

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

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

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

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السادس والخمسون - الجزء الخامس - جمادى الأولى ١٤٤٢هـ - يناير ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## 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 وآخر 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.... وتحفظ 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.

## 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 العبدالله (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، 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/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- الأساليب المنهجية المستخدمة في دراسة الصحافة الإلكترونية -  
مقاربة نقدية  
أ.د. رقية بوسنان  
١٩٩٥
- 
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة  
المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية  
أ.م.د. سماح محمد محمدي  
٢٠٠٩
- 
- فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني للحكومة المصرية  
في رفع الوعي المجتمعي لمواجهة أزمة كورونا  
أ.م.د. وفاء صلاح عبد الرحمن  
٢٠٦٥
- 
- اتجاهات مشاهدي القنوات الدينية نحو الآخر الديني والمذهبي  
د. السيد محمد أبوشعيشع  
٢١٢١
- 
- المعالجة الإعلامية لانتخابات مجلس الشيوخ المصري ٢٠٢٠ في برامج  
التوك شو- دراسة تحليلية مقارنة  
د. سالي ماهر نصار  
٢١٧٣
- 
- تأثير ممارسات إدارة علاقات العملاء (CRM) على رضا وولاء عملاء  
شركات الطيران «دراسة حالة على شركة مصر للطيران»  
د. هاجر محمد نوبي علي  
٢٢١٣
- 
- تعرض أطفال ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وعلاقته  
بالمهارات الاجتماعية لديهم (دراسة تطبيقية)  
د. إيمان سيد علي عبد المطلب  
٢٢٧٣

٢٣٢٣

- **Standards for evaluating the quality of newspaper websites An applied study on Gulf newspapers websites**

**DR. Eman M. Arafat**

---

٢٣٥٣

- **The Effectiveness of the Media as a Source of Health Information for the Egyptian Public during the Coronavirus Crisis**

**DR . Hebatallah Saleh El-Sayed**

---

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشرق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



# الأساليب المنهجية المستخدمة في دراسة الصحافة الإلكترونية مقاربة نقدية

- Methodological methods used in the study of electronic journalism, a critical approach

أ.د. رقية بوسنان

أستاذ التعليم العالي- جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-  
قسنطينة

[b\\_rokeia@yahoo.fr](mailto:b_rokeia@yahoo.fr)

## ملخص الدراسة

هدف المقال إلى التعريف بالأساليب الجديدة التي تتخصص في التطبيقات المنهجية لتحليل ودراسة الصحافة الإلكترونية، وقد اعتمدت في ذلك الكثير من الأدبيات الأجنبية التي اجتهدت في تصورها وكيفية استخدامها، من أجل وضع تصور واضح للباحثين الذين اتجهوا بكثرة نحو الأبحاث المتخصصة في وسائل ومضامين حقل الإعلام الجديد، وقد حصر المقال هذه الأساليب في أنواع عدة، وهي: التحليل الشبكي، والبحث الإثنوغرافي، ومنظور شبكة الفاعل، والتثليث، وتحليل المحتوى، وأشار المقال إلى أن هذه التطبيقات لم تتضح بعد، وهي معقدة نظير الخصائص التي تتمتع بها الإعلام الإلكتروني بصفة عامة والصحافة الإلكترونية بصفة خاصة، وتشمل النص التشعبي، والتفاعلية، والوسائط المتعددة، والتحديث المستمر للمحتوى. الكلمات المفتاحية: الأساليب، الاستخدام، الصحافة الإلكترونية، المقاربة.

## Abstract

The article aims to introduce new methods that specialize in the systematic applications of analysis and study of electronic journalism, and a lot of foreign literature has been adopted in that perception and how to use it, to develop a clear vision for researchers in the field of new media who have turned a lot towards specialized research in its methods and contents The article has limited these methods to several types, namely: network analysis, ethnographic research, the perspective of the actor's network, triangulation, and content analysis, and the article indicated that these applications have not yet matured and are complex in terms of the characteristics of electronic media in general and electronic journalism in particular, It includes hypertext, interactive, multimedia, and continuous updating of content

Keywords: Methods, usage, online journal, approach.



بالرغم من ظهور الأدوات الجديدة في تحليل الظواهر الصحفية وخاصة مع تطور الوسائط التكنولوجية والصحافة الإلكترونية، إلا أن هذه الدراسات لا تزال تعتمد بصفة أساسية على الأدوات التقليدية مثل تحليل المضمون، ودراسات الحالة، والاستبانات، والدراسات التجريبية...إلخ.

ومن الأدوات المستخدمة في البيئة الإعلامية الإلكترونية، التحليل الشبكي، Network Analysis، والكعكات Cookies، وتعقب مسار العين على شاشة الكمبيوتر Eye Tracking، وأداة الملاحظة المنتظمة لحجرة الأخبار، وأدوات تعقب مراحل نشر الخبر على المواقع الإلكترونية RICC، وتحليل النصوص باستخدام الكمبيوتر، لكنها أدوات غير كافية وغير قادرة على دراسة الظواهر الصحفية الجديدة وتعاني الكثير من جوانب القصور (بخيت، 2011، ص. 110، 111).

