

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

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

مساعدو 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.

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

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: 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

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء الأول - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

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 عبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، 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).

- استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات «المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً»
أ.م.د. سلوى أحمد محمد أبو العلا
٩
-
- تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية فى التواصل الداخلى بالمؤسسات الصحفية على فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال
أ.م.د. أمل محمد خطاب
٨١
-
- وعي الجمهور الفلسطيني لمخاطر استخدام أطفالهم للهواتف الذكية «دراسة ميدانية»
أ.م.د. طلعت عبد الحميد عيسى
١٤١
-
- إدارة الاتصال الفعال عبر الفيس بوك: مدى توظيف العلاقات العامة في شركات الاتصالات الخلوية الفلسطينية لنظرية الاتصال الحوارى في إدارة السمعة المؤسسية
أ.م.د. معين الكوع، عائدة فخر الدين
١٦٥
-
- تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية»
د. أسامة عبد الحميد محمد
١٩٥
-
- خطابات التهجين الثقافى للمواقع والشبكات الإلكترونية العلمانية والإلحادية وتفاعل الشباب معها
د. رباب عبد المنعم محمد التلاوي
٢٣٧

- الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية
٣١٥ «دراسة تطبيقية فى إطار نظرية المسئولية الاجتماعية»
د. شريهان محمد توفيق، د. شيرين محمد كدوانى
-
- أثر نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك
٣٥٧ على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع
د. محمود محمد عبدالحليم
-
- دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع
٤١٧ «اليوتيوب»
د. هشام البرجي
-
- دور مواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة فى تشكيل صورة مصر
٤٥١ واتجاهات الشباب نحوها (دراسة تطبيقية)
آية حمدي محمود تركي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

غانم السعيد

رئيس التحرير

الافتتاحية

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه أجمعين .

أماً بعد ...

فإن مجلة البحوث الإعلامية التزاما منها بالعهد الذي قطعتة على نفسها منذ صدور عددها الأول بأن تكون البحوث التي تنشرها فيها من الجدة والابتكار ما يجعل منها إضافة حقيقية إلى الدراسات الإعلامية المتميزة، قد فرض عليها هذا الالتزام أن يكون محكمو بحوثها من خيرة علماء الإعلام في جامعات مصر والوطن العربي، وبفضل هذا الالتزام استطاعت المجلة أن تكون الأولى على كل المجالات العلمية التي تصدرها كل كليات وأقسام الإعلام في مصر في التقييم الأخير للمجلس الأعلى للجامعات هذا العام ٢٠٢٠م.

وهذا ما جعل المجلة تتال ثقة واحترام الباحثين فتدافعت عليها البحوث من داخل مصر وخارجها حتى اضطرت هيئة التحرير تحت هذا الضغط إلى إصدار أكثر من جزء في هذا العدد .

والمجلة في ظل هذه الثقة المُقدَّرة من الباحثين، فإنها تُعدُّهم بأنهم سيجدون مع كل عدد منها الجديد المبتكر شكلا ومضمونا مما يدعوهم إلى الفخر والاعتزاز لنشرهم بحوثهم في هذه المجلة ، وسوف يشعر كل من نشر بحثا في هذا العدد بتلك النقلة النوعية التي حدثت للمجلة من ناحية استقبال البحوث، وسرعة إرسالها للمحكمين، ثم المتابعة الدقيقة لها حتى يتم طبعا ونشرها في أبهى حلة، وأفضل صورة.

وهذا العدد رقم ٥٤ الذي بين يدي القارئ قد جاء متصدرا ببحث للدكتورة/ سلوى أحمد محمد أبو العلا، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنيا، عنوانه: «استخدام الإنفو جرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات» المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجا».

ثم جاء بحث الدكتورة/ أمل محمد خطاب- الأستاذ المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب -جامعة بنها، بعنوان: «تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية في التواصل الداخلي بالمؤسسات الصحفية على فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال» . ثم بحث الدكتور/ طلعت عبد الحميد عيسى، أستاذ الصحافة المشارك بقسم الصحافة والإعلام- كلية الآداب- الجامعة الإسلامية بغزة، بعنوان «وعي الجمهور الفلسطيني لمخاطر استخدام أطفالهم للهواتف الذكية» دراسة ميدانية».

وأعقبه بحث الدكتور/ معين الكوع، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والاتصال - جامعة النجاح الوطنية نابلس- فلسطين، والباحثة عائدة فخر الدين، بقسم العلاقات العامة

والاتصال - جامعة النجاح الوطنية نابلس- فلسطين، بعنوان: « إدارة الاتصال الفعال عبر الفيس بوك: مدى توظيف العلاقات العامة في شركات الاتصالات الخلوية الفلسطينية لنظرية الاتصال الحوارية في إدارة السمعة المؤسسية».

بينما جاء بحث الدكتور/ أسامة عبد الحميد، مدرس العلاقات العامة بقسم الإعلام- بكلية الآداب- بجامعة كفر الشيخ، بعنوان: «تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي» «دراسة ميدانية»، وتبعه بحث الدكتورة/ رباب عبد المنعم محمد التلاوي، مدرس الإعلام- بكلية الآداب- جامعة المنيا، بعنوان: «خطابات التهجين الثقافي للمواقع والشبكات الإلكترونية العلمانية والإلحادية وتفاعل الشباب معها»، وأعقبه بحث الدكتورة/ شريهان محمد توفيق، مدرس الصحافة الإلكترونية، بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة أسيوط، والدكتورة/ شيرين محمد كدواني، محاضر الإعلام الإلكتروني، بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة أسيوط، بعنوان: «الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية» «دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية»، ثم تبعه بحث الدكتور/ محمود محمد عبدالحليم، مدرس الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة -جامعة عين شمس، بعنوان: « أثر نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفو جرافيك على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع»، ثم بحث الدكتور/ هشام البرجي، المدرس بقسم الإعلام الجديد بكلية الإعلام- الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، بعنوان: «دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع «اليوت يوب»».

ويكتمل عقد بحوث الجزء الأول من هذا العدد ببحث آية حمدي محمود تركي، المعيدة بقسم الإذاعة والتلفزيون - جامعة فاروس بالإسكندرية، بعنوان: «دور مواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة في تشكيل صورة مصر واتجاهات الشباب نحوها» (دراسة تطبيقية). وبهذه البحوث المذكورة تقدم مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر، للمكتبة الإعلامية العربية إضافات جديدة في صرح دراسات الإعلام العربي.

والحمد لله صاحب الفضل والمنة

رئيس التحرير

أ د/ غانم السعيد

الصفحة الرئيسية

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة. الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنيية	5	2536-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	اتحاد الجامعات العربية	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشرق	3.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	1110-5844	

الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمىة عبر الشبكات الاجتماعىة
دراسة تطبىقىة فى إطار نظرىة المسؤلىة الاجتماعىة

- **The professional practice of regional journalism on social networking sites:**
An applied study based on Social Responsibility Theory

د/ شرىهان محمد توفىق shora122010@gmail.com

مدرس الصحافة الإلكترونىة، بقسم الإعلام، كلىة الآداب جامعة أسىوط

د/ شىرىن محمد كدوانى sh_sk_84@yahoo.com

محاضر الإعلام الإلكترونى، بقسم الإعلام- كلىة الآداب جامعة أسىوط

ملخص الدراسة

يسعى البحث لاستكشاف واقع الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية باختلاف أنماطها (الصحف الورقية- صحافة المواطن)، بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط بجمهورية مصر العربية -محل إقامة الباحثين- على موقع فيس بوك، وذلك باستخدام تحليل المضمون الكيفي لكل من: سياسات وضوابط النشر على تلك الصفحات، والمنشورات التى تنشرها، وتعليقات القراء عليها من جانب، وإجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على تلك الصفحات من جانب آخر، وذلك فى إطار نظرية المسئولية الاجتماعية.

وقد خلص البحث إلى أن الشبكات الاجتماعية بشكل عام وفيس بوك بشكل خاص أصبحت مجالاً لممارسة العمل الصحفى؛ فقد استغل المواطن العادى والصحفى المحترف ما توفره الشبكات الاجتماعية من إمكانيات للنشر؛ للتغلب على ما تواجهه الصحافة الإقليمية الورقية من مشاكل التمويل والتوزيع والطباعة وغيرها، ما يمكن معه التأكيد على أن الصحيفة الإقليمية فى صورتها الجديدة على الشبكات الاجتماعية نجحت إلى حد بعيد فى أداء وظائفها وفقاً لفروض نظرية المسئولية الاجتماعية.

وقد أثبتت الدراسة أن السياسة التحريرية تتحكم فى الأداء الصحفى على الشبكات الاجتماعية بشكل كبير، والتى بدت واضحة تماماً من خلال المادة الصحفية المنشورة وطريقة التعامل مع تعليقات القراء؛ وهو ما يمثل إطاراً مهنيًا وأخلاقياً يحكم الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الإقليمية، الشبكات الاجتماعية، المسئولية الاجتماعية للصحافة.

Abstract

The study aimed to explore the professional practice of regional journalism on social networking sites of both traditional newspapers and citizen journalism. Through the theoretical framework of Social Responsibility Theory, this descriptive study conducted on two pages of regional news of Assiut Governorate on Facebook (Al-Assayta & Assiut Street pages), using a qualitative content analysis of publishing policies and terms, pages posts, and users' comments on those pages, besides conducting a field study on the communicators of the two pages.

The study concluded that the social networking sites in general and Facebook in particular has become a perfect field for practicing journalism work. The ordinary citizens and professional journalists have taken advantage of the social networking sites publishing capabilities to overcome the regional traditional newspapers problems, which include financing, distribution, printing, etc. Therefore, we can say that the regional newspaper in its new form on the social networking sites has succeeded to a large extent in performing its functions according to the assumptions of the theory of social responsibility.

The results also proved that the editorial policy still used to control the journalistic performance on the social networking sites, what appeared clearly through the pages posts and the users' comments, which represent a professional and ethical framework that regulates the professional practices of regional journalism on social networking sites.

Keywords: The regional journalism, Social networking sites, Social Responsibility Theory.

نظريًا وعلى مستوى البحوث والدراسات الأكاديمية تعتبر الصحافة الإقليمية نوعًا من أهم أنواع الصحف على الإطلاق، كونها وسيلة لدعم وربط المواطن بمجتمعه المحلي، بينما عمليًا وعلى أرض الواقع لم تستطع الصحف الإقليمية الورقية حتى وقتنا هذا أن تتجو من ضغوطات وتحديات التذبذب الصحفي المادي والمعنوي، خصوصًا في الأقاليم التي تعاني الكثير من المشكلات، من هنا ربما كان التزاوج بين هذا النوع من الصحافة والنوع الجديد المسمى بـ«صحافة الشبكات» طوقًا لِنجاة الصحف الإقليمية من الاندثار بعدما واجهته من تحديات.

فمؤخرًا أصبحت الشبكات الاجتماعية منصاتٍ للعمل الصحفي، ومكَّنت الصحف من الوصول لأعداد كبيرة من المستخدمين، والتفاعل معهم بشكل كبير، ولكن فى الوقت نفسه تُتَّهم هذه الشبكات بأنها أقل التزامًا بالقواعد الصحفية، سعيًا وراء التحديث السريع للأخبار وجذب عدد كبير من القراء، وهو ما يستدعى دراسة طبيعة الممارسة المهنية الصحفية عبر تلك الشبكات.

❖ مشكلة الدراسة:

تواجه الصحافة الإقليمية الورقية فى مصر بشكل عام، وفى صعيد مصر بشكل خاص الكثير من المعوقات التى تحول دون قيامها بدورها فى خدمة المجتمعات المحلية، وهو ما دفع كثيرون لاستخدام الشبكات الاجتماعية كمنفذ لنشر الأخبار ومناقشة قضايا المجتمعات المحلية، والتى لا تأخذ القدر الكافى من اهتمام الإعلام القومي، ولا سيما صعيد مصر الذى يعانى من التهميش على الجانب الإعلامى، فقد تعددت الصفحات التى تستهدف توفير خدمات إعلامية لأفراد المجتمع المحلى عبر تلك المواقع، والتى أسستها جهات مختلفة بدءًا من المواطن العادى مرورًا بالصحف الورقية وانتهاءً بالجهات الحكومية.

ومن ثم يسعى هذا البحث إلى استكشاف طبيعة الممارسة المهنية عبر تلك الصفحات باختلاف أنماطها (صحف ورقية - صحافة مواطن)، بالتطبيق على

الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط بجمهورية مصر العربية - محل إقامة الباحثين- على موقع الفيس بوك، باستخدام تحليل المضمون الكيفى لكل من: سياسات وضوابط النشر على تلك الصفحات، والمنشورات التى تنشرها، وتعليقات القراء عليها من جانب، وإجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على تلك الصفحات من جانب آخر.

❖ أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى:

- الارتفاع الملحوظ فى أعداد مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وبروزها كمصدر أساسى للحصول على الأخبار، وهو ما يقتضى دراسة مدى الالتزام المهنى والأخلاقى فى صحافة الشبكات الاجتماعية Networked Journalism، وذلك فى إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- حاجة المكتبة الإعلامية إلى دراسات تطبيقية تكشف عن طبيعة الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية فى ظل الحرية التى تنعم بها تلك الشبكات، وعدم وجود إطار أخلاقى وقانونى ينظم النشر عليها.

❖ أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو:

- الكشف عن واقع الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية فى إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- ومن هذا الهدف الرئيس تتفرع الأهداف الفرعية التالية:
- رصد مدى اهتمام الصحف الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية بوضع ضوابط مهنية وأخلاقية للنشر، سواء فيما يتعلق بالمضامين التى ينشرها القائمون على تلك الصحف أو تلك التى ينشرها المستخدمون.
- الكشف عن مدى التزام مؤسسي هذه الصحف بتطبيق تلك الضوابط المهنية والأخلاقية على الجانب العملي، من خلال تحليل المضامين المنشورة عبر تلك الصحف، والتعليقات الواردة عليها.
- التعرف على سمات القائمين بالاتصال على الصحف الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، ومدى وعيهم بالمسؤولية الأخلاقية والمهنية للعمل الصحفي.

*تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيس، هو:
- ما طبيعة الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية؟
ومن هذا التساؤل تتفرع مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:
١. ما أبرز سمات القائمين بالاتصال على صفحات الصحافة الإقليمية على موقع الفيس بوك؟ ، وما مدى وعيهم بالمسئولية الأخلاقية والمهنية للعمل الصحفى؟.
 ٢. ما مدى اهتمام القائمين على الصفحات -عينة الدراسة- بوضع قواعد وضوابط مهنية وأخلاقية للنشر على الصفحة؟.
 ٣. ما مدى التزام القائمين على الصفحات -عينة الدراسة- بتطبيق تلك الضوابط المهنية والأخلاقية على الجانب العملى؟.
 ٤. ما أوجه الشبه والاختلاف فى طبيعة الممارسة المهنية بين الصفحات عينة الدراسة (الصحف الورقية - صحافة المواطن)؟.

*الدراسات السابقة:

- تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما:
- المحور الأول: دراسات تناولت الصحافة الإقليمية.
 - المحور الثانى: دراسات تناولت صحافة الشبكات الاجتماعية.
 - المحور الأول: دراسات تناولت الصحافة الإقليمية:
- رصدت الباحثان اهتمام عدد محدود من الباحثين بدراسة الصحافة الإقليمية، والتي انتهت لعدة نتائج يمكن تقسيمها تحت العناصر التالية:
- ١- الصحافة الإقليمية لم تنجح دائماً في تلبية رغبات القراء:
 - كشفت الدراسات عن عدم اهتمام الصحف الإقليمية التي تصدر في إقليم الصعيد بقضايا التنمية المختلفة، حيث لا تمثل مساحتها أكثر من (٣٣٪) (عبد الرحمن، ١٩٩٤).
 - تضائل اهتمام الصحف الإقليمية بالشئون السياسية والعلمية، مقابل تزايد الاهتمام بالشئون الاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية والرياضية (صديق، ٢٠١١).
 - تميزت الصحف الإقليمية كونها الأقرب للحدث المحلي خصوصاً وقت الأزمات والكوارث، فهي الملجأ الأول للقارئ في تلك الحالات، خاصة بعد انتقالها لشبكة الإنترنت (Machin & Mayr ٢٠٠٧) (Dill & Wu ٢٠٠٩).

٢- الصحافة الإقليمية تواجه الكثير من التحديات:

- تواجه الصحف الإقليمية المصرية عدة عقبات هى: معظم محرريها من الهواة غير المؤهلين صحفياً والعاملين فى وظائف تابعة لأجهزة الحكم المحلي، التمويل والرسوم والضرائب الباهظة لإنتاج الصحف، وخاصة إذا كان هناك دعم رسمى من محافظ الإقليم، كذلك عقبة التوزيع لعزوف المواطنين عن قراءتها لضعف تحريرها، وعدم انتظام دورية صدورها؛ فغالبيتها ليس لها موعد محدد للصدور، وإنما يأتي ذلك وفقاً لما تم تديره من مبالغ مالية تكفي لإخراج عدد واحد. وقد تسببت عدم رغبة الحكومة فى وجود صحف تعارضها فى قلة الصحف الإقليمية وعدم استمراريتها (أحمد، ٢٠١٦) & (المسلمي، ٢٠١٥).

- وفيما يخص الإخراج تفتقد الصحف الإقليمية للكوادر الصحفية المؤهلة والمدربة والتجهيزات الفنية المتطورة (طلعت، ١٩٩٥).

- يواجه القائمون بالاتصال بالصحف الإقليمية المشكلات التالية: ضعف العائد المادي، ضعف المهنة، الشعور بعدم تقدير الكفاءات، الشللية والمحسوبية، المحاباة فى نشر الموضوعات الصحفية، وعدم التشجيع على الابتكار، كما تعكس الوضعية المهنية للقائمين بالاتصال بالصحافة الإقليمية بالصعيد على اختلاف انتماءاتهم صورة قاتمة، فمعظمهم غير مؤهلين أكاديمياً، ومن غير النقابيين، ويتخذون من الصحافة عملاً إضافياً إلى جانب وظائفهم الأساسية، فضلاً عن عدم إلمامهم بتشريعات وأخلاقيات العمل الإعلامي، كما أن معظم رؤساء التحرير يواجهون ضغوطاً اقتصادية وسياسية ومهنية (عمران، ٢٠٠٢) & (فهيمى، ١٩٩٨).

٣- الصحافة الإقليمية تسان حال السلطة المحلية:

- إن السياسة التحريرية للصحيفة وتوجهات رؤساء العمل والعلاقة مع السلطة المحلية لها الأولوية فى تحديد مضمون الصحف الإقليمية؛ بينما تتراجع العوامل المتعلقة بحاجة القراء وبمبادئ وأخلاقيات العمل الصحفي (عمران، ٢٠٠٢).

- تمتلك السلطات المحلية (ديوان عام المحافظة والمجالس الشعبية المحلية والحزب الحاكم) النصيب الأكبر من إجمالي الصحف الإقليمية، فيما تمتلك الأحزاب المعارضة والجمعيات والهيئات والأندية والأفراد الباقي (فهيمى، ١٩٩٨).

- تستأثر صحيفة الحزب الحاكم الإقليمية بإعلانات الدعم بنسبة (٧٢٪)، بينما تصل هذه النسبة إلى (٤٤٪) فى الصحف الحزبية الأخرى (المجلس الأعلى للصحافة، ١٩٩٤).

٤- الإنترنت الملجأ الأخير للصحف الإقليمية:

- أصبحت شبكة الإنترنت بمثابة الحل الذي قضى على العثرات الاقتصادية بالصحف الإقليمية، وأسهمت في الارتقاء بالمنتج والأداء الصحفي (Graham & Hill, 2007) (Smart, 2010).
- أسهمت الإنترنت في اكتمال حلقة الاتصال ما بين المرسل والمتلقي، كونها سمحت لهذا المتلقي بالتفاعل والمشاركة وحولته من شخص سلبي إلى متفاعل إيجابي لديه القدرة على مراقبة الأداء الإعلامي، فميزة التفاعلية أهم مزايا العمل الصحفي على الإنترنت (Neilson & Willet 1999) (Keeble 2004).
- مكّنت الشبكات الاجتماعية الصحف الإقليمية من التعرف بشكل أكبر على المجتمعات التي تخدمها، ودراسة اهتمامات القراء من خلال ردود الأفعال التي تصلهم بشكل فوري (Hess & Bowd 2015) (Kathryn & Kristy 2015).

- المحور الثاني: دراسات تناولت صحافة الشبكات الاجتماعية:

رصدت الباحثان اهتمام الباحثين بدراسة صحافة الشبكات الاجتماعية، وتوصلت هذه الدراسات لعدة نتائج يمكن تقسيمها تحت العناصر التالية:

١- توظيف الصحف الورقية للشبكات الاجتماعية:

- اهتمت غالبية الصحف الورقية الإقليمية بإنشاء صفحات لها على الشبكات الاجتماعية؛ ارتباطاً بما تواجهه من مشاكل تراجع التوزيع وعدم التواصل مع الجمهور (Ewart, 2003) (Gloviczki, 2015).
- أسهمت الشبكات الاجتماعية في تغيير بيئة العمل الصحفي؛ فالصحف تعين محررين ومراسلين متخصصين للنشر على الشبكات، وتقدم الدورات التدريبية لهم (Newman, 2009).
- تستخدم الصحف الورقية الشبكات الاجتماعية كأداة لنشر الأخبار العاجلة؛ للحفاظ على سمعتها في السوق وأسبقيتها في نشر الأخبار، وللترويج للمؤسسة الصحفية، والوصول لمجتمعات جديدة ودفعها لمتابعة نسختها الورقية وموقعها على الإنترنت، وللحصول على رجع صدى فوري لما تنشره؛ ما يساعدها على التواصل بشكل أفضل مع الجمهور، بالإضافة لمساعدة أفراد الجمهور المحلي على التواصل مع بعضهم البعض، ومساعدة الصحفيين في جمع الأخبار من المواطنين (Antonacci, 2014) ، (Ewart, 2003) ، (Gloviczki, 2015) ، (Newman,

(2011)، (Vis, 2013)، (White, 2012).

- تهتم صفحات الصحف الورقية على الشبكات الاجتماعية بالبعد الإنساني في الأخبار، كأخبار الجرائم والعنف وقضايا المحاكم، يليها أنشطة النوادي الاجتماعية والأحداث الثقافية المحلية، ثم القضايا المتعلقة بالصحة والرياضة والتعليم، بينما كانت الأخبار الاقتصادية والسياسية قليلة جدًا. فالمنشورات التي تحظى بأفضلية لدى القراء تحدد أولويات النشر لدى الصحف (Antonacci, 2014). (D'heer. & Paulussen, 2012).

- لا توجد لدى الصحف الورقية استراتيجية محددة لتوظيف الشبكات الاجتماعية، فهم يستخدمونها لنشر عناوين الأخبار فقط دون الاستفادة من الأشكال التفاعلية التي توفرها الشبكات؛ نظرًا لنقص عدد الصحفيين الخبراء في استخدام الشبكات، ونقص الأموال المتوفرة لتدريب الصحفيين أو توظيف كوادر جديدة؛ فالمؤسسات الصحفية ذات التوزيع الكبير فقط لديها شخص مسئول عن صفحاتها على الشبكات الاجتماعية (إسماعيل، 2014)، (Antonacci, 2014)، (Bakker, et al., 2013), (De Torres et al., 2011).

- تتعامل الصحف مع الشبكات الاجتماعية كأداة اتصال أحادية الاتجاه؛ فيستخدمونها لتحديث ونشر آخر الأخبار فقط، ولم يهتموا بمشاركة القراء في النقاش، ولم يطلبوا من القراء إمدادهم بالأخبار (Gloviczki, 2015)، (Duffy, 2012)، (Villi et al. 2016).

- أثرت صحافة الشبكات على الصحف الورقية الإقليمية؛ فكثير منها غير قادرة على الصدور بشكل منتظم، وهناك مخاوف من انخفاض توزيعها، وأن يصبح صدورها حصرى على الشبكات فقط (Thomas, 2013).

٢- صحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية:

- تتمتع صحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية بالكثير من معايير الثراء الإعلامي؛ هي: الفورية وسرعة رجع الصدى، سهولة الأسلوب الذي يتم كتابة الأخبار به باستخدام اللغة العامية وبأسلوب نقاشي، تعدد الوسائط المستخدمة كالنص والصورة والفيديو والروابط الفائقة، لتسهيل نقل المعلومات بأشكال مختلفة، أرشفة المعلومات وتبادلها (عبد المعطى، 2013)، (Khasib 2015).
- لاقت ظاهرة المواطن الصحفي قبولًا واسعًا كمصدر للأخبار. فقد نجح المواطن الصحفي في نقل الكثير من الأحداث الهامة التي عجز الإعلام الرسمي عن

نقلها، واستطاعت وضع أجندة الأخبار فى المجتمعات المحلية خلال ثورات الربيع العربى. فأصبح مستخدمو الشبكات الاجتماعية مواطنين صحفيين يقومون بدور حارس البوابة Watchdog مثل الصحفيين؛ نتيجة للتعليم، وفرض الرقابة من الدولة، وقطع الاتصالات فى حوادث كثيرة (عبد المعطى، 2013)، (Asem, 2013)، (Jung, 2016)، (Khasib, 2015).

– ارتبط دافع المواطن العادى لإنشاء صفحات لنشر الأخبار عبر الشبكات الاجتماعية بعدم الثقة فى مصادر الأخبار التقليدية، والرغبة فى تقديم بديل لها، وتكوين صحافة تتسم بالأنية والمصداقية، وهو ما أسهم فى ظهور السلطة الخامسة فى بيئة الأخبار الجديدة. وهم لا يرون أنفسهم كصحفيين؛ لأن الصحافة مهنة مؤسسية وليست فردية. كما أن معيار مصداقية المعلومات لديهم يختلف عن الصحافة التقليدية، فهم يقيمون مصداقية المعلومات وفقًا لمدى معرفتهم بالمصدر وثقتهم الشخصية فيه، وتوافر الدليل المرئى (Elsayed, 2013)، (Kim, 2014)، (Newman et al., 2012)، (Lowrey, 2014)، (Veenstra et al., 2015)، (Mutsvairo et al., 2012).

– اهتم المواطنون الصحفيون بتغطية أخبار المجتمع اليومية، فهم ينشرون القصص الإخبارية بناءً على اهتماماتهم وخبراتهم الشخصية، أو على معلومات من المؤسسات المحلية التى ينتمون إليها. كما يعتبرون المصدر الوحيد فى القصص التى ينشرونها، ويهتمون بنشر لقطات للأحداث أكثر من المضمون، ويحتاجون لتدريب صحفى؛ لأن الجمهور لا يقبل المحتويات التى يقدمونها (D'heer & Pau- 2012، (Khasib, 2015).

– نموذج صحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية يقوم على الاتصال من أسفل إلى أعلى فى الإنتاج والتوزيع، خلافًا للصحافة التقليدية التى تتميز بأنها مركزية وتسير وفق نظام روتينى، وتعتمد على المصادر الرسمية وقيم الأخبار التقليدية والسياسة التحريرية؛ فالمواطنون الصحفيون ليسوا صحفيين محترفين، ولكنهم هواة لم يدرسوا الصحافة (عبد المعطى، 2013)، (Radsch, 2016).

– الصحفى المحترف لا يتقبل فكرة أن المواطن صحفىًا، بل يعتبرونه مساعدًا لهم على أداء مهنتهم ولا يعتبرونه منافسًا، فالصحافة مهنة تستند إلى آداب وأخلاقيات على صانع المضمون الإعلامى أن يكون مطلعًا عليها، ولا يتم ذلك إلا بالتكوين الأكاديمى أو المهني. وأظهر الصحفيون استعدادهم للإفادة من هؤلاء المواطنين

كمصادر إخبارية، لكن مع الاحتفاظ بدورهم التقليدي في حراسة البوابة، فثقتهم بالمواطن لا تنفي حاجتهم للتحقق من الخبر (حلاوة، ٢٠١٥).

