاتها، فاهتمت دراسة (ممدوح عبد الله، 2020)<sup>(189)</sup> برصد واستكشاف الاتجاهات البحثية حول ظاهرة الأخبار الزائفة خلال العام 2016م حتي العام 2020م، من مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم، وتوصلت الدراسة إلى أن ظاهرة الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد علي بروزها كانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م، كما أكدت أن الدول والحكومات تتجه نحو تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ علي الأمن السيبراني للمجتمعات من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، وفي هذا السياق أشارت دراسة (إلهام يونس، 2023)<sup>(190)</sup> إلى ارتفاع متوسط التفاعل على الفيديوهات الزائفة عن الفيديوهات الحقيقية بمعدل كبير، ويرجع ذلك إلى غموض الفيديو المزيف، فعندما يجد الجمهور رسالة إعلامية غامضة وملتبسة يصعب عليه فهمها في سياقها، لذا يلجأ إلى زيادة عدد المشاركات والتعليقات، حيث يجد نفسه بحاجة لمزيد من الاشارات والبيانات لتفسيرها بشكل صحيح، وتوضح دراسة (ريهام محمود، 2020)<sup>(191)</sup> أن أهم الأساليب المستخدمة بالأخبار الزائفة للتأثير على الرأي العام عبر مواقع التواصل هي أساليب التخويف واستغلال العاطفة وأسلوب الاستفزاز وأخيراً أسلوب التشويق، وفي السياق ذاته أشارت دراسة (إلهام يونس، 2019)<sup>(192)</sup> إلى أن أهم آليات التحيز تمثلت في الانحياز بالحذف الاختياري؛ بأن يعتمد الإعلامي حذف أو تغييب الحقائق التي تؤيد وجهات نظر معينة، أو الانحياز في اختيار القصص بأن يتم تجاهل قصص إخبارية معينة لا تخدم مخططهم، وأخيراً الانحياز بتشويه الحقائق سواء أكان بالحذف أو التزييف، في السياق ذاته ركزت دراسة تومي بوزنون (Tomi Posenon, 2018)<sup>(193)</sup> بالبحث حول تأثير الأخبار الزائفة على ثقة المستهلك في الشبكات الاجتماعية، وتوصلت إلى ضعف عام في ثقة المستخدمين للمنصات الإعلامية عبر شبكة الإنترنت نتيجة التعرض للأخبار الزائفة.

كما اهتمت العديد من الدراسات والبحوث السابقة بالبحث حول مخاطر الأخبار الزائفة ودورها في زعزعة استقرار المجتمع سياسياً واجتماعياً واقتصادياً، وفي هذا الإطار أكدت دراسة (ممدوح السيد، 2017)<sup>(194)</sup> إلى أن الشائعات تؤدي إلى إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع، بينما توصلت دراسة (أسماء الجبوشي وسحر مؤمن، 2016)<sup>(195)</sup> إلى خطورة الشائعات في الإقناع بأفكار التنظيمات الإرهابية والترويج لها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أشارت دراسة (محمد بن عائض، 2019)<sup>(196)</sup> إلى تعدد الأغراض من الشائعات ما بين تأجيج المجتمع ضد الدولة وتأجيج العاطفة الدينية وزعزعة الأمن، كما أكدت دراسة (سهير صالح، 2019)<sup>(197)</sup> على زيادة معدلات القلق السياسي لدى الشباب هو نتيجة ما يتعرضون له من أخبار كاذبة ومعلومات غير صحيحة ومواد مفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، فهي تصنع واقع كاذب يتفاعل معه الشباب ويعتبرونه واقع، خاصة مع انتشار الأخبار السلبية التي تؤدي إلى نشر القلق والخوف والتوتر بين المستخدمين للإنترنت، وخاصة فئة الشباب التي تقضي ساعات طويلة في الاستخدام لمواقع التواصل وتستقي معلوماتها منها.

وفي السياق ذاته توصلت دراسة (جيهان أشرف، 2020)<sup>(198)</sup> أن زعزعة الأمن القومي وإحداث بلبلة وهز الثقة بالمجتمع والتهويل كانوا أهم أهداف انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت دراسة (S. Ogochukwu Nnabuife Yosra Jarrar, )<sup>(199)</sup> أن الأخبار المزيفة تهدد وحدة نيجيريا، وأن أولئك الذين ينشرون أخبارًا مزيفة على الإنترنت أو يقرؤونها أو يشاركونها ويفعلون ذلك بشكل مقصود، يمكن أن يكون لديهم دوافع دينية أو سياسية أو اقتصادية.

كما اتجهت عدد من الدراسات السابقة لاستكشاف آليات مكافحة الأخبار الزائفة عبر تطبيقات الهواتف الذكية، حيث تشير دراسة (على حمودة، 2021)<sup>(200)</sup> أن توعية مستخدمي المواقع بخطورة المعلومات المغلوطة وتشجيعهم على التعاون مع الأجهزة الأمنية من أهم المقترحات للحد من انتشار الأخبار الزائفة ومواجهتها، كما أشارت دراسة (مها السيد، 2019)<sup>(201)</sup> إلى أن مواجهة الأخبار الزائفة تعتمد على وجود منظومة متكاملة تتكون من الدولة والشركات التي تقوم بإدارة مواقع الإنترنت، والمستخدمين الذين تتعدد أدوارهم النشطة في الكشف والإبلاغ عن الأخبار الزائفة، واتفق المبحوثين على وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريها، في هذا الإطار أكدت دراسة (راللا أحمد، 2020)<sup>(202)</sup> على ضرورة تكاتف دور المؤسسات الإعلامية والتربوية والدينية من أجل وقف هذا الخطر الذي يلاحق البلاد بفعل انتشار الأخبار الزائفة والاضرار الحتمية التي تسببها تلك الأخبار وهو ما يمثل خطرًا على الأمن القومي المصري، كما أشارت دراسة (إيدير غنيات ومحمد الأمين، 2021)<sup>(203)</sup> إلى أن أفضل طريقة لمنع الأخبار والرسائل الكاذبة هي توجيه الناس كيفية تمييزها وحثهم على عدم نشر معلومات لم تفحص صحتها، كما أشارت دراسة (صولي ميلود، 2022)<sup>(204)</sup> أن محاربة الأخبار الزائفة يفرض على مستخدمي منصات الميديا الاجتماعية، إدراك حقيقة أن الأخبار الملفقة تنتشر بسرعة البرق عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يفرض على مستخدمي الشبكات الاجتماعية الرقمية توخي الحذر المضاعف عند رغبتهم في نشر أي أخبار تثار حولها الكثير من الجدل وتفادي السقوط في فخ الحصول على حزم التعليقات وعلامات الإعجاب.

وقد ارتبط بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ظاهرة الأخبار الزائفة، حيث توصلت دراسة (يسرا حسني عبد الخالق، 2021)<sup>(205)</sup> أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠ م) هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة تتمثل في: التطور التكنولوجي، والجمهور، والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي، وبالنسبة للتطور التكنولوجي أكد الخبراء عينة الدراسة على أن التطورات التكنولوجية المتمثلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ووجود كميات ضخمة من المعلومات، واستخدام الحسابات الروبوتية، كلها تمثل تحديات صعبة لاكتشاف الأخبار المزيفة، كذلك أكد الخبراء عينة الدراسة فيما يتعلق بالقائم بالاتصال على ضرورة اعتماد المؤسسات الإعلامية على برامج تدريبية متطورة تمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة، لاسيما مع تطور تقنيات التلاعب بالصور، والفيديو، والتزييف العميق، كما توصلت دراسة (ممدوح عبد الله مكاوي، 2020)<sup>(206)</sup> إلى اتجاه الدول والحكومات نحو

تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ على الأمن السيبراني للمجتمعات عبر برامج وحوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، كما توصلت دراسة Jeannette Paschen (2020م)<sup>207</sup> بخصوص محتوى الأخبار المزيفة والحقيقية في ضوء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي للكميات الهائلة من البيانات غير المنظمة، إلى أن معيار التفرقة بين الأخبار يرتكز على العناوين للتمييز بين الأخبار المزيفة والحقيقية، وأن عناوين الأخبار المزيفة أكثر سلبية من عناوين الأخبار الحقيقية وترتكز على عرض عواطف سلبية بشكل مركز مثل الأشمزاز والغضب، ولا تركز على العواطف الإيجابية، أي أن معيار التحليل هنا الوقوف على الجانب العاطفي في النص المنشور كما أضافت دراسة Waled Alli&Mohamed Hassoun (2019)<sup>208</sup> أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي في ظل قدرتها على التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة وبشكل رئيسي في مكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقاً لسياسة التحرير، وتخصيص المحتوى.

بخصوص مناقشة أبرز الأفكار التي تناولتها الدراسات السابقة المرتبطة بقياس التضليل الرقمي السياسي فقد جاء ما يلي:

**أثر الأخبار الزائفة على الشفافية السياسية،** حيث تشير الدراسات إلى أن الأخبار الزائفة أصبحت أداة مؤثرة في السياسة، حيث تستخدمها الأحزاب والجماعات السياسية لتشكيل التصورات العامة والتأثير على الانتخابات والسياسات حيث تسلط دراسة (ممدوح عبد الله، 2020) الضوء على أن هذه الظاهرة تزايدت بشكل ملحوظ بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016، مع استخدام الحكومات لجيوش إلكترونية للحفاظ على الأمن السيبراني عبر برامج الذكاء الاصطناعي لمكافحة الأخبار الزائفة.

**التفاعل مع المعلومات المضللة،** حيث أظهرت دراسة (إلهام يونس، 2023) أن الفيديوهات الزائفة تحقق تفاعلاً أكبر من الفيديوهات الحقيقية، نظراً لغموضها. فقد أشار الجمهور إلى أن الرسائل الإعلامية الغامضة تثير اهتماماً أكبر وتدفعهم للمشاركة والتعليق بشكل مكثف بحثاً عن تفسير بينما دراسة (ريهام محمود، 2020) أفادت بأن الأخبار الزائفة تستخدم أساليب مثل التخويف والاستفزاز لتهييج الرأي العام.

**استراتيجيات الأخبار الزائفة،** حيث تناولت دراسة (إلهام يونس، 2019) آليات التحيز في الإعلام، مثل الحذف الاختياري والتلاعب بالحقائق لتوجيه الرأي العام وفقاً لأجندات محددة، وقد أكد (تومي بوزنون، 2018) أن الأخبار الزائفة تضعف ثقة المستخدمين في الشبكات الاجتماعية، مما يعكس أزمة في مصداقية المنصات الإعلامية.

**تأثير الأخبار الزائفة على الاستقرار الاجتماعي والسياسي،** حيث توضح الدراسات مثل دراسة (ممدوح السيد، 2017) و(أسماء الجيوشي وسحر مؤمن، 2016) أن الشائعات والأخبار الزائفة تؤدي إلى زيادة العنف والصراع السياسي، كما تساهم في تعزيز أفكار التنظيمات الإرهابية كما تبين دراسة (سهير صالح، 2019) أن الأخبار الكاذبة تؤدي إلى زيادة

القلق السياسي بين الشباب، مشيرة إلى أن هذه الأخبار تخلق واقعاً زائفاً يتفاعل معه الشباب بشكل سلبي.

**جهود مكافحة الأخبار الزائفة**، حيث تناولت الدراسات مثل دراسة (على حمودة، 2021) و(مها السيد، 2019) طرقاً لمكافحة الأخبار الزائفة عبر توعية المستخدمين وتعاونهم مع الأجهزة الأمنية، ودعت دراسة (راللا أحمد، 2020) إلى تكاتف المؤسسات الإعلامية والتربوية لمواجهة هذا الخطر، كما أظهرت دراسة (إيدير غنيات ومحمد الأمين، 2021) أهمية توجيه الناس لكيفية تمييز الأخبار الزائفة وعدم نشر معلومات لم يتم التحقق منها.

**تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي**، حيث أشارت دراسة (يسرا حسني عبد الخالق، 2021) إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً مزدوجاً في هذا السياق، حيث تسهم في انتشار الأخبار الزائفة بينما توفر أيضاً أدوات لمكافحةها، وتؤكد دراسة (ممدوح عبد الله مكاوي، 2020) على أن الدول والحكومات تستخدم الذكاء الاصطناعي لمواجهة هذه الظاهرة، بينما دراسة (Paschen Jeannette 2020) تبرز أن العناوين السلبية في الأخبار المزيفة يمكن تمييزها باستخدام الذكاء الاصطناعي.

ويمكن طرح رؤية مستقبلية حول استخلاص متغيرات رئيسية لقياس التضليل الرقمي السياسي كما يلي:

#### أولاً: المتغيرات المستقلة:

- 1- انتشار الأخبار الزائفة: حيث يتضمن الوقوف على مدى انتشار المعلومات المضللة والأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية، ويتم قياسه من خلال تحديد نسبة الأخبار المزيفة مقارنة بالأخبار الحقيقية على وسائل الإعلام الرقمية، عدد الحسابات التي تنشر أخباراً زائفة.
- 2- أساليب التأثير عبر الأخبار الزائفة، حيث التعرف على الأساليب المستخدمة في الأخبار الزائفة للتأثير على الرأي العام والتي تمثلت في أساليب التخويف، الاستفزاز، استخدام العواطف السلبية، التلاعب بالحقائق.
- 3- تفاعل الجمهور مع الأخبار الزائفة، والتي تعني الوقوف على مدى تفاعل الجمهور مع الأخبار الزائفة من حيث عدد المشاركات والتعليقات على الأخبار الزائفة مقارنة بالأخبار الحقيقية.
- 4- تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث بناء عبارات ترتبط بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في اكتشاف ومكافحة الأخبار الزائفة وتحديد استخدام الخوارزميات للكشف عن الأخبار الزائفة، تقنيات التحقق من الحقائق.
- 5- التشريعات والسياسات الحكومية، حيث الوقوف على الوعي بالقوانين والسياسات التي تعتمد عليها الحكومات لمكافحة الأخبار الزائفة مثل تشريعات مكافحة الأخبار الزائفة، برامج التوعية والتدريب، سياسات النشر.

## ثانياً: المتغيرات التابعة:

- 1- ثقة الجمهور في المعلومات الرقمية حيث الوقوف على مستوى الثقة الذي يضعه الجمهور في المعلومات التي يتلقاها عبر المنصات الرقمية وخاصة بعد تعرض الجمهور للأخبار الزائفة.
- 2- التأثير على الوعي السياسي، حيث الوقوف على تحديد مدى تأثير الأخبار الزائفة على الوعي السياسي للمواطنين مثل تغيرات في الآراء السياسية والمواقف تجاه قضايا معينة نتيجة للأخبار الزائفة.
- 3- تأثير على الاستقرار الاجتماعي والسياسي، حيث تحديد مدى تأثير الأخبار الزائفة على الاستقرار الاجتماعي والسياسي في المجتمع، مثل زيادة في النزاعات السياسية، تأجيج العنف الاجتماعي، زعزعة الأمن القومي.
- 4- مستوى القلق السياسي، تحديد مدى زيادة القلق السياسي لدى الأفراد نتيجة للتعرض للأخبار الزائفة، ونسبته بسبب الأخبار الزائفة.