ومن بين التوجهات الجديدة في استخدام الأدوات البحثية الملائمة للدراسات الصحفية ميل عدد كبير من الباحثين إلى استخدام أكثر من أداة بحثية واحدة، مع الحرص على تنويع سلة الأدوات البحثية التي يستخدمها، مثل استخدام تحليل الشبكات الاجتماعية social network analysis، والبحث الإثنوجرافي وما يعرف بمنظور شبكة الفاعل Actor–Network والذي يسعى لاستكشاف شبكة العلاقات التي تربط بين مجموعة معينة في علاقتها باستخدامات التكنولوجيا، كما تم دمج عدة أدوات كمية وكيفية معاً، باستخدام ما يعرف بالتثليث Triangulation؛ للحصول على المعلومات أكثر دقة تم جمعها من أكثر من مصدر (بخيت، 2011، ص. 111)، وسيتم وباختصار التطرق لهذه الأساليب وفقاً للمحاور المحددة.

## 1. أنواع الأساليب المنهجية في دراسة الصحافة الإلكترونية:

### 1.1 تحليل الشبكات الاجتماعية:

يوحي ظهور بيئة الوسائط الشبكية بوجود علاقة منظور الشبكة لدراسة إنتاج وتوزيع واستهلاك الأخبار والمعلومات في عصر المعلومات، ويعتمد تحليل الشبكة

الاجتماعية على افتراض أن سلوكيات المنظمات والأفراد مترابطة على وجه الخصوص، وتشير بيئة الوسائط الشبكية إلى ذلك، وتؤثر الشبكات الفورية وغير المباشرة على المنظمات والأفراد، ويوفر أسلوب تحليل الشبكات الاجتماعية "علائقية ومنهجية وسياقية" آليات ومنهجيات نظرية غنية للتوضيح والتنبؤ بالأنماط الناشئة لهياكل الوسائط، المؤلفة من وسائط المستهلكين والمنظمات والمحتوى (Fu, 2016, P1).

وينصب تركيز نظام الحسابات القومية على العلاقات القائمة بين الكيانات الاجتماعية بدلاً من الكيانات الاجتماعية نفسها، والهدف الرئيس من هذه التقنية هو فحص كل من محتويات وأنماط العلاقات في الشبكات الاجتماعية؛ من أجل فهم العلاقات بين الجهات الفاعلة وآثار هذه العلاقات (Shazia Tabassum et al, 2019, p2).

لا تعتبر الشبكة الاجتماعية الأفراد على أنهم يشكلون مجتمعًا ميكانيكيًا، ولكن ككل عضوي؛ حيث ترتبط العناصر المكونة فيما بينها وكذلك مع الآخرين من خلال فسيفساء من الروابط القائمة على التفاعلات، بشكل مباشر أو غير مباشر في مختلف المجالات مثل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وما شابه ذلك، وهذا يتيح لها أن تكون مرنة تمامًا لتتضمن روابط علاقة الفاعل الاجتماعي، والتي توجد في الواقع الأرضي حتى لو كانت تلك تقع خارج حدود الفئات الاجتماعية التقليدية، وتستتبط طرقًا مناسبة لدمجها في البنية النظرية والمنهجية التي تلائم الديناميات في الواقع الاجتماعي (sagepub, p4. 5).

وقد انبثق تحليل الشبكات الاجتماعية (SNA) من فرع العلوم الاجتماعية كطريقة مفيدة جدًا لدراسة سبب وكيفية عمل المجموعات الاجتماعية وتصرفها وتفاعلها بطرق معينة. وتتكون الشبكة الاجتماعية من أفراد أو منظمات مرتبطة بالقرابة والصداقة والمعتقدات والمصالح المشتركة والتبادل المالي وأشياء أخرى كثيرة، هذه العلاقات الاجتماعية تعتبر رسمًا بيانيًا حيث تشكل الكيانات العقد والحواف هي الروابط بينها، وتعمل الشبكات الاجتماعية على مستويات عديدة داخل الأسرة إلى المجتمع، وأيضًا عبر الدول وتؤدي دورًا حاسمًا في فهم سلوك الكيانات داخل الشبكة (Sridevi, Arun, 2015, p3007).

وتحليل الشبكة الاجتماعية هو التحقيق في العلاقات بين الجهات الفاعلة، تشير العقدة في مصطلحات الشبكة إلى العناصر الفاعلة أو الموضوعات، بما في ذلك الأفراد والمنظمات والنصوص والمجتمعات والبلدان، وتصف Edge (المعروفة أيضًا باسم link أو

(tie) العلاقة بين الجهات الفاعلة، مثل الصداقة والمديريات المتشابكة والتعاون، ووفقًا لشوميت وآخرين (2013)، فإن شبكات الاتصالات هي "علاقات بين أنواع مختلفة من الجهات الفاعلة التي توضح الطرق التي يتم بها نقل الرسائل أو تبادلها أو تفسيرها".

