

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثاني والسبعون - الجزء الرابع - ربيع الأول ١٤٤٦هـ - أكتوبر ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- الأسس المهنية والأخلاقية لتغطية الصحفيين للجنازات والعزاءات باستخدام الهاتف الجوال
أ.د/ غادة عبد التواب اليماني
٢١٢٥
-
- الدمج بين النظريات الكلاسيكية والمستحدثة في ضوء الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الجديد
أ.م.د/ فرج خيرى عبد الجيد درويش
٢١٧٥
-
- تناول الدراما التليفزيونية لمخاطر استخدام الشابات لتطبيق التيك توك - دراسة حالة: مسلسل أعلى نسبة مشاهدة
أ.م.د/ شادية محمد جابر الدقناوي
٢٢٢٧
-
- توظيف الإنفوجرافيك على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك للتوعية بالصحة النفسية: دراسة كيفية
د/ مريم عادل وليم بسطا
٢٢٩٥
-
- سيميائية صور محاولة اغتيال دونالد ترامب خلال الدعاية الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠٢٤: دراسة تحليلية للصور المنشورة على المواقع الرسمية للقنوات التليفزيونية الدولية د/ إلهام سيد السايح حمدان
٢٣٥٩
-
- تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على استهداف وتشكيل توجهات الشباب المصري نحو قضايا الرأي العام: دراسة ميدانية للشباب وآراء الخبراء في الإعلام والذكاء الاصطناعي
د/ نهلة حلمي محمد
٢٤١٥
-
- استراتيجية تغيير العلامة التجارية وتأثيرها على قيمتها لدى المستهلكين- دراسة ميدانية
د/ إيناس السعيد إبراهيم
٢٥٠٥

■ تقنيات الذكاء الاصطناعي بشركات الاتصالات المصرية ودورها في إدارة علاقات العملاء - دراسة ميدانية
د/ هاني إبراهيم السمان

٢٥٨٣

■ تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وعلاقته بتنمية الوعي بقضايا تغير المناخ والمنتجات المستدامة
د/ أحمد الهاللي

٢٦٦٣

■ اتجاهات الجمهور نحو استخدام الشركات لتقنية التزييف العميق (Deep fake) في إعادة تقديم الإعلانات القديمة بصورة حديثة «بالتطبيق على إعلان شركة بيبسي ٢٠٢٤ - خليك عطشان»
د/ محمد عبد الحلیم حافظ مصطفى

٢٧٤٩

■ المشهد الإعلامي الجديد: التقارب الإعلامي وأسطورة الديمقراطية وانقراض الصحافة
سعود ربيع موسى القحطاني

٢٧٩٩

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

المشهد الإعلامي الجديد: التقارب الإعلامي وأسطورة
الديمقراطية وانقراض الصحافة

- **The New Media Landscape:
Media Convergence, the Myth of Democracy,
and the Extinction of Journalism**

سعود ربيع موسى القحطاني

باحث في الصحافة والإعلام الرقمي، ماجستير جامعة الملك عبد العزيز

Email: saudralqahtani@gmail.com

الملخص

تواجه وسائل الإعلام التقليدية، على وجه التحديد الصحافة المطبوعة، مجموعة واسعة من التحديات والاضطرابات، التي كانت لها آثار مختلفة في الممارسات المهنية في صناعة الأخبار وطرق استهلاكها وتوزيعها ومشاركتها؛ مما دفع بعض المتشائمين إلى التنبؤ بسرعة انقراضها مع إعلان بعضها الإفلاس، في ظل تزايد استهلاك تكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي في المجال الإخباري، والادعاءات نحو دورها الذي تؤديه في إرساء الديمقراطية، وتطوير العملية الإخبارية. وتهدف هذه المقالة إلى الإسهام في تحديد ملامح المشهد الإعلامي الجديد، وتعريف أزمة الصحافة المعاصرة على أنها تحولات متنوعة معقدة في إنتاج الأخبار وممارسات الصحافة، وتوضيح كيف أثر التقارب بين وسائل الإعلام وتكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي في التغطية الإخبارية وأخلاقيات العمل وهويتها المهنية، علاوة على ذلك، تجادل المقالة بأن الصحافة مهنة لن تنقرض وستستمر في البقاء، إذ يمكن إعادة ابتكارها وتشكيلها من جديد في العصر الرقمي، ثم تقدم بعض المقترحات والتوصيات التي من شأنها العمل على التخفيف من آثار الأزمة في وسائل الإعلام، واستحداث نماذج أعمالها التقليدية رقمياً؛ لتطوير أداء الصحافة ووظائفها بشكل أكثر كفاءة واستدامة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، أزمة الصحافة، الذكاء الاصطناعي، التقارب الإعلامي، الديمقراطية.

Abstract

Traditional media, especially print journalism, are facing a wide range of challenges and disruptions, which have had different impacts on the professional practices in the news industry, and the ways of consuming, distributing, and sharing it, which have led some pessimists to predict its rapid extinction, with some declaring bankruptcy, in light of the increasing consumption of digitization technology and artificial intelligence in the news field, and claims about the role it plays in establishing democracy and developing the news process. This article aims to contribute to determining the features of the new media landscape, defining the crisis of contemporary journalism as diverse and complex transformations in news production and journalism practices, and explain how the convergence between media, digitization technology, and artificial intelligence has affected news coverage, business ethics, and its professional identity. Furthermore, this article argues that journalism as a profession will not become extinct and will continue to survive, as it can be reinvented and reshaped in the digital age. It then presents some suggestions and recommendations that would work to mitigate the effects of this crisis in the media, and to digitally update its traditional business models; to develop the performance and functions of journalism more efficiently and sustainably.

Keywords: Digital Media, Journalism Crisis, Artificial Intelligence, Media Convergence, Democracy.

أثارت تقنيات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي خلال العقدين الماضيين جدلاً واسعاً تجاه انخفاض الأهمية الإخبارية لوسائل الإعلام وتراجع دورها الرقابي، إذ يُزعم أنها أدت دوراً مؤثراً في صناعة الأخبار والتحقيقات الاستقصائية وطرق استهلاكها وتوزيعها ومشاركتها، وأسهمت في تحقيق قيم الديمقراطية وحرية التعبير عن الآراء، التي قد تزامنت مع عدد من الانتفاضات والحركات السياسية والاجتماعية في دول مختلفة حول العالم. وتواجه وسائل الإعلام، خاصةً الصحافة المطبوعة، مجموعة واسعة من التحديات، بما في ذلك تراجع إيرادات المبيعات والإعلانات، في ظل انخفاض قراءتها، مما نتج عنه اضطراباً تنظيمياً واقتصادياً تسبب في عدم استقرار الصحف، والتأثير في بيئة عملها وممارساتها الإخبارية، وتسريح كثير من العاملين بها وإعلان إفلاسها. وقد قادت هذه الأزمة إلى إطلاق الادعاءات المتواصلة تجاه انهيار الصحافة وانقراضها وتآكل الثقة بها لأسباب هيكلية ومالية؛ مما دفع عديداً من الصحفيين إلى إبداء رغبتهم في ترك المهنة، في حين يصعب إقناعهم لتكريس حياتهم المهنية للعمل في صناعة لم تعد تجلب إليهم الأرباح كما كانت عليه سابقاً.

