انعكاسات التطور التكنولوجي على محتوى المنصات الإقليمية الرقمية

"دراسة في المضمون والجمهور والقائم بالاتصال"

د. أحمد شحاته عبدالفضيل

مدرس بقسم الصحافة، كلية الاعلام جامعة بني سويف

ملخص الدراسة

بحثت الدراسة في مدي استفادة المنصات المحلية الرقمية من الإمكانات التي تتيحها شبكة الإنترنت، ورصد أثر ذلك من خلال التعرف علي مدي تعدد وتنوع المنصات الرقمية التابعة لها، سواء موقع إلكتروني لها، أو حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف المحمولة، وتوظيف ذلك في نشر محتواها الصحفي لتقديمها للجمهور والتفاعل معه، في ضوء نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، كذلك قياس مدي قبول واقتناع القائم بالاتصال بتوظيف واستخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية من أجل توظيفها في ممارسته المهنية، بالاعتماد علي نموذج قبول التكنولوجيا كإطار نظري مناسب لاختبار المبتكرات المستحدثة، أخيرا دراسة استخدام الجمهور للمنصات المحلية، وأنماط وآليات تفاعلهم معها، من أجل الوصول لفهم أعمق لاحتياجاته وتفضيلاته.

وكشفت نتائج الدراسة استفادة المنصات الإقليمية الرقمية من وسائل الإعلام التقليدية، مع إدخال العديد من التقنيات الجديدة لها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، بهدف جذب الجماهير عبر الإنترنت، مما ساعد على خلق شيء من التعايش والمنافسة القائمة على التأثير المتبادل، في المقابل تظهر نتائج القائم بالاتصال تحقيقها لعناصر ومكونات نموذج قبول التكنولوجيا، متمثلة في سهولة الاستخدام، بإدراك الصحفيين ووعيهم لاستخدام الأدوات الرقمية المستحدثة في صناعة وإنتاج المحتوي الصحفي، وتحديدا المحتوي المرئي بأشكاله المختلفة، ثم الفائدة المتحققة، والتي تمثلت في اقتناعهم بأن الاعتماد علي الوسائط الرقمية والمستحدثات التكنولوجية ستعزز من أدائهم الصحفي، أخيرا النية السلوكية، والتي تمثلت في حرصهم علي استخدام كل ما يستجد في صناعة المحتوي الصحفي، وعدم الاستغناء عنها

الكلمات المفتاحية: المنصات الإقليمية الرقمية، التطور التكنولوجي، نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، مدخل قبول التكنولوجيا

مقدمة

تُمثل الصحافة الإقليمية والمحلية لونًا متميزًا من الصحافة لا غنى عنها في المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء، ذلك أنها بمثابة حلقة وصل بين المواطنين الذين يعيشون في الأقاليم، والمجتمعات المحلية وبعضهم بعضًا، وهي كذلك حلقة وصل بين مواطني الأقاليم والمجتمعات المحلية وبين وطنهم الأم، وعلي الرغم من أهمية الصحف باختلاف أنماط ملكياتها، فإنه يظل لوجود الصحف الإقليمية والمحلية أهميتها وضرورتها، حيث تكون أكثر معرفة بالإقليم، وأكثر وعيًا بالمجتمع المحلي الذي تصدر فيه، كما أنها تكون أكثر فهمًا لمواطني الإقليم واحتياجاتهم المجتمعية المتنوعة السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، كذلك دورها في دفع معدلات التنمية المحلية علي أرض المحافظات[1].

ومع التطورات التكنولوجية الهائلة التي حدثت خلال السنوات الماضية، حيث دفعت المؤسسات الإعلامية إلى تقديم وإنتاج المحتوى عبر منصات نشر متعددة، وكانت التكنولوجيا المحور الأساسي فيها سواء على مستوى المنصة في حد ذاتها وطريقة إدارة المحتوى، وطبيعة الأدوار داخل منظومة النشر، أو على مستويات المضمون المقدمة داخل كل منصة، التي اشتملت على النصوص، والصور، والفيديو، والرسوم، والتصميمات التفاعلية، وغيرها من أنماط تقديم المحتوى، مما ساعد في النهاية إلى تغيير البيئة الإعلامية بشكل جذري[2].

وانطلاقا مما سبق، فلا شك أن التحولات التكنولوجية التي طرأت على صناعة الصحافة، جعلت من الضروري أيضا علي المنصات الإعلامية الإقليمية التفاعل مع التطورات التكنولوجية الحديثة، كذلك تدريب القائمون بالاتصال علي استخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية، لمواكبة التطور التكنولوجي وأدواته المستحدثة، وهو ما نحاول رصده ودراسته، من خلال التعرف علي مدي مواكبة المنصات الإقليمية الرقمية للتطورات

التكنولوجية، من حيث تقديم خدماتها عبر وسائط ومنصات إعلامية مختلفة تحمل المضمون الإعلامي بأشكال مختلفة، كذلك مدي توظيفها للخدمات التفاعلية التي يوفرها الإنترنت، بهدف الوصول إلي أكبر عدد من الجمهور، وانعكاس ذلك علي تطوير المحتوي الصحفي لتلك المنصات عينة الدراسة.

أولا: الإطار المعرفي للدراسة

- **بدايات الصحافة الإقليمية**

كانت صحيفة النزهة، والتي صدرت بمدينة أسيوط سنة 1886 م، لمديرها جورجي خياط، هي أول صحيفة تصدر في صعيد مصر، ومن جانب آخر فإنها كانت أول صحيفة تصدر بعيدًا عن مدينتي القاهرة والإسكندرية، حيث يشير الواقع إلى أنه حتى ذلك التاريخ، كانت الصحف المصرية على مختلف أشكالها وتنوع مضامينها تصدر من مدينتي القاهرة والإسكندرية، وحدهما ودون سواهما، لظروف وأسباب اقتصادية واجتماعية شتى، ومن بعد صدور صحيفة النزهة، أخذت الصحف المتنوعة شكلًا ومضمونًا، تصدر في العديد من مدن الوجه القبلي، وكذا مدن الوجه البحري[3].

فالصحف الإقليمية والتي تصدر عن المحافظات، لها جذور وطنية عميقة ترجع إلى بدايات الأربعينيات في القرن الماضي، بصدور جريدة «الإسكندرية» عام ١٩٤٦، والتي كانت تصدرها الغرفة التجارية بالمحافظة، مرورًا بصحف المحافظات الإقليمية التي كانت تحمل اسم «صوت» مقرونًا باسم المحافظة ذاتها، مثل جرائد صوت «السويس- بورسعيد- المنوفية- المنيا- سوهاج- الصعيد..»، بينما حلت جرائد إقليمية أخرى بالمحافظات تحمل اسم «أخبار» "بنى سويف- سوهاج- أسيوط- دمياط"، كما شهدت إصدارات للصحف الإقليمية تحمل أسماء سكانها أنفسهم، مثل جريدة «سواسية- البورسعيديون-

الشراقوة- الأسوانيين- السوهاجية- البحراوية»، هذا غير إصدار بعض الصحف بأسماء بعض المدن أو الأحياء منها، مثل: «حلوان- المعادي- مدينة نصر- النوبة."[4]

والمتابع لتلك الإصدارات المهمة أو الدارس لها يكتشف أنها كانت تصدر عن دواوين المحافظات، أو باسم المجالس الشعبية المحلية، أو تصدر عن طريق الغرف التجارية، أو بعض الجمعيات الأهلية، أو بمبادرات شخصية، وبشكل مستقل من المهتمين بالعمل الصحفي والإعلامي من أبناء تلك المحافظات.

- **وظائف الصحافة الإقليمية[5]:**

هناك وظائف عامة تشترك فيها الصحف الإقليمية /المحلية مع كافة وسائل الإعلام ومنها: الإعلام والإخبار، ومناقشة القضايا العامة، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، كذلك المساهمة في عملية التنمية، والتنشئة الاجتماعية، أيضا التوعية بمختلف القضايا مع وظيفة التسلية، والترفيه، والإمتاع، وأخيرا الإعلان، والتسويق للسلع، والخدمات.

وهناك وظائف خاصة تقوم بها بحكم موقعها الجغرافي ومنها: ربط مواطني الإقليم والمجتمع المحلي بالوطن الأم، وربط مواطني الإقليم بعضهم ببعض، كذلك مناقشة قضايا الإقليم الخاصة الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى متابعة الشئون المحلية والمجالس الشعبية بالإقليم، ناهيك عن الاهتمام بمشكلات المواطنين وهمومهم في الإقليم، ومناقشة القضايا الخاصة بالمجتمع المحلي، والتواصل مع مسئولي الإقليم لتقديم الحلول المناسبة لهذه المشكلات.

ورغم أهمية هذه الوظائف والأدوار، فإنه يظل للصحف الإقليمية والمحلية بعض المشكلات والتحديات التي تواجهها، أبرزها «التمويل- ضعف الأشكال الفنية والإدارية- ضعف القدرات البشرية -عدم مقدرة ملاك هذه الصحف على تحمل نفقات الطباعة

والتوزيع والمرتبات مع انعدام التدريب وغيرها»، مما أدى إلى انحسار هذه الصحف في أشكال عدم الانتظام، ثم التوقف عن الصدور بسبب تلك المشاكل وغيرها التي كانت تواجه تلك الصحف.

- **التطور التكنولوجي في المنصات الإعلامية الإقليمية:**

مع التطورات التكنولوجية الهائلة والمتسارعة التي شهدها العالم في السنوات الأخيرة تضاعفت المعرفة البشرية، وتطورت وسائل وأساليب تعلمها وتعليمها وحفظها وتداولها، وقد أدى تغلغل التكنولوجيا الحديثة في كل المجالات إلى تغيير حاسم في طبيعة الخدمات والمنتجات والمعارف، ومفهوم عنصر الزمن الذي يحكم كل ما يحدث من تطورات.

وإذا كانت كل المؤسسات المجتمعية مطالبة باللحاق بركب التقدم التكنولوجي والثورة المعلوماتية التي أحرزتها البشرية؛ فإن المؤسسات الإعلامية هي الأكثر اهتماما، والأجدر مطالبة بالتفاعل مع التطورات التكنولوجية الحديثة، والانخراط في العصر الرقمي الذي تتسارع خطواته، وتتنامى قدراته يوما بعد يوم، وهو ما يتطلب تغييرًا حقيقيًّا في هيكلة عمل تلك المؤسسات، وتحولاً جذريًا في صناعة المحتوى الإعلامي، وطرق تقديمه للجمهور، والتحرر من القوالب الجامدة والساكنة، وابتكار أساليب جديدة تعزز مكانة وسائل الإعلام التقليدية وقدرتها على التأثير، من خلال منصات تفاعلية تواكب احتياجات الجمهور وأذواقه[6].

فكما ذكرنا من قبل، فقلة وضعف عائد الإعلانات مع قلة التوزيع للصحف الإقليمية، بالإضافة إلى ضعف المرتبات، دفع بعض الملاك لإغلاق الصحف، أو إصدارها دون مواعيد ثابتة، حتى وصل الأمر إلى لجوء بعضهم إلى استبدال صحفهم بالمواقع الإلكترونية، خاصة أن هذه المواقع تعطى لها ميزة المتابعة اللحظية للحدث، والانتشار السريع، والتكلفة الأقل، كما لجأ ملاك ورؤساء تحرير الصحف أيضا لمواكبة قطار

التكنولوجيا السريع، لتعتمد على المنصات الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وأدوات رقمية مستحدثة، عبر بث أخبارها بمواقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك»، و"تويتر"، وغيرها، وهو ما يتلاءم مع الطبيعة الحالية للقارئ الذي أصبح يعتمد على الصحافة الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يؤدي في النهاية إلي توصيل الرسائل الإعلامية الإقليمية بنجاح لكافة الجماهير المحددة في آنٍ واحد، وبجودة حديثة ومتطورة[7].

فأصبح مقياس تقدم الدول في «الإعلام» يقاس بتقدم الصحافة المتخصصة والصحافة المحلية، وهنا فإننا نتفق مع ما يذهب إليه الدكتور عبد اللطيف حمزة حين يقول:"حسبنا نحن في الشرق أن ننهض بالصحافة الإقليمية نهضة حقيقية لنؤدي بها بعض الأغراض الرئيسية ..حتى إذا نمت هذه الصحافة وترعرعت وشبت قليلًا عن الطوق، أصبح في مقدورها أن تشارك في السياسة الدولية، وأن يكون لها رأي في الاتجاهات العالمية، أو تكون لها مشاركة فعالة في الحركات الثقافية، كما تفعل ذلك بعض الصحف الإقليمية في كل من إنجلترا، وألمانيا، والولايات المتحدة الأمريكية، وغيرها"[8].

وإذا نظرنا إلي العديد من الوسائل الإعلامية الإقليمية، فنجدها الأن تعتمد علي المنصات المتعددة لتقديم المحتوى الصحفي، من خلال الوسائط التكنولوجية، سواء الشبكات الاجتماعية "فيس بوك- تويتر-إنستغرام"، وذلك لبث المحتوى، وتلقي رسائل واستفسارات القراء، وتفعيل مساحات التعليق والنقاش، أو قناة علي "اليوتيوب" لنشر الفيديوهات التي تنتجها، أو تطبيقات الهاتف المحمول لنشر الأخبار العاجلة، مع تقديم الخبر لحظة بلحظة، ومشاركة المتابعين كل ما يدور بالصوت والصورة "البث الحي"، أو تخصيص خدمة لتلقي مشاركات المستخدمين عبر خاصية "الواتساب" ، وهو ما سنوضحه بالتفصيل في نتائج هذه الدراسة.

وبالتزامن مع انتشـــار مواقع التواصـــل الاجتماعي، والطفرة التكنولوجية مؤخرًا، بدأت العديد من المؤسسات الصحفية في تقديم مادة أكثر قربا للجماهير، بالاعتماد علي تطبيق البودكاســـت (التدوين الإذاعي)، أو المحتوى الإذاعي المنتشـــر على الإنترنت، كجريدة المصـري اليوم، والان بدأ هذا التطبيق بالتدريج يسـتخدم في المحافظات، والبداية كانت في إقليم الصـعيد بإطلاق أول «صـعيدي بودكاسـت»، كأول «بودكاسـت» معنى بشـئون محافظات الجنوب المصـــري، لمناقشـــة مختلف القضـــايا، والتركيز علي ابداعات شـــباب محافظات الجنوب[9]، وقد تكون هذه بداية لإيجاد منصـة متكاملة لخدمة الصـعايدة، وحل مشكلاتهم، ودعم أفكارهم بصورة مميزة ولباقي المحافظات المصرية.

واســـتكمالا لما ســـبق، فنجد العديد من المنصـــات الإعلامية الاقليمية بدأت في الاسـتفادة من التطور التكنولوجي في تغطية أخبار المحافظات، والأحداث الهامة بداخلها، ومشـاركة المتلقي في صـنع الخبر، ونشـره والتعليق عليه، كذلك نشـر المشـكلات التي تواجه المواطنين، مما جعلها أداة إعلامية أسـاسـية يفضـل الجمهور المحلي متابعتها والتفاعل معها، مما زاد من أعداد متابعيها، وجعل لها دورا مؤثرا داخل المحافظة، وهو ما سنعرضه لاحقا.

ثانيا: الدراسات السابقة

من خلال ما تم رصده من دراسات ترتبط بموضوع البحث، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشـرة، يرى الباحث أنه يمكن تقسـيم الدراسـات السـابقة إلى محورين على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات الخاصة بالمنصات الإعلامية الإقليمية على مستوي العالم.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالتطور التكنولوجي في صناعة المحتوي الصحفي.

أ. الدراسات التي جاءت ضمن المحور الأول سواء في دول عربية أو أجنبية، وذلك على النحو التالي:

سعت دراسة (**نهى غالي،2021**)[10] إلي معرفة مدي توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية، واتجاهات القائم بالاتصال بها، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في شبكة الإذاعات، والقنوات الإقليمية المصرية، وتوصلت النتائج إلي إدراك المبحوثين عينة الدراسة لأهمية توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية في وسائل الإعلام الإقليمية، نظرا للمتابعات الإخبارية اللحظية والمستمرة التي تحدث بشكل يومي، وهو ما أكدته أيضا دراسة (**علا عبد الراضي،2020**) [11]والتي أظهرت أن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلي تفاعل جيد مع الجمهور، فضلا عن تأثير التكنولوجيا تأثيرا جيدا علي وسائل الاعلام الإقليمية، والعاملين بها.

أما دراسة (**محمود عبد القوي،2020**)[12] فتوصلت إلى عدم التزام الصحافة المحلية الإلكترونية بشمال الصعيد عينة الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية، وكثرة السرقات الصحفية، والتحيز، وعدم مراعاة الدقة في نشر الأخبار، الأمر الذي يؤثر على دورها في خدمة المجتمع المحلي، فيما أظهرت نتائج دراسة (**بسام حسن،2020**)[13] إلى محدودية دور وسائل الإعلام المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعدم قدرتها على مجاراة التطورات والتغيرات الكبيرة في هذا المجال كباقي وسائل الإعلام الغربية.

وناقشت دراسة (**دينا عساف،2020**)[14] الدور الذي تقدمه النخبة للمجتمع المحلي، وأهم آليات وقنوات تواصلهم مع الجمهور المحلي، وأظهرت النتائج ارتفاع نسبة تعاون الإعلام المحلي في مناقشة القضايا والمشكلات على مستوي محافظة بورسعيد بنسبة 76% من إجمالي المبحوثين.

أما دراسة (**ولاء محروس، 2020**)[15] فتوصلت إلى أن معظم القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية ببورسعيد من غير المؤهلين وغير النقابيين، مما ينعكس بدوره على عدم إلمامهم بضوابط العمل الإعلامي، ويؤثر سلبيا أيضا على الممارسة المهنية، وهو ما أوصت به دراسة (**هبة مصطفي،2020**)[16] بضرورة أن تطور وسائل الإعلام المحلية من خدماتها، لتجد لنفسها مكانًا جديدًا في عصر الإعلام الجديد الذي يهدد بقاءها.

أما دراسة [17](**Susan Ashworth,2020**) فقد ركّزت على مستقبل الصحف المحلية في ظل تهديدات وتواجد المنصات الرقمية المهيمنة، وتوصلت الدراسة إلى أن الدور المهيمن لمنصات التكنولوجيا كحرّاس للبوابة تؤثر بشكل سلبي على قدرة المحطات المختلفة، سواء الإخبارية، أو التلفزيونية الإقليمية، على توصيل الأخبار والمعلومات المحلية إلى المجتمعات.

وفي ذات السياق، أكدت دراسة (**علا الجنيدي،2020**)[18] على عدم قيام وسائل الإعلام المحلية بدورها على أكمل وجه في التثقيف، أو الحث على المشاركة بقضايا الديمقراطية المحلية، بعكس نتائج دراسة (**رحاب أشرف،2020**)[19] والتي أظهرت تعمق المواقع المحلية الإلكترونية في مناقشة القضايا المحلية الداخلية فقط، بصورة أكبر من المواقع العامة التي تحاول تغطية الأحداث المختلفة على مستوى الجمهورية.

فيما سعت دراسة (**شريهان كدواني،2020**)[20] لاستكشاف واقع الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط، وتوصلت نتائجها إلي أن الصحيفة الإقليمية في صورتها الجديدة على الشبكات الاجتماعية نجحت إلى حد بعيد في أداء وظائفها وفقًا لفروض نظرية المسئولية الاجتماعية، واتفقت هذه النتيجة أيضا مع دراسة (**جهاد عبد العزيز،2019**)[21] والتي أشارت إلي أن 51 % من المبحوثين يرون أن الصفحات

الإخبارية المحلية على الفيس بوك استطاعت التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع المحلي ومناقشتها أحيانا، كذلك نتائج دراسة (**فاطمة الزهراء،2019**)[22] والتي أكدت أيضا إلي قيام برامج إذاعة الوادي الجديد عينة الدراسة بتفسير الأمور المحلية لكافة أنشطة المجتمع المحلي للمستمعين، وتشجعيهم علي التعبير عن أنفسهم.

كما أكدت دراسة (**ريهام درويش،2019**)[23] إلى أن المواقع المحلية تحاول توظيف معايير التفاعلية من وجه نظر القائمين بالاتصال، وذلك من خلال تحقيق تعددية الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين، كما أنها تحاول تحقيق أسهل السبل لبناء الموقع بشكل يساعد القارئ على سهوله تصفحه، والوصول الي الأخبار بشكل أيسر، وهو ما أوصت به دراسة (**أميرة سيد،2019**)[24] بضرورة توفير المتطلبات اللازمة للارتقاء بالمواقع الإخبارية الإقليمية، سواء المادية، التخطيطية، المهنية، والتصميمية؛ لضمان تحقيق جودة أدائها الإعلامي.

أما دراسة (**معتز الجنيدي،2018**) [25]فحاولت التعرف على اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية المحلية عينة الدراسة، وتوصيف بنائها الاقتصادي، وطرق تمويلها، والتعرف على تأثير العوامل الاقتصادية على حجم طاقة العمل بها، وإعداده، وتدريبه، ورصد الطرق التي يتم بها تسيير العمل داخل هذه المواقع.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، تناولت دراسة(**weber matthew,2018**)[26] واقع الصحافة المحلية في المجتمع الامريكي، والتي أظهرت نتائجها أن 56% من إجمالي العينة، تري أن تلك الصحف تقدم أخبار جاهزة منقولة لا تخص المجتمع المحلي، كذلك تراجع دورها الإعلامي في تغطية مجهودات الحكومة المحلية، أو تعزيز دورها لدي المجتمع المحلي، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة(**عبد الصبور فاضل،2017**)[27] والتي توصلت إلي أن الصحف الإقليمية يغلب عليها نشر الأخبار

السلبية، أو التي لا تهم القارئ، كذلك تفوق صحافة المواطن الإقليمية علي الصحف الإقليمية في طرح قضايا المجتمع المحلي.

ورصدت دراسة (**حسن علي، 2017**)[28] كيفية معالجة القنوات التلفزيونية الإقليمية لأزمات المجتمع المحلي، بالتطبيق على قنوات القاهرة، والقنال، والإسكندرية، والصعيد، وتوصلت الدراسة إلى تعدد أنواع الأزمات التي عرضتها البرامج عينة الدراسة، بداية من الأزمات الاجتماعية بنسبة 24%، ثم الأزمات البيئية بنسبة 20%، وأخيرا الأزمات الاقتصادية بنسبة 17%.

فيما خلصت دراسة (**ابتسام السيد، 2017**)[29] بوجود قصور في السياسة التحريرية بالصحف الإقليمية، كما أكدت نسبة كبيرة من عينة القرّاء أن محرري الصحف الإقليمية عينة الدراسة غير مؤهلين علميًا ومهنيًا بصورة كافية، لذا أوصت دراسة (**غادة اليماني، 2017**)[30] بحاجة صحف المحافظات لتطبيق معايير الجودة من حيث الاستمرار، والجوانب الفنية، والأمان، والاعتماد، والاستجابة، وهو ما طالبت به أيضا دراسة (**رامي عطا، 2017**)[31] بضرورة إجراء المزيد من الدراسات عن وسائل الإعلام الإقليمية، تأخذ في الاعتبار التطورات التكنولوجية، والاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، التي حدثت خلال السنوات القليلة الماضية.

وفي ذات السياق، أظهرت دراسة (**Kathryn & Kristy 2015**)[32] تمكين الشبكات الاجتماعية للصحف الإقليمية من التعرف بشكل أكبر على المجتمعات التي تخدمها، ودراسة اهتمامات القراء، من خلال ردود الأفعال التي تصلهم بشكل فوري، وهو ما توصلت إليه دراسة (**رحاب الداخلي، 2015**)[33] بضرورة أن تتحول الصحافة الإقليمية في مصر لمؤسسات تقدم خدمات إعلامية متكاملة، بحيث لا تقتصر فقط على

نشـــر الصـــحف المطبوعة، بل تمتلك كافة الوســـائط الإعلامية التقليدية والحديثة، وتقدم مضمونا إعلاميا يتم توزيعه ومعالجته وفقا لسمات كل وسيلة وخصائصها.