ويتم استخدام تحليل الشبكة الاجتماعية بشكل متزايد عبر نظام الاتصالات وسبله الفرعية، مثل الاتصالات التنظيمية والتواصل عبر الكمبيوتر، ومع ذلك، فإن تطبيقه على دراسات الصحافة لم يتحقق بعد. ويسمح منظور الشبكة العلائقية للباحثين بفهم الظواهر الجديدة في صناعة الوسائط ومعالجة الترابط في مجال الصحافة بشكل أفضل، والأهم من ذلك أن النهج الشبكي يسهم في الابتكار النظري في نظريات الصحافة.

اقترح كل من Ognyanova and Monge (2013) إطار شبكة لدراسة أنظمة الوسائط التي تتضمن ثلاثة أنواع من العقد: المنظمات الإعلامية والمحتوى والجماهير، وحدد Tey تسعة أنواع من الشبكات الإعلامية: (أ) الشبكات بين المنظمات (أي المنظمات الإعلامية إلى المنظمات الإعلامية)، (ب) الشبكات الدلالية لقطاع المحتوى (أي المحتوى الإعلامي إلى المحتوى الإعلامي)، (ج) الشبكات الاجتماعية لقطاع الجمهور (على سبيل المثال، الجمهور إلى الجمهور)، (د) شبكات المحتوى الصناعي (أي المؤسسات الإخبارية مع إنتاج المحتوى)، (هـ) شبكات جمهور الصناعة (على سبيل المثال، شركات وسائل الإعلام التي لديها جماهير عبر الإنترنت)، (و) شبكات جمهور المحتوى (أي تأطير البحث بالرأي العام)، (ز) شبكات صناعة المحتوى (أي تأطير البحث مع المنظمات الإعلامية)، (ح) شبكات صناعة الجمهور (أي الأفراد إلى المؤسسات الإعلامية)، و(ط) شبكات محتوى الجمهور (أي المحتوى للجمهور) (Fu, 2016. P2).

## 2.1 منظور شبكة الفاعل (ANT):

تسعى نظرية شبكة الفاعل- وهي في الأصل نظرية اجتماعية- إلى تنظيم الأشياء والكيانات غير البشرية في الشبكات الاجتماعية، وتقرب أكثر ادعاءاتها ابتكارًا خارج وجهة النظر التي تركز على الإنسان بما في ذلك الكائنات البشرية وغير البشرية، كمشاركين نشطين في السياق الاجتماعي، وبسبب هذا فإن النظرية لها تطبيقات في عدد لا يحصى من المجالات، وليس فقط في العلوم الاجتماعية، ويمكن تطبيق نظرية شبكة الفاعل في الدراسات الإعلامية، خلال تقديمها كنموذج جديد يتم من خلاله مناقشة وتحليل هادف لوسائل الإعلام وإنتاجها وآثارها الاجتماعية والثقافية (Ochsner, 2016. P3).

تقترح ANT علم الوجود العلائقي الذي يفهم الشبكات على أنها تشريع للرباطات بين الفاعلين المسجلين والأفعال التي يمكن أن تكون بشرية وغير بشرية. إن الكشف عن هذه الشبكات والمربعات السوداء المتأصلة يقدم نظرة ثاقبة في علم الوجود ويسمح بحسابات وصفية تفصيلية لهذه الأعمال الداخلية. هذه النظرة العامة القصيرة لمفاهيم ANT - التي لا تعتبر بأي حال من الأحوال حساباً شاملاً - تركز على المصطلحات التي يتم ذكرها بشكل متزايد في أبحاث صحافة البيانات من أجل المساعدة في تعميق فهم النتائج التجريبية التي قدمتها الدراسات التي تحتوي على ANT (Florian, 2019).

وسرعان ما أصبحت ANT شائعة في الدراسات الصحفية لسببين رئيسيين: الأول: تركيزها على التكنولوجيا كجزء من الشبكة يسمح بتحليل الرقمنة، والثاني: الطبيعة المتغيرة للممارسات والممثلين الصحفيين، الأمر الذي يتطلب استراتيجيات بحث لا تجعل الحكم على من أو من يشارك في العملية الصحفية قبل التحقيق (Victor, 2019, p.14).

إن إدخال (ANT) في مناقشة الصحافة من شأنه أن يوسع مهمتها التقليدية لرسم خريطة الديناميكيات الاجتماعية التي يتم من خلالها إنتاج الحقائق داخل المؤسسات الاجتماعية الرئيسة، كما تقدم الطريقة جسراً إلى النظريات القديمة للعلاقة بين الخطاب والممارسات المهنية، والسلطة السياسية (Turner, 2005, p. 322).