في الواقع، لقد ازدادت هذه التحديات التي تشهدها وسائل الإعلام اليوم، مع زيادة استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، التي أثارت المخاوف أيضاً باستبدالها لأعمال الصحفيين والمذيعين وأدوارهم، وسط المزاغمة عن تأثير خوارزميات محركات البحث في توجيه حركة الزيارات من وسائل الإعلام وجلبها إلى المنصات الرقمية. ومع ذلك، دعت هذه التحولات المؤسسات الإخبارية إلى محاولة تطوير نماذج أعمالها التقليدية، من خلال التحول سريعاً من البث والنشر التقليدي إلى استخدام الرقمنة والتقارب مع وسائل التواصل الاجتماعي، وإشراك محتوى المدونين عبر الإنترنت في عملية إنتاج الأخبار،

بافتراض أن هذا قد يضيء بعض الحيوية على الصحافة والديمقراطية، وبكونها فرصة مواتية لاستعادة الثقة من الجمهور لاستهلاك محتواها الإخباري، على الرغم من المخاوف المستمرة من تأثير انتشار الأخبار المزيّفة والشائعات والمعلومات المضللة، وتدني جودة وأصالة محتوى الأفراد عبر المنصات الرقمية وانتهاكه لأخلاقيات وقيم ومعايير مهنة الصحافة.

ومن ثمّ، أُطلقت التحذيرات من تضخيم الإمكانيات الديمقراطية لوسائل الإعلام الرقمي، في ضوء ترويجها للأفكار التأميرية والمنحرفة والمتطرفة في تفسير الأحداث والاستقطاب السياسي، والزعم بأنّ معظم مستخدميها مجرد مستهلكين للمحتوى، مع ما تشير إليه التقارير الدولية من تراجع الديمقراطية وتدني حرية التعبير، وإحكام الرقابة على تدفق المعلومات وقمع المناقشات، ووضع العقوبات أمام التحقيقات الاستقصائية والصحافة الناقدة، وهيمنة منشورات النخبة والسياسيين على الفضاء الرقمي. في الواقع، تمتد هذه القضايا إلى الحذر من سوء استخدام أدوات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في هذا السياق، التي من المحتمل أن تسهم في إبراز الانتهاكات والممارسات التي قد تضر بالديمقراطية في العصر الرقمي، وتؤدي في نهاية المطاف إلى ما يسمى "الخوارزمية محل الديمقراطية التقليدية" للدلالة على إمكانيات حكم الآلة محل البشر.

وتهدف هذه المقالة إلى تسليط الضوء على التحوّل بنظام الإعلام وطريقة استهلاك الأخبار، وتستعرض الرؤى النقدية في تحليل أزمة وسائل الإعلام والصحافة تحديداً، وتتساءل عما إذا كانت قد تؤدي بالفعل إلى انقراضها، أو الممكن إعادة تشكيلها في العصر الرقمي، كما تركز على طبيعة التقارب بين وسائل الإعلام والمنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، مع تحديد الفرص التي قدمتها في صناعة الأخبار، والمخاوف التي جلبتها لعمل المؤسسات الإخبارية وهويتها المهنية وأخلاقياتها وقيمها، وتظهر أيضاً المزاغ تجاه الإمكانيات الديمقراطية لتكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي، وتأثيرها في استمرار مهنة الصحافة. ويسهم ذلك في فهم

منطق وسائل الإعلام وممارساتها، وكيف يمكن الاستفادة من هذه التكنولوجيا الحديثة في التخفيف من حدة آثار أزمة الصحافة، وتطوير تجربة الأخبار للمستهلكين.

تحول النظام الإعلامي وطريقة استهلاك الأخبار:

تعد وسائل الإعلام تاريخياً أحد أبرز وأهم مصادر الحصول على المعلومات والأخبار، خلال العقدين الماضيين، أثار نمو الإنترنت تساؤلات عن تأثيره في متابعة الأخبار؛ البحث الأولي لا يدعم زوال وسائل الإعلام والتخلي عنها، بينما تعمل وسائل الإعلام عبر الإنترنت مكملاً وليس كبديل، وتعتبر مصدر للترفيه وتنافس البرامج التلفزيونية الترفيهية (Althaus & Tewksbury, 2000; Ahlers, 2006). علاوةً على ذلك، فإن استهلاك الأخبار على الإنترنت لم يختلف بعد بطريقة جذرية عن نظيره بوسائل الإعلام، وأن أشكاله ودوافعه لا تزال تتشكل من خلال عادات الجماهير، وقد ميزت مشهد الإعلام الإخباري التقليدي Mitchelstein & Boczkowski, (2010). يشير ذلك إلى أن هناك اتجاهين من أجل تحديد المفاهيم ذات العلاقة بالاعتماد على وسائل الإعلام والإنترنت؛ إذ يجادل أحدهما بشكل أساسي أن استخدام الإنترنت يحل موضع وسائل الإعلام وقلل من قوة نفوذها، بينما يزعم الآخر بأن الإنترنت تكمل استهلاك وسائل الإعلام.

وقد تأكد أن وسائل الإعلام هي أكثر استخداماً وأهمية للأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي، التي أدت دوراً أكبر في بعض الحالات كوسيلة للبحث عنها، بينما تستخدمها أقلية فقط لنشرها والتعليقات عليها (Nielsen & Schröder, 2014). ومع أن هناك تحولاً متزايداً نحو مشاهدة الأخبار على الأجهزة المحمولة، التي لديها القدرة على تلبية احتياجات الجمهور، فإن معظم الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لمتابعتها، وأن غالبية الأخبار المستهلكة تأتي من علامات تجارية موثوقة Van Damme (et al., 2015). وعلى الرغم من ذلك، فإن مصادر مختلفة على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي تُستخدم للحصول على الأخبار ومشاركتها، إلا أنها تواجه تدني الثقة بها والقلق بشأن المعلومات المضللة والمُزيّفة، بينما تطلع وسائل الإعلام الناس على الأحداث، غير إنها لا تساعدهم على فهم الأخبار بشكل أفضل Newman et al.,

(2019). ولذلك، ليس بالضرورة أن يجتنب الجمهور وسائل الإعلام للحصول على الأخبار، غير إنه يمكنهم استخدام مصادر متنوعة لمتابعتها. ويظهر البحث عموماً ارتفاع استهلاك وسائل الإعلام الرقمي كمصادر إخبارية، لأنها تتيح معرفة الأخبار والقضايا والأحداث والمواقف نحوها بسهولة تامة. في المقابل، لا تزال وسائل الإعلام التقليدية تحتفظ بمكانتها كمصادر أولية، بينما يعاد تدوير المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي وتضخيمه لتوليد الاتجاهات نحوه، ويعد الوصول المجاني للأخبار عبرها أحد عوامل صعود أهميتها (القحطاني، 2022). في الحقيقة، لقد تأثرت صناعة الأخبار، لاسيما الصحافة المطبوعة؛ مما تسبب في تباطؤ وتيرة أعمالها، وحدوث الاضطرابات في الممارسات الإخبارية، وغدت غرف التحرير "شبه مهجورة"، وأصبحت التغطية الإخبارية تضم مزيداً من الأخبار وتسويقها مع القليل من الصحفيين، وهو ما يمنح الجمهور ما يريد بدلاً مما يحتاج إليه (القحطاني، 2022). ويدعم ذلك أن وسائل الإعلام التقليدية تبدو أكثر أهمية في أوقات الأزمات والتغيير، وتحكم في موارد إنتاج المعلومات والأخبار. ومع ذلك، فقد نما استخدام وسائل الإعلام الرقمي بشكل متسارع للغاية، خاصةً وسائل التواصل الاجتماعي، التي تعزز من هيمنة المصادر الإخبارية وأشكال إنتاج المعلومات عبر الإنترنت.

