

# آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة بالتطبيق على موقع BBC عربي

فاطمة فايز\*

## مقدمة:

في ظل تعدد الوسائل الإعلامية وتنوعها، أصبح التطوير أمراً ضرورياً للبقاء في المنافسة ، ومن بين ملامح التطوير و التحديث الذي سعت إليه وسائل الإعلام كي تصل إلي أكبر عدد من الجمهور مع اختلاف تفضيلاته هو تعدد المنصات الإعلامية داخل الوسيلة الواحدة . فأصبحت المؤسسة الإعلامية الواحدة لديها أكثر من منبر ومنصة إعلامية تصل من خلالها إلي الجماهير العريضة من محطة إذاعية وقناة تلفزيونية وموقع علي الانترنت ، و صفحة علي شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، ماي سبيس، وغيرهم) ، رسائل عبر الهاتف المحمول. وكل منصة من هذه المنصات تناسب جمهور معين ، ومن بين تلك المنصات قد يعتمد الفرد علي منصة إعلامية واحدة أو أكثر أو ربما يعتمد عليهم جميعاً ، وذلك حسب تفضيلات وإمكانيات كل فرد . فضلاً عن ذلك وكما بينت بعض الدراسات أن المؤسسة الإعلامية قد تعتمد أكثر من منصة تبث من خلالها مضامينها وذلك بهدف تحقيق مزيد من التفاعل مع الجمهور و الذي يتيح لها أيضاً قياس رجع الصدى لديهم أو مشاركة الجمهور في تقييم أو طرح موضوعات .

ورغم انتهاء بعض المؤسسات لإستراتيجية التوزيع من خلال منصات متعددة والذي بإمكانه أن يجني المزيد من القيمة الإضافية من محتويات مضمونها وكذلك جني وفورات الحجم و النطاق، فإنه ما يزال ممكناً أنه في عالم من الجمهور المتفتت لن تكون التكاليف الإضافية المترتبة على نشر مثل هذه الإستراتيجية مطابقة على نحو فعال للعائدات الهامشية على الأقل على المدى القصير. وتشير تجربة المذيعين بالمملكة المتحدة إلى أن التكلفة و الإبتكار القائم على التحول إلى نهج منصة متعددة يستند بشكل عام علي المزاي في مجالين رئيسيين ؛ يتعلق أحدهما بتوفير مزيد من الوصول و التحسن في المحتوى ، و الآخر بأشكال جديدة لمشاركة الجمهور<sup>1</sup> . ومن ناحية أخرى ، فإن استراتيجية المنصة المتعددة تعطي فرصة أكبر للإبتكار وتحسن الكفاءة حيث تتيح للقائمين بالاتصال معرفة احتياجات الجمهور وتطابق المحتوى بدرجة كبيرة لإحتياجاتهم و رغباتهم . وبسبب إمكانية معرفة تفضيلات الجمهور فإن قدرة موردى المحتوى لتتبع وتحليل ورصد اهتمامات و أذواق الجمهور قد ازدادت إلى حد كبير وبالتالي يمكن بناء علاقة أكثر فاعلية بالجمهور وهذا يمثل مصدراً للفرص الخلاقة و التجارية<sup>2</sup> .

\* مدرس مساعد- كلية الإعلام -جامعة بني سويف.

### أولاً: الإطار النظري: نظرية بناء الأجندة

يعتبر بناء الأجندة هو المرحلة الرابعة في تطور نظرية ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة حيث كان الاهتمام في المرحلة الأولى التي اشتملت الدراسات المبكرة في النظرية و التي انجزها ماكومبس وشو و التي اهتمت بتحديد الظروف المعرفية المتعلقة بوضع الأجندة مثل الحاجة إلى التوجه، ثم بدأ الباحثون في المرحلة الثانية اختبار هذه الظروف المعرفية و أصبح متغير الحاجة إلى التوجه في بؤرة الاهتمام بشكل أكبر ، ثم تطورت النظرية في المرحلة الثالثة من خلال دراسة أجندات المرشحين و صفات كل مرشح و كيف يؤثر في التغطية الأخبارية و الرأي العام ثم جاءت المرحلة الرابعة لتجيب على سؤال من يضع الأجندة الخاصة بوسائل الإعلام<sup>3</sup>

ويتم توظيف نظرية بناء الأجندة من خلال دراسة المضمون الاتصالي بعد نشره ، وهنا نقوم بتحديد الخصائص الواقعية الحقيقية التي تتسم بها الأجندة ، ويبرز هنا أداء تحليل المضمون ويتم من خلال دراسة أجندة الموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي الست.

### ثانياً: الدراسات السابقة

#### **المحور الأول : المنصات الإعلامية المتعددة:**

تمثلت الدراسات التي جاءت تحت هذا المحور في الدراسات التي تناولت المنصات الإعلامية المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية .

عنيت دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح 2015<sup>4</sup>) برصد وتحليل أثر التكنولوجيا في استحداث المؤسسات الصحفية المصرية منصات إعلامية جديدة تتجاوز الإصدارات المطبوعة، وأثر ذلك في البنى الشكلية لغرف أخبارها بما تحمله من تأثيرات على علاقات وبيئة العمل ، وكذلك هياكلها التنظيمية ودورة العمل فيها وتوزيع المهام والنظم التقنية المستخدمة. وقدمت الدراسة توصيفاً لأنماط غرف الأخبار بأربع مؤسسات صحفية مصرية تشمل الأهرام ، والمصري اليوم ، واليوم السابع ، والبوابة. وتوصلت إلى أن منصات تقديم المحتوى في الصحافة المصرية كانت أسبق وأكثر تطوراً من التحديثات التي لحقت بعمليات الإنتاج، إذ اندفعت المؤسسات الصحفية لمجاراة التحولات المطردة في أنماط استهلاك الأخبار باتجاه الوسائط الرقمية، ونشطت في إطلاق خدمات المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف وحسابات التواصل الاجتماعي، وهي المنصات التي أصابتها إدارياً بالإرتباك ودفعتها لإستحداث كيانات جديدة لإنتاجها بمعزل عن الكيانات القائمة ودون إدماج الكوادر القائمة في تلك المشروعات، ما ترتب عليه إشكاليات إدارية عديدة تالبة تتمحور حول العلاقات والتصورات المتبادلة بين فريق العمل التقليدي، الأقدم والأكثر نفوذاً، وفريق العمل الجديدة التي تم استقدامها لإنتاج هذه الوسائط، وهو ما كان الحال في الأهرام والمصري اليوم.

واستهدفت دراسة (Tae Woo Kim, Sun Hong Park ، 2013)<sup>5</sup> معرفة: هل يمكن للمنصات الإعلامية المتعددة التي توظفها شركة SMRT (إحدى أهم الشركات الكورية البارزة في مجال النقل السريع والتي تعتمد أكثر من منصة إعلامية: تليفزيون ،

وإذاعة ، وصحافة ، ومجلات) وذلك لكي تؤثر بشكل إيجابي على تصورات أصحاب المصالح تجاه الشركة من ناحية مسؤوليتها في الناحية الاجتماعية والإقتصادية والسلامة البيئية . وكشفت نتائج المبحوثين أن الصحافة والإذاعة كانتا فقط قادرتين على إخبار المبحوثين بما تقوم به الشركة من الناحية الاجتماعية ، فيما شكلت المجلات صورة سلبية لدي المبحوثين تجاه ما تقوم به الشركة من الناحية الإقتصادية، في حين لم يكن للتلفزيون والإذاعة والصحافة أى دور في إخبار المبحوثين وإعلامهم بالناحية الإقتصادية للشركة، ومن ناحية ثالثة لم تتجح أى منصة من المنصات الإعلامية المذكورة في الإيلاغ عما تقوم به الشركة من ناحية السلامة البيئية. وكشف البحث ، أنه على الرغم من أن العديد من الشركات الضخمة في كوريا تعتمد على أكثر من منصة إعلامية لبلوغ أهدافها إلا أنه واقعياً ، فإن البعض من تلك الشركات لا يعرف أى المنصات هي الأهم بالنسبة لتحقيق رسالته وبلوغ أهدافه.

وفي مقال ( José Alberto Garcia-Avilés, Universidad Miguel 2012 Hernandez<sup>6</sup>) سعي إلى استكشاف مدى مشاركة الجمهور في قنوات التلفزيون الأسباني ومنصاتهما الإعلامية المختلفة التي تعرض من خلالها المضمون (TDT، والإنترنت، والهواتف النقالة ...) وأظهرت النتائج أن هناك عدة استراتيجيات من مشاركة الجمهور التشاركية عبر المنصات الإعلامية المتعددة ، والتي كشفت عن صور ذهنية مختلفة للجمهور وتم تصنيفها إلى ثمانية أدوار: المواطنين والمستهلكين والمتعاونين، والمعجبين، واللاعبين، والمعلقين، والمحسنين والناشطين . ومن خلال البحث في تلك الأدوار تبين أن هناك استراتيجية مستهدفة موجهة من جانب القنوات نحو الجوانب التجارية كزيادة الإستهلاك وشراء المنتجات والألعاب إلكترونياً وبالتالي تحقيق ربح مادي للشركة ، وأخر معنوى من خلال مشاركات الجمهور التي تساهم في تقويم المحتوى المقدم باستمرار. فتلك طريقة تعزز وصول الجمهور إلى المحتوى من خلال نماذج اتصال غير خطية وتشجع أيضاً اندماج المشاهدين في البرامج الحية من خلال الهواتف المحمولة ومواقع التواصل الاجتماعي على نحو متزايد من الخدمات التفاعلية المقدمة عبر المواقع الإلكترونية للقنوات .

و عنيت دراسة( فاطمة الزهراء عماري،2012)<sup>7</sup> بمعرفة أسباب امتداد القنوات التلفزيونية الأخبارية إلى فضاء شبكات التواصل الإجتماعى وكيفية استخدامها لتفاعلية الأخيرة فى فضاء افتراضى جديد ، وذلك بالوقوف على مظاهر التفاعلية التي تتجلى في أنشطة مستخدمى فيس بوك ، وخلفيتهم السوسولوجية على مستوى صفحات الفيس بوك للقناتين التلفزيونيتين الأخباريتين F24,BBC مع تقييم تجربتيهما فى توظيفهما لتلك المنصة الإعلامية الجديدة. تبين من خلال صفحات القنوات الأخبارية تمكن المستخدمين من صياغة أجندة إخبارية مخالفة للأجندة التي تصنعها هيئة تحرير القناة من خلال عدد التعليقات التي يمنحونها لكل خبير حسب قيمته الأخبارية حتى الإنتماءات الجغرافية للمشاركين لعبت دوراً كبيراً في إعادة ترتيب الأخبار فكان معظم المعلقين يعلقون حسب انتماءاتهم الجغرافية . وبينت نتائج البحث أن القناتين التلفزيونيتين الأخباريتين F24,BBC استفادتاً من تواجدهما علي شبكات التواصل الإجتماعى فيس بوك و أتاح لها التفاعل مع المستخدمين من خلال آرائهم التي تتخلل المواد الأخبارية و من خلال الأسئلة

التقييمية للفنائه وطريقة ترتيب الأخبار وحول البرامج بصفة عامة فهي بمثابة دراسة سوق للجمهور المستخدم استطاعوا من خلال تعليقات الجمهور أن يكتفوا رسائلهم الأخبارية على حسب ما يريده المستخدم مما جعل المشتركين يولون اهتماماً بهذه الصفحات الأخبارية .

