



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

• الإنترنت عام ٢٠٣٥

أ.د. أمين سعيد عبد الغنى

• إشكاليات في بحوث الإعلام ونظرياته

أ.د. حسن على محمد

• الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات
مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي

د. حسين محمد ربيع

• الاتجاهات الحديثة في بحوث علاقة
النخب بالإعلام الرقمي

د. علا عبد القوى عامر

• دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات

د. السيد عبد الرحمن علي

• استخدام الجمهور المصري لشبكات المنصات
الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي

د. إيمان عادل عبد المنعم

• الميتافيرس وملامح المستقبل الجديد

د. رباب حسين العجماوي

العدد الأول - أكتوبر 2022

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

أ.د/ حسين أمين	الأستاذ بكلية الإعلام - الجامعة الأمريكية بالقاهرة
أ.د/ حمدي حسن أبو العينين	أستاذ الإعلام بالجامعات المصرية
أ.د/ سامي عبد العزيز	أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ سامي محمد ربيع الشريف	أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ.د. سهير صالح إبراهيم	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق
أ.د/ سيد بهنسي	أستاذ الإعلام بكلية الآداب- جامعة عين شمس
أ.د / عادل عبد الغفار	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ عادل فهمي البيومي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د. عبد الرحمن محمد الشامي	أستاذ الإعلام بجامعة قطر - دولة قطر
أ.د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- المملكة العربية السعودية
أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية- المملكة الأردنية
أ.د/ محمد رضا أحمد	أستاذ الإعلام - بجامعة المنصورة
أ.د/ محمد علي شومان	أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ.د/ محمد سعد إبراهيم	أستاذ الصحافة - قسم الإعلام - جامعة المنيا
أ.د/ مني سعيد الحديدي	الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ هويدا مصطفى	أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام الأسبق - جامعة القاهرة

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام
وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

مدير التحرير

أ.م.د. حسين محمد ربيع

سكرتيرا التحرير

أ.م.د. علا عبد القوي عامر
أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

السكرتير الإداري

مي محمد سليم

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

مساعدو رئيس التحرير

أ.د. حسن علي محمد

الأستاذ المتفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ.د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ.د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام
وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس - السويس - مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذى يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمى، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمى.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمى، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمى.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمى.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمى ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمى في مصر والعالم العربى والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلزمات منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A٤ / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وتُرَقَم ترقيماً متسلسلاً، وتُكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وتُرَقَم ترقيماً متسلسلاً وتُكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتُكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوي البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويُكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

فهرس المحتويات

• الإنترنت عام ٢٠٣٥

11 أ.د. أمين سعيد عبد الغني

• إشكاليات في بحوث الإعلام ونظرياته

21 أ.د. حسن علي محمد

• الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات
مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي

31 د. حسين محمد ربيع

• الاتجاهات الحديثة في بحوث علاقة
النخب بالإعلام الرقمي

167 د. علا عبد القوى عامر

• دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات

257 د. السيد عبد الرحمن علي

• استخدام الجمهور المصري لشبكات المنصات
الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي

345 د.إيمان عادل عبد المنعم

• الميتافيرس وملامح المستقبل الجديد

425 د. رباب حسين العجموي

مقدمة العدد "أما قبل"

صدرت مجلة علمية متخصصة هو ميلاد أمل جديد وخصوصًا إذا كانت هذه المجلة الوليدة بعنوان "مجلة بحوث الإعلام الرقمي" لأنها تأخذنا مباشرة إلى ساحات علوم المستقبل، وهي علوم وبحوث العصر الرقمي الذي تعيشه الإنسانية الآن، ويأتي هذا العدد من هذه المجلة الوليدة كخطوة في استكمال البناء العلمي لكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، تتبعها خطوات مستقبلية من قبيل اعتماد برنامج الدراسات العليا بالكلية، وأولها "برنامج الماجستير الرقمي" وانطلاق المؤتمر العلمي السنوي الأول للكلية في العام الجامعي القادم بإذن الله.

ويطالع القارئ في هذا العدد مقالين علميين، يأخذنا الأول إلى عالم مستقبل الإنترنت عام ٢٠٣٥، يعرض فيه كاتبه - أ.د. أمين سعيد عبد الغني - تصور الخبراء للتغيرات الرئيسية التي تسعى إلى تحسين التفاعلات الرقمية بحلول عام ٢٠٣٥، مثل: بناء مساحات أفضل وبناء مجتمعات فعالة، وتمكين الأفراد، وتغيير الحياة الاقتصادية، وبنية العمل وتغيير الواقع ومعالجة المشكلات المستعصية.

ويقدم المقال الثاني لكاتبه أ.د. حسن علي محمد دعوة للعلماء والباحثين العرب للإسهام في بناء النظريات العلمية في علوم الاتصال، ويرصد من خلاله شغله بعلوم الإعلام ونظرياته على مدى أربعين عامًا، ويعرض سبع إشكاليات تفيد البحوث الإعلامية في مصر والعالم العربي، ويدعو إلى تجاوزها.

كما يضم هذا العدد بين دفتيه خمس دراسات تتناول موضوعات بحثية على قدر من الأهمية، وجاء البحث الأول للدكتور حسين ربيع الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بالكلية، حول الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، وهي دراسة تحليلية من المستوى الثاني قدم فيها الباحث عرضًا تحليليًا نقديًا للدراسات العربية والأجنبية التي تناولت استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء الصحفي في مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم، وختم الباحث هذا العرض التحليلي بتقديم رؤية مستقبلية تتضمن اقتراح أجندة بحثية عن مسارات البحوث والدراسات في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي.

الدراسة الثانية أعدتها الدكتورة علا عامر الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية، تحت عنوان "الاتجاهات الحديثة في بحوث علاقة النخب بالإعلام الرقمي"، من خلال رصد البحوث والدراسات الأكاديمية التي تناولت علاقة النخب بكافة تصنيفاتهم المهنية والأكاديمية وذلك على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، وقدمت الباحثة مجموعة من التوصيات التي تمثل أجندة بحثية مستقبلية يمكن أن تفيد الباحثين في مجال علاقة النخب بالإعلام الرقمي.

وجاءت الدراسة الثالثة تحت عنوان "دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات"، من إعداد الدكتور السيد عبد الرحمن المدرس بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة بالكلية، قدم فيها رؤية للدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات، استناداً إلى الأدبيات العلمية المعنية بهذا الشأن، من رسائل جامعية ودراسات وبحوث ومؤلفات علمية، وذلك من خلال التعرف على ماهية الأزمات؛ من مفاهيم وصفات وخصائص وأسباب وأنواع ومراحل دورة حياة وإدارة، والكشف عن ماهية العلاقات العامة؛ مفاهيمها وأدواتها واستراتيجياتها المستخدمة في إدارة الأزمات في المنظمات، والوقوف على اتصالات الأزمات.

أما الدراسة الرابعة فجاءت تحت عنوان "استخدام الجمهور المصري لشبكات المنصات الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي: تطبيق WhatsApp نموذجاً"، من إعداد الدكتور إيمان عادل عبد المنعم المدرس بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة بالكلية، رصدت فيها طبيعة استخدامات الجمهور المصري لتطبيق WhatsApp وحدود التأثير الذي أحدثه هذا التطبيق على طبيعة العلاقات الاجتماعية والاتصالية وإلى أي مدى أثر استخدام تطبيق WhatsApp على الاتصال الشخصي.

الدراسة الخامسة والأخيرة أعدتها الدكتورة رباب حسين المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية، وجاءت تحت عنوان "الميتافيرس وملامح المستقبل الجديد" قدمت فيها الباحثة رؤية مستقبلية عن الميتافيرس ودوره في تشكيل الملامح المستقبلية في المرحلة القادمة من العصر الرقمي، ورصدت فيه مجالات استخدام الميتافيرس مثل النواحي الطبية والعلمية والتعليمية والترفيهية والتجارية والاقتصادية، كما تطرقت الباحثة إلى التحديات والمعوقات التي تواجهها هذه التقنية والتي قد تحول دون فعالية التكنولوجيا الجديدة.

وكلنا أمل أن تسهم هذه المجلة الوليدة في فتح الآفاق أمام الباحثين والقراء والمهتمين برصد واقع العصر الرقمي الجديد وتحديد ملامحه المستقبلية، والعمل على أن يكون لنا دور علمي فاعل في العصر الرقمي. والله من وراء القصد،،

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

الاتجاهات الحديثة
في بحوث تأثيرات
مواقع التواصل الاجتماعي
على الأداء الصحفي
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. حسين محمد ربيع

أستاذ مساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال
جامعة السويس.

مقدمة:

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطورًا كبيرًا في مجال العمل الإعلامي بصفة عامة، حيث سهّلت الممارسة الإعلامية في كافة جوانبها ومستوياتها، كما جاءت لتشكل عالمًا افتراضيًا فتح المجال أمام المؤسسات الإعلامية والصحفية لترويج محتواها وتسويقه، والتواصل مع الجمهور والتفاعل معه ومتابعة اهتماماته وتلبيتها بشكل أيسر من ذي قبل، أي قبل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، كما وفّرت هذه المواقع فرصةً للصحفيين للحصول على الأخبار وانتقاء المعلومات، وتوسيع شبكة المصادر والتواصل معها بسهولة، إلى جانب إبداء آرائهم ومواقفهم في الكثير من القضايا بحرية غير مسبوقة، واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تمدّ هؤلاء الصحفيين بقنوات جديدة للمشاركة في نشر أعمالهم الصحفية، الأمر الذي دفع الكثير من الصحفيين إلى إنشاء حسابات أو صفحات سواء خاصة أو مهنية على هذه المواقع، وما تبع ذلك من اهتمام كثير من الباحثين بدراسة هذا الواقع الجديد المتمثل في استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في العمل الصحفي، لرصد طبيعة هذه الاستخدامات ومجالاتها إلى جانب الكشف عن تأثيرات هذه المواقع على بيئة العمل الصحفي على اختلاف مستوياتها وجوانبها.

وهو ما يحاول هذا العرض التحليلي رصده من خلال تحليل نتائج عينة من الدراسات والبحوث العربية والأجنبية التي تطرقت إلى استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، والتعرف على طبيعة هذه الاستخدامات ومجالاتها الشخصية والمهنية، والكشف عن التأثيرات الناتجة عن هذه الاستخدامات في مجال العمل الصحفي، وهو ما سوف نتطرق إليه في هذا العرض التحليلي بشكل تفصيلي من خلال عرض أهمّ الاتجاهات البحثية التي تطرقت إلى هذا الموضوع.

أهداف العرض التحليلي:

- يستهدف هذا العرض التحليلي للبحوث والدراسات السابقة في مجال تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي ما يلي:
١. رصد الدراسات والبحوث التي تناولت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي في الفترة من ٢٠١٢ حتى ٢٠١٩ في مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم.
 ٢. الكشف عن الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل.
 ٣. رصد وتحليل الأطر النظرية والمنهجية المستخدمة في دراسات وبحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي عربياً وأجنبياً، إلى جانب رصد أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات والبحوث.
 ٤. تقديم رؤية تحليلية نقدية لدراسات وبحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي وفقاً للموضوعات والمجالات البحثية والأطر النظرية والمنهجية في ضوء المقارنة بين المدارس المختلفة (العربية، الأمريكية، الأوروبية، الآسيوية، الأفريقية).
 ٥. تقديم رؤية مستقبلية تتضمن اقتراح أجندة بحثية عن مسارات البحوث والدراسات في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي.

منهجية العرض التحليلي:

انطلاقاً من الأهداف المحددة لهذا العرض التحليلي، قام الباحث باستخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis، وهو أحد الأساليب المنهجية التي تستخدم في تحليل المصادر الثانوية Secondary Resources، مثل الدراسات والبحوث والأدبيات الخاصة بأي مجال من مجالات المعرفة الإنسانية، وتستند فكرة هذا الأسلوب الذي طوره "روجرز" عام ١٩٨٤، إلى تحديد

قضية معينة أو إشكالية من الإشكاليات التي تحظى بأهمية سواء على المستوى الأكاديمي أو المستوى المجتمعي، أو كليهما، ثم بلورة هذه الإشكالية وتحديد جوانبها وأبعادها المختلفة، ومن ثم السعي إلى التعرف على الكيفية التي عالجت بها الإسهامات البحثية والأكاديمية هذه القضية في ضوء المدارس الأكاديمية المختلفة، ومعرفة مدى اتساقها ومستويات النقائها في التعبير عن اتجاهات بحثية معينة، وهو الأسلوب الذي استخدمه الباحث من خلال بلورة الإشكالية البحثية المستهدفة دراستها في هذا العرض التحليلي.

وفي سياق الاعتماد على أسلوب التحليل من المستوى الثاني، قام الباحث بتحليل البحوث والدراسات المتاحة المنشورة في دوريات عربية وأجنبية، من خلال استخلاص الإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية والتطبيقية، أعقب ذلك تحليل نقدي شامل لهذه البحوث والدراسات بشكل إجمالي بهدف الوقوف على أبرز الموضوعات والمجالات البحثية والأطر النظرية والمنهجية في الدراسات والبحوث المتعلقة بمجال تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي.

مجتمع العرض التحليلي وعيّنته:

يتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل في مجموعة الدراسات والبحوث سواء المنشورة أو غير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية، ذات الصلة بموضوع تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، والتي استطاع الباحث الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين العربية والأجنبية سواء من خلال المكتبات التقليدية، أو من خلال قواعد البيانات العربية والعالمية، وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢ وحتى ٢٠١٩، وقد بلغ إجمالي عدد الدراسات والبحوث التي تمكن الباحث من الحصول عليها وإخضاعها للتحليل ١٢٧ دراسة، بواقع ٨٠ دراسة أجنبية و٤٧ دراسة عربية موزعة على السنوات التي غطّاها العرض التحليلي، ويمكن عرض الدراسات والبحوث عينة التحليل وفقاً لسنوات إجرائها، وعدد الدول التي طبّقت فيها، والمواقع التي تناولتها من خلال الجداول الثلاثة التالية:

جدول رقم (٤) يوضح توزيع الدراسات
عينة التحليل حسب سنة النشر

الإجمالي		الدراسات العربية		الدراسات الأجنبية		سنة النشر
%	ك	%	ك	%	ك	
٦,٣	٨	٦,٣٨	٣	٦,٢٥	٥	٢٠١٩
٢٢	٢٨	٢٣,٤	١١	٢١,٢٥	١٧	٢٠١٨
١٤,٩٦	١٩	١٢,٧٧	٦	١٦,٢٥	١٣	٢٠١٧
١٣,٣٩	١٧	١٢,٧٧	٦	١٣,٧٥	١١	٢٠١٦
١٤,١٧	١٨	١٧	٨	١٢,٥	١٠	٢٠١٥
١٠,٢٤	١٣	١٢,٧٧	٦	٨,٧٥	٧	٢٠١٤
١١,٨	١٥	٨,٥	٤	١٣,٧٥	١١	٢٠١٣
٧,١	٩	٦,٣٨	٣	٧,٥	٦	٢٠١٢
١٠٠	١٢٧	١٠٠	٤٧	١٠٠	٨٠	الإجمالي

جدول رقم (٥) يوضح المجتمعات التي أجريت في سياقها
الدراسات عينة التحليل

%	ك	مجتمعات الدراسات
٢٩,١	١٦	دول عربية
٧٠,٩	٣٩	دول أجنبية
١٠٠	٥٥	الإجمالي

جدول رقم (٦) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي تناولتها الدراسات
عينة التحليل

الإجمالي		الدراسات العربية		الدراسات الأجنبية		مواقع التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٠,٥	٢٦	٢٧,٧	١٣	١٦,٣	١٣	فيسبوك
٣٢,٣	٤١	٢١,٣	١٠	٣٨,٨	٣١	تويتر
٥,٥	٧	١٠,٦	٥	٢,٥	٢	يوتيوب
١,٦	٢	٤,٣	٢	-	-	ماي سبيس
٢,٤	٣	-	-	٣,٨	٣	واتساب
٥٤,٣	٦٩	٥٣,٢	٢٥	٥٥	٤٤	مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام
١٢٧=ن		٤٧=ن		٨٠=ن		الإجمالي

وقد اعتمد الباحث في الحصول على هذه الدراسات والبحوث على مجموعة من مصادر المعلومات، تمثلت أبرزها في:

- الدوريات العلمية المصرية والعربية والأجنبية.
- الرسائل العلمية المصرية والعربية والأجنبية.
- المؤتمرات والملتقيات العلمية العربية والأجنبية.
- قاعدة البيانات الخاصة ب"دار المنظومة" - "المنهل".
- مواقع الجامعات العربية والأجنبية.

- قواعد البيانات الأجنبية أبرزها:

Science Direct- Proquest- All-Academic- Sage- Taylor and)
(Francis

العدد	المصادر
١٣	الدوريات العلمية المصرية والعربية
٤	المؤتمرات والملتقيات العلمية المصرية والعربية
١٧	الجامعات المصرية والعربية
٢٨	الدوريات العلمية الأجنبية
٦	المؤتمرات والملتقيات العلمية الأجنبية
١٧	الجامعات الأجنبية

وقد مرّت عملية التحليل بمجموعة من الإجراءات والمراحل، بدأت بجمع كافة البحوث والدراسات المنشورة وغير المنشورة، باللغتين العربية والإنجليزية خلال الفترة المحددة من ٢٠١٢-٢٠١٩، ثم تصميم استمارة تحليل تتضمن مجموعة من الفئات الخاصة بطبيعة القضايا والإشكاليات التي تطرقت إليها الدراسات والبحوث موضع التحليل، والأطر النظرية والمنهجية التي وظّفها الباحثون في هذه البحوث والدراسات، وكذلك الأساليب والأدوات التي استخدموها في جمع البيانات، وذلك لضمان إمكانية الخروج ببعض المؤشرات الكمية والموضوعية، ثم تأتي بعد ذلك مرحلة تصنيف هذه الدراسات والبحوث في إطار محاور موضوعية، لضمان استعراضها وتحليلها في سياق موضوعي واحد، وصولاً لاستعراض نتائج التحليل الخاصة بكل محور من المحاور التي تعكس الاتجاهات البحثية الجديدة على المستوى العالمي، من منظور تحليلي نقدي مقارن، وأخيراً بلورة رؤية مستقبلية تتمثل في أجندة بحثية مستقبلية في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، انطلاقاً من دراسات وتحليل معطيات الواقع التي كشفتها الدراسات والبحوث موضع التحليل.

أولاً: الاتجاهات البحثية في بحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي:

تنوّعت البحوث التي اهتمت بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، في كل من المدرستين العربية والغربية، وقد تضمنت أربعة اتجاهات رئيسية، تمثلت في:

- الاتجاه البحثي الأول: الدراسات التي تناولت توظيف المؤسسات الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها التنظيمية والتحريرية والتسويقية.
- الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء الصحفي.
- الاتجاه البحثي الثالث: الدراسات التي اهتمت ببحث ممارسات الصحفيين الشخصية والمهنية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاتجاه البحثي الرابع: الدراسات التي اهتمت ببحث أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي.

والجدول التالي يوضح توزيع الدراسات والبحوث عينة التحليل وفقاً للاتجاهات البحثية:

جدول رقم (٧) يوضح الاتجاهات البحثية للبحوث والدراسات عينة التحليل

المجموع		الدراسات العربية		الدراسات الأجنبية		الاتجاهات البحثية
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣,١	٤٢	١٢,٨	٦	٤٥	٣٦	الاتجاه البحثي الأول: الدراسات التي تناولت توظيف المؤسسات الصحفية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها التنظيمية والتحريرية والتسويقية.
٤٨	٦١	٧٦,٥	٣٦	٣١,٣	٢٥	الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات

						التي تناولت استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها والإشباع المتحققة
١١,٨	١٥	٦,٤	٣	١٥	١٢	الاتجاه البحثي الثالث: الدراسات التي اهتمت ببحث ممارسات الصحفيين الشخصية والمهنية على مواقع التواصل الاجتماعي
٧,١	٩	٤,٣	٢	٨,٧	٧	الاتجاه البحثي الرابع: الدراسات التي اهتمت ببحث أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي
١٠٠	١٢٧	١٠٠	٤٧	١٠٠	٨٠	المجموع

وفيما يلي نعرض هذه الاتجاهات البحثية بالتفصيل:

الاتجاه البحثي الأول: الدراسات التي تناولت توظيف المؤسسات الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وتأثيراتها التنظيمية والتحريرية والتسويقية:

شكّلت شبكة الإنترنت أحد أبرز معالم التحولات التكنولوجية والاجتماعية الاقتصادية التي عاشتها البشرية منذ مطلع القرن الحادي والعشرين؛ فبفضل تلك التحولات، لم تعد الشبكة العنكبوتية مجرد قناة تتدفق فيها المعلومات، بل أصبحت أداة تفاعلية للتواصل بين المستخدمين ووسيلة تمكين لهم في الفضاء الافتراضي الواسع، وبفضل تكنولوجيا الجيل الثاني من الإنترنت (ويب ٢ أو Web 2.0) (*) أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أهم مظاهر الاتصال التفاعلي في الشبكة لما أفرزته من تطبيقات متعددة ومتنوعة في مجالات التواصل والتسويق والإعلام والإدارة والترويج والتعليم والتوعية، وغيرها من المجالات.

ومن ثمّ فقد أسهمت تكنولوجيا Web 2.0 في تحولات عميقة من خلال ما أحدثته من ابتكارات وتجديدات حولت شبكة الإنترنت إلى "خلية اجتماعية دائبة الحركة"^(١). ومع انتشار الميديا الاجتماعية بدأت وسائل الإعلام الكلاسيكية في التجاوب التدريجي مع هذه التحولات، وفي النفاذ إلى عالمها، والأخذ بممارساتها القائمة على التشارك، وتوظيف التطبيقات الافتراضية التي تنتجها من منصات وتدوين ومواقع شبكات اجتماعية، وذلك بهدف تعزيز وفاء الجمهور للمؤسسة الإعلامية والتفاعل معه^(٢)، حيث تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من إستراتيجيات أساسية عدّة لنشر الأخبار على الإنترنت، وأصبحت أغلب مؤسسات الإعلام والصحافة على المستوى العالمي لها وجود كبير على هذه المواقع، حيث أدركت هذه المؤسسات إمكانية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للعمل الصحفي؛ فبجانب استخدام هذه المواقع كمصادر للحصول على الأخبار، استخدمتها الصحف الإلكترونية كوسيلة لجذب الجمهور والترويج لمنتجاتها الإخباري، وقد وصفت صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بأنه "واحد من أهم الإستراتيجيات الخاصة بنشر الأخبار على الإنترنت"^(٣).

وفي هذا السياق الجديد يشهد عالم الصحافة المكتوبة العديد من التغيرات والتحولت التي مسّت جوهر العمل الصحفي، سواء في عملية جمع الأخبار وتحريرها ونشرها، أو في إدارة العمل الصحفي، أو في طبيعة الأطراف المشاركة في العملية الصحفية.

في ضوء ما سبق، يأتي هذا الاتجاه البحثي، الذي رصد فيه الباحث مجموعة من الدراسات والبحوث التي غُنيت بتوظيف المؤسسات الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، تمثلت في (٦) دراسات عربية، و(٣٦) دراسة أجنبية، بإجمالي (٤٢) دراسة تنوعت أهدافها وتعددت المجتمعات المدروسة فيها، وقد غطّت الدراسات العربية ثلاث دول عربية هي (الجزائر، مصر، تونس)، أما الدراسات الأجنبية فقد غطّت ٢٧ دولة هي (الولايات المتحدة، بريطانيا، الهند، إيطاليا، الفلبين، فرنسا، نيوزيلندا، فنلندا، سويسرا، كينيا، السويد، الصين، المملكة العربية السعودية، ألمانيا، النرويج، الدنمارك، نيجيريا، تايوان، كوريا الجنوبية،

البرازيل، الأرجنتين، كولومبيا، المكسيك، بيرو، أستراليا، بلجيكا، هولندا) وفيما يلي عرض هذه الدراسات.

في الجزائر أجرت الباحثة خيرة خديم (٢٠١٨)^(٤) دراسة حول استخدام الصحافة المكتوبة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي هدفت فيها إلى التعرف على الكيفية التي تستخدم بها الصحف الجزائرية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، من خلال التعرف على حجم الأخبار التي تنشرها صحيفة الشروق اليومية ويكون مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي، خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٧ وحتى مارس ٢٠١٨، وكشفت نتائجها عن زيادة اهتمام الصحافة المكتوبة بنشر أخبار مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي نتيجة بروز اتجاه جديد في التحرير الصحفي يركز على توظيف الإعلام الجديد الذي تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي إحدى وسائله. وخلصت الدراسة إلى أن مصادر الأخبار في عصر الميديا الجديدة شهدت تحولات نوعية، من خلال ظهور مصادر جديدة أثرت قائمة المصادر التقليدية التي ترسخت عبر تطور الصحافة المكتوبة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي مكنت الصحفيين من الحصول على الأخبار الفورية وروايات متعددة، الأمر الذي دفع وسائل الإعلام إلى استثمار هذه الشبكات.

وتطرقت دراسة جزائرية أخرى، وهي دراسة نور الدين هميسي (٢٠١٨)^(٥) إلى تأثير استخدام موقع فيسبوك على بنية الخبر الصحفي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث هدفت إلى التعرف على تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي (كأحد أشكال تكنولوجيا الويب 2.0) على الخبر الصحفي وبنية التحرير، من خلال الإحاطة الواقعية بتغيير بنية الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي من كيفية الحصول على الخبر إلى طريقة طرحه والسرعة في طرحه والبناء اللغوي له، بالتطبيق على صفحة جريدة البلاد الجزائرية على موقع فيسبوك، في الفترة من ١ مايو إلى ٣٠ يونيو ٢٠١٧، وكشفت نتائجها أن الخبر في صفحة الفيسبوك من ناحية بنيته لم يعد ينقسم -كما كان قبلاً- إلى عنوان ومقدمة وجسم الخبر، وإنما أتاحت الروابط التشعبية للخبر تقسيمه إلى قسمين هما: العنوان والرابط، وهذا يعطي بناءً جديدًا للخبر الصحفي الإلكتروني يختلف عن الخبر التقليدي، كما اختلفت مصادر الخبر في صفحة الفيسبوك، فأصبح المصدر عبارة

عن مواقع وصفحات أخرى، بل وحتى الزوّار أصبحوا مصادر للصفحة في بعض الأخبار من خلال تواجدهم في مكان الحدث ونقلهم لصور حصرية.

في السياق الجزائري ذاته حاولت دراسة محمد بوجوالي (٢٠١٤)^(٦) الإجابة عن عدد من التساؤلات المتعلقة بواقع الصحافة الإلكترونية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي، هل العلاقة الموجودة بين الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي هي علاقة تكامل وترابط أم علاقة تنافس وصراع؟ هل تعتمد الصحافة الإلكترونية الجزائرية على هذه الشبكات كوسيط أو دعامة لانتشار أوسع وزيادة عدد قرائها؟ وهل ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي في إضافة ميزات وخصائص على الصحيفة الإلكترونية أم لا؟، طُبِّقت الدراسة على ٢٠ صحيفة إلكترونية جزائرية، وأظهرت نتائجها أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط أو دعامة لانتشار أوسع وزيادة عدد قرائها، وللتمكن من معرفة رجع الصدى لإصداراتها بسهولة ووضوح وهو ما يعكس علاقة تكامل وترابط بين الصحافة الإلكترونية الجزائرية ومواقع التواصل الاجتماعي، كما أوضحت النتائج أن هذه الصحف تقوم بإجراء تعديلات على المضامين الصحفية المنشورة في مواقعها الإلكترونية لتتناسب مع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تقوم بتلخيص الموضوعات الصحفية في صفحاتها على المواقع الاجتماعية حتى يتمكن القراء من معرفة أهم المعلومات الواردة في هذه الموضوعات من خلال مواقع التواصل دون الدخول إلى الموقع الإلكتروني للصحيفة، وتضيف الصحيفة روابط الموضوعات نحو موقعها إن أراد القارئ قراءة التفاصيل.

وفي مصر، أجرت الشبكة العربية لدعم الإعلام (٢٠١٧)^(٧) دراسة بعنوان "العلاقة بين مواقع الأخبار وشبكات التواصل الاجتماعي: الاستخدام، الأهمية، والفرص" حاولت فيها تسليط الضوء على استخدام مواقع الصحف الإلكترونية لمواقع التواصل الاجتماعي في ترويج المحتوى الصحفي، وكذلك تسليط الضوء على مهنة محرر السوشيال ميديا (محرر شبكات التواصل الاجتماعي) في هذه المواقع ورصد أهم ملامح عمل هذا المحرر وكيفية تطويرها، وطُبِّقت الدراسة على ٨ مؤسسات صحفية مصرية ممن لديها قسم متخصص في

إدارة حسابات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي (قسم السوشيال ميديا)، وأظهرت أن هذه المواقع الإخبارية المصرية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم خاصة فيما يتعلق بتسويق محتواها الإخباري لأكبر نطاق من الجمهور، إضافة إلى استخدام هذه الشبكات كمصدر للأخبار والآراء والتعليقات على الأحداث الجارية، وكوسيلة لقياس اهتمامات الجمهور وقياس ردود أفعالهم على المحتوى المنشور.

كما هدفت دراسة سماح الشهاوي (٢٠١٥)^(٨) إلى الكشف عن تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة أعداد مستخدميها على المحتوى المقدم عبر هذه الشبكات، وعلى معالجة الصحيفة للمحتوى، وكذلك الكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على معايير العمل الصحفي، بالتطبيق على موقعي اليوم السابع وفيتو في الفترة من ٢٣ ديسمبر حتى ٢٩ ديسمبر ٢٠١٤، أظهرت نتائجها أن الصحف المصرية توظف شبكات التواصل الاجتماعي على ثلاثة مستويات؛ يتمثل المستوى الأول في استخدام هذه الشبكات كمصدر للحصول على الأخبار، حيث أصبحت الصفحات الشخصية الخاصة ببعض الشخصيات كالنشطاء والإعلاميين والفنانين وغيرهم مصدرًا لكثير من أخبار الصحف الإلكترونية المصرية، أما المستوى الثاني فيتمثل في استخدام هذه المواقع كوسيلة لنشر أخبار الصحف وزيادة التفاعل مع الجمهور، وزيادة المرور لأخبار الموقع الإلكتروني من خلال موقع فيسبوك، بينما يتمثل المستوى الثالث في استخدام الصحفيين والكتاب لصفحاتهم الشخصية على موقع فيسبوك وغيره من الشبكات الاجتماعية في نشر موضوعاتهم التي تم نشرها في الصحف الإلكترونية والتفاعل مع القراء حول هذه الموضوعات. وفيما يتعلق بتأثير توظيف صفحات فيسبوك على معايير العمل الصحفي، أوضحت النتائج أن هذا التوظيف قد أثر على معايير العمل الصحفي؛ على سبيل المثال أصبحت القيم الخيرية التي تعطي للخبر أهمية تجعله يستحق النشر متركزة كثيرًا في قيم الشهرة والاهتمامات الإنسانية والغريبة أو الطرافة، في حين توارت إلى حد كبير قيم مثل الأهمية والمنفعة أو الفائدة الشخصية في معظم الأخبار التي تنشرها الصحف الإلكترونية على صفحاتها على موقع فيسبوك.

وفي **تونس** أشارت نتائج الدراسة التي أجرتها الباحثة **إيمان حداد** (٢٠١٥)^(٩) حول مدى تجاوب الصحافة التونسية المكتوبة مع موجة الميديا الاجتماعية التشاركية في صناعة المحتوى الصحفي إلى أن الصحف التونسية تملك صفحات خاصة على موقع فيسبوك كمنفذ إضافي للنشر والتوزيع، يتم فيها مشاركة بعض المقالات أو العناوين أو مقاطع الفيديو أو الصور مع المستخدمين دون التفاعل مع آرائهم وردود أفعالهم، ووصفت الباحثة واقع استخدامات الميديا الاجتماعية في مجال الصحافة المكتوبة التونسية في منظورها العالمي بما يصطلح عليه بـ"الاستخدامات الدنيا"، بما يعكس غياب استراتيجيات للمؤسسات الصحفية عند توقعها على منصات هذه الميديا الجديدة، وانعدام التنظيم على مستوى قاعات التحرير وغياب معايير عمل مواكبة للبيئة الجديدة (أخلاقيات جديدة ومندمجة)، وقد أشارت الدراسة إلى مجموعة من التحديات أو المخاطر التي يطرحها استخدام الميديا الاجتماعية في العمل الصحفي والممارسة المهنية، تمثلت أهمها في: مصداقية الأخبار ودقتها (المجازفة بنشر أخبار مغلوبة دون التثبت من مصادرها والاعتماد على الميديا الاجتماعية كمصدر وحيد)، عدم المحافظة على الحياد، المخاطرة بسمعة الصحفي، تلاشي الحدود بين الحياة الخاصة والمهنية، غياب قواعد تنظم النشر على منصات الميديا الاجتماعية، خرق حقوق المؤلف والسرقة الأدبية.

وعلى مستوى الدراسات الأجنبية، بحثت دراسة **Clarissa C. David** وآخرون (٢٠١٩)^(١٠) في كيفية دمج محرري السوشيال ميديا في غرف الأخبار في الصحف الفلبينية وتأثير ذلك على الممارسات التحريرية في هذه الصحف، طُبِّقت على ١٦ صحفياً من جميع عناصر التسلسل الهرمي لغرفة الأخبار في أربعة من أكثر مواقع الأخبار على الإنترنت شعبية في الفلبين، وأظهرت النتائج أن وضع محرري وسائل التواصل الاجتماعي داخل مواقع الأخبار الفلبينية يتخذ شكلين: الأول: إنشاء فريق وسائط اجتماعية يعمل بشكل منفصل عن الصحفيين والمحررين، ولا يتم تضمين أعضاء الفريق بشكل منتظم في الاجتماعات التحريرية لغرفة الأخبار، وفي هذه الحالة يقوم المحررون بإرسال المحتوى إلى وسائل التواصل الاجتماعي، ويقتصر دور محرري وسائل التواصل على تحديد موعد نشر

قصص معينة، واختيار الصور، وفي بعض الأحيان مراجعة العناوين. الشكل الثاني: يعمل محررو وسائل التواصل الاجتماعي بشكل وثيق مع الصحفيين، حيث يشاركون في الاجتماعات التحريرية، وفي هذه الحالة يكون محررو وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً من عملية إنتاج المحتوى، ويمثلون مصدر معلومات حول ردود فعل الجمهور ومصادر أفكار القصص الإخبارية بناءً على ما تتم مناقشته في وسائل التواصل الاجتماعي، ومن ثم ينبّهون المرسلين إلى ضرورة تغطية هذه القصص، والتواصل يكون مفتوحاً دائماً بين محرري التواصل الاجتماعي وبقية غرفة الأخبار، بما في ذلك المحررين والمدراء رفيعي المستوى.

أما الولايات المتحدة الأمريكية، فقد غطتها (١٢) دراسة من إجمالي الدراسات الأجنبية في هذا الاتجاه البحثي)، نوجزها فيما يلي:

- الدراسة الأولى: لـ Shannon C McGregor (٢٠١٩)^(١١) بحثت في

الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في إنتاج أخبار عن الرأي العام خلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في ٢٠١٦، من خلال تحليل المحتوى لعينة مكوّنة من ١٥٠ قصة إخبارية من القصص التي نشرت حول انتخابات الولايات المتحدة عام ٢٠١٦ في عدد من الصحف الأمريكية الكبرى، وكشفت النتائج عن أن الصحف الأمريكية تنظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعكس الرأي العام، وخاصة في أعقاب الأحداث الإعلامية مثل المناقشات السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام هذه الصحف لوسائل التواصل الاجتماعي في تمثيل الرأي العام يمنح شرعية للشركات المالكة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تقوم هذه الشركات بإنتاج المعلومات وتوجيه تدفقها إلى الصحافة، كما أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفهم الرأي العام يعطي بعض الأمل وبعض القلق؛ حيث توفر هذه الوسائل مدخلاً لتوسيع مفاهيم الرأي العام، لاسيما بطرق نوعية، مع إعطاء الأصوات المهمّشة أيضاً وصولاً أسهل إلى النخب، ولكن تؤدي هذه الوسائل إلى تحولات مقلقة في إجراءات الصحفيين وممارساتهم ومخرجاتهم.

- **الدراسة الثانية:** للباحثة **Jasmyne Wimbish** (٢٠١٨) (١٢) هدفت إلى التعرف على مدى تأثير استخدام موقع تويتر في عملية صناعة الأخبار على تحوّل دور الصحفيين من "حراسة البوابة" Gatekeeping إلى "مراقبة البوابة" Gatewatching، وأظهرت النتائج أن تويتر قد أثر على مشاركة الأخبار وكيفية دمجها في الوظائف اليومية للصحفيين الرياضيين؛ وقبل ظهور تويتر كان الصحفيون الرياضيون يسيطرون على تدفق المعلومات عن الرياضيين من خلال ممارسة حراسة البوابة التقليدية، ولكن نتيجة وجود الرياضيين المحترفين على وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت مراقبة البوابات أكثر بروزاً، مما أدى إلى تحوّل دور الصحفيين الرياضيين إلى مجرد "مراقب البوابة"؛ حيث تغيّر الدور التقليدي للصحفيين كـ"حارس بوابة" والسيطرة على المعلومات المناسبة للنشر، وذلك بسبب التدفق الحر للمعلومات عبر الإنترنت الذي أصبح معه بإمكان أي شخص نشر المعلومات دون المرور بعملية التأكد من أن المعلومات واقعية وجديرة بالاهتمام، كما كشفت الدراسة عن أن الصحف الأمريكية تقوم بتكليف محتواها ليكون مؤهلاً لـ"قراءة سريعة" من أجل الحفاظ على انتباه القارئ طوال مدة المحتوى المنشور، وأصبحت هذه الصحف تهتم بمحتوى أقصر لا تستغرق قراءته سوى بضع دقائق، وهو ما أدى إلى الانخفاض في جودة المحتوى الصحفي الرياضي المقدم عبر الشبكات الاجتماعية.

- **الدراسة الثالثة:** للباحث **Patrick Ferrucci** (٢٠١٨) (١٣) هدفت إلى تحديد الجهات الفاعلة التي تلعب دوراً في إنتاج الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات، وطُبِّقت على ٥٣ صحفياً من ٤٩ مؤسسة في الولايات المتحدة، وأظهرت النتائج أن الصحفيين وقادة الرأي والجمهور والمنظمات غير الإعلامية تؤثر على إنتاج الأخبار؛ حيث لم تعد غرفة الأخبار تخدم دائماً نفس الغرض التاريخي في الصحافة، كمركز لجميع القرارات والعمليات؛ بدلاً من ذلك، تقوم مؤسسات الأخبار الرقمية بالتخلص ببطء من غرفة الأخبار

التقليدية، وتحدث معظم عمليات إنتاج الأخبار عبر الإنترنت، وتضيف وسائل التواصل الاجتماعي الجمهور إلى هذه العمليات بطرق أكثر من مجرد مصدر أو منتج محتوى، وخلصت الدراسة إلى أن استمرار تأثير الجمهور ومنصات التواصل الاجتماعي على عملية إنتاج الأخبار والسيطرة على أداء وكالات الأخبار سيؤدي إلى تآكل إحساس الصحفيين بالسيطرة المهنية، مما قد يؤثر بشكل كبير على مفاهيم القواعد المهنية.

- **الدراسة الرابعة:** أجراها الباحثان **Shannon C McGregor,**

Logan Molyneux (٢٠١٨)^(١٤) افترضا فيها أن تويتر يؤثر في حكم الصحف على الأخبار ومدى جدارتها للنشر، مما يؤثر على قرارات التغطية، وقد ركزت الدراسة على الجانب الثاني من مفهوم حراسة البوابة، في إشارة إلى القرارات التي تتخذها الصحف بشأن المحتوى الذي تسمح بنشره، وأشارت النتائج إلى أن الاستخدام الروتيني لموقع تويتر في إنتاج الأخبار يؤثر في الحكم على الأخبار بالنسبة للصحفيين الذين يدمجون تويتر في إجراءات إعداد التقارير الخاصة بهم، وأن من الإيجابيات التي يحققها موقع تويتر أنه يوصل مجموعة واسعة من الأصوات إلى أجنحة الأخبار الرئيسية، ومن ثم يلعب تويتر دورًا رئيسيًا في الممارسات الصحفية.

