



## دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء الأزمات (بالتطبيق على أزمة طوفان الأقصى)

د. نسمة محمد كُريم

المدرس بكلية الإعلام - جامعة عين شمس

### ملخص البحث :

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء الأزمات وبشكل خاص خلال أزمة طوفان الأقصى، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام منهج المسح، وأداة الاستبيان الإلكتروني للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء أحداث طوفان الأقصى ومدى تأثير هذه الاتجاهات بالتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وقد اعتمدت الدراسة على استخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٢٠٩ مفردة من الجمهور المصري المهتم بمتابعة أحداث الأزمة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر الفيس بوك مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون في متابعة أحداث وتداعيات الأزمة، كما أشارت النتائج إلى تبني الباحثين اتجاهات إيجابية نحو المشاهير الذين أعلنوا



مواقفهم الداعمة للشعب الفلسطيني، كما قد تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو المشاهير ومواقفهم خلال الأزمة. الكلمات المفتاحية : طوفان الأقصى - وسائل التواصل الاجتماعي - المشاهير - الأزمات - تشكيل الاتجاهات



## **The role of social media in shaping audience attitudes toward celebrities during crises (Applied to the Al-Aqsa flood crisis)**

**Dr. Nesma Mohammed Koriem**

### **Abstract:**

This study aims to investigate the role of social media in shaping public attitudes towards celebrities during crises, particularly during the Al-Aqsa Flood crisis. This study is descriptive in nature, employing a survey methodology and an electronic questionnaire to assess public attitudes towards celebrities during the Al-Aqsa Flood crisis and the extent to which these attitudes are influenced by exposure to social media. The study draws upon the Media System Dependency Theory and was conducted with 209 individuals from the Egyptian public interested in following the events of the crisis. The findings indicate that Facebook is the most relied-upon social media platform for monitoring the events and repercussions of the crisis. Furthermore, the results suggest that respondents adopted positive attitudes towards celebrities who expressed supportive stances towards the Palestinian people. Additionally, a statistically significant relationship was found between the frequency of respondents' exposure to social media during the Al-Aqsa Flood crisis and their attitudes towards celebrities and their stances during the crisis.

**Keywords:** Al-Aqsa Flood, social media, celebrities, crises, attitude formation

## مقدمة

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تؤثر على تشكيل الرأي العام واتجاهات الجمهور، وتلعب دورًا مهمًا في توجيه الانتباه والاهتمام نحو الأحداث السياسية والاجتماعية. وفي ظل الأزمة الحالية التي تشهدها المنطقة نتيجة لأحداث طوفان الأقصى، تبرز أهمية فهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاهير الذين يتصدرون الأحداث السياسية والاجتماعية.

ويعتبر المشاهير والشخصيات العامة من أكثر الأشخاص تأثيرًا على الجماهير، حيث يحظى كل منهم بمتابعة واسعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وفي أثناء الأزمات مثل أزمة طوفان الأقصى، يمكن لتصرفات وآراء المشاهير أن تلعب دورًا حاسمًا في توجيه انتباه الجمهور وتشكيل ردود أفعالهم تجاه الأحداث.

وتهدف هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو المشاهير خلال الأزمة بناء على ما أعلنوه من آراء وما اتخذوه من مواقف تجاه القضية الفلسطينية والتي تحظى بدعم مصري كامل سواء على المستوى الرسمي أو الشعبي.

## مشكلة الدراسة:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تؤثر على تشكيل الرأي العام واتجاهات الجمهور، وتلعب دورًا مهمًا في توجيه الانتباه والاهتمام نحو الأحداث السياسية والاجتماعية المختلفة. وفي ظل الأزمة الحالية التي تشهدها المنطقة نتيجة لأحداث طوفان الأقصى، برزت حالة من الجدل عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تقييم مواقف وتصريحات بعض المشاهير تجاه الأزمة التي تحظى باهتمام رسمي وشعبي كبير؛ مما يجعل من المهم التعرف على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير خلال

أزمة طوفان الأقصى، ومدى تأثر هذه الاتجاهات بتعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها الوسيلة الأسرع في متابعة تفاصيل الأزمة، والتي يعتمد عليها الإعلاميون والمدونون الفلسطينيون في نشر وتوثيق جرائم الاحتلال الإسرائيلي.

## أهمية الدراسة

### أهمية علمية:

قلة الدراسات العربية التي تناولت تأثير التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجماهير نحو المشاهير خلال الأزمات مما يزيد من أهمية هذه الدراسة والتي تساهم في توسيع المعرفة حول دور وتأثير هذه الوسائل في تشكيل الرأي العام والسلوك الاجتماعي.

### أهمية عملية:

يمكن أن تساهم الدراسة في تحسين استراتيجيات التواصل الفعال مع الجماهير التي تتابع المشاهير والشخصيات العامة وبشكل خاص خلال الأزمات والأوقات الصعبة لتعزيز سمعتهم وتقديم ردود فعل فعالة تتناسب مع مكانتهم لدى الجماهير.

## أهداف الدراسة

- (١) الكشف عن مدى اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات وخاصة أزمة طوفان الأقصى.
- (٢) التعرف على أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة أحداث وتداعيات الأزمة
- (٣) التعرف عن اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى.



٤) الكشف عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير خلال أزمة طوفان الأقصى.

## الدراسات السابقة

قسمت الباحثة الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية إلى محورين كما يلي:

- الدراسات التي اهتمت بتناول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور.

- الدراسات الإعلامية التي اهتمت بتناول التغطية الإعلامية لأزمة طوفان الأقصى وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

### أولاً: الدراسات التي اهتمت بتناول دور وسائل التواصل في تشكيل اتجاهات الجمهور:

اهتمت دراسة **Nadya Ayu Maharani (٢٠٢٤)** بالتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الصراع بين فلسطين وإسرائيل، وذلك من خلال تحليل مضمون وسائل التواصل الاجتماعي وبشكل خاص الفيس بوك، وتويتر والانسجرام بالاعتماد على نظريات ترتيب الأولويات، وتدفق المعلومات على مرحلتين ونظرية الحوار العام، وقد توصلت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مركزياً في تشكيل الآراء ونشر المعلومات بشأن الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، موضحة أن الطبيعة اللامركزية لوسائل التواصل الاجتماعي تفتح الباب أمام تنوع الآراء، ولكنها تزيد أيضاً من خطر الاستقطاب وتضارب الرأي، وفي سياق صراع طويل الأمد ومتوتر مثل إسرائيل وفلسطين، لا تعكس وسائل التواصل الاجتماعي حقيقة الصراع فحسب، بل تشكله أيضاً.<sup>١</sup>

تناولت دراسة **George Alexander (٢٠٢٤)** دور المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام، والسلوك الاستهلاكي في اليونان، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المكتبي من خلال البحث في التقارير والمعلومات المنشورة من قبل بالفعل، وقد اعتمدت الدراسة على استخدام نظريات التأثير الاجتماعي، تدفق المعلومات على مرحلتين، والتعرض الانتقائي، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في اليونان يلعبون دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وسلوك المستهلك، ويتمتعون بالقدرة على التأثير على الإدراك العام، حيث يؤثر محتواهم غالباً على المواقف السياسية، وخيارات نمط الحياة، وقرارات الشراء للأفراد.<sup>٢</sup>

واستهدفت دراسة **Isra Shakir Hassan Al Jouani et al (٢٠٢٣م)** التعرف على دور التعليقات على موقع الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية، وذلك بتطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور العراقي، وقد أظهرت النتائج إن دور التعليقات على الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية جاء معتدلاً مما يعني اقتناع المبحوثين وإيمانهم بأن المنشورات السياسية المنشورة على فيسبوك ليست محايدة، فضلاً عن إيمانهم بتسييس مواقع التواصل الاجتماعي، بما في ذلك فيسبوك، لأجندات قد تكون سياسية أو مدفوعة.<sup>٣</sup>

واهتمت دراسة **Jian Xu1 School و Ruixia Han (٢٠٢٢)** بالتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو السياسات الحكومية المتبعة أثناء جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة على استخدام النموذج المعرفي العاطفي، من خلال تطبيق استمارة الاستبيان الإلكتروني على ١٢٢٢ مبحوث من ١٢ دولة مختلفة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على اتجاهات الجمهور نحو سياسات الحكومة المرتبطة بكوفيد-١٩



بشكل كبير من خلال تأثيرها على العوامل العاطفية والمعرفية لدى المبحوثين. كما أنها قادرة على إحداث تأثيرات عاطفية فيهم بشكل أكبر من التأثيرات المعرفية.<sup>٤</sup>

وركزت دراسة **الشيماء حسن عبد الجابر جيوشي (٢٠٢٢م)** على تناول دور الهاشتاج بشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا العامة، اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الإلكتروني المطبقة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من مستخدمي الهاشتاج بتويتر، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها تصدر الصفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية الحكومية في الترتيب الأول كأهم مصادر المعلومات بشبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المستخدمين لمتابعة وتداول المعلومات حول القضايا العامة، كما أشارت النتائج إلى أن التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة الهاشتاجات المتداولة بتريند تويتر كانت أكثر بروزاً من التأثيرات الوجدانية والسلوكية على الجمهور.<sup>٥</sup>

وقد تناولت دراسة **هويدا الدر (٢٠٢٢م)** دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القبول المجتمعي لتلقي لقاحات كوفيد، وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية علي عينه من الجمهور المصري مكونة من ٤٠٠ مبحوث، وبالاعتماد على تطبيق فروض نظرية التنافر المعرفي **Cognitive Dissonance theory**، للتعرف علي مدى تأثير المعلومات المتعارضة التي يتضمنها محتوى شبكات التواصل الاجتماعي حول موضوع لقاحات كوفيد، وأشارت نتائج الدراسة الدور الهام لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القبول المجتمعي لتلقي اللقاح خاصة موقعي الفيس بوك، وتطبيق الواتس اب.<sup>٦</sup>

واهتمت دراسة **نوف خالد العتيبي (٢٠٢١)** بقياس مدى تأثير الآراء المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي، وتم اختيار



