

مركز العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٨ = ١.٤٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الثاني والعشرون - يناير / مارس ٢٠١٩م

- "بريد القراء" في الصحافة الخليجية صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية وقراؤها أنموذجا
أ.م.د/ رضا محمود مثاني (جامعة البحرين) ... ص ٩
سماح علام عبدالله القائد (جامعة البحرين)
- استخدامات طلبة الجامعات العراقية لتطبيقات الواقع المعزز بهواتفهم الذكية والشباعات المتحركة لهم
أ.م.د/ أحمد خميس خليل (الجامعة الأمريكية في الإمارات) ... ص ٣٧
د/ وليد لطيف عبدالله (جامعة بغداد)
- المعالجة الإعلامية للصفحات الرسمية للمركز الوطني للقياس عبر مواقع التواصل الاجتماعي
أ.م.د/ إيمان فتحي عبد المحسن (جامعة أم القرى) ... ص ٨٥
ضحى عصام حسن روااس (جامعة أم القرى)
- استخدام العلاقات العامة بالجامعات السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة العملية التعليمية
د/ دريبي بن عبد الله الدريبي (وزارة التعليم السعودية) ... ص ١٣١
- توظيف برامج التعليم الإلكتروني والتعليم عن بُعد في تدريس مقررات الاعلام في ظل البيئة الإلكترونية للتعليم
دراسة تطبيقية على برنامج جامعة جازان للتعليم الإلكتروني
د/ طارق محمد محمد الصعدي (جامعة جازان) ... ص ١٨٥
- دورالفعاليات الاعلامية بمنندى شباب العالم في تنمية الوعي السياسى بالأحداث الجارية والقضايا لدى طلاب الجامعات
د/ حسن فراج حسن فراج (الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام) ... ص ٢٤٧
- الاعلام الجديد بين التحليل والتنوير السياسى - دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية
د/ محمد أحمد خليفة أحمد (جامعة المنيا) ... ص ٢٧٣
- ما بعد نموذج "الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه" في العلاقات العامة : مراجعة نظرية
عماد محمد عبدالرحمن المديفر (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣١٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإبداع بدار الكتب: ٣٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٩ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة EIPRA

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د/ علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د/ ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايغ (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د/ بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د/ عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة مبرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د/ رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د/ هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان التالي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing of Sabri Abo Alam St. & Al-Amin St
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.

- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمى ومراجعته، ويراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢٠٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع فى نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع فى متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- فى حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما فى حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له فى أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالى، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض ٥٠% من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر فى حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- فى حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$ ٥.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك فى عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك فى عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - شارع الأمين من شارع صبري أبو علم، والإميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg ، أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣م - يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها واحد وعشرون عددًا متتابعين تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤، ومعدل ١.٤٨ في العام ٢٠١٨م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حالياً ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان).

وفي العدد الثاني والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثاً ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثاً مشتركاً مقدماً من جامعة البحرين من: أ.م.د/ رضا محمود مثناني - من (تونس)، سماح علام عبد الله القائد (البحرين) والليزان قدما بحثاً عن: "بريد القراء" في الصحافة الخليجية صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية وقراءها أنموذجاً".

ومن (العراق) قدما كل من: أ.م.د/ أحمد خليل خميس - الجامعة الأمريكية بالإمارات - د/ وليد لطيف عبد الله - جامعة بغداد - دراسة مشتركة عن: "استخدامات طلبة الجامعات العراقية لتطبيقات الواقع المعزز بهواتفهم الذكية والإشباع المتحققة لهم".

ومن جامعة أم القرى قدمتا: أ.م.د/ إيمان عبد المحسن حسين من (مصر)، وضحي عصام حسن رواس من (السعودية)، دراسة بعنوان: "المعالجة الإعلامية للصفحات الرسمية للمركز الوطني للقياس عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

أما د/ دريبي بن عبد الله الدريبي من (السعودية) - وزارة التعليم العالي السعودية- ، قدم دراسة عن: "استخدام العلاقات العامة بالجامعات السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة العملية التعليمية".

بينما قدم د/ طارق محمد محمد الصعيدي - جامعة جازان - من (مصر)، بحثاً بعنوان: "توظيف برامج التعليم الإلكتروني والتعليم عن بُعد في تدريس مقررات الإعلام في ظل البيئة الإلكترونية للتعليم دراسة تطبيقية على برنامج جامعة جازان للتعليم الإلكتروني".

ومن الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام قدم - د/ حسن فراج حسن فراج - من (مصر)، بحثاً بعنوان: "دور الفعاليات الإعلامية بمنتدى شباب العالم في تنمية الوعي السياسى بالأحداث الجارية والقضايا لدى طلاب الجامعات".

وقدم د/ محمد أحمد خليفة أحمد - جامعة المنيا - من (مصر)، دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية لبحثه الموسوم بـ: "الإعلام الجديد بين التضييل والتتوير السياسى". وأخيراً من (السعودية) قدم عماد محمد عبد الرحمن المديفر - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - مراجعة نظرية في بحثه عن: " ما بعد نموذج "الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه" في العلاقات العامة".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين فى التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التى تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي فى تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

”بريد القراء” في الصحافة الخليجية
صحيفة ”أخبار الخليج” البحرينية وقراءها أنموذجاً

إعداد

أ.م.د/ رضا محمود مثناني^(*)

سماح علام عبدالله القائد^(**)

^(*) أستاذ مشارك علوم الإعلام والاتصال في كلية الآداب، قسم الإعلام والسياحة والفنون - جامعة البحرين.
^(**) رئيسة قسم الأسرة والمجتمع في جريدة ”الوطن” - مملكة البحرين، حاصلة على درجة الماجستير من كلية الآداب، قسم الإعلام والسياحة والفنون بجامعة البحرين.

"بريد القراء" في الصحافة الخليجية صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية وقراءها أنموذجاً

سماح علام عبدالله القائد
alqaed80@hotmail.com
جامعة البحرين

أ.م.د/ رضا محمود مثناني
Ridha.mth@gmail.com
جامعة البحرين

ملخص:

تكشف دراسة "بريد القراء في الصحافة الخليجية" - وهي دراسة تنتزّل في حقل دراسات العلاقات العامة بامتياز - عن زاوية جديدة في الدراسات الإعلامية الوصفية. إذ هي تضيء جانباً غير مطروق في البحوث الإعلامية المحلية. وهي تتعلّق باهتمامات القراء واتجاهاتهم وآرائهم . وتعتمد هذه الدراسة صفحة بريد القراء في جريدة "أخبار الخليج" البحرينية من حيث هي عيّنة ؟ تُسحب عليها الأسئلة التالية: ما هي المواضيع الأكثر تداولاً؟ وما هي أبرز أصنافها؟ وما هو مضمون ما يُطرح فيها؟ وكيف تُنشر الرسائل؟ ومن يكتب للصحيفة؟ وماذا يكتب لها؟ وما هي طبيعة الردود التي تتلقاها الصحيفة إجابة عن رسائل القراء؟

وقد جاءت نتائج الدراسة لتبيّن أنّ المواضيع الاجتماعية قد حلّت في المرتبة الأولى من اهتمامات رسائل القراء. تلتها المواضيع الخدمانية، ثمّ السياسية. ووجدت الدراسة أنّ أغلب المواضيع المنشورة في "بريد القراء" عبارة عن مقالات ثمّ شكاوى. وكانت تتّجه كلّها في الغالب تجاه قضايا الشأن العامّ لا الخاصّ. وتطرح قضايا محلية وإقليمية، وعربية على الأكثر. ويتّجه القراء من خلال رسائلهم إلى كبار المسؤولين في الوزارات المختلفة. ومن حيث النوع الاجتماعيّ، جاء الرجال كأغلبية للقراء المتفاعلين مع صفحة بريد القراء.

ولنذهب إلى أبعد من توصيف المواضيع الأكثر طرحاً وتفاعلاً، كان لابدّ من النظر في حقّ الردّ، إذ وفقت الدراسة على الضعف الكبير الذي تتّسم به ردود الجهات المختلفة على رسائل بريد القراء.

مقدمة:

تأتي الدراسات العلمية التي تتناول الشأن الإعلامي في بلدان الخليج العربي لتبيّن وجود اختلاف نوعي في طرح المواضيع في الصحافة الخليجية، من ذلك دراسة موضوع بريد القراء في الصحافة البحرينية^١، باعتبار "بريد القراء" أداة وصل بين الجمهور والسلطات السياسية وسائر السلطات، عبر وسيلة من وسائل الإعلام القائمة.

^١ هذه الدراسة تذهب إلى أبعد ممّا ذهب إليه البحث الوارد بعنوان "بريد القراء في الصحافة البحرينية، صحيفة "أخبار الخليج" أنموذجاً، دراسة تحليلية"، للباحثة سماح علام عبدالله القائد، رسالة ماجستير في الإعلام بإشراف د. رضا محمود مثناني، كلية الآداب، جامعة البحرين، نوفمبر ٢٠١٥، ص ١٩٩. والدراسة تتناول موضوع بريد القراء من حيث هو قبل كلّ شيء علاقة بين قراء الصحف والسلطات القائمة، عبر وسيلة إعلام وهي في قضية الحال صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية.

وموضوع دراسة بريد القراء من حيث هو قسم من الأقسام التحريرية في الصحيفة، هو موضوع علاقات عامة بامتياز. كيف ذلك؟

الصورة النمطية السائدة عند النخب المثقفة وأكثر الظن أنها لا تقرأ الصحف إلا قليلاً - باستثناء النخب السياسية (لأنها تعي خطورة الظاهرة) - هي صورة أقرب إلى السلبية منها إلى الإيجابية. ومثال ذلك أن "بريد القراء" يُسحب عليه ما يُسحب على سائر المضامين الإعلامية للصحيفة الخليجية من أحكام كقولهم هي "صحافة موالية، وصحافة هزيلة، وصحافة قليلة النقد"، الخ.

