

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ مساعدا ورئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

● أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

● أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

● أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ التدقيق اللغوي: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد السادس والسبعون - الجزء الثاني - ربيع الثاني ١٤٤٧هـ - أكتوبر ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

- تمثيلاتُ المشاعرِ في الأخبارِ الرقمية الخوارزمية: مقارنةٌ سيميولوجيةٌ
في تحليلِ الذكاءِ العاطفي الآلي أ.م.د/ أسماء أحمد أبو زيد علام
٨٣٣
-
- دور الدراما التليفزيونية في تعزيز الوعي المجتمعي وكسر حاجز الصمت
تجاه التحرش بالأطفال: دراسة حالة لمسلسل (لام شمسية) وتحليل
لوقائع تحرش بالأطفال في السياق المصري المعاصر
أ.م.د/ إيمان عاشور سيد حسين
٩٠١
-
- تحليل فعالية تطبيق بلاغ تجاري في إدارة اتصال الأزمات: دراسة وصفية
في مدينة أبها، منطقة عسير د/ محمد عبد الرحمن الأسمرى
رنا تركي الرساسمة
٩٧٥
-
- فاعلية الاستثمار الرياضي في تشكيل الصورة الذهنية للدول العربية
لدى الجمهور المصري والإنجليزي «دراسة ميدانية»
د/ رضا رجب مبروك صالح
١٠٥٥
-
- توظيفُ السردِ القصصي في بناء هوية العلامة التجارية للشركات
الناشئة في برنامج شارك تانك مصر Shark Tank Egypt - دراسة تحليلية
د/ هيام سعد أبو الفتوح طلخان
١١٦٧
-
- دور العناصر البنائية التصميمية لرأس الصفحة في تشكيل الهوية
البصرية للمواقع الصحفية الإلكترونية (دراسة تحليلية مقارنة)
د/ مروة سعيد شعبان خليفة
١٢٨٥
-

- تأثير التصميم الأرغونومي لإعلانات الفيديو بزاوية ٣٦٠° على تعزيز الانغماس لدى جيل Z في تجارب التجارة الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية
١٣٤٣ د / شيماء محسن محمد مبارك
-
- العوامل المؤثرة في فاعلية صحافة المواطن في المواقع الإخبارية المصرية والتحديات التي تواجهها- دراسة تطبيقية د / ليديا صفوت إبراهيم
١٤٣١
-
- اتجاهات طلاب الإعلام نحو المراهنات الإلكترونية وعلاقتها بتشكيل السلوكيات العدائية لديهم.. دراسة ميدانية
١٤٩١ د / نشوى فتحي المغاوري حماد
-
- معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الجرائم الإلكترونية
١٥٤٥ ماجدة أحمد شمس
-

تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

						
م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	نقاط المجلة السنة
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2025 7
2	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2024 7
3	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023 7
4	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2022 7
5	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2021 7
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2020 7

تمثيلات المشاعر في الأخبار الرقمية الخوارزمية: مقارنة سيمولوجية في تحليل الذكاء العاطفي الآلي

- **Representations of Emotions in Algorithmic Digital News: A Semiological Approach to Analyzing Artificial Emotional Intelligence**

أ.م.د/ أسماء أحمد أبو زيد علام

أستاذ الصحافة المساعد - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

Email: somasoma87@hotmail.com

ملخص الدراسة

خلصت نتائج الدراسة إلى أن الخوارزميات لم تعد مجرد أدوات تقنية لترشيح المحتوى، بل تحولت إلى فاعلٍ دلالي يعيد إنتاج الخبر ويوجه استجابات الجمهور عبر قوالب شعورية مهيمنة. وأظهرت النتائج أن الانفعال يشكل بنية أساسية في صياغة العنوان والنص والصورة، حيث وظفت المواقع - محل الدراسة - الرموز البصريّة واللغوية لترسيخ مشاعر الخوف، أو الأمل، أو الفخر. كما غلبت اللغة الإيحائية على التقريرية باستخدام مفردات مثل: (مأساة، صادم، بطولي)؛ مما يدفع القارئ نحو استجابات شعورية محددة. وقد تبين أن العلاقة بين الصورة والعاطفة حققت انسجامًا نسبيًا (75%-82%)، مع وجود فجوات لدى المنصات التي اعتمدت على صور أرسيفية. وأوضحت النتائج أن الخوارزميات تعيد إنتاج الانفعال الجماهيري عبر آليات التكرار والتكامل النصي- البصري، بشكل يعكس تحيزات شعورية مرتبطة بالسياقات الثقافية والسياسية للمنصات. وتقترح الدراسة دمج التحليل السيميولوجي في الممارسات الصحفية الرقمية؛ لتعزيز المصداقية والحد من التأثيرات الانفعالية المصطنعة.

الكلمات المفتاحية: الذكاء العاطفي الخوارزمي، السيميولوجيا، الأخبار الرقمية، الخوارزميات، المشاعر.

Abstract

The study concluded that algorithms are no longer merely technical tools for content filtering; rather, they have evolved into semantic agents that reconstruct news and guide audience responses through dominant emotional frameworks. The findings revealed that emotion constitutes a core structure in shaping headlines, texts, and images, with the analyzed platforms employing both visual and linguistic signs to reinforce feelings of fear, hope, or pride. Furthermore, affective and suggestive language prevailed over factual reporting through the frequent use of terms such as "tragedy," "shocking," and "heroic," which direct readers toward specific emotional responses. The study also found a moderate alignment between images and emotions (75%-82%), while notable gaps emerged in platforms that relied on archival rather than context-specific visuals. Overall, the results indicate that algorithms reproduce collective affect through mechanisms of repetition and text-image integration, in ways that reflect affective biases shaped by the cultural and political contexts of the platforms. Accordingly, the study recommends integrating semiological analysis into digital journalism practices to enhance credibility and mitigate the influence of artificially engineered emotions.

Key words: Algorithmic Emotional Intelligence, Semiotics, Digital News, Algorithms, Emotions.

أصبح الذكاء الاصطناعي فاعلاً في إعادة تشكيل الخبر، وتوجيه مضامينه؛ مما يؤثر في أنماط استقباله عبر الأنظمة التوليدية الذكية التي تتفاعل مع البيانات السلوكية للمستخدمين، وتعيد إنتاج الرسائل الإعلامية بناءً على استجاباتهم الشعورية، في إطار ما يُعرف بالذكاء العاطفي الاصطناعي.

فلم تعد الأخبار الرقمية المقترحة آلياً نصوصاً إخبارية ناقلة للوقائع فقط، بل منتجات خوارزمية يتم برمجتها بعناية لتوجيه مشاعر الجمهور، كالغضب، والخوف، والأمل، والتعاطف.. بما يخدم منطق التفاعل والانتشار الواسع، حيث يُعاد إنتاج الخبر عاطفياً؛ ليحاكي توقعات المستخدمين وانفعالاتهم المسبقة.

إلا أن هذه التمثيلات لا تنشأ في فراغ، بل يتم تصميمها ضمن بنية رمزية تستدعي التحليل؛ مما يفتح المجال لتساؤلات بحثية حول طبيعة هذه التمثيلات، ودلالاتها، وآليات عملها، وانعكاساتها على الوعي المجتمعي.

لذا تسعى هذه الدراسة لتحليل كيفية إنتاج المشاعر داخل الأخبار الرقمية المقترحة آلياً، عبر التحليل السيميولوجي للأخبار المقترحة آلياً؛ باعتبارها بنيةً رمزيةً دلاليةً موجهة انفعالياً، من خلال تفكيك الرموز اللغوية والبصرية المستخدمة، ورصد أنماط الخطاب الشعوري التي تم تضمينها؛ للكشف عن البنى الدلالية التي يُعاد من خلالها بناء العاطفة وتوجيهها رقمياً.

وفي هذا السياق، لم تعد الانفعالات تمثل استجابات إنسانية تلقائية تعبر عنها اللغة أو الصورة، بل أصبحت تصاغ رقمياً وتبرمج وفق نماذج خوارزمية تحاكي التعبير الشعوري البشري بدرجات متفاوتة من التقمص والفاعلية.

وتتبع أهمية الدراسة في البحث حول مدى مصداقية هذه التمثيلات، وإمكانات تحيزها، وأثرها في إعادة إنتاج رموز نمطية، وأطر ذهنية ذات أبعاد أيديولوجية أو تسويقية، من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية: كيف تبنى تمثيلات المشاعر في الأخبار الرقمية المقترحة آلياً؟ وما الدلالات السيميولوجية الكامنة في هذه التمثيلات وآليات عملها داخل النص الإخباري؟

الدراسات السابقة:

في ضوء مسح الدراسات السابقة تم تقسيم الدراسات إلى أربعة محاور رئيسية: الأول، تضمن الدراسات التي تناولت التحليل السيميولوجي للأخبار. وركز المحور الثاني على: تمثيل العاطفة في المحتوى الإخباري الرقمي. أما المحور الثالث فشمل: الدراسات حول تحيزات الذكاء الاصطناعي في الإعلام. واهتم المحور الرابع بـ: السيميولوجيا الخوارزمية والذكاء الاصطناعي لتفسير عمل الخوارزميات بوصفها منتجة للعلامات، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بالتحليل السيميولوجي للأخبار:

أكدت دراسة (Al Haj Abed, S. (2025)⁽¹⁾، ودراسة العميري، أحمد محمد. (2025)⁽²⁾، ودراسة منصور، راللا أحمد. (2025)⁽³⁾، ودراسة محمود، عمر ممدوح. (2024)⁽⁴⁾ حول سيميائية صورة العدوان الإسرائيلي على غزة أكتوبر 2023 على اختلاف الصور المعروضة على المنصات الإخبارية وفق توجهات كل منصة، وسياساتها الإعلامية، والدولة التي تنتمي إليها، كما أسفر تحليل الوضعيات المختلفة للمنصات عن توظيف جيد لملامح الوجوه وحركات الأيدي، كما تم توظيف الألوان وفق دلالاتها. وأوضحت دراسة (Fan, A. (2025)⁽⁵⁾، ودراسة (Sheidin, J. (2023)⁽⁶⁾، ودراسة حسن، هبة الله نصر. (2024)⁽⁷⁾، ودراسة عرام، أسماء. (2023)⁽⁸⁾، ودراسة محمد، إسماعيل أحمد محمد. (2023)⁽⁹⁾، ودراسة عبد الرحمن، إسماعيل صابر. (2022)⁽¹⁰⁾، ودراسة عبد الرازق، إكرام محمود سيد. (2020)⁽¹¹⁾، ودراسة بركات، سالي. (2020)⁽¹²⁾ أن الصور المصاحبة للأخبار في حد ذاتها ثقافة، وأن هذه الثقافة تعيد صياغة الرسالة الإعلامية، وكذلك استقبالها، فصارت رسائل الإعلام في عصر الصورة وهيمنتها

قابلة للتشكل بعيداً عن الميدان الأصلي، مع ضمان قوة تأثيرها والتي تكون واضحة بفعل التأويل.

وأوضحت دراسة (Bedir, N. S. (2025)⁽¹³⁾، ودراسة سيد، إلهام. (2024)⁽¹⁴⁾ كيفية توظيف الصور لتضمين دلالات محددة في المواد الإخبارية؛ مما يعزز من فاعلية الرسائل الإعلامية المختلفة، ويعكس التنوع في استراتيجيات الإعلام الدولي في تغطية الأحداث المهمة، بالتطبيق على حادثة محاولة اغتيال دونالد ترامب خلال حملته الانتخابية عام 2024. وأظهرت التحليلات أن الصور المنشورة تستخدم طرقاً متعددة لتوجيه الرسائل وتعزيز الروايات عن الحادث؛ حيث اعتمدت بعض المواقع مثل "CNN" و"BBC" على تقنيات بصرية، مثل التباين العالي، والألوان الداكنة لتعزيز الإحساس بالخطر؛ مما يعكس تركيزاً على الأبعاد الأمنية والتوتر. في المقابل قدم موقع آخر مثل "Sky News" مزيجاً من اللقطات القريبة والبعيدة لعرض التفاصيل بدقة في سياق أوسع؛ مما ساعد على تقديم صورة أكثر شمولية عن ردود الفعل والتفاعلات، أما موقع "Euro news" فركز على تقديم تفاصيل دقيقة عن إصابة ترامب؛ مما يعكس التأثيرات السياسية والاجتماعية للحادثة.

وأظهرت نتائج دراسة تمران، سهير؛ وعبد الرحمن، عواطف. (2025)⁽¹⁵⁾ - بشأن تحليل السرديات البصرية في الصور الصحفية التي نشرتها صحيفة واشنطن بوست حول قضايا اللاجئين العرب في الولايات المتحدة خلال الفترة من 2021 إلى 2023 - أن الصور ركزت بشكل كبير على الأبعاد الإنسانية، مع إبراز معاناة اللاجئين وظروفهم القاسية، في حين تم استخدام الأطر الأمنية والثقافية والسياسية لتوجيه السرديات الإعلامية وفقاً للسياسات والقيم الثقافية السائدة في المجتمع الأمريكي. كما كشفت الدراسة عن دور الرموز البصرية في تعزيز الرسائل الإعلامية، بما يعكس التحيزات الأيديولوجية والسياقات الثقافية والسياسية.

وتناولت دراسة (White, Andrew G., IV. (2024)⁽¹⁶⁾ توظيف الصور الإخبارية في الإقضاء الخطابي للأمريكيين الصينيين من الإعلام السياسي، وهو ما يحتاج إلى

إعادة تقييم تعريف مصطلح "وسائل الإعلام السائدة" في السياق السياسي في إطار تبني "الصحافة الإيجابية".

وسلّطت دراسة⁽¹⁷⁾ Legodi, N. M. (2023)، ودراسة مصطفى، إيمان عصام. (2023)⁽¹⁸⁾، ودراسة Lubanga, N. (2021)⁽¹⁹⁾، ودراسة ثروت، وفاء عبد الخالق. (2017)⁽²⁰⁾ الضوء على أن كلّ وسيلة إعلامية توظف الصور حسب توجهاتها وسياساتها التحريرية والدولة التي تنتمي إليها، وبالتالي تعتمد قراءة الصور على تاريخ المجتمع، وكيفية استخدام واستيعاب الجمهور لعلاماتها ضمن سياقات محددة لإنتاج المعاني، ووظفت الصور علاقات الثنائيات المتعارضة لإبراز الفوارق في القوة والتأثير بين الدول المهيمنة اقتصادياً، وتلك التي تعاني من أوضاع اقتصادية قاسية، حيث أبرزت العديد من الصور أن مصر لا تمتلك الكثير من الخيارات للخروج من أزمتها الاقتصادية. وأكدت دراسة Doom, J. K. (2016) على أهمية تحليل سيميائية الصور في الحملات السياسية وما تقدمه من رسائل لضمان اتساقها ثقافياً مع الدوائر التي يناشدها المرشحون⁽²¹⁾.

وكشفت دراسة عاطف، شاهنده. (2016) أهمية التحليل السيميولوجي في إبراز دلالات التغطية الصحفية المصورة لمحاكمات نظامي مبارك ومرسي في الصحافة المصرية⁽²²⁾. وخلصت دراسة Henson, L. A. (2013) إلى أن الصور الإخبارية الأمريكية صورت الرئيس السابق "باراك أوباما" وقت ترشّحه كمخلص أمريكي ووريث الشهداء الدينيين⁽²³⁾.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تمثيل العاطفة في المحتوى الإخباري الرقمي:
قدمت دراسة Paik, S. (2025)⁽²⁴⁾ نهجاً محسناً لفهم كيفية إعادة تشكيل الخوارزميات لمشهد الأخبار التقليدي من خلال التأثير على عمليات التأطير في بيئة المعلومات الرقمية. وأظهرت النتائج أن المنشورات المجاورة وترتيب المحتوى الإخباري يؤديان دوراً في تشكيل تصورات الجمهور، ولهذا آثار مباشرة على تصميم وإدارة المنصات الخوارزمية التي توزع الأخبار.

وأظهرت نتائج دراسة Antunes⁽²⁵⁾ (2025)، ودراسة (Villarreal, K. R. (2025))⁽²⁶⁾ أن ترتيب كلمات العنوان تؤثر على نقرات المستخدم؛ مما يغذي أساليب التعلم الآلي لاستخلاص الخصائص المرتبطة بمستوى تفاعل المستخدمين مع كل خبر. ومن خلال تحليل الحجج البلاغية في خطابات الرئيس السيسي التي تم إلقاؤها في ذكرى الثلاثين من يونيو خلال العشر سنوات من 2013 حتى 2023؛ توصلت دراسة أحمد، وعلى (2025)⁽²⁷⁾ إلى أن الخطابات من حيث الشكل اتسمت بالقوة والتأثير، ويختار الرئيس السيسي الاستعارة الحجاجية التي لها قوة في التأثير على مخاطبيه، كما يعتمد أحياناً على الاستعارات المعروفة لدى الناس، ويجعل المفاهيم المجردة مادة محسوسة.

وكشف تحليل المشاعر المدعوم بالذكاء الاصطناعي والذي أجرته دراسة بوشليبي، وجينوس (2025)⁽²⁸⁾ لقصص الجريمة في صحيفتي جلف نيوز (الإمارات العربية المتحدة) ونيويورك تايمز (الولايات المتحدة الأمريكية)، أن جلف نيوز تهدف إلى توحيد خطابات الدولة والحكومة وأن نيويورك تايمز تعالج الإخفاقات النظامية وتختبر الأطر المؤسسية.

ولتفسير المسارات المعقدة التي تسهم من خلالها الحالات العاطفية المختلفة في نشر المعلومات داخل النظام البيئي الرقمي أكدت دراسة Barber, C. A. (2025)⁽²⁹⁾ ودراسة Flores, P. M. (2024)⁽³⁰⁾ على الدور المهم للمشاعر منخفضة الإثارة، كالحزن والاهتمام والاشمئزاز، كعوامل دافعة لمشاركة المعلومات؛ حيث يمكن أن تحفز هذه المشاعر التعبير عن مشاعر أعلى إثارة كالغضب.

وأظهرت نتائج دراسة صابر، والسيد (2024)⁽³¹⁾ أن الصحفيين يتبنون استراتيجيات متنوعة لضبط وإدارة العواطف، تتراوح بين استراتيجية المواجهة ونموذج الصحافة البناء وآلية اليقظة الذهنية، بالإضافة إلى مجموعة من الاستراتيجيات المبتكرة لاحتواء التأثيرات العاطفية وترشيدها داخل العمل الصحفي، كالاستراتيجية الديناميكية المعاصرة، واستراتيجية فقاعات الترشيح، واستراتيجية سقراط.

وفي ضوء استخدام البلاغة الرقمية كشفت نتائج دراسة عبد الغنى (2024) ⁽³²⁾، ودراسة الكوع؛ والصيفي؛ وأبو الرب (2023) ⁽³³⁾ توظيف المواقع الإخبارية وتطبيقاتها على صفحات التواصل الاجتماعي لبلاغة الإقناع الرقمية، وإعادة تقديم بلاغة الإقناع التقليدية (الثقة Ethos، والعاطفة Pathos، والمنطق Logos) في صورة رقمية جديدة في المضمون الإخباري الرقمي من خلال استخدام روابط للصور والمقالات ومقاطع الفيديو لدعم حجج الإقناع المنطقية (Logos)، وتوظيف الوسائط المتعددة لدعم حجج الإقناع العاطفية (Pathos)؛ وذلك بهدف دعم الثقة (Ethos) في المحتوى الرقمي الإخباري المقدم عبر الموقع.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت تحيزات الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

أكدت دراسة ⁽³⁴⁾ Gitomer, A. (2025)، ودراسة توفيق (2025) ⁽³⁵⁾ أن التحيز الخوارزمي يظهر بوضوح على منصات التواصل الاجتماعي، والتي تُعد بيئة خصبة للاضطهاد الرقمي، ومن أبرز أساليب التحيز الخوارزمي: حذف المنشورات وفقاً لأجندات غير معلنة، وحظر صفحات ذات توجهات معينة، والتحكم في وصول المحتوى للجمهور، فالاضطهاد الرقمي أحد النتائج المباشرة للتمييز الخوارزمي، ومن المتوقع تفاقم المشكلة مع تصاعد الصراعات الدولية.