وسعت دراسة (**محمد زين،2014**)[34] لرصد معدلات أنماط ودوافع استخدام النخبة الصـعيدية للمواقع الإلكترونية الإقليمية، والإشـباعات المتحققة منها، والتي توصـلت بأن إشباعات المحتوي التي حققتها جمهور النخبة الصعيدية من استخدامهم للمواقع الإلكترونية الإقليمية جاءت مرتفعة بنسبة 67%.

أما دراسـات (**أسماء عبد الراضـي،2011**)[35] ،(**ناجي سـالم،2011**)[36]،(**محمود جمال،2011**)[37] فتوصلت نتائجها إلى أن الإعلام الإقليمي يسـهم بدور ايجابي في تنمية الوعي بقضـايا التنمية، واهتمامه بمناقشـة ومعالجة الكثير من قضـايا ومشـكلات المجتمع المحلي، لتشمل مجالات سياسية، واقتصادية، واجتماعية.

ب- الدراسات الخاصة بالتطور التكنولوجي في صناعة المحتوي الصحفي:

بحثت دراســة (**إســراء صــابر،2021**)[38] عن أســاليب واتجاهات التطوير التي اسـتحدثتها المؤسـسـات الصـحفية المصـرية، من أجل مواكبة التطورات والمسـتجدات في صـناعة الصـحافة الرقمية، وتوصـلت نتائجها إلي أن التحولات التكنولوجية أحدثت تأثيراً واضـحاً في مختلف جوانب صـناعة الصـحافة المصـرية، واسـتحداث وظائف جديدة، مثل صـــحافة الفيديو، والانفوجراف، والبيانات، وصـــحافة الموبايل، وصـــحافة الذكاء الاصـــطناعي، بالإضـــافة إلى إطلاق منصـــات رقمية جديدة, وتطوير بنيتها الإلكترونية، وتأسـيس أرشـيف رقمي متكامل، وهو ما توصـلت إليه أيضـا نتائج دراسـة (**محمود رمضـان،2020**)[39] والتي أشـارت إلي أن التكاملية هي التقارب والتشـابك بين قنوات الإعلام والاتصـال المختلفة والتقليدية، وهو ما دفع المؤسـسـات الصـحفية الي اسـتخدام المنصات الإلكترونية المتعددة في نشر المحتوي، كجريدة المصري اليوم عينة الدراسة، كذلك

دراسة (**محمد مختار، 2020**)[40] والتي أظهرت تفوق صحيفة الأهرام عينة الدراسة على جميع الصحف المصرية من حيث درجة تأثرها، وتطبيقها للتكنولوجيا الرقمية.

فيما توصلت دراسة (**هند يحيي،2020**)[41] إلى أن استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز "AR"، والواقع المختلط "MR "، تعمل على تعزيز وتقوية للمحتوى الصحفي بشكل جيد، وتعلي نسبة المشاهدة، كما أنها تربط المحتوى الورقي بالمحتوى الإلكتروني، وتجعله محدثا، وتوضحه أكثر.

أما دراستي (**Henry peter, 2020**)[42]،(**طارق عبد الرؤوف،2019**)[43] فاتفقا على أن استحداث أنماط جديدة من المحتوى الصحفي يزيد من قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور والتي أفرزتها البيئة الرقمية التكاملية.

وفي ذات السياق، اهتمت دراسات (**Jon Anderson,2020**)[44]،(**Mark Deuze 2019**)[45]، (**Katy.N, 2018**)[46] بالكشف عن مدى مساهمة التكنولوجيا الرقمية في إثراء وتطوير المضامين المقدمة بالوسائل الإعلامية، والآثار التي ترتبت على ذلك الاستخدام، سواء على واقع الممارسة المهنية للعمل الصحفي، أو على صناعة الصحافة نفسها في مراحل الإنتاج، والمعالجة، والتوزيع المختلفة.

وجاءت دراستي (**شيماء عبد الغني،2018**)[47]،(**varzandeh Somayyeh.2018**)[48] لتبين في نتائجهما على حرص الصحافة على تقديم خدمات تفاعلية مهمة ساعدت على جذب الجمهور؛ من خلال الوسائط المتعددة، والتفاعلية، والفورية، مع توفير الوقت والجهد لمتابعة آراء ومشاكل الجماهير.

فيما توصلت دراستي (**المياء محمد،2017**)[49]،(**Catal, Ozen.2017**)[50] إلى أن الجمهور أصبح أكثر تفاعلا وتواصلا عندما تم استخدام وسائل الاتصال الحديثة في الحصول على الأخبار، والحصول على ردود الافعال في نفس الوقت.

واختلفت النتائج السابقة مع دراسة[51] (**Betts, Tom,2017**) والتي أظهرت أن 70% من الصحفيين عينة الدراسة لا يشجعون استخدام التقنيات الحديثة في صناعة الخبر، وأن 80 % منهم لم يتدربوا على استخدام هذه التطبيقات الحديثة، كذلك دراسة[52](**Willis Towers,2017**)والتي أشارت إلى مجموعة من السلبيات بخصوص استخدام التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات الإعلامية، منها عدم بذل أي جهد للتأكد من صحة الخبر أو المعلومة، وعدم القدرة علي التواصل المباشر مع الجماهير

لذلك أوصت دراستي (**Ahmad Normahfuzah,2017**)[53] ،(**فاطمة الزهراء،2015**)[54] على ضرورة مواكبة المؤسسات الاعلامية للتكنولوجيا الحديثة، وإلزام الصحفيين بأخذ كافة الدورات الخاصة بكيفية التعامل معها، لضمان صناعة الاخبار بطريقة فعالة، وسريعة، والتواصل مع الجماهير، كذلك ضرورة تطوير السياسات الإدارية، والاستراتيجيات التسويقية للمؤسسات الصحفية، وذلك على غرار تجربة الصحافة الرقمية في أمريكا، وكندا، والتي تعد أحد أهم نماذج وتجارب الانفتاح الرقمي في الصحافة.

أما دراسات (**Gumus, Agah.2014**)،[55](**Kaul, Vineet. 2013**)،[56] (**Geib, Stefan, 2012**)،[57] (**O'Sullivan, John.2011**)[58] فاتفقوا علي أن التطورات التكنولوجية لوسائل الإعلام أثرت علي الصحافة، بجعلها تعتمد علي الوسائط المتعددة عبر الانترنت في توصيل المعلومات، والتأثير الكامل علي الجماهير، والقدرة علي تغيير آرائهم، ومعتقداتهم بشكل كبير.

أخيرا تناولت دراسة (**أمل خطاب، 2007**)[59] دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي في عدد من الصحف القومية، والحزبية، والخاصة، والتي أشارت نتائجها إلى وجود تطور تقني هائل، ترتب عليه أن تحولت معظم الصحف إلى نمط الإنتاج الإلكتروني.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اهتمت أغلب الدراسات المعنية بالمنصات الإعلامية الإقليمية في مصر بتناول الجوانب التاريخية، وتوصيف واقعها، أو معالجات تلك الصحف لبعض القضايا، كذلك أداء القائم بالاتصال والصعوبات والضغوطات التي تواجهه أثناء تأدية عمله، لكنها لم تركز بشكل كبير على التحولات التكنولوجية التي حدثت خلال السنوات الماضية، ومدي تأثيرها في تقديم المحتوي الإعلامي للجمهور، بما يسهم في النهاية في تطوير صناعة المحتوي الصحفي لتلك المنصات.
- تبين من خلال نتائج الدراسات السابقة تحول العديد من وسائل الإعلام التقليدية إلى الاستفادة من التطور التكنولوجي، بتوظيف الإنترنت في تقديم مضامين إخبارية تحقق من خلالها أبعاد التفاعلية المختلفة، الأمر الذي يدفعنا إلى معرفة مدي توظيف واستخدام المنصات الإقليمية للبيئة الرقمية التكاملية.
- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد وصياغة مشكلة الدراسة، كذلك المساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة، مع اختيار نوع العينة، والنظرية المناسبة، وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات.

ثالثا: أهمية الدراسة:

1- لا شـــك أن للصـــحافة الإقليمية دورا مهما في تحقيق التنمية المجتمعية المحلية بمحافظات مصر المختلفة، الأمر الذي يستدعي دراسة الاعلام الإقليمي كأحد روافد الإعلام المتخصص، خصوصا في ظل البيئة الإعلامية الجديدة.

2- قلة الدراسـات العربية التي تناولت التطورات التكنولوجية في المنصـات والمواقع الإلكترونية الإقليمية، وحدود اسـتفادتها من المسـتحدثات التكنولوجية، الأمر الذي يجعل هذه الدراسة مواكبة لما يشـهده عصـرنا من ثورة معلوماتية رقمية، وتكنولوجية هائلة.

3- الدور الذي يمكن أن يقوم به القائمون بالاتصال خاصة في المنصات الإلكترونية لما تتمتع به من خطاب إعلامي مختلف وتوظيف للتقنيات الحديثة في ظل التطور التكنولوجي.

رابعا: مشكلة الدراسة

مع تطور وانتشار شبكة الإنترنت، وفتح التكنولوجيا المجال للتفاعلية بين الصحفيين والجمهور، وإمكانية تحديث المحتوى بشـــكل فوري، وتوظيف الوســـائط المتعددة، ومع التحولات الجوهرية التي لحقت بالمؤسسات الصحفية المصرية نتيجة تأثير الثورة الرقمية علي البيئة الإعلامية، بانتقالها من مفهوم الصـحيفة إلى مفهوم المؤسـسـة الإعلامية التي تسـعى إلى إنتاج محتوى متنوع عبر منصات متعددة، أصبح لزاما علي المواقع الإلكترونية الإقليمية أن تسـتجيب لطبيعة هذا التحول للبقاء في المنافسـة، بتوظيفها للأدوات المسـتحدثة في تقديم خدمات صـحفية متميزة ، وفي معالجة قضـايا المجتمعات المحليةٌ بكفاءة، وذلك من أجل الارتقاء بمستوي المنصات الإقليمية الرقمية في السوق الإعلامي، ولجذب أكبر عدد من المستخدمين.

ولقد شـــهدت الآونة الاخيرة بعض المحاولات لتصـــحيح مســـار محتوي المنصـــات الإقليمية، بالاعتماد علي التطور التكنولوجي والتقنيات الحديثة، لذا تسـعي هذه الدراسـة لبحث مدي اسـتفادة المنصـات المحلية الرقمية عينة الدراسـة من الإمكانات التي تتيحها شـبكة الإنترنت، ورصـد أثر ذلك من خلال التعرف علي مدي تعدد وتنوع المنصـات الرقمية التابعة لها، سـواء موقع إلكتروني لها، أو حسـابات عبر مواقع التواصـل الاجتماعي المختلفة، وتطبيقات الهواتف المحمولة، وتوظيف ذلك في نشـر محتواها الصـحفي لتقديمها للجمهور والتفاعل معه، في ضـوء نظرية التشـكل العضـوي لوسـائل الإعلام، كذلك قياس مدي قبول واقتناع القائم بالاتصـال بتوظيف واسـتخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية من أجل توظيفها في ممارسـته المهنية، بالاعتماد علي نموذج قبول التكنولوجيا كإطار نظري مناسب لاختبار المبتكرات والتقنيات الصحفية المستحدثة، أخيرا دراسة استخدام الجمهور للمنصات المحلية، وأنماط وآليات تفاعلهم معها، من أجل الوصول لفهم أعمق لاحتياجاته وتفضيلاته.

خامسا: أهداف الدراسة:

1. تحديد أهم الوسائط التكنولوجية والمنصات الاتصالية التي تتيحها الوسائل المحلية عينة الدراسة للجمهور للاطلاع على القضايا والموضوعات.
2- التعرف على نوعية المضـــامين التي تركز عليها المنصـــات المحلية المختلفة عينة الدراسة.
3- البحث في الخدمات التفاعلية المستخدمة عبر المنصات الإقليمية عينة الدراسة.
4- رصد أهم أشكال تفاعل المبحوثين عينة الدراسة مع المضامين التي تقدم لهم عبر المنصات المحلية.

5- الوقوف على نقاط القصور والضعف في المنصات الإقليمية من وجه نظر القائمين بالاتصال.

6- التعرف على مقترحات الصحفيين التي تساهم في تطوير محتوي المنصات الإقليمية الرقمية وتعظيم دورها في المجتمع.

سادسا: تساؤلات الدراسة:

تتمثل تساؤلات الدراسة في:

أ. تساؤلات تتعلق بالمنصات الإقليمية عينة الدراسة:

1- ما المضامين التي تعالجها المنصات الإقليمية داخل عينة الدراسة؟

2- ما حجم تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المنشورة عبر المنصات الإقليمية عينة الدراسة؟

3- إلي أي مدي وظفت المنصات الإقليمية عينة الدراسة لأبعاد ومعايير التفاعلية في محتواها الصحفي؟

ب- تساؤلات تتعلق بالجمهور المتابع للمنصات الإقليمية الرقمية:

1- ما نوعية المضامين التي يفضل الجمهور عينة الدراسة متابعتها داخل المنصات الإقليمية الإلكترونية؟

2- ما آليات وأنماط تفاعل المبحوثين مع الموضوعات التي تتابعها عبر المنصات الإقليمية الإلكترونية؟

3- كيف يري المبحوثون الأداء الصحفي للمنصات الإقليمية الرقمية متعددة المنصات؟

ج- تساؤلات تتعلق بالقائمين بالاتصال داخل المنصات الإقليمية الرقمية:

1- ما أهم الصعوبات التي تواجه أداء القائم بالاتصال داخل مؤسسته الصحفية؟

2- كيف يري الصحفيون الوضع الحالي للمنصات والمواقع الإلكترونية الإقليمية؟

3- كيف يمكن تطوير أداء المنصات الإقليمية خصوصا في ظل التغييرات السريعة والمتلاحقة في المجتمع؟

سابعا: الإطار النظري للدراسة:

أ- نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis Theory

تمثل نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الإلكتروني، والتي طورها روجر فيدلر في كتابه Mediamorphosis: Understanding the New Media، والتي تشرح العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة، ووسائل الإعلام القديمة، ووفقًا لفيدلر فإن وسائل الاتصال الجديدة لا تنشأ فجأة، وإنما تنشأ تدريجيًا من خلال الانتقال العضوي، وهو ما سماه روجر فيدلر نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، حيث يشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة إنما تمثل انتقالاً واندماجًا في الوسائل القديمة، بل وتكاملا أيضًا معها[60].

ويعرف فيدلر التشكل العضوي لوسائل الإعلام، بأنه وسيلة موحدة للتفكير في التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال، ويقول إنه"من دراسة أنظمة الاتصال الإنساني ككل، سوف نرى أن وسائل الإعلام الجديدة لا تنشأ تلقائيًا وبشكل مستقل، ولكنها تظهر تدرجيًا نتيجة للتحول العضوي[61].

وقد نشأت عملية التحول والتطور لوسائل الإعلام؛ نتيجة للتفاعل المعقد للابتكارات الاجتماعية والتكنولوجية، والاحتياجات المدركة، والضغوط التنافسية والسياسية التي أفرزتها بيئة الإعلام العالمية المتغيرة، وتتضمن نظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام

Mediamorphosisالأســـاس النظري لفهم «التحول المتكامل" بين الوســـائل الإعلامية التقليدية والجديدة[62].

وتفترض هذه النظرية أن وســائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وســيلة إعلامية جديدة؛ إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها بتطور الوسائل الأخرى المحيطة بها[63].

المنطلقات والأفكار الرئيسية لهذه النظرية

حدد فيدلر ستة مبادئ لتطور وسائل الإعلام وهي:[64]

– **المبدأ الأول**: التعايش والتناغم بين وسائل الإعلام: ينص على أن جميع وسائل الإعلام تتعايش مع وسائل الإعلام الأخرى، وأن هذه الوسائط تتعايش وتؤثر بمرور الوقت وتطور شكلها الحالي.

– **المبدأ الثاني**: يفسر التحول التدريجي؛ بحيث إن الوسائط الجديدة تنشأ تدريجيًّا وتتطور من تنسيق وسائط أخرى.

– **المبدأ الثالث**: النشـر: ويعني أن وسـائل الإعلام تنشـر الأشـكال القديمة من خلال الوسائط الجديدة.

– **المبدأ الرابع**: البقاء: ويعني تواصل وسائل الإعلام القديمة وفقًا لظروف الزمن بدلاً من الموت.

– **المبدأ الخامس**: الفرص، فلا يمكن أن تنجح وسائل الإعلام الجديدة دون وجود فرصة في السوق.

– **المبدأ الأخير**: التأخر في التبني؛ حيث إن التكنولوجيات الجديدة تســتغرق وقتًا أطول من المتوقع لتحقيق النجاح التجاري.

والواقع إن ما ذكره فيدلر عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر، وتحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، وأصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع، فالصحف الورقية أصبح لها مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب، وحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وانستجرام، وغيرها، وتطبيقات على الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية، مكنتها من استغلال كافة الإمكانيات التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة والاستفادة منها، وهو ما نطلق عليه التكامل الإعلامي بين هذه الوسائط وبعضها البعض لتقديم خدمة أفضل للجمهور[65].

انطلاقا مما سبق، تأتي المؤسسات الإعلامية الإقليمية ضمن تلك المؤسسات المطالبة بالتفاعل مع التطورات التكنولوجية، والاستفادة من الابتكارات الحديثة الناتجة عن الثورة المعلوماتية والتطور التكنولوجي، نظرا لأهميتها ودورها في التأثير علي الجماهير، وهنا يمكن الاستفادة من تلك النظرية في التعرف على مدي استفادة الوسائل الإعلامية الإقليمية عينة الدراسة، وتوظيفها للمنصات الرقمية المختلفة، سواء موقع إلكتروني، أو شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر-إنستغرام-يوتيوب)، أو تطبيقات الهواتف المحمولة، وغيرها، باعتبار تلك الوسائل إحدى ثمار الابتكارات العلمية الناتجة عن ثورة الاتصال الرقمي، كذلك مدي تبني الصحفيون للمستحدثات التكنولوجية الجديدة في العمل الإعلامي.

ب- نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model)

قام Davis سنة 1986 بتطوير نموذج قبول التكنولوجيا استناداً إلى " نظرية الفعل المنطقي" Theory of Raisonned Action التي وضعها Feisbhein &

Ajzen سنة 1980، و"نظرية السلوك المخطط" Theory of Planned Action والتي وضعها Ajzen سنة 1985، حيث يركز النموذج علي دراسة مدى قبول المستخدمين للتعامل مع أي تكنولوجيا جديدة، فقد عمل على تطوير إطار عمل قوامه نموذج قبول التكنولوجيا كطريقة للتنبؤ، ولتبرير مدى قبول تكنولوجيا المعلومات، لغرض تقويم التطبيقات البرمجية داخل منظمات العمل، ويؤكد النموذج على أنه كلما كانت نظرة المستخدم للتكنولوجيا الجديدة على أنها سهلة الاستخدام ومفيدة، كلما كان هناك اتجاه إيجابي نحوها، ومن ثم تتوفر الرغبة أو الدافعية في استخدامها والاقبال عليها.

مكونات نظام قبول التكنولوجيا:

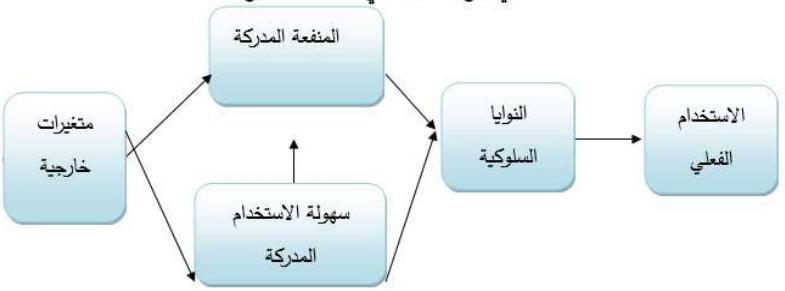
يتكون نموذج قبول التكنولوجيا من العوامل والعناصر الآتية :

أ- العوامل السلوكية (Variables Behavioral) وتشمل:

- **سهولة الاستخدام المدركة** (Perceived Ease Of Use-PEOU) يشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهلاً ولا يتطلب أي جهد أو معاناة.
- **الاستفادة المدركة** (Perceived Usefulness- PU) الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل.
- **النوايا السلوكية لذوي السلوك المخطط له من الفرد** Behavioral Intention-PI ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.
- **الاستخدام الفعلي** Actual-AU الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد ويتم التنبؤ به من خلال النية السلوكية.

ب- المتغيرات الخارجية External Variables EV: مثل المتغيرات الديموغرافية وتؤثر هذه المتغيرات الخارجية على سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

ويوضح الشكل التالي مكونات النموذج



انطلاقا مما سبق، تستفيد الدراسة الحالية من نموذج قبول التكنولوجيا في التعرف على مدي قبول واقتناع الصحفيين في التعامل مع المستحدثات التكنولوجية، والتي قد تؤثر بشكل إيجابي على مدى إدراكهم لسهولة استخدامها في عملهم الصحفي، ومدى الاستفادة المتوقعة من جراء هذا الاستخدام، وبالتالي تنامى التوجه نحو فاعلية استخدامها مستقبلا.

ثامنا: نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية الكيفية، التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة ما؛ بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن تلك الظاهرة، وتفسير أسباب وجودها، والتنبؤ بسياقات تطورها، وتتمثل الظاهرة موضوع الدراسة بهذا البحث في مدي توظيف المنصات الإقليمية عينة الدراسة للتكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية، واتجاهات الجمهور والقائمين بالاتصال نحوها.

تاسعا: منهج الدراسة:

تم الاعتماد علي **منهج المسح** بشقيه الوصفي والتحليلي، باعتباره من أنسب المناهج العلمية ملاءمة للدراسات الوصفية، ويستهدف تسجيل الظاهرة في وضعها الراهن، وتحليلها، وتفسيرها، بعد جمع البيانات اللازمة عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها، وطرق الحصول عليها، ووظف هذا المنهج من خلال إجراء مسح علي عينة من المنصات الصحفية الإقليمية علي شبكة الإنترنت، للتعرف علي طبيعة المضامين التي تبثها تلك الوسائل عبر منصاتها الرقمية المتعددة، والخدمات التفاعلية التي تقدمها لقرائها، إضافة إلي **أسلوب المقارنة المنهجية** للمقارنة بين أوجه الشبه والاختلاف في توظيف تلك الوسائل الإعلامية الإقليمية لمنصاتها الرقمية.

عاشرا: مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في المنصات الإقليمية الإلكترونية المعنية بتغطية أخبار الإقليم أو المحافظة التي تصدر عنها، سواء كانت موقع إلكتروني، أو صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر-إنستغرام-يوتيوب-وغيرها)، أو تطبيق على الهاتف المحمول.

أ- عينة الدراسة التحليلية:

العينة العمدية: حيث تم اختيار بعض العينات التي روعي أن تتوفر فيها الشروط التالية:

- أن تكون المنصة الإلكترونية المحلية الصادرة عن المحافظة منتظمة في تقديم وتحديث المحتوى باستمرار.
- أن تتمتع الوسيلة بتعدد وتنوع المنصات التي تقدم محتواها الصحفي للجمهور.
- محاولة التمثيل الدقيق والجيد لقطاعات وأقاليم المجتمع المصري المختلفة.

ومن هنا وقع الاختيار على الوسائل التالية:

1- **مباشر القليوبية**: صادرة عن محافظة القليوبية، وهي تمثل إقليم القاهرة الكبرى، والتي تهتم بنقل كل ما هو جديد وحصري داخل محافظة القليوبية، تم تأسيسها عام 2015، وتتمثل رسالة المنصة في التالي" إيمانا من أن مباشر القليوبية هي ملك لجميع أهالي محافظة القليوبية, يسعدنا أن نتلقى منكم يوميا أي أخبار أو فيديوهات تراها وتشاهدها، ونحن نعلنها على مسئوليتك الشخصية، لتكون مشارك في الحدث وليس مجرد مشاهد"[66]، تمتلك صفحة رسمية عبر الفيس بوك بها حوالي 166 ألف متابع[67]، أيضا يوجد للمنصة قناة رسمية لها عبر اليوتيوب، بثت حوالي 410 فيديو منذ نشأتها[68].