واهتمت دراسة (Chyi & Chadha، 2011) 8 بالتعرف علي ما إذا اصبح استخدام المنصات المتعددة للأخبار أمر واقعي وإلى أي مدى تلائم تلك الوسائل الجمهور الأمريكي ويستمتعون من خلالها. حيث أتاح التقدم التكنولوجي عديداً من الوسائط التي يمكن من خلالها توصيل الأخبار ومن ثم تعددت خيارات الوسيلة الملائمة لاحتياجات كل جمهور من مثل أجهزة المحمول المتطور و التابلت و الآي باد والكمبيوتر و التلفزيون و الإنترنت و غيرها. وكشفت نتائج الدراسة أن الوسائل الجديدة من مثل computers, smartphones, e-readers, tablets, iPads netbooks ليست على قدم المساواة من حيث أفضليتها بالنسبة للجمهور.

وبينت أن استهلاك الأخبار عبر المنصات المتعددة لم يعد بعد أمراً واقعياً – فالمنصات الجديدة ليست أكثر متعة للجمهور من الوسائل التقليدية فعلي الرغم من تعدد المنصات التي يتم توصيل الأخبار من خلالها إلا أن الانترنت وحده يمكنه التفوق على كل الوسائل. وعلى الجانب الآخر، بسؤال المبحوثين عن المنصات التقليدية لتقديم الأخبار مثل الصحافة المطبوعة و التلفزيون و المجلات ، كشفت إجاباتهم عن أنه رغم تقلص أعداد مستهلكي تلك المنصات التقليدية إلا أنها لازالت تلعب دوراً مهماً في توصيل المعلومات لدي البعض منهم ، ولذا أوصت الدراسة بأن تقوم الشركات بعملية الدمج بين المنصات التقليدية والمنصات الجديدة لان لكل منهما جمهوره.

وفي دراسة (Kweon, Sang-Hee, Hwang, Kyung-Ho, Jo, Do-) 9 (2011،Hyun

بحث في مدى إدراك مستخدمي وسائل الإعلام لعاملي الوقت و المسافة عبر وسائل الإعلام المختلفة، من خلال إجراء مقارنة بين أنشطة المستخدمين التفاعلية عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل البريد الإلكتروني، المدونات، والبوابات، وسائل الإعلام الأخبارية ، والتجارة الإلكترونية، ووسائل الإعلام الإجتماعية.

وكشفت النتائج أن أنشطة الأشخاص الإجتماعية وأجنحة الإتصالات تتأثر باستعداد الاشخاص الفعلي نحو التوجيه. وهذه المتغيرات تؤثر على السلوك الاجتماعي العام وعلى الاستجابة . وبالنسبة للأشخاص الذين يدركون الوسيلة كفضاء أو مجال خاص ، فإن توجهاتهم الإتصالية ستتجه غالباً نحو الموضوعات الشخصية كما أن أنواع الإتصالات تكون شخصية وخاصة.

وحاول (الصادق الحمادي، 2009) 10 الإجابة عن التساؤل : هل يمثل الانترنت والتكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد بشكل خاص وسيلة تكنولوجية يستخدمها التلفزيون العمومي للتعريف بنفسه وبرامجه مما يجعل منه مؤسسة مجتمعية تحاول الإستمرار في سياق جديد يحقق التشاركية والتفاعلية أم أن التلفزيون العمومي لم يستفد من إمكانات التكنولوجيا الحديثة؟ وكشفت نتائج البحث أن استراتيجيات المنصات المتعددة تفضي إلى

مؤسسات إعلامية مندمجة Integrated Media Organization ذات نتائج حاسمة علي العمل الصحفي أهمها تشجيع التعاون، وتقاسم المعلومات بين الهيئات الصحفية خاصة عندما يتعلق الأمر بالتغطية الأخبارية التي تستخدم أكثر من منصة إعلامية للتغطية . كما تبين أن توظيف المنصات الإعلامية المتعددة في الإنتاج الإعلامي يؤدي إلى إعادة تشكيل الهوية المهنية للصحفي الذي أضحي متعدد المهارات.

وفي دراسة (حلمي محسب، 2008)<sup>11</sup> تحددت مشكلة البحث في قياس تفاعلية المواقع الأخبارية التلفزيونية على الانترنت . وكشفت نتائج البحث عن تفوق موقع CNN التلفزيوني على موقع الجزيرة ، و تبين أن المواقع التلفزيونية على الانترنت لا تستخدم لتدعيم خدمات التلفزيون التقليدي فحسب فخدمات موقع CNN التلفزيونية مختلفة تماماً عن الخدمات التي تقدمها محطة CNN ، فيما كانت الخدمات التي يقدمها موقع الجزيرة بها بعض التشابه مع الخدمات التي تقدمها قناة الجزيرة و هذا يعني أن موقع CNN قد أدرك الفارق بين مشاهد القناة و مستخدم الانترنت . إلا أن هذا الفارق غير واضح تماماً لدى موقع قناة الجزيرة التي وضح التحليل التشابه بين الخدمات التي تقدمها القناة و تلك التي يقدمها الموقع فهي تعرض برامجها التلفزيونية المسجلة على الانترنت .

#### تعليق عام على الدراسات السابقة :

وبالنسبة للدراسات التي تناولت المنصة او المنصات التي توظفها الوسيلة الإعلامية لعرض محتواها ، تبدو هناك بعض الملاحظات:

- ركزت في معظمها علي علاقة الجمهور بتلك المنصات من حيث أفضليتها له أو الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها الجمهور من خلالها.
- لم تهتم أياً من الدراسات العربية أو الأجنبية (في حدود ما اطلعت عليه الباحثة) التي تناولت المنصات الإعلامية بالآليات بناء أجنحة الموضوعات بين منصة وأخرى .
- يتضح من عرض الدراسات السابقة تنوع المدخل النظري الذي اعتمدت عليه الدراسات ما بين نظرية التفاعلية ، وحارس البوابة الإعلامية ، ونظرية المسؤولية الاجتماعية ، ونظرية بناء الأجنحة ، ومدخل الاستخدامات والاشباع ، والمجال العام.

#### ثالثاً: مشكلة الدراسة

ومن هنا فإن الدراسة تبحث آليات بناء أجنحة الموضوعات داخل المنصات المختلفة للمؤسسات الإعلامية بالتطبيق على مؤسسة بي بي سي عربي الست بمنصاتها (موقع ، تلفزيون ، راديو، تويتر، فيس بوك ، تيليجرام) والتعرف علي أهم خصائص وسمات المضامين المنشورة داخل المنصات الست ، وما مصادر تلك المضامين ، واختلافها أو اتفاقها من منصة لأخرى، وأهم المضامين التي يتم تناولها داخل كل منصة.

#### رابعاً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من:

1. تزايد أعداد المؤسسات الإعلامية ذات المنصات الإعلامية المختلفة .
2. إقبال الجمهور على تلك المنصات المختلفة بما يلاءم احتياجات كل جمهور.
3. استغراق الدراسات العربية في مرحلة دراسات وضع الأجندة **agenda setting** وندرة الدراسات التي تناولت بناء أجندة الموضوعات داخل المنصات المتعددة للوسيلة الإعلامية.

#### خامساً: أهداف الدراسة

1. التعرف على آليات بناء الأجندة الأخبارية للموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي الست (موقع ، تلفزيون ، راديو، تويتر، فيس بوك ، تيليجرام).
2. الكشف عن الأشكال الإعلامية المستخدمة في بناء الأجندة الأخبارية للموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي عينة الدراسة.
3. التعرف على أهم مصادر الأخبار المستخدمه في بناء أجندة الموضوعات السياسية بمنصات بي بي سي عربي عينة الدراسة.
4. الكشف عن مدى اتفاق أو اختلاف أجندة الموضوعات السياسية من منصة لأخرى داخل منصات بي بي سي عربي عينة الدراسة.

#### سادساً: تساؤلات الدراسة

1. ما آليات بناء الأجندة الأخبارية للموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي الست (موقع ، تلفزيون ، راديو، تويتر، فيس بوك ، تيليجرام) ؟
2. ما الأشكال الإعلامية المستخدمة في بناء الأجندة الأخبارية للموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي عينة الدراسة ؟
3. ما أهم مصادر الأخبار المستخدمه في بناء أجندة الموضوعات السياسية بمنصات بي بي سي عربي عينة الدراسة؟
4. لماذا تتفق أو تختلف أجندة الموضوعات السياسية من منصة لأخرى داخل منصات بي بي سي عربي عينة الدراسة؟

#### سابعاً: منهج الدراسة و أدواتها

**نوع الدراسة:** نظراً لأن البحث يهدف إلى توصيف بنية أجندة الموضوعات داخل المنصات المختلفة للمؤسسة الإعلامية ، فسوف ينتمى هذا البحث إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تستهدف توصيف و دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة هذه الظاهرة من خلال تحليل أجندة الموضوعات داخل عينة الدراسة.

**منهج الدراسة:** اعتمدت الباحثة بشكل أساسي علي منهج المسح من خلال المسح الشامل لعينات من الموضوعات السياسية المطروحة داخل منصات بي بي سي عربي الست (موقع ، تلفزيون ، راديو، تويتر، فيس بوك ، تيليجرام) خلال فترة التحليل من يناير إلى فبراير 2016 . واعتمدت أيضاً على المنهج المقارن وذلك من خلال مستويين:المستوى الأول: مقارنة أجندة الموضوعات المطروحة داخل كل منصة إعلامية تابعة لمؤسسة بي بي سي، والمستوى الثاني: مقارنة خصائص وسمات كل منصة عن الأخرى.

**أدوات جمع البيانات :** استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون، من خلال تحليل عينة القضايا داخل المنصات الست لمؤسسة بي بي سي.

**مجتمع الدراسة :** حددت الباحثة معيار أن تكون المواقع التي تم اختيارها معبرة بشكل أو بآخر عن موضوع الدراسة و الهدف منها ، وبعد إجراء الدراسة الإستطلاعية تبين أن المواقع التي ينطبق عليها صفة المؤسسة الإعلامية التي لها أكثر من منصة إعلامية تبت من خلالها مضمونها من بينها بي بي سي عربي، وهي شبكة لنقل الأخبار والمعلومات إلى العالم عبر عدة وسائط ، تشمل (قناة تلفزيونية- موقع إخباري- صفحات على مواقع التواصل الإجتماعي- مواقع وخدمات وتطبيقات إعلامية عبر الهواتف المحموله - بودكاست).

