

أخلاقيات تغطية صحافة البث المباشر للأحداث اليومية عبر الصفحات الرسمية للصحف المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تطبيقية

د . أيمن محمد إبراهيم بريك*

د. إيمان محمود محمد أحمد**

ملخص الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل أخلاقيات تغطية صحافة البث المباشر للأحداث اليومية عبر الصفحات الرسمية للصحف المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال دراسة وصفية تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني وأداتي تحليل المضمون والاستبيان، حيث تم إجراء الدراسة على عينة من فيديوهات البث المباشر في الصفحات الرسمية لصحف (اليوم السابع، المصري اليوم، الوطن) على فيس بوك خلال الفترة من ١ يناير إلى ٣١ مارس، وتم إجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من القائمين بالاتصال في المنصات الرقمية للصحف المصرية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: جاءت الاهتمامات إنسانية والحوادث والجرائم في مقدمة المضمون الذي اعتمدت عليه صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية عينة الدراسة، فيما تمثلت أبرز التجاوزات الأخلاقية لصحافة البث المباشر في نشر صور وأسماء الضحايا، عدم احترام حق الفرد، التحيز لوجهة نظر معينة، والاهتمام بالسبق الصحفي على حساب الالتزام بقيم الممارسة المهنية، والتركيز على موضوعات الإثارة والفضائح مقابل تراجع الاهتمام بالموضوعات الجادة، حيث أكد القائمون بالاتصال على ضرورة الاهتمام بالتدريب وعقد دورات متخصصة للعاملين في صحافة البث، بالإضافة إلى ضرورة العمل على صياغة مدونة سلوك مهنية و تشريعات إعلامية ملزمة تنظم عمل صحافة البث المباشر لضمان التزام القائمين بالبث المباشر بالمعايير الأخلاقية والمهنية.

الكلمات المفتاحية:

صحافة البث المباشر – أخلاقيات الصحافة – مواقع التواصل الاجتماعي – الصحافة المصرية

*الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام - جامعة الأزهر
**الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بنات - جامعة الأزهر

Ethics of the live streaming Journalism Covering of Daily Events via Official Social Media Accounts of Egyptian Newspapers "An Applied Study"

Abstract:

The present study aims at monitoring and analyzing the Ethics of the live streaming Journalism Covering of Daily Events via Official Social Media Accounts of Egyptian Newspapers, through a descriptive study based on the methodology of the analytical survey and field survey, and using the tools of content analysis and questionnaire. The study was conducted on a sample of live streaming Journalism posted on the official pages of Al-Yawm Al-Sabi, Al-Masry Al-Yawm and Al-Watan newspapers on Facebook during the period from January 1 to March 31. The field study was conducted on a sample of 100 individuals from the communication personnel in the digital platforms of Egyptian newspapers .

The study concluded that: humanitarian issues, accidents and crimes rank first among the content on which the live broadcast press relied in the official pages of the study sample; the most prominent ethical abuses of live broadcast press were: publishing images and names of victims; lack of respect for the right of individuals; bias to a certain point of view; giving primacy to a scoop at the expense of adherence to the values of professional conduct; and focus on the topics of excitement and scandals at the expense of serious topics which declined. The communication personnel stressed the need to pay attention to training and holding specialized courses for broadcasting journalists, in addition to the need to work on drafting a professional code of conduct and binding media legislations that regulate the work of live broadcasting to ensure the live streaming Journalists' adherence to ethical and professional standards.

Key Words:

live streaming Journalism - Ethics - Social Media - Egyptian Newspapers

مقدمة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تصاعداً غير مسبوقاً في توظيف تقنيات البث المباشر live streaming عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين لهذه الصفحات من الأشخاص والمؤسسات الصحفية، حتى أصبحت هذه الصفحات تعكس جانباً كبيراً من الحياة اليومية بل وتؤثر فيها من خلال ما تنقله من أحداث تصنع من خلالها اهتمامات الرأي العام ووسائل الإعلام.

وإزاء هذا الانتشار الكبير لهذه التقنيات وجذبها لأعداد كبيرة من المشاهدين والمتابعين، أصبحت صحافة البث المباشر live streaming Journalism أحد الأشكال الحديثة التي أفرزتها البيئة الإعلامية في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي دفع المؤسسات الصحفية إلى الاعتماد على هذا النمط من الصحافة في تغطيتها للأحداث والوقائع اليومية عبر حساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، وخصصت لها أقساماً للبث المباشر وكذلك صحفيين متخصصين في بعض الأحيان في هذا النمط الجديد من الصحافة الذي يتداخل في كثير من خصائصه مع البث التليفزيوني.

وقد كان لتقنيات التصوير عبر كاميرات الهاتف المحمول والتي تطورت أيضاً كثيراً خلال السنوات الماضية دوراً مهماً أيضاً في تسهيل مهمة ما يمكن أن نطلق عليهم صحفيي البث المباشر الذين انتشروا في العديد من الأماكن ويحرصون على حضور العديد من الفعاليات اليومية، بل ويتلقون أحياناً المعلومات عن وقوع حادث أو أمر ما هنا أو هناك ويسارعون لتغطيته والنقاطه عبر كاميرات هواتفهم ويرسلون بها إلى منصات صحفهم ليتم نشرها مباشرة أو يقومون هم ببثها مباشرة على هذه الصفحات.

لقد ساعد هذا التطور التقني الهائل في تسهيل بث الأخبار والأحداث اليومية أولاً بأول، إلا أنه أسهم أيضاً في ظهور عدداً من الإشكاليات التي تتعلق بمستوى أخلاقيات ومهنية هذا المحتوى المقدم، ومدى ملائمته بل وتوافقه مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع، بالإضافة إلى إشكالية أخرى تتعلق بالبحث عن الترنند – ما كان يسمى سابقاً بالسبق الصحفي مع الفارق الكبير في المسمى وآلية الاستخدام –، وكذلك سعي الصحف لجذب أكبر عدد من المتابعين عبر صفحاتها حتى لو كان الأمر على حساب المعايير المهنية والأخلاقية أو جودة المحتوى، وغيرها من الإشكاليات التي تستدعي الدراسة والتحليل.

وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معرفته والوقوف عليه، وذلك من خلال التعرف على أخلاقيات صحافة البث المباشر عبر الصفحات الرسمية للصحف والمواقع المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي في تغطيتها للأحداث الجارية، وذلك من خلال التعرف على مدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية في تغطيتها للأحداث اليومية، سواء فيما يتعلق بطبيعة المضمون المقدم، ومصادر المعلومات المتضمنة في البث المباشر، وحجم التفاعل مع هذا البث، وأبرز التجاوزات المهنية والأخلاقية، بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية للوقوف على مدى أهية استخدام البث المباشر في تغطية الأحداث اليومية في الصفحات الرسمية لهذه الصحف على صفحات التواصل الاجتماعي، ومعرفة أبرز الأحداث اليومية التي يتم الحرص على تناولها، والقيم البارزة في فيديوهات البث المباشر بالإضافة إلى رؤية القائمين بالاتصال وتصوراتهم حول القائمين على البث المباشر ومدى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية

ومعرفة أبرز التجاوزات المهنية والأخلاقية في صحافة البث المباشر والمقترحات اللازمة لتطويرها من خلال دراسة تحليلية وميدانية بالتطبيق على عينة من محتوى صحافة البث المباشر على صفحات التواصل الاجتماعي لعينة من الصحافة المصرية تتمثل في اليوم السابع، المصر اليوم، الوطن.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين، هما:

المحور الأول: الدراسات المتعلقة باستخدام تقنيات البث المباشر في مجال الصحافة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت استخدام تقنيات البث المباشر في مجال الصحافة، ومن أبرز الأمثلة على ذلك:

دراسة (Jonathan Ilan، 2022)^(١) والتي استهدفت الوقوف على تأثير تقنيات البث المباشر على حركة الأخبار على شبكة الإنترنت، واتجاهات المستخدمين نحو استخدام هذه التقنيات من خلال تحليل تعليقات المستخدمين على مقاطع البث المباشر، وذلك بالتطبيق على ثلاث قنوات فيديو شائعة على YouTube، والتي تم فيها مراجعة جهاز LiveU Solo، وهي: Gaming Careers، Think Media، The Tech Buzz، حيث تم تحليل عدد من الموضوعات التي حظت بتفاعل كبير، كما تم إجراء مقابلات متعمقة مع عدد من مديري شركات البث المباشر حول العالم، وتوصلت النتائج إلى أن عملاء LiveU يعملون في الغالب في مجال الإعلام من وكالات الأنباء الدولية، والمحطات والشبكات التلفزيونية المحلية والدولية الرائدة، أو القنوات والمنظمات الرياضية المختلفة، وأنه وفقاً لـ LiveU، هناك ثلاث ميزات رئيسية مغلفة في جهاز Solo الخاص بها، والتي تهدف إلى تحسين تجربة البث المباشر للمستخدمين، منها: أنه سهل الاستخدام: لبدء البث المباشر، بالإضافة إلى موثوقيتها مما يسمح للمستخدمين بالانتقال مباشرة من "أي مكان"، كما توفير توصيل عالي الجودة.

واستهدفت دراسة (Jie Lv & Et al، 2020)^(٢) التعرف على كيف تؤثر تفاعلات البث المباشر ومحفزاتها المرئية على سلوك تفاعل المستخدمين المستمر، بالإضافة إلى العلاقة بين التفاعل في الوقت الفعلي وتصورات ونية المستخدم للاستمرار في استخدام البث المباشر وما إذا كانت هذه العلاقة تختلف بين بيئة البث المباشر والافتراضية، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٤٠ مفردة، باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك رابطاً بين التفاعلات في الوقت الفعلي، والمحفزات البصرية، والمشاركة المستمرة للمستخدمين، كما أن تفاعلات المستخدمين النشطة أثناء مشاهدة مقاطع الفيديو المباشرة تؤثر بشكل كبير على تصوراتهم للوجود الاجتماعي والثقة، مما يؤثر بدوره على سلوك التفاعل المستمر.

في حين سعت دراسة (سحر الخولي، ٢٠٢٢)^(٣) إلى التعرف على مدى استخدام مواقع الصحف المصرية لخدمة البث المباشر Live Streaming وعلاقته بتفضيلات الجمهور المصري، وفق دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بشقية التحليلي والميداني، وتم تطبيق استمارة تحليل مضمون على عينة عشوائية من الفيديوهات المنشورة على مواقع عدد من الصحف المصرية على الفيس بوك تمثلت في (الأهرام/ اليوم السابع/ موقع الدستور)، كما تم تطبيق استمارة استبيان على عينة من الجمهور المصري قوامها ٣٠٠ مفردة، وقد

أشارت النتائج إلى: أن نسبة ٥٠% من عينة الدراسة تقوم بمتابعة الموضوعات التي يتم بثها مباشرة على مواقع الصحف على الفيس بوك أحياناً، و ٣، ٤١% تقوم بمتابعتها دائماً، وأخيراً تتابع نسبة ٧.٨% من إجمالي عينة الدراسة نادراً. وجاءت الحوادث في مقدمة المضامين التي ترى عينة الدراسة أن مواقع الصحف تحرص على متابعتها عن طريق البث المباشر بنسبة ٦.٩٣%، تليها المضامين الاجتماعية بنسبة ٧.٧٨%، ثم المضامين الرياضية بنسبة ٧٧%.

وتناولت دراسة (هشام رشدي خير الله، ٢٠٢٢) ^(٤) العلاقة بين استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر المنصات الإلكترونية للصحف والحالة المزاجية لدى الجمهور، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقية التحليلي والميداني، وأداتي الاستبيان وتحليل المضمون، وطبقت الدراسة على فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك التابعة لصحيفة اليوم السابع والوطن والمصري اليوم، وطبقت الدراسة الميدانية إلكترونياً على عينة قوامها ٥٧٦ من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ارتفاع نسبة مشاهدة الجمهور لفيدوهات البث المباشر عبر فيسبوك بنسبة تزيد عن ٩٢%، وجاءت القضايا الاجتماعية في مقدمة القضايا التي تم تناولها عبر فيديوهات البث المباشر وتليها قضايا الجريمة والاعتداءات، ارتفاع مستوى تفاعلية الجمهور مع فيديوهات البث المباشر من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة، بالإضافة إلى أن تعرض الجمهور للقضايا السلبية عبر فيديوهات البث المباشر يؤدي إلى تشكيل الحالة المزاجية السلبية والعكس، كما أن المزاج العام السلبي يؤدي إلى انتقاء المضمون السلبي الذي يشاهده الجمهور والعكس.

واستهدفت دراسة (Daniël R. Sluman، ٢٠٢١) ^(٥) التعرف على الأسباب الكامنة وراء اعتماد مستخدمي الإنترنت على البث المباشر في الحصول على المعلومات، وذلك من خلال دراسة ميدانية، بالاعتماد على منهج المسح، وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٣١٩ مفردة من مستخدمي تقنيات البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على اعتماد المبحوثين على البث المباشر، منها: الدافع للتفاعل داخل المجتمع، وكذلك البحث عن معلومات وخبرات جديدة، والاستمتاع، وتجربة الدعم الخارجي والتفاعل مع أشخاص جدد، بالإضافة إلى الارتباط العاطفي للمستهلكين بالبث المباشر وتفاعلات المجتمع وأنماط الإنفاق داخل بيئة البث المباشر، كما يجذب مستهلكي البث المباشر إلى البنية الاجتماعية الدقيقة لمجتمعات البث المباشر، ويبدلون جهداً واعياً للعثور على مجتمعات تلبي احتياجاتهم، والتي تتراوح من التفاعل الاجتماعي، إلى جمع المعلومات والمهارات الجديدة وتعلمها، إلى تجربة تجربة الشعور بالانتماء.

وركزت دراسة (Johann Giertz & Et al، ٢٠٢٠) ^(٦) على مقومات البث المباشر الناجح عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الإجابة على تساؤلين هما: ماذا يقدم القائمون بالاتصال؟ وكيف يقومون بذلك المحتوى الذي يحظى بإقبال وتفاعل كبير من الجمهور؟، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي البث المباشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تفاعل المستخدمين مع البث المباشر يكون وفقاً للمنفعة المتوقعة من قبلهم من ما يقدمه هذا المحتوى من معلومات تدخل

التقليدية، كما أشارت النتائج أيضا إلى اختلاف الضوابط الأخلاقية للصورة الرقمية فيما يتعلق بالوعي بالقضايا الأخلاقية للتصوير الرقمي بين المصورين الصحفيين. دراسة (طلعت عيسى، ٢٠٢٠)^(١٠) والتي سعت إلى التعرف على رأي خبراء شبكات التواصل الاجتماعي في الأخلاقيات والضوابط الواجب توافرها في النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين خلال الأزمات، وذلك من خلال دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح، وأداة المقابلة المعمقة مع عينة عمدية من ٣٢ خبيراً ومتخصصاً في مجال شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين، خلال الفترة من ٧ : ٢٥ فبراير ٢٠٢٠، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الخبراء يرون أهمية وضع ضوابط ومحددات للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً خلال الأزمات، منها: التأكد من دقة المعلومة، وعدم التسرع في النشر، وذكر المصدر بشكل واضح، والابتعاد عن التشويه والتشهير، ومراعاة الحساسية الأمنية والمجتمعية عند النشر، فيما يشير الخبراء إلى أن أهم الأخلاقيات الواجب توافرها في القائم بالنشر على شبكات التواصل الاجتماعي هي: التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع، والرقابة الذاتية والمسئولية الاجتماعية، والالتزام بالأداب العامة للمجتمع، واحترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع، وأنه لا يمكن حصر النشر الإعلامي على فيات معينة لأنه يتعارض مع حرية الرأي والتعبير، وأنه من الأفضل توعية الجمهور إلى خطورة النشر الإعلامي، وأخلاقياته .

ورصدت دراسة (محمود حمدي عبد القوي، رباب عبد المنعم، ٢٠٢٠)^(١١) التأثيرات التي أحدثتها النشر الإلكتروني على أساليب الممارسة المهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية للصحافة المحلية، بالتطبيق على الصحف المحلية في قطاع شمال الصعيد، ومدى وعي واتجاهات والتزام الصحفيين بالصحف المحلية بأخلاقيات مهنتهم، واستخدمت الدراسة نظريتي الحتمية القيمية والمسئولية الاجتماعية، واعتمدت على منهج المسح، وأسلوب تحليل المضمون والاستبيان، وذلك بالتطبيق على عينة من المواقع المختلفة للصحف الإقليمية في محافظات (المنيا، والفيوم، وبنى سويف)، وتوصلت الدراسة إلى افتقار الصحافة المحلية الإلكترونية إلى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، وكثرة السرقات الصحفية والتحيز وعدم مراعاة الدقة في نشر الأخبار، وأكدت الدراسة أنه كلما ارتفع مستوى المفارقة القيمية لدى الصحفيين قلّ مستوى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية الصحفية.

واستهدفت دراسة (Anna-Katharina Jung & Et al، 2018)^(١٢) التعرف على الجوانب الأخلاقية التي يجب مراعاتها عند استخدام تقنية البث المباشر، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من الخبراء الدوليين من سبعة مجالات مختلفة: الأخلاق والسياسة والقانون والصحافة وهندسة البرمجيات ومشغلي المنصات والمستخدمين، باستخدام أسلوب دلقي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل التي يمكن أن تؤثر على أخلاقيات البث المباشر منها الظروف المحيطة، وطبيعة مقدم المحتوى هل هو صحفي متخصص أم شخص عادي، والجوانب الفنية التي يمكن أن تؤثر على البث المباشر مثل جودة الصوت والصورة وغيرها، وخصائص القناة التي يتم البث من خلالها، ومعدل انتشارها، بالإضافة إلى طبيعة الجمهور المستقبلي للمحتوى.