وكشفت دراسة ⁽³⁶⁾ Luo, J. (2025)، ودراسة ⁽³⁷⁾ Armstrong, A. J. (2025)، ودراسة ⁽³⁸⁾ Pumphrey, J. A. (2024) أنه بالرغم من أن الأخبار المولدة بواسطة الذكاء الاصطناعي لا تظهر تحيزاً أكبر من المحتوى المكتوب بشرياً، إلا أن تكرارها للأطر السائدة ونبرتها الإيجابية يثيران مخاوف بشأن تأثيرها على تصورات الجمهور للقضايا، كما أن تضاؤل قدرة الجماهير على التمييز بشكل موثوق بين الأخبار التي يكتبها الذكاء الاصطناعي وتلك التي يكتبها البشر يشير إلى التطبيع المتزايد للصحافة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، ويؤكد على الحاجة إلى مزيد من الشفافية والمساءلة في الصحافة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.

وأشارت دراسة ⁽³⁹⁾ Shumlansky, G. J. (2025)، ودراسة ⁽⁴⁰⁾ Çetinkaya, Y. M. (2025)، ودراسة ⁽⁴¹⁾ Akdoğan, M. (2024) إلى أنه بينما يعزز الذكاء

الاصطناعي إمكانية الوصول إلى المحتوى وإنتاجه، فإنه يعقد أيضاً قدرة المشاهد على التمييز بين الوسائط الحقيقية والمُفكّة؛ مما يقوّض ثقة الجمهور ويحوّل الروايات السياسية نحو سيناريوهات افتراضية مشحونة عاطفياً.

وأوضحت نتائج دراسة (Wiskie, L. (2025)⁽⁴²⁾ أنه في حين أن المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي يمكن أن يؤدي إلى تأثير اجتماعي، مثل تآكل الثقة داخل المجتمعات الألمانية والفرنسية المستهدفة بالعمليات الروسية؛ إلا أنه لم يقلل من دعمهم لأوكرانيا؛ وذلك لأن محتوى الحملة المولد بالذكاء الاصطناعي غالباً ما يكون قابلاً للتحديد بسبب النص الذي يحتوي على مطالبات LLM مثل ChatGPT، وOpenAI.

ولواجهة الدور الذي تقوم به الخوارزميات في إعادة إنتاج التحيزات في تمثيل المشاعر بالرسائل الإعلامية الرقمية، سواء بشكلٍ واسعٍ أو غير واسعٍ من قبل القائمين على البرمجة، كشفت دراسة الزيني (2025)⁽⁴³⁾ عن مجموعة من الأساليب والمعايير المتبعة في عملية التحقق من الأخبار الزائفة، وتشمل: متابعة ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي، يليها استخدام الكلمات المفتاحية المركبة على منصة "إكس"، بالإضافة إلى المشاركة في شبكات التحقق الدولية، واستخدام أداة "Crowdtangle" للبحث على فيسبوك، وكذلك استقبال الرسائل من المتابعين عبر المواقع الإلكترونية. وتتضمن المعايير التي يعتمد عليها مدققو المعلومات في اختيار الأخبار للتحقق منها مدى تأثير الادعاء على المجتمع في حال انتشاره الواسع على الإنترنت، كما يتم الاعتماد على توافر دليل قاطع حول الادعاء، ومدى حساسية أو جدلية الموضوع.

وكشفت دراسة عبد المقصود (2025)⁽⁴⁴⁾ التحيز الغربي ضد الجانب الفلسطيني من حيث اللغة المستخدمة في سرد الأحداث والتي تتمثل في انكار وصف ما يحدث في غزة بأنها إبادة جماعية ووصفها بأنها صراع، بالإضافة إلى تبني الأطر الخبرية التي تقدمها إسرائيل كالاتماد على الرواية الإسرائيلية للأحداث أو تقديم الأحداث دون ربطها بالسياق التاريخي.

وأكدت دراسة العشري (2025)⁽⁴⁵⁾، ودراسة المرسومي، وعبد الغنى (2025)⁽⁴⁶⁾، ودراسة محمود، واللبان، والشهاوي (2025)⁽⁴⁷⁾، ودراسة سالم، وعبد الفتاح (2024)

(48)، ودراسة إبراهيم (2024) (49)، ودراسة البحيري (2024) (50) على أن المتطلبات الأساسية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تتضمن توفير البنية التحتية المناسبة التي تدعم تحليل البيانات الكبيرة، وتدريب الصحفيين، وتوفير ميزانية مناسبة لخطط التطوير، بالإضافة إلى عقد الشراكات التقنية مع المؤسسات الكبرى في هذا المجال.

وأبرزت نتائج دراسة Wang, R. (2025) (51)، ودراسة Ali, M. (2025) (52)، ودراسة ناصيف، وبن موسى (2024) (53) الحاجة إلى تعزيز برامج الوعي الرقمي لتمكين المستخدمين من التنقل بفعالية في العالم الرقمي الذي يحول البيانات المدخلة إلى مخرجات مخصصة تؤدي دوراً محورياً في تنظيم وتخصيص المحتوى؛ مما يؤثر بشكل كبير على الإدراك والسلوكيات والخطاب المجتمعي.

وأشارت نتائج دراسة المنزلاوي (2024) (54)، ودراسة الغباري (2023) (55)، ودراسة حبيب (2023) (56) إلى أن المستقبل في الإعلام الرقمي سيكون لصالح المؤسسات العاملة بالروبوت والبرامج الذكية من أجل: تحسين جودة المحتوى ورفع كفاءة العمل وزيادة الإيرادات والأرباح للمؤسسة.

ووسط جدال مستمر حول فوائد تقنيات الذكاء الاصطناعي المدركة ومخاطره المحتملة وقدراته المتطورة باستمرار، أكدت دراسة Rahman, N. (2025) (57)، ودراسة قطب (2024) (58)، ودراسة أبو الحسن (2024) (59)، ودراسة عبد الرازق (2022) (60)، ودراسة الشرقاوي (2022) (61) على قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية؛ مما يشير لأهمية تلك التقنيات على أن يتم توظيفها تحت إشراف ومتابعة دقيقة من العنصر البشري.

وبهدف الإجابة عن التساؤل الخاص بما إذا كان الذكاء الاصطناعي قادراً على فهم وتصنيف وتحليل النصوص المكتوبة بالعامة المصرية بنفس كفاءة التحليل البشري، خلصت دراسة عادل (2023) (62) إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي قدمت تحليلاً جيداً للتعليقات، وهي نتيجة لافتة بالنظر لتعقيد كل من اللغة العربية، واللهجة العامية المصرية لا سيما في إطار خطاب يغلب عليه السخرية وعدم التحضر، لكن تظل هناك حدود لما

يمكن لتلك الأدوات إنجازها، سواء في حجم النصوص التي يمكنها تحليلها، أو في أسلوب التحليل، أو عرض النتائج، وأنها لا يمكن أن تغني عن الدور البشري؛ نظراً لقوعها في أخطاء تتطلب المراجعة لنتائجها بواسطة الباحثين.

وحددت دراسة شرف، والنشار (2023)⁽⁶³⁾، ودراسة الخريبي (2018)⁽⁶⁴⁾ المتغيرات التي تؤثر في إدراك الفرد لعدائية التغطية الإعلامية؛ وهي كالتالي: تقييم المبحوثين لعلاقة وسائل الإعلام بالنظم القائمة ودرجة الانحياز إليها لتحقيق مصالحها، وكذلك الانغماس والمشاركة، فهناك علاقة بين انغماس الفرد في الحدث محل الجدل وإدراكه لعدائية التغطية الإعلامية.

المحور الرابع: الدراسات التي تناولت السيميولوجيا الخوارزمية وعلاقتها بالذكاء الاصطناعي:

لتفسير عمل الخوارزميات بوصفها منتجة لعلامات، وتسهم في "إعادة تشكيل" المعنى أو "تشويهه"، أوضحت دراسة⁽⁶⁵⁾ Khoury, C. J. (2025)، ودراسة عبد العزيز (2025)⁽⁶⁶⁾، ودراسة حسن (2024)⁽⁶⁷⁾ أن خوارزميات التصفية تؤدي دوراً في تحديد ما يُعرض للجمهور، ورغم ما تبدو عليه الخوارزميات من قوة في تحليل كميات هائلة من بيانات المستخدمين، مع الأخذ في الاعتبار تفاعلاتهم وتفضيلاتهم لتنظيم الخلاصات المخصصة لهم؛ بهدف تقديم المحتوى الأكثر صلة وجاذبية، وتحسين تجربة المستخدم عبر المنصة؛ إلا أنه توجد إشكاليات تكتنفها، وأظهرت النتائج مستوى مرتفعاً للوعي الخوارزمي، ومع ذلك لم يكن المستخدمون يدركون بشكل كاف وجود تدخلات بشرية خلف هذه الآلة يمكن أن تؤثر في قراراته، ويدرك المستخدمون أن عملية التنظيم هذه لا تخلو من التحديات؛ إذ يمكن أن تخطئ تنبؤات الخوارزميات في تقدير أهمية المحتوى وتدفع به للمستخدمين على الرغم من أنه بعيد عن اهتماماتهم، كما تتخفف تصورات الجمهور الإيجابية تجاه القيم الواجبة في الخوارزميات؛ كالعدالة، والخلو من التحيز، والقدرة على مساءلتها، والشفافية في فهمها.

وفي إطار تصور "الأخبار تجدني" (News Finds Me) كظاهرة ناشئة في فضاء استهلاك الأخبار الرقمية، أظهرت دراسة عبد المعطى (2025)⁽⁶⁸⁾ أن هناك تحولاً جوهرياً في أنماط استهلاك الجمهور للأخبار عبر المنصات الرقمية، حيث يؤثر التكس

الإخباري سلباً على القدرات المعرفية والنفسية للمستخدمين؛ مما يدفعهم إلى تبني أنماط مختلفة من سلوكيات تجنب الأخبار في مقدمتها التجنب العرضي، ثم التجنب الانتقائي، فالعمدي للمحتوى الإخباري، حيث تؤدي الثقة في الأخبار وأهمية الأخبار دوراً محورياً في تحديد سلوك هذا التجنب، وكشفت النتائج عن وجود علاقة طردية بين إدراك "الأخبار تجدني" وتجنب الجمهور للأخبار.

وحول استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنشاء ميمات الإنترنت، وهي مواد إعلامية يتم تصميمها لإثارة استجابة عاطفية أو كشكل من أشكال التعليق الساخر، تمحورت نتائج دراسة⁽⁶⁹⁾ Kuo, W. (2025)، ودراسة⁽⁷⁰⁾ Kosse, M. M. (2025) حول أن "الرسالة هي الميم"؛ مما يدل على توجه نحو إنشاء الميم عبر توليد مرئي مقصود قائم على أفكار مفاهيمية بدلاً من التعديلات التكرارية للقوالب الموجودة، وتُبرز هذه الرؤى الدور المتطور للذكاء الاصطناعي التوليدي في تشكيل الخطاب الإلكتروني.

وعن رؤية الخبراء لمستقبل دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي سلطت دراسة⁽⁷¹⁾ Madouh, M. (2025)، ودراسة⁽⁷²⁾ Germino, J. (2025)، ودراسة الشرقاوي (2024)⁽⁷³⁾، ودراسة موسى وعبد الفتاح (2020)⁽⁷⁴⁾ الضوء على توقع الخبراء حدوث عدد من التغيرات المستقبلية التي ستؤثر على دور خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، فعلى مستوى المستخدم ستراجع ثقتهم في منشورات وسائل التواصل، وعلى مستوى صناع المحتوى توقع الخبراء انصرافهم عن وسائل التواصل الحالية والبحث عن بدائل أكثر دقة وموضوعية، وفيما يتعلق بتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي توقّع الخبراء أن تؤدي تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تقليل سيطرة ملاك وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة دور المستخدم في التحكم بالمحتوى، وتأسيس منصات شخصية وفقاً لاحتياجاته، كما أكد الخبراء ضرورة الاهتمام بالتربية الإعلامية الرقمية لزيادة وعي المستخدمين بكيفية عمل هذه الوسائل، وكيفية التعامل معها.

وأظهرت دراسة⁽⁷⁵⁾ Arendt, M. L. (2024)، ودراسة⁽⁷⁶⁾ Balfour, V. H. (2024)، ودراسة⁽⁷⁷⁾ Wilson, R. E. (2024) أن وسائل التواصل الاجتماعي، كتقنية

سيمائية، تؤثر على كيفية بناء خلق قيم مشتركة، وتسيير المعلومات، وعملية صنع المعنى؛ حيث تعمل الرموز التعبيرية بالفيديو كرموز مكثفة تعبر بإيجاز عن معتقدات المجموعات محل الدراسة. وقد ميز الاستخدام المتكرر للرموز البصرية كل مجموعة عن خصومها، ولكنه أيضاً حبسها في غرفة صدى مستقطبة، حيث نادراً ما تسمع الأصوات المعارضة.

ومن خلال استخدام خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية المتطورة، صنفت دراسة الثقفي، (2023) ⁽⁷⁸⁾ مشاعر تفاعل المفردين في الشبكات الاجتماعية نحو عودة العلاقات السعودية الإيرانية إلى ثلاث فئات، وهي: (الإيجابية والسلبية والحيادية)، وكشفت النتائج عن إمكانية الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة، مثل: تحليل المشاعر، ونمذجة الموضوع، لاكتساب رؤى قيمة عن الجمهور والرأي العام، حيث أسهمت النتائج في فهم أعمق للديناميكية المجتمعية المحيطة بالأحداث الجيوسياسية المهمة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تبين من مراجعة الدراسات السابقة على المستوى المنهجي أن أغلب الدراسات وظفت منهج: المسح، والعلاقات المتبادلة، ودراسة الحالة، وأسلوب المقارنة المنهجية. أما الأدوات فاستخدم أغلبها أداة: تحليل المضمون، والتحليل الشبكي، ونمذجة هيكل الخطاب، والتحليل السيميولوجي، وDISARM لتحليل حملات التضليل، بالإضافة إلى برنامج (MAXQDA) كأداة تحليلية، وأداتي Ailyze و Bing Chat gpt 4، والمقابلة المتعمقة، والاستبانة، ومجموعات النقاش المركزة.

- وعلى المستوى النظري، وظّفت معظم الدراسات مدخل تحليل الإطار الإعلامي، ونظرية "الفقاعة المعرفية"، التي تفسر كيف تسهم الخوارزميات في تشكيل غرف صدى تعزز الآراء المسبقة للمستخدمين؛ مما يؤدي إلى تهميش بعض الأصوات والمحتويات، ونموذج القيمة VAM، ونموذج التصميم المبني على الإنسان (HCD)، ونظريتي العبء المعرفي Cognitive Load Theory، والملائمة Relevance Theory، ونظرية انتشار الأفكار المستحدثة، ومدخل الممارسة المهنية، ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، ونظرية التوسع الذاتي، ونظرية تعدد الوسائط، ونموذج تحليل أطر السرد الرقمي،

ومدخل التحليل السيميولوجي، والنظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات.

- واهتمت العديد من الدراسات بتحليل كيفية تمثيل المشاعر في الأخبار، من خلال العناوين، واختيار الكلمات، والصور المصاحبة، وحتى الإيقاع العام للنص. وركزت هذه الدراسات على المشاعر الجماعية، وكيفية توظيفها لتوجيه المستخدم أو إثارة استجابات معينة.

- وفي إطار التفاعل بين السيميولوجيا والذكاء الاصطناعي، ظهرت مقاربات مثل "السيميولوجيا الخوارزمية"، التي تنظر إلى الخوارزمية بوصفها كياناً دلاليًا منتجاً للعلامات والمعاني، وتشير هذه المقاربة إلى أن الخوارزميات لا تكتفي بمعالجة البيانات، بل تسهم في تشكيل المشاعر.

- وكشفت العديد من الدراسات عن تحيزات خوارزميات الذكاء الاصطناعي، خاصة في تصنيف المحتوى أو التوصية به، كما تعكس البيانات المدربة عليها هذه الخوارزميات تحيزات ثقافية، أو اجتماعية، أو سياسية كامنة.

- وتتميز هذه الدراسة أنها لا تتناول المشاعر باعتبارها مجرد عناصر نصية أو أسلوبية، بل باعتبارها جزءاً من البنية الخوارزمية التي تسعى إلى إعادة تشكيل العلاقة بين النص والجمهور. وبذلك، تسد الدراسة فجوة بحثية مهمة تتمثل في: ضعف تناول السيميولوجي لدور الخوارزميات في تشكيل المعنى العاطفي في الإعلام الرقمي.

مشكلة الدراسة:

لم تعد الخوارزميات تقتصر على توزيع المحتوى أو تخصيصه، بل امتدت لتصبح شريكاً في إنتاج الخبر ذاته، وتوجيهه عاطفياً بما يتماشى مع أنماط تفاعل الجمهور واهتماماته اللحظية. وفي هذا الإطار، برز مفهوم "الذكاء العاطفي الخوارزمي"، الذي يشير إلى قدرة الأنظمة الذكية على تحليل المشاعر الإنسانية، وتمثيلها داخل النصوص الإخبارية، بصورة تبدو طبيعية وتحاكي الواقع.

ويفرض هذا التحول تحديات معرفية ومنهجية، خاصة فيما يتعلق بكشف طبيعة التمثيلات العاطفية الآلية داخل الأخبار، وتفكيك بنيتها الدلالية، وفهم ما إذا كانت تعكس

عواطف حقيقية، أم تعيد إنتاج أنماط رمزية موجهة تخدم أهدافاً تحريرية أو تجارية أو أيديولوجية. كما تثير هذه الظاهرة تساؤلات حول مدى تحيز الخوارزميات في بناء هذه المشاعر، وحدود الموضوعية داخل خطاب يبدو في ظاهره إنسانياً، وفي باطنه نتاج عملية خوارزمية مؤتمتة.

من هنا تتبع مشكلة الدراسة والتي تتبلور حول تحليل تمثيلات المشاعر والانفعالات داخل الأخبار الرقمية التي يتم إنتاجها آلياً، من خلال تفكيك العلامات والرموز المستخدمة في بناء العاطفة، وتفسير أبعادها الرمزية والمعرفية والتأثيرية، في سياق تشكله وتعيد إنتاجه آليات الخوارزميات.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: كيف يتم بناء تمثيلات المشاعر في الأخبار الرقمية المقترحة آلياً من خلال أنظمة الذكاء الاصطناعي التحريري؟ وما هي الدلالات السيميولوجية الكامنة في هذه التمثيلات، وآليات تشكيلها وتأثيرها؟

وترجع أهمية الدراسة إلى:

أولاً: الأهمية المعرفية: تكتسب هذه الدراسة أهميتها المعرفية من اقترابها من تقاطع بحثي بين علوم الإعلام، والسيميولوجيا، والذكاء الاصطناعي؛ إذ تسعى إلى استكشاف التمثيل الخوارزمي للمشاعر داخل الأخبار الرقمية، وتقديم الدراسة منظوراً سيميولوجياً ناقداً لفهم كيف يتم بناء العاطفة وترميزها داخل المحتوى الصحفي المنتج آلياً، وهو ما يسهم في إثراء الأدبيات النظرية حول "الإعلام العاطفي"، والذكاء الاصطناعي التحريري"، و"الخوارزميات بوصفها منتجة للمعنى".