2- **بوابة اسكندرية**: صادرة عن محافظة الإسكندرية، وهي تمثل إقليم الوجه البحري، وهو مشروع إعلامي إخباري محلي، يقدم خدمة إخبارية مجانية لأبناء محافظة الإسكندرية، تم تأسيسه عام 2014، يقوم عليه مجموعة من الشباب السكندري بشكل تطوعي، وتهدف المنصة إلي خلق مساحة إعلامية لعروس البحر الأبيض المتوسط لعرض قضاياها ومشاكلها بعد التهميش الذي تعاني منه في الإعلام، شعارها هو" صحافة محلية ... بنكهة عالمية"[69]، تمتلك صفحة رسمية عبر الفيس بوك بها حوالي 460 ألف متابع[70]، أيضا لها صفحة عبر الإنستغرام بها حوالي 12 ألف متابع[71]، وأخيرا تمتلك قناة رسمية لها عبر اليوتيوب بها حوالي 3 آلاف ونصف مشترك[72].

3- المنصورة توداي: صادرة عن محافظة الدقهلية، وهي تمثل إقليم الدلتا، وهي منصة إخبارية تصدر عن شركة" المنصورة توداي" الناشرة لنسختها المطبوعة، والتي تصدر أسبوعيا منذ عام 2019 ، وتركز علي كل ما يتعلق بمحافظة المنصورة من أخبار، وفعاليات، شعارها "من قلب الحدث المصداقية والصراحة"[73]، حاصلة علي أفضل وسيلة إعلامية بالدلتا لعام 2019، بناء علي استفتاء الجمهور من مؤسسة "متميزون"، تمتلك صفحة رسمية عبر الفيس بوك بها حوالي 476 ألف متابع لها[74]، أيضا صفحة عبر التويتر

بها حوالي 2700 متابع[75]، كذلك صفحة علي منصة إنستغرام بها حوالي 91 ألف متابع[76]، كذلك قناة عبر اليوتيوب بها حوالي 11 ألف مشترك، بثت حوالي 1200 فيديو منذ نشأتها[77]، كما يوجد لها تطبيق عبر الهاتف المحمول[78].

4- **الشرقية توداي:** صادرة عن محافظة الشرقية وهي تمثل إقليم القناة، تم تأسيسها منتصف عام 2009، تهتم بأخبار محافظة الشرقية، شعارها "رؤية تحيي الأمل"، متوسط عدد الزيارات اليومية للموقع حوالي 150,000 زائر، والمتوسط 5,000,000 شهريا[79]، تمتلك صفحة رسمية عبر الفيس بوك بها حوالي 3 مليون متابع لها[80]، أما علي منصة الإنستغرام فلها حوالي 165 ألف متابع[81]، ولها قناة عبر اليوتيوب بها 162 ألف مشترك، بثت حوالي 3200 فيديو منذ نشأتها[82]، أيضا صفحة علي تويتر بها حوالي 13 ألف متابع[83]، كذلك تطبيق عبر الهاتف المحمول، لمتابعة أخر مستجدات الاخبار[84]، وعبر تطبيقي فايبر والتيليجرام.

5- **أخبار الوادي الجديد:** تصدر عن محافظة الوادي الجديد، وهي تمثل إقليم الصعيد، تم تأسيسها عام 2013، تهتم بقضايا محافظة الوادي الجديد في المقام الاول، وتركز على هموم ومشاكل المواطن البسيط، مع تقديم خدمة إعلامية متميزة لجماهير تلك المحافظة النائية التي يتجاهلها الإعلام المركزي في القاهرة[85]، تمتلك صفحة عبر الفيس بوك بها حوالي 67 ألف متابع[86]، أيضا قناة عبر اليوتيوب بها حوالي 3200 مشترك، بثت حوالي 1000 فيديو منذ نشأتها[87].

ب- عينة الدراسة الميدانية: تم اختبار عينة قوامها 42 مفردة من الصحفيين العاملين بوسائل الإعلام الإقليمية بوجه عام، والمنصات الرقمية محل الدراسة بوجه خاص[88]، وروعي في اختيار العينة تطبيقها علي الصحفيين وثيقي الصلة بالصحافة المحلية، فشملت العاملين في الصحف، والمواقع الإلكترونية الإقليمية، ومواقع التواصل الاجتماعي، أما عينة الجمهور

فاعتمد الباحث علي عينة عمدية قوامها 158 مبحوثا، وقد اختار الباحث هذا النوع من العينات باعتباره الأنسب لطبيعة الدراسة التي تقتضي تعرض المبحوثين للمنصات المحلية عينة الدراسة، حيث تم نشر رابط الاستبانة عبر الصفحات المحلية، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك إرسال الرابط لعدد من المتفاعلين مع هذه الصفحات، وقد استغرقت عملية تطبيق الاستبانة شهرين، تحديدا شهري أبريل ومايو لعام 2021، ويرجع ذلك إلي ضعف استجابات المبحوثين علي الاستبانات الإلكترونية، وتخوفهم من فتح الروابط الإلكترونية، تجنبا لمحاولات الاختراق والقرصنة.

الحادي عشر: أدوات جمع البيانات:

تم استخدام الأدوات التالية:

1- **أداة تحليل المضمون:**

تم تحليل المضمون الكيفي لعدد (5) منصات إقليمية رقمية كما أشرنا إليهم سلفا، وذلك للخروج بمؤشرات عن أهم المضامين التي تركز عليها تلك المواقع بمنصاتها المتعددة، وأبرز الوسائط المتعددة، والخدمات التفاعلية التي تقدم محتواها من خلالها.

2- **أداة الاستبيان:** حيث تم تصميم الأسئلة الخاصة بالقائمين بالاتصال في شكل إلكتروني، وإرسالها لهم إلكترونياً عبر البريد الإلكتروني، ويرجع ذلك لصعوبة الوصول إلى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية بمختلف المحافظات موضع الدراسة، أما عينة الجمهور فتم تطبيقها أيضا إلكترونيا، من خلال الاستبيان وإرسالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

3- **المقابلة غير المقننة:** حيث قام الباحث بمقابلة عدد (8) من القائمين بالاتصال العاملين في منصات إعلامية إقليمية تقدم محتوى رقمي، وذلك عبر تطبيق zoom.

الثاني عشر: الإطار الزمني للبحث:

تم إجراء التحليل الكيفي لعينة المنصات الإلكترونية المحلية، بالتوازي مع تطبيق استمارة الاستبيان للجمهور، وذلك خلال الفترة من شهر مارس حتى شهر مايو 2021، أما المقابلات مع القائمين بالاتصال فأجريت خلال شهر يونيو لنفس العام.

الثالث عشر: قياس الصدق والثبات

– اختبار صدق وثبات صحيفة تحليل المضمون:

تم التحقق من صدق محتوي استمارة تحليل المحتوي، من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام[89]، كما أجري اختبار الثبات بالاستعانة بإثنين من الزملاء، حيث تم التطبيق على عينة محدودة ومتماثلة في المنصات محل الدراسة، وتم حساب نسبة الثبات في التحليل داخل كل الفئات في الحالتين، فتراوحت نسبة الثبات بين 92.88 %، وهو معامل اتفاق عال يؤكد ثبات الصحيفة.

– اختبار صدق وثبات استمارة الاستقصاء:

تم عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من المحكمين الذين تم عرض صحيفة تحليل المضمون عليهم، ولإجراء اختبار الثبات تم استخدام طريقة إعادة الاختبار، حيث أعيد تطبيق الاستمارة بعد مضي أسبوعين من التطبيق الأول، وبحساب معامل الثبات بين التطبيق في المرتين بلغت نسبته 89.%، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى ثبات المقياس ودقته.

الرابع عشر: دليل التعريفات الإجرائية:

المنصات الإقليمية: المنصات التي تصدر في نطاق المحافظات خارج القاهرة، وتهتم بأخبار الإقليم أولا، ثم الأخبار التي تقع خارج نطاقها، وتلجأ إلى استخدام أشكال صحفية يتحقق من خلالها بحث أعمق للقضايا الإقليمية، معبرة عن مشاكل جماهير هذا الإقليم، وأخبارها، وآرائها، وآمالها.

المنصـات الرقمية: الوسـائط أو الوسـائل التي نشـأت نتيجة الاسـتفادة من التطور التكنولوجي في مجال الاتصال، وتوظفها وسائل الإعلام المحلية "الإقليمية" عينة الدراسة في عرض المحتوي من خلالها، وتتنوع تلك المنصات ما بين الموقع الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي، "فيس بوك –تويتر– إنستغرام– يوتيوب"، فضلا عن الخدمات الإخبارية من خلال تطبيقات الهاتف المحمول.

التطور التكنولوجي: ونقصد بها هنا مجموعة الأدوات التحريرية المستحدثة، والتقنيات التي تعتمد عليها المنصات الإعلامية المختلفة، من أجل توظيفها في سبيل معالجة المحتوى، والمضمون المراد إيصاله للجمهور، بمزيد من التفاعلية.

الخامس عشر: نتائج الدراسة

تم تقسيم نتائج الدراسة على النحو التالي:

1– نتائج التحليل الكيفي

2– نتائج الدراسة الميدانية

أولا: نتائج مقابلات الجمهور

ثانيا: نتائج مقابلات القائم بالاتصال

3– مناقشة نتائج الدراسة

1- نتائج التحليل الكيفي

أولا: توصيف العينة:

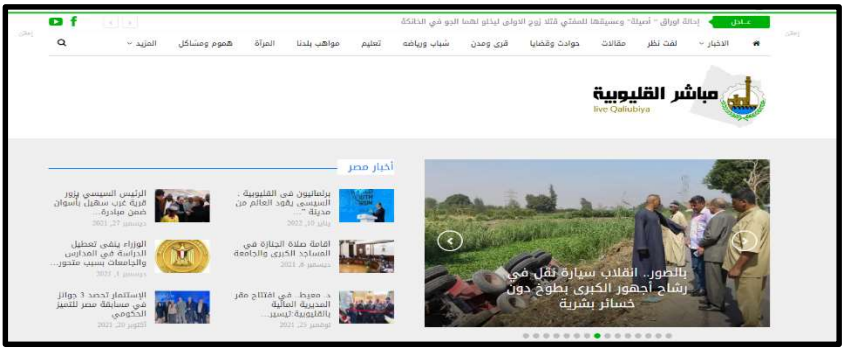
جدول رقم (1) يوضح عدد المنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة

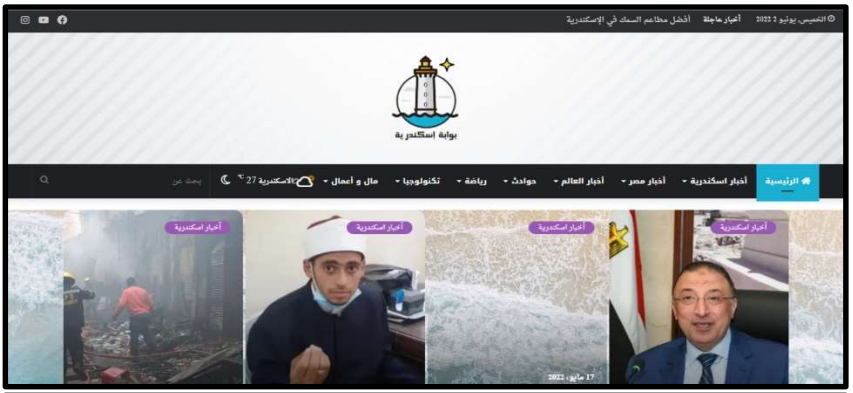
م	الوسيلة	موقع الكتروني	فيس بوك	تويتر	يوتيوب	إنستغرام	تطبيق على الهاتف المحمول	تيليجرام	فاير
1	مباشر القليوبية	√	√		√				
2	بوابة اسكندرية	√	√		√	√			
3	المنصورة توداي	√	√	√	√	√	√		
4	الشرقية توداي	√	√	√	√	√	√	√	√
5	أخبار الوادي الجديد	√	√		√				

يتبين من الجدول السابق احتلال منصة الشرقية توداي الصدارة من حيث عدد المنصات الرقمية التابعة لها، والتي بلغت خلال فترة الدراسة ثمان منصات، تمثلت في الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وإنستغرام، وتطبيق علي الهاتف المحمول، والتيليجرام، والفايبر، يليها منصة المنصورة توداي، والتي بلغت عدد منصاتها ست منصات، تمثلت في الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وإنستغرام، وتطبيق علي الهاتف المحمول، ثم منصة بوابة الإسكندرية بأربع منصات هم الموقع الإلكتروني ، والفيس بوك، ويوتيوب، وإنستغرام، أخيرا جاءت منصتي مباشر القليوبية، وأخبار الوادي الجديد في النهاية بثلاث منصات فقط هم الموقع الإلكتروني ، والفيس بوك، واليوتيوب.

يتضح مما سبق مواكبة المنصات الصحفية الإقليمية عينة الدراسة للتطور التكنولوجي، واستفادتها من التحول الرقمي، من خلال اتجاه تلك الوسائل الإعلامية نحو الإعلام الجديد، وتنوع المنصات الرقمية، لتسهيل التواصل مع الجماهير، وعرض المحتوي المقدم بشكل أكثر

جذبا للجمهور المستهدف، وذلك نظرا لتميز كل منصة بسمات مميزة لها عن المنصة الأخرى، من حيث المضمون، وآلية العرض، إضافة إلى الآنية في نشر المواد الإعلامية، مما يتيح لتلك المنصات الوصول السريع للمادة الإعلامية.





شكل رقم (1) يوضح المنصات الإعلامية المستخدمة في المؤسسات الاقليمية عينة الدراسة

ثانيا: أشكال تكامل المنصات الرقمية الإقليمية عينة الدراسة

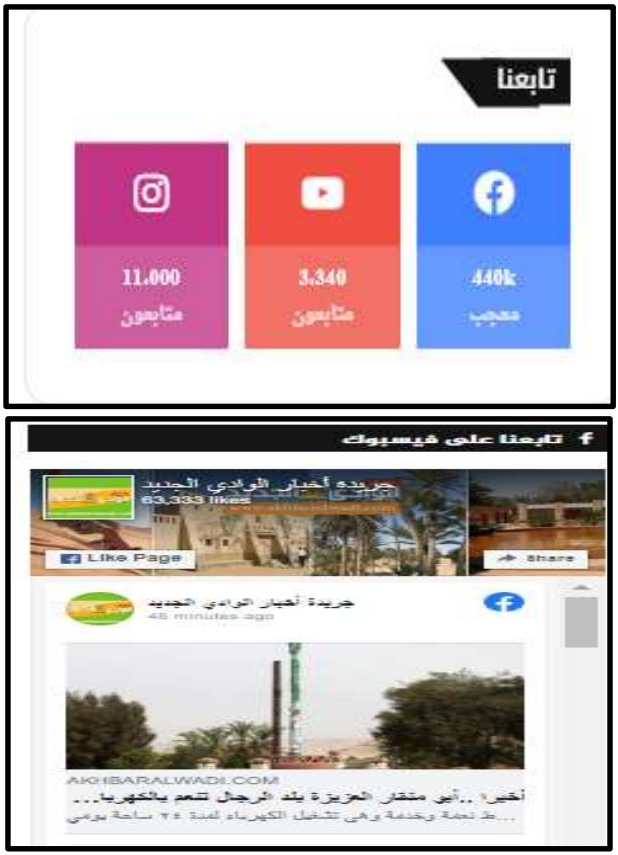
تنوعت صور وأشكال التكامل بنسب متفاوتة بين المنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة، حيث تبين اعتماد المنصات عينة الدراسة على **إعادة نشر المحتوي على المنصات الأخرى**، وذلك بإعادة نشر بعض الموضوعات المقدمة على الموقع الإلكتروني، برابطها الإلكتروني على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك التابع لها، أيضا إتاحة العديد من الفيديوهات المنشورة على الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وربطها بقناتها على اليوتيوب، والإنستغرام.

أيضا أتاحت المنصات إمكانية **مشاركة وترويج المحتوي المقدم في منصاتها**، من خلال مشاركة هذا المحتوي عبر مواقع التواصل الشخصية الخاصة بالمستخدمين، كما حرصت المنصات علي **توجيه القراء إلي مطالعة المواد المنشورة علي المنصات الأخرى التابعة لها**،

وذلك بإتاحة الروابط الإلكترونية للمنصات المتعددة، فمثلا خصص الموقع الإلكتروني لبوابة إسكندرية مكانا ثابتا، بوضع الأيقونات لباقي منصاتها وأعداد المتابعين لها، مما يسهل للقارئ تصفحهم بسهولة ويسر، كما أتاحت منصة المنصورة توداي استكمال قراءة الموضوعات علي باقي المنصات، فعلي سبيل المثال نشر تقرير صحفي في الموقع الإلكتروني لها عن سيدة مصابة بداء الفيل[90]، وتم وضع لينك الفيديو، بمجرد الضغط عليه ينقلك مباشرة لصفحة المنصة عبر قناتها علي اليوتيوب، وذلك لمشاهدة الحوار مع تلك السيدة، كما نشرت المنصة أيضا خبر صحفي عن حادثة وفاة شاب صدمته سيارة ربع نقل، وتم وضع لينك البث المباشر مع أهالي الضحية، وما حدث بالصوت والصورة، لمشاهدته علي صفحتها عبر الفيس بوك[91]، فيما خصص موقع أخبار الوادي الجديد مكانا ثابتا علي يسار الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني لها، لمتابعة زوار الموقع صفحة الفيس بوك، وقناة اليوتيوب الخاصة بها.

أيضا من أبرز صور التكامل بين المنصات الرقمية **الربط بينها تقنيا**، بحيث تبدو هذه المنصات بمثابة حزمة إعلامية متكاملة جاذبة للقراء، مما يتيح لهم التنقل بين تلك المنصات بمجرد الضغط علي رابط أو أيقونة تلك المنصات، حيث حرصت منصة مباشر القليوبية علي الربط التقني لمنصاتها، من خلال وضع أيقونات تلك المنصات علي رأس الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني، أيضا أتاحت صفحة الفيس بوك واليوتيوب الروابط الإلكترونية للموقع الإلكتروني، أما بوابة اسكندرية والمنصورة توداي فوضعت أيقونات منصاتها علي رأس وأسفل الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني، كما أتاحت صفحة المنصورة توداي علي اليوتيوب روابطها الإلكترونية الخاصة بالموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، وإنستغرام مثلما فعلت باقي المنصات، كذلك منصة الشرقية توداي التي وضعت جميع منصاتها أسفل الصفحة الرئيسية لموقعها الإلكتروني، مع قيامها بإعادة نشر ما ينشر علي منصات إعلامية

أخري نقلا عن قنوات تلفزيونية، من خلال تخصيص باب بعنوان "سوشيال ميديا" في موقعها الإلكتروني، لعرض أهم الفيديوهات الخاصة ببرامج التوك شو، وهو ما يعتبر صورا من أشكال التكامل مع المنصات الغير إقليمية، الأمر الذي يعد خطوة مهمة لتحقيق الاندماج، والتكامل التام بينها مستقبلا.



شكل رقم (2) يوضح الربط بين المنصات تقنيا عبر منصتي بوابة اسكندرية وأخبار الوادي الجديد

شكل رقم (3) لنموذج إعادة نشر محتوي موقع مباشر القليوبية على صفحتها عبر الفيس بوك

شكل رقم (4) لنموذج يوضح فيه التكامل بين المنصات لموضوع بموقع المنصورة توداي

شكل رقم (5) يوضح تعدد المنصات الرقمية لمنصة الشرقية توداي عبر تطبيقي تيليجرام وفايبر

ثالثا: الأدوات والخدمات التفاعلية بالمنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة:

أ- منصة مباشر القليوبية:

تبين من خلال الرصد إتاحة **الموقع الإلكتروني** لها العديد من الخدمات التفاعلية للجمهور، منها شريط لأهم عناوين الأخبار العاجلة التي تحدث في محافظة القليوبية، والتي يتم تحديثها بشكل مستمر، أيضا السماح للمستخدم بمشاركة الموضوع عبر عدد من المنصات المختلفة، كالفيس بوك، وتويتر، وجوجل بلس ولينكدإن، والواتساب، والبريد الإلكتروني، كذلك إتاحة التعليق علي أي موضوع يتم نشره علي الموقع، مع التأكيد علي ضرورة التزام المستخدم بعدم التجاوز والاساءة عند نشر أي تعليق، حيث حرص الموقع علي استخدام خدمة Akismet لحذف أي تعليق أوتوماتيكيا، إذا كان خارجا عن الإطار الاخلاقي.

من ضمن الخدمات التفاعلية أيضا إتاحة خدمة RSS، لإرسال إشعارات للمستخدمين عبر البريد الإلكتروني، أو حسابهم الشخصي علي الفيس بوك، الأمر الذي يمكن متابعين الموقع من متابعة كل الموضوعات التي تنشر أولا بأول، وبطريقة سهلة وبسيطة، أيضا أتاح الموقع للمستخدمين بطباعة أي موضوع يتم نشره، كذلك خدمة البحث المتقدم عن أي موضوع داخل المنصة، ومشاركة الفيديوهات التي تبث علي الموقع وتحميلها من خلال قناتها عبر اليوتيوب، كما تم تخصيص باب عن الموضوعات الأكثر مشاهدة، وذلك بناء علي عدد قراءة الموضوع من الجمهور، مع وضع عدد المشاهدات والتعليقات من المستخدمين لكل موضوع.

أخيرا أتاح الموقع لأي مستخدم أن يشارك في المحتوي المنشور، من خلال كتابة الاسم، والبريد الالكتروني الخاص به، والموضوع، وإرساله لمسئولي الموقع، وكانت نص الرسالة "إيمانا من أن مباشـــر القليوبية هي ملك لجميع أهالي محافظة القليوبية، يســـعدنا أن نتلقى منكم

يوميا أي أخبار أو فيديوهات تراها وتشاهدها، ونحن نعلنها على مسئوليتك الشخصية، لتكون مشارك في الحدث وليس مجرد مشاهد".

وإذا انتقلنا للمنصة عبر **الفيس بوك**، فنجد أيضا إتاحتها لأساليب مختلفة تمكن المستخدم من التواصل معها، سواء بوضع عنوان المؤسسة علي google maps، أو وضع البريد الإلكتروني للمؤسسة، ورقم التليفون للتواصل والاستفسار، وإرسال أي شكوي، كما تتيح المنصة التعليق، والمشاركة، أو إتاحة الرموز التعبيرية التي تشير إلي اتجاه المستخدم تجاه المنشور(أعجبني، وأحببته، وأدعمه ،والضحك، والانبهار، وأحزنني، وأغضبني)، ويظهر الرصد والتحليل علي الصفحة، ارتفاع معدل تفاعل المستخدمين مع المنشورات(نصوص-فيديو)، سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة، كما أتاحت الصفحة ال Reviews بتقييم المستخدمين لأي منشور بناء علي آرائهم، وال Recommends لأي مشكلة، أو استغاثة، أو طلب، أو اقتراح من الجمهور.

أما منصة **اليوتيوب** فحرصت على نشر الفيديوهات وبثها للجمهور، مسجلة معدلات مشاهدة مرتفعة، وصلت إلى 70 ألف مشاهدة، مع العديد من التعليقات عليها.

شكل رقم (6) يوضح تفاعل المستخدمين مع أحدي المنشورات على صفحة الفيس بوك

شكل رقم (7) يوضح تفاعل المستخدمين مع أحدي المنشورات على صفحة اليوتيوب

شكل رقم (8) يوضح أشكال مشاركة المستخدمين للموضوع مع عدد المشاهدات

ب- منصة بوابة إسكندرية: فنجد إتاحة **الموقع الإلكتروني** لها للعديد من الخدمات التفاعلية للجمهور، منها شريط لأهم عناوين الأخبار العاجلة التي تحدث في محافظة الإسكندرية والتي يتم تحديثها بشكل مستمر، أيضا السماح للمستخدم بمشاركة الموضوع عبر عدد من المنصات المختلفة، كالفيس بوك، وتويتر، والماسنجر، والبريد الالكتروني، وطباعتها أيضا، كذلك خدمة البحث المتقدم عن أي موضوع داخل المنصة، ومشاركة الفيديوهات التي تبث علي الموقع، وتحميلها من خلال اليوتيوب، كما تم تخصيص باب عن الموضوعات الاكثر شهرة، وذلك بناء علي عدد مشاهدات الجمهور لها، مع وضع عدد المشاهدات من قبل المستخدمين لكل موضوع، والذي وصل إلي أكثر من 6000 مشاهدة لأخبار الحوادث علي موقعها الإلكتروني.