عينة الدراسة بطريقة عشوائية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، حيث بلغت عينة الدراسة ٣٠٠ مفردة من كلا الجنسين وتراوحت أعمارهم بين ١٨ - ٦٥ سنة، وأظهرت نتائج الدراسة أن ٦٣% من عينة الدراسة يتابعوا المنصة يوميًا، وأشارت النتائج إلى أن أهم الإشباعات المتحققة لعينة الدراسة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هو تكوين معلومات كافية حول تولي المرأة للمناصب القيادية- ومشاركة في كتابة آرائهم حول تولي المرأة للمناصب القيادية، ومناقشة أصدقائهم.<sup>٧</sup>

### ثانيًا: الدراسات التي اهتمت بتناول التغطية الإعلامية لأزمة طوفان الأقصى:

اهتمت دراسة **هبة أحمد رزق سنيد (٢٠٢٤م)** برصد وتحليل كيفية معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة موقع فيسبوك لأحداث طوفان الأقصى ٢٠٢٣م، من خلال نوعية الأطر المستخدمة والاستمالات التي اعتمدت عليها تلك الصفحات، ورصد وتحليل القوى الفاعلة والسمات المنسوبة إليها. وقد قامت الباحثة بتحليل الفيديوهات المنشورة على صفحتي "فرانس ٢٤ عربي"، و"سكاي نيوز عربية"، باستخدام أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى تصدر موضوع الاعتداءات الإسرائيلية على غزة قائمة الموضوعات المتعلقة بأحداث طوفان الأقصى، كما التزمت تلك الصفحات بالحيادية في معالجتها للأحداث، وقد أشارت النتائج إلى تصدر كل من إطاري العنف والصراع قائمة الأطر المستخدمة في هذه المعالجة، مع ظهور السمات السلبية للقوى الفاعلة بنسبة تفوق السمات المحايدة والإيجابية، كما أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة اعتماد هذه الصفحات على الاستمالات المنطقية مقارنة بالاستمالات العاطفية.<sup>٨</sup>

وكذلك تناولت دراسة **خير الدين ناصر خير الدين (٢٠٢٤م)** المعالجة الإعلامية للحرب على غزة، والمقدمة عبر صفحات مواقع الفضائيات العربية، للكشف



عن القوالب الإخبارية، وأنواع ووظائف الأطر المستخدمة في معالجة صفحات المواقع لأحداث الحرب، واعتمد الدراسة على استخدام منهج المسح الإعلامي، وأداة تحليل المضمون في تحليل المواد الإخبارية التي تناولت أحداث الحرب في صفحات مواقع قنوات النيل للأخبار، الجزيرة، العربية، باستخدام أسلوب الحصر الشامل للمواد الإخبارية، والتي بلغ قوامها ٣١٢ مادة إخبارية بمواقع قناة الجزيرة، قناة العربية، وموقع قناة النيل للأخبار، في الفترة من ١ إلى ١٠ ديسمبر ٢٠٢٣م، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر إطار (المسؤولية) لأنواع الأطر الإخبارية المستخدمة يليه إطار (الصراع)، وجاء التنديد بالممارسات غير الشرعية التي يرتكبها الجيش الإسرائيلي بحق الفلسطينيين كأبرز وظائف الأطر الإخبارية المستخدمة في نشر أحداث الحرب على غزة بصفحات المواقع، يليه عرض صور الضحايا والمصابين جراء استمرار الحرب.<sup>٩</sup>

استهدفت دراسة **نسرین حسام الدين (٢٠٢٤م)** الكشف عن التأثيرات النفسية الناجمة عن تعرض الجمهور المصري لمقاطع الفيديو القصيرة للعدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠٢٣م، وفق متغيرات وسيطة تتضمن متغير الاهتمام، ومستوى ودوافع الاعتماد والمتغيرات الديموغرافية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، ونظريات الاعتماد، والنظريات - التحليلية والسلوكية والبيولوجية والمعرفية - المفسرة لاضطراب ما بعد الصدمة، وتم التطبيق على عينة عمدية من مستخدمي المنصات الرقمية بلغ قوامها (٢٩٣) مفردة، واستخدمت الدراسة صحيفة استبيان كأداة تضمنت مقياسين للاضطراب ما بعد الصدمة، والصمود النفسي، وأوضحت نتائج الدراسة أن نسبة المبحوثين الذين يشعرون بأعراض نفسية إلى حد كبير بعد تعرضهم لمقاطع الفيديوهات القصيرة لأحداث العدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠٢٣م عبر المنصات الرقمية (٧٤,٥٪)، وقد تمثلت أعراض اضطراب ما بعد الصدمة لدى المبحوثين في أعراض التجنب ثم أعراض تكرار الخبرة الصادمة، ثم أعراض الاستثارة المفرطة.<sup>١٠</sup>



واهتمت دراسة **حسام فايز عبد الحي (٢٠٢٤م)** رصد وتحليل تفاعل الجمهور العربي مع المضامين المتعلقة بحرب غزة ٢٠٢٣ م عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على البيانات الضخمة وفق أسلوب تحليل المشاعر ونمذجة الموضوعات؛ من خال تحليل أشكال التفاعل وتعليقات الجمهور على المنشورات المرتبطة بالحرب في صفحات الجزيرة مصر، BBC NEWS Arabic على موقع فيس بوك، خلال الفترة من (٧ أكتوبر ٢٠٢٣ حتى ٢٣ نوفمبر ٢٠٢٣ م)، وقد أوضحت النتائج وجود مشاعر إيجابية تضامنية من قبل جمهور صفحة الجزيرة مصر، وصفحة BBC مع غزة؛ ونتج عن نمذجة الموضوعات تحديد ستة موضوعات سيطرت على التعليقات في صفحة الجزيرة؛ هي: (مناصرة القضية الفلسطينية، ودعم المقاومة، والتعاطف مع الضحايا، وتهجير أهل غزة، والدعم الأمريكي لإسرائيل، وموقف الأزهر، والموقف العربي)، كما حددت ثلاثة موضوعات في صفحة BBC هي: ( التضامن مع فلسطين وغزة، والاعتداءات الإسرائيلية على المستشفيات، والمدنيين، وسياسة الصفحة تجاه الأحداث).<sup>١١</sup>

واهتمت دراسة **هناء عكاشة (٢٠٢٤م)** بالتعرف على خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول حرب طوفان الأقصى، ومعرفة طبيعة الرموز ودلالاتها المختلفة والآليات الخطابية المستخدمة في خطاب المؤثرين السياسيين، واعتمدت الدراسة على استخدمت منهج المسح، وأدوات تحليل الخطاب، وقد اعتمدت الدراسة على عينة قوامها ٤ من المؤثرين السياسيين العرب المهتمين بتغطية حرب طوفان الأقصى وهم اللواء فايز الدويري، رحمة زين، مصطفى الجعفر اوي، وعبد الباري عطوان خلال الفترة الزمنية منذ اندلاع الحرب في ( ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ وصولاً إلى ٢ مارس ٢٠٢٤م)، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى اتفاق خطابات المؤثرين العرب على الوقوف بجانب المقاومة الوطنية الفلسطينية، ودعمها، وإن مال خطاب (رحمة زين) لذكر الشعب الفلسطيني تحديداً دون التطرق لفكرة



المقاومة الفلسطينية، وتميز (الجغرافوي) في خطابه بالتغطية الميدانية من قلب الحدث، بينما تصدر حسابي (الدويري) و (عطوان) في آلية الشرح والتفسير في عرض الموضوعات وتقديم وجهات النظر الشارحة التفسيرية، تلاهم حساب (الجغرافوي) في تلك المسألة، مع تميزه باستخدام الأدلة والاثباتات من خلال الصور والوقائع من قلب الحدث.<sup>١٢</sup>

وكذلك اهتمت دراسة **نهى محمد عبده حشيش (٢٠٢٤م)** بالتعرف على حجم اهتمام صفحات المشاهير بأحداث عملية طوفان الأقصى، والكشف عن أهداف المضامين المقدمة فيها، مع تحليل وتفسير السياق الثقافي والاجتماعي، لخطاب المشاهير حول تداعيات أحداث عملية طوفان الأقصى، وتكونت عينة الدراسة من (٤٠) صفحة فيسبوك للمشاهير المصريين تم اختيارها بطريقة عمدية، وتشمل المشاهير (الغنائية، الفنية، الرياضية، الإعلامية)، في الفترة من يوم (٧ أكتوبر ٢٠٢٣م) ولمدة شهر إلى يوم (٧ نوفمبر ٢٠٢٣م). وأوضحت النتائج اهتمام الخطاب بكافة الموضوعات المرتبطة بتداعيات أحداث طوفان الأقصى، والتي شملت: "أدعية النصر، الرحمة للشهداء، والدمار والمآسي الناتجة عن القصف الإسرائيلي، ومناشدة الدول والأمم المتحدة لوقف النار وإحلال السلام، والمساعدات الإنسانية، والدعوة لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني". وقد تعددت مرجعية خطاب المشاهير على الفيس بوك تجاه أحداث طوفان الأقصى ما بين مرجعية دينية، وإنسانية، اجتماعية، وقانونية، ومواقف سياسية، قومية ووطنية، تاريخية، وثقافية.<sup>١٣</sup>

وتناولت دراسة **أمل محمد خطاب (٢٠٢٤م)** استراتيجيات بناء الصورة الذهنية لحركات المقاومة الفلسطينية في خطاب الصحافة الغربية من خلال دراسة حالة لمنصة BBC NEWS، بالتطبيق على أحداث طوفان الأقصى التي اندلعت في ٧ أكتوبر ٢٠٢٣م وتعتمد الدراسة على استخدام منهج المسح وأدوات تحليل الخطاب. وقد أكدت هذه الدراسة على جهود القائمين بالاتصال لتنظيم محتوى الرسالة الإعلامية؛ باختيار



نوع الأطروحات ونمط المصادر وتوظيف كلمات ذات دلالات للتأثير في العمليات الإدراكية للمستخدم وتعديلها، من خلال إبراز مفاهيم وحقائق جديدة عن حركات المقاومة الفلسطينية تتعارض مع الواقع؛ لذلك جاءت الصورة الذهنية لحركات المقاومة الفلسطينية مُشَبَّعَةً بنبرة الإدانة، والشيطنة، وتعكس علاقات السيطرة والقوة لجهة تفرّض إرادتها ورؤيتها السياسية.<sup>١٤</sup>