#### **ثامناً: دليل التعريفات الإجرائية keywords:**

المنصات الإعلامية ؛ يقصد بها الوسائط أو المنابر التي يتم عرض المحتوى من خلالها ، فالمؤسسة الإعلامية قد تعدد بين أكثر من وسيط إعلامي ( قناة تلفزيونية- راديو – موقع الكتروني – بث حي على الانترنت للراديو و التلفزيون – صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك- تويتر – يوتيوب- جوجل بلس، وغيرهم " – بث خدمات إخبارية على الهاتف المحمول- خدمة البودكاست ).

#### **نتائج الدراسة**

#### **أولاً: إجمالي موضوعات الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي الست:**

كان إجمالي عدد الموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي الست (2698) موضوعاً. كما هو في الجدول رقم(1)، وجاءت النسبة الأكبر من تغطية تلك الموضوعات بمنصة تويتر بي بي سي عربي في المرتبة الأولى بواقع (19.64%) من إجمالي الموضوعات ، وفي المرتبة الثانية وبنسبة متقاربة جداً جاءت منصة فيس بوك بي بي سي عربي بواقع (19.57%)، وجاءت منصة موقع بي بي سي عربي في المرتبة الثالثة وبنسبة متقاربة أيضاً من منصتي تويتر وفيس بوك بواقع (19.42%). وفي المرتبة الرابعة جاءت منصة التلفزيون بواقع(15.49%) ، وتلاها وبنسبة متقاربة جداً منصة راديو بي بي سي عربي بواقع (13.12%)، ثم تلاها وبنسبة متقاربة أيضاً منصة تيليجرام بواقع (12.75%).

## جدول رقم (1)

### إجمالي الموضوعات داخل منصات بي بي سي عربي

الإجمالي	منصات بي بي سي عربي										الترتيب		
	موقع		تلفزيون		راديو		تويتر		فيس بوك			تليجرام	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك
2698	19.42	524	15.49	184	13.12	354	19.64	053	19.57	528	12.75	434	
%100	3		4		5		1		2		6		

ومما سبق يتضح لنا ، أن نسب المنصات الست متقاربة جداً من بعضها البعض، فمنصات مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر وفيس بوك) تكاد تكون واحدة ، وتلاها في المرتبة الثانية منصة الموقع الإلكتروني، وربما يعزى ذلك إلى أن صفحات بي بي سي عربي على مواقع التواصل الاجتماعي يكاد يكون مصدرها الأساسي من باقي المنصات ؛ منصة الموقع في المقام الأولي ثم منصتا الراديو و التلفزيون. ونفس الحال مع منصة تليجرام ، فهي لا تختلف في آلية النشر بداخلها عن منصتي فيس بوك وتويتر؛ بمعنى أنه لا يتم إنتاج محتوى خصيصاً لتليجرام وفيس بوك وتويتر فتلك المنصات لا تقوم إلا بدور إعادة إنتاج وتدوير ما تم تناوله في المنصات الثلاث الأخريات (الموقع ، الراديو، التلفزيون) عن طريق وضع رابط الخبر أو القصة الخيرية أو الفيديو ، ومن ثم جاءت النسب متقاربة جداً بين تلك المنصات.

### ثانياً: نسبة تمثيل دول الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي الست :

من خلال الجدول التالي (2) يتبين لنا أن سوريا قد احتلت المرتبة الأولى في أجندة اهتمامات منصات بي بي سي عربي الست بواقع (677 تكراراً). وجاءت في المرتبة الثانية القضايا التي تتعلق بمصر بواقع (280 تكراراً) وفي المرتبة الثالثة تركيا بواقع (216 تكراراً) . وفي المرتبة الرابعة جاءت فلسطين المحتلة بواقع (211 تكراراً) وفي المرتبة الخامسة جاءت السعودية بواقع (158 تكراراً).

## جدول رقم (2)

### نسبة تمثيل قضايا الشرق الأوسط داخل منصات بي بي سي عربي الست

م	المنصات الدول	الموقع	تلفزيون	راديو	تويتر	فيس بوك	تليجرام	الإجمالي	الترتيب
1	مصر	53	40	36	54	55	42	280	23
2	السودان	5	6	2	9	11	1	34	13
3	موريتانيا	1	0	1	2	1	0	5	22
4	ليبيا	18	21	15	15	16	10	95	9
5	المغرب	2	5	2	7	5	2	23	18
6	تونس	8	8	6	10	10	7	49	11
7	الجزائر	3	4	2	4	6	2	21	19
8	العراق	21	20	19	21	20	10	111	7
9	الأردن	5	6	3	6	7	2	29	16
10	لبنان	6	9	6	25	8	8	62	10
11	سوريا	115	119	101	110	124	108	677	1
12	البحرين	6	4	4	7	9	3	33	15



آليات بناء أجنحة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة بالتطبيق على موقع BBC عربي

21	6	1	1	1	0	1	2	الكويت	13
23	2	0	0	0	0	2	0	عمان	14
20	13	2	1	5	0	2	3	قطر	15
5	158	38	24	24	21	23	28	السعودية	16
12	48	5	14	14	4	5	6	الإمارات	17
6	134	20	27	22	15	24	26	اليمن	18
13م	34	4	8	7	7	7	1	اليونان	19
3	216	33	35	36	33	41	38	تركيا	20
4	211	26	42	46	23	26	48	القدس المحتلة	21
8	96	18	23	20	10	11	14	ايران	22
17	24	4	7	5	4	2	2	الصومال	23
2361		346	457	450	314	386	411	اجمالي	
		5	1	2	6	4	3	الترتيب	

ونستخلص مما سبق أن القضايا المتعلقة بسوريا، قد جاءت في مقدمة اهتمامات أجنحة منصات بي بي سي عربيالست. وربما يعزى ذلك كما سبق و أوضحنا إلى كثرة الأخبار المتعلقة بسوريا خلال فترة التحليل ، حيث كانت الأزمة السورية في أوجها وما تخلل ذلك من وضع انساني مذر ومحادثات دولية لحل الأزمة وطرح حلول من جانب البعض .كما شهدت فترة التحليل أيضاً ، توتر بعض الأحداث داخل مصر ، حيث ذكرى الخامس و العشرين من يناير و الحديث عن الديموقراطية ، واعتقال رسام كاريكاتور مصري، وحادثة مقتل الشاب الايطالي جولي ريجيني.و أثناء فترة التحليل أيضاً ،كانت تركيا حاضرة بقوة على الساحة السياسية ، حيث نزوح السوريين إلى الحدود التركية ، و الصراع ما بين تركيا وروسيا بشأن سوريا ، ومواجهة تركيا للخطر الداعشي . ورغم تقدم الأزمة السورية على الساحة السياسية ، كان للقضية الفلسطينية الإسرائيلية أيضاً حضور على الساحة السياسية ، حيث معاناة الفلسطينيين من الاعتقال و القتل من جانب الإسرائيليين. كما شهدت فترة التحليل أيضاً ، توتر العلاقات السعودية الإيرانية على إثر إعدام السعودية للإيراني الشيعي نمر النمر ، واستتبع ذلك احتقان وتوتر في العلاقات السعودية الإيرانية . ومن جهة أخرى شهدت فترة التحليل توتر العلاقات السعودية اليمنية والعلاقات السعودية اللبنانية.

**ثالثاً: وسائل تقديم المحتوى داخل منصات بي بي سي عربي الست :**

**1- موقع بي بي سي عربي**

**1/ أ - وسائل إبراز المحتوى في موقع بي بي سي عربي**

**جدول رقم (3)**

**شكل تقديم المحتوى داخل موقع بي بي سي عربي**

إجمالي موضوعات الموقع	النص وما صاحبه				الغالب الفني				العناوين					
	نص+فيديو		نص+صورة موضوعية		نص+صورة شخصية		قصة خبرية		خبر قصير		رئيسي+داخلي		رئيسي	
524	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
	-	0	62.4	327	37.6	197	98.7	517	1.3	7	3.6	19	96.3	505

وكما هو مبين بالجدول رقم (3) نوع موقع بي بي سي عربي في استخدام العناوين ما بين الرئيسية فقط بواقع (96.3%)، وما بين الرئيسية و الداخلية معاً بواقع (3.6%)، ونوع أيضاً في استخدام القوالب الفنية ما بين الخبر القصير، بواقع (1.3%) ، والقصة الخبرية بواقع (98.7%). كما نوع في استخدام الصور المصاحبة للنص ما بين صور شخصية بواقع (37.6%)، و صور موضوعية بواقع (62.4%).

1/ ب - توزيع مصادر الموضوعات المنشورة بمنصة موقع بي بي سي عربي

جدول رقم (4)

توزيع مصادر الموضوعات المنشورة داخل موقع بي بي سي عربي

الترتيب	%	ك	المصدر
11	1.64	11	محرر
3	12.87	86	مراسل
2	23.65	158	وكالة
7	3.89	26	صحف
9	2.54	17	تلفزيون
10	1.79	12	موقع
5	4.64	31	بيان
4	8.23	55	تقارير
6	4.19	28	شهود عيان
8	3.44	23	متخصص
1	33.08	221	مسؤل
1:11	%100	668	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق رقم (4) ، أن المصادر التي اعتمدت عليها منصة موقع بي بي سي عربي قد تمثلت في (المسؤل) في المقام الأول بواقع (33.1%) من إجمالي المصادر الخبرية ، و الوكالات في المرتبة الثانية بواقع (23.7%). وكانت أهم الوكالات التي اعتمدت عليها بي بي سي عربي خلال فترة التحليل تمثلت في رويترز - فرانس بريس - الأناضول- الوكالة التونسية - أسوشيتدبرس- ناسا السورية - سونا- إيرين الإيرانية . ومن بين المصادر أيضاً التي اعتمد عليها موقع بي بي سي عربي (المراسل) بواقع (12.8%) و مصدر (التقارير) في المرتبة الرابعة بواقع(8.23%) ، ثم (البيانات) في المرتبة الخامسة بواقع (4.6%) وفي المرتبة الأخيرة (المحرر) بواقع (1.64%) . ويلاحظ أن موقع بي بي سي عربي، قلما يضع اسم محرر على القصة الخبرية اللهم في حالة التحقيقات الصحفية ، فغالباً ما يتم نشر الخبر أو القصة الخبرية تحت مسمى بي بي سي عربي أو من دون اسم ، و بالاستفسار عن ذلك كانت الإجابة<sup>12</sup>، أنه طالما كان مصدر الخبر وكالة أنباء فلا داعي لوضع اسم محرر عليه .