وأسفرت تقنية أخبار جوجل Google News عن جدل تجاه تأثيراتها الفعلية في النطاق الإخباري، وتغيير المسار من الاعتماد على وسائل الإعلام إلى استخدام المنصات الرقمية باختلافها، وبيّن البحث ارتفاع استهلاك هذه التقنية، التي تزيد من متابعة الأخبار عبر الإنترنت، وكذلك تمكّن من الاستهداف الجغرافي، وتحسّن من الوصول إلى المحتوى وجلب الزوار، واكتشاف مصادر جديدة للمعلومات، ولكنها أثّرت في تنظيم السوق وطبيعة المنشورات؛ مما قلّل من استخدام وسائل الإعلام، وتعديل حركة المرور إلى منافذ أخرى، والتقليل من إيراداتها وإعلاناتها (George & Hogendorn, 2013; Calzada & Gil, 2020). ويشير ذلك إلى إنّ محركات البحث يمكن أن تسهم في تحديد قنوات الأخبار ومشاركتها، كما أنّ مجمعي الأخبار يعدون أبرز اللاعبين الجدد في تصنيف المحتوى وتوزيعه عبر الشبكة. وفق هذه الأبحاث، فإن هذه الشركات التكنولوجية

تواجه معارضة ناشري الأخبار، الذين يرونها بمثابة "متسابقين مجانيين" يعيدون بيع محتواهم.

مع ظهور وسائل الإعلام الرقمي، فقد تحولت مفاهيم الجمهور "المستهلك، والمنتج، والمؤثر" وأدواره، وأصبح الحديث عن قوة وسائل الإعلام أقل من أي وقت مضى (القحطاني، 2022). وقد أدت التحولات في صناعة الإعلام إلى إحداث تغييرات جذرية في طريقة استهلاك معظم الناس للأخبار والمعلومات وتداولها عبر الإنترنت؛ مما أثر بشكل كبير في المفاهيم والمواقف تجاه استخدام وسائل الإعلام، التي تتضمن التصورات العامة نحو مكانة الصحافة وأدوارها ووظائفها، باعتبارهم حارسي البوابة وقادة للرأي، ومحتكري للمعلومات والأخبار وطرق توزيعها، وواضعي الأجندة ومشكلي إطارات الأخبار، ويحتفظون بطرقهم المفضلة للعثور على المصادر الإخبارية. في حين تؤدي المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، دوراً كبيراً في تدفق الأخبار ومشاركتها وإنتاج المحتوى بشكل تفاعلي عبر هذه المنصات، وتبرز هذه التغيرات الادعاء بأن وسائل الإعلام الرقمية تعد أشكالاً إعلامية حديثة، وقد تحل ربما مكان وسائل الإعلام التقليدية، إذ أثرت في المفاهيم والحدود التقليدية للأخبار وكيفية إنتاجها من قبل الصحفيين المحترفين في المؤسسات الإخبارية.

ويستبعد اختلاف وسائل الإعلام الرقمي لمجرد خاصيتها التقنية وحدثاتها، بل تعد عنصراً جديداً ارتبط بمرحلة من التطور التكنولوجي الرقمي البشري، فهي موجودة منذ القدم، ومتجددة، واندمجت مع بعضها كحال وسائل الاتصال والإعلام السابقة، ويمكن فهمها على أنها تقنيات اتصالات ومعلومات ناشئة تمر بعدة فترات وعمليات تاريخية (Hansen, 2006; Peters, 2009). كما لا تزال وسائل جماهيرية تستند إلى الرقمية، أسهمت في أن تحل وسائل الإعلام محل الأنشطة والمؤسسات الاجتماعية وتتأقلم معها، غير أنها أحدثت تحولات عديدة، من حيث توسيع حدود الاتصال البشري "امتداد الزمان والمكان"، فهي متاحة للجميع وخالية من السيطرة، وحولت توازن القوى من وسائل الإعلام إلى الجمهور (Schulz, 2004; McQuail, 2010). وتقر هذه الآراء بعدم فصل تقنيات الرقمنة عن وسائل الإعلام التقليدية، لمجرد اعتبارها بأنها

ليست تناظرية، على الرغم من الجدل الواسع تجاه إمكاناتها في الأخبار ومشاركتها، حيث تثير المخاوف الواسعة من إساءة الاستخدام.

وتجدر الإشارة إلى وجود عديد من التفسيرات لمفهوم تبني وسائل الإعلام الرقمي وسياقات استخدامها، وهذا لا يشكل بالضرورة نهجاً نظرياً موحداً، لأن الأبحاث ذات الصلة لا تزال تعتبر مجالاً حديثاً ومتطوراً؛ أحد أسباب ذلك عدم الإجماع العلمي وصعوبة تمييزها عن مفاهيم وسائل الإعلام والاتصال السابقة وممارساتها، كما أن تكنولوجيا الإعلام تتطور من حين لآخر، وقد تصبح قديمة بسرعة كبيرة مع نمو ابتكارات جديدة، التي تتكيف لتلبية مجموعة واسعة من الغايات المختلفة تماماً. ومنذ ظهور الموجة الأولى من أشكال الإعلام الحديثة المستندة إلى تقنيات الويب من المدونات الإلكترونية والمواقع الإخبارية، لم يدم الأمر طويلاً، فسرعان ما تلتها الموجة الثانية بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإخبارية الأخرى، التي أدت دوراً في تغيير مفهوم الإعلام والأخبار المألوف لدى عامة الجمهور إلى ثقافة الأجهزة المتقلة، وترتبط بعصر ما بعد البث.

انقراض الصحافة: انهيار نماذج الأعمال التقليدية

تشهد وسائل الإعلام، لاسيما الصحافة، حالة من الركود الاقتصادي وعدم الاستقرار، من حيث ظروف وبيئة العمل، وكيفية إنتاج الأخبار، وتغير العلاقة بين المنتجين والموزعين والمستهلكين، فقد أثار نمو تقنيات الرقمنة والإنترنت المتزايد الادعاء بـ"انهيار الصحف" وإفلاسها وتآكل الثقة بها، لأسباب هيكلية ومالية دفعت إلى تقليص العاملين في غرف التحرير، والتدهور الحاد في توزيعها وعائد الإعلانات، وتدني كشف ممارسات السلطة والفساد ومراقبة الحكومة (Star, 2009; Gitlin, 2009). وقد بات الصحفيون ضحية هذا التغير، فهم يشعرون أحياناً بخسارة نضال الاستقلال الذاتي، وأبدى عديد منهم رغبتهم بترك المهنة، ولم يتلقوا تدريباً كافياً للنشر على الويب، وقد خلق الإنتاج الرقمي اضطراباً تنظيمياً واقتصادياً، ولكنه أدى إلى ابتكار أشكال تنظيمية تدعم الثقافة الديمقراطية وإنتاج الأخبار بدلاً من تقويضها (Reinardy, 2010).