## مناقشة نتائج الدراسات السابقة في ضوء الإجابة على تساؤلات الدراسة:

### أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها دراسات التي تناولت الإعلام السياسي:

تُعدّ الدراسات التي تناولت الإعلام السياسي غنية بالتوجهات والقضايا التي تعكس تفاعل الإعلام مع المشهد السياسي على المستويين المحلي والدولي، وقد ركزت هذه الدراسات على عدة قضايا رئيسية وفرعية يمكن تقسيمها كالآتي:

**العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية،** تناولت الدراسات العلاقة بين وسائل الإعلام ومؤسسات السلطة، بما في ذلك التأثير المتبادل بين الإعلام والسياسة كما ركزت على دور الإعلام في تشكيل الرأي العام حول القرارات السياسية، وكيف يمكن للإعلام أن يصبح أداة في يد الحكومات للترويج لسياساتها أو كوسيلة ضغط من قبل المعارضة لإبراز القضايا السياسية الجدية، كما تطرقت إلى موضوع استقلالية الإعلام ودور الإعلام الحزبي في تعزيز الولاءات السياسية.

**الإعلام وتأثيره على الانتخابات،** سلطت العديد من الدراسات الضوء على الدور الذي يلعبه الإعلام في الحملات الانتخابية، بدءاً من تغطية مرشحي الانتخابات وحتى التأثير على توجهات الناخبين، وتشمل هذه الدراسات دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، في التأثير على قرارات الناخبين، وتوجيه النقاش العام حول القضايا الرئيسية للانتخابات. إضافة إلى ذلك، درست بعض الأبحاث كيفية استخدام الحملات الإعلانية السياسية على منصات الإعلام وتأثيرها على عملية التصويت.

**دور الإعلام في الأزمات السياسية،** ناقشت الأبحاث دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات السياسية، سواء في إطار تعزيز الاستقرار أو إذكاء الصراعات كما تطرقت هذه الدراسات إلى تغطية وسائل الإعلام للحروب والأزمات الدبلوماسية، وكيف يمكن للإعلام أن يسهم في توجيه

الرأي العام المحلي والدولي نحو فهم معين للأحداث، كما تناولت الدراسات كيفية توجيه الإعلام للمشاعر الوطنية أو الدينية في حالات التوتر السياسي.

**الإعلام وبناء الصورة السياسية،** اهتمت الدراسات بدور الإعلام في بناء صورة السياسيين والأحزاب أمام الرأي العام، وركزت على كيفية استخدام السياسيين للإعلام لتعزيز صورتهم أو لتخفيف الأضرار الناتجة عن الفضائح أو الانتقادات، كما تناولت الأبحاث تأثير الأطر الإعلامية على إدراك الجماهير للقادة السياسيين، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، وتباين هذا التأثير بناءً على نوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

**الإعلام كمنبر للنقاش السياسي،** تطرقت الدراسات إلى دور الإعلام كمنصة لطرح النقاشات السياسية المفتوحة. ركزت على برامج الحوار السياسي والندوات الإعلامية التي تُناقش القضايا الوطنية والدولية، ودور تلك البرامج في تعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور. كما تطرقت بعض الدراسات إلى دور الإعلام في طرح القضايا الخلافية مثل حقوق الإنسان، الحريات السياسية، وقضايا الفساد، وتوجيه النقاش العام حولها، كما أبرزت دراسة (سهير سيف الدين، 2020) أبرزت أن الإعلام الرقمي أصبح المصدر الرئيسي للمراهقين للحصول على المعلومات السياسية مقارنة بالتلفزيون، وهذا التحول يشير إلى تغييرات جذرية في كيفية استهلاك الجيل الجديد للمعلومات السياسية، مما يفرض على الحكومات والمؤسسات التقليدية إعادة النظر في كيفية تواصلها مع هذه الفئة.

**تأثير الإعلام السياسي في الأنظمة الديمقراطية والسلطوية،** تناولت الدراسات أيضًا الفروقات بين تأثير الإعلام في الأنظمة الديمقراطية والأنظمة السلطوية، وركزت على كيفية استخدام الإعلام للترويج للديمقراطية في بعض الدول أو لتعزيز الهيمنة السياسية في الأنظمة السلطوية، وقد ركزت بعض الأبحاث على مفهوم الرقابة الإعلامية في هذه الأنظمة، وكيفية تجاوز الإعلاميين لها أو التعاون معها.

**ركزت الدراسات على توضيح الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز النقاش حول القضايا السياسية،** وكيف تؤثر هذه الوسائل على الوعي والمشاركة السياسية لمستخدميها، وفي دراسة (Menna Elhosary 2024)، أظهرت النتائج أن المستخدمين العرب يميلون إلى التحقق من الأخبار المتعلقة بحرب غزة 2023 بما يتماشى مع تحيزاتهم التأكيديّة، مما يعزز أهمية مهارات الإعلام في تحقيق دقة التحقق من الأخبار، بينما وجدت دراسة (Zaiter et al. 2023) أن العلامات التجارية السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز الفعالية السياسية ورفع الوعي السياسي للمواطنين اللبنانيين، مما يزيد من مشاركتهم الانتخابية، وأشارت دراسة (عبد اللطيف بن ديبان، 2023) إلى أن تويتر يعتبر وسيلة هامة لصناعة الرأي العام في السعودية، حيث يتابع المستخدمون السعوديون بشكل خاص القضايا المحلية والأخبار العامة، ويدركون تأثير قادة الرأي في تشكيل توجهاتهم. أما في الجزائر، وتوصلت دراسة (مساس وصلاح، 2022) إلى أن الفيسبوك يلعب دورًا محوريًا في تعزيز الوعي السياسي لدى الطلاب الجامعيين، كما أظهرت دراسة (عبد اللطيف بن ديبان، 2023) أهمية قادة الرأي في التأثير على الرأي العام السعودي عبر

تويتز، مع التركيز على القضايا المحلية. هذه الدراسة تؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت المنصة الرئيسية لصنع الرأي العام، وليس فقط للمتابعة بل أيضًا للتأثير المباشر.

ومع ذلك، تم التأكيد على أن هذه الوسائل قد تسهم في انتشار الشائعات، وهنا تبرز أهمية الرقابة المعتدلة لضمان الحفاظ على جودة المحتوى الذي يتم تداوله، كما أظهرت كل من دراسات مثل (آية مساس وصلاح، 2022) و(حميدة بورياله وعيشة رواق، 2022) أن الشباب الجامعي يتفاعل بشكل كبير مع المواضيع السياسية عبر منصات التواصل، خاصة الفيسبوك. هذه المنصات وفرت لهم فرصًا للتعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات السياسية بشكل أكثر فعالية، لكن السؤال الذي يطرح نفسه هنا هو مدى تأثير هذا الوعي على الفعل السياسي الفعلي، وهل تسهم هذه المنصات في دفع الشباب نحو الانخراط السياسي أم تبقى حدود تأثيرها على التفاعل الافتراضي، وسلطت دراسة (لامية طالة، 2022) الضوء على أن الوعي السياسي الناتج عن وسائل التواصل قد يكون مرحليًا ويعتمد بشكل كبير على التوجهات السياسية السائدة التي تفرضها الأنظمة الحاكمة، وهذا يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست دائمًا مستقلة، بل قد تكون موجهة من قبل جهات معينة للتأثير على الرأي العام بما يخدم أجندات سياسية محددة.

**الوعي السياسي والمشاركة الانتخابية،** حيث تناولت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على فعالية العلامات التجارية السياسية، ووجدت أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل والمشاركة السياسية، وهذا يوضح أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست فقط وسيلة لنشر الوعي، ولكنها تلعب دورًا فعالًا في تحفيز الناخبين للمشاركة في الانتخابات كما يمكن القول أن هذه الوسائل أصبحت أدوات مؤثرة في الحملات الانتخابية والسياسية، مما يعزز من تفاعل المواطنين مع العملية الديمقراطية. وفي إطار دول أخرى، ركزت دراسة (Isleem et al. 2022) على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي السياسي في مصر، حيث أظهرت أن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز المعرفة السياسية والواجبات المدنية، لكنها كشفت أيضًا عن ضعف تأثير المؤسسات السياسية التقليدية في التواصل مع المواطنين.

**تأثير التحقق من الأخبار وانحيازات المستخدمين،** سلطت دراسة (Menna. 2024) Elhosary الضوء على كيفية تعامل المستخدمين العرب مع الأخبار المتعلقة بحرب غزة، حيث وجدت أن المشاركين كانوا يميلون لتأكيد تحيزاتهم عند تقييم مصداقية الأخبار، ويبرز هذا دورًا هامًا لوسائل التواصل الاجتماعي في ترويج "الفقاعات الفكرية"، حيث يميل المستخدمون إلى متابعة وتأكيد الأفكار التي تتفق مع معتقداتهم، مما يقلل من التفاعل مع الأخبار المتنوعة أو المعارضة، وهذه النتائج تعزز أهمية تعزيز مهارات التحقق من الأخبار لدى المستخدمين لمواجهة انتشار المعلومات المضللة.

**وعن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل القيم الاجتماعية،** في السنوات الأخيرة، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة أساسية في تشكيل القيم السياسية والاجتماعية وتعزيز المشاركة السياسية في مختلف المناطق، وتقدم الدراسات السابقة رؤى متعددة حول تأثير هذه المنصات، وتكشف عن كيفية استخدام تقنيات حديثة واستراتيجيات متنوعة لتحقيق أهداف سياسية واجتماعية، وقد أثارت دراسة (محمد، 2023) تناولت تفاعل المستخدمين على

تويتز فيما يتعلق بالاتفاق السعودي الإيراني، مُبيّنة أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل تحليل المشاعر في فهم الرأي العام بشكل أعمق، وأظهرت الدراسة كيف يمكن لتقنيات التحليل المتقدمة أن توفر رؤى دقيقة حول مشاعر المستخدمين واتجاهاتهم بشأن القضايا السياسية الكبرى. في نفس السياق، توضح دراسة (بسنت حمزة، 2020) تأثير فيسبوك في تشكيل توجهات الرأي العام المصري حول قضية جزيرتي تيران وصنافير كما أشارت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من المشاركين يقضون وقتاً طويلاً على فيسبوك لمتابعة هذه القضية، مما يعكس دور المنصة في تشكيل الوعي السياسي وتعزيز النقاشات حول القضايا الوطنية.

**استراتيجيات الإقناع والتأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي**، تناولت دراسة (علي، 2021) أساليب الإقناع المستخدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضية التطبيع مع إسرائيل، وسلطت الدراسة الضوء على الاستراتيجيات المختلفة التي تبنتها صفحات مثل "سكاي نيوز" لإقناع الجمهور بأهمية التطبيع، مما يعكس كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تلعب دوراً في تشكيل الرأي العام وتعزيز الرسائل السياسية.

**الحراك السياسي وتعزيز المشاركة السياسية**، في دراسة (فوزية، 2018)، تم التركيز على تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، وأظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من الموظفات يستخدمن فيسبوك للاطلاع على القضايا السياسية والتعبير عن آرائهن، مما يعكس دور المنصات في تمكين المرأة وزيادة مشاركتها السياسية، كما تناولت دراسة (أمين، بن نوار، 2020) الحراك الجزائري، مشيرة إلى أساليب التحرير الصحفي الحديثة والتفاعل المباشر مع الجمهور من خلال البث المباشر، وتوضح الدراسة كيف يمكن للحراك السياسي أن يستفيد من التفاعل المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي والمشاركة السياسية، وركزت دراسة (مرام مناجرة، 2020) على دور فيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الأردن. أظهرت الدراسة أن الشباب يعتمدون بشكل ملحوظ على هذه المنصة للتفاعل مع القضايا السياسية، مما يعكس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل توجهات الشباب وتفاعلهم مع القضايا الوطنية، كما أكدت دراسة (عبدالرزاق، 2013) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في العراق، مشيرة إلى دور هذه المنصات في تشكيل الاتجاهات السياسية وتحفيز النقاشات حول القضايا المعاصرة.

أثبتت الدراسات الحديثة أن المواقع الإلكترونية تلعب دوراً حاسماً في تشكيل معارف الجمهور وتوجهاته، مع تباين التأثيرات حسب السياق والمجموعة المستهدفة، فبخصوص التحقق من الأخبار وتأثير التحيز التأكدي، توضح كل من دراسة (Menna Elhosary، 2024) (كيف أن التحيز التأكدي يؤثر بشكل كبير على كيفية تقييم الأفراد لمصداقية الأخبار التي يواجهونها على وسائل التواصل الاجتماعي، والمشاركين في الدراسة كانوا يميلون إلى التحقق من الأخبار التي تتوافق مع معتقداتهم السابقة، مما يشير إلى أن دوافع التحقق من الأخبار تؤثر بشكل كبير على الطريقة التي يتعامل بها الأفراد مع المعلومات المرسل، وهذه النتيجة تتوافق مع رؤية (Nicole Ellison، 2020) حول كيفية استخدام فيسبوك كمصدر للتعرف بين الأصدقاء المشابهين في خصائصهم، مما يعزز الانحياز التأكدي من خلال تقوية الروابط الاجتماعية بين الأفراد ذوي الرؤى المتشابهة.



أما عن تأثير الأخبار السلبية والتعصب، توفر دراسة (إسراء محمد إبراهيم قمبيحة، 2018) رؤى حول كيف أن تعرض الشباب الجامعي للأخبار السلبية عبر المواقع الإلكترونية يمكن أن يؤثر على اتجاهاتهم نحو العنف، مشيرة إلى تأثيرات سلبية أخرى مثل التعصب. في هذا السياق، تركز دراسة (Sulih Indra Dewia)، (Aakhirul Aminulloh، 2016) على كيف يمكن لوسائط الإعلام الاجتماعية أن تعزز التعصب وتؤدي إلى نشر الأفكار المتطرفة من خلال توفير منصة للنقاشات المتعصبة والجدلية، ويبرز هذا الارتباط بين الأخبار السلبية والتعصب أهمية استراتيجيات الإعلام في معالجة الأخبار بطرق تعزز من الفهم النقدي وتقلل من تأثيرات التعصب.

دور المواقع الإلكترونية في التوعية السياسية، على الرغم من التأثيرات السلبية المذكورة، فإن الدراسات تشير أيضاً إلى دور إيجابي للمواقع الإلكترونية في تعزيز الوعي السياسي، وتؤكد دراسة (ايمان السيد جمعه رمضان، 2016) على أن المواقع الإلكترونية تساهم في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب من خلال توفير معلومات سياسية متنوعة، وأشارت دراسة (سعدية فوزي محمود، 2016) إلى أن المواقع الإخبارية لها تأثير إيجابي على إدراك الشباب المصري للتحويلات السياسية، مما يعكس دورها في التنقيف السياسي وتعزيز الوعي الاجتماعي.

التحفيز على المشاركة الجماهيرية، تدعم دراسة (حاتم سليم العالونة، 2019) فكرة أن المواقع الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من النقاد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم بحرية، مما يبرز كيفية استعادة الأفراد من هذه المنصات لتفعيل مشاركتهم السياسية، وهذا التوجه يتماشى مع نتائج الدراسات السابقة التي تسلط الضوء على دور وسائل الإعلام الاجتماعية في تحفيز النقاشات السياسية والمشاركة الفعالة في القضايا الجماهيرية.

تسلط الدراسات الضوء على الدور الهام لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وسلوكيات الشباب. تشير دراسة (Ali Ben Said et al. 2020) إلى أن الفيسبوك هو من بين أكثر المواقع التي يفضلها الشباب الجامعي العماني لمتابعة القضايا السياسية، مما يعزز الوعي والمعرفة السياسية، في حين تسلط دراسة (Amani Jarrar & Mwafaq Abu Hammud، 2018) الضوء على كيف تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي للشباب الأردني، مع التأكيد على فروق إحصائية متعلقة بالجنس والمستوى الدراسي، وتشير دراسة (Olviia and Svitlana 2018) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على الرأي العام في أوكرانيا، حيث تساعد في نشر القضايا السياسية وتعزيز الوعي بين الشباب، وهذه الدراسات مجتمعة توضح كيف تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في تشكيل الوعي السياسي والتأثير على سلوكيات الشباب في مختلف البلدان.

#### أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها هذه الدراسات:

تستند الدراسات إلى مجموعة من الأطر النظرية لتحليل كيفية تأثير الإعلام على الجمهور. نظرية الإعلام والتأثير تُستخدم لدراسة كيف يؤثر الإعلام على تصورات الجمهور وسلوكهم السياسي، وتُعتمد هذه النظرية في دراسة Bodo Knoll و Hans Pitlik و Martin Rode (2023) لفحص تأثير حرية الإعلام على ثقة المواطنين في السياسيين، وتعتمد دراسة Eileen C. Teves (2023)

(2016) على هذه النظرية لتحليل كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على جمع ونقل الأخبار، ونسلط الضوء على كيفية تأثر الصحفيين بالتغيرات التي تحدث في بيئة الإعلام الرقمي.

**نظرية التعلم الاجتماعي** تركز على كيفية تعلم الأفراد من خلال مراقبة الآخرين، وتستخدم في دراسة (عقيلة مقروس، 2022) لتحليل تأثير البرامج الحوارية على وعي الطلاب.

**نظرية الإعلام الجديد:** تستند العديد من الدراسات إلى نظرية الإعلام الجديد التي تركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام الرقمية والتفاعلية على الجمهور. على سبيل المثال، دراسة (متعب مثل التمياط، 2016) تستخدم هذه النظرية لتحليل تأثير البرامج التلفزيونية التفاعلية على الوعي الاجتماعي لدى الطلاب الجامعيين كما توضح هذه النظرية كيف تتيح وسائل الإعلام الجديدة فرصاً جديدة للتفاعل والمشاركة.

**نظرية الأطر الإعلامية:** تستند بعض الدراسات إلى نظرية الأطر الإعلامية التي تركز على كيفية تقديم المعلومات وإطارها في وسائل الإعلام. على سبيل المثال، دراسة (علي فاخر، 2022) تستخدم نظرية الأطر لتحليل كيف يتم توظيف منصات التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية وكيف يؤثر ذلك على تلقي المعلومات كما تركز هذه النظرية على كيفية تشكيل الرسائل الإعلامية وتأثيرها على كيفية استيعاب الجمهور للمعلومات كما استخدمت دراسة (إيمان على مصطفى، 2020) هذه النظرية لتحليل كيفية تناول الإعلام لقضايا التعصب السياسي وتأثيره على الاستقرار المجتمعي.

تستند الدراسات إلى مجموعة من الأطر النظرية لفهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت دراسة (Rushdi Zaiter et al. 2023) نموذج العلامة التجارية السياسية لتحليل كيف يمكن للعلامات التجارية السياسية أن تعزز الوعي والمشاركة السياسية، وفي دراسة (عبد اللطيف بن ديبان، 2023)، تم استخدام نموذج انسياب المعلومات ونظرية دوامة الصمت لفحص تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام السعودي. أما دراسة (آية مساس وصلاح، 2022) فقد اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع لتحليل كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على الوعي السياسي للطلبة، بينما استخدمت دراسة (حميدة بورباله وعيشة رواس، 2022) نظرية البنائية الوظيفية لدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الوعي السياسي.

#### أهم المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي استخدمتها هذه الدراسات:

**المنهج الوصفي:** يستخدم المنهج الوصفي في العديد من الدراسات الإعلامية لتوصيف وتحليل الظواهر دون التدخل أو التأثير عليها حيث يهدف هذا المنهج إلى تقديم صورة واضحة عن كيفية استخدام الأدوات التفاعلية في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية، وتقييم تأثيرها على حرية التعبير ومشاركة الجمهور. على سبيل المثال، دراسات مثل دراسة (عمار طاهر محمد العامري وأحمد عبدالستار حسين الربيعي، 2018) استخدمت المنهج الوصفي لتقييم مدى فعالية الأدوات التفاعلية في تعزيز قدرة الأفراد على التعليق وإبداء الرأي حيث يوفر هذا المنهج بيانات وصفية عن الأنماط السائدة ويستخدم لقياس مدى تأثير هذه الأدوات على تفاعل الجمهور مع القضايا المختلفة.

**المنهج التحليلي:** يعتمد هذا المنهج على تحليل المحتوى والتفاعلات لفهم كيف يتم تقديم المعلومات وكيفية تأثيرها على الجمهور. على سبيل المثال، دراسة (أسيل خالد جاسم ، 2017) استخدمت المنهج التحليلي لدراسة مضامين البرامج التفاعلية على الفضائيات الدولية، وركزت على كيفية استخدام التفاعلية لتعزيز المضامين السياسية والأمنية كما يمكن للمنهج التحليلي أن يشمل تحليل النصوص والمحتويات لتحديد أنماط التفاعل وتقييم مدى تأثيرها على الجمهور.

**المنهج التجريبي:** في بعض الدراسات، يتم استخدام المنهج التجريبي لتقييم تأثير الأدوات التفاعلية من خلال إجراء تجارب ميدانية، وهذا المنهج يساعد في تحديد العلاقة السببية بين المتغيرات، مثل تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الوعي السياسي. مثال على ذلك هو دراسة (Prath ) (Simran Singh 2019) التي استخدمت المنهج التجريبي لرصد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صياغة السياسات العامة في الهند كما يتيح المنهج التجريبي للمحققين التحكم في المتغيرات وتقييم النتائج بدقة.

**وتتعدد الأدوات البحثية التي تم الاعتماد عليها في مناقشة النتائج كما يلي:**

**التحليل المضموني،** الذي يُستخدم لتحليل كيفية تقديم القضايا السياسية في البرامج التلفزيونية. على سبيل المثال، استخدمت دراسة (أمنية أحمد حامد جاد وحسن علي محمد ، 2023) هذا المنهج لفحص 38 حلقة من البرامج الساخرة على قنوات مختلفة. يعتمد التحليل المضموني على دراسة النصوص والمحتوى الإعلامي لتحديد الأساليب المستخدمة في تقديم الأخبار، وتحليل كيفية معالجة القضايا السياسية من جوانب أخلاقية ومهنية.

**الاستبانة** تعد الاستبانة أداة بحثية شائعة تستخدم لجمع البيانات الكمية من المشاركين. يتم استخدامها في الدراسات مثل دراسة (نبيل محمد فتحي ، 2021) لجمع معلومات حول تقييم الجمهور للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في نشر المعلومات الأمنية وكذلك توفر الاستبانة وسيلة منهجية لجمع ردود فعل المشاركين حول مواضيع معينة، مما يسمح بإجراء تحليل إحصائي للبيانات، واعتمدت دراسة (تيسير عبد الهادي علي ، 2015) على استبانة وزعت على 400 طالب وطالبة لتحليل دور القنوات الأردنية في تلبية احتياجات الطلاب السياسية وكذلك توفر الاستبانة رؤى حول كيفية استهلاك الجمهور للمحتوى السياسي وتأثيره على تشكيل القيم السياسية لديهم.

كما توظف الدراسات المختلفة منهجيات متنوعة لاستكشاف تأثير وسائل الإعلام على الوعي السياسي وسلوكيات الشباب. على سبيل المثال، استخدمت دراسة (Menna Elhosary 2024) منهج التجربة على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي العرب (N=452) لفحص دوافع التحقق من الأخبار حول حرب غزة 2023، مما ساعد في توضيح كيف تؤثر التحيزات التأكيدية على مصداقية الأخبار. في المقابل، اعتمدت دراسة (Rushdi Zaiter et al. 2023) على عينة عشوائية من 491 مواطن لبناني لدراسة تأثير العلامات التجارية السياسية على الوعي السياسي والمشاركة الانتخابية، مما أبرز العلاقة الإيجابية بين وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية.

أما **تحليل المحتوى** يستخدم تحليل المحتوى لفحص المواد الإعلامية، مثل البرامج التلفزيونية والمقالات الإخبارية، لتحديد الأنماط والمضامين. على سبيل المثال، دراسة (أسيل خالد جاسم، 2017) استخدمت تحليل المحتوى لدراسة كيفية تأثير المضامين السياسية والأمنية في البرامج التفاعلية على الجمهور كما يتضمن تحليل المحتوى مراجعة دقيقة للنصوص أو الوسائط لتحديد القضايا الرئيسية وتقييم كيفية تقديم المعلومات، كما يُعتمد بشكل كبير في الدراسات التي تركز على البرامج التحقيقية والتفاعلية. على سبيل المثال، استخدمت دراسة (سينيحات محمد عز الدين الداودي 2020) تحليل المحتوى لفحص برنامج "الخفي أكثر ضخامة" على قناة الجزيرة، لتحديد مدى تأثيره في تقديم المعلومات حول القضايا الأمنية والسياسية.

**المسح** هو منهج آخر يُستخدم لتحليل مدى تأثير الإعلام على تصورات الجمهور، ففي دراسة (Obodo-Knoll, Hans Pitlik, and Martin Rode, 2023) تم استخدام المسح الاجتماعي الأوروبي لتقييم تأثير حرية الإعلام على ثقة المواطنين في السياسيين ورضاهم عن الحكومات الوطنية.

تستخدم الدراسات مجموعة من الأدوات البحثية لجمع وتحليل البيانات يشمل **التحليل الكمي** جمع البيانات من خلال استبيانات وتحليل النتائج إحصائياً، ويُستخدم لفحص حجم التأثير والانتشار. على سبيل المثال، استخدمت دراسة (تيسير عبد الهادي علي، 2015) استبانة لجمع بيانات حول مشاهدة البرامج السياسية. من جهة أخرى، يُستخدم **التحليل النوعي** لتحليل محتوى البرامج التلفزيونية بشكل مفصل حيث استخدمت دراسة (أمنية أحمد حامد جاد وحسن علي محمد، 2023) هذا النوع من التحليل لفحص الأساليب الفنية والنقدية في البرامج الساخرة.

**المقابلات** تُستخدم المقابلات كأداة بحثية لجمع معلومات نوعية من الأفراد، مما يسمح بتعمق في فهم آرائهم وتجاربهم. وفي دراسات مثل دراسة (الحمزة حسن محمد، 2020)، يتم إجراء مقابلات مع المشاركين لفهم كيفية تأثير صفحات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي وتطوير العمل السياسي حيث توفر المقابلات رؤى متعمقة حول التجارب الفردية والآراء الشخصية. وبخصوص دراسة (إلهام صلاح عبد المولى، 2021) اعتمدت على المقابلات لفهم كيفية مواجهة القنوات المعادي، كما استخدمت دراسات أخرى مثل دراسة (عبد اللطيف بن ديبان، 2023) الاستبيانات لمشاركة 2463 فرداً لاستكشاف دور قادة الرأي في تشكيل الرأي العام السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وبالمثل، اعتمدت دراسة (آية مساس وصلاح، 2022) على عينة قسدية من 60 طالباً لقياس تأثير الفيسبوك على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين.

**تحليل الخطاب** يُستخدم لتحليل كيفية تشكيل البرامج التلفزيونية للخطاب السياسي وتعزيز الولاء السياسي. دراسة (Nour Fadel, 2024) تناولت تأثير البرامج التلفزيونية الوطنية على تعزيز الولاء للنظام السياسي من خلال تحليل الخطاب في هذه البرامج والأغاني.

## أهم ملامح الإطار التوضيحي والإرشادي الذي يمكن الاستعانة به في تعظيم أثر الإعلام السياسي في تشكيل توجهات وأفكار الجمهور العام:

التأثير التوضيحي والإرشادي لتحسين أثر الإعلام السياسي في تشكيل توجهات وأفكار الجمهور العام

في العصر الحالي، أصبحت وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام والتأثير على التوجهات السياسية للجمهور، ولتحقيق تأثير إيجابي وفعال، من الضروري تبني إطار توضيحي وإرشادي متكامل كما يتضمن هذا الإطار عدة جوانب رئيسية، تبدأ بفهم السياق الإعلامي والسياسي، ثم تطوير استراتيجيات إعلامية فعالة، وتعزيز الشفافية والمصداقية، إلى جانب تطوير برامج توعية وتدريب، وتقييم الأثر وتحسين الأداء، وأخيراً التعامل مع الأزمات والتحديات.

### فهم السياق الإعلامي والسياسي:

لفهم كيفية تأثير الإعلام السياسي بشكل فعال، يجب أولاً تحليل البيئة الإعلامية والسياسية المحيطة. يتطلب هذا تحليل الوسائل الإعلامية السائدة، مثل القنوات التلفزيونية، الإذاعة، الصحف، ومواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد أي منها يلعب دوراً أكبر في تشكيل الرأي العام. علاوة على ذلك، يجب دراسة تأثير الوسائط المتعددة وكيف يمكن لكل منها أن يسهم في تعزيز الرسائل السياسية، وفي الجانب السياسي، من الضروري تقييم الوضع السياسي المحلي والدولي، بما في ذلك القضايا الرئيسية والانقسامات الحزبية، كما يتعين فهم كيفية تفاعل الأحزاب السياسية والمشرعين مع وسائل الإعلام واستخدامهم لها في الترويج لأجنداتهم.

بناء رسائل سياسية واضحة ومقتنعة هو أساس لتأثير الإعلام السياسي، حيث يجب صياغة هذه الرسائل بحيث تكون واضحة ومباشرة، وموجهة لتحقيق أهداف محددة مثل تغيير سلوك التصويت أو تعزيز الوعي بقضايا معينة. من الضروري تحديد الجمهور المستهدف بدقة، وتقسيمه إلى فئات وفقاً للسمات الديموغرافية والنفسية لضمان توجيه الرسائل بشكل فعال. بالإضافة إلى ذلك، يجب استخدام الأدوات الإعلامية بشكل استراتيجي، مثل التكامل بين الوسائط التقليدية والرقمية، لضمان الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد، كما يجب استغلال أدوات التفاعل مثل التعليقات والاستطلاعات والنقاشات المباشرة لتسهيل التفاعل مع الجمهور وزيادة تأثير الرسائل.

الشفافية والمصداقية هما أساسا النجاح في الإعلام السياسي. لضمان دقة المعلومات، يجب التحقق من المصادر قبل نشر أي محتوى لتجنب الأخبار الكاذبة أو المضللة، ومن المهم توضيح مصادر المعلومات ومشاركة الأدلة لدعم الرسائل السياسية. في مواجهة التحيزات، يجب توفير رؤى متعددة حول القضايا لتعزيز الفهم المتوازن وتجنب التأثيرات الانحيازية، كما ينبغي تعليم الجمهور كيفية التحقق من الأخبار لتحسين مهاراتهم وتقليل تأثير الأخبار الزائفة.

تعتبر برامج التوعية السياسية عنصراً أساسياً في تعزيز فهم الجمهور للقضايا السياسية وتعزيز مشاركتهم حيث يجب تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لزيادة وعي الجمهور حول عملية التصويت والقضايا السياسية المهمة، كما يجب تشجيع المشاركة الفعالة من خلال تقديم معلومات حول كيفية التصويت والتطوع والمشاركة في الحملات الانتخابية. على صعيد آخر، يجب تدريب

الإعلاميين على تحسين مهاراتهم الصحفية وكيفية معالجة الأخبار بشكل دقيق ومتوازن، وتعليمهم كيفية استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتقديم رؤى أعمق.