وتناولت دراسة (محمد عبوب، زهية يسعد، ٢٠١٨)^(١٣) التعرف على انعكاسات البث المباشر عبر مواقع التواصل على مهنية التغطيات الإخبارية للفتوات العربية، من خلال

دراسة تحليلية لبعض الفيديوهات في قناة الجزيرة الإخبارية خلال شهر ديسمبر ٢٠١٢، وقد توصلت إلى نتائج، أبرزها: أن مواقع التواصل الاجتماعي فرضت نفسها كصانع للأحداث و أرضخت القنوات التلفزيونية لها فأجبرتها على طرق تلك الأحداث ومعالجتها عبر شاشاتها حيث أن ٦٦،٧٪ من القضايا التي تم طرحها على قناة الجزيرة أنتجت مواقع التواصل الاجتماعي غير أن قناة الجزيرة غلبت الجانب السياسي للأحداث وفقا لتوجهها العام ومجال تخصصها وحسبها فإن رواد مواقع التواصل الاجتماعي يهتمون بالقضايا السياسية كونها اختارت القضايا الأكثر تداولاً على منصات التواصل الاجتماعي وكانت ٥٣،٣٪ منها سياسية.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في رصد وتحليل وتفسير مدى اعتماد الصحافة المصرية على تقنية البث المباشر عبر صفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي في تغطيتها للأحداث الجارية، وذلك من خلال الوقوف على حجم استخدام الصحافة المصرية للبث المباشر عبر صفحاتها، ومضمون هذا البث المباشر، ومصادر المعلومات التي يتم تغطيتها عبر البث المباشر، وحجم التفاعل مع البث المباشر، ومدى الالتزام بالقيم المهنية والأخلاقية في هذا البث، بالإضافة إلى التعرف على رؤية القائمين بالاتصال في الصحف والمواقع المصرية حول خاصية البث المباشر ومدى أهميتها لتلك الصحف وأبرز الأحداث التي تقوم صحافة البث المباشر بتغطيتها والقيم البارزة في صحافة البث المباشر ورؤية القائمين بالاتصال وتصوراتهم حول القائمين على البث المباشر، ومدى التزام القائمين بالبث بالمعايير المهنية والأخلاقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحف المصرية، ومقترحاتهم لتطوير صحافة البث المباشر. وذلك من خلال دراسة تحليلية بالتطبيق على عينة من محتوى صحافة البث المباشر على صفحات التواصل الاجتماعي للصحافة المصرية تتمثل في اليوم السابع، المصري اليوم، الوطن، ودراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في الصحف والمواقع الصحفية المصرية.

أهمية الدراسة:

أولاً: من الناحية النظرية: فإن هذه الدراسة تقدم إطاراً نظرياً يركز على التعريف بصحافة البث المباشر باعتبارها أحد الأنماط الصحفية التي جاءت استجابة للتطورات التقنية الحديثة ومواكبتها، بالإضافة إلى تناول ظهورها ونشأتها وأبرز مميزاتاها والمعوقات التي تواجهها والتوجهات المستقبلية نحو استخدامها المجال الصحفي.

ثانياً: من الناحية العلمية: فإن هذه الدراسة تأتي استجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية لدراسات في مجال استخدام صحافة البث المباشر في تغطية الأحداث الجارية، والوقوف على رؤية القائمين بالاتصال في هذا النمط من الصحافة الذي على الرغم من حداثة، إلا أنه حقق انتشاراً واسعاً ومعدل استخدام كبير خلال الفترة الأخيرة.

ثالثاً: من الناحية التطبيقية: فإن هذه الدراسة تكشف عن اعتماد الصحافة المصرية على تقنية البث المباشر في تغطية الأحداث الجارية، من خلال الوقوف على معدلات الاستخدام، والموضوعات والقضايا التي يتناولها هذا البث المباشر، ومدى الالتزام بالقيم المهنية والأخلاقية في بث هذا المحتوى، ومستوى تفاعل الجمهور معه، والوقوف على رؤية القائمين بالاتصال تجاه هذا النمط الجديد من الصحافة.

- كما ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة أمور، أبرزها:
- ١ - الأهمية الكبرى التي تحظى بها صحافة البث المباشر باعتبارها أحد الأنماط الحديثة في مجال العمل الصحفي.
 - ٢ - اتجاه عدد من المؤسسات الصحفية والمواقع الإلكترونية في مصر للاعتماد على البث المباشر عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ٣ - معدلات المشاهدات الكبيرة التي تحظى بها مقاطع البث المباشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٤ - أهمية الوقوف على رؤية القائمين بالاتصال تجاه المحتوى الذي يتم بثه عبر صحافة البث المباشر لتقييم هذا النمط الجديد من الصحافة والوقوف على أبرز إيجابياته وسلبياته.

أهداف الدراسة:

- هناك العديد من الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها، أبرزها:
- ١ - التعرف على مدى استخدام الصحافة المصرية لتقنيات البث المباشر على صفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٢ - الوقوف على المضمون الذي تركز الصحافة المصرية على تغطيته خلال صحافة البث المباشر.
 - ٣ - التعرف على المصادر التي يتم الاعتماد عليها في بث المحتوى الخاص بالأحداث الجارية.
 - ٤ - رصد مستوى تفاعل الجمهور مع الأحداث الجارية التي يتم تغطيتها من خلال صحافة البث المباشر.
 - ٥ - معرفة مدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية في تغطيتها للأحداث الجارية.
 - ٦ - الوقوف على رؤية القائمين بالإتصال في الصحف والمواقع المصرية حول استخدام البث المباشر.
 - ٨ - رصد القيم البارزة في صحافة البث خلال تغطيتها للأحداث حسب رؤية القائمين بالإتصال في الصحف والمواقع المصرية.
 - ٩ - التعرف على أبرز التجاوزات المهنية والأخلاقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في فيديوهات البث المباشر خلال تغطيتها للأحداث اليومية.
 - ١٠ - الوقوف على المقترحات اللازمة لتطوير صحافة البث المباشر خلال تغطيتها للأحداث.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات، في مقدمتها:
- ١ - ما مدى استخدام الصحافة المصرية لتقنيات البث المباشر على صفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ٢ - ما المضمون الذي تركز الصحافة المصرية على تغطيته من خلال صحافة البث المباشر؟
 - ٣ - ما المصادر التي يتم الاعتماد عليها في بث المحتوى الخاص بالأحداث الجارية؟
 - ٤ - إلى أي مدى يتفاعل الجمهور مع الأحداث الجارية التي يتم تغطيتها من خلال صحافة البث المباشر؟

- ٥ - ما مدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية في تغطيتها للأحداث الجارية؟
 - ٦ . ما رؤية القائمين بالإتصال في الصحف والمواقع المصرية حول مدى أهمية البث المباشر ؟
 - ٧ . ما أبرز الأحداث اليومية التي تحرص صحافة البث المباشر على تغطيتها من وجهة نظر القائمين بالإتصال؟
 - ٨ . ما القيم البارزة في صحافة البث خلال تغطيتها للأحداث حسب رؤية القائمين بالإتصال في الصحف والمواقع المصرية ؟
 - ٩ . ما أبرز التجاوزات المهنية والأخلاقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في فيديوهات البث المباشر خلال تغطيتها للأحداث اليومية ؟
 - ١٠ . ما المقترحات اللازمة لتطوير صحافة البث المباشر خلال تغطيتها للأحداث ؟
- الإجراءات المنهجية للدراسة، وتشمل:**

١ - نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تستهدف وصف الظاهرة موضوع الدراسة وخصائصها بهدف الحصول على معلومات عنها.^(١٤) دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً.^(١٥) والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها هي مدى التزام صفحات البث المباشر للصحف المصرية على صفحات التواصل الاجتماعي بالمعايير المهنية والأخلاقية في تناولها للأحداث الجارية والوقوف على رؤية القائمين بالاتصال نحو ذلك من خلال دراسة تحليلية ميدانية.

٢ - منهج الدراسة :

يعتمد الباحث في هذه الدراسة على:
(أ) **منهج المسح Survey** : وهو ذلك المنهج الذي يستهدف الإجابة على التساؤلات التي أثرت لحل المشكلة المطروحة، وملاحظة وتقييم الاحتياجات وتحديد الأهداف، لتحديد ما إذا كانت محددة ويمكن تحقيقها أم لا، وذلك للوصول إلى تصورات مستقبلية يمكن استخدامها لتحليل الاتجاهات ووصف الظاهرة الموجودة.^(١٦) ويعرف المسح أيضاً بأنه وسيلة لجمع معلومات حول خصائص أو أعمال أو آراء مجموعة كبيرة من الناس.^(١٧) ويقوم الباحثان في هذه الدراسة بإجراء المسح بشقيه التحليلي والميداني على عينة من صحافة البث المباشر على الصفحات الرسمية لعينة من الصحف المصرية، بالإضافة إلى عينة من القائمين بالاتصال في عدد من الصحف والمواقع الصحفية المصرية.

٣ - مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة في صحافة البث المباشر على الصفحات الرسمية للصحافة المصرية عبر صفحات التواصل الاجتماعي والتي تعتمد على البث المباشر في تناول الأحداث الجارية.

مجتمع الدراسة الميدانية :

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع القائمين بالاتصال في المواقع والصحف المصرية.

٤ - عينة الدراسة :

أولاً : عينة الدراسة التحليلية :

نظراً لصعوبة إجراء الدراسة على جميع صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحافة المصرية عبر صفحات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على البث المباشر في تغطية الأحداث الجارية، فقد تم إجراء الدراسة على عينة من صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية لصفح اليوم السابع – المصري اليوم – الوطن وقد تم اختيار هذه المواقع لعدة أسباب، منها:

- أن هذه المواقع لديها حسابات رسمية على منصة فيس بوك، وتستحوذ على أعداد كبيرة من المتابعين مقارنة بالمواقع الأخرى.

- أن الصفحات الرسمية لهذه المواقع تعتمد بشكل أكبر من المنصات الأخرى على خاصية البث المباشر في تغطيتها للقضايا والأحداث المختلفة.

كما تم استبعاد الصحف القومية والحزبية مثل الأهرام وأخبار اليوم والوفد بسبب ندرة استخدامهم لتقنية البث المباشر، بل تكاد تكون لاتستخدمها، وفقاً لدراسة استطلاعية تم إجراؤها.

كما تم الاعتماد على الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على فيس بوك حيث أنه المنصة الأكثر استخداماً في مجال البث المباشر من قبل الصحف عينة الدراسة.

المجال الزمني للعينة: تم تحليل جميع مقاطع البث المباشر المتعلقة بالأحداث الجارية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لمدة ٣ شهور خلال الفترة من ١ يناير ٢٠٢٣ وحتى نهاية مارس ٢٠٢٣ وذلك باستخدام أسلوب المسح الشامل على الصفحات عينة الدراسة حيث بلغ إجمالي عدد فيديوهات البث المباشر للصفحات الثلاث ٤٢٩ فيديو، بلغ عدد فيديوهات اليوم السابع ١٧٢ فيديو، بينما بلغ عدد فيديوهات المصري اليوم ٢٢٣ فيديو، في حين بلغ عدد فيديوهات صحيفة الوطن ٣٤ فيديو في الفترة الزمنية عينة الدراسة مع ملاحظة أن صحيفة الوطن في الفترة عينة الدراسة قامت بنشر عدد قليل من فيديوهات البث على عكس ماكانت تقوم به قبل ذلك وذلك تم ملاحظته أثناء الدراسة الاستطلاعية لاختيار عينة الدراسة التحليلية.

توصيف عينة الدراسة التحليلية

جدول (أ)

العدد	عدد المتابعين	عدد المعجبين
الصحف		
اليوم السابع	٢٧,١٤٤,٧٧٢	٢٠,٤٣٩,٢٠١
المصري اليوم	١٧,١٦٣,٧٥٥	١٣,٣٣٧,٧٣٧
الوطن	٢٠,٣٨٤,٥١٥	١٤,٧٢٤,٩١٩

- تشير بيانات الجدول (أ) إلى ما يلي:

- جاءت صحيفة اليوم السابع على رأس الصحف عينة الدراسة من حيث عدد المتابعين وعدد المعجبين حيث وصل عدد متابعيها ٢٧,١٤٤,٧٧٢ متابع، بالإضافة إلى ٢٠,٤٣٩,٢٠١ معجبين، تليها صحيفة الوطن من حيث عدد المتابعين والمعجبين حيث بلغ عدد متابعيها ١٧,١٦٣,٧٥٥ متابع، و ١٤,٧٢٤,٩١٩ معجب، بينما وصل عدد متابعي صحيفة المصري اليوم ١٧,١٦٣,٧٥٥، وعدد معجبيها ٢٠,٤٣٩,٢٠١ معجب، مما يجعلها في مقدمة الصفحات الرسمية للصحف المصرية على صفحات موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك.

ثانيا - عينة الدراسة الميدانية

طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من القائمين بالاتصال في عدد من المنصات الرقمية للصحف والمواقع الصحفية المصرية شملت (اليوم السابع، المصري اليوم، الوطن، القاهرة ٢٤، الأهرام، الأخبار، الجمهورية، الوفد، صدى البلد، فيتو، مبتدأ) باختلاف مراتبهم الوظيفية من نواب رئيس التحرير ومساعديه ومديري التحرير، ورؤساء الأقسام ونوابهم والقائمين بالبحث الا أن نحو ٩٤ استمارة فقط هي التي تم تحليلها احصائياً، وتم استبعاد ٦ استمارات لعدم اكتمالها أو عدم الدقة في ملأها من قبل بعض المبحوثين، وتم الاعتماد على أسلوب عينة كرة الثلج نظرا لصعوبة الوصول إلى هذه الفئة.

الفترة الزمنية: طبقت الدراسة خلال الفترة الزمنية من أول شهر أبريل ٢٠٢٣ وحتى نهايته وهي الفترة التي تلت الدراسة التحليلية والتي شملت تحديدا تطبيق الاستمارات الميدانية على القائمين بالاتصال عينة الدراسة.

وقد تنوعت سمات وخصائص عينة الدراسة الميدانية وفق عدة متغيرات مثل النوع – عدد سنوات الخبرة – السن كما يتضح من الجدول التالي :

جدول (ب)

توزيع المبحوثين وفقاً لمتغيرات الدراسة

المتغير	المبحوث	ك	%
السن	أقل من ٣٠ سنة	٧	٧,٤
	٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	٥١	٥٤,٣
	٤٠ - أقل من ٥٠	٣٣	٣٥,١
	٥٠ سنة فأكثر	٣	٣,١
الإجمالي	٩٤	١٠٠	
النوع	ذكر	٥٣	٥٦,٤
	أنثى	٤١	٤٣,٦
	الإجمالي	٩٤	١٠٠
عدد سنوات الخبرة	أقل من ١٠ سنوات	١٥	١٥,٩
	من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة	٤٠	٤٢,٦
	من ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة	٣١	٣٢,٩
	٢٠ سنة فأكثر	٨	٨,٦
الإجمالي	٩٤	١٠٠	
المسمى الوظيفي	مديرو تحرير ونواب رؤساء تحرير	٢٢	٢٣,٤
	رؤساء الأقسام ونوابهم	٢٦	٢٧,٦
	محررون	٢٧	٢٨,٧
	قائمون بالث مباشر	١٩	٢٠,٣
	الإجمالي	٩٤	١٠٠

تشير بيانات الجدول (ب) إلى توزيع القائمين بالاتصال وفقاً لمتغيرات السن والنوع والخبرات والمسمى الوظيفي: فمن حيث السن بلغت نسبة القائمين بالاتصال "أقل من ٣٠ سنة" بنسبة ٧,٤%، كما بلغت نسبة من هم "٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة" ٥٤,٣%، بينما بلغت نسبة "٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة" ٣٥,١%، في حين بلغت نسبة المبحوثين "٥٠ سنة فأكثر" ٣,١%.

ومن حيث نوع القائمين بالاتصال فقد بلغت نسبة الذكور ٥٦,٤%، كما بلغت نسبة الإناث ٤٣,٦%، أما من حيث عدد سنوات الخبرة فقد بلغت نسبة من هم "أقل من ١٠ سنوات" ١٥,٩%، ونسبة "من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة" ٤٢,٦%، ونسبة من كانت خبرتهم من "١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة" ٣٢,٩%، أما ٢٠ سنة خبرة فأكثر فقد بلغت نسبتهم ٨,٦%. ومن حيث المسمى الوظيفي فقد بلغت نسبة مديرو التحرير ونواب رؤساء التحرير ٢٣,٤%، بينما بلغت نسبة رؤساء الأقسام ونوابهم ٢٧,٦%، في حين بلغت نسبة المحررين ٢٨,٧%، كما بلغت نسبة القائمين بالث مباشر ٢٠,٣%.

٥ - أساليب التحليل:

اعتمدت هذه الدراسة على عدد من أساليب التحليل والتي تتوافق مع مشكلة وأهداف الدراسة، وتسهم في الإجابة على تساؤلاتها من أجل الوصول إلى نتائج تعكس أخلاقيات صحافة البث المباشر عبر الصفحات الرسمية للصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها للأحداث الجارية، وذلك من خلال دراسة تحليلية على عينة من صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، و تمثلت هذه الأساليب فيما يلي:

(أ) - **تحليل المضمون Content analysis**: والذي يعرف بأنه "تحليل كمي منظم للمحتوى الإعلامي يساعد على استخلاص النتائج و الاستنتاجات العامة التي تلخص المحتوى بدلا من التركيز على كل وحدة على حده".^(١٨) ويعرف أيضا على أنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل.^(١٩) ويرتبط تحليل المضمون ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية والتساؤلات الخاصة بالدراسة كما أنه لا يقتصر على الجوانب الموضوعية فقط، بل يشمل الجوانب الشكلية أيضا.

٦ - أدوات جمع البيانات :

١- **صحيفة تحليل المضمون**: والتي تم إعدادها بشكل منهجي كي تستخدم في التعرف على أخلاقيات صحافة البث المباشر عبر الصفحات الرسمية للصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها للأحداث الجارية، هذا وقد مرت عملية إعداد استمارة تحليل المضمون بعدد من الخطوات، نستعرضها فيما يلي :

الخطوات الإجرائية لإعداد استمارة تحليل المضمون :

لتصميم استمارة تحليل المضمون قام الباحث بالخطوات التالية:

- **التحليل المبني Preliminary Analysis** : وذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة، حيث تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمؤسسات صحفية للاطلاع على مدى اعتمادها على البث المباشر في تغطيتها للأحداث الجارية، وذلك بهدف تحديد الفئات الرئيسية والفرعية:

- تحديد وحدات التحليل :

تم الاعتماد على وحدتين للتحليل، هما :

أ - **وحدة المفردة**: وهي الوحدة الطبيعية لمادة الاتصال ويقصد بها في هذه الدراسة مقطع البث المباشر.