- البيئة الإعلامية حاليًا تأوي الصحفي المواطن والصحفي المحترف، وتضعهما على قدم المساواة، وهو اندماج بين نمطين من أنماط الرسالة الإعلامية، الأول يعده الصحفي المواطن المعنى بالحدث أو القريب منه، والثاني يعده الصحفي المحترف المنتسب لمؤسسة إعلامية (بعزيز، ٢٠١٤).

٣- جمهور صحافة الشبكات الاجتماعية:

- الفيس بوك يتخطى تويتر كمصدر للحصول على الأخبار المحلية بين الشبكات الاجتماعية. وغالبية القراء لا يتصفحون صفحات المجالات الورقية بانتظام، ولكن يلجأون لها حال وجود حدث مهم أو مثير؛ كونها سهلة الاستخدام، وتساعدهم على الإلمام بأخبار مدينتهم، والموضوعات المتعلقة بحياتهم اليومية (Antonacci, 2014)، (Aref, 2013)، (Asem, 2013)، (Lin, 2014)، (Rosenstiel, et. al., 2011).

- احتلت الشبكات الاجتماعية المرتبة الأولى من تفضيل الجمهور لأشكال صحافة المواطن؛ لعدم تلبية وسائل الإعلام التقليدية لاحتياجاتهم من الأخبار، وخضوعها لسياسات معينة. وكانت الأخبار المنتجة بواسطة الصحفيين أكثر مصداقية من الأخبار التي ينتجها غير المهنيين (عبد المعطى، 2013)، (Hermida, 2012)، (Masip et al., 2015).

- مكّنت الشبكات الاجتماعية المستخدمين من نشر الأخبار، فهم لا يستهلكون الأخبار فقط، ولكنهم يشاركونها ويضيفون إليها، فالشبكات الاجتماعية خلقت نوعًا جديدًا من المحررين هم المواطنون المحررون أو المستخدمون المحررون (Aref, 2013)، (O.Hirsch & Sundar, 2015)، (Urban & Bodoky, 2013)، (Villi, et al., 2016).

- ارتبط استخدام الفيس بوك كمصدر للأخبار بعوامل السن والنوع والرضا عن الحياة؛ فصفار السن والنساء والأقل رضا عن حياتهم كانوا أكثر استخدامًا للفيس بوك للحصول على الأخبار (Glynn et al., 2012).

- اختلاف معايير الانقرائية في صحافة الشبكات عن الصحافة الورقية، حيث تحظى الأخبار التي تتضمن الصور والإنفو جراف ورجع الصدى الفوري بالأفضلية لدى الجمهور (Bastos, 2014)، (Zago & Bastos, 2013).

- كانت التفاعلية واستقلالية الوسيلة من أبعاد مصداقية الوسيلة لدى الجمهور، بينما كانت قوة الحجة وحدثة المنشورات من أبعاد مصداقية الرسالة على الشبكات الاجتماعية (Lee, 2015)، (Li & Suh, 2015)، (Westerman et al., 2014).

٤- المعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لصحافة الشبكات الاجتماعية:

- لم تحدد أى صحيفة قواعد للنشر أو أدلة إرشادية لكيفية استخدام الشبكات الاجتماعية للعاملين بها، ورغم استحداث وظيفة «مختص وسائل الإعلام الاجتماعي» بعدة مؤسسات، إلا أنه تم اختياره للإدارة التقنية للصفحات، وغير ملم بالقواعد المهنية الصحفية (حلاوة، 2015)، (European Commis-The، 2012)، (De Torres et al., 2011)، (White, 2012).

- يؤدي الهمّ التسويقي دورًا أساسيًا في أولويات الصحف التي تستخدم الشبكات لجذب الحركة النشطة على صفحاتها لإرضاء المعلن، وتلجأ لنشر أخبار الفضائح والإثارة لزيادة عدد الزيارات لصفحاتها (الشهاوى، ٢٠١٥)، (حلاوة، ٢٠١٥).

- تواجه الشبكات الاجتماعية -كأداة صحفية- تحديات أخطرها قضية المعايير المهنية الصحفية؛ حيث التشكيك في دقة وموضوعية ومصداقية أخبارها. فالصحفيون مهددون بفقدان المصداقية؛ لعدم قيامهم بفحص القصص التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعية، وهو ما ينتج عنه كوارث عند نشر القصص المزيفة. بالإضافة لعدم الإشارة لمصادر الأخبار والتحيز؛ فكثير من المستخدمين ينشرون أخبارًا تكون متأثرة بأرائهم، مع تزايد الانتهاكات للخصوصية وحقوق الملكية الفكرية (زيادة، 2015)، (Asough, 2012)، (Heravi & Harrower, 2016)، (Nyamboga, 2014).

- يحاول الصحفيون تطويع أدوات الإعلام الاجتماعي لتتناسب القيم الإخبارية التقليدية، فيحرصون على الفصل بين الآراء والحقائق فيما ينشرونه، وهو ما يعنى حرصهم على القيم الصحفية المتعارف عليها في الصحافة الورقية. وكانت الأهمية الاجتماعية والقرب والجدة والأجندة الأيديولوجية للمؤسسات الإخبارية أكثر العناصر التي تحكم عملية اختيار الأخبار (Al- Rawi 2016)، (Hermida، 2012)، (Sharma 2015).

- المواطنون الصحفيون مدفوعون بحس المسؤولية الاجتماعية؛ فإعلام الجمهور كان الدافع الرئيس لعملهم. ورغم إقرارهم أنهم خاضعين لنفس الأخلاقيات التي تحكم الصحافة التقليدية، إلا أن النتائج التحليلية أظهرت افتقاد صحافة المواطن لبعض

المعايير المهنية الأخلاقية كالمصداقية، وعمق التغطية وشمولها، فضلاً عن عدم الالتزام بالموضوعية، والجمع بين الحقائق والرأى، بحيث يصعب التمييز بينهم، وعدم التجرد من الأهواء الشخصية، وهو ما ظهر فى هجومها على شخصيات بعينها، ونشر المعلومات بدون التأكد من صحتها، فضلاً عن قلة مشاركتهم القراء فى النقاش (عبد المعطى 2013)، (Elsayed 2013)، (Khasib 2015)، (Okpara. 2015)، (Mutsvairo 2012)، (Papacharissi & Oliveira 2011).

*التعليق على الدراسات السابقة:

- لاحظت الباحثان تراجع الاهتمام الأكاديمي بدراسة الصحافة الإقليمية عربياً في العقدين الأخيرين، فكانت النسبة الأكبر من الدراسات خلال الفترة الزمنية من ١٩٧٠م وحتى ١٩٩٠م، وهي تعد فترة زمنية بعيدة من الصعب تعميم نتائجها على الواقع الحالي.
- اتضح من الدراسات السابقة أن الصحافة الإقليمية في عالمنا العربي وبالأخص في مصر تتمثل أكبر مشكلاتها في التمويل، ما يحول دون استمراريتها وثباتها، ويتسبب كذلك في هروب كفاءاتها، وضعف هيكلها التحريري، كما يعتبر ارتباطها بالسلطة المحلية أيضاً أكبر معوق لنجاحها وقربها من المواطن.
- أشارت الدراسات السابقة إلى أن الشبكات الاجتماعية أصبحت مجالاً لممارسة العمل الصحفي، وإن كانت بعض الدراسات أشارت إلى افتقار ذلك المجال إلى الإطار المهني والأخلاقي الذى ينظم عملها. وهو ما يستدعى دراسة طبيعة الممارسة المهنية داخل هذا النمط الصحفي الجديد على المستوى العملى. فقد اقتصر اهتمام الدراسات السابقة على دراسة التوظيف الصحفي للشبكات الاجتماعية، دونما دراسة الجانب الأخلاقي له، وهو ما تسعى الدراسة لرصده وتحليله، مع اعتماد الجمهور على تلك الشبكات كمصدر للأخبار المحلية.
- كانت أغلب الدراسات السابقة دراسات نظرية أو تحليلية وميدانية كمية، ومن ثم حرصت الباحثان على دراسة الموضوع دراسة كيفية؛ كونها تقدم نتائج أكثر عمقاً، وقد اعتمدت أغلب الدراسات على منهج المسح، واستخدم معظمها الاستبانة وتحليل المضمون لجمع البيانات.

*الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف وتحليل طبيعة الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثتان على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني؛ لمسح الضوابط والمعايير المهنية والأخلاقية المعلنه على الصفحات الخاصة بالعمل الصحفي الإقليمي محل الدراسة، وكذلك مسح المضامين الصحفية المنشورة على تلك الصفحات والتعليقات الواردة عليها خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، فضلاً عن المسح الميداني للقائمين بالاتصال على تلك الصفحات، وذلك بهدف الكشف عن الضوابط المهنية والأخلاقية الحاكمة للنشر عبر الصفحات عينة الدراسة، ومدى تطبيقها على الجانب العملي في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية.

كما تم استخدام أسلوب المقارنة؛ للمقارنة بين الصفحات محل الدراسة (الصحف الورقية-صحافة المواطن)، من حيث طبيعة الممارسة المهنية بكل منها.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في منافذ الصحافة الإقليمية على شبكات التواصل الاجتماعي، والقائمين بالاتصال عليها.

عينة الدراسة:

وقد انقسمت عينة الدراسة الحالية إلى القسمين التاليين:

أولاً: عينة الدراسة التحليلية:

* قامت الباحثتان بإجراء دراسة استطلاعية على صفحات موقع (Facebook) المهمة بأخبار محافظة أسيوط؛ لاختيار العينة المناسبة ارتباطاً بأهداف الدراسة، وذلك وفقاً للمعايير التالية:

- أن تعنى الصفحة بتناول أخبار وقضايا محافظة أسيوط.

- أن تتمتع الصفحة بمعدلات إقبال كثيفة، وتفاعل القراء معها بالتعليق.
- أن تهتم الصفحة بتحديث منشوراتها أولاً بأول.
- ** وطبقاً لهذه المعايير تم اختيار الصفحات التالية:

أولاً: صفحة (الأسايطة): أسستها جريدة (الأسايطة) الورقية الإقليمية التى تصدر عن مؤسسة (ولاد البلد) فى ديسمبر ٢٠١٣، وعدد أعضائها (٧٦٥٣٨).
ثانياً: صفحة (Assiut Street): أسسها مواطنون عاديون عام 2011 (صحافة مواطن Citizen journalism)، وعدد أعضائها (146365).

ثانياً: عينة الدراسة الميدانية:

بلغ إجمالي عدد المبحوثين من القائمين بالاتصال على الصفحات عينة الدراسة (ثلاثة مبحوثين): ف فيما يتعلق بصفحة (الأسايطة) التابعة لجريدة (الأسايطة) الورقية الإقليمية، تم إجراء مقابلة مع رئيس تحرير الجريدة ومدير تحريرها؛ كونهما المسئولين عن النشر على الصفحة، أمّا صفحة (Assiut street)، فكان القائم بالاتصال على الصفحة شخصاً واحداً، والذي رفض إجراء المقابلة، فتم الاستعاضة عنها بالاستبانة الإلكترونية.

-الإطار الزمني لتطبيق الدراسة: تم تطبيق الدراسة خلال شهر يونيو 2017م.

أدوات جمع بيانات الدراسة:

أولاً: اعتمدت الباحثان على أداة تحليل المضمون الكيفى؛ باعتباره الأسلوب البحثى الملائم لدراسة الضوابط المهنية والأخلاقية للنشر عبر الصفحات عينة الدراسة، ومدى تطبيق تلك الضوابط على الجانب العملى فى إطار نظرية المسئولية الاجتماعية.

ثانياً: اعتمدت الباحثان على أداتى المقابلة والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين بالاتصال، فقد تم إجراء مقابلة مع القائمين بالاتصال على صفحة (الأسايطة)، فيما تم استخدام استبانة إلكترونية لجمع البيانات من القائمين بالاتصال على صفحة (Assiut Street): لرفضهم إجراء المقابلات، كما تمت الإشارة سابقاً.

وقد دارت المقابلات والاستبانة بشكل عام حول المحاور التالية: السمات الشخصية والمهنية للقائمين بالاتصال عينة الدراسة، دوافع إنشائهم للصفحة، الإطار المهنى والأخلاقى الذى يعملون فى إطاره، المشاكل التى تواجههم.

* المفاهيم الاصطلاحية والإجرائية للدراسة:

- المفهوم الاصطلاحى للممارسة المهنية: "مزاولة العمل الصحفى وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية" (جاسم، ١٩٨٥، ص ٦٠).
- المفهوم الإجرائى للممارسة المهنية: "القواعد والأساليب والإجراءات العملية التي يتبعها المهنيون والممارسون الصحفيون، ويطبّقونها أثناء ممارستهم المهنية".
- المفهوم الاصطلاحى للصحافة الإقليمية: "الدوريات العامة التي تصدر في أقاليم الجمهورية، فيما عدا العاصمة السياسية للبلاد، وتكون موجهة لمواطني الإقليم الذي تصدر وتوزع فيه، معبرة عن مشاكل جماهير هذا الإقليم وأخبارها وآرائها وآمالها" (المسلمي، ٢٠١٥، ص ٣٠).
- المفهوم الإجرائى للصحافة الإقليمية: "الصحافة التي تهتم بأخبار وقضايا منطقة جغرافية محددة".

* اختبارات الصدق والثبات:

- ١- اختبار الصدق: للتأكد من صلاحية أدوات جمع البيانات لتحقيق أهداف الدراسة، تم استشارة مجموعة من المحكمين^(١)، والذين أبدوا عددًا من الملاحظات تم مراعاتها عند إجراء الدراسة.
- ٢- اختبار الثبات: اعتمدت الباحثتان على أسلوب إعادة الاختبار؛ حيث تولت كل باحثة تحليل صفحة بعينها من الصفحتين عينة الدراسة، ومن ثم قامت كل باحثة بإعادة تحليل ما حلته الباحثة الأخرى، بما يمثل ١٠٪ من حجم عينة الدراسة، وذلك بعد مضي شهر من التحليل، وتم تطبيق معادلة «هولستى» للثبات، وجاءت نسبة الثبات بين التحليلين (٩٥٪)؛ بما يؤكد ثبات ودقة مؤشرات التحليل.