ثانياً: الإضافة التطبيقية: تسهم نتائج الدراسة في تنبيه صناع القرار في المؤسسات الصحفية إلى مخاطر التمثيلات العاطفية المؤتمتة، وإمكانية انحرافها عن المعايير المهنية والإنسانية في التغطية الإخبارية، كما انه يمكن أن تدعم الدراسة جهود تطوير آليات رقابية وأخلاقية لضبط أداء الخوارزميات، بما يضمن إنتاج محتوى أكثر اتزاناً وشفافية.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الكيفية التي تنتج بها خوارزميات الذكاء الاصطناعي تمثيلات شعورية داخل الأخبار الرقمية المقترحة آلياً، وتفكيك دلالاتها السيميولوجية؛

لفهم دور الخوارزميات في بناء العاطفة وتوجيهها ضمن النصوص الإخبارية، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. كيف يتم بناء تمثيلات المشاعر في الأخبار الرقمية المنتجة آلياً؟
2. ما الرموز والعلامات اللغوية والبصرية المستخدمة في تشكيل الخطاب العاطفي داخل هذه الأخبار؟
3. كيف يتم توظيف الرموز والعلامات اللغوية والبصرية في بناء الخطاب العاطفي داخل المحتوى الإخباري المقترح آلياً؟
4. ما طبيعة البنية السيميولوجية لهذه التمثيلات العاطفية، وما دلالاتها ضمن السياق الرقمي؟
5. إلى أي مدى تعبر هذه التمثيلات عن مشاعر حقيقية، أم أنها تعكس أنماطاً خوارزمية موجهة؟
6. هل تختلف أنماط تمثيل المشاعر باختلاف المنصات والبيئات الثقافية؟
7. لماذا تعتمد الخوارزميات على إعادة إنتاج المشاعر في صياغات إخبارية محددة، وما الغاية من ذلك في توجيه استجابات الجمهور؟

الإطار النظري للدراسة:

في ضوء هدف الدراسة الرئيس، وهو: تفكيك تمثيلات المشاعر في الأخبار الرقمية المقترحة آلياً، واستكشاف الدور الذي تؤديه الخوارزميات في توليد الانفعالات داخل المحتوى الإخباري، تستند الدراسة إلى إطارين نظريين رئيسيين، هما:

أولاً: نظرية الذكاء العاطفي الصناعي (Affective Computing Theory):

تشير النظرية إلى أن الآلات يمكن برمجتها لتحليل الإشارات السلوكية (مثل النقرات، وسرعة التمرير، وأنماط التفاعل)، واستنباط الحالات الانفعالية للمستخدمين، وبالتالي توليد محتوى عاطفي يتجاوب مع هذه الحالات، حيث قدمتها روزاليند بيكار (Rosalind Picard) ضمن سياق بحثي يهدف إلى تمكين الأنظمة الحاسوبية من فهم المشاعر الإنسانية والتفاعل معها.

وتفترض النظرية أن الأنظمة الحاسوبية - وعلى رأسها الخوارزميات العاملة في بيئات الإعلام الرقمي - ليست فقط أدوات لجمع البيانات أو عرضها، بل يمكن برمجتها

لتتعرف على الانفعالات البشرية من خلال إشارات متعددة (مثل اللغة، تعبيرات الوجه، نبضة الصوت، أو أنماط التفاعل السلوكي)، ومن ثم تصميم استجابات عاطفية اصطناعية تعكس درجة من "الذكاء الشعوري" ⁽⁷⁹⁾ (Picard, 1997)، وقد أوضح McStay (2018)، أن الذكاء العاطفي الاصطناعي يتم استثماره بصورة متزايدة من قبل المنصات الإعلامية لفهم مشاعر الجمهور وتعديل المحتوى بناءً على ذلك ⁽⁸⁰⁾.

وهو ما يساعد الباحثة لتحليل كيف يسهم الذكاء العاطفي الصناعي في إعادة تشكيل الوظيفة الإخبارية في البيئة الرقمية، بالإضافة إلى تفسير العلاقة بين تصميم الانفعال الاصطناعي والبنية السيميولوجية للمحتوى.

ثانياً: نظرية صناعة الانفعال الجماهيري (Emotion Engineering):

تشير هذه النظرية إلى أن الانفعالات في العصر الرقمي لم تعد نابعة فقط من تجارب فردية، بل يتم تصنيعها وهندستها بشكل جماعي من خلال أنظمة خوارزمية تعمل على توجيه المشاعر العامة بطرق مبرمجة، وتعيد إنتاج أنماط انفعالية بعينها، بما يخدم أهدافاً تجارية أو أيديولوجية (Zhou, 2025) ⁽⁸¹⁾.

فالانفعال في الإعلام لم يعد مجرد ناتج عرضي، بل أصبح عنصراً مركزياً، وتوظف الوسائط تقنيات سيميولوجية متعددة (الصورة، اللغة، الإيقاع، اللون) لصناعة ردود فعل عاطفية محددة؛ مما يعيد تشكيل علاقة الجمهور بالأخبار (Eder, Hanich, & Stadler, 2015) ⁽⁸²⁾.

كما أن منصات الأخبار الرقمية تستخدم آلية التوصية الانفعالية (Affective Recommendation) لتقديم محتوى مشحون عاطفياً، يتم اختياره بناءً على التفاعلات السابقة للمستخدم؛ مما يؤدي إلى بناء تجارب إعلامية شخصية عاطفية (Xiao Li, 2025) ⁽⁸³⁾.

مما يلفت انتباه الباحثين لتحليل كيف تدار الانفعالات وتستثمر خوارزمياً من أجل التأثير الجماهيري، وتشكيل توجهات الجمهور تجاه قضايا معينة ⁽⁸⁴⁾.

وبناءً على ذلك، تعتمد الدراسة الحالية على نظرية صناعة الانفعال الجماهيري لتفسير كيف تعمل الخوارزميات على إنتاج مشاعر مصطنعة أو موجهة في النصوص

الإخبارية، ولماذا أصبحت العاطفة الرقمية جزءاً محورياً من الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي.

ومن خلال توظيف النظريتين تتمكن الباحثة من تحليل تمثيلات المشاعر في الأخبار الرقمية من منظور سيميولوجي، حيث تسمح نظرية الذكاء العاطفي الصناعي بفهم الكيفية التي يتم بها إنتاج المشاعر صناعياً عبر الخوارزميات، وتفسر نظرية صناعة الانفعال الجماهيري الدوافع الكامنة وراء إنتاج هذه المشاعر على نطاق واسع.

الإطار المنهجي: نوع الدراسة ومناهجها:

تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، حيث تسعى إلى تفكيك وتحليل تمثيلات المشاعر والانفعالات داخل المحتوى الإخباري الرقمي المقترح آلياً عبر خوارزميات الذكاء الاصطناعي، واعتمدت الدراسة على المناهج التالية:

- **منهج المسح:** توظفه الباحثة في مسح كافة المواد الإخبارية المقترحة آلياً بالمواقع- محل الدراسة- خلال فترة الدراسة.

- **أسلوب المقارنة المنهجية:** تستخدمه الباحثة لرصد أوجه التشابه والاختلاف بين المواقع الإخبارية محل الدراسة، بما يحقق أهداف الدراسة في الوقوف على حدود الاتساقات والاختلافات في المواقع الإخبارية محل الدراسة.

الإطار الإجرائي:

مجتمع الدراسة التحليلية: تختص الدراسة بالأخبار الرقمية المقترحة آلياً للمستخدمين المصريين والعرب، بناءً على خوارزميات أنظمة التوصية في منصات إعلامية رقمية تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي.

عينة الدراسة التحليلية: تمثلت العينة في مواقع: اليوم السابع، ومصرأوي، وسكاي نيوز عربية، والعربية نت، وتم اختيار هذه العينة لعدة أسباب:

- تعتمد هذه المواقع على أنظمة توصية ذكية تظهر محتوى مخصصاً بناءً على سلوك المستخدم.

- بناءً على الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة تنتج هذه المواقع محتوى إخبارياً متنوعاً يتضمن عناصر بصرية ولغوية تستخدم لبناء التأثير الشعوري.

- وبالتالي تمثل هذه المنصات نموذجاً للإعلام الرقمي العربي الذي يدمج بين التقنيات الخوارزمية والبُعد العاطفي في التغطيات الإخبارية.

العينة الزمنية: تمَّ تحديد الفترة الزمنية لتحليل المحتوى الإخباري المقترح بين يناير 2024 وأغسطس 2025، لضمان تمثيل حديث ودقيق لآليات الخوارزميات.

عينة المواد الخاضعة للدراسة: تمَّ اختيار عينة قصدية من الأخبار المنشورة على منصات إعلامية رقمية تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى وتوجيهه للمستخدمين عبر منصات تستخدم نظام التوصية الآلي.

وحدة التحليل: تمَّ الاعتماد على الموضوع كوحدة للتحليل والعدّ.

خطوات جمع العينة وتحليلها:

1. اختيار المنصات الإخبارية: حددت الباحثة أربع منصات رقمية (اليوم السابع، مصراوي، سكاي نيوز عربية، العربية نت) نظراً لاعتمادها على أنظمة اقتراح المحتوى.

2. تفعيل التوصيات الشخصية: وتمَّ ذلك من خلال إنشاء الباحثة حساباً جديداً أو استخدام ملفات تصفح نظيفة (clean cookies/cache) لضمان حيادية توصيات الخوارزمية، مع مسح بيانات التصفح قبل الاستخدام، من خلال الإعدادات ثم الخصوصية واختيار حذف البيانات (الكوكيز).

3. بعد التفاعل اليومي لمدة أسبوع، مع النقر على محتوى متنوع لضبط ملف التوصية الشعوري، تمَّ رصد وتحميل الأخبار المقترحة في الصفحة الرئيسة وصفحات الأخبار العاجلة.

3. استخراج العينة النهائية: باختيار عينة من الأخبار المقترحة آلياً، بما يمثل توازناً بين الأخبار السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية.

4. التحليل السيميولوجي وفق مستويين: المستوى الدلالي (Denotative)، تحديد المعنى الظاهري للعناصر، والمستوى الإيحائي (Connotative): تفسير المعاني الخفية والعاطفية وراء العناصر.

أدوات جمع البيانات: استمارة التحليل السيميولوجي لتفكيك مكونات الأخبار الرقمية المقترحة، وذلك عبر محورين رئيسيين:

1. تحليل العلامات البصرية (Visual Signs): دراسة الصور المستخدمة، الألوان، تعبيرات الوجه (إن وجدت)، الزوايا، الرموز المصاحبة، وطريقة تقديم المشاهد.
2. تحليل العلامات اللفظية (Verbal Signs): دراسة العناوين، المفردات، الجمل الترويجية، الأساليب الإنشائية، الكلمات ذات الثقل الشعوري (مثل: صدمة، مأساة، أمل، بطولي...).

اختبارات الصدق والثبات:

أ- الصدق الظاهري Face Validity: استعانت الباحثة بالأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام (*) لتحكيم استمارة الدراسة التحليلية؛ مما أسفر عن عدة ملاحظات أفادت الباحثة.

ب- اختبارات الثبات Reliability: تم اختبار ثبات على 25 وحدة موضوع من كل موقع من المواقع عينة الدراسة التحليلية، وأسفر التطبيق عن نسبة ثبات بلغت 92%؛ مما يؤكد الثقة في ثبات عملية التحليل.

مفاهيم الدراسة:

- السيميولوجيا (Semiology)، تعني إجرائياً: دراسة الأنظمة الدلالية المستخدمة في المحتوى الإخباري، من خلال تحليل العلامات والعلاقات بين الدال والمدلول، للكشف عن المعاني العاطفية الظاهرة والكامنة، وفق منهج رولان بارت في تفسير المستويين الدلاليين⁽⁸⁵⁾.
- الذكاء العاطفي الخوارزمي (Affective Algorithmic Intelligence)، ويعني إجرائياً: قدرة أنظمة الذكاء الاصطناعي على تحليل التعبيرات الشعورية والتفاعل معها، وتوليد أو توجيه محتوى عاطفي للمستخدمين، من خلال خوارزميات توصية الأخبار التي تعتمد على تتبع السلوك الرقمي والميول الانفعالية⁽⁸⁶⁾.
- تمثيلات المشاعر (Emotion Representations)، وتعني إجرائياً: الصور اللغوية والبصرية التي تستخدمها الأخبار الرقمية لنقل مشاعر محددة (كالخوف، الغضب، الأمل...) ⁽⁸⁷⁾.

- الأخبار الرقمية المقترحة آلياً (AI-curated News)، وتعني إجرائياً: المحتوى الإخباري الذي يتم تقديمه للمستخدمين من خلال خوارزميات تعتمد على الذكاء الاصطناعي في التخصيص، ويتميز بطابع ديناميكي وشخصي مبني على تفاعلات المستخدم وسلوكه السابق⁽⁸⁸⁾.

نتائج الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء تحليل سيميولوجي لتمثيلات المشاعر والمكونات العاطفية المستخدمة عبر الخوارزميات الإخبارية في أربعة مواقع إعلامية عربية (اليوم السابع، ومصرأوي، وسكاي نيوز عربية، والعربية نت)، بإجمال (100) خبر بكل موقع ضمن الفترة الزمنية المحددة بالدراسة، وسيتم استعراض نتائج الدراسة وفق المحاور التالية: توزيع المشاعر المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً، وأنماط الذكاء العاطفي الخوارزمي المصنفة، والعلاقة بين الصورة والعاطفة، والتوجيه الشعوري المستتر في آليات الاقتراح، وذلك على النحو التالي:

أولاً: توزيع المشاعر المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً بالمواقع محل الدراسة:

جدول (1)

توزيع المشاعر المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً

الموقع	عدد الأخبار محل التحليل	المشاعر الإيجابية (%)	المشاعر السلبية (%)	المشاعر الحيادية (%)
اليوم السابع	100	20%	62%	18%
مصرأوي	100	26%	55%	19%
سكاي نيوز عربية	100	15%	65%	20%
العربية نت	100	19%	64%	17%

يتضح من الجدول السابق هيمنة المشاعر السلبية المقترحة آلياً في المواقع عينة الدراسة بنسبة زادت عن النصف من مجمل المشاعر في الأخبار المقترحة آلياً، ومنها: الخبر الوارد في موقع "اليوم السابع" حول حادث تصادم على الطريق الدائري الأوسطي أسفر عن وفاة 19 فتاة والسائق، وكانت الصورة المرفقة مع الخبر على النحو التالي:

صورة رقم (1) (89)



ووفق التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة لأهالي المتوفين أثناء تشييع الجثامين، وتعتبر الصورة توثيقية حزينة ومأساوية تظهر من خلالها تعبيرات الوجه بها وجوم من خلال زاوية تصوير أمامية بانورامية لإبراز حجم الكارثة، وسيطرت الألوان الداكنة الرمادية لتعكس الفجيعة والحزن العميق.

أما التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية: فجاء العنوان: "19 زهرة ذبلت في يوم واحد على طريق المنوفية.. الأهالي: ما ذنب الأطفال؟" استعاري ومحمل بالرمزية والكلمات العاطفية مثل: (زهرة- ذبلت- ما ذنب الأطفال؟) لإبراز هيمنة الحزن والقهر والمظلومية، والتي تمّ دعمها من خلال الجمل الإنشائية في متن الخبر مثل: (ما ذنبهم؟ صرخات الأمهات ملأت المكان- براءة ضاعت- الطفولة تدهس على الطرق- حوادث بلا نهاية)، وهو ما جعل التماهي بين الصورة والنص مرتفعاً جداً، فالصورة تعزز الشحنة الشعورية للنص لاستثارة مشاعر عامة وتضامن شعبي، وهو ما يشير إلى توظيف الذكاء العاطفي الخوارزمي الصادم لاجتذاب التفاعل الفوري والمرتبط بالحزن الجماعي، خاصة مع جمهور الأسر والأمهات، ويقع الخبر ضمن أنماط "القصص المأساوية المؤثرة" التي تعيد المنصات إنتاجها لرفع التفاعل والتعليق والمشاركة الوجدانية.

وتناول موقع "مصرأوي" نفس الخبر من خلال صورة أرشيفية لسيارات الإسعاف على النحو التالي:

صورة رقم (2)⁽⁹⁰⁾



ووفق التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة أرشيفية لا توثق الحادث، كما تمّ التقاط الصورة عبر زاوية تصوير خلفية؛ مما لا يبرز حجم الألم والصدمة.

أما التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية: فجاء العنوان: "في طريقهن إلى المصنع.. إصابة 11 فتاة وسائقاً في حادث مروع بالمنوفية" تقريرياً ذا أثر وجداني به العديد من الكلمات العاطفية مثل: (حادث مروع- إصابة 11 فتاة) والتي تؤكد على مشاعر الحزن والقلق والألم، كما أنها تستثير مشاعر الغضب غير المباشر والمطالبة بالتحرك. فإذا كان المستوى الدلالي ينقل صورة حادث على الطريق الإقليمي وإصابة فتيات عاملات، فإن المستوى الإيحائي يكمل المشهد المساوي ويعكس قسوة الظروف للطبقة الكادحة. وتبرز هنا ارتفاع درجة التحيز العاطفي من خلال التركيز على كون الضحايا "فتيات صغيرات" لاستثارة التعاطف والاهتمام الجماهيري وفتح ملف أزمة النقل. وبالتالي وظف الذكاء العاطفي الخوارزمي هذا الخبر كنموذج لتجسيد الشحنة الاجتماعية بالتركيز على فئة حساسة (الفتيات) وظروف قاسية (العمل في مصنع- حادث طريق)؛ مما يعكس قدرة الموقع على اقتراح أخبار تستدعي الحماية الاجتماعية والتعاطف الطبقي، ويعكس توجهاً خوارزمياً لاستبقاء التفاعل العاطفي من خلال "قصص الحوادث المؤلمة للفئات الضعيفة".

ومن المشاعر السلبية المقترحة آليا في موقع "سكاي نيوز" خبر عن الإخوان يعيدون تشغيل ماكينة التحريض ضد مصر من الخارج، وكانت الصورة المرفقة مع الخبر على النحو التالي:

صورة رقم (3)⁽⁹¹⁾



ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أن الموقع وظف صورة أرشيفية لوزارة الخارجية كتعبير رمزي للتهديد السياسي والنشاط الخارجي لجماعة الإخوان؛ مما يرسخ إحساساً بالاستهداف المتكرر ويستتفز رد الفعل الوطني عبر العاطفة الدفاعية.

أما التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية: فجاء العنوان: "خارج الحدود.. الإخوان يعيدون تشغيل ماكينة التحريض ضد مصر" تحذيراً ينم عن الغضب والقلق من التحريض الممارس ضد مصر. وهنا يبرز نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي الدفاعي الاستباقي التعبوي، كما وظف العنوان صياغة مجازية (ماكينة التحريض)؛ مما يخلق شعوراً بالخطر المنظم.

وأكد على ذلك الخطاب العاطفي كلمات مثل: (نحن تحت الاستهداف- احذروا الأكاذيب- الخطر قادم من الخارج- حملات ممنهجة- التشويه- الوعي الوطني). فجاءت اللغة منحازة لمصلحة خطاب أمني وطني دفاعي من خلال سردية "الحرب الإعلامية" و"المؤامرة على الدولة"، وهو ما يتماشى مع خوارزميات الاستقطاب السياسي في سياقات الرسائل المؤيدة للدولة والمعادية للجماعة، حيث تستثير الخوارزمية مشاعر الدفاع عن

الذات والوطن، وتقدم الآخر (الخصم) باعتباره رمزاً للشّر الخارجي؛ مما يعمق الشعور بالولاء للوطن وفي نفس الوقت الرفض الحاد للطرف الآخر. ومن الأخبار التي تروج المشاعر السلبية المقترحة آلياً في موقع "العربية نت" خبر عن إحباط عملية تهريب ضخمة لقطع أثرية مصرية في سيناء، وكانت الصورة المرفقة مع الخبر على النحو التالي:

صورة رقم (4)⁽⁹²⁾



وعبر التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أن صورة القطع الأثرية المصادرة تحمل رمزية حضارية قوية؛ مما يعكس الخطر المستمر الذي يهدد التراث، ممزوجاً بالفخر بدور المؤسسات الرسمية التي تواجه هذا الخطر. ووظف الموقع نمط التمثيل الشعوري الوطني الحماسي التحذيري الذي يجمع بين الفخر بجهود الأمن المصري والحذر من استهداف التراث الوطني. فجاء نوع الذكاء العاطفي الخوارزمي المستخدم ذكاءً وطنياً يعزز الشعور بأهمية حماية الهوية والآثار، بالإضافة إلى كونه ذكاءً أمنياً إنذارياً يدق ناقوس الخطر تجاه استمرار محاولات تهريب الآثار، مستهدفاً مشاعر مثل: الفخر بجهود الدولة، والقلق على مصير التراث، والوعي المجتمعي بأهمية حماية الممتلكات الثقافية، وتفسر الباحثة غياب صور المهربين لعدم إضفاء وجه إنساني على الجناة.

أما التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية: فجاء العنوان: "2189 قطعة أثرية مصرية.. إحباط عملية تهريب ضخمة في سيناء"، وهنا يمنح التعداد الرقمي "2189" قطعة" الخبر ثقلًا بصرياً ودلاليّاً كما يعكس الدقة والجدية، وتضفي كلمات مثل: (إحباط، تهريب ضخمة، الآثار المصرية، الهوية الوطنية) طابع الإنذار. وعن آلية الاقتراح

الخوارزمي فیدخل هذا الخبر ضمن توصيات الأخبار الأمنية التراثية الوطنية، ويمكن ربطه بخوارزميات مهمة بـ"تهريب الآثار" أو "مكافحة الفساد".