أيضا أتاح الموقع خدمة الربط بالمواضيع ذات الصلة، حيث يسمح الموقع بوجود ارتباطات تشعيبية لكل موضوع، يمكن القارئ من الانتقال إلى مواضيع فرعية ذات صلة بسهولة

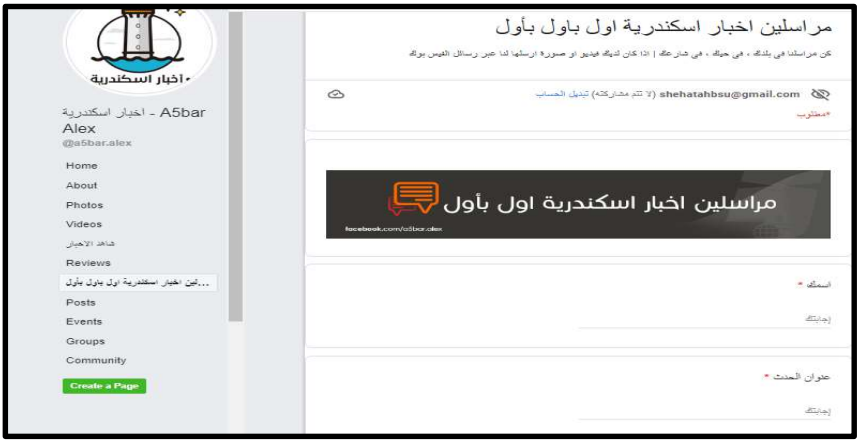
كبيرة، من خلال النص الفائق الداخلي، وبمجرد الضغط على مجموعة من الكلمات المحددة، والتي تكون بلون مميز داخل الموضوع نفسه، كما أتاح الموقع خدمة إشعارات للمستخدم تظهر علي يسار الصفحة الرئيسية، عن أهم الموضوعات التي يرغب القارئ في متابعتها.
كما يتيح الموقع عمل عضوية للمستخدم بكتابه بياناته (الاسم-الإيميل الإلكتروني الخاص به-رقم الهاتف)، حتى يتمكن المستخدم من تلقي إشعارات عبر حسابه الشخصي لبعض الأخبار، أو العروض المقدمة من الموقع، سواء كانت إعلانات خدمية، أو اتصالات تسويقية، أخيرا أتاحت المنصة عبر موقعها، خدمة المعلومات عن الموقع إداريا، وتحريريا، مع عرض سياسة الخصوصية، والتي تؤكد للقارئ الحفاظ على بياناته الشخصية سرية، وعدم مشاركتها مع الآخرين.

واذا انتقلنا للمنصة عبر **الفيس بوك**، فنجد أيضا إتاحتها لأساليب مختلفة تمكن المستخدم من التواصل معها، سواء بوضع عنوان المؤسسة علي google maps، ورقم التليفون للتواصل والاستفسار، وإرسال أي شكوي، كما تتيح المنصة التعليق، والمشاركة، أو إتاحة الرموز التعبيرية التي تشير إلي اتجاه المستخدم تجاه المنشور(أعجبني، وأحببته، وأدعمه، والضحك، والانبهار، وأحزنني، وأغضبني)، ويظهر الرصد والتحليل علي الصفحة ارتفاع معدل تفاعل المستخدمين مع المنشورات(نصوص-فيديو) سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة، كما أتاحت الصفحة ال Reviews بتقييم المستخدمين لأي منشور، وكتابة مقترحاتهم لتطوير أداء الصفحة فيما بعد، كذلك ال Recommends لنشر المستخدمين معلومات عن مشكلة تخص الحي الذي يقطن به، أو استغاثه شخصية، أو طلب، أو اقتراح من المستخدمين.
أيضا أتاحت صفحة بوابة اسكندرية عبر الفيس بوك الصحافة التشاركية "صحافة المواطن"، بمشاركة الجمهور في صنع المحتوي (صورة-فيديو)، وذلك بتخصيص استمارة تم

رفعها على google docs، تتضمن "الاسم-عنوان الحدث-مكان الحدث-تفاصيل الخبر"، وإرسالها لمسئولي الصفحة لنشرها بإسم الشخص صاحب الخبر.

أما منصتها عبر **اليوتيوب**، فحرصت على نشر الفيديوهات وبثها للجمهور، مسجلة معدلات مشاهدة مرتفعة، وصلت إلى 70 ألف مشاهدة، مع العديد من التعليقات عليها، كذلك منصتها عبر **الإنستغرام** بحرصها أيضا على نشر صور، وفيديوهات، ترصد معالم الإسكندرية الرائعة، ورصد أي مظاهر سلبية، أو إيجابية داخل أحياء المحافظة، مع إتاحة الرموز التعبيرية التي تشير إلي اتجاه المستخدم تجاه المنشور.

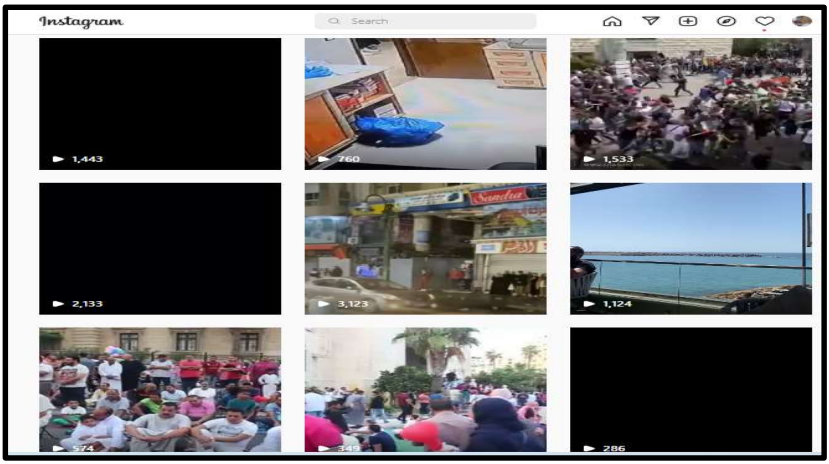
شكل رقم (9) يوضح استخدام موقع بوابة إسكندرية للنصوص والروابط الفائقة داخل الموضوع



شكل رقم (10) يوضح اعتماد منصة اخبار اسكندرية عبر الفيس بوك على الصحافة التشاركية "صحافة المواطن"

شكل رقم (11) يوضح تفاعل المستخدمين مع إحدى المنشورات عبر صفحة بوابة اسكندرية على الفيس بوك

شكل رقم (12) يوضح عدد مشاهدات المستخدمين مع إحدى المنشورات عبر الموقع الإلكتروني لبوابة اسكندرية



شكل رقم (13) يوضح تفاعل المستخدمين مع عدد من المنشورات عبر صفحة بوابة اسكندرية على الإنستغرام

ج- **منصة المنصورة توداي:** تبين حرص **الموقع الإلكتروني** لها علي مشاركة المستخدم للموضوع عبر تطبيقات مختلفة، مثل الفيس بوك، وتويتر، وجوجل بلس، PINTEREST وReddit، مع توفير خدمة البحث المتقدم لأي موضوع داخل الموقع، كما أتاح الموقع للمستخدمين إتاحة العدد الورقي لزوار الموقع عن طريق تطبيق flipsnack، بالإضافة إلي روابط النص الفائق الداخلي، فبمجرد الضغط علي كلمات داخل الموضوع (تكون بلون أزرق)، يسمح للقارئ بالاطلاع علي معلومات، وتفاصيل أكثر عن الموضوع، كذلك تخصيص رقم واتساب للجمهور، للتواصل مع مسئولي الموقع.

ومن الخدمات التفاعلية التي أتاحها الموقع خدمة QR CODE "أكواد الاستجابة السريعة"، والتي أتاحها الموقع لقراء النسخة الورقية للصحيفة، حيث تسهم هذه الخدمة في الربط بين النسخة الورقية، والموقع الإلكتروني لها، بما يمكن القارئ من الوصول لتفاصيل إضافية للمادة، تتضمن فيديوهات، وصور، وذلك من خلال عمل مسح للكود بكاميرا الهاتف المحمول، كما تمكن تلك الخدمة من الدخول مباشرة إلى الموقع الإلكتروني، وتطبيق الهاتف المحمول سريعا، دون الحاجة لكتابة الرابط الإلكتروني.

أما بالنسبة لتطبيق المنصة عبر **تطبيق الهاتف المحمول**، فأتاح التطبيق تخصيص معلومات عن المنصة إداريا، وتحريريا، مع وضع السياسة التحريرية، وشريحة القراء التي تستهدفها المنصة، كذلك سياسة الخصوصية، مع التأكيد علي سرية بيانات المستخدم، والتي لا يتم نشرها إلا بعد الحصول على موافقته.

ومن ضمن الخدمات التفاعلية أيضا إتاحة مشاركة لينك الموضوع للمستخدم، وإرساله للأصدقاء عبر تطبيقات مختلفة، مثل الفيس بوك، والواتساب، والماسنجر، والتيليجرام وغيرها، مع وضع خدمة القوائم المفضلة، والتي تتيح للمستخدم تحديد الأخبار

التي يرغب في الاحتفاظ بها، وتجميعها سويا في قائمة واحدة، أخيرا أتاح التطبيق تخصيص الإيميل الإلكتروني للمنصة للتواصل مع المسئولين.

وإذا انتقلنا لصفحتها عبر **الفيس بوك** فنجد أيضا تخصيص بريد إلكتروني لمؤسس الصفحة، ورقم هاتف، وواتساب، وماسنجر للرسائل المباشرة، مع إتاحة خدمة البحث داخل الصفحة، كما تسمح الصفحة بعمل تقييم عن أداء الصفحة وما ينقصها، كذلك السماح للمستخدم بإرسال أي منشور متعلق بشكوي، أو اقتراح خاص بقري ومراكز المحافظة، ومن ضمن الخدمات التي تتيحها الصفحة أيضا، استطلاعات الرأي مثل: (استفتاء الافضل خلال العام) في كل المجالات، وذلك من خلال تعليقات المستخدمين علي المنشور، أو أرقام الواتساب المخصصة للاستفتاء، أيضا حرصت الصفحة علي تحفيز المستخدمين علي التفاعل، من خلال دعوتهم لإرسال أي موهبة وإبداع من خلال رسائل الصفحة، ورقم الواتساب، كما جاء في أحد المنشورات "يسعدنا تلقي مواهب متابعينا الكرام في مختلف المجالات لعرضها تشجيعا لها...وسيتم اختيار الأفضل واستضافته في بث مباشر علي المنصورة توداي، ابعت موهبتك وابداعك من خلال رسائل الصفحة، أو من خلال الواتساب".

أخيرا أتاحت الصفحة مشاركة المستخدم للمنشور عبر حسابه الشخصي، أو عمل إشارة لأحد الاصدقاء لقراءة أي موضوع، مع السماح بإبداء الإعجاب والتعليقات لأي منشور، وهو ما تقوم به أيضا صفحتها عبر **التويتر والإنستغرام**، بإتاحة التعليقات، والإعجاب، والمشاركة أيضا، مع تخصيص الروابط الإلكترونية لباقي منصاتها.

شكل رقم (14) يوضح اعتماد منصة المنصورة توداي على خدمة QR CODE

شكل رقم (15) يوضح تفاعل المستخدمين مع إحدى المنشورات عبر صفحة المنصورة توداي على الإنستغرام

شكل رقم (16) يوضح إتاحة صفحة المنصورة توداي عبر الفيس بوك تقييم متابعيها لأدائها الصحفي

شكل رقم (17) يوضح استطلاعات الرأي التي تتيحها صفحة المنصورة توداي "الفيس بوك" للجمهور

د– منصة الشرقية توداي: تبين من خلال الرصد إتاحة الموقع الإلكتروني للمستخدمين وسيلة للتواصل والاستفسار مع مسئولي الموقع، سواء برقم تليفون، أو من خلال البريد الالكتروني، أيضا عمل عضوية للموقع بكتابه اسمه، ورقم هاتفه، وبريده الإلكتروني، مع تأكيد الموقع على أن تلك البيانات الشخصية سرية، وتستخدم فقط للتواصل مع المستخدم، أو لإبلاغه بالخدمات التسويقية التي يقدمها الموقع، وإمداده بأحدث الأخبار وخلافه.

كما يتيح الموقع للمستخدم الإعلان على كافة منصاته، وذلك من خلال مليء استبيان يحتوي على اسم النشاط، والإيميل الإلكتروني، ورقم الهاتف المحمول، حتى يتواصل معه أحد ممثلي قسم التسويق بالموقع، حيث ذكر الموقع أنه يمتلك قاعدة جماهيرية عريضة (أكثر من مليون متتبع عبر الشبكات الاجتماعية، ومتوسط عدد الزيارات اليومية حوالي 100 ألف زائر)، الأمر الذي يجعل المعلن يرغب في الإعلان علي تلك المنصة، للوصول إلي أكبر عدد من الجمهور.

من ضمن الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع الإلكتروني خاصية البحث المتقدم، كذلك خدمة QR CODE، والتي تتيح المستخدم الدخول علي المنصة عبر تطبيق Rakuten Viber، للتعرف علي آخر الأخبار، مع مشاركة الخبر، ونشره علي حسابه الشخصي، حيث وصل عدد الأعضاء داخل المنصة حوالي 60 ألف عضو، كما أتاح الموقع روابط تشعيبية، للحصول علي معلومات تفصيلية أكثر عن الموضوع الذي يقرأه، مع إتاحة للأخبار المرتبطة بالموضوع في الأسفل للاستزادة، كذلك مشاركة المستخدم للمحتوي عبر حساباته الشخصية علي الفيس بوك، وتويتر، ولينكد إن، والبريد الإلكتروني، وVkontakte، و Reddit وprintrest، و Tamblr، وطباعة الموضوع الذي يرغب فيه.

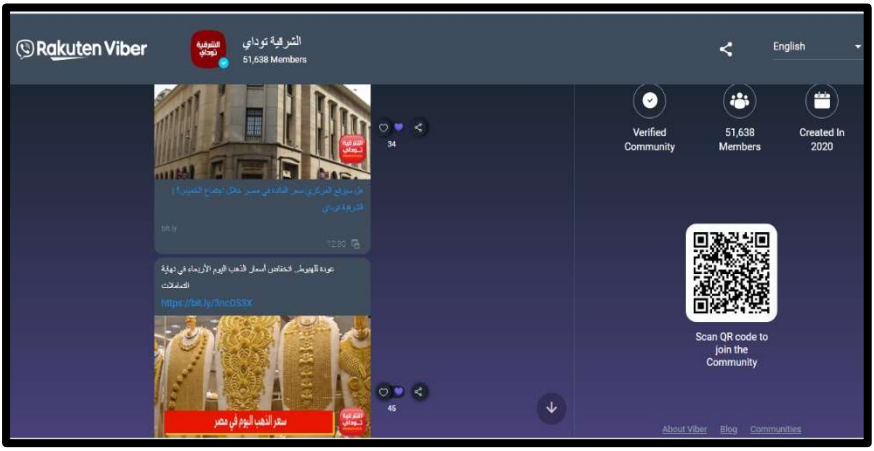
أيضا تتيح المنصة لزائريها بتصفح موضوعات الموقع على جوجل نيوز، وذلك بعرض جميع الأخبار من الأحدث للأقدم، مع تخصيص باب للموضوعات الأكثر قراءة، وذلك بناء على عدد مشاهدات الموضوع، كما تتيح المنصة بروفايل مختصر لكل الصحفيين العاملين لديها، بوضع صورته الشخصية، وحساباته الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يتيح للجمهور التواصل، والتفاعل معهم بشكل كبير.

أخيرا تتيح المنصة إرسال تنبيهات "إشعارات" على سطح المكتب لأحدث الأخبار لحظة بلحظة، ليصله كل ما هو جديد لمتصفحي تطبيق جوجل كروم، مع تخصيص مجموعة من الأدوات الخدمية لمتصفحي الموقع، ككيفية حساب قيمة زكاة المال، أو حساب كتلة الجسم، وغيرها من الأدوات التي تتيح مزيدا من التفاعل بين الموقع وجمهوره، بالإضافة الي خدمة الأخبار العاجلة SMS، عن طريق الرسائل القصيرة، من خلال الاشتراك في الخدمة عبر شبكات الهاتف المحمول.

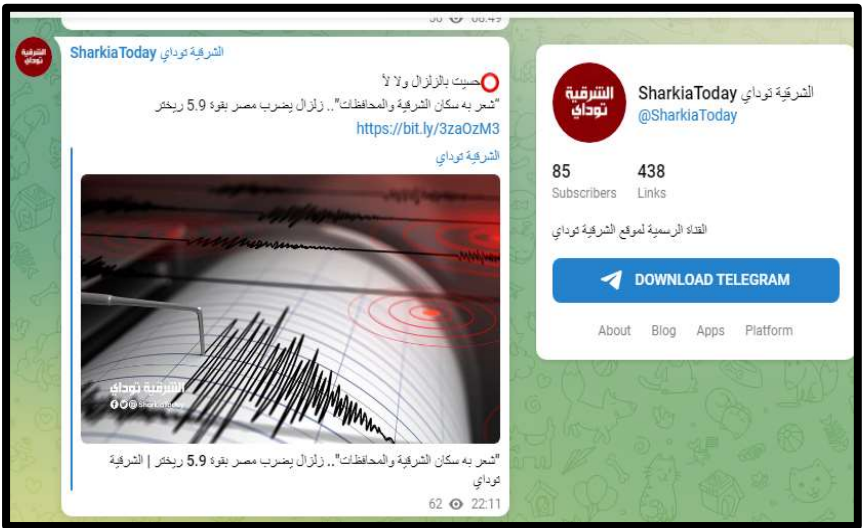
وإذا انتقلنا لصفحتها عبر **الفيس بوك**، فنجد أيضا تخصيص بريد إلكتروني لمؤسس الصفحة، ورقم هاتف، وماسنجر للرسائل المباشرة، مع إتاحة خدمة البحث داخل الصفحة، كما تسمح الصفحة بعمل تقييم عن أداء الصفحة وما ينقصها، كذلك السماح للمستخدم بإرسال أي منشور متعلق بشكوي، أو اقتراح خاص بقري ومراكز المحافظة، أخيرا أتاحت الصفحة مشاركة المستخدم للمنشور عبر حسابه الشخصي، أو عمل إشارة لأحد الأصدقاء، لقراءة أي موضوع مع السماح بإبداء الإعجاب، والتعليقات، وهو ما تقوم به أيضا صفحتها عبر **التويتر والإنستغرام**، بإتاحة التعليقات، والإعجاب، والمشاركة أيضا، مع تخصيص الروابط الإلكترونية لباقي منصاتها.

شكل رقم (18) يوضح خاصية الإشعارات والتي يتيحها موقع الشرقية توداي لمستخدميها

شكل رقم (19) يوضح إتاحة منصة الشرقية توداي لخدمة الرسائل القصيرة SMS لجمهورها



شكل رقم (20) يبين محتوي منصة الشرقية توداي عبر تطبيق فايبر



شكل رقم (21) يبين محتوي منصة الشرقية توداي عبر تطبيق تيليجرام

ي- **منصـــة أخبار الوادي الجديد:** فنجد إتاحة **الموقع الإلكتروني** لها للعديد من الخدمات التفاعلية للجمهور، ومنها شـــريط لأهم عناوين الأخبار العاجلة التي تحدث في محافظة الوادي الجديد، والتي يتم تحديثها بشـكل مسـتمر، أيضـا السـماح للمسـتخدم بمشـاركة الموضـوع عبر عدد من المنصـات المختلفة، كالفيس بوك، وتويتر، وجوجل بلس، ولينكد إن، والواتســـاب، والبريد الإلكتروني، كذلك إتاحة التعليق علي أي موضـــوع يتم نشـره علي الموقع، شـريطة كتابه الاسـم، والبريد الإلكتروني للمسـتخدم، كما أتاح الموقع روابط تشـعيبية، للحصـول علي معلومات تفصـيلية أكثر عن الموضـوع الذي يقرأه، مع خاصية البحث المتقدم داخل الموقع الإلكتروني، وطباعه الموضوع الذي يرغب فيه.

أيضـا أتاح الموقع لزواره الاطلاع على أبرز عناوين الصـحف الصـادرة، كالأهرام، وأخبار اليوم، واليوم السابع، مع تخصيص مجموعة من الروابط الإلكترونية لتصفح الموضوع بصـيغة pdf عند الضـغط عليها، مثل موضـوع" إنجازات مجلس النواب في دور الانعقاد الأول"، أخيرا مشـاركة المسـتخدم في المحتوي المنشـور، سـواء بنشـر صـور، أو فيديوهات، وإرسالها على الموقع.

وإذا انتقلنا لصـفحتها عبر **الفيس بوك**، فنجد أيضـا تخصـيص بريد الكتروني لمؤسـس الصـــفحة، ورقم هاتف، وماســـنجر للرســـائل المباشـــرة، مع إتاحة خدمة البحث داخل الصفحة، أخيرا أتاحت الصفحة مشاركة المستخدم للمنشور عبر حسابه الشخصي، أو عمل إشـــارة لأحد الأصـــدقاء لقراءة أي موضـــوع، مع الســـماح له بإبداء الإعجاب، والتعليقات، وهو ما تقوم به أيضـــا صـــفحتها عبر **اليوتيوب**، مع تخصـــيص الروابط الإلكترونية لباقي منصاتها.

شكل رقم (22) يوضح اتاحة موقع أخبار الوادي الجديد لمجموعة من التطبيقات للمستخدم لمشاركة الموضوع

بالصور قرية اسمنت فى الداخلة تغرق فى مياة الصرف الصحى منذ 45 يوما

وصلتنا رسالة من أهالى حى السلام بقرية اسمنت فى الداخلة.

وفيما يلى نص الرسالة

رجاء وضع حل لمشكلة الصرف الصحي بحي السلام قرية اسمنت التابع لجمعية التنمية المستدامة موتور محطة المياة ٧٥ حصان ومحطة الصرف بتشغل موتور ٤٠ حصان او ٦٠ يعني محطة الشرب اقوي من الصرف بالاضافة الي ظلمية السحب بمحطة الصرف غير صالحة للاستعمال ضعيفة مافيش تنسيق بين الشرب والصرف وبالتالي الحي عارق منذ ٤٥ يوم ولا حياة لمن تنادي.

شكل رقم (23) يمثل شكل من أشكال الصحافة التشاركية في منصة أخبار الوادي الجديد

رابعا: الوسائط المتعددة المستخدمة بالمنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة:

أ–منصة مباشر القليوبية: تبين حرص المنصة علي التنوع في الوسائط المتعددة ما بين صوت، وفيديو، ونصوص، وصور، فعلي سبيل المثال خصص الموقع باب بعنوان "فيديو" لبث كل الفيديوهات علي الموقع، وربطها أيضا بمنصتها علي اليوتيوب، أيضا أتاحت باب ثابت علي الموقع بعنوان "النشرة الإخبارية" بعرض فيديوهات عن موجز لأهم الأنباء، وإتاحتها أيضا علي منصتها عبر اليوتيوب، كذلك أتاحت المنصة عبر صفحة الفيس بوك خدمة البث المباشر live، خصوصا مع المضامين المتعلقة بالاهتمامات الإنسانية، والجولات الميدانية داخل المحافظة، وذلك بالاعتماد علي الموبايل في إعداد تلك التقارير "صحافة الهاتف المحمول"، أما بالنسبة للنصوص المنشورة، فاعتمدت المنصة علي أنماط تحريرية مختلفة تواكب ثورة الوسائل الإلكترونية، والابتعاد عن المطولات مثل فن "الفيتشر" (القصص الإنسانية) بتخصيص باب في الموقع بعنوان "هموم ومشاكل"، أيضا فن الانفوجرافيك، مع مصاحبه أي نص بصور أو فيديوهات تدعم الموضوع، أما ملفات الصوت فبدأت المنصة في استخدام خدمة الصوت ورفعها علي منصة SoundCloud، حيث تمكن المستخدم من الاستماع إلي الموضوعات النصية، بما يجعلها مادة إعلامية مسموعة.