اكتسبت (ANT) زخماً في الدراسات الصحفية بين الباحثين الذين يحللون علاقات الصحفيين مع الوكلاء المتنوعين الذين يتواصلون معهم بشكل يومي (على سبيل المثال، التقنيات والمؤسسات والجمهور ومنتجي الأخبار الآخرين) والعلاقات بين إنتاج الأخبار والتداول والاستخدام (Victor, 2019, p. 14).

### 3.1 منهج التثليث:

يتضمن التثليث المنهجي استخدام أكثر من نوع واحد من الأساليب لدراسة الظاهرة، وقد وجد أنه مفيد في توفير تأكيد للنتائج، وبيانات أكثر شمولاً، وزيادة الصلاحية وفهم معزز للظواهر المدروسة، ويمكن استخدام التثليث المنهجي لتعزيز تحليل وتفسير النتائج، نظراً لأن البيانات مستمدة من مصادر متعددة، فإنها توسع رؤية الباحث في القضايا المختلفة الكامنة وراء الظواهر التي تتم دراستها (Bekhet, Zauszniewski, 2012).

ويعرف التثليث على أنه "محاولة لرسم ثراء وتعقيد السلوك البشري أو شرحهما بشكل أكمل من خلال دراسته من أكثر من وجهة نظر" (Cohen, Manion. 2000, p.254) ، ويؤكد Altrichter وآخرون (2008) أن التثليث "يعطي صورة أكثر تفصيلاً ومتوازنة للموضوع"، ووفقاً لـ (O'Donoghue and Punch, 2008)، يعد التثليث "طريقة للتحقق من البيانات من مصادر متعددة للبحث عن الانتظام في بيانات البحث" (Donoghue, Punch, 2003, p.78).

ويُقترح تثليث الطريقة الرقمية لتكون قادرة على تضمين مجموعات من الأساليب النوعية والكمية للطرق غير المتصلة بالإنترنت وعلى الإنترنت، بالإضافة إلى البيانات الكبيرة والصغيرة، لذلك فإن نوعين من دراسات الوسائط المستندة إلى البيانات المستخدمة تشمل كأمثلة: مجموعات التركيز الرقمية وقياسات بيانات حركة المرور على الإنترنت والمسوحات والمذكرات (Leckner, Severson, 2019, P.79).

وفي محاولة لوصف وتحليل أنواع الأخبار الناشئة عبر الإنترنت وخبرات التدريس والتعلم ذات الصلة في دورات الصحافة عبر الإنترنت قيد التحقيق، تم وضع نموذج للتثليث، يقوم بتثليث التقاليد النظرية في تحليل النوع، وتحليل الخطاب المتعدد الوسائط، ونظرية الإعلام، والدراسات التعليمية، وتم توضيح أنواع التثليث في مختلف الدراسات ومنها (Yang, Angel, 2012, p.402):

- دراسة أنواع الأخبار الناشئة في عصر الإعلام الجديد، تتطلب نظرية النوع الاجتماعي السيميائية ونظريات الخطاب متعدد الوسائط من أجل تحديد ووصف الأنواع الناشئة ومتغيراتها في سياقات محددة من الاستخدام.
- دراسة إنتاج الأخبار عبر الإنترنت كبناء مهني للواقع الاجتماعي (Steensen, 2009)، تتطلب نظرية النوع التنظيمي ونظرية المنطق الإعلامي من أجل فهم مهنة الصحافة عبر الإنترنت والحكم على جودة الأخبار عبر الإنترنت.
- دراسة لتعليم الصحافة على الإنترنت. بما أن الإطار النظري بأكمله حول أنواع الأخبار وإنتاج الأخبار يتم تأطيره ضمن إطار تعليمي، فإنه يتطلب النظريات الاجتماعية والثقافية للتعلم ونظريات مجتمعات الممارسة لتوجيه الإثنوغرافيا الصفية والمقارنة، وتحليل المنهج، ووضع القضية في سياق تعليمي أوسع.

## 4.1 تحليل المحتوى:

يتم تعريف تحليل المحتوى من قبل "على أنه تقنية بحث للوصف الموضوعي والمنهجي والكمي للمحتوى الظاهر من الاتصال". هذا التعريف (Berelson, 1948)، ويعرف أيضًا بأنه "مجموعة متباينة من التقنيات" (Pierre et Moscovici, 1968, p.36)، وهو أيضًا "الفحص الموضوعي والشامل والمنهجي، وإن أمكن، الكمي للنص أو مجموعة من المعلومات، بهدف استخراج ما يحتويه من أهمية فيما يتعلق بأهداف البحث".

ومن ناحية أخرى، ومن خلال التعريف السابق، يقول Albert Kientz: إن "تحليل المحتوى هو أداة بحث علمي ذات استخدامات متعددة، وتختلف الإجراءات التي يستخدمها اعتمادًا على أهداف البحث".