والواقع أن الصورة النمطية الأقرب إلى السلبية هي مسؤولية الصحف ذاتها، أكثر من كونها مسؤولية النخب المثقفة. ذلك لأن الصحف التي تصنع الإعلام عندنا هي أقل وسائل الإعلام إعلاماً عن ذاتها، والدليل هو أن البيانات والمعلومات التي تخص الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية شحيحة إلى أبعد الحدود، فالباحث لا يظفر إلا بالنزر القليل من البيانات التي تخصها. إن الصحافة تصنع مجد الآخرين ولكنها لا تصنع مجدها. وهنا يكمن الفارق بين الصحف العربية والصحف الأوروبية والأمريكية على وجه الخصوص (أنظر مثلاً إعلانات قناة فرنسا ٢٤ عن ذاتها).

وهذه الدراسة تنطلق من هذا التخمين لتثبت أن مضامين بريد القراء في الصحافة الخليجية - خلافاً للصورة النمطية الشائعة عند النخب المثقفة - هي مضامين تحمل رسائل إعلامية إلى النخب السياسية. وهي تحمل آراء ووجهات نظر ومواقف ومطالب وشكاوى ورؤى جريئة (كما ستبينه الدراسة) تعبر عن واقع الرأي العام الخليجي. إن "الطريق إلى خلق تواصل حقيقي مع الناس، هو التعبير الصادق عن الرأي العام ومصلحة المجتمع، والذي يبدأ من الداخل والخارج معاً"^٢. وهو ما يؤكد أهمية "بريد القراء" كمنبر للتعبير.

والاختلاف في الرؤى بين الصورة النمطية السائدة عند النخب المثقفة بخصوص الصحافة الخليجية والواقع الصحفي طال الدراسات المحلية التي تناولت الشأن الإعلامي، ففي حين ذهبت دراسات إعلامية إلى رصد إيجابيات التطور الذي شهده المشهد الإعلامي في شموليته من زاوية تعدد المؤسسات الإعلامية، وزيادة عدد الصحفيين، وتنوع المواد الإعلامية (دراسة جهاد الفاضل حول الخطاب في الصحف اليومية البحرينية^٣). فإن دراسات إعلامية أخرى ذهبت إلى إبراز أوجه النقص في الأداء المهني، وتنوع المادة الإعلامية، والضعف في المعالجة الصحفية من زاوية التخصص، وعدم القدرة على إشباع رغبات الجمهور، الخ. (محمد الساعي ودراسته عن أخلاقيات المهنة^٤، فاطمة الحجري ودراستها عن الصحافة الاقتصادية^٥، مهند سليمان ودراسته عن قضية التدريب^٦، ومجموعة من الباحثين الذين توجهوا لدراسة مقالات الرأي وحرية الصحافة والأزمة المالية والشباب وغيرها).

على أن موضوع "بريد القراء" باعتباره منبراً للتعبير - وهو موضوع علاقات عامة بامتياز - لما يتضمنه من رسائل إعلامية موجهة إلى السلطات السياسية وغيرها هو أداة اتصال من أدوات الاتصال بين الجمهور والسلطة. وخصوصيته تتجسم في أنه صوت يسلك منحى عمودياً، ينطلق من القاعدة ليصل إلى قمة الهرم السياسي والاجتماعي. وإذا جاء الرد من السلطة المعنية بموضوع الرسالة فيكون حينئذ التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية، بمرأى ومسمع من كل الجمهور. وكأن هذا الجمهور يتقمص شخصية الشاهد السياسي والاجتماعي، شخصية الرقيب. هذا الموضوع "بريد القراء" لم يدرس علمياً. ومن هنا جاءت أهمية هذه الدراسة.

لقد كان الواقع الصحفي الخليجي موضع اهتمام عدد من الباحثين الإعلاميين. إلا أن موضوع "بريد القراء" قد غفل عنه الباحثون في مملكة البحرين. رغم اعتبار هذا الباب أحد الأبواب الأكثر ثباتاً في الصحف المقروءة. وهو علاوة على كل ذلك يمثل إحدى الوظائف الخمسة التي تضطلع بها الصحافة وهي الوظيفة التعبيرية (لازويل [Lasswell] وآخرون)، وهو أيضاً يمثل رجع الصدى الذي يشكل أحد الأركان الأساسية في "نظرية الإعلام" لشانون وويفر (Shannon & Weaver)^٧.

ويعتبر خلو بعض المكتبات الإعلامية مثل المكتبة البحرينية من رصد علمي لرسائل بريد القراء، فراغاً يستوجب سدّه. فهذه الرسائل وبصفتها أحد مؤشرات التفاعل مع القراء تكشف عن أهم القضايا التي يهتم بها القارئ. بل تبين نوعيّة اهتماماته وأطروحاته.

ولا تعتبر قضايا المجتمع بعيدة عن بريد القراء، إذ بريد القراء جزء لا يتجزأ منها. لذلك تبرز أهمية الاهتمام برسائل بريد القراء، كما تبرز المسؤولية الاجتماعية للصحف في التفاعل معها، ورصد مدى الاستجابة لها. والحقيقة أنه توجد دراسات علمية قليلة ترصد هذا الموضوع في الصحافة الخليجية.

ذلك أنه يوجد اهتمام بحثي علمي بباب بريد القراء على صعيد الخليج في كل من المملكة العربية السعودية، ودولة الإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان. وعلى النطاق العربي اهتمت الصحافة المصرية ببريد القراء فخصّصت له دراسات عديدة.

أما على الصعيد العالمي فنجد الكثير من الدراسات التي اهتمت برسائل بريد القراء، بل تنوّعت زوايا المعالجة لرسائل البريد بين معايير نشرها، وتصنيف مواضيعها، ومقارنتها بين الحقب، والتعبير عن الرأي من خلال رسائل البريد، وحجم المشاركة من خلال بريد القراء. وذهبت أيضاً بعض الدراسات إلى رسائل القراء المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف سواء كانت رسائل أو

^٧ "لازويل" (Lasswell): عالم السياسة الأمريكي الذي وضع الأسئلة الاتصالية الخمسة في عالم الإتصال.

^٨ "شانون" عالم أمريكي في الرياضيات يعتبر من مؤسسي نظرية الإعلام (information theory). وبحث موضوع التشفير رياضياً. أما وويفر فهو مساعد شانون الذي عمل معه في شركة بل الأمريكية، وقد حددا معاً ثلاث خطوات لسير عملية الاتصال، وطرحاً أيضاً عنصر التشويش الذي يعيقها.

تعليقات. الأمر الذي يدلّ على أهميّة هذا الموضوع في الساحة البحثيّة وأسبقيّة الكثير من الباحثين حول العالم في دراسة هذا الباب من أبواب الصحافة، الذي يتّسم بالتفاعليّة. بل إنّ مزية باب بريد القراء في الصحافة المكتوبة هو أنّه كان سابقاً لسنّ قاعدة التفاعل مع الجمهور، قبل أن تظهر وسائل إعلام مثل الإذاعة والتلفزيون ووسائل الإعلام الملتيميديا مثل شبكات التواصل الاجتماعي التي جعلت من التفاعل سبباً أساسياً من أسباب وجودها.

ويلاحظ أنّ الصحف منذ فترة بعيدة وقبل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، اهتمت إلى هذا القسم من الأقسام التحريريّة لتُضفي طابع التفاعليّة على علاقاتها بشرائح الجمهور المختلفة. ومعلوم أنّ التفاعليّة أصبحت اليوم السمة الأساسيّة من سمات وسائل الإعلام وأدوات التواصل الاجتماعي^٩.

إنّ الحاجة إلى معرفة اتجاهات الرأي عند القراء، ورصد المواضيع الأكثر تفاعلاً معها، تسهم بالتأكيد في فهم القراء أكثر، وبالتالي في الاهتمام بالقضايا التي تلامسهم.

ولأنّ رسائل القراء تمنح إدارة الصحيفة مؤشرات تخصّ طبيعة اهتمامات الجمهور الأساسيّة واتجاهاته العامّة، وتقدّم استنتاجات مهمة، فمن الضروريّ إيلاؤها اهتماماً بحثيّاً يرصدها ويبين دلالاتها.

مشكلة الدراسة:

تتناول الدراسة ملامح بريد القراء في الصحافة الخليجيّة من خلال تحليل صفحة "بريد القراء" في جريدة "أخبار الخليج" البحرينيّة، عن طريق رصد المواضيع المطروحة فيها، للتعرف على مضامينها واتجاهاتها واكتشاف مشاغل القراء، والمواضيع الأكثر طرحاً في رسائلهم.

والمُلفت للانتباه أنّ رسائل "بريد القراء" بدأت موضوعاتها تنحسر شيئاً فشيئاً من حيث تنوع المواضيع. فبدل من أن تكون حلقة تواصل وتفاعل بين الصحيفة والجمهور، أخذت هذه الصفحات أشكالاً أخرى مثل رسائل تعبّر عن الشكاوي الشخصية أو الكتابات العابرة. ومن هنا تأتي أهميّة إيلاء هذا القسم التحريريّ الاهتمام الذي يستحقّه من حيث البحث والدراسة.

لقد كانت صفحة بريد القراء ولا زالت متنفّساً لجمهور الصحيفة للتعبير عمّا يريد القراء التعبير عنه. أمّا اليوم فقد انحسر هذا التفاعل في وسائل الإعلام المكتوبة في أركان محدودة في ظلّ انتشار وسائل التواصل الاجتماعي التي حلّت كبديلٍ لـ "بريد القراء". وحققت هذه الفضاءات الافتراضية الجديدة لجمهور وسائل الإعلام إمكانيّة النشر والتعبير بسبل أكثر يسراً، وبعيداً عن رقابة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئيّة.

ويعلم العاملون في الحقل الصحفي أنّ صفحات "بريد القراء" لها دور مهم في حلّ بعض المشاكل من خلال عرضها في هذه الصفحة، فضلاً عن احتضان المحاولات الأولى لعدد كبير من المواهب الشابة في مجال الكتابة.

وقد كانت صفحة بريد القراء أداة من أدوات صقل الموهبة لكبار الكتاب المعروفين اليوم مثل الكاتب عبد الحميد المحادين^{١٠} الذي كان يرسل بريد القراء في فترة دراسته الثانوية. أمّا اليوم وفي كثير من الصحف فقد أصبحت هذه الصفحة مقتصرة على بعض هواة الكتابة. وقلّ ما نجد رسالة في بريد القراء فيها نقاش لما كتبه كبار الكتاب في الجريدة أو فيها طرح لقضية من القضايا التي تشغل الرأي العامّ (سرحان، ٢٠١٠م).