**لقياس تأثير الرسائل السياسية على الرأي العام، يجب استخدام أدوات تحليل البيانات لقياس فعالية الحملات الإعلامية حيث يتضمن ذلك جمع وتحليل تعليقات الجمهور ورؤاهم حول الرسائل السياسية لتحديد نقاط القوة والضعف. وبناءً على هذه التحليلات، يمكن تحسين الاستراتيجيات الإعلامية من خلال مراجعة الأداء وإجراء التعديلات اللازمة، ومن المهم التكيف مع التغيرات في البيئة الإعلامية والسياسية لضمان استمرار تأثير الرسائل.**

**إدارة الأزمات الإعلامية تتطلب تخطيطاً دقيقاً واستجابة سريعة للأحداث غير المتوقعة. يجب تطوير خطط لإدارة الأزمات والتواصل الفعال خلال الأزمات لضمان توفير معلومات دقيقة وسريعة. بالإضافة إلى ذلك، يجب مواجهة التحديات مثل الشائعات والتضليل من خلال تقديم معلومات موثوقة وتعليم الجمهور كيفية التحقق منها كما يجب متابعة التطورات التكنولوجية والإعلامية لتحديث الاستراتيجيات بما يتناسب مع التغيرات السريعة.**

**في إطار تحسين فعالية الإعلام السياسي في تشكيل توجهات وأفكار الجمهور العام، يتطلب الأمر تبني مجموعة من الاستراتيجيات التوضيحية والإرشادية المترابطة. هذه الاستراتيجيات تشمل النقاط التالية:**

**أولاً: تعزيز الشفافية الرقمية:** والتي تعد حجر الزاوية في تعزيز ثقة الجمهور في المعلومات التي يتلقونها حيث يتعين على المؤسسات الإعلامية تبني ممارسات شفافة لعرض البيانات والمعلومات بطريقة واضحة ومفتوحة، مما يساهم في رفع مستوى الوعي السياسي، والبوابات الرقمية التي توفر وصولاً سهلاً إلى البيانات الخام تساهم في تحسين الشفافية، ولكن يجب أن تكون مصممة بحيث تساهم في تحليل المعلومات بشكل فعال. هنا، يلعب التدريب والتطوير المستمر لمهارات تحليل البيانات دوراً حيوياً في تحسين فعالية الشفافية الرقمية. ولتحقيق هذا الهدف، يجب على وسائل الإعلام تبني معايير عالية من الشفافية عبر تطوير منصات إلكترونية تتيح للجمهور الوصول إلى المعلومات والبيانات بشكل مباشر وواضح، كما يتطلب الأمر تدريب الصحفيين على تقديم الأخبار بدقة وموضوعية، وتعزيز الرقابة الذاتية لضمان مراجعة وتحقق المعلومات قبل نشرها.

**ثانياً: مواجهة الأخبار الزائفة:** والتي تشكل تهديداً كبيراً للشفافية والمصداقية الإعلامية. لمواجهة هذا التحدي، يجب تبني استراتيجيات متعددة تشمل توعية الجمهور بكيفية تمييز الأخبار الزائفة، وتشجيع استخدام أدوات البحث الإلكترونية للتحقق من المعلومات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساهم العقوبات القانونية وتطوير قوانين تداول المعلومات في تقليل تأثير الأخبار الزائفة وتعزيز المصداقية الإعلامية، ولمكافحة هذه الظاهرة، ينبغي تعزيز التوعية والتدريب حول كيفية التحقق من صحة الأخبار والتعرف على الأخبار الزائفة كما يمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام أدوات التكنولوجيا مثل أدوات التحقق من الحقائق، والتعاون مع منصات الوسائط الاجتماعية للتصدي للأخبار الزائفة وتعزيز الرقابة عليها.

**ثالثاً: تعزيز الديمقراطية الرقمية:** التي تستند إلى تعزيز المشاركة المدنية من خلال وسائل الإعلام الرقمية حيث يجب على الحكومات والمؤسسات الإعلامية تبني نماذج جديدة مثل "الحكومة الإلكترونية" و"الانتخابات الإلكترونية" التي تتيح للمواطنين المشاركة في صنع القرار عن بُعد. علاوة على ذلك، تتطلب الديمقراطية الرقمية تحسين البنية التحتية التكنولوجية وتوفير حقوق رقمية متساوية لجميع المواطنين لتجنب تعزيز الفجوات القائمة في السلطة. ويتطلب هذا تطوير منصات إلكترونية تتيح للمواطنين التعبير عن آرائهم والمشاركة في استطلاعات الرأي والمناقشات السياسية، بالإضافة إلى تحسين البنية التحتية الرقمية لضمان وصول جميع المواطنين إلى هذه المنصات.

**رابعاً: تعزيز التفاعل السياسي عبر الإعلام التفاعلي:** بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن يكون أداة فعالة في تعزيز الوعي السياسي وتبادل الأفكار. ومن الضروري تحسين استخدام هذه المنصات لتعزيز النقاشات السياسية والإعلامية وتعليم الجمهور كيفية التفاعل مع المحتوى السياسي بشكل فعال كما تتطلب هذه العملية استخدام استراتيجيات تعليمية وتدريبية للمواطنين لتطوير مهاراتهم في التفاعل النقدي مع المحتوى السياسي. كما ينبغي تطوير محتوى تفاعلي يعزز النقاشات السياسية ويشجع على المشاركة الفعالة، وتدريب الجمهور على استخدام وسائل الإعلام التفاعلية بشكل فعال، كما يتطلب الأمر متابعة وتحليل تفاعلات الجمهور مع المحتوى السياسي لتحديد فعالية الاستراتيجيات وتحسينها.

**خامساً: تطوير استراتيجيات فعالة للدبلوماسية الرقمية:** التي تلعب دوراً مهماً في تعزيز الصورة الدولية للدول والتواصل مع الجمهور الدولي حيث يجب أن تكون استراتيجيات الدبلوماسية الرقمية متكاملة، تشمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لبناء سمعة إيجابية وتعزيز "القوة الناعمة". بالإضافة إلى ذلك، يتطلب تعزيز الدبلوماسية الرقمية تكثيف التعاون بين المؤسسات الإعلامية والحكومية لتقديم رسائل متسقة وفعالة. ويتطلب هذا تطوير محتوى رقمي يعزز الصورة الإيجابية للدولة، والتعاون بين المؤسسات الحكومية ووسائل الإعلام لتحقيق رسائل متسقة وفعالة، واستخدام تحليلات البيانات لفهم تأثير الرسائل الرقمية وتحسين استراتيجيات التواصل.

**سادساً: تحسين الاستجابة للأزمات عبر التكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)** التي يمكن أن تلعب دوراً كبيراً في إدارة الأزمات وتعزيز الشفافية حيث ينبغي تطوير أدوات تكنولوجية متقدمة لدعم التواصل الفعال خلال الأزمات وتحسين إدارة المعلومات كما يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أن يعزز القدرة على التعامل مع الأزمات بشكل أسرع وأكثر دقة، مما يسهم في تقليل الفجوات المعلوماتية وتعزيز الثقة العامة، وينبغي تطوير أدوات تكنولوجية مثل تطبيقات إدارة الأزمات، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين سرعة ودقة الاستجابة للأزمات، وتدريب الفرق الإعلامية على استخدام التكنولوجيا في إدارة الأزمات وتحسين التنسيق بين الجهات المختلفة.

من خلال تبني هذه الاستراتيجيات، يمكن تعزيز فعالية الإعلام السياسي في تشكيل توجهات وأفكار الجمهور، مما يسهم في تحقيق مستوى أعلى من الوعي السياسي والمشاركة المدنية، ويمثل هذا الإطار التوضيحي والإرشادي خارطة طريق لتحسين تأثير الإعلام السياسي بشكل إيجابي وبناء.

من خلال فهم السياق، تطوير استراتيجيات فعالة، تعزيز الشفافية، وتقديم برامج توعية، يمكن تحقيق تأثير فعال ومؤثر على الرأي العام وتحقيق الأهداف السياسية المرجوة.

### الرؤية المستقبلية للبحوث الإعلامية السياسية:

لتطوير البحوث الإعلامية السياسية مستقبلاً، يمكننا النظر في مجموعة من المحاور الأساسية التي تسهم في تحسين الفهم لدور الإعلام في السياسة، وتطوير المناهج البحثية والأدوات المستخدمة. يمكن تقسيم هذه الرؤية إلى أربعة محاور رئيسية تشمل الموضوعات البحثية الجديدة، تأثير الذكاء الاصطناعي على السياسة، تطوير المناهج البحثية، والابتكارات في تحليل تأثير الإعلام.

### الموضوعات البحثية الجديدة في الإعلام السياسي

في السنوات القادمة، من المتوقع أن تشهد البحوث الإعلامية السياسية تطورات ملحوظة تواكب التغيرات السريعة في التكنولوجيا والسياسة العالمية حيث من بين الموضوعات التي يجب التركيز عليها، يتصدر "تأثير الذكاء الاصطناعي على الرأي العام"، حيث يُتوقع أن يرتفع الاهتمام بتحليل البيانات الكبيرة باستخدام الذكاء الاصطناعي لفهم اتجاهات الرأي العام بشكل أعمق. ستتضمن الدراسات تحليل كيف يمكن أن تؤثر الروبوتات الإعلامية والذكاء الاصطناعي على نشر الأخبار وتوجيه النقاشات السياسية.

إلى جانب ذلك، يجب استكشاف "الإعلام السياسي والتغيرات المناخية" من خلال تحليل كيفية تغطية وسائل الإعلام للقضايا البيئية وأثرها على السياسات البيئية حيث يجب دراسة كيف يمكن للإعلام أن يعزز الوعي البيئي ويشجع الجمهور على المشاركة في قضايا المناخ، كما أن تحليل "الإعلام السياسي وسلوكيات الاستهلاك الإعلامي" سيساهم في فهم تأثير تنوع وسائل الإعلام على سلوكيات الأفراد في استهلاك الأخبار السياسية، بالإضافة إلى تأثير تقنيات الواقع المعزز والافتراضي على تجارب الجمهور في تلقي المعلومات السياسية.

في المستقبل، يجب أن تشمل البحوث الإعلامية السياسية "تأثير تقنيات الواقع المعزز والافتراضي على الإعلام السياسي" حيث يتطلب ذلك دراسة كيف يمكن لتقنيات الواقع المعزز والافتراضي أن تعزز تجربة الجمهور في تلقي المعلومات السياسية، من خلال خلق تجارب تفاعلية تعمق الفهم وتؤثر على الرأي العام. على سبيل المثال، يمكن استخدام الواقع المعزز لتقديم تحليلات تفاعلية للأحداث السياسية أو استخدام الواقع الافتراضي لإنشاء محاكاة للسياسات الجديدة وتفاعل الجمهور معها في بيئة افتراضية.

أيضاً، يجب دراسة "تأثير الميتافيرس على الإعلام السياسي" حيث يمكن أن يوفر الميتافيرس منصة جديدة لتفاعل الجمهور مع الحملات السياسية والأحداث السياسية، مما يفتح آفاقاً جديدة لفهم كيف يمكن أن يؤثر هذا النوع من البيئات الرقمية على التصورات السياسية وتشكيل الرأي العام. على سبيل المثال، يمكن للسياسيين استخدام الميتافيرس لخلق حملات تفاعلية تجذب الشباب وتوفر طرقاً جديدة للتواصل والمشاركة.



## الذكاء الاصطناعي والسياسة

ستستمر الأبحاث في التركيز على "التنبؤ بالاتجاهات السياسية" من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير نماذج يمكنها التنبؤ بالاتجاهات السياسية المستقبلية بناءً على بيانات سابقة كما يشمل ذلك استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر الجمهور تجاه السياسات والقضايا السياسية، كما تعزيز الدراسات باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل كيفية تفاعل تقنيات الواقع المعزز والافتراضي مع الرأي العام. على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل كيفية تأثير تجارب الواقع المعزز على تغيير وجهات نظر الناس تجاه قضايا معينة أو سياسات جديدة.

في سياق "أتمتة الأخبار والترويج السياسي"، يجب دراسة تأثير الأتمتة في كتابة الأخبار السياسية والتقارير وكيفية تأثيرها على مصداقية المعلومات، كما يجب تحليل كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات الترويج للحملات الانتخابية. علاوة على ذلك، يجب أن تركز الدراسات على "مكافحة الأخبار الزائفة" من خلال تطوير أدوات ذكاء اصطناعي لتعزيز دقة المعلومات المتداولة والتصدي للتلاعب بالمعلومات وتوجيه الحملات الإعلامية، كما يمكن دراسة كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في دمج تجارب الواقع الافتراضي والميتافيرس في استراتيجيات الترويج للحملات الانتخابية حيث يمكن أن تشمل هذه الدراسات كيفية تأثير هذه التقنيات على مصداقية المعلومات وتفاعل الجمهور مع الحملات السياسية.

### التوصيات المجتمعية التطبيقية للمؤسسات الإعلامية بناءً على نتائج الدراسات السابقة:

تؤكد نتائج الدراسات على أهمية تطوير الإعلام السياسي وتأثيره العميق على الوعي العام والمشاركة السياسية، مما يستدعي تنفيذ مجموعة من التوصيات المجتمعية التطبيقية فيما يتعلق بالفتوات التليفزيونية:

أولاً، ينبغي تعزيز معايير المصداقية والشفافية في البرامج التليفزيونية، خاصة البرامج الساخرة حيث يمكن تحقيق ذلك من خلال إنشاء لجان مستقلة لمراقبة المحتوى وضمان دقة المعلومات المقدمة، مما يسهم في تقليل انتشار الشائعات وتعزيز ثقة الجمهور في وسائل الإعلام.

ثانياً، من المهم تطوير برامج تعليمية تهدف إلى رفع مستوى الوعي السياسي لدى الجمهور حيث يمكن تصميم ورش عمل ومحاضرات تفاعلية تستهدف الشباب والطلاب، تتناول القضايا السياسية الراهنة وتعزز التفكير النقدي كما يُستحسن أن تشمل هذه البرامج مهارات تحليل الأخبار والتقريب بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة.

يجب أن تُعزز برامج النقاش والتفاعل مع الجمهور، مثل تلك التي تقدمها الفتوات عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث يمكن استخدام الاستطلاعات والندوات الحية لجمع آراء المشاهدين حول الموضوعات المطروحة، مما يتيح لهم التعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم بشكل فعال، وهذه الخطوة من شأنها تعزيز مشاركة الجمهور وتحفيزهم على الانخراط في القضايا السياسية.

يُوصى باستخدام التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى حيث يمكن للفتوات الاستفادة من تطبيقات الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي لتوسيع نطاق التغطية، وتوفير محتوى متنوع يعكس

اهتمامات الشباب، وهذا من شأنه أن يعزز الوعي السياسي لدى هذه الفئة ويزيد من تفاعلهم مع الأحداث.

كما ينبغي أن تُسعى القنوات التلفزيونية إلى تطوير برامج ترفيحية تتناول القضايا السياسية بشكل غير تقليدي حيث يمكن استخدام السخرية والفكاهة لجذب انتباه الجمهور، مما يسهل عليهم استيعاب الموضوعات السياسية المعقدة، ومن خلال هذه البرامج، يمكن إثارة النقاش وتحفيز التفكير النقدي في قضايا قد تكون حساسة أو مثيرة للجدل.

يُنصح بإنشاء شراكات مع المؤسسات الأكاديمية لتعزيز الأبحاث والدراسات حول الإعلام السياسي حيث يمكن تنظيم ندوات وورش عمل مشتركة تجمع بين القنوات التلفزيونية والأكاديميين لمناقشة التحديات والفرص في هذا المجال، وهذه الشراكات ستساهم في تطوير محتوى إعلامي يتسم بالدقة والموضوعية ويعكس تطلعات المجتمع.