١ 0 أسماء الأساتذة المحكمين حسب الترتيب الأبجدي:

- ١- د. بسبوني حماده- أستاذ الإعلام السياسى والرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ١- د. حسنى نصر- أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وجامعة السلطان قابوس بعمان.
- ١- د. وائل عبد البارى- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية البنات جامعة عين شمس.
- ١- د. الأميرة سماح فرج- أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ١- م. د. شيرين سلامة- أستاذ مساعد الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وجامعة أم القرى بالسعودية.

*الإطار النظرى للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory

تتعلق هذه الدراسة فى إطارها النظرى من معطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام؛ حيث تقدم إطاراً نظرياً اجتماعياً وأخلاقياً ينبغى أن تعمل فى ظله وسائل الإعلام، إذ حددت هذه النظرية الوظائف التى ينبغى أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع، والمعايير الأساسية للأداء الإعلامى، والقيم المهنية التى تحكم سلوكيات الإعلاميين فى أداء واجباتهم الوظيفية، فيشير الفرض الرئيس للنظرية إلى أن (الحرية تحمل فى معناها التزامات تقترن بها) (Nerone, 1995, p 77).

ويُعرف حسام (٢٠٠٣) المسؤولية الاجتماعية للصحافة بأنها "مجموع الوظائف التى يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع بمختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوفر فى معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسئولة أمام القانون والرأى العام" (حسام، ٢٠٠٣، ص ٩٨).

وقد لخص ماكوين 2005 McQuail المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية فى الجوانب التالية:

- ينبغى على الصحافة أن تسهم فى التزامات معينة تجاه المجتمع.
- يمكن للصحافة أن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والتوازن والموضوعية.
- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
- يتوجب على الصحافة تجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية.
- على الصحافة أن تحترم التعددية، وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
- من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها، وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها (ماكوين، ٢٠٠٥، ص ١١٧).
- فمضمون الصحافة له ثلاثة مستويات للمسؤولية الاجتماعية؛ هى:
 - ١- مستوى الوظائف التى يقوم بها والأدوار الاجتماعية التى يؤديها: حيث تقوم الصحافة بعدة وظائف أساسية، هى:
 - الوظيفة السياسية بإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية، وهى

- الوظيفة التي تسمى بالوظيفة الرقابية أو Watchdog .
- الوظيفة التعليمية بإتاحة الفرصة لعرض الآراء والأفكار ومناقشتها؛ لتكون منتدى للأفكار.
 - الصحافة كخدمة لضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة.
 - الوظيفة الثقافية كمرآة للمجتمع وتأكيد قيمه.
 - الوظيفة الاقتصادية لتعريف الناس بالسلع والخدمات.
 - وظيفة التأريخ Record-Keeping Function.
- ٢- مستوى المعايير التي ترشد الصحافة فى أدائها لوظائفها: وتشمل واجبات الصحفى الأخلاقية: واجبه نحو نفسه بعدم التناقض بين الأقوال والأفعال، وواجبه نحو العملاء بالالتزام للمعلن مع عدم إغفال حقوق الجمهور، وواجبه تجاه المؤسسة بالولاء لها، وواجبه تجاه زملائه باحترام قواعد الزمالة، وواجبه نحو المجتمع فيما يعرف بالمسئولية الاجتماعية.
- ٣- مستوى نوع الممارسات التي يجب أو لا يجب أن يختارها الصحفيون إذا أرادوا الالتزام بهذه المعايير: وتشمل القيم المهنية ومعايير جمع الأخبار: كاحترام الخصوصية، وتجنب خداع المصادر، وصراع المصالح، ومعايير كتابة الأخبار: الدقة، الموضوعية، التوازن، الشمول (حسام الدين، ٢٠٠٣، ص ٦٤-٦٨).

*الصحافة الإقليمية:

ظهرت الصحف الإقليمية في مطلع القرن التاسع عشر كوسيلة لنشر أخبار المجتمعات المحلية والتعبير عن مشكلاتها وقضاياها، وكانت منذ البداية وسيطاً فعالاً لقربها من المواطن واندماجها داخل حياته، ما جعله يستشعر أنها جزء من مجتمعه والبيئة المحيطة به، ومع ذلك فتطور الصحف الإقليمية على مر السنوات لم يكن على القدر الملائم للوظائف المرجوه منها (Chefeux, 2016, p 21).

وتعنى الصحافة الإقليمية «تلك الدوريات التي تصدر في نطاق أقاليم الجمهورية المختلفة لا مركزياً في محافظة أو تقسيم إداري» (المسلمي، ١٩٩٣، ص ١٢٩). فهي تختص بالأقاليم فيما عدا العاصمة السياسية للبلاد، وتكون موجهة لمواطني الإقليم الذي تصدر وتوزع فيه، ومعبرة عن مشاكل جماهير هذا الإقليم وأخبارها وآرائها وآمالها (المسلمي، ٢٠١٥، ص ٣٠)، وترجع أهميتها إلى أن الأجهزة الإعلامية المركزية تعجز عن تغطية الأخبار والأحداث الخاصة بالمحليات ومناطقها (عمر، ١٩٩٣، ص ٥).

وتتمثل وظائف الصحف الإقليمية في: نشر الأخبار الإقليمية، التعليم والتثقيف الإقليمي، التربية الروحية والخلقية، الاهتمام بالأسرة، دعم وتشجيع الشباب والرياضة، الإرشاد الزراعي، تغطية اجتماعات البرلمانات الإقليمية، الإعلان والتسويق الإقليمي، الترفيه والتسلية (المسلمي، ٢٠١٥، ص ٦٣-٦٩).

هذا نظريًا؛ أمّا على أرض الواقع فطبقًا للمقاييس الدقيقة لا نستطيع تأكيد وجود صحافة إقليمية في مصر، فالحقيقة أن ما يصدر من صحف ومجلات ودوريات مختلفة تحت مسمى الصحافة الإقليمية لا تخرج عن كونها صحافة مدن أو عواصم محافظات لا تكاد تهتم بما يدور خارج تلك المدن والعواصم، وهي نوع من الترف أو الوجهة الإقليمية التي يحرص كبار التنفيذيين على وجودها لتجميل صورهم والتأكيد على إنجازاتهم، على حساب التغطية الإخبارية لأحداث المجتمع المحلي وما يهم أبناءه (شكري، ١٩٩٥، ص ٥٧-٥٨).

*صحافة الشبكات الاجتماعية:

لقد أصبحت الشبكات الاجتماعية أداة للعمل الصحفي، فالساحة الصحفية حاليًا تضم فريقين: فريقًا يسمى Techno journalists الذين يجمعون بين مهارات التعامل مع الإنترنت وتكنيكات إدارة المعلومات، وفريق آخر يسمى الصحفيين التقليديين Traditional journalists، الذين مازالوا يستخدمون الوسائل التقليدية في أداء العمل الصحفي (غازي، 2016)، (Fidalgo, 2013).

كما طرحت الشبكات الاجتماعية نوعًا جديدًا من الصحافة هو "صحافة المواطن"، يتميز بالفاعلية، وهدم اللغة الرسمية الفوقية، وحرية طرح المواضيع، فتحوّلت الصحافة من العمل وفقًا لنموذج top-down إلى نموذج bottom-up (غازي، 2016)، (Harter & Olson, 2015)، (Sharma, 2015).

وتتعدد المصطلحات التي تطلق على هذه الصحافة: Networked Social Journalism, The Fifth Estate, Networked Journalism، وتشير إلى الصحافة التشاركية التفاعلية؛ حيث يعمل الجمهور مع الصحفيين المحترفين لإنتاج صحافة فعالة تستمع للمواطنين وتوصل صوتهم إلى الإعلام وتعطيهم الفرصة للتحدث مع بعضهم البعض، وهو ما ارتبط بالجملة الشائعة (Good journalism has always been about networking) (Alejandro, 2010)، (Beckett, 2008)، (Duffy, 2011)، (El-Gody, 2012)، (Kperogi, 2016)، (Newman et al., 2012).

وهو ما صاحبه ظهور صحافة إقليمية عبر تلك الشبكات، يطلق عليها مصطلح Hyper-local Journalism؛ للإشارة إلى الصحافة التي تغطي أخبار مساحة جغرافية محددة. فقد أصبح التحول للشبكات الاجتماعية جزءاً من استراتيجية الصحف الورقية للمنافسة في السوق، وللحفاظ على سمعتها كمصدر للأخبار المحلية، وهو ما دفع المؤسسات الصحفية لتعيين متخصصين في النشر عبر الشبكات Social media editors أو Community editors (Alejandro, 2010)، (Viall, 2009)، (D'heer & Paulussen, 2013).

فالصحف تعتمد بشكل واضح على الشبكات الاجتماعية لاستقاء الأخبار، والتواصل مع الجمهور؛ وهو ما يمكنها من التعرف على اهتماماته، وإجراء التعديلات فيما تقدمه للجمهور. فضلاً عن الترويج لمضامينها؛ فالجمهور يشارك في نشر محتوياتها. إلى جانب تحسين تغطيتها لمختلف الأحداث؛ لعدم تقيدها بالوقت والمساحة، فعادة ما تكتب الأخبار بملخص مع رابط لنسخة عميقة أو قصص مشابهة، ناهيك عن النشر الفوري للأخبار وتحديثها بسهولة، والأرشيف الذي يجعل الأخبار متاحة في أى وقت، والتكلفة المالية القليلة خلافاً للصحف الورقية (بعزيز، 2016)، (غازي، 2016)، (Beckett & Lumby, 2014)، (Hermida, 2012)، (Medoff & Kaye, 2011)، (Zago & Bastos, 2013).

ومن المنطقي أن لكل تقنية جديدة نتائج يمكن أن تكون إيجابية أو سلبية، حيث يشير المحللون إلى التأثير السلبي للتوظيف الصحفى للشبكات الاجتماعية على المهنية الإعلامية، وافتقادها إلى أخلاقيات العمل الإعلامي وأساسياته، فالمادة الإعلامية على الشبكات تفتقد أحياناً إلى المصداقية؛ بسبب ما تتعرض له من التعديل والتشويه والنسخ وبفعل تعاقب الأطراف الناقلة لها، كذلك فهذه التكنولوجيات بما وفرته من تسهيلات الوصول لمصادر المعلومات أخذت تبعد الإعلامي عن الميدان، ولم يعد المراسل أول من يكون في موقع الحدث ليصف الوقائع ويسأل الشهود، إنما يكتفي بالاعتماد على روايات الغير نقلاً عن مصادر غير موثوق بها، بشكل يؤثر على موضوعية المادة، فيقوم بتقديم الأخبار التي تكون إما منقولة أو منسوخة في سبيل نشر الخبر بسرعة؛ لإحداث إثارة مفتعلة تحقق من خلالها شعبية أكبر وزيادة عدد الزوار وتعليقاتهم، لأن مسألة جذب المتلقي هي الأساس، وربما يكون ضغط العمل هو المسئول عن هذه السلبيات التي قد لا تقصدها؛ لأن القنوات التي يسير فيها الخبر حتى يصل للصحيفة الورقية ثم إلى المتلقي تكون سريعة جداً وغير مأمونة أو مقننة

(بشير، ٢٠١٦)، (غازى، ٢٠١٦).

وبالرغم من الشراء الذى تحققه التفاعلية بين الصحيفة والقراء، ولكنها قد تؤدى إلى عواقب وخيمة مع عدم التزام البعض بأخلاقيات الحوار، ما يسبب حرجاً بين الصحيفة وقرائها، لذا يجب أن تحدد الصحيفة إطاراً أخلاقياً ينظم مشاركات القراء بالنشر أو التعليق في إطار القواعد الأخلاقية العامة (غازى، ٢٠١٦، ص ١٥١).

وفي حين يجد الصحفي نفسه مقيّداً بجملة من القوانين، يمارس الصحفي المواطن وظيفة الإخبار دون قيد، مفتقراً للمواثيق المنظمة لهذه الممارسة، والمهارات الصحفية التي يمتلكها الصحفي العامل بالصحافة التقليدية، والتي تمكّنه من الاستقصاء والتحليل ورؤية ما وراء الخبر. ليجد نفسه أحياناً منحازاً إلى طرف معين، وأحياناً أخرى مساهماً في نشر الشائعات (بلييد، 2016)، (Liu, 2014).

وهو ما يدعونا للتساؤل عن الإطار المهني والأخلاقي الذى يحكم الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، وهو ما يسعى البحث لاستكشافه.

نتائج الدراسة:

أولاً: القائمون بالاتصال على الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية:

(١) صفحة (الأسايطة): يبلغ عدد القائمين على الصفحة (٦) أشخاص (٤) ذكور و(٢) إناث، تتراوح أعمارهم ما بين الـ (٢٥) والـ (٣٥) عاماً، وتتراوح عدد سنوات خبرتهم في العمل الصحفي ما بين (٥) و(١٠) سنوات، كما تتباين مؤهلاتهم العلمية ما بين الإعلامية المتخصصة أو غير المتخصصة، جميعهم ينتمون للصحيفة الورقية ويحصلون على راتب شهري ثابت منها، وجميعهم كذلك حاصلون على دورات تدريبية في مجال العمل الصحفي الورقي والإلكتروني.

- من أهم دوافع إنشاء الصفحة وفقاً لإجابات القائمين عليها «تسويق محتوى الصحيفة الورقية؛ نتيجة لتعثر النسخة الورقية لأسباب تتعلق بالتمويل، إلى جانب السعي لاكتساب جمهور أوسع، وخدمة الجمهور المحلي».