ثانياً: أنماط الذكاء العاطفي الخوارزمي المصنفة في الأخبار المقترحة آلياً بالمواقع محل الدراسة:

أظهر تحليل الأخبار المقترحة آلياً في المواقع الأربعة محل الدراسة (اليوم السابع، مصراوي، سكاى نيوز عربية، العربية نت) أن الذكاء العاطفي الخوارزمي يتوزع وفق ثلاثة أنماط رئيسة، وذلك على النحو التالي:

جدول (2)

أنماط الذكاء العاطفي الخوارزمي المصنفة

الموقع	أنماط الذكاء العاطفي الخوارزمي المصنفة		
	النمط القائم على إثارة الخوف والقلق	النمط القائم على التعاطف الإنساني والمأساة	النمط القائم على الفخر الوطني والانجازات
اليوم السابع	48%	28%	24%
مصراوي	57%	25%	18%
سكاى نيوز عربية	58%	22%	20%
العربية نت	56%	18%	26%

يشير الجدول السابق إلى ارتفاع نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على إثارة الخوف والقلق عبر تضخيم الأخطار والتهديدات المحتملة؛ من خلال توظيف العناوين المشحونة والمفردات القوية، مدعوماً بصور تثير القلق والتوتر، ومنها على سبيل المثال: ما نشره موقع "اليوم السابع" حول المحاولات الممنهجة لتشويه الموروث الديني وطمس الهوية الإسلامية، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (5) (93)



وعبر التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة ذات طابع رسمي لشيخ أزهرى تحمل خلفية زخارف إسلامية رمزية، من خلال زاوية تصوير أمامية تُوَطر وجه المتحدث وتعطي انطباعاً بالوقار والجدية والثبات، ويؤكد هذه الانطباعات الألوان الطاغية (الأبيض، الأزرق، الذهبي)، بالإضافة إلى الزي الأزهرى الذي يحمل الوقار ويعزز الدفاع عن التراث الدينى، ويبرز التحذير الضمني دفاعاً عن الهوية الإسلامية. ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية نجد أن العنوان تحذيريٌّ تعبويٌّ: "أحمد ربيع الأزهرى: هناك محاولات ممنهجة لتشويه الموروث الدينى وطمس الهوية الإسلامية"، ويعتبر القلق والغضب والخوف على الثوابت الدينية هو العاطفة المهيمنة في النص من خلال كلمات مثل: (تشويه- الموروث- طمس- مخططات- حملات إعلامية- الهوية)، وكذلك الجمل الإنشائية: (لا بد من التصدي- نحن أمام مؤامرة ثقافية- نحن مستهدفون- القيم تتعرض للاغتيال- الدفاع واجب ديني)؛ مما يدعو القارئ للثبات ومقاومة الهجمات الممنهجة.

وبالتالى فإن المستوى الدلالي للخبر عبارة عن تصريح من شخصية دينية حول تشويه القيم والموروث الإسلامى، ويؤكد المستوى الإيحائي على أن المعركة فكرية ضد الموروث الدينى، وهو يحمل إنذاراً مبكراً وخطاباً تعبويّاً لتعزيز الهوية والدفاع عن الثوابت. فيتم استدعاء الذكاء العاطفي الخوارزمي هنا لتوليد حالة من الانتباه والاستعداد الرمزي ضد خطر غير محدد بدقة؛ باعتباره جزءاً من تهديد ممنهج للثوابت، حيث

يوظف الخطاب الديني التعبوي لاستدعاء مشاعر الغيرة على الدين والخوف من ضياع الهوية، في سياق يعزز الانقسام الثقافي ويعيد إنتاج سرديات المستهدف والمؤامرة. وأثار موقع "مصراوي" نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على إثارة الخوف والقلق عبر خبر تحذيري من مشاركة معلوماتك الحساسة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (6)⁽⁹⁴⁾



وعبر التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أن هناك صورة تقنية عن الذكاء الاصطناعي عبارة عن واجهة تطبيق ChatGPT، وتسيطر عليها ألوان الأزرق والرمادي وهي ألوان مستقبلية لبث القلق والتحذير من مشاركة المعلومات الحساسة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية، نجد أن العنوان تحذيري يعتمد الإثارة: "بعد واقعة ChatGPT.. احذر مشاركة معلوماتك الحساسة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي"; مما يعكس شعور القلق والخوف التقني من خلال الأسلوب التنبيهي عبر جملة شرطية مشوقة؛ للتأكيد على أن الذكاء الاصطناعي ليس آمناً تماماً.

وبالتالي يعكس المستوى الدلالي للخبر ثغرات تتعلق بالذكاء الاصطناعي، أما المستوى الإيحائي فيسلط الضوء على هشاشة حماية البيانات وتهديد الخصوصية؛ مما يثير الانتباه والتفكير بشأن الخطر الكامن خلف الذكاء الاصطناعي، ويمثل هذا الخبر الذكاء العاطفي الخوارزمي الوقائي التنبيهي، ويربط بين التطور التكنولوجي والقلق حول

الخصوصية الرقمية؛ مما يجعله يحمل شعوراً مركباً بين الانبهار والخوف؛ مما يحفز القارئ لمراجعة سلوكه الرقمي.

وأكد موقع "سكاي نيوز عربية" على نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على إثارة الخوف والقلق من خلال خبر حول تطبيق الـ تيك توك باعتباره مصدر ثراء غير مشروع للبلوجرز في مصر، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (7)⁽⁹⁵⁾



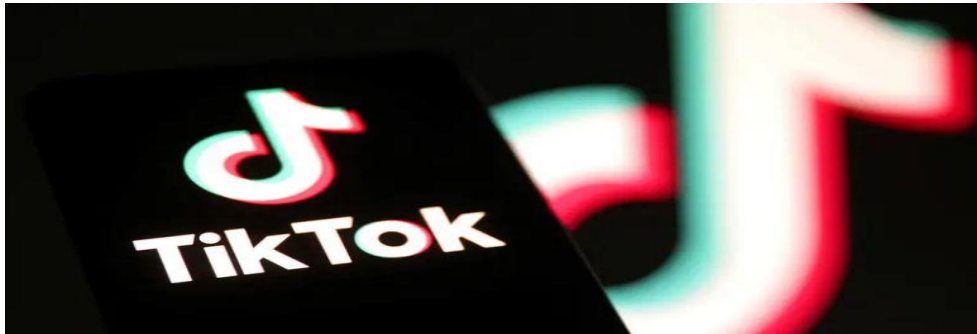
وعبر التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة لشعار تطبيق الـ تيك توك تعكس ثقافة العصر الرقمي، ويعطي الشعار باللونين الأزرق والوردي على خلفية بيضاء وأسود تبايناً عالياً، مع تصميم هندسي للواجهة يعكس الحداثة والانسيابية، ويرمز اللونان الوردي والأزرق للحياة والانفتاح على جمهور واسع (ذكور وإناث)، ويوحى الخط العصري بالابتكار والتجديد، وتضيف الزاوية المائلة للتصوير ديناميكية؛ مما يعكس طبيعة المنصة القائمة على الفيديوهات القصيرة السريعة.

ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية، نجد أن العنوان: "تيك توك.. مصدر ثراء للبلوجرز في مصر"، وهو يتناول ظاهرة اجتماعية اقتصادية مرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي عبر تسليط الضوء على نمط الحياة المرتبط بالشهرة والعوائد المالية بهذه المنصات، وذلك عبر مفردات مثل (ثراء) رمز للنجاح المادي السريع، و(بلوجرز) فئة شبابية متصلة بالتكنولوجيا، و(تيك توك) منصة تمثل العولمة الرقمية وسرعة الانتشار،

كما أنها فاعل مؤثر في اقتصاد المحتوى الرقمي، فالخبر يستخدم إطار الفرصة الاقتصادية، لكن بلمحة استفسارية؛ مما يفتح الباب لنقاش عن الإيجابيات والسلبيات. وبالتالي يسلط المستوى الدلالي للخبر الضوء على أن منصة تيك توك التي أصبحت أداة لتحقيق دخل مرتفع لفئة من المستخدمين في مصر، خاصة صناع المحتوى، أما المستوى الإيحائي فيسلط الضوء على أن "تيك توك" ليس مجرد تطبيق ترفيهي، بل علامة تجارية عالمية قوية قادرة على خلق فرص اقتصادية من خلال محتوى إيجابي أو سلبي يستهدف الفئة العمرية الشابة المهتمة بالمنصات الرقمية والربح منها، بما يتماشى مع خوارزميات التفضيلات الرقمية.

ويستند هذا الخبر إلى الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على إثارة الخوف المبطن، حيث لا يحرك القارئ بمشاعر الخوف أو الغضب المباشر، بل يعتمد على إثارة الفضول من خلال التلميح بإمكانية الثراء من لا شيء عبر أدوات العصر الحديث. ومن خلال نفس محتوى الخبر السابق وبصورة مشابهة تناول موقع "العربية نت" نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على إثارة الخوف والقلق على النحو التالي:

صورة رقم (8)⁽⁹⁶⁾



بعنوان مختلف: "بعد توقيف مشاهيره لترويجهم محتوى خادش.. البرلمان يلوح بعقوبات ضد تيك توك"، سلط موقع "العربية نت" الضوء على تهديد أخلاقي قائم ومطلوب السيطرة عليه، من خلال العديد من العلامات اللفظية "توقيف مشاهيره"؛ مما يربط بين الجريمة والشهرة، فالمتهمون من المؤثرين. "محتوى خادش" توصيف أخلاقي يدين

المضمون. وتعكس عبارة "البرلمان يلوح بعقوبات" لغة الحسم والردع، مع التركيز على "التيك توك" كمصدر للخطر الأخلاقي.

فيحرك الخبر مشاعر القلق تجاه تأثير المحتوى الرقمي على القيم، كما يعزز الثقة في السلطات التشريعية كجهة تصحيح وضبط، وبالتالي يستخدم خوارزمية في دعم الرواية الرسمية المتعلقة بالضبط الاجتماعي؛ مما يرفع من معدلات التفاعل والانجذاب.

وركز نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على التعاطف الإنساني والمأساة على إبراز القصص الإنسانية واللقطات المؤثرة التي تدعو للتعاطف، مع توظيف لغة وجدانية تعزز الترابط الشعوري، خاصة مأساة غزة، وذلك على النحو التالي:

نشر موقع "اليوم السابع" خبراً عن شاحنات المساعدات التي تتحرك من مصر باتجاه غزة، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (9)⁽⁹⁷⁾



عبر التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة لشاحنات المساعدات المصرية أثناء التحرك من خلال زاوية تصوير جانبية تبرز عدد الشاحنات وتوجهها، وطفئت على الصورة ألوان الأحمر والأبيض والأسود (ألوان العلم المصري)، وتضمنت الصورة عناصر رمزية، منها: علم مصر، لافتات "تحيا مصر"، والشاحنات الكبيرة؛ مما يعكس شعوراً بالتعاطف والتضامن الإنساني بجدية من خلال العمل الإغاثي.

ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية في العنوان: "القافلة التاسعة من شاحنات المساعدات تتحرك من مصر باتجاه غزة"، وفي القصة الخبرية نجد أنها

تضمنت كلمات عاطفية مثل: (القافلة- مساعدات- دعم- تحرك- مصر لن تتخلى)؛ مما يعكس شعوراً بالتضامن والتعاطف، بالإضافة إلى الجمل الإنشائية "رسالة إنسانية من الشعب المصري"، و"مصر تؤكد التزامها الثابت"، "مصر في ظهر غزة"، و"الإنسانية أولاً"، و"مصر لا تتخلى عن دورها العربي"؛ مما يشير إلى التعاطف والدور الإنساني الفاعل والتعبوي لمصر.

فالمستوى الدلالي للخبر يخبرنا عن إرسال مساعدات مصرية إلى غزة، ويركز المستوى الإيحائي على دور مصر كسند للأشقاء العرب، وموقفها الثابت أمام الأزمات. وبالتالي يجسد الخبر توظيفاً لسيميولوجيا الذكاء العاطفي الخوارزمي عبر سردية التضامن والتعاطف الإنساني، فقد تم دمج العناصر البصرية بالنصية لإبراز مصر كفاعل إيجابي في الإقليم، وتقتصر الخوارزميات هذا المحتوى تلقائياً للجمهور المتعاطف مع القضية الفلسطينية ضمن استراتيجية التأثير الوجداني.

وللترويج لنمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على التعاطف الإنساني والمأساة تناول موقع "مصرأوي" قضية غزة من خلال التأكيد على أن التاريخ سيحكم دولاً وأشخاصاً على موقفهم تجاه غزة، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (10)⁽⁹⁸⁾



وعبر التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة رسمية للرئيس أثناء إلقاء كلمة توحى بالسلطة والثقة من خلال تعبيرات الوجه الثابتة والجادة، عبر زاوية تصوير أمامية تعزز الهيبة، وتشمل الصورة عناصر رمزية ك: الرئيس، والميكروفون، والعلم؛ مما يعكس القوة والثقة والوطنية والحزم.

ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية، نجد أن العنوان: "الرئيس السيسي: التاريخ سيحاكم دولاً وأشخاصاً على موقفهم تجاه غزة" يتضمن العديد من الأساليب البلاغية لتحفيز شعور المسؤولية والتاريخ والتعاطف الإنساني مع مأساة غزة، (التاريخ سيحاكم)؛ مما يعكس شعور الحزن على غزة والغضب من التخاذل الدولي.

وبالتالي يشير المستوى الدلالي لتحليل الخبر إلى تصريح رسمي من الرئيس بشأن العدوان على غزة، ويعكس المستوى الإيحائي للخبر التعاطف مع غزة وتحميل المجتمع الدولي المسؤولية ويبرز الموقف الرسمي للدولة المصرية، وأكد على ذلك عبارات مثل: "مصر لا تخذل الشعوب"، و"الزمن سيحاسب الجميع"، وهو ما يبرز المشاعر الوطنية المتداخلة مع الوجدان الإنساني بشأن غزة عبر إثارة مشاعر الإحساس بالعدالة والاصطفاف الأخلاقي.

أما موقع "سكاي نيوز عربية" تناول مأساة غزة من خلال إبراز التعاطف الإنساني مع القضية الفلسطينية، وذلك على النحو التالي:

صورة رقم (11) (99)



وفق التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نرى لقطات جوية لطائرات تفرغ حمولات المساعدات في الأرض المحاصرة، مع مؤثرات بصرية تسلط الضوء على اللوجستيات العسكرية، ويحتوي العنوان على صيغة فعل مستمر "تواصل" لتعزيز الإحساس بالتفاني، وتحمل الصورة دلالة رمزية إنسانية تسلط الضوء على مصر كفاعل رحيم وملتزم إنسانياً بالقضية الفلسطينية.

ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية، نجد أن العنوان: "بالفيديو.. مصر تواصل أعمال الإسقاط الجوي للمساعدات إلى غزة"، يعكس مشاعر التعاطف الإنساني والتضامن والمسؤولية الأخلاقية، وهو ما يستدل عليه من خلال عبارات مثل: "نحن نتحرك عندما يصمت الآخرون"، و"مصر ترسل الخير من السماء" بالتأكيد على سرديّة "الدور المصري الراعي"، و"غوث القريب"، فالخبر يؤكد على صورة "مصر المعطاءة" ويحث على احترام جهود الدولة.

ويعكس هذا الخبر نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي الإنساني، والذي يستثمر في مشاعر التعاطف الجماعي، ويحول الفعل السياسي إلى خطاب إنساني مؤثر. وتظهر الخوارزميات هنا كوسيلة دعم لرؤية إعلامية تروج للخير والواجب الأخلاقي، ما يعزز التصور الإيجابي لمؤسسات الدولة.

وتناول موقع "العربية نت" مأساة غزة من خلال إبراز التعاطف الإنساني مع القضية الفلسطينية، وذلك على النحو التالي:

صورة رقم (11) ⁽¹⁰⁰⁾



ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد صورة لشاحنات المساعدات المتوقفة؛ مما يبرز المشاعر الإنسانية المرتبطة بمعاناة المدنيين في غزة، والتعبير عن الغضب من التعتيل الإسرائيلي لوصول المساعدات.

فالخبر بعنوان: "الهلال الأحمر المصري: إسرائيل تعرقل وصول المساعدات لغزة" محمل بمواقف إنسانية واضحة يعبر عن موقف داعم لغزة دون استخدام خطاب عدائي

مباشر. ويأتي الخبر في سياق محاولة الدولة المصرية دعم الشعب الفلسطيني وتقديم دور إنساني فاعل، بينما تتغنت إسرائيل في تمرير المساعدات.

ويبرز هنا الذكاء الخوارزمي الوجداني التعبوي لتحفيز التعاطف ودعم القضية الفلسطينية، وأيضاً لإثارة مشاعر الغضب والإدانة ضد الطرف المعوق للمساعدات. عبر توظيف صور شاحنات الإغاثة، والعناوين المشحونة لغوياً بكلمات مثل: "تعرق"، "عاجلة"، "معاونة المدنيين"، كما يعيد النص إنتاج رمزية غزة كرمز للمظلومية، ويضع إسرائيل في خانة "المعطل".

ويهدف هذا النمط من الأخبار إلى بناء علاقة وجدانية طويلة المدى مع الجمهور، ما يعزز الثقة بالمصدر ويزيد من احتمالية العودة لقراءة المزيد من الأخبار، خاصة التي تستهدف مشاعر التعاطف الإنساني، والإحساس بالواجب القومي، والإحباط من الممارسات العدوانية.

وسلّط نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على الفخر الوطني والإنجازات الضوء على إبراز النجاحات الوطنية، والدور الإيجابي للدولة في الداخل والخارج، مع استخدام لغة احتفالية وصور توثق الإنجاز. ويسهم هذا النمط في تعزيز الهوية والانتماء الوطني، ويعمل على خلق حالة من التفاؤل والثقة بالمؤسسات، وهو ما تستثمره الخوارزميات لزيادة المشاركة عبر إعادة النشر أو التعليق الإيجابي، وذلك على النحو التالي:

نشر موقع "اليوم السابع" خبراً عن زيارة وزير البترول المصري لسفينة التغييز "إنرجوس فورس" بمحطة العين السخنة، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (12) (101)



ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة رسمية ميدانية توثيقية لوزير البترول وسط فريق من المهندسين أمام السفينة، وتعكس لغة الجسد وتعبيرات الوجه التركيز وتحمل المسؤولية من خلال زاوية تصوير أمامية، وتسيطر على الصورة ألوان الأبيض والأزرق والرمادي والأصفر (زي العمل)، من خلال عدد من العناصر الرمزية، وتشمل خوذ الأمان، وسترة صفراء، والسفينة في الخلفية؛ مما يعكس شعوراً إيجابياً محفزاً للتنمية.

ووفق التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية نجد أن عنوان الخبر لا يحمل شحنة شعورية قوية: "وزير البترول يتفقد بدء تجارب التشغيل لسفينة التغيريز "إنرجوس فورس" بمحطة العين السخنة"، ويسيطر عليه الطابع التقني الوظيفي، ولكنه يعكس الفخر الوطني بالإنجاز المؤسسي، ويشيع الطمأنينة والتفاؤل بالمستقبل.

ويبرز هنا التماهي بين الصورة فالنص يصف الحدث بدقة والصورة تعكس التنفيذ، وينقل المستوى الدلالي للخبر متابعة وزير البترول لتقدم أعمال مشروع الغاز، ويدل المستوى الإيحائي للخبر على الكفاءة والإنجاز والفخر بجهود الدولة؛ مما يخلق انطباعاً بالكفاءة الوطنية عبر كلمات مثل: الحكومة تتابع"، و"المستقبل الطاقى آمن"، و"العين السخنة رمز للتنمية".

وينتمي الخبر إلى فئة "الإنجازات المؤسسية" التي تعتمد على ذكاء عاطفي منخفض الانفعال، لكنه يحفز الانتماء الإيجابي، ويرتبط اقتراحه خوارزمية بسلوك المستخدم المهتم بالاقتصاد أو أخبار الدولة، وتؤدي الصورة دوراً كبيراً في إيصال الثقة وإن غابت اللغة العاطفية الصريحة. فيمثل الخبر نموذجاً للذكاء العاطفي الخوارزمي المعتدل، عبر توجيه الانتباه إلى إنجاز تنموي اقتصادي بلغة بصرية وتقنية محايدة؛ بهدف صناعة الثقة من دون تعبئة شعورية مباشرة.