ب- **وحدة العد والقياس** : تم استخدام الوحدة الطبيعية لمادة الاتصال كوحدة للعد والقياس بحيث اعتبر مقطع البث المباشر وحدة للعد في تساؤلات الاستمارة، بحيث إذا تم تكرار الفئة داخل مقطع البث الواحدة فإنها تشكل تكرارا نسبيا واحداً.

٢- **أداة الاستبيان** : اعتمدت عليها الدراسة كأداة لجمع البيانات من القائمين بالاتصال، حيث تم تصميم استمارة مقسمة لأربعة محاور رئيسية الأول: يحدد مدى أهمية فيديوهات البث المباشر، والثاني: أبرز الأحداث اليومية التي تقوم صحافة البث المباشر بتغطيتها، والثالث: حول مدى الالتزام بالقيم والمعايير المهنية والأخلاقية خلال البث المباشر، والرابع: يرمز على المقترحات اللازمة لتطوير تقنية البث المباشر. وقد تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من القائمين بالاتصال في المواقع والصحف المصرية متنوعين من حيث النوع والسن والمسمى الوظيفي والخبرات.

٧ - إجراءات الصدق و الثبات:

- **أولاً : إجراءات الصدق :**

تم عرض استمارتي تحليل المضمون والاستبيان على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحيتها وملائمتها للدراسة.^(٢٠) وبناء على آراء السادة المحكمين في الاستمارتين،

تم إجراء التعديلات اللازمة من إضافة بعض التساؤلات والفئات وحذف أخرى بما يسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

- ثانياً: إجراءات الثبات :

ثبات استمارة تحليل المضمون:

تم إجراء اختبار الثبات على ٤٥ فيديو بث مباشر في الصفحات عينة الدراسة بما يقارب ١٠% من حجم العينة وحتى يكون العدد يمثل رقماً صحيحاً مع مراعاة تمثيلهم لصفحات الصحف الثلاث التي تم دراستها وتم الاستعانة باثنين من الباحثين^(٢١) لإعادة التحليل بعد تعريفهم بموضوع الدراسة وفئات ووحدات التحليل وجاءت نسبة الثبات ٨٨% وهي نسبة جيدة تدل على ثبات الأداة وتؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

ثبات استمارة الاستبيان:

تم استخدام أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار Test & Retest حيث تم إجراء دراسة أولية على ١٠ مفردات بما يعادل ١٠% من عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية، وبعد أسبوعين تم إعادة الاختبار عليهم مرة أخرى لقياس ثبات الاستمارة وقد كان معامل الثبات ٨٧% وهو ما يعد مؤشراً على ثبات الأداة ويؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

الإطار النظري للدراسة:

- صحافة البث المباشر live streaming Journalism

في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ظهر جيل ثان من تطبيقات Web 2.0 المتنوعة، جنباً إلى جنب مع العديد من منصات الشبكات الاجتماعية، مثل Facebook و Twitter، وقد أدى ذلك إلى تغييرات في النظام الإيكولوجي لوسائل الإعلام مكنت من التفاعل وإنشاء المحتوى التشاركي بطرق أعادت تشكيل العلاقة بعمق بين المنتجين والمستهلكين: من نواح عديدة، وقد أسهمت هذه التغييرات في تسهيل إمكانية إنشاء الوسائط وتداولها واستهلاكها والذي أصبح أكثر مرونة.^(٢٢)

لقد أثرت هذه التحولات في ديناميكيات إنتاج الوسائط وتداولها واستخدامها في المشهد الرقمي لصناعة الأخبار التي أصبحت، منذ ذلك الحين، أكثر قدرة على الحركة، حيث يتم استخدام العديد من تقنيات الاتصالات والمعلومات التفاعلية المحمولة والشخصية لإنتاج الأخبار، مما كان له تأثيراً على روتين صناعة الأخبار وبالمثل، يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث من قبل المستخدمين كمنصات رئيسية يمكن من خلالها الوصول إلى الأخبار، وفي الوقت الحاضر، يتم إنتاج المحتوى المتعلق بالأخبار من قبل جهات فاعلة متعددة (مثل المدونين والنشطاء) ويتم إتاحتها في أماكن مختلفة خارج غرفة الأخبار التقليدية، ومن بينها عبر توظيف تقنيات البث المباشر.^(٢٣)

وتشير تقنية البث المباشر في مجال الصحافة إلى تقديم المحتوى الصحفي المرئي للجمهور في الوقت الفعلي لوقوع الحدث وليس في الماضي كما كان يحدث سابقاً حيث كان يقتصر البث المباشر على وسائل الإعلام التي لديها تكنولوجيا للبث المباشر لمشاهديها، ولكن في السنوات الأخيرة، بدأ استخدام تقنية البث المباشر عبر الإنترنت، وأصبح الكثير من الجمهور ووسائل الإعلام يصنعون ويستهلكون تلك التجربة الحية من منازلهم - حيث أصبحوا ليسوا بحاجة لاستوديو تلفزيوني باهظ الثمن.^(٢٤)

وخلال السنوات الأخيرة شهدت عملية البث المباشر للمحتوى بالصوت والصورة في الوقت الفعلي عبر الوسائط الرقمية نمواً كبيراً وذلك بدعم من التقنيات الناشئة والتطبيقات والبرامج التي سهلت من القيام بهذا الأمر^(٢٥)، كما اكتسب البث المباشر أيضاً شعبية هائلة وتزايد أعداد المستخدمين بشكل مطرد واستحوذت منصات البث المباشر مثل Twitch و Youtube Live و Facebook Live وغيرها، والتي تعد من أكثر منصات البث المباشر الاجتماعية نجاحاً،^(٢٦) والتي جذبت ملايين المشاهدين والمستخدمين حول العالم، كما سمحت بالتفاعلات المتزامنة بين منشئ المحتوى (أي المتدفق) ومجتمعها / مجتمعها (أي الدردشة المباشرة)، أي أن البث المباشر أصبح أكثر شيوعاً لأنه يدمج وظائف الوسائط الاجتماعية من خلال تسهيل التفاعلات في الوقت الفعلي بين المحتوى والجمهور.^(٢٧)

ويشير مصطلح البث المباشر Live Streaming Definition إلى بث فيديو ومشاركته في الوقت الفعلي عبر الإنترنت، حيث تقدم معظم الشبكات الاجتماعية الآن خيارات البث المباشر التي تتضمن إمكانية التفاعل مع المشاهدين، الذين يمكنهم إرسال تعليقات وأسئلة مكتوبة خلال البث.^(٢٨) كما يشير مصطلح البث المباشر Live Streaming Definition إلى ذلك النوع من البث الذي يتم فيه بث الصوت أو الفيديو مباشرة عبر الإنترنت، حيث يتم نقل الوسائط أثناء التسجيل، مما يسمح للمشاهدين بمشاهدتها أو الاستماع إليها في الوقت الفعلي، ويتم تسليم معظم مجموعات البث المباشر عبر البث المتعدد، على عكس البث التلفزيوني، لا ينقل البث المتعدد الوسائط إلا إلى المستخدمين الذين يختارون مشاهدة البث أو الاستماع إليه، ويمكن لعدة مستخدمين "الضبط" على بث واحد، مما يوفر طريقة فعالة لتوصيل الصوت أو الفيديو إلى عدة مواقع في وقت واحد.^(٢٩)

ويقصد بصحافة البث المباشر live streaming Journalism ذلك الشكل من الصحافة الذي يعتمد على بث الأخبار والأحداث بشكل مباشر على شبكة الإنترنت بالصوت والصورة وقت وقوعها، حيث تبث منصات وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها كل شيء بدءاً من أحداث المشاهير والعروض الترويجية والأحداث اليومية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية وغيرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز لوحي أو كمبيوتر أو وحدة تحكم وأدوات وبرامج متخصصة في البث مع اتصال إنترنت سريع نسبياً.^(٣٠)

– فوائد البث المباشر: Benefits of Live Streaming

هناك العديد من الفوائد التي يحققها البث المباشر في مجال الصحافة، أهمها: ^(٣١)

١ – إمكانية الوصول إلى جمهور أوسع **You have a wider audience potential**: عادة ما تقتصر الأحداث المادية على المساحة المتاحة في مكان معين. ومع ذلك، من خلال البث المباشر، يمكنك دعوة أي عدد تريده من الأشخاص "الحضور" الحدث الخاص بك، وكذلك متابعة الأخبار أولاً بأول.

٢ – استخدام محتوى أكثر ثراءً **Richer content use**: لا يقتصر البث المباشر على خدمات بث الفيديو المباشر والصوت فقط، ولكن يكون لديك المرونة في استخدام مجموعة متنوعة من أشكال المحتوى والوسائط المتعددة، بما في ذلك الصور والنصوص والدردشة الحية، وغيرها.

٣ - يوفر السهولة والراحة **It provides ease and convenience**: هناك أسطورة شائعة حول البث المباشر وهي أنه من الصعب جداً وتقنياً بالنسبة للشخص العادي، ولكن على العكس من ذلك، يمكن أن يكون البث المباشر بسيطاً بشكل مخادع، فكل ما تحتاجه هو معدات فيديو وصوت ذات صلة، واتصال بالإنترنت، وجهاز تشفير، ومنصة بث مضمونة.

٤ - تقديم دعم موثوق للعملاء **Provide reliable customer support**: تعتبر عمليات البث المباشر طريقة رائعة للترويج لجلسة أسئلة وأجوبة مباشرة، حيث يعني استخدام خدمة البث المباشر أنه سيكون لديك شخص ما لدعمك في حالة ظهور مشكلات فنية غير متوقعة، كما ستوفر لك خدمة البث المباشر الموثوقة دعم العملاء المستمر وستوجهك خلال أي صعوبات تواجهها.

٥ - البث المباشر ميسور التكلفة **Live streaming is affordable**: هناك العديد من خدمات البث المباشر للفيديو المجاني، لكن الخدمات المجانية عادةً ما تتضمن إعلانات منبثقة مليئة بالرسائل غير المرغوب فيها تثير غضب المشاهدين، تعد خدمات البث الاحترافية أفضل للشركات، والعديد منها ليس باهظ التكلفة كما قد تتخيل.

أخلاقيات صحافة البث المباشر **Ethics of Live Streaming Journalism**: تمامًا مثل معظم وسائل الإعلام، واجه البث المباشر نصيبه من الجدل. ومع تزايد شعبية صحافة البث المباشر **Live Streaming Journalism**، يجلب تسجيل مقاطع الفيديو الحية ومشاركتها العديد من التحديات الفريدة، خاصة لمنصات الوسائط الاجتماعية والتطبيقات التي تستخدم التكنولوجيا^(٣٢). وقد ظهرت العديد من الإشكاليات التي تتعلق بأخلاقيات البث المباشر عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يكون هذا المحتوى غالباً غير خاضع للرقابة، كما يمنح البث المباشر المؤسسات الإخبارية الصغيرة والصحفيين المستقلين فرصة لنشر محتوى تم إنشاؤه بتكلفة أقل مما تتطلبه عمليات بث الأخبار التقليدية وبالتالي ربما تكون هناك إشكاليات تتعلق بجودة المحتوى، كما يمنح غياب الرقابة على المحتوى في بعض الأحيان الفرصة للمشاهدين في فك تشفير ما يرونه ويسمعونه من تلقاء أنفسهم.^(٣٣)

بالإضافة إلى ذلك فقد واجهت بعض المنصات مثل Facebook Live تدقيقاً فيما يتعلق بالبث المباشر لمقاطع الفيديو العنيفة في الأونة الأخيرة، حيث أثارت تداعيات سائق أوبر الذي كان يبيث ركاب سيارته دون إذنه مخاوف بشأن احترام الخصوصية والتصوير دون موافقتهم، وكذلك البث المباشر لحادث الهجوم الإرهابي على مسجد في نيوزلندا، وبالإضافة إلى قضايا أخرى تتعلق بنوع وطبيعة المحتوى ومدى التزامه بأخلاقيات النشر الصحفي أو البث الإعلامي.^(٣٤) على مستوى المؤسسات الصحفية، فقد وضع الصحفيون أخلاقياتهم المهنية الخاصة، والتي تعكس معضلاتهم اليومية، كما تم تطوير العديد من المدونات الأخلاقية التي تركز على مجموعة من المبادئ الأساسية، أهمها:^(٣٥)

١ - البحث عن الحقيقة والإبلاغ عنها **Seek Truth and Report it**: ويؤكد على الدقة في الإبلاغ، والذي يستلزم ممارسات مثل التحقق من المعلومات وتحديد المصادر والسماح للأشخاص بالرد على الادعاءات، والمحاسبة المسؤولة.

٢ - تقليل الضرر **Minimize Harm**: على مهمة الصحفي لتحقيق التوازن بين حاجة الجمهور إلى المعرفة والضرر المحتمل، حيث يحث القانون الصحفيين على التمييز بين حق الشخصيات العامة والخاصة في الخصوصية والنظر في الآثار طويلة المدى.

٣ – الاستقلالية Independently: وتتضمن تجنب تضارب المصالح ورفض الرشاوى وتمييز الأخبار عن الإعلانات.

٤ – التحلي بالمساءلة والشفافية Be Account- able and Transparent: وأن يمتلك الصحفيين القدرة على شرح قراراتهم الأخلاقية، والرد على الأسئلة المتعلقة بالدقة والوضوح والإنصاف، والاعتراف بأخطائهم وكشف السلوك غير الأخلاقي للآخرين.

وفيما يتعلق بأخلاقيات البث المباشر فإن هناك عدداً من المعايير الأخلاقية التي يجب مراعاتها، تتمثل في: احترام الخصوصية، والاستئذان قبل التصوير، تحذير المشاهدين إن كانت المادة المعروضة غير مناسبة لجميع الأعمار، وعدم الخروج عن الأداب العامة، وعدم نشر أسماء وصور الضحايا، وعدم الدعوة إلى اليأس والإحباط، وعدم ذكر مصدر الخبر، والتحيز في عرض المحتوى، بالإضافة إلى ضرورة الالتزام بحقوق النشر، عرض الحقائق كما هي دون تحيز، عدم الترويج لمحتوى غير أخلاقي، ومراعاة الحفاظ على قيم وعادات وتقاليد المجتمع.^(٣٦)

نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory:

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في أوائل القرن العشرين بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بعد الانتعاش الذي شهده مجال الاقتصاد وتكنولوجيا الصناعة^(٣٧)، حيث تقوم هذه النظرية على أساس الربط بين حرية وسائل الإعلام، ومسؤوليتها تجاه المجتمع، مع ضرورة الالتزام بمجموعة من المعايير المهنية التي تؤدي بهذه الوسائل أن تؤدي وظائفها بطريقة إيجابية ومسؤولية تجاه المجتمع.^(٣٨)

وتعرف المسؤولية الاجتماعية للصحافة تجاه المجتمع بأنها: "مجموع الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته، السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية، كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسئولة أمام القانون والرأي العام".^(٣٩) والأساس الذي تبنى عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية هو أن الحرية حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد، ولا تعفي النظرية الجمهور من مسؤولياته، حيث يجب أن يكون لدى الجمهور الوعي الإعلامي الكافي لتأهيلهم لتقييم الأداء الإعلامي.^(٤٠)

أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد رئيسية وهي:^(٤١)

- الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام وتشمل الوظائف السياسية والاقتصادية والتعليمية.
- معايير الأداء المهني والتي تشتمل على الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي.
- السلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، ويطلق عليها منظومة القيم المهنية.

لذا تسعى الدراسة الحالية في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى رصد وتحليل أخلاقيات تغطية صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للأحداث اليومية، والوقوف على رؤية القائمين بالاتصال لمدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية خلال تغطيتها للأحداث اليومية.

المفاهيم المرتبطة بالدراسة:

١ - أخلاقيات الإعلام **Media Ethics**: هي عبارة عن مجموعة المبادئ والمعايير والقيم التي يتم تطبيقها على سلوك وسائل الإعلام المختلفة وأدوارها ومحتواها. ^(٤٢) ويقصد بها في هذه الدراسة مدى التزام الصفحات الرسمية للصحف المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية عند اعتمادها على صحافة البث المباشر في تغطيتها للأحداث اليومية.

٢ - صحافة البث المباشر **Live Streaming Journalism**: ذلك الشكل من الصحافة الذي يعتمد على بث فيديو ومشاركته في الوقت الفعلي عبر الإنترنت بحيث يتيح إمكانية التفاعل مع المشاهدين الذين يمكنهم أيضاً إرسال تعليقات وأسئلة مكتوبة خلال البث. ^(٤٣)

٣ - الأحداث اليومية **Daily Events**: هي عبارة عن الأحداث المهمة التي تحدث ويتم متابعتها يومياً عبر وسائل الإعلام المختلفة. ^(٤٤) ويقصد بها هنا الأحداث اليومية التي يشهدها المجتمع المصري وتقوم الصفحات الرسمية لصحافة البث المباشر بتغطيتها.

نتائج الدراسة:

١- مدى اهتمام الصفحات الرسمية للصحف عينة الدراسة بصحافة البث المباشر:

جدول (١)

يوضح مدى اهتمام صفحات مواقع الدراسة بالبث المباشر

مدى الاهتمام	ك	%
المواقع		
اليوم السابع	١٧٢	٤٠,٢
المصري اليوم	٢٢٣	٥١,٩
الوطن	٣٤	٧,٩
الإجمالي	٤٢٩	١٠٠

- تشير بيانات الجدول: رقم (١) إلى ما يلي:

- جاءت صحيفة المصري اليوم على رأس الصحف عينة الدراسة من حيث عدد فيديوهات البث المباشر حيث وصل عدد مقاطع البث المباشر في الفترة الزمنية عينة الدراسة إلى ٥١,٩%، تليها صحيفة اليوم السابع حيث وصل عدد مقاطع البث المباشر في الفترة الزمنية عينة الدراسة إلى ٤٠,٢%، بينما بلغت نسبة مقاطع البث المباشر في الفترة الزمنية عينة الدراسة في صحيفة الوطن إلى ٧,٩%.

