

## رؤية تحليلية نقدية في عينة من بحوث وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة

د/ سهير عثمان عبد الحليم\*

### مقدمة

تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى منظومة إعلامية كبرى تنافس أكثر الوسائل التقليدية شهرة وفاعلية، وباتت مصدرا رئيسا لنشر وتوزيع الأخبار ومشاركتها أيضا من قبل شريحة كبيرة من الجمهور العربي.

وأكدت دراسة حديثة أجراها معهد رويترز لدراسة الصحافة، أن الجمهور يتوجه بصورة متزايدة إلى شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر للإطلاع على الأخبار، وأن هذا الاتجاه يصعب الأمر على وسائل الإعلام التقليدية وعلي رأسها الصحافة المطبوعة، ويعرقل من مهمتها في استقطاب قراء جدد وتحقيق أية إيرادات إعلانية جديدة، كما حذرت هذه الدراسة من أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت "وجهة إخبارية" قائمة بذاتها.

وعلى الجانب الأكاديمي، أحدث الاستخدام المتزايد والمستمر لشبكات التواصل الاجتماعي ثورة جديدة في عالم دراسة الإعلام وبحوثه، حيث يمكن القول أن الدراسات البحثية الحالية في مجال الشبكات الاجتماعية تشهد تطورا ملحوظا على كافة المستويات، سواء من حيث القضايا المطروحة أو المناهج المستخدمة وكذلك الأدوات المستخدمة في جمع بيانات مثل هذه النوعية من الدراسات.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة الحالية، التي تسلط الضوء على عينة من أحدث الدراسات البحثية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي، للوقوف على أهم المجالات البحثية التي تطرق إليها الباحثون العرب والأجانب في الفترة من 2012 حتى 2017 ، والتعرف على أبرز المناهج والأدوات المستخدمة، من خلال رؤية تحليلية نقدية قد تسهم مستقبلا في تطوير أجندة البحوث العربية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي.

وتضم الدراسة الحالية عدة محاور أساسية تغطي متطلباتها على النحو التالي:

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة ويضم موضوعها وأهميتها وأهدافها ومنهجها وعينات وفئات التحليل

\*الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

ثانياً: رؤية تحليلية للدراسات التي تناولت علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي من حيث محاور الاهتمام والأطر النظرية المستخدمة، والمناهج والعينات التي اعتمدت عليها هذه الدراسات، وأهم نتائجها.

ثالثاً: رؤية نقدية مقارنة للإشكاليات التي تثيرها البحوث في علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي.

رابعاً: رؤية مستقبلية مقترحة لتطوير اتجاهات البحوث العربية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي

### أولاً : الإطار المنهجي للدراسة

#### 1- موضوع الدراسة وأهميتها:

تتناول الدراسة بالرصد والتحليل والتقييم واقع الدراسات العربية والأجنبية في مجال علاقة الصحافة بمواقع الشبكات الاجتماعية، وما تثيره هذه البحوث من إشكاليات منهجية ونظرية، في ضوء حداثة مواقع الشبكات الاجتماعية نسبياً، وحداثة الدراسات البحثية التي تهتم بهذا الشأن.

#### 2- أهداف الدراسة:

#### تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف، تتمثل في:

أ- رصد الاتجاهات البحثية في مجال علاقة الصحافة بمواقع الشبكات الاجتماعية علي المستويين العربي والدولي، من خلال تحليل اتجاهات هذه الدراسات وأهم نتائجها التطبيقية والنظرية.

ب- تقديم رؤية نقدية لهذه البحوث، للوقوف علي أحدث الأطر النظرية المستخدمة، والأدوات البحثية الجديدة.

ت- تقديم تصور علمي لكيفية الاستفادة من الصحافة المصرية والعربية من مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة لتطوير المحتوى الصحفي المقدم.

#### 3- المنهج المستخدم:

تنتهي هذه الدراسة إلي نوعية الدراسات التحليلية ذات المستوي الثاني -Meta analysis ذات الطابع الكيفي، والذي يمكن من خلاله رصد الاتجاهات البحثية في مجال علاقة الصحافة بمواقع الشبكات الاجتماعية علي المستويين العربي والدولي، بما تطرحه من أجندة اهتمامات وما تقدمه من أطر نظرية ومنهجية، وما توصلت إليه من نتائج وما كشفت عنه من إشكاليات وتحديات بما يسمح بطرح رؤية مستقبلية لتطوير اتجاهات هذه البحوث وأدواتها ومناهجها وأطرها النظرية.

#### 4- عينة الدراسة:

أ- العينة الزمنية:

تم تحديد الفترة الزمنية الأكثر حداثة في الست سنوات الأخيرة والتي تمتد بين عامي 2012-2017 وذلك للأسباب التالية:

● تعتبر هذه الفترة كافية لرصد أحدث الاتجاهات والأساليب البحثية وتطورها خلال هذه السنوات.

● شهدت هذه الفترة اهتماما بحثيا ملموسا في مجال شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- عينة الدراسات والبحوث:

● تم تطبيق الدراسة باستخدام أسلوب العينة المتاحة للدراسات والبحوث العربية والأجنبية خلال الفترة من 2012-2017 والتي تنوعت بين الرسائل العلمية غير المنشورة ( ماجيستير – دكتوراه) والبحوث والأوراق المنشورة في مؤتمرات ومجلات علمية محكمة.

● وقد شملت الدراسة مسحا للعينة المتاحة في مجال بحوث شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة بشكل مباشر.

5- أداة جمع البيانات:

تمثلت هذه الأداة في استمارة تحليل محتوى عينة الدراسات المتاحة في مجال علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالصحافة، **حيث تضمنت:** الموضوعات البحثية المطروحة في هذه الدراسات والأطر والمداخل النظرية المستخدمة فيها والمناهج والأدوات البحثية المستخدمة وأهم النتائج التي قدمتها هذه البحوث والدراسات.

ثانيا: رؤية تحليلية نقدية للدراسات التي تناولت علاقة الصحافة بالشبكات الاجتماعية

تعرض الباحثة لنتائج التحليل الكيفي لعينة من الدراسات العربية والأجنبية بلغ قوامها 37 دراسة حديثة في الفترة من 2012 حتى 2017 تناولت بشكل مباشر علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي، وقد بلغت عينة الدراسات العربية ذات الصلة في هذه الفترة 5 دراسات، والدراسات الأجنبية في الفترة ذاتها 32 دراسة، وهو أمر من شأنه إبراز التفاوت البحثي بين المدرستين العربية والأجنبية في إطار علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي.

ويشمل عرض النتائج ستة محاور رئيسية، علي النحو التالي:

المحور الأول: استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي

لاحظت الباحثة من خلال ما رصدته من دراسات عربية وأجنبية في هذا المسار البحثي، تزايد اهتمام الباحثين بكيفية توظيف الشبكات الاجتماعية في خدمة مهنة الصحافة والارتقاء بمستوي المنتج المقدم من خلالها، حيث سعت دراسة<sup>1</sup> **Molyneux, Logan وآخرون (2017)** إلي الكشف عن مدي استخدام الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة الأمريكية لإمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الجماهير ومع النخب السياسية، وكيف تختلف هذه التفاعلات بين الإمكانيات القديمة والحديثة التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي.

واستخدمت هذه الدراسة أداة تحليل المضمون لعدد من التغريدات الخاصة لعينة من الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة الأمريكية أثناء انتخابات 2016، بلغت قوامها 801 صحفي، ومدي تفاعل هؤلاء الصحفيين مع الجمهور عبر موقع تويتر.

وخلصت الدراسة إلي أن الصحفيين السياسيين يميلون إلي التفاعل بشكل أكبر مع أقرانهم من نفس المهنة، أكثر من أي شخص خارج مهنة الصحافة، كما أن الإمكانيات القديمة لموقع تويتر تبدو أكثر استخداما بين الصحفيين من الإمكانيات الحديثة كـ *e-tweets, quote tweets and replies*.

وخلصت الدراسة أيضا إلي أن تفاعل الصحفيين مع أقرانهم يتسم بإتاحة الفرصة لإبداء الرأي وطرح روح الدعابة، علي عكس التفاعل مع الجماهير قد لا يتسم بروح الدعابة علي الإطلاق.