وللترويج لنمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على الفخر الوطني والإنجازات تناول موقع "مصرأوي" خبراً عن الثقة الدولية في مصر، وجاءت الصورة المصاحبة للخبر على النحو التالي:

صورة رقم (13) (102)



ومن خلال التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أن المشهد العام عبارة عن القاعة الرئيسية لمجلس النواب المصري أثناء جلسة رسمية، حيث يجلس أعضاء البرلمان في مقاعدهم، وعدد منهم في حالة تفاعل (حديث جانبي، ملاحظات مكتوبة، أو متابعة النقاش)؛ مما يضفي على المشهد ديناميكية. وجاءت الإضاءة بيضاء قوية تعكس الطابع الرسمي والشفافية المكانية.

ويعكس الشعار الذهبي (النسر) دلالة السلطة والسيادة الوطنية، ويرمز إلى الدولة المصرية ومؤسساتها الشرعية. ويعزز العَلَم المصري الهوية الوطنية والانتماء. كما يشير ترتيب الجلوس إلى هرمية السلطة، حيث يجلس رئيس المجلس في المقدمة على منصة مرتفعة، بينما الأعضاء موزعون في مقاعد متوازية، ويوحى وجود الكاميرات بالشفافية وإتاحة المعلومة للرأي العام.

وبالتالي تمثل هذه الصورة بُعداً مؤسسياً في الخطاب الإعلامي؛ إذ يتم تقديم البرلمان كمؤسسة فاعلة وشفافة، خاصة مع إظهار تفاصيل الجلسة وعدد كبير من الأعضاء في حالة حضور ومشاركة، فالصورة تؤدي وظيفة التوثيق البصري، والتأكيد الرمزي على الجدية والانضباط.

ووفق التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية نجد أن الخبر في إطار تغطية رسمية ودبلوماسية لزيارة رفيعة المستوى بين مصر وفيتنام، ويحمل عنوان: "ثقة دولية في القاهرة.. عربية النواب" تشيد بزيارة رئيس فيتنام لمصر، لغة تحفيزية يستدل عليها من

خلال كلمات مثل "ثقة دولية" و"تشيد"؛ مما يبرز ثقة المجتمع الدولي في مصر. كما أن استخدام كلمة "عربية النواب" يرسى مصداقية خطاب النواب كمرجعية وطنية، لنقل رسالة بأن: الزيارة ليست مجرد حدث رسمي، بل علامة لمتانة العلاقات وتوسع أطر الشراكة.

وتمّ بناء السرد حول "التعاون متعدد الأبعاد" و"تعزيز الثقة والتواصل"؛ حيث يستعرض الخبر لقاء السيسي مع نظيره الفيتنامي وتوقيع مذكرتي تفاهم في مجالات التنمية، والاقتصاد، والتعليم، والطاقة. كما أشار الخبر لتأكيد مصر على دعم القضية الفلسطينية ورفض التهجير القسري؛ مما يلفت الانتباه إلى بُعد إنساني وجيوسياسي متداخل.

ويشمل البعد العاطفي للخبر العديد من الدلالات كـ: الفخر الوطني من خلال إظهار مصر كوجهة موثوقة من قبل المجتمع الدولي، والتأكيد على مصداقية وقوة المؤسسات المصرية. ويعكس هذا النوع من التغطية دور الخوارزميات في تعزيز الصورة الإيجابية الرسمية، مستحضرة الشعور بالثقة والانتماء؛ مما يحفز التفاعل المؤيد للدولة المصرية. أما موقع "سكاي نيوز عربية" فتناول نمط الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على الفخر الوطني والإنجازات من خلال إعادة تثبيت الرواية الوطنية في الوعي العام، وذلك على النحو التالي:

صورة رقم (14) (103)



من خلال التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة للرئيس السيسي في مناسبة رسمية، تعكس صورة القيادة الصلبة، وتكرس لفكرة الزعيم باعتباره مركز التوازن والاستقرار.

ووفق التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية نجد أن الخبر في إطار تصريح رسمي ودبلوماسي للرئيس المصري: "السيسي: هزمنا الإرهاب.. ومصر عصية على المؤامرات والفتن"، وتمّ بناء الخبر بلغة الحسم والقوة من خلال مفردات مثل: (هزمنا، الإرهاب، عصية، مؤامرات، فتن)؛ مما يعكس مشاعر الفخر الوطني، والإحساس بالأمان، وتأييد الزعامة، واستقرار وقوة الدولة المصرية.

ويحمل الخبر درجة عالية من التحفيز العاطفي الموجهة نحو "دعم الدولة" من خلال التأكيد على أن مصر "عصية على المؤامرات"؛ مما يعكس مشاعر الاستقواء الوطني، والخوف من الخطر الخارجي كوقود للعاطفة.

ويتوافق الخبر مع خوارزميات دعم الأخبار الوطنية والمحتوى ذي الطابع الرسمي في المنطقة؛ حيث يعزز الخبر صورة الدولة القوية المستقرة في وعي المستخدم، خاصة في ظل الأزمات عبر خلق حالة من "الإجماع العاطفي حول القيادة".

وتتناول موقع "العربية نت" الذكاء العاطفي الخوارزمي القائم على الفخر الوطني من خلال تحفيز مشاعر الفخر بالهوية والتاريخ، وذلك على النحو التالي⁽¹⁰⁴⁾؛

صورة رقم (15)⁽¹⁰⁵⁾



من خلال التحليل السيميولوجي للعلامات البصرية نجد أنها صورة لـ "المتحف المصري الكبير"، والعنصر الرئيس بها تمثال ضخمة لرمسيس الثاني يقف في المنتصف، أما العناصر الثانوية فهي تصميم داخلي حديث مع جدران عالية بزخارف هندسية، مع إضاءة طبيعية وصناعية؛ مما يبرز الجمال والحدائق والعراقة، وتوحي الألوان الذهبية والبرونزية للجدران بالدفع، أما اللون الرمادي في الأرضية يعطي إحساساً بالرصانة، ويعتبر غياب أي تمثيل للأشخاص نوعاً من التركيز على الإنجاز البنيوي.

ووفق التحليل السيميولوجي للعلامات اللفظية نجد أن العنوان: "الحكومة تعلن موعد افتتاح المتحف المصري الكبير: 1 نوفمبر المقبل" اعتمد خطاب رسمي من خلال مصدر موثوق "الحكومة تعلن"، مع تحديد زمني يعزز توقع الإنجاز "1 نوفمبر المقبل". ويظهر هذا الخبر ضمن المحتوى الثقافي الوطني، ويستخدم ضمن خوارزميات بناء الصورة الإيجابية للدولة المصرية عالمياً.

ويشير التحليل الدلالي للخبر إلى ظهور صورة لتمثال فرعوني ضخم يقف شامخاً داخل قاعة فسيحة، ويعرض التمثال بكامل هيئته، مرتدياً التاج المزدوج (رمز الوحدة بين مصر العليا والسفلى)؛ مما يدل على وحدة التراب المصري ورمزية السيادة. وتعكس الدلالة الإيحائية للخبر العظمة الحضارية لمصر، وأيضاً التكامل بين الماضي والحاضر من خلال الجمع بين الأثر القديم والتصميم المعماري العصري؛ مما يرمز إلى استمرارية التاريخ في سياق حديث، كما تعكس المساحات الواسعة والإضاءة المدروسة رفاهية المشروع واهتمام الدولة بتقديم التراث في أبهى صورة.

فالصورة تخدم الخطاب الإعلامي المصاحب للخبر عن افتتاح المتحف المصري الكبير من خلال تقديم صورة بصرية تدمج بين الأصالة والمعاصرة. كما أن إبراز تمثال رمسيس الثاني في مدخل المتحف يرسخ فكرة أن المتحف ليس فقط مكاناً للعرض، بل بوابة حضارية تعكس مجد مصر. ويعكس استخدام العناصر المعمارية الحديثة طموح الدولة في أن يكون المتحف أيقونة عالمية للسياحة والثقافة. فالتكوين والإضاءة يدعمان رسالة الفخر والانتماء، ويعززان التأثير العاطفي لدى الجمهور، خاصة على المستوى الوطني.

ثالثاً: العلاقة بين الصورة المرافقة والعاطفة المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً بالمواقع محل الدراسة:

يتناول هذا المحور تحليل العلاقة السيميولوجية بين النص والصورة في الأخبار المقترحة آلياً في المواقع الأربعة محل الدراسة (اليوم السابع، مصراوي، سكاي نيوز عربية، العربية نت)، مع التركيز على أثر ذلك على التلقي العاطفي والمصدقية الإعلامية، وذلك على النحو التالي:

جدول (3)

العلاقة بين الصورة المرافقة والعاطفة المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً

الموقع	نسبة التوافق بين الصورة والعاطفة	نسبة التناقض بين الصورة والعاطفة
اليوم السابع	78%	22%
مصراوي	75%	25%
سكاي نيوز عربية	82%	18%
العربية نت	80%	20%

يشير الجدول السابق إلى أن أعلى نسبة توافق بين الصور والعاطفة ظهرت في "سكاي نيوز عربية" (82%)، تليها "العربية نت" (80%)، ويرجع ذلك إلى الاعتماد على صور ميدانية حديثة، وهو ما يعزز المصدقية ويقوي التأثير العاطفي، كما في خبر المتحف المصري الكبير، تم اختيار صورة عززت عنصر الإبهار البصري ودعمت السردية الوطنية⁽¹⁰⁶⁾.

ويعكس التوافق العالي نسبياً تقدم الخوارزميات في الربط بين الكلمات المفتاحية ومحتوى الصورة. ويؤثر التوافق بين الصور والعاطفة على الاستقبال العاطفي للخبر، حيث يدعم المشاعر الإيجابية ويخلق انخراطاً وجدانياً أكبر في الأخبار السعيدة أو الوطنية، ويعزز المشاعر السلبية أو الإيجابية وفق النص، خاصة في الأخبار العاجلة والحوادث، كما يرفع التأثير العاطفي ويجعل الخبر أكثر حضوراً ذهنياً، خصوصاً في التغطيات الاقتصادية والسياسية، ويدعم السردية البصرية ويعزز الرسائل الإيجابية والوطنية.

كما ينعكس التوافق بين الصور والعاطفة على المصدقية، من خلال: تعزيز الثقة بالموقع عند تكرار التوافق؛ مما يعزز الانطباع بالاحترافية عند استخدام صور أصلية أو مؤثرة.

بينما جاءت أقل نسبة توافق في مصراوي (75٪)، نتيجة استخدام الموقع لصور أرشيفية أو محايدة في سياقات تتطلب شحنة عاطفية قوية. وقد يرجع ذلك إلى إعطاء بعض المواقع الأولوية للصور ذات الجودة التقنية على حساب الصلة المباشرة بالحدث؛ مما قد يضعف الثقل الرمزي للخبر لدى الجمهور المحلي.

ومن حيث التناقض بين الصور والعاطفة، كانت سكاي نيوز عربية الأقل تناقضاً (18٪). بينما جاء موقع مصراوي الأعلى (25٪)؛ مما يشير إلى استخدام صور لا تعبر دائماً عن العاطفة المهيمنة في النص، أو توظيف صور لا تتسق مع مضمون الخبر (كما في حالات ازدحام مروري مع نص إيجابي⁽¹⁰⁷⁾، أو صورة هادئة مع أزمة اقتصادية)⁽¹⁰⁸⁾؛ مما يحدث تشويشاً إدراكياً للقارئ. وهذا التناقض لا يضعف فقط التأثير العاطفي، بل قد يخلق تأويلاً مضاداً للنص، خاصة لدى جمهور يعتمد على الصور أكثر من القراءة المتعمقة.

ونفس النتيجة في موقع "العربية نت"، حيث نشر في إطار خبر عن إحباط محاولة تهريب آثار مصرية صورة لآثار متناثرة من دولة أخرى، وأثرت هذه الفجوة البصرية والجغرافية على مصداقية المحتوى، كما أربكت التلقي العاطفي لدى القارئ⁽¹⁰⁹⁾.

ووظفت "سكاي نيوز عربية" في إطار خبر عن الدمار في غزة جراء الحرب لقطات أرشيفية لغزة قبل الحرب⁽¹¹⁰⁾؛ مما قلل من التأثير العاطفي وأضعف قدرة القارئ على إدراك حجم المأساة؛ مما يقلل من مصداقية التغطية ويضعف الارتباط الوجداني مع الجمهور المحلي. وفي بعض الحالات تكون الصورة متصلة بالموضوع، إلا أنها لا تعكس درجة الانفعال المطلوب (حادثة مأساوية والموقع ينشر صورة أرشيفية لسيارات الإسعاف)⁽¹¹¹⁾.

وينعكس ذلك على مصداقية الموقع، فتتخفّض الثقة إذا تكرر التناقض؛ خاصة في الأخبار ذات الطابع الوطني أو التنموي، كما أن شكوك الجمهور تزداد حول جودة التحرير البصري إذا زاد الاعتماد على الصور الأرشيفية، كما أن الصور غير المحدثة تقلل من الانطباع بالمهنية الميدانية، وتضعف الصور غير المحلية الثقة لدى القارئ.

رابعا: التوجيه الشعوري المستتر في الأخبار المقترحة آليا بالمواقع محل الدراسة:

يتناول هذا المحور تحليل التوجيه الشعوري المستتر في آليات الاقتراح بالمواقع الأربعة محل الدراسة (اليوم السابع، مصراوي، سكاي نيوز عربية، العربية نت)، وذلك على النحو التالي:

جدول (4)

التوجيه الشعوري المستتر في آليات الاقتراح بالمواقع محل الدراسة

الموقع	نسبة وجود توجيه شعوري مستتر	أنماط التوجيه المستتر
اليوم السابع	65%	تضخيم القضايا السلبية الأمنية والاقتصادية، وإبراز البطولات الحكومية في مواجهة الأزمات.
مصراوي	60%	التركيز على قصص النجاح المجتمعي والحملات الوطنية، مع إبراز المعاناة الإنسانية.
سكاي نيوز	70%	تغليب الطابع الجيوسياسي على القضايا، إبراز الصراعات الإقليمية وتقديم مصر كفاعل رئيس.
العربية نت	68%	تسليط الضوء على التحديات الأمنية والاقتصادية، مع عرض الحلول عبر القيادة المصرية.

يشير الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة التوجيه الشعوري المستتر في آليات الاقتراح بموقع "سكاي نيوز عربية" بنسبة بلغت 70٪، يليه موقع "العربية نت" بنسبة 68٪، ثم موقع "اليوم السابع" 65٪، وأخيراً موقع "مصراوي" بنسبة بلغت 60٪، وذلك على النحو التالي:

يبرز الطابع الجيوسياسي بشكل واضح في موقع "سكاي نيوز عربية"، حيث يعرض القضايا الإقليمية مع إبراز دور مصر القيادي، ويعظم هذا الأسلوب من القيمة الرمزية والسياسية لمصر على المستويين العربي والدولي، كما في خبر دور مصر في وقف الحرب على غزة، مرفق بصور لقاءات دبلوماسية رفيعة المستوى⁽¹¹²⁾.

ويتبع موقع "العربية نت" استراتيجية الربط بين التهديد والاستجابة الرسمية، كما في تقرير عن: "إحباط تهريب 2189 قطعة أثرية مصرية في سيناء"، يتبعه تصريح رسمي عن تشديد إجراءات حماية التراث⁽¹¹³⁾.

مما يبقي القارئ في إطار شعوري مزدوج: إدراك وجود خطر مستمر، وثقة في قدرة الدولة على مواجهته، فالربط المتكرر بين الخطر والاستجابة الرسمية يعزز الثقة بالسلطة، لكنه يحافظ على قدر من القلق لدى الجمهور.

ويميل النمط التحريري في موقع "اليوم السابع" إلى تضخيم القضايا الأمنية والاقتصادية، وإبراز الجهود الحكومية في مواجهة الأزمات مع إرفاقها بصور قوية بصرياً للقوات الخاصة أو المشاهد الميدانية، كما في خبر بعنوان: "الداخلية تضبط خلية إرهابية في إحدى المحافظات"، مرفق بصور القوات الخاصة في وضعيات قتالية، مع تكرار أخبار مشابهة ثلاث مرات خلال أسبوع واحد⁽¹¹⁴⁾؛ مما يبقي القارئ في حالة يقظة شعورية؛ إذ يتم ربط الأمن الشخصي بالقدرات الأمنية للدولة، فيظل الإحساس بوجود تهديد حاضر، بينما تعزز صورة الأجهزة الأمنية بوصفها الحامي الأساسي.

ويعتمد موقع "مصرأوي" على التوازن العاطفي بين التعاطف والفخر الوطني، كما في تسلسل نشر تقرير بعنوان: "مرضى السرطان في الصعيد بين الألم والأمل"، يتبعه مباشرة خبر عن افتتاح مركز جديد لعلاجهم بحضور وزير الصحة⁽¹¹⁵⁾ وهو ما يخلق توازناً شعورياً بين التعاطف (معاناة المرضى) والفخر الوطني (الإنجاز الطبي)؛ مما يجعل المتلقي أكثر ارتباطاً بالمؤسسات التي تقدم الحلول، ويعكس هذا النهج توازناً بين جذب التفاعل العاطفي وبناء الثقة المؤسسية.

مناقشة النتائج:

سيتم مناقشة النتائج في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج كاشفة، بالإضافة إلى مناقشتها في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وكذلك في ضوء الإطار النظري، والدراسات السابقة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: مناقشة النتائج في ضوء النتائج العامة للدراسة:

على مستوى توزيع المشاعر المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً بالمواقع محل الدراسة: أظهرت نتائج الدراسة أن المشاعر لم تكن مجرد خلفية انفعالية للخبر، بل شكّلت أساساً دلالياً يتم بناؤه بعناية ضمن كل من العنوان والمحتوى البصري واللفظي. ووظفت المواقع محل الدراسة- الصور كمؤشرات شعورية، حيث استخدمت الصور ذات الألوان الداكنة أو الزوايا المنخفضة لإبراز مشاعر الخوف أو التعاطف، بينما وظفت الصور ذات الإضاءة

المشركة في ترسيخ الشعور بالفخر أو الأمل. وأوضحت العينة أن الأحداث ذات الأبعاد السياسية أو الدينية يتم تأطيرها في الغالب بانفعالات موجّهة، سواء عبر تبني خطاب الغضب (تجاه العدو) أو خطاب الأمل (تجاه السلطة).

على مستوى أنماط الذكاء العاطفي الخوارزمي المصنفة في الأخبار المقترحة آلياً
بالمواقع محل الدراسة: أظهرت نتائج الدراسة تفوق المشاعر الإيجابية على التقريرية: تبين أن اللغة العاطفية في الأخبار غالباً ما تتجاوز الصياغة التقريرية إلى عبارات إيحائية مثل: (مأساة، صادم، بطولي)؛ مما يدفع القارئ نحو انفعال معين دون تقديم تحليل موضوعي. كما أن هناك تكراراً لتمثيلات عاطفية بعينها (مثل الخوف في الأخبار الأمنية، والتعاطف في الأخبار الإنسانية)؛ ما يشير إلى قوالب خوارزمية مهيمنة يتم توظيفها لتوليد الانفعال بطريقة نمطية. فركّز موقع "اليوم السابع" على خطاب الفخر الوطني، وقدم موقع "مصرأوي" مزيجاً من الانفعال الإنساني والغضب الشعبي، واتسمت تغطية "سكاي نيوز عربية" و"العربية نت" بإبراز مشاعر القلق والخطر، خاصة في الأخبار ذات الطابع السياسي أو الإقليمي.

على مستوى العلاقة بين الصورة المرافقة والعاطفة المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً
بالمواقع محل الدراسة: تعتمد المواقع الأربعة محل الدراسة (اليوم السابع، مصرأوي، سكاي نيوز عربية، العربية نت) على صور حديثة ومرتبطة بالسياق المباشر للخبر (مثل سكاي نيوز والعربية نت)؛ مما يحقق توافقاً عاطفياً أكبر، في حين أن المواقع التي تميل لاستخدام صور أرشيفية أو لا ترتبط مباشرة بالسياق (مثل مصرأوي واليوم السابع) أظهرت نسب تناقض أعلى؛ مما قد يؤثر على وضوح الرسالة العاطفية للمتلقين. وتشير نسبة التوافق بين الصور والعاطفة (75%-82%) إلى فجوة تحتاج معالجة، فالتناقضات - وإن كانت نسبتها منخفضة - قد تؤثر على الأخبار ذات الحساسية العالية (الأزمات، الحروب، النجاحات الوطنية). وهنا ترى الباحثة أهمية دمج التحليل السيميولوجي في غرف الأخبار لضبط الانسجام بين النص والصورة، مع تعزيز الاعتماد على التصوير الميداني المحلي لتقليل فجوة المصادقية.