1/ ج - القيم الخبرية الواردة في موضوعات موقع بي بي سي عربي:

جدول رقم (5)

إجمالي القيم الخبرية في موقع بي بي سي عربي

الإجمالي	الغرابية		الحدائبة				ضخامة				قرب نفسي		الشهرة				الأهمية		صراع ومنافسة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	مؤسسات		شخصيات		ك	%	ك	%		
											ك	%	ك	%						
1780	2.35	42	17.1	304	4.55	81	11.68	208	13.7	244	16.62	296	1.9	35	17.1	304	14.9	266		
	8		1		7		6		5		3		9		1		4			

تنوعت القيم الخبرية التي احتوت عليها القصص الخبرية المنشورة بموقع بي بي سي مابين الصراع و المنافسة و الأهمية والضخامة والحدائبة والغرابية . ونلاحظ أن قيمة (الأهمية) جاءت في المرتبة الأولى بواقع(17.1%) من إجمالي القيم الخبرية. وفي نفس المرتبة ونفس القيمة جاءت قيمة (الحدائبة) بواقع (17.1%) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة

(الشهرة للمؤسسات) بواقع (10.7%) ، وفي المرتبة الرابعة (الصراع والمنافسة) بواقع (14.9%) ، وجاءت قيمة (قرب نفسي) في المرتبة الخامسة بواقع (13.7%) ،  
و في المرتبة السادسة جاءت قيم (ضخامة الحدث) ، بواقع (11.6%) ، فقيمة (ضخامة الأرقام) في المرتبة السابعة بواقع (4.5%) ، وقيمة (الغرابية) في المرتبة الثامنة بواقع (2.3%) ، فقيمة (شهرة شخصيات) في المرتبة التاسعة و الأخيرة بواقع (1.9%) .

## 2- شكل عرض المحتوى بتويتر بي بي سي عربي:

<https://twitter.com/BBCArabic>

### جدول رقم ( 6 )

شكل عرض المحتوى داخل تويتر بي بي سي عربي

شكل المحتوى	ك	%	الترتيب	إجمالي تغريدات تويتر
عنوان + صورة + رابط	390	73.58	1	530
عنوان + صورة + رابط + هاشتاج	35	6.60	3	
عنوان + فيديو + رابط	81	15.28	2	
عنوان + فيديو + رابط + هاشتاج	24	4.52	4	

يتضح من الجدول السابق (6) أن الأشكال التي تم من خلالها تقديم المحتوى بمنصة تويتر بي بي سي عربي تنوعت ما بين (عنوان + صورة + رابط) في المرتبة الأولى بواقع (73.5%) ، و في المرتبة الثانية جاء استخدام (عنوان + فيديو + رابط) بواقع (15.28%) ، وفي المرتبة الثالثة جاء استخدام (عنوان + صورة + رابط + هاشتاج) بواقع (6.6%) ، وفي المرتبة الرابعة و الأخيرة جاء استخدام (عنوان + فيديو + رابط + هاشتاج) بواقع (4.5%) .

ويتضح مما سبق أن استخدام الصور جاء بشكل متقدم على استخدام الفيديو داخل تويتر بي بي سي عربي . ربما يرجع ذلك إلى طبيعة الصور كعنصر سهل في عرضه وتحميله مقارنة بالفيديو هذا من جهة ، فضلاً عن أن الباحثة اقتضت في تحليلها على صفحة تويتر للأخبار فقط ، حيث توجد العديد من الصفحات الخاصة بالبرامج التلفزيونية و الإذاعية لبي بي سي عربي و التي يتم رفع فيديوهات البرامج الإذاعية و التلفزيونية عليها باستمرار .

## 3- شكل عرض المحتوى داخل فيس بوك بي بي سي عربي

<https://www.facebook.com/bbcarabic/?fref=ts>

### جدول رقم ( 7 )

شكل تقديم المحتوى بفيس بوك بي بي سي عربي

شكل المحتوى	ك	%	الترتيب	إجمالي تدوينات فيس بوك
عنوان + صورة + رابط	187	35.4	1	528
عنوان + صورة + هاشتاج + رابط	85	16.1	3	
تدوينة + صورة + رابط	171	32.38	2	
تدوينة + فيديو + رابط	29	5.49	5	
تدوينة + صورة + رابط + هاشتاج	45	8.52	4	
تدوينة + فيديو + رابط + هاشتاج	11	2.1	6	

يتضح من الجدول السابق (7) أن شكل عرض المحتوى بمنصة فيس بوك بي بي سي عربي قد تنوع ما بين استخدام (عنوان +صورة + رابط) في المرتبة الأولى بواقع (35.4%) . وجاء استخدام (تدوينة +صورة + رابط) في المرتبة الثانية بواقع (32.38%) ، وجاء استخدام (عنوان + صورة +هاشتاغ+ رابط) في المرتبة الثالثة بواقع (16.1%) ، وجاء في المرتبة الرابعة استخدام (تدوينة+ صورة+ رابط +هاشتاغ) بواقع (8.52%) ، وفي المرتبة الخامسة جاء استخدام (تدوينة+ فيديو+ رابط)، وجاء استخدام (تدوينة + فيديو+ رابط + هاشتاغ) في المرتبة السادسة والأخيرة .

ومما سبق نستخلص أن ، استخدام الصور المصاحبة للنصوص جاء بصورة أكبر من استخدام الفيديو ، ويعزى ذلك أيضاً إلى أن لبي بي سي عربي العديد من الصفحات الخاصة ببرامجها الإذاعية و التليفزيونية علي فيس بوك والتي تستخدم فيها الفيديو بشكل أوسع و أكبر، حيث اقتصر الباحث هنا على صفحة فيس بوك بي بي سي عربي الخاصة بالأخبار فقط .

#### 4- شكل تقديم المحتوى داخل تليفزيون بي بي سي عربي:

##### جدول رقم (8)

##### شكل تقديم المحتوى داخل تليفزيون بي بي سي عربي

زمن عرض المحتوى	ك	%	الترتيب	إجمالي عينة نشرات تليفزيون بي بي سي
أقل من 2 ق	71	16.9	3	418
أقل من 5 ق	130	31.1	2	
أقل من 10 ق	205	49.4	1	
أقل من 15 ق	12	2.8	4	

يتضح من الجدول السابق (8) أن زمن تقديم المحتوى بمنصة تليفزيون بي بي سي، فئة (أقل من 10 ق) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (49.4%)، وكانت قضايا الشأن السوري بمختلف عناصرها تقع داخل هذا الزمن ثم قضايا الشأن التركي فالشأن المصري، حيث يتم تقديم تقرير تلفزيوني داخل النشرة يتعدى السبع دقائق ، ولما كانت الأزمة السورية في أوجها، كانت معظم تلك التقارير تختص بالأزمة السورية . وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الزمن (أقل من 5 ق) بواقع (31.1%) ، وفي المرتبة الثالثة ، جاءت فئة (أقل من 2 ق) بواقع (16.9%) وفي المرتبة الرابعة و الأخيرة جاءت فئة الزمن (أقل من 15 ق) بواقع (2.8%) وهي المدة الأطول خلال نشرة الرابعة عصرًا بتوقيت مصر على قناة بي بي سي عربي، وكانت أيضاً قضايا الشأن السوري بمختلف عناصرها تقع داخل هذا الزمن ثم قضايا الشأن التركي فالشأن المصري .

ومما سبق تجدر الإشارة إلى أن الفئة الزمنية (أقل من 2ق) غالباً ما يتم توظيفها في إطار الأخبار التمهيدية ، حيث أحياناً يتم إعلان خبر قصير ثم يتم التوسع فيه في شكل تقرير في جزء آخر من النشرة ربما في المنتصف أو في حين يتم استيفاء المعلومات بشأنه أو التوصل للمصادر. وفي الدقائق العشرة الأخيرة من النشرة يتم عرض أهم الأخبار التي ترد إلى موقع بي بي سي عربي تحت بند "الأكثر قراءة"<sup>13</sup>، حيث يقوم مذيع النشرة بجولة داخل الموقع يعرض خلالها أهم الأخبار التي ارتفع معدل قراؤها في أقل من 2ق.

## 5- شكل تقديم المحتوى داخل راديو بي بي سي عربي

### جدول رقم (9)

#### تقديم المحتوى داخل راديو بي بي سي عربي

زمن عرض المحتوى	ك	%	الترتيب	إجمالي عينة نشرات راديو بي بي سي عربي
أقل من 1 ق	337	95.19	1	354
أقل من 3 ق	17	4.80	2	

مما سبق بالجدول رقم (9) يتضح لنا أن زمن تقديم المحتوى بمنصة راديو بي بي سي عربي فئة (أقل من 1 ق) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (95.2%) ، ثم في المرتبة الثانية فئة الزمن (أقل من 3 ق) بواقع (4.80%) وكانت أغلب الأخبار الواقعة داخل هذا الزمن تختص بالتقارير الخارجية . ومما سبق تجدر الإشارة ، إلى أن نشرة راديو بي بي سي عربي التي خضعت للتحليل (على رأس الساعة) كان يتم فيها بشكل دائم تقديم الأخبار بشكل سريع ومقتضب لا يتعد الدقيقة الواحدة ، ثم يعاد إذاعة هذه الأخبار مره أخرى ، على رأس كل ساعة ولكن مع تغيير المقدم (المذيع أو المذيعة) ومع تغيير ترتيب الخبر داخل النشرة عن النشرة السابقة أو الإحتفاظ بترتيبه داخل النشرة أحياناً ربما يرجع ذلك إلى رغبة منصة الراديو إلى لفت انتباه المستمع إلى أهمية كل خبر بحيث أنه مع تغيير الترتيب يشعر أن كل خبر يتقدم في الترتيب هو الأهم ، ومن ثم يشعر أن كل الأخبار مهمة.

## 6- شكل تقديم المحتوى داخل تيليجرام بي بي سي عربي

### جدول رقم (10)

#### تقديم المحتوى داخل تيليجرام بي بي سي عربي

شكل عرض المحتوى	ك	%	الترتيب	إجمالي عينة تنوينات تيليجرام بي بي سي عربي
رابط + صورة+ مختصر للخبر	344	100	1	344

من الجدول السابق يتضح لنا أن شكل عرض المحتوى بمنصة تيليجرام بي بي سي قد اتخذ شكلاً واحداً فقط (رابط +صورة + مختصر للخبر). وتجدر الإشارة إلى توضيح أنه لم يخلو أي نص مقدم من رابط أو صورة بجوار الخبر ، مع استخدام نفس الصورة و العنوان من مصدر الخبر الأصلي و الذي غالباً ما يكون موقع بي بي سي عربي، بحيث يظهر اسم Logo الموقع مصاحباً لكل رابط للخبر .