وتسعي دراسة<sup>2</sup> **Timmins, Lydia (2017)** إلي الكشف عن الدور الذي يلعبه الجمهور في اتخاذ القرارات التحريرية لدي الصحفيين العاملين في بعض المؤسسات الاعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية.

ومن خلال استخدام أداتي الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المتعمقة ، تبحث هذه الدراسة في كيفية أخذ صناع القرار التحريري في الاعتبار مدي تأثير الجمهور علي نوعية هذه القرارات، وكيف تلبي هذه القرارات احتياجات الجمهور اليومية.

وتسعي هذه الدراسة للإجابة علي عدة تساؤلات يأتي في مقدمتها، كيف يستخدم الصحفيون مواقع التواصل الاجتماعي لرصد ردود أفعال الجماهير تجاه تغطيتهم الصحفية للأحداث المختلفة.

وما هي الأدوار التي تلعبها تعليقات الجماهير في صناعة القرار التحريري بشأن الموضوعات التي سيتم مناقشتها في وسائل الاعلام.

وتشير نتائج الدراسة إلي تعاضم الدور الذي يلعبه الجمهور في اتخاذ القرار التحريري في غرف الأخبار، وأن اهتمامات الجمهور تأتي في مقدمة أولويات جميع ممثلي غرف الأخبار، حيث أكد المبحوثون أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب الدور

الأساسي في وصول ردود أفعال الجماهير لغرف الأخبار تجاه التغطية الصحفية بوجه عام.

وفي نفس السياق ومن خلال مسح أجري علي 206 صحفي في الولايات المتحدة، اكدت دراسة<sup>3</sup> **Tandoc, Edson (2015)** أن مواقع التواصل الاجتماعي يتم استخدامها داخل غرف الأخبار لأغراض تقليدية تتمثل في الترويج لقصة إخبارية أو رفع نسبة تصفح موقع الصحيفة، أكثر من الأغراض التفاعلية كإصدار نوعية الجماهير والتفاعل معهم. وخلصت الدراسة أيضا إلي أن الصحفيين العاملين في مؤسسة تهتم برفع نسبة زوار موقعها الإلكتروني، هم الأكثر عرضة للانخراط في الاستخدامات التقليدية والتفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي كفيس بوك وتويتر.

وبحثت دراسة<sup>4</sup> **Hedman, Ulrika (2014)** في طبيعة استخدام الصحفيين في السويد لموقع تويتر، ومدى الاختلاف بين الصحفيين المستخدمين لتويتر وغير المستخدمين فيما يتعلق بالمعايير والممارسات المهنية، من خلال عينة قوامها 1412 صحفيا.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلي أن هناك اختلافات ملموسة بين الصحفيين كثفي الاستخدام لموقع تويتر والآخرين من غير المستخدمين فيما يتعلق بالقيم والمعايير الصحفية، فالصحفيون كثيفو الاستخدام يتعاملون مع تويتر علي انه جزء اساسي من العمل الصحفي، أما قليلو الاستخدام فهم ينظرون إلي تويتر علي أنه قد يساعد في بعض المهام التقليدية للصحافة كالبحث عن أفكار صحفية وتحري الدقة في المعلومات الخاصة بالقصص الإخبارية.

واهتمت دراسة<sup>5</sup> **Tandoc, Edson Jr (2014)** بمبدأ يتعلق بطبيعة علاقة الصحفيين بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تغير التعامل معها من مجرد قنوات بديلة للمعلومات إلي اعتبارها "حلفاء" لهم، تساعدهم علي نشر المضامين الصحفية الخاصة بهم بعيدا عن حراس البوابة التقليديين.

وبحثت الدراسة أيضا في حالة التوازن التي أحدثتها ثورة وسائل التواصل الاجتماعي بين المضمون الصحفي والجمهور المستهدف، حيث أصبح الجمهور هو مفتاح حياة المواد الصحفية، من حيث مدى ادراكه لطبيعة المضمون المقدم ومدى إقباله عليه عبر تفاعله من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وتناولت دراسة<sup>6</sup> **Yang, Emilia (2014)** كيفية استخدام مجموعة من الصحفيين والمدونين في نيكارجوا لمواقع التواصل الاجتماعي لتطوير مجتمع متحاور عبر الإنترنت، فالحوارات والنقاشات بين الصحفيين والمدونين عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلقت مجالا عاما افتراضيا، والذي تم تحليله من خلال الملاحظة والمقابلات واستمارات الاستقصاء.

وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد حلت محل الأشكال التقليدية في النقاش والتفاعل بين الصحفيين والمدونين في نيكارجوا وخلقت نوعا تدريجيا من التماسك بينهم.

وأشارت الدراسة أيضا إلى أن موقع تويتر يعد من أكثر المنصات الاجتماعية إفادة للصحفيين في الحديث عن الممارسات الصحفية والصراعات المشتركة وبعض الموضوعات الأخرى المرتبطة بأجندة الأخبار القومية.

وأكدت الدراسة أيضا أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مفيدة بشكل خاص في النقاشات السياسية ورصد حالات القمع الحكومي ضد الصحفيين في نيكارجوا.

وبحثت دراسة<sup>7</sup> Russell, Frank Michael وآخرون (2014) في كيفية قيام الصحفيين بمشاركة رسائلهم الإخبارية عبر موقع تويتر، وتحديدًا من خلال البحث في وجود أية اختلافات بين الربط وسلوك إسناد المصادر بين المؤسسات الصحفية التقليدية و الصحف الإلكترونية.

واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لعينة من 1175 تغريدة عبر موقع تويتر لأربعين صحفي من 8 مؤسسات صحفية أمريكية منهم 4 مؤسسات عبر الإنترنت، والتي نشرت أثناء فترة توقف نشاط الحكومة الأمريكية من 1 حتى 16 أكتوبر 2013، حيث بحثت الدراسة في هذا الشأن عن أكثر الأطر المستخدمة في تغريدات الصحفيين عبر موقع تويتر أثناء فترة توقف نشاط الحكومة الأمريكية، سواء كان إطار الأزمة أو إطار تأثير الأزمة سياسيا.

وتدعم نتائج هذه الدراسة العديد من الدراسات السابقة التي تؤكد أن الصحفيين يفضلون تعزيز المحتوى الصحفي الخاص بهم بروابط نشطة من مواقع مؤسساتهم الصحفية أكثر من أية مصادر أخرى.

وركزت دراسة<sup>8</sup> Hedman, Ulrika (2013) علي الاستخدامات المهنية والشخصية لبعض الصحفيين في السويد لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث اهتمت الدراسة بمستوي وهدف وتقييم استخدام فئات مختلفة من الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

وخلصت الدراسة إلى هناك ثلاث فئات رئيسية لاستخدام الصحفيين في السويد لمواقع التواصل الاجتماعي وهم: المتشككون – الواقعيون – المتحمسون.

والمتشككون هم أقل الصحفيين استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيس بوك وتويتر، وهم في الغالب الأكبر سنا والعاملين في الصحف المطبوعة، وهم مؤمنون بأن هذه التكنولوجيا الجديدة لن تغير أبدا من طبيعة مهنة الصحافة.

والواقعيون هم من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل انتقائي ومحدد في مهام معينة تتعلق بالبحث عن المعلومات او متابعة ما يحدث من حولها، وهم نادرا ما

يقومون بنشر أي تغريدة علي تويتر أو الكتابة علي حساباتهم الشخصية عبر فيس بوك.

اما المتحمسون فهم الأكثر استخداما واقتناعا بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي، وهم في الغالب الأصغر سنا، ودائمي التغريد عبر تويتر والكتابة علي المدونات وحساباتهم الشخصية عبر فيس بوك.

**وعن استخدامات وكالات الأنباء العالمية لمواقع التواصل الاجتماعي،** أجريت دراسة<sup>9</sup> Jones, Bronwyn (2013) علي عينة من 34 صحفي من العاملين في وكالة الاسشيوتيدبرس ورويترز ووكالة الأنباء الفرنسية، باستخدام اسلوب المقابلات شبه المقننة.

وخلصت الدراسة إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أبرز الأدوات الحديثة المستخدمة من قبل وكالات الأنباء العالمية في جمع الأخبار ومشاركة الروابط عبر الحسابات الشخصية للصحفيين العاملين بها.