على مستوى التوجيه الشعوري المستتر في الأخبار المقترحة آلياً بالمواقع محل الدراسة: توظف المواقع- محل الدراسة- التوجيه الشعوري المستتر كأداة تأثير ضمن آليات الاقتراح الآلي، وتتنوع الأنماط بين إبقاء القارئ في حالة ترقب الخطر (اليوم السابع، العربية نت) والمزج بين الأبعاد الإنسانية والنجاحات المؤسسية (مصرأوي)، وتعزيز المكانة الإقليمية لمصر (سكاي نيوز عربية).

وتستخدم جميع المواقع- محل الدراسة- تكتيك التكرار في نشر الأخبار ضمن نفس النمط الشعوري (أمني، إنساني، جيوسياسي)؛ مما يخلق إطاراً إدراكياً ثابتاً لدى القارئ. كما أنها توظف تكتيك التكامل بين النص والصورة بنسب متفاوتة، حيث يحقق كلٌّ من "اليوم السابع" و"سكاي نيوز" توافقاً بصرياً بين النص والصورة؛ مما يعزز الرسالة الشعورية. بينما يميل موقع "مصرأوي" لاستخدام صور- في بعض الأحيان- لا تعكس قوة النص. أما موقع "العربية نت" فيستخدم صوراً من مصادر خارجية، ما يؤثر على المصادقية.

ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

استطاع الدراسة تحقيق الهدف الرئيس الذي يتمثل في تحليل الكيفية التي تنتج بها خوارزميات الذكاء الاصطناعي تمثيلات شعورية داخل الأخبار الرقمية المقترحة آلياً، وتفكيك دلالاتها السيميولوجية، لفهم دور الخوارزميات في بناء العاطفة وتوجيهها ضمن النصوص الإخبارية.

واستطاعت الباحثة تحقيق هذا الهدف من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة، فقد قامت الدراسة التحليلية بالإجابة عن تساؤلات الدراسة المعنية برصد وتحليل وتفسير سيميولوجيا الذكاء العاطفي الخوارزمي وتأثيره على الأخبار الرقمية، وتناولت الدراسة الكيفية التي يتم بها بناء تمثيلات المشاعر في الأخبار المقترحة آلياً، مستكشفة الرموز والعلامات اللغوية والبصرية التي تشكل الخطاب العاطفي، كما حللت الدراسة كيفية توظيف هذه الرموز في المحتوى الإخباري المقترح آلياً، وطبيعة بنيتها السيميولوجية ودلالاتها، كما اهتمت الدراسة بتحليل أي انحيازات قد تحملها هذه التمثيلات، وكيف

تختلف أنماطها باختلاف المنصات والبيئات الثقافية. وقد أثبت التحليل السيميولوجي فعالية في الكشف عن الدلالات الشعورية الكامنة خلف البنى الرمزية.

ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري:

أفاد الجمع بين نظرية "الذكاء العاطفي الصناعي" ونظرية "صناعة الانفعال الجماهيري" في تفسير العلاقة بين البنية التقنية للخبر (الخوارزمية) ونتاجه الشعوري النهائي (العاطفة): مما يعزز الإطار المفاهيمي للتحليل الإعلامي في السياقات الرقمية المعاصرة.

حيث قدمت نظرية "الذكاء العاطفي الصناعي" أساساً لتحليل وتفسير تمثيلات المشاعر داخل الأخبار الرقمية المقترحة آلياً، وساعدت في تفكيك الرموز الدلالية والانفعالية التي تشكل محتوى الخبر في ظل الخوارزميات.

وفسّرت نظرية "صناعة الانفعال الجماهيري" العلاقة بين الخوارزميات كمحركات للمحتوى الانفعالي، والمستويات السيميولوجية لتمثيل المشاعر، ومن ثم تحليل التحيزات العاطفية التي تنتجها المنصات الرقمية عند اقتراح الأخبار تلقائياً.

رابعاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

اتفقت نتائج الدراسة مع معظم الدراسات السابقة، حيث اتفقت نتائج الدراسة مع: دراسة (Flores Bautista, 2024) التي حلّلت دور المشاعر في مشاركة المعلومات عبر الإنترنت، ودراسة (Luo, 2025) التي بحثت في تحيز الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي، واللذان أشارتا إلى أن المحتوى الذي يثير مشاعر قوية، خاصة السلبية، يحظى بتفاعل أكبر، وهو ما تستغله الخوارزميات لزيادة الانتشار.

وتقاطعت نتائج الدراسة حول الأنماط الثلاثة للذكاء العاطفي الخوارزمي (الخوف والقلق، التعاطف، الفخر الوطني) مع دراسات: (Ali, 2025)، (Bedir, 2025) و(Shumlansky, 2025). والتي كشفت أن الذكاء الاصطناعي يستخدم لتشكيل الرسائل.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود توافق كبير بين الصورة والعاطفة المهيمنة في الأخبار المقترحة آلياً، وهو ما يدعم نتائج دراسات السيميولوجيا البصرية التي حلّلت العلاقة بين

الصورة والنص في الخطاب الإعلامي، مثل دراسات (حسن، هبة الله نصر، 2024) و(عزام، أسماء، 2023) و(عبد الرحمن، إسراء صابر، 2022) والتي تناولت سيميائية الصورة في تغطيات مختلفة.

ويتوافق ما كشفتته الدراسة عن وجود توجيه شعوري مستتر مع تحديد أنماط هذا التوجيه مع دراسات مثل (Pumphrey, 2024) التي تناولت التحيز المعرفي الناتج عن الإعلام، و(عبد العزيز، أماني فاروق، 2025) التي بحثت في دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات فيسبوك.

بينما تناولت الدراسات السابقة التحيز الخوارزمي بشكل عام (Gitomer, 2025) أو في سياق سياسي محدد مثل الانتخابات (Kuo, 2025)، فإن الدراسة قدّمت تصنيفاً لأنماط التوجيه العاطفي في المحتوى الإخباري اليومي؛ مما يوضح أن هذا التوجيه ليس مجرد نتيجة عرضية، بل هو نمط عمل مقصود للخوارزميات.

وركّزت الدراسة على الأخبار المقترحة آلياً، بينما تناولت بعض الدراسات تأثير الخوارزميات على انتشار المحتوى (مثل: Da Silva Ruivo Antunes, Frederico, 2025؛ Ferreira, 2025؛ Villarreal, K. R., 2025؛ حسن، وسام محمد أحمد، 2024)، أو دورها في غرف الأخبار (عبد الرازق، مي مصطفى، 2022؛ موسى، عيسى عبد الباقي؛ وعبد الفتاح، أحمد عادل، 2020)، وبالتالي فإن الدراسة أوضحت بشكل مباشر كيف يتم بناء المشاعر وكيف يتم تقديمها للقارئ من خلال آليات الاقتراح، وكيف تؤثر هذه الآليات على الخطاب العاطفي نفسه، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة بهذا التحديد والعمق.

وكشفت الدراسة عن ظاهرة "التوجيه الشعوري المستتر" في آليات الاقتراح، وتحديد أنماطه المحددة لكل موقع إخباري (مثل تضخيم القضايا السلبية الأمنية والاقتصادية، وإبراز البطولات الحكومية)؛ مما يكشف عن بعد أعمق من التحيز الخوارزمي، يتجاوز مجرد اختيار الأخبار إلى التأثير على طريقة تلقيها عاطفياً، بينما لم تحدد الدراسات السابقة التي تناولت التحيز (مثل: Luo, J., 2025، الخريبي، إيناس، 2018؛ توفيق، شريهان، 2025) آليات التوجيه الشعوري المستتر الناتج عن عمل الخوارزميات.

مقترحات الدراسة:

أظهرت نتائج التحليل أن الخوارزميات تمارس دوراً شعورياً نشطاً، ليس فقط في توزيع المحتوى، بل في إنتاج الانفعالات وتوجيهها، وبين التحليل السيميولوجي أن الأخبار المقترحة لم تعد تمثل الواقع، بل تمثل شعوراً مصطنعاً تجاهه؛ مما يخلق بيئة إعلامية ذات طابع انفعالي لا تستخدم فيها المشاعر فقط كوسيلة لجذب النقرات، بل بوصفها استراتيجية ضمنية لصناعة الواقع الرمزي عبر الذكاء الاصطناعي؛ لذا يمكن بلورة مجموعة من المقترحات على النحو التالي:

على مستوى البحث العلمي:

1. إجراء دراسات مقارنة لتحليل سيميولوجيا الذكاء العاطفي الخوارزمي في بيئات ثقافية مختلفة (وعلى منصات أخرى غير المواقع الإخبارية التقليدية (مثل يوتيوب أو تيك توك)، لمقارنة أنماط التوجيه العاطفي وآليات التلاعب بها.
2. تصميم دراسة شبه تجريبية لقياس الأثر السببي للأنماط الخوارزمية المحددة في الدراسة.

3. تحليل تأثير الذكاء العاطفي الخوارزمي على الخطاب السياسي في الحملات الانتخابية أو في إدارة الأزمات السياسية.

4. دراسة البنية السيميولوجية للذكاء الاصطناعي التوليدي: نظراً للتطورات السريعة في الذكاء الاصطناعي التوليدي، يمكن تحليل كيفية بناء هذه التقنيات لتمثيلات المشاعر في محتوى إخباري كامل، وكيف تتغير الرموز والعلامات السيميولوجية عند استخدام نماذج لغوية كبيرة (LLMs) في إنتاج الأخبار.

على المستوى التطبيقي (الإجرائي):

1. تطوير أدوات للكشف عن التحيز الخوارزمي: يمكن للمؤسسات الإخبارية وشركات تطوير الذكاء الاصطناعي العمل على إنشاء أدوات آلية للكشف عن هذا التحيز. هذه الأدوات يمكن أن تكون جزءاً من برامج التحرير الرقمي لتقديم تنبيهات للصحفيين عند وجود توجه عاطفي مفرط أو مستتر في المحتوى المقترح آلياً.

2. صياغة ميثاق أخلاقي لتوظيف الذكاء العاطفي الخوارزمي: لتحديد المعايير والضوابط لتوظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري المقترح آلياً، مع التركيز على تجنب التلاعب بالمشاعر أو تضخيم العواطف السلبية لزيادة التفاعل.
3. إعداد برامج تدريبية للصحفيين والقائمين بالاتصال حول العلاقة بين الصورة والعاطفة، لتعزيز فهم سيميولوجيا الصورة في سياق الخوارزميات، وكيفية تجنب استخدام صور تضخم من العاطفة السلبية بشكل غير مهني؛ مما يرفع من جودة المحتوى ومصداقيته.
4. توعية الجمهور بآليات الخوارزميات: يجب على المؤسسات الأكاديمية والمجتمع المدني إطلاق حملات توعوية بسيطة ومباشرة للجمهور، خاصة الشباب، لزيادة الوعي الخوارزمي لديهم، لتوضيح كيفية عمل خوارزميات الاقتراح في تغليب المشاعر السلبية أو التحيزات، لمساعدة الجمهور على اتخاذ قرارات أكثر وعياً بشأن المحتوى الذي يستهلكونه.

هوامش الدراسة:

¹-Al Haj Abed, S. (2025). Digital media narratives of the gaza genocide of 2023: A case study on the coverage of the attacks on al shifa hospital (Order No. 31994174). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3215574301). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/digital-media-narratives-gaza-genocide-2023-case/docview/3215574301/se-2>

²- العميري، أحمد محمد. (2025). سيميائية صورة العدوان الإسرائيلي على غزة (أكتوبر 2023) كما تعكسها المواقع الإخبارية المصرية والدولية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* (32)، 2025، 175-223. doi: 10.21608/sjsj.2025.424538

³- منصور، رالا أحمد محمد عبد الوهاب منصور. (2025). التحليل السيميولوجي لصُور عملية "طوفان الأقصى" وما تُبعها من أحداث غزة 2023، دراسة مقارنة للصور المستخدمة في المنصات الرقمية بين كلٍّ من (الأهرام- الجزيرة- يديعوت أحرونوت- سي ان ان- روسيا اليوم، *مجلة البحوث الإعلامية*) (3)، 73، 1579-1670. doi: 10.21608/jsb.2024.338198.1846

⁴- محمود، عمر ممنوح محمد نور الدين. (2024). التغطية المصورة لأحداث الحرب على غزة عبر الحسابات الإخبارية على الانستجرام، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* (29)، 2024، 203-257. doi: 10.21608/sjsj.2024.374555

⁵- Fan, A. (2025). Addressing design errors and deception in data visualizations (Order No. 31841608). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3172886814). Retrieved from

<https://www.proquest.com/dissertations-theses/addressing-design-errors-deception-data/docview/3172886814/se-2>

⁶⁻ Sheidin, J. (2023). Visualization of temporal multifaceted data (Order No. 30483247). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2827703187). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/visualization-temporal-multifaceted-data/docview/2827703187/se-2>

⁷⁻ حسن، هبة الله نصر. (2024). سيميائية الرسالة البصرية لحفل تنصيب الرئيس السيسي ودلالاتها في التوظيف السياسي لخطاب الصورة في وكالة الأنباء المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*, (30)2024. 55-102. doi: 10.21608/sjsj.2024.390501

⁸⁻ عزام، أسماء. (2023). سيميائية صورة السيسي كما عكستها المواقع الإخبارية المصرية والعربية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* 2023.301644. doi: 10.21608/sjsj.2023.301644, 291-328. (25)2023 ,

⁹⁻ محمد، إسماعيل أحمد محمد. (2023). سيميولوجية الصورة لترويج الأنشطة السياحية في عهد الرئيس عبد الفتاح السيسي بالقنوات التلفزيونية الإخبارية العربية: دراسة تحليلية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة*

والتلفزيون، ع25 ، 296 - 257 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1417474> عبد الرحمن، إسماعيل صابر. (2022). سيميائية الصورة الصحفية لأزمة سد النهضة في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* 2022.287555. doi: 10.21608/sjsj.2022.287555

¹¹⁻ عبد الرازق، إكرام محمود سيد. (2020). سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي لقضايا التنمية في مصر. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* 2020.156852. doi: 10.21608/sjsj.2020.156852, 195-240. (19)2020

¹²⁻ بركات، سالي محمد علي. (2020). سيميولوجيا الصورة الصحفية في قنوات الاتصال الغربية الموجهة عبر الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور الغربي نحو قضية الإرهاب، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* 2020.156858. doi: 10.21608/sjsj.2020.156858, 449-487. (19)2020 ,

¹³⁻ Bedir, N. S. (2025). Analysis of emotions in politics: Electoral campaigns of the incumbent party in turkey from 2002 to 2019 (Order No. 31929054). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3219341341). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/analysis-emotions-politics-electoral-campaigns/docview/3219341341/se-2>

¹⁴⁻ سيد، إلهام. (2024). سيميائية صور محاولة اغتيال دونالد ترامب خلال الدعاية الانتخابية للرئاسة الأمريكية 2024: "دراسة تحليلية للصور المنشورة على المواقع الرسمية للقنوات التلفزيونية الدولية". *المجلة لبحوث الإعلام* 2024.315193.1799. doi: 10.21608/jsb.2024.315193.1799, 2359-2414. (4)2024 .,

¹⁵⁻ تمرز، سهير عبد الرحمن & عبد الرحمن، عواطف. (2025). تحليل السرديات البصرية في تغطية صحيفة "واشنطن بوست" لقضايا اللاجئين العرب في الولايات المتحدة: دراسة سيميولوجية وتأطيرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* 2025.424630. doi: 10.21608/sjsj.2025.424630, 513-547. (32)2025 ,

¹⁶⁻ White, Andrew G.,IV. (2024). Discursive exclusion of chinese americans: A case study of new york City's political media landscape (Order No. 31143918). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3072278774). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/discursive-exclusion-chinese-americans-case-study/docview/3072278774/se-2>

¹⁷⁻ Legodi, N. M. (2023). A textual analysis of three, south african, online newspapers (2021-2022) on the representation of the economic freedom fighters (Order No. 32037193). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3224598042). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/textual-analysis-three-south-african-online/docview/3224598042/se-2>

¹⁸- مصطفى، إيمان عصام. (2023). سيميولوجيا خطاب الصحافة المصرية نحو القضايا الاقتصادية المحلية: دراسة مقارنة في التحليل الدلالي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 40، 186 - 154 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1396546>

¹⁹- Lubanga, N. (2021). Populism and the civil sphere: A textual analysis of the photographs of the "War on drugs" in the philippines (Order No. 28541625). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2545604904). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/populism-civil-sphere-textual-analysis/docview/2545604904/se-2>

²⁰- ثروت، وفاء عبد الخالق. (2017). دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2017.88545/ejsc.2017.88545، 168-95. doi: 10.21608/ejsc.2017.88545

²¹- Doom, J. K. (2016). Decoding the candidates: A semiotic analysis and literacy guide to graphic design principles in political campaign branding (Order No. 10106138). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1790821748). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1790821748?accountid=178282>

²²- شاهنده عاطف عبد السلام، التغطية الصحفية المصورة لمحاكمات نظامي مبارك ومرسي في الصحافة المصرية: دراسة دلالية علامانية في الفترة من 2011:2015، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).