تساؤلات الدراسة:

- ما هي مضامين رسائل بريد القراء؟
- ما هو ترتيب أهمّ القضايا التي يهتمّ بها القراء من خلال ما ينشر؟
- هل لا يزال بريد القراء يعتبر منبراً من المنابر المؤثرة والمسموعة؟
- ما مدى تفاعل الجهات المختلفة مع رسائل الشكاوي المنشورة؟
- ما مدى اهتمام إدارة التحرير بصفحة "بريد القراء"؟
- هل يعزّز بريد القراء صفة التفاعلية في الصحيفة؟

فرضيات الدراسة:

١. نتبيّن من خلال رسائل بريد القراء في جريدة "أخبار الخليج" وجود رسائل تتناول المواضيع الثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والخدمية.
٢. إنّ مفردات جمهور بريد القراء فاعلة في عملية الاتصال، وفي استخدام بريد القراء للتعبير عن آرائها ومواقفها ورغباتها بما يحقق أهدافها المقصودة.
٣. رسائل بريد القراء تمرّ بمراحل مراجعة منذ استلامها حتّى وصولها إلى مرحلة النشر في الصفحة الخاصة بها وفقاً لنظرية حارس البوابة وبما يقتضيه عمل القائم بالاتصال .

أهداف الدراسة:

- رصد علميٍّ لأهمّ المواضيع المطروحة في بريد القراء والتي تعكس اهتمامات الجمهور.
- قياس مدى اهتمام الجهات الرسمية والأهلية بالردّ على الرسائل المنشورة.
- اكتشاف مدى ثبات الصفحة في جسم الصحيفة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في رصد الأبعاد الصحفية والاجتماعية ذات العلاقة برسائل بريد القراء، وتوضيح المسؤولية الاجتماعية للصحف في التفاعل معها، ورصد مدى الاستجابة لها. بما يسهم في توضيح أهمية هذا الباب وما يضطلع به من دور داخل منظومة العمل الصحفي. إذ الصحافة -على حدّ تعبير مارشال ماكلوهان^{١١} "كرسي اعتراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة"^{١٢} (صبايات، ١٩٧٥م).

وفي المقابل فإنّ الكثير ممّا يطرحه القراء عبر رسائلهم سواءً ما يتعلّق منها بمشاغلهم أو برغباتهم، يجرى حلّه أو معالجته بقرارات وإجراءات حكومية فورية بعد النشر. وتحفل ملفات الصحف بنماذج من الرسائل التي وجدت طريقها إلى الإدارات الحكومية، مثلما تحولت بعد النشر إلى قضايا رأي عام التفّ حولها المواطنون، وتبنّاها قادة رأي ومنظمات.

الإطار النظري:

تشكّل نظرية الاستخدامات والاشباع، ونظرية حارس البوابة، الإطار النظري الأقرب لتناول موضوع "بريد القراء" في الصحف الخليجية. وهاتان النظريتان -رغم قدمهما- تستجيبان لحاجة الدراسة وتتناسبان مع موضوعها - . إذ تقول النظرية الأولى - الاستخدامات والاشباع - "إنّ جزءاً مهماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجّه إلى تحقيق أهداف يحدّدها الأفراد. وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم، مثلما قال مارك ليفي^{١٣} إنّ هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة، والتوجّه المعرفي، وعدم الرضا، والتوجّه العاطفي، والتسلية)"^{١٤} .

أمّا النظرية الثانية وهي نظرية حارس البوابة، فتعنى بالقائمين والمسؤولين على الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكّمون في مضمون الرسالة المنشورة، فتمرّ الرسالة الإعلامية بعدّة مراحل، وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقّي، ليتمّ أخذ القرار بشأن الرسالة التي تلقّوها. هل تنشر بحذافيرها أم يتمّ معالجتها فتدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات ، فينشرون ما يريدون، ويمنعون ما لا يريدون نشره^{١٥}. (المزاهرة، ٢٠١٢).

^{١١} "مارشال ماكلوهان" (١٩١١ - ١٩٨٠م). أستاذ وكاتب كندي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيراً، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية - خاصة التلفاز - تُسيطر على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسساتها.

^{١٢} "مارك ليفي" من أكبر الكتاب الفرنسيين، تربّع على عرش المبيعات منذ سنة ٢٠٠٤ ولا يزال، بلغت مبيعات مارك ليفي مثلاً لسنة ٢٠١٠ وحدها ١.٦ مليون نسخة محققة أرباحاً تقدر ب ١٩ مليون يورو.

المصطلحات الإجرائية:

بريد القراء (Letters to the Editors) هو مجموع رسائل بريد القراء في صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية، على اختلاف أشكالها الفنية، وعلى اختلاف موضوعاتها، والواردة في الباب الخاص بها.

- القضايا السياسية (Political issues): يُقصد بها القضايا والموضوعات الخاصة بالأحداث والأنشطة السياسية الواردة في باب بريد القراء.
- القضايا الاقتصادية (Economic issues): يُقصد بها جميع المواضيع ذات الصلة بالجوانب الاقتصادية.
- القضايا الثقافية (Cultural issues): تدرج تحتها كلّ المواضيع ذات الصلة بالشأن الثقافي والفعاليات والأنشطة والمحاضرات التي تتحدث عن مجالات الثقافة.
- القضايا الاجتماعية (Social issues): تدرج تحتها قضايا ترتبط بشكل مباشر بالمجتمع بما يتضمن أسس التربية والدين والعادات والتقاليد.
- القضايا المحلية: القضايا التي تتعلق بالبحرين ولا تخرج عن حدودها الجغرافية.
- القضايا الخليجية: كلّ القضايا التي تتعلق بالخليج أو يذكر فيها بعد خليجي.
- القضايا العربية (Arab World issues): يُقصد بها قضايا الوطن العربي من الخليج العربي شرقاً إلى المحيط الأطلسي غرباً ويشمل الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية.
- القضايا الدولية (International issues): وهي القضايا التي تتعدى الحدود الإقليمية إلى نطاق يشمل دول العالم على كافة الأصعدة السياسية والاقتصادية والأمنية والتعليمية والاجتماعية والإنسانية وغيرها.

الدراسات السابقة:

محلياً - في مملكة البحرين - لا توجد دراسات سابقة تخصّ موضوع بريد القراء في الصحافة البحرينية.

وعربياً توفرت دراسات أهمّها:

- دراسة لعائشة عبد الله إبراهيم راشد بعنوان "علاقة الصحافة بالسلطة في دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على صحف الاتحاد والبيان والخليج (١٩٧٣م - ١٩٩٠م)، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة، ١٩٩٤م.

• دراسة لمي الخاجة بعنوان "بريد القراء في صحف الإمارات في التسعينات: دراسة في تحليل المضمون"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٢ ، ع ٢ (يوليو ٢٠٠١م)، ص ص ١٥٥ - ١٩٧.

• بحث نُشر بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام، بعنوان "دور بريد القراء في التعبير عن الرأي العام في ضوء نظرية دوامة الصمت، دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصري".

وعالمياً جاءت دراسات أهمها:

• بحث نُشر بشأنه مقال علمي في قاعدة معلومات (سيج) بعنوان "رسائل بريد القراء: مقاومة أدبية للأصوات غير الممثلة رسمياً"، للدكتورة هنيهة أشرف، من جامعة (أير) في إسلام آباد بجمهورية باكستان. وتناول البحث موضوع رسائل بريد القراء في الصحف الباكستانية الناطقة باللغة الإنجليزية، من خلال عينة من الرسائل التي نُشرت بصحيفة داون (Dawn) الباكستانية، في الفترة (٢٠٠٢م - ٢٠٠٩م)، أي بعد أحداث سبتمبر ٢٠٠١م، وقدرها ١٨٨٢ رسالة.

• مقال حول المشاركة الديمقراطية لرسائل بريد القراء في بريطانيا وإيطاليا، لكاتبتة المحاضرة في كلية اللغات ودراسات الترجمة في جامعة إنجلترا الشرقية Gabriana Pounds في منطقة نوروج ببريطانيا. وجاء في المقال أن بريد القراء وسيلة للتعبير ومناقشة الآراء في الشؤون الجارية، وبالتالي الإسهام والمشاركة في العملية الديمقراطية. وطرحت الباحثة سؤالين أولهما: إلى أي مدى يمكن للمرء أن يتحدث عن المشاركة الديمقراطية من خلال رسائل بريد القراء؟ وثانيهما إلى أي مدى تُفعل رسائل بريد القراء فكرة (المشاركة)؟

• وفي مقال بعنوان "رسائل بريد القراء: وسيلة تعبير عن الرأي تحولت إلى وسيلة تسويق"، لكارين رايمايكرز (Karin Raeymaeckers)، وهو محاضر في جامعة جنت (Gent) ببلجيكا، بين الباحث أن رسائل بريد القراء تُعتبر أداة لتطوير وسائل رجع الصدى في وسائل الإعلام التقليدية وخصوصاً الصحف، بما يضع المواضيع المجتمعية الكبرى في صدارة اهتمامات المجتمع. وقد قام الباحث بمخاطبة كل رؤساء التحرير في الصحف، فتبين أن هؤلاء يتأثرون بمحتويات رسائل بريد القراء. من ذلك أن رئيس تحرير مجلة (Het Belang Van

(Limburg) تلقى ٣٠٠ رسالة في يوم واحد بخصوص مصنع السيارات (فورد) التي قرّرت آنذاك تسريح عدد من الموظفين. وكانت هذه الشركة تُعتبر من أكثر الشركات الصناعية توظيفاً. ووجد الباحث أنّ رسائل بريد القراء تحتوي أحياناً على أكاذيب أو معلومات مغلوطة ومضللة، بما جعل المشرفين على هذه الصفحات يتوخّون الحذر حتى لا تقع صحفهم تحت طائلة القانون. وبيّن الباحث أنّه تمّ نشر ٢٥ رسالة من أصل ١٠١، بما يفيد أنّ عملية الفرز لرسائل بريد القراء تتمّ بانتقائية شديدة.