(Alexander, 2015). ولا يتمتع كثير من الصحفيين بالأمان الوظيفي، ويصعب إقناع بعضهم لتكريس حياتهم المهنية في الصناعة.

وتواجه الصحافة أزمة محفوفة بالمخاطر مع صعود الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أثرت فيها وأحدثت ثورة بداخلها، وسلطت الضوء على ثقة الأفراد بها وأهميتها، واحتمال بقائها مطبوعة، وطريقة تغطية الأخبار بواسطتها. ولكن، لا يزال يمكن إعادة ابتكار عملها، وستبقى قوية إلى حد ما، ولن تتوقف عن الوجود أبداً، وسيظل العالم بحاجة إلى صحفيين تقليديين (Harper, 2010; Levy & Nielsen, 2010). لقد انتقلت المؤسسات الإعلامية من كونها حراساً للبوابة، إلى عالم لا تزال به تنشئ الأجنحة الإخبارية، وغالباً ما تخسر الصحافة معركة جذب انتباه الناس وثقتهم، وتواجه تحدياً يتمثل في تمويل نماذج أعمالها؛ مما يضعفها ويعرضها للضغوط التجارية والسياسية، بينما باتت أفضل من أي وقت مضى (Nielsen & Selva, 2019). ويدعم هذا القول أن شركات التكنولوجيا الكبرى تتحكم بالوصول إلى الجمهور، وقد يكون لهذا عواقب وخيمة على أشكال السياسة الديمقراطية للصحافة، غير أن مكانة الصحافة وأدوارها ووظائفها ستستمر في هذا العصر الرقمي.

وترفض فكرة أن الرقمنة ستنتقد الصحافة من الانقراض؛ فعلى العكس تماماً فإن التكنولوجيا تستمد من الصحافة المعنى والغرض والأهمية، وتكيفت الصحافة مع الاختراع التكنولوجي في صناعة الأخبار، ويستمد مفهوم الصحافة الرقمية من الخطاب والممارسات الصحفية، وطرق تجسيدها والفلسفة والمعايير والمواقف والقيم وارتباطها بالمجتمع (Zelizer, 2019). إن الأسطورة التقنية وحمية تطور الإنترنت هي مغالطة، ومن غير المرجح أن تتغير وظائف وسائل الإعلام، فهي لا تزال تستمد شرعيتها وصلاحتها، ومن الممكن أن تبرز أدوار جديدة للصحافة. إلا أنها لا تزيح سابقتها، بل تغلفها داخل نطاق أكبر من الاستخدامات الاجتماعية، في ظل التكامل المتزايد بين وسائل الإعلام (Frau-Meigs, 2007). لذلك، لم يستأصل الكمبيوتر الكتاب بعد، ولم يبلغ ظهور الراديو والتلفاز وجود الصحف، بل كان هناك تقارب فيما بينها، وأسهم في تنوع

مصادر الحصول على المعلومات والأخبار، ويمكن الآن الاستماع إليها ومشاهدتها من خلال مختلف المنصات عبر الإنترنت.

يشير اتجاه سائد إلى أن أزمة الصحف الورقية ترتبط بانتشار وسائل التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية؛ مما قد يكون مؤشراً على اختفائها قريباً، في ظل إغلاق بعضها لتدني حجم مبيعاتها. في المقابل، يرى أن الصحافة كمهنة ومصدر للمعلومات ستظل مستمرة؛ إذا استطاعت تطويرها والتغيير في القوالب الصحفية، والتكيف مع التحولات الكبيرة التي يشهدها مجالها، وكذلك الارتقاء بمهارات الصحفيين، وزيادة مواردها المالية (حمدي، 2015؛ جاب الله، 2012؛ الخضري، 2018؛ أحمد، 2020). إن بقاء أو انقراض أية وسيلة إعلامية مرتبط بمستوى تطور المجتمعات الإنسانية في الجوانب الاقتصادية والعلمية والثقافية، كما أن ارتفاع مؤشرات الفقر والامية سيدفع طبقات واسع من المجتمعات الدولية إلى أن تبقى بعيدة عن الاندماج بثورة التقنية المتسارعة، وسيبقى اعتمادها على الإعلام التقليدي (الحازمي، 2021). يوجب ذلك النقاشات تجاه صمود الصحافة مع التغييرات التكنولوجية والاقتصادية المتغيرة بشكل متلاحق، واستمرارها قوة مؤثرة في صناعة الأخبار وتشكيل اتجاهات وسلوك الرأي العام، وما إذا كانت تلبية بالفعل رغبات فئات مختلفة من الجماهير، الذين أصبحوا يستخدمون أشكالاً متنوعة من وسائل الإعلام الرقمي بشكل متزايد.

في الحقيقة، لقد تعرضت وسائل الإعلام إلى اضطرابات كبيرة، وكانت الصحافة أكثر المتضررين من تغير أنماط استخدامها وتدهور هياكلها الاقتصادية، فقد بات معظم الناس يستهلكون الأخبار والمعلومات بطرق جديدة متنوعة، مع انتشار المنصات الرقمية والهواتف الذكية وخدمات البث والبودكاست والمشاهدة حسب الطلب، وتحولت الشركات والمعلنين إلى الإنفاق الإعلاني والتسويقي رقمياً. لقد أدت هذه التحولات الواسعة إلى تعطيل نماذج الأعمال التقليدية لوسائل الإعلام، وتقليص مساحة التغطية الإخبارية؛ مما زاد من صعوبة أن تظل الصحافة مربحة كما كانت عليه سابقاً، فلا تزال تعاني من نقص الموارد والهشاشة وتفتقر إلى التمويل. وقد أثر هذا التطور التكنولوجي في ممارسات

صناعة الأخبار وتداولها والهوية المهنية الإعلامية، وأثارت مجدداً الأسئلة التقليدية عن "من هو الصحفي والمذيع؟"، في عصر تلاشت فيه حدود المهنة وقواعد وتقاليدها، حيث يُسمح لأي شخص يحمل جهازاً ذكياً أن يرصد الأحداث والمشكلات ويفسرهما وينتج المحتوى عنها.

وبغض النظر عن ذلك، تحاول وسائل الإعلام تطوير نماذج أعمالها التقليدية وتوفير الأسباب اللازمة لاستمرارها، لذلك، يجب عليها أن تبحث عن استراتيجيات بديلة للتقليل من وطأة أزمته الاقتصادية وتوفير الإيرادات، على سبيل المثال، من خلال التوقف عن الطبعة الورقية، والتحول إلى الإصدارات الرقمية والاندماج مع التكنولوجيا الحديثة، مع إتاحة الاشتراكات المدفوعة لحصول الجمهور على المحتوى الإخباري، وتقديم الموارد التدريبية، وتوسيع قنوات الإعلان رقمياً. كذلك من الأهمية بمكان إعادة هيكلة المؤسسات الإخبارية وآليات تنظيمها، وصنع الاستثمار في المشروعات الخاصة والتكنولوجيا الرقمية، وتنمية العوائد المالية وتحقيق الاستدامة المالية من خلال قنوات متعددة، بما في ذلك توسيع عمليات التجارة الإلكترونية. من الضروري أن تواكب وسائل الإعلام التحولات المتغيرة في الصناعة، على أن تركز على إنتاج المحتوى النوعي بجودة عالية لضمان وجودها في المشهد الإعلامي المتغير باستمرار، الذي لا يمنحها الجديد من الإمكانيات والفرص فقط لتطوير الصناعة، ولكنه يجلب أيضاً مزيداً من العقبات الجديدة أمام طرق استخدامها ونموها بشكل أساسي.