- وبخصوص السياسة التحريرية اتضح عدم وجود سياسة تحريرية معلنة، وإنما هي أشبه بخطوط عامة متعارف عليها داخل المؤسسة من الصعب تجاوزها أو تخطيها، ففي هذا الشأن أكد رئيس التحرير «أنهم يسعون جاهدين للتحقق من مصداقية الخبر قبل نشره، ولذلك من غير المسموح للقراء النشر على الصفحة

إلا من خلال مراسلتهم عن طريق الرسائل الخاصة؛ ليتم التأكد من دقة وسلامة الأخبار قبل النشر، وكذلك الأمر مع التعليقات إذ تتم مراجعتها وحذف المسيء منها بشكل مستمر».

- يهتم القارئون على الصفحة بالأخبار الاجتماعية والخدمية فى المقام الأول، بالإضافة لأخبار الريف والقرى المنسية داخل المحافظة، مؤكدين حرصهم على تدعيم الأخبار بالصور ومقاطع الفيديو، وهي ميزة جديدة وفرتها لهم صحافة الشبكات.

- تمثل «القرصنة والسرقة وتعليقات القراء السلبية» أهم مشكلات العمل الصحفي على الشبكات الاجتماعية التي تواجههم، فضلاً عن أن «ضغط الوقت والحاجة للسرعة يتسبب في عدم قدرتهم على الموازنة بين الأخبار الجادة والترفيهية». ومن جهة أخرى يرى القارئون على الصفحة أنفسهم «كملجأ للقراء ووسيط بينهم وبين الحكومة»، ويؤكدون أنهم «حققوا الألفة مع القارئ عبر الشبكات الاجتماعية».

- اتضح للباحثين من خلال زيارة مقر الصحيفة ومقابلة رئيس تحريرها والعاملين بها وعيهم وإحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعهم، وهو ما ظهر من قيام الصحيفة بدراسة اجتماعية شملت كل قرى ومراكز محافظة أسيوط لرصد أهم المشكلات التي تعاني منها، ونشرها وتوزيعها على المسؤولين وقادة الرأي بالمحافظة، كما لاحظت الباحثتان وجود اللافتات التالية داخل مقر الصحيفة، والتي تعكس الوعي المهني والأخلاقي لإدارة التحرير وحرصها على العمل في إطار مهني وأخلاقي.

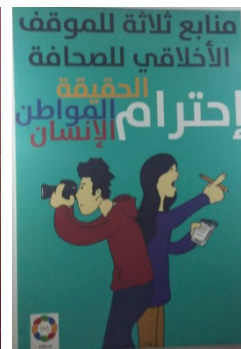
مجموعة من اللافتات تعكس الوعي المهني والأخلاقي لإدارة تحرير صحيفة (الأسايطة)



صورة رقم (٣)



صورة رقم (٢)



صورة رقم (١)

مما سبق يتضح أن الصحيفة الإقليمية وجدت في الشبكات الاجتماعية وسيلة مكنتها من التواجد والاستمرارية، بعد أن كانت تعاني طوال الوقت من مشكلات التمويل والقدرة على البقاء وسط ضغوطات وتحديات العمل الصحفي الإقليمي، كما مكنتها الشبكات الاجتماعية من الوصول إلى قاعدة جماهيرية أوسع، وأصبح لها صوت وتأثير في حياة المواطن الإقليمي.

(٢) **صفحة Assiut Street**: - يبلغ عدد القائمين على الصفحة شخصان فقط، ذكور، أقل من ٣٥ سنة، خريجين كلية التجارة، غير حاصلين على مؤهلات أو دورات في مجال العمل الصحفي، وخبرتهم في العمل الصحفي (أقل من ٥ سنوات)، وغير أعضاء في نقابة الصحفيين المصريين أو نقابة الصحفيين الإلكترونيين، ومصدر دخلهم (عمل آخر غير العمل الصحفي).

- عكست إجابات القائمين على الصفحة أن الإحساس بالمسئولية الاجتماعية كان الدافع الرئيس وراء إنشاء الصفحة، والذي تمثل من وجهة نظرهم في "التعبير عن مشكلات المجتمع المحلى والتواصل معه". كما أشاروا إلى وجود سياسة محددة للنشر على الصفحة، وكانت "مراعاة معايير الصحة والمصداقية في الأخبار التي تنشر على الصفحة" أهم ملامح تلك السياسة، وقد تمثلت أبرز معايير انتقاء وجمع الأخبار لديهم في "أن تكون من مصدر موثوق، وأن تتناسب مع السياسة التحريرية للصفحة"، كما أكدوا على وجود خطوط حمراء تراعى الصفحة عدم تجاوزها في تناولها للموضوعات وهي "ألا تتحول الصفحة إلى منابر للاتهام أو التشهير بالأشخاص أو الجهات بعينها"، بينما نفى القائمون على الصفحة وجود سياسة محددة للتعامل مع رسائل القراء وتعليقاتهم.

- وقد كانت الأخبار الاقتصادية والاجتماعية والترفيهية والصور والفيديوهات هي أبرز الأخبار التي يهتمون بنشرها، وشملت المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار (وسائل الإعلام الأخرى، والقراء وأعضاء الصفحة).

- تمثلت أبرز المشاكل التي تواجه القائمين على الصفحة في العمل الصحفي الإلكتروني في "رسائل وتعليقات القراء"، وكان "وجود كيان تنظيمي للعاملين بالصحافة الإلكترونية" أبرز مقترحاتهم لزيادة الإفادة من استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي.

- وقد أكد القائمون على الصفحة أن "نجاح الصحفي يرتبط بموهبته، وارتباطه بالقراء"، وأشاروا إلى أن العائد أو الفائدة التي تحققت من وراء إنشاء الصفحة

هو "عائد معنوى، واكتساب خبرات"، ورفضوا التعامل معهم كصحفيين؛ لأنهم يمارسون هذا العمل كهواية بجانب أعمالهم.

وبشكل عام يمكن القول إن الصحفى المواطن الإقليمى يقوم بالنشر عبر الشبكات الاجتماعية بدافع المسئولية الاجتماعية وخدمة أفراد المجتمع المحلى، الذين لا يتاح لهم المجال الكافى لعرض مشاكلهم واهتماماتهم فى الإعلام القومى، وبرغم رفضهم النظر إليهم كصحفيين إلا أن إجاباتهم عكست وعيهم بأخلاقيات العمل الصحفى.

ثانياً: المعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة للنشر بالصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية:

١- صفحة الأسايطة: بتحليل المعلومات التعريفية بالصفحة اتضح أنها لم تهتم برسم ملامح خاصة لها فى ذهن القارئ تؤكد فى إطارها سياستها التحريرية وتحدد التزاماتها وقوانينها الخاصة، كما أهملت وضع قواعد تنظم التعليق والمشاركة والنشر على الصفحة. فاكتفت بما يلى:

"الأسايطة.. مطبوعة غير دورية تهتم بأخبار محافظة أسيوط تصدر عن ولاد البلد (ش.ذ.م.م). نهتم بكل ما يخص المواطن الأسيوطى، منبراً للمواطن البسيط" (الأسايطة ٢٠١٧).

- ويعد هذا تقصيراً من القائمين على الصفحة فى حق مسئولياتهم الاجتماعية، وإهمالاً لحق القارئ فى التعريف بالصحيفة والمؤسسة التابعة لها، وكذلك تقصيراً فى حق آداب وأخلاقيات المهنة؛ إذ يتعين على الصفحة طالما فتحت المجال للقارئ للتعليق والتواصل أن تعلمه بحقوقه وواجباته وما له وما عليه، حتى لا يتسبب جهله بوقوعه فى الخطأ أو إقحام الصفحة فى مناقشات ولغط هي فى غنى عنه.

(٢) صفحة Assiut Street: يمكن القول إنه بتحليل المعلومات التعريفية بالصفحة أن مؤسسيها استهدفوا بشكل واضح خدمة أفراد المجتمع المحلى من خلال نقل الأخبار لهم، وفتح المجال لهم للنقاش وتبادل الآراء والأفكار، وتوصيل صوتهم للمسؤولين فى إطار ضوابط ومعايير محددة، وهو ما يتطابق مع الدور المنوط بالصحافة وفقاً لنظرية المسئولية الاجتماعية:

"هدف علامتنا التجارية Assiut Street: نحن لسنا موجودين على شبكة الإنترنت لأن الأمر ممتع ولا لكي نكسب عدداً كبيراً من المعجبين ونصبح مشهورين.

نحن نوصل الأخبار، نحن نتواصل، نحن نسمع، نحن نتفاعل. ومن خلال استماعنا للناس فى الشارع، تمكنا من تلخيص ما نريد أن نفعله، وهو كالتالى:-

١. أن نجعل أصوات الناس فى أسيوط مسموعة.

٢. الشفافية والثقة بالأخبار.

٣. احترام الاختلاف. " (Assiut Street 2017).

- وقد حدد القائمون على الصفحة عددًا من المعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة للنشر على الصفحة، والتي اتسمت بالإيجاز وبساطة اللغة، وعكست وعى القائمين عليها بأخلاقيات العمل الصحفى رغم كونهم مواطنين عاديين وليسوا صحفيين محترفين، وذلك تحت عنوان (القيم التي نقدمها):

"القيم التي نقدمها:

١- نحن ننشر الأخبار والصور والفيديوهات والمعلومات المتعلقة بأسيوط.

٢- أعضاء صفحتنا هم أساس وسبب لكل ما نفعله.

٣- إيصال كل شيء لأعضاء صفحتنا بشفافية تامة ومدعوم بالأدلة داعمة للحقائق ولتجنب الشائعات.

٤- لنا الفخر فى نشر مواقف لأعضائنا ومشاركة آرائهم معنا، نحن نحترم بعضنا البعض ونحتفل باختلافاتنا لكي نستطيع الأعضاء تقديم أفضل ما لديهم." (As- siut Street ٢٠١٧).

- كما اهتم القائمون على الصفحة بنشر المبادئ الأخلاقية التى تحكم عملهم الصحفى، والتي عكست إحساسهم بالمسئولية الاجتماعية تجاه أفراد المجتمع المحلى وجمهور الصفحة، والتزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الصحفى كالدقة والمصداقية والموضوعية واحترام التعددية واختلاف الآراء التى أرسنها نظرية المسئولية الاجتماعية:

"مبادئنا فى العمل:

١- احترام آراء ومواقف أعضائنا.

٢- المصداقية والشفافية فى كل ما نقدمه هو الأساس.

٣- نفع ما بوسعنا لكي نكسب حبك وثقتك.

٤- نحن لا نزيّف أخبار لكي نحصل على المزيد من القراء والمشاهدين." (Assiut Street 2017).

* ثانياً: الوظائف والأدوار الاجتماعية التي تقوم بها الصحافة الإقليمية عبر الشبكات

الاجتماعية:

(١) صفحة الأسايطة: بلغ عدد منشورات الصفحة خلال الفترة الزمنية للدراسة (١٨٣) منشورًا، تفاعل معها القراء بالتعليق (٢٢٢٨) وبالإعجاب (٦٨٤١) وبالمشاركة (١١٠٩)؛ وهو ما يؤكد نجاحها وشعبيتها في محيط مجتمعها المحلي الذي يمثل لها "الجمهور المستهدف".

- تنوعت منشورات الصفحة ما بين الأخبار الاجتماعية والدينية والسياسية والاقتصادية والتقارير الإخبارية والتقارير الحية والأخبار الخدمية (كأسعار العملات والذهب وأخبار الطقس)، بالإضافة للمنشورات التي تدخل في إطار الترفيه أو التواصل الاجتماعي مع القارئ؛ كما تميزت الصفحة بنشرة إخبارية في نهاية اليوم تلخص أبرز ما جاء خلاله من أخبار، وإن كانت غير منتظمة.

- التزمت الصفحة إلى حد كبير بأداب وأخلاقيات العمل الصحفي من الناحية المهنية والأخلاقية، فغالبية المنشورات التي تدخل في نطاق وظيفتها الصحفية لم تخرج عن حدود الدقة الموضوعية والشمولية، ونظرًا لكون الصحيفة تابعة لمؤسسة إعلامية لها سياستها التحريرية وقوانينها الخاصة، فقد ظهر هذا جليًا في تركيزها على القضايا الاجتماعية والدينية والخدمية على حساب القضايا السياسية التي تراجعت بصورة ملحوظة.

- اهتمت الصفحة بتوثيق وتدعيم الأخبار والتقارير الصحفية بالوثائق والمستندات والصور الحية والأرشيفية (١٧٥) صورة و(٨ فيديوهات) والروابط الفائقة التي تنقل القارئ لاستكمال تفاصيل الأخبار من الموقع الإلكتروني لمؤسسة "ولاد البلد".

- وقد نجحت الصفحة إلى حد كبير في أداء وظائفها وأدوارها الاجتماعية طبقًا لنظرية المسؤولية الاجتماعية، وإن تفاوتت نجاحها من وظيفة لأخرى، كما سيتضح من الشرح التالي:

- الوظيفة السياسية أو الوظيفة الرقابية Watchdog: وتعنى قيام الصفحة بإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية، وقد نجحت الصفحة بدرجة كبيرة في أداء تلك الوظيفة، وهو ما ظهر من خلال كم الأخبار التي تناولت جهود مسئولى المحافظة لخدمة المواطن "مدرستان بالعقال البحري بالبداري في أسيوط" (الأسايطة ١٢ يونيو ٢٠١٧)، "وحدتي معالجة ثلاثية و٢ خطوط صرف صحي جديدة ب٣ مراكز" (الأسايطة ١٤ يونيو ٢٠١٧)، "رفع ٢٤٠ طن قمامة ومخلفات بناء بقرية

دشلوط فى ديروط“ (الأسايطة ١٦ يونيو ٢٠١٧)، ”استعدادًا لعيد الفطر.. سكك حديد مصر تضيف ١٤ قطارًا للعمل“ (الأسايطة ٢٠ يونيو ٢٠١٧)، ”تدريب ٢٥ من أطباء العناية المركزة والقلب لتحسين جودة الخدمات الصحية بأسىوط“ (الأسايطة ١٢ يونيو ٢٠١٧).