- وفي بحث اهتمّ بمقارنة تعليقات القراء المكتوبة في المواقع الإلكترونية ورسائل بريد القراء من ناحية التعبير عن الرأي خلال فترات النزاع الاجتماعيّ. بيّن الباحثان Michael Mcclusky و Jay Hmielowski من جامعة ولاية أوهايو بأمريكا، ميل القراء إلى نشر تعليقاتهم على صفحات الأنترنت لغياب الرقابة فيها، ولكونهم ينفقون مختلف المؤسسات دون الإفصاح ضرورة عن هويّاتهم.

- وفي ورقة علمية بعنوان "مشاركة القراء من خلال بريد القراء" بيّن الباحث Rasmus Kleis Nielsen من جامعة كولومبيا في نيويورك، أنّ الرسائل المنشورة في الصحف لا تخرج عن الخطّ التحريريّ للصحيفة حتى أنّه يتمّ حذف أجزاء من الرسالة قبل نشرها.

- وفي دراسة لثلاثة باحثين هم Christopher Cooper و H.GibbsKnotts , من جامعة كارولينا الغربية، و Moshe Haspe من جامعة إيموري، تمّ تحليل ١٤٠٠ رسالة أُخترت عشوائياً من ٨ جرائد في ولاية كارولينا الشماليّة بالولايات المتّحدة الأمريكيّة في الفترة (٢٠٠٢م و ٢٠٠٥م). وأوضح الباحثون أنّ بريد القراء يُمثّل فضاءً طوعياً للتعبير. وهو يشكّل مساحة فريدة للإفصاح عن الرأي. وبيّنوا أنّ المواضيع التي تناولتها رسائل بريد القراء في صحف العيّنة جاء ترتيبها على النحو التالي: الدولة والإدارة العامة أولاً، الدفاع ثانياً، القانون والجرائم والتعليم ثالثاً، الحقوق المدنيّة والحريّات رابعاً، تنمية المجتمع والإسكان خامساً، العلوم والتكنولوجيا والاتّصالات سادساً، الشؤون العالميّة سابعاً، الصّحة ثامناً، الاقتصاد تاسعاً، ثمّ سائر المواضيع مثل البيئة، والبنوك، والنقل، والعمّال والموظّفون والهجرة، والثقافة، والترفيه، والطاقة، والزراعة، والتجارة الخارجيّة. وبيّنت الدراسة أنّ مشاركة النساء والمواطنين من أصل أفريقيّ والشباب قليلة. وأنّه لا يوجد حديث عن قضايا المرأة في باب بريد القراء.

منهجية الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد اعتمدت منهج المسح. وهو منهج يهتم بالتعرف على ما هو ظاهر وتحديدده. إلا أن الممارس لهذا المنهج سرعان ما يكتشف أنه منهج لا غنى عنه لإمداده بالكثير من البيانات والمعلومات الأولية المهمة وخاصة للظواهر التي لم يسبق تناولها من قبل، بالإضافة إلى دراسة المشكلات التي تهم قطاعات كبيرة من المجتمع^{١٦}. (القليبي، ٢٠١٥م).

عيّنة الدراسة:

إذا كانت العيّنة هي جزء من مجتمع الدراسة تتوافر فيه خصائص هذا المجتمع^{١٧}، فإن هذه الدراسة تعتمد تحليل عيّنة عمدية من أعداد صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية لسنة كاملة، حددت ب (الستة أشهر الأخيرة من ٢٠١٣م والستة أشهر الأولى من ٢٠١٤م). وهي فترة وسطية بين أحداث ٢٠١١م التي شهدتها البحرين وعودة الاستقرار من بعدها.

أسباب اختيار صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية:

- هي أول صحيفة يومية في البحرين، صدرت في ١٩٧٦/٢/١م، وبالتالي تتميز بخبرة طاقمها الصحفي.
- عدد مبيعاتها الذي يتراوح بين ١٢ ألف و ١٦ ألف يومياً، وعدد قرائها الذي يربو عن ١٥٠ ألف قارئ.
- صورتها في الأوساط الإعلامية من حيث الرصانة في تناول المواضيع الصحفية، حيث نجحت في الحفاظ على خطها التحريري خلال سنوات عملها الطويلة.
- صحيفة تمتاز باستقرار وظيفي في كادرها ، واستقرار في نهجها الأقرب إلى الموضوعية.
- تعتبر نسبياً الجريدة الوحيدة في البحرين التي تناوب على رئاسة تحريرها مدراء من أجيال مختلفة.

حدود الدراسة:

- الفترة الزمنية: سنة من صحيفة "أخبار الخليج". وقد تم اختيار المدة الزمنية بناءً على اعتماد الكثير من دراسات تحليل المضمون على سنة واحدة كعيّنة للدراسة، وأيضاً ملائمة هذه العيّنة لتغطّي جميع المناسبات خلال العام الواحد، وبالتالي الحصول على عيّنة شاملة للأحداث.

- **الحدود المكانية:** أختيرت صحيفة "أخبار الخليج" لأنها أول صحيفة بحرينية. وهي الأقدم في التعامل مع القراء من خلال هذا الباب. كما تعتبر "أخبار الخليج" من الصحف الوسطية "المعتدلة". وهي أنموذج مثالي للدراسة.

الطريقة والإجراءات:

يتم تنفيذ الدراسة بواسطة أداتين هما:
أولاً، تحليل مضمون الرسائل من خلال ضبط شبكة مؤشرات تم استخلاصها من دراسة استكشافية.
ثانياً، إجراء مقابلات مع المعنيين في الصحيفة وهما ممثل عن إدارة التحرير و المشرف على صفحة بريد القراء في جريدة "أخبار الخليج".
ويلاحظ أن استخدامات تحليل المضمون (المحتوى) ارتبطت بالدراسات الإعلامية والاتصالية بوصفها أداة وأسلوباً للتعرف على المعلومات والتفسيرات من خلال الأنشطة الاتصالية المختلفة.

أدوات جمع البيانات:

جاء تصميم الاستمارة بناءً على تحليل عينة استكشافية بنسبة ١٠% من مجموع العينة الكلية، أي أنه تم تحليل ٣٦ عددًا من صحيفة "أخبار الخليج". وبناءً على نتيجة الاستكشاف، تم تحديد فئات التحليل وتطبيقها لمعرفة مدى ملاءمتها.
واعتمدت هذه الدراسة رسائل بريد القراء كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالاً أو شكوى، أو تعقيباً من جهة، أو تعقيباً من قارئ أو شعراً أو نثراً. ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الفئات.
أما المقابلات المقننة، فتأتي من أجل تأكيد مدى تطابق النتائج مع وجهات نظر القائمين على الصفحة ومسؤولي الصحيفة، وكشف وجهات نظرهم حول محاور الدراسة لإثراء النتائج.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

معالجة البيانات:

تم استخدام برنامج "س ب س س" (spss) ^{١٨}.

تحديد وحدات التحليل:

تم اعتماد وحدة (الموضوع) لأنه يُعتبر الاتجاه الأنسب لتحليل رسائل بريد القراء، خاصة وأن البحث يهدف إلى اكتشاف أكثر المواضيع اهتماماً من خلال ما يطرح في رسائل بريد القراء.

وتُعتبر وحدة الموضوع أو الفكرة من أكبر وأهمّ وحدات تحليل المضمون وأكثرها فائدة وهي عبارة عن "جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي تدور حولها موضوع التحليل وهي عادة جملة محدّدة تتضمن أفكاراً يحتوي عليها موضوع التحليل"^{١٩}.

يعتمد النجاح في تحليل المضمون على تصنيف الفئات، لذلك تمّ أخذ عيّنة استطلاعية وتحليلها لكشف الفئات ثمّ مراجعتها مع مجموعة من المتخصّصين في علوم الإعلام والاتّصال لضمان شموليّتها.

الصدق والثبات:

تمّ استخدام أسلوب الصدق والثبات (صدق المحكّمين). وقد عُرضت الاستمارة على مجموعة من المحكّمين المتخصّصين في الإعلام. وتمّ إجراء التعديلات التي أوصوا بها. ويلاحظ أنّ صدق التحليل يعني "الارتقاء بمستوى الثقة التي توصّل إليها الباحث بالشكل الذي يمكنه من تعميم تلك النتائج"^{٢٠}.

ويمكن حساب الثبات بين المرمّزين بعدّة طرق منها معادلة هولستي Holisti لتمديد الثبات في البيانات الإسميّة بلغة النسبة المئويّة للاتّفاق.

$$2M / (N1+n2) = \text{Reliability}$$

حيث يرمز حرف r ل Reliability

وحيث إنّ M هي عدد قرارات الترميز التي يتفق عليها من قبل المرمّزين، وحيث إنّ N 1 و N 2 تشيران إلى المجموع الكلّي لقرارات الترميز من قبل المرمّزين الأوّل والثاني على التوالي، وعليه فقد تمّ التأكّد من ثبات تحليل استمارة تحليل المضمون من خلال تدريب باحثين في مجال الإعلام والاتّصال (Coder) من أصحاب التخصّص.

وأُخترت عيّنة عشوائيّة من قبل كلّ باحث بغرض المقارنة، وباستخدام معادلة هولستي (Holsti) لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون. وقد أفضت هذه المعادلة إلى التالي:

(١٨) SPSS هو برنامج حاسوب ، وهو اختصار لإسم البرنامج (Statistical Package for the Social Sciences)، ومعناها الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وقد ظهرت أول نسخة من البرنامج عام ١٩٦٨ ، ويعتبر من أكثر البرامج استخداماً لتحليل المعلومات الإحصائية في علم الاجتماع.

(١) نسبة توافق وصلت إلى (٩٥.٦%) مع الباحث الأول.

حيث تمّ الاتفاق في ٢٢٠ مؤشراً من أصل ٢٣٠ بعشرة أعداد اختيرت عشوائياً، وعليه فإنّ الاختلاف كان في ١٠ مؤشرات فقط، وعليه طبقت المعادلة:

$$= (٢٣٠ + ٢٣٠) / ٢٢٠ * ٢$$

$$٠.٩٥ = ٤٦٠ / ٤٤٠$$

$$\%٩٥.٦ = ١٠٠ * ٠.٩٥$$

(٢) نسبة توافق وصلت إلى (٩٣.٦%) مع الباحث الثاني.