ومن أبرز الاستخدامات المهنية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل وكالات الأنباء العالمية، قيام العديد من الصحفيين العاملين بها بإنشاء حسابات شخصية يقومون من خلالها برصد وجمع المعلومات عن الأحداث والقضايا التي يقومون بتغطيتها في القصص الإخبارية، بالإضافة إلي التحقق أحيانا من بعض أسماء المسؤولين في الحكومات ومنظمات المجتمع المدني.

وفي نفس السياق، تناولت دراسة<sup>10</sup> Lee, Shin Haegn (2013) تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل وكالات الأنباء، علي المعايير والممارسات المهنية؛ كتوجه الخدمة العامة، الموضوعية والشفافية والمساءلة، وذلك من خلال تحليل 1141 قصة إخبارية نشرتها ست مؤسسات إعلامية كبرى ( نيويورك تايمز – يو اس ايه توداي – وول ستريت جورنال – فوكس نيوز – سي ان ان – ام اس ان بي سي) عبر موقع تويتر علي مدي أسبوع في عام 2012.

وشملت معايير التحليل أيضا مدي احتواء هذه القصص الإخبارية علي الأدوات التفاعلية التي تميز الصحافة الإلكترونية كالروابط الفائقة علي سبيل المثال.

وتؤكد نتائج الدراسة استمرار استخدام الصحافة التقليدية للتغريدات عبر موقع تويتر من قبل وسائل الاعلام الرئيسية، كما أن معظم المواد الصحفية المنشورة علي تويتر تعكس القيم الصحفية التقليدية كالشفافية والموضوعية والمساءلة.

وتشير نتائج الدراسة أيضا إلي أن النموذج الأمريكي للصحافة قائم علي الممارسات التقليدية والقواعد الراسخة، وأن وكالات الأنباء تأخذ علي عاتقها عبء إعلام المواطنين بالقضايا العامة لإدراج آرائهم في عملية صنع القرار السياسي.

جاءت دراسة<sup>11</sup> **Gulyas, Agnes (2013)** لتبحث في تبني الصحفيين في ثمانى دول متقدمة لمواقع التواصل الاجتماعي ودراسة التأثيرات التي أحدثتها في مهنة الصحافة بوجه عام، وأجريت الدراسة علي عينة قوامها 3652 مفردة من ( استراليا - كندا - فرنسا - فنلندا - ألمانيا - السويد - بريطانيا - الولايات المتحدة الأمريكية).

وخلصت الدراسة إلي أن هناك تشابها واضحا في تبني الصحفيين عينة الدراسة لنمط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا تأثيراتها والتي تمثلت أبرزها في علاقة الصحفيين بجمهورهم عبر هذه الوسائل الجديدة.

وجاء الخلاف بين عينة الدراسة فيما يتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي جودة المضامين الصحفية أو إمكانية الحصول علي مصادر للأخبار من خلالها.

كما أجرت **Haney, Sally (2012)** دراستها<sup>12</sup> علي 8 من الصحفيين الكنديين باستخدام اسلوب المقابلات المقننة للتعرف علي مدي ارتباطهم بموقع فيس بوك، ومدي تحقيق التوازن بين ممارسات الانترنت والمعايير التقليدية للصحافة.

وخلصت الدراسة إلي أن غالبية الصحفيين يتعاملون مع مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة مفيدة لتوسيع شبكات معارفهم الشخصية والمهنية، خاصة فيما يتعلق بإمكانية العثور علي مصادر مهمة قد تفيدهم في موضوعاتهم الصحفية، او تطوير فكرة صحفية جديدة، وأن تعامل الصحفي مع هذه الشبكات إنما يتم وفقا لتوجهاته والخطوط الإرشادية التي يضعها لنفسه.

وبحثت دراسة<sup>13</sup> **Choi, Jihyang (2012)** في التأثيرات والتحويلات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي علي الصحفيين العاملين في بعض الصحف المطبوعة في مدينة سول بكوريا الجنوبية.

وأجريت الدراسة علي ثمانى صحف يومية، وخلصت إلي أن الصحفيين استطاعوا مواكبة التحديات التي فرضتها تحولات الشبكات الاجتماعية من خلال تفهم الضغوط والمسئوليات التي فرضت عليهم نتيجة ظهور هذا النمط من الشبكات، بالإضافة إلي قناعتهم بأن التفاعل المكثف مع الجماهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي سيكون له تأثيرا إيجابيا علي أنشطتهم الصحفية.

وفيما يتعلق بجودة الأخبار، انتهت الدراسة إلي أن الصحفيين أعربوا عن قلقهم بشأن ضرورة وجود طبيعة معينة من الأخبار والتقارير الني تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فالتقارير المتعمقة والأخبار الجادة والدقيقة قد لا تجد لها مكانا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**وعن الوظائف الجديدة التي أفرزتها الشبكات الاجتماعية في الواقع الصحفي،** جاءت دراسة<sup>14</sup> **Currie, Tim (2012)** التي أجريت علي عينة من 13 محرر



لمواقع التواصل الاجتماعي في بعض المؤسسات الصحفية الكندية بهدف التعرف علي أدوار ووظائف محررو مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إجراء المقابلات تليفونيا.

وخلصت الدراسة إلي أن محرري مواقع التواصل الاجتماعي يواجهون تحديات كبيرة من المحررين التقليديين داخل غرف الأخبار، نظرا لقيامهم بنقل اهتمامات القراء والجماهير إلي داخل غرف الأخبار، الأمر الذي يراه بعض المحررين القدامى تدخلا واضحا في أساليب عملهم اليومي.

### المحور الثاني: الترويج لمضامين الصحف عبر شبكات التواصل الاجتماعي

وعن علاقة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بشبكات التواصل الاجتماعي ، بحثت دراسة<sup>15</sup> **Jennifer Brannock (2015)** في مدي استعانة 6 من المؤسسات الإعلامية الأمريكية - ( قناتان تليفزيونيتان - صحيفتان - موقعان إلكترونيان) في نشر مضامينهم علي مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر، من خلال تحليل مضمون لـ 1232 منشور لهذه المؤسسات الإعلامية والمواد الصحفية المرتبطة بها علي هذين الموقعين، في محاولة للتعرف علي المفاهيم المختلفة للخبر وفقا لنوع الوسيلة المستخدمة للنشر.

وخلصت الدراسة إلي أن صحف العينة تقوم بنشر المضامين الخاصة بالصحفيين العاملين بها علي موقعي فيس بوك وتويتر، كما تهتم مواقع العينة بنشر مساهمات القراء أيضا وليس الصحفيين فقط.

وانتهت الدراسة أيضا إلي أن صحف العينة تهتم بنشر مضامينها علي موقع تويتر أكثر من موقع فيس بوك، حيث يمتلك الصحفيون مهارة اختصار الأخبار إلي 140 حرف فقط ، وهي المساحة المتاحة للنشر علي موقع تويتر، بالإضافة إلي اهتمام هذه الصحف بوصول أخبارهم إلي أكبر شريحة من الشباب، وهي من الفئات الأكثر استخداما لموقع تويتر.

وسعت دراسة<sup>16</sup> **Clark F. Greer** وآخرون (2014) إلي الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بطبيعة المضامين التي تنشرها الصحف المحلية بالولايات المتحدة الأمريكية علي موقع **Pinterest** ، ومدي ارتباطها بحجم كل صحيفة علي حدة.

واتبعت الدراسة أسلوب تحليل المضمون لدراسة عينة من المضامين المصورة المنشورة علي موقع **Pinterest** والمرتبطة بعدد من الصحف الأمريكية، والتي وصل عددها إلي عشرين صحيفة.

وخلصت هذه الدراسة إلي أن أعلى نسبة من المحتوي المنشور علي مواقع الصحف الأمريكية المرتبطة بموقع **Pinterest** ، هي في الأساس من الأخبار ذات الصلة بموقع هذه الصحف.

كما خلصت الدراسة أيضا إلي أن هناك اختلافات بين الصحف فيما يتعلق بنسبة التوزيع، فالصحف الأقل توزيعا هي أكثر استخداما للمنشورات علي موقع Pinterest بهدف الترويج لأخبارها ومضامينها الصحفية، علي عكس الصحف الأكثر توزيعا.