واهتمت دراسة **غالب كاظم جواد الدعيمي (٢٠٢٤م)** بتناول مستويات اهتمام قناة الجزيرة بتغطية أحداث طوفان الأقصى منذ انطلاقتها في (٧ أكتوبر ٢٠٢٣، وحتى ٧ نوفمبر ٢٠٢٣م، وذلك من خلال تحليل المحتوى لعينة الدراسة التي تكونت من ٣٥٦ مفردة تمثل خلاصة المواد التلفزيونية التي تبثها القناة في تغطيتها الإخبارية من الساعة التاسعة وحتى الساعة العاشرة يوميًا، وذلك بالاعتماد على أداة تحليل المضمون. وأظهرت نتائج الدراسة حيادية التغطية التي قدمتها قناة الجزيرة، مع اعتمادها على الاستمالات العقلية عبر استخدام الوثائق ومقاطع الفيديو والبث المباشر.<sup>١٥</sup>

تناولت دراسة **Irsa Irfan et al (٢٠٢٤م)**<sup>١٦</sup> تحليلاً نقدياً لتقارير هيئة الإذاعة البريطانية BBC عن الصراع بين غزة وإسرائيل، من خلال إجراء تحليل مقارنة للاختيارات اللغوية والهياكل السردية المستخدمة في هذه التقارير، بهدف الكشف عن التحيزات الكامنة وتصوير الإسلام والمسلمين في الصراع، وتصدير أفكار الإسلاموفوبيا، والصورة النمطية تجاه الإسلام والمسلمين. تعتمد منهجية البحث على إطار Fairclough الثلاثي الأبعاد، الذي يتضمن الوصف والتفسير والتفسير لتحليل النص، والممارسة الخطابية، والممارسة الاجتماعية والثقافية داخل المقالات المختارة. وكشف التحليل النقدي للخطاب الذي قدمته هيئة الإذاعة البريطانية عن وجود انحياز داخل تغطية الـ BBC لتعزيز الصور النمطية للمسلمين واستخدام أفكار الإسلاموفوبيا، مما يؤثر بدوره على تصورات الجمهور وفهمه للصراع الدائر بين غزة وإسرائيل.



وعلى جانب آخر اهتمت دراسة **Qasim Obayes Al-Azzawi** و **Anmar Ahmed Kadhim** (٢٠٢٤) تحليل عناوين الأخبار في ثلاثة مواقع مختلفة هي الجزيرة الإنجليزية، وسي إن إن، وبي بي سي. بحيث يكون الموضوع الرئيسي لهذه العناوين متعلق بأوضاع المرأة في غزة خلال أحداث طوفان الأقصى. وأظهرت نتائج الدراسة أن العناوين الرئيسية للأخبار تسلط الضوء على مجموعة متنوعة من التحديات التي تواجه المرأة الفلسطينية في غزة، بدءاً من الحرمان الأساسي إلى المساعي الخطرة لتحقيق الأمن، وهي تقدم تصويراً دقيقاً للتفاعل المعقد بين ديناميكيات النوع الاجتماعي، وديناميكيات الصراع، والقدرة على الصمود التي أبدتها النساء في غزة، مع التركيز على الضرورة الملحة لتعاطف والتدخل للتخفيف من مآزقهن على المستويين الإقليمي والدولي.<sup>١٧</sup>

واهتمت دراسة **Amina El Mir et al** (٢٠٢٣) بتناول الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة عملية طوفان الأقصى وتداعياتها على الموقع الإخباري لقناة i24 الإسرائيلية الناطقة بالعربية. وسعى البحث إلى توضيح الأطر الأساسية للمعالجة وموضوعاتها، ومصادر الأخبار المقدمة بها، وفنون الإعلام والوسائط المتعددة المستخدمة في المعالجة. وتعد هذه الدراسة دراسة وصفية تعتمد على استخدام أداة تحليل المضمون. وقد تضمنت تحليلاً لـ (١٥٠) مقال خلال فترة الدراسة التي امتدت لمدة شهر كامل ابتداءً من ٧ أكتوبر ٢٠٢٣م، أي بداية انطلاق عملية طوفان الأقصى، وحتى ٧ نوفمبر ٢٠٢٣م. وأوضحت نتائج الدراسة: تركيز موقع i24 بشكل كبير على الإطار العسكري، الذي أظهر قوة جيش الاحتلال الإسرائيلي في عملياته العسكرية، يليه الإطار السياسي، في حين احتل الإطاران الإنساني والاقتصادي المرتبة الأولى. لقد كانت أقل اهتماماً وأكثر ارتباطاً بالجانب الإسرائيلي، وهناك انحياز إعلامي واضح في المعالجة الإعلامية لصالح طرف على حساب الآخر.<sup>١٨</sup>

### التعليق على الدراسات السابقة

- كثافة الدراسات العربية التي اهتمت بتناول أزمة طوفان الأقصى نظرًا لما تشكله القضية الفلسطينية من أهمية كبيرة للشعوب العربية.
- قلة الدراسات التي تناولت أهمية دور المشاهير والمؤثرين خلال أزمة طوفان الأقصى، وذلك على الرغم مما يتمتعون به من شعبية كبيرة بين الجماهير.
- أظهرت الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية لأزمة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام الأجنبية وجود تحيز ضد الفلسطينيين، واتجاه لإبراز العرب والمسلمين وفق الصورة النمطية لهم في الغرب، مع تصدير أفكار الإسلاموفوبيا.
- اتضح من خلال عرض الدراسات السابقة الدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا والموضوعات المختلفة.
- اعتمدت غالبية الدراسات التي اهتمت بتناول التغطية الإعلامية لأزمة طوفان الأقصى والدراسات التي تناولت دور وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الجمهور على استخدام نظريتي الأطر الإخبارية، والاعتماد على وسائل الإعلام، وكذلك أدوات تحليل المضمون وتحليل الخطاب لإجراء التحليل الكمي والكيفي للبيانات.

### مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

من خلال التعرض للدراسات السابقة تمكنت الباحثة من بلورة وصياغة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة وأهميتها سواء على الجانب العلمي أو العملي، فضلاً عن التعرف على الجوانب التي لم يتطرق لها الباحثين من قبل، مما ساهم في تحديد منهجية الدراسة وأدواتها وكذلك الإطار النظري المناسب لها.

### **الإطار النظري للدراسة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:**

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيشون بداخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف.

فإن تأثرنا بالنظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فحسب بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور. وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال.<sup>١٩</sup>

وفي أوقات الاضطراب وعدم اليقين، تصبح وسائل الإعلام مصدرًا قيمًا، وفي بعض الأحيان هي المصدر الوحيد للمعلومات. هذا هو أساس نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي وضعها Sandra Ball-Rokeach و Melvin Defleur (١٩٧٦م). وتهدف النظرية إلى فحص العلاقة بين الأنظمة الاجتماعية ووسائل الإعلام والجمهور، وكيفية تفاعل كل منها مع الآخر وتأثيرهما على بعضهما البعض. وفي الوقت نفسه، تركز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حقًا على الفرد ومدى اعتماده على وسائل الإعلام لفهم تأثيرات الإعلام عليه.

ويشير Baran و Davis إلى أن فكرة النظرية هي "أنه كلما اعتمد الشخص على تلبية احتياجاته من خلال استخدام وسائل الإعلام، كلما كان دور الإعلام أكثر أهمية في حياة الشخص، وبالتالي، كلما كان لهذه الوسائل تأثير أكبر"<sup>٢٠</sup>

### فروض النظرية وأهدافها:

- يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دورًا هامًا في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح لها دورها الهام فتزيد شدة اعتماد الأفراد عليها،



- وبالتالي درجة تأثير الوسيلة في الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدًا زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم.
- تؤثر درجة استقرار المجتمع على زيادة الاعتماد أو قلته؛ فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع نتيجة وجود تهديد ما أو صراع أو حدث مؤثر كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
- يختلف أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية.<sup>٢١</sup>

## تساؤلات الدراسة

- ما مدى اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى؟
- ما مدى كثافة تعرض الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى؟
- ما أسباب اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى؟
- ما مدى اهتمام الجمهور بمتابعة آراء ومواقف المشاهير تجاه أزمة طوفان الأقصى؟
- ما اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى؟
- ما التأثيرات ( المعرفية – الوجدانية – السلوكية ) على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير الناتجة عن تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى.



## فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الجمهور بمتابعة أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو بعض المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أزمة طوفان الأقصى وبين حدوث تأثيرات (معرفية - سلوكية - وجدانية) في اتجاهاتهم نحو المشاهير.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو مواقف المشاهير من أزمة طوفان الأقصى.
- **الفرض الرابع:** توجد فروق في اتجاهات أفراد الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى وفقاً للعوامل الديموغرافية

## الخطوات المنهجية:

## نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى رصد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى.

## المنهج المستخدم:

تعتمد الدراسة على استخدام منهج المسح لرصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى، ومدى تأثر هذه الاتجاهات بتعرضهم لوسائل الاتصال الاجتماعي.

## مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري المهتم بمتابعة أزمة طوفان الأقصى.

## عينة الدراسة:

اختارت الباحثة عينة عمدية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي المهتمين بمتابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى، قوامها ٢٠٩ مفردة، ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة كما يلي:

جدول (١) خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	خصائص عينة الدراسة	
٥٠.٢	١٠٥	ذكر	النوع
٤٩.٨	١٠٤	أنثى	
٥٠.٢	١٠٥	من ١٨ : أقل من ٣٠ سنة	العمر
٣٤.٩	٧٣	من ٣٠ : أقل من ٤٠ سنة	
٩.١	١٩	من ٤٠ : أقل من ٥٠ سنة	
٥.٧	١٢	من ٥٠ سنة فأكثر	
١.٩	٤	تعليم متوسط	مستوى التعليم
٦٧.٩	١٤٢	تعليم جامعي	
٢١.٥	٤٥	ماجستير	
٨.٦	١٨	دكتورة	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
١٣.٤	٢٨	منخفض	
٧٨	١٦٣	متوسط	
٨.٦	١٨	مرتفع	

## أدوات جمع البيانات:

استمارة الاستبيان: حيث تسعى الباحثة لإجراء الدراسة الميدانية باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى ومدى تأثر هذه الاتجاهات بتعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي.



## إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بتنفيذ إجراءات الصدق وذلك بعرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين\* للتأكد من صلاحية الاستمارة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، وقامت الباحثة بتنفيذ التعديلات التي أوصوا بها.

كما تم قياس الثبات الخاص باستمارة الاستقصاء من خلال الاعتماد على معامل الثبات ألفا كرو نباخ Cronbach's alpha، وقد بلغ قيمته 0.912. وهي قيمة مرتفعة مما يدل على الثبات العالي للاستبيان.

## نتائج الدراسة

جدول رقم (٢) يشير إلى مدى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة قضية طوفان الأقصى:

النسبة المئوية	التكرارات	الاهتمام
٨.١	١٧	١- أهتم بدرجة منخفضة
٣٦.٨	٧٧	٢- أهتم بدرجة متوسطة
٥٥	١١٥	٣- أهتم بدرجة كبيرة
١٠٠	٢٠٩	الإجمالي

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- ارتفاع درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى؛ حيث جاءت " أهتم بدرجة كبيرة" المرتبة الأولى بنسبة ٥٥% من إجمالي العينة، بينما جاء في المرتبة الأخيرة " أهتم بدرجة منخفضة بنسبة ٨.١%؛ وهو ما قد يرجع إلى أهمية القضية الفلسطينية لدى المواطنين المصريين، وحرصهم على متابعة كل ما يستجد من أحداث في أزمة طوفان الأقصى، ويتفق ذلك مع دراسة نسررين حسام الدين (٢٠٢٤م)<sup>٢٢</sup> التي أكدت اهتمام المبحوثين بمتابعة أحداث طوفان الأقصى بدرجة كبيرة بنسبة ٦٤.٥% يليها بدرجة متوسطة بنسبة ٣٤.٨%، وكذلك دراسة نشوى

يوسف أمين (٢٠٢٤م)<sup>٢٣</sup> والتي أشارت إلى أن ٧٧.٢% من عينة الدراسة تهتم بمتابعة القضية الفلسطينية وأحداث طوفان الأقصى بشكل دائم؛ وهو ما يعكس حجم اهتمام الجمهور المصري بشكل عام بمتابعة أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة. جدول رقم (٣) ويشير إلى الوسائل التي يستخدمها المبحوثون في متابعة قضية طوفان الأقصى:

وسائل المتابعة	نادراً		أحياناً		دائماً		المتوسط الحسابي المعياري
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
١- من خلال القنوات التلفزيونية	٨١	٣٨.٨	٨٤	٤٠.٢	٤٤	٢١.١	٠.٧٥٤٦٣
٢- من خلال الصحف والمجلات	١٦٨	٨٠.٤	٣٤	١٦.٣	٧	٣.٣	٠.٤٩٥٠٥
٣- من خلال المواقع الإلكترونية	٣٧	١٧.٧	١٠١	٤٨.٣	٧١	٣٤	٠.٧٠١٨٨
٤- من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	١٦	٧.٧	٣٩	١٨.٧	١٥٤	٧٣.٧	٠.٦١٥٨٢

#### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- احتلت وسائل التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى كأكثر الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى وذلك بمتوسط حسابي ٢.٦٦٠٣، وقد يرجع ذلك إلى سرعة وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم تغطية حية ومباشرة للأحداث، مما يجعلها الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين لمتابعة الأزمة، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة ندى مصطفى (٢٠٢٤م)<sup>٢٤</sup> والتي أكدت أن غالبية المبحوثين يعتمدون على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة ما يحدث في قطاع غزة، لأنها الوسيلة الأصدق، والأكثر سرعة، ولقلة القيود بها.
- جاءت الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة كأقل الوسائل استخداماً من قبل المبحوثين في متابعة الأزمة وذلك بمتوسط حسابي ١.٢٢٩٧، وهو ما يشير إلى تراجع دور الصحافة المطبوعة في مواجهة الوسائل الإلكترونية التي أصبحت أكثر انتشاراً واستخداماً من قبل الجمهور، نظراً لسهولة استخدامها وقلّة تكلفتها.



جدول رقم (٤) ويشير إلى معدل متابعة المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى :

المتابعة	التكرارات	النسبة المئوية
من يوم إلى ثلاثة أيام في الأسبوع	٧٤	٣٥.٤
من أربع إلى ستة أيام في الأسبوع	٢٣	١١
يوميًا	١١٢	٥٣.٦
الإجمالي	٢٠٩	١٠٠

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- احتلت متابعة المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة طوفان الأقصى " يوميًا" المرتبة الأولى بنسبة ٥٣.٦% من إجمالي العينة، وهو ما يعكس حرص المبحوثين على متابعة تفاصيل الأزمة بشكل مكثف.
- جاءت متابعة المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة " من أربع إلى ستة أيام في الأسبوع" في المرتبة الأخيرة بنسبة ١١% من إجمالي العينة.

جدول رقم (٥) عدد ساعات متابعة المبحوثين لأحداث طوفان الأقصى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي خلال اليوم الواحد:

معدل المتابعة يوميًا	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من ساعة	١١٨	٥٦.٥
من ساعة لأقل من ساعتين	٥٧	٢٧.٣
ساعتين فأكثر	٣٤	١٦.٣
الإجمالي	٢٠٩	١٠٠

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاءت متابعة المبحوثين لأحداث أزمة طوفان الأقصى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي " أقل من ساعة " في المرتبة الأولى بنسبة ٥٦.٥ من إجمالي العينة؛ وقد يرجع ذلك إلى ما توفره وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين من إمكانية الوصول إلى المعلومات بسرعة وسهولة كبيرة، مما قد يمكنهم من متابعة أحداث وتفاصيل الأزمة في أقل وقت ممكن.

- احتلت متابعة المبحوثين لأزمة طوفان الأقصى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي " أكثر من ساعتين" خلال اليوم الواحد المرتبة الأخيرة بنسبة ١٦.٣ من إجمالي العينة.

جدول رقم (٦) كثافة تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى:

النسبة المئوية	التكرارات	كثافة التعرض
٢٩.٢	٦١	منخفضة
٣٧.٣	٧٨	متوسطة
٣٣.٥	٧٠	مرتفعة
١٠٠	٢٠٩	الإجمالي

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاءت كثافة متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٣٧.٣%، ويليهما بفارق ضئيل الكثافة " مرتفعة" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٣.٥%، وقد أكدت دراسة نشوى يوسف أمين (٢٠٢٤م) <sup>٢٥</sup> أن كثافة متابعة عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول المنتجات التي يتم مقاطعتها خلال أزمة طوفان الأقصى جاءت متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٥٧.٤% من إجمالي العينة.
- جاءت كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى "منخفضة" في المرتبة الأخيرة، وذلك بنسبة ٢٩.٢% فقط من إجمالي العينة.

جدول رقم (٧) مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث طوفان الأقصى:

النسبة المئوية	التكرارات	الاعتماد
٨.١	١٧	اعتمد بدرجة منخفضة
٢٠.١	٤٢	اعتمد بدرجة متوسطة
٧١.٨	١٥٠	اعتمد بدرجة مرتفعة
١٠٠	٢٠٩	الإجمالي

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاء اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث طوفان الأقصى بدرجة "مرتفعة" في المرتبة الأولى بنسبة ٧١.٨% من إجمالي العينة، وهو ما يعكس ثقة المبحوثين في وسائل التواصل الاجتماعي وما تقدمه من تغطية إخبارية للأحداث.
- احتل اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث طوفان الأقصى بدرجة "منخفضة" المرتبة الأخيرة بنسبة ٨.١% من إجمالي العينة.
- جدول رقم (٨) أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثون متابعتها أثناء أزمة طوفان الأقصى :

وسائل التواصل الاجتماعي	نادراً		أحياناً		دائماً		الانحراف المعياري
	التركرار	%	التركرار	%	التركرار	%	
الفييس بوك	١١	٥.٣%	٧٣	٣٤.٩%	١٢٥	٥٩.٨%	٠.٥٩٥٧٣
انستجرام	٧٥	٣٥.٩%	٨٣	٣٩.٧%	٥١	٢٤.٤%	٠.٧٦٩٧٥
تويتر	١٢٢	٥٨.٤%	٤٨	٢٣%	٣٩	١٨.٧%	٠.٧٨٤٥٨
تيك توك	١٣٩	٦٦.٥%	٤٤	٢١.١%	٢٦	١٢.٤%	٠.٧٠٦٧٨

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- احتل فييس بوك المرتبة الأولى كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثون متابعتها وذلك بمتوسط حسابي ٢.٥٤٥٥؛ وقد يرجع ذلك إلى ما يوفره الفييس بوك من مميزات للمستخدمين منها سهولة الاستخدام، وإمكانية الحصول على المعلومات بأشكال متنوعة سواء نصية أو مصورة، مما يجعله موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لدى الجمهور المصري، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة نسرين حسام الدين (٢٠٢٤م)<sup>٢٦</sup> والتي أكدت تصدر الفييس بوك المنصات



الرقمية التي يعتمد عليها الجمهور المصري في متابعة أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠٢٣م.

- كان موقع تيك توك أقل المواقع التي يحرص المبحوثون عينة الدراسة على استخدامها وذلك بمتوسط حسابي ١.٤٥٩٣.