## رابعاً: أجنحة موضوعات الشرق الأوسط الرئيسية و الفرعية بمنصات بي بي سي عربي

### (1) توزيع أجنحة الموضوعات السياسية الرئيسية داخل منصات بي بي سي عربي الست

#### جدول رقم (11)

#### توزيع إجمالي القضايا السياسية الرئيسية داخل منصات بي بي سي

القضايا المنصات	النظام السياسي		قضايا الأمن		الحريات		علاقات بين الدول		أزمات سياسية		أخرى تذكر		إجمالي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موقع	8.9	47	40.2	102	7.4	39	23.3	122	40.8	214	0	0	524
تلفزيون	9.6	40	12.2	51	8.9	37	24.2	101	42.3	177	2.8	12	418
راديو	9.03	32	16.38	58	7.1	25	21.7	77	44.1	156	1.6	6	354

آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة بالتطبيق على موقع BBC عربي

530	1.5	8	39.2	208	19.1	101	10	53	19.2	102	10.9	58	تويتر
528	0	0	40.9	216	19.5	103	10.03	53	18.8	99	10.8	57	فيس بوك
344	0	0	40.7	140	30.8	106	7.8	27	11.6	40	9.01	31	تليجرام
2698	0.96	26	41.2	1111	22.6	610	8.7	234	16.8	452	9.8	265	الإجمالي
	6		1		2		5		3		4		الترتيب

من الجدول رقم (11) يتبين لنا ما يلي:

أ- **مستوى المنصة:** تتنوع الأجندة الإخبارية للموضوعات الرئيسية داخل قسم الشرق الأوسط بمنصات بي بي سي عربيا لست ما بين موضوعات النظام السياسي ، والأمن ، والحريات ، والعلاقات بين الدول ، و الأزمات السياسية . كانت النسبة الأكبر من تغطية تلك القضايا بمنصة تويتر في المرتبة الأولى بواقع (530 تكراراً) من إجمالي عدد الموضوعات السياسية داخل المنصات الست (2698) . وفي المرتبة الثانية ونسبة متقاربة جداً جاءت منصة فيس بوك بواقع (528 تكراراً) ، وفي المرتبة الثالثة ونسبة متقاربة أيضاً جاءت منصة موقع بي بي سي عربي بواقع (524 تكراراً) . وفي المرتبة الرابعة جاءت منصة التلفزيون بواقع (418 تكراراً) ، ثم في المرتبة الخامسة منصة راديو بي بي سي عربي بواقع (354 تكراراً) ، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت منصة تليجرام بواقع (344 تكراراً).

ب- **مستوى الموضوعات:** يتضح لنا أن (الأزمات السياسية)، قد حظيت بنسبة أكبر من التغطية داخل المنصات الست بواقع (41.2%) فكما أوضحنا من قبل شهدت فترة التحليل تصاعد حدة الأزمات داخل بعض دول الشرق الأوسط و علي رأسها أزمة سوريا ، و التي كان لها صدي كبير داخل بعض الدول الأخرى كتركيا و السعودية و اليونان وغيرهم. وفي المرتبة الثانية ، جاءت موضوعات (علاقات بين الدول) بواقع (22.6%) . وجاءت موضوعات (الأمن) في المرتبة الثالثة من حيث الإهتمام بواقع (16.8%) ، وموضوعات (النظام السياسي) في المرتبة الرابعة بواقع (9.8%) ، ثم (الحريات) في المرتبة الخامسة بواقع (8.7%) ، وموضوعات أخرى<sup>14</sup> في المرتبة السادسة بواقع (0.96%).

(2) توزيع القضايا السياسية الفرعية داخل منصات بي بي سي عربي الست:

أ- **أجندة قضايا النظام السياسي داخل المنصات الست:**

جدول رقم ( 12 )

توزيع موضوعات النظام السياسي داخل منصات بي بي سي

رقم الموضوع	عدد الموضوعات	وزارة		أخبار الشخصيات الرسمية		خطب رسمي		علاقات دبلوماسية		اجتماعات رؤساء		تداول سلطة		قضايا المنصات
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
3	47	6	12.8	12	25.5	2	4.3	13	27.7	8	17.02	6	12.7	موقع
4	40	1	2.5	8	20	2	5	13	32.5	8	20	8	20	تلفزيون
6	32	2	6.3	9	28.1	3	9.4	7	21.9	6	18.8	5	15.6	راديو
1	58	6	10.3	17	29.3	5	8.6	12	20.6	8	13.8	10	17.2	تويتر
2	57	7	12.3	16	28.1	5	8.8	12	21	8	14	9	15.8	فيس بوك
5	31	7	22.6	11	35.5	1	3.2	6	19.3	3	9.7	3	9.7	تليجرام
265		29	10.9	73	27.5	18	6.8	63	23.8	41	15.5	41	15.5	إجمالي
		5		1		6		2		3		3 مكرر		الترتيب

وكما هو مبين بالجدول رقم (12) يتضح لنا ما يلي :

**أ- مستوى المنصة:** بالنسبة لموضوعات النظام السياسي ، جاءت النسبة الأكبر منها بمنصة **تويتر في المرتبة الأولى** بواقع (58 تكراراً) من إجمالي أجندة موضوعات النظام السياسي داخل منصات بي بي سي عربي الست (265) "محمد بن راشد يريد خريجا جامعيا "وزيراً" بحكومته، والسياسي يريد "التحاور" مع "الألتراس"<sup>15</sup>. وجاءت منصة **فيس بوك في المرتبة الثانية** وبنسبة متقاربة جداً ، بواقع 57 (تكراراً) " موريتانيا تقبل استضافة القمة العربية المقبلة بعد اعتذار المغرب"<sup>16</sup>. وفي **المرتبة الثالثة** ، جاءت منصة **موقع بي بي سي عربي** بواقع (47 تكراراً) " كيري يطمئن السعوديين: صداقتنا أقوى من اي وقت مضى"<sup>17</sup>. وفي المرتبة الرابعة ، جاءت منصة **التلفزيون** بواقع (40 تكراراً) " أمير قطر يقبل وزير خارجيته من منصبه في تعديل وزارى"<sup>18</sup>. وجاءت منصة **تيليجرام في المرتبة الخامسة** بواقع (31 تكراراً) " الجزائر: بوتفليقة يعزز قبضته على الأمن والاستخبارات"<sup>19</sup>. ثم منصة **راديو بي بي سي في المرتبة السادسة** و الأخيرة بواقع (32 تكراراً) " السيسى: اسقاط طائرات الركاب الروسية كان عملا ارهابيا"<sup>20</sup>.

**ب- مستوى الموضوع:** احتلت ( أخبار الشخصيات الرسمية) نسبة التغطية الأعلى بواقع (27.5%) من إجمالي أجندة موضوعات النظام السياسي داخل منصات بي بي سي عربي الست ، " روحاني يرفض الاعتذار للسعودية عن الهجوم على سفارتها"<sup>21</sup>. وجاءت (علاقات دبلوماسية) في المرتبة الثانية من حيث نسبة التغطية بواقع (23.8%) " السفير الإيراني في بيروت: تقديم إيران مساعدات مادية لكل اسره انهدم منزلها في احداث القدس الاخيرة"<sup>22</sup>. وفي المرتبة الثالثة جاءت موضوعات (اجتماعات الرؤساء) بواقع (15.5%) " مصر والصين تتفقان على مشروعات قيمتها 15 مليار دولار"<sup>23</sup>. وفي المرتبة الثالثة مكرر جاءت موضوعات (تداول السلطة) بواقع (15.5%) " الأزمة في ليبيا: 100 نائب في البرلمان المعترف به دوليا يعلنون بشكل منفرد منح الثقة لحكومة الوفاق"<sup>24</sup>. وفي المرتبة الخامسة، جاءت موضوعات (الوزارة) بواقع (10.9%) " وزير للسعادة وآخر للتسامح في الإمارات"<sup>25</sup>. وفي المرتبة السادسة ، جاءت موضوعات (خطاب رسمي) بواقع (6.8%) " عبد الفتاح السيسى: اسقاط الطائرة الروسية في سيناء "كان عملا إرهابيا استهدف عزل مصر"<sup>26</sup>.

**ب- أجندة قضايا الحريات داخل منصات بي بي سي عربي الست :**

### جدول رقم (13)

#### توزيع قضايا الحريات داخل منصات بي بي سي عربي الست

المنصات	القضايا	برلمان		انتخابات		حقوق انسان		اضطرابات ومظاهرات		ترتيب داخل المنصات
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موقع	9	23.1	5	12.8	6	15.4	19	48.8	3	
تلفزيون	9	24.3	7	18.9	8	21.6	13	35.1	4	
راديو	5	20	3	12	5	20	12	48	6	
تويتر	10	18.9	13	24.5	10	18.9	20	37.7	1	
فيس بوك	10	18.9	13	24.5	9	16.9	21	39.6	1 مكرر	
تليجرام	4	14.8	7	25.9	4	14.8	12	44.4	5	
	47	20.1	48	20.5	42	17.9	97	41.5		
ترتيب القضايا	3	2	4	1					234	

يتضح من الجدول السابق رقم (13) ما يلي :

**أ- مستوى المنصة :** تبين أن نسبة تمثيل قضايا الحريات جاءت النسبة الأكبر منه بمنصة تويتر بواقع (53 تكراراً) من إجمالي موضوعات قضايا الحريات داخل منصات بي بي سي عربي الست "# ملف تفاعلي | #بي\_بي\_سي\_ترند | #مصر : إلقاء القبض على رسام الكاريكاتير الساخر #إسلام\_جاويش<sup>27</sup>. واحتلت منصة فيس بوك نفس المرتبة (53 تكراراً) " خامنئي على ثقة في أن الانتخابات ستنمخض عن برلمان مقاوم للقوى الأجنبية<sup>28</sup>". وفي المرتبة الثالثة ،جاءت منصة الموقع ،بواقع (39تكراراً) " جمع تاريخي حاشد للأطباء في مصر احتجاجاً على "اعتداءات الشرطة عليهم<sup>29</sup>". وفي المرتبة الرابعة ،جاءت منصة التليفزيون،بواقع (37تكراراً) " البرلمان المصري :النائب العام يامر بفتح تحقيق بعد بلاغ يتهم النائب بالتزوير<sup>30</sup>". وفي المرتبة الخامسة ،جاءت منصة تليجرام ، بواقع(27تكراراً) " الافراج عن 4 من حركة 6 ابريل واغلاق مركز لضحايا التعذيب في مصر<sup>31</sup>". وفي المرتبة السادسة والأخيرة ، جاءت منصة الراديو ، بواقع (25تكراراً) " البرلمان المصري :النائب العام يامر بفتح تحقيق بعد بلاغ يتهم النائب بالتزوير<sup>32</sup>".