- **الدراسة الخامسة:** للباحثين **Arthur D. Santana, Toby Hopp**

(٢٠١٦)^(١٥) سعت إلى تحديد قيمة مواقع التواصل الاجتماعي كأداة يستخدمها الصحفيون في العمل الصحفي اليومي، بالتطبيق على ٤٨٠ صحفيًا يعملون في أكبر ١٣٧ صحيفة يومية أمريكية، وخلصت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية إعداد التقارير في طريقه إلى أن يصبح مؤسسيًا، وربما الانضمام إلى التقنيات الأخرى القياسية الآن (مثل الهاتف والبريد الإلكتروني) لتصبح جزءًا لا غنى عنها من اليوم الروتيني اليومي للصحافة.

- **الدراسة السادسة:** للباحث **Stephen R. Barnard** (٢٠١٦)^(١٦)

هدفت إلى التعرف على دور موقع تويتر في تحوّل المعايير والقيم

الصحفية، من خلال رصد مدى تأثير ممارسات الصحفيين في موقع تويتر على توفير فرص جديدة في ظهور بيئة مختلطة بالشبكات تدمج القيم والممارسات من المجال الصحفي التقليدي مع تلك التي تنتمي إلى أصول رقمية وغير مهنية، وقام الباحث بتحليل ١٠٤٤ تغريدة لعينة من الصحفيين، وأظهرت النتائج أن هناك تحوُّلاً في الممارسة الصحفية، حيث أشارت ممارسات الصحفيين وتصرفاتهم عبر موقع تويتر إلى تطبيع هؤلاء الصحفيين مع ممارسات تويتر، مما يؤثّر على كيفية ممارستهم وتصوّرهم لمهنة الصحافة، فهناك تحوُّل ملحوظ في عادات العديد من الصحفيين المتصلين بالشبكة؛ ومع اندماج الممارسات التقليدية والرقمية، أصبح الصحفيون يتقبّلون بشكل طبيعي هذه العلاقة المختلطة.

- **الدراسة السابعة:** فحص فيها الباحث **Aaron Couch** (٢٠١٥) (١٧) سياسات استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في ٣٠ منظمة إخبارية حول العالم، بهدف التعرف على المعايير التي تحدّد طريقة تعامل الصحفيين مع وسائل الإعلام الاجتماعية في هذه المنظمات، وأظهرت النتائج أن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها من قبل الصحفيين، أدّى إلى حدوث تحوُّل مذهل في الطريقة التي تنظر بها المؤسسات الإخبارية إلى علاقتها مع مراسليها، حيث تنظر إليهم في كثير من الأحيان كخصوم محتملين قد يتسبّبون في إحراج لهذه المؤسسات التي يعملون فيها (potential liabilities just waiting) (to cause an embarrassment)، كما أظهر التحليل أن الشيء الوحيد المشترك بين معظم السياسات هو أن المنظمات الإخبارية تشعر بالقلق من أن الصحفيين سيخرجون مؤسساتهم على وسائل التواصل الاجتماعي عندما ينشرون محتوى مسيئاً أو غير مهني.

- **الدراسة الثامنة:** للباحثة **Angela M. Lee** (٢٠١٥) (١٨) أجرت فيها مقابلات متعمقة مع ١١ صحفياً من مختلف الصحف الوطنية والمحلية الأمريكية، بهدف فهم كيف يرى الصحفيون في الصحف المطبوعة أن تويتر يؤثّر على الجماهير فيما يتعلق بمصداقية الأخبار واستخدامها

والدفع مقابل الحصول عليها، وقدمت هذه الدراسة خمسة أسباب لعدم قيام وسائل التواصل الاجتماعي بإنقاذ صناعة الصحف، وهي:

١. التوقعات التنظيمية غير المترجمة إلى ممارسات طبيعية: حيث أشار الصحفيون إلى أنه على الرغم من الضغوط التنظيمية أو الإدارية عليهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجماهير، إلا أنهم يستخدمون تويتر في المقام الأول للتواصل مع الصحفيين الآخرين، وليس مع الجماهير.

٢. الصحفيون غير منشغلين بجمهور وسائل الإعلام الاجتماعي ولا يفهمونه: ففي الوقت الذي تشير فيه الدراسات السابقة إلى أن محرري الأخبار يدركون تدريجياً أهمية فهم رغبات الجمهور، فإن الصحفيين ليسوا على دراية كبيرة بما يريده جمهورهم.

٣. تويتر يقود عملية إنتاج الأخبار السريعة: أشارت النتائج إلى أن تويتر له تأثير مباشر على الممارسات الإخبارية، من خلال إجراءات الأخبار العاجلة التي تتطلب المزيد من التحديثات الجزئية المتتالية، كما أن الصحفيين مارسوا دورهم كحراس بوابة يقررون ما يجب أن يعرفه الجمهور على الرغم من سهولة الوصول نسبياً لمعرفة ما قد يرغب الجمهور في معرفته.

٤. قلة الدعم المؤسسي لممارسات الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي: أوضحت النتائج أنه على الرغم من أن المؤسسات الإخبارية تتوقع بشكل متزايد من الصحفيين أن يتفاعلوا مع الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي، فإن القليل من هذه الصحف قد قدمت الدعم المؤسسي لهم لتحمل عبء عمل إضافي في البيئة الإعلامية التشاركية الجديدة.

٥. التركيز على خلق القيمة غير كافٍ: أشارت النتائج إلى أن معظم الصحفيين يعتقدون أن تويتر لن يشجع جمهور الأخبار على الدفع مقابل الحصول على هذه الأخبار، على الرغم من أنه قد يعزز استخدام الأخبار، وهذا الأمر يمثل مصدر قلق لصناعة الصحف،

وما لم تكن المؤسسات الإخبارية قادرة على إنشاء محتوى ذي قيمة لجماهير وسائل التواصل الاجتماعي، فإن مجرد إجبار الصحفيين على إشراك الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي لن يساهم في إنقاذ أي مؤسسة إخبارية.

- **الدراسة التاسعة: لكل من Soo Jung Moon, Patrick Hadley**

(٢٠١٤)^(١٩) هدفا فيها إلى التعرف على كيفية توظيف وسائل الإعلام التقليدية الأمريكية لتويتر كمصدر إخباري رئيسي، استناداً إلى الإطار النظري الخاص بدعم المعلومات وحراسة البوابة، وأكدت الدراسة على أهمية تويتر كمصدر للأخبار في موضوعات محددة وتحديداً الأحداث غير المخطط لها كالكوارث والجرائم والاضطرابات السياسية، كما أظهرت النتائج أن المؤسسات الإعلامية التقليدية تتبنى تويتر كأداة إخبارية، لكنها في الوقت نفسه تحافظ على قواعد اختيار المصادر، حيث تعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية التقليدية عندما يتم الاستشهاد بتويتر في الأخبار السياسية.

- **الدراسة العاشرة: أجراها الباحث Charles Minshew (٢٠١٣)(٢٠)**

بهدف فهم كيف تتغير ثقافة غرفة الأخبار التقليدية نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعية، من خلال دراسة حالة في غرفة أخبار صحيفة Metropolitan Post الأمريكية حلّ فيها ٤٠٠ تغريدة من التغريدات الخاصة بالصحيفة على موقعي فيسبوك وتويتر، وأكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت طريقة توزيع الأخبار، فقد أصبح هناك اهتمام كبير بنشر الأخبار العاجلة على هذه المواقع أولاً، ولكن مسئولو التسويق يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست أداة للأخبار العاجلة، ولكنها وسيلة فقط لترويج المحتوى، وخلصت الدراسة إلى أن أكبر المخاوف التي أثارها ملاحظات الباحث ومقابلاته هي أن قيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الصحافة، بما في ذلك التواصل السريع مع الجمهور، والاستعانة بمصادر خارجية للمعلومات من أجل القصص وسهولة

الوصول إلى المراسلين على أساس يومي تتعارض مع القيم الطويلة الأمد بشأن مبادئ الصحافة.

- الدراسة الحادية عشرة: للباحث **Michelle D. Brown** (٢٠١٣) (٢١)

استكشف فيها العلاقة بين الحد من عدم اليقين وتحديد مصداقية المصدر في سياق مواقع التواصل الاجتماعي، كما فحص تأثير الحد من عدم اليقين داخل بيئة وسائل التواصل الاجتماعي على تطوير العلاقات بين الصحفيين ومصادرهم، وذلك في ضوء نظرية الحد من عدم اليقين **The uncertainty Reduction Theory** لكل من **Richard Calabrese** (١٩٧٥)، وتم توظيف هذه النظرية في الدراسة وخاصة فيما يتعلق باستخدام الرسائل القصيرة في تكوين والحفاظ على العلاقات بين الصحفيين ومصادرهم، من خلال دراسة حالة في صحيفة **West Palm Beach** بولاية فلوريدا الأمريكية، وأكدت النتائج أن هناك مجموعة من التغييرات التي تسارعت بسبب نمو الإنترنت في كل مكان أدت إلى تغيير غرفة الأخبار في وسائل الإعلام المطبوعة بشكل دائم، مما أثر على كل عنصر من عناصر إنتاج الأخبار، بما في ذلك العلاقة بين الصحفيين ومصادرهم، كما غيرت هذه التغييرات أيضاً الطرق التي يتواصل بها الصحفيون مع المصادر، حيث إن الأدوات الفورية والغنية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي حلت محلّ التفاعلات المباشرة (وجهًا لوجه) بين الصحفيين ومصادرهم من خلال استخدام التصوير الفوتوغرافي والفيديو، والمدونات، والروابط الأخرى التي تخلق تجربة متعددة الأبعاد، فقد بدأ الصحفيون في الاعتماد على أدوات الرسائل النصية القصيرة بشكل أكبر، جزئياً، لأن وقت السفر وإجراء مثل هذه المقابلات أصبح مضيعة للوقت.

- الدراسة الثانية عشرة: أجراها الباحث **Stephen R. Barnard**

(٢٠١٢) (٢٢) انطلقت هذه الدراسة من أن ظهور تويتر قد أدى دوراً مهماً في تغيير حدود المجال الصحفي ومسار الصحافة كمهنة، وقدمت دراسة حالة عن موقع تويتر وخصائصه التكنولوجية، واستخدامه كشكل من

أشكال التواصل الاجتماعي لتقييم تأثير نمو منصات الإعلام الاجتماعي ودورها المتزايد على تحوّل الصحافة، اعتمدت الدراسة على نظرية المجال أو الحقل Field Theory لعالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو Pierre Bourdieu، وقام الباحث بتحليل ١٠٤٤ تغريدة منشورة على موقع تويتر خلال ثلاث سنوات (٢٠٠٩ - ٢٠١٢)، وأشارت النتائج إلى أن انتشار أدوات وسائل الإعلام الجديدة التي يسهل الوصول إليها قد مهّد الطريق لدخول فئة جديدة من الجهات الفاعلة الصحفية إلى الميدان، مع عواقب وخيمة، وبالتالي، فإن الحدود بين المجال الصحفي وغيره من المجالات غير واضحة بسبب خفض الحواجز أمام دخول المجال الصحفي، والتي يسهلها إلى حدّ كبير انتشار تقنيات الوسائط الجديدة وإمكانية الوصول إليها، وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من بقاء الكثير من الممارسات الأساسية والسمات العملية للمجال الصحفي، فإننا نشهد حاليًا تحولًا نحو مجال أكثر انفتاحًا حيث يخدم تويتر وممارسات الويب 2.0 الأخرى وظائف أكبر وأكثر أهمية.

وفي الهند طبقت دراسة **Dhiman Chattopadhyay** (٢٠١٨) (٢٣)

نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات الذي اقترحتة Pamela Shoemaker & Stephen Reese لدراسة كيف أثر ظهور وسائل التواصل الاجتماعي على ممارسات حراسة البوابات الصحفية في الهند، وتحديد التحديات الناشئة على صناعة الصحافة، واستكشاف الاستراتيجيات المستدامة لمواجهة هذه التحديات، طبقت الدراسة استبيانيًا على ٢٧٤ صحفيًا من ١٥ مدينة هندية ومقابلات متعمقة مع ١٨ محررًا من خمس مدن هندية، وأظهرت النتائج أن العوامل التي تؤثر على قرارات حراسة البوابة قد تغيّرت بشكل جذري مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي؛ فنظرًا لأن وسائط الأخبار تعمل في منصات متعددة، فغالبًا ما يتم اختيار القصص العاجلة لمنصة معينة، اعتمادًا على مدى ملاءمة القصة لتلك المنصة، كما أشارت النتائج إلى تحوّل المحررين من التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقة بالمصادر وفنّ المقابلة الشخصية نتيجة

الاعتماد المتزايد من قبل الصحفيين على الشبكات الاجتماعية في التواصل مع المصادر وإجراء المقابلات وبناء علاقات افتراضية.

وفي السياق الهندي أيضاً، جاءت دراسة الباحثة **Usha M. Rodrigues** (٢٠١٤)^(٢٤) التي اعتمدت على نظرية وضع الأجندة البيئية بهدف التعرف على كيف أن استخدام منظّمي احتجاجات "الهند ضد الفساد" عام ٢٠١١ لمواقع الوسائط الاجتماعية أثر على تغطية وسائل الإعلام الرئيسية لهذه الاحتجاجات، وطُبقت على جميع وسائل الإعلام في الهند (+٨٠٠ قناة تليفزيونية، وآلاف المنشورات الإخبارية، ومئات المحطات الإذاعية)، وأظهرت النتائج بروز الاحتجاجات على مواقع التواصل الاجتماعي واستجابة الجمهور لها وتفاعلهم مع صفحات حملة "الهند ضد الفساد" على الشبكات الاجتماعية دفعت الصحف الهندية وغيرها من وسائل الإعلام التقليدية إلى زيادة الاهتمام بتغطية الاحتجاجات، حيث تأثرت بأجندة مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع التواصل بدورها عكست أجندة الجمهور.

وفي نيوزيلاندا ركزت دراسة **Tai Neilson** (٢٠١٨)^(٢٥) على مصطلح المشاركة Engagement من قبل الصحفيين لوصف ووضع الحدود الفاصلة بأنشطة عملهم على مواقع التواصل الاجتماعي وأقسام التعليقات وغيرها من أشكال الاتصال الرقمي، وأوضحت الدراسة أنه من المتوقع أن يتحمل الصحفيون العاملون في غرف الأخبار مسئوليات إضافية، كما أوضحت أن مصطلح المشاركة يعيد التصوّر نحو دور الصحفيين كمسوّقين ومرشدين يستخدمون هذه الوسائل لمشاركة محتوى مؤسستهم وزيادة الجمهور.

وفي كينيا تم رصد دراستين؛ الأولى للباحثة **Kiguta Jane Wairimu** (٢٠١٨)^(٢٦) تناولت فيها تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحافة المطبوعة، من خلال البحث في كيفية تأثير ظهور وسائل الإعلام الجديدة مثل فيسبوك وتويتر على تداول الصحف والقراء وطريقة إعداد التقارير ومدى إعادة تنظيم غرفة الأخبار للاستجابة لتدفق الوسائط الاجتماعية، أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أدّت دوراً رئيسياً في أداء الصحف المطبوعة في كينيا، حيث أثّرت على صحيفة The Star اليومية الكينية وجعلتها

تعيد تنظيم غرفة أخبارها لكي تدعم المنصات المتعددة من أجل الوصول إلى جمهور أكبر بتكلفة أقل، كما أثرت على نوعية الصحفيين؛ حيث أصبح بإمكان الصحفيين في الصحيفة التقاط الصور ومقاطع الفيديو إضافة إلى كتابة القصص فيما يعرف بـ"تعدد المهارات" Multi-Skilled، كما أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها داخل غرفة أخبار صحيفة The Star أدى إلى تطوّر ظهور مصطلح "صحافة اليوم التالي" Day-Two Journalism، حيث تركّز الصحيفة على الأخبار العاجلة، كما وفّرت الشبكات الاجتماعية للصحيفة الأساس لمتابعة القصص الحصرية.

جاءت الدراسة الثانية قريبة في هدفها العام من دراسة **Kiguta Jane**

السابق ذكرها، وهي دراسة **Kamenchu Ferdinand Mwangela** (٢٠١٥)^(٢٧) التي هدفت إلى معرفة كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير عمليات غرف الأخبار في كينيا، اختارت هذه الدراسة مجموعة Standard Group ومجموعة Nation Media Group باعتبارهما الشركتين الإعلاميتين الأشهر في كينيا، وكشفت النتائج أن الوسائط الاجتماعية تؤدي دورًا مكملًا للمنصات الإعلامية الأخرى التابعة للمجموعتين الإعلاميتين موضع الدراسة (الصحف، القنوات التلفزيونية- محطات الراديو)، ويحدث هذا الدور التكميلي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي تساعد على توجيه الحركة إلى هذه المنصات الأخرى وتوليد نقاش حول القضايا الموضوعية مع الجمهور ومصادر الأخبار التقليدية.

وفي إيطاليا، هدفت دراسة **Gaia Loglio** (٢٠١٨)^(٢٨) إلى الكشف

عن كيفية مواجهة الصحف الإيطالية التحوّل من وسائل الإعلام المطبوعة إلى الوسائط الرقمية وزيادة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كأداة عمل أساسية، ومدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الروتين الوظيفي للصحفيين، وكذلك تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الصحفيين وجمهورهم في الصحف الإيطالية، وأظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أثّرت على أسلوب الكتابة الصحفية، فالسّمة الرئيسية لوسائل التواصل الاجتماعي هي طبيعتها المختصرة، حيث أصبح الصحفيون أكثر اهتمامًا بنسب النقر Click

ومزات مشاهدة الصفحة وسلوك القراء على موقع الويب، إلى جانب بذل مجهود أكبر في صياغة عنوان يجذب انتباه المستخدمين، نظرًا لأن العديد من الأشخاص الذين يحصلون على الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي يتصفحون إمّا الأسطر القليلة الأولى أو العنوان فقط، كما أسهمت هذه المواقع في السرعة في إنجاز المهام الصحفية، حيث لم تعد هناك حاجة للسفر مسافات طويلة لمقابلة المصادر، وأصبح الهاتف الذكي أداةً بديلةً عن الأدوات الصحفية التقليدية كالكاميرا وشريط التسجيل، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أثّرت بشدّة على الصحافة الإيطالية وغيّرت البيئة الإعلامية التي توفّر مجموعة من الفرص الجديدة لتقديم محتوى عالي الجودة.

في السياق الإيطالي ذاته، جاءت دراسة كلّ من **Sara Bentivegna**، **Rita Marchetti** (٢٠١٨)^(٢٩) والتي هدفت إلى تحديد التهجين Hybridization الذي يمارسه الصحفيون للتوفيق بين الضغوط الناشئة عن تأكيد ثقافة المشاركة ومشاركة وسائل التواصل الاجتماعي مع القواعد والممارسات التقليدية التي تشكّل أساس الهوية الصحفية، من خلال تحليل سلوك ١٢٠٢ صحفي في إيطاليا على تويتر في الفترة من ١ يناير إلى ٢٩ فبراير ٢٠١٦، مع التركيز على تفسير معيار الشفافية، ووظيفة حفظ البوابة، ومشاركة الجمهور، وهي القواعد والممارسات القديمة والجديدة على حدّ سواء والتي تسمح بفهم التعديلات التي يقوم بها الصحفيون من أجل الاستجابة للتحوّلات التكنولوجية التي أثّرت على النماذج الحالية للصحافة ودرجة احتراف الصحفيين أنفسهم، وأظهرت النتائج أن استخدام الصحفيين الإيطاليين لتويتر يبدو طبيعيًا وإن كان مع بعض التنازلات التي لا مفرّ منها للثقافة التشاركية لوسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالعادات التقليدية والقواعد الصحيحة للنموذج السائد للصحافة، وخلصت الدراسة إلى أن دخول تويتر في مجال الاستخدام الإعلامي أدّى إلى تغييرات أصبحت واضحة الآن للجميع، وتشمل الآثار العديدة الناتجة عن هذا الهيكل الجديد إعادة تفسير بعض القواعد والممارسات التي ميّزت الإنتاج التقليدي للأخبار ونشرها بمرور الوقت، حيث يمكن القول إنه كان بمثابة مراجعة حتمية للعادات الصحفية.

في فنلندا وسويسرا هدفت دراسة **Juliane A Lischka** (٢٠١٨) (٣٠)

إلى التعرف على كيف يزاوج محررو وسائل التواصل الاجتماعي بين منطق فيسبوك والمعايير الصحفية، من خلال الكشف عن الأدوار التي تلعبها خوارزميات تغذية أخبار فيسبوك ومستخدميه في صنع الأخبار لدى محرري الوسائط الاجتماعية، ومدى اختلاف محتوى أخبار وسائل التواصل الاجتماعي عن محتوى الأخبار المنشورة عبر الموقع الأخبار الإلكتروني، أجرت الباحثة مقابلات متعمقة مع ٣٥ محرر وسائل تواصل اجتماعية في الدولتين، وأظهرت النتائج أنه يُسمح لمحرري أخبار وسائل التواصل الاجتماعي بالانحراف إلى حد ما عن المعايير التقليدية، ينعكس هذا في مجموعة متميزة من القيم الإخبارية التي تحدد عناصر القصة التي يركّز عليها محررو الوسائط الاجتماعية على فيسبوك حيث تمثل قيم العاطفة والمفاجأة والغربة والتأثير الاجتماعي الأكثر أهمية في الأخبار التي تنتشر على فيسبوك وتحقق نجاحًا.

وفي السويد تم رصد دراستين؛ الأولى لكل من **Ulrika Hedman**,

Monika Djerf-Pierre (٢٠١٨) (٣١) انطلقت هذه الدراسة من فكرة أن الضغط المستمر على الصحفيين ليكونوا نشطين على وسائل التواصل الاجتماعي على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع يُخضع القيم المهنية والمعايير الصحفية للاختبار، ومن ثم فقد هدفت الدراسة إلى بحث مدى وجود اختلافات في القواعد والهويات المهنية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهل أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى خلق فجوات مهنية جديدة بين الصحفيين؟ طُبقت الدراسة على ١٤١٢ من الصحفيين الأعضاء في اتحاد الصحفيين السويدي، وأظهرت النتائج أن هناك ثلاث فئات رئيسية من الصحفيين من حيث علاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، على النحو التالي:

١. **المتهربون المتشككون "Skeptical Shunners"**، وهم الصحفيون

الذين يتجنبون القيام بأي شيء على وسائل التواصل الاجتماعي، ونسبتهم تراوحت بين ١٠% إلى ١٥% من إجمالي الصحفيين، وغالبًا هم صحفيون من كبار السن من الصحفيين العاملين في الصحافة المطبوعة، ويشككون بشدة في جميع استخدامات وتأثيرات وسائل

التواصل الاجتماعي، ويقاومون أيضًا فكرة أن هذه الظاهرة الجديدة يجب أن تغير المهنة إلى حد كبير.

٢. "الملتزمون النفعيون/البراغماتيون" **Pragmatic Conformists**

وهم الصحفيون الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام، لكنهم انتقائيون ويتميزون بالحكمة في استخدام هذه الوسائل، ويتعلق استخدامهم الرئيسي لها بجمع المعلومات والإحاطة بما يجري عبر الإنترنت، ويستثمرون قدرًا معينًا من الوقت في متابعة تويتر أو المدونات، لكنهم نادرًا ما يرسلون تغريدة أو تدوينة بأنفسهم، وتستخدم هذه المجموعة من الصحفيين وسائل التواصل الاجتماعي جزئيًا بسبب ضغوط النظراء والمتطلبات التنظيمية. تشترك الغالبية العظمى من الصحفيين في هذا الموقف العملي وتوجد في جميع الفئات العمرية وأماكن العمل.

٣. "النشطاء المتحمسون" **Enthusiastic Activists**

الذين يقضون حياة كاملة عبر الإنترنت، ويتواصلون ويغردون ويدونون باستمرار، يوجد هذا النهج بشكل شائع بين الصحفيين الشباب، وبين أولئك الذين يعملون مع المنصات الرقمية، يستفيد هؤلاء الصحفيون من جميع الفرص التي يوفرها الويب 2.0 وقد احتضنوا أو خضعوا بالكامل لاحتامية حياة وسائل التواصل الاجتماعي، وكثيرًا ما يستخدمون الشبكات الاجتماعية للتواصل وبناء العلامات التجارية الشخصية والتعاون، ويرون أن المهنة يجب أن تخضع لتغييرات عميقة بسبب وسائل التواصل الاجتماعي، وهم نسبة ضئيلة لا تتجاوز ٥% من إجمالي الصحفيين.

أما الدراسة الثانية فقد أجراها الباحث **Cheney Thomas**

(٢٠١٣)^(٣٢) وهدفت إلى التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على

مهنة الصحافة من وجهة نظر الصحفيين، من خلال التعرف على كيفية تأثير هذه المواقع على العلاقة بين الصحفي والجمهور، وأظهرت النتائج أن الصحفيين يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح مدفوعًا بالضغط الاجتماعي، وأن الصحفيين يشعرون بمخاطر إزاء رفض التكيف مع هذا المحتوى الإعلامي

الجديد، حيث إن وسائل التواصل الاجتماعي أرغمت المؤسسات الإخبارية على تبنيها، وإبقائها ذات صلة بمستخدميها الأصغر سنًا، كما كشفت الدراسة عن تمييز الصحفيين بين الصحافة في عصر مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة قبل ظهور هذه المواقع، فاستخدام هذه المواقع سمح بقدر أعلى من الوصول للأخبار والمصادر لكل من الصحفي والجمهور، ولكنه أدى إلى وجود قدر أقل من جودة المنتج الصحفي، وترتبط هذه الجودة بعدة أمور تتمثل في: اختلاف أسلوب إعداد الموضوعات بسبب المنافسة التي تؤدي للسرعة الكبيرة في كتابة الموضوعات وتناقص الاعتماد على التفاعل الشخصي للحصول على المعلومات، وبالتالي الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار دون وجود قدر كافي من التحقق من صحة هذه الأخبار، وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد غيرت الصحافة بشكل جذري، حيث يرى البعض أن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل على تغيير المنظور التقليدي لهوية الصحفي، وفي المقابل يرى آخرون أنها قد تتسبب في التدهور المهني للصحافة.

في الصين أجرى الباحث **Bo Li** وآخرون (٢٠١٧)^(٣٣) دراسة تعدّ واحدة من أولى محاولات دراسة تصورات الصحفيين الصينيين تجاه وسائل التواصل الاجتماعي، وهدفت إلى استكشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الصحافة الرياضية الصينية، من خلال دراسة ما إذا كان روتينهم الصحفي، ودورهم في حراسة البوابة، والعلاقات مع المصادر (خاصة الرياضيين) قد تأثرت باستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وبالتطبيق على ١٣٣ صحفيًا رياضيًا صينيًا يعملون في وسائل الإعلام المطبوعة أظهرت النتائج أن غالبية الصحفيين الرياضيين يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أضعفت دورهم في حراسة البوابة؛ بسبب الزيادة في عدد الصحفيين المواطنين والزيادة في القنوات والمصادر التي يحصل منها المستخدمون على الأخبار والمعلومات، كما أوضحت الدراسة أيضًا أن العلاقة بين الصحفيين والرياضيين قد تغيرت أيضًا مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أن مراقبة المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي زادت من مستوى الضغط وخلقت أعباءً إضافية في العمل.

كما أجرت الباحثة **Xu, Di** (٢٠١٤)^(٣٤) دراسة أخرى في الصين هدفت إلى تقديم بحث محدّث في الثقافة الصحفية في الصين المعاصرة، من خلال دراسة التغييرات الجديدة التي أحدثتها وسائل التواصل الاجتماعي في الممارسات الصحفية، اعتمدت هذه الدراسة بشكل أساسي على ستّ مقابلات متعمّقة فردية (ثلاثة من رؤساء التحرير والثلاثة الآخرون من كبار المحررين)، وستّ مقابلات مع مجموعة مركّزة من الصحفيين (تتكوّن كل مجموعة من صحفيين ذوي خلفيات اجتماعية متشابهة) شارك فيها ٤١ صحفياً ومحرراً في بكين وشانغهاي، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في إحداث تغييرات في الممارسات الصحفية وطرق التحكم في وسائل الإعلام؛ فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قناة مهمّة للناس للتعبير عن آرائهم حول الأحداث المهمة، حتى أصبحت تسهم في وضع جدول أعمال وسائل الإعلام التقليدية، ومع ازدهار وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيات الاتصال الجديدة أضعفت سيطرة المصادر الرسمية وغيّرت الثقافة الصحفية؛ حيث اتّسعت سلسلة المصادر وتنوّعت، إضافة إلى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن أصوات القاعدة الشعبية والتي كانت مستبعدة من وسائل الإعلام التقليدية، إلى جانب تغيير وسائل إنتاج الأخبار؛ حيث إن مسار الحدث الذي يصبح أخباراً هو "حدث شيء ما ثم أصبح موضوعاً ساخناً على مواقع التواصل، ثم تتابعه وسائل الإعلام التقليدية في وقت لاحق" اعتماداً على هذه المواقع.

إحدى الدراسات الأجنبية أجراها باحث سعودي بالتطبيق على السياق السعودي، وهي دراسة **Shaker Althiabi** (٢٠١٧)^(٣٥) التي هدفت إلى استكشاف تأثير ظهور شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسات الصحافة المهنية في المملكة العربية السعودية، وذلك خلال تطبيق أداة الملاحظة في تحليل قناتين ناشئتين على موقع يوتيوب هما Sa7i و Telfaz11، إضافة إلى مقابلات مع صحفيين في ستّ صحف تقليدية في المملكة العربية السعودية، وانصبّ التركيز الرئيسي لهذه الدراسة على قنوات يوتيوب الناشئة إضافة إلى مواقع تويتر في المملكة العربية السعودية وكيف أن هذه القنوات كمؤسسات إعلامية جديدة تمارس ضغطاً على الوسائط التقليدية لإنشاء محتوى يرتبط بدرجة أكبر بالتجربة

الحياة اليومية، وتكيفه ليناسب جيل الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة، وأظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في توسيع نطاق حرية الصحافة والمواضيع التي يستطيع الصحفيون طرحها، حيث يرجع التوسع التدريجي للقضايا التي تجري مناقشتها عبر وسائل الإعلام جزئياً إلى إمكانية الوصول إلى التعبير عن الأفكار عبر الإنترنت؛ فإذا اختار الصحفيون تجاهل قضية ما أو تقديم قضية بطريقة تعتبر منحازة، فسواجوهون غضب مجال تويتر، وبالتالي أصبح تويتر بمثابة السلطة الخامسة الموجودة لمحاسبة المؤسسات الإعلامية وكذلك المسؤولين الحكوميين.

وقد أجرى الباحث **Petter Bae Brandtzaeg** وآخرون (٢٠١٦) (٣٦)

دراسة بالتطبيق على خمس دول أوروبية هي: (ألمانيا - فرنسا - النرويج - الدنمارك - بريطانيا) هدفت إلى التعرف على كيفية استخدام المؤسسات الإخبارية الكبرى في هذه الدول لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية، وما هي الوسائل التي يستخدمها الصحفيون العاملون في هذه المؤسسات للتحقق من محتوى ومصادر وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن محتوى الوسائط الاجتماعية يُستخدم غالباً كمصدر رئيسي للأخبار، وأشارت النتائج إلى تحوّل كبير في الممارسات الصحفية التقليدية؛ حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا أساسيًا للأخبار، مما زاد من إمكانية الوصول إلى مصادر بديلة وغير نخبوية، وخلصت الدراسة إلى أن تدفق المعلومات المتسارع والمتعدد عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعني أن ممارسات التحقق التقليدية ضرورية ولكنها غير كافية، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تتطلب من الصحفيين التعامل مع بيئة رقمية عالية السرعة ومعقدة ومتشابكة، حيث تكون المعرفة والخبرة أكثر مرونة وديناميكية وتهجين *more fluid, dynamic, and hybrid*.

في نيجيريا أجرى الباحث **Oberiri Destiny Apuke** (٢٠١٦) (٣٧)

دراسة بحث فيها في مدى التغيير الذي أحدثته وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الصحافة، بالتطبيق على الصحفيين في مدينة جالينغو، وكشفت النتائج أن الصحفيين في مدينة جالينغو قد تبوّأ أدوات ووسائل الإعلام الاجتماعية كجزء من الصحافة، وأن وسائل الإعلام الاجتماعية قد غيرت ممارسة الصحافة بشكل

جذري لأنها تتيح للصحفيين إمكانية الإبلاغ من أي مكان بسهولة، كذلك تعزّز جمع الأخبار ونشرها بشكل أسرع، إضافة إلى استكشاف مصادر الأخبار، وتوفير تغطية أوسع.

وفي تايوان أجرت الباحثة **Tai-Li Wang** (٢٠١٦)^(٣٨) دراسة بحثت في العلاقة المتغيرة بين الصحفيين والجمهور الناتجة عن استخدام الوسائط الاجتماعية في عصر الويب 2.0، من خلال البحث في كيفية تفاعل الصحفيين الأكثر نشاطاً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على نموذج تضمين الجمهور في الصحافة **Audience Inclusion Model in Journalism** لكل من **Loosen & Schmidt** (٢٠١٢)، وبالتطبيق على ٢٤٠ من العاملين في قسم الأخبار في المحطات التلفزيونية والصحف والمجلات ومحطات الإذاعة ووسائل الإعلام على الإنترنت ووسائل الإعلام المستقلة في تايوان، خلصت إلى أن استخدام الصحفيين لموقع فيسبوك أسهم في وصول الجمهور إلى حسابات هؤلاء الصحفيين على الموقع مما شكّل العامل الأقوى الذي أسهم في تفاعل الصحفيين مع أعضاء الجمهور عبر فيسبوك، وكذلك تضمين المحتوى الذي ينشره الجمهور على الموقع في المنتج الصحفي للصحفيين، وبالتالي لم يعد الجمهور مستقبلاً سلبياً، وأصبح الصحفيون يعتمدون على أعضاء الجمهور أكثر بكثير مما كانوا عليه في الوسائل التقليدية، كما تمّ استبدال أشكال التقارير الإخبارية التقليدية بالتدريج من خلال الصحافة التعاونية التي تتيح مشاركة الجمهور.

وفي كوريا الجنوبية تم رصد دراستين، الأولى للباحث **Yonghwan Kim** وآخرون (٢٠١٦)^(٣٩) بحثت في العلاقة بين الصحفيين والجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال التعرف على دوافع استخدام الصحفيين في كوريا الجنوبية لأحد مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في العمل الصحفي وتأثير ذلك على علاقة هؤلاء الصحفيين بالجمهور وسماحهم للجمهور بالمشاركة في دور حراسة البوابة، وخلصت الدراسة إلى أنه نظراً لميزاته التفاعلية الفريدة، فإن موقع تويتر يساعد في تسهيل الأنشطة المهنية المرتبطة بالصحفيين، بما في ذلك نشر القضايا الحالية وأفكارهم الخاصة وكذلك التفاعل مع الجمهور، من خلال إرضاء

احتياجاتهم للمصدر وكمنفذ لنشر المعلومات والأخبار، وتحقيق الذات، وزيادة التأثير والكفاءة في العمل، ومن ناحية أخرى، قد يقل استخدام الصحفيين لتويتر من دور الحراسة الحصرية للصحفيين التقليديين من خلال السماح لهم بمشاركة آرائهم مع الجمهور وتسهيل مناقشة الجمهور حول القضايا الحالية ومصادر الأخبار.

والدراسة الثانية في كوريا الجنوبية أجراها الباحث **Jihyang Choi** (٢٠١٢)^(٤٠) بهدف استكشاف التأثيرات والعواقب المحتملة لاندماج الصحف مع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال التركيز على ثلاثة جوانب للصحافة، هي: نوعية الأخبار، العلاقة بين الصحفيين والجمهور، والروتين الصحفي، من خلال دراسة كيف ينظر الصحفيون في كوريا الجنوبية إلى تأثير الاندماج مع مواقع التواصل الاجتماعي على جودة التقارير الإخبارية، وكيف يرى هؤلاء الصحفيون تأثير الاندماج مع المهام المتعلقة بالوسائط الاجتماعية على روتين العمل اليومي، وكيف يؤثر الاندماج مع مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة هؤلاء الصحفيين بجمهورهم، وأخيرًا، كيف ينظر الصحفيون إلى تأثير الاندماج مع مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة الصحف، طبقت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من ٢٨٣ صحفيًا يعملون في ٨ صحف قومية يومية في كوريا الجنوبية، وأظهرت النتائج قلق الصحفيين عمومًا من الضغوط الإضافية الناتجة عن المسؤوليات المتعلقة بالاندماج، وأيضًا انقسام الصحفيين فيما يتعلق برأيهم في تأثير الاندماج على جودة الأخبار، وقد توقع الصحفيون أن تكون للتفاعلات الكثيفة مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات إيجابية على أنشطة العمل الصحفي، إضافة إلى أن الصحفيين العاملين في مؤسسات صحفية لديها مكاتب أو أقسام مدمجة تميل إلى إدراك نتائج وعواقب الاندماج مع مواقع التواصل الاجتماعي على نحو إيجابي بالمقارنة بالصحفيين العاملين في مؤسسات لا تمتلك مثل هذه الأقسام.

وهدفت دراسة **Amy Schmitz Weiss** (٢٠١٥)^(٤١) التي طبقت على خمس دول في أمريكا اللاتينية، هي: (البرازيل - الأرجنتين - كولومبيا - المكسيك - بيرو) إلى تحديد نوع التقنيات التكنولوجية التي يستخدمها الصحفيون

في روتين عملهم اليومي، والتعرف على مدى تأثير الدور الصحفي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في غرف الأخبار، وبالتطبيق على ١٤٤ صحفياً في الدول الخمس، أكدت النتائج أن الصحفيين يستكشفون أساليب وتقنيات جديدة للقيام بعملهم اليومي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة ما يتعلق بالنشر والتوزيع والتفسير والتعبئة، كما تسهم وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية في التحول في طريقة إنتاج العمل الصحفي، وكيفية تقديمه للجمهور وكذلك كيف يرى الصحفيون دورهم في المشهد الإعلامي اليوم.

وفي أستراليا أجرى الباحث **Roumen Dimitrov** (٢٠١٤)^(٤٢) دراسة ناقش فيها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصحافة ووضعها ومستقبلها كمهنة، وهل ستؤدي هذه المواقع لحدوث تغييرات في الصحافة، بالتطبيق على صحيفتي **The Global Mail** و **Guardian Australia**، وأشارت نتائجها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قلّصت من تفرّد الصحف وقيامها بتحقيق السبق الإخباري، كما أن هذه المواقع تشكّل تحدياً للقيم الصحفية المتمثلة في الخدمة العامة والاستقلالية والموضوعية والأخلاقيات، بل يرى البعض أن هذه المواقع تمثل تهديداً لبقاء الصحافة كمهنة، وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تغييراً ملحوظاً في دور الصحفي كوسيط بين المحتوى والمستخدم، وأصبحت التفاعلية والفورية وتعدّد المهام هي الكلمات الرئيسية لهذا التغيير التكنولوجي، فقد عزّزت من دور الوسيط، حيث توجه مواقع الإعلام المستخدم لتدفّق المعلومات عبر مجموعة متنوّعة من المنصّات.

وفي بلجيكا أجرى كلٌّ من **Steve Paulussen & Raymond A. Harder** (٢٠١٤)^(٤٣) دراسة هدفت إلى بحث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر في التغطية الروتينية للجراند، من خلال تحليل محتوى لعينة من المقالات الصحفية المنشورة في عام ٢٠١٣ والتي تذكر بشكل صريح مواقع فيسبوك أو تويتر أو يوتيوب كمصادر للمعلومات، وذلك في صحيفتي **De Standaard** و **De Morgen** في شمال بلجيكا، وافترضت الدراسة أن زيادة عبء العمل وضغط الوقت المقترن بوفرة المعلومات قد تتطلّب من الصحفيين الرجوع عن الروتين القديم (والآمن) لإنتاج الأخبار بدلاً من استكشاف ممارسات

جديدة لجمع الأخبار وإعداد التقارير، وبالتالي، افترضت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في الصحف سيخضع لمعايير مهنية محددة وإجراءات اختيار الأخبار، قام الباحثان بتحليل ٢٨٥ مقالاً منشورين في جريدة De Morgen، و٣٠٦ مقالاً في جريدة De Standard، وقد تضمن كلٌّ منها إشارة إلى واحد على الأقل من مواقع التواصل الاجتماعي الثلاث، وأوضحت النتائج أن الإشارات إلى وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت شائعة في صحيفتي الدراسة، وهو ما يدعم الادعاء بأن العديد من صحفيي اليوم يراقبون منصّات التواصل الاجتماعي وأن هذه المنصّات أصبحت جزءاً من روتينهم اليومي لجمع الأخبار، ولكن هذا لا يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي تهيمن على محتوى الصحيفة كمصدر للمعلومات، على العكس، يبدو أن عدد المقالات التي تشير إلى وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري منخفض، حيث تنشر كلٌّ من الصحيفتين خمس مقالات فقط يومياً تشير فيها إلى مواقع التواصل الاجتماعي إما (كجزء من) الموضوع أو كمصدر أو كليهما.

