

الهشّاتك

ودوره في زيادة التعرض لوكالات الأنباء

#twitter 
#facebook

دكتورة

خديرة عادل حمدي

دكتورة صحافة - كلية الإعلام

جامعة بغداد



كلية الإعلام والتواصل

فهرس المحتويات

5.....	مقدمة:
7.....	الفصل الأول
7.....	المبحث الأول: الهاشاك
7.....	مفهوم الهاشاك
9.....	ظهور الهاشاك تاريخيا
12.....	أهم وظائف الهاشاك
15.....	الهاشاك في الفيس بوك
16.....	استخدامات الهاشاك
19.....	دوافع استخدام الهاشاك
21.....	توظيف الهاشاك في العمل الاعلامي
25.....	المبحث الثاني: التعرض
25.....	دوافع التعرض
27.....	أولا. الدوافع والحاجات:
33.....	الفصل الثاني.....
33.....	المبحث الأول: مفهوم وكالات الانباء
38.....	نشأة وكالات الانباء
42.....	الخبر في وكالات الانباء
44.....	الهيمنة والاحتكار الاخباري في وكالات الأنباء
47.....	وكالات الانباء العالمية
50.....	اهم الوكالات الاخبارية العالمية
51.....	اولا - وكالة الأنباء الفرنسية:
53.....	ثانيا - وكالة الاسيوشيتد برس:
54.....	ثالثا - وكالة رويترز:
55.....	وكالات الأنباء في العالم العربي
58.....	وكالات الأنباء المحلية
59.....	وكالات الانباء في العراق

136.....	جدول (41) يقيس اسباب اعتماد افراد العينة على الهاشاك
139.....	جدول رقم (42) يوضح انواع موضوعات الهاشاك الاكثر متابعة من قبل المبحوثين
141.....	جدول رقم (43) يوضح مجالات استفادة المبحوثين من متابعة الهاشاك
144.....	جدول رقم (44) يوضح مستويات تفاعلية المبحوثين مع الهاشاك على صفحات الوكالات الاخبارية على موقع الفيس بوك
146.....	جدول رقم (45) يوضح مزايا الهاشاك بتقدير المبحوثين
147.....	جدول رقم (46) سلبيات الهاشاك المستخدم في صفحة الوكالات على موقع فيس بوك كما يراها المبحوثين
149.....	نتائج البحث
166.....	الاستنتاجات
168.....	التوصيات
169.....	المراجع والمصادر
169.....	الكتب العربية
178.....	الرسائل والاطاريح
179.....	المجلات العلمية
180.....	الروابط الالكترونية
181.....	المصادر الانكليزية
181.....	A.BOOK
185.....	B.SCIENTIFIC JOURNALS(PUBLISHED SCIENTIFIC RESEARCH):
189.....	C.RESEARCHS PHD AND MA
192.....	فهرس المحتويات