### المحور الثالث: استخدامات الصحافة المتخصصة لشبكات التواصل الاجتماعي

**وعن علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بأنماط الصحافة المتخصصة،** جاءت دراسة **أمل السيد (2015)**<sup>17</sup> والتي تتحدد مشكلتها البحثية في رصد وتحليل وتفسير الكيفية التي يستخدم بها عينة من القائمين بالاتصال في الصفحات المتخصصة شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة علي ذلك وتأثيرات هذا الاستخدام علي الأداء الصحفي لهم في محاولة لوضع تصور أخلاقي ومهني لاستخدام هذه الشبكات. وأجريت الدراسة علي عينة عمدية قوامها 67 مبحوثا من صحف الأهرام / اليوم السابع / المصري اليوم / الشروق / روز اليوسف / الوفد.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلي أن استخدام هذه الشبكات الاجتماعية تحركه دوافع مهنية في المقام الأول بغية تطوير الأداء الصحفي وتعزيز التواصل مع الجمهور والمصادر والقراء والزملاء مما يشبع لديهم الشعور بالتميز وتحقيق الذات خاصة مع ما أتاحتها هذه الشبكات من إمكانيات لإعادة نشر أعمالهم علي نطاق واسع.

وتغلب التأثيرات الإيجابية لاستخدام هذه الشبكات علي طبيعة العمل المتخصص ومفرداته، حيث وفرت هذه الشبكات نمطا مختلفا من المعلومات والوقائع، أضفت حيوية علي الموضوعات المتخصصة وجعلتها أقرب إلي اهتمامات الجمهور، كما ساعدت علي تبسيط المصطلحات المتخصصة.

وتظهر النتائج احتياج المجال الصحفي المتخصص لألية لمحاكاة المتجاوزين للمعايير المهنية والأخلاقية في استخدام هذه الشبكات الأمر الذي ينعكس بالسلب علي دور وصورة الصحافة والصحفيين بشكل عام وعلي مصداقيتها بشكل خاص.

وتبحث دراسة<sup>18</sup> **Molyneux, Logan (2014)** في مدي إدراك الصحفيين المهتمين بالشئون الصحية لمفهوم "العلامة التجارية" في ممارستهم الصحفية اليومية، ومدي إدراكهم لأهمية الترويج لأنفسهم ومضامينهم الصحفية ومؤسساتهم التي يعملون بها. وأجريت الدراسة باستخدام أسلوب المقابلات شبه المقننة مع 21 صحفي من العاملين في الشأن الصحي في بعض الصحف الأمريكية.

وخلصت الدراسة إلي أن الصحفيين يركزون بشكل كبير علي عرض مضامينهم الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بل وأيضا التفاعل بشكل مكثف مع الجمهور، كأحد أبرز وسائل الترويج الشخصي لأنفسهم.

**وفي إطار الصحافة المتخصصة واستخدام الشبكات الاجتماعية كوسيلة لتسويق الصحفيين،** اهتمت دراسة<sup>19</sup> **Schultz, Brad (2013)** بكيفية استخدام صحفيو القسم الرياضي لوسائل التواصل الاجتماعي لتسويق أنفسهم عبر الإنترنت. ومن خلال دراسة ميدانية أجريت علي عينة من الصحفيين المتخصصين في الرياضة وغير المتخصصين في عدد من الصحف الأمريكية.

وخلصت الدراسة إلي أن الصحفيين الرياضيين لديهم الاستعداد لخلق العلامة التجارية لأنفسهم مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بأقرانهم غير الرياضيين والذي يفضلون البقاء في أماكنهم غير عابئين بأهمية تسويق أنفسهم عبر أي منفذ خارج وسائل الاعلام التقليدية.

**وفي نفس السياق،** بحثت دراسة<sup>20</sup> **Reed, Sada (2012)** في طبيعة استخدام الصحفيين المتخصصين في الرياضة لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها علي مفهوم المهنة لديهم.

وجدت الدراسة علاقة ارتباط وثيقة بين كثافة استخدام موقع تويتر ومفهوم المهنة لدي الصحفيين المتخصصين في الشأن الرياضي، حيث اكدت عينة الدراسة أن تكرار استخدام تويتر يأتي نتيجة الاعتماد عليه في عملية جمع المعلومات، بينما يأتي استخدام موقع فيس بوك ليطمس الحدود المهنية والخاصة، كما ان هناك علاقة ارتباط قوية بين زيادة حجم توزيع الصحف الرياضية والاقتباس المباشر من الحسابات الشخصية لبعض الرياضيين.

#### **المحور الرابع: مدي تحقق المعايير المهنية في علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي**

**وفي هذا الشأن،** خلصت دراسة<sup>21</sup> **إيمان الغريب (2015)** إلي أن هناك تفاوت في أهداف الممارسة الصحفية علي مواقع التواصل الاجتماعي وكانت في مقدمتها أهداف تحقيق سبق والانفراد الصحفي والأرباح السريعة، كما تمثلت معايير انتقاء المضامين الإخبارية في ارتباطها بعناصر السرعة والحدثة والجدة وعناصر الاثارة والصراع.

وأظهرت نتائج الدراسة أيضا حرص وسائل الاعلام التقليدية علي توظيف آليات التفاعل مع زوار مواقعه الالكترونية والتواجد علي مواقع التواصل الاجتماعي للوصول لأكبر شريحة من الجماهير.

وعن إمكانية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، اكدت الدراسة أنها تمثل وسيلة اتصال فعالة مع المصادر بنسبة تصل لـ 50% وذلك اعتمادا علي أن معظم الشخصيات العامة أصبح لها حسابات شخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وأجريت دراسة<sup>22</sup> **Willnat, Lars (2014)** علي عينة من 1080 صحفي أمريكي للتعرف علي تأثيرات التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي علي الممارسات الصحفية اليومية والتغيرات التي حدثت داخل غرف الأخبار بوجه عام.

وخلصت الدراسة إلي معظم الصحفيين الأمريكيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف علي المضامين التي تقدمها المؤسسات الصحفية الأخرى، ومعرفة الأخبار العاجلة والطارئة، بالإضافة إلي البحث عن أفكار جديدة لموضوعات صحفية، والبقاء علي اتصال دائم بالقراء والمشاهدين. وبشكل عام يستخدم الصحفيون وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لجمع المعلومات ومقابلة المصادر والتأكد من صحة بعض المعلومات الأخرى.

ومن أبرز السلبات التي أكدتها عينة الدراسة ما يتعلق بأن الصحافة الإلكترونية بوجه عام تبحث عن السرعة في مقابل الدقة.

واهتمت دراسة<sup>23</sup> **Zeller, Frauke (2014)** باتجاهات بعض الصحفيين في كندا نحو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي علي المعايير المهنية للصحافة، واعتمدت الدراسة علي مقابلات مع تسع من مديري التحرير في كيري الصحف الكندية.

أظهرت المقابلات تفاهما ضمنيا بشأن التحول بعيدا عن الدور التقليدي لحارس البوابة من خلال أساليب نشر الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**وعن مدى استيعاب الصحفيين لمعايير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي،** بحثت دراسة<sup>24</sup> **Opgenhaffen, Michael (2014)** في مدى استيعاب الصحفيين الفلمنج لقواعد ومعايير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد التي تصف سلوكهم عبر موقع تويتر، وضرورة ذكر اسم المؤسسة الصحفية التي يعملون بها أثناء كتابة اي تغريدة.

وخلصت نتائج الدراسة التي أجريت من خلال مقابلات متعمقة مع 20 صحفي ، إلي أن الحديث عن أي قواعد متعلقة بموقع تويتر تعد غير ضرورية، لأن الحس الصحفي السليم لا يحتاج لأية قواعد تحدد طريقة التعامل مع أي منصة إعلامية. ووجد عدد من الصحفيين عينة الدراسة أن مجرد الحديث عن هذه القواعد يعد تقييدا للحرية الشخصية.

**وفي سياق الحديث عن مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي،** حاولت دراسة<sup>25</sup> **Gillis, Tamara (2013)** الاجابة عن بعض التساؤلات المتعلقة بكيفية استخدام الصحفيين لأدوات مواقع التواصل الاجتماعي في عملية جمع الأخبار، وما هي المعايير التي يحتكم إليها الصحفيون لإقرار مدى مصداقية المصادر المتاحة للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن خلال دراسة ميدانية أجريت علي 421 صحفي من قائمة جمعية الصحفيين المحترفين، خلصت هذه الدراسة إلي أن استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في قراءة الأخبار والبحث عن مصادر الأخبار والبحث عن بعض الأفكار الصحفية.