حيث تمّ الاتفاق في ٢٠٨ مؤشراً من أصل ٢٢٢ بعشرة أعداد أختيرت عشوائياً ، وعليه فإنّ الاختلاف كان في ١٤ مؤشراً ، وعليه طبقت المعادلة :

$$= (٢٢٢ + ٢٢٢) / ٢٠٨ * ٢$$

$$٠.٩٣ = ٤٤٤ / ٤١٦$$

$$\% ٩٣.٦٩ = ١٠٠ * ٠.٩٣$$

والنسبتان السابقتان تبيّنان وجود درجة عالية من التوافق في التحليل والثبات في النتائج.

نتائج الدراسة:

أفضت نتائج الدراسة إلى تحقّق الفرضيّة الأولى التي تنصّ على (أننا نتبيّن من خلال رسائل بريد القراء في الصحيفة موضوع الدرس تناول مواضيع ثقافيّة، واجتماعيّة، واقتصاديّة، وسياسيّة، وخدميّة). فقد جاءت نتيجة الدراسة لتبيّن فعلاً تفاصيل كلّ مجال من المجالات المذكورة.

أمّا الفرضيّة الثانية التي تنصّ على (أنّ أعضاء جمهور بريد القراء هم فاعلون في عمليّة الاتصال، واستخدامهم بريد القراء للتعبير عن آرائهم ومواقفهم ورغباتهم يُحقّق لهم أهدافاً مقصودة تلبي مبدئياً توقّعاتهم)، فقد تبيّن من خلال تحليل الرسائل أنّها توجّه إلى مسؤول معيّن بغية الحلّ، أو أنّها تحلّل، أو تنتقد واقعاً معيّنًا من أجل التغيير. بما يدلّ على ارتباط نشر الرسائل بقضيّة تسليط الضوء عليها ووضعها في دائرة الاهتمام.

وأخيراً جاءت الفرضيّة الثالثة لتؤكد أنّ رسائل بريد القراء تمرّ بمراحل مراجعة منذ استلامها حتّى وصولها إلى مرحلة النشر في الصفحة الخاصّة بها. وهذا ما أكّدته المُشرفة على صفحة البريد خولة قرينيس، التي بيّنت قيامها بغربلة الرسائل وفرزها ومراجعة صياغتها ("تدسيكها"). ومن ثمة تخضع الصفحة كلّها لمراجعة إدارة التحرير أيضاً. الأمر الذي يدلّ على وجود حارس البوابة فعليّاً في الممارسة العمليّة في الصحافة المحليّة.

أما بالنسبة إلى دور حارس البوابة، فإنه يكون أحياناً، دوراً إيجابياً قائماً على المراجعة وتعديل الصياغة وتطوير المادة المقدمة. ويكون أحياناً أخرى، دوراً سلبياً حين يتحوّل إلى مقصّ رقيب ، فيصبح عندئذ حاجزاً يمنع بعض رسائل القراء من أخذ طريقها إلى النشر.

١. النتائج الكمية:

بيّنت النتائج أن مجموع المواد المنشورة قد بلغ ٧٣٧ رسالة طوال العام موضوع الدراسة، حيث تمّ نشر الصفحة خلال ٢٣٩ يوماً، في حين حُجبت عن الصدور في الأيام الباقية خلال العام موضوع الدراسة. وكشفت الدراسة أن متوسط عدد المواد المنشورة طوال العام كان أربع مواد، بينما كان أكثرها تكراراً نشر ثلاث وأربع مواد ، وأقلّها تكراراً نشر ست وسبع مواد.

جدول (١)
قياس عدد المواد المنشورة في الصفحة الواحدة

عدد المواضيع	تكرار المواضيع	مجموع تكرار المواضيع خلال سنة	النسبة	متوسط عدد المواد في السنة	الترتيب
1	12	١٢	%١.٦٣	٤	5
2	٦6	١٣٢	%١٧.٩١		2
3	٨٢	٢٤٦	%٣٣.٣٨		1
4	٥٠	٢٠٠	%٢٧.١٤		3
5	18	٩٠	%١٢.٢١		4
6	6	٣٦	%٤.٨٨		6
7	3	٢١	%٢.٨٥		7
المجموع	-	٧٣٧	%١٠٠		

ويلاحظ من زاوية الإخراج الفني بالنسبة إلى المواد المنشورة، أن معظم عناوين رسائل بريد القراء في "أخبار الخليج" جاءت على امتداد ٤ أعمدة حيث بلغ عدد الرسائل المنشورة ٥٦٢ رسالة امتدّ عنوانها على أربعة أعمدة أو أكثر. في حين تناقص عدد الرسائل التي نشرت عناوينها على ثلاثة أعمدة لـ ٦٥ رسالة . أما الرسائل التي نشرت عناوينها على عمودين فكانت ٥١ رسالة. وأخيراً بلغ عدد الرسائل التي نشرت عناوينها على عمود واحد ٤٣ رسالة من مجمل الرسائل.

٢.١. صنفت الدراسة أولوية المواضيع الاجتماعية، ثم الخدماتية، ثم السياسية على المجالات الأخرى.

جدول (٢)

التصنيف الإجمالي لرسائل بريد القراء المطروحة في الصفحة

النسبة	التكرار	المواضيع
12.08%	82	سياسية
7.66%	52	اقتصادية
14.58%	99	خدماتية
50.96%	346	اجتماعية
7.66%	52	ثقافية
7.07%	48	مجالات أخرى
100%	679	المجموع

٣.١. تصدرت المواضيع الاجتماعية رسائل بريد القراء في "أخبار الخليج" حيث بلغت ٣٤٦ رسالة من أصل ٦٧٩. وأوضحت نتائج تحليل المضمون وجود ٣٤٦ رسالة اجتماعية. وقد كان لها نصيب الأسد من اهتمام القراء في باب بريد القراء، إذ نشرت صحيفة أخبار الخليج طوال العام ٩٠ رسالة ذات علاقة بمواضيع دينية، و ٢٩ رسالة ذات علاقة بموضوع تعليمي، و ٢٧ رسالة للقيم الإيجابية في الحياة و ٢٩ رسالة ذات علاقة بالشأن التعليمي والجامعي، و ٢٣ رسالة عن الآفات الاجتماعية، و ٧ رسائل ذات علاقة بالأحوال الشخصية، و ١٧ رسائل ذات علاقة بالجمعيات الخيرية والأندية، و ٥٥ رسالة متعلقة بالشأن التربوي، و ١٦ رسالة بالتقاعد و ١١ رسالة ذات علاقة بالفساد بوصفه قضية اجتماعية.

جدول (٣)

تصنيف رسائل بريد القراء ذات المضمون الاجتماعي

النسبة	التكرار	المواضيع الاجتماعية
26.01%	90	ديني
8.38%	29	تعليمي (مدارس وجامعات)
2.31%	8	معيشة المواطن
2.02%	7	أحوال شخصية
4.91%	17	جمعيات خيرية وأندية
2.31%	8	صحي
15.90%	55	تربية
4.62%	16	تقاعد
3.18%	11	فساد
4.91%	17	مجالس
2.89%	10	مسؤولية اجتماعية
6.65%	23	آفات اجتماعية
4.91%	17	توظيف والعمل
7.80%	27	القيم الإيجابية والحياة
3.18%	11	أخرى
100%	346	المجموع

٤.١. احتلت القضايا الخدمائية الرتبة الثانية في تصنيف المواضيع الأكثر اهتماماً عند كتاب بريد القراء بمجموع ٩٩ رسالة. وقد نالت المواضيع الخدمائية التصنيف الثاني من اهتمامات القراء في صحيفة أخبار الخليج بمجموع ٩٩ رسالة، جاءت فيها أعلى التكرارات لرسائل المرور بمقدار ٣٥ رسالة، ومن ثمة ٢٤ رسالة للبنية التحتية. ودلت نتائج تحليل المضمون على وجود ١٦ رسالة مرتبطة بموضوع الطرق العامة، وأربع رسائل بالمساجد، وتسع رسائل بترميم البيوت، وسبع رسائل مرتبطة بموضوع طلب مواقف للسيارات.

جدول (٤)

تصنيف رسائل بريد القراء ذات المضمون الخدمائي

المواضيع الخدمائية	التكرار	النسبة
المرور	35	35.35%
طرق عامة	١٦	16.16%
بنية تحتية	٢٤	24.24%
ترميم البيوت	٩	9.09%
طلب مواقف سيارات	٧	7.07%
مساجد	٤	4.04%
اخرى	٤	4.04%
المجموع	٩٩	100%

٥.١. جاءت القضايا السياسية في المرتبة الثالثة بمجموع ٨٢ رسالة. وقد كشفت نتائج استمارة تحليل المضمون تكرارات بسيطة للمواضيع السياسية المطروحة، حيث حصدت المواضيع ذات العلاقة بميثاق العمل الوطني ٥ رسائل فقط طوال العام، أما الرسائل ذات العلاقة بمجلسي النواب والشورى فقد بلغت ١٢ رسالة فقط، و ٤ رسائل فقط للحراك السياسي العام، و ١٦ رسالة ذات علاقة بالأمن. وتنوعت المواضيع السياسية التي صنفت في خانة (أخرى) إذ بلغت ٤٢ رسالة كانت تتمحور حول مواضيع سياسية مختلفة.

جدول (٥)

تصنيف رسائل بريد القراء ذات المضمون السياسي

المواضيع السياسية	التكرار	النسبة
الأمن	16	19.51%
النواب والشورى	12	14.63%
الإرهاب	٦	٧.٣٢%
الميثاق	5	6.10%
البحرين	٩	10.98%
الحراك السياسي العام	٣٤	٤١.٤٦%
المجموع	٨٢	100%

٦.١. الإعلام والبيئة والرياضة أقل المجالات اهتماماً عند كتاب بريد القراء في صحيفة أخبار الخليج. فمواضيع الإعلام والإنترنت والبيئة والرياضة بدت على أنها الأقل اهتماماً وتفاعلاً عند القراء. وأوضحت نتائج التحليل نشر ١٨ رسالة تتعلق بالإعلام مقابل ١٥ رسالة تتعلق بشبكات التواصل

الاجتماعي والإنترنت، ونشر ١٠ رسائل تتعلق بالشأن البيئي، مقابل ٥ رسائل فقط في الشأن الرياضي بمجموع ٤٨ رسالة.