استنادًا إلى نتائج الدراسات التي تناولت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على البرامج الحوارية السياسية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات المجتمعية التطبيقية التي تهدف إلى تعزيز جودة المحتوى وزيادة الوعي العام بالقضايا السياسية كما يلي:

أولاً، من الضروري تعزيز الشفافية والمصداقية في المحتوى الإعلامي، يجب على القنوات الفضائية استقطاب مختصين في الإعلام لتحليل الأخبار وتقديمها بأسلوب موثوق، مما يسهم في بناء ثقة الجمهور، كما ينبغي اعتماد سياسات واضحة لمراقبة المحتوى والتأكد من دقته.

ثانياً، ينبغي تطوير برامج تعليمية وتفاعلية تُعنى بالقضايا السياسية المعقدة بلغة بسيطة وسهلة الفهم حيث يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة لتبادل المعلومات وتعزيز النقاشات، مما يشجع الجمهور على المشاركة الفعالة في الحوارات السياسية. بالإضافة إلى ذلك، من المهم تخصيص حلقات تفاعلية لتعزيز التواصل بين الجمهور ومقدمي البرامج.

ثالثاً، يجب على القنوات الفضائية الاستثمار في التقنيات الحديثة مثل البث المباشر والرسوم المتحركة، فهذه الأدوات ستساعد في جذب جمهور أوسع وتوفير محتوى متنوع يتناسب مع اهتماماتهم كما يجب تحسين جودة التصوير والمونتاج لزيادة جاذبية البرامج.

رابعاً، من الضروري تشجيع الجمهور على المشاركة الفعالة عبر منصات التواصل الاجتماعي حيث يمكن للقنوات تقديم محتوى يتضمن استطلاعات رأي وتعليقات ونقاشات حية، مما يعزز انخراط الجمهور في القضايا المطروحة كما يجب أن تشمل البرامج أدوات تفاعلية مثل التصويت المباشر لتعزيز تفاعل المشاهدين.

خامساً، تأسيس شراكات مع الجامعات ومراكز الأبحاث يمكن أن يسهم في تطوير المحتوى الإعلامي حيث أن تنظيم ورش عمل ومحاضرات مشتركة يمكن أن يسلط الضوء على القضايا السياسية الراهنة ويعزز من فهم الجمهور لها.

سادساً، يجب أن تسعى القنوات إلى إنتاج محتوى موجه للشباب، يتضمن مواضيع سياسية وثقافية تهتمهم كما يمكن استخدام لغات وأساليب تناسب اهتمامات هذه الفئة، مما يعزز من تفاعلهم ومشاركتهم في القضايا المجتمعية.

سابعاً، تحتاج المجتمعات إلى حملات توعية حول الاستخدام الفعال لوسائل التواصل الاجتماعي، وهذه الحملات يمكن أن تساهم في تزويد الجمهور بمهارات تحليل المعلومات والتفريق بين الأخبار الصحيحة والشائعات.

أخيراً، ينبغي تشجيع الابتكار في تقديم المحتوى الإعلامي، حيث يمكن أن تلعب القنوات الفضائية دوراً في تعزيز أساليب جديدة ومبتكرة في عرض الأخبار والبرامج الحوارية، مثل استخدام الواقع المعزز أو الافتراضي، لجعل التجربة أكثر جاذبية وتفاعلاً.

بإدخال هذه التوصيات، يمكن أن تسهم وسائل الإعلام، وبالأخص البرامج الحوارية السياسية، في تعزيز الوعي العام وزيادة المشاركة السياسية، مما يعكس تطلعات المجتمع ويعزز من جودة المحتوى.

التوصيات المجتمعية الهادفة لتعزيز الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في توسيع نطاق التفاعل السياسي وزيادة الوعي بالقضايا الوطنية. وذلك كما يلي:

أولاً، تشجيع الشباب على المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعد من الأولويات التي يجب على المجتمع تبنيتها، فالدراسات أظهرت أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لهذه المنصات، ما يجعلهم الأكثر عرضة للتأثير السياسي. لذلك، ينبغي إطلاق حملات توعية تشجع الشباب على الانخراط في النقاشات السياسية البناءة والتفاعل مع القضايا المجتمعية بطريقة نقدية وواعية، بما يساهم في تعزيز الديمقراطية والمشاركة السياسية الفعالة.

ثانياً، تعزيز مهارات الإعلام الرقمي والتفكير النقدي يعد ضرورة ملحة في ظل تزايد اعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات حيث ينبغي توجيه جهود المجتمع إلى إقامة ورش عمل وبرامج تدريبية تعزز من مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور، خاصة فيما يتعلق بقدرتهم على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة، وهذا من شأنه أن يقلل من تأثير الأخبار الزائفة ويعزز من قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة فيما يتعلق بالقضايا السياسية والاجتماعية.

ثالثاً، دعم النساء للمشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعد خطوة هامة في بناء مجتمع سياسي شامل، كما أظهرت بعض الدراسات، تمتلك النساء القدرة على استخدام منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة للمشاركة السياسية والتعبير عن آرائهن. لذلك، يجب دعم تلك الجهود من خلال خلق بيئة إلكترونية آمنة تحفز النساء على الانخراط في القضايا العامة، وتزويدهن بالمهارات التي تعزز من حضورهن السياسي وتفاعلهم مع القضايا الوطنية.

رابعاً، تعزيز دور قادة الرأي والمؤثرين الرقميين في نشر الوعي السياسي يعد من بين الخطوات الفعالة التي يجب على المجتمع تشجيعها حيث أن قادة الرأي يلعبون دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام، لذا ينبغي تحفيزهم على نشر محتوى سياسي مسؤول وموضوعي، يستند إلى معلومات

دقيقة، مع العمل على توجيههم نحو القضايا الوطنية المهمة، والتأكيد على أهمية دورهم في بناء الوعي السياسي بين المستخدمين، خاصة في أوقات الأزمات أو الأحداث الهامة.

أخيراً، تشجيع الشراكات بين مؤسسات المجتمع المدني ومنصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الحملات التوعوية والسياسية حيث يمكن للمجتمع المدني أن يلعب دوراً محورياً في تنظيم برامج تعليمية ومبادرات توعوية تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر المعرفة حول الحقوق السياسية وطرق المشاركة المدنية، وهذا التعاون يمكن أن يسهم في بناء ثقافة سياسية أكثر شمولاً ويعزز من دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم القضايا المجتمعية والسياسية.

تلك التوصيات تركز على استثمار الفرص التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة المشاركة السياسية وتعزيز الوعي المجتمعي بالقضايا العامة، مع التركيز على تمكين الفئات المختلفة من الجمهور، مثل الشباب والنساء، من أن يكونوا عناصر فعالة في تشكيل مستقبل مجتمعاتهم.

توصيات مجتمعية تطبيقية بناءً على نتائج تأثيرات وسائل الإعلام (المعرفية، الوجدانية، السلوكية):

**أولاً: توصيات لتعزيز التأثيرات المعرفية:** يجب تعزيز البرامج التعليمية والتوعوية التي تركز على تنمية مهارات تحليل الأخبار والتفكير النقدي بين الشباب. يمكن تحقيق ذلك من خلال إدماج مقررات دراسية في المدارس والجامعات تعلم الطلاب كيفية تقييم مصادر المعلومات وتفكيك الرسائل الإعلامية كما ينبغي تنظيم ورش عمل وندوات لتوعية الأفراد حول أهمية الإعلام في تشكيل معارفهم، مما يسهم في تكوين وعي سياسي شامل ومستدام.

**ثانياً: توصيات لتعزيز التأثيرات الوجدانية:** ينبغي تشجيع وسائل الإعلام على تقديم محتوى إيجابي يعزز القيم الإنسانية والمبادئ الديمقراطية كما يجب على القنوات الإخبارية تبني استراتيجيات تحريرية تعزز من ثقة المواطنين في الحكومات وتساهم في تحسين التصورات العامة حول السياسية، كما يمكن إنشاء منصات حوارية تفاعلية، تعزز من فرص المشاركة الشعبية وتبادل الأفكار، مما يسهم في تقليل القلق والمشاعر السلبية تجاه الأحداث السياسية.

**ثالثاً: توصيات لتحسين التأثيرات السلوكية:** يجب على المنظمات غير الحكومية والمجتمعات المحلية العمل على تنظيم فعاليات ومبادرات تهدف إلى تعزيز المشاركة المدنية، مثل الحملات التوعوية والمظاهرات السلمية حيث ينبغي أن تستهدف هذه الفعاليات فئات مختلفة من المجتمع لتعزيز الوعي السياسي وزيادة مستوى التفاعل مع القضايا العامة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن إنشاء منصات على وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الحوار البناء حول القضايا السياسية، مما يسهم في تقليل التعصب وتعزيز التسامح بين وجهات النظر المختلفة.

**رابعاً: توصيات للحد من التأثيرات السلبية:** تتطلب معالجة التأثيرات السلبية المرتبطة بالمحتوى الإعلامي جهوداً جماعية من الأفراد والهيئات حيث يجب على وسائل الإعلام العمل على تطوير معايير أخلاقية واحترافية، بحيث تلتزم بتقديم محتوى يعزز من الأمن الاجتماعي ويقفل من التحريض على العنف أو التعصب. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمجتمعات أن تعمل على إنشاء مجموعات دعم لمساعدة الأفراد على معالجة التأثيرات النفسية السلبية المرتبطة بمحتوى الأخبار، وتعزيز الأثر الإيجابي للمعلومات.

## توصيات مجتمعية تطبيقية بناءً على مفاهيم الدبلوماسية الرقمية والإعلام الرقمي: أولاً: تعزيز الدبلوماسية الرقمية:

1. تطوير استراتيجيات تواصل فعالة حيث يجب على الدول والمنظمات تطوير استراتيجيات دبلوماسية رقمية متكاملة، تتضمن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجماهير كما يمكن ذلك عبر إنشاء محتوى جذاب يعكس الصورة الإيجابية للدولة ويعزز من "القوة الناعمة".
  2. تدريب الكوادر الدبلوماسية فمن الضروري توفير برامج تدريبية متخصصة للدبلوماسيين على استخدام التكنولوجيا الرقمية ووسائل الإعلام الاجتماعي، لتعزيز قدراتهم على إدارة الأزمات والتواصل الفعال مع الجمهور الدولي.
- ثانياً: تعزيز الديمقراطية التشاركية:

1. إنشاء منصات للتواصل المجتمعي حيث ينبغي تطوير منصات رقمية تتيح للمواطنين المشاركة في رسم السياسات وصنع القرار كما يمكن أن تشمل هذه المنصات أدوات مثل الاستبيانات والمناقشات المفتوحة التي تعزز من التفاعل بين الحكومة والمجتمع.
  2. ترويج الحكومة الإلكترونية حيث تشجيع الحكومات على تبني نماذج الحكومة الإلكترونية، مما يسهل من الوصول إلى المعلومات ويساعد المواطنين في ممارسة حقوقهم الديمقراطية بشكل أكثر فعالية.
- ثالثاً: مواجهة التحديات المرتبطة بالنشاط الرقمي:

1. تحسين مستوى الوعي الرقمي حيث يجب تنفيذ برامج توعية تستهدف الشباب والمواطنين حول مخاطر المعلومات المضللة والأخبار الزائفة، وتعليمهم كيفية التحقق من المصادر وفهم التصورات السياسية.
  2. تعزيز الأمن السيبراني حيث ينبغي على الدول الاستثمار في تقنيات الأمن السيبراني لحماية الفضاء الرقمي من التهديدات، مما يساهم في تعزيز الثقة في استخدام الإعلام الرقمي كأداة للتواصل والمشاركة.
- رابعاً: تعزيز الشفافية الرقمية:

1. تطوير سياسات شفافة حيث يجب على المؤسسات الإعلامية والحكومية تبني سياسات شفافة تتعلق بتداول المعلومات، مما يساهم في بناء ثقة الجمهور وتعزيز الوعي السياسي.
  2. تيسير الوصول إلى المعلومات حيث يتعين على الحكومات العمل على توفير منصات سهلة الاستخدام تتيح للمواطنين الوصول إلى المعلومات الحكومية والإعلامية، مما يعزز من مشاركتهم السياسية ويقلل من تأثير الأخبار الزائفة.
- خامساً: مواجهة التضليل الرقمي:

1. إنشاء آليات فعالة لمكافحة الأخبار الزائفة حيث ينبغي وضع استراتيجيات فعالة تشمل التعاون بين المؤسسات التعليمية والإعلامية لمكافحة التضليل الإعلامي وتوعية الجمهور بطرق التعرف على المعلومات المضللة.

2. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث يمكن استغلال تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير أدوات تتبع وتحليل المعلومات المضللة، مما يعزز من القدرة على التصدي للأخبار الزائفة بشكل فعال.

### البحوث المستقبلية للبحوث المستقبلية في مجال الإعلام السياسي في إطار التركيز على التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة:

تتطلب البحوث المستقبلية في مجال الإعلام السياسي استكشاف كيفية تكامل وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تناول الأحداث والقضايا السياسية، مما يمكن أن يسهم في تحسين الفهم والفعالية في تقديم المعلومات. لتحقيق ذلك، يمكن تناول الموضوع من خلال عدة محاور رئيسية.

أولاً، من الضروري دراسة تحليل التفاعل بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تغطية الأخبار السياسية. من خلال مقارنة التأثيرات على الرأي العام، يمكننا تحليل كيفية تأثير التكامل بين الأخبار التلفزيونية ومنصات التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام، وكيفية تعزيز أو تعديل كل وسيلة لتأثير الأخرى. كما يجب أن ندرس استجابة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة خلال الأزمات السياسية وكيفية تأثير هذا التعاون على استجابة الجمهور واهتمامه. إضافة إلى ذلك، يعتبر تحليل التغطية المزدوجة للأحداث السياسية أمراً مهماً، حيث يمكننا استكشاف تأثير التغطية المتعددة عبر قنوات الإعلام التقليدي مثل الصحف والراديو، وكذلك وسائل الإعلام الحديثة مثل المدونات والبودكاست، وكيفية تأثير ذلك على تصور الجمهور للأحداث السياسية.

ثانياً، يجب استكشاف تأثير التقنيات الحديثة على وسائل الإعلام التقليدية في هذا السياق، يمكن لتقنيات الواقع المعزز أن تُستخدم لتعزيز تقارير الأخبار السياسية في وسائل الإعلام التقليدية، مثل الصحف والمجلات، من خلال تقديم تجارب تفاعلية تفيد القارئ. كذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يلعب دوراً هاماً في تحليل بيانات الأخبار السياسية في وسائل الإعلام التقليدية، مما يحسن جودة التقارير والمقالات ويقدم محتوى مخصصاً بناءً على تفضيلات القراء وتحليل بياناتهم.

ثالثاً، يتعين التفكير في استراتيجيات توظيف وسائل الإعلام الحديثة لتعزيز الإعلام التقليدي. يمكن لمؤسسات الإعلام التقليدي الاستفادة من أدوات التفاعل الحديثة مثل الاستطلاعات الإلكترونية والمناقشات المباشرة لتحسين التفاعل مع الجمهور وتلقي ردود الأفعال، كما أن الحملات التسويقية المدمجة التي تجمع بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة يمكن أن تعزز التغطية السياسية وتزيد من الوصول إلى الجمهور، حيث يمكن لمؤسسات الإعلام التقليدي استخدام وسائل الإعلام الحديثة لنشر وترويج المحتوى السياسي بفعالية أكبر.

رابعاً، دور البيانات والتحليلات في دمج الإعلام التقليدي والحديث هو محور آخر مهم. باستخدام أدوات التحليل الرقمي لدمج وتحليل المحتوى السياسي من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، يمكن الحصول على رؤى شاملة حول القضايا السياسية. ويجب أيضاً دراسة كيفية قياس فعالية استراتيجيات التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تقديم المحتوى السياسي، وكيفية تحسينها بناءً على النتائج التي يتم الحصول عليها.