واوضحت نتائج الدراسة أن الصحفيين – عينة الدراسة – يستخدمون 3 معايير أساسية للحكم علي مصداقية المصادر المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهي: أن يكون لديها معلومات حقيقية وموثوق فيها، خبرة موثقة من كاتب المقال، دليل للموضوعية.

#### المحور الخامس: العلاقة المتبادلة بين الجمهور ووسائل الاعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي

وترصد دراسة<sup>26</sup> **Chen, Victoria** وآخرون (2017) مدي استخدام الصحف لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيس بوك كمنصة لتوزيع الأخبار علي القراء، من خلال جذب انتباههم لنوعية معينة من الأخبار.

وتشير الدراسة إلي أن هذه النوعية من المشاركة يزيد من ولاء القراء للصحف ومواقع التواصل الاجتماعي علي حد سواء.

وتثبت الدراسة من خلال نتائجها العامة خطأ الاعتقاد الشائع بأن التعرض لموقع فيس بوك يقلل من الاهتمام بمطالعة أخبار الصحف، حيث أكدت الدراسة في نتائجها أن الصحف وموقع فيس بوك يستفيدان بشكل متبادل من خلال زيادة الولاء للوسيلتين.

واستخدمت الدراسة اسلوب الاستبيان الالكتروني من خلال عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها 588 مفردة.

اعتمدت الدراسة علي اسلوب جمع العينة من خلال إحصاء المواقع المتخصصة التي تنتج ذلك بعد دفع مقابل للمبشرين في سبيل إجراء الدراسة وهو موقع [www.surveysampling.com](http://www.surveysampling.com)

**وعن علاقة الشبكات الاجتماعية بالصحف الإلكترونية،** جاءت دراسة<sup>27</sup> **نجوي ابراهيم (2015)** التي تمثلت مشكلتها البحثية في التعرف علي طبيعة استخدام الشباب الجامعي لمحتوي الصحف الإلكترونية عبر موقعي فيس بوك وتويتر، وكذلك الاشباع المتحققة منها، بالإضافة إلي مدي التفاعل مع هذا المحتوى، بالإضافة إلي التعرف علي كيفية استخدام القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية لتلك المواقع في نشر المحتوى.

وأجريت الدراسة علي عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي في جامعات حكومية وخاصة وجامعة الأزهر، ومقابلات متعمقة مع 22 مفردة من

مديري التحرير ومحرري الشبكات الاجتماعية في بعض المواقع والصحف الإلكترونية.

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع متابعة عينة الدراسة لمحتوي الصحف الإلكترونية عبر موقع فيس بوك فقط، وانخفاضها في موقع تويتر، وذلك لسهولة التفاعل مع المحتوى الإخباري عبر هذا الموقع.

وكشفت نتائج المقابلة المتعمقة عن أهمية استخدام المواقع الإلكترونية لمواقع التواصل الاجتماعي، نظرا للدور الذي تلعبه في زيادة نسبة الـ Traffic، كما تستخدمها الصحف الإلكترونية نظرا للحاجة إلى النشر السريع للأخبار، حيث توفر هذه المواقع مصدرا متجددا سريعا للأخبار، وبالتالي تسمح بتقديم خدمة سريعة تناسب طبيعة القارئ المتعجل، بالإضافة إلى ما تتيحه تلك المواقع من أدوات متعددة لتفاعل الجمهور مع المحتوى.

وسعت دراسة<sup>28</sup> مني جابر (2015) إلى التعرف على مدي إدراك الجمهور المصري للمعايير المهنية والأخلاقية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الاعلامي لعينة عمدية من 200 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وبالاستعانة بفروض نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وخلصت الدراسة إلى أن معدلات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة بعدم وجود ضوابط مهنية وأخلاقية علي هذه المواقع، فالجمهور يبحث عن الغريب والشاذ ليشاهده.

كما أن مشاركة الأخبار تعتبر من أول العوامل المهنية التي يؤيدها الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تليها الفورية والمصداقية، بالإضافة إلى أن السخرية عامل اساسي من عوامل جذب الجمهور لهذه المواقع، فالأخبار عندما تتحول للسخرية تصبح مادة إخبارية دسمة سهلة التصديق.

وتقدم دراسة<sup>29</sup> Hocevar, Kristin وآخرون (2014) مفهوما جديدا يتعلق بـ "الكفاءة الذاتية لمواقع التواصل الاجتماعي"، ويقصد به قدرة الشخص علي الوصول إلى النتائج المرجوة في بيئة وسائل التواصل الاجتماعي، كما تبحث أيضا في تأثيرها علي الأفراد ومدى تقييمهم لمصداقية المعلومات التي يجدونها عبر الإنترنت.

وخلصت الدراسة التي أجريت علي 3568 مفردة من مستخدمي الإنترنت البالغين في الولايات المتحدة، إلى أن الأفراد ذوي الكفاءة الذاتية العالية بمواقع التواصل الاجتماعي يجدون المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية، من الأشخاص الأقل كفاءة ذاتية.

وكشفت دراسة<sup>30</sup> Lee, Jayeon (2014) عن تأثيرات أنشطة الصحفيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي تصورات الجماهير نحوهم ونحو مضامينهم الصحفية. وأجريت الدراسة شبه التجريبية علي عينة قوامها 267 من طلاب إحدى الجامعات في وسط غرب الولايات المتحدة.

وخلصت الدراسة إلي أن أنشطة الصحفيين المتنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي علي تصورات الجمهور نحوهم علي المستوي الشخصي فقط، أكثر من أقرانهم ممن لا يتفاعلون.

وعلي الجانب الأخر، أكدت الدراسة أن تفاعل الصحفيين مع الجماهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بالسلب علي تصوراتهم نحو إنتاجهم الصحفي أي علي المستوي المهني.

وبالتالي تؤكد الدراسة أن الجمهور عندما يكون انطباعا سلبيا عن الصحفي، يتكون الانطباع السلبي علي المنتج الصحفي بالتبعية دون النظر لأهمية المنتج الصحفي نفسه.

واهتمت دراسة<sup>31</sup> Park, Chang Sup (2014) بالعلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لصحافة المواطن ومشاركة المواطنين في العملية السياسية. وأجريت الدراسة علي عينة من 800 مفردة في فترة الانتخابات في كوريا الجنوبية عام 2012 .

وخلصت الدراسة إلي أن الاستخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي يرتبط إيجابيا بالمناقشات السياسية والفاعلية السياسية ونية التصويت والمشاركة السياسية بوجه عام، وهذا يؤكد أن المشاركة هي المفهوم الأساسي الذي يفسر الأنماط السلوكية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وتركز دراسة<sup>32</sup> Brian E. Weeks (2013) علي المحتوى الإخباري المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك للتعرف علي طبيعة الأخبار التي تركز عليها وكالات الأنباء والمؤسسات الصحفية، وكذلك كيفية تعامل الجمهور مع تلك الأخبار.

وقد استهدفت الدراسة التي أجريت علي عينة قوامها 1264، اختبار عدة فروض خاصة بالعلاقة بين استقبال المستخدمين للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي واستهلاكها علي نفس المنصات، بمعنى أن المستخدمين الذين يتعرضون للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يهتمون بنشرها ومشاركتها مع أقرانهم علي نفس المنصات، وأن الأفراد المشاركين علي حسابات المؤسسات الصحفية ووكالات الأنباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يكونوا أكثر نشاطا في تقديم ومشاركة الأخبار مع أقرانهم غير المشتركين، كما تختبر الدراسة العلاقة بين الانتماء الحزبي واستقبال ونشر الأخبار عبر تلك المواقع.

وخلصت نتائجها إلي وجود علاقة ايجابية بين استقبال المستخدمين للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي واستهلاكها أو مشاركتها عبر نفس المنصات، وكلما كانت الانتماءات والتوجهات الحزبية للمشاركين واحدة، كلما زاد استقبال ونشر الأخبار عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز المواقف والاتجاهات، كما توجد علاقة طردية بين معدل استقبال المستخدمين للأخبار عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي وبين معدلات مشاركتها مع أصدقائهم.