**أ- مستوى الموضوع:** ومن ناحية أخرى، نجد أن (الإضطرابات و المظاهرات)احتلت المرتبة الأولى ، بواقع (41.5%) من إجمالي أجندة موضوعات الحريات داخل منصات بي بي سي عربي الست " آلاف المدرسين يضربون في كردستان العراق احتجاجاً على عدم صرف رواتبهم<sup>33</sup>". وفي المرتبة الثانية جاءت موضوعات (الانتخابات) بواقع (20.2%) "الانتخابات الإيرانية :المرشد الأعلى للثورة روحاني يحثان الشعب على التصويت<sup>34</sup>". وجاءت موضوعات (البرلمان) في المرتبة الثالثة بواقع(20.1%) " البرلمان الجزائري يقر تعديلات دستورية تحدد فترات الرئاسة<sup>35</sup>". وفي المرتبة الرابعة،جاءت موضوعات (حقوق الإنسان) بواقع (17.9%) " الطالب الإيطالي المقتول في مصر واجه "عنفاً حيوانياً غير إنساني"<sup>36</sup>.

### ج - أجندة قضايا الأمن داخل منصات بي بي سي عربي الست

#### جدول رقم (15)

#### توزيع قضايا الأمن داخل منصات بي بي سي

ترتيب	مجموع	جرائم عنف سياسي		اعتقالات		تفجيرات		ارهاب		محاکمات ذات طابع سياسي		القضايا المنصات	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	102	14.7	15	15.7	16	16.7	15.7	17	36.3	37	16.7	17	موقع مكرر
5	51	21.7	11	11.8	6	11.8	6	41.2	21	13.7	7	7	تليفزيون
4	58	13.8	8	12.1	7	25.9	15	36.2	21	12.1	7	7	راديو
1	102	22.5	23	13.7	14	12.7	13	39.2	40	11.8	12	12	تويتر
3	99	23.2	23	14.1	14	13.1	13	37.8	37	12.1	12	12	فيس بوك
6	40	2.5	1	175	7	35	14	35	14	10	4	4	تليجرام
	452	17.9	81	14.2	64	17.3	78	37.6	170	13.1	59	59	إجمالي
			2		4		3		1		5		ترتيب



يتضح من الجدول رقم (15) ما يلي:

- أ- **مستوى المنصة:** أن نسبة تمثيل موضوعات الأمن جاءت النسبة الأكبر منها بمنصة تويتر بواقع (102 تكراراً) من إجمالي أجندة موضوعات الأمن داخل منصات بي بي سي عربي الست،" الفلسطيني محمد القيق ينهي إضرابه عن الطعام بعد 94 يوماً<sup>37</sup>". واحتلت نفس النسبة منصة موقع بي بي سي عربي بواقع (102 تكراراً) " محكمة مصرية تبريء أنس الفقي وزير الإعلام السابق من تهمة الكسب غير المشروع<sup>38</sup>". وفي المرتبة الثالثة جاءت منصة فيس بوك بي بي سي عربي بواقع (99 تكراراً) " محكمة مصرية تلغي حكماً بسجن الضابط المتهم بقتل شيماء الصباغ<sup>39</sup>". وفي المرتبة الرابعة ، جاءت منصة راديو بي بي سي عربي بواقع (58 تكراراً) "الامن في مصر : مقتل جنديين في انفجار عبوة ناسفه<sup>40</sup>". وفي المرتبة الخامسة ، جاءت منصة تليفزيون بي بي سي عربي بواقع (51 تكراراً) " تفجيرات في عدن اليمن ،القوات اليمنية تستعد بعد مناطق من الحوثيين<sup>41</sup>". وفي المرتبة السادسة ، جاءت منصة تليجرام بي بي سي عربي بواقع (40 تكراراً) " محكمة النقض المصرية تلغي حكماً بإعدام 149 شخصاً<sup>42</sup>".
- ب- **مستوى الموضوعات:** ومن ناحية أخرى ، نجد أن موضوعات (الإرهاب) احتلت المرتبة الأولى بواقع (37.6%) من إجمالي أجندة موضوعات الأمن داخل منصات بي بي سي عربي الست ،" المغرب يفكك "خلية ارهابية" من 10 اشخاص<sup>43</sup>". واحتلت موضوعات ( جرائم عنف سياسي)المرتبة الثانية بواقع (17.9%) " حركة الشباب الصومالية تهاجم فندقاً قرب قصر الرئاسة في مقديشو<sup>44</sup>". وفي المرتبة الثالثة جاءت موضوعات ( تفجيرات) في المرتبة الثالثة بواقع (17.3%) ،" انفجار قنبلة ومقتل 10 أثناء مدهامة الأمن مخبأ لمتشددين بالجيزة<sup>45</sup>". وجاءت موضوعات (الاعتقالات) في المرتبة الرابعة بواقع (14.2%) " اعتقال 10 اشخاص في تركيا بتهمة التجنيد "للدولة الاسلامية<sup>46</sup>". وفي المرتبة الخامسة و الأخيرة ، جاءت موضوعات(محاكمات ذات طابع سياسي) بواقع (13.1%) " قضية محمد أبو خضير: الحكم بالسجن على إسرائيليّين، أحدهما بالمؤبد، لإحراقهما الفتى الفلسطيني حياً<sup>47</sup>".
- د. **أجندة " علاقات بين الدول" داخل منصات بي بي سي عربي الست**

#### جدول رقم ( 16 )

#### توزيع موضوعات علاقات بين الدول داخل منصات بي بي سي

المجموع	تعاون دولي		معااهدات واتفاقيات		لجوء ونزوح		توتر سوري روسي		توتر سوري تركي		توتر سعودي لبناني		توتر سعودي يمني		توتر سعودي ايراني		القضايا المنصات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
122	4.1	5	-	0	26.2	32	23.8	29	26.2	32	4.9	6	8.2	10	6.6	8	موقع
101	3.9	4	1.9	2	21.8	22	26.7	27	27.7	28	11.9	12	3.9	4	1.9	2	تلفزيون
77	6.5	5	2.6	2	19.5	15	29.9	23	27.3	21	5.2	4	6.5	5	2.6	2	راديو
101	4.9	5	2.9	3	29.7	30	17.8	18	26.7	27	5.9	6	8.9	9	2.9	3	تويتر
103	4.9	5	2.9	3	31.1	32	17.5	18	27.2	28	4.8	5	8.7	9	2.9	3	فيس بوك
106	1.9	2	1.9	2	15.1	16	16.9	18	21.7	23	28.3	30	9.4	10	4.7	5	تليجرام
610	4.3	26	1.9	12	24.1	147	21.8	133	26.1	159	10.3	63	7.7	47	3.8	23	الإجمالي
		7		8		2		3		1		4		5		6	الترتيب

من الجدول السابق رقم (16) يتضح لنا ما يلي:

- أ- **مستوى المنصة:** كانت تغطية موضوعات علاقات بين الدول قد احتلت النسبة الأكبر بمنصة الموقع بواقع (122 تكراراً) من إجمالي أجندة موضوعات علاقات بين الدول داخل منصات بي بي سي عربي الست، "نزوح آلاف السوريين صوب تركيا يخلق وضعاً إنسانياً مفرعاً"<sup>48</sup>. وفي المرتبة الثانية، جاءت منصة تليجرام بواقع (106 تكراراً) "لبنان يعيد نسرا اتهم بالتجسس إلى إسرائيل"<sup>49</sup>. وفي المرتبة الثالثة، جاءت منصة فيس بوك بواقع (103 تكراراً)، "السعودية توقف مساعداتها لتسليح الجيش اللبناني"<sup>50</sup>. وفي المرتبة الرابعة، جاءت منصة تويتر بواقع (101 تكراراً) "العلاقات اللبنانية الخليجية: مجلس التعاون الخليجي يصنف كل قادة حزب الله وفروعه كمنظمة ارهابية"<sup>51</sup>. واحتلت نفس النسبة منصة تليفزيون بي بي سي عربي بواقع (101 تكراراً) " قمة بين الاتحاد الاوربي وتركيا لبحث ازمة المهاجرين"<sup>52</sup>. وفي المرتبة السادسة جاءت منصة راديو بي بي سي عربي بواقع (77 تكراراً) " الحدود السورية التركية: مهاجمة اوغلو لموقف امريكا من اكراد سوريا ودعم روسيا"<sup>53</sup>.
- ب- **مستوى الموضوع:** ومن ناحية أخرى نجد أن موضوع (العلاقات السورية التركية) قد احتل النسبة الأكبر من التغطية بواقع (26.1%) من إجمالي أجندة موضوعات علاقات بين الدول داخل منصات بي بي سي عربي الست، "المعلم يستبعد وقف إطلاق النار في سوريا قبل "ضبط الحدود" مع تركيا والأردن"<sup>54</sup>. وفي المرتبة الثانية، جاءت موضوعات (لجوء ونزوح) بواقع (24.1%) "نزوح آلاف السوريين صوب تركيا يخلق وضعاً إنسانياً مفرعاً"<sup>55</sup>. وفي المرتبة الثالثة، جاءت موضوعات (العلاقات السورية الروسية) بواقع (21.8%) "#سوريا | #تركيا | #جنيف | يعيش أكثر من مليوني لاجئ سوري في تركيا"<sup>56</sup>. وفي المرتبة الرابعة جاءت موضوعات (العلاقات اللبنانية السعودية) بواقع (10.3%) "العلاقات السعودية اللبنانية: الرياض تقرر وقف مساعداتها لتسليح الجيش اللبناني"<sup>57</sup>. وفي المرتبة الخامسة، جاءت موضوعات (العلاقات السعودية اليمنية) بواقع (7.7%) "صاروخا بالسنتيا أطلق من اليمن"<sup>58</sup>. وفي المرتبة السادسة، جاءت موضوعات (العلاقات السعودية الإيرانية) بواقع (3.8%) "صحف عربية: انقسام بشأن التوتر السعودي - الإيراني"<sup>59</sup>. وفي المرتبة السابعة، جاءت موضوعات (تعاون دولي) بواقع (3.4%) "البحرين: مستعدون لارسال قوات برية لمحاربة "الدولة" في سوريا"<sup>60</sup>. وفي المرتبة الثامنة، جاءت موضوعات (معاهدات و اتفاقيات) بواقع (1.9%) "# ايران تتعاقد على شراء 40 طائرة من شركة ATR"<sup>61</sup>.