وقد أجرى كلٌّ من **Marcel Broersma & Todd Graham**

(٢٠١٣)^(٤٤) دراسة شملت بريطانيا وهولندا، وهدفت إلى رصد وتحليل كيف يتم إدراج التغريدات على نحو متزايد كإقتباسات في تقارير الصحف بعد ظهور تويتر في الفترة من ٢٠٠٧ إلى ٢٠١١، وذلك في دراسة مقارنة بين أربع صحف هولندية وأربع صحف بريطانية، بهدف الكشف عن مدى اعتماد الصحفيين على تويتر في تغطياتهم، ونوعية التغريدات المنشورة، وكذلك نوعية المصادر التي يتمّ النقل عنها، وتكوّنت العيّنة من ٥٨١٣ تغريدة نقلتها مصادر الأخبار في ٣٣٦١ مقالة، أظهرت النتائج بوضوح أن تويتر أصبح مصدرًا مُستخدمًا بانتظام من قِبَل الصحفيين في صحف الدراسة منذ عام ٢٠١٠، حيث كشفت الدراسة عن ارتفاع حادّ في عدد التغريدات التي تمّ تضمينها في محتوى الصحف، كما كشفت النتائج أن التغريدات تُستخدم لأغراض مختلفة، وهي:

١. تمنح المحررين الفرصة للاستفادة من المجال الخاص لأشخاص معروفين وذوي أهمية إخبارية، بدءًا من المشاهير إلى السياسيين، وتصفّح أفكارهم

وآرائهم وتجاربهم، إضافة إلى أنها تمكّن الصحفيين من إضافة اقتباسات إلى قصصهم من أشخاص مناسبين كمصادر ولكن غير متاحين بخلاف تويتر.

٢. تُستخدم التغريدات لإضافة مذاق خاص flavour للقصص الإخبارية من خلال اقتباسات تعبر عن آراء أو تجارب مجموعة من المصادر، حيث إن التجارب الشخصية مثل تلك التي يتمّ التعبير عنها في التغريدات تجعل من الممكن ربط الموضوعات المجردة بشكل طبيعي بتجارب القراء، ومن ثمّ تحقّق الجاذبية.

٣. يمكن للتغريدات أن تثير قصصًا إخبارية تستحقّ النشر، ويحدث ذلك عندما يقوم شخصٌ ما -بتعمّد أو بطريق الخطأ- بتغريد شيء تلتقطه الصحف ويصبح موضوعًا لقصة.

وأخيرًا، وفي بريطانيا، أجرى الباحث Nic Newman (٢٠١٢)^(٤٥)

دراسة قدّم فيها دراسة حالة عن الأنماط المتغيّرة لإنتاج الأخبار واستهلاكها في المملكة المتحدة والتي يتمّ تشكيلها بواسطة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وهذا التركيز يعالج القلق حول ما إذا كانت شبكة الإنترنت تقوّض دور الصحافة ك"سلطة رابعة" في المجتمعات الديمقراطية الليبرالية، استندت الدراسة إلى نتائج سلسلة استطلاعات أجراها معهد أكسفورد للإنترنت (OxIS) في الأعوام ٢٠٠٣ و ٢٠٠٥ و ٢٠٠٧ و ٢٠٠٩ و ٢٠١١ لعينات عشوائية تمثيلية على المستوى الوطني تضم حوالي ٢٠٠٠ شخص في المملكة المتحدة، بهدف رصد مؤشرات العمل الإضافي للاتجاهات في استهلاك الأخبار عبر الإنترنت واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهو الاستطلاع الذي تمّ تصميمه لتقديم رؤى تفصيلية حول تأثير الإنترنت على الحياة اليومية في بريطانيا، كما اعتمدت الدراسة على بيانات مسح إضافية من دراسة أجراها معهد رويترز لدراسة الصحافة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي كجزء من دراسة أوسع على المستوى الوطني حول استخدام مصادر الأخبار الرقمية، واستندت الدراسة أيضًا إلى بيانات أخرى متاحة، مثل دراسة أعدتها هيئة تنظيم الاتصالات في المملكة المتحدة (Ofcom) لدراسة الاتجاهات في استخدام الإنترنت والأخبار عبر الإنترنت والوسائط الاجتماعية لاستهلاك الأخبار وتوزيعها في سياق المملكة المتحدة، وأظهرت النتائج أن وسائل

الإعلام المؤسسية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز دورها في إنتاج الأخبار ونشرها، كما أشارت النتائج إلى أنه مع انتقال المزيد من المعلومات عبر الإنترنت وأصبح الصحفيون مرتبطين بشكل روتيني بالإنترنت، تقوم "السلطة الخامسة" Fifth Estate الناشئة المبنية على أنشطة الأفراد المتصلين بالشبكة من مصادر وتوزع معلوماتهم الخاصة بتطوير تعاون مع وسائل الإعلام المؤسسية - السلطة الرابعة "Fourth Estate"- حيث يستجيب كلٌّ منهما للآخر في هذه البيئة الإخبارية الجديدة، وخلصت الدراسة إلى أن أشكال وسائل التواصل الاجتماعي بدأت في التأثير على طبيعة الصحافة الإخبارية نفسها؛ حيث أصبحت علامات الهاشتاج الخاصة بتويتر وتعليقات فيسبوك جزءًا من العملية اليومية لمخرجات الأخبار، وقد تمّ تبنيّ التدوينات الصغيرة على نطاق واسع كوسيلة لتوفير تحديثات قصيرة منتظمة حول القصة خلال اليوم، وبدأ صحفيو الأخبار في الحصول على مزيد من المعلومات المنتظمة من خلال التواصل مع الجماهير يوميًا.

الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها والإشباع المتحققة:

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من بين أكثر تطبيقات الإنترنت شيوعًا وانتشارًا، حيث أتاحت بخدماتها وميزاتها مجموعة واسعة من عمليات صنع المحتوى الرقمي، مثل القصص الإخبارية والمعلومات حول الأحداث المحلية والوطنية والدولية، كما أن تدفق المعلومات والأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي أعطى الفرصة للصحفيين لتسهيل أدائهم وممارساتهم في العمل الصحفي؛ بما أتاحت لهم هذه المواقع من إمكانية التواصل مع جمهورهم والتفاعل معهم، وتبادل الأفكار والآراء مع زملاء المهنة، والبحث عن القصص الإخبارية التي ينشرها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، وتساعدهم كذلك في إثراء وتنويع موادهم الصحفية، وتوفير لهم قراءة الرأي العام، ومن ثمّ تقديم موادّ إعلامية أكثر قربًا إلى اهتمامات الجمهور، كما تمكنهم من إنشاء صفحات شخصية أو مهنية خاصة بهم

لنشر الأخبار والاتصال بمصادر الأخبار وتمثيل مؤسساتهم الصحفية والترويج لها في فضاء الإنترنت.

وقد غيرت مواقع التواصل الاجتماعي الممارسات الصحفية والآليات التي عوّضت البيئة التقليدية للمهنة الصحفية ببيئة جديدة أصبح فيها الصحفي غير مجبرٍ على البحث عن المعلومة ميدانياً، بل أصبح يكتبها بانقائها ومعالجتها من عالم الشبكات الاجتماعية بعد التحقق من مصداقيتها وموثوقية مصادرها، وفي أحيانٍ أخرى تساعده في استكمال التغطية الإخبارية لبعض القضايا المنشورة في فضاء الشبكات الاجتماعية.

في ضوء ما سبق، يأتي هذا الاتجاه البحثي، الذي رصد فيه الباحث مجموعة من الدراسات والبحوث التي عُنت برصد وتحليل استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والإشباع المتحققة من هذه الاستخدامات، إضافة إلى تأثيرات استخدامهم لهذه المواقع على الأداء المهني لكلٍ منهم، وقد بلغ إجمالي عدد دراسات هذا الاتجاه البحثي (٦١) دراسة، بواقع (٣٦) دراسة عربية، و(٢٥) دراسة أجنبية، وقد غطت الدراسات العربية (١٥) دولة عربية هي (مصر، الجزائر، السعودية، اليمن، فلسطين، الكويت، سلطنة عمان، العراق، الأردن، قطر، الإمارات، لبنان، تونس، المغرب، السودان)، أما الدراسات الأجنبية فقد غطت (٢٣) دولة هي (إندونيسيا، تشيلي، الأردن، مصر، الولايات المتحدة، فرنسا، ماليزيا، كندا، فنلندا، ألمانيا، السويد، هولندا، بريطانيا، أمريكا اللاتينية، كوريا الجنوبية، باكستان، أستراليا، كردستان العراق، تركيا، جنوب أفريقيا، الشرق الأوسط، شمال أفريقيا، إثيوبيا) وفيما يلي نعرض هذه الدراسات.

حظيت مصر باهتمام (٦) باحثين فيما يتعلّق بدراسة اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والتفاعل مع الجمهور وبحث تأثير استخدامات هذه المواقع على الأداء المهني لهؤلاء الصحفيين، في هذا الصدد جاءت دراسات سماح الشهاوي (٢٠١٨)^(٤٦)، مصطفى عبد الحي (٢٠١٦)^(٤٧)، إيمان غريب (٢٠١٥)^(٤٨)، أميمة رمضان (٢٠١٥)^(٤٩)، لمياء محسن (٢٠١٥)^(٥٠)، ونرمين الأزرق (٢٠١٢)^(٥١)، حيث هدفت هذه الدراسات إلى بحث مدى اندماج الصحفيين المصريين في هذا المجتمع

الإلكتروني الجديد، وتقييمهم لأهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، إلى جانب رصد تأثيرات هذه المواقع على مختلف جوانب العمل الصحفي، ويمكن إجمال ما توصلت إليه هذه الدراسات من نتائج على النحو التالي:

- أن معظم الصحفيين يرون أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات لجمع المعلومات والوصول إلى المصادر، وكأدوات لنشر الأخبار، فقد أصبحت أداة هامة للتعرف على اتجاهات الأحداث المتداولة عليها، وأيضاً كأداة لنشر الموضوعات الصحفية، حيث أصبحت منفذاً مهماً لتوزيع ونشر الأخبار.

- أن أهم دافع استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في: التعرف على وجهات النظر المختلفة بشأن الأحداث والقضايا، التعرف على اتجاهات الأخبار "News Trends"، توجيه الجمهور إلى مواقع الصحف التي يعملون بها، التفاعل مع الجمهور، البحث عن المعلومات، التواصل مع زملاء العمل، اكتساب الخبرات والمعارف في مختلف المجالات، التعرف على مشاكل القراء واهتماماتهم، تقييم ردود فعل القراء على الموضوعات المنشورة، الوصول إلى المصادر بطريقة أسهل، الوصول إلى أفكار صحفية جديدة لتنفيذها، التعرف على اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا المختلفة.

- بالنسبة للفرص والتأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، فقد جاء في مقدمتها إسهام هذه المواقع في الترويج للمؤسسات الصحفية والعمل على خلق علامة تجارية معروفة لها لدى الجمهور، وكذلك الإسهام في توسيع نطاق الوصول للجمهور والحصول على جمهور جديد، والتفاعل مع الجماهير وتيسير مشاركة الجمهور في التعليق على منشورات الصحفيين، وزيادة حجم التغطية الإخبارية للأحداث، ومساعدة الصحفيين على تنويع المصادر الصحفية وتسهيل الوصول إليها، ومساعدتهم على السرعة في إنجاز العمل وتحقيق السبق الصحفي، وتوفير مساحة من حرية الرأي غير المتوفرة في الصحف

التقليدية، كما أن استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي أسهم في أنهم أصبحوا أكثر وعياً بالقضايا والمشكلات المجتمعية، وأصبحوا أكثر قدرة على التفاعل مع متطلبات المجتمع وتطلعاته وأهدافه، إضافة إلى جعلهم أكثر معرفةً بتطورات مجال العمل الصحفي، وجعلهم أكثر خبرة في تحليل القضايا المختلفة وتفسيرها.

- أنه على مستوى الأداء المهني للصحفيين أفادتهم مواقع التواصل الاجتماعي مهنيًا في: التعرف على ردود فعل القراء مباشرة وبشكل فوري وسريع، وإتاحة فرصة التواصل مع زملاء المهنة، وإمدادهم ببعض الأفكار الجديدة لمعالجة القضايا المختلفة، وتوفير المصادر بشكل مستمر، ومتابعة آراء وتصريحات بعض الشخصيات العامة، ونشر موضوعات لا يمكن نشرها في الصحف الورقية.

- أما فيما يتعلق بالتأثيرات السلبية، فقد جاءت في مقدمتها نشر معلومات كاذبة، والتحديات التي يواجهها الصحفيون في فترة المحتوى الموجود على هذه المواقع وتقدير الثقة والقيمة الإخبارية لهذا المحتوى، والإضرار بسمعة أو مصداقية المؤسسات الصحفية من خلال انتهاك معايير الموضوعية والنزاهة، فسعي المؤسسات الصحفية وراء الانتشار على هذه المواقع وزيادة نسب التفاعل من قبل الجمهور ربما أثر على جودة المنتج الصحفي أو نوعية الأخبار المقدمة في بعض الأحيان، كما أن أهم العوامل التي تسبب إلى استخدام هذه المواقع في العمل الصحفي: اختراق الخصوصية، واستغلال بعض المضامين بما يمثل انتهاكاً للحياة الخاصة، واختزال ما يصل من مشاركات أو تحريفه أو تعديله لتطويع المضمون بما يتفق مع توجهات مالك الصحيفة أو بما يخدم الحزب الذي تصدر عنه.

- أن الإعلام التقليدي السائد يحرص على توظيف آليات التفاعل مع مرتادي مواقعه الإلكترونية والتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتضح ذلك جلياً في اهتمامها بالوصول إلى جمهور تلك الوسيلة خاصة أن غالبية جمهور هذه المواقع من الشباب الذي تحوّل عن متابعة الإعلام

التقليدي ويأتي وجود الجريدة على شبكات التواصل الاجتماعي في محاولة منها لمخاطبه شريحة عريضة من الجمهور عبر وسيلته المفضلة وإن اختلفت نوعية المضمون المطروح ولغته إلى حد كبير.

أما الجزائر، فكان باحثوها أكثر اهتماماً بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماته الصحفية، مقارنةً ببقية الدول العربية، حيث تم رصد (١٣) دراسة من إجمالي الدراسات العربية في هذا الاتجاه البحثي، وتشابهت هذه الدراسات في الأهداف العامة لكل منها، وهي بحث واقع وأنماط استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي -بمختلف أشكالها- في العمل الصحفي، وبحث تأثيرات هذه الاستخدامات على أدائهم المهني؛ فنجد في هذا الصدد دراسات زهرة زيان (٢٠١٩)^(٥٢)، نابي كززة (٢٠١٩)^(٥٣)، خديجة بلاني (٢٠١٨)^(٥٤)، منير عيادي (٢٠١٨)^(٥٥)، خيرة محمدي (٢٠١٧)^(٥٦)، بوبكر بوعزيز (٢٠١٧)^(٥٧)، سعيدة بن عمار (٢٠١٦)^(٥٨)، محسن صخر (٢٠١٥)^(٥٩)، طالب كحيول (٢٠١٤)^(٦٠)، وياسمينة سردون (٢٠١٣)^(٦١)، إلى جانب دراسة دوار مغنية (٢٠١٤)^(٦٢) التي تطرقت إلى رصد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحرير الصحفي في الصحف الجزائرية، وكذلك دراسة بلبالي مصطفى (٢٠١٣)^(٦٣) التي اهتمت ببحث تأثير انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على تنظيم العمل، إضافة إلى تأثير هذا الانتقال على مختلف مراحل تحرير النص الصحفي.. وقد كشفت هذه الدراسات عن مجموعة متنوعة ومتشابهة من النتائج، تمثلت في:

- أن أغلب الصحفيين الذين طُبِّقَت عليهم هذه الدراسات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي ويمتلكون حسابات وصفحات على هذه المواقع.
- أن نسبة كبيرة منهم يستخدمون هذه المواقع بدوافع متنوعة، تمثلت في: (مسايرة التطور التكنولوجي- كمصدر للمعلومات الجديدة والأخبار العاجلة- التعرف على وجهات النظر الجديدة حول القضايا- التفاعل مع جمهور المؤسسة التي يعملون فيها- التعبير عن الآراء بحرية أكبر من

الوسائل التقليدية- تدعيم وتنويع المواد الصحفية- الإطلاع على كل ما هو جديد ومهم بالنسبة للرأي العام- التفاعل مع الجمهور- تحقيق السبق الصحفي- تبادل الآراء مع الصحفيين الآخرين).

- أن معظم الصحفيين أشاروا إلى أنهم لا يتحقق لديهم إشباع من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لنشاطهم الصحفي بسبب اعتمادهم على مصادر أخرى ولأنهم لا يتقنون في مضامين هذه المصادر، بالإضافة إلى أنهم يعتمدون على العمل الميداني أكثر ويفضّلون المزج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي، ويستعملون هذه المواقع في الاستزادة من المعلومات والأخبار حتى في حال حصولهم على معلومات حول موضوع معين.

- أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير في إحداث بعض التغييرات والتحوّلات في الممارسة الصحفية التقليدية على مستوى عملية الحصول على الأخبار، ومستوى النشر والتوزيع، ومستوى معالجة الأخبار، كما تحوّلت الممارسة الصحفية من مجرد البحث عن المعلومات والأخبار الآتية إلى الانتقاء والمعالجة، كما كان لهذه المواقع تأثيرها على المستوى الاتصالي حيث انتقل من اتصال أحادي الاتجاه (من الصحفي إلى الجمهور) إلى ثنائي الاتجاه، وهو ما أسهم في تقريب المؤسسات الصحفية من جماهيرها والتفاعل معهم.

- أن توظيف المؤسسات الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي يمثّل مكسباً لمهنة الصحافة نظراً لما يتيح هذه المواقع من حريّة واسعة وسهولة الوصول إلى المعلومات والأخبار، في حين هناك رؤية بأن هذه المواقع تمثّل تهديداً لمهنة الصحافة نتيجة إقصاء المصادر التقليدية الموثوق بها وعدم المصداقية وغياب الموضوعية في هذه المواقع، إضافة إلى سعي مستعمليها في كثير من الأحيان إلى التهويل والدعاية ونشر الإشاعات، إلى جانب أن الحريّة المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي تجعل الصحفي يتخلّى عن مبادئ المسئولية المهنية.

- فيما يتعلّق باستفادة الصحف من مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، أوضحت النتائج أن هذه المواقع -وعلى رأسها موقع فيسبوك- أسهمت في تطوير التحرير الصحفي شكلاً، ومضموناً؛ لأن معظم المساحة تستخدم من قبل الموقع للمساحات الإعلانية والقوائم وما إلى ذلك ممّا يبقى مساحةً صغيرةً فقط لكتابة القصة، وهو ما يفرض على المحررين أن يستغلّوا هذه المساحة الضيقة لوضع جميع الأخبار المهمّة في الكلمات، وكتابة الخبر بأقصر صورة ممكنة وبشكل سلس ومفهوم باستخدام جمل قصيرة، والابتعاد عن التكلّف في صياغة الجمل.
- أن الصحفيين الجزائريين يرون أن الصحف بعد نشر محتواها على مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر انتشاراً واستجابةً لتطلّعات القراء والجمهور محقّقةً بذلك خاصية التفاعل مع مختلف شرائح المجتمع، كما أسهم نشر محتوى هذه الصحف على هذه المواقع في زيادة عدد قرائها ومتصفّحيها من خلال ما تقدّمه هذه الصحف على هذه المواقع من أخبار وحقائق ومعلومات حصريّة وآنيّة.
- أن الصحفيين يرون أن نشر محتوى الصحف على مواقع التواصل الاجتماعي غير من السياسة التحريرية والبرامج وترتيب الأولويات في الصحيفة، من حيث الأخبار المقدّمة نظراً لأن الأخبار المنشورة على هذه المواقع تختلف عن الأخبار المنشورة في الصحف الورقية، ومن حيث اختيار المحررين، حيث تحرص الصحف على اختيار محررين يُحسِنون التعامل مع مواقع التواصل، كما أن أساليب الإخراج أصبحت أكثر ملاءمةً للمواضيع والأخبار المقدّمة بشكل يساعد ويشجّع القارئ على التفاعل معها.
- أن مواقع التواصل الاجتماعي تُسهم في بناء الصحف، من حيث توظيف هذه الصحف لمنتجات صحفية بأشكال متنوعة تستجيب لطموحات الجمهور، كما تعمل على تطوير ورفع كفاءة الصحفيين والتقنيين القادرين على التعامل مع مختلف أساليب الكتابة الصحفية وتصميم الصفحات المفضّلة لدى جمهور الصحيفة.

- أن نشر محتوى الصحف على مواقع التواصل الاجتماعي مكن هذه الصحف من حصر ومعرفة عدد القراء والجمهور الذين يتابعونها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لتحديد طبيعة ووضعيات الإشهارات والإعلانات في الصحف، وهو ما يعطي لهذه الصحف فرصة الاستثمار في هذا المجال، والذي يعتبر من ضمن أولويات أي صحيفة.

كما رصد الباحث أيضاً في سياق هذا الاتجاه البحثي عدد (٦) دراسات خاصة بالمملكة العربية السعودية، وهي دراسات منال الجعيد (٢٠١٨)^(٦٤)، محمد بن علي السويد (٢٠١٦)^(٦٥)، نايف بن ثنيان آل سعود (٢٠١٥)^(٦٦)، محمد بن علي السويد (٢٠١٥)^(٦٧)، مجدي الداغر (٢٠١٣)^(٦٨)، وأحمد المسيند (٢٠١٢)^(٦٩)، وقد هدفت هذه الدراسات إلى التعرف على دوافع تعرّض الصحفيين في مختلف وسائل الإعلام السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر اتصالية ومعلوماتية وعلاقتهم بدورها الإخباري ومدى وثوقهم بها، وكذلك رصد التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية المكتسبة لديهم من الاعتماد على هذه المواقع، إلى جانب رصد الانعكاسات الناجمة عن هذا الاعتماد على مهاراتهم المهنية وأساليب كتاباتهم وطرائق تواصلهم مع قرائهم، وتوصيف الآليات التي يعتمدون عليها لتطبيق معايير المهنة بما يتفق مع طبيعة الدور الإخباري الذي ينتجونه جزاء اعتمادهم على هذه المواقع، ويمكن إجمال ما توصلت إليه هذه الدراسات من نتائج على النحو التالي:

- تمثّلت دوافع تعرّض الإعلاميين والصحفيين السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي في: أنها بديل عن الإعلام التقليدي، الوصول إلى أحداث لا يمكن للصحفي الوصول إليها، خلق إمكانية جديدة لمشاركة الجمهور في التغطية الإخبارية، والتأثير على الجماهير حيال القضايا المطروحة.
- تمثّلت أوجه الفائدة التي تعود على هؤلاء الصحفيين من متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في: الحصول على الأخبار، الإلمام بالأحداث وقت وقوعها، استقصاء التفاصيل حول الأحداث، الكشف عن خفايا الأحداث الهامة، سرعة وصول المعلومة وانتشارها، التجديد في المعلومات، زيادة عدد المصادر الإخبارية التي يرجع إليها الصحفي، حرية النشر، قياس

ردود الأفعال تجاه ما يكتبونه، متابعة الشخصيات المشهورة، وتكوين علاقات مهنية مع صحفيين آخرين، ومن ثم تحولت هذه المواقع إلى مصدر معلوماتي مهم لا يمكنهم الاستغناء عنه في العمل الصحفي.

- أظهرت النتائج أن أهم المهارات المهنية التي خرج بها الصحفيون من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في: مهارة تطوير أدوات الحوار، مهارة سرعة البحث عن معلومة، مهارة استنباط أفكار قصص ومقالات صحفية، مهارة فرز الآراء والاتجاهات، تخزين المعلومات وسرعة استرجاعها، ومهارة اختصار المقالات والموضوعات الصحفية في تغريدات ومنشورات مباشرة.

- أكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تطورًا كبيرًا في حياة الصحفيين على المستوى الشخصي والمهني والاجتماعي والسياسي بصورة كبيرة، وجاءت لتشكّل عالمًا افتراضيًا يفتح المجال على مصراعيه لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة، وهذا ما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي سهّلت عمل الإعلاميين السعوديين إضافة إلى استخدامها في تحقيق الشهرة والانتشار.

- أشارت نتائج إحدى هذه الدراسات (دراسة أحمد المسيند) إلى أن تعامل المؤسسات الإعلامية السعودية مع الشبكات الاجتماعية هو تعامل تقليدي (مجرد قصّ ولصق) دون استفادة من إمكانيات وميزات هذه المواقع.

وفي اليمن أجرى عبد الرحمن الشامي (٢٠١٨) (٧٠) دراسة سعى فيها إلى تقصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات في أثناء الحروب والأزمات بالتطبيق على "عاصفة الحزم" التي تشهدها المحافظات اليمنية، والإضافة التي تمثلها هذه الشبكات بوصفها مصدرًا إخباريًا غير تقليدي بالنسبة لهؤلاء الصحفيين، والتحديات التي يفرضها هذا الوافد الجديد على بيئة الإعلام والاتصال وخاصة فيما يتعلق بكيفية التعامل مع كمّ المعلومات والأخبار والصور التي تزخر بها شبكات التواصل الاجتماعي على مدار الساعة، وآليات التتبُّت من مثل هذه المصادر

والأخبار، وكشفت نتائجها عن إبداء الصحفيين اتجاهات إيجابية نحو هذه المواقع وإضافتها المهمة للعمل الصحفي المهني خصوصًا في أثناء الأزمات، حيث إنها توفر لهم فرصة للحصول على صور من ضحايا المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد، وتوفر لهم معلومات وأخبارًا حول الأحداث التي تقع في المناطق البعيدة التي لا يستطيعون الوصول إليها، كما أتاحت لهم للتعبير عن آرائهم بحرية تامة حول المواجهات العسكرية، ولكنهم في الوقت نفسه عبّروا عن مخاوفهم لما تمثّله هذه الشبكات من تهديدات للمبادئ الأساسية للعمل الصحفي وقيم الأخبار التقليدية كالذّقة والمصداقية والموضوعية وغيرها من القيم الإخبارية، كما يرون أن الأخبار المتضاربة المنشورة على هذه الشبكات تؤدي إلى نوع من اللبلة لدى الصحفيين حول أخبار المواجهات العسكرية.

وفي السياق اليمني أيضًا أظهرت دراسة أجراها وديع العززي (٢٠١٦)^(٧١) أن دوافع استخدام الصحفيين اليمنيين لمواقع التواصل الاجتماعي تمثّلت أبرزها في: التعبير عن آرائهم الشخصية، متابعة الأخبار والمستجدات، الحصول على أفكار قصص صحفية، تسهيل إنجاز العمل الصحفي أسرع من السابق، البحث عن أخبار ومعلومات، تكوين علاقات مهنية، للوصول إلى المصادر، وتمثّلت الإشباعات المتحقّقة لدى هؤلاء الصحفيين من استخدام هذه المواقع في: الحصول على قصص صحفية، التعبير عن الآراء الشخصية بحرية، المساعدة في التحقّق من المعلومات والأخبار، الحصول على الأخبار، المساعدة في فهم الأحداث وتفسيرها، تسهيل متابعة الأحداث والمستجدات، الوصول إلى أشخاص ومصادر يصعب الوصول إليها بالطرق التقليدية، والتواصل مع الجمهور بشكل أكبر.

وفي فلسطين تم رصد (٤) دراسات بحثت في مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، والإشباعات المتحقّقة لديهم، إضافة إلى رصد تأثير هذا الاعتماد على الأداء المهني لهؤلاء الصحفيين، وهي دراسات محمود يوسف اللوح (٢٠١٨)^(٧٢)، هشام زقوت (٢٠١٦)^(٧٣)، فلاح الصفدي (٢٠١٥)^(٧٤)، وأمين وافي (٢٠١٢)^(٧٥)، وتقاربت هذه الدراسات في النتائج والمؤشّرات التي كشفت عنها فيما يتعلّق بعلاقة

الصحفيين الفلسطينيين بمواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن إجمال أبرز هذه النتائج على النحو التالي:

- أظهرت نتائج هذه الدراسات اهتمام الصحفيين الفلسطينيين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وأن مجالات استخدام الصحفيين لهذه المواقع تمثلت في: التواصل مع الإعلاميين والصحفيين داخل الوطن وخارجه، الاطلاع على الأخبار المهمة، التواصل مع جمهور الصحيفة التي يعمل بها الصحفي، التزود بأجندة الأحداث والفعاليات القادمة، تلبية الاحتياجات المهنية، التعرف على طرق وأشكال صحفية جديدة، واكتساب مهارات صحفية جديدة.

- تمثلت أسباب اعتماد الصحفيين على هذه المواقع في سرعتها في نقل المعلومات والأخبار دون مُعيقات، وسهولة تداولها عبر الوسائل التكنولوجية المختلفة، وإتاحتها خاصية التفاعل مع الجمهور، وإتاحة مجال أوسع لحرية الرأي والتعبير، وإتاحة فرصة للنقاش مع الآخرين في الموضوعات المنشورة، وإمكانية متابعتها في أيّ زمان ومن أيّ مكان.

- انعكس استخدام الصحفيين الفلسطينيين لهذه المواقع على الأداء المهني فيما يتعلّق بكلّ من: التحقّق من مصادر المعلومات قبل نشرها، التصرّف بحرفية ومهارة في كتابة الفنون الصحفية وفق أصول الكتابة للصحافة، الجراءة في تناول الموضوعات الحساسة التي تمسّ المجتمع، الحرص الشديد على زيادة الإلمام بقوانين النشر الصحفي وقانون الجرائم الإلكترونية الجديدة، زيادة مهارة التفاعل والتواصل مع الجمهور، الرقابة الذاتية على ما سوف يقوم الصحفي بنشره من أحداث وموضوعات، القدرة على الاختزال في عرض الموضوعات، وامتلاك مهارة التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع الوسائط المتعددة.

- تمثلت التأثيرات المعرفية لاعتماد الصحفيين على هذه المواقع في: التعرف على أنواع جديدة ومختلفة من مصادر المعلومات، اكتساب المزيد من المعلومات حول الموضوعات المطروحة، وزيادة قدرات الصحفيين التكنولوجية في العمل الصحفي، والتعرف على جمهور جديد

من مختلف الثقافات، وتمثلت التأثيرات الوجدانية في: الاهتمام باحتياجات المواطنين العامة ومشكلاتهم عند طرح الموضوعات، الشعور بالقرب من الجماهير والتواصل معهم، والتعاطف مع القضايا الإنسانية التي يتم طرحها وتهم المجتمع، أما التأثيرات السلوكية فتمثلت في: نشر الأخبار والصور والفيديوهات التي تفيد المجتمع، مشاركة الآخرين في الرأي ومناقشة الموضوعات التي تهم المجتمع، وتطوير القدرات التكنولوجية الذاتية بما يتواءم مع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الدورات التدريبية.

- فيما يتعلّق بالتأثيرات السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، أظهرت الدراسات مجموعة من هذه السلبيات، تمثلت في: انتشار الأخبار غير الدقيقة، تراجع السبق الصحفي نتيجة سرعة انتشار المعلومات وتعدد مصادرها، وأنها تؤدي إلى التكاسل والتراخي.

في سلطنة عمان أجرت سعاد بن مبارك (٢٠١٧)^(٧٦) دراسة هدفت فيها إلى كشف وتوصيف وتحليل استخدام الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتحديد تأثير استخدام هؤلاء الصحفيين لهذه الشبكات على أدائهم المهني، وكشفت النتائج أن دوافع استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في: الحصول على المعلومات، متابعة الأحداث والقضايا على الصعيد المحلي والدولي، تكوين رأي حول المواضيع التي تهمهم، مناصرة قضايا ومواضيع تعنيهم، وتمثلت الإشباعات في زيادة المخزون المعرفي للصحفيين، توسيع الثقافة العامة، تطوير المهارات الصحفية، التعرف على الصحفيين محلياً وخارجياً، ودعم علاقاتهم المهنية مع الصحفيين، كما أظهرت أن أغلب الصحفيين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على أدائهم المهني خاصة في مجال الحصول على مواد إعلامية من صفحات المسؤولين، مما ساعدهم على إنجاز أعمالهم الصحفية بسهولة ومتابعة مختلف الأخبار، إضافة إلى طرح الأسئلة وطلب المشاركة في الإجابة، توظيف الآراء المطروحة على هذه الشبكات في الموضوعات الصحفية، مشاركة الأعمال الصحفية أو التعليق عليها، والدرشة الخاصة مع المسؤولين.

في الكويت أجرى أحمد الشمري (٢٠١٧)^(٧٧) دراسة هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، ورصد التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تحدث للصحفيين الكويتيين نتيجة اعتمادهم على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، إضافة إلى التعرف على تأثيرات تويتر على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد، وأظهرت النتائج فيما يتعلق بالآثار المعرفية أن تويتر يسهم في رفع مستوى معرفة الصحفيين الكويتيين بقضايا الفساد في الكويت، كما يقدم تويتر تفسيرًا للأسباب التي تزيد من الفساد، ويقدم معلومات نادرة وقيمة حول قضايا الفساد، ويساعد على فهم زوايا غامضة تمّ التعطيم عليها بوسائل أخرى، كما يساعد على تكوين الآراء حول قضايا الفساد المتنوعة، وتمثّلت الآثار الوجدانية لاستخدام الصحفيين الكويتيين لتويتر في: أن الصحفيين أصبحوا أقل تردّدًا في الكشف عن آرائهم بشأن قضايا الفساد، وأن متابعتهم لقضايا الفساد في تويتر زادت من اهتمامهم بالشأن العام، بينما تمثّلت أبرز الآثار السلوكية في: أن الصحفيين الكويتيين أصبحوا أكثر رغبة في متابعة الموضوعات المتعلقة بقضايا الفساد، ويشاركون في نقاشات وحوارات حول قضايا الفساد التي يتابعونها عبر تويتر، ويقومون بطرح قضايا الفساد في كتاباتهم من خلال المعلومات التي تابعوها على تويتر، ويستتكرون مواقف الصحفيين الذين يقفون موقف الحياد أمام قضايا الفساد.

وفي العراق طرح أحمد الخفاجي (٢٠١٤)^(٧٨) في دراسته مجموعة من التساؤلات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، وهي: هل شكّلت هذه المواقع إضافةً نوعيةً لمصادر أخبار الصحف العراقية؟ وما طبيعة الوظيفة الإخبارية لهذه الشبكات من وجهة نظر الصحفيين العراقيين العاملين في مجال صناعة الأخبار، وما الجديد الذي أضافته هذه الشبكات لفاعلية الأخبار وفوريّتها ومصداقيّتها وطبيعتها ومضامينها، وأظهرت النتائج أن دوافع استخدام الصحفيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي تمثّلت في: الرغبة في تعزيز المصادر الصحفية، ولمقارنة المعلومات التي يحصلون عليها من مصادر التقليدية مع معلومات هذه الشبكات، ولأن هذه الشبكات تنقل الحدث الذي لا يصلون إليه،

ولأن هذه الشبكات تستقطب مختلف الأخبار المحلية والإقليمية، وفيما يتعلّق بتقييم الصحفيين لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، تمثّلت أوجه هذا التأثير من وجهة نظرهم في: تزويدهم بالأخبار المحلية والإقليمية، ودفع عجلة التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى، وتفاعل المواطن مع الأحداث، ورفع سقف الحرية الصحفية، وإيجاد أخبار تتمتع بمهنية عالية، ومثّلت مقياساً سريعاً لرجع الصدى على المادة المنشورة، وتحقيق التنوع الإخباري، ونشر المحتوى الصحفي على نطاق واسع، والتحديث المستمرّ للمضمون الإخباري، والفورية في نقل الأحداث.

وفي الأردن كشفت نتائج دراسة أجرتها سهى إسماعيل (٢٠١٤)^(٧٩) أن الصحفيين الأردنيين يقومون بأنشطة متعلّقة بعملهم الصحفي على موقع فيسبوك، مثل متابعة الأخبار والبحث عن قصص صحفية، وبناء جمهور من القراء، ومشاركة الأعمال الصحفية، والردشة بغرض تكوين قصص، ومتابعة الدعوات والفعاليات بحثاً عن قصص، والانضمام لمجموعات متخصصة بحثاً عن قصص، وجاءت مساعدة الصحفي في استقراء المزاج العام حول قضية ما في مقدّمة الإشباع المتحقّقة من استخدام الصحفيين لموقع فيسبوك، ثم زيادة أعداد متابعي المواد الصحفية التي ينشرها الصحفي، ثم تزويد الصحفي بمفاتيح قصص، وإعطاء مؤشّر حول مدى قبول القراء للمواد الصحفية، والاستفادة من تعليقات القراء في تطوير الأداء.

وقد أجرى إسلام أبو زهري (٢٠١٨)^(٨٠) دراسة شملت ١٢ دولة عربية هي: (الأردن، سوريا، مصر، العراق، فلسطين، لبنان، تونس، المغرب، الجزائر، قطر، اليمن، السودان) هدف فيها إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، من خلال رصد عادات وأنماط استخدام الصحفيين الاستقصائيين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية، ومجالات اعتماد هؤلاء الصحفيين على مواقع التواصل، وأهم التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد، وكشفت النتائج عن أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادت الصحفيين الاستقصائيين العرب في بناء علاقات مفيدة في العمل الصحفي، والبحث عن مصادر قصص استقصائية بطرق

جديدة، وساعدتهم في استقراء المزاج العام حول قضية ما، أما فيما يتعلّق بأهمّ التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد هؤلاء الصحفيين على هذه المواقع كمصدر للمعلومات فتمثّلت في التواصل مع الصحفيين الاستقصائيين والتشبيك معهم للعمل على قصص صحفية، والبحث عن القصص الاستقصائية الأكثر رواجاً، وتمثّلت أهمّ التأثيرات الوجدانية في زيادة مساحة حرّية التعبير عن الرأي وعرض قصص صحفية حساسة، والقدرة على تكوين آراء مختلفة تجاه القصص الاستقصائية، والوعي بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتحريّ الصحفي، وأخيراً تمثّلت التأثيرات السلوكية في المساهمة في التأثير وحشد الرأي العام تجاه قضايا ذات أهمية في المجتمع، والمساهمة في نشر التحقيقات الاستقصائية على نطاق واسع والتأثير على صنّاع القرار، والتمكّن من الحصول على شهود عيان أو ضحايا لعمل قصص صحفية، والتمكّن من الحصول على صور ووثائق تدعم أفكار التحقيقات الاستقصائية، وصياغة أفكار التحقيقات بناءً على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي.

أما الباحثة **خولاء المري (٢٠١٦)**^(٨١) فقد أجرت دراسة شملت كلاً من: **قطر والسعودية والإمارات**، هدفت إلى تسليط الضوء على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي والإعلامي في هذه الدول، من خلال البحث في نوعية تأثيرات موقع تويتر المهنية والأخلاقية على أداء وطبيعة عمل المراسلين الصحفيين في القنوات الفضائية العربية في منطقة الخليج العربي، وصولاً إلى معرفة كيفية تأثير تويتر على المنتج الإعلامي شكلاً ومضموناً وعلى أداء المراسلين الصحفيين في هذه القنوات الفضائية، وأظهرت النتائج أن مجالات تأثير موقع تويتر على أداء المراسلين الصحفيين في القنوات الفضائية العربية تمثّلت في: تسهيل نقل الأخبار من مناطق الحدث التي لا يستطيع الصحفي الوصول إليها، واستطاع التطبيق تحطّي الرقابة المشدّدة التي تفرضها الحكومات في بعض البلدان على وسائل الإعلام التقليدية، كما زاد تويتر من قدرة هؤلاء الصحفيين على تقديم الخبر بسرعة، ومكّنهم من توصيل الأخبار إلى عدد كبير من الجمهور، وفيما يتعلّق بمجال تأثير تويتر على مصادر معلومات المراسلين الصحفيين، أظهرت النتائج أن هذه التأثيرات تمثّلت في: تمكينهم من الاتصال المباشر

بمصادر الأخبار، وتمكينهم من الحصول على شهود عيان للأحداث، وتوفير مرجعية موثوقة في تحديد الأخبار والمعلومات الواردة من المتابعين على تويتر، أمّا فيما يتعلّق بمجال تأثير تويتر على معالجة المراسلين الصحفيين للمعلومات، فتمنّلت هذه التأثيرات في: تمكينهم من تغطية المحلية للأحداث المختلفة بشكل أكثر فاعلية، وتمكينهم من مراقبة المعلومات الأكثر رواجًا، والاعتماد على صيغة مختصرة للخبر لنشرها على تويتر.