**وعن دور الشبكات الاجتماعية في تغيير الواقع الاعلامي،** اهتمت دراسة<sup>33</sup> عائشة البوسميط (2013) برصد وتحليل الصورة الذهنية التي تشكلت بخصوص أثر وفاعلية وسائل الإعلام الجديد وفي مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير ذلك علي تشكيل ملامح البيئة الإعلامية للمواطن العربي المستخدم لها ومقارنة هذه البيئة الجديدة بالواقع الإعلامي الخاص به عند تعامله مع وسائل الإعلام التقليدية.

وتم تطبيق الدراسة علي عينة عشوائية من الجمهور العربي في الإمارات، وخلصت الدراسة إلي أنه قد جاءت في مقدمة أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تضمنها لآراء عن القضايا والمشكلات التي تهمهم، ثم السبب المتعلق بالتعرف علي تطورات الأحداث.

وأضافت الدراسة أن 75 % من عينة الدراسة تفضل متابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أثر بالسلب علي متابعتهم لبقية الوسائل الاعلامية الأخرى.

واهتمت دراسة<sup>34</sup> Weeks, Brian (2012) بمسألة تلقي المضامين الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير ذلك علي علاقة الصحفي بمؤسسته الصحفية والتي تعد مؤشرا كبيرا علي نشره للأخبار عبر الشبكات الاجتماعية.

وباستخدام أسلوب التحليل من المستوي الثاني لبيانات من مركز Pew لعام 2010 والتي أجريت علي 1264 مفردة من خلال المقابلات التليفونية. وخلصت هذه الدراسة إلي أن هناك العديد من المؤشرات الخاصة بنشر الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في مقدمتها علاقة الصداقة الافتراضية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والمؤسسات الصحفية والتي قد تحدد إمكانية نشر محتوى الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلي وجود علاقة إيجابية قوية بين مفهوم "تلقي" الأخبار ثم "نشرها" فيما بعد.

**المحور السادس: تغطية الصحافة لعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالثورات العربية**

وفي هذا المسار البحثي، بحثت دراسة<sup>35</sup> Fesenmaier, Margaret A وآخرون (2012) في تكهنات الصحف الأمريكية حول الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية عام 2011، ومدى اتساق ذلك مع التغطية الصحفية المصرية. واستخدمت الدراسة نظرية الاطار الاعلامي، بالتطبيق علي عينة من



الصحف الأمريكية والمصرية تضمنت صحف نيويورك تايمز / يو اس ايه توداي / وول ستريت جورنال / الأهرام / المصري اليوم / الايجيبيشن جازيت وذلك في الفترة من 25 يناير حتى 25 سبتمبر 2011.

ومن خلال تحليل 300 مادة صحفية، أكدت النتائج أن الصحف الأمريكية أشارت في تغطيتها الصحفية إلي أن موقع فيس بوك لعب دورا كبيرا في الثورة المصرية، بعكس ما جاء في الصحافة المصرية التي تعاملت بحرص مع هذا الشأن.

وفي نفس السياق، سعت دراسة<sup>36</sup> **Martin, Brandie (2012)** إلي الإجابة عن تساؤل يتعلق بـ: كيف تم تأطير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ثورة يناير 2011 في المضامين المنشورة في صحف نيويورك تايمز، يو اس ايه توداي، وواشنطن بوست، في الفترة من أول يناير حتى أول مارس 2011، وذلك من خلال تحليل 38 مادة صحفية.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن استخدام المواطنين لموقعي فيس بوك وتويتر تم تأطيره في الدراسة باعتباره مقدمة غير رسمية للتنمية الديمقراطية، في الوقت الذي كشفت فيه الدراسة أيضا أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مصر كان مجرد قناة لتشجيع الخطاب السياسي في الواقع الفعلي، فالخطاب السياسي الذي يظل حبيس أجهزة الكمبيوتر لا يؤدي الي تغيير في الواقع، فالثورة المصرية لم يصنعها موقع فيس بوك.

وبحثت أيضا دراسة<sup>37</sup> **Feng, Miao (2012)** في التأثير السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال الكشف عن أطر تقديمها في مضامين بعض الصحف الكبرى في العالم.

وأجريت الدراسة علي 130 مادة صحفية منشورة في بعض الصحف الأمريكية والبريطانية والكندية والاسترالية في الفترة من 17 ديسمبر 2010 حتى 11 فبراير 2011 وهي الفترة التي شهدت اندلاع الثورتين التونسية والمصرية.

وباستخدام نظرية الاطار الاعلامي، خلصت الدراسة إلي أن أكثر الأطر المهيمنة علي تناول هذه الصحف للتأثير السياسي لوسائل التواصل الاجتماعي، كان الإطار Soft technological determinist والذي يقصد فيه بالدراسة وجود أي عامل مساعد خلاف مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في اندلاع الثورتين.

وجاء الإطار الثاني Technological determinist والذي يقصد به في حدود هذه الدراسة اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي هي السبب الاول لاندلاع الثورتين.

وكشفت الدراسة أيضا أن أكثر من نصف المواد الصحفية التي تم تحليلها أبرزت الدور الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها السياسي إبان اندلاع الثورتين المصرية والتونسية.

### ثالثاً: رؤية نقدية مقارنة لاتجاهات البحوث العربية والأجنبية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي

#### علي مستوي مجالات الاهتمام:

تكشف المراجعة النقدية للدراسات المهمة بعلاقة الصحافة بمفهومها العام بشبكات التواصل الاجتماعي عن اختلاف مستوي الاهتمام في هذا المجال البحثي بين المدرستين العربية والأجنبية، فلا يجد هذا المجال الاهتمام الواضح من المدرسة العربية، في الوقت الذي تهتم فيه الدراسات الأجنبية بشقيها الأمريكي والأوروبي بهذا المسار البحثي اهتماماً واضحاً، وظهر ذلك في تنوع الجوانب التي تناولها هذه الدراسات البحثية علي خلاف محدودية مجالات الاهتمام في المدرسة العربية.

في هذا السياق، تهتم الدراسات الأجنبية برصد الجوانب المتنوعة المتعلقة بكيفية توظيف مواقع الشبكات الاجتماعية في الارتقاء بالمضمون الصحفي المقدم عبر التفاعل المستمر مع الجماهير للتعرف علي احتياجاتهم الصحفية، وصولاً إلي دراسة دور الجماهير في التأثير علي القرار التحريري داخل غرف الأخبار.

وتخصص أيضاً الدراسات الأجنبية جانبا كبيرا لدراسة مدي تطبيق شبكات التواصل الاجتماعي للمعايير والممارسات المهنية للصحافة، بالإضافة إلي تسليط الضوء علي الوظائف الجديدة التي أفرزتها الشبكات الاجتماعية كوظيفة Social Media Editor، وهو ما لا يظهر بالقدر الكافي في الدراسات والبحوث العربية.

تهتم الدراسات الأجنبية في جانب منها بكيفية تسويق الصحفي المتخصص لنفسه، من خلال تسليط الضوء علي المضامين الرياضية والشئون الصحية علي سبيل المثال، وهو أمر لا يبدو واضحاً في الدراسات العربية التي اهتمت فقط بدراسة استخدامات الصحفيين في الصفحات المتخصصة لبعض الصحف لشبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام دون التسليط الضوء علي مضمون بعينه، وهو أمر من شأنه تعميم النتائج دون دراسة الظاهرة بعمق.

توجه الدراسات الأجنبية اهتماماً ملحوظاً للدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في الثورات العربية وتحديد الثورتين المصرية والتونسية، من خلال إبراز الدور الإيجابي الذي قامت به هذه المواقع إبان اندلاع هذه الثورات العربية.

#### علي مستوي الأطر والمداخل النظرية:

رصدت الباحثة من خلال المراجعة التحليلية والنقدية للدراسات العربية والأجنبية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي، اتفاق كلا المدرستين العربية والأجنبية علي توظيف أطر نظرية تقليدية محددة كنظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية تحليل الأطر الإعلامية والمجال العام، وعدم اللجوء بشكل واضح إلي أطر

نظرية مستحدثة، ولعل طبيعة مجالات الاهتمام المطروحة في هذا الشأن يعد سببا كافيا لعدم الاستعانة بالعديد من الأطر النظرية الجديدة.