ويشمل التحول إلى الرقمنة والتقارب مع وسائل الإعلام الرقمي الحديث عن استراتيجيات تطوير وسائل الإعلام التقليدية، بما في ذلك منصات الرقمية، وهذا يدفعها إلى الحاجة إلى تطوير ممارساتها الإخبارية، والانفتاح على الأفكار والرؤى الجديدة الرقمية، إلى جانب ضرورة ابتكار منتجات إعلامية جديدة تستند إلى تكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي، مع التركيز أثناء إنتاج القصص الإخبارية على البحث العميق وتحليل البيانات، والتفاعل مع الجمهور وجذب انتباهه، ومعرفة أنماط استهلاكه وتفضيلاته للأخبار، وإشراكه بفاعلية في عملية إنتاج الأخبار، عبر نهج مختلط يجمع بين محتوى الصحفيين والمذيعين ومحتوى المستخدمين والمدونين عبر الإنترنت، وكذلك

التطوير والتدريب التكنولوجي لزيادة المعرفة والمهارة الرقمية للصحفيين والمذيعين، لذلك، يتحتم على وسائل الإعلام في بحثها عن مصادر جديدة لتحقيق الدخل ونمو الأرباح، وتعزيز فرص البقاء والمنافسة في السوق، والاستفادة القصوى من الإمكانيات التي تقدمها التكنولوجيا الرقمية وأدوات الذكاء الاصطناعي؛ لتمييز نفسها في العالم الرقمي سريع التغيير وشديد التنافسية للغاية.

التحول إلى الرقمنة والتقارب بين وسائل الإعلام:

على الرغم من تجدد الأسئلة مؤخراً بشكل متزايد تجاه "موت الصحافة"، فإنها عكست كل التوقعات وباتت أكثر أهمية من أي وقت مضى، لإنتاج الصحافة الموجهة نحو الخدمة العامة، وتسارعت في التخلي عن غرف التحرير التقليدية، والاتجاه إلى غرف الأخبار الافتراضية، والتكيف مع التقنيات الرقمية، إذ أعادت تصميم منتجاتها رقمياً، وجمع المعلومات وتداولها وإعداد المقابلات، وتنويع الموارد ومصادر الأخبار، رغم افتقار بعض الصحفيين إلى التدريب الكافي لاستخدامها في إجراء التغطية الإخبارية (القحطاني، 2022). وتشير التغطية الإخبارية الرقمية إلى التغييرات في سياسات وأيدولوجية الصحافة، والمقترنة بإمكانات وسائل الإعلام الرقمي والإنترنت، عبر ظهور أشكال جديدة من الأخبار، التي تعكس التحول في العلمية الإخبارية وطريقة عرضها في الاستخدامات الصحفية للتحقيق في القضايا ومعالجتها، والوصول إلى الجمهور، الذي تمكّنه هذه الوسائل من التدوين وسرد القصص وإعادة إنتاج المنشورات عبر الإنترنت (القحطاني، 2022).

وقد بدأت المؤسسات الإخبارية في التحول إلى مصادر الأخبار الرقمية للحفاظ على جمهورها، والأهم من ذلك الاستمرار بجلب الأموال لدعم نفسها، رغم اختلافها في هذا التحول وفق ثلاث حالات، فمنهم "المبادرون" في التوقف عن إصدار النسخ المطبوعة وتحويلها رقمياً، واستخدام منصات الإنترنت والشبكات الاجتماعية لإنتاج الأخبار وترويجها، ومنهم أيضاً "المترددون" الذين يخشون من آثار هذا التغيير، الذي لا يرونه أمراً حتمياً؛ بل هو غاية ينخرطون فيه جزئياً لتحسين الأداء الصحفي والإعلاني، مع الاقتصار على إصدار نشرات إخبارية مماثلة للنسخ الورقية ونشرها إلكترونياً، ومنهم

"الرافضون" الذين يتمسكون بالممارسات التقليدية للصحافة دون إبداء رغبتهم بالتغيير، معتقدين أن هذه التقنيات الحديثة رغم الفرص العديدة التي توفرها، فإنها تتسبب بتحديات مختلفة من تنظيم النواحي الهيكلية وتوفير السيولة المالية، وتؤثر في مهنة الصحافة سلباً في إنتاج أخبار عشوائية ومتحيزة وغير دقيقة، وتجلب عديداً من الإشكالات المهنية والقانونية.

ويحمل مفهوم التقارب رؤية تفيد بأن تكنولوجيا الرقمنة تؤدي إلى مشهد إعلامي واتصالي أكثر تكاملاً، تتلشى فيه الحدود السابقة بين الاتصالات والبرق والحوسبة، وأن تفضي إلى انصهار عدد من الكيانات معاً، أو كيفية تنظيم المؤسسات وتكاملها، وكذلك من شأنه أن يتحدى الممارسات والأنشطة الاجتماعية القديمة (Storsul & Stuedahl, 2007). ولا يُشكّل التقارب مجرد تحوّل تكنولوجي، حيث يغيّر العلاقة بين التقنيات والصناعات والأسواق والجمهور، ويوضح التغييرات بأنماط ملكية وسائل الإعلام، مع أنه يؤثر في طريقة استهلاكها، لكن يعيد تشكيل قوتها ونشرها للقضايا، ويوفر فرصاً لسماع أصواتاً مختلفة (Jenkins, 2004). ينبع مفهومه من أوجه التشابه الهيكلية والتداخل مع أسواق الاتصالات والتغيرات الإعلامية المختلفة، مدفوعة بالتقنية وعوامل أخرى اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية وعملية تطوير هيكلية مشتركة، تشمل الابتكار في بيئة مُعقّدة مع مجموعة واسعة من الآثار المترتبة على المحتوى والاقتصاد الرقمي (Latzer, 2013).

على غرار الرؤى السابقة للتطورات التكنولوجية، يؤكد المتحمسون كيف أنّ التقارب الإعلامي سيسحن من نوعية الحياة، أو سيخلق وسائل جديدة للديمقراطية والمواطنة والمشاركة، تندمج في أسواق وسائط مترابطة (Storsul & Stuedahl, 2007). في حين يجب أن يبرز التقارب بالأعمال الاجتماعية لمستخدمي منصة الوسائط المتعددة التي توفرها الإنترنت، وليس في التكنولوجيا في حد ذاتها. ولا يعني التقارب التقني تقارباً ثقافياً وحتمياً، فهو ممارسة، وخاصةً عندما تكون هناك تفاعلات محددة على المحك (Frau-Meigs, 2007). يسهم هذا التقارب في توافر الموارد الإضافية وتقاسمها، من حيث المراسلين والمعدات والأفكار، وتوصيل المعلومات وتجميعها عبر المنصات، وإنجاز

المهام الروتينية وتنظيمها، أو توحيد مركز الأخبار وتعزيز العمل الجماعي، وتحسين الأداء الصحفي، وسعة التغطية الإخبارية ومشاركة القصص (Dupagne & Garrison, 2006). علاوةً على ذلك، يساعد التقارب الإعلامي على تطوير كيفية الإبلاغ عن الأخبار وروايتها، وإعداد التقارير والتحقيقات الصحفية، وإضفاء الطابع المدني عليها، وبتح للجمهور فرص الإسهام في إنتاج الأخبار.