د- أجندة موضوعات أزمات سياسية داخل منصات بي بي سي عربي الست

**جدول رقم (17)**

**توزيع موضوعات أزمات سياسية داخل منصات بي بي سي**

المجموع	داخليا في العراق ولبنيا		توزيع موضوعات أزمات سياسية داخل منصات بي بي سي		العراق السياسي		أزمة اليمن		أزمة سوريا		معارضة سوريا		مجموع				
	داخليا في بقية الدول	%	توزيع داخليا في العراق	%	الاسرائيلي	%	%	%	التداول العربي في سوريا	%	%						
214	15.9	3.4	4.7	10	7.1	15	10.7	23	9.3	20	31.3	67	2.8	6	18.2	39	
177	10.7	19	7.3	13	10.2	18	6.8	12	10.7	19	27.1	48	2.3	4	24.8	44	
156	14.5	23	4.5	7	8.3	13	7.1	11	7.7	12	26.9	42	3.2	5	21.6	43	
208	12.9	27	4.8	10	4.3	9	10	21	11.1	23	33.7	70	1.9	4	21.2	44	
216	12.5	27	4.6	10	4.6	10	11.6	25	11.1	24	34.7	75	2.3	5	18.5	40	
140	5.7	8	5	7	6.4	9	8.6	12	10	14	25.7	36	11.4	16	21.1	38	
1111	12.4	138	5.1	57	6.7	74	9.4	104	10.1	112	30.4	338	3.6	40	22.3	248	
		3		7		6		5		4		1		8		2	

وبالنظر إلى الجدول المبين أعلاه (17) يتضح لنا ما يلي :

- أ- **مستوى المنصة** يتضح لنا أن نسبة الإهتمام بموضوعات الأزمات السياسية ، جاءت النسبة الأكبر منه بمنصة **فيس بوك بي بي سي عربي** بواقع (216 تكراراً) من إجمالي أجندة موضوعات الأزمات الساسية داخل منصات بي بي سي عربي الست ، " اليمن: القوات الحكومية تسيطر على معسكر "فرضة نهم"<sup>62</sup>. وفي المرتبة الثانية وبنسبة متقاربة جداً جاءت **منصة الموقع** بواقع (214 تكراراً) "إيجابي" بين ممثلي المعارضة السورية والمبعوث الأممي"<sup>63</sup>. وفي المرتبة الثالثة، جاءت **منصة تويتر** ، بواقع (208 تكراراً) " مقتل 3 فلسطينيين قتلوا شرطية إسرائيلية في القدس

المحتلة<sup>64</sup>. وفي المرتبة الرابعة، جاءت منصة تليفزيون بي بي سي عربي بواقع (177 تكراراً) " موغريني: يجب التوصل إلى اتفاق لوقف القتال في سوريا خلال أسبوع<sup>65</sup>". وفي المرتبة الخامسة جاءت منصة الراديو بواقع (156 تكراراً) " عشرات الجرحى السورييين نتيجة القصف السوري تم نقلهم الي داخل تركيا لتلقي العلاج<sup>66</sup>". وفي المرتبة السادسة جاءت منصة تيليجرام بي بي سي عربي بواقع (144 تكراراً) " مفاوضات سوريا: تأجيل اجتماع دي ميستورا بوفد دمشق<sup>67</sup>".

**ب- مستوى الموضوع:** ومن ناحية أخرى نجد أن (الوضع الإنساني في سوريا) قد احتل المرتبة الأولى في أجندة الإهتمامات بواقع (30.4%) من إجمالي أجندة موضوعات الأزمات الساسية داخل منصات بي بي سي عربي الست، " هل يتعافس العالم عن إغاثة السوريين<sup>68</sup>". وفي المرتبة الثانية نجد أن (مفاوضات سوريا) قد احتلت المرتبة الثانية بواقع (22.3%) " دي ميستورا يبحث وقف إطلاق النار والمساعدات الإنسانية في سوريا<sup>69</sup>". واحتل (تنظيم داعش في بقية دول الشرق الأوسط) المرتبة الثالثة بواقع (12.4%) " وزير الدفاع الإسرائيلي: "داعش" تنعمت بالمال التركي مقابل النفط<sup>70</sup>". واحتلت (أزمة اليمن) المرتبة الرابعة بواقع (10.1%) " الصراع في اليمن: تقرير اممي مسرب يتهم التحالف باستهداف المدنيين على نطاق واسع<sup>71</sup>". واحتل (الصراع الفلسطيني الاسرائيلي) المرتبة الخامسة بواقع (9.4%) " الجيش الإسرائيلي يقتل فتاة فلسطينية "حاولت طعن جندي<sup>72</sup>". واحتل (تنظيم داعش في ليبيا) المرتبة السادسة بواقع (6.7%) " التحدي الامني في ليبيا: مؤتمر في تونس وليبيا لمواجهة تنظيم داعش في ليبيا لتنسيق الجهود السياسية و الامنية<sup>73</sup>". واحتل (تنظيم داعش في العراق) المرتبة السابعة بواقع (5.1%) " الاوضاع الامنية في العراق : ركود تجاري كبير بسبب سيطرة تنظيم داعش<sup>74</sup>". واحتل (التدخل البري في سوريا) المرتبة الثامنة بواقع (3.8%) " الولايات المتحدة ترحب بالتدخل البري السعودي في سوريا<sup>75</sup>".

#### خلاصة النتائج :

فيما يلي تلخيص بأهم النتائج التي وصلت إليها هذه الدراسة:

كشفت نتائج التحليل عن، تقارب نسبة تغطية موضوعات الشرق الأوسط داخل منصات فيس بوك وتويتر والموقع، ويعزى ذلك إلى ما سبق توضيحه من أن منصات فيس بوك وتويتر لا تعدو إلا أن تكون مجرد وسيط يعيد نشر وتداول محتوى المنصات الأخرى لبي بي سي عربي (موقع وتليفزيون وراديو ) وعلى رأسهم الموقع. كما تقاربت النسب أيضاً بين منصات الراديو وتيليجرام ، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسمات كل وسيلة ، فمنصة الراديو، تقدم الأخبار داخل النشرات التي خضعت للتحليل (نشرة على رأس الساعة ) مدة الخبر لا تعدو دقيقة يتم تكرارها كل ساعة على مدار اليوم . ونظراً لخصوصية الوسيلة فيتم تقديم الخبر بشكل مختصر. أما منصة تيليجرام ،فهي تقوم بالدور ذاته الذي تقوم به منصتي فيس بوك وتويتر ، وفي ظل خصوصية وطبيعة تيليجرام ،فإنها تتيح مواصفات للنشر مقيدة أحياناً بما يتفق وسمات شاشة الهاتف المحمول ،فتأتي الأخبار بشكل مبسط جداً وفي أغلبها روابط من المنصات الأخرى.

- كما تبين أن نسبة تغطية قضايا النظام السياسي داخل منصات بي بي سي عربي الست ، جاءت النسبة الأكبر منها بمنصة تويتر بي بي سي عربي أولاً ثم منصة فيس بوك بي بي سي عربي ، ثم منصة الموقع ، كما تشابهت نسبتا فيس بوك وتويتر إلى حد كبير ثم التلفزيون و أخيراً تيليجرام فالراديو. وربما يعزى ذلك الترتيب إلى أن الموقع يقوم على التحديث اللحظي لما يستجد من أحداث ، ثم إعادة تدوير أغلب تلك القصص الخبرية داخل صفحات مواقع التواصل الإجتماعي من خلال وضع رابط لها تصحبه صورة أو فيديو.
- فيما يتعلق بأجندة موضوعات (الحريات) داخل منصات بي بي سي عربي الست تماثلت نسبي فيس بوك وتويتر بي بي سي عربي، وتشابهت إلى حد قريب نسبي منصات الموقع و التلفزيون وأيضا نسبة منصة تيليجرام مع نسبة منصة الراديو . وبالتالي يمكن القول أن نسب تمثيل قضايا الحريات داخل منصات بي بي سي عربي الست تشابهت إلى حد كبير مع بعضها البعض، وربما يعزى ذلك إلى ما سبق توضيحه ، أن المنصات تعتمد نشر نفس الأخبار و إن اختلفت طريقة تقديم هذه الأخبار وفقاً لسمات النشر داخل كل وسيلة.
- تبين أن نسبة تغطية موضوعات الأمن بمنصات الموقع وفيس بوك وتويتر مقاربة كما تقاربت نسبتا التلفزيون و الراديو معاً أيضاً، ثم نسبة تيليجرام . وبالتالي يمكن القول أن أجندة قضايا الحريات داخل منصات بي بي سي عربي الست تشابهت إلى حد كبير مع بعضها البعض، وربما يعزى ذلك إلى ما سبق توضيحه ، أن المنصات تعتمد نشر نفس الأخبار و إن اختلفت طريقة تقديم هذه الأخبار وفقاً لسمات النشر داخل كل وسيلة .
- تبين أن نسب تغطية موضوعات "علاقات بين الدول" قد تقاربت داخل منصات فيس بوك وتويتر ، وتيليجرام ، والتلفزيون ، وجاءت النسبة الأعلى بمنصة الموقع والنسبة الأقل بمنصة الراديو . واقتربت النسبة أيضاً فيما يتعلق بتغطية موضوعات (العلاقات السورية التركية- العلاقات السورية الروسية – لجوء ونزوح ) ويعزى ذلك إلى أن مثل تلك الموضوعات تتعلق في أغلبها بالأزمة السورية و التي احتلت النسبة الأكبر من التغطية و الإهتمام داخل المنصات الست .
- تبين تقارب نسب تغطية الأزمات السياسية داخل منصات فيس بوك وتويتر وموقع بي بي سي، وتنوعت ما بين الراديو و التلفزيون وتيليجرام. وتصدرت الأزمة السورية أجندة موضوعات الأزمات السياسية بمنصات بي بي سي عربي الست ، ويرجع السبب في ذلك إلى تصاعده حدة الأزمة السورية خلال فترة التحليل وما استتبع ذلك من محادثات دولية بشأن حل الأزمة ، وتردي الأوضاع هناك ، وبعض الحلول من جانب الدول كالتدخل البري في سوريا .