وفي الوقت الذي حرصت فيه الدراسات العربية علي إقحام بعض الأطر النظرية غير الملائمة لطبيعة الدراسة أحيانا، اكتفت بعض الدراسات الأجنبية برصد الظاهرة وتحليلها وتفسيرها دون الحاجة إلي اختبار أية فروض نظرية لا تضيف للدراسة أي جديد، سواء علي مستوي الدراسات الكيفية أو حتي الدراسات الكمية.

### علي مستوي الأدوات البحثية والعينات المستخدمة:

استعانت الدراسات العربية والأجنبية بمختلف الأدوات البحثية المتعارف عليها منهجيا لجمع بياناتها، كأدوات ذات طابع كمي كتحليل المضمون والاستبيان، وأدوات ذات طابع كفي كالمقابلات المقننة وشبه المقننة.

تتنوع العينات المستخدمة في الدراسات الأجنبية سواء علي مستوي الدراسات التحليلية أو الدراسات الميدانية، حيث يبرز الاهتمام بتحليل الفئات الكيفية الجديدة الملائمة لطبيعة هذا المجال البحثي كالتغريدات علي موقع تويتر، والتعليقات والكتابات علي موقع فيس بوك، بالإضافة إلي تحليل تعليقات القراء علي المواد الصحفية التي يتم الترويج لها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

وعلي مستوي الدراسات الميدانية، تستخدم الدراسات الأجنبية عينات أكبر وعلي نطاق جغرافي أكثر امتدادا، مستندة إلي قواعد بيانات دقيقة سواء علي مستوي القائم بالاتصال أو علي مستوي الجمهور، بينما يصعب ذلك في الدراسات العربية لصعوبة وجود معلومات دقيقة وحديثة عن القائم بالاتصال أو الجمهور.

### علي مستوي النتائج التي تطرحها هذه الدراسات:

نظرا للثراء المعرفي والمنهجي للدراسات الأجنبية في مجال علاقة الصحافة بمواقع التواصل الاجتماعي، فإن ذلك ينعكس علي ثراء وعمق النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات سواء علي المستوي الكمي أو الكيفي.

ومع الاتساع الجغرافي للعينات التي تستخدمها الدراسات الأجنبية يصبح تعميم النتائج أمرا مقبولا علي المستوي العلمي، في الوقت الذي لا نستطيع قبوله بشكل علمي في الدراسات العربية التي تقحم أحيانا بعض الأطر النظرية غير الملائمة لطبيعة الدراسة، وتطبق الدراسة علي عينات عمدية أحيانا، مما يجعل الأمر غير قابل للتعميم بشكل علمي.

غابت الرؤية الشاملة عن الدراسات العربية فيما يتعلق بالتفسير العميق للنتائج التي تم التوصل إليها، نظرا لتسطيح الأفكار التي يتم طرحها في هذه النوعية من الدراسات، والاكتفاء بالأرقام والإحصائيات الكمية علي حساب التفسير والتحليل الكيفي للظواهر التي يتم مناقشتها.

### خلاصة موجزة

**وباستعراض نتائج البحوث والدراسات العربية والأجنبية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي يمكننا استنباط النقاط التالية:**

1. تؤكد نتائج الدراسات أن ثمة تقارب كبير بين المدرستين العربية والأجنبية فيما يتعلق بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي داخل غرف الأخبار، واستخدام ادواتها المختلفة لدعم الاحتياجات الأساسية للصحافة التقليدية كجمع المعلومات والحصول علي مصادر وتطوير بعض الأفكار الصحفية.
2. رصدت الباحثة اهتمام بعض الباحثين بالكشف عن المعايير المهنية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء علاقتها بالصحافة.
3. كشفت بعض الدراسات عن الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بعلاقة الصحفيين بالجمهور وإشراكهم في العملية التحريرية من خلال الاهتمام بردود أفعالهم تجاه ما ينشر.
4. بدا واضحا للباحثة اهتمام المدرسة الأجنبية برصد استخدامات الصحفيين لموقعي تويتر وفيس بوك بشكل خاص.
5. اهتمت العديد من الدراسات بالتعرف علي تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي علي الممارسات الصحفية اليومية.
6. لاحظت الباحثة اهتمام المدرستين العربية والأجنبية ببعض أنماط الصحافة المتخصصة واستخداماتها لمواقع التواصل الاجتماعي.
7. ركزت بعض الدراسات علي الاستخدامات الشخصية للصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
8. كشفت بعض الدراسات الأجنبية عن استخدامات وكالات الأنباء العالمية لمواقع التواصل الاجتماعي.
9. اهتمت بعض الدراسات الأجنبية بمعالجة الصحف المصرية والأمريكية لتأثيرات الشبكات الاجتماعية في الثورات العربية وتحديد الثورة المصرية.

رابعا: رؤية مستقبلية مقترحة لتطوير اتجاهات البحوث العربية في مجال علاقة الصحافة بشبكات التواصل الاجتماعي

في ضوء اهتمامات الباحثة وما قامت به من بحوث في مجال شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة، يمكن تحديد بعضا من ملامح الأجندة البحثية المستقبلية من خلال طرح بعض الأمثلة للاتجاهات البحثية في الدراسات العربية التي يمكن إجراؤها في المستقبل على النحو التالي:

1- في ضوء ما تعانيه الصحافة المطبوعة من أزمة نتيجة للتحديات التي تواجهها من وسائل الإعلام الجديد وعلي رأسها الشبكات الاجتماعية، ترى الباحثة إننا بحاجة لمزيد من البحوث التي تركز علي العلاقة بين صفحات الصحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقارئية النسخ المطبوعة من نفس الصحف.

2- لاحظت الباحثة غياب النخبة الصحفية العليا (رؤساء مجالس الإدارات – رؤساء التحرير) من الدراسات العربية، خاصة فيما يتعلق باستخدامات هذه النخبة للشبكات الاجتماعية وتأثير هذه الاستخدامات علي المعايير المهنية والممارسات الصحفية اليومية.

3- شهدت الدراسات الأجنبية اهتماما ملحوظا بمفهوم "تسويق الصحفيين" عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يعرف بـ **Branding** وهو مفهوم تفتقده الدراسات العربية، وهو ما تقترح الباحثة الاهتمام به مستقبلا في الدراسات العربية.

4- ضرورة دراسة محررو الشبكات الاجتماعية **Social Media Editors** في الصحف المصرية بكافة أنماط ملكيتها للتعرف علي الأدوار التي يقومون بها داخل غرف الأخبار.

5- لاحظت الباحثة أيضا ندرة الدراسات العربية التي تهتم بوضع دليل إرشادي للاستخدام المهني لمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية، وتحديد طبيعة المعايير الواجب إتباعها من قبل الصحفيين عند استخدام هذه النوعية من المواقع.

6- قدمت الباحثة في مجال دراسة الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي دراستين<sup>38</sup>، إلا أنها تقترح إجراء دراسات أخرى عن الصفحات الرسمية للحكومة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة ودرجة الرضا عنها.

7- التوسع في استخدام الأدوات الكيفية في الدراسات العربية نظرا لما تتمتع به من قدرة علي التفسير والتحليل المتعمق لنتائج الدراسات البحثية، وهو الأمر الذي تعجز عنه بقية الأدوات كالأستبيان مثلا، وبالتالي يمكن الاهتمام باستخدام الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المقننة وشبه المقننة ومجموعات النقاش المركزة.

8- الاهتمام بجودة العينات المستخدمة وعدم الاقتصار فقط علي حجمها، بل التطرق إلي نوعيتها، مع الوضع في الاعتبار استقطاب عينات جديدة تشمل بعض الجماهير النوعية التي لا تهتم بها الدراسات العربية كالصحفيين والجماهير القاطنين في مناطق جغرافية منعزلة.