- بالإضافة إلى الأخبار التي تتناول الأحداث اليومية بالمحافظة ”تجهيز ساحة أبو الجود وناصر لصلاة عيد الفطر“ (الأسايطة ٢٥ يونيو ٢٠١٧)، ”طلاب أسىوط يؤكدون سهولة امتحان الديناميكا“ (الأسايطة ٢ يونيو ٢٠١٧)، وأخبار الحوادث ”انهيار منزل بمنطقة الوليدية“ (الأسايطة ١٧ يونيو ٢٠١٧)، ”إصابة ١٢٢ شخصًا في مشاجرة بالدوير“ (الأسايطة ٤ يونيو ٢٠١٧)، والأخبار الدينية ”أسقف أسىوط يكرم الفائزين فى مهرجان الكرازة بالإيبارشية“ (الأسايطة ٢٧ يونيو ٢٠١٧)، ”العلاقة بين المسلم وغير المسلم“.. قافلة دعوية بإدارة أوقاف الفتح“ (الأسايطة ٤ يونيو ٢٠١٧).

- وفي إطار محاربة الفساد المجتمعي، اقتصر دور الصفحة على نشر الأخبار التي تتناول مجهودات الجهات الأمنية والإدارية لضبط الفاسدين والخارجين عن القانون ”تموين الغنائم: تحرير محاضر لأصحاب مخابز مخالفة“ (الأسايطة ١٠ يونيو ٢٠١٧)، ”تعرف على الأسلحة المضبوطة في بني محمد“ (الأسايطة ٦ يونيو ٢٠١٧)، ”أكثر من ٤ ملايين متر مربع.. أسىوط تسترد أراضي أملاك الدولة“ (الأسايطة ٤ يونيو ٢٠١٧).

- الوظيفة التعليمية: وتعني إتاحة الفرصة لقراء الصفحة للمشاركة بعرض وطرح الأفكار ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار، فقد لوحظ في هذا الشأن أن الصحيفة قلماً تطرح قضية عامة للمناقشة، وعلى الأغلب كانت الموضوعات التي طُرحت لمناقشات القراء بعيدة عن أية قضايا سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية شائكة، مثال ”مين عمل كحك في البيت ومين اشترى جاهز؟“ (الأسايطة ٢٤ يونيو ٢٠١٧).

- لم تسمح الصفحة للقراء باتخاذها منبرًا مباشرًا للنشر وطرح القضايا، وإنما اقتصر تفاعلها مع القراء في إعادة نشر المحتوى والتعليق عليه أو الإعجاب به، أو طرح مشاركاتهم الخاصة ولكن بعد فلترتها وتنقيحها، وهي نقطة ربما تحسب للصفحة كونها حريصة على مراجعة أي محتوى ينشر من خلالها ليصبح ملائم للعمل الصحفي من الناحية المهنية والأخلاقية، وإن كانت هذه الفلترية من جانب آخر تحرص على إخضاع المضامين الصحفية للسياسة التحريرية داخل الصحيفة،

- ولا تمرر إلا ما يتناسب مع توجهاتها الخاصة حتى وإن تعارض مع مصالح القراء.
- الوظيفة الاقتصادية: وتعنى تعريف الناس بالسلع والخدمات، وقد حرصت الصفحة يوميًا على نشر أسعار العملات والذهب، كما اهتمت بمناقشة القضايا الاقتصادية التي تهم الشارع "بعد زيادة أسعار الوقود.. سائقون بموقف الغنايم: هنبطل الشغلانة" (الأسايطة ٢٨ يونيو ٢٠١٧)، "التضامن: صرف المعاشات بالزيادة المقررة أول يونيو المقبل" (الأسايطة ٢١ يونيو ٢٠١٧)، "لو عايز تعرف آخر ميعاد لتحديث بيانات بطاقتك التموينية وإزاي.. اضغط على الرابط" (الأسايطة ٤ يونيو ٢٠١٧).
 - الوظيفة الثقافية كمرآة للمجتمع وتأكيد قيمه: نجحت الصفحة بشكل كبير في تدعيم ثقافة المجتمع المحلي من خلال التقارير الحية والمصورة التي ترصد عادات وتقاليد المجتمع "السهرات الرمضانية.. إرث الصعايدة وملتقى الأحباب" (الأسايطة ١٧ يونيو ٢٠١٧)، والأفلام التسجيلية التي تروي تاريخ مكان أو إحدى العادات أو الملامح الثقافية المحلية "فيديو | الكنافة أصلها إيه؟" (الأسايطة ١٥ يونيو ٢٠١٧)، "فيديو | تعرف على أبرز القنوات بمحافظة أسيوط" (الأسايطة ٨ يونيو ٢٠١٧).
 - وظيفة التأريخ Record- Keeping Function: وتعنى إبراز المعالم الأثرية والتاريخية في المجتمع، وهي الوظيفة التي برغم أهميتها إلا أن الصفحة أهملتها نوعًا ما، فلم تتناول هذا البعد بشكل مباشر سوى مرة واحدة فقط في إطار موضوع بعنوان "تعرف على أبرز القنوات بمحافظة أسيوط" (الأسايطة ٨ يونيو ٢٠١٧).
 - الترفيه: في إطار الترفيه والتسلية اهتمت الصفحة بنشر صور جمالية للمحافظة، أو التواصل مع القراء وتهنئتهم في المناسبات العامة، أو وضع صور وفيديوهات كوميدية "من احتفالات الأسايطة بعيد الفطر المبارك" (الأسايطة ٢٥ يونيو ٢٠١٧)، "مين عمل كحك في البيت ومين اشترى جاهز؟" (الأسايطة ٢٤ يونيو ٢٠١٧)، "نيل أسيوط. تصوير: فيبي مدحت" (الأسايطة ٢٣ يونيو ٢٠١٧).

-مدى الالتزام الأخلاقى بتعليقات القراء:

- حظيت الصفحة بتفاعل عدد كبير من القراء، وتباينت التعليقات ما بين التأييد أو الرفض الإيجابى أو السلبى، بعضها كان حاداً عنيفاً وبعضها التزم بلغة معتدلة هادئة للحوار، وقد حظيت الموضوعات الاجتماعية وذات الطابع الإنسانى بأكبر كم من التعليقات مثال "أنهيار منزل بمنطقة الوليدية" (الأسايطة ٩ يونيو ٢٠١٧)، "تشجيع جنازة الشاب أحمد هانى عويس الطالب بكلية الشرطة" (الأسايطة ١٥ يونيو ٢٠١٧).

- ومن الإيجابيات بشأن التعليقات حرص القائمين على الصفحة على الرد باستمرار على أى تعليق، وحذف التعليقات المسيئة، ومراقبة الحوار والتدخل فى الوقت المناسب للسيطرة عليه، وهذه ميزة هامة لضبط الأداء على الصفحة والحفاظ على قيم المجتمع وأخلاقياته، ومؤشر هام لوفاء القائم بالاتصال بمسئولياته الاجتماعية تجاه القراء.

(٢) **Assiut Street** صفحة: بلغ عدد منشورات الصفحة خلال الفترة الزمنية للدراسة (٥٤) منشورًا، تفاعل معها القراء بالتعليق (٣١١٥) والإعجاب (١٤٧٢٤) والمشاركة (٢٦٨٨)؛ وهو ما يعكس نجاح الصفحة فى اجتذاب الجمهور المحلى؛ لنشرها مضامين تقع فى نطاق اهتماماته.

- التزمت الصفحة إلى حد كبير بتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية التى أعلنتها فى سياسة النشر الخاصة بها كالدقة والموضوعية والشمول؛ حيث اهتمت بنشر مصادر الأخبار التى تنشرها، فبجانب الأخبار التى نشرها القائمون على الصفحة، استعانوا بأخبار من مواقع أخرى لتغطية أخبار المجتمع المحلى، والتى تنوعت ما بين مواقع إخبارية (دوت مصر، فيتو، ولاد البلد، بوابة الأهرام)، ومواقع صحف ورقية (اليوم السابع، المصرى اليوم، الوطن، صوت الأمة). وتحت عنوان (من مشاركات الأعضاء) نشرت الصفحة عدة أخبار كان مصدرها القراء، وقد حرصت الصفحة على تدعيم المنشورات بالأرقام والوثائق والصور (٧٠ صورة) والفيديوهات (٧ فيديوهات) والروابط الفائقة؛ لتأكيد مصداقيتها وكسب ثقة القراء، بشكل يعكس إجادة القائمين عليها لاستغلال إمكانات النشر التى توفرها الشبكات الاجتماعية.

- وقد كشف تحليل منشورات الصفحة والتعليقات الواردة عليها عن نجاحها إلى حد كبير فى أداء الوظائف والأدوار الاجتماعية المنوطة بها وفقاً لنظرية المسؤولية

الاجتماعية، من خلال ما يلي:

- الوظيفة السياسية: من خلال اهتمامها بنشر أخبار عن مجهودات المسؤولين بالمحافظة لتطوير الخدمات المقدمة للمواطنين «جاري التنسيق بين جميع الأجهزة التنفيذية وأجهزة الشرطة من أجل تحقيق الانضباط بالشارع الأسيوطي وتحقيق السيولة المرورية»، ««مياه أسيوط»: مكافأة لمكتشف الوصلات غير المشروعة» (Assiut Street 2 يونيو 2017)، «3 ملايين جنيه لرصف عدد من شوارع حي شرق أسيوط» (Assiut Street 11 يونيو 2017).
- فضلاً عن أخبار مجهودات الأجهزة الأمنية لحفظ الأمن والنظام "ضبط عامل يزرع مخدر البانجو وسط زراعاته في أسيوط" (Assiut Street 3 يونيو 2017)، "ضبط سائق يجمع أسطوانات البوتاجاز لبيعها بالسوق السوداء في أسيوط بغية التريح المادي غير المشروع منها" (Assiut Street 5 يونيو 2017)، "الداخلية تعلن تصفية خلية إرهابية متمركز في منفوط" (Assiut Street 22 يونيو 2017).
- كما حرصت الصفحة على تغطية الأحداث اليومية وأبرزها الحوادث والجرائم "مصرع وإصابة 6 أشخاص في مشاجرة بالأسلحة في أسيوط" (Assiut Street 2 يونيو 2017)، "انتحار أمين شرطة بأسيوط" (Assiut Street 25 يونيو 2017)، "حريق بمنطقة وسط البلد" (Assiut Street 27 يونيو 2017).
- وعلى الجانب الآخر اهتمت الصفحة بشكل ملحوظ بكشف الفساد وتوجيه النقد للمسؤولين عن أوجه القصور والإهمال؛ بهدف الإسهام في إصلاح الأوضاع وتنمية المجتمع المحلي "مافيا الأراضي.. في أسيوط الإزالة للبسطاء فقط" (Assiut Street 3 يونيو 2017)، وعرضت حالات لهؤلاء المتضررين لتوصيل شكواهم للمسؤولين.
- ظهر تأثير الصفحة على متخذي القرار والمسؤولين بالمحافظة في إحدى وقائع الإهمال التي نشرتها وتم حلها بشكل سريع "ياريت الجماعة في الحي يشوفوا العمود ده.. مش لازم تحصل المصيبة علشان نتحرك" (Assiut Street 14 يونيو 2017)، وهو ما ظهر من خلال تعليقات المسؤولين على هذا المنشور "الأخوة الأفاضل بمجرد وصول الشكوى للبوابة الإلكترونية للمحافظة تم توجيه الكهرباء والحي وجاري التعامل".
- الوظيفة التعليمية: لم تقم الصفحة بنشر الأخبار فقط؛ بل حثت القراء على المشاركة والتعليق، وقد حظيت الموضوعات التي يسبقها (ما رأيك؟ أو شارك

برأيك) بنسبة تفاعل كبيرة مثال ”ما تقييمك لأداء محافظ أسيوط المهندس ياسر الدسوقي؟“ (Assiut Street2 يونيو 2017)، ”شارك برأيك | ماهو أفضل وأساء مطعم بأسيوط؟“ (Assiut Street12 يونيو 2017)، ”تفتكروا بعد زيادة أسعار البنزين والسولار.. الأجرة هتبقى بكام لـ التاكسيات والسرفيس وهل من حقهم يطالبوا بزيادة الأجرة ولا لا؟“ (Assiut Street30 يونيو 2017). فضلاً عن إتاحة الفرصة لأعضاء الصفحة لعرض ما يريدونه من أفكار وقضايا مختلفة، وتوصيل صوتهم للمسؤولين تحت عنوان (من مشاركات الأعضاء # باصى للمحافظ#)، فكانت الصفحة بمثابة منتدى للنقاش، وملجأً لأفراد المجتمع المحلى لتوصيل صوتهم للمسؤولين ”شارع العجمي الدنيا رمضان ومحدث عارف يطلع يصلي أو يشترى طلبات وبتوع الصرف نتصل أكثر من مره محدش بيعبرنا #من مشاركات الاعضاء# باصى للمحافظ“ (Assiut Street17 يونيو 2017)، ”للمرة الثانية فى أسيوط يتكرر مسلسل الخطف لمختلي العقول، ونساءل متى سينتهي هذا المسلسل المرعب، من مشاركات الأعضاء#“ (Assiut Street 7 يونيو 2017)، ”محتاجين متبرع ضروري +B معهد الأورام # من مشاركات الأعضاء“ (Assiut Street20 يونيو 2017).

- الوظيفة الثقافية كمرآة للمجتمع وتأكيد قيمه: وهو ما تجلى من خلال حلقات فيديو مصورة بعنوان (أسيوط واللى منها)، استعانت خلالها بمختصين فى التصوير والجرافيك، فضلاً عن رعاة قامت بالإعلان عن منتجاتهم فى بداية ونهاية الفيديو، وبلغ عددها (٤) حلقات دارت حول قصص نجاح عدد من أبناء محافظة أسيوط، وحققت نسبة مشاهدة هائلة (٦١٠٠٧ مشاهدة)، وتضمنت قصة شاب متخصص فى أفلام الرسوم المتحركة (١٣ يونيو ٢٠١٧)، وصاحبة أول مدرسة للباليه فى أسيوط (١٠ يونيو ٢٠١٧)، ومدير شركة للاستثمار والتسويق العقارى صاحب مبادرة (بيتك بإيدك بسعر التكلفة) (٦ يونيو ٢٠١٧)، وشاب يملك شركة استيراد من الصين (٣ يونيو ٢٠١٧).