أخيراً، من المهم التعرف على التحديات وآفاق تكامل الإعلام التقليدي والحديث. يتطلب ذلك مواجهة التحديات التقنية والأخلاقية التي قد تنشأ عند تكامل الوسائط، مثل قضايا مصداقية

المعلومات والتضارب بين المحتويات، كما يجب تطوير سياسات إعلامية تدعم التكامل الفعال بين الوسائل التقليدية والحديثة وتعزز من تقديم معلومات سياسية دقيقة وشاملة.

### تطوير المناهج البحثية والأدوات

فيما يتعلق بتطوير المناهج البحثية، يجب التركيز على "التكامل بين النظريات والتقنيات الحديثة" من خلال الجمع بين النظريات التقليدية في الإعلام السياسي والتقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة حيث يتطلب ذلك تبني استراتيجيات منهجية جديدة تجمع بين الأساليب الكمية والنوعية، كما يشمل "البحث المتداخل التخصصات" الذي يربط بين الإعلام السياسي وتخصصات أخرى مثل علم البيانات وعلم النفس لفهم أعمق للعوامل التي تؤثر على الرأي العام.

فيما يخص أدوات جمع البيانات، يجب التركيز على "الأدوات الرقمية المتقدمة" مثل استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل النصوص واكتشاف الأنماط والتنقيب بالاتجاهات السياسية حيث يشمل ذلك تطوير "الاستطلاعات التفاعلية" التي تستخدم تقنيات التفاعل المباشر مع المشاركين عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية لجمع بيانات دقيقة حول الاتجاهات السياسية. كما ينبغي استخدام "المراقبة وتحليل الشبكات الاجتماعية" لرصد وتحليل المحتوى السياسي على وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي.

من الضروري تطوير "المناهج البحثية المبتكرة" التي تشمل تقنيات الواقع المعزز والافتراضي. يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي لإنشاء بيئات تجريبية تسمح للباحثين بدراسة تأثيرات مختلفة للإعلام السياسي في بيئات محاكية، وهذا يمكن أن يوفر رؤى جديدة حول كيفية تأثير عناصر معينة في الحملات السياسية على تصورات الجمهور.

فيما يتعلق بـ "أدوات جمع البيانات المتقدمة"، يمكن تطوير أدوات جديدة تستخدم تقنيات الواقع المعزز والميتافرس لجمع وتحليل البيانات. على سبيل المثال، يمكن استخدام الواقع المعزز لعرض البيانات السياسية بطريقة تفاعلية ومبسطة، مما يساهم في جمع معلومات أكثر دقة حول كيفية تفاعل الجمهور مع المعلومات السياسية.

### الابتكارات في تحليل تأثير الإعلام

في مجال "التحليل العميق للبيانات"، من الضروري استخدام تقنيات التحليل المتقدم مثل التعلم الآلي لتحليل بيانات الإعلام السياسي بشكل أعمق وبناء نماذج يمكنها تقدير تأثيرات الإعلام السياسي على مختلف الفئات الاجتماعية. يجب أيضاً تحليل "تأثير التفاعلات الرقمية" من خلال دراسة كيفية تأثير التفاعلات الرقمية مثل التعليقات والمشاركات على الرأي العام، ورصد الحملات الرقمية لتحليل تأثيرها على التصورات السياسية والتوجهات. كما يمكن توظيف تقنيات الواقع المعزز والافتراضي لتوفير تجارب تفاعلية تعزز من فهم تأثير الإعلام السياسي. يمكن استخدام الواقع الافتراضي لمحاكاة سيناريوهات سياسية ودراسة كيفية تأثيرها على الرأي العام.

أما في مجال "تأثير التفاعلات الرقمية"، فيمكن استخدام تقنيات الميتافرس لدراسة كيفية تأثير التفاعلات الرقمية في بيئات الميتافرس على التصورات السياسية، وهذا يشمل تحليل كيفية تفاعل

تأثير الإعلام السياسي على تشكيل توجهات الجمهور العربي عبر الوسائل التقليدية والجديدة: دراسة تحليلية من  
المستوى الثاني

---

الجمهور مع الحملات السياسية والأحداث السياسية في هذه البيئات الرقمية وكيفية تأثير ذلك على  
تشكيل الرأي العام.



## المراجع :

- 1 Schulze, Meta-Analysis: A Comparison of Approaches, 2004 (Toronto: Hogrefe & Huber Publishers), P.10. Ralf.
- 2 أمينة أحمد حامد جاد. حسن علي محمد. أخلاقيات البرامج الساخرة ومدى الالتزام بالمعايير المهنية: دراسة تحليلية. *مجلة البحوث في مجلة التربية النوعية*. جامعة المنيا: كلية التربية النوعية. العدد 44. يناير 2023. ص ص 695-732.
- 3 بلقيس محمد علوان. أطر معالجة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية للأحداث الجارية في اليمن. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*. جامعة عمار تليجي الأغواط. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة. المجلد 6. العدد 1. يونيو 2023.
- 4 Sinehat Mohammed Azz-Ed-Din Al-Dawoodi. Techniques of approaching the political issues in television investigative programs: An analytical study. *PalArch s Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*. vol 17. No 6. 2020.
- 5 Zombil, Henri. (2017). Hopeful Thinking: Conceptualizing a Future beyond Domestic Abuse, **ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation**, Walden University.
- 6 علي فاخر عبد. البرامج التفاعلية في الفضائيات الموجهة ودورها في تحديد أولويات الجمهور إزاء القضايا العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، جامعة بغداد، 2018م.
- 7 بلعابد جلال، دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، الجزائر، 2018م.
- 8 إيمان عبد الرحمن. التعرض للبرامج التفاعلية ومشاركة الشباب الجامعي فيها : تعرض طلبة كلية الإعلام في جامعة بغداد أنموذجاً. *مجلة آداب ذي فار*. جامعة ذي فار. كلية الآداب. العدد 18. 2016.
- 9 حسين بو علي. دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في نشر الوعي السياسي-في ظل الحراك الشعبي- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي- الجزائر، 2020.
- 10 محمد، رباب جمال، العطار، سهير عادل، وعبد الباري، وائل إسماعيل حسن. (2015). معالجة القناة الإخبارية ( الجزيرة القطرية) لقضية الحرب العراقية. *مجلة البحث العلمي في الآداب*. ع 16، ج 1، 344-327.
- 11 علي، تيسير عبد الهادي، والسلعوس، محمد هاشم. (2015). دور القنوات الفضائية الأردنية في إشباع الاحتياجات السياسية لدى طلبة جامعة البتراء: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، عمان.
- 3 الهام صلاح عبد الموالى (2021). "دور الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة في مواجهة القنوات التلفزيونية المعادية وتصحيح المعلومات المغلوطة لدى الجمهور". *رسالة ماجستير غير منشورة*، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- 13 Nour Fadel. Popular Culture and Nationalism in Post-revolutionary Egypt . **Master's Thesis**. The American University in Cairo .Political Science Department .2024, Available at: <https://fount.aucegypt.edu/etds/>.
- 14 Andrea Ceron, Sergio Splendore. (2018) "From contents to comments: Social TV and perceived pluralism in political talk show" **Journal of new media and society**. Vol.20. Issue.2.p.p. 659-675.
- 15 عبد الكريم، نهلة حلمي محمد. (2017). أطر المعالجة الإخبارية للصراع السياسي العسكري في المنطقة الحدودية بين السعودية واليمن في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ع 12، ص 274.

- 16 نبيل محمد فتحي. دور المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في إمداد الجمهور بالمعلومات الأمنية وتشكيلها على الرأي العام المصري. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 22. يوليو 2021.
- 2 الحمزة حسن محمد (2021). "صفحات التواصل الاجتماعي للقنوات الفضائية ودورها في تنمية وعي الجماهير المتابعين للأحداث العربية الجارية: دراسة ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- 3 يادكار علي محمد (2020). "أثر المواقع الإلكترونية للفضائيات الكردية على ترتيب القضايا عند النخبة الإعلامية الكردية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- 19 متعب مشل التميّاط: دور البرامج التلفزيونية التفاعلية في تنمية الوعي الاجتماعي في قضايا المجتمع لدى الطلاب الجامعيين في المجتمع السعودي: دراسة اجتماعية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، 2016م.
- 20 على فاخر عبد. توظيف منصات التواصل الاجتماعي في برامج القنوات التلفزيونية: دراسة تحليلية لبرنامجي نشرتك من قناة الجزيرة وبرنامج تريندنج من قناة بي بي سي عربي أنموذجاً. *مجلة آداب الفراهيدي*. جامعة تكريت: كلية الآداب. المجلد 14. العدد 48. يناير 2022.
- 21 عمار طاهر محمد العامري وأحمد عبدالستار حسين الربيعي. دور التفاعلية في مواقع القنوات الفضائية العربية بتعزيز حرية الرأي والتعبير في العراق، *مجلة جامعة الشارقة*، المجلد 15، العدد 2، 2018م، 293-328.
- 22 Prath Simran Singh , et . al ., " Smart Monitoring and controlling of government policies using social media and cloud computing " , **information system frontiers**, April 2019
- 23 Verma, Ravinder Kumar, et al ., " Government portals , social media platforms and citizen engagement in India : some insights " I.T.Q. M, 2017 , **Procedia computer science**, 2017, 122 , pp.842 – 849
- 24) Mei –Hua Cheng , Yi-Chen Wu, Ming – Chihchen , Television meets Face book :The correlation between TV ratings and Social Media” , **American Journal Of Industrial and business Management** , 6-2016, p.p.282-290 .  
[https://file.scirp.org/pdf/AJIBM\\_2016032513291040.pdf](https://file.scirp.org/pdf/AJIBM_2016032513291040.pdf)
- 25 Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. **Social media+ society**, 1(2),.
- 26 مضامين البرامج التفاعلية في الفضائيات الدولية الموجهة دراسة تحليلية لبرنامج نقطة حوار في قناة الـ BBC عربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، الجامعة العراقية، 2017م.
- 27 Eileen C. Teves, "Breaking television News :Is social media coverage you can count on? , **PhD** , University of the Incarnate Word , 2016 Available at..  
[http://athena.uw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1020&context=uiw\\_etds](http://athena.uw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1020&context=uiw_etds)
- 28 محمد ناصر عبد الرحمن سالم. دور التقنيات الحديثة في تطوير وإعداد البرامج التلفزيونية والإذاعية بدولة الكويت: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2022)
- 29 جورج زكي آل سيدهم. دور التقنيات الجرافيكية الحديثة في تطوير البرامج التلفزيونية بالقنوات الفضائية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. 2019)

- 30 لمياء فتحي صابر أبو النجا. جودة الصورة الرقمية المنتجة في التلفزيون المصري بين الواقع والمأمول. **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية**. الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية. العدد 12. أكتوبر 2018.
- 31 الشارف عبد المولى. استخدام التقنيات الرقمية الحديثة في الإنتاج والعمل التلفزيوني الليبي. **مجلة البحوث العلمية**. ليبيا: جامعة أفريقيا للعلوم الإنسانية والتطبيقية. المجلد 6. العدد 12. 2021.
- 32 Ahmed Abd Alazim. Technological Innovation in Modern Digital Television Image. **Journal of Architecture, Arts and Humanities. The Arab Society for Islamic Civilization and Arts**. No 22. 2020.
- 33 مالك رحاب محمود العزة. استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام. 2017)
- 34 محمد أحمد إبراهيم محمد. تأثير التقنيات الحديثة للمنتج على إدراك المشاهدين للبرامج التلفزيونية: دراسة تجريبية. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2022)
- 35 هبة ربيع رجب. الأبعاد التنظيمية والإدارية في المواقع الإخبارية المصرية وعلاقتها بالمضمون الإخباري: دراسة مسحية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الإتصال والإعلام، 2016)
- 36 معتز أحمد عبد الفتاح عبد الحميد. تأثير التطورات التكنولوجية في دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية على شبكة الإنترنت ومدى قدرتها على منافسة المواقع الإخبارية الرئيسية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الصحافة، 2020)
- 37 نورهان إبراهيم. العوامل المرتبطة بالأداء المهني لمرسلي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية الفضائية المتخصصة. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، قسم الإدارة الرياضية والترويج. 2020)
- 38 محمد فتحي عبد السميع. إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2019).
- 39 فاطمة ناصر صالح. التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية ومدى تأثيره على الرأي العام: دراسة وصفية مقارنة. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الآداب. شعبة الاتصال والإعلام، 2022)
- 40 أحمد مجدي شفيق أحمد، "استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات: دراسة تحليلية لموقعي الفضائية السودانية وقناة الشروق"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، كلية علوم الاتصال، قسم الوسائط المتعددة، 2015.
- 41 محمد بن علي بن محمد السويد، "استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض"، **بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية للتطبيقات والإشكالات المهنية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2015**. متاح على <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents/%D8%AF%20%D9%85%D8%AD%D9%85%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%8A%D8%AF.pdf>
- 42 عماد الدين ربيع أحمد. استخدامات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على معالجة القضايا المجتمعية: دراسة ميدانية. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2020)

- 43 Spencer H.Harrison ,Karyn Dossinger, Pliable Guidance :A multilevel Model of curiosity ,feedback Seeking and ,Feedback Giving in Creative Work .ACAD Manage J. ,Vol.(60), no.(6).December 2017. Available at. <http://amj.aom.org/content/60/6/2051.full.pdf+html>
- 44 إبراهيم بن محمد (2023). تفاعل المغردين في الشبكات الاجتماعية نحو عودة العلاقات السعودية الإيرانية: دراسة تحليلية على منصة تويتر باستخدام التحليل الشبكي ونمذجة هيكل الخطاب. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 25. يونيو.
- 45 إيمان سيد على (2021). معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل: دراسة تحليلية. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. العدد 58. الجزء الثالث. 2021.
- 46 سلام محمد. صالح بن نوار (2020). القضايا الراهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية: قضية الحراك الشعبي الجزائري عبر صفحة الجزيرة على الفيسبوك أمودجا. **مجلة العلوم الإنسانية**. جامعة العربي بن مهيدي. المجلد 7. العدد 3. ديسمبر.
- 47 عبور فوزية (2018) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة، دراسة ميدانية على عينة من الموظفات بمستغانم، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد الأول.
- 48 بسنت حمزة (2020). دور الفيسبوك في تشكيل رأي الجمهور المصري تجاه قضية تيران وصنافير: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري، القاهرة، حوليات آداب عين شمس، جامعة عين شمس، كلية الآداب، المجلد (48)، العدد (5)، ص 214
- 49 أمال كمال (2017). التوجهات الحديثة في بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية وتشكيل الرأي العام: رؤية مستقبلية لتطوير الجهود البحثية، القاهرة، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد (179)، ص 1-30
- 50 محمد ابراهيم المدهون (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، فلسطين، **مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية**، الجامعة الإسلامية بغزة، شتوون البحث العلمي والدراسات العليا، المجلد (24)، العدد (2)، ص 190
- 51 ناقل مبارك (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل التوجهات لدى الجمهور نحو أداء الحكومة والبرلمان في المجتمع الكويتي، القاهرة، **حوليات آداب عين شمس**، جامعة عين شمس، كلية الآداب، المجلد (44)، العدد (019)، ص 616
- 52 عزت محمد مصطفى (2016): التوجهات البحثية الحديثة في دراسات الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تحليلية كيفية من المستوى الثاني، القاهرة، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والاعلان، العدد (6)، ص 300
- 53 آية مساس وصلاح قنز، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي الفيسبوك نمودجا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي-تبسة، الجزائر، 2022.
- 54 بورياله وعيشة رواس، اتجاهات الطلبة الجامعيين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي مرياح ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، 2022.
- 55 رباب جلال البصراي. دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة "دراسة ميدانية على طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس"، **مجلة بحوث كلية الآداب**، العدد 128، مجلد 33، 2022، ص 3-46.