وقد جلب تقارب وسائل الإعلام وظائف وأدوار جديدة وتنظيم أخرى قائمة، ولكن تسبب بفقدان بعضها، وزاد من عبء العمل المطلوب للكتابة والبت عبر المنصات، وقد أدى إلى نهج الفريق الواحد وتراجع الإحساس بالمنافسة الداخلية والصراع على الأساليب والموارد (Dupagne & Garrison, 2006). لذلك، فإنّ بعض الصحف ألغت هذا التقارب مع تغيير ملكيتها واستراتيجيات الإدارة، والمقاومة الثقافية لدى الصحفيين، الذين يرون أنّ إنتاج القصص الإخبارية عبر الويب ثانوي في التسلسل الهرمي للممارسة الصحفية، التي انقسمت بالمهارة والخبرة والمعرفة، وبات للطباعة والإنترنت غرفة أخبار خاصة بهما مع معايير وقيم صحفية محددة (Tameling & Broersma, 2013). يبيّن هذا التخلي عن صحافة الويب وعودة الصحفي المطبوع التقليدي منتصراً، وأنّ هناك انقساماً واسعاً في الصحافة، التي تتمسك بمعاييرها التقليدية للأخبار، حيث تختلف عن ممارسات الصحافة عبر الإنترنت، وأنّ الأخبار الموجودة عبر مواقع الويب لا تبدو أكثر تشابهاً، ويمكن أن يؤدي هذا إلى تضادّ فرص تنوع الآراء، وسباق متصاعد للإبلاغ عن الأخبار في أسرع وقت ممكن.

يخضع التقارب بين وسائل الإعلام للاعتبارات التكنولوجية والاقتصادية والمهنية والأنشطة الاجتماعية والثقافية، وتحاول المؤسسات الإخبارية العثور على نماذج أعمال حيوية للأخبار عبر الإنترنت، دون أن تؤدي إلى تآكل الأرباح واتساع نطاق الأزمة، أو أن تتعارض القيم والمعايير العليا للصحافة مع واقع القيود الهيكلية، وتهدف إلى تنشيط الصحافة التي تخدم المصلحة العامة، وجذب الجمهور، مع الأخذ بعين الاعتبار إشكالية دمج إسهامه بإنتاج المحتوى؛ مما يتطلب إطلاق منصات جديدة قد لا تتماشى مع تلك الرؤى، وتحدث انقساماً بداخل غرف الأخبار، لذلك، نجد أنّ بعض الصحفيين يتساءلون

لماذا ينبغي عليهم قضاء الوقت على وسيط ربما لا يدر المال، ولا يبدو أنه يقدر خبراتهم ومهاراتهم، ويؤثر في وظائف ومنطق عمل الصحافة وأبعادها، بينما قد يكون الناشرون مقتنعين بأن الصحف المطبوعة والصحف عبر الإنترنت هما وسيلتان مختلفتان تماماً، ومدفوعة بإيقاعات وثقافات ومنتجات إخبارية مغايرة تماماً، ويمكن أن يحملتا العلامة التجارية نفسها بشكل مشترك.

ويجمع التقارب بين وسائل الإعلام والرقمنة مفهوم الاندماج بين "الشبكة، والسوق، والمحتوى، والخدمة، والملكية، والتنظيم، والمجتمع، والجمهور، والاستخدام"، والتحول من استخدام تقنيات وأدوات العمل الإخباري التقليدية إلى تطبيق استراتيجية اقتصادية وإعلامية، تهدف إلى توظيف التكنولوجيا الرقمية في المهام الروتينية للصحافة وممارساتها، وعملية إنتاج الأخبار وإعداد التحقيقات والتقارير وتوزيعها ومشاركتها رقمياً. يفضي هذا التقارب المتزايد إلى تحطيم الحواجز القائمة بين وسائل الإعلام والمنصات الرقمية ودمجها في اتجاه واحد، بدلاً من النظر إليها كوسائل وصناعات مختلفة ومنفصلة كلياً، كما يسمح بتوسيع إنشاء المحتوى وتوزيعه على نطاق واسع بتكلفة أقل، وبتيح متابعة الأخبار والمعلومات على قنوات ومصادر متعددة وتداولها. على سبيل المثال، يمكن لمستخدمي الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي مشاهدة النشرات الإخبارية للصحف والبث التلفزيوني والإذاعي على المنصة الرقمية ذاتها، مع دورهم في توليد المنشورات وتدفعها عبر قنوات الشبكة.

وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي:

سرعان ما أصبح التقارب أحد المفاهيم الأساسية في الخطاب والمشهد الإعلامي الجديد، بجانب مفاهيم أخرى مثل مجتمع المعلومات وصحافة المواطن، التي بلغت ذروتها مع انتشار تقنيات الإنترنت في التسعينيات، وتحول التركيز إلى طبيعة وإمكانات المحتوى الذي ينشئه المستخدمون عبر الويب. يجمع هذا التقارب بين الرؤى الغامضة والمتناقضة كنقاط مرجعية، تؤسس شرح وفهم التطورات التكنولوجية وتأثيرها، وكيفية تمكين أنظمة موحدة لوسائل الإعلام وتنظيمها، وتوسيع دور المذيعين والصحفيين بجمع المعلومات ونشرها بقنوات جديدة متنوعة، وطرق تكيف الأفراد والمجتمع والمؤسسات والسياسيات

مع الرقمنة. ومع ذلك، يظهر التقارب الإعلامي مع المنصات الرقمية كثيراً من التعقيدات في دمج عمليات الإنتاج بين المحتوى الإخباري وما ينتجه الأفراد، وتغير في الممارسات والقيم الصحافية المهنية، ودمج الإجراءات الإدارية والمالية في منصة واحدة.