## المراجع

- <sup>1</sup> جليان دويل "اقتصاديات وسائل الاعلام " **media economics** – ترجمة د.محمد عبد الحميد
- <sup>2</sup> Hsiang Iris Chyi& Monica Chadha” News on New Devices:Examining Multiplatform News Consumption in the Digital Age, **Paper presented at the International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas April 1-2, 2011** ,  
:Available at  
<https://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/ChyiChadha2011.pdf>
- <sup>3</sup> **Marilyn S. Roberts, Philemon Bantimaroudis** " Gatekeepers in International NewsThe Greek Media The Harvard International Journal of Press/Politics March 1997 2: 62-76,  
Available at:  
<http://hij.sagepub.com/content/2/2/62.refs>
- <sup>4</sup> فاطمة الزهراء عبد الفتاح "أثر التحولات التكنولوجية فى إنتاج وتقديم المضمون فى الصحافة المصرية فى إطار تعدد المنصات الإعلامية –دراسة لاتجاهات التطوير و إشكاليات التحول"، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة :كلية الإعلام، 2015).
- <sup>5</sup> Tae Woo Kim, Sun Hong Park “Multi-Platform Mass Media Strategy of Seoul Metropolitan Rapid Transit Corporation (SMRT) : Case Study of SMRT in Korea, Seung-jun Moon\*Dept. of Communication and Information, Inha University, Korea Sociology and Anthropology 1(1): 40-45, 2013  
<http://www.hrpub.org/DOI: 10.13189/sa.2013.010105>  
**Available at:**  
<http://www.hrpub.org/download/201307/sa.2013.010105.pdf>
- <sup>6</sup> José Alberto Garcia-Avilés, Universidad Miguel Hernandez, Spain, Roles of audience participation in multiplatform television: From fans and consumers, to collaborators and activists" **journal of audience &reception studies** Volume 9, Issue 2 November 2012  
<http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/24%20Garcia-Aviles.pdf>
- <sup>7</sup> فاطمة الزهراء عماري "استخدام القنوات التليفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الإجتماعى: حالة الفيس بوك – دراسة مسحية لعينة من صفحات الفيس بوك لقتاتى بي بي سي وفرانس 24، رسالة ماجستير (جامعة الجزائر:كلية العلوم السياسية و الإعلام، 2012).
- <sup>8</sup> Hsiang Iris Chyi& Monica Chadha” News on New Devices:Examining Multiplatform News Consumption in the Digital Age, **Paper presented at the International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas, April 1-2, 2011.**  
Available at:  
<https://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/ChyiChadha2011.pdf>

<sup>9</sup> Kweon, Sang-Hee, Hwang, Kyung-Ho, Jo, Do-Hyun" Time and Space Perception on Media Platforms" *Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 12, 2011*

Available at:

[http://www.media-](http://www.media-ecology.org/publications/MEA_proceedings/v12/8_time.pdf)

[ecology.org/publications/MEA\\_proceedings/v12/8\\_time.pdf](http://www.media-ecology.org/publications/MEA_proceedings/v12/8_time.pdf)

<sup>10</sup> الصادق الحمامي " الإعلام الجديد و الإعلام الكلاسيكي بين الاتصال و الانفصال – التلفزيون العمومي نموذجاً ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث و الثلاثون ، يناير – يونية 2009).

<sup>11</sup> حلمي محمود أحمد محاسب " قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الانترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة وسي ان ان ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد التاسع و العشرون –يناير –مارس 2008).

<sup>12</sup> ملاحظة: تم الحصول على تلك الإجابة من أ. أكرم شعبان مدير مكتب بي بي سي عربي بالقاهرة ، أثناء إجراء مقابلة متعمقة فيما يختص بالقائم بالاتصال داخل المؤسسة، وطبيعة العمل، تم إجراء المقابلة في مقر بي بي سي عربي بحى العجوزة القاهرة ، في 19 يناير-2016 ، الساعة 12 ظهراً بتوقيت مصر.

<sup>13</sup> قائمة " الأكثر قراءة " داخل موقع بي بي سي عربي ، قائمة يتم فيها ترتيب الأخبار و القصص الخبرية على الموقع وفقاً لعدد الزوار ومعدل قراءة هذا المحتوى ، ويتم عرضها من الأعلى في معدل القراءة إلى الأقل .

<sup>14</sup> أخري تذكر: أولاً: منصة تويتر بي بي سي عربي:1- تحطم طائرة عسكرية مصرية ومقتل طاقمها 2- لبنان يعيد نسرا اتهم بالتجسس إلى إسرائيل 3- #مصر | مقتل 7 أشخاص واصابة آخرين في حادث تصادم بين سيارة نقل محملة بالركاب وقطار قرب بلدة العياط جنوب الجيزة بمصر.4- مصر: جدل حول رفع الرسوم الجمركية على عدد من السلع.5- المغرب و الاتحاد الاوربي : ردود فعل غاضبة في المغرب بعد قرار محكمة العدل الاوربية الغاء اتفاق التبادل التجاري الحر.6- العراق: حريق اندلع في مركز للتدريب مات 17 .7- الامن في جنوب السودان :السماح لقوات مواليه لرياك مشار بالانتشار في جوبا.8- المغرب: سوق نموذجية للمهاجرون الافارقة تمثل وجهة رئيسية لهم . ثانياً: تلفزيون بي بي سي عربي:1- تدابير احترازية شديدة في السعودية بعد اصابة جديدة بكورونا 2- مصر: مقتل 7 اشخاص في تصادم قطار بشاحنة جنوب القاهرة.3- الامم المتحدة: العراق بحاجة الى 1,5 مليار دولار للتصدي لأزمة المهجرين.4- اليونان و الهجرة من تركيا : ارقام قياسية من المهاجرين و اللاجئين تدفقت على اليونان الشهر الماضي .5- الفقر في السودان.6- اقليم كردستان العراق: بارزاني يعلن ان الوقت حان لتنظيم استفتاء غير ملزم بشأن استقلال الاقليم.7- الوضع السياسي في العراق: المرجعية الشيعية تقرر عدم عرض رؤاها في الشأن السياسي كما جرت العادة اسبوعياً.8- الوضع السياسي في العراق: المرجعية الشيعية تقرر عدم عرض رؤاها في الشأن السياسي كما جرت العادة اسبوعياً.9- المغرب: سوق نموذجية للمهاجرون الافارقة تمثل وجهة رئيسية لهم.10- الامن في تركيا: المروحيات الحربية التركية تشن غارة علي مسلحي حزب الكردستان.11- الامن في جنوب السودان :السماح لقوات مواليه لرياك مشار بالانتشار في جوبا.12- المغرب و الاتحاد الاوربي : ردود فعل غاضبة في المغرب بعد قرار محكمة العدل الاوربية الغاء اتفاق التبادل التجاري الحر. ثالثاً: منصة راديو بي بي سي عربي:1- لقي اشخاص يونان مصرعهم علي الحدود التركية.2- تركيا: 39مهاجرا لقوا حتفهم عند الحدود التركية الوينانية.3- تركيا: 39مهاجرا لقوا حتفهم عند الحدود التركية الوينانية.4- مصر: جدل حول رفع الرسوم الجمركية

على عدد من السلع.5- العراق: حريق اندلع في مركز للتدريب مات 17. 6- المغرب و الاتحاد الاوربي : ردود فعل غاضبة في المغرب بعد قرار محكمة العدل الاوربية الغاء اتفاق التبادل التجاري الحر).

الأمثلة التي تم الاستشهاد بها في الدراسة

- <sup>15</sup> تويتر بي بي سي، 3 فبراير 2016.
- <sup>16</sup> فيس بوك بي بي سي، 20 فبراير 2016.
- <sup>17</sup> موقع بي بي سي، 24 يناير، 2016.
- <sup>18</sup> تليفزيون بي بي سي، 27 يناير، 2016.
- <sup>19</sup> تيليجرام بي بي سي، 25 يناير، 2016.
- <sup>20</sup> راديو بي بي سي، 24 فبراير، 2016.
- <sup>21</sup> تليفزيون بي بي سي، 27 يناير، 2016.
- <sup>22</sup> راديو بي بي سي، 24 فبراير 2016.
- <sup>23</sup> تيليجرام بي بي سي، 21 يناير، 2016.
- <sup>24</sup> تليفزيون بي بي سي، 24 فبراير، 2016.
- <sup>25</sup> موقع بي بي سي، 9 فبراير، 2016.
- <sup>26</sup> فيس بوك بي بي سي، 24 فبراير، 2016.
- <sup>27</sup> تويتر بي بي سي، 31 يناير، 2016.
- <sup>28</sup> فيس بوك بي بي سي، 24 فبراير، 2016.
- <sup>29</sup> موقع بي بي سي، 13 فبراير، 2016.
- <sup>30</sup> تليفزيون بي بي سي، 29 فبراير، 2016.
- <sup>31</sup> تيليجرام بي بي سي، 18 فبراير، 2016.
- <sup>32</sup> راديو بي بي سي، 29 فبراير، 2016.
- <sup>33</sup> موقع بي بي سي، 30 يناير، 2016.
- <sup>34</sup> تلفزيون بي بي سي، 24 فبراير، 2016.
- <sup>35</sup> تيليجرام بي بي سي، 7 فبراير، 2016.
- <sup>36</sup> موقع بي بي سي، 8 فبراير، 2016.
- <sup>37</sup> تويتر بي بي سي، 26 يناير، 2016.
- <sup>38</sup> موقع بي بي سي، 10 فبراير، 2016.
- <sup>39</sup> فيس بوك بي بي سي، 14 فبراير، 2016.
- <sup>40</sup> راديو بي بي سي، 27 فبراير، 2016.
- <sup>41</sup> تليفزيون بي بي سي، 17 فبراير، 2016.
- <sup>42</sup> تيليجرام بي بي سي، 4 فبراير، 2016.
- <sup>43</sup> موقع بي بي سي، 18 فبراير، 2016.
- <sup>44</sup> تويتر بي بي سي، 26 يناير، 2016.
- <sup>45</sup> تويتر بي بي سي، 22 يناير، 2016.
- <sup>46</sup> فيس بوك بي بي سي، 25 يناير، 2016.
- <sup>47</sup> تيليجرام بي بي سي، 4 فبراير، 2016.
- <sup>48</sup> موقع بي بي سي، 6 فبراير، 2016.
- <sup>49</sup> تيليجرام بي بي سي، 30 يناير، 2016.
- <sup>50</sup> فيس بوك بي بي سي، 19 فبراير، 2016.



51. تويتر بي بي سي، 3 مارس، 2016.
52. تلفزيون بي بي سي، 19 فبراير، 2016.
53. راديو بي بي سي، 10 فبراير، 2016.
54. موقع بي بي سي، 6 فبراير، 2016.
55. تويتر بي بي سي، 6 فبراير، 2016.
56. فيس بوك بوك، 30 يناير، 2016.
57. تلفزيون بي بي سي، 19 فبراير، 2016.
58. راديو بي بي سي، 8 فبراير، 2016.
59. تيليجرام بي بي سي، 23 يناير، 2016.
60. تيليجرام بي بي سي، 5 فبراير، 2016.
61. تويتر بي بي سي، 30 يناير، 2016.
62. فيس بوك بوك بي بي سي، 2 فبراير، 2016.
63. موقع بي بي سي، 2 فبراير، 2016.
64. تويتر بي بي سي، 3 فبراير، 2016.
65. تلفزيون بي بي سي، 14 فبراير، 2016.
66. راديو بي بي سي، 9 فبراير، 2016.
67. تيليجرام بي بي سي، 1 فبراير، 2016.
68. موقع بي بي سي، 3 فبراير، 2016.
69. تلفزيون بي بي سي، 16 فبراير، 2016.
70. موقع بي بي سي، 26 يناير، 2016.
71. تلفزيون بي بي سي، 28 يناير، 2016.
72. راديو بي بي سي، 13 فبراير، 2016.
73. تويتر بي بي سي، 27 فبراير، 2016.
74. تلفزيون بي بي سي، 20 فبراير، 2016.
75. تيليجرام بي بي سي، 5 فبراير، 2016.