56 دراسة ايلاف رائد إسماعيل، دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا)، **مجلة كلية التراث الجامعة، جامعة التراث، العدد33، مجلد1، ص142-159.**

57Muntean·Alina (2015): The Impact of social Media use of political participation. A arhus university. **Master Thesis**,p67

Rushdi Zaiter, Natalie Sabbagh, Mahmoud Koabaz, THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON POLITICAL EFFICACY AND REAL-LIFE NETIZENS POLITICAL PARTICIPATION (LEBANON- CASE STUDY), Intern. **Journal of Profess. Bus. Review.** | Miami, v. 8 | n. 5 | p. 01-28, 2023.

59Laurie L. Rice·Kenneth W. Moffett·Ramana Madupalli ,(2015) Campaign-Related Social Networking and the Political Participation of College Students Article·**First Published** September 18,p128

60Alakali Terfa Titus-Fannie·2Dr.Church Solomon Akpan·3Tarnongo Moses O. (2015): An Assessment of the Utilisation of Social Media Mobilisation of Nigerian Youths in 2011 General Elections. A Case Study of Youths in Benue State. PP.32-35.

61 أسامة غازي المدني (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية : جامعة أم القرى نموذجا، **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس- كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد (7)، العدد (2)ن ص 395**

62 أميمة فتحي محمد (2015). مؤشرات الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، **المؤتمر الاعلامي العلمي...الخطاب الإعلامي التوعوي بين الشريعة والقانون، جامعة الزرقاء، المجلد (2)، ص 183**

63 أسماء أحمد السيد(2018) "تأثير اليوتيوب على الإتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو (رصد - اليوم السابع - الأهرام) نموذجا". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام).

When and Why Do Arabs Verify? Predicting Online News . Menna Elhosary64 **Master's Thesis**, the .Verification Intention during the 2023 Gaza War 2-15-2024https://fount.aucegypt.edu/etds/2302/.American University in Cairo

65 عبد اللطيف بن ديبان. دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية. **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي. العدد 43. الكويت. 2023.**

66 Yige Fu. Research on the Influences of Social Media to Gender Equality. SHS Web of Conferences. ICPRSS. Vol 148. 2022.

67 سامح محمد عبد البديع (2019). "معالجة الفضائيات المصرية لقضايا الأمن القومي ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها: دراسة تطبيقية". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

68 حسين على محمد أبو عمر (2015). "دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية في تشكيل معارف الشباب الجامعي المصري واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة في مصر خلال الفترة 30 يونيو 2011 إلى 30 يونيو 2013". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2015.

69 محمد وهيب ياسين (2018). "دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة السلام المجتمعي لدى الشباب". رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.

- 70 عقيلة مقروس. أثر البرامج الحوارية عبر الفضائيات الجزائرية في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسا للإذاعة والتلفزيون، جامعة الجزائر، 2022.
- 71 Javeria Khan. Role of Political Talk Shows in Creating Political Awareness and Changing the Public Opinion Quantitative Research Method. 2020. Faculty of Social Sciences. Islamic University Islamabad Pakistan
- 72 Tanja Bosch (2108) " Digital Media and Political Citizenship: Facebook and Politics in South Africa". **Perspectives on Political Communication in Africa**. Pp 145-158.
- 73 Trevor Diehl ،Brian E Weeks ،Homero Gil de Zúñiga." Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction". **New Media & Society**, 2016, Vol. 18(9) pp.1875–1895.
- 74 - C.Butosi, (2017) "Social Net-working: Exploring the Effect of Online Social Network Engagement of Youth on Perception Development of Current Economic and Political Issues" **MA Thesis**, Western University: Ontario, Canada.
- 75 Menna Elhosary .When and Why Do Arabs Verify? Predicting Online News Verification Intention during the 2023 Gaza War .[**Master's Thesis**, the American University in Cairo .2-15-2024<https://fount.aucegypt.edu/etds/2302/>
- 76 إيمان السيد جمعة رمضان (2016). "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، مصر.
- 77 سعدية فوزي محمود (2016). "دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
- 78 مرام محمد مناجرة (2020). اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في تشكيل الوعي السياسي لديهم: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، الجزائر، **المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام**، جامعة عمار ثلجي الأغواط - كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة - قسم علوم الإعلام والاتصال، المجلد (3)، العدد (1)، ص 205
- 79 طارق شرارية وآخرون (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري، الفيسبوك نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945، الجزائر.
- 80 Amani Jarrar & Mwafaq Abu Hammud, M.(2018). The Role of Social Media in Developing Social Responsibility and Political Awareness of Jordanian Youth . **Asian Social Science**, 14(3), 25-36, 2018.
- 81 عبدو عبدالعبدو، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، **المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز**، 2022.
- 82 Abed Alhakim Isleem Salman Alqaraleh, 2kamel Fathy kamel khedr, The Relationship between SocialMedia and Political Awareness: Applied Study, **Journal of Positive School Psychology**, 2022, Vol. 6, No. 6, 6622–6635, 2022.
- 83 فلاح محمد ندا العموش. واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، **المجلة العلمية لكلية التربية**، جامعة أسيوط، العدد8، المجلد37، ص244-267.

- 84 سهير سيف الدين عبده سيف الدين. دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المعهد الدولي للإعلام، القاهرة، العدد 11، المجلد 11، ص 10-39.
- 85 Bodo Knoll. Hans Pitlik . Martin Rode. TV Consumption Patterns and the Impact .of Media Freedom on Political Trust and Satisfaction with the Government Vol 169. No 2. 2023. Pp 1-18. *Social Indicators Research*
- 86 سارة محمد نصر (2018) " المعالجة الإعلامية لأداء مؤسسة الرئاسة في برامج الحوار التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)
- 87 أميرة عبد الرحمن محمد (2017) "دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للثورة المصرية لدى طلاب الجامعات"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال)
- 88 عبد النبي، وائل مخيمر مخيمر. (2015). معالجة البرامج المقدمة بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية للأحداث الجارية: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 44، ص 505-554.
- 89 إسراء محمد إبراهيم قميحة (2018). "تأثير تعرض الشباب الجامعي للأخبار السلبية على المواقع الإلكترونية واتجاهاتهم نحو العنف: دراسة تحليلية وميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- 90 سعاد فوزي محمود (2016). "دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
- 91 علي بن سعيد بن سليم الطري وجمعة بن مرزوق بن عامر العويسي وعبدالله بن سعيد بن عبدالله البدي. دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني (جامعة الشرقية بسلطنة عمان أنموذجاً)، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد 4، العدد 8، ص 1-27، 2020.
- 92 Olviia. H & Svitlana F (2018). Social Media influence on public opinion and youth behavior. *Development trends in pedagogical and psychological sciences: the experience of countries of Eastern Europe and prospects of Ukraine*. DOI: [http://dx.doi.org/10.30525/978-9934-571-27-5\\_17](http://dx.doi.org/10.30525/978-9934-571-27-5_17).
- 93 Juliane A Lischka. " Logics in social media news Making : How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards". *Sage Journalism*. 2018, available at: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884918788472>
- 94 إيمان على مصطفى. التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية العربية والإنترنت وعلاقته بالتعصب السياسي لدى الشباب الجامعي المصري: دراسة تحليلية ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. 2020)
- 95 أفنان صلاح محمد أحمد. نادية إبراهيم أحمد. البرامج الحوارية في الفضائيات العربية وفاعلية جمهور المشاهدين: دراسة وصفية تحليلية على برنامجي نقطة حوار في قناة بي بي سي العربية والمحطة الوسطى في قناة الشروق الفضائية في الفترة ما بين 2013م - 2014م. رسالة ماجستير. (السودان: جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2016).
- 96 David Stromberg. Media Coverage and Political Accountability: Theory and Evidence. 2015. On line: <http://perseus.iies.su.se/~dstro/HoME.pdf>. Date of Search: 1/12/2015.

- 97 Ashraf. M *et al* (2018) Role of Social Media in Local opinion making and Trend Setting, *International Journal of Computer Science and Network Security*, Vol. 18, No. 9, PP. 73-78.
- 98 فاضل مشتاق (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، *مجلة تكريت للعلوم السياسية*، العدد 12.
- 99 حاتم سليم العلوانة (2019). " دور المواقع الإلكترونية في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان *ثقافة التغيير*، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن.
- 100 رضوان قطبي (2018) شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب، دراسة ميدانية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، العدد الأول.
- 101 Research Kligler-Vilenchik-Ioana Literat (2018) **Distributed Creativity - Err. (i-J e)**, p56.
- 102 Nils Gustafsson (2018) The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation, *Research Article*, First Published April 2, 2012.
- 103 Alberto Ardèvol-Abreu, Catherine M Hooker, Homero Gil de Zúñiga (May 2018) " Online news creation, trust in the media, and political participation: Direct and moderating effects over time". *The Sage Journals*, Vol. 19, Pp 577–594.
- 104 Tanja Bosch (2018) " Digital Media and Political Citizenship: Facebook and Politics in South Africa". **Perspectives on Political Communication in Africa**. Pp 145-158..
- 105 *Joanne Waitoa, Regina Scheyvens, Te Rina Warren*, (2016) " Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction". *New Media & Mociety*, Vol. 18(9) pp 1875–1895.
- 106 Seongyi Yun. " Selective Exposure and Political Polarization of Public Opinion on the Presidential Impeachment in South Korea: Facebook vs. KakaoTalk". **KOREA OBSERVER** ,Vol. 49 ,No.1 ,Spring 2018 ,pp.137-159
- 107 Sulih Indra Dewia , Akhirul Aminulloh. Social Media: Democracy in the Shadow of Fanaticism. **Proceeding of The 3rd Conference on Communication, Culture and Media Studies**. Yogyakarta, 18-20 October 2016. P 79.
- 108 عبد الرحمن فخر الدين صبحي (2019). ظاهرة الاغتراب السياسي عند الشباب الأردني: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. قسم العلوم السياسية)
- 109 Stuart Bender. (2017) "Happy to provide the knives": Governmentality and threats of violence via social media in the case of Roosh V and Return of Kings, **First Monday**, Vol 22, No. 3–6.
- 110 Qin, Bei; Stromberg, David; Wu, Yanhui. (2017) "Why Does China Allow Freer Social Media? Protests versus Surveillance and Propaganda", **The Journal of Economic Perspectives** , Vol. 31, No. 1, Pp. 117-140.



- (111) دعاء حامد الغوابي حلمي (2017) "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدى الشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).
- 112 Tri Yusnant. Haryo Adiyatman. Gergely Maja. The Digital Era's Impact On Political Pressure To Curb Public Opinion In The 2024 Elections. **International Journal of Social Science, Technology and Economics Management**. Volume 2, Issue 1 Summer / Fall 2024.
- 113 فالنتين كوستا، ترجمة: د. إدريس محمد علي قناوي، تشكيل الدبلوماسية الشعبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في القرن الواحد والعشرين. **مجلة الجيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية**. لبنان. مركز جيل البحث العلمي. السنة الخامسة. العدد 28. إبريل 2020. ص ص 94-95.
- 114 Junpeng Guo , et.al., (2020) "Why do citizens participate on government social media accounts during crises ? Acivic Voluntarism perspective", **information & Management**.
- 115 Christian Sonnenberg, (2020) "E-Government and Social Media The impact on accessibility" **Journal of Disability policy studies**, VOL.4, NO.5.
- 116 Sohrab Khan , etal, (2019) "A review on antecedents of citizen , trust in government social media services" **Recent trends in computer science and Electronics**.
- 117 Arturo Haro De Rosarid , etal., (2018) "Using Social Media To enhance citizen engagement with local government : Twitter or facebook?" **New Media and Society**, vol .2 ,1, pp. 29 – 49.
- (118) Clayton Wukich & Ines Mergel, (2016) "Reusing social media information in government", **Government information Quarterly**, Vol. 33, No. 2, Pp. 305 – 317.
- 119 Olfa Belkahla Driss , et.al., (2019) "From citizens to government policy makers social media data analysis" **Government Information Quarterly**, 36, 3, Pp.560 – 570.
- 120 Aizhan Tursunbayeva , etal, (2017) "Use of Social media for e- government in the public health sector – A systematic review of published studies" **Government information quarterly**, 34, Pp. 282.
- 121 Simplice Asongu & Nicholas Modhiambo, (2018) "Governance and social media in African countries: An impirical investigation" **AGDI working paper**.
- 122 جدعان فاضل جدعان الشمري. استخدام البعثات الكويتية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة مع الجمهور: دراسة حالة للحساب الرسمي بتويتر لسفارتي دولة الكويت في كل من استراليا والمملكة العربية السعودية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**. السعودية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. العدد 24. نوفمبر 2020.
- 123 Ari Darmastuti, Astiwi Inayah, Khairunnisa Simbolon, Moh. Nizar, Social Media, Public Participation, and Digital Diplomacy. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2nd International Indonesia Conference on Interdisciplinary Studies**. Vol 606. 2021.
- 124 ياسر بن عايض. آفاق الأداء الدبلوماسي في شبكات التواصل الاجتماعي. **مجلة القانون المغربي**. المغرب: دار السلام للطباعة والنشر. العدد 49. فبراير 2022.

- 125 صهيبي عليان الداود. أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الدبلوماسية العربية: الأردن حالة دراسية 2019-2000. رسالة ماجستير. الأردن: جامعة آل البيت. معهد بيت الحكمة. 2020.
- 126 مصعب فالح الحربي. تقييم فعالية الدبلوماسية الرقمية في بناء العلاقات مع الجمهور من منظور العلاقات العامة الدولية: دراسة حالة لاستخدام بعثة المملكة العربية السعودية الدبلوماسية لدى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة لموقع تويتر. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع. العدد 1. مارس 2023.
- 127 Kos-Stanišić, L. & Car, V. (2021). The Use of Soft Power in Digital Public Diplomacy: the Cases of Brazil and India in the EU. *Politička misao*, 58 (2), 113-140. <https://doi.org/10.20901/pm.58.2.05>.
- 128 الصياح، أسماء بنت عبدالله، والشلهوب، عبدالمك (2021): الدبلوماسية العامة الرقمية عبر تويتر: دراسة تحليلية لتغريدات السفارات الأجنبية في المملكة العربية السعودية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*. (26)، 173-216. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1159464>
- 129 المالكي، نواف عبد المجيد: إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم القوة الناعمة للمملكة العربية السعودية: دراسة وصفية، جدة، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، 2021.
- 130 Basma Khaleel Namuq M. A. Employing digital diplomacy in foreign policy: 130 Israel as a model. *International Affairs and Global Strategy*. vol 90. 2021.
- 131 محمد عبد العزيز سيد طه. مضامين الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الرسمية باللغة العربية عبر موقع Facebook خلال احتفالات الذكرى الـ 47 لنصر 6 أكتوبر 1973. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 77. ديسمبر 2021.
- 132 عمر أبو عرقوب، سبأ حسين عليان، توظيف السفارات الفلسطينية في الدول العربية لوسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد 25. يناير 2023.
- 133 جدعان فاضل جدعان الشمري. استخدام البعثات الكويتية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة مع الجمهور: دراسة حالة للحساب الرسمي بتويتر لسفارت دولة الكويت في كل من استراليا والمملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*. السعودية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. العدد 24. نوفمبر 2020.
- 134 حمدان محمد حارب سالم. استراتيجية القوة الناعمة لدولة الإمارات العربية المتحدة. *مجلة القانون المغربي*. المغرب، دار السلام للطباعة والنشر. العدد 47. إبريل 2021.
- 135 مصطفى حسين عبد الرازق. الاستخدام المزدوج لوسائل الإعلام الدبلوماسية الشعبية الصينية لتحقيق الهيمنة الاقتصادية في افريقيا. *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية*. جامعة واسط: كلية الآداب. العدد 46. العراق. 2022.
- 136 هاني عبد الكريم. مستويات الدبلوماسية الرقمية لإدارة الإعلام والاتصال في وزارة الخارجية المغتربين الأردنية 2008-2020. رسالة ماجستير. الأردن: جامعة آل البيت. معهد بيت الحكمة. 2020.
- 137 إسلام أحمد أحمد عثمان. الأنشطة الاتصالية الرقمية للفاعلين الدوليين غير الرسميين في الولايات المتحدة الأمريكية وعلاقتها بتصورات العرب لواقع الديمقراطية الأمريكية: دراسة حالة لخطابات مرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2020 عبر منصاتهم الرقمية بموقع فيس بوك. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*. جامعة بني سويف. كلية الإعلام. المجلد 3. العدد 1. يناير 2022.
- 138 Kafiliveyjuh, Soheil. (2020). *Soft Power in the Age of Twitter Diplomacy: A Case Study of the U.S. Department of State and Donald Trump*.
- 139 فاطمة الزهراء سعد محمد. استراتيجيات الدبلوماسية الشعبية الرياضية للدولة المصرية في ظل رؤية 2030. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد 21. العدد 2. الجزء الأول. إبريل 2022.