يرى بعض الصحفيين أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي للبحث عن الأحداث الإخبارية العاجلة، والعثور على أفكار للقصص وجمع المعلومات والتحقق منها، وكذلك الاتصال مع الجمهور ومقابلة المصادر، لكن قلة منهم مقتنع أنها تفيد المهنة ولديهم تصور سلبي نحوها (Weaver & Willnat, 2016). ولا تمثل وسائل التواصل الاجتماعي انفصلاً تاماً عن بيئة الإعلام السابقة، فهي تضيف شكلاً جديداً مهجناً من استخدام وسائل الإعلام، يُنشر عبره المحتوى من طريقة مركزية إلى تشكيل دورة معلومات متعددة، وتتيح مشاركة الأخبار وإنتاجها (Chadwick, 2011). لذلك، نجد أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يعتمدون على مصادر مختلفة من وسائل الإعلام المطبوعة والبرق الإذاعي خاصة التلفزيون؛ لتحقيق غرض الحصول على المعلومات والأخبار، ويكشف ذلك عن استمرار الممارسة والمعايير الصحافية وثقافة طرح الأخبار عبر مختلف المنصات الرقمية، التي تطورت سريعاً من مفهومها التقليدي إلى مشاركة الجماهير رقمياً.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة منصة إكس "تويتر سابقاً"، أداة رئيسة لنشر القصص الإخبارية سريعاً، وتقييم الأحداث وتنشيط التغطية الإخبارية والإسهام فيها، فهي تضم تقنيات تسهل من العثور على موضوعات معينة. لذلك، يستخدمها الصحفيون والمذيعون لتوفير مواد إخبارية ثرية ونشرها وجذب الجمهور إليها، وتبين هذه الممارسات الناشئة التقارب بين مهنة الصحافة كعملية تتدفق متبادلة تشمل المنشورات عبر الإنترنت والمطبوعات والبرق المتلفز (Bruns & Burgess, 2012; Highfield et al., 2013). وفي حين يتمتع الصحفيون بالسلطة لتشكيل معظم أجندة وسائل التواصل الاجتماعي، توجد فجوة إخبارية باعتبار قيام هذه الوسائل بتصفية أنواع معينة من الأخبار، وينتج عنها أجندة إخبارية تختلف عن نظيرتها التقليدية؛ مما يمكن أن يحدث تأثيراً جزئياً لإضفاء الصبغة الشعبية على منافذ الأخبار (Bright, 2016). ومع أن

تقارب المؤسسات الإخبارية مع وسائل التواصل الاجتماعي يسهم في جمع المعلومات وتطوير عملية إنتاج الأخبار، إلا أنه قد يؤثر في التقليل من أجندتها الإخبارية أو تشويه حدودها المهنية عبر المنصات الرقمية.

وقد تحولت وسائل الإعلام لاستخدام صحافة البيانات- الحاسوبية، التي تعد شكلاً متطوراً من الصحافة الاستقصائية بمساعدة الكمبيوتر، وتسهم بجودة تحليل المشروعات الصحفية، ودعم دورها كحارس للبوابة، ولكنها تواجه تحدياً يتمثل في قلة الوقت وتطوير مهارة ومعرفة استخدامها (Appelgren & Nygren, 2014). وتشهد الصحافة مرحلة جديدة من التطورات التكنولوجية، نتج عنها بروز الصحافة الآلية، عبر تحرير الأخبار واختيارها ونشرها عن طريق برامج الحاسوب والخوارزميات، التي يمكن مقارنة جودتها وتفضليها عن عمل الصحفيين (Jung et al., 2017). وتزيد من الكفاءة الوظيفية وانجاز المهام الروتينية، ولكن تسببت بفقدان الوظائف الصحفية، وخلق أشكال عمل تتطلب التفكير الحسابي، وقد لا تكون قابلة للتطبيق على جميع أشكال الصحافة، إذ يعمل الصحفيون وفق قواعد متأصلة تاريخياً بالإنتاج الإعلامي والاسترشاد بالقرارات الأخلاقية (Linden, 2017). ويبيّن ذلك أنه في حين أسهمت تكنولوجيا الرقمنة في تحسين جودة العمل الإخباري، إلا أنها تثير المخاوف تجاه إمكانية التلاعب بها، أو يكون لاستخدامها تأثير سلبي في مهنة الصحافة.

وتغيرت صناعة الأخبار مع تقنيات الواقع الافتراضي، التي يعتقد بإضافتها إلى العمل الإخباري، كما تمكّن من تنشيط المستخدمين وفهم القصص، من خلال الانغماس بالمكان والشعور بالأفراد، ومع ذلك، فهي مكلفة، وأدوات الإنتاج ليست فعالة بما يكفي، وغير مدمجة في العمل، وتتطلب مجموعة من المهارات (Sirkkunen et al., 2016). ويمكن لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الإسهام بتطوير نشرة الأخبار ومشاركة القراء، وتحقيق الدخل الإضافي، وتعزيز عمل الصحفيين بدلاً من استبداله، رغم وجود فجوة معرفية واتصال بين التقنيين والصحفيين؛ مما قد يؤدي إلى سوء استغلال الصحافة لها، ويأتي هذا مع تحدي البقاء بالالتزام برسالة الخدمة العامة للصحافة (Hansen et al., 2017). وتوفر هذه التكنولوجيا فرصاً ثمينة لوسائل الإعلام لمواجهة التحولات

التكنولوجية والاقتصادية وتمويل الأخبار، وإضافة أشكال إخبارية جديدة تجعل من مهنة الصحافة أكثر تفاعلية، مع أنها تجلب مزيداً من الإشكالات المهنية والأخلاقية والتحديات في كيفية تطبيقها.

على غرار ما تواجه المؤسسات الإخبارية من تحدياً في التحول من النشر والبت التقليدي إلى النشر والبت الرقمي؛ هناك حالة من التردد لدى هذه المؤسسات لاستخدام التكنولوجيا في العملية الإخبارية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، على الرغم من الفوائد التي تقدمها في التقليل من تكاليف تشغيل الصحافة، وتساعد على مواجهة الأزمة الاقتصادية التي تعيشها حالياً. وتصطدم هذه المخاوف في حقيقة أنها تصنع تحديات أخرى، من وجود فجوة معرفية لاستخدامها، وتتطلب الوقت والتكلفة أو أدوات الإنتاج الفعالة والمهارة المهنية للصحفيين والمذيعين، الذين يخشون من أنها تفقدهم وظائفهم من خلال أتمتة وظائف مهنة الإعلام وتحويلها إلى "صحفي أو مذيع روبوت"، أو حتى تزيد من عبء العمل الإضافي للكتابة والبت عبر المنصات، كما لا يمكن تطبيقها على جميع أشكال الصحافة وقواعدها المتأصلة في إنتاج الأخبار، ويأتي ذلك مع الحذر من إساءة تطبيقها، مع الحفاظ نسبياً على وظائف الصحافة وممارستها الإخبارية وفلسفتها.

لذلك، فإن التقارب الإعلامي التكنولوجي يجلب القلق والارتباك لدى كثير من مؤسسات الإعلام، من حيث التغيير في طبيعة المهام والممارسات الصحفية، ومفهوم حراسة الصحفيين للمحتوى الإخباري، والمشاركة المفتوحة بالصحافة وطرق إصلاحها، وظهور منافسين جدد في إنتاج النشرات الإخبارية، ويثير المخاوف في إحداث مزيد من الإشكالات المهنية والأخلاقية. على سبيل المثال، حينما يتم دمج محتوى الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى التغطية الإخبارية، يدفع هذا الصحفيين إلى مزيد من العمل لتصفية المحتوى العشوائي وغير ذي الصلة وإعادة إنتاجه، بما يتناسب مع أخلاقيات مهنة الصحافة. أو حتى عند توليد المحتوى الإخباري عن طريق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وهو الأمر الذي قد يفقد النشرات الإخبارية قيمتها وخلوها من المشاعر الإنسانية، التي ترصد الأحداث وتصفها وتعمل على تحليلها بطبيعتها البشرية.