شكل رقم (24) لنموذج من توظيف البودكاست "SoundCloud" في موقع مباشر القليوبية

شكل رقم (25) يوضح استخدام المنصة لفن الانفوجراف

شكل رقم (26) يوضح استخدام منصتها عبر الفيس بوك لخدمة البث المباشر"live"

شكل رقم (27) لفيديو تقريري "جولة ميدانية" عبر قناتها على اليوتيوب

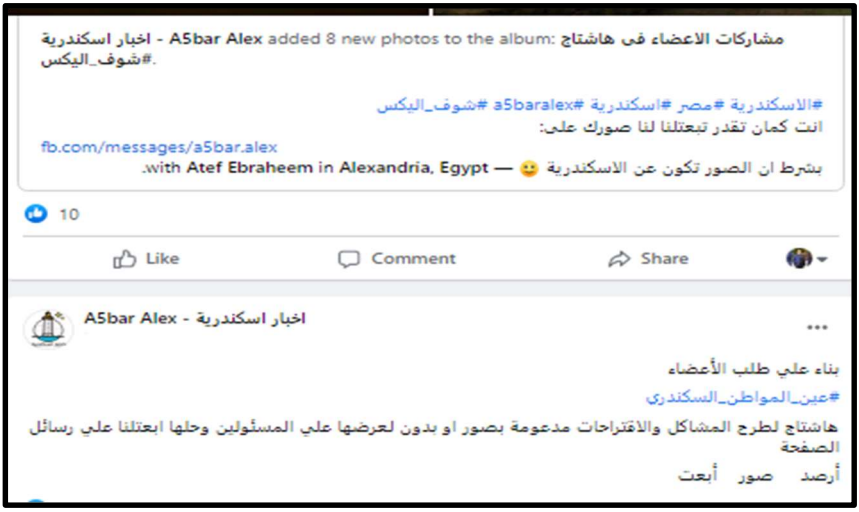
شكل رقم (28) نموذج لفيديو تقريري بصفحة مباشر القليوبية على الفيسبوك

شكل رقم (29) نموذج لفيديو نشرة بصفحة مباشر القليوبية على اليوتيوب

ب– منصة بوابة اسكندرية: فنجد حرصها علي التنوع في الوسائط المتعددة، ما بين فيديو، ونصوص، وصور، فعلي سبيل المثال، خصص الموقع باب بعنوان "مقتطفات فيديو"، لبث كل الفيديوهات علي موقعها الإلكتروني، وربطها أيضا بمنصتها علي اليوتيوب، كذلك نشر جميع الموضوعات علي الموقع بصور فقط، أو صور وفيديوهات، ولكن يؤخذ علي الموقع عدم اهتمامه بالأنماط التحريرية المستحدثة من انفوجراف، وفيتشر، وغيرها من الفنون، والاكتفاء فقط بالفنون الصحفية التقليدية من أخبار، وتقارير، وتحقيقات، وحوارات صحفية، أما ملفات الصوت فنجد عدم استخدمها لمنصة SoundCloud عند نشر أي موضوع.

كذلك أتاحت المنصة عبر صفحة الفيس بوك خدمة البث المباشر live، أيضا الاستعانة بالجولات الميدانية داخل المحافظة، وذلك بإعداد تقارير فيديو مصورة مع المواطن السكندري، بواسطة مراسلين الصفحة، مع استخدام تقنية "الموشن جرافيك" عند عرض بعض الموضوعات داخل الصفحة، أيضا تفعيل الهاشتجات داخل الصفحة للعديد من الموضوعات، مثل: هاشتاج #عين المواطن السكندري#، لطرح المشاكل والاقتراحات، ودعمها بالصور، لعرضها علي المسئولين وحلها، أيضا هاشتاج #شوف أليكس#، لرصد معالم اسكندرية عروس البحر المتوسط، من خلال الصور الجمالية، ويرجع ذلك إلي تشجيع مستخدمي تلك المنصة لقراءة تلك المواد المنشورة، وتحقيق أكبر قدر من الانتشار لتلك المواد، وزيادة عدد المتابعين للصفحة، كما اعتمدت الصفحة علي فن "الميمز"، بنشرها صوراً مستوحاة من أفلام كوميدية، أو تصريحات لإحدى الشخصيات العامة، والتعليق عليها في قالب كوميدي، محققة أرقاما مرتفعة في نسب مشاهدتها.

شكل رقم (30) يوضح اعتماد صفحة بوابة اسكندرية عبر الفيس بوك على تقنية "الموشن جرافيك"



شكل رقم (31) يوضح اعتماد صفحة بوابة اسكندرية عبر الفيس بوك على الهاشتاجات

شكل رقم (32) لفيديو تقريري "ميداني" عبر قناتها على اليوتيوب

ج- منصـــة المنصـــورة توداي: تبين حرص موقعها الإلكتروني على التنوع في الوســائط المتعددة، ما بين صوت، وفيديو، ونصوص، وصور، حيث أتاحت الموضوع سواء بنص يصاحبه صور فقط، أو صور وفيديو معا، مع توظيفها للفنون الصحفية المستحدثة، كفن الفيتشر عند كتابة قصص إنسانية ترصد معاناة أشخاص أو كفاحهم، لكنها في نفس الوقت، لم تهتم أيضا بتوظيف فن الانفوجراف في موضوعاتها الصحفية، كما حرص الموقع بالاعتماد على الجداول التوضيحية، وتصميمها، وتحديدا في الأخبار الرياضية، كترتيب فرق وأندية المنصورة بالدرجة الثانية.

أما صفحتها عبر الفيس بوك، فنجد تركيزها علي الفيديوهات، تحديدا خدمة البث المباشر لايف عند تغطية حادثة ما، أو عروضا فنية، ورياضية، كذلك تخصيص البث المباشر بالتواصل مع مجموعة من الأطباء المتخصصين، والاجابة علي تساؤلات الجمهور علي الصفحة، كذلك تنوع أشكال الفيديوهات علي الصفحة، ما بين بث مباشر من

مراسل الصفحة، للحديث مع الجمهور بشكل مباشر في موضوع ما، أو فيديو لفيلم تسجيلي وثائقي، مثل تاريخ المنصورة وكفاحها ضد الاستعمار، أو فيديو جراف والذي يظهر فيه صورة موضوع الخبر، وخلفية موسيقية، مع نص متحرك علي الشاشة، أيضا أتاحت الصفحة تفعيل الهاشتاج لكل منشور، مثل :#المنصورة، المحافظ، عاجل، استغاثة، فيها حاجة حلوة#، أما الصور فاعتمدت علي الصور الثابتة مصاحبة للمنشور، والصور المتحركة أيضا بصيغة gif، وتحديدا في المضامين الخفيفة، والتي تتيح للمستخدم الاطلاع عليها عبر تطبيق Media-Giphy.

أما صفحتها عبر اليوتيوب، فركزت على قناتها على فيديوهات متنوعة في كافة المضامين، مثل جولات داخل قري محافظة الدقهلية التي دخلت ضمن مبادرة حياة كريمة لتطوير الريف المصري، أو فيديوهات ترفيهية مثل العروض الفنية والمسرحية داخل قصر الثقافة، أو في الرياضة بتغطية ما يحدث داخل نادي المنصورة الرياضي، كذلك فيديوهات إنسانية عن جنازات لشهداء الجيش والشرطة في المحافظة، أو لقاءات مع نماذج إنسانية تحدت الصعاب، مثل "فيديو مع أم تفني حياتها لتربية توأم من ذوي الاحتياجات الخاصة"، محققة بذلك نسب مشاهدة مرتفعة.

أما صفحتها عبر الإنستغرام، فركزت على تقنية "ستوري فيديو" على رأس الصفحة، لعرض بعض الأخبار، سواء كانت نص أو صورة، مع التركيز على فيديوهات TikTok من أبناء محافظة الدقهلية، والتي أظهرت نسبة تفاعل مرتفعة، وصلت إلي 30 ألف مشاهدة للفيديو، كذلك عرضها لمجموعة من الصور المختلفة، والتي ترصد كافة المظاهر والأوضاع داخل المحافظة، سواء كانت إيجابية أو سلبية، فيما ركزت المنصة عبر تويتر علي صور الميمز "الكوميكس"، والتي يغلب عليها الطابع الكوميدي.

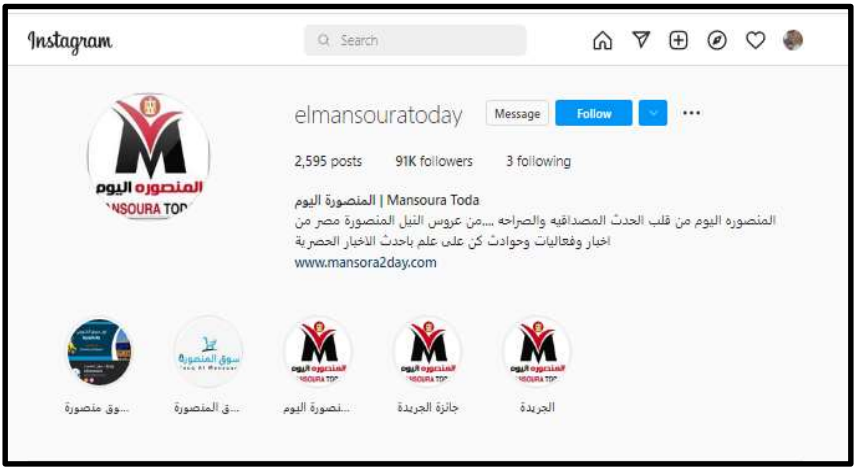
أخيرا جاء تطبيق الهاتف المحمول للمنصة، ليركز على عناوين الموضوعات، مع عرض صـورة بجوار كل موضـوع، الأمر الذي يتيح للقارئ التعرف على ما يحدث داخل المحافظة بشكل مستمر، مع تصفح أكثر عدد من الموضوعات بشكل سريع.

شكل رقم (33) لنموذج فيديو جراف على صفحة الفيس بوك لمنصة المنصورة تودای

شكل رقم (34) نموذج لفيديو لايف لحديث المراسل بشكل مباشر مع الجمهور

شكل رقم (35) نموذج لفيديو بث مباشر مع أحد المصادر عبر صفحتها على الفيس بوك

شكل رقم (36) يوضح استخدام صفحة الفيس بوك المنصورة توداي للصور المتحركة بصيغة Gif



شكل رقم (37) يوضح اعتماد المنصورة توداي عبر صفحتها الإنستغرام على تقنية "ستوري فيديو"

شكل رقم (38) لنموذج تطبيق الهاتف المحمول عبر منصة المنصورة توداي

د–منصة الشرقية توداي: فتبين حرص موقعها الإلكتروني على التنوع في الوسائط المتعددة، ما بين صوت، وفيديو، ونصوص، وصور، حيث أتاحت الموضوع عن طريق (نص يصاحبه صور أو صور وفيديو معا)، مع توظيف فن الانفوجراف، ورسوم الأنيميشن، أما ملف الصوت، فتبين الاعتماد عليه عبر تطبيق SoundCloud، من خلال راديو المنصة، وذلك لبث حلقات إذاعية اجتماعية، ورياضية، إلا أن البث توقف منذ فترة، وبالحديث مع القائمين بالاتصال في المنصة، أكدوا على عودتها للبث قريبا لمسايرة التطور التكنولوجي.

أما صفحتها عبر الفيس بوك، فنلاحظ تركيزها على الفيديوهات، تحديدا خدمة البث المباشـــر لايف، مثل الحفلات الفنية داخل المحافظة، أو الجولات الميدانية من مراســـلين الصفحة، لعرض تقارير متنوعة عن أسعار السلع الأساسية، والمبادرات الخيرية، والقصص الإنسانية، وقصص الكفاح المختلفة من الشارع الشرقاوي، مثل فيديو تقريري عن "ست ب 100 راجل– أم كريم أحلي توت في الزقازيق"، "على كرســـي متحرك.. حكاية بنت الزقازيق الحاصـــلة علي ذهبية لعبة البوتشـــيا بجنوب أفريقيا، مع وجود تفاعل من زوار الصـــفحة لتلك الفيديوهات، من حيث عدد المشـــاهدات والتي وصـــلت ل 100 ألف مشـاهدة للفيديو الواحد، أيضـا أتاحت الصـفحة تفعيل الهاشـتاج لكل منشـور، لمزيد من التفاعل مع متابعي الصفحة، أما الصور فاعتمدت علي الصور الثابتة مصاحبة للمنشور، وذلك بتصـميم ثابت من مسـئولي الصـفحة يحتوي علي عنوان الخبر داخل الصـورة، بلوني أسـود وأحمر ثابتين، كذلك الصـور المتحركة بصـيغة gif، وتحديدا في المضـامين الخفيفة، حيث أتاحت للمستخدم الاطلاع عليها عبر تطبيق Media-Giphy.

أما صـفحتها عبر اليوتيوب، فركزت قناتها على فيديوهات متنوعة في كافة المضـامين، مثل فيديوهات عن قصـص إنسـانية، أو قصـص كفاح بطلها المواطن الشـرقاوي، كذلك تقنية الفيديو جرافيك، لعرض معلومات خاصـــة عن شـــخصـــية فنية أو رياضـــية، أما

الفيديوهات الترفيهية الاجتماعية، فركزت على العلاقة بين الرجل والمرأة، محققة بذلك نسب مشاهدة عالية، وصلت إلي3 مليون مشاهدة في أحد الفيديوهات، والذي تناول سؤال لبنات الشرقية عن "لو جوزك طلب منك كوباية شاي الفجر هتعملي؟"

أما صفحتها عبر الانستجرام، فركزت علي تقنية "ستوري فيديو" علي رأس الصفحة، لعرض جميع المنصات، وأبواب الموقع للدخول عليها مباشرة، مع عرضها لمجموعة من الصور المختلفة، والفيديوهات المتنوعة، سواء كانت اقتصادية، أو رياضية، أو صحية، حيث وصلت عدد المنشورات سواء كانت صور، أو فيديوهات إلي 8000 منشور، فيما ركزت المنصة عبر تويتر علي التويتات، والصور، والفيديوهات، سواء كانت فنية، أو رياضية، مع تفعيلها للهاشتاج لكل منشور، حيث وصلت الصور والفيديوهات إلي 24 ألف منشور، أما التويتات فوصلت إلي 103 ألف تويتة متنوعة المضمون، أخيرا جاء تطبيق الهاتف المحمول للمنصة، ليركز علي عناوين الموضوعات، مع عرض صورة بجوار كل موضوع، الأمر الذي يتيح للقارئ التعرف علي ما يحدث داخل المحافظة بشكل مستمر، مع تصفح أكثر عدد من الموضوعات بشكل سريع.

شكل رقم (39) يوضح اعتماد موقع الشرقية تودای لفن الانفوجراف

شكل رقم (40) يوضح اعتماد موقع الشرقية توداي على الرسوم المتحركة "الإنيميشن" في بعض موضوعاتها

شكل رقم (41) لفيديو تقريري لصفحة الفيس بوك الشرقية توداي يوضح حجم تفاعل المستخدمين

وبخصوص نقل تبعية جميع الاطباء العاملين والمقمين بالمستشفى للهيئة التعليمية ، قال أن قرار مجلس الوزراء شمل ذلك ، ولكن قرار الدكتور شريف مكين وكيل وزارة الصحة بالشرقية ، يتضمن أن يكون الأطباء المقيمين هم أطباء منتدبين فقط ، وعندما ينهون فترة الانتداب يعودون للشئون الصحية.

وطالب مدير مستشفى الأحرار ، المستشار القانوني لوكيل وزارة الصحة بالشرقية بسرعة البت في قرار الدكتور «شريف مكين» ، وتحديد موقف نقل تبعية الأطباء المقيمين ، لهيئة المستشفيات التعليمية ، أو للشئون الصحية. وفي تصريح خاص ، صرح رشاد ، أن وزير الصحة قد اصدر قرار ، بأنه لم يعد من حق هيئة الشئون الصحية الإعتراض على تعين أي طبيب بهيئة المستشفيات التعليمية ، بشرط الكفأة و أن يكون متدرب لمدة أربعة سنوات.

كما أوضح «رشاد» أن مستشفى الأحرار بها ما يقارب 4 آلاف موظف وعامل ، وبها حوالي 30 عيادة ، وأنها من المستشفيات القوية داخل محافظة الشرقية. يذكر أنه سادت حالة من الغضب ، بين أطباء مستشفى الأحرار لعدم تنفيذ قرار رئيس الوزراء بنقل تبعية مستشفى الأحرار و جميع العاملين فيها لهيئة المستشفيات التعليمية ، بسبب قرار آخر صدر من مدير مديرية الصحة بالشرقية ، بتخصيص بعض الأطباء فقط لنقل تبعيتهم.

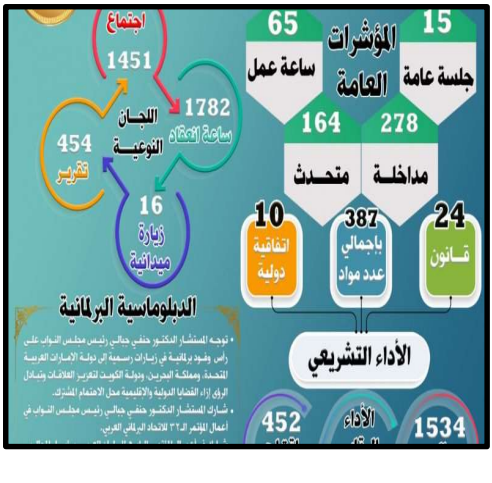
https://soundcloud.com/sharkiatoday/a3fxknthawbi

شكل رقم (42) لنموذج توظيف ملف الصوت مع النص عبر الموقع الإلكتروني للمنصة

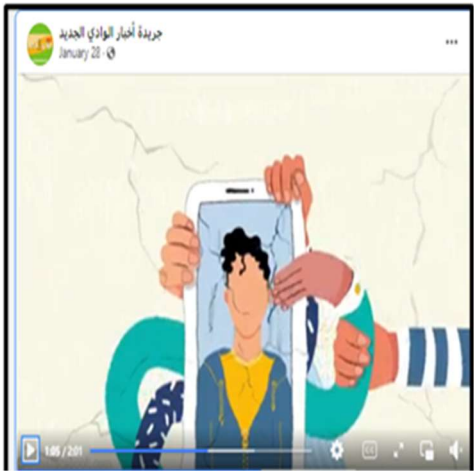
شكل رقم (43) يوضح توظيف المنصة عبر قناتها على اليوتيوب للفيديو جراف

ي- منصـــة أخبار الوادي الجديد: فنجد حرص موقعها الإلكتروني على التنوع في الوسائط المتعددة، ما بين فيديو، ونصوص، وصور، حيث أتاحت الموضوع بشكل (نص يصاحبه صور أو صور وفيديو معا)، وهو شكل من أشكال اندماج الوسائط المتعددة في الموضوع الواحد، مع توظيف الفنون الصحفية المستحدثة، كفن الفيتشر عند كتابة قصص إنســانية ترصــد معاناة أشــخاص، أو كفاحهم، مثل "حكاية الحاجة توتو قطامش الأم المثالية لعام 2022"، أيضا اهتمامها بتوظيف فن الانفوجراف في موضوعاتها الصحفية.

أما صــفحتها عبر الفيس بوك، فنجد تركيزها على الفيديوهات، تحديدا خدمة البث المباشــر لايف عند تغطية حادثة ما، أو عروض ومواهب فنية لشــباب المحافظة، كذلك فيديو "الموشن جرافيك"، مع اعتمادها على الصور الثابتة، فيما ركزت صفحتها عبر قناتها اليوتيوب على مجموعة من الفيديوهات المتنوعة، مثل: فيديوهات عن قصــص كفاح بطلها الرجل أو المرأة الصــعيدية، أو فيديوهات موشــن جرافيك عن محافظة الوادي الجديد وما شهدت من تطوير.



شكل رقم (44) لتوظيف فن الانفوجراف عبر الموقع الالكتروني لأخبار الوادي الجديد



شكل رقم (45) يوضح توظيف فيديو "الموشن جرافيك" عبر صفحتي الفيس بوك واليوتيوب لمنصة أخبار الوادي الجديد

شكل رقم (46) لفيديو البث المباشر "لايف" عبر صفحة الفيس بوك لمنصة أخبار الوادي الجديد

شكل رقم (47) لفيديوهات تقريرية "بطلها الرجل والمرأة الصعيدية" عبر صفحة اليوتيوب لمنصة أخبار الوادي الجديد

خامسا: المضامين التي تركز عليها المنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة:

تنوعت وتباينت المضامين والقضايا التي يتم التركيز عليها داخل المنصات الاقليمية الرقمية عينة الدراسة، فمثلا **منصة مباشر القليوبية** ركزت في موقعها الإلكتروني علي القضايا والموضوعات الاجتماعية، وذلك بتخصيص بابي "هموم ومشاكل" و"قري ومدن" لتناول الأزمات والمشاكل التي تحدث داخل المحافظة، مثل: ارتفاع الأسعار، والمنظومة الصحية، والبنية التحتية لمراكز وقري المحافظة، وذلك بتوظيف مجموعة من الفنون الصحفية كالأخبار، والتقارير، والتحقيقات، ومقالات الرأي للحديث عن تلك الظواهر، أيضا التركيز علي أخبار التعليم بتخصيص بابي "تعليم" و"مواهب بلدنا"، للحديث عن نتائج المراحل التعليمية المختلفة، وإبراز المواهب والمتفوقين علميا في مدارس وجامعات المحافظة.

أما صفحتها عبر الفيس بوك، فركزت في الأساس علي مضامين الجريمة والحوادث المتنوعة الجاذبة الجمهور، مثل جرائم القتل، والانتحار، وانهيار منزل، وحوادث التصادم، واندلا ع الحرائق، من خلال عرض الصور، والفيديوهات، والبث المباشر لتلك الحوادث، وقد يرجع ذلك لطبيعة عمل مواقع التواصل الاجتماعي ورغبتها في الترينـد، من خلال عدد اللايكات، ونسب المشاهدات المرتفعة، أما صفحتها عبر اليوتيوب، فركزت في فيديوهاتها علي افتتاحات محافظ القليوبية لمشاريع في مدن وقري المحافظة، أيضا التركيز علي الاهتمامات الإنسانية، ومشاكل المواطنين، وقد تنوعت أشكال الفيديوهات بالقناة، ما بين حوارات تلفزيونية مع مصادر رسمية، أو تغطية حية وجولات ميدانية داخل المحافظة بمراسلين المنصة.

أما **منصة بوابة الإسكندرية** فركزت موقعها الإلكتروني على نشر أخبار المحافظة من مختلف الادارات والوزارات المختلفة، مع تقديم المضامين الخدمية والتي تقدم موضوعات تهم الأسرة، سواء في الأكل، أو حالة الطقس، وأسعار الذهب بشكل يومي، كذلك الموضوعات الخفيفة، ورصدها للفعاليات الرياضية، والفنية، والثقافية داخل المجتمع السكندري، أخيرا اهتم الموقع بفرد مساحات واسعة لمتابعة الجمهور أخبار الحوادث في المحافظة، وجهود مديرية أمن الإسكندرية في حفظ الأمن، وتحقيق السلام المجتمعي والمروري.

أما صفحتها عبر الفيس بوك، فركزت في الاساس علي مضامين الجريمة والحوادث المتنوعة والتي تجذب الجمهور، مثل جرائم القتل، والانتحار، وانهيار منزل ،وحوادث التصادم، والسرقة، وخطف الأطفال، واندلا ع الحرائق، من خلال عرضها للصور والفيديوهات والبث المباشر لتلك الحوادث، كذلك عرضها للظواهر الاجتماعية الإيجابية أو السلبية التي تخص أحياء الإسكندرية، وذلك في شكل صور، أو فيديوهات يقوم بصنع

ومشاركة المحتوي المواطن السكندري في الأساس، وهو ما قامت به أيضا صفحتها عبر الانستجرام، أما قناتها علي اليوتيوب، فرصدت في فيديوهاتها علي معاناة أهالي الاسكندرية من السيول والأمطار، وأخري عن احتفالات المواطن السكندري وطقوسه في المناسبات، مثل شم النسيم والاعياد المختلفة.