جدول (٢)
مدة البث المباشر عبر الصفحات عينة الدراسة

الصحف		اليوم السابع		المصري اليوم		الوطن		اجمالي	
مدة البث		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ٥ دقائق		٤٤	٢٥.٥	٤٧	٢١.١	٣	٨.٨	٩٤	٢١.٩
من ٥ إلى أقل من ١٠ دقائق		٧٣	٤٢.٤	٩٦	٤٣.١	١٠	٢٩.٤	١٧٩	٤١.٧
من ١٠ دقائق إلى أقل من ١٥ دقيقة		٣١	١٨.١	٢١	٩.٤	٦	١٧.٦	٥٨	١٣.٥
من ١٥ دقيقة إلى أقل من ٢٠		١١	٦.٤	١٤	٦.٣	٣	٨.٨	٢٨	٦.٥
من ٢٠ إلى أقل من ٣٠		٧	٤.١	٨	٣.٥	٢	٥.٩	١٧	٣.٩
من ٣٠ إلى ساعة		٦	٣.٥	٢	٠.٩	٤	١١.٨	١٢	٢.٨
أكثر من ساعة		-	-	-	-	-	-	٦	١.٤
المجموع		١٧٢	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	٣٤	١٠٠	٤٢٩	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى ما يلي:

- جاءت المدة الزمنية من ٥ دقائق إلى أقل من ١٠ دقائق في المرتبة الأولى من حيث مدة البث في الصفحات عينة الدراسة بنسبة ٤١,٧، تليها فئة أقل من ٥ دقائق بنسبة ٢١,٩%، ثم فئة من ١٠ دقائق إلى أقل من ١٥ دقيقة، بينما بلغت نسبة فئة من ١٥ دقيقة إلى أقل من ٢٠ ٦,٥%، ثم فئة من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ وذلك بنسبة ٣,٩%، بينما جاءت فئة من ٣٠ إلى ساعة بنسبة ٢,٨% وأخيراً فئة أكثر من ساعة بنسبة ١,٤%.
- وقد جاءت معظم فيديوهات البث المباشر في صحيفتي اليوم السابع والمصري اليوم من ٥ إلى 10 دقائق فلم تتجاوز الفيديوهات ٣٠ دقيقة أبداً، وكانت فيديوهات البث المباشر التي تصل إلى ٣٠ دقيقة هي الفيديوهات الخاصة بالمشروعات التي يفتتحها الرئيس السيسي والمؤتمرات وافتتاح المشروعات ونقل شعائر الصلوات، أما معظم الفيديوهات في جريدة الوطن كانت أكثر من نصف الساعة حيث وصلت إلى ساعة واثنين بل وأربع ساعات أحياناً وذلك فيما يخص البث المباشر للقاءات الرئيس السيسي والمؤتمرات أو احتفاليات أو تشييع جنازات أو بث من قنوات أو نقل شعائر للصلوات حيث كانت تقوم ببث الحدث كاملاً من بدايته إلى نهايته.
- ولعل مجيء المدة الزمنية أقل من ١٠ دقائق بنسبة تزيد عن 63% من فيديوهات البث المباشر عينة الدراسة، يرجع إلى طبيعة النشر الإلكتروني التي تعتمد على الفيديوهات القصيرة، وإن عملت بعض منصات البث المباشر على إطالة مدة البث المباشر بهدف محاولة جذب أكبر عدد من المشاهدين والمتفاعلين والمتابعين، في حين ربما يرجع ذلك أيضاً إلى حرص هذه الحسابات على مواصلة البث الخاص ببعض الفعاليات الخاصة بافتتاح المشروعات أو بث الصلوات خلال الجزء من العينة الذي توافقت مع حلول شهر رمضان المبارك.

- وهو م يفسر أيضا مجيء فترات البث الطويلة نسبياً أكثر من نصف ساعة بنسبة لا تتجاوز الـ 4,2%.

جدول (٣)

يوضح المكان الذي تم منه البث المباشر عبر الصفحات عينة الدراسة

الصحف	اليوم السابع		المصري اليوم		الوطن		اجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مكان البث								
الاستوديو	٥٧	٣٣.١	٦٣	٢٨.٢	٨	٢٣.٥	١٢٨	٢٩.٨
الشارع	١٩	١١.١	٤٥	٢٠.٢	٤	١١.٨	٦٨	١٥.٨
أماكن عامة	٧٠	٤٠.٧	٩١	٤٠.٩	٢٢	٦٤.٧	١٨٣	٤٢.٦
منازل مواطنين	٢٤	١٣.٩	٢٠	٨.٩	-	-	٤٤	١٠.٤
أخرى	٢	١.٢	٤	١.٨	-	-	٦	١.٤
المجموع	١٧٢	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	٣٤	١٠٠	٤٢٩	١٠٠

- تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى ما يلي:

- جاءت الأماكن العامة على رأس الأماكن التي نقلت منها صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة وذلك بنسبة ٤٢,٦%، يليها الاستوديو في المرتبة الثانية بنسبة ٢٩.٨%، ثم الشارع بنسبة ١٥,٨%، يتبعها منازل المواطنين بنسبة ١٠,٤% وأخرى بنسبة ١.٤%، ولعل مجيء الأماكن العامة في المرتبة الأولى يشير إلى طبيعة صحافة البث المباشر التي تسعى لنقل الحدث مباشرة من مكان حدوثه لتعبر عن نبض الشارع وقضاياها واهتماماته اليومية والأحداث الجارية، وهو ما يفسر أيضا مجيء التصوير في منازل المواطنين في مرتبة متقدمة نسبياً، وهو ما يمثل أيضاً أحد التحديات التي تواجه صحافة البث المباشر.

- ومن أبرز الأمثلة على البث من "الأماكن العامة" ما اعتمدت عليه الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع في اليوم السابع من بث صلاة التراويح من الجامع الأزهر، ومحطة قطار السكة الحديد، ومستشفى الحوض المرصود و نواد رياضية، ومدينة الأسمرات، ستاد القاهرة، مسجد المشير، ومعارض أهلا رمضان، بينما جاءت أبرز الأماكن العامة التي اعتمدت عليها صحيفة الوطن، كانت مسجد الشامخة بينها، مدينة الأسمرات، مسجد التنعيم مرسى مطروح، مركز مصر الثقافي الإسلامي بالعاصمة الإدارية الجديدة، قصر الاتحادية، ستاد القاهرة، محافظة شمال سيناء، كاتدرائية ميلاد المسيح، وبينما جاءت أبرز الأماكن العامة التي اعتمدت عليها صحيفة المصري اليوم في البث المباشر، مائدة رحمن في المنيا، سوق الخضروات والفاكهة، مسجد زياد بن المغيرة في المنيا، كنيسة الإسكندرية، موقف سيارات القرى في دكرنس، معرض أهلا رمضان غرب الإسكندرية، سوق الخميس، أتوبيس نقل عام بالإسكندرية.

- أما فئة "الشارع" في صحيفة المصري اليوم فقد تم البث من الشارع مثل توزيع فوانيس رمضان بالشوارع على الأطفال، وتوزيع شنت رمضان بالشوارع على الناس، تصوير الشارع في حالة حدوث جرائم سواء سقوط فتاة من بلكونة، أو انتحار أو حدوث

جريمة بالشارع تصوير زينة رمضان في الشوارع، وفي اليوم السابع جاء فيديو بعنوان "تصوير الروحانيات والجمال في شوارع الحسين والمعز وخان الخليلي، وتصوير شوارع الإسكندرية عند تعطيل الدراسة بسبب سوء الأحوال الجوية، وتصوير الشارع بسبب التحولات المرورية عند تطوير محور ٢٦ يوليو، ومن أمثلة ذلك في صحيفة الوطن فيديو بعنوان " تصوير الشارع عند حدوث جريمة مثل رحيل أم شابة وأطفالها بسبب وجبة مسمومة في محافظة الوادي الجديد دون تحديد علاقة ذلك الشارع بالجريمة هل هو بيت الأم واطفالها أم لا، أما فيما يتعلق بفئة الاستوديو فقد كانت الصحف الثلاث تقدم نشرات من داخل الاستوديو الخاص بالصحيفة.

2 - مدى المضمون الذي رحزت عليه صحافة البث المباشر:

جدول (٤)

الصحف المضمون	اليوم السابع		المصري اليوم		الوطن		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسي	١١	٦,٤	١٠	٤,٥	١٥	٤٤,١	٣٦	٨,٤
اقتصادي	٦	٣,٥	٩	٤,١	٤	١١,٧	١٩	٤,٤
اجتماعي	٩	٥,٢	٧	٣,١	٢	٥,٩	١٨	٤,١
ديني	٧	٤,١	١٥	٦,٧	٥	١٤,٧	٢٧	٦,٣
اهتمامات إنسانية	٤٣	٢٥	٥٨	٢٦,١	-	-	١٠١	٢٣,٥
عسكري	٩	٥,٢	١٢	٥,٤	-	-	٢١	٤,٩
رياضي	٥	٣	١٥	٦,٧	٢	٥,٩	٢٢	٥,١
صحي	١٠	٥,٨	١٣	٥,٨	١	٢,٩	٢٤	٥,٦
طقس	١٢	٦,٩	١٠	٤,٥	٢	٥,٩	٢٤	٥,٦
حوادث وجرائم	٣٥	٢٠,٣	٤٢	١٨,٨	٢	٥,٩	٧٩	١٨,٤
ترفيه	١٥	٨,٧	١٩	٨,٥	١	٢,٩	٣٥	٨,٢
سياحي	١٠	٥,٨	١٣	٥,٨	-	-	٢٣	٥,٥
المجموع	١٧٢	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	٣٤	١٠٠	٤٢٩	١٠٠

يوضح مضمون البث المباشر عبر الصفحات عينة الدراسة

- تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى ما يلي:

- جاءت الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث مضمون البث المباشر للصفحات الرسمية للصحف عينة الدراسة وذلك بنسبة ٢٣,٥%، بينما جاءت فئة حوادث وجرائم في المرتبة الثانية بنسبة ١٨,٤% ثم ترفيه بنسبة ٨,١%، بينما بلغت نسبة المضمون السياسي ٧%، ثم المضمون الرياضي بنسبة ٦,٥%، ثم المضمون الديني بنسبة ٦,٢%، أما المضمون الصحي والطقس بنسبة ٥,٦%، كما بلغت نسبة المضمون السياحي ٥,٤%، ثم المضمون العسكري بنسبة ٤,٩%، ثم الاقتصادي بنسبة ٤,٤%، ثم المضمون الاجتماعي بنسبة ٤,١%.
- ولعل مجيء الاهتمامات الإنسانية والحوادث والجرائم في المرتبتين الأولى والثانية ونسبة تجاوزت الـ 40% يرجع إلى اهتمام الجمهور بشكل أكبر بالقضايا الاجتماعية

وتفاعلهم مع هذا النوع من المضمون بشكل أكبر مقارنة بالقضايا السياسية والاقتصادية وحتى الرياضية منها، كما ربما يرجع هذا أيضا إلى تركيز صحافة البث المباشر على هذا المضمون أكثر من غيره لسهولة تغطيته والوصول إليه وبثه دون صعوبات مقارنة بالمضمون الآخر الذي قد يغلب عليه الطابع الرسمي ويحتاج إلى ترتيبات وإجراءات بعينها لبثه.

- ومن أمثلة البث المباشر للأحداث الجارية المتعلقة بالإهتمامات الإنسانية فيديو بث مباشر بالصفحة الرسمية لصحيفة المصري اليوم بعنوان: "رجعوا لأهم حافيين.. أم أحمد" تستغيث من طليقها: "ميهدل عيالي ويحوعهم وعايزين يعيشوا معايا بس خايفين منه"، وكذلك فيديو "توفي بعد معاناة مع المرض و روتين العلاج.. جنازة المهندس أحمد الفحار أشهر محاربي السرطان في البحيرة"، و فيديو آخر بالصفحة الرسمية لصحيفة اليوم السابع بعنوان: "صورة جنب القلب.. عم عبد الله" عاشق المكواة يُحارب الوحدة بعد رحيل زوجته بالوفاء والحنين".
- ومن أمثلة الجرائم والحوادث، ما بثته صفحة البث المباشر على فيس بوك التابعة لصحيفة المصري اليوم بعنوان: "جريمة بعد السحور.. نجار موبيليا ينهي حياة زوجته في الدقهلية.. أسرة الضحية: "ضربها بالة حادة أمام أولادهم"، وكذلك فيديو بعنوان "تجرد من آدميته.. سائق المرج تعدى على طفلة لمدة ساعة.. والدتها: "مرحمش إعاقتها عايزة حق بنتي"، ومما بثته صحافة البث المباشر باليوم السابع، فيديو بعنوان: "الصحة: ارتفاع وفيات حادث قطار قلوب لحالتين.. والسكة الحديد تصدر بيانا تفصيليا".
- أما صحافة البث المباشر في الصفحة الرسمية لصحيفة الوطن فقد ركزت بشكل أكبر على المضمون السياسي والاقتصادي، حيث ركزت على افتتاح الرئيس السيسي للمشروعات القومية وكذلك تغطية مؤتمرات أو ندوات ومن أبرز الأمثلة على ذلك بث مباشر لـ "انطلاق مؤتمر بغداد للتعاون والشراكة بالأردن بمشاركة الرئيس السيسي"، و "الرئيس السيسي يفتتح مصنعي إنتاج الغازات الطبية والصناعية ومحطة توليد الطاقة"، "الرئيس السيسي يشهد احتفالية قادرون باختلاف"، "مؤتمر صحفي لرئيس الوزراء مصطفى مدبولي من ميناء الإسكندرية"، "تشاهدون الآن.. وصول الرئيس السيسي إلى قرية أم دومة بسوهاج"، "بث مباشر: الرئيس السيسي يتناول الإفطار مع أهالي قرية أم دوما في سوهاج"، و"وصول الرئيس السيسي لاحتفالات قداس عيد الميلاد المجيد بكاتدرائية ميلاد المسيح"، "تشاهدون الآن.. وصول الرئيس السيسي إلى مقر مؤتمر التحالف الوطني للعمل الأهلي"، حيث ركزت صحافة البث المباشر في صحيفة الوطن معظم اهتمامها على أخبار الرئاسة والحكومة في الفترة عينة الدراسة.
- وتتفق هذه النتائج - إلى حد ما - مع ما توصلت إليه دراسة (سحر الخولي، ٢٠٢٢) (٤٥) والتي أشارت إلى أن الحوادث جاءت في مقدمة المضامين التي ترى عينة الدراسة على

متابعتها عن طريق البث المباشر، تليها المضامين الاجتماعية، ثم المضامين الرياضية، وإن تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور.

• كما تتفق هذه النتائج أيضاً - إلى حد ما - مع ما توصلت إليه دراسة (هشام رشدي خير الله، ٢٠٢٢)^(٤٦) والتي أشارت إلى أن القضايا الاجتماعية جاءت في مقدمة القضايا التي تم تناولها عبر فيديوهات البث المباشر، تليها قضايا الجريمة والاعتداءات، وإن تم إجراء هذه الدراسة على عينة من الجمهور.

جدول رقم (٥)

يوضح مصادر المعلومات داخل البث المباشر عبر الصفحات عينة الدراسة

المصدر	اليوم السابع		المصري اليوم		الوطن		اجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صحفي من موقع الحدث	٧	٤.١	١٥	٦.٧	٣	٨.٨	٢٥	٥.٨
صحفي من الاستوديو	٣٠	١٧.٤	٥٧	٢٥.٥	٥	١٤.٧	٩٢	٢١.٤
شهود عيان	٩	٥.٢	١٢	٥.٤	٣	٨.٨	٢٤	٥.٦
قنوات	١١	٦.٤	١٧	٧.٦	٨	٢٣.٥	٣٦	٨.٩
مصدر مسؤول	١٩	١١.١	١٣	٥.٨	٢	٥.٩	٣٤	٧.٩
خبراء ومتخصصون	٦	٣.٥	٨	٣.٥	-	-	١٤	٣.٥
صاحب الحدث	٢٩	١٦.٨	٣٤	١٥.٢	٣	٨.٨	٦٦	١٥.٤
أكثر من مصدر	٦١	٣٥.٥	٦٧	٣٠.١	١٠	٢٩.٤	١٣٨	٣٢.٢
المجموع	١٧٢	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	٣٤	١٠٠	٤٢٩	١٠٠

- تشير بيانات الجدول (٥) إلى ما يلي :

- حيث جاءت فئة أكثر من مصدر في المرتبة الأولى من حيث مصادر المعلومات داخل البث المباشر وذلك بنسبة ٣٢,٢%، بينما جاءت فئة صحفي من الاستوديو في المرتبة الثانية بنسبة ٢١,٤% ثم صاحب الحدث بنسبة ١٥,٤%، بينما بلغت القنوات نسبة ٨,٩%، ثم مصدر مسؤول بنسبة ٧,٩%، ثم صحفي من موقع الحدث بنسبة ٥,٨%، أما شهود عيان بلغت النسبة ٥,٦%، كما بلغت نسبة خبراء ومتخصصون ٣,٥%.
- ولعل ارتفاع نسبة أكثر من مصدر يرجع إلى أن الفيديو الواحد من الممكن أن يحتوي على معلومات من صاحب الحدث ومن المذيع في موقع الحدث ومن مصدر مسؤول او خبراء ومتخصصون. كما ربما يرجع أيضا إلى ارتفاع نسبة فئة صحفي من الاستوديو إلى أن صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية لصحيفتي اليوم السابع والمصري اليوم تعتمد على عمل نشرات قصيرة لمذيع من داخل الاستوديو، لذلك نسبة صحفي الاستوديو مرتفعة بينما جريدة الوطن كانت تنقل كثيرا عن القنوات ولم تعتمد على تقديم النشرات بشكل كبير بالإضافة إلى قلة عدد فيديوهات البث المباشر عموماً.