²³ Henson, L. A. (2013). The prophet and the press: American civil religion and images of candidate barack obama (Order No. 3611140). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1501653308). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1501653308?accountid=178282>

²⁴- Paik, S. (2025). The digital soup: The interplay between journalistic and algorithmic curation on news framing effects (Order No. 32114031). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3217384661). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/digital-soup-interplay-between-journalistic/docview/3217384661/se-2>

²⁵-Antunes, F. F. R. (2025). Understanding online engagement: A multi-layered analysis of digital engagement drivers (Publication No. 32016572) \[Doctoral dissertation, ProQuest Dissertations & Theses Global\]. ProQuest. [https://www.proquest.com/dissertations-theses/understanding-online-engagement-multi-layered/docview/3224572180/se-2] (https://www.proquest.com/dissertations-theses/understanding-online-engagement-multi-layered/docview/3224572180/se-2)

²⁶-Villarreal, K. R. (2025). Relational ties and their effects on sharing personal news (Order No. 32002497). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3204499325). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/relational-ties-their-effects-on-sharing-personal/docview/3204499325/se-2>

²⁷ أحمد، أبو الحسن راشد علي؛ علي، ليلي محمد عبد الكريم. (2025). التحليل التداولي لخطابات الرئيس السيسي بذكرى ثورة 30 يونيو من البنيوية إلى ما بعد البنيوية خلال عشر سنوات (2013م-2023م): دراسة مقارنة تحليلية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2025(31)، 437-489. doi: 10.21608/sjsj.2025.403053

²⁸ بوشليبي، أمانة عبد الحكيم، جينوس، جيسون. (2025). التغطية الإخبارية للجرائم على وسائل الإعلام الإلكترونية: تحليل مقارنة بين الإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام 29-51. doi: 10.21608/ejsc.2025.424401, 2025(91),

²⁹ -Barber, C. A. (2025). Cyborg composing: Feeling specters in the web of AI intra-actions (Order No. 31939102). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3201334643). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/cyborg-composing-em-feeling-specters-web-ai-intra/docview/3201334643/se-2>

³⁰ -Flores Bautista, P. M. (2024). Emotions as causes and effects of online information sharing: Multi-method causal analyses using computational and experimental techniques (Order No. 31300189). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3089806420). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/emotions-as-causes-effects-online-information/docview/3089806420/se-2>

³¹ -صابر عبد الرحمن عبد العال، إسراء، السيد عبد المعطي أحمد، نها. (2024). إدارة العاطفة في الممارسات الصحفية العربية في البيئة الرقمية "دراسة تطبيقية". المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال 16(16), 1093-1035. doi: 10.21608/mktc.2024.338265.1066

³² عبد الغني، شيماء عبد الحميد. (2024). المعالجة الإعلامية للأزمة الاقتصادية العالمية في المواقع الإخبارية الدولية في ضوء استخدام البلاغة الرقمية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام-401, 2024(86), 464. doi: 10.21608/ejsc.2024.349604

³³ الكوع، معين فتحي محمود؛ الصيفي، فراس علي أسعد؛ أبو الرب، دعاء سيف الدين. (2023). الخطاب الإقناعي في منشورات الدعاية الانتخابية على الفيسبوك للقوائم الفائزة في انتخابات كبرى البلديات الفلسطينية لعام 2022: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام 615-639. doi: 10.21608/joa.2023.292479, 22(1),

³⁴ -Gitomer, A. (2025). On panic and power: Disruption and dissent in youth digital networks (Order No. 31936507). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3190144754). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/on-panic-power-disruption-dissent-youth-digital/docview/3190144754/se-2>

³⁵ -توفيق، شريهان. (2025). وعي طلاب الإعلام بالجامعات المصرية بعلاقة تحيز الخوارزميات بالاضطهاد الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة حالة لإعلام أسيوط. مجلة البحوث الإعلامية 931-974. doi: 10.21608/jsb.2025.370821.1904, 75(1),

³⁶ -Luo, J. (2025). Media bias and trust in the generative AI era: Examining AI-generated news, minority representation, and the implication on public trust and radicalization (Order No. 32046169). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3215573954). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/media-bias-trust-generative-ai-era-examining/docview/3215573954/se-2>

³⁷ -Armstrong, A. J. (2025). AI integration: Understanding the societal implications of advanced technology (Order No. 31839485). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3161589675). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/ai-integration-understanding-societal/docview/3161589675/se-2>

³⁸ -Pumphrey, J. A. (2024). Deepfake media, cognitive biases, and U.S. presidential elections (Order No. 32119342). Available from ProQuest Dissertations Theses

Global. (3225302489). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/deepfake-media-cognitive-biases-u-s-presidential/docview/3225302489/se-2>

³⁹-Shumlansky, G. J. (2025). Artificial intelligence and the shaping of digital discourse: Authenticity, political messaging, and grassroots movements (Order No. 31999135). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3212962468). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/artificial-intelligence-shaping-digital-discourse/docview/3212962468/se-2>

⁴⁰- Çetinkaya, Y. M. (2025). Bridging AI and personalization: From social media insights to targeted marketing (Order No. 31894217). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3195716129). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/bridging-ai-personalization-social-media-insights/docview/3195716129/se-2>

⁴¹- Akdoğan, M. (2024). Gender glitch matrix: Queer aesthetics and the politics of error in digital media (Order No. 31851262). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3171678025). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/gender-glitch-matrix-queer-aesthetics-politics/docview/3171678025/se-2>

⁴²- Wiskie, L. (2025). Social media as a war front: Exploring russia's AI-powered cyber influence campaigns in the EU against germany and france amidst the russo-ukraine war (Order No. 32043755). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3212984028). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/social-media-as-war-front-exploring-russias-ai/docview/3212984028/se-2>

⁴³- الزيني، إسراء محمد. (2025). منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة: أدوات وتقنيات التحقق في العصر الرقمي. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: 10.21608/sjsj.2025.403052

⁴⁴- عبد المقصود، أماني رضا. (2025). أطر السرد الرقمي للأوضاع الإنسانية خلال الحرب على غزة: دراسة حالة لبودكاست "قصص من فلسطين"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام: 10.21608/ejsc.2025.413846

⁴⁵- إبراهيم، وليد العشري. (2025). الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية: دراسة تحليلية نقدية مقارنة. المجلة العلمية لبحوث الصحافة-191، 2025(31)، 251. doi: 10.21608/sjsj.2025.403048

⁴⁶- المرسومي، عمر صابر؛ الغريب، سعيد محمد؛ عبد الغني، سحر مصطفى. (2025). دور التطور في تقنيات الإنتاج الرقمي على أساليب صناعة المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية العراقية والمصرية: دراسة تحليلية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: 10.21608/sjsj.2025.433602

⁴⁷- محمود، دينا طارق؛ اللبان، شريف درويش؛ الشهاوي، سماح عبد الرازق. (2025). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية: دراسة للإشكاليات وآليات التطبيق، المجلة العلمية لبحوث الصحافة-1-31. doi: 10.21608/sjsj.2025.433545

⁴⁸- سالم، محمد سامي صيري؛ عبد الفتاح، أية نبيل حمزة. (2024). تصورات الصحفيين للضوابط والمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي بالمواقع الإخبارية وعلاقته بمستويات الإبداع لديهم. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: 10.21608/sjsj.2024.390498

- ⁴⁹- إبراهيم، أمينة. (2024). اتجاهات القائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية: doi: 10.21608/jsb.2024.302653.1772
- ⁵⁰- البحيري، شيرين. (2024). استخدامات القائمين بالاتصال لتطبيق Chat- GPT وتأثيراته عليهم. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: doi: 10.21608/sjsj.2024.356770 , 119-157, 2024(27),
- ⁵¹- Wang, R. (2025). Is journalistic AI the solution to the news trust crisis? exploring the roles of transparency, identity, and cognitive heuristics (Order No. 32040698). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3219207772). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/is-journalistic-ai-solution-news-trust-crisis/docview/3219207772/se-2>
- ⁵²- Ali, M. (2025). Computational framing analysis: Proposing and applying an unsupervised entity-centric semantic relations approach (Order No. 31938258). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3224489351). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/computational-framing-analysis-proposing-applying/docview/3224489351/se-2>
- ⁵³- ناصيف، شهد أيمن؛ بن موسى، محمد. (2024). أمية الخوارزميات بين الشباب: فهم وتصفح خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام: doi: 10.21608/ejsc.2024.390344 , 33-72, 2024(89),
- ⁵⁴- المنزلاوي، ماجد إبراهيم حسن. (2024). أثر تطبيق الصحافة الآلية على تطوير غرف الأخبار المدمجة في المواقع المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: doi: 10.21608/sjsj.2024.352691 , 209-248, 2023(26),
- ⁵⁵- الغباري، محمد، يسري عبد الفتاح عثمان، باسل. (2023). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال: doi: 10.21608/jkom.2023.338656 , 619-653, 2023(43),
- ⁵⁶- حبيب، محمد رضا. (2023). إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: doi: 10.21608/sjsj.2023.327661 , 351-395, 2023(25),
- ⁵⁷-Rahman, N. (2025). AI in newsrooms: Assessing perception, challenges and possibilities in Bangladesh's media landscape (Order No. 31872687). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3171139506). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/ai-newsrooms-assessing-perception-challenges/docview/3171139506/se-2>
- ⁵⁸- قطب، فاطمة. (2024). فاعلية استخدام القائمين بالاتصال لتطبيق ذكاء اصطناعي متخصص في الصحافة وانعكاسه على الأداء الصحفي- دراسة استكشافية شبه تجريبية. مجلة البحوث الإعلامية: doi: 10.21608/jsb.2024.308629.1786 , 799-880, 72(2),
- ⁵⁹- حسين، شريهان محمود أبو الحسن. (2024). تقنيات الأتمتة في صناعة المحتوى الصحفي بموقع القاهرة 24. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: doi: 10.21608/sjsj.2024.352686 , 375-431, 2023(26),
- ⁶⁰- عبد الرازق، مي مصطفى. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام: doi: 10.21608/ejsc.2022.272038 , 1-74, 2022(81),
- ⁶¹- الشرقاوي، إيمان عبد الرحيم السيد. (2022). توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات "كورونا نموذجاً. المجلة العلمية لبحوث الصحافة: doi: 10.21608/sjsj.2022.296030 , 49-94, 2022(24),

- ⁶² - عادل، نانسي. (2023). استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل درجة تحضر تعليقات جمهور فيس بوك بالعامة المصرية مقارنة بالتحليل البشري، المجلة العلمية لبحوث الصحافة. 2023(26), 267-306. doi: 10.21608/sjsj.2023.337684
- ⁶³ - أحمد محمود شرف، سالمة؛ نبيل محمود النشار، مصطفى. (2023). أطر تقديم المعلومات الزائفة عن الأزمات المجتمعية وأثرها في ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال 2023.338607/jkom.2023.338607. doi: 10.21608/jkom.2023.338607, 477-499, 2023(43),
- ⁶⁴ - الخريبي، إيناس عبد الحميد. (2018). تأثير أنماط التحيز السائدة في معالجة الأحداث الجدلالية على تشكيل الاتجاهات العدائية لدى النخبة نحو هذه التغطية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام: 2018(63), 1-58. doi: 10.21608/ejsc.2018.87630
- ⁶⁵ - Khoury, C. J. (2025). Scrolling through chaos: Examining TikTok for sensemaking and resiliency information behaviors during lebanese crises (Order No. 31846867). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3220468516). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/scrolling-through-chaos-examining-tiktok/docview/3220468516/se-2>
- ⁶⁶ - عبد العزيز، أماني فاروق. (2025). اتجاهات الجمهور المصري نحو دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي المتعلقة بإدارة منشورات الفيس بوك في حجب المحتوى خلال الأزمات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام 2025.418092/ejsc.2025.418092. doi: 10.21608/ejsc.2025.418092, 295-340, 2025(90),
- ⁶⁷ - حسن، وسام محمد أحمد. (2024). إدراك الجمهور لتأثير الأنظمة الخوارزمية على توزيع المحتوى الإخباري بموقع فيسبوك وعلاقته بسلوكهم التفاعلي. مجلة البحوث الإعلامية: 2024(1), 303-392. doi: 10.21608/jsb.2024.271362.1702
- ⁶⁸ - السيد عبد المعطي، نها. (2025). التكدس الإخباري وعلاقته بسلوك تجنب الأخبار على المنصات الرقمية دراسة في إطار مدركات الجمهور لظاهرة "الأخبار تجدني" News Finds Me -مجلة البحوث الإعلامية 2025.363753/jsb.2025.363753. doi: 10.21608/jsb.2025.363753, 1985-2076, 2025(3), 74(3),
- ⁶⁹ - Kuo, W. (2025). The multimodality of generative AI internet memes in the 2024 U.S. presidential election (Order No. 32044444). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3225384882). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/multimodality-generative-ai-internet-memes-2024-u/docview/3225384882/se-2>
- ⁷⁰ - Kosse, M. M. (2025). Semiotics of online "alt-right" discourse (Order No. 31938353). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3205527276). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/semiotics-online-alt-right-discourse/docview/3205527276/se-2>
- ⁷¹ - Madouh, M. (2025). The dark web ecology: A netnographic study of hidden communities on the dark web (Order No. 31995472). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3202667929). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/dark-web-ecology-netnographic-study-hidden/docview/3202667929/se-2>
- ⁷² - Germino, J. (2025). Foundations and applications of fair, explainable, and interpretable AI (Order No. 31937458). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3217418705). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/foundations-applications-fair-explainable/docview/3217418705/se-2>

- ⁸⁵ Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text* (S. Heath, Trans.). Fontana Press.
- ⁸⁶ McStay, A. (2018). *Emotional AI: The Rise of Empathic Media*. SAGE Publications.
- ⁸⁷ Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Emotions, Media and Politics*. Polity Press.
- ⁸⁸ Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
- ⁸⁹ - اليوم السابع. (2025، 27 يونيو). 19 زهرة ذبلت في يوم واحد على طريق المنوفية.. الأهالي يروون تفاصيل الحادث المروع. اليوم السابع. <https://shorturl.at/q1mXv> <https://shorturl.at/q1mXv>
- ⁹⁰ - مصراوي. (2025، 28 يوليو). في طريقهن إلى المصنع.. إصابة 11 فتاة وسائق في حادث مروع بالمنوفية. مصراوي. <https://shorturl.at/WUkH0> <https://shorturl.at/WUkH0>
- ⁹¹ - سكاي نيوز عربية. (2025، 4 أغسطس). خارج الحدود.. الإخوان يعيدون تشغيل ماكينة التحريض ضد مصر. سكاي نيوز عربية. <https://shorturl.at/fQWXN> <https://shorturl.at/fQWXN>
- ⁹² - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). 2189 قطعة أثرية مصرية.. إحباط عملية تهريب ضخمة في سيناء. العربية. نت. <https://shorturl.at/uvGW2> <https://shorturl.at/uvGW2>
- ⁹³ - اليوم السابع. (2025، 5 أغسطس). أحمد ربيع الأزهرى: هناك محاولات ممنهجة لتشويه الموروث الديني وطمس المرجعية الأزهرية. اليوم السابع. <https://shorturl.at/zsDP4> <https://shorturl.at/zsDP4>
- ⁹⁴ - مصراوي. (2025، 3 أغسطس). بعد واقعة ChatGPT.. احذر مشاركة معلوماتك الحساسة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي. مصراوي. <https://shorturl.at/pxzB1> <https://shorturl.at/pxzB1>
- ⁹⁵ - سكاي نيوز عربية. (2025، 4 أغسطس). كيف أصبح "تيك توك" مصدر ثراء لـ"البلوغرز" في مصر؟ سكاي نيوز عربية. <https://shorturl.at/ikRS8> <https://shorturl.at/ikRS8>
- ⁹⁶ - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). بعد توقيف مشاهيره لترويجهم محتوى خادش.. البرلمان يلوح بعقوبات ضد تيك توك. العربية. نت. <https://shorturl.at/2rpce> <https://shorturl.at/2rpce>
- ⁹⁷ - اليوم السابع. (2025، 6 أغسطس). القافلة تسعة من شاحنات المساعدات تُحرق من مصر باتجاه غزة. اليوم السابع. <https://shorturl.at/bEIK3> <https://shorturl.at/bEIK3>
- ⁹⁸ - مصراوي. (2025، 5 أغسطس). الرئيس السيسي التاريخ سيحكم دولاً وأشخاصاً على موقعهم تجاه غزة. مصراوي. <https://shorturl.at/qesA6> <https://shorturl.at/qesA6>
- ⁹⁹ - سكاي نيوز عربية. (2025، 5 أغسطس). مصر تُواصل أعمال الإسقاط الجوي للمساعدات لغزة. سكاي نيوز عربية. <https://shorturl.at/hvzJ3> <https://shorturl.at/hvzJ3>
- ¹⁰⁰ - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). الهلال الأحمر المصري: إسرائيل تعرقل وصول المساعدات لغزة. العربية. نت. <https://shorturl.at/uvGW2> <https://shorturl.at/uvGW2>
- ¹⁰¹ - اليوم السابع. (2025، 6 أغسطس). وزير البترول يوقف بدء تجارب التخفيف لسفينة التخليص إنرجوس فورس. اليوم السابع. <https://shorturl.at/jkqJW> <https://shorturl.at/jkqJW>
- ¹⁰² - مصراوي. (2025، 6 أغسطس). ثقة دولية في القاهرة.. "عربية النواب" تشيد بزيارة رئيس فيتنام لمصر. https://www.masrawy.com/news/news_egypt/details/2025/8/6/2831778 https://www.masrawy.com/news/news_egypt/details/2025/8/6/2831778
- ¹⁰³ - سكاي نيوز عربية. (2025، 4 أغسطس). السياسي هزمن الإرهاب ومصر عصية على المواجهات والفتن. سكاي نيوز عربية. <https://shorturl.at/xyzAB> <https://shorturl.at/xyzAB>
- ¹⁰⁴ - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). الحكومة تعلن موعد افتتاح المتحف المصري الكبير - 1 نوفمبر المقبل. العربية. نت. <https://shorturl.at/uxFT5> <https://shorturl.at/uxFT5>
- ¹⁰⁵ - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). الحكومة تعلن موعد افتتاح المتحف المصري الكبير - 1 نوفمبر المقبل. العربية. نت. <https://shorturl.at/uxFT5> <https://shorturl.at/uxFT5>

- ¹⁰⁶ - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). الحكومة تعلن موعد افتتاح المتحف المصري الكبير - 1 نوفمبر المقبل. مرجع سابق.
- ¹⁰⁷ - اليوم السابع (2025، 3 أغسطس). بدء تطوير محور مروري جديد. [<https://shorturl.at/cEIO3>]
- ¹⁰⁸ - مصراوي (2025، 21 يوليو). تأثير الركود العالمي على الاقتصاد المحلي. (<https://shorturl.at/hklmL>) (<https://shorturl.at/hklmL>)
- ¹⁰⁹ - العربية. نت (2025، 6 أغسطس). إحباط تهريب آثار في سيناء. [<https://shorturl.at/IEGJW>] (<https://shorturl.at/IEGJW>)
- ¹¹⁰ - سكاي نيوز عربية (2025، 2 أغسطس). غزة تحت الحصار. [<https://shorturl.at/uLUZ0>] (<https://shorturl.at/uLUZ0>)
- ¹¹¹ - مصراوي. (2025، 28 يوليو). في طريقهم إلى المصنع.. إصابة 11 فتاة وسائق في حادث مروع بالمنوفية. مرجع سابق.
- ¹¹² - سكاي نيوز عربية. (2025، 5 أغسطس). القاهرة وسيط إقليم في أزمة غزة. (<https://shorturl.at/ghi56>) (<https://shorturl.at/ghi56>)
- ¹¹³ - العربية. نت. (2025، 6 أغسطس). تشديد حماية الآثار المصرية. [<https://shorturl.at/jkl78>] (<https://shorturl.at/jkl78>)
- ¹¹⁴ - اليوم السابع. (2025، 2 أغسطس). ضبط خلية إرهابية تستهدف منشآت حيوية. (<https://shorturl.at/abc12>) (<https://shorturl.at/abc12>)
- ¹¹⁵ - مصراوي. (2025، 28 يوليو). افتتاح مركز أورام جديد في أسيوط. [<https://shorturl.at/def34>] (<https://shorturl.at/def34>)

References

- Al Haj Abed, S. (2025). Digital media narratives of the gaza genocide of 2023: A case study on the coverage of the attacks on al shifa hospital (Order No. 31994174). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3215574301). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/digital-media-narratives-gaza-genocide-2023-case/docview/3215574301/se-2>
- Al-Amiri, Ahmed. (2025). simyayiyat surat aleudwan al'iisrayiylil ealaa ghaza ('uktubar 2023) kama taekisuha almawaqie al'iikhbariat almisriat waldawliatu, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 32(2), 175-223. doi: 10.21608/sjsj.2025.424538
- Mansour, Rala. (2025). althlyl alssimywlwjy lsuar emly "tufan al'aqsaa" wama tabieha min ahداث ghazat 2023, dirasat muqaranat lilsuwar almustakhdamat fi alminsat alraqamiat bayn kll min (al'ahram- aljazaratu- yadieut 'aharunut- si an an-rusia alyawma,) majalat albuħuth al'iielamiati), 73(3) , 1579-1670. doi: 10.21608/jsb.2024.338198.1846
- Mahmoud, Omar. (2024). altaghtiat almusawarat li'ahداث alharb ealaa ghazat eabr alhisabat al'iikhbariat ealaa alianistijrami, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 29(3), 203-257. doi: 10.21608/sjsj.2024.374555
- Fan, A. (2025). Addressing design errors and deception in data visualizations (Order No. 31841608). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3172886814). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/addressing-design-errors-deception-data/docview/3172886814/se-2>
- Sheidin, J. (2023). Visualization of temporal multifaceted data (Order No. 30483247). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2827703187). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/visualization-temporal-multifaceted-data/docview/2827703187/se-2>
- Hassan, Hebatallah. (2024). simiayiyat alrisalat albasariat lihafil tansib alrayiys alsii wadalalatiha fi altawzif alsiiyisii likhitab alsuwrat fi wakalat al'anba' almisriati. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati. 30(2), 55-102. doi: 10.21608/sjsj.2024.390501
- Azzam, Asmaa. (2023). simyayiyat surat alsiiysi kama eakasatha almawaqie al'iikhbariat almisriat walearabiatu. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat , 25(5), 291-328. doi: 10.21608/sjsj.2023.301644
- Mohamed, Israa. (2023). simiulujiat alsuwrat litarwij al'anshitat alsiiyahiat fi eahd alrayiys eahd alfataah alsiiysi bialqanawat altilifizyuniat al'iikhbariat allearabiati: dirasat tahliliati. almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, 25(2) , 257 - 296. mustarjae min <http://search.mandumah.com/Record/1417474>
- Abdel Rahman, Israa. (2022). simyayiyat alsuwrat alsahafiat li'azmat sadi alnahdat fi almawaqie al'iilikturniat lilsuhuf allearabiat wal'ajnnabiati. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 24(4), 515-556. doi: 10.21608/sjsj.2022.287555