- جدول رقم (٩) يشير إلى الشخصيات المؤثرة التي يهتم المبحوثون بمتابعة آرائها عن أزمة طوفان الأقصى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		احيانا		نادرا		المشاهير
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠.٦٧٣٠٤	١.٤٨٨	%١٠.٠	٢١	٢٨.٧ %	٦٠	%٦١.٢	١٢٨	الفنانون
٠.٦٧١٦	١.٤٥٤٥	%١٠.٠	٢١	٢٥.٤ %	٥٣	%٦٤.٦	١٣٥	الرياضيون
٠.٧٨٦١٦	٢.٣٣٤٩	%٥٣.١	١١١	%٢٧	٥٧	%١٩.٦	٤١	السياسيون
٠.٧٥٩١٦	١.٦٧٤٦	%١٧.٧	٣٧	٣٢.١ %	٦٧	%٥٠.٢	١٠٥	البلوجرز

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- تصدر السياسيون المرتبة الأولى كأكثر الشخصيات المؤثرة التي يهتم المبحوثون بمتابعة آرائهم عن أزمة طوفان الأقصى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بمتوسط حسابي ٢.٣٣٤٩؛ وقد يرجع ذلك إلى قدرتهم على تقديم التحليلات السياسية وقراءة المشهد العالمي فيما يتعلق بالأزمة، مما يجعل المبحوثون حريصون على متابعتهم للحصول على تفسيرات واضحة للأحداث واستنباط الحلول المناسبة للأزمة.

- جاء البلوجرز والمدونين في المرتبة الثانية بين أكثر الشخصيات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها أثناء أزمة طوفان الأقصى وذلك بمتوسط حسابي ١.٦٧٤٦؛ وربما يرجع ذلك إلى حرص المدونين والبلوجرز الفلسطينيين على نشر الانتهاكات والجرائم التي ترتكبها قوات الاحتلال عبر وسائل التواصل الاجتماعي مما جعلهم مصدرًا هامًا للتغطية الإعلامية للأحداث في غزة، فضلاً عن حرص الكثير من



البلوجرز المصريين والعرب على نشر المنشورات والفيديوهات الداعمة للقضية الفلسطينية، والداعية لتفعيل حملات المقاطعة للمنتجات الغربية الداعمة للكيان الصهيوني.

- احتل الرياضيون المرتبة الأخيرة كأقل الشخصيات المؤثرة التي يهتم المبحوثون بمتابعة آرائهم عن أزمة طوفان الأقصى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بمتوسط حسابي ١.٤٥٤٥.

- جدول رقم (١٠) يشير إلى أهم الصفحات أو الحسابات التي يهتم المبحوثون بمتابعة أخبار أزمة طوفان الأقصى من خلالها عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		احيانا		نادرا		الصفحات
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠.٦٨٠٢٥	٢.٥٠٢٤	%٦٠.٨	١٢٧	%٢٨.٧	٦٠	%١٠.٥	٢٢	١- الصفحات أو الحسابات الخاصة بوسائل الإعلام المختلفة (قنوات - صحف - وكالات أنباء)
٠.٦٨٣٥٩	١.٦٥٥٥	%١٢	٢٥	%٤١.٦	٨٧	%٤٦.٤	٩٧	٢- الصفحات أو الحسابات الخاصة بالمشاهير
٠.٦٧٠٠٢	١.٦١٧٢	%١٠.٥	٢٢	%٤٠.٧	٨٥	%٤٨.٨	١٠٢	٣- الصفحات أو الحسابات ذات الطابع الترفيهي التي خصصت مساحة لتغطية أخبار الأزمة (كالصفحات الرياضية والفنية)

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاءت الصفحات أو الحسابات الخاصة بوسائل الإعلام المختلفة (قنوات - صحف - وكالات أنباء) في مقدمة الحسابات التي يهتم المبحوثون عينة الدراسة بمتابعة أخبار أزمة طوفان الأقصى من خلالها، وذلك بمتوسط حسابي ٢.٥٠٢٤، وقد يرجع ذلك إلى ما تقدمه هذه الحسابات للجمهور من تغطية إخبارية متكاملة وسريعة لأحداث الأزمة.

- كانت الصفحات أو الحسابات ذات الطابع الترفيهي التي خصصت مساحة لتغطية أخبار الأزمة (كالصفحات الرياضية والفنية) أقل الصفحات التي يهتم الجمهور بمتابعة تفاصيل أزمة طوفان الأقصى من خلالها وذلك بمتوسط حسابي ١.٦١٧٢؛

وربما يرجع ذلك إلى سيطرة المحتوى الترفيهي لتلك الحسابات على المنشورات التي تقدمها، وقلة المحتوى المختص بتغطية أحداث الأزمة، مما يجعلها تأتي في المرتبة الأخيرة بالنسبة للمبشرين في متابعة الأزمة.

- جدول رقم (١١) ويشير إلى أسباب استخدام المبشرين لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى؟

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الأسباب
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠.٤٩١٠٤	٢.٧٩٤٣	٨٣.٣	١٧٤	١٢.٩	٢٧	٣.٨	٨	١- لأنها تقدم لي المتابعة الإخبارية للأحداث بسرعة كبيرة.
٠.٦٦٨٨٩	٢.٢٤٨٨	٣٧.٨	٧٩	٤٩.٣	١٠٣	١٢.٩	٢٧	٢- لأنها تتسم بالموضوعية والدقة في تغطية الأخبار.
٠.٦٥٨٧	٢.٤٠١٩	٤٩.٨	١٠٤	٤٠.٧	٨٥	٩.٦	٢٠	٣- لأنها تتميز بالحرية وغير خاضعة لأي سياسات تحريرية تتحكم في المحتوى المقدم.
٠.٥٥٣	٢.٦١٢٤	٦٤.٦	١٣٥	٣٢.١	٦٧	٣.٣	٧	٤- لأنها تقدم لي تغطية مفصلة بالصوت والصورة الحية.
٠.٧٣٦٧١	٢.٣٧٣٢	٥٢.٦	١١٠	٣٢	٦٧	١٥.٣	٣٢	٥- لأنني أستطيع مشاركة ما ينشر بها مع عائلتي وأصدقائي.
٠.٧٦٢٠	٢.٢٨٧١	٤٧.٤	٩٩	٣٤	٧١	١٨.٧	٣٩	٦- لأنني أستطيع التفاعل والتعليق على المواد الإخبارية المنشورة بها.
٠.٧٢٧٩٥	٢.٣٣٠١	٤٨.٣	١٠١	٣٦	٧٦	١٥.٣	٣٢	٧- لأنها تتيح لي الفرصة في التعبير على رأيي بحرية.
٠.٦٧٠٠٢	٢.٤٣٥٤	٥٣.٦	١١٢	٣٦	٧٦	١٠	٢١	٨- لأنني استخدمها كمنصة لدعم القضية الفلسطينية والدفاع عنها.
٠.٦٧٩٠٣	٢.٥٤٠٧	٦٤.٦	١٣٥	٢٥	٥٢	١٠.٥	٢٢	٩- لأنني أحرص على دعم حملات المقاطعة للمنتجات الأجنبية من خلالها.
٠.٦٦٤٤٤	٢.٣٩٢٣	٤٩.٣	١٠٣	٤١	٨٥	١٠	٢١	١٠- لأنني أفضل قضاء وقت فراغي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاءت عبارة " لأنها تقدم لي المتابعة الإخبارية للأحداث بسرعة كبيرة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٧٩٤٣، يليها عبارة " لأنها تقدم لي تغطية مفصلة بالصوت والصورة الحية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢.٦١٢٤؛ وهو ما يوضح حرص الجمهور على الوصول إلى المعلومات حول أزمة طوفان الأقصى بطريقة تتسم بالسرعة والسهولة، وكذلك التنوع في طريقة العرض للحصول على خدمة إخبارية متميزة وهو ما يتفق مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي.
  - احتلت عبارة " لأنها تتسم بالموضوعية والدقة في تغطية الأخبار " المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي ٢.٢٤٨٨، وكان اتجاه الباحثين نحو العبارة " محايد " وذلك وفقاً للمتوسط المرجح لمقياس ليكرت الثلاثي؛ مما يشير إلى حاجة الصفحات التي تقدم المحتوى الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى مزيد من تحري الدقة والموضوعية في تغطيتها الإخبارية، بما يتوافق مع أهميتها كأكثر الوسائل التي يحرص الجمهور على استقاء المعلومات من خلالها.
- جدول رقم (١٢) ويشير إلى مدى اهتمام الباحثين بمتابعة آراء المشاهير ومواقفهم من أزمة طوفان الأقصى:

النسبة المئوية	التكرارات	الاهتمام
٣٩.٧	٨٣	أهم بدرجة منخفضة
٥٣.٦	١١٢	أهم بدرجة متوسطة
٦.٧	١٤	أهم بدرجة كبيرة
١٠٠	٢٠٩	الإجمالي

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاء اهتمام الباحثين بمتابعة آراء المشاهير ومواقفهم من أزمة طوفان الأقصى متوسط الدرجة في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥٣.٦% من إجمالي العينة، وربما قد يرجع ذلك إلى انشغال الباحثين بمتابعة تفاصيل الأزمة وتداعياتها بشكل أكبر من متابعة آراء المشاهير، خاصة في ظل الانتهاكات المتواصلة التي يرتكبها الاحتلال في حق الفلسطينيين، وتزايد أعداد الشهداء بشكل كبير منذ اندلاع الأزمة.