وعلى مستوى الدراسات الأجنبية، هدفت دراسة **Andini NurBahri** (٢٠١٩)^(٨٢) إلى التعرف على طبيعة استخدام تطبيق WhatsApp في الممارسة الصحفية بالتطبيق على صحيفة سومطرة بوست في إندونيسيا، وأظهرت النتائج أن تطبيق WhatsApp له دورٌ مهمٌ كوسيلة اتصال للتنسيق حول التعليمات أو إرسال وقبول التقارير في شكل صور أو فيديو عندما يكون الصحفي في الميدان، وأشار الصحفيون إلى أنهم يستخدمون التطبيق للحصول على بيانات مثل الصور ومقاطع الفيديو من مصادر الأخبار، كما أوضحت الدراسة أن هناك أربع عمليات يُستخدَم فيها تطبيق واتساب بشكل متكرّر في غرفة الأخبار، وهي: التنسيق بين إدارة التحرير والصحفيين من خلال توزيع المهام، الاتصال بمصادر الأخبار، الحصول على المعلومات والبيانات الشخصية المتعلقة بالمصادر، والمساعدة في تجميع الأخبار ومحتوياتها من صور ومقاطع فيديو خصوصًا وأن واتساب لا يقلل من جودة الصور أو مقاطع الفيديو.

تتفق مع نتائج هذه الدراسة ما كشفت عنه دراسة مشابهة في تشيلي أجراها الباحث **Tomás Dodds** (٢٠١٩)^(٨٣)، والتي هدفت إلى رصد الحوافز التي تكمن وراء قرارات الصحفيين بالانتقال إلى WhatsApp والنتائج المترتبة على تطبيق الدردشة عبر الهاتف المحمول على ممارسات صناعة الأخبار الخاصة بالمراسلين، من خلال مراقبة وملاحظة -لمدة سبعة أشهر- داخل غرفتي أخبار في تشيلي، وهما غرفة أخبار La Tercera، ثاني أكبر صحيفة وطنية في تشيلي، و Teletrece قسم الأخبار في القناة ١٣ التليفزيونية، بهدف مراقبة كيفية عمل كل من صحفيي التلفزيون والصحف باستخدام تكنولوجيا المعلومات، وأظهرت نتائجها أن الصحفيين دائمًا يتجهون نحو الابتكارات التكنولوجية والرقمية

التي تجعلهم يعملون بشكل أسرع وأكثر كفاءة، ومن ثمّ تحوّلوا إلى استخدام WhatsApp لأنه بدأ كأداة مثالية للتواصل بسرعة وبشكل خاص مع مصادره، كما أشارت الملاحظة الميدانية للباحث إلى أن استخدام WhatsApp قد أثر على العلاقة بين الصحفيين والمصادر على المستويين الشخصي والمهني، حيث أظهرت الدراسة تصوّرات جديدة من العلاقة الحميمة والثقة والصدقة بين الصحفيين الذين يستخدمون هذا التطبيق ومصادره، ومن ثمّ فقد أسهم WhatsApp بالفعل في إعادة تشكيل العديد من جوانب تجميع الأخبار، حيث ظهرت مفاهيم ذات معنى جديد في بيئة وسائل الإعلام، وتحمل هذه الملاحظات تداعيات مهنية وأخلاقية مهمّة على الصحفيين الذين يتنقّلون في بيئة الإعلام الحالية.

وفي الأردن أكّدت نتائج دراسة أجراها الباحث **Amjad Omar Safori** (٢٠١٨)^(٨٤) التأثير الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي على المهنة؛ حيث ساعدت بعض الصحفيين على التقدّم في مهنتهم، كما أشار الصحفيون إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت من نمط الاتصال التقليدي في الصحافة الذي كان في اتجاه واحد، حيث أصبحت الصحافة بعد ظهور الإنترنت والشبكات الاجتماعية عملية اتصال ثنائية الاتجاه مع القارئ، فأصبح في الإمكان قياس أو تفسير مشاركة الجمهور من خلال ردود أفعالهم تجاه الأخبار، وتتم الاستفادة من ذلك من خلال التعليقات المباشرة أو غيرها من وسائل التفاعلات الشخصية التي تتيحها مواقع التواصل، ومن ثمّ أسهمت هذه المواقع في إزالة الفجوة بين الصحفيين وجمهورهم، وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت ديناميات الصحفي التقليدي تمامًا؛ حيث اضطرت هذه المواقع الصحفيين إلى تطوير أسلوب الكتابة ولغة المحتوى وحجم المنتج الصحفي وصياغته ليتوافق مع طبيعة هذه المواقع ومستخدميها، وأصبح يتعيّن على الصحفيين تطوير شبكات قوية ومتابعة القصص بسرعة أكبر وتقدير اتجاه مشاركة المقالات والحفاظ على التفاعل مع قرائهم بسبب الطبيعة الديناميكية لوسائل التواصل الاجتماعي.

تطرّقت إحدى الدراسات الأجنبية إلى دراسة مدى اعتماد واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات من قبل الصحفيين في الصحف

الحكومية المصرية، أجراها الباحث **Essam Mansour** (٢٠١٨)^(٨٥) وأظهرت نتائجها أن هؤلاء الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدوافع متعددة أبرزها: البحث عن المعلومات والتواصل مع المصادر، ومواكبة التطورات، والتحقق من المعلومات، ومشاركة الأخبار والمعلومات، والمشاركة في المناقشات، ويميل عدد كبير من الصحفيين إلى قبول مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات لما تتميز به من سهولة الوصول إليها، وتحديث المصادر وتنوعها، والمساعدة في إنجاز العمل، كما أنها تضمن تدقق الأخبار اليومية، وبها معلومات حصرية قد لا تكون متاحة من خلال وسائل الإعلام التقليدية، ولديها عدد كبير من المستخدمين بغض النظر عن الديموغرافيا والحواسر المكانية والزمانية، وتسهل نشر الرسائل على الجمهور بشكل أسهل مقارنةً بالوسائل الأخرى.

أمّا الولايات المتحدة الأمريكية، فقد غطتها (٥ دراسات من إجمالي الدراسات الأجنبية في هذا الاتجاه البحثي)، نوجزها فيما يلي:

- الدراسة الأولى: **Jared Meisinger** (٢٠١٨)^(٨٦) هدفت إلى التعرف على كيف وإلى أي مدى يستخدم الصحفيون في الصحف المجتمعية **Community Newspapers** وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للعثور على موضوعات القصص الأخبارية في عملهم الروتيني اليومي؟ وإلى أي مدى يرى هؤلاء الصحفيون فائدة هذه المواقع وتأثيرها على أدائهم الصحفي اليومي؟، وأظهرت نتائجها أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح للصحفيين وسيلة أخرى يمكن من خلالها إكمال الروتين اليومي لجمع الأخبار، مثل البحث عن أفكار القصص، والعثور على المصادر، والاتصال بالمصادر، والتفاعل مع جمهور القراء، وأشارت إلى أن كل هذه الاستخدامات كان يمكن تحقيقها قبل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، لكن الصحفيين في هذه الدراسة قالوا إن وسائل التواصل الاجتماعي تجعلها أسهل؛ حيث إن سرعة وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على إكمال العمل الصحفي، فبدلاً من التماس أفكار القصص في الصحيفة المطبوعة وانتظار القراء للرد، يمكن للصحفيين إنشاء مشاركات

على صفحاتهم على موقع فيسبوك، كما يمكن للصحفيين رؤية ما يتحدّث عنه الناس في المجتمع من خلال منصّات التواصل الاجتماعي.

- **الدراسة الثانية:** أجراها كل من **David H. Weaver & Lars**

Willnat (٢٠١٦)^(٨٧)، وانطلقت هذه الدراسة من التغييرات الكبيرة التي حدثت في الصحافة بسبب الارتفاع السريع في وسائل الإعلام الاجتماعية، ومن ثمّ محاولة الكشف عن تأثير انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مواقف وسلوكيات الصحفيين الأمريكيين بشأن تعريف من هو الصحفي، وأظهرت النتائج أن الصحفيين الأمريكيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أساسي للبحث عن الأحداث الإخبارية العاجلة، والعثور على أفكار للقصاص، والبقاء على اتصال بقرائهم، وبالتالي، يستخدم الصحفيون هذه المواقع في الغالب كأدوات لجمع المعلومات ولمقابلة المصادر أو للتحقق من صحة المعلومات، كما أشارت النتائج إلى أن معظم الصحفيين يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي على مهنة الصحافة بشكل عام، حيث جعلت الصحافة أكثر مساواة أمام الجمهور، وكان أحد التصدّرات السلبية الأكثر شيوعاً بين هؤلاء الصحفيين هو أن الصحافة عبر الإنترنت قد ضحّت بالدقة من أجل السرعة.

- **الدراسة الثالثة:** للباحث **Daniel Schaefer** (٢٠١٣)^(٨٨)، ركّزت هذه

الدراسة على مفهوم "حشد المصادر" أو "التعهد الجماعي" Crowdsourcing الذي برز استخدامه مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وانطلقت الدراسة من أن الخط الفاصل بين المهنيين والهواة غير واضح بسبب التعهد الجماعي، حيث برزت في عام ٢٠٠٦ ظاهرة استعانة المهنيين بمصادر خارجية من حشود الهواة على الإنترنت في العمل، وفي ذلك الوقت استخدم الباحثون مصطلح "التعهد الجماعي" على أنه "الاستعانة بمصادر خارجية" outsourcing، ومن ثمّ بحثت هذه الدراسة في كيفية استخدام الصحفيين كمحترفين للتعهد الجماعي من أجل فهم أفضل للتعهد الجماعي كظاهرة اتصال تنظيمية جديدة، من

خلال استكشاف تصوراتهم حول عملية تجنيد واستخدام الجمهور "حشود الهواة" crowds of amateurs كجزء من عملهم في إنتاج التقارير الإخبارية، وأوضحت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الأساسية التي يشارك بها الصحفيون والجمهور في علاقة التعهيد الجماعي، كما أصبحت الاستعانة بالتعهيد الجماعي استراتيجية فعّالة لدى الصحفيين للقيام بالعمل؛ حيث يجنّد الصحفيون الحشد ويستخدمونه كجزء من ممارسات العمل اليومية، فقد أظهرت النتائج أن الصحفيين يتعاملون مع مواقع التواصل الاجتماعي كـ"نظام من المواد الخام"، a system from raw materials أو أداة في "صندوق أدوات" toolbox الصحفي يتمّ التقاطها عند الحاجة للقيام بمصادر خارجية أو التشاور مع جمهورهم، كما أن هناك بعض الصحفيين ينظرون إلى مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها "بيئة" an environment يبحثون فيها عن الموارد الحالية، مثل المصادر، والاستماع إلى ثرثرة الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على فرص للقيام بقصص صحفية، وطلب المساعدة من الجمهور.

- الدراسة الرابعة: أجراها الباحث **Eric Lee White** (٢٠١٢)^(٨٩)، هدفت إلى التعرف على طبيعة استخدام الصحفيين المحليين لوسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للإبلاغ عن الأخبار، ومدى تأثير هذا الاستخدام على روتين غرفة الأخبار، وأظهرت النتائج أن الصحفيين يتبنون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمعدلات مرتفعة وخاصة استخدامها كأدوات ترويجية، بينما يوجد المحتوى الرئيسي على موقع الصحيفة، فالصحفيون يستخدمون فيسبوك وتويتر كأدوات لإعلام الجمهور بمكان المحتوى الأصلي، كما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في مراقبة سوق الأخبار، إضافة إلى استخدام هذه الوسائل في التواصل مع الجمهور، والعثور على مصادر الأخبار وتحديد الأفراد الذين قد يصبحون جزءًا من القصة الإخبارية، مثل: البحث عن صفحة على موقع فيسبوك لضحية جريمة، ثم البحث عن الأصدقاء أو العائلة

للاتصال بهم، أو العثور على الأشخاص المتأثرين بقضايا معينة، كما أظهرت النتائج اتفاق غالبية الصحفيين بشأن سهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأنها أسهمت في تحسين تقاريرهم الإخبارية.

- **الدراسة الخامسة: لـ Sada Reed (٢٠١٢) (٩٠)**، سعت إلى رصد الآثار المهنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي الرياضي، من خلال تقييم كيفية استخدام محرري الرياضة في الصحف المطبوعة لمواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" في جمع المعلومات، ورصد وتحليل تأثير هذا الاستخدام على مفهوم هؤلاء المحررين لـ"المهنية"، أظهرت النتائج أن الصحفيين الرياضيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية؛ حيث يعتمدون عليها في متابعة الأخبار العاجلة والحصول على أفكار القصص الصحفية، وأوضح الصحفيون أن استخدامهم لهذه المواقع لم يؤثر على علاقاتهم بمصادرهم من الرياضيين، كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة مهمة بين تكرار استخدام الصحفيين لموقع تويتر وتعريفهم لـ"المهنية"، وتضمن تعريف الصحفيين لمفهوم "المهنية" على أنه خدمة المصلحة العامة وتقديم تقارير وتحليلات للأحداث من خلال السرد، وكذلك قول الحقيقة واختبار المعلومات حتى لا تؤدي التحيزات الشخصية والثقافية إلى تقويض دقة العمل، إضافة إلى الاستماع إلى الموهبة *listen to instinct*، ومعرفة المصادر، وكتابة قصص تلبي احتياجات ومعايير المؤسسة التي يعملون فيها.

وقد أجرى كل من **Matthew Powers & Sandra Vera-Zambrano (٢٠١٨) (٩١)** دراسة بحثت في أسباب استخدام الصحفيين في فرنسا وأمريكا لمواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت نتائجها تبني الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي على نطاق واسع في كل من فرنسا وأمريكا، وينبع هذا التبني في معظمه من قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على الاندماج مع روتين وإجراءات العمل الصحفي، ففي فرنسا يستخدم الصحفيون مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الصحفيين الآخرين وأن تتم معرفة قصصهم من قبل زملائهم الصحفيين،

أما في أمريكا فيستخدم الصحفيون مواقع التواصل الاجتماعي ليس فقط لمتابعة الصحفيين الآخرين وإنما للتفاعل مع الجمهور، وهذا ينبع من رؤية المؤسسات الصحفية الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة أعداد الجمهور، ومن ثمّ زيادة الإيرادات، كما أوضحت النتائج اهتمام المؤسسات الصحفية في فرنسا وأمريكا بتدريب الصحفيين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي مثل تحميل الفيديو على هذه المواقع في حالة الأخبار العاجلة.

وفي ماليزيا نظرت دراسة أجراها كلٌّ من **Nor Zakaria, Fariza**

Abdul Razak (٢٠١٨)^(٩٢) إلى دراسة تأثير موقع فيسبوك على الصحفيين في كتابة الأخبار، والتعرف على المتغيرات التي تحكم عملية اختيار الصحفيين للأخبار من الموقع وتدقيقها، وأظهرت النتائج أن بعض الصحفيين يرون أن موقع فيسبوك يعطلّ مهامهم اليومية؛ حيث إنه ليس المكان المناسب لنشر المعلومات الموثوقة، وبالتالي يعطلّ عملية جمع المعلومات ونشرها، بينما يرى آخرون أن موقع فيسبوك مفيد بالنسبة لهم ليس فقط في حياتهم الشخصية، ولكن في حياتهم المهنية والروتين اليومي لعملهم، فقد أصبح من السهل للغاية حصول الصحفيين على المعلومات، إضافة إلى تأثير موقع فيسبوك على الصحفي في كتابة الأخبار؛ حيث أفاد الموقع الصحفيين في سرعة الحصول على المعلومات وكتابة الأخبار، كما أتاح موقع فيسبوك ما يسمى "النشر الفيروسي" 'viral post' ويعني أنه عندما يتم مشاركة منشور ونسخه ونشره على موقع فيسبوك، فإن المنشور يثير قدرًا كبيرًا من الاهتمام في شكل عدد كبير من الإعجابات والمشاركات والتعليقات.

وأجرت الباحثة **Agnes Gulyás** (٢٠١٧)^(٩٣) دراسة شملت كلاً من:

(كندا وفنلندا وألمانيا والسويد وهولندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة)

استخدمت هذه الدراسة مفهوم "التهجين" Hybridity للكشف عن كيفية استخدام الصحفيين المتنوع لوسائل التواصل الاجتماعي في الدول السبع، وتمّ اعتماد مفهوم التهجين عبر ثلاثة مكونات هي: التعقيد complexity والاعتماد المتبادل interdependence والتحول أو الانتقال المحتمل transformative potential من البيئة الإعلامية القديمة إلى البيئة الجديدة فيما يتعلّق بالتأثيرات الملحوظة لوسائل التواصل الاجتماعي على عمل الصحفيين والقيم المهنية،

وأظهرت النتائج أوجه تشابه واسعة بين الدول السبع، خاصة فيما يتعلّق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع في الممارسات الصحفية، وتفاعل نسبة كبيرة من الصحفيين مع التعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي، وتراجع أهمية مصادر العلاقات العامة لعدد من الصحفيين، كما كشفت النتائج أيضًا عن وجود اختلافات بين البلدان فيما يتعلّق بالمصادر، ممّا يشير إلى أن الميزات الخاصة بكل بلد، مثل النظام الإعلامي والبيئة والتقاليد الصحفية والثقافات، لها تأثير مهمّ على كيفية اعتماد الصحفيين على مصادر معينة في قصصهم، وأشارت النتائج إلى أن غالبية الصحفيين ينظرون إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها قد غيرت ممارسات العمل الصحفي، حيث أصبحت هذه الوسائل أداة مهمّة لتحديد مصادر القصص، كما أن هذه الوسائل ساعدت هؤلاء الصحفيين على أن يكون أكثر فاعلية في عملهم، وفيما يتعلّق بتصوّر الصحفيين في هذه الدول حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المهنية وافق جزء كبير منهم على أن هذه الوسائل تقوّض القيم الصحفية التقليدية، وكانوا أكثر اتفاقًا حول الصعوبات المتعلقة بالدقة.

كما أجرت الباحثة **Magdalena Saldaña** (٢٠١٧)^(٩٤) دراسة هدفت إلى التعرف على كيف يتبنّى الصحفيون في أمريكا اللاتينية إمكانيات المنصّات الاجتماعية لممارسة الصحافة، وأظهرت نتائجها أن الصحفيين في أمريكا اللاتينية يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للعثور على المصادر والقصص، مما يدلّ على انفتاح مهمّ على الصحافة التشاركية، ومع ذلك، فإنهم لا يتقون في المعلومات المقدّمة من المصادر السياسية، كما أوضحت النتائج أن الثقافات الصحفية المحليّة في دول أمريكا اللاتينية لها تأثير على تبني الصحفيين في هذه الدول لمواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الصحفيين ليس اتجاهًا مؤقتًا أو شيئًا يفعلونه لأن الجميع يفعلون ذلك؛ بل يستخدم الصحفيون منصّات وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة منتظمة بناءً على الاعتقاد بأن تلك المنصّات هي مساهمة إيجابية في العمل اليومي.

وفي كوريا الجنوبية أجرت الباحثة **Na Yeon Lee** وآخرون (٢٠١٧)^(٩٥) دراسة ركّزوا فيها على دراسة العوامل التي تؤثر على سلوكيات استخدام الصحفيين لموقع Twitter في ضوء نظرية السلوك المخطط **The theory of Planned Behavior** التي تؤكد على قاعدة النية قبل أداء السلوك، حيث تؤكد على أن حدوث السلوك الفعلي يتناسب مع مقدار السيطرة التي يمارسها الفرد على سلوكه وقوة نوايا هذا الفرد لتنفيذ هذا السلوك، واستُخدمت هذه النظرية في الدراسة لشرح وتوقع سلوك الصحفيين الفعلي على موقع تويتر من منظور اجتماعي-نفسى، وأظهرت النتائج أن هناك ثلاثة متغيرات وفقاً لنظرية السلوك المخطط وهى: الاتجاه الإيجابي تجاه الموقع، والمعايير الذاتية، والسيطرة السلوكية الواعية، وأن هذه المتغيرات ترتبط ارتباطاً إيجابياً باستخدام الصحفيين العام لتويتر، حيث أوضحت أن الاتجاه الإيجابي للصحفيين نحو تويتر أدى دوراً حاسماً في الوقت الذي يقضونه في استخدام الموقع، وكلما كان الصحفيون ينظرون إلى تويتر على أنه مفيد لأعمالهم، زاد احتمال استخدامهم له، كذلك فإن تصورات الصحفيين لتوقعات الأصدقاء والزملاء وأصحاب العمل حول استخدامهم لتويتر مرتبطة بشكل كبير باستخدامهم للموقع، كما أظهرت الدراسة أن الصحفيين الذين يعتبرون أنفسهم ماهرين في إدارة تويتر يميلون إلى قضاء المزيد من الوقت في استخدامه.

وفي باكستان أجرى كلٌّ من **Nusrat Azeema & Ayesha Nazuk** (٢٠١٧)^(٩٦) دراسة حاولوا فيها تقديم نظرة ثاقبة حول مفهوم ممارسات الأخبار الصحفية من خلال تطبيق **WhatsApp**، حيث استكشفت الدراسة بشكل كفي -من خلال المقابلات المتعمقة- استخدام **WhatsApp** كأداة تغطية إعلامية من قِبل الصحفيين الباكستانيين، وأشارت النتائج إلى أن **WhatsApp** هو أداة متقدمة لتدقق المعلومات، وقد وفّرت آلية أسرع لتبادل الأخبار من وجهة نظر الصحفيين، كما كشفت أيضاً أنه نظراً للخدمات غير المكلفة والأمانة التي يوفرها **WhatsApp**، فإنه لم يُستخدَم في العمل الصحفي فحسب، بل وفّر أفقاً جديداً لصحافة المواطن، كما أشار الصحفيون إلى أن الأشخاص أصبحوا الآن أكثر نشاطاً في استخدام **WhatsApp** وبمساعدة تلك الأداة أصبحوا أكثر ميلاً

للانضمام إلى مهنة الصحافة، وعلى الجانب الآخر تمثل التأثير السلبي لتطبيق واتساب في أنه جعل الصحفيين كسولين لأنهم لم يعودوا يتحققون من الأخبار ميدانياً .

وسعت دراسة كلٍّ من **Diana Bossio, Saba Bebawi** (٢٠١٦)^(٩٧) إلى توفير فهم أولي لكيفية استخدام الصحفيين في أستراليا لمحتوى الوسائط الاجتماعية في تحديد مصادر الأخبار اليومية وإعداد التقارير الصحفية، بهدف فهم تصورات هؤلاء الصحفيين حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأسباب استخدامها في الحصول على الأخبار والمعلومات، وكذلك فهم الآثار التنظيمية والمهنية على مصادر الأخبار في البيئات التي تدعم الوسائط الاجتماعية، وأظهرت النتائج أن الصحفيين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بانتظام لمراقبة ونشر الأخبار، كما أشار هؤلاء الصحفيون إلى أنهم - ما يمكن وصفه بأنه نهج عملي إلى حدٍّ ما - دمجوا وسائل التواصل الاجتماعي في العمليات اليومية لرصد الأخبار المحتملة وتحديد مصادرها، ومن ثم فقد نقلوا إلى حدٍّ كبير المعايير والممارسات المهنية إلى وسائط جديدة، وهو ما يتماشى مع مفهوم "الصحافة المحيطة" **Ambient Journalism**، حيث لم يستبدل الصحفيون ممارساتهم الصحفية بمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية الناشئة، ولكنهم توسّعوا بشكل انتقائي في ممارساتهم اليومية مستخدمين ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي الأساسية، مثل مراقبة ونشر روابط الأخبار في صحافتهم اليومية، بينما ما زالوا يعتمدون في الغالب على القواعد والممارسات المهنية التقليدية، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة للغاية عندما يمكن للصحفيين من خلالها العثور على المعلومات بسرعة واستخدامها لتقديم التقارير، ويشير ذلك إلى بعض التغييرات التي أحدثتها وسائل التواصل الاجتماعي على الممارسات اليومية للصحافة.

وفي **كردستان العراق** هدفت دراسة **Goran Ghafour** (٢٠١٦)^(٩٨)

إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في مساعدة الصحفيين على تغطية قضايا القتل والإبلاغ عن الحقيقة فيما يتعلّق بقتل الصحفيين، وكذلك التعرف على كيفية مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للصحفيين في نشر

المعلومات الحساسة وإخبار الجمهور بالحقيقة، أظهرت النتائج أن الصحفيين قاموا بتغطية قضية مقتل أحد الزملاء من الصحفيين من خلال صفحات بأسماء مستعارة على موقع فيسبوك، لأن الحكومة كانت تراقب عن كثب حسابات وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير هذه النتيجة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد منحت الصحفيين حرّية التعبير والكتابة من خلال إخفاء الهوية، وبالتالي ساعدت حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المجهولة هؤلاء الصحفيين على تغطية القضية علانية وخلق ضجّة عامة.

وفي كندا أجرت الباحثة **Hiba Kamal** (٢٠١٦)^(٩٩) دراسة هدفت بشكل الرئيسي إلى استكشاف تأثير استخدام تويتر على الصحفيين الكنديين المحترفين، مع تحديد الأسباب المختلفة وراء استخدامهم لهذا الموقع، وعزّزت نتائج الدراسة الأدبيات التي تناولت موقع تويتر باعتباره أداة قيمة للصحفيين الذين يواصلون بشكل متزايد استخدامه كأداة صحفية، حيث أظهرت النتائج أن الصحفيين الكنديين من مختلف الفئات العمرية ومستويات الخبرة يعتمدون على تويتر كأداة احترافية قويّة، ويستخدمونه لأغراض متنوّعة مثل: نشر الأخبار العاجلة، والمشاركة في مناقشات مع الجماهير؛ وتبادل المعلومات، والبحث عن الأخبار والمعلومات لإنشاء المحتوى، كما أظهرت النتائج أن الصحفيين الكنديين الذين ينشطون على تويتر يستخدمون الموقع امتدادًا لأنشطتهم الصحفية التقليدية، وبالتالي يطبقون نفس القواعد والإرشادات المهنية على استخدامهم لتويتر، وكشف النتائج أيضًا أن استخدام تويتر كأداة صحفية يمكن أن يكون سيقًا ذي وجهين، ممّا قد يضرّ بمصداقية الصحفيين وسمعتهم، حيث قد تتأثر سمعتهم ومصداقيتهم بل وحتى موقعهم بتغريدة واحدة يمكن اعتبارها "غير مناسبة"؛ وبالتالي اقترحت الدراسة أن يكون الصحفيون دائمًا على دراية بأن تغريداتهم دقيقة ولا تتعارض مع المعايير التقليدية للصحافة المهنية.

وأجرى كلٌّ من **Izzet Taşkiran, Ali Murat Kirik** (٢٠١٦)^(١٠٠) في تركيا دراسة حاولا فيها الكشف عن التغييرات التي طرأت على ممارسات الصحافة نتيجة استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي في ممارساتهم، بالإضافة إلى تحديد ما إذا كان الصحفيون يرون أن وسائل التواصل

الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها كمصدر موثوق للأخبار، وهل من المناسب لأخلاقيات الصحافة استخدام المعلومات التي تُنشر على وسائل التواصل الاجتماعي دون التأكيد عبر مصادر أخرى، وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام الاجتماعية تُستخدم كمصدر للأخبار من قِبَل الصحفيين، حيث تُمكن هذه الوسائل الصحفيين من متابعة التطورات الجديدة، واكتشاف موضوعات الأخبار الجديدة، وتشمل الصور أو مقاطع الفيديو التي توثق الأخبار المنشورة من قِبَل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عمليات إنتاج الأخبار، لكن الصحفيين لا يقبلون وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر موثوق للأخبار، حيث يلجأون إلى تأكيد المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مصادر أخرى للتحقق من دقة وموثوقية هذه المعلومات، كما أنهم يرون أنه لم يعد من المناسب لأخلاقيات الصحافة استخدام المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي دون التأكيد عبر مصادر أخرى.

وفي جنوب أفريقيا تم رصد دراستين في سياق هذا الاتجاه البحثي؛ الدراسة الأولى أجرتها الباحثة **Zeenat Abdool** (٢٠١٥)^(١٠١) بهدف التعرف على مدى استخدام الصحفيين الاستقصائيين في جنوب أفريقيا لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز تحقيقاتهم، والكشف عن كيفية استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام، ورصد التحديات والمعوقات، وكشفت النتائج عن أن الصحفيين الاستقصائيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتأكد من المعلومات التي تُدلي بها مصادرهم، وإيجاد الروابط التي لها صلة بالتحقيق والأشخاص الذين يمكن أن يكونوا مرتبطين بهدف التحقيق، والبحث عن أدلة تربط حدثاً معيناً بالتحقيق مثل (صور، فيديو، أو إذا كانوا موجودين بموقع الحدث وقت وقوعه)، كما يستخدمون هذه المواقع في الوصول إلى الأشخاص الذين يمكن أن يكون من المستحيل التوصل إليهم في العالم الحقيقي مثل أن يكونوا بعيدين جداً أو صعب الوصول إليهم، وجمع المعلومات عن طريق التفاعل مع الجمهور للمساعدة في التحقيقات من خلال هذه المواقع، كما يستخدم الصحفيون هذه المواقع في تحديد مصادر للتحقيقات وبناء لمحة عن الأشخاص الذين يتم الاستقصاء عنهم والتفاعل مع الجمهور على تحقيق معين.

أما الدراسة الثانية، فقد أجرتها الباحثة **Marenet Jordaan** (٢٠١٢) (١٠٢) بهدف الكشف عما إذا كان الاستخدام المهني لوسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على عمليات وثقافات اختيار الأخبار وعرضها في صحف جنوب إفريقيا **Rapport** و **Mail & Guardian**، كما هدفت إلى تحديد كيف ينظر الصحفيون في هاتين الصحيفتين إلى دور حراسة البوابة وتأثير جماهيرهم على عملية حراسة البوابة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن غالبية الصحفيين في الصحيفتين موضع الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كجزء من حياتهم المهنية، وأشارت النتائج إلى أنه على الرغم من أن معظم الصحفيين يعتبرون هذه المواقع مهمة ويتبنونها بوضوح، إلا أنهم ما زالوا يشعرون بالقلق من المعلومات المنشورة عبر هذه المواقع، حيث يرى غالبيتهم أنه هذه المعلومات "موثوق بها إلى حد ما"، كما أوضحت أن الصحفيين يرون الصحفيون أن الاستخدام المهني لوسائل التواصل الاجتماعي لم يغير بشكل كبير عمليات اختيار الأخبار وعرضها، ولكنهم أشاروا إلى أن لهذه الوسائل تأثيراً كبيراً على تفاعلهم اليومي مع المصادر، وعلى الرغم من اعتراف الصحفيين بتمكين جماهيرهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن معظم الصحفيين في هذه الدراسة لم يشعروا بأن أدوارهم كحراس بوابة تقل أو تتعرض للتهديد.

وللتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية إعداد التقارير الإخبارية ورصد الفرص والتحديات التي تفرضها منصات التواصل على الصحفيين العرب في منطقتي الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، أجرى كل من **Mohammad Ayish & Noha Mellor** (٢٠١٥) (١٠٣) دراسة خلصت إلى أن عددًا كبيرًا من غرف الأخبار العربية تبنت وسائل التواصل الاجتماعي في عملياتها اليومية لأغراض مختلفة، أهمها: جمع الأخبار ووضع العلامات التجارية والترويج للمحتوى، ومشاركة الجمهور، أما على المستوى الصحفي الفردي، فتشير النتائج إلى أن الصحفيين العرب قد انخرطوا مع وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة أو بأخرى، شخصيًا ومهنيًا، حيث يستخدم هؤلاء الصحفيون وسائل التواصل الاجتماعي بطرق مميزة في التعهيد الجماعي **Crowdsourcing** من خلال الحصول على الأفكار من الجمهور لإثراء قصصهم، أو توجيههم إلى

مواقعهم الإلكترونية، أو المواقع الرئيسية لمؤسساتهم، أو تبادل الروابط مع الجماهير حول القضايا التي لم يتناولها أصحاب العمل بشكل مباشر، والتعليق على التطورات في المنطقة وحول العالم، ومن ثمّ أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي فرصاً ممتازة للصحفيين للاندماج مع الجماهير.

وفي إثيوبيا أجرى الباحث **Ameyu Kalo** (٢٠١٥) (١٠٤) دراسة هدفت إلى فحص العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والصحافة من خلال التركيز بشكل خاص على استخدام الصحفيين ووسائل الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي في السياق الإثيوبي، وأظهرت النتائج أن الصحفيين في إثيوبيا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض مختلفة، مثل: الحصول على أفكار جديدة، البقاء على اتصال بالعالم، ومن أجل التطوير الشخصي والمهني، كما كشفت الدراسة عن أن الفرص الكبيرة التي أتاحتها ظهور وسائل التواصل الاجتماعي لغالبية الصحفيين في إثيوبيا هي فرصتان: فرصة للحصول على الأخبار والمعلومات مع تطوّر الأمور ومعرفة أجندة اهتمامات الرأي العام، من ناحية أخرى، تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على إضفاء الطابع الديمقراطي على تدفق المعلومات في البلد الذي كان يخضع لسيطرة طويلة في المركز، كما أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منتدى للتعليقات والمناقشة، وتوسيع نطاق الوصول إلى محتويات الوسائط، وتوسيع المجال العام.

وأجرت الباحثة **Amanda Gearing** (٢٠١٤) (١٠٥) دراسة حول كيفية انضمام الصحفيين الاستقصائيين في كل من أستراليا وبريطانيا لمواقع التواصل الاجتماعي والتعاون مع صحفيين ووسائل إعلام محلية وعالمية، إضافة إلى رصد مدى التعاون بين وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في إنتاج تحقيقات استقصائية ضخمة، والمساهمة في استدامتها، وقدرة وسائل التواصل الاجتماعي على توسيع نطاق الأصوات التي يمكن سماعها والقضايا التي يمكن تغطيتها، ومن خلال دراسة تحليلية لتحقيق استقصائي بعنوان "الاستغلال الجنسي للأطفال في أستراليا وبريطانيا"، منشور في صحيفتي **The Australian and The Times** في مايو ٢٠١٣، كشفت النتائج عن أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في إيجاد ضحايا للقضية موضوع التحقيق، كما أن الصحفيين

الاستقصائيين يستخدمون هذه المواقع في التواصل مع صحفيين من دول أخرى، والحصول على المعلومات بشكل سريع، ومشاركة الخبرات والصور والفيديو مستفيدين من انتشار هذه المواقع عالمياً، كما أعطت هذه المواقع طرقاً جديدة بالتوسع في التحقيقات.

وأخيراً، جاءت الدراسة الأخيرة في سياق هذا الاتجاه البحثي أجراها كل من **Agnes Gulyas & Kristine Pole** (٢٠١٣)^(١٠٦) بالتطبيق على ثمانية دول هي: (أستراليا، كندا، فرنسا، فنلندا، ألمانيا، السويد، المملكة المتحدة، والولايات المتحدة)، وهدفت إلى تقديم تحليل مقارن لكيفية تبنّي الصحفيين في هذه الدول ودمجهم لوسائل الإعلام الاجتماعية في عملهم الصحفي، واستكشاف وجهات نظرهم حول آثار هذه الوسائل على تغيير الممارسات، وتأثيرها على العلاقة مع الجماهير وكذلك تأثيرها على المهنة والقيم المهنية، وأكدت النتائج أن استخدامات الصحفيين في الدول الثمانية لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل اليومي، تمثلت في: نشر الأعمال الصحفية الأصلية على هذه المواقع، ولقاء أشخاص جدد في مجال العمل، ومراقبة المناقشات على وسائل التواصل الاجتماعي حول المحتوى الصحفي المنشور، والرد على التعليقات التي يتلقونها على هذه المواقع حول المحتوى الذي ينشرونه، وفيما يتعلّق بأرائهم حول تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على عملهم، أظهرت النتائج أن الصحفيين لديهم اتجاهات إيجابية نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على عملهم، وكانت اتجاهاتهم إيجابية بشكل خاص حول تأثيرات هذه المواقع على قدرتهم على الترويج لأنفسهم وعملهم، وكذلك حول التأثيرات على العلاقة مع جمهورهم، وخلصت الدراسة إلى وجود اختلاف بين الصحفيين في الدول الثمانية حول ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تفوّض القيم الصحفية التقليدية، لكنهم يميلون إلى الاتفاق على أن وسائل التواصل الاجتماعي لن تؤدي إلى وفاة الصحافة المهنية.

الاتجاه البحثي الثالث: الدراسات التي اهتمت ببحث ممارسات الصحفيين الشخصية والمهنية على مواقع التواصل الاجتماعي:

مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها أدرك الصحفيون -مثل غيرهم من المستخدمين- أهمية التعامل مع هذا الفضاء الجديد، فأنجسوا إلى إنشاء حسابات أو صفحات خاصة بهم على هذه المواقع يعبرون من خلالها عن آرائهم في الأحداث وفي قضايا الشأن العام، حيث يستخدمون هذه المواقع استخداماً شخصياً أو مهنيًا أو الاثنين معاً، بهدف الترويج لأنفسهم ولأعمالهم الصحفية أو للتعبير عن آرائهم ومواقفهم الشخصية في الأحداث والقضايا، إلى جانب التفاعل مع جمهورهم دون رقابة أو تدخل من هيئة التحرير في الصحف التي يعملون فيها.

وقد وجد الصحفيون في هذه المواقع ضالّتهم ووجدوها الوسيلة التي تمكّنهم من التعبير بكل حريّة وتحزّرهم من ضغوط مديري ورؤساء التحرير، وتزِيل عن كاهلهم عبء الالتزام بالسياسة التحريرية للجريدة، وهو ما جعل مواقع التواصل وتطبيقات صحافة المواطن تبدو كملأذٍ للصحفيين التقليديين الذين تسارعوا إليها للكتابة والمشاركة فيها والتعبير بحريّة، وكتابة ما مُنعوا من كتابته في مؤسساتهم الإعلامية؛ فكثيراً ما يُمنع الصحفيون من نشر مواد إعلامية عبر وسائل الإعلام التي يشتغلون فيها، وذلك لعدّة أسباب سياسية أو أمنية .. أو بسبب ضغوطات معنية من السلطة أو مالك الوسيلة أو المعلنين، فيجدون في مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات بديلة تمكّنهم من نشر ما مُنع في غيرها من الوسائل^(١٠٧). وهو ما دفع عددًا من الباحثين إلى الاهتمام بطبيعة استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال محاولة الإجابة عن تساؤلات بحثية تتعلق ب: هل يحقّ للصحفي أن يتصرّف كما يشاء على حسابه أو صفحته الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي باسم حرية التواصل والتعبير؟ أم أن صفته المهنية تستوجب نمطاً من السلوك المسؤول؟

في هذا الإطار، يأتي هذا الاتجاه البحثي، الذي رصد فيه الباحث مجموعة من الدراسات والبحوث التي تناولت ممارسات الصحفيين الشخصية والمهنية على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد بلغ إجمالي عدد دراسات هذا

الاتجاه البحثي (١٥) دراسة، بواقع (٣) دراسات عربية، و(١٢) دراسة أجنبية، وقد غطت الدراسات العربية (٣) دول عربية هي (مصر، الأردن، السعودية)، أما الدراسات الأجنبية فقد غطت (١٠) دول هي (الولايات المتحدة، أستراليا، كندا، نيوزيلندا، بريطانيا، الهند، هولندا، فنلندا، كوريا الجنوبية، النرويج) وفيما يلي نعرض هذه الدراسات.

في مصر أجرى الباحث حسين ربيع (٢٠١٩)^(١٠٨) دراسة رصد فيها ملامح تمثل الصحفيين المصريين لهويتهم الشخصية والمهنية في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة ما إذا كانت ممارسات هؤلاء الصحفيين على أحد هذه المواقع "فيسبوك" تعكس ذاتيتهم بعيداً عن ممارساتهم الصحفية اليومية، أم أنهم يمزجون بين الذاتية والمهنية في ممارساتهم على موقع فيسبوك؟ وهل يحق للصحفي أن يتصرف كما يشاء على حسابه أو صفحته الشخصية على موقع فيسبوك باسم حرية التواصل والتعبير؟ أم تستوجب صفته المهنية نمطاً من السلوك المسئول؟ وبالتطبيق على عينة عمدية قوامها (١٥٠) من الصحفيين المصريين مستخدمي موقع فيسبوك، أظهرت النتائج تنوع الممارسات الشخصية للصحفيين على موقع "فيسبوك"، تمثلت أبرزها في: الاطلاع على ما ينشره الأصدقاء وأفراد العائلة، وتجاوز معوقات التواصل الاجتماعي الواقعي، والتعبير عن مواقفهم الشخصية من القضايا المطروحة، والتعارف وتكوين صداقات جديدة، وتنمية القدرات التواصلية، ونشر الصور الخاصة مع الأصدقاء والعائلة، نشر مقترحات وأفكار للنهوض بالدولة، وفيما يتعلق بالممارسات المهنية لهؤلاء الصحفيين على موقع "فيسبوك" تمثلت في: البحث عن قصص وأخبار جديدة، والتواصل مع زملاء المهنة، ومواكبة الأحداث والتطورات، والاطلاع على الجديد فيما ينشره الزملاء الصحفيون، والانضمام إلى مجموعات مهنية وتبادل الآراء، والتواصل مع القراء والمتابعين، وإعادة نشر ما تم نشره في الصحف التي يعملون فيها، ونشر ما لا يمكن نشره في الصحف التي يعملون فيها.