- الوظيفة الاقتصادية: وهو ما تواكب مع حلول شهر رمضان وزيادة أسعار المنتجات الغذائية والبنزين ”طرح طن لحوم أسبوعياً بمركز أسيوط خلال شهر رمضان“ (Assiut Street 2 يونيو 2017)، ”بعد زيادة أسعار الوقود.. التعريفه الرسمية للمواصلات داخل محافظة أسيوط وإلى القاهرة انت اللى تقدر تطبق الحاجة أو تكون سبب في فشل تطبيقها“ (Assiut Street 30 يونيو 2017). كما

اهتمت الصفحة بالإعلان عن بعض السلع والخدمات التي تقدمها جهات محلية "شركة UPPER Capital للإنشاء والتعمير تقدم عروضاً حصرياً للأسايطة.. دلوقتي هتقدر تشطب شقتك بسعر التكلفة بتقسيط على ١٠ سنين" (Assiut Street25 يونيو 2017).

- وظيفة التأريخ Record- Keeping Function: اهتمت الصفحة بنشر صور للقصور الأثرية بالمدينة المعرضة للهدم "حاجة كده من التراث الأسيوطى اللي هنحكيه لعيلنا بس ممكن ميشفهوش والبركة فى سماسرة الأراضى" (Assiut Street 20 يونيو 2017).

- الترفيه: اهتمت الصفحة بنشر صور للغروب فى أسيوط بعدسة مصور محترف (Assiut Street 16 يونيو 2017)، وصور لصلاة عيد الفطر (Assiut Street25 يونيو 2017)، "الملاهي ترسم البهجة على وجوه الشباب والأطفال في العيد بأسيوط" (Assiut Street26 يونيو 2017).

- مدى الالتزام الأخلاقي بتعليقات القراء:

- تفاعل عدد كبير من القراء بالتعليق على منشورات الصفحة سواء بالتأييد أو الرفض لمنشوراتها بحرية تامة، وشهدت التعليقات نقاشاً بين القراء حول المشكلات التي تعرضها الصفحة وسبل حلها، والإبلاغ عن مشاكل وحالات إهمال متعددة، وعمل منشن mention لأصدقائهم؛ أى دعوتهم لتبادل الرأى حول الموضوعات المطروحة، وقد حظيت الموضوعات ذات الطابع الإنساني والخدمى والفيديوهات بتفاعل كبير.

- بالرغم من تأكيد الصفحة على ضرورة احترام الاختلاف فى الآراء، وتدخلها بتحذير القراء بعدم التجاوز وحذف تعليقاتهم "اللي مختلف مع الفكرة يكتب الرأى الخاص بيه بشكل محترم لكن أي تجريح أو تقليل هيتم حذف التعليق"، إلا أنها لم تطبق هذا على الجانب العملى، فقد شهدت التعليقات تجاوزات وسب وقذف وانتقادات حادة للمسؤولين وعدم احترام للرأى الآخر" اللي عاجبه عاجبه واللي مش عاجبه عن أهلوا ما عجيو بدون تعليق" "شويه طالبين" "ناس فاضيه ودماغها فارغة"؛ وهو ما قد يرجع لقلة عدد القائمين على الصفحة، وعدم تفرغهم للعمل الصحفى.

الخاتمة

نستخلص مما سبق أن الشبكات الاجتماعية بشكل عام و"فيس بوك" بشكل خاص أصبح مجالاً لممارسة العمل الصحفى؛ فقد استغل المواطن العادى والصحفى المحترف ما توفره الشبكات الاجتماعية من إمكانات للنشر من حيث الحرية والامحدودية المساحة وانخفاض التكلفة والوسائط المتعددة؛ للتغلب على ما تواجهه الصحافة الإقليمية الورقية من مشاكل التمويل والتوزيع والطباعة وغيرها .

فعلى مستوى الصحف الإقليمية ذات الإصدار الورقى والتي تمثلها فى هذه الدراسة "صحيفة الأسايطة"، يتضح أنها وجدت فى الشبكات الاجتماعية منفذاً جديداً لها، حررها من قيود وضغوط الصحيفة الإقليمية المطبوعة، إذ وجدت لنفسها مكاناً تؤدي من خلاله وظائفها الاجتماعية بنجاح وتميز؛ فاستطاعت أن تصل إلى المواطن الأسيوطى وتحظى باهتمامه وتفاعله، وهو ما ظهر من كم التعليقات والمشاركات على منشوراتها، فعلى الرغم من توقف نسختها الورقية نتيجة لأزمات التمويل؛ إلا أن الشبكة الاجتماعية سمحت للصحيفة بالاستمرارية والبقاء على الساحة، ما يمكن معه التأكيد على أن الصحيفة فى صورتها الجديدة على الشبكة الاجتماعية نجحت إلى حد بعيد فى أداء وظائفها وفقاً لفروض نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وفيما يخص صحافة المواطن الإقليمية على الشبكات الاجتماعية يمكن القول أن فروض نظرية المسؤولية الاجتماعية قد تحققت فى هذا النمط الصحفى الجديد إلى حد كبير، وهو ما ظهر بدايةً من إقرار المواطنين الصحفيين بصفحة Assuit Street بأن الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أفراد المجتمع المحلى كان الدافع الرئيس لممارستهم العمل الصحفى، وهو ما تجسد فى حرصهم على وضع إطار مهنى وأخلاقى ينظم النشر على الصفحة، وهو ما يعنى قيامهم بالتنظيم الذاتى للعمل الصحفى الذى اشترطته نظرية المسؤولية الاجتماعية، فى ظل عدم وجود إطار أو كيان مهنى وأخلاقى ينظم العمل الصحفى على شبكة الإنترنت، وقد التزم القائمون على الصفحة بتطبيق القواعد والضوابط المهنية والأخلاقية التى أعلنوها على الجانب العملى.

بيد أن القصور الوحيد الذى يقوض أداء تلك الصفحة لمهنتها ويشوه الجانب الأخلاقى بها تجلى فى تعليقات القراء؛ وهو ما ظهر من خلال عدم التزام عدد من القراء بقواعد التعليق واحترام الرأى والرأى الآخر التى حددتها الصفحة من جانب، ومن جانب آخر تخلى القائمين على الصفحة عن دورهم فى الضبط الأخلاقى لعملية

النقاش بين القراء على الصفحة، وهو ما ينمُّ عن عدم الاستيعاب الكامل من جانب القارئ بالاتصال لعملية الاتصال عبر الإعلام الجديد التي تتسم بأنها ثنائية الاتجاه وأبرز سماتها التفاعلية، على عكس صحيفة الأسايطة؛ التي تميزت بحرص القارئ بالاتصال على مراجعة وفلتر التعليقات وحذف المسئ منها، وعدم السماح للقارئ بالنشر على الصفحة مباشرة؛ حتى يتسنى لهم فحص المشاركات والتحقق من صحتها وملائمتها للنشر على الصفحة وفقاً لقواعدهم الخاصة.

بالإضافة إلى ذلك، أثبتت الدراسة أن السياسة التحريرية تتحكم في الأداء الصحفي على الشبكة الاجتماعية بشكل واضح، فصفحة جريدة (الأسايطة) وإن كانت سياستها التحريرية غير معلنة على الصفحة، إلا أنها بدت واضحة تماماً من خلال المادة الصحفية المنشورة وطريقة التعامل معها ومع تعليقات القراء من ناحية أخرى، كذلك الأمر بالنسبة لصفحة (Assuit Street) التي حددت مجموعة من البنود كانت دليلاً للقارئ بخصوص سياسة الصفحة وكيفية التعامل معها؛ وهو ما يمثل إطاراً مهنيًا وأخلاقيًا يحكم الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية.

❖ توصيات الدراسة:

توصى الباحثان بما يلي:

- تأسيس كيان تنظيمي للعاملين بالصحافة الإلكترونية، يضم تحت مظلته الصحفي المواطن، بما يساهم في الضبط المهني والأخلاقي للعمل الصحفي عبر الشبكات الاجتماعية.
- تحمّل مؤسسي الصفحات المختلفة على الشبكات الاجتماعية لمسئوليتهم الاجتماعية عن المناقشات الدائرة عبر صفحاتهم، والتصدي للتجاوزات غير الأخلاقية، وربما يكون تخصيص كادر مؤهل للقيام بتلك المهمة بديلاً مبدئيًا للتشريعات والقوانين التي يجب أن تحكم العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية.

المراجع

❖ أولاً: المراجع العربية: -

١. أحمد، عصام الدين الضو (٢٠١٦)، الصحافة الإقليمية بالسودان: دراسة مسحية فى الفترة من ١٩٤٥ إلى ٢٠١٣م، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
٢. إسماعيل، سهى محمد (٢٠١٤): استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشباعات المتحققة: دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.
٣. الشهاوى، سماح عبد الرازق (٢٠١٥): تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعى كوسيلة لزيادة أعداد مستخدميها على المحتوى المقدم عبر هذه الشبكات ، بحث مقدم للمؤتمر الدولى الحادى والعشرين لكلية الإعلام جامعة القاهرة: الإعلام وبناء الدولة: الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة.
٤. المجلس الأعلى للصحافة (١٩٩٤)، الصحافة الحزبية الإقليمية: دراسة تاريخية وتحليلية، ضمن بحوث ندوة الممارسة الديمقراطية ودورها فى تطوير الصحافة الإقليمية بالقاهرة.
٥. المسلمي، إبراهيم عبد الله (١٩٩٣)، الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
٦. المسلمي، إبراهيم عبد الله (٢٠١٥)، الصحافة الإقليمية، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
٧. بشير، حمدى (٢٠١٦)، الإعلام الرقوى واقتصاديات صناعته، المنتدى الإعلامى السنوى السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: منتدى الإعلام والاقتصاد: تكامل الأدوار فى خدمة التنمية، الرياض.
٨. بعزيم، إبراهيم (٢٠١٦): توظيف مواقع التواصل الاجتماعى من قبل الصحفيين: دراسة فى الأنماط والانعكاسات على قطاع الإعلام، فى: اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة، تونس، ص٩٢.
٩. بلعيد، نهى (٢٠١٦): ولادة صحافة المواطن وتطورها، فى: اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة، تونس ، ص٣٧.
١٠. جاسم، عزيز السيد (١٩٨٥): مبادئ الصحافة فى عالم المتغيرات، بغداد: دار آفاق عربية للصحافة والنشر.
١١. حسام الدين، محمد (٢٠٠٣): المسئولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
١٢. حلاوة، تالا (٢٠١٥): صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، رام الله.
١٣. زيادة، جلال الدين الشيخ (٢٠١٥): العلاقة بين الإعلام التقليدى وشبكات التواصل الاجتماعى:

- الخصوصية والمهنية (دراسة مقارنة)، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والاشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
١٤. شكري، عبد المجيد (١٩٩٥)، الإعلام المحلي: رؤية مستقبلية، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
١٥. صديق، رامى عطا (٢٠١١)، صحافة الصعيد وموقفها من القضايا الوطنية والاجتماعية في مصر من ١٨٨٦م إلى ١٩٦٠م، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٦١. طلعت، علاء الدين أحمد (١٩٩٥)، إخراج الصحف الإقليمية في مصر: دراسة تطبيقية في الفترة من ١٩٨٠ إلى ١٩٨٩، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٧. عبد الرحمن، محمد زين (١٩٩٤)، دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي: دراسة تطبيقية على إذاعة شمال الصعيد وبعض الصحف المحلية التي تصدر في الإقليم، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة سوهاج.
١٨. عبد المعطى، نهى السيد (٢٠١٣)، اتجاهات الشباب المصرى نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
١٩. عمر، نوال محمد (١٩٩٣)، الإذاعات الإقليمية: دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، القاهرة: دار الفكر العربي.
٢٠. عمران، أميمة محمد (٢٠٠٢)، القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية وأخلاقيات المهنة: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال الإقليمي بالصعيد، مجلة كلية الآداب، جامعة أسيوط، ١٢ع.
٢١. غازى، خالد محمد (٢٠١٦): الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات فى الخطاب والطرح، الجيزة: وكالة الصحافة العربية.
٢٢. فهمي، عادل صالح (١٩٩٨)، العلاقة بين الصحف القومية والسلطات المحلية: دراسة ميدانية وتحليلية لبعض الصحف الإقليمية في الفترة من ١/١/١٩٩٣ إلى ١٣/١٢/١٩٩٤، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي بسوهاج.
٢٣. ماكفيل، توماس (٢٠٠٥): الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي.