جدول (٦)

تصنيف رسائل بريد القراء حسب مجالات أخرى جديدة

النسبة المئوية	التكرار	مواضيع أخرى
37.5	18	إعلام
٣١.٣	15	إنترنت
٢٠.٨	10	بيئي
١٠.٤	٥	رياضي
٠	٠	أخرى
100%	٤٨	المجموع

٧.١. بيّنت نتائج التحليل أنّ ٥٣١ مقالاً نشر طوال العام، مقابل ١٤٨ شكوى ، و ٣٣ تعقيب من جهة و ١٩ تعقيب قارئ مقابل تدني تكرار نشر الشعر والنثر.

جدول (٧)

تصنيف أنواع رسائل بريد القراء المنشورة

النسبة	التكرار	أنواع المواضيع
72%	531	مقال
20%	148	شكوى
4%	33	تعقيب جهة رسميه
3%	19	تعقيب قارئ
٥%	4	شعر
٤%	2	رثاء
100%	737	المجموع

٨.١. بيّنت الدراسة زيادة الرسائل المرتبطة بالقطاع العام أكثر من القطاع الخاص، إذ بلغ عدد رسائل بريد القراء المنشورة ذات العلاقة بالقطاع العام ٦٨ رسالة ، بينما بلغ عدد الرسائل المنشورة ذات العلاقة بالقطاع الخاص ١٤ رسالة فقط.

جدول (٨)

تصنيف رسائل بريد القراء حسب القطاعات

تصنيف المواضيع بالقطاعات				الشهر
القطاع الخاصّ		القطاع العامّ		
النسبة المئوية	التكرار	% النسبة	التكرار	
100	١٤	100	٦٨	المجموع
82		مجموع القطاعين العامّ والخاصّ		

٩.١. دلّت نتائج الدراسة على ارتباط رسائل الشكاوى بالوزارات. وقد بلغ عدد الرسائل المنشورة ذات العلاقة بوزارة الصحة ٣٩ رسالة. أمّا وزارة الإسكان فقد بلغ عدد الرسائل المنشورة المرتبطة بها ٣٨ رسالة . وبُيّنَت نتائج تحليل المضمون ذكر وزارة التنمية الاجتماعية في ٧ رسائل فقط طوال العام، مقابل ٣٠ رسالة مرتبطة بوزارة الداخلية، و ١٣ رسالة بهيئة الكهرباء والماء، و ٣٠ رسالة بوزارة الأشغال، و ٢٨ بالبلديات طوال العام. أمّا الرسائل المرتبطة بوزارات أخرى أو جهات حكومية أخرى فقد بلغ عددها ١٢ رسالة.

جدول (٩)
جدول يوضح تصنيف رسائل بريد القراء حسب الوزارات المعنية

الوزارات	التكرار	النسبة
الصحة	39	18 %
الإسكان	38	17.7 %
الأشغال	30	14 %
الداخلية	٣٠	١٣ %
البلديات	٢٨	١٣ %
التعليم	١٨	٨.٣ %
الكهرباء والماء	13	6 %
قطاعات أخرى	١٢	٥ %
التنمية	٧	٣.٢ %
المجموع	215	100%

١٠.١. أوضحت نتائج تحليل المضمون وجود ارتباط بسيط بين رسائل بريد القراء والقضايا الاقتصادية، حيث نشرت ١٢ رسالة ذات علاقة بالشأن الاقتصادي العام، وثلاث رسائل ذات علاقة بالخطّة الاقتصادية ٢٠٣٠ وسبع رسائل بقطاع البنوك، وأربع رسائل لكلّ من القروض والاستثمار، وعشر رسائل عن التمكين الاقتصادي، و ٧ رسائل ذات علاقة بالغلاء، وثمانية رسائل عن التوظيف وطلب العمل.

جدول (١٠)
تصنيف رسائل بريد القراء ذات المضمون الاقتصادي

المواضيع الاقتصادية	التكرار	النسبة
الغلاء	٧	١٣.٤٦ %
مواضيع اقتصادية عامة	٩	١٧.٣١ %
الرؤية الاقتصادية ٢٠٣٠	٣	٥.٧٧ %
بنوك وقطاع التأمين	٧	١٣.٤٦ %
قروض	٤	٧.٦٩ %
الاستثمار	٤	٧.٦٩ %
تمكين اقتصادي	١٠	١٩.٢٣ %
التوظيف وطلب عمل	٨	١٥.٣٨ %
المجموع	52	100%

١١.١. بيّنت نتائج التحليل قلة المواضيع الثقافية المطروحة في بريد القراء بمجموع ٥٢ رسالة منها ١٧ رسالة تتعلق بالتراث، و ١٨ رسالة بالثقافة، ثم تسع رسائل للسياحة وسبع رسائل للأدب، وأخيراً رسالة واحدة عن المتاحف.

جدول (١١)

تصنيف رسائل بريد القراء ذات المضمون الثقافي

النسبة	التكرار	المواضيع الثقافية
32.7%	١٧	تراث
34.6%	١٨	ثقافة
13.5%	٧	أدب
17.3%	٩	سياحة
1.9%	1	متاحف
100%	٥٢	المجموع

١٢.١. بيّنت نتائج التحليل وجود ارتباط بين الشكاوى وبين ذكر اسم مسؤول يتم توجيه النداء إليه، إذ جاء توجيه النداء أو المناشدة للوزراء بتكرار ٤٣ رسالة، يليه التوجه بالرسائل إلى سموّ رئيس الوزراء الموقر الأمير خليفة بن سلمان آل خليفة بتكرار ٣٠ رسالة، و ٣٨ رسالة للمسؤولين في الوزارات. وجاءت النتائج المعنيّة باتّجاه الرسائل لتوضح أغلبية الرسائل المنشورة ذات الاتجاه العامّ إذ بلغ تكرار الرسائل في هذا التصنيف ٢١٩ رسالة، في حين تمّ نشر ٩٩ رسالة شخصيّة طوال العام، مقابل ١٠ رسائل فقط تتعلق بمؤسسات.

جدول (١٢)

تصنيف رسائل بريد القراء حسب اتّجاه المادّة

النسبة	التكرار	اتّجاه المادّة
30.2	٩٩	شخصي
3.0	١٠	مؤسسي
66.8	٢١٩	عام
١٠٠	٣٢٨	المجموع

١٣.١. تصدّرت القضايا المحليّة الرسائل المنشورة بتكرار ١٥٧ رسالة، يليها الشأن العربيّ بواقع ٥٢ رسالة، ثمّ الخليجي ١٩ رسالة، ثمّ العالمي ١٥ رسالة.

جدول (١٣)
تصنيف رسائل بريد القراء حسب النطاق الجغرافي

النسبة %	التكرار	النطاق الجغرافي
6.2	15	عالمي
21.4	52	عربي
7.8	19	خليجي
64.6	157	داخلي
100%	243	المجموع

وجاءت النتائج لتبيّن وجود ٦٠ رسالة تمّ فيها الإشارة إلى المدن ، إذ جاء ذكر مدينة عيسى في ١٨ رسالة، والرفاع في ١٤ رسالة، والمحرق في ٩ رسائل وهي الأكثر تكراراً، في حين تباينت النتائج الأخرى وتوزّعت بتكرار قليل جداً. ولا يوجد ربط دالّ بين الرسائل والمحافظات، إذ جاءت النتائج لتبيّن وجود رسالة واحدة تتعلّق بالمحرق، وأخرى بالوسطى، وثلاث رسائل تتعلّق بالمحافظة الجنوبية، وواحدة للعاصمة، واثنيتان للشمالية. وقد يرجع غياب ذكر المحافظات إلى عدم الاهتمام بتوضيح موقع المشاكل مثلاً، أو النطاق الجغرافي للمقال المطروح.

١٤.١. بيّنت النتائج تقدّم تفاعل القراء الرجال على النساء مع صفحة بريد القراء.

جدول (١٤)
تصنيف رسائل بريد القراء حسب النوع الاجتماعي لكاتب الرسالة

النسبة %	التكرار	الجنس
58.5	231	رجل
26.8	106	امرأة
14.7	58	غير محدّد
١٠٠%	395	المجموع

١٥.١. بيّنت نتائج استمارة تحليل المضمون وجود رصد بتكرار قليل للفئات العمرية المتعلّقة بالرسائل، إذ نشرت ١١ رسالة ذات علاقة بكبار السنّ، مقابل ١٠ رسائل للشباب و ٥ رسائل فقط للطفولة، في حين لم تسجّل النتائج وجود أيّ رسالة ذات علاقة بالمراهقين على الإطلاق.

جدول (١٥)

تصنيف رسائل بريد القراء حسب الفئات العمرية ذات العلاقة

النسبة %	التكرار	الفئات العمرية
19.2	٥	طفولة
0.0	0	مراهقة
38.5	١٠	شباب
42.3	١١	كبار السن
%100	٢٦	المجموع

٣. النتائج النوعية:

١.٢. جاءت نتيجة الدراسة لتبين أن الفرضية الأولى التي تنصّ على أن قراء أخبار الخليج يطرحون المواضيع الاجتماعية والاقتصادية في صفحة "بريد القراء"، غير دقيقة. إذ بينت الدراسة أن المواضيع الاجتماعية والسياسية هي الأكثر اهتماماً في باب بريد القراء، مما يدلّ على أن الجانب الاقتصادي غير مطروق بكثرة، أو أن الصحيفة نفسها لا تبرز هذه الرسائل المتعلقة بالجانب الاقتصادي.

٢.٢. أما بخصوص فرضية (أولوية النشر في صفحة بريد القراء تكون للشكاوى لا للمقالات)، فقد بين التحليل أن المقالات هي الأكثر نشرًا، يليها نشر الشكاوى في المرتبة الثانية، ثم تأتي التصنيفات الأخرى بنسب أقل.