وفي الأردن استهدفت دراسة **خلف الطاهات وآخرون** (٢٠١٨)^(١٠٩) التعرف على مدى اهتمام وجدية الصحفيين الأردنيين بالانخراط في القضايا العامة التي تهتم الأردن والمنطقة في موقع فيسبوك، ومدى إشراك متابعيهم على الموقع

بهذه التطوّرات والقضايا التي تسهم في تشكيل الرأي العام حول ما يتناوله الإعلام، إلى جانب رصد المصادر التي اعتمد عليها هؤلاء الصحفيون في تناولهم للقضايا العامة على مواقع التواصل الاجتماعي، والقيم التي حملتها مضامين الموضوعات التي عرضها الصحفيون على صفحاتهم الشخصية في موقع فيسبوك، ومن خلال تحليل ٩٠ حساباً شخصياً للصحفيين الأردنيين الذين لديهم حسابات على موقع فيسبوك أظهرت النتائج أن القضايا الشخصية استحوذت على اهتمامات الصحفيين الأردنيين فيما يخصّ تناولهم للموضوعات العامة على صفحاتهم الشخصية في موقع فيسبوك، تلتها القضايا السياسية الداخلية، ثم القضايا الاجتماعية، وأن القيم السلبية هي المسيطرة على مضامين منشورات هؤلاء الصحفيين في الموقع حول القضايا العامة.

وفي السعودية جاءت دراسة بدور حسين (٢٠١٣) (١١٠) حول ممارسات الإعلاميين العرب في وسائل الإعلام الجديدة بالتطبيق على موقع فيسبوك، ورصد مدى انعكاس استخدام موقع فيسبوك على ممارساتهم الصحفية الميدانية في واقعهم المعاش، وإبراز العوامل المؤثرة في ممارسة هؤلاء الصحفيين لأدوارهم المهنية من خلال الموقع، والتعرف على حدود وضوابط ممارساتهم عليه، من خلال معرفة أبرز القضايا والموضوعات المطروحة للنقاش، وبالتطبيق على ٦٠٤ من الصحفيين العرب من المملكة العربية السعودية ومصر ودول الخليج العربي ودول الشام ودول المغرب العربي، كشفت النتائج أن طبيعة ممارسات الصحفيين العرب على موقع فيسبوك تمحورت في الممارسات الأخلاقية والاجتماعية والإعلامية والمهنية والشخصية والسياسية والاقتصادية، وقد تمثّلت الممارسات الإعلامية للعيّنة على موقع فيسبوك في: مواكبة الأحداث والتطورات، وقد وفرّ لهم الموقع مزايا الإعلام الجديد ما زاد من مساحة تفاعلهم مع الجمهور وتبادل الآراء حول المادة الصحفية بحرية أكبر من الوسائل التقليدية، وانعكس ذلك إيجاباً على تحسين الكفاءة الإعلامية لهم، كما كشفت عن الانعكاس الإيجابي لموقع فيسبوك على عمل هؤلاء الصحفيين عكس الصحافة الورقية، وأن ممارساتهم في الموقع محكومة بمعايير وضوابط معينة كالمبادئ الشخصية والقيم الاجتماعية والمواثيق الأخلاقية التي تحكم ممارسات الإعلاميين في الوسائل التقليدية.

وعلى مستوى الدراسات الأجنبية، تعمّقت دراسة كلِّ من **Pablo Rabadán & Claudia Mellado** (٢٠١٩)^(١١١) في الآليات الرئيسية التي تمكّن من التفاعل الرقمي بين الصحفيين ومصادرهم في الصحافة السياسية بالولايات المتحدة الأمريكية، وتطوير مقياس يوضح آليات التفاعل هذه على تويتر، وعلى أساس هذا الاقتراح التحليلي، حاولت هذه الدراسة أن تعكس التبعات المهنية المحتملة التي تنشأ عن هذه استخدام الشبكة الاجتماعية في جميع أركان العمل الصحفي، وكذلك بعض التغييرات في المهارات المهنية الهامة، مثل التحقق من البيانات والاتصال بالمصادر، وخلصت الدراسة إلى أن هناك تحولات أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، مثل الشفافية في الروتين الصحفي، ومراقبة السلطة السياسية، وتعزيز النقاش الاجتماعي، وتوفير مصادر معلومات أكثر تنوعاً، وعلى الرغم من أن هذه التحولات لها صلة بالأدوار التقليدية، إلا أن بعضها يتحدّى القواعد والأدوار الصحفية التقليدية، حيث تبرز ثلاثة أمور: أولها أن الحضور أكبر للصوت الصحفي على تويتر وهو ما يشكك في المفهوم الكلاسيكي للحياد في الأخبار؛ ثانيها: العمليات الجديدة لبناء علامة تجارية شخصية، والتي تستلزم اختلافاً واضحاً من حيث الصورة المهنية بين الصحفيين ووسائل الإعلام الخاصة بهم، وأخيراً، القرب الشخصي بين الصحفيين ومصادرهم الذي يوفّر موقع تويتر والذي يمكن أن يؤثر على فكرة الاستقلال الكلاسيكية.

وفي السياق الأمريكي ذاته تم رصد دراستين أخريين، الأولى للباحث **Ben S. Wasike** (٢٠١٣)^(١١٢) هدفت إلى التعرف على كيفية استخدام محرّري وسائل التواصل الاجتماعي لحساباتهم على موقع تويتر للتفاعل مع الجماهير وكيف يقومون بتأطير الأخبار التي ينشرونها في تغريداتهم، وما إذا كانت هذه الممارسات تختلف باختلاف نوع الوسيلة الإعلامية (تلفزيون أو صحافة)، ومن خلال تحليل مضمون ٩٥٠ تغريدة نشرها محرّرو شبكات التواصل الاجتماعي في أربع صحف وأربع قنوات تلفزيونية أمريكية، في الفترة من ١٢ أبريل وحتى ٢ مايو ٢٠١١ على موقع "تويتر"، أكّدت النتائج أن إضفاء الطابع الشخصي لمحرّري الإعلام الاجتماعي العاملين في التلفزيون كان أكثر في

تفاعلهم مع جماهيرهم عبر "تويتر" في مقابل محرّري الإعلام الاجتماعي العاملين في الصحف الورقية، كما أنهم كانوا أكثر اهتمامًا بمشاركة مواضيع التكنولوجيا، بينما كان محرّرو الصحف الورقية أكثر ميلاً لإبراز أطر الاهتمامات الإنسانية والصراع والأثر الاقتصادي.

أما الدراسة الثانية، فقد أجراها كلٌّ من **Raluca Cozma & Kuan- Ju Chen** (٢٠١٣)^(١١٣) وهدفت إلى الكشف عن كيفية استخدام المرسلين الأجانب في وسائل الإعلام الأمريكية الإلكترونية والمطبوعة لموقع تويتر، ومعرفة هل يستخدمونه لأغراض شخصية أم لأغراض مهنيّة، وبتحليل حسابات ٨٩ مراسلاً على موقع تويتر خلال شهر فبراير ٢٠١١ (٣٦ مراسلاً في الصحف المطبوعة، ٥٣ مراسلاً في الشبكات التلفزيونية والإذاعية)، أشارت النتائج إلى أن المرسلين يستخدمون تويتر لأغراض مهنية بشكل أساسي، حيث يستخدمونه لمناقشة الأحداث الحالية في المناطق التي يتمركزون فيها أو الأحداث التي تقع في أي مكان آخر، والترويج لمنافذ الأخبار الخاصة بهم أكثر من استخدامه في نشر الأخبار، حيث يميل المرسلون إلى مشاركة آرائهم وروابط منافذ الأخبار التي يعملون بها أو التغريدات التي تروّج لأخبار المؤسسات الإعلامية الأخرى، كما أظهر التحليل أن غالبية المرسلين يقدّمون أنفسهم كموظفين في مؤسستهم الإخبارية في ملفات التعريف الخاصة بهم على تويتر.

وأجرى الباحث **Folker Hanusch** (٢٠١٨)^(١١٤) دراسة هدفت إلى تحليل الهويّات التي يقدّمها الصحفيون السياسيون في أربع دول هي (أستراليا - كندا - نيوزيلندا - بريطانيا) على صفحات ملفهم الشخصي على موقع تويتر، من خلال تحليل ٣٧٩ حسابًا لـ ٧٢ من الصحفيين محرّري البرلمان في هذه الدول، وأظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الصحفيين الذين لديهم ملف شخصي على Twitter في الدول الأربع يعرفون أنفسهم بأنهم صحفيون، وبذلك يأخذون صفة مهنيّة، مما يوحي بأنهم يستخدمون حساباتهم لأغراض العمل في الغالب، وقد طوّرت الدراسة مقياسًا لقياس الهوية المهنية للصحفيين على موقع تويتر، تضمن هذا المقياس ٨ متغيرات بحيث تحصل كل منها على درجة في حال توفرها في حساب الصحفي على موقع تويتر، هي: (١) الصحفي يذكر أنه يعمل صحفيًا

في البيانات الشخصية، (٢) الضحفي يدرج اسم المؤسسة في حسابه على الموقع، (٣) يذكر رئيسه في العمل في كتاباته على الموقع، (٤) ينشر رابط لموضوعات صحفية في مؤسسته على حسابه في تويتر، (٥) ينشر رابط الموقع الإلكتروني للمؤسسة في كتاباته على الموقع، (٦) يذكر عنوان بريده الإلكتروني المؤسسي، (٧) يقوم بتضمين شعار المؤسسة في صورة ملفه الشخصي profile picture، (٨) إدراج شعار المؤسسة في صورة الغلاف header photo، وأظهرت النتائج أن ثلاثة صحفيين فقط حققوا خمسة من هذه العناصر الثمانية، والباقي حصل على صفر، ما يشير إلى أن الصحفيين لم يهتموا بتقديم أي معلومات تعريفية عن صاحب العمل أو المؤسسة التي يعملون فيها.

كما طورت الدراسة مقياساً آخر لقياس الهوية الشخصية للصحفيين على موقع تويتر، وتضمن المقياس ١٠ متغيرات لقياس ما إذا كان الصحفيون قدوموا (١) التفاصيل الشخصية في معلومات حسابهم، (٢) بريد إلكتروني شخصي، (٣) رابط موقع شخصي، (٤) إخلاء المسؤولية أي الإشارة إلى أن الآراء الواردة بالحساب شخصية "views my own"، (٥) التنويه إلى أن التغريدات لا تعني تأييداً من الصحفي، (٦) تغريدات نصية تتم عن عدم توقيير أو احترام irreverence، (٧) تغريدات مرئية تتم عن عدم توقيير أو احترام، (٨) صورة ملف شخصي للصحفي يرتدي ملابس غير رسمية، (٩) صورة للملف الشخصي في غير أوقات العمل، (١٠) صورة شخصية في الغلاف header photo، وكشف التحليل أن أربعة صحفيين فقط حققوا ٦ من هذه العناصر المذكورة، وهو ما يعني ميل الصحفيين إلى عدم استخدام مواقع تويتر بشكل شخصي، حيث لا يكشفون على الموقع سوى القليل عن حياتهم الشخصية.

وفي الهند هدفت دراسة **Pitabas Pradhan** (٢٠١٨)^(١١٥) إلى الكشف عن طبيعة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في الحياة الشخصية والمهنية بين الصحفيين الهنود، من خلال التعرف على الغرض من استخدام هؤلاء الصحفيين لهذه الوسائل في جمع الأخبار، ودراسة آثار تكامل وسائل التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي، وأظهرت النتائج أنه تماشيًا مع الاتجاهات العالمية، فإن الصحفيين الهنود يتبنون خدمات وسائل التواصل الاجتماعي بشكل

كبير في الحياة الشخصية والمهنية، فعلى المستوى الشخصي تصدّر البحث عن المعلومات، وبناء العلاقات استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل الصحفيين الهنود، كما يستخدمونه للترفيه أو لجذب الاهتمام، وعلى المستوى المهني يستخدم هؤلاء الصحفيون وسائل التواصل الاجتماعي في الغالب كمصدر للأخبار وللعثور على المصادر المتوقعين للقصص ونشر أعمالهم ومشاركة الروابط الأخرى، كما أظهرت النتائج أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي جعل بعض المهام الصحفية أسهل، ولكنه في الوقت نفسه جعل بعض الوظائف صعبة بالنسبة للصحفيين؛ فالعثور على المعلومات أصبح أسهل بسبب وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك نشر الأخبار والتواصل مع الجماهير، على العكس من ذلك، وبسبب الحجم المتزايد للمحتوى الذي ينتجه الجمهور (User Generated Content - UGC)، أصبح التحقق من الوقائع المهمة أكثر صعوبة بالنسبة للصحفيين، حيث تعدّ المصادقة وتحديد الأخبار المزيفة من بين التحديات الخطيرة الأخرى التي تتسبب فيها وسائل الإعلام الاجتماعية أمام الصحفي، كما أن كتابة قصص مثيرة للاهتمام، والتحقق من أخبار الكراهية، والضغط للقصص الحصرية، وضمان الحياد تشكل تحديات أخرى لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي.

وفي أستراليا تم رصد دراستين، الأولى أجرتها كلٌّ من **Diana Bossio & Vittoria Sacco** (٢٠١٧)^(١١٦) بهدف الكشف عن التأثير المعقّد لوسائل التواصل الاجتماعي على أحد جوانب الممارسة الصحفية، من خلال تحليل الطرق المختلفة التي يتمثل بها الصحفيون هويّتهم المهنية والشخصية على منصات التواصل الاجتماعي، وافترضت الدراسة أن التمثيل المتباين للهوية الشخصية والمهنية على وسائل التواصل الاجتماعي يخضع للضغوط المهنية والتنظيمية والمؤسسية التي ظهرت في هذا الفضاء الجديد، وأظهرت النتائج أن الصحفيين يقدمون هويّتهم الشخصية والمهنية على وسائل التواصل الاجتماعي بثلاث طرق مختلفة، **المجموعة الأولى** تنشئ حسابات بصفتهن المهنية في وسائل الإعلام، ولكن أيضًا ينشون حسابات ثانوية خاصة لا يمكن الوصول إليها إلا للشبكات الشخصية (الشخصيات المقربة)، **المجموعة الثانية** تختار إنشاء حسابات مهنية فقط، إما باختيارهم أو بناءً على طلب مؤسساتهم الإعلامية، بحيث

يكون لهم حضور مهني فقط على وسائل التواصل الاجتماعي؛ أي لديهم حسابات عامة ترتبط فقط بمؤسساتهم الإعلامية وتعرض أنشطتهم المهنية فقط، أما المجموعة الأخيرة فتقوم بدمج الهوية المهنية والشخصية على مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بها، مع إظهار جوانب من حياتهم الشخصية وحياتهم المهنية في الحسابات المتاحة للجمهور، وخلصت الدراسة إلى أن المفاهيم التقليدية للهوية الصحفية وقواعد الممارسة تمرّ بحالة من الاضطراب الكبير؛ حيث تتطور ممارسات البحث وإنتاج القصص الإخبارية ونشرها بما يتماشى مع تطورات ممارسات الاتصال المدعومة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وأنه على الرغم من أن بيئة الوسائط الممكنة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي قد خلقت العديد من الفرص الجديدة للصحفيين، فقد كان هناك أيضًا العديد من التعقيدات التي توجب على الصحفيين التفاوض بشأنها، من حيث أساليب ممارساتهم التقليدية، وأيضًا في طرق تفاعلهم مع المصادر المحتملة والجمهور.

الدراسة الثانية في السياق الأسترالي أجراها كلٌّ من **Folker Hanusch, & Axel Bruns** (٢٠١٧)^(١١٧) ركزت هذه الدراسة على أوصاف ملف تعريف الصحفيين على تويتر نظرًا لأنها توفر فرصة مثالية لهؤلاء الصحفيين في المشاركة في العلامة التجارية لأنفسهم، من خلال تحليل متعمق لـ ٤١٨٩٤ من حسابات الصحفيين الأستراليين على موقع تويتر لفحص مستوى نشاطهم وأساليب التقديم الذاتي في معلومات ملفهم الشخصي، وأظهرت النتائج وجود مجموعة من الجوانب المتعلقة بالعلامات التجارية، حيث إن الصحفيين يميزون أنفسهم في الغالب من خلال الصفات المهنية، مثل المسمى الوظيفي أو اسم المؤسسة التي يعملون فيها، أو اسم صاحب العمل، ولكن هناك عدد كبير منهم يخلط هذه الصفات بالسمات الشخصية المتعلقة بحياتهم الخاصة، كما أوضحت النتائج أن الصحفيين الرقميين، الذين يعملون في بيئة رقمية كل يوم، يتكيفون بقوة مع قواعد تويتر التي تدور حول المشاركة النشطة مع الآخرين، من خلال متابعة العديد من المستخدمين، وتوفير الروابط، والتماس المعلومات والكشف عن المعلومات الشخصية، كما يمكن ملاحظة مزيج قوي بين السمات المهنية والشخصية في

علاماتهم التجارية على الموقع، من ناحية أخرى، فإن الصحفيين في الصحف المطبوعة أقل مهارة في التغريد أو متابعة الآخرين على الموقع، وهم أقل عرضةً للتعريف كصحفيين أو تقديم روابط، على الرغم من أنهم يكشفون عن مستويات مماثلة من المعلومات الشخصية.

وفي هولندا ركزت دراسة **Cara Brems وآخرون (٢٠١٧)**^(١١٨) على التحولات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الصحفي، حيث وقرت هذه المواقع الفرصة للصحفيين ليصبحوا مزودي أخبار موثوقين **Credible News Providers** وأسماء مألوفة ولها شعبية لدى الجمهور **Popular Household Names**، في ظلّ تقليص حجم غرف الأخبار وتقليص الميزانيات وتشجيع المؤسسات الإخبارية للصحفيين بشكل متزايد على تطوير علامة تجارية شخصية على وسائل التواصل الاجتماعي يحافظون من خلالها على استدامة مؤسساتهم الإخبارية، حيث أصبحت الكثير من المؤسسات تعتمد بشكل كبير على حركة المرور القادمة من وسائل التواصل الاجتماعي، واستعارت الدراسة مفهوم المسرح لـ **Erving Goffman** كإطار تحليلي يصور فيه الصحفيون على أنهم ممثلون يتصرفون على المسرح أمام جمهور، بهدف الكشف عن الطريقة التي يستخدم بها الصحفيون وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم أنفسهم والمعضلات التي يواجهونها، وكذلك الكشف عن ما هي الدوافع المهنية أو الشخصية للصحفيين لتقديم أنفسهم بطرق معينة على تويتر، ومن خلال تحليل المحتوى الكمي لسلوك تغريد ٤٠ من الصحفيين العاملين والمستقلين أظهرت النتائج أن هؤلاء الصحفيين من خلال حساباتهم على موقع تويتر يكافحون من أجل كونهم واقعيين أو المتشبهين برأيهم **Factual Or Opinionated**، أو كونهم أشخاص عاديين أم صحفيين مهنيين، وكيفية الموازنة بين بثّ رسالتهم ومشاركتها والترويج لأنفسهم بشكل استراتيجي، وأشارت النتائج إلى أن الانطباعات التي أثارها الصحفيون في الموقع يبدو أنه يتم اختيارها بعناية من قبل الصحفيين عن طريق الموازنة بين المعضلات الأربع المذكورة، كما أشارت النتائج التحليلية أن الصحفيين المستقلين يشاركون معلومات شخصية بشكل أكبر من الصحفيين العاملين في مؤسسات إخبارية، مثل معلومات عن الأسرة والهوايات والعواطف، ومن خلال التغريد حول

هذه الموضوعات غير المهنية والشخصية للغاية يقدّم الصحفيون لجمهورهم لمحة عن أنشطتهم الخاصة، ويمكن لهذا المحتوى الشخصي أن يجعل تغريدات الصحفيين أكثر جاذبية للقراءة من قبل الجمهور.

وأجرت الباحثة **Iona Turtola** (٢٠١٧)^(١١٩) دراسة استعرضت

فيها ثلاثة أبعاد لاستخدام الصحفيين في دولتي **فنلندا وبريطانيا** لوسائل التواصل الاجتماعي: تمثلت في نوعية المنصات التي يستخدمونها، وكيف يفصلون بين حياتهم الخاصة والعامة على وسائل التواصل الاجتماعي، وما تصوّراتهم بشأن الموضوعية على وسائل التواصل الاجتماعي، وبناءً على هذه الجوانب هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية بناء وسائل التواصل الاجتماعي للهوية المهنية للصحفيين، وأظهرت النتائج أن قسمًا من الصحفيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية فقط، والقسم الآخر يخلطون حياتهم المهنية مع حياتهم الخاصة على هذه الوسائل، وأكد الصحفيون أنه لا يجب التصرف بشكل متهور عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أو الانخراط في المناقشات الحادة أو الغاضبة، وخلصت الدراسة إلى أن الغرض الأساسي من استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي ليس بالضرورة تعزيز محتواهم أو مهنتهم؛ بل يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي مهمة لملاحظة ومراقبة ومتابعة الأشخاص والمواضيع الأخرى، وهذا يعني أنه بالنسبة لبعض الصحفيين، فإن هويتهم المهنية على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية منها في الواقع، كما خلصت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي سوف تستمر في كونها جزءًا من العمل الصحفي، وبالتالي -كجزء من الهوية المهنية للصحفيين على وسائل التواصل الاجتماعي- أصبح التعرّض للتفاعل وردود الفعل من الجمهور أكثر أهمية من أي وقت مضى.

وفي **كوريا الجنوبية** سعت دراسة **Na Yeon Lee** وآخرون

(٢٠١٥)^(١٢٠) إلى التحقق من استخدام صحفيي كوريا الجنوبية لتويتر كمدى عام يستخدمه الصحفيون للتحدّث عن الشئون العامة والتفاعل مع الآخرين، والتعرف على العوامل التي تؤثر على استخدام الصحفيين لتويتر، وأظهرت النتائج أن الصحفيين كانوا أكثر استخدامًا لتويتر في التحدّث عن الشئون العامة بالمقارنة

باستخدامه للحديث عن الحياة الشخصية، وأن أكثر من نصف العينة قاموا بالتفاعل مع الجمهور، كما أشارت النتائج إلى أن تويتر لديه القدرة على أن يكون مجالاً للخطاب العام، حيث بدأ الصحفيون يتحدثون عن القضايا العامة والمشاركة في مناقشات مع مستخدمين آخرين أو مع الجمهور عبر تويتر، حيث أسهم تويتر في تيسير عملية إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاك الجمهور للأخبار والمعلومات، كما أوضحت الدراسة أن تويتر لديه القدرة على توفير وسيلة مهمة لتعزيز الصحافة المتبادلة Reciprocal Journalism وذلك من خلال استخدام الصحفيين خاصية "رداً على" in reply to وخاصة إعادة نشر التغريدات Reweeet، وجاء هذا التفاعل سواء مع الجمهور أو ردّاً على معارفهم ويشملون المصادر والأصدقاء وأفراد الأسرة، وبالتالي فتويتر يتيح مجالاً عاماً من خلال المساهمة في حدوث التفاعل بين الصحفيين والجمهور.

وفي الترويج ركزت دراسة **Sophio Rusishvili** (٢٠١٥) (١٢١) على الطرق التي يستغلّ بها الصحفيون النرويجيون موقع فيسبوك أثناء سير العمل، من خلال التعرف على مدى يؤثّر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على موثوقية منتجهم الصحفي، وإلى أي مدى تؤثر انتقاداتهم المفتوحة على موقع فيسبوك على حيادية المحتوى الصحفي الذي ينتجونه، وأكدت النتائج أن استخدام فيسبوك أثناء سير العمل يؤثّر على موثوقية ونزاهة وسائل الإعلام التي ينتمي إليها الصحفيون، حيث كشفت النتائج أن استخدام محتوى فيسبوك دون مراجعة وتحقق يؤدي إلى تأثيرات سلبية على المحتوى الذي ينتجه الصحفيون، كما ألفت النتائج الضوء على الطريقة التي يمكن أن تؤثر بها مشاركتهم في مناقشات عبر فيسبوك على حيادية وسائل الإعلام التي ينتمون إليها، مثل تعبير الصحفيين عن آرائهم الشخصية وعدم الفصل بين الحياة الشخصية والحياة المهنية على موقع فيسبوك، حيث إن الحدود غير الواضحة بين منشوراتهم الصحفية ومنشوراتهم الشخصية يمكن أن تؤثر إلى حدّ ما على الطرق التي يفسّر بها قرّاءهم أعمالهم الصحفية.

وأخيراً، وفي بريطانيا، أجرت الباحثة **Lily Canter** (٢٠١٣) (١٢٢) دراسة انطلقت من أن ازدياد استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأدوات

للتواصل قد أعطى للصحفيين وفترة من الفرص والتحديات على قدم المساواة؛ فقد مكّنت هذه المنصات الصحفيين من المشاركة مباشرة مع قرائهم وتطوير أشكال جديدة من التفاعل، ومن خلال تحليل محتوى ملفّات تعريف الوسائط الاجتماعية المتعددة في صحيفتين إقليميتين يوميتين في بريطانيا، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد كيفية تشكيل التفاعل بين الصحفيين والقراء على مواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى أن أساليب الاتصال التقليدية تتغيّر على منصات التواصل الاجتماعي وأن عملية الأخبار أصبحت اجتماعية؛ حيث إن الصحفيين الذين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي كانوا يتحدثون في الغالب إلى القراء بلهجة غير رسمية ويضيفون رؤيتهم من حياتهم الشخصية، كما كانوا يشاركون أيضًا في تفاعل ثنائي الاتجاه مع القراء بدلاً من نموذج الاتصال أحادي الاتجاه، وهذا التواصل العام وغير الرسمي بين الصحفيين وقراءهم يؤطّر للصحفيين كأشخاص عاديين ومعرضين للخطأ Fallible Individuals بدلاً من أن يكونوا حراس بوابة استبداديين Authoritarian Gatekeepers، ومن ثمّ فقد كان لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير على دور الصحفيين كحراس بوابة تقليديين.

الاتجاه البحثي الرابع: الدراسات التي اهتمت ببحث أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي:

مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي كظاهرة إعلامية اجتماعية جديدة في نمطها، واستحوادها على اهتمامات قطاع عريض من الصحفيين، برزت معها مشكلات أخلاقية ناتجة عن دمجها في بيئة العمل الصحفي، نتيجة التدفق الحرّ للمعلومات عبر هذه المواقع دون قيود ولضعف دور حارس البوابة وانتفاء المراجعة والتدقيق لحساب السبق الصحفي، الأمر الذي دعا إلى ضرورة إعادة النظر في أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي؛ فبقدر ما حقّفته هذه المواقع من جوانب إيجابية في العمل الصحفي وما يرتبط بها من تسهيل عمل الصحفيين من الحصول على أفكار القصص والموضوعات الصحفية وحتى نشرها وترويجها على نطاق واسع، مرورًا بالتفاعل مع الجمهور والحصول على المصادر

والتواصل معها، إلى جانب انحسار الرقابة والقيود وشيوع التعددية الإعلامية وغيرها من إيجابيات، فإن استخدام هذه المواقع صاحبه كثيرٌ من السلبيات التي تطلبت إعادة النظر في المبادئ والمعايير الأخلاقية التي يُفترض أن تحكم استخدام الصحفيين لهذه المواقع.

في ضوء ما سبق، يأتي هذا الاتجاه البحثي، الذي رصد فيه الباحث مجموعة من الدراسات والبحوث التي اهتمت ببحث أخلاقيات استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، وقد بلغ إجمالي عدد دراسات هذا الاتجاه البحثي (٩) دراسة، بواقع (٢) دراستين عربيتين، و(٧) دراسات أجنبية، وقد غطت الدراسات العريبتان دولة واحدة وهي: مصر، أما الدراسات الأجنبية فقد غطت (٥) دول هي (الولايات المتحدة، أستراليا، بريطانيا، فنلندا، النرويج)، وفيما يلي نعرض هذه الدراسات.

في مصر أجرى مجدي الداغر (٢٠١٨)^(١٢٣) دراسة حاولت تقصي مدى التزام الإعلاميين والصحفيين المصريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣، وبالتطبيق على ١٩١ مفردة من العاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية المطبوعة والمسموعة والمرئية، أظهرت النتائج أن صفحات المسؤولين تتصدر قائمة طرق الحصول على مواد إعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية، ثم من خلال طرح الأسئلة وطلب المشاركة في الإجابة من المتابعين، ومن خلال الدردشة الخاصة مع المختصين في المجالات المختلفة، كما كشفت الدراسة عن مجموعة من التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي المهني أبرزها: عدم الاهتمام بالنزول إلى موقع الحدث، وإبراز قضايا محددة على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، الرغبة في تحقيق سبق الصحفي على حساب الدقة، وعدم التأكد من مصداقية المصادر، والتهاون في التحقق من صدق وصحة المعلومات، وعدم الفصل بين الخبر والرأي والتعليق، والتعدي على الملكية الفكرية للآخرين، وتراجع معدلات المصداقية والموضوعية في الطرح والمعالجة.

كما أجرت الباحثتان إنجي رجب شعبان، دعاء حامد الغوابي (٢٠١٤) (١٢٤) دراسة هدفت إلى التعرف على رأي الصحفيين والإعلاميين والخبراء في مدى حتمية وجود تشريعات تنظم أخلاقيات العمل في الإعلام الجديد، إضافة إلى سعي هذه الدراسة لتقديم وصف دقيق لأخلاقيات الأداء المهني والإعلامي للقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام القديم والجديد، بجانب وضع بعض الضوابط للعملية الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال آراء النخب الأكاديميين، وأظهرت النتائج إلى أن الصحفيين والإعلاميين يرون أن الإعلام الجديد يتمتع بقدر كبير من الحرية المطلقة في التعبير عن آراءهم، كما كشفت النتائج أنه لا توجد فروق في حدود الحريات التي يتمتع بها الإعلام القديم والجديد وخاصة بعد ثورتي ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣، وأكد الكثير من الإعلاميين أن الانترنت جعلتهم أكثر يسراً وأكثر دقة في عملهم الإعلامي.

وعلى مستوى الدراسات الأجنبية، هدفت دراسة أجراها الباحث **Klas Backholm** وآخرون (٢٠١٧) (١٢٥) إلى التعرف على التحديات والممارسات الناشئة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في جمع المحتوى الإخباري والتحقق منه من قبل الصحفيين في ثلاث دول أوروبية شملت (استراليا، فنلندا، النرويج)، وأوضحت النتائج أن الصحفيين واجهوا تحديات متعلقة بفلتر المحتوى الموجود على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الثقة والقيمة الإخبارية لهذا المحتوى، وترجع هذه التحديات بصفة خاصة إلى الكم الهائل من المعلومات والحاجة إلى رصد المحتوى في العديد من المنصات في وقت واحد، كما أكدت النتائج أنه لتحسين وعي الصحفيين في العمل الصحفي أثناء الأزمات لابد من توفير أداة تقدم نتائج البحث الخاص بالمحتوى المقدم في مواقع الإعلام المختلفة والذي تم جمعه عبر العديد من المنصات والتي من بينها مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، تم رصد ثلاث دراسات، الدراسة الأولى أجراها **John Wihbey** وآخرون (٢٠١٧) (١٢٦) ركزت على بعد واحد محدد لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل الصحفيين، وهو مدى تأثير الطابع الأيديولوجي للمحتوى الذي يستهلكه الصحفي ويتفاعل معه على وسائل التواصل

الاجتماعي على المحتوى الذي ينتجه، ومن خلال تحليل مضمون ٥٠٠ ألف مقالة إخبارية أنتجها ١٠٠٠ صحفي في ٢٥ وسيلة إخبارية مختلفة بالولايات المتحدة، أظهرت النتائج أن هناك علاقة متواضعة بين إيديولوجيات من يتابعون الصحفي على تويتر والمحتوى الذي ينتجه، وقدمت هذه الدراسة أساساً لمزيد من التأمل الذاتي بين الإعلاميين حول كيفية إنتاج قصصهم وكيف يمكن تلوين ممارساتهم الخاصة من خلال شبكات علاقاتهم على الإنترنت.

الدراسة الثانية، أجراها الباحث **Matthias Revers** (٢٠١٤)^(١٢٧)

سعت إلى التعرف على طبيعة تبني جمعية المرسلين التشريعيين في الولايات المتحدة لتويتر، من خلال رصد وتحديد العلاقة بين اختلاف وجهات النظر بشأن المهنيّة ودرجة تبني تويتر في العمل الصحفي، قام الباحث بتحليل ٤٤٩٢ تغريدة لصحفيين من ١٤ مؤسسة إخبارية، وكشفت النتائج بروز ثلاثة أنواع من الصحفيين (المرسلين التشريعيين) من حيث تبني تويتر في عملهم؛ المتبنون بدرجة كبيرة **Intense Tweeters**، المتبنون بدرجة خفيفة **Light Tweeters**، التقليديون غير المتبنين **Traditionalist Non-Adopters** وهم الصحفيون الذين لديهم أكثر من ٣٠ عاماً من الخبرة العملية وكانوا أكثر المعارضين صراحةً لتويتر، كما أوضحت النتائج أن اعتماد هؤلاء الصحفيين على تويتر تراوح بين الانغماس المبكر والكامل في إعداد التقارير المدعومة بتويتر، إلى مجرد الاستخدام السلبي (المراقبة Monitoring).

أما الدراسة الثالثة في السياق الأمريكي، فقد أجرتها الباحثة **Ruisha**

Qian (٢٠١٣)^(١٢٨) سعت إلى التعرف على ممارسات تحديد مصادر وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية الحفاظ على المعايير الصحفية التقليدية مثل التحقق، من خلال رصد كيفية تغيير وسائل التواصل الاجتماعي لممارسات الصحفيين الاقتصاديين في العثور على المصادر، وأظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للحصول على المصادر لم تغير الممارسات التقليدية في الحصول على المصادر من قبل الصحفيين الاقتصاديين، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مجرد وسيلة إضافية للعثور على المصادر والتفاعل مع الأشخاص لتسهيل إعداد التقارير، حيث ينظرون إليها باعتبارها "نقطة تحكّم" أكثر

من كونها مصدرًا مباشرًا لأفكار المحتوى أو القصة، ومن ثمّ فهم لا يزالون يعتمدون إلى حدّ كبير على الأساليب التقليدية في العثور على المصادر، كما أظهرت النتائج أن المرسلين ومحرّري وسائل التواصل الاجتماعي يعتمدون على مصادر وسائل التواصل الاجتماعي لأنها تخلق كمية كبيرة من المعرفة في وقت قصير، لكنهم يدركون المخاطر المحتملة للمعلومات الكاذبة، وبالتالي يولون اهتمامًا خاصًا بالتحقق من المعلومات التي يحصلون عليها من مصادر وسائل التواصل الاجتماعي.

وفي النرويج هدفت دراسة كل من **Maria Konow-Lund & Eva-Karin Olsson** (٢٠١٧)^(١٢٩) إلى التعرف على التحدّيات التي تواجه القواعد والقيم المهنية للصحافة التقليدية نتيجة استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي في أوقات الإرهاب، وذلك بالتطبيق على هجمات ٢٢ يوليو ٢٠١١ الإرهابية في النرويج كدراسة حالة، وأظهرت النتائج أن الصحفيين النرويجيين التزموا في بداية الأزمة بأدوارهم المهنية التقليدية، مثل الموضوعية والدقة والتحقّق والحكم على صلاحية المعلومات للنشر، وعندما قاموا بدمج الوسائط الاجتماعية في منصّاتهم التقليدية وأساليب التغطية اعتبروا مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا من المصادر، وعندما أصبحت تغطية الحادث أكثر تركيزًا على الحزن الجماعي الذي تشعر به الأمة، أصبحت المبادئ الصحفية التقليدية للموضوعية والحكم الذاتي أقلّ أهميّة، مما يتيح مزيدًا من مشاركة الجمهور واستخدام الوسائط الاجتماعية فيما يتعلّق بالهجوم، وخلصت الدراسة إلى أن النهج الصحفي تجاه وسائل التواصل الاجتماعي كان مدفوعًا إلى حدّ كبير باستخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاجتماعية، والتي كان الصحفيون يتكيفون معها بسرعة، بدلاً من معايير الممارسة المهنية الخاصة بهم، وبالتالي لم يتمكّن هؤلاء الصحفيون من الهروب من التأثير الطاعي والمتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي، فلجأ الصحفيون إلى الاعتماد على هذه المواقع في تغطية الحدث والتعامل معها على أنها مكملّ لعملهم وليست معطلًا له، وسعوا إلى استخدامها كوسيلة لإشراك الجمهور في الإنتاج الإخباري الفعلي حول الحادث.

وفي سويسرا أجرت الباحثتان **Vittoria Sacco, Diana Bossio**

(٢٠١٥) (١٣٠) دراسة هدفت إلى التعرف على مدى تأثير استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي على تقاريرهم حول الحروب والنزاعات، من خلال رصد تصوّرات الصحفيين للفرص والتهديدات التي يفرضها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تغطية الحروب، والكشف عمّا إذا كان يمكن لوسائل الإعلام الاجتماعية تخفيف آثار القيود العسكرية والحكومية على المعلومات، وتغيير ديناميات غرفة الأخبار وقضايا مشاركة الجمهور أثناء تغطية الحروب والنزاعات، وأظهرت النتائج أنه في سياق الحرب والنزاع، تخلق ديناميكية وسائل التواصل الاجتماعي فرصًا لنشر الأخبار بسرعة وتعدّد الأصوات في التغطية الصحفية وتوسيع نطاق وصول الجمهور، ومع ذلك، يجب على الصحفيين أيضًا التفاوض بشأن التعقيدات التي تنشئها المعلومات السريعة والمتعددة المصادر من أجل إعداد التقارير الصحفية، خاصة فيما يتعلّق بالتحقق من المعلومات وسياقها، كما أوضحت النتائج أنه يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي بالفعل جزءًا ثابتًا من بيئة عمل الصحفيين وقواعد الممارسة، ومع ذلك، فقد عملت وسائل التواصل الاجتماعي على تعقيد مهمّة الصحفيين؛ حيث أدت إلى خلق قضايا يجب على الصحفيين التفاوض بشأنها كجزء من ممارسات عملهم في تغطية الحرب والنزاع؛ حيث إن الكثير من المحتوى الذي واجهه الصحفيون على وسائل التواصل الاجتماعي كان خارج السياق ويفتقر إلى التفسير المتعمّق، وهذا فرض عليهم ضرورة التصرف بنفس الأسلوب والمعايير التي يقومون بها في التغطية الصحفية التقليدية.

وأخيرًا، في بريطانيا أجرى كلٌّ من **Tamara Gillis & Kirsten**

Johnson (٢٠١٣) (١٣١) دراسة ركّزت على تقييم الصحفيين لمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في عملية جمع الأخبار، والتعرف على المعايير التي يستخدمها الصحفيون لتحديد مصادقية معلومات هذه المواقع ومصادرها، وأظهرت نتائجها أن الصحفيين يعتبرون استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ليست مجرد خيار شخصي للصحفيين؛ إنها مطلب في عملية جمع الأخبار ونشرها، والتي تحددها عمليات الأخبار، وأوضحت النتائج أن أهمّ ثلاثة معايير

يستخدمها الصحفيون لتقييم مصداقية مصادر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في: معلومات دقيقة وموثوق بها، ووجود خبرة موثقة للكاتب والمؤسسة، ووجود دليل على الموضوعية، كما أكدت النتائج ضعف استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي كأدوات للتحقق من المعلومات، حيث يفضلون استخدام أدوات أخرى للتحقق مثل الاعتماد على المصادر الحكومية الرسمية بشكل متكرر، تليها مقابلات مع متحدثين رسميين (وجهاً لوجه، أو هاتف، أو بريد إلكتروني)، إضافة إلى وكالات الأخبار.

ثانياً: نتائج تحليل بحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي:

هدف الباحث من هذا العرض التحليلي للدراسات والبحوث التي تناولت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي إلى رصد أبرز الموضوعات والقضايا التي تمّ التركيز عليها في الدراسات والبحوث -عينة التحليل- وكذلك التعرف على أبرز المداخل والنظريات المستخدمة في هذه الدراسات والبحوث، والكشف عما إذا كانت هذه البحوث والدراسات استندت إلى مداخل فكرية ونظرية جديدة أم تمّت استعارة المداخل والنظريات المرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية وتطويعها لتلائم طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي هذا الإطار، يتناول التحليل النقدي التالي الأهداف السابق ذكرها، وصولاً إلى طرح رؤية مستقبلية تتمثل في أجندة بحثية للبحوث والدراسات في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وتأثيراتها على الممارسة الصحفية، حيث يتم عرض تحليلي نقدي للموضوعات والقضايا البحثية والأطر والمداخل النظرية والمنهجية في إطار المدارس البحثية المختلفة (العربية، الأمريكية، الأوروبية، الآسيوية، الأفريقية).