وأخيرًا بالنسبة لـ G. Lindzey فهي "التقنية التي تتكون من تحديد الأوصاف التي تكون تقريبية جدًا وذاتية للغاية لإبراز الطبيعة والقوى النسبية للمنبهات التي يخضع لها الشخص" عندما يسعى الباحثون للوصول إلى الأخبار التي تنتجها غرف الأخبار الرقمية، فإن خصائص النظام الأساسي عبر الإنترنت والهاتف المحمول- تقنياتهم الأساسية- تمثل تحديات جديدة لمنهجيات تحليل المحتوى (The Handbook of Social Psychology).

يتعامل مايكل كارلسون وهيل سيوفاج مع هذه العضلات من خلال مناقشة نظرية المعرفة لثلاثة أشكال مختلفة من تحليل المحتوى في "تحليل المحتوى والأخبار عبر الإنترنت"، "نظرية المعرفة لتحليل الويب المؤقتة"، وإذا أخذنا بالأنطولوجيات المختلفة للوسائط التماثلية والرقمية كنقطة انطلاق، فقد وضع المؤلفون تحليلًا للمحتوى مع شكلين ناشئين من تحليل المحتوى "البيانات الضخمة وتحليل المحتوى السائل"، ونقاط القوة والضعف في الأساليب"، سواء في التطبيق أو فيما يتعلق بالمنهجية المعمول بها في تحليل المحتوى كما هو معروض في الكتب المدرسية القياسية، والاختلافات والتشابه بين هذه، وتم توضيح الطرق مقابل تسعة أبعاد: طريقة التحليل، التصميم المتغير، حجم/ حجم العينة، إجراء أخذ العينات، وحدة التحليل، التسجيل/ التخزين، التعميم، عامل الترميز الرئيس والهدف من التحليل.

وفي إطار المناقشة المفاهيمية بدلًا من تقديم حلول منهجية تجد نفسها في فترة "فوضوي ولكنها مثمرة"، يشجع كارلسون وسجواف الصدق في التجارب المنهجية القائمة

على المناطق التابعة للصحافة الرقمية؛ حيث يمكن تطبيق طرق جديدة لتحليل المحتوى الرقمي (Karlsson, Sjøvaag, 2016, p6).

وحسب (Feldmann, 2005) فهناك أربع فئات رئيسة للمحتوى الرقمي، هي:

- الفئة الأولى: المحتويات التفاعلية من المحتويات التي يفترض استهلاكها، التأثير التفسيري والقرار للجمهور في شكل إجراءات محددة (مثل طرق القراءة، وأشكال الاستهلاك، وما إلى ذلك)، وتسهم في تكوين جماهير نشطة، ويشكل انتشار المحتوى وزمنه عوامل تفضل قدرة مشاركة الجمهور، بمعنى أن المحتوى التفاعلي يحدد الأوقات والمساحات داخل النص.

- الفئة الثانية: محتوى المشاركة: يتضمن المحتوى التشاركي أشكالاً حوارية من الوساطة بدرجة أقل من التوحيد القياسي، وبالتالي يسهم بشكل حاسم في تكوين جماهير مجزأة إلى مجموعات لها اهتمامات مواضيعية مشتركة، ويشكل جزء جيد من وسائل الإعلام الذاتية (مثل المدونات أو ويكي الأخبار) أشكالاً من المحتوى التشاركي.

- الفئة الثالثة: محتوى الوصول إلى المعلومات يمثل الشكل الرقمي للمحتوى التقليدي، بمعنى أنه يسهل الوصول إلى الدلالات (المعلومات والآراء، إلخ)، بطريقة موحدة.

- الفئة الرابعة: محتويات التواصل بين الأشخاص وتتعلق بالمنتجات الاتصالية التي تتدخل بشكل مباشر أو غير مباشر في الوساطة التكنولوجية لعمليات التواصل بين الأشخاص بين مجتمعات المستخدمين أو بين المستخدمين والمهنيين. في حالة الصحافة الإلكترونية، يمكن اعتبار آليات التغذية الراجعة المباشرة كأشكال من هذا النوع من المحتوى (noci et al, 2007, p.3).

## 2. الفرق بين تحليل المضامين في الوسائل التقليدية والإلكترونية:

يختلف المضمون الإلكتروني عن المضمون التقليدي الخاص بالمواد المطبوعة أو السمعية والسمعية-البصرية، نتيجة تعريف المضمون المتاح على المواقع الإلكترونية، فهو يتجاوز حدود النص ذاته إلى كل ما هو متاح على الموقع من معلومات تشمل النصوص، والوسائط المتعددة، وأدوات التوصيل والإتاحة، وسهولة قراءة المضمون وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني، وهذه الأخيرة تشمل العمليات الخاصة بجمع المعلومات وتنظيم نشرها وعرضها في أشكال تيسر استخدامها واسترجاعها من قبل المتلقين أو

المستخدمين واتخاذ قرارات الإفادة منها مرات أخرى من خلال التخزين أو التسجيل أو تحميلها على أوعية أخرى (عوان، 2009، ص. 68).