#### المصادر والمراجع

- 1 Molyneux, Logan. and Mourao, Rachel. "**Social media echo chambers: Political journalists' normalization of Twitter affordances**" Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09, 2017
- 2 Timmins, Lydia. and Brown, Tim. "**Who's in charge here: How news producers use social media to make news decisions**" Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09, 2017
- 3 Tandoc, Edson. "**Conventional and Dialogical Uses of Social Media in the Newsroom: How Journalists Use Facebook and Twitter, and Why**" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 65th Annual Conference, Caribe Hilton, San Juan, Puerto Rico, May 21, 2015 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p980694\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p980694_index.html)
- 4 Hedman, Ulrika. "**J-Tweeters: Pointing Towards a New Set of Professional Practices and Norms in Journalism**" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p713108\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p713108_index.html)
- 5 Tandoc, Edson Jr, "**The Journalist is Marketing the News: Social Media in News Construction**" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p715862\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p715862_index.html)

- 6 Yang, Emilia. "**Journalists and Bloggers. Social media interpretive community in Nicaragua**" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Le Centre Sheraton, Montreal, Canada, Aug 06, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p743253\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p743253_index.html)
- 7 Russell, Frank Michael., Hendricks, Marina., Choi, Heesook. and Stephens, Elizabeth Conner "**Who Sets the News Agenda on Twitter? Journalists' Posts During the 2013 Government Shutdown**" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Le Centre Sheraton, Montreal, Canada, Aug 06, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p743634\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p743634_index.html)
- 8 Hedman, Ulrika. and Djerf-Pierre, Monika. "**The Social Journalist: Embracing the Social Media Life or Creating a New Digital Divide?**" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p638738\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p638738_index.html)
- 9 Jones, Bronwyn. "**The Invisible Giants Emerge: Social Media and Professional Culture in Global News Agencies**" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p641690\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p641690_index.html)
- 10 Lee, Shin Haeng. "**Journalism Endures: Has Twitter Changed the News Product?**" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08, 2013 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p662893\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p662893_index.html)
- 11 Gulyas, Agnes. and Pole, Kristine. "**Adoption of Social Media Among Journalists in Australia, Canada, France, Finland, Germany, Sweden, UK, US**" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p637087\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p637087_index.html)
- 12 Haney, Sally. "**Journalists' Engagement with Facebook: A Theoretical Analysis**" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago Marriott Downtown, Chicago, IL, Aug 09, 2012 Online

<APPLICATION/PDF>. 2016-12-17

[http://citation.allacademic.com/meta/p582320\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p582320_index.html)

- 13 Choi, Jihyang. "Another Challenge of Convergence: The Impact on Newspaper Journalists of the Convergence of Print Journalism With Social Media" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 Online <PDF>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p551179\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p551179_index.html)
- 14 Currie, Tim. "Social Media Editors in The Newsroom: A Survey of Roles and Functions" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago Marriott Downtown, Chicago, IL, Aug 09, 2012 Online <PDF>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p582077\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p582077_index.html)
- 15 Jennifer Brannock, **Medium Matters – Examining Television, Newspaper and Online News Definitions on Facebook and Twitter**, Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Marriott San Francisco Marquis, San Francisco, CA, Aug 06, 2015 available at: <http://research.allacademic.com/>
- 16 Clark F. Greer, Douglas A. Ferguson, **The Adoption of Pinterest by Local Newspapers in the U.S.**, a paper submitted to the Newspaper and Online News Division Association for Education in Journalism and Mass Communication ,Annual Convention 2014, available at: <http://research.allacademic.com/>
- 17 أمل السيد دراز، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها علي الأداء المهني للقائمين بالاتصال في الصفحات المتخصصة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أبريل – يونيو 2015 ، ص.ص: 79 – 109
- 18 Molyneux, Logan. and Holton, Avery. "Branding (Health) Journalism: Perceptions, Practices, and Emerging Norms" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <APPLICATION/PDF>. 2016-12-15 [http://citation.allacademic.com/meta/p714557\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p714557_index.html)
- 19 Schultz, Brad. and Sheffer, Mary Lou. "Brand New Game: An Exploratory Study of How Sports Reporters are Using Social Media to Create a Personal Brand" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08, 2013 Online <PDF>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p660979\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p660979_index.html)



- 20 Reed, Sada. **"Print Sports Journalists' Use of Social Media and its Effect on Professionalism"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p547126\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p547126_index.html)
- 21 ايمان السيد السيد الغريب، استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة : كلية الآداب ( قسم الإعلام – شعبة الصحافة)، 2015
- 22 Willnat, Lars. and Weaver, David. **"The American Journalist in the Digital Age: A First Look"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p715627\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p715627_index.html)
- 23 Zeller, Frauke. and Hermida, Alfred. **"Tradition Meets Immediacy and Interaction: The Influence of Social Media on Journalism Practices"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p713804\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p713804_index.html)
- 24 Opgenhaffen, Michael. and Scheerlinck, Harald. **"Social Media Guidelines for Journalists. An Investigation Into the Sense and Nonsense Among Flemish Journalists"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p716010\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p716010_index.html)
- 25 Gillis, Tamara. and Johnson, Kirsten. **"Journalists' Credibility Assessments and Use of Social Media in the News-gathering Process"** Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08, 2013 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-14 [http://citation.allacademic.com/meta/p668947\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p668947_index.html)
- 26 Chen, Victoria. and Pain, Paromita. **"Facebook and newspapers online: Competing beings or complimentary entities?"** Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09, 2017

- 27نجوي ابراهيم سيد ابراهيم، نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) وعلاقته بنمط المتابعة الإخبارية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية الآداب - قسم الإعلام / شعبة الصحافة)، 2015
- 28منني جابر عبد الهادي هاشم، المعايير المهنية والاخلاقية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الاهرام الكندية، العدد الثامن ، يناير - مارس 2015 ، ص.ص: 104 - 123
- 29 Hocevar, Kristin., Flanagan, Andrew. and Metzger, Miriam. **"What is Social About Social Media Users? How Social Media Efficacy Impacts Information Evaluation Online"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-14 [http://citation.allacademic.com/meta/p712957\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p712957_index.html)
- 30 Lee, Jayeon (Janey). **"The Double-Edged Sword: The Effects of Journalists' Social Media Activities on Audience Perceptions of Journalists and Their News Products"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p714071\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p714071_index.html)
- 31 Park, Chang Sup. **"Journalistic Behaviors in Social Media and Political Participation"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 Online <[APPLICATION/PDF](#)>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p716569\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p716569_index.html)
- 32 Brian E. Weeks & R. Lance Holbert, **"Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship"**, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. (90), No. (2), 2013, Pp.212-232.
- 33عائشة البوسميط، الصورة الذهنية لوسائل الاعلام الجديد ودورها الفاعل في تغيير الواقع الاعلامي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 41، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، يوليو - سبتمبر 2013)، ص.ص: 285 - 338
- 34 Weeks, Brian. and Holbert, R.. **"Social Media, News, and the Thwarting Hypothesis: An Assessment of the Relationship Between Reception and Transmission"** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix

Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 Online  
<APPLICATION/PDF>. 2016-12-17

[http://citation.allacademic.com/meta/p550463\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p550463_index.html)

35 Fesenmaier, Margaret A., Kaloumeh, Luay., Zhuang, Yuxi. and Ivory, James. "Revolutionary Medium? Portrayals of Social Media in American and Egyptian Newspapers' Coverage of the 2011 Egyptian Revolution" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago Marriott Downtown, Chicago, IL, Aug 09, 2012 Online <APPLICATION/PDF>. 2016-12-17 [http://citation.allacademic.com/meta/p583526\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p583526_index.html)

36 Martin, Brandie. "The Revolution Will Be Hyperbolized: Western Media Discourse of Use of Social Media in the 2011 Egyptian Revolution" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 Online <APPLICATION/PDF>. 2016-12-15 [http://citation.allacademic.com/meta/p552417\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p552417_index.html)

37 Feng, Miao. "Networked Youth and Politics: A Content Analysis on the Political Impact of Social Media by World Major Newspapers" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 Online <APPLICATION/PDF>. 2016-12-14 [http://citation.allacademic.com/meta/p555179\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p555179_index.html)

38 سهير عثمان عبد الحليم، توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية "دراسة ميدانية علي عينة من المحررين العسكريين في الصحف القومية والخاصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام)، العدد 50، يناير / مارس 2015.

سهير عثمان عبد الحليم، المعالجة الصحفية لمشروع قناة السويس الجديدة بمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية للصفحتين الرسمية والشعبية للمشروع علي موقع الفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، العدد 56، يوليو / سبتمبر

2016