أولاً: الموضوعات والقضايا البحثية في البحوث والدراسات عينة التحليل:

• المدرسة العربية:

تشير نتائج تحليل البحوث والدراسات التي أجريت على المجتمعات العربية، إلى مجموعة من المؤشرات المتعلقة بتطور مسارات القضايا والإشكاليات

البحثية في المدرسة العربية خلال الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٩، والتي تعكس على الجانب الآخر أولويات اهتمامات الباحثين في الدول العربية في سياق استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، ويمكن إيجاز هذه المؤشرات على النحو التالي:

- في العام ٢٠١٢، الذي شهد بداية الفترة الزمنية التي أخضع الباحث الدراسات التي أنجزت فيها للتحليل، وفي هذا العام، تم رصد (٣) دراسات في كل من (مصر، السعودية، فلسطين)، وتمثلت الأهداف الرئيسية لهذه الدراسات في التعرف على دوافع اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأحداث، والإشباع المتحققة، إضافة إلى رصد آثارها المعرفية والوجدانية والسلوكية، وكذلك رصد وتوصيف أهم الإشكاليات المهنية والأخلاقية التي تواجه الصحفيين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

- في العام ٢٠١٣، تم رصد (٤) دراسات (درستان في الجزائر، ودرستان في السعودية)، وتشابهت هذه الدراسات في أهدافها العامة مع دراسات العام ٢٠١٢، أي أن هناك تكرار في الأهداف، وعدم انطلاق الباحثين مما انتهى إليه الباحثون السابقون، باستثناء دراسة ياسمينة سردون التي تطرقت في أحد أهدافها إلى تصوّر الصحفيين بشأن مصداقية المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي.

- في العام ٢٠١٤، تم رصد (٦) دراسات، في (مصر، الجزائر، الأردن، والعراق) وشهدت هذه الدراسات تجديدًا نوعيًا في الأهداف العامة لها؛ فبينما تشابهت درستان من هذه الدراسات في أهدافهما مع أهداف الدراسات التي أجريت في عامي ٢٠١٢ و٢٠١٣، فقد تطرقت (٤) دراسات منها إلى قضايا بحثية لم تتطرق إليها الدراسات السابقة، ومن أبرزها: أخلاقيات الأداء المهني للقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام القديم والجديد، ودراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحرير الصحفي، وهل العلاقة الموجودة بين الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي هي علاقة تكامل وتربط أم علاقة تنافس وصراع؟،

وكذلك التعرف على طبيعة الوظيفة الإخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين، وهل أسهمت هذه المواقع في تغيير تقاليد وممارسات الفن الصحفي؟

- في العام ٢٠١٥، تم رصد (٩) دراسات، في كل من (مصر، الجزائر، تونس، السعودية، فلسطين)، وقد كشف التحليل تشابه الأهداف العامة لهذه الدراسات فيما بينها من ناحية، ومع أهداف الدراسات التي سبقتها في الأعوام الثلاثة السابقة من ناحية أخرى، حيث جاءت أهدافها تكراراً لأهداف دراسات أعوام ٢٠١٢، ٢٠١٣ و ٢٠١٤، باستثناء دراسة وحيدة، هي دراسة **سماح الشهاوي** التي بحثت في تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة أعداد مستخدميها على المحتوى المقدم عبر هذه الشبكات، بينما دارت أهداف بقية دراسات هذا العام حول استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على العمل الصحفي.

- في العام ٢٠١٦، تم رصد (٦) دراسات، شملت كلاً من: (مصر، الجزائر، السعودية، قطر، الإمارات، العراق، اليمن، وفلسطين)، وكشف التحليل أن هذه الدراسات جميعها لم تنطرق إلى إشكاليات بحثية جديدة أو مختلفة عن دراسات الأعوام الأربعة السابقة، حيث تركزت أهدافها حول رصد طبيعة تعامل الصحفيين مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتي والإشباع المتحققة، والكشف عن إسهامات هذه المواقع في تطوير الأداء المهني لهؤلاء الصحفيين، وهي بذلك لم تسلم من تكرار القضايا والإشكاليات التي سبق بحثها في الدراسات السابقة.

- في العام ٢٠١٧، تم رصد (٦) دراسات، شملت كلاً من: (مصر، الجزائر، السعودية، سلطنة عمان، الكويت)، وعلى الرغم من أن ثلاثاً من هذه الدراسات تشابهت في أهدافها مع الدراسات السابقة ولم تنطرق إلى قضايا مختلفة، إلا أن الدراسات الثلاث الأخرى في هذا العام تطرقت إلى تناول إشكاليات بحثية يمكن من خلالها رصد تطوّر ملحوظ في مسارات القضايا والإشكاليات البحثية في المدرسة العربية؛ وهو ما يمكن

أن نلمسه من خلال دراسة الشبكة العربية لدعم الإعلام/مصر التي سلّطت الضوء على مهنة محرّر السوشيال ميديا (محرّر شبكات التواصل الاجتماعي) في المواقع الإلكترونية المصرية ورصد أهم ملامح عمل هذا المحرر وكيفية تطويرها، وكذلك دراسة شاكر الثيايبي/السعودية التي تطرّقت إلى دراسة حالة لموقع يوتيوب وتأثيره على ممارسات الصحافة التقليدية في المملكة العربية السعودية، ودراسة أحمد الشمري التي بحثت في اعتماد الصحفيين الكويتيين على موقع تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد.

- في العام ٢٠١٨، تم رصد (١٣) دراسة، أجريت في كل من (مصر، الجزائر، الأردن، السعودية، اليمن، وفلسطين)، وكشف التحليل هنا أيضًا عدم اهتمام الباحثين بالتطرّق إلى قضايا بحثية جديدة، وجاءت أهدافها في الغالب تكرارًا لأهداف الدراسات التي أجريت خلال الأعوام السابقة، باستثناء (٤) دراسات فقط تطرّقت إلى إشكاليات جديدة، تمثّلت في: دراسة نور الدين هميسي/الجزائر التي استهدفت التعرف على تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الخبر الصحفي وبنيته التحريرية، ودراسة إسلام أبو زهري/الأردن التي تطرّقت إلى دراسة فئة جديدة من الصحفيين وهم الصحفيون الاستقصائيون من حيث اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في تحقيقاتهم الاستقصائية، ودراسة خلف الطاهات وآخرون/الأردن التي تناولت اهتمام الصحفيين الأردنيين بالانخراط في القضايا العامة على صفحاتهم الشخصية في موقع فيسبوك، من خلال تحليل محتوى لصفحات عيّنة من هؤلاء الصحفيين، وبذلك تكون ممثّلت إضافة نوعية في دراسات هذا العام، وأخيرًا، جاءت دراسة عبد الرحمن الشامي التي استقصت مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار المتعلقة بـ"عاصفة الحزم" التي تشهدها المحافظات اليمنية، وبذلك تكون قد تطرّقت إلى دراسة اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل

الاجتماعي في أثناء الأزمات، وهو جانب جديد لم تتطرق إليه أي من الدراسات التي أجريت خلال الأعوام السابقة.

- في العام ٢٠١٩، تم رصد (٣) دراسات فقط، دراستان في الجزائر، ودراسة واحدة في مصر، وكشف التحليل أن إحدى هذه الدراسات وهي دراسة حسين ربيع/مصر تطرقت في بعض أهدافها إلى دراسة ملامح تمثّل الصحفي المصري لهويته الشخصية والمهنية في مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد كيفية تصرّف هؤلاء الصحفيين في حال تعارضت آراؤهم الشخصية مع هويتهم المهنية، ورصد تصوّر الصحفيين بشأن مدى أحقيتهم في التصرّف كما يشاءون على حساباتهم أو صفحاتهم الشخصية على موقع فيسبوك باسم حرية التواصل والتعبير؟ أم تستوجب صفتهم المهنية نمطاً من السلوك المسئول، وهو ما يعدّ جانباً جديداً في القضايا البحثية التي تناولتها الدراسات العربية، كما كشف التحليل أن دراستي الجزائر جاءت أهدافهما تكراراً لأهداف دراسات الأعوام السابقة، وهو تكرار لا مبرر له يعكس عدم اهتمام الباحثين الجزائريين بالتطرق إلى إشكاليات بحثية جديدة، وقد يرجع ذلك إلى عدم إجراء هؤلاء الباحثين مسح للدراسات السابقة في مجال موضوعاتهم البحثية يجنبهم التكرار في الأهداف والذي نتج عنه تكرار النتائج وتطابقها، على الرغم من بروز عديد من الإشكاليات البحثية التي تستحقّ الدراسة نتيجة الطبيعة الديناميكية لمواقع التواصل الاجتماعي وما تشهده من تطورات متسارعة تنعكس بدورها على طبيعة ومجالات استخداماتها في العمل الصحفي، وهو ما كان ينبغي أن يتنبّه إليه الباحثون.

وبصفة عامة، يشير العرض التحليلي للبحوث والدراسات في المدرسة العربية إلى أن هناك مجموعة من مسارات التطور في اهتمامات الدراسات العربية فيما يتعلّق بعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالعمل الصحفي، وعلى الرغم من ذلك، إلا أن التحليل يشير أيضاً إلى ضعف اهتمام الباحثين العرب بالتطرق إلى قضايا وإشكاليات بحثية جديدة تواكب التطور المتسارع لمواقع التواصل الاجتماعي وما يرتبط به من إشكاليات يجب أن تُؤخَذ في الحسبان عن إجراء دراسات تتعلّق

بهذه المواقع واستخداماتها في العمل الصحفي، وهو ما يؤشر إلى عدم وجود مساحة من التعددية والتنوع في أولويات اهتمام الباحثين العرب المعنيين بهذا المجال من مجالات دراسات الإعلام، وهي مساحة مهمة تفرضها -بطبيعة الحال- أهمية هذا المجال المتمثل في الاستخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي باعتباره يمثل اتجاهاً غالباً بين كثير من الصحفيين والمؤسسات الصحفية في مصر والعالم العربي.

• المدرسة الأمريكية:

تشير نتائج تحليل البحوث والدراسات التي أجريت على المجتمعات الغربية، إلى مجموعة من المؤشرات المتعلقة بتطور مسارات القضايا والإشكاليات البحثية في المدرسة الأمريكية خلال الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٩، والتي تعكس على الجانب الآخر أولويات اهتمامات الباحثين في سياق استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، ونشير هنا إلى أن المدرسة الأمريكية تضم دول أمريكا الشمالية متمثلة في: (الولايات المتحدة، كندا، المكسيك)، ودول أمريكا اللاتينية متمثلة في: (البرازيل، الأرجنتين، بيرو، تشيلي، كولومبيا)، ويمكن إيجاز هذه المؤشرات على النحو التالي:

- في العام ٢٠١٢، تم رصد (٣) دراسات أجريت في الولايات المتحدة، تطرقت هذه الدراسات إلى موضوعات بحثية متنوعة؛ تمثلت في: طبيعة استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للإبلاغ عن الأخبار وجمع المعلومات، ومدى تأثير هذا الاستخدام على روتين غرفة الأخبار، ومدى وجود إرشادات خاصة باستخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي داخل غرف الأخبار، كما قدمت إحدى الدراسات دراسة حالة لموقع تويتر وخصائصه التكنولوجية لتقييم تأثير نمو منصات الإعلام الاجتماعي ودورها المتزايد على تحول الصحافة.

- في العام ٢٠١٣، تم رصد (٦) دراسات، أجريت جميعها في الولايات المتحدة، وبينما جاءت دراسة واحدة فقط من هذه الدراسات متشابهة في أهدافها مع دراسات العام السابق، فقد تطرقت الدراسات الخمس الأخرى

إلى قضايا بحثية جديدة ومتنوعة وتمثّل تطوُّرًا في مسار القضايا البحثية لهذا العام ضمن المدرسة البحثية الأمريكية؛ وتمثّلت هذه القضايا في: كيفية تغيير وسائل الإعلام الاجتماعية لممارسات الصحفيين الاقتصاديين في العثور على المصادر (**Ruisha Qian**)، والكشف عن طبيعة استخدام المراسلين الأجانب في وسائل الإعلام الأمريكية الإلكترونية والمطبوعة لموقع تويتر، هل يستخدمونه لأغراض شخصية أم لأغراض مهنيّة (**Raluca Cozma and Kuan-Ju Chen**)، والتعرف على كيفية استخدام محرّري وسائل التواصل الاجتماعي لحساباتهم على موقع تويتر للتفاعل مع الجماهير وكيف يقومون بتأطير الأخبار التي ينشرونها في تغريداتهم (**Ben Wasike**)، كما ركّزت دراسة **Daniel Schaefer** على مصطلح "حشد المصادر" أو "التعهد الجماعي" Crowdsourcing الذي برز استخدامه مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال استكشاف تصوّرات الصحفيين حول عملية تجنيد واستخدام الجمهور "حشود الهواة" كجزء من عملهم في إنتاج التقارير الإخبارية، وأخيرًا تطرّقت دراسة **Michelle Brown** إلى فحص تأثير الحدّ من عدم اليقين داخل بيئة وسائل التواصل الاجتماعي على تطوير العلاقات بين الصحفيين ومصادرهم.

- في العام ٢٠١٤، تم رصد دراستين، أُجريتَا في الولايات المتحدة، هدفت الدراسة الأولى (**Matthias Revers**) إلى التعرف على طبيعة تبني جمعية المراسلين التشريعيين في الولايات المتحدة لتويتر، من خلال رصد وتحديد العلاقة بين اختلاف وجهات النظر بشأن المهنيّة ودرجة تبني تويتر في العمل، وتطرّقت الثانية (**Soo Moon, Patrick Hadley**) إلى التعرف على كيفية توظيف وسائل الإعلام التقليدية لتويتر كمصدر إخباري رئيسي.

- في العام ٢٠١٥، تم رصد دراستين أُجريتَا في الولايات المتحدة، هدفت الأولى (**Aaron Couch**) إلى التعرف على السياسات الداخلية في المؤسسات الإخبارية التي تحدّد طريقة تعامل الصحفيين في هذه

المؤسسات مع وسائل الإعلام الاجتماعية في العمل الصحفي، وهدفت الثانية (Angela Lee) إلى فحص كيفية استخدام الصحفيين لوسائل الإعلام الاجتماعية وتأثرهم بها في عملهم الصحفي، ومن ثم فإن كلا الدراستين تطرقتا إلى إشكاليتين بحثيتين سبق وأن تناولتهما دراسات سابقة، وبذلك لم يشهد هذا العام -في حدود هاتين الدراستين التي عثر عليهما الباحث- تطوراً في مسار القضايا البحثية في سياق المدرسة الأمريكية.

- في العام ٢٠١٦، تم رصد (٤) دراسات، ثلاثٌ منها أُجريت في الولايات المتحدة، وأُجريت الرابعة في كندا، اهتمت الدراسة التي أُجريت بتأثير استخدام تويتر على الصحفيين الكنديين، مع تحديد الأسباب المختلفة وراء استخدامهم لهذا الموقع، وعلى الرغم من أن هذه الإشكالية تطرقت إليها دراسات سابقة إلا أن هذا لا يؤخذ على هذه الدراسة نظراً لاختلاف المجتمع الذي طُبقت فيه، بينما تطرقت الدراسات الخمس الأخرى إلى قضايا وإشكاليات بحثية جديدة ومتنوعة ومختلفة عما تطرقت إليه الدراسات التي أُجريت في الأعوام السابقة؛ حيث بحثت دراسة (David Weaver & Lars Willnat) في تأثير انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مواقف وسلوكيات الصحفيين الأمريكيين بشأن تعريف من هو الصحفي، وسعت دراسة (Arthur Santana, Toby Hopp) إلى تحديد قيمة مواقع التواصل الاجتماعي كأداة يستخدمها الصحفيون في الوصول إلى البيانات الشخصية الخاصة بالمصادر، بينما تطرقت دراسة (Stephen Barnard) إلى رصد مدى تأثير موقع تويتر على توفير فرص جديدة في ظهور بيئة مختلطة بالشبكات تدمج القيم والممارسات من المجال الصحفي التقليدي مع تلك التي تنتمي إلى أصول رقمية وغير مهنية.

- في العام ٢٠١٧، تم رصد دراستين، إحداهما أُجريت في الولايات المتحدة، والأخرى في كندا، وقد مثلت الدراستان بما تطرقتا إليه من إشكاليات بحثية إضافةً نوعيةً في سياق تطور مسار القضايا والإشكاليات

البحثية في المدرسة الأمريكية؛ فقد ركّزت دراسة **John Wihbey** وآخرون على بعد واحد محدّد لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل الصحفيين الأمريكيين، وهو مدى تأثير الطابع الأيديولوجي للمحتوى الذي يستهلكه الصحفي ويتفاعل معه على وسائل التواصل الاجتماعي على المحتوى الذي ينتجه، بينما طبّقت دراسة **Agnes Gulyás** مفهوم "التهجين" *hybridity* والذي يشير إلى تحوّل الصحفيين من البيئة الإعلامية القديمة إلى البيئة الجديدة، ومن ثم رصد التأثيرات الملحوظة لوسائل التواصل الاجتماعي على عمل الصحفيين الكنديين وقيمهم المهنية.

- في العام ٢٠١٨، تم رصد (٤) دراسات أُجريت جميعها في الولايات المتحدة، ركّزت اثنتان منها على مفهوم حراسة البوابة؛ حيث افترضت الأولى (**Shannon McGregor, Logan Molyneux**) أن تويتر يؤثّر في حكم الصحفيين على الأخبار ومدى جدارتها للنشر، مما يؤثّر على قرارات التغطية، بينما تناولت الثانية (**Jasmyn Wimbish**) تأثير موقع تويتر على الصحافة الرياضية من خلال تحوّل دور الصحفيين الرياضيين من "حراسة البوابة" *Gatekeeping* إلى "مراقبة البوابة" *Gatewatching*، أمّا الدراستان الأخريان، فقد تطرّقت إحداهما (**Patrick Ferrucci**) إلى تحديد الجهات الفاعلة التي تؤدّي دوراً في إنتاج الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات، وهدفت الأخرى (**Jared Meisinger**) إلى التعرف على كيف وإلى أي مدى يستخدم الصحفيون في الصحف المجتمعية *Community Newspapers* وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للعثور على موضوعات القصص الأخبارية في عملهم الروتيني اليومي؟ وإلى أي مدى يرى هؤلاء الصحفيون فائدة هذه المواقع وتأثيرها على أدائهم الصحفي اليومي؟

- في العام ٢٠١٩، تم رصد دراستين، أُجريت كلتاهما في الولايات المتحدة، وقد تطرّقتا إلى قضايا بحثية جديدة لم يسبق للدراسات السابقة

التطرق إليها؛ فقد بحثت دراسة **Pablo Rabadán & Claudia Mellado** في تحليل العلاقة بين الصحفيين والسياسيين في سياق رقمي عبر موقع تويتر من خلال تقييم تأثير استخدام هذا الموقع على علاقة الصحفيين بمصادرهم في الصحافة السياسية، بينما ركزت دراسة (**Shannon McGregor**) على رصد إلى أي مدى، وكيف يستخدم الصحفيون وسائل التواصل الاجتماعي للمشاركة في سرد قصص الرأي العام في التقارير الخاصة بالعملية الانتخابية خلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في ٢٠١٦.

أما دول أمريكا اللاتينية، فقد تمثلت في (٣) دراسات، شملت كلاً من: البرازيل، الأرجنتين، كولومبيا، بيرو، وتشيلي، وأجريت في أعوام (٢٠١٥-٢٠١٧)، وهدفت إلى التعرف على كيف يتبنى الصحفيون في أمريكا اللاتينية إمكانات المنصات الاجتماعية لممارسة الصحافة، ورصد تأثير الدور الصحفي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في غرف الأخبار، إضافة إلى دراسة الحوافز التي تكمن وراء قرارات الصحفيين بالانتقال إلى استخدام تطبيق واتساب والنتائج المترتبة على تطبيق الدردشة عبر الهاتف المحمول على ممارسات صناعة الأخبار.

مما سبق، ومن خلال استعراض الإشكاليات والقضايا البحثية التي تناولتها الدراسات والبحوث الأجنبية في سياق المدرسة الأمريكية في الفترة من ٢٠١٢ وحتى ٢٠١٩، يتضح اهتمام الباحثين بالتنوع والتعددية في القضايا البحثية المتعلقة بالاستخدامات الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، حيث بدأت في عام ٢٠١٢ بدراسة طبيعة استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم تطورت القضايا البحثية بمرور السنوات وبتعدد الدراسات، فأبرزت مفاهيم مثل "حشد المصادر" أو "التعهيد الجماعي" **Crowdsourcing**، و"التهجين" **Hybridity**، و"مراقبة البوابة" **Gatewatching**، كما تطرقت بعض الدراسات إلى الدمج بين القيم والممارسات الصحفية في المجالين التقليدي والرقمي، وكذلك لاحظنا تناول بعض الدراسات لأبعاد دقيقة ومحددة مثل تأثير الطابع الأيديولوجي للمحتوى الذي يستهلكه الصحفي ويتفاعل معه على وسائل

التواصل الاجتماعي على المحتوى الذي ينتجه، إلى جانب دراسة فئات متخصصة من الصحفيين كالصحفيين الاقتصاديين والرياضيين والسياسيين، وهو ما يؤثّر إلى تميّز المدرسة البحثية الأمريكية من خلال حرص الباحثين على عدم تكرار أهداف أو إشكاليات سبقت دراستها، مثلما لاحظنا في الدراسات والبحوث في سياق المدرسة العربية.

• المدرسة الأوربية:

تشير نتائج تحليل البحوث والدراسات التي أُجريت على المجتمعات الأوربية، إلى مجموعة من المؤشرات المتعلقة بتطوّر مسارات القضايا والإشكاليات البحثية في المدرسة الأوربية خلال الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٩، والتي تشير بدورها إلى أولويات اهتمامات الباحثين فيما يتعلّق بدراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، ويمكن إيجاز هذه المؤشرات على النحو التالي:

- في العام ٢٠١٢، تم رصد دراسة واحدة، أُجريت في المملكة المتحدة، وقدمت دراسة حالة عن الأنماط المتغيرة لإنتاج الأخبار واستهلاكها في المملكة المتحدة والتي يتمّ تشكيلها بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي، وحاولت الإجابة عن تساؤل حول ما إذا كانت مواقع تقوّض دور الصحافة كـ"سلطة رابعة" في المجتمعات الديمقراطية الليبرالية.

- في العام ٢٠١٣، تم رصد (٥) دراسات، أُجريت هذه الدراسات في ٧ مجتمعات أوربية (المملكة المتحدة، فرنسا، فنلندا، السويد، ألمانيا، هولندا، أستراليا) وقارنت إحداهن بين دول أوربية وكل من كندا والولايات المتحدة، وكشف التحليل تنوّع القضايا والإشكاليات البحثية التي تطرقت إليها هذه الدراسات؛ وتمثّلت في: تقديم تحليل مقارن لكيفية تبني الصحفيين ودمجهم لوسائل الإعلام الاجتماعية في عملهم الصحفي، واستكشاف وجهات نظرهم حول آثار هذه الأدوات بما في ذلك تغيير الممارسات، والتأثير على العلاقة مع الجماهير والتأثير على المهنة والقيم المهنية، وكذلك التعرف على المعايير التي يستخدمها الصحفيون لتحديد مصداقية المعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل.

- في العام ٢٠١٤، تم رصد (٣) دراسات، أُجريت في كلٍّ من بريطانيا، وبلجيكا، وأستراليا، وشهدت دراسات هذا العام تطوُّراً في مسارات القضايا والإشكاليات البحثية؛ من خلال التطرُّق إلى مناقشة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصحافة ووضعها ومستقبلها كمهنة، وهل ستؤدِّي هذه المواقع لحدوث تغييرات في الصحافة؟ (Roumen)
- Dimitrov/أستراليا)**، وكيفية استخدام الصحفيين الاستقصائيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التعاون مع صحفيين ووسائل إعلام محلية وعالمية وتأثير ذلك في إنتاج تحقيقات استقصائية ضخمة (Amanda Gearing /أستراليا- بريطانيا)، إضافة إلى دراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر في التغطية الروتينية للجراند، من خلال تحليل محتوى لعينة من المقالات الصحفية التي تذكر بشكل صريح مواقع فيسبوك أو تويتر أو يوتيوب كمصادر للمعلومات، وذلك في صحيفتين في شمال بلجيكا (Steve Paulussen & Raymond Harder).
- في العام ٢٠١٥، تم رصد دراستين، أُجريت في النرويج وسويسرا، وهاتان الدرستان مثلتا إضافة نوعية في مسار تطوُّر القضايا البحثية في المدرسة الأوربية؛ حيث نظرت الأولى (Sophio Rusishvili/النرويج) إلى مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على موثوقية المنتج الصحفي، وإلى أي مدى تؤثر انتقادات الصحفيين المفتوحة على موقع فيسبوك على حيادية المحتوى الصحفي الذي ينتجونه، وسعت الثانية (Vittoria Sacco, Diana Bossio/سويسرا) إلى التعرف على مدى تأثير استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي على تقاريرهم حول الحروب والنزاعات، والكشف عما إذا كان يمكن لوسائل الإعلام الاجتماعية تخفيف آثار القيود العسكرية والحكومية على المعلومات، وتغيير ديناميات غرفة الأخبار وقضايا مشاركة الجمهور أثناء تغطية الحروب والنزاعات.
- في العام ٢٠١٦، تم رصد دراستين، أُجريت الأولى في أستراليا، وأُجريت الأخرى في خمس مجتمعات أوربية هي: ألمانيا - فرنسا - النرويج -

الدنمارك - بريطانيا، ركزت الأولى (Diana Bossio, Saba) على الكشف عن الآثار التنظيمية والمهنية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار في البيئات التي تدعم الوسائط الاجتماعية، بينما سعت الأخرى (Petter Bae Brandtzaeg et.al) إلى التعرف على كيفية استخدام الصحفيين الأوربيين لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية، وما هي الوسائل التي يستخدمونها للتحقق من محتوى ومصادر وسائل التواصل الاجتماعي.

- في العام ٢٠١٧، تم رصد (٦) دراسات، شملت كلاً من: بريطانيا، هولندا، النرويج، فنلندا، وأستراليا، وقد ركزت أربع من هذه الدراسات على تحليل الطرق المختلفة التي يتمثل بها الصحفيون الأوربيون هويتهم المهنية والشخصية على منصات التواصل الاجتماعي، بينما تطرقت الدراسات الأخرى إلى التعرف على التحديات والممارسات الناشئة عن استخدام هذه المواقع في جمع المحتوى الإخباري والتحقق منه (Klas Backholm, et. al)، وكذلك التحديات التي تواجه القواعد والقيم المهنية للصحافة التقليدية نتيجة استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي في أوقات الإرهاب بالتطبيق على هجمات ٢٢ يوليو ٢٠١١ الإرهابية في النرويج كدراسة حالة (Maria Lund & Eva Olsson)، وتعدّ هذه الدراسات بما تطرقت إليه من إشكاليات بحثية جديدة ومتنوعة إضافة إلى مسار تطوّر القضايا والإشكاليات البحثية في دراسات المدرسة الأوربية.

- في العام ٢٠١٨، تم رصد (٧) دراسات، أُجريت في تسع مجتمعات أوربية، وشهدت دراسات هذا العام تنوع وتعدّد الإشكاليات البحثية المدروسة؛ حيث تطرقت هذه الدراسات إلى: تحليل الهويّات التي يقدّمها الصحفيون السياسيون على صفحات ملفهم الشخصي على موقع تويتر، وهل أدّى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى خلق فجوات مهنية جديدة بين الصحفيين؟ وكيف أثّرت هذه الوسائل على العلاقة بين الصحفيين وجمهورهم؟ إلى جانب مدى اختلاف محتوى أخبار وسائل

التواصل الاجتماعي عن محتوى الأخبار المنشورة عبر الموقع الإخبارية الإلكترونية، كما ركزت إحدى هذه الدراسات على مفهوم التهجين Hybridization الذي يمارسه الصحفيون للتوفيق بين الضغوط الناشئة عن تأكيد ثقافة المشاركة ومشاركة وسائل التواصل الاجتماعي مع القواعد والممارسات التقليدية التي تشكل أساس الهوية الصحفية.

- لم يتم رصد دراسات أُجريت في العام ٢٠١٩ في سياق دراسات وبحوث المدرسة الأوربية.

وبناءً على ما سبق، يشير العرض التحليلي للقضايا والإشكاليات البحثية التي تطرقت إليها دراسات وبحوث المدرسة الأوربية إلى وجود مساحة من التعدد والتنوع في القضايا والإشكاليات على مستوى غالبية الدراسات التي خضعت للتحليل، وهو ما يؤكد على أن استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح أمراً مسلماً به، وكذلك الأهمية الكبيرة التي تحظى بها مواقع التواصل داخل المؤسسات الإخبارية في مختلف المجتمعات الأوربية، والأمر الجدير بالملاحظة في دراسات وبحوث المدرسة الأوربية هو تركيز بعض هذه الدراسات على رصد أوجه الاختلاف والتشابه بين أنماط استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في دول مختلفة في أوربا، وهو ما لم يتم رصده في دراسات وبحوث المدرستين العربية والأمريكية.

• المدرسة الآسيوية:

من خلال تحليل البحوث والدراسات التي أُجريت على المجتمعات الآسيوية، برزت مجموعة من المؤشرات المتعلقة بتطور مسارات القضايا والإشكاليات البحثية في المدرسة الآسيوية خلال الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٩، والتي تؤثر إلى أولويات اهتمامات الباحثين في الدول الآسيوية في سياق تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، ويمكن إيجاز هذه المؤشرات على النحو التالي:

- في العام ٢٠١٢، تم رصد دراسة واحدة فقط، أُجريت في كوريا الجنوبية، وتناولت التأثيرات والعواقب المحتملة لاندماج الصحف الكورية مع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال التركيز على ثلاثة جوانب، هي: نوعية الأخبار، العلاقة بين الصحفيين والجمهور، والروتين الصحفي (Jihyang Choi).
- في العام ٢٠١٤، تم رصد دراستين، أُجريت في الصين والهند، تطرقت الأولى (Xu, Di/الصين) إلى كيفية تغيير العلاقات بين مصادر وسائل الإعلام في بيئة وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة؟ ومدى تأثير هذه المواقع على الممارسات الصحفية؟ وسعت الأخرى (Usha Rodrigues/الهند) إلى دراسة أثر استخدام منصات الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها الطبقة المتوسطة في الهند على تغطية وسائل الإعلام الرئيسية للاحتجاجات المجتمعية بالتطبيق على احتجاجات حركة "الهند ضد الفساد" عام ٢٠١١.
- في العام ٢٠١٥، تم رصد دراسة واحدة فقط، سعت إلى التحقق من استخدام صحفيي كوريا الجنوبية لتويتر كـ مجال عام للتحدث عن الشؤون العامة والتفاعل مع الآخرين، والتعرف على العوامل التي تؤثر على استخدامهم لهذا الموقع (Na Lee et.al).
- في العام ٢٠١٦، تم رصد (٣) دراسات، أُجريت في تركيا وتايوان وكوريا الجنوبية، ركزت اثنتان منها على دراسة العلاقة المتغيرة بين الصحفيين والجمهور الناتجة عن استخدام الوسائط الاجتماعية، بينما تطرقت الثالثة إلى الكشف عن التغييرات التي طرأت على ممارسات الصحافة نتيجة استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي في ممارساتهم، وبذلك لم تمثل دراسات هذا العام إضافة نوعية إلى مسار تطور الإشكاليات والقضايا البحثية في سياق المدرسة الآسيوية، من خلال تركيزها على إشكاليات سبق تناولها في دراسات الأعوام السابقة.
- في العام ٢٠١٧، تم رصد (٣) دراسات، أُجريت في الصين، وباكستان، وكوريا الجنوبية، وكشف التحليل أن هذه الدراسات الثلاث بما تطرقت

إليه من إشكاليات بحثية تمثل إضافة نوعية في مسار تطوّر القضايا والإشكاليات البحثية في المدرسة الآسيوية؛ حيث تطرقت هذه الدراسات إلى بحث استخدام الصحفيين في باكستان لتطبيق WhatsApp كأداة تغطية إعلامية (Ayesha Nazuk&Nusrat Azeema)، وتأثيرات استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة الرياضية الصينية، من خلال دراسة ما إذا كان روتينهم الصحفي، ودورهم في حراسة البوابة، والعلاقات مع المصادر الرياضية قد تأثرت باستخدامهم لهذه المواقع (Bo Li et.al)، إلى جانب دراسة العوامل التي تؤثر على سلوكيات استخدام تويتر لدى الصحفيين في كوريا الجنوبية في ضوء نظرية السلوك المخطط، لشرح وتحليل سلوك هؤلاء الصحفيين الفعلي على موقع تويتر من منظور اجتماعي-نفسى (Na Leea et.al).

• في العام ٢٠١٨، تم رصد (٣) دراسات، أُجريت في الهند وماليزيا، تطرقت لدراسة الهنود إلى بحث تصوّرات الصحفيين الهنود حول وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثير تلك التصوّرات على سلوكياتهم المتعلقة بحراسة البوابات عبر الإنترنت (Dhiman Chattopadhyay)، والكشف عن طبيعة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية بين الصحفيين الهنود في الحياة الشخصية والمهنية (Pitabas Pradhan)، بينما تطرقت الثالثة (Nor Zakaria et.al/ماليزيا) إلى دراسة تأثير موقع فيسبوك على الصحفيين في كتابة الأخبار، والتعرف على المتغيّرات التي تحكم عملية اختيار الصحفيين للأخبار من الموقع وتدقيقها.

• في العام ٢٠١٩، تم رصد دراستين، أُجريت في الفلبين وإندونيسيا، بحثت الأولى (Clarissa David et.al) في كيفية دمج محرري السوشيال ميديا في غرف الأخبار في الصحف الفلبينية وتأثير ذلك على الممارسات التحريرية، بينما هدفت الأخرى إلى التعرف على طبيعة استخدام تطبيق WhatsApp في الممارسة الصحفية من خلال دراسة حالة لصحيفة سومطرة بوسن الإندونيسية، وبذلك يمكن القول إن هاتين الدراستين قد مثّلتا إضافة نوعية إلى مسار تطوّر القضايا والإشكاليات

البحثية في سياق المدرسة الآسيوية من خلال تطرّقهما إلى إشكاليات لم تتطرّق إليها الدراسات السابقة.

وفي ضوء ما سبق، يتّضح تنوّع أولويات الباحثين في الدول الآسيوية في إطار دراساتهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها في المجال الصحفي ورصد تأثيرات هذه المواقع على مختلف جوانب العمل الصحفي في دول آسيوية مختلفة.

• المدرسة الأفريقية:

في سياق المدرسة البحثية الأفريقية فيما يتعلّق بدراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، تم رصد (٦) دراسات فقط خلال الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٩، وهو عدد قليل مقارنة بالدراسات والبحوث ذات الصلة التي أُجريت في سياق المجتمعات العربية والأمريكية والأوربية والآسيوية، وعلى كلّ حال، يمكن رصد عددٍ من المؤشرات المتعلقة بتطوّر مسارات القضايا والإشكاليات البحثية في هذه الدراسات والبحوث والتي تشير بدورها إلى أولويات اهتمامات الباحثين في الدول الأفريقية، في هذا السياق تطرّقت دراسة (**Marenet** **Jordaan**) التي أُجريت في عام ٢٠١٢ إلى الكشف عمّا إذا كان الاستخدام المهني لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثّر على عمليات وثقافات اختيار الأخبار وعرضها في صحف جنوب إفريقيا، وتحديد كيف ينظر الصحفيون إلى دور حراسة البوابة وتأثير جماهيرهم على عملية حراسة البوابة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وشهد العام ٢٠١٥ إجراء (٣) دراسات أُجريت في كل من **إثيوبيا وكينيا وجنوب أفريقيا**، وتطرّقت هذه الدراسات إلى إشكاليات بحثية تمثّلت في: فحص العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة من خلال التركيز بشكل خاص على استخدام الصحفيين ووسائل الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي في السياق الإثيوبي (**Ameyu Kalo**)، ومدى استخدام الصحفيين الاستقصائيين في جنوب أفريقيا لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز تحقيقاتهم (**Zeenat Abdool**)، وبحث آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أركان الصحافة التقليدية المتمثلة في الموضوعية والدقة والتحقق (**Kamenchu** **Mwongela**)، وسعت دراسة أُجريت عام ٢٠١٦ (**Oberiri Apuke**) إلى رصد التغيير الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الصحافة في

نيجيريا، وجاءت الدراسة الأخيرة عام ٢٠١٨ في كينيا وقد اهتمت بالبحث في تأثير ظهور موقعي فيسبوك وتويتر على تداول الصحف والقراء وطريقة إعداد التقارير ومدى إعادة تنظيم غرفة الأخبار للاستجابة لتدفق الوسائط الاجتماعية (Kiguta Wairimu).

ثانياً: مسارات تطوّر الأطر النظرية والمنهجية في البحوث عينة التحليل:

تبيّن من العرض التحليلي للدراسات والبحوث عينة التحليل تباين هذه الدراسات والبحوث فيما بينها في توظيف الأطر النظرية والمنهجية، حيث وظّفت بعضها أطراً ومناهج وأدوات بحثية تقليدية في مجال تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل دراسات أخرى وظّفت أطراً ومداخل نظرية ومناهج وأدوات بحثية جديدة تتلاءم مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي عرض النماذج التفسيرية والأطر النظرية وكذلك المناهج والأدوات البحثية التي تمّ استخدامها في البحوث والدراسات عينة التحليل وفقاً للمدارس البحثية الخمس (العربية، الأمريكية، الأوروبية، الآسيوية، الأفريقية).

● المدرسة العربية:

جدول رقم (٨) يوضح الأطر النظرية والمنهجية في بحوث ودراسات المدرسة

العربية

الأسطر النظرية والمنهجية	ك	%
النماذج التفسيرية والأطر النظرية	٢٠	٤٢,٦
	١٦	٣٤
	٢	٤,٢
	١	٢,١
	١	٢,١
	٢	٤,٢
	٢	٤,٢
	١	٢,١
	١	٢,١

٢,١	١	نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات	
ن=٤٧			
١٠٠	٤٧	منهج المسح الإعلامي	المناهج والأساليب المستخدمة
٤,٢	٢	منهج دراسة الحالة	
٢,١	١	المنهج الوثائقي	
١٢,٨	٦	أسلوب المقارنة المنهجية	
ن=٤٧			
٨٥	٤٠	الاستبيان	الأدوات البحوثية
١٠,٦	٥	تحليل المضمون	
٢٧,٧	١٣	المقابلة المتعمقة	
١٢,٨	٦	الملاحظة	
ن=٤٧			

فيما يتعلّق بالنماذج التفسيرية والأطر النظرية المستخدمة في البحوث والدراسات عينة التحليل في سياق المدرسة العربية، كشف التحليل أن ١٦ دراسة من إجمالي هذه الدراسات لم تستخدم مداخلًا أو أطرًا نظرية تنطلق من فرضياتها ومقولاتها أو أفكارها الرئيسية، حيث اكتفت بالتأصيل للظاهرة المدروسة معرفياً، وإن كانت بعض هذه الدراسات لم تخلُ من الإشارة إلى بعض المفاهيم والأفكار التي تتضمنها بعض النظريات دون الاستناد إليها كإطار مرجعي لها.

وفيما يتعلّق بالبحوث والدراسات التي استندت إلى مداخل وأطر نظرية، يشير التحليل -وكما هو موضح بالجدول السابق- إلى أن نظرية الاستخدامات والإشباعات أكثر الأطر النظرية التي حظيت باهتمام من جانب الباحثين في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين، وربما يرجع اهتمام الباحثين بتوظيف هذه النظرية في بحوثهم إلى تركيز هذه النظرية على الجمهور الذي يستخدم الوسية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة، ونتج عن ذلك اختبار هذه الدراسات فرضيات تتعلّق بطبيعة ونوعية دوافع استخدام الصحفيين في العالم العربي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحقّقة لديهم من هذا الاستخدام، تلتها في المرتبة الثانية من حيث درجة اهتمام الباحثين نظرية الاعتماد على

وسائل الإعلام بواقع ١٦ دراسة من إجمالي عدد الدراسات العربية عيّنة للتحليل، بينما جاءت نظريات أخرى ولكن بنسبة استخدام ضعيفة؛ وهي نظريات: حراسة البوابة الإعلامية، الشبكة الفاعلة، التماس المعلومات، المسؤولية الاجتماعية، ثراء الوسيلة الإعلامية، دوامة الصمت، المجال العام، بالإضافة إلى أحد النماذج التفسيرية وهو نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات.