- 140 Efe Sevin. Diana Inghoff. Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content . **International Journal of Communication**. No 12. 2018.
- 141 أحمد عبد الستار على بدر. الدور الاتصالي للدبلوماسية الشعبية المصرية في أفريقيا وأثرها على الدبلوماسية الرسمية. **مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية. كلية الآداب. العدد 130. الجزء الرابع. يوليو 2022.**
- 142 نجم عبد خلف الحاتمي. الاستراتيجيات الاتصالية في الدبلوماسية الرقمية العربية التوظيف والملاءمة. **مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي. اتحاد الجامعات العربية. الأمانة العامة. الأردن. المجلد 42. العدد 4. ديسمبر 2022.**
- 143 Anak Agung Mia Intenilia. Foreign Policy, Public Diplomacy, and Social Media: Observing Indonesian Missions Practices. Nation State: **Journal of International Studies**, vol 6. No 1. June 2023.
- 144 María-Luisa Azpíroz. Do MENA countries practice digital diplomacy? An analysis of their embassies' websites in Spain. **Communication & Society**. Vol 23. No 2. 2023.
- 145 السيد محمد أبو شعيشع. آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتصوير العلاقات الإسرائيلية العربية بعد موجة العلاقات الدبلوماسية العربية الإسرائيلية الأخيرة. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 23. يناير 2022.**
- 146 أسماء بنت عبد الله بن شديد. الدبلوماسية العامة الرقمية عبر تويتر: دراسة تحليلية لتغريدات السفارات الأجنبية في المملكة العربية السعودية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال. السعودية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. العدد 26. يونيو 2021.**
- 147 مرام بنت مساعد العصيمي. مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية خلال العقد القادمين في ظل التحولات الدولية الراهنة: مركز التواصل الدولي أنموذجاً: دراسة كمية وكيفية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. جامعة الأهرام الكندية. العدد 35. ديسمبر 2021.**
- 148 Nader Dagher. The Digital Public Sphere and the Opportunity for Global Democratic Transformation. Digital Media: Theoretical Foundation, Practice and Limit. Democratic Arab Center For Strategic, **Political & Economic Studies Berlin / Germany** pp.187-210
- 149 حنان بوتوميت. علاقة المجال الرقمي بالديمقراطية التشاركية وسؤال الفعالية. **مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية. المغرب. العدد 46. يوليو 2023.**
- 150 نورا مصطفي النشار، اعتماد خلف معبد، سارة طلعت عباس. الديمقراطية الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى التنشئة السياسية لدى المراهقين. **مجلة دراسات الطفولة. المجلد 26. العدد 100. يوليو 2023.**
- 151 عمر مواس. الديموقراطية الإعلامية: مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية. **مجلة لعلوم الإنسانية. جامعة وهران 1 أحمد بن بلة - كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية. المجلد 11. العدد 1. 2022**
- 152 عبد الله بلعيث. التصويت الإلكتروني في سياق الديمقراطية الرقمية السيرانية: قراءة في المفاهيم والتساؤلات المرتبطة بها. **مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة. الجزائر. جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - كلية الحقوق والعلوم السياسية - مخبر حقوق الإنسان والحريات العامة. المجلد 6. العدد 3. 2021**

- 153 Rodrigo Sandoval-Almazan, J. Ramon Gil-Garcia, (2014) Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements, **Government Information Quarterly**, Vol 31, Issue 3, Pages 365-378.
- 154 Ron Fournier, (2013) "The outsiders: How can millennials change Washington if they hate it?" **The Atlantic**: <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2013/08/the-outsiders-howcan-millennials-change-washington-if-theyhate-it/278920/>
- 155 Scholz, T, (2010) Infrastructure: Its Transformations and Effect on Digital Activism. In M. Joyce (Ed.) **Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change**. New York: Ideate Press. pp. 17-31.
- 156 عابدة إبراهيم السخاوي. الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 75. إبريل 2021.
- 157 حسن خليفة حسن (2018) "دور القنوات الفضائية والإنترنت في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات السياسية والتشريعية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة).
- 158 Sulih Indra Dewia , Akhirul Aminulloh. Social Media: Democracy in the Shadow of Fanaticism. **Proceeding of The 3rd Conference on Communication, Culture and Media Studies**. Yogyakarta, 18-20 October 2016. P 79.
- 159 Aim Sinpeng, (2021) Hashtag activism: social media and the #FreeYouth protests in Thailand, **Critical Asian Studies**, VOL. 53, NO. 2, pp 192–205.
- 160 Emma Mateo, (2022) "All of Belarus has come out onto the streets: exploring nationwide protest and the role of pre-existing social network" **POST-SOVIET AFFAIRS**, VOL. 38, pp 26–42
- 161 Ivan Slobozhan et al, (2023) "Differentiable characteristics of Telegram mediums during protests in Belarus 2020" **Social Network Analysis and Mining**, Vol. 13, No.19, pp. 1-12
- 162 المعتز بالله رضا بيومي. المسئولية المدنية لمقدمي البرامج في القنوات التلفزيونية الخاصة. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الحقوق. قسم القانون المدني. 2021).
- 163 إيمان محمد عبد الهادي. المعالجة التلفزيونية للقضايا السياسية في البرامج الحوارية ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. قسم العلوم السياسية، 2016)
- 164 Razak Imoro Jaha, Ronald Osei Mensah, Andrews Acquah, The Role of the Media and Political Tolerance in Ghana: Perceptions of University of Cape Coast Students. **New media and mass communication**. Vol 33. 2015. Pp 1-3.
- 165 لامية طالة، الشبكات الاجتماعية بين تنمية الوعي السياسي للشباب وتزييفه، *مجلة الدراسات الاستراتيجية والبحوث السياسية*، المجلد 1، العدد 2، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2022.

- 166Drina Intyaswati, Qasim Mahmood, Hermina Simanihuruk. The Role of Second Screening in Online Political Participation in Jakarta and Islamabad. **International Journal of Communication**. Vol 18. 2024.
- 167 مريم يوسف عشيرة. دور الإعلام التفاعلي في تدعيم الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، المجلد 7، العدد 3، 2019، ص 80-96.
- 168 فاروق أحمد يحي حسن. الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي السياسي بدارفور، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017م.
- 169 الشيخ، آلاء بكر: دور منصة تويتر في تفعيل المشاركة الفعالة لتعزيز التنمية المستدامة: دراسة حالة على حساب تويتر الخاص بوزارة العمل والتنمية الاجتماعية، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2019.
- 170Maarja Siiner &Svetlana L'nyavskiy-Ekelund (2017) "Priming Language Political Issues as Issues of State Security: A Corpus-Assisted Discourse Analysis of Language Ideological Debates in Estonian Media Before and After the Ukrainian Crisis". **Language Policy Beyond the State**. pp 25-44.
- 171 Nicholas A. Valentino and Fabian G. Neuner(2018) " The Changing Norms of Racial Political Rhetoric and the End of Racial Priming" . **The Journal of Politics**. Vol 80, No3.
- 172 سوزان يوسف أبو الفضل ومحمد النصر حسن. مراكز الإعلام ودورها في تحقيق الوعي السياسي لطلاب الجامعة، **مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للعلوم التربوية**، العدد 10، مجلد 6، 2023، ص 4-35.
- 173 شهد عامر كزار حبيب، دور السياسة الاعلامية في تنمية الوعي السياسي للمجتمع العراقي بعد عام 2003، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية العلوم السياسية، الجامعة المستنصرية، 2021.
- 174 فاتح سليمان وشعيب كرميش. دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للطلاب الجامعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال- جامعة بسكرة- **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021.
- 175 مالك شعباتي، وسائل الإعلام والوعي السياسي في المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع بولاية سكيكدة، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، الجزائر، المجلد 2، العدد 35، ص 1169-1180، 2018م.
- 176Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S. (2021). Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts. **Journal of Information Technology & Politics**, 18(1), 55-69. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19331681.2020.1805086>
- 177 Ricardo Matheus, Roel Faber, Elvira Ismagilova, Marijn Janssen, Digital transparency and the usefulness for open government. **International Journal of Information Management**. Volume 73. December 2023.
- 178 Dirk Helbing, Sachit Mahajan, Regula Hänggli Fricker, Andrea Musso, Carina I. Hausladen, Cesare Carissimo, Dino Carpentras, Elisabeth Stockinger, Javier Argota Sanchez-Vaquerizo, Joshua C. Yang, Mark C. Ballandies, Marcin Korecki, Rohit K. Dubey, Evangelos Pournaras. Democracy by Design: Perspectives for Digitally Assisted, Participatory Upgrades of Society. **Journal of Computational Science**. Volume 71. July 2023.

- 179 بوعمامة، العربي. ممارسة الاتصال السياسي في الفضاء الافتراضي وتشكيل مفهوم الديمقراطية الرقمية. المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية. الجزائر. جامعة وهران 1 أحمد بن بلة. المجلد 5. العدد 2. ديسمبر 2023 .
- 180 منصور أحمد (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدي الرأي العام، القاهرة، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، المجلد (3)، العدد (57)، ص 1327
- 181 عبد اللطيف بن ديبان محمد (2023). دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*. جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي. العدد 43. الكويت.
- 182 حفصة الحذيفي (2019) توجهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، فلسطين، *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث*، المركز القومي للبحوث بغزة، المجلد (5)، العدد (2)، ص 27
- 183 نصر الدين عبدالقادر عثمان، (2019). "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها- دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين"، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة*، ع. (23)، إبريل- يونيو، ص ص 211- 239.
- 184 عبد المجيد رمضان، (2020). "حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات"، *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مج. (9)، ع. (4)، ديسمبر.
- 185 إنجي لطفي عبدالعزيز، (2020). "تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع. (73)، ص ص 275- 321.
- 186)Temitayo Shenkoya. (2023). Can digital transformation improve transparency and accountability of public governance in Nigeria?. **Transforming Government: People, Process and Policy**, Vol. 17 No. 1, pp. 54-71
- 187Bhaskaran H., et al., (2019). "Journalism Education in Post truth Era Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students Perception of Fake News", **Journalism and Mass Communication Educator**, 74 (2), P.P 158- 170.
- 188 دعاء حامد الغوايبي حلمي (2023) "تناول القضايا السياسية في البرامج الحوارية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو ثقافة الاختلاف السياسي"، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- 189 ممدوح عبد الله مكارى، (2020). "الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من (2016م - 2020م)"، *المجلة المصرية لبحث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج. (19)، ع. (2).
- 190 إلهام يونس أحمد، (2023). "تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية الزائفة والمتحقق منها على مواقع التواصل الاجتماعي"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج. (22)، ع. (2)، أبريل/ يونيو، ص ص 235- 292.
- 191 ريهام محمود درويش، (2020). "تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرات البيانات المفتوحة"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ع. (28)، يناير/ مارس.
- 192 إلهام يونس أحمد (2019). "آليات تشكيل وتدفق المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية وطرح استراتيجيات التصدي والمواجهة"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ع. (17)، يناير، ص ص 193- 248.

- 193 Tomi Posenon, (2018). "the effect of fake news on consumer trust in social media marketing", achelors thesis, **metropolia university of applied sciences**, pp. 1-39.
- 194 ممدوح السيد شنتله، (2017). "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي- دراسة ميدانية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، القاهرة، ع. (16)**.
- 195 أسماء الجبوشي وسحر مؤمن، (2016). "العنف الفكري للتنظيمات الإرهابية في مواقع التواصل الاجتماعي لإقناع الشباب المصري بأفكارها، **المؤتمر العلمي الدولي الثاني والعشرون، بعنوان الإعلام وثقافة العنف، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة.**
- 196 محمد بن عائض التوم، (2019). "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي – تويتر نموذجًا"، **مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، جامعة الحدود الشمالية، مج. (4)، ع. (1)، ص ص 137- 156.**
- 197 سهير صالح إبراهيم، (2019). "أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب: دراسة تجريبية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية التربية النوعية، مركز بحوث الرأي العام، مج. (18)، ع. (4)، ص ص 343- 403.**
- 198 جيهان أشرف إبراهيم، (2020). "تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها عليهم-دراسة ميدانية"، **مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، مج. (31)، ع. (120).**
- 199 S. Ogochukwu Nnabuiife Yosra Jarrar, (2020), "A Critical Digital Plan on how to Control Fake News in Nigeria", **Human and Social Sciences, Vol.(46), No.(1), Supplement2, 2019.**
- 200 على حمودة جمعة، (2021). "المعلومات المغلوطة بالمواقع الإلكترونية المصرية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا 2019"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج. (2021)، ع. (74)، مارس، ص ص 119- 167.**
- 201 مها السيد بهنسي، (2019). "البيات مستخدمى الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة- دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونفوذ أدوار الجمهور في التحقق"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع. (68).**
- 202 ر. اللأحمد محمد، (2020). "دور صفحات مقاومة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي في تصحيح الشائعات المنشورة لدى الرأي العام في ضوء مفهوم حروب الجيل الرابع الخامس"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع. (31)، أكتوبر/ ديسمبر.**
- 203 إيدير غنيات ومحمد الأمين، (2021). "تأثير الأخبار الكاذبة المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي في زمان وباء الفيروس التاجي المستجد كورونا على الرأي العام العالمي والأفريقي"، **المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، مج. (10)، ع. (2)، إبريل.**
- 204 صولي ميلود، (2022). "توظيف الأخبار الملققة في التضليل الإعلامي خلال جائحة كوفيد 19 بالجزائر"، **مجلة الإعلام والمجتمع، الجزائر، مج. (6)، ع. (1)، يونيو.**
- 205 يسرا حسني عبد الخالق. اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (2021-2030): دراسة استشرافية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الهدد 77. ديسمبر 2021.**
- 206 ممدوح عبد الله مكايي. الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 19، العدد 2، إبريل 2020.**

- 207 Jeannette Paschen, (2020). "Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, **Journal of Product & Brand Management**", Volume 29, Number 2, p.p 223–233, Available at :<https://bit.ly/3ibQ8km>.
- 208 Waleed Alli & Mohamed Hassoun. (2019). "Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities «. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications JMJMC**. Vol. 5. Issue. 1 ,pp. 40:49.