وبالنسبة **لمنصة المنصورة توداي** فركزت جميع منصاتها في تناولها علي القضايا الاجتماعية في الصدارة، متمثلة في رصد معاناة الناس في المستوي الصحي، أو ضعف الخدمات المقدمة واللازمة لحياة المواطن، كالكهرباء، ومياه الشرب، والصرف الصحي، وارتفاع الأسعار، وانتشار القمامة، وارتفاع معدلات الجريمة داخل مدن محافظة الدقهلية، مع تركيزها علي الجوانب التعليمية، برصدها لأسماء الطلاب المتفوقين في مدارس المحافظة، تليها المضامين الرياضية برصدها للأخبار الرياضية لنادي المنصورة ودكرنس، والمسابقات الرياضية المختلفة الأخرى، كالشطرنج، والكاراتيه داخل المحافظة، ثم المضامين الفنية، متمثلة في رصد العروض المسرحية، والحفلات الموسيقية التي ينظمها الشباب، وتم بث تلك المضامين المتنوعة عبر الوسائط المتعددة المختلفة، سواء نص مكتوب بواسطة الفنون الصحفية المختلفة، أو صور حية تعبر عن الموضوع، أو فيديوهات.

وإذا انتقلنا إلى **منصة الشرقية توداي**، فنلاحظ تركيز موقعها الإلكتروني على أخبار محافظة الشرقية، ثم أخبار باقي المحافظات، والعالم، ودول الخليج، بتخصيص باب لهم، كذلك الاهتمام بأخبار المراحل التعليمية المختلفة ونتائجها، مع تخصيص مجموعة من أبواب الموقع للمضامين الخفيفة من فن، وثقافة، ورياضة، وكل ما يخص المرأة، أيضا المضمون الخدمي، والذي يقدم أسعار العملات، والذهب، وحالة الطقس، لزوار الموقع بشكل محدث.

أما صفحتي الفيس بوك وتويتر، فركزت على الموضوعات الاجتماعية، كالقصص الإنسانية، وقصص الكفاح، وأبرز المواهب من أبناء المحافظة، أيضا ارتفاع الأسعار وتأثيرها على المواطن الشرقاوي، أما صفحتي تويتر وانستجرام، فركزا على المضمون الخفيف، كالموضوعات الفنية، والرياضية، والترفيهية، والتي تجذب المتابعين.

أخيرا ركزت **المنصات التابعة لأخبار الوادي الجديد** في تناولها علي القضايا الاجتماعية في الصدارة، متمثلة في رصد معاناة الناس في المستوي الصحي، أو ضعف الخدمات المقدمة واللازمة لحياة المواطن، كالكهرباء، ومياه الشرب، والصرف الصحي ومحاولة كشف الفساد، تليها أخبار الرياضة، والحوادث، والتعليم، حيث تم بث تلك المضامين المتنوعة عبر الوسائط المتعددة المختلفة، سواء نص مكتوب، من خلال الفنون الصحفية المختلفة، من أخبار، وتقارير، ومقالات، وتحقيقات، وحوارات صحفية، أو صور حية تعبر عن الموضوع، أو فيديوهات، أما صفحتها عبر الفيس بوك، فركزت معظم منشوراتها علي إعادة نشر المحتوي الخاص بالموقع الإلكتروني، مع نشر الرابط الإلكتروني للموضوع الأصلي، أخيرا ركزت صفحتها عبر اليوتيوب في فيديوهاتها علي افتتاحات محافظ الوادي الجديد لمشاريع في مدن وقري المحافظة، أيضا التركيز علي الاهتمامات الإنسانية، ومشاكل المواطنين، وقد تنوعت أشكال الفيديوهات بالقناة ما بين حوارات تلفزيونية مع مصادر رسمية، أو تغطية حية وجولات ميدانية داخل المحافظة بمراسلين القناة.

2- نتائج الدراسة الميدانية

أولا: عينة الجمهور

المحور الأول: خصائص العينة:

أ–النوع

مثلت نسبة الإناث 38%، بينما مثلت الذكور النسبة الأكبر 62 % من إجمالي حجم العينة البالغ عددها 158 مفردة.

ب–العمر

أما من حيث العمر، تبين أن أعمار عينة المبحوثين في الفئة العمرية من (18 إلى 35) سنة بلغت نسبتهم

56.3% من إجمالي حجم العينة، ومثلت الفئة العمرية ما بين (36 إلي 54) سنة 37.3% % من العينة،

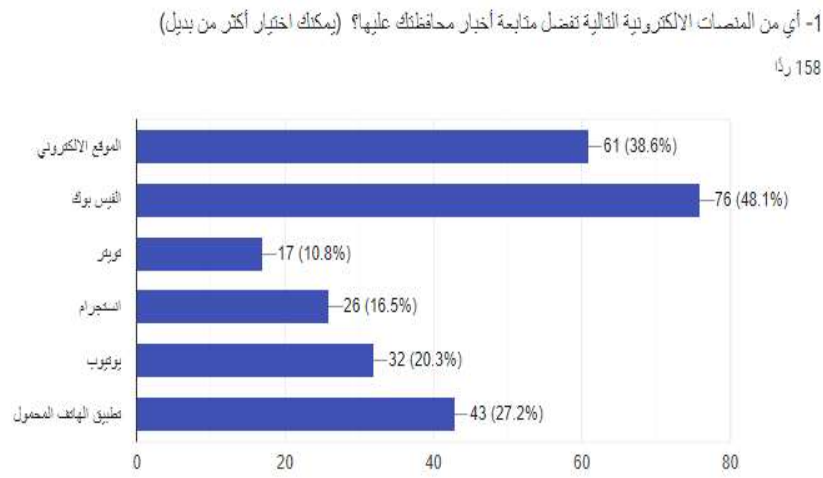
وجاءت النسبة الأقل وهم كبار السن فوق سن ال 55 سنة ونسبتهم 6.3 %. وربما يرجع ذلك إلى أن كبار

السن ربما يجدون صعوبة في التعامل مع التكنولوجيا، مقارنة بالأجيال الأصغر.

ج–محل الإقامة

تبين أن أكثر المبحوثين تفاعلا واستجابة للاستمارة من محافظة الإسكندرية بنسبة 27.8%، تليها محافظة الشرقية بنسبة 23.4%، ثم الدقهلية بنسبة 19%، ثم محافظة القليوبية بنسبة 18.4%، وأخيرا المبحوثين من محافظة الوادي الجديد بنسبة 11.4%.

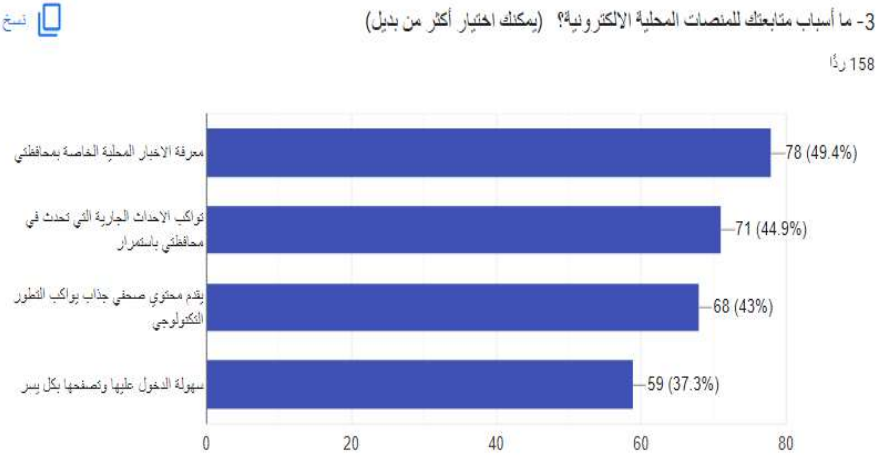
المحور الثاني: حجم تعرض المبحوثين للمنصات المحلية الإلكترونية المتعددة



شكل رقم (48) يوضح حجم تعرض المبحوثين للمنصات الإلكترونية المحلية

تبين من الشكل السابق تصدر موقع الفيس بوك مقدمة الشبكات الاجتماعية الأكثر تفضيلا لدي عينة الدراسة في متابعة أخبار محافظتهم عليها بنسبة 48.1%، تليها الموقع الإلكتروني للمنصة بنسبة 38.6%، ثم تطبيقات الهاتف المحمول للمنصات عينة الدراسة بنسبة 27.2%، تليها صفحة اليوتيوب بنسبة 20.3%، ثم الانستجرام بنسبة 16.5% وأخيرا تويتر بنسبة 10.8%، ويلاحظ من النتائج احتلال موقع الفيس بوك الترتيب الأول من قائمة المواقع، وقد أشارت عدد من الدراسات إلي أن الفيس بوك يأتي علي رأس قائمة تفضيلات الجمهور، وأنه الأكثر شهرة من المواقع الاجتماعية المتاحة علي شبكة الإنترنت، نظرا لارتفاع عدد مستخدميه بشكل ملفت في الآونة الأخيرة، كما يرجع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية إلي سهولة تصفح الأخبار بها فور وقوعها، مما يظهر اهتمام العينة بمتابعة المضمون الإخباري من

خلالها، واهتمامهم بتجربة استخدام التكنولوجيا الحديثة، وهو ما توصلت إليه دراسة (**سارة شوقي،2016**)[92] والتي أشارت إلي تفضيل الجمهور استخدام تطبيقات الهاتف المحمول للحصول علي الأخبار، لسهولة وسرعة استخدامها.

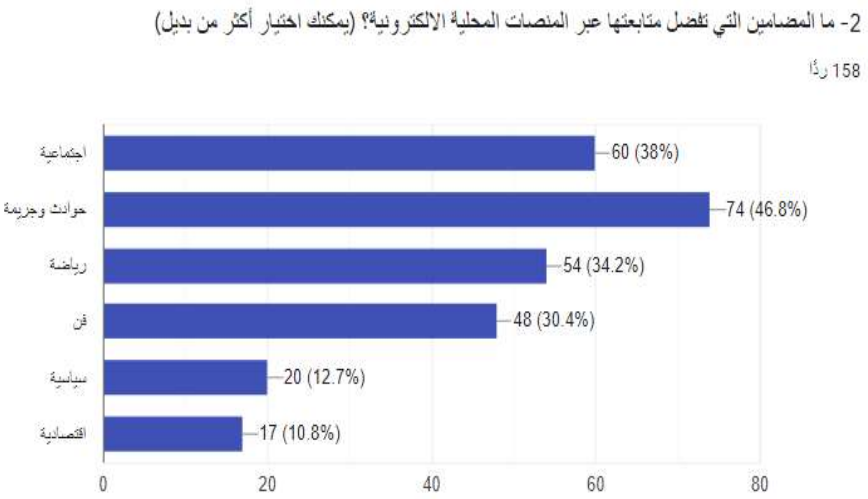


شكل رقم (49) يوضح دوافع تعرض المبحوثين للمنصات المحلية الرقمية

بالنظر الي الشكل السابق يتبين دوافع تعرض المبحوثين لمتابعة المنصات المحلية الالكترونية، حيث جاءت في المقدمة معرفة الأخبار المحلية الخاصة بمحافظتي بنسبة 49.4%، تليها لقدرتها علي مواكبة الأحداث الجارية التي تحدث في محافظتي باستمرار وذلك بنسبة 44.9%، ثم تقديمها لمحتوي صحفي جذاب يواكب التطور التكنولوجي بنسبة 43%، وأخيرا لسهولة الدخول عليها وتصفحها بكل يسر بنسبة 37.3%، وتعكس تلك النتيجة الأهمية الكبيرة التي باتت تشكلها المنصات المحلية الإلكترونية لدي الجمهور، والذي يهتم بمتابعة الأخبار عبر منصاتها المتعددة.

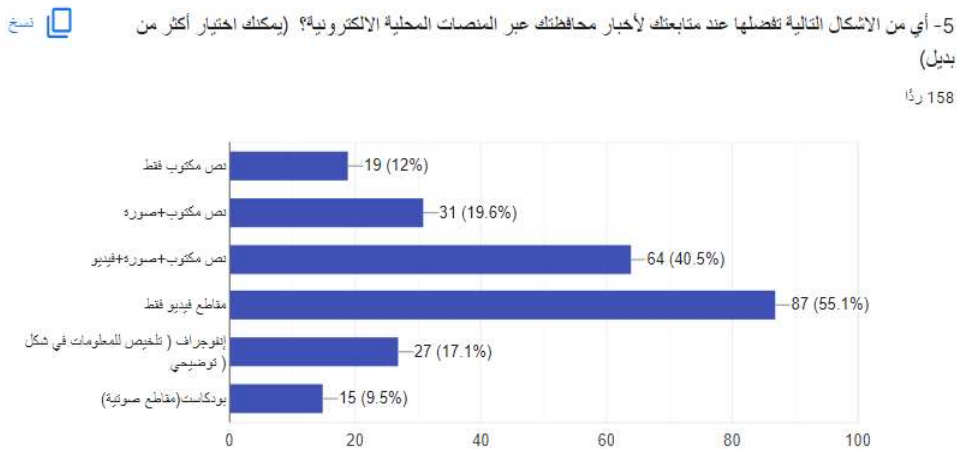
ويمكن تفسير ذلك بحرص المنصات المحلية الرقمية لمواكبة التطور التكنولوجي، والتقنيات الحديثة، ونقل المعلومة عبر الوسائل المختلفة بطريقة آنية فور وقوعها، بما يلبي احتياجات الجمهور، والتي تتمثل في تقنية البث المباشر، والتسجيلات الصوتية، والصور، والذي بدورها جعلت المتلقي يعيش لحظات الحدث نفسها، كذلك إنشاء منصات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، الأمر الذي يساعد في النهاية على تفاعل الجمهور مع الخبر أو القصة، والإقبال على متابعة ما ينشر ويبث داخل تلك المنصات.

المحور الثالث: تفضيلات المبحوثين للمحتوي عبر المنصات المحلية عينة الدراسة



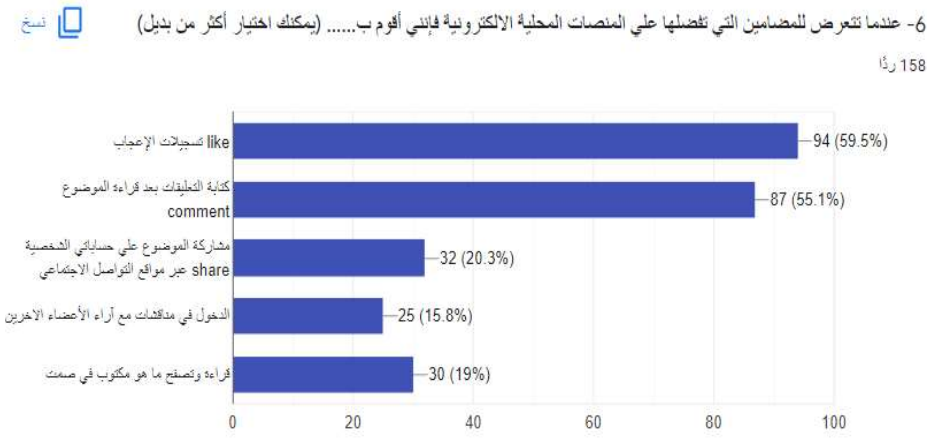
شكل رقم (50) يوضح نوعية المضامين والقضايا التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر المنصات المحلية

تبين من النتائج السابقة اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بمتابعة أخبار الحوادث والجريمة في المقدمة بنسبة 46.8%، ويمكن تفسير ذلك لما تثيره تلك الأخبار من مخاوف، وما تثيره من اهتمامات، وما تتضمنه من صراع، فيكون توجه الجمهور وكثافه اقباله علي متابعه كل حوادث الجريمة بأشكالها المختلفة، تليها الموضوعات الاجتماعية من قضايا، مثل ارتفاع الأسعار، والصحة، والتعليم، وخلافه بنسبة 38% ثم تأتي الموضوعات الخفيفة، متمثلة في الرياضة، والفن بنسبتي 34.2% و30.4% علي الترتيب، أما المضامين الجادة متمثلة في السياسة، والاقتصاد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبتي 12.7% و10.8% علي الترتيب، وهو ما يظهر أن حجم اهتمام الجمهور بالموضوعات والأحداث الخفيفة، أكثر من الاهتمام بالقضايا الجادة، وهو ما انعكس أيضا علي اهتمامات المنصات المحلية عينة الدراسة، بتركيزها علي مضامين الجريمة، والموضوعات الاجتماعية المختلفة التي تهم المواطن في المقام الأول، وقد يرجع ذلك إلي أن طريقة عرض تلك الموضوعات تكون أكثر جذبا من بقية الموضوعات الجادة في تلك المنصات، وذلك للوصول إلي أكبر عدد من الجماهير من خلال "الترينـد"، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (**carolyn miller 2012**)[93] بمجيء الموضوعات الخفيفة المتمثلة في أخبار الطقس، والجريمة، والثقافة، والرياضة، في مراكز متقدمة، يليها الموضوعات الجادة، كالسياسة، والاقتصاد.



شكل رقم (51) يوضح تفضيل المبحوثين لشكل المحتوي في المنصات المحلية الإلكترونية

وبسؤال المبحوثين عن تفضيلهم لشكل المضامين التي يتابعونها على الإنترنت، عبر المنصات المحلية الإلكترونية، أوضحت النسبة الأكبر من المبحوثين 55.1 % أنهم يفضلون المحتوى الذي يوظف مقاطع الفيديو، تليها مختلف وسائط الملتيميديا من نص، وصوت، وصورة، وحركة، بنسبة 40.5%، فيما جاءت النسبة الأقل من المبحوثين يفضلون المحتوي المكتوب فقط، والمحتوي المسموع فقط، بنسبتي 12% و9.5% علي الترتيب، وهنا نلاحظ أن إجابات المبحوثين تعكس درجة تفضيل المبحوثين للمحتوى التفاعلي الذي يوظف العديد من وسائط الملتيميديا، بصورة أكبر من المحتوى الصامت الذي يحتوي على عنصر واحد فقط، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (**فاطمة فايز،2022**)[94] التي أشارت إلي تفضيل المبحوثين للمحتوي المرئي المدعم بعناصر الصوت، والصورة ،والحركة، أكثر من المحتوي المكتوب فقط.



شكل رقم (52) يوضح مدي تفاعل المبحوثين عينة الدراسة مع المضامين عبر المنصات المحلية الرقمية

يوضح الشكل السابق مدي تفاعل المبحوثين مع المضامين التي تنشر المنصات المحلية الرقمية، حيث جاءت في المقدمة حرصهم على إبداء الإعجاب بالموضوعات بالضغط على like بنسبة 59.5%، يليها متابعتهم لما ينشر وقيامهم بالرد والتعليق عليها بنسبة 55.1%، ثم قيامهم بمشاركة بعض الموضوعات عبر حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 20.3%، أما تبادل المعلومات والدخول في مناقشات مع آراء الأعضاء الاخرين جاءت بنسبة 15.8%، فيما اكتفي 19% فقط من إجمالي المبحوثين بمتابعة وتصفح ما ينشر فقط.

وتشير النتيجة السابقة إلي وجود قدر من التفاعل من المبحوثين مع ما ينشر عبر المنصات المحلية الإلكترونية سواء بمناقشة الموضوعات الواردة بها وإبداء رأيه تجاها، إضافة

إلي استخدام الوسائل الأخرى من إعجاب وتعليق ومشاركتها عبر الصفحات المختلفة وإرسالها للأصدقاء، عبر تطبيقات الواتساب، والماسنجر، وغيرها لمناقشتها معهم، كما يوضح ذلك لجوء العديد من المنصات المحلية عينة الدراسة كما أشرنا سلفا في نتائج الدراسة التحليلية بتوظيفها أشكال مختلفة من التفاعلية، لجذب الجمهور، وجعله مشاركا فعليا في الموضوعات التي تطرحها، وليس متلقيا للمعلومات.

المحور الرابع: تقييم المبحوثين لأداء المنصات المحلية في ظل التطور التكنولوجي

جدول رقم (2) يوضح تقييم المبحوثين لانعكاسات التطور التكنولوجي على أداء الصحافة المحلية

	العبارة / الموقف		موافق	لا أعرف	معارض
1	أصبحت المنصات المحلية الالكترونية منافس قوي لباقي وسائل الاعلام	ك	68	33	57
		%	%43	%20.8	%36
2	وظفت المنصات المحلية الالكترونية التكنولوجيا (التقنيات الحديثة عبر الانترنت) في محتواها الصحفي	ك	82	27	49
		%	%51.8	%17	%31
3	أتاحت المنصات المحلية الرقمية العديد من الأدوات والخدمات التفاعلية للجمهور	ك	91	21	46
		%	%57.5	%13.2	%29.1
4	اعتماد المنصات المحلية الرقمية على فيديوهات البث المباشر **live** عبر مواقع التواصل الاجتماعي جذبني لمتابعتها	ك	102	20	36
		%	%64.5	%12.6	%22.7
5	قدمت المنصات المحلية الالكترونية المحتوي الذي يتناسب مع احتياجاتي وتفضيلاتي	ك	76	24	58
		%	%48.1	%15.1	%36.7
6	استخدمت الوسيلة الإعلامية المحلية منصاتها المتعددة بنجاح في عرض موضوعاتها الصحفية	ك	95	19	44
		%	%60.1	%12	%27.8

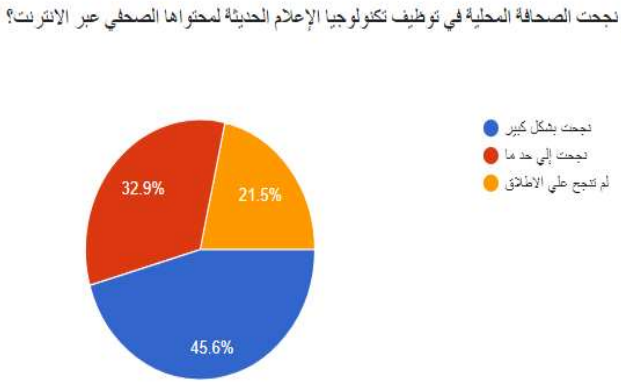
	العبارة / الموقف		موافق	لا أعرف	معارض
7	علي الصحافة المحلية أن توظف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مستقبلا	ك	64	24	70
		%	%40.5	%15.1	%44.3
8	استخدام المنصات المحلية للتكنولوجيا الحديثة زاد من تفاعلي مع الخبر المنشور	ك	91	17	50
		%	%57.5	%10.7	%31.6
9	استخدمت المنصات المحلية الرقمية الوسائط المتعددة (نص–صور–فيديو–انفوجراف–الصوت) في محتواها الصحفي	ك	105	14	39
		%	%66.4	%8.8	%24.6

تبين من الجدول السابق موافقة غالبية المبحوثين علي حرص المنصات المحلية الالكترونية في توظيف الأدوات الرقمية والتكنولوجية المستحدثة في محتواها الصحفي، فمثلا جاءت نسبة 66.4% من إجمالي المبحوثين علي استخدام المنصات المحلية الالكترونية للوسائط المتعددة في محتواها الصحفي، أيضا موافقتهم علي اعتماد المنصات المحلية الرقمية علي فيديوهات البث المباشر live عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وذلك بنسبة 64.5%، مما جذب المبحوثين لمتابعتها، أيضا نجاح تلك المنصات علي استخدامها لمنصاتها المتعددة في عرض موضوعاتها الصحفية، وذلك بنسبة 60.1%، كذلك موافقتهم علي إتاحتها للعديد من الأدوات والخدمات التفاعلية للجمهور بنسبة 57.5%، الأمر الذي انعكس علي ارتفاع تفاعلهم مع المحتوي المنشور عبر المنصات بنفس النسبة، ونتيجة لذلك رأي 43% من المبحوثين أن المنصات المحلية الالكترونية بدأت في منافسة باقي وسائل الاعلام المختلفة، نتيجة توظيفها للتقنيات الحديثة عبر الإنترنت في محتواها الصحفي، فيما انقسم المبحوثين حول توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة المحلية مستقبلا، حيث عارض 44.3% من إجمالي المبحوثين ذلك الأمر، وقد

يرجع ذلك لتمسك الجمهور عينة الدراسة بالعنصر البشري، وعدم رغبتهم بأن يحل محلهم الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.