وتؤسّر هذه البيانات المتعلقة بالنماذج والأطر النظرية إلى غلبة طابع الجمود والنمطية على الأطر النظرية التي تمّ توظيفها في سياق المدرسة البحثية العربية، وانسحاق كثير من الباحثين وراء النظريات التقليدية، ويتجلّى ذلك بوضوح من خلال ضعف اهتمام الباحثين بتوظيف النظريات المستحدثة والتي تعدّ أكثر ملاءمة لدراسة بيئة الإعلام الجديد والوسائط الاجتماعية.

وعلى مستوى المناهج والأساليب والأدوات البحثية التي اعتمد عليها الباحثون في سياق المدرسة العربية فيما يتعلّق باستخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى أن البحوث والدراسات التي خضعت للتحليل تباينت فيما بينها في إطار استخدامها للمناهج والأساليب والأدوات البحثية، وقد تنوّعت هذه المناهج والأساليب وفقاً لطبيعة أنماط هذه الدراسات وطبيعة أهدافها، وقد جاء منهج المسح الإعلامي في مقدّمة المناهج والأساليب المستخدمة، حيث تمّ الاستناد إليه في مجمل الدراسات والبحوث عيّنة التحليل، باعتباره المنهج الأكثر ملاءمةً للدراسات الوصفية بشقيها الميداني والتحليلي، تلاه أسلوب المقارنة المنهجية بنسبة ١٢,٨%، تلتها الدراسات التي استخدمت منهج دراسة الحالة، وأخيراً المنهج الوثائقي.

وعلى الرغم من أن هذه البيانات المتعلقة بالمناهج والأساليب البحثية تشير إلى وجود درجة كبيرة من الاتساق بين طبيعة الإشكاليات والقضايا المدروسة وطبيعة الأهداف التي سعت إلى تحقيقها البحوث والدراسات في سياق المدرسة العربية، وبين طبيعة الأطر المنهجية المستخدمة، فإنها تشير في الجانب الآخر إلى غلبة الطابع التقليدي على عملية توظيف هذه المناهج والأساليب البحثية، والدليل على ذلك غياب مناهج أخرى تمّ إغفالها من قبل الباحثين، مثل المنهج

الإثنوغرافي، والذي يعدّ من أهم المناهج البحثية المستخدمة في الدراسات الحديثة، وكذلك محدودية توظيف منهج دراسة الحالة وأسلوب المقارنة المنهجية، رغم ارتباط هذه المناهج والأساليب بشكل كبير بطبيعة القضايا والإشكاليات البحثية المدروسة في مجال الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، وربما يرجع ذلك إلى ابتعاد كثير من الباحثين عن الدراسات الإثنوغرافية بما تتطلبه من وقت وجهد كبيرين من ناحية، ومهارة بحثية من قبل الباحثين من ناحية أخرى.

أما على مستوى توظيف الأدوات البحثية في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالقضايا والإشكاليات المدروسة في سياق المدرسة العربية، يكشف التحليل -وكما هو وارد بالجدول السابق- عن تصدر أداة الاستبيان بنسبة ٨٥% من إجمالي الأدوات البحثية المستخدمة في البحوث والدراسات عينة التحليل، تلتها أداة المقابلة المتعمقة بنسبة ٢٧,٧%، ثم أداة الملاحظة بنسبة ١٢,٨%، وأخيراً جاءت أداة تحليل المضمون بنسبة ١٠,٦%، وعلى الرغم من أن هذه البيانات تشير إلى الاتساق بين أدوات جمع البيانات التي تمّ توظيفها في إطار البحوث الدراسات عينة التحليل وبين أنماط هذه الدراسات وأطرها المنهجية، فإن نمطية المناهج المستخدمة انعكست بطبيعة الحال على نمطية الأدوات البحثية التي تمّ توظيفها في إطار الاعتماد على هذه المناهج.

• المدرسة الأمريكية:

جدول رقم (٩) يوضح الأطر النظرية والمنهجية في بحوث

ودراسات المدرسة الأمريكية

الأنظر النظرية والمنهجية	ك	%
النماذج التفسيرية والأنظر النظرية	٤	١٤,٣
	١	٣,٦
	١	٣,٦
	١	٣,٦
	١	٣,٦
	١	٣,٦
ن=٢٨		

٧٨,٦	٢٢	منهج المسح الإعلامي	المناهج والأساليب المستخدمة
٧,٢	٢	منهج دراسة الحالة	
١٠,٧	٣	المنهج الإثنوغرافي	
٣,٦	١	أسلوب المقارنة المنهجية	
ن=٢٨			
٢٨,٦	٨	الاستبيان	الأدوات البحثية
٣٢,١	٩	تحليل المضمون	
٤٢,٩	١٢	المقابلة المتعمقة	
١٠,٧	٣	الملاحظة	
٧,٢	٢	تحليل المحتوى الإثنوغرافي الرقمي	
ن=٢٨			

فيما يتعلق بالنماذج التفسيرية والأطر النظرية التي تمّ الاستناد إليها في البحوث والدراسات عيّنة التحليل، كشف العرض التحليلي أن ثلثي عدد البحوث والدراسات تقريباً في سياق المدرسة الأمريكية (١٧ من إجمالي ٢٨ دراسة) لم تستند إلى نماذج تفسيرية أو أطر نظرية، واعتمدت على أدبيات البحث العلمي، حيث يتّضح من خلال الأرقام الواردة بالجدول السابق قلة عدد الدراسات والبحوث التي استندت إلى نماذج تفسيرية أو أطر نظرية (٩ دراسات فقط)، وهو ما يعكس عدم اهتمام الباحثين في سياق هذه المدرسة البحثية بالاعتماد على النماذج والأطر، مقارنةً بالمدرسة العربية، وعلى الرغم من قلة عدد الدراسات التي وُظفت أطرًا نظرية في مجال دراسة الاستخدامات الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه إلى جانب توظيف بعض هذه الدراسات النظريات التقليدية كحراسة البوابة الإعلامية والاستخدامات والإشباع، لوحظ اهتمام بعض الباحثين بتوظيف نظريات بينية مستمدة من حقول علمية أخرى، مثل نظرية الحدّ من عدم اليقين، المستمدة من حقل النظريات النفسية الاجتماعية ونظرية الحقل أو المجال، المستمدة من حقل نظريات علم الاجتماع، وفيما يلي نلقي الضوء بإيجاز على هاتين النظريتين التي استندت إليهما بعض الدراسات الأمريكية:

- نظرية الحدّ من عدم اليقين **The uncertainty reduction theory**:

تمّ توظيف هذه النظرية في إطار دراسة **Michelle Brown** (٢٠١٣) التي اهتمت بالكشف عن العلاقة بين الحدّ من عدم اليقين لدى الصحفيين الأمريكيين وتحديد مصداقية المصدر في سياق مواقع التواصل الاجتماعي، كما فحصت تأثير الحدّ من عدم اليقين داخل بيئة مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير العلاقات بين الصحفيين ومصادرهم، وتمّ توظيف هذه النظرية في الدراسة وخاصة فيما يتعلّق باستخدام الرسائل القصيرة في تكوين والحفاظ على العلاقات بين الصحفيين ومصادرهم، من خلال إجراء مقابلات مع الصحفيين المحترفين لتحديد ما إذا كان قد تمّ تقليل عدم اليقين وتأسيس المصداقية مع المصادر عبر الرسائل القصيرة (فيسبوك، تويتر، لينكد إن) وما هي الاستراتيجيات النظرية التي استخدمها الصحفيون لتقليل عدم اليقين.

ونظرية الحدّ من عدم اليقين والمعروفة أيضًا باسم نظرية التفاعل الأولي

Initial Interaction Theory التي طوّرها **Richard و Charles Berger**

Calabrese عام ١٩٧٥، تُنسب لكل من **Richard & Charles Berger**

Calabrese (١٩٧٥)، وتؤكد على فكرة أنه عند التفاعل، يحتاج الناس إلى

معلومات عن الطرف الآخر من أجل الحدّ من عدم اليقين، ومن خلال الحصول

على هذه المعلومات يكونون قادرين على التنبؤ بسلوك الآخر والإجراءات الناتجة

عنه، والتي تعتبر جميعها وفقًا للنظرية حاسمة في تطوير أية علاقة^(١٣٢).

- نظرية الحقل أو المجال **Field Theory**: تم توظيفها في إطار دراسة

Stephen Barnard (٢٠١٢) التي انطلقت من أن ظهور تويتر قد أدّى

دورًا مهمًا في تغيير حدود المجال الصحفي ومسار الصحافة كمهنة، وقدمت

دراسة حالة عن موقع تويتر وخصائصه التكنولوجية، واستخدامه كشكل من

أشكال التواصل الاجتماعي لتقييم تأثير نمو منصات الإعلام الاجتماعي

ودورها المتزايد في تحوّل الصحافة، من خلال تساؤلات: ما هو الدور (الأدوار)

التي لعبها تويتر في المجال الصحفي وتحولاته الأخيرة؟ وكيف أسهم موقع

تويتر في إعادة الهيكلة الأوسع لمجال الصحافة؟ وكيف أسهم موقع تويتر في

تغيير القواعد والممارسات في المجال الصحفي؟ وإلى أي مدى تعكس

التغييرات في المجال الصحفي "الانفتاح" "opening up" في هذا المجال ليشمل بشكل متزايد التفاعلات مع المجالات والجهات الفاعلة الأخرى بما في ذلك المواطنون الصحفيون؟

وتنسب نظرية الحقل أو المجال إلى عالم الاجتماع الفرنسي **بيير بورديو** **Pierre Bourdieu** (أغسطس ١٩٣٠ - يناير ٢٠٠٢)، ويرى فيها أن العلاقات الاجتماعية، في المجتمعات الحديثة، تنقسم إلى حقول أو مجالات، أي فضاءات اجتماعية أساسها نشاط معين (مثلاً: الصحافة، الأدب، كرة القدم، إلخ) يتنافس فيها الفاعلون لاحتلال مواقع السيطرة، مثلاً، يريد الصحفي أن يشغل في أوسع وأقوى جريدة وبعدها يحاول أن يحصل على أعلى منصب في تلك الجريدة، (إلخ). وقد نشأ مفهوم "المجال الإعلامي" عن الجهود التي بذلها بورديو وزملاؤه الفرنسيون لتحديد مجال العمل الصحفي (المشترك) وتوضيح علاقته بالمجالات الأخرى، منذ ذلك الوقت، تحوّل الإطار إلى التركيز على "المجال الصحفي" الذي ارتفع كصورة مهيمنة يتمّ من خلالها دراسة الصحافة وفهماها من منظور اجتماعي بدلاً من التركيز على المحتوى، أو على الممارسات الفردية للصحفيين، أو على منظمات معينة، وتركّز نظرية المجال على وضع تلك الممارسات في أطر أكبر من القوة، ووفقاً لنظرية المجال، فإن ديناميات المجال الصحفي لا تتحوّل إلى فراغ من النخب الصحفية، بدلاً من ذلك، يقع المجال الصحفي بين شبكة أوسع من المجالات، مثل مجالات القوة والسياسة والاقتصاد وغيرها من المجالات الثقافية، والتي تتمتع جميعها بإمكانية التأثير على بعضها البعض بطرق مختلفة، والجهات الفاعلة داخل المجالات تكتسب أو تفقد السلطة والهيمنة من خلال التغييرات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرمزية^(١٣٣).

وعلى مستوى المناهج والأساليب البحثية التي اعتمد عليها الباحثون في سياق المدرسة الأمريكية بشأن دراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى أن البحوث والدراسات التي خضعت للتحليل تنوّعت في استخدامها للمناهج والأساليب البحثية، وقد تنوّعت هذه المناهج والأساليب وفقاً لطبيعة أنماط هذه الدراسات وطبيعة أهدافها، وقد جاء منهج المسح الإعلامي في مقدمة المناهج والأساليب

المستخدمة، حيث تمّ الاستناد إليه في غالبية الدراسات والبحوث عينة التحليل، باعتباره المنهج الأكثر ملاءمة للدراسات الوصفية، كما استندت هذه البحوث إلى مناهج وأساليب أخرى بنسب متفاوتة، مثل: المنهج الإثنوغرافي، ودراسة الحالة، إضافة إلى أسلوب المقارنة المنهجية.

وبالنسبة للأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات داخل البحوث والدراسات الأمريكية، تبيّن اهتمام الباحثين بتوظيف الأدوات الكيفية مثل المقابلة المتعمقة والملاحظة وتحليل المحتوى الإثنوغرافي الرقمي، إلى جانب أداتي الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات كميّة، وقد كشف التحليل أن ثلاث دراسات فقط جمعت بين أداتين أو ثلاث أدوات بحثية لجمع البيانات والمعلومات، وهي: دراسة **Jasmyn Wimbish** (٢٠١٨) التي جمعت بين أداتي تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة، ودراسنا **Matthias Revers** (٢٠١٤)، و **Charles Minshe** (٢٠١٣) اللتان اعتمدت كل منهما على أدوات: تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة والملاحظة، مقابل ٢٥ دراسة اعتمدت على أداة واحدة فقط.

• المدرسة الأوربية:

جدول رقم (١٠) يوضح الأطر النظرية والمنهجية في بحوث ودراسات المدرسة

الأوربية

الأطر النظرية والمنهجية		ك	%
الأطر النظرية	نظرية الشبكات الاجتماعية	١	٣,٨
	المدخل الثقافي	١	٣,٨
ن=٢٦			
المناهج المستخدمة	منهج المسح الإعلامي	٢٣	٨٨,٥
	منهج دراسة الحالة	٣	١١,٥
ن=٢٦			
الأدوات البحثية	الاستبيان	٤	١٥,٤
	تحليل المضمون	١٠	٣٨,٥
	المقابلة المتعمقة	١٤	٥٣,٨
ن=٢٦			

على عكس المدرستين العربية والأمريكية، كشف التحليل عدم اهتمام الباحثين في سياق المدرسة البحثية الأوربية في البحوث -عينة التحليل- بالاستناد إلى أطر نظرية، فقد تمّ رصد دراستين فقط من إجمالي ٢٦ دراسة، اهتمتا بتوظيف أطر نظرية ومداخل تفسيرية، الدراسة الأولى للباحثة **Amanda Gearing** (٢٠١٤) التي وظّفت نظرية الشبكات الاجتماعية في دراستها حول اعتماد الصحفيين الاستقصائيين في كلٍّ من أستراليا وبريطانيا لمواقع التواصل الاجتماعي في التعاون مع صحفيين ووسائل إعلام محلية وعالمية، وتأثير ذلك في إنتاج تحقيقات استقصائية ضخمة، من خلال قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على توسيع نطاق الأصوات التي يمكن سماعها والقضايا التي يمكن تغطيتها. والدراسة الثانية لكل من **Matthew & Sandra Vera-Zambrano** (٢٠١٨) **Powers** اللذين وظّفا المدخل الثقافي في سياق بحثهما حول أسباب استخدام الصحفيين في فرنسا وأمريكا لمواقع التواصل الاجتماعي.

وعلى مستوى المناهج البحثية اعتمدت هذه البحوث والدراسات بشكل أساسي على منهج المسح الإعلامي، تلاه بفارق كبير منهج دراسة الحالة الذي استخدم في سياق ثلاث دراسات فقط من إجمالي عدد البحوث والدراسات الأوربية، وهي دراسات (Roumen Dimitrov-2014، Maria Konow-Lund & Eva-Karin Olsson-2017، و Nic Newman et.al-2012) وانعكست طبيعة المنهجين اللذين تم توظيفهما على طبيعة الأدوات البحثية المستخدمة في هذه البحوث والدراسات، جاءت في مقدّمتها المقابلة المتعمقة، تلتها أداة تحليل المضمون ثم الاستبيان، وكشف التحليل أن معظم الباحثين كانوا يميلون إلى استخدام أداة بحثية واحدة فقط داخل البحوث والدراسات؛ حيث إن جميع الدراسات التي خضعت للتحليل اعتمدت كلٍّ منها على أداة واحدة فقط -من الأدوات الواردة بالجدول السابق- في جمع البيانات، وهي سمة بارزة في الدراسات الأجنبية التي تميل إلى دراسة إشكاليات بحثية محددة ودقيقة لا تتطلب أكثر من أداة في جمع بياناتها.

• المدرسة الآسيوية:

جدول رقم (١١) يوضح الأطر النظرية والمنهجية في بحوث

ودراسات المدرسة الآسيوية

		الأطر النظرية والمنهجية	
%	ك		
٦,٧	١	نظرية الأجنحة البينية المتداخلة	النماذج التفسيرية والأطر النظرية
٦,٧	١	نظرية الاستخدامات والإشباع	
٦,٧	١	نظرية السلوك المخطط	
٦,٧	١	نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات	
٦,٧	١	نموذج تضمين الجمهور في الصحافة	
ن=١٥			
		منهج المسح الإعلامي	المناهج المستخدمة
٩٣,٣	١٤	منهج دراسة الحالة	
٦,٧	١		
ن=١٥			
		الاستبيان	الأدوات البحثية
٦٠	٩	تحليل المضمون	
١٣,٣	٢	المقابلة المتعمقة	
٤٠	٦	الملاحظة	
٦,٧	١	مجموعة النقاش المركزة	
٦,٧	١		
ن=١٥			

على غرار المدرستين الأمريكية والأوروبية، لم يهتم الباحثون في سياق المدرسة الآسيوية بالاستناد إلى أطر نظرية أو نماذج تفسيرية، حيث كشف التحليل -وطبقاً لما هو وارد بالجدول السابق- اعتماد خمس دراسات فقط من إجمالي ١٥ دراسة على نظريات ونماذج تفسيرية، وتمثلت هذه النظريات والنماذج في:

- نظرية الأجنحة البينية المتداخلة **Inter-media Agenda-Setting**

التي وطّقتها الباحثة **Usha Rodrigues** (٢٠١٤)، في دراستها حول بروز الاحتجاجات على مواقع التواصل الاجتماعي واستجابة الجمهور لها

وتفاعلهم مع صفحات حملة "الهند ضد الفساد" عام ٢٠١١ على الشبكات الاجتماعية وتأثير ذلك على أجندة الصحف الهندية وغيرها من وسائل الإعلام التقليدية وزيادة اهتمامها بتغطية هذه الاحتجاجات، حيث تأثرت هذه الوسائل التقليدية بأجندة مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع التواصل بدورها عكست أجندة الجمهور.

- **نظرية الاستخدامات والإشباعات** التي وظفتها دراسة **Yonghwan Kim et.al** (٢٠١٦)، في بحث دوافع استخدام الصحفيين في كوريا الجنوبية لموقع "تويتر" في العمل الصحفي وتأثير ذلك على علاقة هؤلاء الصحفيين بالجمهور.

- **نظرية السلوك المخطط The Theory of Planned Behavior** التي تم توظيفها في دراسة **Na Yeon Leea et.al** (٢٠١٧)، وركزت على دراسة العوامل التي تؤثر على سلوكيات استخدام تويتر لدى الصحفيين في كوريا الجنوبية، وذلك في ضوء نظرية السلوك المخطط التي وضعها **Icek Ajzen** عام ١٩٨٥، والتي تعدّ إحدى النظريات التي تهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية في النية السلوكية لاستخدام المنصات الإعلامية، وتركز على محورين: نية الاستخدام، وسلوك الاستخدام الفعلي، وتحدد العلاقة بين النية والاستخدام بناءً على اتجاهات الأفراد نحو الاستخدام، وتشمل مشاعر الأفراد وأحاسيسهم التي تؤيد أو تعارض سلوكًا معينًا نتيجة الفوائد المتوقعة الناتجة عن هذا الاستخدام، بالإضافة إلى التأثيرات الاجتماعية، واستخدمت هذه النظرية في الدراسة المذكورة لشرح وتوقع سلوك الصحفيين الفعلي على موقع تويتر من منظور اجتماعي-نفسى.

- **نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات**، وتم توظيفه في دراسة **Dhiman Chattopadhyay** (٢٠١٨) حيث طبقت هذه الدراسة نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات لدراسة كيف أثير ظهور وسائل التواصل الاجتماعي على ممارسات حراسة البوابات الصحفية في الهند.

- نموذج تضمين الجمهور في الصحافة Audience Inclusion Model in Journalism

Model in Journalism، الذي تمّ توظيفه في دراسة Tai-Li Wang (٢٠١٦)، التي هدفت إلى دراسة العلاقة المتغيرة بين الصحفيين والجمهور الناتجة عن استخدام الوسائط الاجتماعية من خلال دراسة الطرق التي يتفاعل بها الصحفيون مع الجمهور، واعتمدت الدراسة على نموذج تضمين الجمهور في الصحافة الذي وضعه Loosen & Schmidt عام ٢٠١٢، واقترح فيه مفهومين لتقييم العلاقات المتماثلة أو غير المتكافئة بين الصحافة والجمهور، أولاً، "مستوى التضمين" ويشير إلى الأداء الشامل بين الصحفيين والجمهور، المستوى الثاني هو "مسافة التضمين"، والتي تشير إلى التوقعات حول الصحافة والجمهور، ويساعد مستوى التضمين ومسافته في توضيح العلاقة المعقدة بين الصحفيين والجمهور في بيئة الوسائط الشبكية.

وفيما يتعلق بالمناهج البحثية المستخدمة في البحوث والدراسات في سياق المدرسة الآسيوية، يتضح اعتماد الغالبية العظمى من هذه البحوث على منهج المسح الإعلامي، بينما اعتمدت دراسة واحدة فقط على منهج دراسة الحالة، وهي دراسة Andini NurBahri (٢٠١٩)، والتي وظّفته في إطار التطبيق على طبيعة استخدام تطبيق WhatsApp في الممارسة الصحفية في صحيفة سومطرة بوست الإندونيسية.

أمّا على مستوى الأدوات البحثية، فيتبيّن من التحليل تنوّع الأدوات البحثية التي اعتمدها الباحثون في سياق المدرسة الآسيوية في جمع البيانات الخاصة بالبحوث والدراسات التي خضعت للتحليل، وتمثّلت هذه الأدوات البحثية على التوالي في: الاستبيان، المقابلة المتعمقة، تحليل المضمون، الملاحظة، ومجموعات النقاش المركزة Focus Group.

• المدرسة الأفريقية:

جدول رقم (١٢) يوضح الأطر النظرية والمنهجية في بحوث ودراسات المدرسة الأفريقية

الأطر النظرية والمنهجية		
%	ك	
٣٣,٣	٢	نظرية المجال العام
٣٣,٣	٢	نظرية انتشار المستحدثات
١٦,٧	١	نظرية الشبكات الاجتماعية
١٦,٧	١	نظرية حراسة البوابة الإعلامية
١٦,٧	١	نموذج البناء الاجتماعي
ن=٦		
المناهج المستخدمة		
٥٠	٣	منهج المسح الإعلامي
٣٣,٣	٢	منهج دراسة الحالة
١٦,٧	١	المنهج الإثنوغرافي
ن=٦		
الأدوات البحثية		
٨٣,٣	٥	الاستبيان
٦٦,٧	٤	المقابلة المتعمقة
٥٠	٣	الملاحظة
ن=٦		

من خلال استعراض بحوث ودراسات المدرسة الأفريقية عيّنة التحليل، يتّضح اهتمام الباحثين بالاستناد إلى الأطر النظرية النماذج التفسيرية في سياق هذه البحوث والدراسات؛ فقد كشف التحليل أن خمسا من إجمالي ستّ بحوث تمّ رصدها قد اعتمد الباحثون فيها على عدد من النظريات العلمية والنماذج التفسيرية، حيث استندت دراسة **Ameyu Kalo** (٢٠١٥) في إثيوبيا إلى نظرية المجال العام، واعتمدت دراستا **Kiguta Wairimu** (٢٠١٨) في كينيا و**Oberiri Apuke** (٢٠١٦) في نيجيريا على نظرية انتشار المستحدثات، كما وظّفت دراسة **Zeenat Abdool** (٢٠١٥) في جنوب أفريقيا نظريتي المجال العام والشبكات الاجتماعية.

وأخيرًا دراسة **Marenet Jordaan** (٢٠١٢) في جنوب أفريقيا وظّفت نموذج البناء الاجتماعي **Social Constructionism Paradigm**، وهو نموذج مستمدّ من علم الاجتماع، وينظر إلى الواقع على أنه بناء اجتماعي، ويرى أن الإعلام هو كيان يساعد في إنشاء وبناء الحقائق المختلفة، كما يرى أن العاملين في مجال الأخبار أو الأشخاص الذين يحولون "الأحداث اليومية إلى أحداث إخبارية" يبنون بنشاط المعاني الاجتماعية، وفي هذا السياق ترى الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي -كجزء من التفاعل والتواصل بين الناس- تؤثر على خلق الواقع في المجتمع، علاوة على ذلك، تؤكد هذه الدراسة أيضًا على أن الصحف تخلق واقعًا معينًا بالتفاعل مع جماهيرها عندما تقدّم الأحداث كأخبار، وذلك من خلال استكشاف عمليات وثقافة إنتاج الأخبار في صحيفتي **Rapport** و **Mail & Guardian** بجنوب أفريقيا، عبر سؤال الصحفيين فيهما عن كيفية نظرتهم لتأثير الجمهور على بناء الواقع والأخبار من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى مستوى المناهج البحثية، اعتمدت البحوث والدراسات عيّنة التحليل على ثلاثة مناهج بنسب متفاوتة تمثلت في منهج المسح الإعلامي، ومنهج دراسة الحالة، والمنهج الإثنوغرافي، وجاءت الأدوات البحثية متنسقة مع المناهج العلمية المستخدمة في هذه البحوث والدراسات، وتمثلت في أدوات الاستبيان والمقابلة المتعمقة، إضافة إلى الملاحظة الإثنوغرافية التي تمّ الاستناد إليها في دراسة **Marenet Jordaan** التي ركّزت على الملاحظة المباشرة لمدة أسبوع للصحفيين في صحيفتي **Rapport** و **Mail & Guardian** لوصف استخدامهم المهني لموقعي فيسبوك وتويتر، وكذلك إجراءات الأخبار الخاصة بهم، إلى جانب يوميّات احتفظ بها الباحث خلال فترة الملاحظة في الصحيفتين.

ثالثًا: الرؤية المستقبلية والأجندة البحثية لبحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي:

فيما يلي، يعرض الباحث للأجندة البحثية التي تم استخلاصها من العرض التحليلي للبحوث والدراسات التي اهتمت ببحث استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي، وذلك في خمس مدارس بحثية هي: العربية والأمريكية والأوربية والآسيوية والأفريقية، بما تضمنته من بحوث ودراسات بلغت ١٢٧ دراسة بواقع ٤٧ دراسة عربية و ٨٠ دراسة أجنبية، أجريت في ١٦ دولة عربية و ٣٩ دولة أجنبية بإجمالي ٥٥ دولة على مستوى العالم، وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢ وحتى ٢٠١٩، وفيما يلي نعرض أهم القضايا والإشكاليات البحثية التي يمكن الاهتمام بها في المرحلة القادمة، في ضوء الأجندة البحثية المستقبلية المتعلقة بدراسات تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي والمستمدّة من واقع مؤشّرات التطوّر التي تم رصدها في هذا العرض التحليلي في كلّ اتجاه من الاتجاهات البحثية سألفة الذكر:

١. لم تحظ الدراسات العربية المتعلقة باستخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التحليلي -أي تحليل منشورات الصحفيين وتغريداتهم على هذه المواقع- بقدرٍ كافٍ من الاهتمام من قِبَل الباحثين، حيث كشف العرض التحليلي غلبة الطابع الميداني على بحوث ودراسات المدرسة العربية مقارنة بالمدارس البحثية الأخرى في سياق هذا العرض التحليلي، حيث انصبّ اهتمام الباحثين على الدراسات الميدانية نظرًا لسهولة مقارنتها بالدراسات التحليلية، واقتصرت (٦) دراسات عربية فقط من إجمالي (٤٧) على الجانب التحليلي، ونشير هنا إلى أن هذه الدراسات على قلّتها لم تقترب سوى دراسة واحدة فقط وهي دراسة خلف الطاهات وآخرون (٢٠١٨) إلى تحليل منشورات الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي، عند دراستها لاهتمامات الصحفيين الأردنيين بالقضايا العامة على صفحاتهم الشخصية في موقع فيسبوك، أمّا الدراسات الخمس الأخرى ثلاثٌ منها أجريت في الجزائر (خيرة خديم/٢٠١٨، نور الدين هميسي/٢٠١٨، محمد بوحوالي/٢٠١٤)، و(إيمان الحداد/٢٠١٥) في تونس، و(سماح الشهاوي/٢٠١٥) في مصر، فكانت عبارة عن تحليل مضمون لصفحات بعض الصحف الإلكترونية العربية للكشف عن مدى توظيف هذه الصحف لمواقع التواصل الاجتماعي في ترويج

مضمونها وزيادة أعداد مستخدميها أو للكشف عن كيفية استخدامها لهذه المواقع كمصادر للأخبار، أو بحث تأثير هذه المواقع على بنية الخبر الصحفي المنشور عبر هذه المنصات الاجتماعية، ومن ثم **يقترح العرض التحليلي** تركيز الباحثين في الدراسات المستقبلية بشأن الاستخدامات الصحفية المهنية لمواقع التواصل الاجتماعي على تحليل منشورات الصحفيين وتغريداتهم للكشف عن كيفية وطبيعة هذه الاستخدامات ومدى توافقها أو اتساقها مع طبيعة هذه البيئة الافتراضية من جهة، ومدى موافقتها مع أخلاقيات الممارسة المهنية أو تأثيرها على تمثل الهوية المهنية لدى الصحفيين من جهة أخرى.

٢. كان البعد الأبرز في دراسة الاستخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي عربياً هو البعد الخاص بالاستخدامات والإشباع والاعتماد على هذه المواقع من قبل الصحفيين، وغاب الاهتمام بدراسة دور هذه المواقع في التأثير على بعض أدوار الصحفيين المرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية وأبرزها حراسة البوابة الإعلامية، في الوقت الذي اهتمت فيه مجموعة من الدراسات الأجنبية في سياق المدارس البحثية المختلفة التي تمّ رصدها في هذا العرض التحليلي بدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغير دور الصحفي من "حراسة البوابة" Gatekeeping إلى "مراقبة البوابة" Gatewatching نتيجة ظهور بعض المفاهيم الجديدة المرتبطة ببيئة الوسائط الاجتماعية ومن أبرزها مفهوم "المحتوى المنتج من قبل المستخدمين" User Generated Content، والذي أصبح قوة يتعيّن وضعها في الحسبان، ومن ثم **يقترح العرض التحليلي** اهتمام الباحثين بإجراء دراسات أكثر تركيزاً على هذا المفهوم وتأثيره على الممارسة الصحفية، خصوصاً في ظل فقدان المؤسسات الإعلامية ومنها الصحفية السيطرة على هذه التجربة الإعلامية للمستخدمين مثلما كان الحال في فترة ما قبل الرقمية، حينما كان القائم بالاتصال -كحارس للبوابة- مازال قادراً على التحكم فيما ينبغي أن يمثل جزءاً من المنتج الإعلامي النهائي، ومن شأن مثل هذه البحوث أن تمدّنا بمؤشرات واقعية عن كيف يتطور دور الصحفي في ظل بيئة الشبكات الاجتماعية.

٣. إن ظهور خدمات الجيل الثاني من الإنترنت أو ما يُعرف في أوساط الباحثين والمتخصّصين بـ"Web 2.0" -والتي تعدّ الشبكات الاجتماعية أبرز أدواتها- قد أسهمت في تنامي أشكال جديدة من الأساليب والصيغ المرتبطة ارتباطاً شديداً بهذه الوسائط التكنولوجية، ومبرّرة في الوقت ذاته المقولة الماكلوهانية "الرسالة هي الوسيلة"، حيث دخلت أنماط حديثة على مستوى الصحافة الإلكترونية بشكل عام كخاصية النصّ الفائق والسرعة العالية في عرض المعلومة واختصاراتها، بالإضافة إلى تفاعلها واستجابتها لمتطلّبات الملتيميديا، كما أسهمت الشبكات الاجتماعية بخدماتها المتنوّعة في إقبال كثير من الصحف والمواقع الإلكترونية لاستخدامها في الترويج لمحتواها والتفاعل مع الجمهور ما أدّى إلى تحويل صفحات هذه الصحف والمواقع على الشبكات الاجتماعية إلى فضاءات للحوار واستطلاعات الرأي علاوة على تعليقات المستخدمين كردود فعل فورية على المنتج الصحفي المنشور عبر هذه المنصّات، ومن ثم تأتي أهمية اتجاه الباحثين إلى إخضاع هذه الظواهر المستحدثة للبحث والتحليل، وعدم الاكتفاء بمجرد استطلاع رأي الصحفيين أو القيادات الصحفية حول تصوّراتهم بشأن كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج المنتج الصحفي أو تأثير هذه المواقع على البنية التحريرية للفنون الصحفية، كما كشف عنه تحليل البحوث والدراسات العربية عينة التحليل في هذا العرض التحليلي، وفي السياق ذاته يقترح العرض التحليلي إجراء دراسات تحليلية تتبّعية لمدى تأثير لغة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية على اللغة الصحفية التي بدأت تتسلل إليها مفردات شائعة في شبكات التواصل الاجتماعي.

٤. مع تزايد اعتماد الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية في توسيع نطاق مصادر الموضوعات الصحفية -كما كشفت عنه نتائج بعض الدراسات عينة التحليل- برزت الحاجة إلى خلق توازن بين الحاجة الملحة لإنتاج الأخبار، مع الحفاظ على مستوى من النزاهة الصحفية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، ومن ثم يقترح العرض التحليلي إجراء دراسات تحليلية وميدانية يمكن أن تخرج بمؤشّرات تجعل الصحفيين ومؤسساتهم

الصحفية في العالم العربي أكثر وعياً بالإستراتيجيات والإجراءات المناسبة لـ"فلتره" المحتوى والتحقق من المعلومات الواردة عبر الشبكات الاجتماعية، والاحتفاظ بقدر من "الشكوك المهنية" حول هذه المعلومات التي لم يتمّ التحقق منها، علاوة على كيفية التوظيف الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة علاقة الصحفيين مع مصادرهم بشكل مهني وكذلك علاقاتهم مع الجمهور، في هذا السياق أيضاً يكون من المفيد إجراء دراسات تحليلية للكشف عن عادات إعداد الأخبار والتقارير لوسائل الإعلام الاجتماعية من قبل الصحفيين من خلال كيفية تحديد المصادر وإسنادها والاستجابة لملاحظات القراء وتعليقاتهم.

٥. ما زال هناك الكثير أمام الدراسات العربية لتثريه في ضوء الاتجاهات العالمية التي ظهرت في أعقاب الانتشار المتزايد للشبكات الاجتماعية واستخداماتها المضطّردة في المجال الإعلامي، وما ارتبط بذلك من تحدّيات جديدة تطرح العديد من الإشكاليات البحثية التي تستوجب المزيد من البحث والدراسة مثل التأثيرات البيئية بين أجندة مواقع التواصل الاجتماعي وأجندة الجمهور ومن ثمّ أجندة وسائل الإعلام ومنها الصحافة بمختلف أشكالها، بما يلقي الضوء على هذا النمط الجديد من سريان المعلومات من الصحفيين إلى الجمهور والعكس في ظل سلطة الشبكات الاجتماعية والتي أطلقت عليها إحدى الدراسات الأجنبية -عينة التحليل- مسمى "السلطة الخامسة الناشئة" (دراسة Nic Newman et al/2012)، بل وافترضت دراسة أخرى أنها -أي الشبكات الاجتماعية- أصبحت تقوّض دور الصحافة التقليدية كـ"سلطة رابعة" في المجتمعات المعاصرة (دراسة Shaker Althiabi/2017)، وهنا لا ينبغي إغفال جانب آخر على قدر من الأهمية يتمثل في دراسة إلى أي مدى يتقن الجمهور بالمعلومات التي يتلقونها من الصحفيين أو المؤسسات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وما إذا كانوا يجدون هذه المعلومات (التي يقرؤونها على وسائل التواصل الاجتماعي للصحف أو الصحفيين) أكثر أو أقلّ مصداقية من المعلومات التي يستهلكونها في الواقع أو يتلقونها عبر المنصّات التقليدية مثل الصحف أو القنوات التلفزيونية وغيرها، وكذلك يمكن إجراء دراسات متعلّقة بتأثير الآراء الشخصية التي يبديها الصحفيون عبر حساباتهم

أو صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجمهور نحو الصحفيين والمنتج الصحفي بشكل عام.

٦. كشفت نتائج بعض الدراسات والبحوث -عينة التحليل- بروز اتجاه حديث بين الصحف والمواقع الإخبارية نحو تخصيص فريق متخصص في نشر المحتوى الصحفي على الشبكات الاجتماعية، يطلقون على هذا الفريق "محرري السوشيال ميديا"، وفي هذا الإطار يرى الباحث من خلال هذا العرض التحليلي أن هناك حاجة إلى مزيد من البحث المستهدف لتحديد ما يعتبره محررو الوسائل الاجتماعية أفضل الممارسات للتأهيل والتدريب والموارد التي يعتبرونها ضرورية من أجل تحسين تفاعلهم مع بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب التركيز على مراقبة كيفية تطوّر المعايير المهنية وإجراءات العمل والقيم الإخبارية لمحرري الوسائل الاجتماعية بمرور الوقت، وكيف يرتبط ذلك بنشر الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي.

٧. ركّزت بعض الدراسات والبحوث في سياق المدارس البحثية غير العربية -عينة التحليل- على دراسة فئات متنوعة من الصحفيين في استخدامهم للشبكات الاجتماعية، مثل الصحفيين الرياضيين والصحفيين في الأقسام الأخرى كالسياسة والاقتصاد...، في الوقت الذي لم نرصد فيه دراسة عربية اهتمت بمثل هذه الفئات، حيث غلب على البحوث العربية التطبيق على الصحفيين بوجه عام دون تحديد فئة معينة رغم ما قد يسفر عنه التحديد في الخروج بمؤشرات ونتائج مهمة قد لا يوفّرها التطبيق العام الذي لا يراعي الفروق المفترضة بين فئات الصحفيين في اعتماد كلٍّ منهم على مواقع التواصل الاجتماعي أو حتى مستوى تأثيرات هذه المواقع على أدائهم المهني، وفي هذا السياق، **يقترح العرض التحليلي** توجيه اهتمام الباحثين إلى الدراسات المتخصصة في فئات معينة من الصحفيين.

٨. **يقترح العرض التحليلي** أن تدرس الأبحاث المستقبلية كيفية قيام الصحفيين في الصحف التقليدية بدمج وسائل التواصل الاجتماعي في عمليات إنتاج الأخبار، وذلك من خلال الاعتماد على **المنهج الإثنوغرافي** الذي يعدّ الدعامة المنهجية الأبرز في الوقت الحاضر لتحليل الشبكات الاجتماعية من الناحية المتعلقة

بتأثيراتها الاجتماعية والنفسية والمهنية، والذي كشف العرض التحليلي غياب استخدامه في البحوث والدراسات العربية مع ضعف اهتمام البحوث والدراسات الأجنبية به، نظرًا لما يمكن أن تصل إليه البحوث عبر اعتماد الملاحظات الإثنوغرافية من نتائج دقيقة ومحددة توشّر بشكل ملائم لطبيعة دمج الصحفيين في المجتمعات العربية لمواقع التواصل الاجتماعي في غرف أخبار المؤسسات التي يعملون فيها، كما فتحت نتائج الكثير من البحوث -عينة التحليل- آفاقًا جديدة للدراسات المستقبلية حول أهمية إجراء دراسات حالة لصفحات أو حسابات المؤسسات الإخبارية العربية على مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كشف العرض التحليلي ضعف اهتمام الباحثين في المدرسة العربية بهذا النمط من الدراسات، وهو ما يدعو إلى الابتعاد قليلاً عن الدراسات ذات الطبيعة العامة في التطبيق.

٩. أظهرت نتائج بعض الدراسات والبحوث -عينة التحليل- أنه على الرغم من تبني الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء عملهم اليومي في عملية جمع الأخبار ونشرها، فلا تزال هناك مخاوف بشأن ضوابط ومعايير الاعتماد على هذه الوسائط، حيث أشار الصحفيون إلى أنه حتى عندما يتعلّق الأمر بالتعامل الرسمي مع وسائل الإعلام الاجتماعية في ضوء القواعد الإرشادية التي تضعها بعض المؤسسات الإخبارية في هذا الشأن لصحفيها، فإن مستوى الضوابط الموجودة غير كافٍ أو لا يتمّ تنفيذها جيدًا، ومن ثمّ يقترح العرض التحليلي تسليط الضوء على مدى وجود قواعد إرشادية في الصحف والمواقع الإخبارية العربية تنظّم وتضبط تعامل الصحفيين فيها مع الشبكات الاجتماعية، وإخضاع هذه القواعد للدراسة والتحليل من جهة، ومدى تنفيذها من قبل الصحفيين من جهة أخرى.