٣.٢. وبخصوص الفرضية الثالثة التي تنصّ على (قلة ردود الجهات المختلفة على مشاكل المواطنين المنشورة في باب "بريد القراء")، فهذه الفرضية جاءت صحيحة، فالجهات الرسمية لا تهتمّ كثيراً بالردّ على الشكاوى، ولا يمكن تعميم هذا النهج كأسلوب عمل متبع، بل إن الردود تأتي بشكل مقتضب على عدد قليل جداً من الرسائل، وتتحصر بجهتين أو ثلاثة تُعتبر هي الأكثر تفاعلاً مع الصحيفة كما سيتبين لاحقاً.

٤.٢. الفرضية الرابعة جاءت لتبين اعتبار القراء الرجال هم الأكثر تفاعلاً من النساء مع باب بريد القراء، وهو واقع معاش، فهذه حقيقة بيّنتها النسب المرتفعة جداً للرجال مقابل نسبة ضعيفة جداً للنساء.

٥.٢. القضايا الاجتماعية والخدمية والسياسية هي الأكثر طرحاً في باب بريد القراء في صحيفة أخبار الخليج.

٦.٢. الإعلام والبيئة والرياضة أقل المجالات اهتماماً عند كتاب بريد القراء في صحيفة أخبار الخليج.

٧.٢. جاءت نتائج الدراسة لتوضّح عدم ثبات موقع صفحة بريد القراء في صحيفة أخبار الخليج، إذ يتغيّر موقعها حسب تبويب الصفحات.

٨.٢. المقالات والشكاوى هي الأكثر طرحاً.

٩.٢. جاءت نتائج الدراسة لتبيّن وجود مساحة إعلان ثابتة في صفحة بريد القراء، متمثلة في إعلانات السينما. وهو ما ينمّ عن أهميّة هذه الصفحة.

١٠.٢. الاهتمام بالزوايا الثابتة ونشرها يومياً (الطقس، والمستشفيات، والصلاة) وعدم ثبات زاوية الوفيات.

١١.٢. الاهتمام الأكثر يكون بطرح الرسائل التي تعنى بالقطاع الخاص.

١٢.٢. دلّت نتائج الدراسة على ارتباط رسائل الشكاوى بالوزارات.

١٣.٢. بيّنت نتائج التحليل قلة المواضيع الثقافية المطروحة في بريد القراء.

١٤.٢. لا يوجد ربط دالّ بين الرسائل والمحافظات أو المدينة.

١٥.٢. الوزراء ورئيس الوزراء أكثر المسؤولين الذين يتوجّه القراء إليهم برسائلهم.

١٦.٢. كبار السن هم الأكثر إشارة في بريد القراء والأطفال هم الأقل.

١٧.٢. القراء الرجال هم الأكثر تفاعلاً مع باب بريد القراء.

١٨.٢. وأخيراً بيّنت الدراسة توافق رسائل بريد القراء مع خطّ الصحيفة في المُجمل وعدم نشر ما يعارضها.

توصيات الدراسة:

- إجراء دراسة مُكمّلة تقيس اتّجاه تعليقات القراء على أعمدة الرأي والأخبار المحليّة من خلال الموقع الإلكتروني للصحيفة موضوع الدراسة.
- هذه الدراسة تمهّد لعمل دراسات جديدة تقيس اهتمامات الجمهور في الوسائل الإعلاميّة المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والمواقع الإخبارية.
- رفع سقف الحرّية في التعبير عن المواضيع الأكثر جدّيّة والتي تلامس القطاعات المختلفة في بريد القراء لتحقيق التنوّع والجديّة في الطرح.
- زيادة جراحة الشكاوى في صفحة بريد القراء ، لتكون منبراً لحلّ مشاكل المواطنين.

- تنويع وسائل التواصل وعدم اقتصرها على الإيميل والفاكس بل يمكن إدخال الوتساب أو الانستغرام أو التويتر، بحيث تكون بمثابة بوابات جديدة لدخول القراء في عالم البريد في الصحافة المقروءة ولكن من بوابات جديدة تسهل على القراء التفاعل مع الصحيفة وتكون أقرب إليهم.
- وضع حدٍّ فاصل بين شكاوى القراء وبين السلطة الإعلامية، فالشكاوى يجب أن تذكر بالمصدر، ليكون الهدف هو حل المشكلة لا تمويلها.
- تطوير القوانين المعمول بها في مجال الصحافة لتتصّل على حق الحصول على ردّ مكتوب من الجهات المختلفة على رسائل بريد القراء المنشورة.
- إيجاد صيغة لاستقطاب المزيد من القراء من جهة وتكريم المتعاونين من أصدقاء البريد المتميزين.
- العمل على ثبات صفحة بريد القراء في هيكل الجريدة، فتحديد موقعها يساهم في إعطاء هويّة للصفحة.
- مطلوب زيادة متوسط عدد المواد المنشورة في الصفحة، فنشر عدد قليل من الرسائل قد لا يخدم فكرة تنوّعها.
- مطلوب الجراة في طرح الرسائل المتعلقة بالجهات المختلفة، وخصوصاً القطاع الخاص، فطرح النماذج الجيدة ونقد مواطن القصور أو الاستغلال أمر يصبّ في صالح المجتمع من جهة، ويعزّز دور بريد القراء باعتباره منبراً للتعبير من جهة أخرى.
- الاهتمام أكثر بالقضايا الخليجية، وتكريس العمق الخليجي والوحدة الخليجية في طرح المواضيع.
- الاهتمام بالفئات العمرية المختلفة أكثر فأكثر، فلكل فئة احتياجاتها وقضاياها المختلفة.
- تشجيع النساء والفتيات على التعبير ومراسلة الصحيفة لزيادة عدد القارئات المتفاعلات.

الخاتمة:

إنّ أبواب بريد القراء في كلّ الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم تعتبر أداة لمعرفة اهتمامات الجمهور ومشاغله. ومن هذه الزاوية أضاءت هذه الدراسة مساحة جديدة في واقع الصحافة المحلية البحرينية، وتعميماً في الصحافة الخليجية، مساحة تعلّقت برسائل بريد القراء. وخلصت الدراسة إلى أنّ المواضيع الاجتماعية تتصدّر مجموع رسائل بريد القراء المنشورة في الصحيفة موضوع الدرس. واحتلّت القضايا الخدماتية الرتبة الثانية في تصنيف المواضيع الأكثر اهتماماً عند كتاب بريد القراء. ثمّ جاءت القضايا السياسية في المرتبة الثالثة. وفي المقابل بيّنت الدراسة أنّ المواضيع التي تتعلّق بالإعلام والبيئة، والرياضة هي أقلّ المجالات اهتماماً عند كتاب بريد القراء.

وإذا كان اهتمام القراء في المواضيع الاجتماعية مُنصبًا على المواضيع الدينية، فإنّ المواضيع الخدماتية جاءت فيها أعلى التكرارات لرسائل المرور. ثمّ المواضيع ذات العلاقة بالبنية التحتية. وبخصوص رسائل الشكاوى، فقد توزعت بين وزارة الصحة، ووزارة الإسكان، ووزارة الداخلية، ووزارة الأشغال، والبلديات، وهيئة الكهرباء والماء، ووزارة التنمية الاجتماعية.

وعلى عكس ما كان متوقعاً بأنّ أغلب الرسائل المنشورة تأتي على شكل شكاوى، جاءت النتائج لتبيّن أنّ أغلب الرسائل تأتي على شكل مقالات، مع ملاحظة قلة ردود الجهات المختلفة على شكاوى المواطنين، وكثرة تفاعل القراء الرجال مع البريد.

وكشفت نتائج استمارة تحليل المضمون تكرارات بسيطة للمواضيع السياسية المطروحة، كان أكثرها تكراراً المواضيع المتعلقة بالحراك السياسي العام، تلتها قضايا الأمن الداخلي. أمّا المواضيع الاقتصادية فكان أكثرها تكراراً المواضيع المتعلقة بالاقتصاد بشكل عامّ والتوظيف والعمل.

وبيّنت الدراسة عدم وجود ارتباط كبير بين المشكلة وذكر المحافظة أو تحديد المدينة، إلا أنّ القضايا المحلية كانت الأكثر تكراراً، تليها القضايا العربية، لا الخليجية. وتتمّ توجيه الرسائل والمناشدات في الغالب إلى الوزراء ورئيس الوزراء الموقر، في حين أنّ أغلب الرسائل لا تراعي الفئات العمرية، ولا تعطي دلالة للعمر أو الفئات الأكثر اهتماماً.

وجاءت نتائج الدراسة لتبيّن وجود مساحة إعلان ثابتة في صفحة بريد القراء، متمثلة في إعلانات السينما. كما بيّنت الدراسة ثبات كلٍّ من زاوية مواعيد الصلاة والطقس، وأرقام المستشفيات بشكل يومي، مقابل نشر زاوية الوفيات. وتمّ إخراج معظم عناوين رسائل بريد القراء في ٤ أعمدة. ولوحظ عدم ثبات موقع صفحة بريد القراء، إذ يتغيّر موقعها حسب تبويب الصفحات.

واتضح من خلال الدراسة زيادة الرسائل المرتبطة بالقطاع العام أكثر من القطاع الخاصّ. وبيّنت الدراسة توافق رسائل بريد القراء مع خطّ الصحيفة في المجلد وعدم نشر ما يعارضها.

وفي ما يتعلّق بتتويع وسائل التواصل، مطلوب من صفحة بريد القراء عدم اقتصارها على الإيميل والفاكس. بل يمكن اعتماد سائر شبكات التواصل الاجتماعيّ مثل الوتساب والانستغرام والتويتر، ليتيسّر تفاعل قراء الصحافة المكتوبة مع باب "بريد القراء".

دوامش البحث:

^١ هذه الدراسة تذهب إلى أبعد ممّا ذهب إليه البحث الوارد بعنوان " بريد القراء في الصحافة البحرينية، صحيفة "أخبار الخليج" أنموذجاً، دراسة تحليلية"، للباحثة سماح علام عبدالله القائد، رسالة ماجستير في الإعلام بإشراف د. رضا محمود مثناني، كلية الآداب، جامعة البحرين، نوفمبر ٢٠١٥، ص ١٩٩. والدراسة تتناول موضوع بريد القراء من حيث هو قبل كلّ شيء علاقة بين قراء الصحف والسلطات القائمة، عبر وسيلة إعلام وهي في قضية الحال صحيفة "أخبار الخليج" البحرينية.