## 2.1 النص التشعبي:

تميل الأبحاث التجريبية حول وجود النص التشعبي وأهميته في الصحافة الإلكترونية إلى الاعتماد على منهجية تحليل المحتوى الكمي لحساب عدد الروابط الموجودة في مواقع الأخبار على الإنترنت إحصائيًا، ويتم تصنيف النتائج بشكل عام (ولكن مع العديد من الاختلافات) وفقًا للأنواع الثلاثة المختلفة للنص التشعبي المحدد بواسطة (Shipley and Fish (1996)، الروابط المستهدفة (الروابط داخل المستندات)، الروابط النسبية (روابط إلى صفحات أخرى داخل الموقع) (Steensen, 2010, p3).

## 2.2 التفاعلية:

مفهوم يستخدم لوصف العديد من العمليات المتعلقة بالتواصل بشكل عام وممارسات مثل الصحافة عبر الإنترنت على وجه الخصوص، واستنادًا إلى مراجعة "تاريخ" التفاعل، يصل جنسن إلى هذا التعريف: التفاعل هو "مقياس لقدرة وسائل الإعلام المحتملة على السماح للمستخدم بممارسة تأثير على المحتوى و/ أو شكل من أشكال التواصل بوساطة"، ويفصل "جنسن" التفاعل عن التفاعل، وبالتالي فإن تعريفه هو في الأساس تعريف تكنولوجي، ويشير التفاعل إلى البعد الاجتماعي للتفاعل، ويدافع "ماكميلان" عن دمج هذا البعد أيضًا.

ويتضمن المحتوى الإلكتروني ميزات معينة مميزة للوسائط التفاعلية: توفير المحفوظات، وإمكانيات الاشتراك في خدمة التنبه مثل النشرة الإخبارية واستطلاع الرأي ومنتديات المناقشة. ولكن أيضًا إمكانيات التوصية بالمقالات وتصنيفها... (Hammami, 2005, p.44).

## 2.3 الوسائط المتعددة

يجادل (Deuze (2004) بأن مفهوم الوسائط المتعددة في دراسات الصحافة على الإنترنت يفهم عمومًا بأي من الطريقتين التاليتين:

- على أنه عرض تقديمي لمجموعة قصص إخبارية؛ حيث يتم استخدام نسختين أو أكثر من تسيقات الوسائط (مثل النص، أو الصوت، أو الفيديو، أو الرسومات، أو ما إلى ذلك).



- كتوزيع لقصة إخبارية يتم تعبئتها من خلال وسائط مختلفة (مثل الصحيفة، أو موقع الويب، أو الراديو، أو التلفزيون وما إلى ذلك).

وتتناول معظم الأبحاث حول الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الفهم الأول، وإن كان بمعنى عملي أكثر ملاءمة للبحث التجريبي على الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية، ونظرًا لأن الأخبار على الإنترنت التي تحتوي على نص وصورة لا تعتبر عمومًا وسائط متعددة، فسوف يكون لدي مصطلح يشير إلى القصص ومواقع الويب، حيث يتم استخدام أكثر من وسيط.

وتشير واحدة من الدراسات أن الوسائط الرقمية تطرح مثل هذه التحديات لتحليل محتوى الوسائط بشكل ملائم بحيث لا يعمل النهج القائم على النحو المنشود؛ مما يعكس الافتراضات الكامنة الموروثة من تنسيقات الوسائط التناظرية، وتقوم الدراسة بمراجعة شكلين جديدين نسبيًا من طريقة تحليل المحتوى- البيانات الضخمة وتحليل المحتوى السائل- وتقارنهما مع تحليل المحتوى الراسخ، بالإضافة إلى ذلك، توضح بالتفصيل كيفية معالجة هاتين الطريقتين لركائز تحليل المحتوى مثل وضع التحليل وأخذ العينات، وحجم العينات، والتصميم المتغير، ووحدة التحليل، ونقاط القياس، والوصول/ الالتقاط/ التخزين، والاستنتاجات/ التعميم، والعامل الرئيس للقيام بالعمل الفعلي، وتخلص الدراسة إلى أن تحليل المحتوى القائم غير كاف للوسائط الرقمية، ولكن المعايير والبروتوكولات والإجراءات المشتركة لم يتم تطويرها بعد لهذه المناهج الجديدة لأبحاث الصحافة الرقمية (Michael , Sjøvaag,2015).