٣ - التفاعل مع صحافة البث المباشر:

جدول رقم (٦)

يوضح متوسط عدد مشاهدات وإعجاب الجمهور لفيدوهات صحافة البث المباشر

اجمالي		الوطن		المصري اليوم		اليوم السابع		أنواع التفاعل	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٧٥.٥	٣٢٤	٦٤.٧	٢٢	٧١.٧	٧٠	٨٢.٥	٥١	أقل من ١٠٠ الف	المشاهدات
١٩.٨	٨٥	٢٣.٥	٨	٢٦.١	١٠.٨	١١.١	٧٠	من ١٠٠ الف الى ٥٠٠ الف	
٤.٧	٢٠	١١.٧	٤	٢.٢	٤٥	٦.٤	٥٢	أكثر من ٥٠٠ الف	
١٠٠	٤٢٩	٢٣.٥	٣٤	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	١٧٢	اجمالي	
٧٣.٦	٣١٦	٦٧.٦	٢٣	٧٩.٤	١٧٧	٦٧.٥	١١٦	أقل من ١٠٠٠	الإعجاب
٢٠.٩	٩٠	٢٠.٦	٧	١٧.٥	٣٩	٢٥.٦	٤٤	من ١٠٠ الف الى أقل من ٥٠٠٠	
٥.٥	٢٣	١١.٨	٤	٣.١	٧	٦.٩	١٢	من ٥٠٠٠ فأكثر	
١٠٠	٤٢٩	١٠٠	٣٤	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	١٧٢	اجمالي	

- تشير بيانات الجدول (٦) إلى ما يلي:

- جاءت المشاهدات أقل من ١٠٠ ألف في المرتبة الأولى من حيث جاء متوسط عدد مشاهدات الجمهور لفيدوهات صحافة البث المباشر وذلك بنسبة ٧٥,٥%، بينما جاءت فئة من ١٠٠ ألف إلى ٥٠٠ ألف في المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٨% ثم فئة أكثر من ١٠٠ ألف مشاهدة بنسبة ٤,٧%، أما بالنسبة لمتوسط إعجاب الجمهور بفيدوهات صحافة البث المباشر فقد بلغت فئة أقل من ١٠٠٠ إعجاب ٧٣,٦%، ثم فئة من ١٠٠ ألف إلى أقل من ٥٠٠٠ بنسبة ٢٠,٩%، ثم من ٥٠٠٠ فأكثر بنسبة ٥,٥%.

- وتشير هذه النتائج إلى أن نسبة المشاهدة الأقل من ١٠٠ ألف جاءت في المرتبة الأولى لصحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف عينة الدراسة ومن الأمثلة على ذلك: فيديو بث مباشر في المصري اليوم بعنوان "بسبب تعاطي المخدرات.. شاب يعتدي على مسنة بفصيل.. والمجني عليها: صحابي أصلي الفجر ونزل ضرب فيا"، حيث حصل على ٢١.٧ ألف مشاهدة، وفيديو آخر في الوطن: بعنوان: "الرئيس السيسي والسيدة قرينته يشهدان الاحتفال بيوم المرأة المصرية وتكريم الأم المثالية"، حيث بلغ عدد المشاهدات ٩.١ الف مشاهدة، وفيديو آخر بعنوان "تغطية لإفتتاح مركز مصر الثقافي الإسلامي"، حيث بلغ عدد المشاهدين ٢١,٥ ألف مشاهدة.

- بينما جاءت فئة من ١٠٠ ألف إلى ٥٠٠ ألف مشاهدة وفئة أكثر من ١٠٠ ألف مشاهدة بنسب منخفضة ومن أمثلة ذلك: فيديوهات البث المباشر في صحافة البث المباشر بالصفحة الرسمية لصحيفة اليوم السابع بعنوان: "شعائر صلاة الجمعة من مسجد المشير بحضور الرئيس السيسي"، حيث بلغ ١٩٢ ألف مشاهدة، وفيديو بعنوان: "سيدة ترويض الحديد معلمة صباحا وخرافة مساء الست منى.. نفسى الورشة تكبر ويقول للناس بلاش نبطل نلحم"، حيث حقق ١٦٧.٦ ألف مشاهدة، وآخر بعنوان: "عجل السامري وشجرة العليق ومقام هارون جولة في أماكن معجزات الأنبياء على أرض سانت كاترين" والذي حقق ١٠٦.٩ ألف مشاهدة، وفيديو بعنوان "الخير في أمتي إلى يوم الدين: قصر الكابجي يبدأ تحدي الخير في رمضان ب٤ الاف كرتونة"، حيث حقق ٢.٤ مليون مشاهدة.
 - وفي صحافة البث المباشر للصفحة الرسمية لصحيفة المصري اليوم بفيس بوك، فيديو بعنوان: "خالها أنهى حياتها وجدتها تخلصت منها في المقابر.. أول ظهور لأسرة طفلة أوسيم.. عاوزين حقها"، حيث بلغ ٣٠١.٩ ألف مشاهدة، وفيديو: "هتافات نارية لجماهير الأهلي تهز مدرجات استاد القاهرة"، وبلغ ٤٥٥ ألف مشاهدة، وآخر بعنوان "جريمة هزت السلام.. أهل مي أنهو حياة طفلتها بالتبني من ١٠ سنوات.. مكة كانت ملاك برىء مالهاش ذنب في الدنيا"، والذي حقق ٧٢٣.٣ مشاهدة.
 - وفي صحافة البث المباشر للصفحة الرسمية لصحيفة الوطن بفيس بوك فيديو بعنوان "مؤتمر صحفي لهيئة قناة السويس لعرض حصاد إنجازات الهيئة لعام ٢٠٢٢، وبلغ عدد المشاهدات ١٣٥.٩ ألف مشاهدة، وبث مباشر من دار الإفتاء لإعلان بداية شهر رمضان، وبلغ عدد المشاهدات ٢٤٣.٧ الف مشاهدة، وفيديو بعنوان "مؤتمر صحفي لرئيس الوزراء على هامش جولته التفقدية لمحافظة شمال سيناء" حيث بلغ عدد المشاهدات ٤٠٢.٦ الف مشاهدة. وآخر بعنوان "وصول الرئيس السيسي إلى قرية ام دومة بسوهاج" ٧٤٥,٦ مليون مشاهدة، وفيديو بعنوان الرئيس السيسي يتفقد الارتكازات الأمنية بشرق القناة ويلتقي مقاتلي قيادة قوات شرق القناة عدد المشاهدات ١ مليون مشاهدة.
- أما بالنسبة للاعجابات بفيدوهات صحافة البث المباشر، فقد أشارت النتائج إلى ارتفاع فئة أقل من ١٠٠٠ اعجاب مما يشير إلى أن نسبة التفاعل منخفضة سواء بالنسبة للمشاهدة أو الإعجابات، ومن أمثلة ذلك:
- ففي صحافة البث المباشر بالصفحة الرسمية لصحيفة المصري اليوم على فيس بوك: فيديو "لحظات تسليم الطفل شنودة لأسرته بالتبني وتوقيع إجراءات الإستلام والأسرة البديلة، والذي سجل ٢.١ الف اعجاب، وكذلك فيديو بعنوان "التمساح بـ ١٥٠٠ جنيه والقنفذ بـ ١٠٠.. "أفريكانو" عايش فى حديقة حيوانات بيربى ويبيع منها: "كل حيوان وله زبون"، وسجل ٤٢١ إعجاب، وكذلك فيديو بعنوان "عُمر كأكلت" مخلل بيض".." "الونش" غير مفهوم المخلات: "افتح نفسك على الفطار بمخلل الفراولة والفاصوليا"،

وسجل ٥٤١ إعجاب، وفيديو "جريمة بعد السحور.. نجار موبيليا ينهي حياة زوجته في الدقهلية.. أسرة الضحية: "ضربها بألة حادة أمام أولادهم"، وسجل ٩.٩ ألف إعجاب.

● ومن أمثلة ذلك في صحافة البث المباشر بالصفحة الرسمية لصحيفة اليوم السابع على فيس بوك: فيديو بعنوان: " توقعات أسعار الذهب في مصر بعد التراجع هل يستمر الانخفاض أم نتوكل وهل نشترى أم نبيع"، وسجل ٩٩ إعجاب، وكذلك "الدكش يكشف ما فعله جمهور الزمالك عقب الهزيمة من إنبي فى الدورى.. ورد فعل أمير مرتضى؟"، وسجل ٢.٤ ألف إعجاب، و فيديو بعنوان " عاجل" البنك المركزي يقرر رفع سعر الفائدة على الإيداع والاقراض بنسبة ٢.١%، وسجل ٢١ ألف إعجاب.

● ومن أمثلة ذلك في صحافة البث المباشر بالصفحة الرسمية لصحيفة الوطن على فيس بوك: فيديو بعنوان "أجواء احتفالية من سناد القاهرة بجهود متطوعي التحالف الوطني"، وسجل ٥٥ إعجاب فقط، وفيديو: "الرئيس السيسي يتفقد محور التعمير «محور أبو ذكري» بالإسكندرية، وسجل ٦٧٩ إعجاب، و "شعائر صلاة التراويح ثاني ليالي رمضان من مسجد عمرو بن العاص" ٢.٨ ألف إعجاب، و " صلاة التراويح تفاريج المصريين في رمضان.. مشهد يخطف القلوب من مسجد عمرو بن العاص" وسجل ٦.٦ ألف إعجاب.

● ولعل مجيئ مستوى المشاهدة والاعجاب بشكل متوسط في صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية بالصحف عينة الدراسة يرجع إلى حداثة هذا النمط من الصحافة، في حين كان واضحاً تفاعل الجمهور سواء من حيث معدلات المشاهدة أو الإعجاب مع القضايا والموضوعات ذات الطابع الاجتماعي أكثر منها في القضايا والموضوعات ذات الطابع السياسي أو الاقتصادي أو الموضوعات ذات الطابع الجاد أو الرسمي بشكل عام.

● وتتفق هذه النتائج - إلى حد ما - مع ما توصلت إليه دراسة (Jie & Et al ، 2020) و (Lv^(٤٧)) والتي أشارت إلى تأثير تفاعلات البث المباشر ومحفزاتها المرئية على سلوك تفاعل المستخدمين المستمر، حيث أشارت إلى أن هناك رابطاً بين التفاعلات في الوقت الفعلي، والمحفزات البصرية، والمشاركة المستمرة للمستخدمين، كما أن تفاعلات المستخدمين النشطة أثناء مشاهدة مقاطع الفيديو المباشرة تؤثر بشكل كبير على تصوراتهم للوجود الاجتماعي والثقة، مما يؤثر بدوره على سلوك التفاعل المستمر.

● وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (هشام رشدي خير الله، ٢٠٢٢)^(٤٨) والتي أشارت إلى ارتفاع مستوى تفاعلية الجمهور مع فيديوهات البث المباشر من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة، مع الإشارة إلى أن ذلك كان خلال دراسة ميدانية على الجمهور.

● كما تختلف هذه النتائج - إلى حد ما - مع ما توصلت إليه دراسة (Johann Giertz^(٤٩)) والتي أشارت إلى أن مستوى تفاعل المستخدمين مع البث المباشر يكون وفقاً للمنفعة المتوقعة من قبلهم من ما يقدمه هذا المحتوى من معلومات تدخل في حيز اهتمامهم.

جدول رقم (٧)
يوضح متوسط عدد تعليقات ومشاركات الجمهور على فيديوهات صحافة البث المباشر

اجمالي		الوطن		المصري اليوم		اليوم السابع		أنواع التفاعل	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٨١,٢	٣٤٨	٥٥,٨	١٩	٧٥,٨	١٦٩	٩٣,١	١٦٠	أقل من ١٠٠	تعليقات الجمهور
١٣,٧	٥٩	٢٦,٦	٩	١٨,٩	٤٢	٤,٦	٨	من ١٠٠ إلى أقل من ٣٠٠	
٥,١	٢٢	١٧,٦	٦	٥,٣	١٢	٢,٣	٤	٣٠٠ فأكثر	
١٠٠	٤٢٩	٢٣,٥	٣٤	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	١٧٢	اجمالي	
٧٩,٥	٣٤١	٧٠,٥	٢٤	٨١,١	١٨١	٧٩,١	١٣٦	أقل من ١٠٠	المشاركات
١٦,٥	٧١	١٧,٦	٦	١٥,٦	٣٥	١٧,٤	٣٠	من ١٠٠ إلى أقل من ٣٠٠	
٤	١٧	١١,٩	٤	٣,١	٧	٣,٥	٦	٣٠٠ فأكثر	
١٠٠	٤٢٩	١٠٠	٣٤	١٠٠	٢٢٣	١٠٠	١٧٢	اجمالي	

- تشير بيانات الجدول (٧) إلى ما يلي:

- جاءت التعليقات على فيديوهات صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية بالصحف عينة الدراسة على فيس بوك أقل من ١٠٠ في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٨١,٢ %، بينما جاءت فئة من ١٠٠ إلى أقل من ٣٠٠ في المرتبة الثانية بنسبة ١٣,٧ % ثم فئة أكثر من ٣٠٠ بنسبة ٥,١ %، أما بالنسبة لمتوسط مشاركات الجمهور لفيدوهات صحافة البث المباشر فقد بلغت فئة أقل من ١٠٠ مشاركة ٧٩,٥ %، ثم فئة من ١٠٠ إلى أقل من ٣٠٠ بنسبة ١٦,٥ %، ثم ٣٠٠ فأكثر بنسبة ٤ %.
- تشير النتائج إلى انخفاض نسبة تفاعل الجمهور مع فيديوهات صحافة البث المباشر بالصفحات الرسمية للصحف عينة الدراسة على فيس بوك سواء من حيث معدل التعليقات أو المشاركات إلى أقل من ١٠٠ في حين ترتفع نسبة المشاهدة كما يشير الجدول (٦) وهو ما يشير إلى أن الجمهور يشاهد معظم الفيديوهات دون التفاعل معها، وهذا ربما يرجع إلى حداثة هذا النمط من الصحافة، كما ربما يرجع أيضا إلى طبيعة جمهور صحافة البث المباشر والذي يكون أمام خيارات متعددة ويميل بشكل أكبر إلى المشاهدة منها إلى التفاعل بالتعليق أو المشاركة مع الآخرين.
- ومن أمثلة فيديوهات صحافة البث المباشر ذات التعليقات والمشاركات أقل من ١٠٠، في اليوم السابع فيديو بعنوان " الرئيس السيسي يتسلم رسالة خطية من محمد بن زايد للمشاركة في COP28 بدبي"، وبلغ عدد التعليقات ١١ تعليق و٣ مشاركات، وفيديو بعنوان " خير بلدنا" .. صوامع أسوان تستعد لاستقبال ١٩١ ألف طن من القمح

وتسهيلات للمزارعين خلال الموسم الجديد"، وسجل ٢ من التعليقات ومشاركة واحدة، وفيديو بعنوان "مصرية أبهرت الأمريكيين.. رانا عبد الحميد حصلت على تصريح رسمي برفع الأذان في مساجد نيويورك"، وسجل ٨٦ تعليق و٧ مشاركات.

● ومن الأمثلة على فيديوهات صحافة البث المباشر ذات التعليقات والمشاركات الأكثر من ١٠٠، فيديو بعنوان: " جماهير الأهلي تتوافد بأعداد كبيرة علي مدرجات استاد القاهرة قبل ساعات من مباراة الهلال"، وسجل ١٢٨ تعليق و٦ مشاركات، وفي المصري اليوم فيديو بعنوان " اتولد طبيعي وحالته اتدهورت.. "عمار" فقد البصر والنطق والحركة.. والديه: "بقالنا ٣ سنوات بنلف ومحدث قالنا إيه السبب، وسجل " ١,٥ الف تعليق و٦ مشاركات، وفيديو بعنوان " بيغني وهو يبسرح بالتروسيكل.. عم "سيد" بيجمع الخرقة من شوارع دمنهور بطريقته الخاصة: "باحب أسلطن الناس والزباين بتيجي علي صوتي"، وسجل ٣٩٨ تعليق، وآخر بعنوان " "تاجرت بشرف ولادها علشان الدولارات".. زوج البلوجر "هبة السيد" في أول ظهور له بعد القبض عليها بتهمة الإتجار في البشر يكشف التفاصيل كاملة" وسجل ٢٤٦ تعليق و٦٠ مشاركة.

● من الواضح أيضا ارتفاع معدلات التفاعل بالتعليق أو المشاركة مع الموضوعات ذات الطابع الاجتماعي والبعد الإنساني أكثر من غيرها من الموضوعات، وبخاصة الموضوعات الجادة، وهو ما يشير بوضوح إلى طبيعة جمهور صحافة البث المباشر، كما يفسر أيضاً طبيعة الموضوعات أو المضمون الذي يركز عليه هذا النمط من الصحافة وذلك كما يوضح جدول رقم (4).

5- مدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية:

جدول (٨)

يوضح مدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية خلال تغطيتها للأحداث اليومية

اجمالي ن=٤٢٩	الوطن ن=٣٤		المصري اليوم ن=٢٢٣		اليوم السابع ن=١٧٢		المعايير		
	%	ك	%	ك	%	ك			
٢٣,٧	١٠,٢	٣٢,٣	١١	٢١,٩	٤٩	٢٤,٤	٤٢	عدم التحيز لطرف على حساب آخر	الموضوعية
١١,٦	٥,٠	٢٦,٤	٩	٩,٨	٢٢	١١,١	١٩	تجنب التهويل والإثارة والمبالغة	
٣٨,٦	١٦,٦	٣٨,٢	١٣	٣٧,٢	٨٣	٤٠,٦	٧٠	عرض الأحداث دون إبداء رأي القائم بالبث	
٤٢,٦	١٨,٣	٢٩,٤	١٠	٣٩,١	٨٧	٥٠	٨٦	الأرقام والأسماء والإحصاءات واضحة وصحيحة	الدقة
٤٨,٢	٢٠,٧	٦١,٧	٢١	٤٣,٤	٩٧	٥١,٧	٨٩	خلو المحتوى من الأخطاء النحوية واللغوية	
٣٥,٤	١٥,٢	٥٥,٨	١٩	٣٢,٧	٧٣	٣٤,٨	٦٠	عدم اطلاق احكام مضللة او كاذبة	
٣٦,٨	١٥,٨	٤٧,١	١٦	٢٩,١	٦٥	٤٤,٧	٧٧	عرض كل وجهات النظر للحدث	التوازن
٣٤,٥	١٤,٨	٢٩,٤	١٠	٣١,٨	٧١	٣٨,٩	٦٧	عرض كافة الشواهد والأدلة الداعمة للحدث	
٨١,٣	٣٤,٩	٨٥,٢	٢٩	٨٨,٣	١٩٧	٧١,٥	١٢٣	لغة الفيديو واضحة لجميع دون الاعتماد على كلمات غامضة او مجهولة	الوضوح
٧٦,٢	٣٢,٧	٧٩,٤	٢٧	٨٣,٨	١٨٧	٦٥,٧	١١٣	هدف الفيديو واضح وصريح	
٧٢,٥	٣١,١	٧٠,٥	٢٤	٧٩,٣	١٧٧	٦٣,٧	١١٠	عدم وجود عبارات تحتمل التأويل أو أكثر من معنى	
٣٠,١	٩,٩	٥٥,٨	١٩	٢١,١	٤٧	١٩,١	٣٣	احترام خصوصية الأفراد وحياتهم وأسرهم	المسئولية الاجتماعية
٤٨,٥	٢٠,٨	٦٧,٦	٢٣	٤٨,٨	١٠٩	٤٤,٢	٧٦	احترام عادات وتقاليد المجتمع	
٢٦,٨	١١,٥	٣٨,٢	١٣	٢٥,٥	٥٧	٢٦,١	٤٥	عدم الترويج للأخلاق السلبية للحصول على مشاهدات	

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى ما يلي:

- جاء كون "لغة الفيديو واضحة للجميع دون الاعتماد على كلمات غامضة أو مجهولة في المرتبة الأولى من حيث مدى التزام صحافة البث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية خلال تغطيتها للأحداث اليومية وذلك بنسبة ٨١,٣%، يليها كون "هدف الفيديو واضح وصريح" بنسبة ٧٦,٢%، ثم عدم وجود عبارات تحتمل التأويل أو أكثر من معنى" بنسبة ٧٢,٥%، كما بلغت نسبة " احترام عادات وتقاليد المجتمع" ٤٨,٥%، يليها "خلو المحتوى من الأخطاء النحوية واللغوية بنسبة ٤٨,٢%، ثم كون "الأرقام والإحصاءات والأسماء واضحة" بنسبة ٤٢,٦%، يليه "عرض كل جهات النظر للحدث" بنسبة ٣٦,٨% كما جاء "عرض الأحداث دون ابداء رأي القائم بالبث بنسبة ٣٨,٦%، كما بلغت نسبة "عدم اطلاق أحكام مضللة أو كاذبة أو ٣٥,٤%، في حين بلغت نسبة "عرض كل الشواهد والأدلة الداعمة للحدث" ٣٤,٥%، وبلغت نسبة "احترام خصوصية الأفراد وحياتهم وأسرهم" ٣٠,١%، و"عدم الترويج للأخلاق السلبية للحصول على مشاهدات" بنسبة ٢٦,٨%، وبلغت نسبة "عدم التحيز لطرف على حساب آخر" ٢٣,٧%، وأخيراً تجنب التهويل والإثارة والمبالغة" بنسبة ١١,٦%.
- من الواضح أن جميع مؤشرات المعايير المهنية والأخلاقية لم تتعد ٤٨,٥% في جميع المعايير (الموضوعية – الدقة – التوازن – المسؤولية الاجتماعية) ماعدا معيار الوضوح هو المعيار الوحيد الذي التزمت به جميع فيديوهات البث المباشر في الصحف حيث ارتفع معدل التزامهم به وهو أمر طبيعي حيث كانت لغة وهدف الفيديو واضحة والعبارات لا تحتمل أكثر من معنى
- ارتفاع معدلات التزام صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على فيس بوك بالمعايير المهنية والأخلاقية إلى حد ما خاصة فيما يتعلق بكون "لغة الفيديو واضحة للجميع دون الاعتماد على كلمات غامضة أو مجهولة"، وكذلك وضوح هدف الفيديو ثم عدم وجود عبارات تحتمل أكثر من معنى، في حين حظيت باقي المعايير بنسب أقل نسبياً وهو ما يدعو إلى ضرورة وجود تشريعات منظمة لاستخدام صحافة البث المباشر في بيئة العمل الصحفي بالإضافة إلى توفير آلية تضمن التزام القائمين بالبث المباشر بهذه المعايير الأخلاقية والمهنية.

جدول رقم (9)
يوضح التجاوزات المهنية والأخلاقية لصحافة البث المباشر في المواقع الإخبارية المصرية

التجاوزات المهنية والأخلاقية	اليوم السابع ن=١٧٢		المصري اليوم ن=٢٢٣		الوطن ن=٣٤		اجمالي ن=٤٢٩	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عدم احترام حق الفرد	١٣	٧,٥	١٦	٧,١	٢	٥,٩	٣١	٧,٢
عدم الدفاع عن المصالح العامة	٩	٥,٣	٢١	٩,٤	٣	٨,٨	٣٣	٧,٧
إبراز نماذج سلبية	١٧	٩,٨	١٤	٦,٣	١	٢,٩	٣٢	٧,٤
عدم الشعور بالمسؤولية	٤١	٢٣,٨	٣٣	١٤,٨	٣	٨,٨	٧٧	١٧,٩
الخروج عن الآداب العامة	٩	٥,٣	٤١	١٨,٤	٦	١٧,٦	٥٦	١٣,١
الدعوة لليأس والإحباط	١٢	٦,٩	٨	٣,٥	٧	٢٠,٥	٢٧	٦,٣
نشر أسماء وصور للضحايا	٧٧	٤٤,٧	٦٥	٢٩,١	١٦	٤٧,١	١٥٨	٣٦,٨
التحيز لوجهة نظر معين	٤٣	٢٥	٢٦	١١,٦	١٠	٢٩,٤	٧٩	١٨,٤
عدم ذكر مصدر الخبر	٦	٣,٥	٥	٢,٣	٧	٢٠,٥	١٨	٤,١
الاعتماد على الاستمالات العاطفية	١٧	٩,٨	٢٢	٩,٨	٩	٢٦,٤	٤٨	١١,٢
إطلاق اتهامات دون دلائل	١٥	٨,٧	٩	٤,١	٨	٢٣,٥	٣٢	٧,٤
التحريض على العنف والكراهية	١٤	٨,٢	٥	٢,٣	-	-	١٩	٤,٤
تبرير الجريمة والأعمال الخاطئة	٣	١,٨	٦	٢,٧	٢	٥,٩	١١	٢,٦
عرض سلوكيات خاطئة	٥٢	٣٠,٢	٦٠	٢٦,٩	-	-	١١٢	٢٦,١
إصدار أحكام في القضايا المنظورة أمام القضاء	١١	٦,٤	١٤	٦,٣	٦	١٧,٦	٣١	٧,٢
لم يتطرق لأي من هذه الأبعاد	٢٥	١٤,٢	٢٣	١٠,٤	٣	٨,٨	٥١	١١,٨

- تشير بيانات الجدول (9) إلى ما يلي:

- جاء نشر صور وأسماء الضحايا في المرتبة الأولى من حيث أبرز التجاوزات الأخلاقية لصحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على فيس بوك وذلك بنسبة ٣٦,٨%، يليه عرض سلوكيات خاطئة بنسبة ٢٦,١%، ثم نسبة التحيز لوجهة نظر معينة ١٨,٤%، يليها عدم الشعور بالمسؤولية ١٧,٩%، وبلغت نسبة الخروج عن الآداب العامة ١٣,١%، والاعتماد على الاستمالات العاطفية بنسبة ١١,٢% يليه عدم الدفاع عن المصالح العامة بنسبة ٧,٧%، وإطلاق اتهامات دون دلائل وإبراز نماذج بنسبة ٧,٤% لكل منهما، ثم عدم احترام حق الفرد وإصدار أحكام في القضايا المنظورة أمام القضاء بنسبة ٧,٢% لكل منهما، ثم الدعوة إلى اليأس والإحباط ٦,٣%، والتحريض على العنف ٤,٤%، وعدم ذكر مصدر الخبر ٤,١%، وأخيراً تبرير الجريمة والأعمال الخاطئة ٢,٦%، فيما جاءت نسبة الفيديوهات التي لم تتجاوز أي من تلك المعايير الأخلاقية ١١,٨%.

- وتشير النتائج السابقة إلى أن ١١,٨ % فقط من فيديوهات صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على فيس بوك هي التي لم تسجل أي تجاوزات أخلاقية، في حين أن 88,2% من هذه الفيديوهات سجلت تجاوزات مهنية أو أخلاقية تعلقت أبرزها بنشر أسماء وصور الضحايا وهو ما يرجع إلى الاعتماد على فيديوهات البث المباشر ذات مضمون الاهتمامات الإنسانية وأيضاً على الجرائم والحوادث بنسبة كبيرة كما يشير جدول (٦) حيث يتم اظهار أصحاب الحوادث سواء اغتصاب أو ادمان أو قتل دون مراعاة تأثر أسر تلك الضحايا أو أسر المجرمين أنفسهم وهذا يعد انتهاكاً لخصوصية الأفراد.
- ومن أبرز الأمثلة على ذلك، في صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية لصحيفة المصري اليوم على فيس بوك : فيديو بعنوان "كان بيهددني بصور وبيتعاطى مخدرات" .. أول ظهور لخطيبة الشاب المطعون على يد والدها ببورسعيد: "إصابته سطحية وحاول بيتنزنا بعد فسخ الخطوبة"، وكذلك فيديو بعنوان " "تاجرت بشرف ولادها علشان الدولارات" .. زوج البلوجر "هبة السيد" فى أول ظهور له بعد القبض عليها بتهمة الإتجار فى البشر يكشف التفاصيل كاملة" حيث تم عرض صور للزوج والأولاد.
- ومن أبرز الأمثلة أيضاً في اليوم السابع فيديو بعنوان قصص مؤثرة من زلزال تركيا.. تفاصيل نجاة أسرة بعدما ظلوا ٥ أيام تحت الأنقاض نشر صور لضحايا الزلزال حيث عرض صور للضحايا والمصابين من زلزال تركيا، وكذلك فيديو بعنوان رجل يرفض دفع فاتورة ولادة زوجته فى المستشفى.. والسبب غريب جدا حيث خصصت اليوم السابع نشرة قصيرة من ٣ دقائق لمثل ذلك الخبر دون ذكر مصدر الخبر أو التدليل على صحته واستمر المذيع ٣ دقائق يهول من الخبر وأن الزوج رفض دفع الفاتورة بسبب حقنة مسكنة للألم وهي غالية الثمن كان من الممكن أن تستغني عنها الزوجة وهنا لم يتم ذكر مصدر الخبر كما يعد تهويلاً للخبر.
- وتشير هذه التجاوزات إلى ضرورة العمل على اتخاذ إجراءات تنظيمية لصحافة البث المباشر يضمن عدم وقوعها في مثل هذه التجاوزات ويسهم في التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي خاصة في ظل الانتشار الكبير لصحافة البث المباشر وتزايد عدد متابعيها يوماً بعد يوم.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية :

جدول (10)

يوضح مدى أهمية استخدام البث المباشر في تغطية الأحداث اليومية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

مدى أهمية البث المباشر	ك	%
مهم بدرجة كبيرة	٦٤	٦٨,١
مهم بدرجة متوسطة	٢٥	٢٦,٥
مهم بدرجة ضعيفة	٥	٥,٤
اجمالي	٩٤	١٠٠

تشير بيانات الجدول (10) إلى ما يلي:

- يرى القادمون بالاتصال في الصحف المصرية عينة الدراسة الميدانية أن استخدام البث المباشر في تغطية الأحداث اليومية مهم بدرجة كبيرة وذلك بنسبة ٦٨,١%، يليها مهم بدرجة متوسطة بنسبة ٢٦,٥%، وأخيراً مهمة بدرجة ضعيفة وذلك بنسبة ٥,٤%.
- ولعل ارتفاع أهمية البث المباشر بالنسبة للقائمين بالاتصال يرجع إلى المميزات الكبيرة التي تنتم بها تقنية البث المباشر والتي يأتي في مقدمتها التفاعل وبث الحدث وقت وقوعه وهو ما يوفر للقائمين بالاتصال الأنية في نشر الحدث ونقل تطوراته للجمهور أولاً بأول.

جدول (11)

أسباب أهمية استخدام البث المباشر في تغطية الأحداث اليومية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

الاهمية	ك ن = ٩٤	%
مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها سوق صناعة الإعلام	٦٨	٧٢,٤
التفاعل الكبير مع فيديوهات البث المباشر	٧٢	٧٦,٥
شكل جديد في تقديم المحتوى	٥٥	٥٨,٥
تشكل عاندا اقتصاديا للصحف	٦٣	٦٧,٢
المنافسة الإعلامية أسوة بباقي الصحف والمواقع	٦٦	٧٠,٤

تشير بيانات الجدول (11) إلى ما يلي:

- جاء التفاعل الكبير مع فيديوهات البث المباشر على رأس أسباب أهمية استخدام البث المباشر في تغطية الأحداث اليومية من وجهة نظر القائمين بالاتصال وذلك بنسبة بنسبة ٧٦,٥%، يليها مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها سوق صناعة الإعلام بنسبة ٧٢,٤%، ثم "المنافسة الإعلامية أسوة بباقي الصحف والمواقع" بنسبة ٧٠,٤%. يليها كونها "تشكل عاندا اقتصاديا للصحف" بنسبة ٦٧,٢%، ثم كونها تمثل "شكلاً جديداً في تقديم المحتوى" بنسبة ٥٨,٥%.
- وربما يرجع مجيء التفاعل الكبير مع فيديوهات البث المباشر في مقدمة أسباب أهمية استخدام البث المباشر في تغطية الأحداث اليومية من وجهة نظر القائمين بالاتصال، نتيجة لسعي الصحف والمواقع الإلكترونية إلى جذب أكبر عدد من المتابعين والزوار لصفحاتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تقديم هذه الخدمة، كما أن مجيء مواكبة التطورات التكنولوجية والمنافسة الإعلامية في مرتبتين تاليتين يشير بوضوح إلى اهتمام هذه المنصات بتحقيق سبق الصحفي ومواكبة التطورات التقنية لجذب أكبر عدد من الجمهور، مما يدفع بالصحف والمواقع إلى استخدام البث المباشر حتى لا تفقد تلك الصحف قطاع كبير من المتابعين الذين تغيرت تفضيلاتهم لأشكال المحتوى حيث أصبح الجمهور يفضل الصحافة المصورة عن النص المكتوب، كما أنها تحقق تفاعلاً كبيراً مقارنة بأشكال المحتوى الأخرى.

جدول (12)

أبرز الأحداث التي تحرص صحافة البث المباشر على تغطيتها من وجهة نظر القارئ بالاتصال

الأحداث	ك ن = ٩٤	%
لقاءات حية مع أشخاص ارتبطوا بالتريند على مواقع التواصل	٦٩	٧٣,٤
بث حي لوقائع دفن المشاهير من الفنانين والسياسيين والرياضيين وغيرهم	٦٠	٦٣,٨
رصد حي لجريمة بعينها أو حادثة مع التسجيل مع أهالي الضحية أو المجني عليه	٧١	٧٥,٥
فيتشرات مصورة عن أشخاص بعينها في الشوارع والميادين والأسواق	٦٣	٦٧,١
موضوعات خدمية من داخل جهات ومؤسسات لشرح إجراءات الحصول على خدمة بعينها	٤٣	٤٥,٧
فيتشرات مصورة للتعريف بأماكن تاريخية وشخصيات بعينها	٥٦	٥٩,٥
لقاءات حية مع فتيات وأطفال ضحايا التحرش	٥٣	٥٦,٤
نقل شعائر لصلوات الجمعة أو التراويح	٢٧	٢٨,٧
عرض نماذج إيجابية لشخصيات وقصص كفاح	٧٠	٧٤,٥
بث حي لمؤتمرات أو مبادرات أو افتتاح مشاريع للرئيس السيسي أو المسؤولين	٣٩	٤١,٥

تشير بيانات الجدول (12) إلى ما يلي :

- جاء الرصد الحي لجريمة بعينها أو حادثة مع التسجيل مع أهالي الضحية أو المجني عليه في المرتبة الأولى من حيث أبرز الأحداث اليومية التي تحرص صحافة البث المباشر على تناولها في الصحف والمواقع من وجهة نظر القارئ بالاتصال وذلك بنسبة ٧٥,٥%، يليها عرض نماذج إيجابية لشخصيات وقصص كفاح بنسبة ٧٤,٥%، ثم "لقاءات حية مع أشخاص ارتبطوا بالتريند على مواقع التواصل بنسبة ٧٣,٤%، يليها فيتشرات مصورة عن أشخاص بعينها في الشوارع والميادين والأسواق" بنسبة ٦٧,١%، في حين جاء "بث حي لوقائع دفن المشاهير من الفنانين والسياسيين والرياضيين وغيرهم" بنسبة ٦٣,٨%، ثم فيتشرات مصورة للتعريف بأماكن تاريخية وشخصيات بعينها بنسبة ٥٩,٥%، يليها "لقاءات حية مع فتيات وأطفال ضحايا التحرش" بنسبة ٥٦,٤%، وجاءت "موضوعات خدمية من داخل جهات ومؤسسات لشرح إجراءات الحصول على خدمة بعينها" بنسبة ٤٥,٧%، بينما جاء "بث حي لمؤتمرات أو مبادرات أو افتتاح مشاريع للرئيس السيسي أو المسؤولين" بنسبة ٤١,٥%، وأخيراً "نقل شعائر لصلوات الجمعة والتراويح" بنسبة ٢٨,٧%.