- Abdel-Razzaq, Ikram. (2020). simyayiyat alsuwrat fi alkhitaḥ alshuhufi liqadaya alṭanmiat fi masr. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat 19(1), 195-240. doi: 10.21608/sjsj.2020.156852
- Barakat, Sally. (2020). simyulujia alsuwrat alsahufiat fi qanawat alaitisal algharbiat almuajahat eabr alshabkat alaijtimaiat wadawriha fi tashkyl aitiyahat aljūmhūr algharbi nāhw qadiat al'iirhab, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat , 19(3), 449-487. doi: 10.21608/sjsj.2020.156858
- Bedir, N. S. (2025). Analysis of emotions in politics: Electoral campaigns of the incumbent party in turkey from 2002 to 2019 (Order No. 31929054). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3219341341). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/analysis-emotions-politics-electoral-campaigns/docview/3219341341/se-2>
- Sayed, Ilham. (2024). simiyayiat suar muhawalat aightial dunald tramb khilal aldieayat alaintikhabiat lilriyasat al'amrikiat 2024: "dirasat tahliliat lilṣuwar almanshurāt ealaa almawaqie alrasmiat lilqanawat altilifiziuniat alduwliati". majalat albuḥuth al'ieliāmiati, 72(4), 2359-2414. doi: 10.21608/jsb.2024.315193.1799.
- Tamraz, Suhair. (2025). tahlil alsardiāt albasariat fi taghtiāt saḥifa "washintun busti" liqadaya allaajiiyn alēarab fi alwilayat almutahidati: dirasat simyulujiat watatiriata. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat , 32(2), 513-547. doi: 10.21608/sjsj.2025.424630
- White, Andrew G.,IV. (2024). Discursive exclusion of chinese americans: A case study of new york City's political media landscape (Order No. 31143918). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3072278774). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/discursive-exclusion-chinese-americans-case-study/docview/3072278774/se-2>
- Legodi, N. M. (2023). A textual analysis of three, south african, online newspapers (2021-2022) on the representation of the economic freedom fighters (Order No. 32037193). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3224598042). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/textual-analysis-three-south-african-online/docview/3224598042/se-2>
- Mustafa, Iman. (2023). simyulujia khitaab alsahafat almisriat nāhw alqadaya aliaqtisadiat almahaliyati: dirasat muqaranat fi altahlil aldalali. almajalat alēarabiāt libuhuth al'ieliām waliātisali, 40(2). 154 - 186. mustarjāe min <http://search.mandumah.com/Record/1396546>
- Lubanga, N. (2021). Populism and the civil sphere: A textual analysis of the photographs of the “War on drugs” in the philippines (Order No. 28541625). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2545604904). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/populism-civil-sphere-textual-analysis/docview/2545604904/se-2>
- Tharwat, Wafaa. (2017). dalalat tatir alsuwrat fi altaghtiāt al'ieliāmiat lilqadaya aliaqtisadiat fi masri. almajalat almisriat libuhuth al'ieliāma, 59(2), 95-168. doi: 10.21608/ejsc.2017.88545

- Doom, J. K. (2016). Decoding the candidates: A semiotic analysis and literacy guide to graphic design principles in political campaign branding (Order No. 10106138). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1790821748). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1790821748?accountid=178282>
- Atef Abdel Salam, Shahenda. (2016). altaghtiat alsahafiat almusawarat limuhakamat nizamay mubarak wamursi fi alsahafat almisriati: dirasat dalaliat ealamatiat fi alfatrat min 2011:2015, risalat majistir, ghayr manshuratin, (jamiat Alqahirati: kuliyat al'ielami, qism alsahafati).
- Henson, L. A. (2013). The prophet and the press: American civil religion and images of candidate barack obama (Order No. 3611140). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1501653308). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1501653308?accountid=178282>
- Paik, S. (2025). The digital soup: The interplay between journalistic and algorithmic curation on news framing effects (Order No. 32114031). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3217384661). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/digital-soup-interplay-between-journalistic/docview/3217384661/se-2>
- Antunes, F. F. R. (2025). Understanding online engagement: A multi-layered analysis of digital engagement drivers (Publication No. 32016572) \[Doctoral dissertation, ProQuest Dissertations & Theses Global]. ProQuest. [<https://www.proquest.com/dissertations-theses/understanding-online-engagement-multi-layered/docview/3224572180/se-2>] (<https://www.proquest.com/dissertations-theses/understanding-online-engagement-multi-layered/docview/3224572180/se-2>)
- Villarreal, K. R. (2025). Relational ties and their effects on sharing personal news (Order No. 32002497). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3204499325). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/relational-ties-their-effects-on-sharing-personal/docview/3204499325/se-2>
- Ahmed, Abu Al-Hassan. (2025). althahlil altadawulia likhitabat alrayiys alsiiy bidhikraa thawrat 30 yuniw min albinyawiat 'iilaa ma baed albinyawiat khilal eashr sanawat (2013ma-2023mi): dirasat muqarabat tahliliati. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 31(2), 437-489. doi: 10.21608/sjsj.2025.403053
- Bushlaibi, Amna. (2025). altaghtiat al'ikhbariat liljarayim ealaa wasayil al'ielam al'iiliktruniati: tahlil muqaran bayn al'iimarat alarabiya almutahidat walwilayat almutahidat al'amrikiati. almajalat almisriat libuhuth al'ielam , 91(2), 29-51. doi: 10.21608/ejsc.2025.424401
- Barber, C. A. (2025). Cyborg composing: Feeling specters in the web of AI intra-actions (Order No. 31939102). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3201334643). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/cyborg-composing-em-feeling-specters-web-ai-intra/docview/3201334643/se-2>
- Flores Bautista, P. M. (2024). Emotions as causes and effects of online information sharing: Multi-method causal analyses using computational and experimental

- techniques (Order No. 31300189). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3089806420). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/emotions-as-causes-effects-online-information/docview/3089806420/se-2>
- Saber, Israa. (2024). 'iidarat aleatifat fi almumarasat alsahufiat alearabiat fi albiyat alraqamia "dirasat tatbiqati". almajalat aleilmiat libuhuth al'ielam watiknuluja alaitisal, 16(3), 1035-1093. doi: 10.21608/mktc.2024.338265.1066
- Abdul Ghani, Shaimaa. (2024). almuealajat al'ielamiat lil'azmat alaiqtisadiat alealamiat fi almawaqie al'iikhbariat alduwaliat fi daw' aistikhdam albalaghat alraqmiati. almajalat almisriat libuhuth al'ielama, 86(2), 401-464. doi: 10.21608/ejsc.2024.349604
- Al-Koua, Moein. (2023). alkhitab al'iiqnaeiu fi manshurat aldieayat alaintikhabiat ealaa alfisbuk lilqawayim alfoyizat fi aintikhabat kubraa albaladiaat alfilastiniat lieam 2022: almajalat almisriat libuhuth alraay aleama, 22(1), 615-639. doi: 10.21608/joa.2023.292479
- Gitomer, A. (2025). On panic and power: Disruption and dissent in youth digital networks (Order No. 31936507). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3190144754). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/on-panic-power-disruption-dissent-youth-digital/docview/3190144754/se-2>
- Tawfik, Sherihan. (2025). waey tulaab al'ielam bialjamieat almisriat biealaqat tuhayiz alkhawarizimiaat bialiadtihad alraqmii eabr minasaat altawasul aliajtimaeii: dirasatan halatan li'ielam 'asyuti. majalat albuht al'ielamiati, 75(1), 931-974. doi: 10.21608/jsb.2025.370821.1904
- Luo, J. (2025). Media bias and trust in the generative AI era: Examining AI-generated news, minority representation, and the implication on public trust and radicalization (Order No. 32046169). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3215573954). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/media-bias-trust-generative-ai-era-examining/docview/3215573954/se-2>
- Armstrong, A. J. (2025). AI integration: Understanding the societal implications of advanced technology (Order No. 31839485). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3161589675). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/ai-integration-understanding-societal/docview/3161589675/se-2>
- Pumphrey, J. A. (2024). Deepfake media, cognitive biases, and U.S. presidential elections (Order No. 32119342). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3225302489). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/deepfake-media-cognitive-biases-u-s-presidential/docview/3225302489/se-2>
- Shumlansky, G. J. (2025). Artificial intelligence and the shaping of digital discourse: Authenticity, political messaging, and grassroots movements (Order No. 31999135). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3212962468). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/artificial-intelligence-shaping-digital-discourse/docview/3212962468/se-2>
- Çetinkaya, Y. M. (2025). Bridging AI and personalization: From social media insights to targeted marketing (Order No. 31894217). Available from ProQuest

- Dissertations Theses Global. (3195716129). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/bridging-ai-personalization-social-media-insights/docview/3195716129/se-2>
- Akdoğan, M. (2024). Gender glitch matrix: Queer aesthetics and the politics of error in digital media (Order No. 31851262). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3171678025). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/gender-glitch-matrix-queer-aesthetics-politics/docview/3171678025/se-2>
- Wiskie, L. (2025). Social media as a war front: Exploring russia's AI-powered cyber influence campaigns in the EU against germany and france amidst the russo-ukraine war (Order No. 32043755). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3212984028). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/social-media-as-war-front-exploring-russias-ai/docview/3212984028/se-2>
- Al-Zaini, Muhammad. (2025). manhajiat eamal mudaqiqi almaelumat fi alkashf ean al'akhbar alzaayifati: 'adawat watiqniaat altahaquq fi aleasr alraqmii. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 31(2), 395-435. doi: 10.21608/sjsj.2025.403052
- Abdel-Maksoud, Amani. (2025). 'utur alsard alraqamii lil'awdae al'iinsaniat khilal alharb ealaa ghazati: dirasat halat libudkast "qisas min filastin", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 90(7), 1-64. doi: 10.21608/ejsc.2025.413846
- Ibrahim, Al-Ashry. (2025). aliatijahat alealamiat alhadithat fi buhuth tawzif barnamaj ChatGPT dakhil ghuraf al'akhbar alsahufiati: dirasat tahliliat naqdiat muqarn. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 31(2), 191-251. doi: 10.21608/sjsj.2025.403048
- Al-Marsoumi, Saber. (2025). dawr altatawur fi tiqniaat al'iintaj alraqmii ealaa 'asalib sinaeat almuhtawaa al'iikhbarii fi almawaqie alsahufiat aleiraqiat walmisriati: dirasat tahliliata. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 32(1), 169-200. doi: 10.21608/sjsj.2025.433602
- Mahmoud, Dina. (2025). astikhdam tiqniaat aldhaka' aliastinaeii fi almuasasat alsahufiat almisriati: dirasatan lil'iishkaliaat walaaat altatbiqi, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 32(4), 1-31. doi: 10.21608/sjsj.2025.433545
- Salem, Mohamed. (2024). tasawurat alsahafiiyn lildawabit walmaeayir almihniat wal'akhlaqiat alhakimat litawzif tiqniaat aldhaka' aliaistinaeii fi 'iintaj almuhtawaa alsuhufii bialmawaqie al'iikhbariat waealaqatih bimustawayat al'iibdae ladayhim. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 30(2), 103-200. doi: 10.21608/sjsj.2024.390498
- Ibrahim, Amina. (2024). atijahat alqayimin ealaa sinaeat al'ielam fi astikhdam tatbiqat aldhaka' aliastinaeii fi 'iintaj almuhtawaa al'ielami, majalat albuuhuth al'ielamiati, 72(1), 685-738. doi: 10.21608/jsb.2024.302653.1772
- Al-Bahri, Sherine. (2024). astikhdamat alqayimin bialiatistal litatbiq Chat- GPT watathiratuh ealayhim. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat , 27(1), 119-157. doi: 10.21608/sjsj.2024.356770
- Wang, R. (2025). Is journalistic AI the solution to the news trust crisis? exploring the roles of transparency, identity, and cognitive heuristics (Order No. 32040698).

Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3219207772). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/is-journalistic-ai-solution-news-trust-crisis/docview/3219207772/se-2>

-Ali, M. (2025). Computational framing analysis: Proposing and applying an unsupervised entity-centric semantic relations approach (Order No. 31938258). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3224489351). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/computational-framing-analysis-proposing-applying/docview/3224489351/se-2>

- Nassif, Shahd. (2024). 'umayat alkhawarizimiaat bayn alshababi: fahum watasfuh khawarizimiaat wasayil altawasul aliajtimaeii. almajalat almisriat libuhuth al'aelami, 89(1) 33-72. doi: 10.21608/ejsc.2024.390344

- El-Manzlawy, Hassan. (2024). 'athar tatbiq alsahafat alaliat ealaa tatwir ghuraf al'akhbar almuadmaj at fi almawaqie almisriati. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 26(1), 209-248. doi: 10.21608/sjsj.2024.352691

- Al-Ghabbari, Muhammad. (2023). dawr taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi tatwir al'ielam alraqmi: ruyat mustaqbaliata. almajalat allearabi at libuhuth al'ielam waliatisal, 43(5), 619-653. doi: 10.21608/jkom.2023.338656

- Habib, Reda. (2023). 'iishkaliaat aistikhdam sahafat aldhaka' alaistinaeii min manzur alsahafiyn almisriyn watathiriha ealaa jawdat al'akhbar waltaghtiat al'ielamiat fi almuasasat alsahufiati. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 25(1), 351-395. doi: 10.21608/sjsj.2023.327661

-Rahman, N. (2025). AI in newsrooms: Assessing perception, challenges and possibilities in Bangladesh's media landscape (Order No. 31872687). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3171139506). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/ai-newsrooms-assessing-perception-challenges/docview/3171139506/se-2>

- Qutb, Fatima. (2024). faeiliat astikhdam alqayimin bialiatial litatbiq dhaka' aistinaeii mutakhasis fi alsahafat waneikasih ealaa al'ada' alsahafii- dirasat astikshafiat shibh tajribiati. majalat albu huth al'ielamiati, 72(2), 799-880. doi: 10.21608/jsb.2024.308629.1786

- Hussein, Sherihan. (2024). tiqniaat al'atmitat fi sinaeat almuhtawaa alsahufii bimawqie alqahirat 24. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafat , 26(1), 375-431. doi: 10.21608/sjsj.2024.352686

- Abdel Razek, Mai. (2022). tiqniaat aldhaka' aliastinaeii fi al'ielami.. alwaqie waltatawurat almustaqbaliatu. almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 81(2), 1-74. doi: 10.21608/ejsc.2022.272038

- Al-Sharqawi, Iman. (2022). tawzif almuasasat alsahufiat litiqniaat wa'adawat aldhaka' alaistinaeii fi 'awqat al'azamat "kuruna nmwdhjan. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 24(1), 49-94. doi: 10.21608/sjsj.2022.296030

- Adel, Nancy. (2023). astikhdam 'adawat aldhaka' aliastinaeii fi tahlil darajat tahdur taeliqat jumhur fys buk bialeamiyat almisriat muqaranatan bialtahlil albashari, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 26(4), 267-306. doi: 10.21608/sjsj.2023.337684

- Ahmed, Salma. (2023). 'atur taqdim almaelumat alzaayifat ean al'azamat almujtamaeiat wa'athariha fi mumarasat khitab alkarahiat bayn mustakhdimi mawaqie altawasul alaijtimaeii. almajalat allearabiya libuhuth al'ielam walaitisali, 43(3) 477-499. doi: 10.21608/jkom.2023.338607
- Al-Khuraibi, Enas. (2018). tathir 'anmat altahayuz alsaayidat fi muealajat al'ahdath aljadaliat ealaa tashkyl alaitijahat aleadayiyat ladaa alnukhbat nahw hadhih altaghtiati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 63(1), 1-58. doi: 10.21608/ejsc.2018.87630
- Khoury, C. J. (2025). Scrolling through chaos: Examining TikTok for sensemaking and resiliency information behaviors during lebanese crises (Order No. 31846867). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3220468516). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/scrolling-through-chaos-examining-tiktok/docview/3220468516/se-2>
- Abdel Aziz, Amani. (2025). atijahat aljumhur almisrii nahw dawr khawarizamiaat aldhaka' alaistinaeii almutaealiqat bi'iidarat manshurat alfis buk fi hajb almuhtawaa khilal al'azmati. almajalat almisriat libuhuth al'ielam , 90(3), 295-340. doi: 10.21608/ejsc.2025.418092
- Hassan, Wissam. (2024). 'iidrak aljumhur litathir al'anzimat alkhawarizmiat ealaa tawzie almuhtawaa al'iikhbarii bimawqie fisbuk waealaqatih bisulukihim altafaeulay. majalat albuuhuth al'ielamiati, 70(1), 303-392. doi: 10.21608/jsb.2024.271362.1702
- Sayed, Noha.. (2025). altakadus al'iikhbarii waealaqatuh bisuluk tajanub al'akhbar ealaa alminasaat alraqamiat dirasatan fi 'iitar mudrikat aljumhur lizahira "al'akhbar tijidani- News Finds Me. majalat albuuhuth al'ielamiat , 74(3), 1985-2076. doi: 10.21608/jsb.2025.363753.1896
- Kuo, W. (2025). The multimodality of generative AI internet memes in the 2024 U.S. presidential election (Order No. 32044444). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3225384882). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/multimodality-generative-ai-internet-memes-2024-u/docview/3225384882/se-2>
- Kosse, M. M. (2025). Semiotics of online "alt-right" discourse (Order No. 31938353). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3205527276). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/semiotics-online-alt-right-discourse/docview/3205527276/se-2>
- Madouh, M. (2025). The dark web ecology: A netnographic study of hidden communities on the dark web (Order No. 31995472). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3202667929). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/dark-web-ecology-netnographic-study-hidden/docview/3202667929/se-2>
- Germino, J. (2025). Foundations and applications of fair, explainable, and interpretable AI (Order No. 31937458). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3217418705). Retrieved from

<https://www.proquest.com/dissertations-theses/foundations-applications-fair-explainable/docview/3217418705/se-2>

- Al-Sharqawi, Iman. (2024). ruyat alkhubara' limustaqbal dawr khawarizmiaat aldhaka' alaistinaeii fi 'iidarat manshurat wasayil altawasul aliajtimaeii khilal al'azamat "dirasat aistishrafiat khilal aleuqd alqadim (2024-2034ma), majalat albuḥuth al'ielamiat , 70(3), 1871-1978. doi: 10.21608/jsb.2024.276070.1721

- Musa, Abdel-Baqi and Abdel-Fattah, Adel. (2020). aitijahat alsahafiyn walqiadat nahw tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii dakhil ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsahufiat almisriati, almajalat almisriat libuhuth alraay aleama, 19(1), 1-66. doi: 10.21608/joa.2020.127847

- Arendt, M. L. (2024). Recontextualized knowledge: Available designs of the long-form YouTube video essay (Order No. 31637884). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3154652638). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/recontextualized-knowledge-available-designs-long/docview/3154652638/se-2>

-Balfour, V. H. (2024). Facebook as semiotic technology in the COVID-19/ 5G digital wildfire: A mixed methods multimodal semiotic analysis of activist communication (Order No. 31863208). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3166526633). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/facebook-as-semiotic-technology-covid-19-5g/docview/3166526633/se-2>

-Wilson, R. E. (2024). Predictive texts: Modern mysticism and algorithmic divination (Order No. 31631488). Available from ProQuest Dissertations Theses Global. (3111382796). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/predictive-texts-modern-mysticism-algorithmic/docview/3111382796/se-2>

- Al-Thaqafi, Ibrahim. (2023). tafa'ul almugharidin fi alshabakat aliajtimaeiat nahw eawdat alealaqat alsueudiati al'iraniati, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 25(2), 119-159. doi: 10.21608/sjsj.2023.309021

Picard, R. W., & Healey, J. (1997). Affective Wearables. *Personal Technologies*, 1(4), 231–240.

McStay, A. (2018). Emotional AI: The rise of empathic media. *Big Data & Society*, 5(1), 1–6.

Zhou, X. (2025). Algorithmic agitation and affective engineering: AI-driven emotion recognition and strategic communication in contemporary social movements. *Applied and Computational Engineering*, 163, 15–20.

Eder, J., Hanich, J., & Stadler, J. (2015). Media and emotion: An introduction. *NeCSUS – European Journal of Media Studies*.

Xiao Li, Mastura Mahamed, & Rosmiza Bidin. (2025). Research on the emotional communication mechanism of digital news. *Studies in Media and Communication*, 13(1), 378.

(eds.) *Mediations of Emotions in Theory: The Media Studies Perspective*, Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text* (S. Heath, Trans.). Fontana Press.

- McStay, A. (2018). Emotional AI: The Rise of Empathic Media. SAGE Publications.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). Emotions, Media and Politics. Polity Press.
- Diakopoulos, N. (2019). Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media. Harvard University Press.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication



Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

- Issue 76 October 2025 - part 2
- Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555
- International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X
- International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.