****ثانياً: المراجع الأجنبية:-**

24. Alejandro, Jennifer (2010). **Journalism in the age of social media**, London, Thomson Reuters Foundation, from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-age-social-media>
25. Al-Rawi, Ahmed (2016). News values on social media :News organizations' Facebook use, **Journalism**, pp1-19, from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884916636142>
26. Antonacci, Alexandria Anna (2014). A case study of Pittsburgh Magazine: An

- analysis of the use of Facebook and Twitter from the perspective of magazine editors and readers, **Master Thesis**, The Faculty of the Graduate School, the University of Missouri, Columbia, from: <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/bitstream/handle/10355/44248/research.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
27. Aref, Noran (2013). Online News Information Seeking: An Analysis of the Usage of Search Engines vs Social Networks in Egypt, **Journal of Middle East Media**, Vol 9, Issue 1, from: https://jmem.gsu.edu/files/2014/09/JMEM-2013_ENG_Aref.pdf
28. Asem, Sondos (2013). The Use of Facebook as a Source of News in Post-Revolutionary Egypt, **Master Thesis**, School of Global Affairs and Public Policy, The American University in Cairo, from: <http://dar.aucegypt.edu/handle/10526/3583>
29. Asough, Aveseh (2012). **The Impact of Social Media on Journalism Ethics**, Center for International Media Ethics, from: www.academia.edu/31496637/Aveseh_research_1
30. Bakker, Piet et. al. (2013). Social Media Strategies and Practices of Integrated Media Companies, in M. Friedrichsen and W. Muhl-Benninghaus (eds.), **Handbook of Social Media Management, Media Business and Innovation**, Berlin Heidelberg, Springer-Verlag, from: www.springer.com/gp/book/9783642288968
31. Baños, Macro Toledo (2014). Shares, pins, and tweets: News readership from daily papers to social media, **Journalism Studies**, Vol 16(3), pp 305-325. from: www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2014.891857
32. Beckett, Charlie (2008). **Super media: Saving journalism so it can save the world**, Malden, Blackwell Publishing, from: <https://books.google.com/books?id=86dKNAEACAAJ&sitesec>
33. Beckett, Jennifer & Lumby, Catharine (2014), Reading and Writing the News in the Fifth Estate, in J. Potts (ed.), **The Future of Writing**, London, Palgrave Macmillan, pp 115-126, from: https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137440402_10
34. Chefneux, Gabriela (2016). Representation of history in American and Romanian regional newspapers, **Philology & Culture studies**, vol.9.
35. De Torres, Elvira García et. al. (2011). See you on Facebook or Twitter?: The use of social media by 27 news outlets from 9 regions in Argentina, Colombia Mexico, Peru, Portugal, Spain and Venezuela, **12 international Symposium on Online Journalism**, Austine, from: <https://labcom-ifp.ubi.pt/>

[publicacoes/201306302349-elvira2011.pdf](#)

36. Dill, Roxanne K. & Wu, H. Denis (2009), Coverage off Katrina in Locals Regional, National newspapers, **Newspaper Research Journal**, Vol. 30, No.1.
37. D'heer, Evelien & Paulussen, Steve (2013). The use of citizen journalism for hyperlocal news production, **Recherches En Communication** 39, pp 151-164. from: www.researchgate.net/publication/272261852_The_Use_of_Citizen_Journalism_for_Hyperlocal_News_Production
38. Duffy, Matt (2012). Audience engagement in the Middle East press: An exploration of “networked journalism” amid the new media landscape, **Middle East Media Educator**, Vol 1, Issue 2, pp7-15, from: <http://ro.uow.edu.au/meme/vol1/iss2/2>
39. Duffy, Matt (2011). Networked Journalism and Al-Jazeera English: How the Middle East Network Engages the Audience to Help Produce News, **Journal of Middle East Media** 7(1), pp1-23, from: www.qu.edu.qa/static_file/qu/conference/jmem2017/Vol/7/En/Networked%20Journalism%20and%20Al-Jazeera%20English.pdf
40. El Gody, Ahmed (2016). Network Journalism and the Egyptian Revolution, in A. Douai & M. Ben Moussa (eds.), **Mediated Identities and New Journalism in the Arab World**, London, Palgrave macmillan, pp185- 204, from: https://www.researchgate.net/publication/329718086_Mediated_Identities_and_New_Journalism_in_the_Arab_World_Mapping_the_Arab_Spring
41. Elsayed, Yomna (2013). Revolutionary Media on a Budget: Facebook-only Social Journalism, **Arab Media and Society**, Issue 17, pp1-27, from: www.arabmediasociety.com/revolutionary-media-on-a-budget-facebook-only-social-journalism/
42. Ewart, Jacqui (2003). News Connections: Regional newspapers and the Web, **Transformations**, Issue No.7, from: https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/365482/Cokley_2005_01Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
43. Fidalgo, Joaquim (2013). Journalism is changing– and what about journalism ethics?, Paper presented in the **IAMCR Conference: Ethics of Society and Ethics of Communication Working Group**, Dublin, from: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29856/1/Ebook_radio_evolution.pdf
44. Glociczki, Peter Joseph (2015), **Journalism and Memorialization in the Age of Social Media**, New York, Palgrave Macmillan, from: www.palgrave.com/gp/book/9781137465368

45. Glynn, Carol et. al. (2012). All the news that's fit to post: A profile of news use on social networking sites, **Computers in Human Behavior**, Vol. 28(1), pp113-119. from: www.researchgate.net/publication/220495890_All_the_news_that's_fit_to_post_A_profile_of_news_use_on_social_networking_sites
46. Graham, Gary & Smart, Alison (2010) The regional-newspaper industry supply chain and the internet, **Supply Chain Management: An International Journal**, Volume 15, Number 3, 196–206.
47. Harter, Nic & Olson, Katherine (2015). Journalism in the Age of Social Media, in Peter Joseph Gloviczki (ed.), **Journalism and Memorialization in the Age of Social Media**, Basingstoke, Palgrave Macmillan, pp 1-23, from: www.macmillanihe.com/resources/samplechapters/9781137465368_sample.pdf
48. Heravi, Bahareh Ramanzadeh & Harrower, Natalie (2016). Twitter journalism in Ireland: Sourcing and trust in the age of social media, **Information, Communication & Society**, Vol 19(9), pp 1194-1213, from: www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1187649
49. Hermida, Alfred (2012). Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism, in Eugenia Siapera & Andreas Veglis (eds.), **The Handbook of Global Online Journalism**, New Jersey, John Wiley & Sons, Inc, pp309 - 328, from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781118313978>
50. Hess, Kristy & Bowd, Kathryn (2015). Friend or Foe? Regional newspapers and the power of Facebook, **Media International Australia**, No. 156.
51. J. Medoff, Norman & K. Kaye, Barbara (2011), **Electronic Media: Then, Now, and Later**, Oxford, Focal Press, from: <http://books.google.com>
52. Jung, Joo-Young (2016). Social Media, Global Communications and the Arab Spring: Cross-Level and Cross Media Story Flows, in A. Douai, M. Ben Moussa (eds.), **Mediated Identities and New Journalism**, London, Palgrave macmillan, pp 21– 40, from: www.palgrave.com/gp/book/9781137581402
53. Keeble, Richard (2005), National and local newspaper trends and the new crisis of trust: What new crisis?, **Journal of Communication Management**, Vol. 9(3), pp223–232, from: www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13632540510621551/full/html
54. Khasib, Nasser (2015). The Relationship between Citizen and Mainstream Journalism for Covering Syria News, **Master Thesis**, Institute of Graduate Studies and Research, Eastern Mediterranean University, North Cyprus, from: <http://i-rep.emu.edu.tr:8080/jspui/handle/11129/2604>
55. Kim, Yeojin & Lowrey, Wilson (2014). Who are citizen journalists in the

- social media environment?, **Digital journalism** 3(2), pp 298–314, from: www.researchgate.net/publication/271626268_Who_are_Citizen_Journalists_in_the_Social_Media_Environment
- 56.Kperogi, Farooq A. (2016). Networked Social Journalism: Media Citizen Participation and Democracy in Nigeria , in B. Mutsvairo (ed.), **Participatory Politics and Citizen Journalism in a Networked Africa**, London, Palgrave macmillan, pp19-33, from: www.researchgate.net/publication/288516381_Networked_Social_Journalism_Media_Citizen_Participation_and_Democracy_in_Nigeria
- 57.Lee, Jayeon (2015), The Double-Edged Sword: The Effects of Journalists' Social Media Activities on Audience Perceptions of Journalists and Their News Products, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol 20, pp312–329, from: www.researchgate.net/publication/272743786_The_Double-Edged_Sword_The_Effects_of_Journalists%27_Social_Media_Activities_on_Audience_Perceptions_of_Journalists_and_Their_News_Products
- 58.Li, Ruohan & Suh, Ayoung (2015). Factors influencing information credibility on social media platforms: Evidence from facebook pages, **Procedia Computer Science**, Vol.72, pp314-328, from: https://scholars.cityu.edu.hk/files/28155280/Factors_Influencing_Information_credibility_on_Social_Media_Platforms_Evidence_from_Facebook_Pages.pdf
- 59.Lin, Julian (2014). The effects of gratifications on intention to read citizen journalism news: The mediating effect of attitude, **Computers in Human Behavior**, Vol.36, pp129–137, from: <https://scholarbank.nus.edu.sg/handle/10635/107439>
- 60.Liu, Guanjun (2014). **Social Media as a News Platform**, Bachelor Thesis, Tampere University of Applied Sciences, from: www.theseus.fi/handle/10024/76995
- 61.Machin, David & Mayr, Andrea (2007). Antiracism in the British government's model regional newspaper: the 'talking cure', **Discourse & Society journal**, Vol 18(4): 453–477.
- 62.Masip, Pere et al. (2015), News and social networks: Audience behavior, **El profesional de la informac'o'n**, V.24, n.4, pp363-370. from: www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2015/jul/02.pdf
- 63.Mutsvairo, Bruce et. al. (2012), African Citizen Journalists' Ethics and the Emerging Networked Public Sphere, **International Symposium on online Journalism**, Austin, from: www.researchgate.net/publication/271327601_African_Citizen_Journalists%27_Ethics_and_the_Emerging_Networked

Public Sphere

64. Neilson, Kara & Willett, Peter (1999), United Kingdom regional newspapers on the World Wide Web, **Aslib Proceedings**, Vol 51, No.3.
65. Nerone, John. (1995). Social Responsibility Theory, in **Last Rights: Revisiting four theories of the press**, Urbana, University of Illinois press, pp77-124, from: www.mmc.twitbookclub.org/MMC910/Readings/Week%2003/Social%20Responsibility%20Theory.pdf
66. Newman, Nic (2009). **The rise of social media and its impact on mainstream journalism: A study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media and a historic in control towards individual consumers**, Working paper , Reuters Institute For the Study of Journalism, University of Oxford, Oxford, from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/The%20rise%20of%20social%20media%20and%20its%20impact%20on%20mainstream%20journalism.pdf>
67. Newman, Nic (2011), **Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery**, Working paper Reuters Institute For the Study of Journalism, University of Oxford, Oxford, from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Mainstream%20media%20and%20the%20distribution%20of%20news%20in%20the%20age%20of%20social%20discovery.pdf>
68. Newman et al. (2012). Social Media in the Changing Ecology of News: The Fourth and Fifth Estates in Britain, **International Journal of Internet Science** 7(1), 6–22, from: www.ijis.net/ijis7_1/ijis7_1_newman_et_al.pdf
69. Nyamboga, Erneo Nyakundi (2014). Social media in Kenyan journalism: Benefits, Opportunities and challenges, **Journal of Humanities and Social Science**, Vol 19(12), pp 89–94, from: https://pdfs.semanticscholar.org/e269/77e589c64cbe05cbd43214bac65fc1411a5d.pdf?_ga=2.57936302.58233824.1588940649-1818940248.1588940649
70. Oeldorf-Hirsch, Anne & Sundar, S. Shyam (2015). Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on facebook, **Computers in Human Behavior**, 44. from: www.researchgate.net
71. Okpara, Ngozi (2015). The Ethical Dimension of Citizen Journalism Practice: A Case Study of 2015 Presidential Election in Nigeria, **The European Conference on Media, Communication and Film**, Brighton, from: http://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/euromedia2015/EuroMedia2015_14271.pdf

72. Papacharissi, Zizi & Oliveira, Maria de Fatima (2012). Affective News and Networked Publics: The Rhythms of News Storytelling on #Egypt, **Journal of Communication**, p1-17, from: www.researchgate.net/profile/Zizi_Papacharissi
73. Radsch, Courtney (2016), **Cyberactivism and Citizen Journalism in Egypt**, New York, Palgrave macmillan, from : www.palgrave.com/gp/book/9781137497895
74. Rosenstiel, Tom et. al. (2011). **How people learn about their local community**, Pew Research Center, from: www.pewresearch.org/internet/2011/09/26/how-people-learn-about-their-local-community-2/
75. Sharma, Namrata (2015), Facebook journalism: An Exploratory study into the news value and role of journalists on facebook, **Master Thesis**, the faculty of the University Graduate School, the Department of Telecommunications, Indiana University, from: <https://search.proquest.com/openview/799b962ea897a21cea157078aadaeea2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
76. The European Commission (2012), **Journalists and Social Media**, Aggregate report, from: <http://ec.europa.eu>
77. Thomas, Cheney (2013), The development of journalism in the face of social media: A study on social media's impact on a journalist's role, method and relationship to the audience, **Master Thesis**, Department of Applied Information Technology Gothenburg, University of Gothenburg, Sweden, from: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/33941/1/gupea_2077_33941_1.pdf
78. Urban, Agnes & Bodoky, Tamas (2013). The Impact of Facebook on News Consumption, in M.Friedrichsen and W.Mu'hl-Benninghaus (eds.), **Handbook of Social Media Management, Media Business and Innovation**, Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, pp805-817, from: www.springer.com/gp/book/9783642288968
79. Veenstra, Aaron S. et. al. (2015). Twitter as "a journalistic substitute"?: Examining #wiunion tweeters' behavior and self-perception, **Journalism**, Vol. 16(4), pp488–504, from: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884914521580>
80. Viall, Elizabeth Katherine (2009). Hyper-Local citizen journalism sites and traditional media sites similarities and contrasts in theme, objectivity, and watchdog function, **Doctoral Thesis**, The School of Journalism, Indiana University, from: <http://search.proquest.com>
81. Villi, Mikko et. al. (2016). Recommend, Tweet, Share: User-Distributed Content (UDC) and the Convergence of News Media and Social Networks, in A.Lugmayr, C.Dal Zotto (eds.), **Media Convergence Handbook**, Springer-Verlag, Berlin

- Heidelberg, pp289-306, from: www.springer.com/gp/book/9783662482926
82. Vis, Farida (2013). Twitter as a reporting tool for breaking news, **Digital Journalism** 1(1), pp6-26, from: www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2012.741316?scroll=top&needAccess=true
83. Westerman et. al. (2014). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol 19, pp171–183, from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcc4.12041>
84. White, Eric Lee (2012). New Media in the Newsroom: A Survey of Local Journalists and Their Managers on the use of Social Media as Reporting Tools, **Master thesis**, The School of Journalism and Mass Communication, The University of North Carolina, Chapel Hill, from: <https://pdfs.semanticscholar.org/7779/813497100cb763b6351e12daab32c4541f60.pdf>
85. Zago, Gabriela & Bastos, Marco Toledo (2013), Visibility of news items on Twitter and Facebook: Comparative analysis of the most replicated news in Europe and the Americas, **Brazilian Journalism Research**, Vol 9, No 1, pp 114-131, from: <http://tecjor.net/images/5/5f/Marcotoledobastosgabrielazago.pdf>