- وتشير نتائج الجدول إلى ارتفاع نسبة كلا من "رصد حي لجريمة بعينها أو حادثة مع التسجيل مع أهالي الضحية أو المجني عليه"، "عرض نماذج إيجابية لشخصيات وقصص كفاح" ولعل ذلك يرجع إلى التفاعل الكبير للجمهور على مثل تلك النوعية من الفيديوهات وذلك نتيجة لكونها تركز على الجوانب والاهتمامات الإنسانية، وهو ما يتوافق أيضاً مع توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية التي أوضحت أن الاهتمامات الإنسانية جاءت على رأس المضمون الذي اهتمت به صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على موقع فيس بوك وذلك كما يوضح جدول رقم (4).

جدول رقم (13)

يوضح القيم البارزة في فيديوهات صحافة البث المباشر كما يرى القائمين بالاتصال

المضمون	ك ن = ٩٤	%
الإثارة	٦٧	٧١,٣
الترفيه	٥٩	٦٢,٧
التشويق	٦٧	٧١,٣
الأهمية	٥٧	٦٠,٦
الشهرة	٥٣	٥٦,٤
الغرابية	٥٥	٥٨,٥
الصراع	٦٣	٦٧,١
اهتمامات إنسانية	٧٨	٨٢,٩

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى ما يلي:

- جاءت "الاهتمامات الإنسانية" على رأس القيم البارزة في فيديوهات صحافة البث المباشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال وذلك بنسبة ٨٢,٩%، يليها الإثارة والتشويق وذلك بنسبة ٧١,٣% لكل منهما، ثم الصراع بنسبة ٦٧,١%، فيما جاء "الترفيه" بنسبة ٦٢,٧%، ثم "الأهمية" بنسبة ٦٠,٦%، بينما جاءت قيمة "الشهرة" بنسبة ٥٦,٤%، كما جاءت قيمة الغرابية بنسبة ٥٨,٥%.

- ولعل ارتفاع نسبة قيمة الاهتمامات الإنسانية والتشويق والإثارة عن باقي القيم يرجع إلى طبيعة المضامين التي يركز عليها هذا النمط من الصحافة، والذي يحظى بتفاعل أكبر من قبل الجمهور.

جدول رقم (14)

يوضح رؤية القائمين بالاتصال وتصوراتهم حول القائمين بالبث المباشر

معارض		محايد		موافق		رؤية القائمين بالاتصال ن=٩٤
%	ك	%	ك	%	ك	
١٨,١	١٧	١٣,٨	١٣	٦٨,١	٦٤	أغلبهم هواة غير محترفين
١٥,٩	١٥	١٣,٨	١٣	٧٠,٢	٦٦	تحقيق المشاهدات بغض النظر عن جودة المحتوى أهم مايشغلهم
١٠,٦	١٠	٢٦,٦	٢٥	٦٢,٧	٥٩	أغلبهم لديهم إدراك محدود بشأن المعايير المهنية والأخلاقية
٢٠,٢	١٩	٢٣,٤	٢٢	٥٦,٤	٥٣	أغلبهم يعمل بشكل عشوائي دون خطة محددة
٥٣,١	٥٠	١٢,٧	١٢	٣٤,١	٣٢	اجادة استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال الاعلام
٥٢,١	٤٩	٩,٥	٩	٣٨,٣	٣٦	يجيدون انتاج قصة صحفية متكاملة
٢١,٣	٢٠	٤٥,٧	٤٣	٣٢,٩	٣١	متابعون لآخر مستجدات العمل الإعلامي
٥٧,٥	٥٤	١١,٧	١١	٣٠,٨	٢٩	مدربون بشكل جيد على مهارات البث

- تشير بيانات الجدول رقم (14) إلى رؤية القائمين بالاتصال وتصوراتهم حول القائمين بالبث المباشر، حيث جاءت كالتالي:

• وافق ٦٨,١% من القائمين بالاتصال على أن القائمين بالبحث "أغلبهم هواة غير محترفين"، بينما ١٣,٨% كانوا محايدين، و ١٨,١% معارض، أما عن "تحقيق المشاهدات بغض النظر عن جودة المحتوى أهم مايشغلهم" فقد بلغت نسبة موافق ٧٠,٢%، ومحايد ١٣,٨% ومعارض ١٥,٩%، بينما يرى ٦٢,٧% أن "أغلبهم لديهم إدراك محدود بشأن المعايير المهنية والأخلاقية" و ٢٦,٦% من القائمين بالاتصال كانوا محايدين و ١٠,٦% معارض، بينما وافق ٥٦,٤% على أن القائمين بالبحث "أغلبهم يعمل بشكل عشوائي دون خطة محددة" و ٢٣,٤% محايد، ٢٠,٢% معارض، كما جاء ٣٤,١% موافق على "اجادة القائمين بالبحث على استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال الاعلام" و ١٢,٧% محايد، و ٥٣,١% معارض، كما جاء ٣٨,٣% موافق على أنهم "يجيدون إنتاج قصة صحفية متكاملة"، و ٩,٥% منهم محايد و ٥٢,١% منهم معارض، وبالنسبة لفئة "متابعون لآخر مستجدات العمل الإعلامي" جاء موافق بنسبة ٣٢,٩% ومحايد بنسبة ٤٥,٧% ومعارض بنسبة ٢١,٣%، أما فئة "مدربون بشكل جيد على مهارات البحث" فقد وافق ٣٠,٨% من القائمين بالاتصال ومحايد بنسبة ١١,٧% ومحايد بنسبة ٥٧,٥%.

• ويتضح من النتائج السابقة أن رؤية القائمين بالاتصال وتصوراتهم حول القائمين بالبحث المباشر جاءت سلبية في مجملها من كونهم يبحثون على عدد المشاهدات بغض النظر عن جودة المحتوى، و أن أغلبهم هواة وليسوا محترفين ويفتقرون للإلمام الكامل بالمعايير المهنية والأخلاقية، مقارنة بالتصورات الإيجابية المتعلقة بإجادة إنتاج القصص الصحفية المتكاملة، وإجادة استخدام التكنولوجيا الحديثة والتي جاءت بنسب ضعيفة، الأمر الذي يدعو للقلق خاصة وأن هذا التقييم يأتي من قبل مهنيين عاملين في مجال الصحافة، الأمر الذي يتطلب ضرورة العمل على مزيد من التدريب والتأهيل اللازم للقائمين على البحث المباشر حتى يكونوا على المستوى المطلوب من التأهيل المهني والأخلاقي.

• ولعل هذا ما يفسر أيضا ارتفاع حجم التجاوزات التي تشهدها صحافة البحث المباشر، والتي تنتوع بين نشر صور وأسماء الضحايا، وعرض سلوكيات خاطئة، و التحيز لوجهة نظر معينة، وعدم الشعور بالمسئولية، والخروج عن الآداب العامة والاعتماد على الاستمالات العاطفية، و عدم الدفاع عن المصالح العامة، وإطلاق اتهامات دون دلائل، و ابراز نماذج سلبية، و عدم احترام حق الفرد واصدار أحكام في القضايا المنظورة أمام القضاء، وغيرها من التجاوزات التي أشار إليها جدول رقم (9) والتي طالت 88,2% من المحتوى الذي خضع للدراسة التحليلية في صحافة البحث المباشر بالصفحات الرسمية للصحف عينة الدراسة.

جدول (15)

مدى التزام القائمين بالبحث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

المعايير	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
احترام حق الفرد	٣٤	٣٦,١	٢٠	٢١,٣	٤٠	٤٢,٥
الدفاع عن المصالح العامة	٤٩	٥٢,١	١٠	١٠,٦	٣٤	٣٦,٢
الشعور بالمسؤولية	٤٣	٤٥,٧	٢٢	٢٣,٤	٢٩	٣٠,٨
الحفاظ على الآداب العامة	٤٢	٤٤,٦	١٢	١٢,٧	٤٠	٤٢,٥
عدم نشر أسماء وصور للضحايا	٣١	٣٢,٩	٢٣	٢٤,٥	٤٠	٤٢,٥
التوازن في عرض وجهات النظر	٢٩	٣٠,٨	١١	١١,٧	٥٤	٥٧,٤
ذكر مصدر معلوم وموثوق للخبر	٣٩	٤١,٤	٥	٥,٣	٥٠	٥٣,١
عدم اطلاق اتهامات دون دلائل	٣٦	٣٨,٣	٨	٨,٥	٥٠	٥٣,١
نبذ الجريمة والأعمال الخاطئة	٣٢	٣٤,١	١٢	١٢,٧	٥٠	٥٣,١
عدم اصدار احكام في القضايا المنظورة امام القضاء	٣١	٣٢,٩	٢٠	٢١,٣	٤٣	٤٥,٧
تجنب التحريف أو ذكر أنصاف الحقائق	٢٩	٣٠,٨	١١	١١,٧	٥٤	٥٧,٤
عدم الخداع في استخدام العناوين	٣٢	٣٤,١	١٣	١٣,٨	١٧	٢٦,٥

– تشير بيانات الجدول (15) إلى مدى التزام القائمين بالبحث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال حيث جاءت كالتالي:

- وافق ٣٦,١% على أن القائمين بالبحث يلتزمون بـ "احترام حق الفرد"، ٢١,٣% محايد، بينما ٤٢,٥% معارض، أما "الدفاع عن المصالح العامة" جاء موافق بنسبة ٥٢,١% بينما جاء محايد بنسبة ١٠,٦% ومعارض بنسبة ٣٦,٢%، في حين وافق ٤٥,٧% على "الشعور بالمسؤولية" لدى القائمين بالبحث وجاء ٢٣,٤% محايد بينما اعترض ٣٠,٨%، بينما "الحفاظ على الآداب العامة" وافق ٤٤,٦% على التزام القائمين بالبحث بـ "الحفاظ على الآداب العامة" بينما جاءت نسبة ١٢,٧% محايد، و ٣٠,٨% معارض، أما بالنسبة لـ "عدم نشر أسماء وصور الضحايا" وافق ٣٢,٩% محايد بنسبة ٢٤,٥%، ومعارض بنسبة ٤٢,٥%.
- بينما وافق ٣٠,٨% على التزام القائمين بالبحث بـ "التوازن في عرض وجهات النظر" في حين كان ١١,٧% محايد، بينما ٥٧,٤% معارض. كما وافق ٤١,٤% على "ذكر مصدر معلوم وموثوق للخبر" في حين كان ٥,٣% محايد، بينما ٥٣,١% معارض، أما عن "عدم اطلاق اتهامات بدون دليل" جاء ٣٨,٣% موافق، ٨,٥% محايد، ٥٣,١% معارض، بينما "نبذ الجريمة والأعمال الخاطئة" موافق بنسبة ٣٤,١%، ومحايد بنسبة ١٢,٧%، ومعارض بنسبة ٥٣,١%، أما عن "عدم اصدار أحكام في القضايا التي تنظر أمام القضاء" وافق ٣٢,٩% بينما ٢١,٣% محايد، ٤٥,٧% معارض، أما عن "تجنب التحريف أو ذكر أنصاف الحقائق" جاءت موافق بنسبة ٣٠,٨%، ومحايد بنسبة ١١,٧%، ٥٧,٤% معارض.

- وتشير النتائج السابقة إلى انخفاض معدل التزام القائمين بالبث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية خاصة فيما يتعلق بعدم التوازن في عرض وجهات النظر وعدم تجنب التحريف أو ذكر أنصاف الحقائق، بالإضافة إلى عدم ذكر مصدر معلوم وموثوق للخبر أو عدم اطلاق اتهامات بدون دلائل، وعدم نبذ الجريمة والأعمال الخاطئة، وهي تجاوزات خطيرة تتنافي مع المعايير المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي خاصة وأن التقييم جاء من القائمين بالاتصال الذين يمارسون العمل الصحفي ولديهم الخبرة في الممارسة الصحفية، وهو ما يتطلب ضرورة العمل على صياغة مدونة سلوك صحفية وتشريعات إعلامية لضبط هذا النمط الجديد من الصحافة.

جدول (16)

أبرز التجاوزات المهنية المرتبطة بخاصية البث المباشر للأحداث حسب رؤية القائمين بالاتصال

التجاوزات المهنية		موافق		محايد		معارض	
		ك	%	ك	%	ك	%
الاهتمام بالسبق الصحفي على حساب الالتزام بقيم الممارسة المهنية		٥٤	٥٧,٤	١١	١١,٧	٢٩	٣٠,٨
زيادة عدد المشاهدات محرك رئيس في صناعة القصة الصحفية، حتى لو كانت لا تستحق		٥٠	٥٣,١	٥	٤٥,٧	٣٩	٤١,٥
سطحية المعالجة للأحداث والقضايا		٥٤	٥٧,٤	٨	٨,٥	٣٢	٣٤,١
بروز أخطاء في اللغة ومخارج الحروف أثناء البث		٥٢	٥٥,٣	١٠	١٠,٦	٣٢	٣٤,١
استخدام لغة مبتذلة في فيديوهات البث المباشر		٤٣	٤٥,٧	٢٠	٢١,٣	٣١	٣٢,٩
عدم الاهتمام بمناقشة الأبعاد المختلفة للموضوع أو الحدث		٥٦	٥٩,٦	١١	١١,٧	٢٧	٢٨,٧

- تشير بيانات الجدول (١٦) إلى أبرز التجاوزات المهنية المرتبطة بصحافة البث من وجهة نظر القائمين بالاتصال حيث جاءت كما يلي:

- وافق ٥٧,٤% على أن "الاهتمام بالسبق الصحفي على حساب الإلتزام بقيم الممارسة المهنية يعد من أبرز التجاوزات المهنية المرتبطة بصحافة البث، فيما أعرب ١١,٧% أنهم محايدون، بينما ٣٠,٨% معارض، أما "زيادة عدد المشاهدات محرك رئيس في صناعة القصة الصحفية حتى لو كانت لا تستحق" فقد جاء موافق بنسبة ٥٣,١% ومحايد بنسبة ٤٥,٧% ومعارض بنسبة ٤١,٥%، في حين وافق ٥٧,٤% على "سطحية المعالجة للأحداث والقضايا لدى القائمين بالبث"، وجاء ٨,٥% محايد بينما اعترض ٣٤,١%، في حين وافق ٥٥,٣% على "بروز أخطاء في اللغة ومخارج الحروف أثناء البث" بينما كان ١٠,٦% محايد، ومعارض بنسبة ٣٤,١%، بينما يتعلق بـ "استخدام لغة مبتذلة في فيديوهات البث المباشر" فقد وافق ٤٥,٧%، بينما جاءت نسبة ٢١,٣% محايد، و ٣٢,٩% معارض، أما بالنسبة لـ "عدم الاهتمام بمناقشة

الأبعاد المختلفة للموضوع أو الحدث " وافق ٥٩,٦%، محايد بنسبة ١١,٧%، ومعارض بنسبة ٢٨,٧%.

- وتشير النتائج السابقة إلى ارتفاع معدل التجاوزات المهنية المرتبطة بصحافة البث من وجهة نظر القائمين بالاتصال وهو ما يتفق مع تمت الإشارة إليه في جدول رقم (15) والذي أشار أيضاً إلى ضعف معدلات التزام القائمين بالبث المباشر بالمعايير المهنية والأخلاقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال، كما يتفق أيضاً مع ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية كما أشار جدول رقم (9) والذي تعددت فيه أيضاً التجاوزات المهنية الأخلاقية والمهنية التي وقعت فيها صحافة البث المباشر، وهو ما يستدعي ضرورة العمل على اتخاذ إجراءات عاجلة لوضع سياسات وأطر تنظيمية لصحافة البث المباشر.

جدول (17)

التجاوزات الأخلاقية المرتبطة باستخدام البث المباشر في تغطية الأحداث

معارض		محايد		موافق		التجاوزات الأخلاقية
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٠,٨	٢٩	٨,٥	٨	٦٠,٦	٥٧	التركيز على موضوعات الاثارة والفضائح في مقابل تراجع الاهتمام بالموضوعات الجادة
٣٥,١	٣٣	٩,٥	٩	٥٥,٣	٥٢	اختراق الحياة الخاصة للآخرين من المشاهير وغيرهم ظناً منهم أنها تحقق نسب مشاهدة مرتفعة
٣٠,٨	٢٩	٤,٣	٤	٦٤,٩	٦١	كشف هوية المتهمين في القضايا دون أن تثبت ادانتهم
٢٠,٢	١٩	١٢,٧	١٢	٦٧,١	٦٣	كشف هوية ضحايا الاعتداءات وأسرهم
٣٢,٩	٣١	١٠,٦	١٠	٥٦,٤	٥٣	النقل الحي لصور الجثث والضحايا والمصابين

- تشير بيانات الجدول (١٧) إلى أبرز التجاوزات الأخلاقية المرتبطة بصحافة البث من وجهة نظر القائمين بالاتصال والتي جاءت كالتالي:

- وافق ٦٠,٦% على أن "التركيز على موضوعات الاثارة والفضائح مقابل تراجع الاهتمام بالموضوعات الجادة" يمثل أبرز التجاوزات الأخلاقية المرتبطة بصحافة البث من وجهة نظر القائمين بالاتصال، وأعرب ٨,٥% عن أنهم محايدون، بينما ٣٠,٨% معارض، أما "اختراق الحياة الخاصة للآخرين من المشاهير وغيرهم ظناً منهم أنها تحقق نسب مشاهدة مرتفعة"، فقد جاء موافق بنسبة ٥٥,٣%، ومحايد بنسبة ٩,٥% ومعارض بنسبة ٣٥,١%، في حين وافق ٦٧,١% على "كشف هوية ضحايا الاعتداءات وأسرهم" لدى القائمين بالبث، وجاء ١٢,٥% محايد بينما اعترض ٢٠,٢%، في حين وافق ٥٦,٤% على "النقل الحي لصور الجثث والضحايا والمصابين" بينما كان ١٠,٦% محايد، ومعارض بنسبة ٣٢,٩%.

- ولعل توافق هذه النتائج مع نتائج الجدول السابق يشير بوضوح إلى أن تقييم القائمين بالاتصال لصحافة البث المباشر جاء سلبياً سواء على مستوى الالتزام بالمعايير المهنية أو الأخلاقية، وهو ما يدق ناقوس خطر حول حجم التأثيرات السلبية التي من الممكن أن تحدثها صحافة البث المباشر على الجمهور.