- احتل اهتمام المبحوثين بمتابعة آراء المشاهير ومواقفهم من أزمة طوفان الأقصى " بدرجة كبيرة" المرتبة الأخيرة بنسبة ٦.٧% من إجمالي العينة.
- جدول رقم (١٣) مدى تأثير آراء المشاهير ومواقفهم في مسار أزمة طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرارات	التأثير
٣٢.٥	٦٨	ليس لها تأثير على الإطلاق
٤٢.١	٨٨	تؤثر بدرجة متوسطة
٢٥.٤	٥٣	تؤثر بدرجة كبيرة
١٠٠	٢٠٩	الإجمالي

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- تؤثر آراء المشاهير ومواقفهم في مسار أزمة طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين "بدرجة متوسطة" وذلك بنسبة ٤٢.١ % من إجمالي العينة، بينما يرى ٣٢.٥ % من المبحوثين أن آراء ومواقف المشاهير ليس لها تأثير على الإطلاق؛ وقد يرجع ذلك إلى وجود المخططات الصهيونية التي تستهدف تنفيذ عمليات التهجير القسري لأهالي غزة بشكل ممنهج، مما يقلل من فعالية وأهمية ردود الأفعال العالمية المختلفة في احتواء الأزمة.
- جاء تأثير آراء المشاهير ومواقفهم في مسار أزمة طوفان الأقصى " بدرجة كبيرة" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٥.٤% من إجمالي العينة.
- جدول رقم (١٤) مدى تأثير آراء ومواقف المشاهير نحو أزمة طوفان الأقصى على اتجاهات ومشاعر المبحوثين نحوهم:

النسبة المئوية	التكرارات	التأثير
٤٣.٥	٩١	ليس لها تأثير على الإطلاق
٣٤	٧١	تؤثر بدرجة متوسطة
٢٢.٥	٤٧	تؤثر بدرجة كبيرة
١٠٠	٢٠٩	الإجمالي

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- "عدم وجود تأثير على الإطلاق" لآراء المشاهير ومواقفهم نحو أزمة طوفان الأقصى على اتجاهات الجمهور نحوهم مثلما أوضح ٤٣.٥% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة، وهو ما قد يعكس تبني المبحوثين اتجاهاتهم نحو المشاهير من خلال قنوات راسخة لا تتغير بسهولة من خلال رأي أو موقف.
- جاء تأثير آراء المشاهير ومواقفهم "بدرجة كبيرة" نحو أزمة طوفان الأقصى في اتجاهات الجمهور نحوهم في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٢.٥% من إجمالي العينة.
- جدول رقم (١٥) ويشير إلى أهمية إبداء المشاهير لمواقفهم الداعمة للشعب الفلسطيني من وجهة نظر المبحوثين:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الأسباب	
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
٠.٦٤٢٣٣	٢.٤٥٤٥	٥٣.٦	١١٢	٣٨.٣	٨٠	٨.١	١٧	١- إبداء المشاهير لمواقفهم المساندة للقضية الفلسطينية يساهم في تقديم الدعم النفسي والمعنوي للشعب الفلسطيني أثناء الأزمة.	
٠.٧٢٠٥١	٢.٤٦٤١	٥٩.٨	١٢٥	٢٦.٨	٥٦	١٣.٤	٢٨	٢- يمكن أن تساهم مواقف وآراء المشاهير المعلنة والداعمة للقضية الفلسطينية في كشف جرائم الاحتلال الإسرائيلي في حق الشعب الفلسطيني.	
٠.٥٦٢٤	٢.٦٤٥٩	٦٨.٩	١٤٤	٢٦.٨	٥٦	٤.٣	٩	٣- المساهمة في تشكيل رأي عام عالمي داعم للشعب الفلسطيني.	
٠.٧٠٨٧	٢.١٦٢٧	٣٤.٤	٧٢	٤٧.٤	٩٩	١٨.٢	٣٨	٤- إخفاء المشاهير لمواقفهم من أزمة طوفان الأقصى قد يعكس قلة اهتمامهم بمتابعة القضايا الإقليمية الهامة	
٠.٦٣٤٤٤	٢.٥٥٠٢	٦٢.٧	١٣١	٣٠	٦٢	٧.٧	١٦	٥- إعلان المشاهير لمواقفهم الداعمة للشعب الفلسطيني يعكس وحدة الشعوب العربية وتضامنها.	
٠.٥٤٠٦	٢.٦٨٩	٧٢.٧	١٥٢	٢٣	٤٩	٣.٨	٨	٦- استمرار المشاهير في تناول أزمة طوفان الأقصى والحديث عنها يسهم في إلقاء المزيد من الضوء على القضية، حتى لا يتم تهميشها والانشغال عنها.	
		المتوسط الحسابي = ٢.٤٩٤٤				الانحراف المعياري = ٠.٣٨٥٥			

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاءت قيمة المتوسط الحسابي للمقياس ٢.٤٩٤٤ ، وهو ما يشير إلى موافقة المبحوثين على أهمية إبداء المشاهير لمواقفهم وآرائهم الداعمة للشعب الفلسطيني أثناء أزمة طوفان الأقصى.
- احتلت عبارة " استمرار المشاهير في تناول أزمة طوفان الأقصى والحديث عنها يسهم في إلقاء المزيد من الضوء على القضية، حتى لا يتم تهميشها والانشغال عنها" المرتبة الأولى كأكثر العبارات موافقة من جانب المبحوثين وذلك بمتوسط حسابي ٢.٦٨٩ ، يليها عبارة " المساهمة في تشكيل رأي عام عالمي داعم للشعب الفلسطيني" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢.٦٤٥٩ ، وقد ترجع أهمية ذلك إلى طول الفترة التي استمرت خلالها الأزمة، الأمر الذي يزيد من أهمية استمرار المشاهير في الحديث عن الانتهاكات المتواصلة من جانب الاحتلال الإسرائيلي تجاه أهالي غزة حتى لا يتم تجاهل القضية أو الاعتياد عليها بشكل يجعلها تخرج من دائرة الضوء، ويمكن توضيح ذلك من خلال ما أشارت إليه دراسة **نهى محمد عبده حشيش (٢٠٢٤)**<sup>٢٧</sup> والتي أكدت أن مقطع الفيديو الذي قام اللاعب محمد صلاح ببثه عبر حسابه على موقع الفيس بوك يتناول فيه الأزمة بتاريخ ١٨ أكتوبر ٢٠٢٣ قد حظى باهتمام عالمي كبير حيث وصل المقطع إلى ٦٥ مليون مشاهد، وحصل على ٦٥٠ ألف إعجاب، و ١٥٤ ألف تعليق، و ٧٣ ألف مشاركة حتى تاريخ ١٥ يناير ٢٠٢٤م، مما يوضح أن تناول المشاهير للقضية من شأنه أن يجعلها محور الاهتمام ويلقي عليها مزيداً من الضوء.
- جاءت عبارة " إخفاء المشاهير لمواقفهم من أزمة طوفان الأقصى قد يعكس قلة اهتمامهم بمتابعة القضايا الإقليمية الهامة " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي ٢.١٦٢٧ ، حيث كان اتجاه المبحوثين نحو العبارة " محايد".

- جدول رقم (١٦) اتجاهات المبحوثين نحو مواقف بعض المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى:

الاتجاه	معارض		محايد		موافق		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
١- أرفض مشاركة بعض الفنانين في المهرجانات أو إحياء بعضهم للحفلات خلال أزمة طوفان الأقصى.	٤.٨%	٨٢	٣٩.٢%	١١٧	٥٦%	١١٧	٠.٥٨٩٢٥	٢.٥١٢	
٢- أشعر بالحب والتقدير تجاه المشاهير الذين أعلنوا دعمهم للشعب الفلسطيني أثناء الأزمة.	١%	٢٨	١٣.٤%	١٧٩	٨٥.٦%	١٧٩	٠.٣٨٦٦٨	٢.٨٤٦٩	
٣- أعتبر محاولة بعض المشاهير اتخاذ موقف محايد تجاه القضية الفلسطينية بمثابة تجاهل لحقوق الفلسطينيين.	١٧.٢%	٧٣	٣٤.٩%	١٠٠	٤٧.٨%	١٠٠	٠.٧٤٨١	٢.٣٠٦٢	
٤- تصريحات اللاعب محمد صلاح " كل الأرواح مقدسة " أصابني بخيبة أمل في اللاعب.	١٧.٢%	٦٥	٣١.١%	١٠٨	٥١.٧%	١٠٨	٠.٧٥٧٠١	٢.٣٤٤٥	
٥- مشاركة بعض " البلوجرز " في جمع المساعدات ومحاولة إدخالها إلى غزة جعلني أشعر بأهمية دورهم في المجتمع.	٨.١%	٥٣	٢٥.٤%	١٣٩	٦٦.٥%	١٣٩	٠.٦٣٨٤٥	٢.٥٨٣٧	
٦- ازداد تقديري للممثل محمد سلام نتيجة رفضه للمشاركة في إحدى المسرحيات أثناء الأزمة.	٥.٣%	٣٢	١٥.٣%	١٦٦	٧٩.٤%	١٦٦	٠.٥٤٦٢	٢.٧٤١٦	
٧- أشعر بالغضب تجاه المشاهير المشاركين في حملات إعلانية لمنتجات تتدرج تحت نطاق المقاطعة لدعم القضية الفلسطينية.	٩.١%	٤٩	٢٣.٤%	١٤١	٦٧.٥%	١٤١	٠.٦٥٣٣٤	٢.٥٨٣٧	
المتوسط الحسابي = ٢.٥٥٩٨								الانحراف المعياري = ٠.٣٦٨٤٥٠	





### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- جاءت قيمة المتوسط الحسابي للمقياس ٢.٥٥٩٨، وهو ما يشير إلى تبني المبحوثين اتجاهات إيجابية نحو المشاهير الذين أعلنوا مواقفهم وآرائهم الداعمة للشعب الفلسطيني خلال أزمة طوفان الأقصى.
- جاءت عبارة "أشعر بالحب والتقدير تجاه المشاهير الذين أعلنوا دعمهم للشعب الفلسطيني أثناء الأزمة" في المرتبة الأولى كأكثر العبارات موافقة من قبل الجمهور بمتوسط حسابي ٢.٨٤٦٩، يليها عبارة "ازداد تقديري للممثل محمد سلام نتيجة رفضه للمشاركة في إحدى المسرحيات أثناء الأزمة" بمتوسط حسابي ٢.٧٤١٦؛ وهو ما يشير إلى أن اتجاهات المبحوثين أكثر إيجابية تجاه المشاهير الذين تبنا مواقف واضحة لدعم الشعب الفلسطيني أثناء الأزمة.
- وعلى الرغم من تصدر العبارات التي تؤكد إيجابية اتجاهات الجمهور نحو المشاهير الداعمين للشعب الفلسطيني وغضبهم من المشاهير المشاركين في حملات إعلانية للمنتجات التي تدرج تحت بند المقاطعة، أو المشاركة في حفلات ومهرجانات خلال الأزمة، فقد جاءت عبارة "أعتبر محاولة بعض المشاهير اتخاذ موقف محايد تجاه القضية الفلسطينية بمثابة تجاهل منهم لحقوق الفلسطينيين." في المرتبة الأخيرة كأقل العبارات موافقة من قبل الجمهور وذلك بمتوسط حسابي ٢.٣٠٦٢، وكان اتجاه المبحوثين نحو العبارة "محايد"، وهو ما قد يعكس رفض المبحوثين وصم المشاهير الذين تبنا مواقف حيادية أو امتنعوا عن إبداء آرائهم تجاه الأزمة بتجاهل حقوق الشعب الفلسطيني.