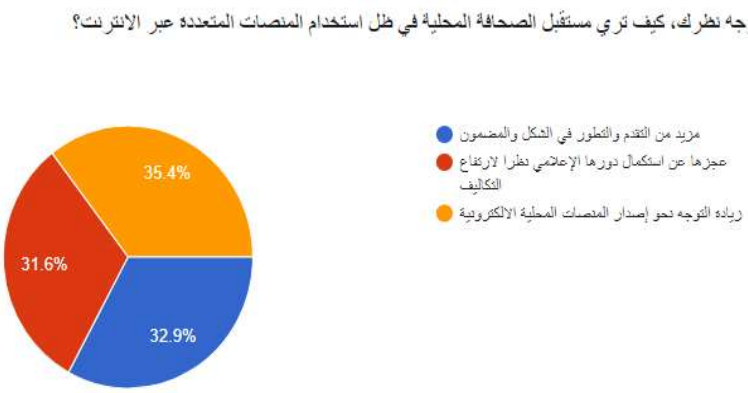
وتعكس النتيجة السابقة بداية تغييرًا حقيقيًّا في هيكلة عمل المنصات الصحفية الإقليمية في ظل التحول الرقمي، وتحولاً جذريًا في صناعة المحتوى الإعلامي، سواء في طرق تقديمه للجمهور، والتحرر من القوالب الصحفية التقليدية، أو ابتكار أساليب جديدة تعزز من مكانتها وقدرتها على التأثير، من خلال منصات تفاعلية توظف عناصر النص المكتوب، أو الصوت، والصورة، والإنفوجراف، والفيديوجراف، ومختلف أشكال الوسائط المتعددة Multimedia في محتواها الصحفي، حتى تواكب احتياجات الجمهور وأذواقه.

وهو ما أكدته النتيجة الحالية برضا المبحوثين عن أداء المنصات المحلية ونجاحها في توظيف التكنولوجيا الحديثة لمحتواها الصحفي عبر الانترنت، حيث جاءت عبارة "نجحت بشكل كبير" بنسبة 45.6%، وعبارة "نجحت إلى حد ما" بنسبة 32.9%، فيما رأي 21.5% من إجمالي المبحوثين عدم نجاحها على الإطلاق في توظيف التكنولوجيا الحديثة، كما هو مبين بالشكل التالي:



شكل رقم (53) يوضح تقييم المبحوثين لمدي توظيف المنصات المحلية للتكنولوجيا الحديثة في المحتوي الصحفي

المحور الخامس: مســـتقبل المنصـــات المحلية من وجه نظر المبحوثين في ظل التطور التكنولوجي



شكل رقم (54) يوضح مستقبل المنصات المحلية من وجه نظر المبحوثين

يظهر الشكل السابق رؤية المبحوثين عينة الدراسة لمستقبل المنصات المحلية، والتي تمثلت في السيناريو التفاؤلي، سواء زيادة توجه تلك الصحف لإصدار مزيد من المنصات المحلية الالكترونية، وذلك بنسبة 35.4%، كذلك توقع 32.9% من إجمالي المبحوثين بمزيد من التقدم والتطور في الشكل والمضمون داخل كل منصة، ويمكن تفسير ذلك بأن التطورات التكنولوجية ستؤثر علي أوضاع المنصات المحلية بالإيجاب سواء في استمراريتها، مع نمو وتزايد المواقع المحلية إلكترونيا بمنصاتها المتعددة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، حتي تواكب تطورات الأحداث السريعة والمتلاحقة التي تحدث كل لحظة، من خلال تقديم محتوي صحفي جذاب توظف فيه عناصر الوسائط المتعددة، حتي يتسنى لأبناء الأقاليم متابعة ما يحدث في محافظتهم يوميا، فيما سيطرت النظرة التشاؤمية للمبحوثين بنسبة 31.6%، حيث توقعوا عجز المنصات المحلية عن استكمال دورها الإعلامي، نظرا لارتفاع التكاليف، ويمكن تفسير ذلك بأن المشكلة الأساسية التي ستظل تواجه المنصات المحلية تحديدا من وجه نظرهم هي أزمة التمويل والتي تمنعها من التطور، أو تحقيق تأثيرات إيجابية ملموسة عليها بشكل مستمر.

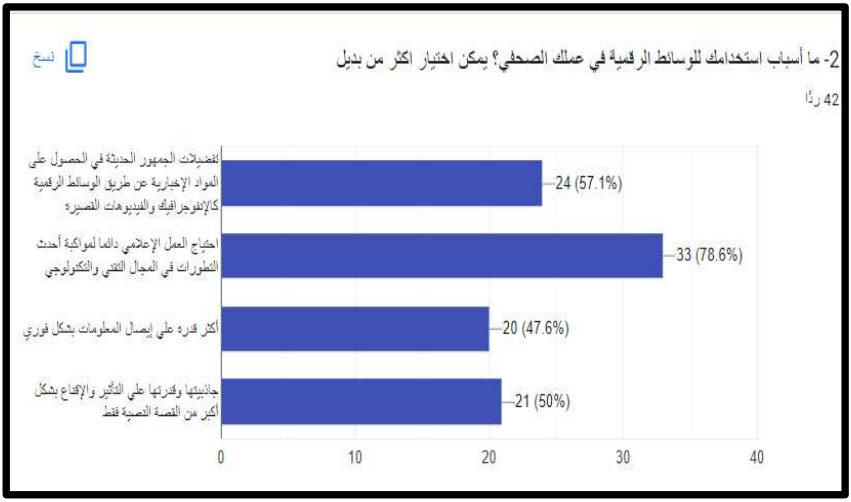
ثانيا: نتائج مقابلات القائمين بالاتصال العاملين في منصات ومواقع محلية مختلفة:

تم إجراء مقابلات مقننة بجانب المقابلات غير المقننة مع بعض الصحفيين العاملين في منصات صحفية محلية تقدم محتوى إلكتروني وجاءت نتائج المقابلة كالتالي[95]:

1- استخدام الصحفيون عينة الدراسة للوسائط الرقمية في صناعة المحتوي الصحفي:

أكد أغلب المبحوثين استخدامهم للأدوات الرقمية المستحدثة في صناعة وإنتاج المحتوي الصحفي، وذلك لمجموعة من الأسباب جاءت في المقدمة احتياج العمل الإعلامي دائما لمواكبة أحدث التطورات في المجال التقني والتكنولوجي، أيضا تفضيلات الجمهور الحديثة

في الحصول على المواد الإخبارية، عن طريق الوسائط الرقمية كالإنفوجرافيك، والفيديوهات القصيرة، ثم جاذبيتها وقدرتها علي التأثير والإقناع بشكل أكبر من القصة النصية فقط، وأخيرا قدرتها علي إيصال المعلومات بشكل فوري، كما هو موضح بالشكل التالي:



شكل رقم (55) يوضح أسباب استخدام المبحوثين للوسائط الرقمية في العمل الصحفي

2**– تقييم الصحفيين لمستوي الأداء الصحفي لمؤسسته التي يعمل بها في ظل التطور التكنولوجي:** وبسؤالهم عن ذلك أوضح غالبيتهم وجود تطورا ملحوظا في الأداء الإعلامي لمؤسسته التي يعمل بها، نتيجة توظيف المستحدثات التكنولوجية في العمل الصحفي، والتي تمثلت في الآنية والفورية في الحصول على المعلومة ومعالجتها صحفيا، مع سهولة الوصول إلى المصادر والتواصل معها، كذلك ساهم التطور التكنولوجي في تحسين نوعية الرسائل الإعلامية، والتفاعل المهني بين الزملاء وبعضهم البعض.

3- تفضيلات القائمين بالاتصال لشكل المحتوى: فيما يتعلق بالشكل الذي يفضل صحفيو عينة الدراسة تقديمه وتوظيفه في عملهم الصحفي، أكد أغلبهم تفضيلهم لتقديم المحتوي بشكل مرئي، متمثلا في الفيديو اللايف (البث المباشر) فذلك يتيح لهم التواصل والتفاعل مع الجمهور بشكل أفضل، سواء بالمشاركة أو التعليق، نتيجة لقدرة المحتوي المرئي علي إقناع وجذب الجمهور، وهو ما يظهر في ارتفاع نسب المشاهدات علي تلك الفيديوهات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (**Fuyuan Shen,2014**[96]) التي أشارت إلي أن المحتوي المرئي في المواقع الإخبارية، مع الاستعانة بالمؤثرات الصوتية تساعد علي إقناع القارئ.

4- محتوي المنصة الإعلامية التي يعمل بها مقارنة بالسابق في ظل التطور التكنولوجي: وبسؤال القائمين بالاتصال عن مستوي صناعة المحتوي الصحفي للمنصة المحلية التي يعمل بها مقارنة بالسابق في ظل التطور التكنولوجي، فاتفقت معظم عينة الدراسة علي أن المؤسسات والمنصات الصحفية التي يعملون بها تطورت تطورا ملحوظا، الأمر الذي انعكس علي محتواها الصحفي، نتيجة استخدام تكنولوجيا الوسائل الرقمية في نقل الأخبار، وسرعة الحصول عليها بالصوت والصورة، وتقديمها للجمهور بشكل جذاب، من خلال استخدام تقنية البث المباشر، والفيديوهات القصيرة، وعدم الاقتصار فقط علي الأخبار القصيرة المكتوبة، الأمر الذي زاد من فعالية الجمهور مع المحتوى المقدم، واستقطاب جمهور أكثر، والتفاعل معه بشكل مباشر، بسبب استخدام تقنية البث المباشر للفيديوهات (اللايف) في المحتوي المقدم، والدليل علي ذلك ارتفاع نسب المشاهدات للفيديوهات التي تبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي للمنصة، وارتفاع نسبة الزيارات للمستخدمين في المواقع الإلكترونية المحلية، مما أدي إلي مزيد من التقارب الكبير بين المؤسسة والجمهور بشكل عام، كذلك ساهم التطور التكنولوجي في سرعة التواصل مع

المسئولين والمصادر المختلفة، ومشاركة الجمهور النشط في صناعة المحتوي بما يعرف "بصحافة المواطن"، وأخيرا ساهم التطور التكنولوجي في تسويق المؤسسة الصحفية لنفسها، من خلال تحقيق التكامل بين المنصات المتعددة لها والمستخدمة في نشر المحتوى.

أما باقي العينة من القائمين بالاتصال، فأكدوا على أن المحتوي الإعلامي للمنصات سيكون أكثر قوة ومنافسة، خصوصا لو أصبحت المهنية تتماشى مع التطور التكنولوجي، ولكن ما نلاحظه للأسف في العديد من المنصات الصحفية بوجه عام، والمحلية بوجه خاص، عدم الاهتمام بالقواعد المهنية والأخلاقية، وعدم مراعاة مشاعر الجمهور الخاصة، تحديدا في حالات الوفاة، والحوادث، والتركيز فقط على نسب المشاهدة (الترافيك)، كذلك عدم تدقيق المعلومة والتسرع في نشرها.

5- الإشكاليات التي تؤثر على أداء المنصات المحلية في انتاج وتقديم محتواها بشكل رقمي: وبسؤالهم عن الصعوبات التي تواجه المنصات المحلية في تقديم محتواها بشكل رقمي جاءت إجاباتهم كالتالي:

أ. **ضعف الكوادر البشرية:** حيث تمثلت في ضعف الهيكل الإداري والتحريري، مع غياب التأهيل المهني للقائمين بالاتصال، وعدم إلمامهم بالأدوات المستحدثة التي تساعده على أداء دوره، وعدم وجود فرص كافية لتدريب الصحفيين على تلك الوسائل الجديدة، وهو ما طالب به الصحفيون بضرورة التدريب على الفنون الصحفية الحديثة، حتى يتمكنوا من تقديم محتوي رقمي متميز وبشكل جذاب.

ب. **التمويل:** قلة الموارد المالية، وعدم وجود دعم مادي، مع ضعف الامكانيات المتاحة، كذلك وجود صعوبة في تحقيق تمويل كافي لاستمرار المنصات المحلية، وهجره المواهب لصحف العاصمة، نظرا لما تقدمه من انتشار أكبر، ومقابل مادي أيضا، مع عدم

قدرة العديد من المنصـــات والمواقع المحلية الإلكترونية على توفير كافة التقنيات والأدوات التي تمكن الصحفي من أداء عمله باحترافية.

ت. **تحتاج إلي جمهور يثق بها:** حيث تري عينة الدراسة أن يتطلع الجمهور دائما للصحف والمواقع الكبرى، خاصة أن الرؤية المركزية هي المسيطرة، مع اعتقادهم أنهم سيجدوا ما لا تقدمه المواقع المحلية، كذلك ثقة الجمهور في المواقع الكبرى التي تقدم بعض الخدمات، أو الأخبار بشـــكل أكبر، على الرغم من أن الموقع المحلي يوفر نفس المعلومات من نفس المصدر، ويقدم للقارئ نفس الخدمة.

ث. **التوظيف الســـيء للتكنولوجيا في المحتوي:** حيث يري المبحوثون أن العديد من الصحف والمواقع المحلية استخدمت التكنولوجيا بشكل سيئ جدا في تقديم محتوي تم وصفه ب "لتافه"، بغرض الترينـد وليس الصالح العام، كذلك نشر الأخبار الكاذبة، والشائعات، بهدف صنع ترينـد يجلب مشاهدات، أو زيارات فقط، مما أثر في النهاية على مهنيتها، وافتقاد بعضها للمصداقية.

6- متطلبات تحسين وتطوير المحتوي الصحفي في ظل استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال: وبسؤال الصحفيين عن مقترحاتهم في تحسين صناعة الصحفي خصوصا في ظل التطور التكنولوجي جاءت إجاباتهم كالتالي:

1- استخدام التكنولوجيا الحديثة بالشكل الايجابي والنافع وليس بشكل سلبي: اقترح الصحفيون عينة الدراسة مجموعة من الضوابط من أجل توظيف التطور التكنولوجي في تقديم محتوي صحفي متميز وهي:

- انتقاء الموضوعات والحصول على المعلومات من مصادرها الصحيحة، والابتعاد عن المعلومات والموضوعات المغلوطة، وبالأخص إذا كان مصدرها السوشيال ميديا دون سند مؤسسي.

- تسليط الضوء على النماذج الإيجابية، والابتعاد عن الأفكار الهابطة التي تؤثر على المجتمع بكافة فئاته، مع مراعاة البعد عن الابتذال، وعدم تسليط الضوء على النماذج غير الهادفة، أو التي تقدم محتوى فارغ لمجرد الترافيك والترينـد.
- التفكير باستمرار في توفير منصات وقنوات خاصه بكل موقع، لتقديم المحتوى المكتوب بشكل مرئي يجذب الجمهور.

2- **الاهتمام بالعنصر البشري**: وذلك من خلال عقد دورات تدريبية، وورش عمل للصحفيين على كيفية استخدام الوسائل الحديثة من مونتاج، وتصميم، وتصوير، وتحرير، ومتابعة كافة التطورات التي تطرأ عليها، لثقل مهارات الصحفيين، لمواكبة كافه فنون العمل الصحفي، بحيث تشارك في هذا التدريب أقسام الصحافة والإعلام في الجامعات الإقليمية، بالتعاون مع المجلس الأعلى للصحافة، والمؤسسات الصحفية والإعلامية المهتمة بشئون الصحافة والتدريب الصحفي، كذلك توفير المؤسسة الصحفية للأجهزة والتقنيات الحديثة عبر شبكة الإنترنت، من أجل النهوض بالصحافة والصحفيين.

3- **ضرورة التشديد في ضبط المعايير المهنية والأخلاقية**: حيث اقترح المبحوثين ما يلي:

- تعديل تشريعات الصحافة الحالية لتتلاءم مع المستجدات، وأبرزها مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك للسيطرة على عشوائية نشر أخبار على منصات التواصل الاجتماعي من غير مهنيين أو متخصصين، لأنها تثير الفوضى وبلبلة الرأي العام بدون وجه حق، وتسبب مشكلات عديدة لأصحاب المهنة نفسها، كذلك تقنين وسائل الاتصال الجديدة، كفيديوهات البث المباشر، لضمان المعلومة، وعدم الانسياق وراء كل ما هو غير هادف.

– وضع ضوابط ومواثيق شرف صحفية للالتزام بالمهنية، والمصداقية، وتحري الدقة قبل نشر أي خبر، من أجل تحسين الأداء الصحفي.

4– الدعم المادي: وذلك من خلال توفير الإمكانيات المادية، بمعني توفير الإمكانيات، مثل كاميرا، أو هاتف محمول، أو خطوط انترنت، لأن فيديوهات البث المباشر تتطلب ذلك، مع ضرورة صرف الرواتب، أو المكافآت لمراسلين المحافظات بانتظام، وهو ما طالبت به عينة الدراسة بضرورة إصدار لائحة جديدة للأجور، تعيد النظر في الحد الأدنى للأجور، حتى تتحقق العدالة بين أجور الصحفيين والعاملين في الصحف والمنصات المختلفة، سواء المركزية أو الإقليمية، حتى يتسنى في النهاية أن تؤدي دورها في خدمة المجتمع المحلي علي أكمل وجه.

5– ضرورة تغيير النظرة التقليدية إلى الصحافة الإقليمية، والتي ترى أنها أقل شأنًا ومكانة من صحافة العاصمة، وحث المسئولين على تفهم دورها في مناقشة قضايا المجتمع المحلي، وإعلاء مكانة وشأن الصحفي الإقليمي، واحترامه وتقديره وتقديم كافة التسهيلات له، لأداء مهمته الصحفية.

3– مناقشة نتائج الدراسة

سعت الدراسة إلي رصد وتحليل مدي استفادة المنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة من الامكانات التي تتيحها شبكة الانترنت، من خلال التعرف علي مدي تعدد وتنوع المنصات الرقمية التابعة لها، سواء موقع إلكتروني لها، أو حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وتطبيقات الهواتف المحمولة، وتوظيف ذلك في نشر محتواها الصحفي لتقديمها للجمهور والتفاعل معه، وذلك في ضوء نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، من ناحية أخري ركزت الدراسة علي استخدام الجمهور للمنصات المحلية، وأنماط وآليات تفاعلهم معها، من أجل الوصول لفهم أعمق لاحتياجاته وتفضيلاته، من خلال أداة

الاستبيان، كذلك التعرف علي آراء القائم بالاتصال حول المحتوي الصحفي للمنصات الإقليمية في ظل التطور التكنولوجي، وآليات تطويرها وكيفية النهوض بها في ضوء نموذج قبول التكنولوجيا، وذلك بالاعتماد علي أداتي الاستبيان، والمقابلة، وهو ما سنوضحه بالتفصيل علي النحو التالي:

– تبين من الرصد والتحليل نجاح المنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة في توظيف التطور التكنولوجي، والاستفادة من ذلك في البيئة الإعلامية، واتباع نهج الاندماج والتكامل بين تلك المنصات والتي تمثلت في (الموقع الإلكتروني–الفيس بوك–تويتر–انستجرام–يوتيوب–تطبيق الهاتف المحمول)، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى انتشار المحتوي المقدم عبر تلك المنصات، وزيادة التواصل مع شرائح متنوعة من الجماهير.

– أظهرت نتائج الدراسة أنه علي الرغم من تعدد المنصات الإعلامية داخل الوسائل الإقليمية عينة الدراسة، إلا أنها منصات platforms يتم فيها إعادة نشر ما تم تقديمه في منصات الموقع الإلكتروني، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراستي(**فاطمة الزهراء،2015**)[97]،(**فاطمة فايز،2016**)[98]، بحيث أنه لا يتم إنتاج محتوى معد خصيصاً لتلك المنصات، فأجندة أخبار المنصات اليومية تكاد تكون واحدة، فهناك منصات رئيسية كالموقع والتلفزيون، بينما المنصات الأخرى كتويتر وفيس بوك وتيليجرام، لا تقوم سوي بعمل إحالات لبعضها البعض من جهة، وبإعادة نشر وترويج المحتوي من جهة أخرى، مع الأخذ في الاعتبار أن طبيعة النشر وآلية بناء هيكل المحتوى تختلف من منصة لأخرى بما يتفق وسمات تلك المنصة، وهو ما أشار إليه أيضا **Gillian**)[99] (**Doyle, 2015**أنه رغم انتهاج استراتيجية المنصات المتعددة لدى العديد من الوسائل، إلا أنه لا يحدث سوى إعادة تدوير هذا المحتوى، دون اختلاق زوايا وأفكار

جديدة من المحتوى الأصلي بما يتسق والأدوات والعناصر التي تتيحها المنصة الجديدة المنقول إليها.

- كشفت نتائج الدراسة اعتماد المنصات الرقمية الإقليمية عينة الدراسة علي التنوع في الوسائط المتعددة، بحرصها علي الاعتماد علي الفيديوهات بنسبة كبيرة في تغطيتها للأحداث، سواء كانت فيديوهات من فئة "مشاهدة"، أو الفيديوهات التي تبث مباشرة، كذلك الفيديوهات من فئة "ارشيفي"، والفيديوهات من فئة "الرسوم المتحركة"، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة(**ماجد سالم**)[100] باعتماد مواقع الصحف الإلكترونية(عينة الدراسة)على مقاطع الفيديو كأحد أهم أنواع الوسائط المتعددة بنسبة كبيرة بلغت % 83، وهو ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية الحالية، حيث أكد القائمون بالاتصال عينة الدراسة، علي حرصهم علي توظيف الوسائط المتعددة، تحديدا الفيديوهات (فيديو جراف-موشن جرافيك-فيديو تقريري-بث مباشر) لعرض موضوعاتها بطريقة جذّابة، ومثيرة لاهتمامات القراء، وهو ما كشفت عنه أيضا نتائج الدراسة الميدانية، حيث أوضحت النسبة الأكبر من المبحوثين 55.1 %، أنهم يفضلون المحتوى الصحفي المرئي الذي يوظف مقاطع الفيديو المختلفة .

- يتضح مما سبق اهتمام المنصات الإقليمية عينة الدراسة بالاعتماد علي الوسائط المتعددة، باستخدام النص والصورة، والفيديو، في عرض المواد الصحفية، مع ربطه بصفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك-تويتر-انستجرام-يوتيوب)، عدا عنصر الصوت الذي اعتمدت عليه فقط منصة مباشر القليوبية من خلال تطبيق البودكاست، واختلفت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سمر **حسانين**[101]) والتي أكدت أن مواقع الصحف الإلكترونية في جميع أنحاء العالم- خاصة الولايات المتحدة

الأمريكية تستثمر بشكل مكثف تطبيقات تشغيل الصوت، وهو اتجاه جديد يجب الانتباه إليه.

– مما سبق يتبين أن المنصات الإقليمية الرقمية عينة الدراسة استفادت من وسائل الإعلام التقليدية (صحافة مكتوبة–بث إذاعي وتلفزيوني)، مع إدخال العديد من التقنيات الجديدة لها كما أشرنا سلفا، من خلال استخدام الصحف الإقليمية عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، بهدف جذب الجماهير عبر الإنترنت، مما ساعد على خلق شيء من التعايش والمنافسة القائمة على التأثير المتبادل، **وتتفق هذه النتيجة مع ما افترضته نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام** من حيث أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، كما تحقق مبادئ فيدلر لتطور وسائل الإعلام والخاصة بالتعايش والتناغم والبقاء، الأمر الذي يتطلب من الصحافة بوجه عام والإقليمية بوجه خاص، وضع إستراتيجيات لأدوار التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي، لتحقيق الدخل من البيئة الجديدة، والتغلب على تحديات أشكال الوسائط الجديدة.