جدول (18)

المقترحات اللازمة لتطوير صحافة البث المباشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال

المقترحات	ك	%
الاهتمام بالتدريب والدورات المتخصصة في مجال تقنية البث المباشر للارتقاء بمستوى الأداء المهني	٨٤	٨٩,٣
سرعة تعاون المصادر مع صحفيي البث المباشر حتى لا يؤدي تأخر المعلومة لسرعة انتشار الشائعات	٧٠	٧٤,٤
ضرورة العمل على صياغة تشريعات منظمة لاستخدام صحافة البث المباشر في بيئة العمل الصحفي	٧٧	٨١,٩
توفير آلية تضمن التزام القائمين بالبث المباشر بالمعايير الأخلاقية والمهنية	٨٦	٩١,٥

- تشير بيانات الجدول (18) إلى ما يلي:

- جاء ضرورة العمل على "توفير آلية تضمن التزام القائمين بالبث المباشر بالمعايير الأخلاقية والمهنية" على رأس المقترحات اللازمة لتطوير صحافة البث المباشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال وذلك بنسبة ٩١,٥%، يليه "الاهتمام بالتدريب والدورات المتخصصة في مجال تقنية البث المباشر للارتقاء بمستوى الأداء المهني" بنسبة ٨٩,٣%، ثم " ضرورة العمل على صياغة تشريعات منظمة لاستخدام صحافة البث المباشر في بيئة العمل الصحفي" بنسبة ٨١,٩%، وأخيراً "سرعة تعاون المصادر مع صحفيي البث المباشر حتى لا يؤدي تأخر المعلومة لسرعة انتشار الشائعات" بنسبة ٧٤,٤%.
- ويرى الباحثان ضرورة العمل على هذه المقترحات لتطوير صحافة البث المباشر وضمان تأهيل القائمين بالبث والارتقاء بمعدلات الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في تغطيتها للأحداث اليومية.

النتائج العامة للدراسة :

١- جاءت الاهتمامات الإنسانية والحوادث والجرائم على رأس المضمون الذي حرصت صحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على تغطيته من خلال متابعتها للأحداث اليومية، وربما يرجع ذلك إلى ملاحظة زيادة مشاهدة وتفاعل الجمهور مع مثل تلك النوعية من المضمون.

٢- تعتمد صحافة البث المباشر على أكثر من مصدر للحصول على المعلومات حيث جاءت فئة أكثر من مصدر في المرتبة الأولى ثم صحفي من الأستوديو في المرتبة الثانية، يليه صاحب الحدث، ثم القنوات، مصدر مسؤول، ثم صحفي من موقع الحدث، وأخيراً شهود عيان.

٣- جاءت "لغة الفيديو واضحة للجميع دون الاعتماد على كلمات غامضة أو مجهولة" في المرتبة الأولى من حيث الالتزام بالمعايير المهنية في صحافة البث المباشر خلال تناولها للأحداث اليومية، يليها "وضوح هدف الفيديو"، ثم "عدم وجود عبارات تحتل أكثر من معنى"، في حين حظيت باقي المعايير مثل احترام خصوصية الأفراد، واحترام عادات وتقاليد المجتمع وعدم التهويل والمبالغة والإثارة وغيرها على نسب أقل.

٤- تمثلت أبرز التجاوزات الأخلاقية لصحافة البث المباشر في الصفحات الرسمية للصحف المصرية عينة الدراسة على فيس بوك، خلال تناولها للأحداث اليومية عدم احترام حق الفرد، نشر صور وأسماء الضحايا، التحيز لوجهة نظر معينة، عدم ذكر مصدر الخبر، الاعتماد على الاستمالات العاطفية، إطلاق اتهامات دون دلائل، تبرير الجريمة والأعمال الخاطئة.

٥- من أبرز الأحداث اليومية التي تحرص صحافة البث المباشر على تناولها في الصحف والمواقع من وجهة نظر القائمين بالاتصال "رصد حي لجريمة بعينها أو حادثة مع التسجيل مع أهالي الضحية أو المجني عليه"، "عرض نماذج إيجابية لشخصيات وقصص كفاح"، "لقاءات حية مع أشخاص ارتبطوا بالتريند على مواقع التواصل"، "بث حي لوقائع دفن المشاهير من الفنانين والسياسيين والرياضيين وغيرهم".

٦- تمثلت أبرز التجاوزات المهنية المرتبطة بصحافة البث المباشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال، في: "الاهتمام بالسبق الصحفي على حساب الالتزام بقيم الممارسة المهنية، زيادة عدد المشاهدات محرك رئيس في صناعة القصة الصحفية حتى لو كانت لا تستحق"، "سطحية المعالجة للأحداث والقضايا".

٧- من أبرز التجاوزات الأخلاقية المرتبطة بصحافة البث المباشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال: "التركيز على موضوعات الإثارة والفضائح مقابل تراجع الاهتمام بالموضوعات الجادة"، "اختراق الحياة الخاصة للآخرين من المشاهير وغيرهم ظنا منهم أنها تحقق نسب مشاهدة مرتفعة"، "كشف هوية ضحايا الاعتداءات وأسره"، و "النقل الحي لصور الجث والضحايا والمصابين".

٨- جاء ضرورة العمل على "توفير آلية تضمن التزام القائمين بالبث المباشر بالمعايير الأخلاقية والمهنية" على رأس المقترحات اللازمة لتطوير صحافة البث المباشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال"، يليه "الاهتمام بالتدريب والدورات المتخصصة في مجال تقنية البث المباشر للارتقاء بمستوى الأداء المهني"، ثم "ضرورة العمل على صياغة تشريعات منظمة لاستخدام صحافة البث المباشر في بيئة العمل الصحفي"، وأخيرا "سرعة تعاون المصادر مع صحفيي البث المباشر حتى لا يؤدي تأخر المعلومة لسرعة انتشار الشائعات".

التوصيات:

هناك العديد من التوصيات التي يمكن أن تخرج بها هذه الدراسة، أهمها:

١. ضرورة العمل على صياغة مدونات سلوك مهنية وتشريعات إعلامية وموائيق شرف صحفية تنظم عمل صحافة البث المباشر باعتبارها تمثل نمطاً جديداً من أنماط العمل

٢. صياغة دليل استرشادي لصحافة البث المباشر يتناول جوانبها المهنية والتقنية ويعزز من الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية لدى القائمين بالاتصال ويساعدهم على التحلي بالمسئولية الاجتماعية في ممارساتهم الصحفية.
٣. إعداد تقرير رصد دوري يرصد عمل صحافة البث المباشر ويقدم توصيات دورية لتطويرها.
٤. العمل على الاستفادة من التجارب الرائدة في مجال صحافة البث المباشر صناعة وإنتاجاً وبتاً ووسيطاً إعلامياً وصحفيًا، وتعميم مثل هذه النماذج لتحقيق الاستفادة الأمثل منها.
٥. على المؤسسات الصحفية أن تعمل على إنشاء أقسام خاصة بصحافة البث المباشر وأن تدعمها بالمتخصصين مهنيًا وتقنيًا لضمان جودة محتوى هذا النمط من الصحافة.
٦. أن تعمل نقابة الصحفيين على عقد دورات تدريبية وتأهيلية للقائمين بالبث والعاملين في أقسام صحافة البث المباشر بالصحف والمواقع المختلفة لتوعيتهم بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي.
٧. إضافة صحافة البث المباشر إلى المقررات التي تعني بأنماط الإعلام الجديد في أقسام وكليات الإعلام ويركز أيضاً على المعايير المهنية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها صحفيي البث المباشر.
٨. دعوة المؤسسات الصحفية وكليات وأقسام الإعلام إلى تدشين مؤتمرات وورش عمل وحلقات نقاشية لمناقشة آليات ومظاهر توظيف تقنيات البث المباشر في تطوير العمل الصحفي وبحث الإشكاليات المهنية والأكاديمية المتعلقة بظهور واستخدام هذه التقنيات.

- هوامش الدراسة:

- (1) Jonathan Ilan.(2022).” Live and Kicking: Digital Live Broadcasting Technologies, Participating Strangers and News Mobility”. **International Journal of Communication**.Vol. 16.، pp. 2325: 2344.
- (2) Lv, J.; Cao, C.; Xu, Q.; Ni, L.; Shao, X.; Shi, Y.(2022). “How Live Streaming Interactions and Their Visual Stimuli Affect Users’ Sustained Engagement Behaviour— A Comparative Experiment Using Live and Virtual Live Streaming”. **Sustainability**, Vol 14, <https://doi.org/10.3390/su14148907>.، pp. 1: 18.
- (٣) سحر الخولي (٢٠٢٢)، " استخدام مواقع الصحف المصرية لخدمة البث المباشر Live Streaming وعلاقته بتفضيلات الجمهور المصري"، **بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الصحافة، المجلد ٢٠٢٢، ع ٢٣، الجزء الثاني، ص ص ١ : ٧٨.**
- (٤) هشام رشدي خير الله (٢٠٢٢)، " استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وتأثيره على الحالة المزاجية للجمهور "، **بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الصحافة، المجلد ٢٠٢٢، ع ٢٣، الجزء الأول، ص ص ٢٥٣ : ٣١٨.**
- (5) Daniël R. Sluman (2021).” Why Do We Watch? A Mixed-Method Study on Live-Stream Consumption ". **MA. Communication Science, Faculty of Behavioural, Management and Social Sciences, University of Twente.**
- (6) Johann Giertz ،Welf H. Weiger ،Maria Törhönen & Juho Hamari.(2020).” Understanding the what and how of successful social live streaming". **GamiFIN Conference, Levi, Finland.**، pp. 167: 176.
- (7) Alexis Apablaza-Campos.(2018).” Social media live streaming (SMLS) in the digital news media : Social media live streaming (SMLS) per a cibermitjans ". **COMUNICACIÓ: REVISTA DE RECERCA I D’ANÀLISI**, Vol. 35. No. 2). pp. 103: 123.
- (8) Long, Quan. and Tefertiller, Alec.(2018).”. "China’s new mania for live streaming: Gender differences in motives and uses of social live streaming services" , **Paper presented at the annual meeting of the BEA, Westgate Hotel & Casino, Las Vegas, NV, Available Online http://citation.allacademic.com/meta/p1370862_index.html , pp.1:30.**
- (٩) أسامة عبد الرحيم (٢٠٢١)، "الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الضوابط الأخلاقية في الصحافة الرقمية: رؤية تحليلية نقدية" ، **بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر ، المجلد ٥٦، ع ١٤، ص ص ٩ : ٧٠.**
- (١٠) طلعت عبد الحميد عيسى (٢٠٢٠)، "أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين"، **بحث منشور في المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم بالجزائر، المجلد ٧، ع ٣٤، ص ص ١٠١ : ١١٦.**

- (١١) محمود حمدي عبد القوي، رباب عبد المنعم محمد (٢٠٢٠)، "المفارقة القيمية وعلاقتها بأخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المحلية: دراسة تطبيقية على قطاع شمال الصعيد"، بحث منشور في **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المقالة ٤، المجلد ٥٥- ج٣، ص ص ١٤٩٧ : ١٥٨٠.
- (12) Anna-Katharina Jung, Jennifer Isabelle Sell & Jens Stratmann.(2018).” Determining the Ethical Dimensions of Live Streaming: An Explorative Delphi Study”. **Research-in-Progress**. Available online: https://aisel.aisnet.org/ecis2018_rip/37, pp.1:37.
- (١٣) محمد أمين عيوب، زهية يسعد (٢٠١٨)، "البث المباشر عبر مواقع التواصل وانعكاساته على التغطية الإخبارية"، بحث منشور في **مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية**، المجلد ٣، ع ٢، ص ص ١٩ : ٤٦.
- (14) Hossein Nassaji. (2015). “Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis”, **Language Teaching Research**, Vol. 19. No.2. p.129.
- (١٥) سمير محمد حسين (١٩٩٦)، "بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ"، ط ٣، القاهرة: عالم الكتب، ص ٧٩.
- (16) Isaac, S., & Michael, W. B. (1997). "**Handbook in research and evaluation: A collection of principles, methods, and strategies useful in the planning, design, and evaluation of studies in education and the behavioral sciences**". (3rd Ed.). San Diego: Educational and Industrial Testing Services.p.136.
- (17) Priscilla A. Glasow (2004). “**Fundamentals of Survey Research Methodology**”. Mitre Product, Washington C3 Center McLean, Virginia, p 3.
- (18) Kimberley A. Neuendorf (2002)."The content analysis guidebook". UK: Sage Publications. p. 15
- (١٩) سمير محمد حسين (١٩٨٣). "تحليل المضمون"، ط ١، القاهرة: عالم الكتب، ص ١٩.
- (٢٠) تم عرض الاستمارة على المحكمين التالية أسماءهم، مرتبة وفقاً لدرجاتهم العلمية:
١. أ. د. جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر، عميد كلية الإعلام بجامعة النهضة سابقاً.
 ٢. أ.د. محمد معوض أستاذ متفرغ بقسم الإعلام . معهد الدراسات العليا للطفولة . جامعة عين شمس.
 ٣. أ. د. هويدا مصطفى أستاذ الإذاعة والتلفزيون، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة سابقاً.
 ٤. أ.د. أحمد أحمد زارع أستاذ الصحافة المساعد ووكيل كلية الإعلام جامعة الأزهر سابقاً.
 ٥. أ.د. وليد محمد الهادي أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة حلوان.
 ٦. أ.د. محمود حمدي عبد القوي أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة المنيا.
- (٢١) قام بالمساعدة في إجراء اختبار الثبات:
١. د. ريهام مرزوق إبراهيم أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون . كلية الدراسات والعربية بنات جامعة الأزهر.
 ٢. د. هبه رزق سنيد مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون . كلية الدراسات والعربية بنات جامعة الأزهر.

- (22) Jonathan Ilan.(2022).” Live and Kicking: Digital Live Broadcasting Technologies, Participating Strangers and News Mobility”. **International Journal of Communication**, Vol. 16, p: 2326.
- (23) Carpentier, N. (2011). “**Media and participation: A site of ideological- democratic struggle**”. Bristol, UK: Intellect.p.355
- (24) Waleed Alli & Mohamed Hassoun.(201٩).” Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ". **International Journal of Media**, Journalism and Mass Communications (IJMJC).Vol. 5. Issue. ٤١ pp. 40:49.
- (25) Sjöblom, M.,andHamari,J. (2017) “WhyDoPeopleWatchOthersPlayVideoGames?An Empirical Study on the Motivations of Twitch Users,” **Computers in Human Behavior** Vol: 75, p. 987.
- (26) Statista. (2018).“**Average Number of Concurrent Streamers on YouTube Gaming Live and Twitch from 2nd Quarter 2017 to 2nd Quarter 2018**. Available Online: <https://bit.ly/2Dzs3B5>.
- (27) TwitchTracker.(2019.“**TwitchStatisticsandCharts**.”, Available Online : <https://bit.ly/2FZzYLL>.
- (28) Hootsuite. (2023). “**Live stream - Social Media Marketing & Management**”, Available Online : <https://hootsuite.com/social-media-definitions/live-stream/>.
- (29) TechTerms. (2023). “**Live Streaming Definition**”, Available Online : https://techterms.com/definition/live_streaming.
- (30) Verizon.(2023).“**Streaming**.”, Available Online : <https://www.verizon.com/articles/internet-essentials/streaming-definition/>.
- (31) Influencer Marketing Hub.(2023).“**What is Live Streaming ?.**”, Available Online : <https://influencermarketinghub.com/glossary/live-streaming/>.
- (32) Surabhi Jain.(2018). “**Ethics of Live Broadcasting: What You Should Know**”. Medium. Available Online : <https://medium.com/agora-io/ethics-of-live-broadcasting-what-you-should-know-acf7815ceac8>.
- (33) Lana Nasser .(2016). “**Pros, Cons and Ethical Dilemmas of Live-Streaming** ”. Communication and Technology . The College of Journalism and Communications. University of Florida. Available Online <https://www.jou.ufl.edu/insights/dilemmas-live-streaming/>.
- (34) Surabhi Jain.(2018). Op. Cit. URL
- (35) Anna-Katharina Jung, Jennifer Isabelle Sell & Jens Stratmann.(2018 .)Op. Cit. p.4.
- (36) Surabhi Jain.(2018). Op. Cit. URL
- (37) عشري أبو فريخة وآخرون (٢٠١٢)، المداخل النظرية لدراسة المسؤولية الاجتماعية للصحافة ٤٤؛ المصرية، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، المجلد الأول، العدد، ١٣، ص. ١١٢.

- (٣٨) حسن عماد مكاوي (2018)، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص.٦.
- (39) محمد حسام الدين، "المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من، ١٩٩٤-١٩٩١ رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٦، ص ٢
- (40) أحمد سيد عبد العظيم حسين، "العوامل التنظيمية المؤثرة على المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية، دراسة تحليلية وميدانية في الفترة -٢٠١١ ٢٠١٢"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٥، ص ١٣٠.
- (٤١) لمياء محسن محمد حسن (٢٠١٠) ، المسئولية الاجتماعية لبرامج تلفزيون الواقع تجاه الشباب الجامعي، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ص، ٦٢ ص.٦٣.
- (42) Oxford Reference.(2023). "Media Ethics". Available Online: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100146548>
- (43) Hootsuite. (2023). Op. Cit. URL.
- (44) The Britannica Dictionary.(2023). "Current Events". Available Online: <https://www.britannica.com/dictionary/current-events>.
- (٤٥) سحر الخولي (٢٠٢٢)، مرجع سابق، ص ص ٢٩ ، ٣٠.
- (٤٦) هشام رشدي خير الله (٢٠٢٢)، مرجع سابق، ص ٢٨٥.
- (47) Lv, J.; Cao, C.; Xu, Q.; Ni, L.; Shao, X.; Shi, Y.(2022).Op. Cit. p.14.
- (٤٨) هشام رشدي خير الله (٢٠٢٢)، مرجع سابق، ص ٢٨٨.
- (49) Johann Giertz ،Welf H. Weiger ،Maria Törhönen & Juho Hamari.(2020). Op. Cit. p.171.