جدول رقم (١٧) أهم التأثيرات ( معرفية - وجدانية - سلوكية ) على اتجاهات الجمهور نحو المشاهير الناتجة عن تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى :

التأثيرات	معارض		محايد		موافق		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
تأثيرات معرفية	٧	٣.٣	٥٩	٢٨.٢	١٤٣	٦٨.٤	٢.٦٥٠٧	٠.٥٤٣٧٧	
	٢٢	١٠.٥	٧٨	٣٧.٣	١٠٩	٥٢.٢	٢.٤١٦٣	٠.٦٧٥٠٥	
	١٢	٥.٧	٧٥	٣٥.٩	١٢٢	٥٨.٤	٢.٥٢٦٣	٠.٦٠٤٩	
المتوسط الحسابي = ٢.٥٣١١٠٠								الانحراف المعياري = ٠.٤٩٨٠٩٠	
تأثيرات وجدانية	٨	٣.٨	٣٣	١٥.٨	١٦٨	٨٠.٤	٢.٧٦٥٦	٠.٥٠٧٢٢	
	٢٨	١٣.٤	٥٧	٢٧.٣	١٢٤	٥٩.٣	٢.٤٥٩٣	٠.٧٢٠٢٦	
	٢٥	١٢	٥٦	٢٦.٨	١٢٨	٦١.٢	٢.٤٩٢٨	٠.٧٠١١	
المتوسط الحسابي = ٢.٥٧٢٥٦٨								الانحراف المعياري = ٠.٤٨٧٢٠٠	
تأثيرات سلوكية	٦٣	٣٠.١	٦٨	٣٢.٥	٧٨	٣٧.٣	٢.٠٧١٨	٠.٨٢٠١٩	
	٣٧	١٧.٧	٨٩	٤٢.٦	٨٣	٣٩.٧	٢.٢٢٠١	٠.٧٢٦٨١	
	٢٧	١٢.٩	٨٣	٣٩.٧	٩٩	٤٧.٤	٢.٣٤٤٥	٠.٦٩٧٥١	
المتوسط الحسابي = ٢.٢١٢١٢١								الانحراف المعياري = ٠.٦١٦٨٧٦	

الانحراف المعياري = ٠.٤٠٥٠٦٨

المتوسط الحسابي = ٢.٤٣٨٥٩٦

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- احتلت التأثيرات الوجدانية المرتبة الأولى كأكثر التأثيرات التي يتعرض لها المبحوثون نتيجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وذلك بمتوسط حسابي ٢.٥٧٢٥٦٨ ؛ وقد احتلت عبارة " شعرت بالحب والاحترام للمشاهير الذين أعلنوا بوضوح رفضهم للانتهاكات الإسرائيلية، ودعمهم للشعب الفلسطيني" المرتبة الأولى كأكثر التأثيرات الوجدانية التي تعرض لها المبحوثون وذلك بمتوسط حسابي ٢.٧٦٥٦؛ وقد يرجع ذلك إلى أن القضية الفلسطينية قضية مركزية في الوجدان المصري والعربي، مما قد يفسر تصدر التأثيرات العاطفية والوجدانية التي يتعرض لها المبحوثون نتيجة متابعتهم لآراء المشاهير ومواقفهم نحو أزمة طوفان الأقصى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- جاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأخير كأقل التأثيرات التي تحدث للمبحوثين وذلك بمتوسط حسابي ٢.٢١٢١٢١، وقد جاءت عبارة " أحاول تنبيه أصدقائي ومعارفي وإخبارهم بحقيقة مواقف بعض المشاهير من القضية الفلسطينية " في المرتبة الأولى كأكثر التأثيرات السلوكية التي يتعرض لها المبحوثين بمتوسط حسابي ٢.٣٤٤٥.

## نتائج اختبار صحة فروض الدراسة

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الجمهور بمتابعة أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو بعض المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى.

جدول رقم ( ١٨ )

درجة الاهتمام		اتجاهاتهم نحو المشاهير
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
٠,٠٠٥	٠,١٩٤١	اتجاهات الجمهور نحو المشاهير

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- صحة الفرض الأول للدراسة حيث أنه بتطبيق اختبار ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو المشاهير ومواقفهم خلال الأزمة؛ وذلك لأن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٥، مما يدل على أنه كلما كان الباحثون أكثر اهتمامًا بمتابعة أزمة طوفان الأقصى كلما تشكلت لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو المشاهير الذين أعلنوا مواقفهم الداعمة للشعب الفلسطيني.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أزمة طوفان الأقصى وبين حدوث تأثيرات (معرفية - سلوكية - وجدانية) في اتجاهاتهم نحو المشاهير.

جدول رقم ( ١٩ )

مدى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي		التأثيرات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
٠,١١١١	٠,٠١-	تأثيرات معرفية
٠,٠٠٠	٠,٢٦٤	تأثيرات وجدانية
٠,٠١٠	٠,١٢١	تأثيرات سلوكية



### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- صحة الفرض الثاني للدراسة بشكل جزئي حيث أنه بتطبيق اختبار ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى، وحدث تأثيرات وجدانية لديهم في اتجاهاتهم نحو المشاهير، وذلك لأن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٥، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين حدوث تأثيرات معرفية أو سلوكية في اتجاهاتهم نحو المشاهير نظرًا لأن قيمة مستوى المعنوية لكلا منهما أكبر من ٠.٠٥.

- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو مواقف المشاهير من أزمة طوفان الأقصى.

### جدول رقم ( ٢٠ )

كثافة التعرض		كثافة التعرض اتجاهاتهم نحو المشاهير اتجاهات الجمهور نحو المشاهير
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
٠.٠٢٦	٠.١٥٤	

### من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- صحة الفرض الثالث للدراسة حيث أنه بتطبيق اختبار ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو المشاهير ومواقفهم خلال الأزمة؛ وذلك لأن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٥، مما يدل على أنه كلما زادت كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وما تقدمه من محتوى حول أزمة طوفان الأقصى كلما أصبح لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو المشاهير الداعمين للشعب الفلسطيني خلال الأزمة.



- الفرض الرابع: توجد فروق في اتجاهات أفراد الجمهور نحو المشاهير أثناء أزمة طوفان الأقصى وفقا للعوامل الديموغرافية.

جدول رقم ( ٢١ )

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية
ذكر	١٠٥	٢.٥٨٧٨	٠.٣٧٤٤٨	١.١٠٢٥٥	٠.٢٧١٥٠٦
أنثى	١٠٤	٢.٥٣١٦	٠.٣٦١٨٧		

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المشاهير وفقاً لمتغير النوع؛ حيث أن قيمة ت تساوي ١.١٠٢٥٥ بمستوى معنوية أكبر من ٠.٠٥.

جدول رقم ( ٢٢ )

العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى المعنوية
من ١٨ : أقل من ٣٠ سنة	١٠٥	٢.٦١٨	٠.٣٢٧٦٢	١.٨١٨	٠.١٤٥
من ٣٠ : أقل من ٤٠ سنة	٧٣	٢.٤٩٣	٠.٤٠٢٦٨		
من ٤٠ : أقل من ٥٠ سنة	١٩	٢.٥٣٤	٠.٣٣٩٥٤		
من ٥٠ سنة فأكثر	١٢	٢.٥	٠.٤٨٥٤١		

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المشاهير وفقاً لمتغير العمر؛ حيث أن قيمة ف تساوي ١.٨١٨ بمستوى معنوية أكبر من ٠.٠٥.

جدول رقم ( ٢٣ )

التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى المعنوية
تعليم متوسط	٤	٢.٢٨٦	٠.٤٩٤٨٧	٢.٦٧٣	٠.٠٤٨
تعليم جامعي	١٤٢	٢.٥٩١	٠.٣٤٧٥٣		
ماجستير	٤٥	٢.٥٦٢	٠.٢٦٢٧١		
دكتوراة	١٨	٢.٣٧٣	٠.٦١٢٢٨		

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- توجد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المشاهير وفقاً لمتغير مستوى التعليم؛ حيث أن قيمة ف تساوي ٢.٦٧٣ بمستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ .

جدول رقم ( ٢٤ )

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى المعنوية
منخفض	٢٨	٢.٦٧٨٦	٠.٢٩٢٥٨	٢.٥٩٩	٠.٠٧٧
متوسط	١٦٣	٢.٥٢٩٤	٠.٣٧٩٩٤		
مرتفع	١٨	٢.٦٥٠٨	٠.٣٢٩٥١		

من خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المشاهير وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي؛ حيث أن قيمة ف تساوي ٢.٥٩٩ بمستوى معنوية أكبر من ٠.٠٥ .

مما سبق يتضح صحة الفرض الرابع بشكل جزئي؛ حيث أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المشاهير وفقاً لمتغير مستوى التعليم، بينما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغيرات النوع، والعمر، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي.