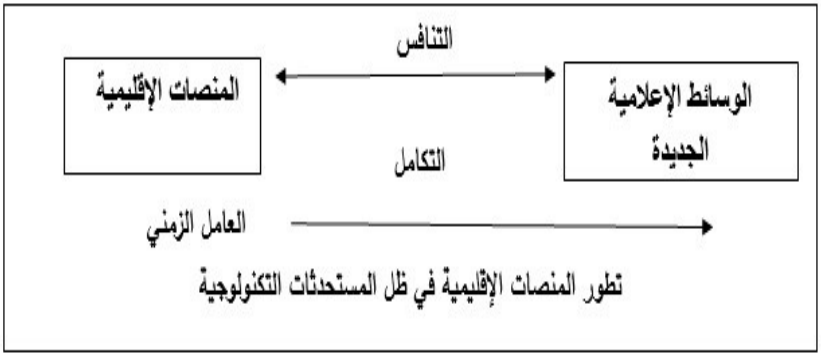
– أظهرت نتائج الدراسة الحالية ضعف استفادة المنصات الاقليمية الرقمية من الإنفوجرافيك التفاعلي "المتحرك"، وهو الأمر الذي يؤكد عدم استغلال تلك المنصات للتكنولوجيا الحديثة، والتقنيات المتاحة بشكل جيد في توظيف فن الانفوجرافيك التفاعلي، واعتمادها فقط علي الانفوجراف الثابت عند توصيل المعلومة للجمهور، وهو ما أكدته أيضا دراسة (**راضي عطوة**)[102] بأن موقع صحيفة الأهرام لم يستخدم سوي الإنفوجرافيك الثابت، ومن هنا يجب علي وسائل الاعلام المصرية بوجه عام، والإقليمية بوجه خاص، الاستفادة من الانفوجراف التفاعلي، وتخصيص قسم له تلبية لمتطلبات العصر والجيل الرقمي.

– كشـفت نتائج الدراسـة اهتمام المنصـات الإقليمية عينة الدراسـة بإتاحة الخدمات التفاعلية مع جمهورها، ومعرفة ردود أفعالهم فيما يطرح من قضايا وموضوعات، واهتمامها بما يعرف بصحافة المواطن، أو الصحافة التشاركية، سواء بأن يكون الجمهور مشاركا في صـنع المحتوي، أو تخصـيص خدمة لتلقي شـكاوي واسـتفسـارات القراء، عبر تطبيقي "ماسنجر"، والواتساب"، من أجل التفاعل معهم وتلبية احتياجاتهم، وهو ما أكدته نتائج القائمين بالاتصـال، بأن الخدمات التفاعلية التي تتيحها منصـاتهم، تزيد من قوة المحتوي المقدم، وتمنحه فرصـة إضـافية للانتشـار، الأمر الذي انعكس علي زيادة تفاعل الجمهور عينة الدراسـة مع المضـامين التي تنشـر عبر المنصـات المحلية الرقمية، سـواء بالإعجاب، أو التعليقـات، أو المشـــاركـة، واختلفـت النتيجـة الســـابقـة مع دراســـة(**مصـــطفي علوان،2021**)[103] والتي أشـــارت إلي قلة الخدمات التفاعلية في المواقع الإلكترونية بالمؤسـسـات الدينية عينة الدراسـة، واقتصـار العملية الاتصـالية بين المؤسـسـات الدينية والجماهير علي الإرسال فقط من طرف واحد.

– أوضـح القائمون بالاتصـال بأن المنصـات الإقليمية تحتاج إلى بعض المتطلبات لكي تتطور، ومنها الاهتمام بالعنصـر البشـري، وعقد دورات تدريبية، وورش عمل للصـحفيين على كيفية استخدام الوسائل الحديثة في عملها الصحفي، كذلك الاستمرارية في توفير منصـات وقنوات خاصـه بكل موقع إلكتروني لتقديم المحتوى المكتوب بشـكل مرئي يجذب الجمهور، مع توفير الإمكانات المادية للصحفي الإقليمي، وتقديم كافة التسهيلات له حتى يتسنى أداء دوره الصحفي في خدمة المجتمع المحلي علي أكمل وجه.

– تظهر نتائج القائم بالاتصـال تحقيقها **لعناصـر ومكونات نموذج قبول التكنولوجيا**، متمثلة في **سـهولة الاسـتخدام**، بإدراك الصـحفيين ووعيهم لاسـتخدام الأدوات الرقمية المستحدثة في صناعة وإنتاج المحتوي الصحفي، وتحديدا المحتوي المرئي بأشكاله المختلفة،

ثم **الفائدة المتحققة**، والتي تمثلت في اقتناعهم بأن الاعتماد علي الوسائط الرقمية والمستحدثات التكنولوجية ستعزز من أدائهم الصحفي، وستحسن من جودة المحتوي الصحفي المقدم، أخيرا **النية السلوكية**، والتي تمثلت في حرصهم علي استخدام كل ما يستجد في صناعة المحتوي الصحفي، وعدم الاستغناء عنها نظرا لأهميتها وإفادتهم المتوقعة منها في جذب الجمهور.



شكل رقم (٥٦) لنموذج خاص بالدراسة تم إعداده من قبل الباحث في ضوء نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام

مراجع الدراسة

[1] رامي عطا،2015، الصحافة الاقليمية الماضي..الحاضر..المستقبل،دار العربي للنشر والتوزيع،ط1،ص7

[2] علي جمال،2021، السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة ،**رسالة ماجستير**، جامعة المنصورة – كلية الآداب – قسم الإعلام.

[3] فراج فتح الله، حكاية «النزهة» و«صوت الجماهير».. أشهر جرايد إقليمية بأسيوط، **تقرير نشر ببوابة الاهرام** بتاريخ 2019/6/14

https://gate.ahram.org.eg/daily/News/203046/

[4] عبد الحميد كمال، " الصحافة الإقليمية.. مدخل لتطوير المحليات" **مقال نشر بموقع البوابة نيوز**،بتاريخ2018/6/24

https://www.albawabhnews.com/3159386

[5] رامي عطا،**مرجع سابق**،ص90-91

[6] سامي الشريف، الاعلام والتحول الرقمي، **مقال نشر بمجلة arab media& society**، بتاريخ 2021/3/21

/https://www.arabmediasociety.com/author/samy-elsherif

[7] لبني مهدي، ما هو مفهوم الإعلام الإقليمي ودوره في المجتمع؟، **مقال نشر بموقع موسوعتك بالعربي**، بتاريخ2022/1/12

https://e3arabi.com/

[8] عبد اللطيف حمزة،1963 الصحافة والمجتمع، القاهرة :وزارة الثقافة والإرشاد القومي –المؤسسة المصرية العامة .للتأليف والترجمة والطباعة والنشر –المكتبة الثقافية، ص73

[9] رحاب محسن،" صعيدى بودكاست".. إبداع شباب الجنوب، **تقرير نشر ببوابة الاهرام** بتاريخ 2020/2/26

https://gate.ahram.org.eg/daily/News/

[10] نهي غالي،2021، توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها:دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام،العدد 59،ص ص 1733-1784

[11] علا عبد الراضي،2020،العوامل المؤثرة علي الآداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الاعلام الاقليمية في ظل الثورة التكنولوجية، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، العدد الاول،ص332-366

[12] محمود عبد القوي،2020،المفارقة القيمية وعلاقتها بأخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المحلية :دراسة تطبيقية على قطاع شمال الصعيد، **مجلة البحوث الاعلامية**،العدد55،ص1497-1580

[13] بسام حسن،2020، دور وسائل الإعلام المحلية في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي: دراسة ميدانية على طلبة الدراسات العليا في جامعة تشرين، **مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية**- سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية،المجلد42،العدد3،ص83-102

[14] دينا عساف،2020،علاقة النخب في بورسعيد بوسائل الإعلام والجمهور المحلي :دراسة ميدانية لآليات التواصل والتفاعل، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**،العدد28،ص171-221

[15] ولاء محروس، 2020 ،العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية :دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، العدد27،ص299 - 350

[16] هبة مصطفي،2020،الخريطة الثقافية والاجتماعية لجمهور الإعلام في محافظة بورسعيد :دراسة لأنماط الاستخدام وآليات التفاعل والاحتياجات الإعلامية، **مجلة البحوث الاعلامية**، العدد54، ص1757-1844

[17] Susan Ashworth, 2020, NAB: local Journalism under threat form dominant digital -platforms , at{ www.RADIO WORLD}

[18] علا عصام الجنيدي 2020، العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الاقليمية في مصر خلال العقدين القادمين 2010-2030، **رسالة ماجستير**، جامعة القاهرة كلية الاعلام قسم الصحافة

[19] رحاب اشرف،2020، معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية العامة والمحلية لقضايا شمال الصعيد، **مجلة الآداب والعلوم الانسانية**، جامعة المنيا كليه الآداب قسم الاعلام، المجلد 91، العدد 5،ص883-904

[20] شريهان كدواني،2020، الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية : دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسئولية الاجتماعية، **مجلة البحوث الإعلامية**،العدد54،ص315-356

[21] جهاد عبدالعزيز توفيق،2019, دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد جمهور الصعيد بالمعلومات حول قضايا المجتمع المحلي، **رسالة ماجستير**، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام

[22] فاطمة الزهراء،2019، دور إذاعة الوادي الجديد في تنمية المجتمع المحلى في إطار رؤية مصر 2030، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد69،ص313-360

[23] ريهام درويش،2019، العوامل المؤثرة في تفاعلية الجمهور بالمواقع الإلكترونية المحلية وتأثيراتها على متخذي القرار :دراسة حالة والقائم بالاتصال، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**،المجلد18،العدد2،ص149-180

[24] أميرة محمد سيد،2019،تطوير واقع المواقع الإخبارية والصحفية الإقليمية في ضوء معايير الجودة الشاملة للإعلام :دراسة كيفية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 18،العدد4،ص289-320

[25] معتز الجنيدي،2018،اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية المحلية في مصر ، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**،العدد14،ص579-541

[26] Apoli, Philip m; Weber, Matthew; Mcllough Kate&Wang Qun (2018) Assessing local journalism : news desert , journalism divides , and the determinants of the robustness of local News. **Dewitt Wallace center for media & democracy**, sanford

[27] عبد الصبور فاضل،2017 الصحافة الاقليمية في مصر.. الواقع والمستقبل، **مجلة البحوث الاعلامية** كلية الاعلام، جامعة الازهر ،العدد43،ص9-26

[28] حسن علي،2017، معالجة القنوات التلفزيونية الاقليمية لأزمات المجتمع المحلي وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، **مجلة دراسات الطفولة:** جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة،المجلد20،العدد74،ص17-26

[29] ابتسام أحمد السيد،2017 ،دور الصحف الاقليمية في معالجة بعض قضايا التعليم المصري، **رسالة دكتوراه** جامعة بنها:كلية التربية

[30] غادة اليماني،2017،اتجاهات قارئي الصحف المحلية نحو جودة خدمة التحقيقات الصحفية المنشورة،**المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**،المجلد16،العدد1،ص209-269

[31] رامي عطا،2017، الصحافة الإقليمية وتنمية المجتمعات المحلية في ضوء البحوث والدراسات الإعلامية بالجامعات المصرية، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق العدد2،ص 131-187**

[32] Hess, Kristy & Bowd, Kathryn (2015). Friend or Foe? Regional newspapers and the power of Facebook, **Media International Australia**, No. 156.

[33] رحاب الداخلي محمد،2015، رؤية الصحفيين لمستقبل الصحافة الإقليمية في صعيد مصر خلال العقدين القادمين 2015-2035،**المجلة العلمية لكلية الآداب**، جامعة أسيوط - كلية الآداب،العدد55،ص61-141

[34] محمد زين،2014،استخدامات النخبة الصعيدية للمواقع الإلكترونية الإقليمية والإشباعات المتحققة منها، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**،
المجلد13،العدد1،ص441-496

[35] اسماء عبد الراضي،2011، الخطاب الاعلامي للمرأة في اقليم جنوب الصعيد، دراسة تحليلية للصحف الاقليمية والقناة الثامنة واذاعة جنوب الصعيد، **رسالة ماجستير**، كلية الآداب جامعة سوهاج

[36] ناجي سالم،2011،الاعلام الاقليمي وقضايا التنمية دراسة تحليلية مقارنة علي بعض وسائل الاعلام الاقليمية **رسالة دكتوراه**، جامعة طنطا: كلية الآداب قسم الاجتماع

[37] محمود جمال،2011 ، دور الاعلام الاقليمي في معالجة قضايا الفساد، **رسالة ماجستير**، جامعة الزقازيق: كلية الآداب قسم الاعلام

[38] اسراء صابر،2021، واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية :دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**،العدد33،ص251-275

[39] محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، 2020، تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية :دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر ، مج 55 ، ج1 ، ص ص101 -180

[40] محمد مختار عبد الله ، 2020، تأثير المستحدثات التكنولوجية على بنية المؤسسات الصحفية، جامعة الجزائر ، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

[41] هند يحيي،2020،استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز "AR" والواقع المختلط " MR" بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية: دراسة استشرافية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** , مج19, ع2،ص35-105

[42] Henry peter(2020): researching media Convergence and crossmedia News production, **Nordicom Review**, VOL.30, No.4.

[43] طارق عبد الرؤف مرعي،2019 ،استراتيجيات التكيف الرقمي لوكالات الأنباء، دراسة تطبيقية مقارنة على وكالات أنباء(رويترز – الفرنسية – الشرق الأوسط)، **ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

[44] Jon Eickelman(2020): Media Convergence and its Consequences, **middle east insight**, xiv5 April.

[45] Mark Deuze(2019): media Convergence concepts**, media studies**,Vol. 50, issue.6, November.

[46] Katy. N.V (2018): Newsroom integration in Austria, spain and Germany Journalism practice ,**Media Studies** Vol.4, No.3.

[47] شيماء عبدالحميد عبدالغني،2018، تصميم المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة بالعربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها :دراسة تطبيقية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الزقازيق :كلية الآداب، قسم الإعلام.

[48] varzandeh, Somayyeh.2018, The Impact of Technology on Journalism. **International Journal of Advance Engineering and Research Development,** Volume 5, Issue 02,, pp. 550-555.

[49] لمياء محمد عبد العز يز، 2017 ، الصحافة الرقمية وتأثيرها على إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، العدد العاشر .

[50] Catal, Ozen.2017,Technologies Challenging the Practice of Journalism and The Impact of Education: Case of Northern Cyprus: European, Eurasia Journal of Mathematics, **Science and Technology Education**, Volume. 13, Issue. 11, November 2017

[51] Betts, Tom. 2018 The State of Technology in Global Newsrooms, available at https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-04/ICFJTechSurveyFINAL.pdf

[52] Watson, Willis Towers. 2017, Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected Era. USA : World Economic Forum

[53] Ahmad, Normahfuzah.2017 The decline of conventional news media and challenges of immersing in new technology.. available at https://www.semanticscholar.org/paper/The-decline-of-conventional-news-mediaand-of-in-Ahmad/42575d63e19d4d4b7009f3e2b185019ccca0972c.

[54] فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2015، أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية، **رساله دكتوراة** ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

[55] Gumus, Agah.2014, Istanbul, Turkey, Lack of Visual Knowledge in the Modern Society of Iran: Organized by Anadolu University – Institute of Communication Sciences.**international Conference on Communication**, Media, Technology and Design

[56] Kaul, Vineet. 2013,Journalism in the Age of Digital Technology. **Online Journal of Communication and Media Technologies,** Volume: 3 – Issue, 1, Pp.125-143..

[57] Geib, Stefan, Jackob, Nikolaus and Quiring, Oliver.2012,The impact of communicating digital technologies: How ICT journalists conceptualize their influence on the audience and the industry**, Journal of New Media & Society**, Volume. 15, No. 7,

[58] O'Sullivan, John.2011, The Internet and professional journalism: content, practice and values in Irish online news. M.A. s.l. : Dublin City University

[59] أمل خطاب،2007، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية،**رسالة دكتوراه**،جامعة القاهرة:كلية الاعلام،قسم الصحافة

[60] حسني محمد نصر،2015، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية، **بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية**، كلية الإعام والاتصال. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص30

[61] Youngwon Lee ، research publication trends and outlets in communication and April P. Baer. (2010)."New media Society. Vol. 12(4). P. 533.

[62] Tankuakio, J. (2002). The Co-evolution of Economy and Technology: The Birth of the New Economy. Retrieved on 20th July 2010 from. http:// www.tankio.com/joyce

[63] حسني نصر محمد،2005، حرية الصحافة الإلكترونية في ضوء تجارب وسائل الاعلام التقليدية،**المجلة المصرية لبحوث الاعلام**،العدد25،ص275-351

[64] Roger Fidler (1997)."Mediamorphosis. Understanding the New Media». Clif ،Thousand Oaks ،**Pine Forge Press**، P. 13.

[65] بووزة باية،2020،الأطر النظرية المفسرة للإعلام الشبكي بين الفعالية والمحدودية، **مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية**:كلية علوم الاعلام والاتصال:جامعة الجزائر،المجلد الأول،العدد الأول،ص 1-20

[66] https://www.qaliubiya.com/

[67] https://www.facebook.com/liveqaliubiya/

[68]https://www.youtube.com/channel/UCXOn4VPy8738hM49ygaVsjQ/featurd

[69] https://gatealex.com/

[70] https://www.facebook.com/a5bar.alex/

[71] https://www.instagram.com/a5baralex/

[72] https://www.youtube.com/c/A5baralexagency/about

[73] https://www.mansora2day.com#/

[74] https://www.facebook.com/elmansouraelyouum/

[75] https://twitter.com/MansouraToday

[76] https://www.instagram.com/elmansouratoday/?igshid=1ok1dipsyfmzy

[77] https://www.youtube.com/c/

[78] https://play.google.com/store/apps/details?id=com.advancedapp.mansoura2day&hl=ar&gl=US

[79] https://sharkiatoday.com/

[80] https://www.facebook.com/SharkiaToday

[81] https://www.instagram.com/SharkiaToday/

[82] https://www.youtube.com/c/SharkiatodayCom/featured

[83] https://twitter.com/SharkiaToday

[84] https://play.google.com/store/apps/details?id=com.innovato.sharkiatoday.app

[85] https://akhbaralwadi.com/

[86] https://www.facebook.com/akhbar.elwadi/

[87] https://www.youtube.com/user/akhbaralwadi/featured

[88] السادة القائمون بالاتصال هم:

- ابتسام منصور محررة صحفية بموقع مباشر القليوبية
- إبراهيم عارف رئيس تحرير جريدة البيان
- أحمد إبراهيم محرر صحفي بموقع مباشر القليوبية
- أحمد طه مونتير ومحرر سوشيال ميديا ببوابة اسكندرية
- أحمد عبد العظيم صحفي بموقع مباشر القليوبية
- أحمد وجيه مدير تحرير صحيفة المنيا نيوز
- اسلام محمد صحفي فيديو بموقع المنصورة توداي
- أسماء رشوان محرر صحفي بموقع المشهد
- أسماء رياض عادل محرر صحفي ومقدمة تقارير مصوره بموقع الشرقية توداي
- أمنية منير محررة صحفية بموقع بوابة اسكندرية
- أمين محمد أحمد الجنبيهي مراسل محافظة البحيرة بموقع مستقبل وطن نيوز
- جمال علم الدين رئيس تحرير جريدة طلقات الإقليمية
- حمدي كامل سكرتير تحرير أخبار الوادي الجديد

-حمدي مبارز رئيس تحرير جريدة أخبار الوادي الجديد
-رمضان أبو إسماعيل رئيس مجلس إدارة ورئيس تحرير صدي بني سويف
-رندا عبد الخالق ثروت صحفية بموقع أسيوط 24
-سالي سند محررة صحفية بموقع الشرقية توداي
-سالي نافع محررة بموقع المنصورة توداي
-سامح المصري مدير تحرير بموقع الشرقية توداي
-شادي زعبل صحفي بموقع الشرقية توداي
-شيماء العدل مدير تحرير بموقع المنصورة توداي
-صباح عبد العزيز رئيس قسم محافظات بموقع الحدث
-صهيب مصطفي محمد مراسل محافظة المنيا بجريدة الطريق
-عبد الرحمن زكريا محرر وصحفي فيديو بموقع الشرقية توداي
-عماد إبراهيم سبع مبارز مدير تحرير جريدة أخبار الوادي الجديد
-فاتن بدران مدير مكتب البوابة نيوز بمحافظة الفيوم
-فاطمة محمود محررة صحفية ببوابة اسكندرية
-ماجد الفار رئيس قسم الاخبار بموقع الخبر الفوري بسوهاج
-محمد أحمد الخضيري مدير عام الديسك المركزي بموقع الخبر الفوري بسوهاج
-محمد الشبكشي مدير مكتب محافظة البحيرة بمؤسسة بلدنا اليوم
-محمد العدوي صحفي فيديو ببوابة اسكندرية
-محمد بدر الدين مرزوق مذيع باذاعة الوادي الجديد وبجريدة أخبار الوادي الجديد
-محمد صبره صديق محمد رئيس مجلس إدارة جريدة أحرار بنى سويف
- محمود عبد الكريم عزالدين رئيس مجلس إدارة ورئيس تحرير شارع الصحافة ومدير تحرير بمؤسسة الاهرام
-محمد ناصر الفقي صحفي فيديو بموقع مباشر القليوبية
-محمود الدسوقي صحفى ومراسل بوابة الأهرام فى قنا -مؤسس للعديد التجارب المحلية وفي تدوين الصحافة الاقليمية39
-مروة حسن صحفية فيديو بموقع أخبار الوادي الجديد
-منة القرماني محررة بموقع المنصورة توداي

-الهام فايد صحفية بموقع مباشر القليوبية

-هاني طه مراسل بنى سويف بموقع تحيا مصر

-وائل ثابت مدير موقع بوابة اسكندرية المحلي

-ياسر عبد الرازق نائب رئيس مجلس إدارة بموقع المنصورة توداي

[89] السادة المحكمين هم:

- أ.د.محمد معوض أستاذ الاعلام بجامعة عين شمس
- أ.د.عيسي عبد الباقي أستاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة بني سويف
- أ.د.سحر مصطفي أستاذ الصحافة المساعد بكلية الاعلام جامعة القاهرة

[90] Available at https://www.mansora2day.com/2021/02/03/

[91] Available at https://www.mansora2day.com/2022/05/25/

[92] حسن التوأم, إبراهيم. (2018). استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي .**المجلة العلمية لبحوث الصحافة** المجلد 13،ص.620-561 ,

[93] Miller, C., Rainie, L., Purcell, K., Mitchell, A., & Rosenstiel, T. (2012). How people get local news and information in different communities. *Washington (DC): Pew Research Center*.

[94] فاطمة فايز (2022). الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري. **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**, 4(1), 63-160.

[95] السادة القائمين بالاتصال، مرجع سابق

[96] Fuyuan Shen, Lee Ahern, and Michelle Baker (2014) Stories that Count: Influence of News Narratives on Issue Attitudes, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 91(1) 98– 117 .

[97] فاطمة الزهراء عبد الفتاح "أثر التحولات التكنولوجية فى إنتاج وتقديم المضمون فى الصحافة المصرية فى إطار تعدد المنصات الإعلامية –دراسة لاتجاهات التطوير و إشكاليات التحول "،رسالة دكتوراه ،(جامعة القاهرة :كلية الإعلام،2015).

[98] فاطمة فايز قطب،2016، آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة، **رسالة دكتوراه** ، كلية الإعلام جامعة القاهرة.

[99] **Gillian Doyle**, Multi-platform media and the miracle of the loaves and fishes, ***Journal of Media Business Studies***,Op.Cit.

[100] ماجد سالم،2018، استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك :دراسة تحليلية مقارنة، جامعة القدس المفتوحة، **المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني**، المجلد6 ،العدد 12

[101] سمر أحمد حسانين، 2017، معالجة المواقع الإخبارية للقضايا الثقافية" اليوم السابع نموذجًا، **مجلة البحث العلمي في الآداب**:جامعة عين شمس، Volume 18, Issue 3 ،ص1-21

[102] راضي عطوة،2020، استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للصحف، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**،العدد28،ص614-637

[103] مصطفي علوان،2021، توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات،مجلة البحوث الاعلامية،العدد59،ص1788-1849