١٠. تطرقت بعض الدراسات الأجنبية -عينة التحليل- إلى مفاهيم ومصطلحات جديدة تولدت من بيئة الإنترنت والإعلام الاجتماعي، ومن أبرزها مصطلح "حشد المصادر" أو "التعهد الجماعي" Crowdsourcing الذي يشير إلى يشير إلى الاستعانة بالجمهور بغية الحصول على المعلومات، وقد انتشر هذا المفهوم مع انتشار تقنيات الجيل الثاني للإنترنت، وخاصة الشبكات

الاجتماعية، وكذلك مصطلح "التهجين" Hybridity الذي تمّ استخدامه في سياق الدراسات الأجنبية لاستكشاف الإمكانيات التحويلية لتبني وسائل التواصل الاجتماعي، وما يرتبط بها من إجراءات وقيم مهنية مختلفة عن الإجراءات والقيم في الوسائل التقليدية، في ظل غياب تام لمثل هذه المصطلحات في البحوث العربية عينة التحليل، وفي هذا السياق يقترح العرض التحليلي أن يوجّه الباحثون اهتمامهم في إجراء بحوث ودراسات تسلط الضوء على المفاهيم والمصطلحات الجديدة ومنها مصطلح "حشد المصادر" ومصطلح "التهجين" وغيرهما، واختبارها في مجتمعاتنا العربية في ضوء ما كشفت عنه نتائج كثير من الدراسات والبحوث التي خضعت للتحليل فيما يتعلّق بتوظيف الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أفكار قصص صحفية وكذلك العثور على شهود عيان أو قصص داعمة لموضوعاتهم الصحفية، إلى جانب المعضلات الأخلاقية والمهنية الناجمة عن تزايد اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي.

١١. أوضحت نتائج إحدى الدراسات الأجنبية -عينة التحليل- (Ulrika Hedman, Monika Djerf-Pierre/٢٠١٨) أن هناك ثلاث فئات رئيسية من الصحفيين من حيث علاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، وهم: (المتهزبون المتشككون - النفعيون/البراجماتيون - النشطاء المتحمسون) كما كشفت عن وجود اختلافات بين هذه الفئات من حيث درجة العلاقة بالشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو الاعتماد عليها كمصادر معلومات صحفية، وفي هذا الإطار، يقترح العرض التحليلي تركيز الدراسات والبحوث المستقبلية حول رصد تغيّر طبيعة الدور المهني للصحفيين في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دراسات مقارنة بين الأداء المهني للصحفيين الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وبين الصحفيين الذين لا يعتمدون على هذه المواقع.

١٢. اهتمت بعض الدراسات الأجنبية -عينة التحليل- بالتطرق إلى اعتماد الصحفيين الاستقصائيين على مواقع التواصل الاجتماعي في التشبيك مع نظرائهم من الصحفيين الاستقصائيين على مستوى العالم محلياً وخارجياً وتبادل

المعلومات والآراء وتوسيع نطاق تحقيقاتهم الاستقصائية، وفي هذا الإطار يقترح العرض التحليلي إجراء دراسات مماثلة في الواقع الصحفي العربي، من خلال البحث في كيفية تعامل الصحفيين الاستقصائيين في مصر أو على مستوى عربي مع مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة ومستويات هذا التعامل، في ضوء ما تتميز به هذه الفئة من الصحفيين -بحكم عملها الاستقصائي- من التشكيك في المعلومات وإجراءات التحقق منها في ممارساتهم التقليدية وهو ما يدعو إلى الكشف عن ذلك في بيئة الشبكات الاجتماعية، علاوة على أن هناك حاجة إلى مزيد من البحث لإلقاء الضوء على كيفية تحوّل التأثيرات في العمل الصحفي من الوسائل التقليدية إلى وسائل الإعلام البديل، خاصة في معالجة قضايا الفساد والتي تعدّ أبرز اختصاصات الصحافة الاستقصائية.

١٣. أظهرت نتائج العرض التحليلي أن هناك تطورًا واضحًا بالنسبة للأطر والنماذج التفسيرية التي تمّ توظيفها في البحوث والدراسات المتعلقة بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني للصحفيين، وإن كان هذا التطور أكثر بروزًا في سياق الإسهامات البحثية والأكاديمية التي قدّمها الباحثون في سياق المدارس البحثية غير العربية وخصوصًا الأمريكية أو الآسيوية أو حتى الأفريقية، وعلى الرغم من ذلك، إلا أن المتأمل في حال كثير من هذه الدراسات والبحوث -عيّنة التحليل- يكتشف بجلاء استمرار طابع التقليد في توظيف مثل هذه الأطر والنماذج التفسيرية، دون حرص حقيقي من الباحثين على الاستفادة من التطورات التي حدثت في هذه الأطر والنماذج، وحتى في حال الاستفادة فإنها تكون استفادة شكلية تتجلى في استخدام كثير من الباحثين للنظريات والمداخل المستحدثة دون تطبيقٍ واسعٍ لفروضها ومحدّداتها أو الاستفادة منها كأطر تفسيرية تُستخدَم في مناقشة النتائج وربطها بالسياقات التي أُجريت فيها الدراسات، ومن ثم، يقترح العرض التحليلي توجيه اهتمام الباحثين إلى تعظيم الاستفادة من النماذج والنظريات الحديثة التي تتوافق مع طبيعة البيئة الافتراضية، والابتعاد عن النظريات التي تمّ تطبيقها بكثافة في بيئة الإعلام التقليدي، وهنا تنبغي الإشارة إلى ضرورة استفادة الباحثين من التطورات المنهجية والنظرية التي حدثت في مناهج العلوم

الاجتماعية والإنسانية الأخرى، بل وفي كثير من مجالات العلوم التطبيقية مثل علوم الحاسب والشبكات، والذكاء الاصطناعي، حيث بدأت تظهر في كثير من الدراسات الأجنبية الحديثة بعضاً من هذه الأطر والأساليب؛ مثل نظرية الحتمية الرقمية ونظرية التلاقي أو الدمج ونظرية الذات الثانية، ونظرية إعادة تشكّل وسائط الاتصال،... إلخ، إضافة إلى مداخل متنوّعة منها: مدخل تحليل الشبكات الاجتماعية، والتحليل البنوي للشبكات..، وغيرها من أطر ومداخل تمثّل نقلة نوعيّة في مجال الدراسات العلمية مقارنة بالمرحل التاريخية السابقة.

١٤. انصبّ اهتمام عدد غير قليل من الدراسات والبحوث الأجنبية -عينة التحليل- على استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للعلامات التجارية Brand لمؤسساتهم الصحفية ومواقعهم الإخبارية، وهو بعد غاب عن البحوث والدراسات العربية التي خضعت للتحليل، ومن ثمّ تأتي أهمية إجراء دراسات تقترب من هذا الجانب من استخدامات الصحفيين للشبكات الاجتماعية والذي يتعلّق بطبيعة ظهورهم على مواقع التواصل الاجتماعي سواء كان شخصياً أم مهنيّاً، وإلقاء الضوء على ممارساتهم بشأن العلامات التجارية الخاصة بالصحف أو المواقع التي ينتمون إليها ويشيرون إليها في معلومات ملفّاتهم الشخصية Profiles على الشبكات الاجتماعية، ويمكن لمثل هذه الدراسات أن تخرج بمؤشّرات حول سياسات المؤسسات الصحفية والإخبارية المصرية أو العربية بشأن تشجيع صحفيها على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصاً في ظل إشارة نتائج بعض الدراسات -عينة التحليل- إلى أن المؤسسات الإخبارية من خلال سياساتها الخاصة بالوسائط الاجتماعية عكست "تضارباً" بشأن الهوية الشخصية والمهنيّة، فلدّى بعض هذه المؤسسات سياسات صارمة للغاية في مواقع التواصل الاجتماعي تقيد استخدام هذه المواقع بشكل شخصي، بينما تشجع مؤسسات أخرى الاستخدام الشخصي لهذه المواقع من قبل صحفيها باعتبارها وسيلة لترويج العلامات التجارية لهذه المؤسسات.

١٥. يقترح العرض التحليلي إجراء مزيد من الدراسات التي تسهم في تسلّط الضوء على الاعتبارات والعوامل التي قد تؤثر على استخدام الصحفيين لمواقع

التواصل الاجتماعي في مناقشة الشؤون العامة خصوصًا على المستوى المحلي، ويأتي هذا الاقتراح في ضوء ما تطرقت إليه إحدى الدراسات -عينة التحليل- بشأن عزوف بعض الصحفيين عن تناول القضايا العامة على صفحاتهم أو حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي تجنبًا للمشاكل التي قد يسببها لهم التعبير عن آرائهم في هذه القضايا، سواء داخل الصحف التي يعملون فيها أم من قبل الجهات والمؤسسات المعنية بهذه القضايا على مختلف أنواعها.

١٦. نظرًا لأهمية الدراسات البحثية المشتركة بين أكثر من باحث -سواء داخل الدولة الواحدة أو بالاشتراك مع باحثين من دول أخرى- في الاستفادة من مميزات العمل الجماعي في البحث العلمي، إلى جانب أهمية إجراء الدراسات البيئية التي تجمع بين التخصصات العلمية المختلفة، فقد كشف العرض التحليلي عن اعتماد عدد غير قليل من البحوث والدراسات الأجنبية في سياق المدارس البحثية التي تمّ رصدها على البحوث المشتركة لباحثين أو أكثر، وهو ما غاب عن البحوث والدراسات العربية؛ حيث غلب على هذه البحوث الطابع الفردي، وفي هذا الإطار، يؤكد العرض التحليلي على أهمية إجراء بحوث ودراسات مشتركة تجمع أكثر من باحث سواء داخل التخصص نفسه أو باحثين ينتمون إلى تخصصات مختلفة، خصوصًا في ظل تداخل مجال الإعلام مع مجالات أخرى كعلم النفس وعلم الاجتماع وغيرها من العلوم فيما يتعلّق باستخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي على وجه التحديد، ويبدو هذا الاقتراح منطقيًا في ضوء استعارة عدد من الدراسات الأجنبية نماذج تفسيرية وأطر نظرية مستمدة من حقل علم النفس وعلم الاجتماع كما تبيّن في سياق العرض التحليلي في الجزء الخاص بهذا الشأن.

قائمة المراجع

- (*) يشير مصطلح web 2.0 أو الجيل الثاني للويب إلى جيل جديد من الخدمات المتاحة على شبكة الويب العالمية والتي تتيح للمستخدمين إمكانية التعاون ومشاركة المعلومات على الخط المباشر، كما يوفر الجيل الثاني خبرة للمستخدمين تشبه تطبيقات سطح المكتب على الحاسبات الآلية وليست صفحات الويب الإستاتيكية المعهودة مع الجيل الأول للويب، وقد أدخلت كلمة web 2.0 أو الجيل الثاني للويب أواخر عام ٢٠٠٣ وبدايات عام ٢٠٠٤ والتي عادة ما تستخدم لتشمل ظواهر جديدة عديدة على شبكة الويب العالمية، وعلى الرغم من أن هذا المصطلح يعدّ مصطلحاً تسويقياً إلى حدّ كبير، إلا أن هناك بعض الصفات الأساسية المرتبطة به منها نمو الشبكات الاجتماعية والاتصالات ثنائية الاتجاه، وأنواع مختلفة من المحتوى. (المصدر: رحاب فايز، أحمد فايز: **الجيل الثاني من الويب وأدواته: دراسة مقارنة**، دورية العلوم الإنسانية، جامعة بني سويف، كلية الآداب، المجلد الثاني، العدد ١٤، أبريل ٢٠٠٩، ص: ٢-٧٦).
- (١) الصادق رابح: **إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، العدد السادس، نوفمبر ٢٠١٠، ص: ٢٦٥.
- (٢) إيمان الحداد: **الصحافة المكتوبة والميديا الاجتماعية: منصات جديدة واستخدامات وممارسات مستحدثة "صحيفتا La presse والشروق نموذجاً، الملتقى الدولي "الصحافة المكتوبة: أزمة أم تحولات؟، تونس، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، ٢٠-٢٢ أبريل ٢٠١٥، ص: ٣١٦.**
- (٣) Souman Hong: **Online News on Twitter: Newspapers Social Media Adoption and Their Online Readership**, Information Economics and Policy, Vol. 24, 2012, P: 6.
- (٤) خيرة خديم: **استخدام الصحافة المكتوبة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار: دراسة تحليلية لعينة من أعداد صحيفة الشروق اليومية**، مجلة دراسات وأبحاث-المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، جامعة الجلفة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠١٨، ص: ٧٣٥-٧٤٦.
- (٥) نور الدين هميسي، نجيب كامل: **الويب 0.2 وتأثيراته على بنية الخبر الصحفي عبر شبكات التواصل الاجتماعي: تحليل محتوى صفحة جريدة البلاد على الفيسبوك**، مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الثاني، أبريل ٢٠١٨، ص: ٢٥٤-٢٨٢.
- (٦) محمد بوحوالي: **واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي "بين التكامل والمنافسة: دراسة وصفية تحليلية**، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة الجزائر-٣، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٤.
- (٧) الصوت الحر - الشبكة العربية لدعم الإعلام: **العلاقة بين مواقع الأخبار وشبكات التواصل الاجتماعي: الاستخدام، الأهمية، والفرص**، القاهرة، الشبكة العربية لدعم الإعلام "الصوت الحر"، وحدة أبحاث التدريب، أغسطس ٢٠١٧.

(٨) سماح عبد الرازق الشهراوي: تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة أعداد مستخدميها على المحتوى المقدم عبر هذه الشبكات، المؤتمر العلمي الدولي الحادي والعشرين "الإعلام وبناء الدولة: الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٦-٢٧ مايو ٢٠١٥، ص.ص: ١٨٧-٢٢١.

(٩) إيمان الحداد: الصحافة المكتوبة والميديا الاجتماعية: منصات جديدة واستخدامات وممارسات مستحدثة: مرجع سابق، ص.ص: ٣١٥-٣٤٥.

(10) Clarissa C. David et.al: **Organizational adaptations to social media: How social media news workers in the Philippines are embedded in newsrooms and influences on editorial practices**, Newspaper Research Journal, Vol. 40, no. 3, 2019, pp: 329-345.

(11) Shannon C McGregor: **Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion**, Journalism, Vol. 20, No. 8, 2019, pp: 1070-1086.

(12) Jasmyn Wimbish: **Opening the gate: Twitter's impact on sports journalism**, Master's Thesis, William Allen White School of Journalism and Mass Communication, University of Kansas, 2018.

(13) Patrick Ferrucci: **Networked: Social media's impact on news production in digital newsrooms**, Newspaper Research Journal, Vol. 39, No. 1, 2018, pp: 6-17.

(14) Shannon C McGregor, Logan Molyneux: **Twitter's influence on news judgment: An experiment among journalists**, Journalism, 2018, pp: 1-17, **Retrieved from:** <https://doi.org/10.1177/1464884918802975>.

(15) Arthur D. Santana, Toby Hopp: **Tapping Into a New Stream of (Personal) Data: Assessing Journalists' Different Use of Social Media**, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 93, Issue 2, 2016, pp: 383-408.

(16) Stephen R. Barnard: **Tweet or Be Sacked: Twitter and the New Elements of Journalistic Practice**, Journalism, Vol. 17, Issue 2, 2016, pp: 190-207.

(17) Aaron Couch: **The Internal Policies Governing How Journalists Use Social Media in Their Work**, Master's Thesis, the William Allen White School of Journalism and Mass Communications, the University of Kansas, 2015.

(18) Angela M. Lee: **Social Media and Speed-Driven Journalism: Expectations and Practices**, The International Journal on Media Management, No. 17, 2015, pp: 217-239.

(19) Soo Jung Moon, Patrick Hadley: **Routinizing a New Technology in the Newsroom: Twitter as a News Source in Mainstream Media**, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 58, no.2, June 2014, PP: 289- 305.

(20) Charles Minshew: **An Online Disconnect: A Case of the Effect of Social Media On a Metropolitan Newsroom's Organizational Culture**, Master Thesis, The Faculty of the Graduate School, University of Missouri-Columbia, 2013.

(21) Michelle D. Brown: **Vetting Sources in Social Media Environments: Strategies Employed by Journalists of the Palm Beach Post**, Master's Thesis, The Dorothy F. Schmidt College of Arts and Letters, Florida Atlantic University, 2013.

-
- (22) Stephen R. Barnard: **Twitter And The Journalistic Field: How The Growth Of A New(S) Medium Is Transforming Journalism**, PHD Dissertation, The Faculty of the Graduate School, The University of Missouri, 2012.
- (23) Dhiman Chattopadhyay: **Gatekeeping Breaking News Online: How Social Media Affect Journalists' Crime News Sourcing And Dissemination In India**, PHD Dissertation, The Graduate College of Bowling Green, State University, 2018.
- (24) Usha M. Rodrigues: **Social media's impact on journalism: A study of media's coverage of anti-corruption protests in India**, Global media journal: Australian edition, Vol. 8, No. 1, 2014, pp: 1-10.
- (25) Tai Neilson: **I don't engage: Online communication and social media use among New Zealand journalists**, Journalism, Vol. 19, No. 4, 2018, pp: 536-552.
- (26) Kiguta Jane Wairimu: **The Impact Of Social Media On Print Journalism: A Case Study of the Star Newspaper**, Master's Thesis, The School of Journalism and Mass Communication, The University of Nairobi, 2018.
- (27) Kamenchu Ferdinand Mwongela: **A Study On How Social Media Have Changed Newsroom Operations In Kenya: A Case Study Of The Standard Group And Nation Media Group**, Master's Thesis, The School of Journalism and Mass Communication, University of Nairobi, 2015.
- (28) Gaia Loglio: **The impact of social media on Italian Journalism**, London College of Communication, 2018, *Retrieved from:* <https://www.gretalarocca.com/wp-content/uploads/2018/06/tesi-gaia-loglio.pdf>.
- (29) Sara Bentivegna, Rita Marchetti: **Journalists at a crossroads: Are traditional norms and practices challenged by Twitter?**, Journalism, Vol. 19, No.2, 2018, pp: 270-290.
- (30) Juliane A Lischka: **Logics in social media news making: How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards**, Journalism, July 2018, pp: 1-18, *Available at:* <https://doi.org/10.1177/1464884918788472>.
- (31) Ulrika Hedman, Monika Djerf-Pierre: **The social journalist: Embracing the social media life or creating a new digital divide?**, Paper presented at the annual meeting of the ICA's 68th Annual Conference, Hilton Prague, Prague, Czech Republic, May 22, 2018, *Retrieved from:* http://citation.allacademic.com/meta/p1353832_index.html.
- (32) Cheney Thomas: **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's Thesis, University of Gothenburg Department of Applied Information Technology Gothenburg, Sweden, 2013.
- (33) Bo Li, Sarah Stokowski, Stephen W. Dittmore, and Olan K. M. Scott: **For Better or for Worse: The Impact of Social Media on Chinese Sports Journalists**, Communication & Sport, Vol. 5(3), 2017, pp: 311-330.
- (34) Xu, Di: **Journalistic culture in contemporary China: media control, journalistic corruption, and the impact of social media**, PHD Dissertation, Centre for Cultural Policy Research, Department of Theatre, Film and Television, University of Glasgow, 2014.

- (35) Shaker Althiabi: **The Emergence of Social Media Networks and Their Impacts on Professional Journalism Practices in Saudi Arabia**, PHD Dissertation, Nottingham Trent University, 2017.
- (36) Petter Bae Brandtzaeg et.al: **Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media**, Journalism Practice, Volume 10, Issue 3, 2016, pp: 323-342.
- (37) Oberiri Destiny Apuke: **The Impact of Social Media on Conventional Journalism Practice in Nigeria: A Study of Journalists' in Jalingo Metropolis**, Canadian Social Science, Vol. 12, No. 12, 2016, pp: 59-65.
- (38) Tai-Li Wang: **From News Receiver to News Producer: The New Relationship between Journalists and Audience in Web 2.0**, Advances in Journalism and Communication, No. 4, 2016, pp: 55-66.
- (39) Yonghwan Kim et.al: **Uses and Gratifications, Journalists' Twitter Use and Relational Satisfaction with the Public**, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 60, No. 3, 2016, pp: 503-526.
- (40) Jihyang Choi: **Another Challenge of Convergence: The Impact on Newspaper Journalists of the Convergence of Print Journalism with Social Media**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012, Retrieved from: http://citation.allacademic.com/meta/p551179_index.html.
- (41) Amy Schmitz Weiss: **The digital and social media journalist: A comparative analysis of journalists in Argentina, Brazil, Colombia, Mexico, and Peru**, The International Communication Gazette, Vol. 77, No. 1, 2015, pp: 74-101.
- (42) Roumen Dimitrov: **Do Social Media Spell the End of Journalism as a Profession?** Global Media Journal, Australian Edition, Vol. 8, No.1, 2014, PP 1-16.
- (43) Steve Paulussen & Raymond A. Harder: **Social Media References In Newspapers Facebook, Twitter and YouTube as sources in newspaper journalism**, Journalism Practice, Vol. 8, Issue 5, 2014, pp: 542-551.
- (44) Marcel Broersma & Todd Graham: **Twitter as a news source :How Dutch and British newspapers used tweets in their news coverage, 2007-2011**, Journalism practice, Vol. 7, No.4, 2013, pp: 446-464.
- (45) Nic Newman et.al: **Social Media in the Changing Ecology of News: The Fourth and Fifth Estates in Britain**, International Journal of Internet Science, Vol. 7, No. 1, 2012, pp: 6-22.

(٤٦) سماح عبد الرازق الشهاوي: اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والتفاعل مع الجمهور: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٣، يناير-مارس ٢٠١٨.

(٤٧) مصطفى عبد الحي عبد العليم: استخدامات الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأدائهم المهني: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في الصحف المصرية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الصحافة والنشر، ٢٠١٦.

- (٤٨) إيمان السيد غريب: استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباع المتحققة: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥.
- (٤٩) أميمة أحمد رمضان: استخدام الصحف المصرية لأدوات الإعلام الجديد وانعكاساتها على العمل الصحفي: دراسة على القائم بالاتصال، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٥.
- (٥٠) لمياء محسن محمد: استخدامات النخبة الأكاديمية والإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعية والإشباع المتحققة منها: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥.
- (٥١) نرمين نبيل الأزرق: الاستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصحف المصرية بين تحقيق الحق في الاتصال وتطبيق أخلاقيات المهنة: دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار لدى القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٤١، يوليو-سبتمبر ٢٠١٢، ص.ص: ١٦٢-١٢١.
- (٥٢) زهرة زيان: واقع استخدام الصحفيين لموقع اليوتيوب في العمل الصحفي والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لصحفي مدينة ورقلة، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٩.
- (٥٣) نابي كرز: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية: دراسة ميدانية لعينة من الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم وجريدة Reflexion نموذجًا، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٩.
- (٥٤) خديجة بلاني: اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بمدينة قسنطينة وأم البواقي، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، ٢٠١٨.
- (٥٥) منير عيادي: القائم بالاتصال في الإعلام الجزائري والميديا الجديدة "الفيسبوك وتويتر نموذجًا" - دراسة وصفية على عينة من صحفي القطاع المكتوب والمسموع والمرئي في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، المركز الجامعي علي كافي، تندوف، المجلد الثاني، العدد الأول، مارس ٢٠١٨، ص.ص: ١٩١-٢١٢..
- (٥٦) خيرة محمدي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية: دراسة مسحية استطلاعية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، الجزائر، جامعة عبد الحق بن حمودة جيجل، العدد الأول، أكتوبر ٢٠١٧، ص.ص: ٧٣-٨٥.
- (٥٧) بويكر بوعزيز: استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار: دراسة ميدانية على عينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، رسالة دكتوراه، الجزائر، جامعة باتنة-١، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، ٢٠١٧.

- (٥٨) سعيدة خيرة بن عمار: تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين، رسالة دكتوراه، الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٦.
- (٥٩) محسن صخر: استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأداء الإعلامي الفيسبوك واليوتيوب والتويتر "نموذجاً": دراسة وصفية لعينة من الصحفيين الجزائريين بدور الصحافة بالجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٥.
- (٦٠) طالب كيجول: اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الاعلام الاجتماعية كمصدر لصناعة الأخبار: دراسة ميدانية، مجلة الصورة والاتصال، الجزائر، جامعة وهران، مخبر الاتصال الجماهيري وسيميولوجيا الأنظمة البصرية، المجلد ٣، العدد ٧، فبراير ٢٠١٤، ص.ص: ٢٥٦-٢٦٧.
- (٦١) ياسمينة سردون: اعتماد الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: دراسة مسحية لعينة من الصحفيين العاملين بـ"جريدة و قناة النهار"، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة خميس مليانة، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٣.
- (٦٢) دوار مغنية: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحرير الصحفي: دراسة ميدانية تطبيقية في دار الصحافة بولاية سعيدة حول "الفيس بوك" نموذجاً، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة د.مولاي الطاهر- سعيدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٤.
- (٦٣) بلبالي مصطفى: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحافية: دراسة وصفية على عينة من الصحافيين الجزائريين، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٣.
- (٦٤) منال معيض الجعيد: دوافع تعرض الصفوة الإعلامية السعودية لصحافة المواطن وعلاقتهم بدورها الإخباري: دراسة ميدانية، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، فلسطين، المركز القومي للبحوث بغزة، المجلد الرابع، العدد الأول، مارس ٢٠١٨، ص.ص: ٩٦-١١٨.
- (٦٥) محمد بن علي السويّد: اعتماد المغردين الإعلاميين على معلومات تويتر وتقييمهم لمدى مصداقيتها: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين السعوديين المغردين في تويتر، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الرياض، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٦، نوفمبر ٢٠١٦، ص.ص: ٧١-١٤٢.
- (٦٦) نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود: مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات: دراسة مسحية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الرياض، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٤، نوفمبر ٢٠١٥، ص.ص: ١١-٧٨.
- (٦٧) محمد بن علي السويّد: استخدامات الكتاب الصحفيين لتويتر وتأثيرها على أدائهم المهني: دراسة ميدانية على عينة من كتاب الصحف السعودية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الرياض، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٤، نوفمبر ٢٠١٥، ص.ص: ١٣٥-٢٢٢.

- (٦٨) مجدي محمد عبد الجواد الداغر: استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، العدد ٦٤، مارس ٢٠١٣، ص.ص: ٥٢٦ - ٦٤٨.
- (٦٩) أحمد بن إبراهيم المسيند: استخدامات الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الجديد والإشباعات المتحققة: الشبكات الاجتماعية نموذجًا: دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين في مدينة الرياض، رسالة ماجستير، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٢.
- (٧٠) عبد الرحمن محمد سعيد الشامي: اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا للأخبار في أثناء الحروب والأزمات: دراسة تطبيقية على عاصفة الحزم، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، المجلد ٣٦، العدد ١٤٤، خريف ٢٠١٨، ص.ص: ١٠٩-١٥٤.
- (٧١) وديع العززي: استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة مسحية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد ٤١، يوليو ٢٠١٦، ص.ص: ٧٥-١٢٨.
- (٧٢) محمود يوسف أحمد اللوح: اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاسها على أدائهم المهني: دراسة ميدانية في محافظات قطاع غزة، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠١٨.
- (٧٣) هشام سمير زقوت: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠١٦.
- (٧٤) فلاح سلامة حسن الصفدي: استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، فلسطين، الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠١٥.
- (٧٥) أمين منصور وافي: مدى اعتماد الإعلاميين الفلسطينيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات: دراسة ميدانية على الإعلاميين الفلسطينيين في غزة، بحث مقدم إلى الملئقى الدولي الثالث لعلوم الإعلام والاتصال "مفاهيم علوم الإعلام والاتصال في ظل الإعلام الجديد"، الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ديسمبر ٢٠١٢.
- (٧٦) سعاد بنت سرور بن مبارك: استخدامات الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أدائهم المهني، رسالة ماجستير، سلطنة عمان، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، ٢٠١٧.
- (٧٧) أحمد حمود مفضي الشمري: اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٧.

(٧٨) أحمد نبيه الخفاجي: الوظيفة الإخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٤.

(٧٩) سهى محمد على إسماعيل: استخدامات الصحفيين الأردنيين لفيسبوك والإشباع المتحققة: دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٤.

(٨٠) إسلام عبد الله أبو زهري: اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، رسالة ماجستير، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨.

(٨١) خولاء غانم المري: تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قسدية من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية، رسالة ماجستير، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٦.

(82) Andini NurBahri: **The Utilization of WhatsApp on Journalistic Practices of Harian Sumut Pos**, Jurnal Komunika Islamika, Vol. 6, No. 1, 2019, pp: 1-14.

(83) Tomás Dodds: **Reporting with WhatsApp: Mobile Chat Applications' Impact on Journalistic Practices**, Digital Journalism, Vol. 7, Issue 6, 2019, pp: 725-745.

(84) Amjad Omar Safori: **Social Media's Impact on a Journalist's Role**, Journal of Science Education, Vol. 19, No.1, 2018, pp: 148-162.

(85) Essam Mansour: **The adoption and use of social media as a source of information by Egyptian government journalists**, Journal of Librarianship and Information Science, Vol. 50, No. 1, 2018, pp: 48-67.

(86) Jared Charles Meisinger: **Citing your sources: How community journalists use social media for story content generation**, Master's Thesis, The Graduate College of Journalism and Mass Communication, Iowa State University, Ames, Iowa, 2018.

(87) David H. Weaver & Lars Willnat: **Changes in U.S. Journalism: How do journalists think about social media?**, Journalism Practice, Vol. 10, Issue 7, May 2016, pp: 844-855.

(88) Daniel John Schaefer: **Crowdsourcing as Bricolage: A Qualitative Study of Journalists Enlisting and Using Crowdsourcing in Social Media**, PHD Dissertation, University of Colorado, Department of Communication, 2013.

(89) Eric Lee White: **New Media in the Newsroom: A Survey of Local Journalists and Their Managers on the use of Social Media as Reporting Tools**, Master's Thesis, the School of Journalism and Mass Communication, the University of North Carolina, Chapel Hill, 2012.

(90) Sada Reed: **Print Sports Journalists' Use of Social Media and its Effect on Professionalism**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012, **Retrieved from:** http://citation.allacademic.com/meta/p547126_index.html.

(91) Matthew Powers and Sandra Vera-Zambrano: **How journalists use social media in France and the United States: Analyzing technology use across journalistic fields**, New Media & Society, Vol. 20, No. 8, 2018, pp: 2728-2744.

-
- (92) Nor Afizan Zakaria, Fariza Hanis Abdul Razak: **The Effect of Facebook on Journalist in News Writing**, Journal of Media and Information Warfare, Vol. 11, June 2018, pp: 29-49.
- (93) Agnes Gulyás: **Hybridity and Social Media Adoption by Journalists: An international comparison**, Digital Journalism, Vol. 5, Issue 7, 2017, pp: 884-902.
- (94) Magdalena Saldaña: **Sharing the Stage: Analysis of social media adoption by Latin American journalists**, Journalism Practice, Vol. 11, Issue 4, 2017, pp: 396-416.
- (95) Na Yeon Leea et.al: **How do journalists leverage Twitter? Expressive and consumptive use of Twitter**, The Social Science Journal, Vol. 54, Issue 2, June 2017, pp: 139-147.
- (96) Nusrat Azeema and Ayesha Nazuk: **WhatsApp and Journalism: News Practices of Pakistani Journalists**, Science, Technology and Development, Vol. 36, No. 4, 2017, pp: 249-258.
- (97) Diana Bossio, Saba Bebawi: **Mapping the emergence of social media in everyday journalistic practices**, Media International Australia, Vol. 161, No. 1, 2016, pp: 147-158.
- (98) Goran Sabah Ghafour: **To report or not to report: Journalists' view of social media's role in effecting differential outcomes of two journalists' murder cases in Kurdistan**, PHD Dissertation, William Allen White School of Journalism and Mass Communication, University of Kansas, 2016.
- (99) Hiba Kamal: **Twitter, as a Journalistic Tool: Exploring its Impact on Canadian Journalists**, Master's Thesis in Communications and Technology, the Faculty of Extension, University of Alberta, 2016.
- (100) İzzet Taşkıran, Ali Murat Kirik: **Use of Social Media As a News Source by Journalists: a Study to Determine The Perspective of Media Professionals**, Intermedia International e-Journal, Vol. 3, No. 1, Spring - June 2016, pp: 213-241.
- (101) Zeenat Abdool: **Social media and investigative journalism in South Africa: The extent to which investigative journalists in South Africa use social media to further their investigations, the impact and its pitfalls**, Master's Thesis, University of The Witwatersrand, Johannesburg, South Africa, 2015.
- (102) Marenet Jordaan: **Social media in the newspaper newsroom: The professional use of Facebook and Twitter at Rapport and the Mail & Guardian**, Master's Thesis, Stellenbosch University, Faculty of Arts and Social Sciences, Department of Journalism, 2012.
- (103) Mohammad Ayish and Noha Mellor: **Reporting in the MENA Region: Cyber Engagement and Pan-Arab Social Media** (London, England: Roman & Littlefield, 2015).
- (104) Ameyu Etana Kalo: **Social Media and Journalism: Journalists and Media Outlets' Use of Social Media Networks in Ethiopia**, Master's Thesis, The Graduate School of Journalism and Communication, Addis Ababa University, Ethiopia, 2015.
- (105) Amanda Gearing: **Investigative journalism in a Socially Networked World**, Pacific Journalism Review, Vol. 20, No.1, 2014, pp: 61-75.

- (106) Agnes Gulyas and Kristine Pole: **Adoption of Social Media Among Journalists in Australia, Canada, France, Finland, Germany, Sweden, UK, US**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013, **Retrieved from:** http://citation.allacademic.com/meta/p637087_index.html.
- (107) إبراهيم بعزیز: **توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الصحفيين: دراسة في الأنماط والانعكاسات على قطاع الإعلام، (في): اتحاد إذاعات الدول العربية: عصر الميديا الجديدة، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد ٨٧، ٢٠١٦، ص: ١٠٤.**
- (108) حسين محمد ربيع: **الممارسات الشخصية والمهنية للصحفيين المصريين على مواقع التواصل الاجتماعي: "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين مستخدمي موقع "فيس بوك" في الصحف المصرية"**، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٧، يناير-مارس ٢٠١٩.
- (109) خلف الطاهات وآخرون: **اهتمامات الصحفيين الأردنيين بالقضايا العامة على صفحاتهم الشخصية في موقع الفيسبوك**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٦٢، يناير-مارس ٢٠١٨، ص: ٥٩٥-٦٢٨.
- (110) بدور أحمد حسين: **ممارسات الإعلاميين العرب في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة مسحية على موقع الفيس بوك**، رسالة ماجستير، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٣.
- (111) Pablo López Rabadán, Claudia Mellado: **Twitter as a space for interaction in political journalism. Dynamics, consequences and proposal of interactivity scale for social media**, Communication & Society, Vol. 32, No. 1, 2019, pp: 1-18.
- (112) Ben S. Wasike: **Framing news in 140 characters: how Social Media Editors Frame the News and Interact with Audiences via Twitter**, Global Media Journal -Canadian Edition, Vol. 6, Issue 1, 2013, pp: 5-23.
- (113) Raluca Cozma and Kuan-Ju Chen: **What's In A Tweet? Foreign correspondents' use of social media**, Journalism Practice, Vol. 7, No 1, 2013, pp: 33-46.
- (114) Folker Hanusch: **Political journalists' corporate and personal identities on Twitter profile pages: A comparative analysis in four Westminster democracies**, New Media & Society, Vol. 20, No.4, 2018, pp: 1488-1505.
- (115) Pitabas Pradhan: **A study on Journalistic use of Social Media**, Amity Journal of Media & Communication Studies, Vol. 8, No. 1, 2018, pp: 49-59.
- (116) Diana Bossio & Vittoria Sacco: **From "Selfies" to Breaking Tweets: How journalists negotiate personal and professional identity on social media**, Journalism Practice, Vol.11, Issue 5, May 2017, pp: 527-543.
- (117) Folker Hanusch, & Axel Bruns: **Journalistic branding on Twitter: a representative study of Australian journalists' profile descriptions**, Digital Journalism, Vol.5, No. 1, 2017, pp: 26-43.

- (118) Cara Brems et.al: **Personal Branding On Twitter: How employed and freelance journalists stage themselves on social media**, Digital Journalism, Volume 5, Issue 4, 2017, pp: 443-459.
- (119) Iiona Turtola: **How do social media build the professional identity of journalists?**, Reuters Institute For the study of Journalism, University of Oxford, June 2017, **Retrieved from:** <https://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2017/06/Turtola-How-do-social-media-build-the-professional-identity-of-journalists.pdf>.
- (120) Na Yeon Lee, Yonghwan Kim, Jiwon Kim: **Tweeting public affairs or personal affairs? Journalists' tweets, interactivity, and ideology**, Journalism, Vol. 17, No.7, 2015, PP: 1-20.
- (121) Sophio Rusishvili: **Facebook usage among Norwegian journalists during the workflow**, Master's Thesis, Department of Media and Communication, University of Oslo, 2015.
- (122) Lily Canter: **The interactive spectrum: The use of social media in UK regional newspapers**, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol. 19, No. 4, 2013, pp: 472-495.
- (123) مجدي محمد عبد الجواد الداغر: **اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية: دراسة ميدانية**, حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الكويت، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، الحولية (38)، مارس 2018.
- (124) إنجي رجب شعبان، دعاء حامد الغوايبي: **أخلاقيات العمل المهني بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد**، المؤتمر العلمي الدولي لكلية الإعلام جامعة فاروس "مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة"، الإسكندرية، 1-3 نوفمبر 2014.
- (125) Klas Backholm, et. al.: **Crises: Rumours and Reposts: Journalists' Social Media Content Gathering and Verification Practices in Breaking News Situations**, Media and Communication, Vol. 5, No. 2, 2017, PP: 67-76.
- (126) John Wihbey, et. al.: **Exploring the Ideological Nature of Journalists' Social Networks on Twitter and Associations with News Story Content**, In Proceedings of Data Science +Journalism @ KDD'17, Halifax, Canada, August 2017, **Retrieved from:** <https://kennyjoseph.github.io/papers/dsj.pdf>.
- (127) Matthias Revers: **The Twitterization of News Making: Transparency and Journalistic Professionalism**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014, **Retrieved from:** http://citation.allacademic.com/meta/p713524_index.html
- (128) Ruisha Qian: **How social media are changing the way business journalists do their jobs**, Master's Thesis, The School of Journalism, University of Missouri-Columbia, 2013.
- (129) Maria Konow-Lund & Eva-Karin Olsson: **Social Media's Challenge to Journalistic Norms and Values during a Terror Attack**, Digital Journalism, Vol. 5, Issue 9, 2017, pp: 1192-1204.
- (130) Vittoria Sacco & Diana Bossio: **Using social media in the news reportage of War & Conflict: Opportunities and Challenges**, The Journal of Media Innovations, Vol. 2, No. 1, 2015, pp: 59-76.
- (131) Tamara Gillis and Kirsten Johnson: **Journalists' Credibility Assessments and Use of Social Media in the News-gathering Process**, Paper presented

at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08, 2013, **Retrieved from:** http://citation.allacademic.com/meta/p668947_index.html

(١٣٣) لمزيد من التفاصيل حول نظرية الحد من عدم اليقين، **يمكن الرجوع إلى كل من:**

- Turner, L.H. & West, R.: *Introducing Communication Theory*, 4th ed., (NY: McGraw Hill, 2010) pp: 147-165.
- Berger, C. R., Calabrese, R. J.: *Some Exploration in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Communication*, *Human Communication Research*, 1975, pp:99-112.
- Miller, K.: *Communication theories: Perspective, processes and contexts* (2nd ed., (NY: McGraw Hill, 2005) pp: 176-183.

(١٣٣) لمزيد من التفاصيل حول نظرية الحقل أو المجال، **يمكن الرجوع إلى كل من:**

- Rodney Benson: *Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies*, *Theory and Society*, No. 28, 1999, pp: 463-498.
- Rodney Benson, and Erik Neveu (eds.): *Bourdieu and the Journalistic Field* (UK: Polity Press: Cambridge, 2005).
- Stephen R. Barnard: *Opening Up Fields of Journalistic Possibility: Interactionism and Journalistic Professionalism in the Web 2.0 Era*, Conference Paper presented at the American Sociological Association's 2011 Annual Conference.