## خلاصة النتائج

- أكدت نتائج الدراسة ارتفاع درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أحداث وتداعيات أزمة طوفان الأقصى، وهو ما يتفق مع ما أشارت إليه دراسات كل من **نسرین حسام الدين (٢٠٢٤م)**<sup>٢٨</sup> و **نشوى يوسف أمين (٢٠٢٤م)**<sup>٢٩</sup>، وهو ما يرجع إلى أهمية القضية الفلسطينية للمواطن المصري والعربي.
- تصدرت وسائل التواصل الاجتماعي قائمة الوسائل التي يعتمد عليها الباحثون في متابعة أحداث أزمة طوفان الأقصى، واحتل الفيس بوك المرتبة الأولى كأكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الباحثون استخدامها، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة **نسرین حسام الدين (٢٠٢٤م)**<sup>٣٠</sup>، وكذلك دراسة **أماني فاروق عبد العزيز (٢٠٢٤م)**<sup>٣١</sup> والتي أكدت تصدر الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب المصري، وهو ما يرجع إلى ما يتميز به موقع الفيس بوك من سرعة في تقديم المعلومات، وسهولة في الاستخدام تمكن من المستخدمين من الحصول على تجربة إخبارية متميزة.
- أظهرت النتائج ارتفاع درجة اعتماد الباحثين على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة أحداث طوفان الأقصى، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة **أمة الخالق محمد حسين الأشموري (٢٠٢٢م)**<sup>٣٢</sup> والتي أكدت ارتفاع درجة اعتماد الباحثين على الفيس بوك وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات في ظل تعزيز وسائل التواصل الاجتماعي لقيم المشاركة المجتمعية خاصة عندما تتعرض البلدان لهزات سياسية.
- تصدر السياسيون المرتبة الأولى كأكثر الشخصيات المؤثرة التي يهتم الباحثون بمتابعة آرائهم عن أزمة طوفان الأقصى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يليهم البلوجرز نظرًا لاهتمامهم بمتابعة أحداث وتداعيات الأزمة، وبشكل خاص



البلو جرز الفلسطينيين الذين اتخذوا من مواقع التواصل الاجتماعي منبرًا لعرض جرائم الاحتلال الإسرائيلي.

- أكدت النتائج تبني المبحوثين اتجاهات إيجابية نحو المشاهير الذين أعلنوا مواقفهم وآرائهم الداعمة للشعب الفلسطيني خلال أزمة طوفان الأقصى، خاصة في ظل ما أكده المبحوثين من أهمية إعلان المشاهير لدعمهم الواضح لأهالي غزة الأمر الذي يسهم في إلقاء المزيد من الضوء على القضية، وتكوين رأي عام عالمي داعم للشعب الفلسطيني.

- تصدرت التأثيرات الوجدانية المرتبة الأولى كأكثر التأثيرات التي يتعرض لها المبحوثون نتيجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى، وقد يرجع ذلك إلى ارتباط المصريين بالقضية الفلسطينية بشكل عاطفي باعتبارها القضية الأولى للعرب والمسلمين ، ويتفق ذلك مع دراسة **أمة الخالق محمد حسين الأشموري (٢٠٢٢م)**<sup>٣٣</sup> والتي أكدت تصدر التأثيرات الوجدانية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات أثناء الأزمات.

- أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة طوفان الأقصى وبين اتجاهاتهم نحو المشاهير ومواقفهم خلال الأزمة.

- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المشاهير وفقًا لمتغير مستوى التعليم.



## الهوامش

### \* أسماء السادة المحكمين:

- ١- أ.د. سلوى سليمان وكيل كلية الإعلام جامعة عين شمس.
- ٢- أ.م.د. راللا عبد الوهاب رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- ٣- د. مرام عبد النبي مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة عين شمس.
- ٤- د. مريم عادل مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة عين شمس.

## المراجع

- 1 - Maharani, N. A. M. (2024). "Social media as a primary source of information: Exploring its role in disseminating the current situation in Palestine", **Gema Wiralodra**, vol 15(1). p p 275-281.
- 2 - Alexander, G. (2024) "Role of Social Media Influencers in Shaping Public Opinion and Consumer Behavior in Greece", **International Journal of Communication and Public Relation**, volume 9. pp 13 – 26.
- 3-Al Jouani, I. S. H., Al-Shamry, M. H. A., Abood, W. N., Al-Muttalib, L. M. Y., & Darweesh, R. T. (2023). "The Role of Facebook Users' Comments in Shaping the Public's Attitudes Towards Political Issues): A Survey Study on A Sample of The Baghdad Public" **resmilitaris**, vol 13(1), 2909-2922.
- 4 Han, R., & Xu, J. (2022) " How Social Media Influences Public Attitudes to COVID-19 Governance Policy: An Analysis Based on Cognitive-Affective Model" , **Psychology Research and Behavior Management**, Volume 15. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.2147/PRBM.S371551>
- ٥- حسن عبد الجابر جيوشي, ا. (٢٠٢٢) "دور الهاشاج بشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا العامة"، **المجلة الدولية للعلوم التربوية والإنسانية المعاصرة**، مجلد ١، عدد ١، ٢٠٢٢. ص ص ٢٢١ - ٢٥٠.
- ٦- الدر، هويدا. (٢٠٢٢) " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القبول المجتمعي لتلقي لقاحات كوفيد "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد ٨٠. ص ص ١٦٣١ - ١٦٨٣
- ٧- نوف خالد العتيبي، (٢٠٢١) " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية - توبتر أنموذجا- "، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلد ٥، العدد ٤. ص ص ٩٠ - ١١١

- <sup>٨</sup>- سنيد، ه، أ، م. (٢٠٢٤) " معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى ٢٠٢٣" (دراسة تحليلية)، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد ٦، العدد ١. ص ص ٥٣٤-٦٠٧
- <sup>٩</sup>- خير الدين، ناصر. (٢٠٢٤) " المعالجة الإعلامية لصفحات مواقع الفضائيات العربية للحرب على غزة: (دراسة تحليلية) " **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد ٢٧، مارس. ص ص ٢٧٩ - ٣٠٧
- ١٠- حسام الدين، نسرين. (٢٠٢٤) " تعرض الجمهور المصري لمقاطع الفيديو القصيرة Reels للعنوان الإسرائيلي على غزة ٢٠٢٣ في المنصات الرقمية وانعكاسه على اضطراب ما بعد الصدمة لديهم " **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد ٦، العدد ١. ص ص ١١٣ - ١٩١
- <sup>١١</sup>- عبد الحي، ح، ف. (٢٠٢٤) "تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة ٢٠٢٣" عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي" **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ٦٩، الجزء الثالث. ص ص ١٤٤٥-١٥٠٦
- ١٢- عكاشة، ه. (٢٠٢٤) " خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول حرب طوفان الأقصى"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد ٢٧. ص ص ٢٤١ - ٣١٤
- ١٣- حشيش، ن، م، ع. (٢٠٢٤) " تحليل خطاب المشاهير المصريين على الفيسبوك تجاه تدايعات أحداث طوفان الأقصى ٢٠٢٣ م"، **مجلة بحوث العلاقات العامة**، العدد ٤٩. ص ص ١٥٥ - ٢٠٤
- <sup>١٤</sup>- خطاب، أ، م. (٢٠٢٤) " بناء الصورة الذهنية لحركات المقاومة الفلسطينية في خطاب الصحافة الإلكترونية الغربية (دراسة حالة على موقع BBC News) "، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ٦٩، الجزء الثالث. ص ص ١٤٠٠ - ١٤٤٤
- ١٥- الدعمي، غ، ك، ج. (٢٠٢٤) " مستويات اهتمام قناة الجزيرة الفضائية بموضوعات طوفان الأقصى "، **مجلة دراسات وبحوث إعلامية**، العدد ٤. ص ص ٢٥٢-٢٧٤
- <sup>١٦</sup> - Irfan, I., Aqeel, M., & Hussain, M. S. (2024). " Critical Discourse Analysis of Islamophobia Reflection in Gaza-Israel Conflict: A Case Study of BBC Reporting", **Journal of Arts and Linguistics Studies**, Volume 2, Issue 1. P P. 289-301
- 17 - Al-Azzawi, Q. O., & Kadhim, A. A. (2024). " The headlines of news websites on women of Gaza: a text analysis study", **international journal of education technology**, Volume 04, Issue 02 .p p. 13-23
- 18 -El Mir, A., Hamoud, M. G., & Mohammed, N. H. (2023) "Frameworks of Media Treatment on Israeli Electronic News Sites Regarding Operation (Al-Aqsa Flood)" The Website of the Israeli Arabic-Language Channel I24 as a Model". **Kurdish Studies**. vol 11, (Dec. 2023), 569–581.

- ١٩- كنعان، علي. (٢٠١٩) " نظريات الإعلام"، دار اليازوري العلمية للنشر. ص ١٣٠
- 20 - Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2017) " **Applied Mass Communication Theory (A Guide for Media Practitioners)** ", Taylor & Francis. P 61
- ٢١- لطيف، ربحاب سامي. (٢٠٢٠) " اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ٥٥، الجزء الخامس. ص ٣٠٨٩ - ٣١٧٢
- ٢٢- حسام الدين، نسرين. **مرجع سابق**. ص ١٥٣
- ٢٣- اللواتي، ن ، ي ، م. (٢٠٢٤) " فاعلية التعرض للمحتوى الرقمي في تدعيم توافق الشباب المصري نحو حملات المقاطعة الشعبية (فترة ما بعد طوفان الأقصى نموذجًا) "، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**. متاح من خلال:  
[https://mebp.journals.ekb.eg/article\\_345919.html](https://mebp.journals.ekb.eg/article_345919.html)
- ٢٤- مصطفى، ندى. (٢٠٢٤) " علاقة التعرض للتغطية الإخبارية للقضية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي بالصلاية النفسية لدى الشباب الجامعي "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٨٦. ص ٥٦٣ - ٥٩١
- ٢٥- اللواتي، ن ، ي ، م. **مرجع سابق**.
- ٢٦- حسام الدين، نسرين. **مرجع سابق**. ص ١٥٣
- ٢٧- حشيش، ن، م، ع ، **مرجع سابق**. ١٧٨
- ٢٨- حسام الدين، نسرين ، **مرجع سابق**. ص ١٥٣
- ٢٩- اللواتي، ن ، ي ، م. ، **مرجع سابق**.
- ٣٠- حسام الدين، نسرين. **مرجع سابق**. ص ١٥٣
- ٣١- عبد العزيز، أ، ف (٢٠٢٤) " تعرض الشباب المصري لحملات مقاطعة العلامات التجارية الأجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو شراء ودعم الصناعات المحلية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٨٦، الجزء الأول. ص ١٨٤
- ٣٢- الأشموري، أمة الخالق. (٢٠٢٠) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات "، **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد ٥٥، الجزء الخامس. ص ٣١٩٢
- ٣٣- الأشموري، أمة الخالق ، **مرجع سابق**. ص ٣١٩٥