^٢ صلاح، خالد (٢٠٠٧). حرية الصحافة، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان. ص ٥١.

^٣ الفاضل (جهاد). أطروحة دكتوراه بعنوان: الخطاب في الصحف اليومية في الفترة من العام ١٩٩٦م إلى العام ٢٠٠٦م.

- ٤ الساعي، محمد (٢٠٠٩). رسالة ماجستير بعنوان: أخلاقيات المهنة في ظلّ تزايد الصحف بالبحرين.. دراسة تطبيقية على قيم الأداء المهني. البحرين: الجامعة الأهلية.
- ٥ الحجري، فاطمة الحجري. رسالة ماجستير بعنوان: الصحافة الاقتصادية في البحرين، البحرين: الجامعة الأهلية.
- ٦ سليمان، مهند (٢٠٠٩). الاحتياجات التدريبية للصحفيين.

- ٧ لازويل (Lasswell): عالم السياسة الأمريكي الذي وضع الأسئلة الاتصالية الخمسة في عالم الإتصال.
- ٨ شانون عالم أمريكي في الرياضيات يعتبر من مؤسسي نظرية الإعلام (information theory). وبحث موضوع التشفير رياضياً. أما ووفر فهو مساعد شانون الذي عمل معه في شركة بل الأمريكية، وقد حددا معاً ثلاث خطوات لسير عملية الاتصال، وطرحاً أيضاً عنصر التشويش الذي يعيقها.
- ٩ أحمد عبدالمجيد، صحيفة الناس، مقالة نشرت بتاريخ ٢٠١٢/٣/٧
- ١٠ سرحان، منصور محمد (٢٠١٠). مؤسسو ورواد الصحافة في مملكة البحرين. إتحاد الصحافة الخليجية. ص ٢٠.
- ١١ مارشال ماكلوهان (١٩١١ - ١٩٨٠م). أستاذ وكاتب كندي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيراً، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية - خاصة التلفاز - تسيطر على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسساتها.
- ١٢ صابات ، خليل وآخرون (١٩٧٥). ترجمة لكتاب مارشال ماكلوهان، كيف تفهم وسائل الاتصال. القاهرة: دار العربية بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر. ص ٢٢٨.
- ١٣ مارك ليفي من أكبر الكتاب الفرنسيين، تربع على عرش المبيعات منذ سنة ٢٠٠٤ ولا يزال، بلغت مبيعات مارك ليفي مثلاً لسنة ٢٠١٠ وحدها ١.٦ مليون نسخة محققة أرباحاً تقدر ب ١٩ مليون يورو.
- ١٤ حجاب، محمد منير حجاب (٢٠١٠). نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. ص ٢٥٨.
- ١٥ منال المزاهرة (٢٠١٢). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة. ص ٢٥٨.
- ١٦ القليني، د. سوزان (٢٠١٥). مناهج البحث الإعلامي: دار النهضة العربية، ص ٤٦.
- ١٧ عبدالعزيز، د. بركات (٢٠١٤). مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ٣٦٣.
- ١٨ SPSS هو برنامج حاسوب ، وهو اختصار لإسم البرنامج (Statistical Package for the Social Sciences)، ومعناها الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وقد ظهرت أول نسخة من البرنامج عام ١٩٦٨ ، ويعتبر من أكثر البرامج استخداماً لتحليل المعلومات الإحصائية في علم الاجتماع.
- ١٩ لقليني، د. سوزان (٢٠١٥). مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: دار النهضة العربية، ص ١٢٨.
- ٢٠ سيد أحمد، شكري. الحمادي، عبدالله (١٩٨٧). منهجية تحليل المضمون، الدوحة: جامعة قطر، ص ٣٠٨.

المراجع:

الكتب:

- البحارنة، تقي (٢٠١٢). عنفوان الكتابة. البحرين: وزارة الإعلام.
- سيار، علي (٢٠١٢). عمر من الكتابة. البحرين: هيئة شؤون الإعلام.
- سرحان، د منصور محمد (٢٠٠٦). الصحافة في البحرين. البحرين: وزارة الإعلام.
- سرحان، منصور محمد (٢٠٠٠). رصد الحركة الفكرية في البحرين خلال القرن العشرين. مكتبة فخر اوي.
- سرحان، د مكي محمد (١٩٩٣). رائد النهضة الأدبية في البحرين. البحرين: مركز الشيخ إبراهيم بن محمد آل خليفة للثقافة والبحوث.
- سرحان، منصور محمد، (٢٠١٠). مؤسسو ورواد الصحافة في مملكة البحرين. إتحاد الصحافة الخليجية.
- يونس، د محمد (٢٠١٤). الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الدراسات:

- العبد، عبد العزيز محمد (٢٠٠٤). "استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير. القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- مركز الدراسات المصرية، دراسة حول القضايا المجتمعية كما تعكسها أبواب بريد القراء في الصحف اليومية المصرية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة تحليلية على عينة من صحيفتين مصريتين.
- الخاجة، مي (٢٠١١). دراسة بعنوان بريد القراء في صحف الامارات في التسعينات. دراسة في تحليل المضمون .- المجلة المصرية لبحوث الرأي العام .- مج ٢ ، ع ٢ .- ص ص ١٥٥ - ١٩٧ .

• بحث حول دور بريد القراء في التعبير عن الرأي العام في ضوء نظرية دوامة الصمت دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصري، إضافة إلى عدد من الكتب المتخصصة في الصحافة والتي تحوى أبوابا ذات علاقة ببريد القراء.

المراجع الأجنبية:

- Cooper, C., Knotts, H., & Haspel, M. (2009). **The Content of Political Participation: Letters to the Editor and the People Who Write Them.** PS: Political Science & Politics, 42(01), 131.
- Raeymaeckers, K. (2005). **Letters to the Editor: A Feedback Opportunity Turned into a marketing tool: An Account of Selection and Editing Practices in the Flemish Daily Press.** *European Journal Of Communication*, 20(2), 199-221.
- Nielsen, R. (2010). **Participation through letters to the editor: Circulation, considerations, and genres in the letters institution.** *Journalism*, 11(1), 21-35
- Leckner, S. (2012). **Presentation factors affecting reading behaviour in readers of newspaper media: an eye-tracking perspective.** *Visual Communication*, 11(2), 163-184.
- McCluskey, M., & Hmielowski, J. (2011). **Opinion expression during social conflict: Comparing online reader comments and letters to the editor.** *Journalism*, 13(3), 303-319.
- Pounds, G. (2006). **Democratic participation and Letters to the Editor in Britain and Italy.** *Discourse & Society*, 17(1), 29-63.
- Ashraf, H. (2013). **Letters to the editor: A resistant genre of unrepresented voices.** *Discourse & Communication*, 8(1), 3-21.



Readers' Letters to the Editors in Gulf Press The Bahraini Newspaper “Akhbar AL-Khaleej” as Example

Associated Prof. Dr Ridha METHNANI

Ridha.mth@gmail.com

Associated Professor of Media

Department of Media, Tourism and Arts

Faculty of Arts

University of Bahrain

Samah Allam Abdulla AL-Qaed

alqaed80@hotmail.com

Master Degree, Department of Media, Tourism and Arts

Faculty of Arts

University of Bahrain

Abstract

This study presents new approach in the descriptive studies which are conducted on the local newspapers in the Arab Gulf Countries. It's obviously a Public Relations' study. It explores the interest of the readers of one of the famous Gulf newspapers: The Bahraini “Akhbar AL-Khaleej”, through analyzing the letters of its readers. The analysis covered the types of topics, the types of readers and what kind of communication mean is used to send the letters .

The study shows that Social nature's topics are the most frequent ones. The second most frequent topics deals with Services and Utilities, and finally the third most frequent topics is related to political interest .

In terms of gender, the study shows that males are contributing more than females. Also the study shows that most of the articles are basically complaints about the public and private sectors. In addition, it was found that most of the articles are addressed to the higher managers of the ministries.

The study analyzed also the responses by the related authorities toward the published letters addressed to the editors. It was found that the responses are less than what is expected due to the leader's directions in the Bahraini kingdom where they clearly stated and supported the right for the public to express their opinions through all means and the importance of getting on time feedbacks.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeh El-Kom - Crossing of Sabri Abo Alam St. & Al-Amin St
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Al Amin St. from Sabry Abo Alam St.
 And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associated professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associated Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

E- Site Manager

Mohamed Ali

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Crossing of Sabri Abo Alam St. & Al-Amin St

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Seventh year - Twenty Second Issue - January / March 2019

Arab Impact Factor 2018 = 1.48

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associated Prof. Dr Ridha METHNANI** - University of Bahrain
Samah Allam Abdulla AL-Qaed - University of Bahrain
Readers' Letters to the Editors in Gulf Press
The Bahraini Newspaper "Akhbar AL-Khaleej" as Example 7
- **Associated Prof. Dr. Akhmed Khamis Kaleel** - American University in the Emirates
Dr. Waleed Lateef Abdullah - University of Baghdad
Uses the Augmented Reality by the Iraqi university students on their smart phones
and the Gratifications achieved for them 8
- **Associated Prof. Dr. Eman Fathy Abdel Mohssen Hussein** - Umm Al-Qura University
Duha Essam Hassan Rawas - Umm Al-Qura University
Media processing of the official pages of the National Center for Measurement
through social networking sites 9
- **Dr. Durebe Abdullah I. Aldurebe** - Ministry of Education (KSA)
Usage of public relations in Saudi universities for Social communication sites and its
relation to the quality of the educational process 10
- **Dr. Tarek Mohammed Elseedy** - Jazan University
Employment of E-learning programs and distance learning programs in teaching
courses of media in the electronic environment of education
An applied study on Jazan University's E-learning program 11
- **Dr. Hassan Farrag Hassan Farrag** - International Academy of Engineering and Media Sciences
The role of media events in the World Youth Forum in developing political awareness
of current events and issues among university students 13
- **Dr. Mohamed Ahmed Khalifa Ahmed** - Minia University
New Media Tools between Political Leading and Misleading. (Field study) Applied on
Egyptian university students. 14
- **Emad Almudaifar** - Al-Imam Mohammad Ibn Saud University
Beyond the "Two-way Symmetric Model" in public relations: A Theoretical Review 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2019@APRA 
www.jprr.epra.org.eg