### 3- مشكلات توظيف أداة تحليل المحتوى في إطار الشبكة العنكبوتية:

بالنظر لخصائص الشبكة العنكبوتية المختلفة والمتعددة يمكن حصر المشكلات المتعلقة بتوظيف أداة تحليل المحتوى فيما يلي:

- تنوع المحتوى الإلكتروني ولا محدوديته، بحيث يشمل العديد من أشكال النشر من نصوص وصور وفيديوهات، رسوم متحركة، روابط تشعبية، يصعب التحكم فيها.
- طرق إخراج وأسلوب بناء الوثائق الرقمية من صحف ومجلات وموسوعات وكتب متخصصة في المجالات المختلفة، والتي تختلف تمامًا عن الوثائق الورقية التقليدية؛ مما يضاعف مسؤولية احترافية التعامل معها.
- حالة التطور والتغير والديناميكية من التحديث المستمر أو التعديل أو الحذف التي تتميز به المحتوى الإلكتروني والذي يصعب عملية مواكبته من طرف الباحث.

- تعدد معايير جودة محتوى الويب من إدارية وتقنية وكثرة الأخطاء غير المتعمدة في تصميمه ويؤثر على عملية الاستخدام والدراسة المستوفية له؛ مما يؤثر على مخرجات البحث وأهدافه.
- وجود أنساق علمية ومعرفية متعددة ومختلفة داخل المحتوى الواحد؛ مما يحول دون التمكن من تحديد اتجاهه ويؤثر في عملية التحليل والاستنتاج.
- تعدد اتجاهات المحتوى وخصوصيتها، فمنها الاتجاهات العلمية ومنها الاتجاهات العامة- عموم الأفراد-؛ مما يضطر الباحث إلى ضرورة الاعتماد على جودة المحتوى وفقاً للمعايير المعتمدة في تصميم أي موقع أو حساب أو صفحة.
- عدم اكتمال الموضوع أو الحدود التي تعرفه بشكل واضح، يؤثر على عملية التحليل وتوظيف الأداة بشكل لائق.

#### 4. خاتمة

يمكن القول إن عمق وخصوصية المناهج النوعية يوفر فائدة حاسمة في بيئة وسائل الإعلام الحالية: فهي تمكن الباحثين من دمج تنوع الصحافة المعاصرة في تفكيرهم بسهولة أكبر من الأساليب الكمية، مع التركيز على أطر العينات والقياس الإحصائي، ولا تزال الصحافة اليوم تحدث في غرف الأخبار التقليدية، أيضاً في الشركات المبتدئة، وفي أماكن عمل المدونين، وفي جميع الأماكن التي لا يمكن التنبؤ بها في جميع أنحاء العالم والتي تحدث فيها الأخبار، يصعب الوصول إلى مساحات الأداء بالأدوات التي يمكن أن يجتاز اختبارات الموثوقية العلمية والمصادقية، ويبرز هذا الانسياب قيمة الصدارة في الرؤى التي يمكن أن يسفر عنها البحث النوعي قبل التحول إلى ما يمكن قياسه، وأفضل طريقة لتحقيق ذلك.

وإذا اعتبرنا مجال الوسائط الرقمية- كسياق للوساطة الاتصالية- يتم فيه إنتاج المحتوى الرقمي وتوزيعه واستهلاكه، فيبدو من المعقول أن نأخذ في الاعتبار حقيقة أن التقارب الرقمي في إطار النشاط الصحفي لا يحدث على هامش جوانب أخرى من نفس المجال الإعلامي، وهذا يعني القول بأن التقارب الرقمي هو عملية ذات طبيعة تكنولوجية واقتصادية وثقافية تتعلق بممارسات التنظيم والإنتاج والتعبير والنشر والاستهلاك للنشاط الصحفي، وهي ممارسات تستدعي الوقوف على مختلف الأساليب التي تمت الإشارة إليها من أجل الوصول إلى نتائج هامة وسليمة في التحليل والتعامل منهجياً مع الصحافة الإلكترونية.

## المراجع

- السيد بخيت، (2011)، الجديد في بحوث الصحافة، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة.
- عوان عبد الفتاح، (2009)، مناهج البحث الإلكتروني، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي.
- Abir K Bekhet, Jaclene Zauszniewski.(2012). Methodological triangulation : An approach to understanding data. Literature Review in Nurse researcher 20(2):40-3 · November 2012.  
DOI: 10.7748/nr2012.11.20.2.40.c9442 DOI: 10.7748/nr2012.11.20.2.40.c9442 .
- Altrichter, H., Feldman, A., Posch, P. & Somekh, B. (2008). Teachers investigate their work; An introduction to action research across the professions. Routledge. p. 147. (2nd edition).
- Beate Ochsner.(2015). Applying the Actor-Network Theory in Media Studies, See discussions, stats, and author profiles for this publication at :  
<https://www.researchgate.net/publication/316545966> . DOI : 10.4018/978-1-5225-0616-4.
- Berelson(1948). The analyse of communication content.In: Méthodes d'analyse de contenu de presse (audiovisuelle).  
<http://www.fao.org/3/y4340f0a.htm#fn1>.at:16/06/2020
- Cohen, L., & Manion, L. (2000). *Research methods in education*. Routledge. p. 254. (5th edition).
- Fred Turner. (2005). Actor-Networking the News, Social Epistemology Vol. 19, No. 4, October–December. <https://fredturner.stanford.edu/wp-content/uploads/turner-sp-actor-networking.pdf>.
- Michael Karlsson, Helle Sjøvaag.(2015). Introduction Research methods in an age of digital journalism, Michael Karlsson & Helle Sjøvaag (2016) Introduction, Digital Journalism, 4:1, 1-7, DOI: 10.1080/21670811.2015.1096595.
- Michael Karlsson, Helle Sjøvaag.(2015). Content Analysis and Online News Epistemologies of analysing the ephemeral Web.p .177-192.  
[doi.org/10.1080/21670811.2015.1096619](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2015.1096619?src=recsys&journalCode=rdij20).  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2015.1096619?src=recsys&journalCode=rdij20>.
- M. Sridevi, Arun Kumar B.R.( 2015). Social Network Analysis And Its Applications -A Review From Business Perspective, International Journal of Informative & Futuristic Research. Volume 2 Issue 9 May.
- Javier Díaz Noci et al.(2007). Journalisme numérique: théorie, méthodologie et critères .  
d'analyse,[https://www.researchgate.net/publication/270340506\\_Journalisme\\_numerique\\_theorie\\_methodologie\\_et\\_criteres\\_d'analyse/link/5755fbc008aec74acf5836c4/download](https://www.researchgate.net/publication/270340506_Journalisme_numerique_theorie_methodologie_et_criteres_d'analyse/link/5755fbc008aec74acf5836c4/download), at:16/06/2020.

- -O'Donoghue, T., Punch K. (2003). *Qualitative Educational Research in Action: Doing and Reflecting*. Routledge.
- -Pierre Henry et Serge Moscovici.( 1968) "Problèmes de l'analyse de contenu", in *Langages*. In: *Méthodes d'analyse de contenu de presse (audiovisuelle)*. <http://www.fao.org/3/y4340f0a.htm#fn1.at:16/06/2020>.
- -Sara Leckner, and Pernilla Severson.( 2019). *Exploring the Meaning Problem of Big and Small Data Through Digital Method Triangulation*, Volume 40: Issue s1. [https://content.Sciendo.com/configurable/contentpage/journal/\\$002fnor\\$002f40\\$002fs1\\$002farticle-p79.xml](https://content.Sciendo.com/configurable/contentpage/journal/$002fnor$002f40$002fs1$002farticle-p79.xml).
- -Sadok Hammami. (2006). *Eléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique*, *Revue Tunisienne de communication*, 1 (46). ffsic\_00114135f.
- -Shazia Tabassum et Al.(2019). *Social Network Analysis : An Overview*. at: [https://www.researchgate.net/publication/324575362\\_Social\\_network\\_analysis\\_An\\_overview/link/5df37591299bf10bc3579ff4/download](https://www.researchgate.net/publication/324575362_Social_network_analysis_An_overview/link/5df37591299bf10bc3579ff4/download)
- -Sophia Fu.(2016). *Leveraging Social Network Analysis for Research on Journalism in the Information Age*, See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/299345110.doi.org/10.1111/jcom.12212>
- -Steen Steensen.(2010). *ONLINE JOURNALISM AND THE PROMISES OF NEW TECHNOLOGY A critical review and look ahead*, <https://oda.hioa.no/en/online-journalism-and-the-promises-of-new-technology-a-critical-review-and-look-ahead/asset/dspace:1804/512648post.pdf>.
- Sagepub (2020), *Intoduction to Social Network Analisis*, at: [https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/35208\\_Chapter1.pdf](https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/35208_Chapter1.pdf)
- -The Handbook of Social Psychology, 2ème édition. In *Langages*. In: *Méthodes d'analyse de contenu de presse (audiovisuelle)*. <http://www.fao.org/3/y4340f0a.htm#fn1.at:16/06/2020>.
- -Yang Song a, Angel Lin b.(2012). *A genre-aware approach to online journalism education*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 51 (2012) 400 – 404. Published by Elsevier Ltd. Selection and/or peer review under responsibility of Prof. Ayúe ÇakÖr ølhan, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.08.179.
- -Victor Wiard.(2019). *Actor-Network Theory and Journalism*, DOI : 10.1093/acrefore/9780190228613.013.774 Oxford University Press USA.
- -Florian Stalpl.(2019). *Hybrids, materiality, and black boxes : Concepts of actor-network theory in data journalism research*. *sociology compass*, .Volume13, Issue11
- November 2019.e12738. doi.org/10.1111/soc4.12738. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/soc4.12738> .

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

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

### Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof.Abdullah Al-Kindi

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

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 56 January 2021 - part 5

● 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.