ممارسات وقيم إخبارية جديدة وإشكالية أخلاقيات الصحافة:

لقد أثار ظهور وسائل الإعلام الرقمي النقاش تجاه ما إذا كانت وسائل "بديلة- وانتقادية- ومجتمعية"، إذ تدار ومملوكة من الأفراد، وبرزت كأبعاد للإنتاج الصحفي وأشكال بديلة لهياكل التنظيم والتوزيع، وتظهر إمكانات التغيير والتعبير عن المواقف، وتوفر للمجتمع التواصل والنضال للمطالبة بالحقوق، وتزود بمهارات صناعة المحتوى وتدعم مكانة الصحافة فيما يتعلق بمسائل الديمقراطية (Fuchs, 2010; Howley, 2009). وكذلك وسائل "تفاعلية- وتشاركية"، تتحدى طريقة تفكيرنا بوسائل الإعلام، وأحدثت ثورة بالأنشطة الإعلامية، وتتيح التحكم بالمحتوى وتفسيره، ونشر الرسائل واستقبالها بشكل تفاعلي وفوري بين المنتجين والمستهلكين، وتحفز على المشاركة المدنية، والتعبير عن الذات واستكشاف الهوية، وإيصال الأصوات العامة حول مختلف القضايا، وإنتاج المعلومات والأخبار ورواية القصص (Cover, 2006; Rheingold, 2008). ووفق هذه الآراء، فقد تجاوز محتوى الأفراد عبر وسائل الإعلام الرقمي ثقافة "الجمهور السلبي" لاستهلاكه فقط.

وتقدم تكنولوجيا الرقمنة أشكالاً إعلامية حديثة متحولة من هوية وهياكل الصحافة إلى إعداد المستخدمين المحتوى بجانب الصحفيين، كبروز "الصحافة المحيطة" عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لتعزيز الجانب المعرفي والتثقيفي ومشاركة الرسائل والأخبار، حيث تسهل من الإرسال الفوري لأجزاء قصيرة من المعلومات (Hermida, 2010). وكذلك "الصحافة المتبادلة" كشكل ثقافي يتكون من الممارسات الصحفية والناشطة الاجتماعية؛ بهدف تطوير الأخبار المحلية والمجتمعات التي تخدمها، عبر سرد القصص ودعم المحادثة نحو الاهتمام السياسي والمدني (Harte et al., 2017). وتسمح "الصحافة الشبكية" بإسهام الجمهور في عملية إنتاج الأخبار وتداولها، وعثوره على ما يناسب اهتماماته واحتياجاته منها، بينما ربطت المؤسسات الإخبارية بشبكة واسعة من الاتصالات الإعلامية والاجتماعية، وتضيف قيمة اقتصادية إلى وسائل الإعلام من حيث تمويلها (Beckett, 2010). يجسد هذا القول بأن هذه التكنولوجيا الرقمية فتحت الباب أمام

الجمهور لإضفاء الطابع التشاركي التعاوني في إنتاج المحتوى الصحفي عبر الإنترنت، وأبرزت أشكال وممارسات إخبارية جديدة.

وتشهد وسائل الإعلام، وخصوصاً الصحافة، عديداً من التغييرات المتنوعة، بما في ذلك ظروف العمل، والقيم الإخبارية، وأخلاقيات المهنة، فقد أسهمت وسائل الإعلام الرقمي في توفير طرقاً بديلة للحصول على المعلومات والأخبار وتوزيعها، وتحسين التغطية الإخبارية وتسريع إنتاجها، ولكنها تسببت في إحداث إشكالات متعددة تتعلق بالشفافية والدقة والجودة والذوق العام والتوازن (Praprotnik, 2016; Baker, 2009). وعلى الرغم من الإقرار بإمكانات صحافة المواطن في إبراز التغطية، وإنتاج محتوى يتحدى الرواية الرسمية للأحداث؛ فإن بعضه يعاني من التشويه وغير التنظيم، وتتسأ مشكلات مصداقيته والاعتماد عليه. في حين يتحقق الصحفيون المحترفون من المعلومات وتحصيلها، ولكنهم أكثر عرضة إلى الرقابة الذاتية في القضايا المثيرة للجدل. وهذا لا يعني أنه ليس لديهم إشكالات تتصل بالدقة والحياد (Greer & McLaughlin, 2010; Mythen, 2010). يبين ذلك مستوى ضعف جودة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون عبر المنصات الرقمية، مقارنةً بجودة محتوى الصحفيين المحترفين، مع أن بعض المستخدمين قدموا في كثير من الأحيان محتوى جديراً بالاهتمام. ولا يمكن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا للأخبار والمعلومات؛ حيث إن الصحافة تحظى بمصداقية وثقة أكبر، وتعتمد على وكالات ومراسلين متخصصين ومؤهلين لممارسة العمل الصحفي، فيما يُعدُّ الصحفي المواطن غير متخصص (الحازمي، 2021). وتبرز وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية والصحافة عبر الويب بعض المخاوف تجاه السلطة الثقافية والمعرفية، والنظر إلى ما إذا كانت هذه الأشكال الإعلامية الحديثة "صحافة المواطن" تعدّ نسبيًا متطرفة وخارجة عن الحدود، أو حتى تكون المعرفة ومشاركة المعلومات عليها تبدو عقلانية ومشروعة داخل سوق الأفكار (القحطاني، 2022). وتتصف تغطية وسائل الإعلام الرقمي لبعض القضايا بالتحيز وضعف الجوانب المهنية وانتهاك أخلاقيات الصحافة، وتقوم بتأطيرها والتأجيج والمبالغة حولها، وقد نشرت الأخبار المزيفة وتلاعبت في مضمون الأخبار والمعلومات وفق

مصالحها التجارية والسياسية؛ مما نتج عنها اتجاهات وسلوكيات ومشاعر سلبية (القحطاني، 2022).

يُظهر البحث أنه في حين استمر مستهلكو الأخبار عبر المنصات الرقمية باستخدام وسائل الإعلام، فقد اهتموها بأنها غير جديرة بالثقة، وبعيدة عن آرائهم السياسية، وغير منتظمة وسلبية، أو مملة ومكلفة ومعقدة بحيث لا يمكن فهمها، وتركز الأخبار على التطورات السلبية (Swart et al., 2017). في المقابل، تبين أن التحيز السياسي متضخم في وسائل التواصل الاجتماعي، وغالباً ما تكون اللغة المستخدمة بداخلها أكثر سلبية من وسائل الإعلام، وتحظى القصص البارزة جداً عليها باهتمام أقل مقارنة بمصادر الأخبار التقليدية (Saez-Trumper et al., 2013). وتسيطر شركات الشبكات الاجتماعية على خلاصة الأخبار عبر استخدام خوارزميات الكمبيوتر، وتصنفها وترتبها حسب الأولوية ومصالحها، وتسمح بظهور منشورات معينة، وتفضل تلك التي تشد الانتباه والتغطية ذات موقف سياسي معين، وينتج عن دورها بإيصالها مزيج أسوأ من الأخبار، باعتبارها أحادية الجانب وغير دقيقة ومنحازة (Shearer & Grieco, 2019)، وعلى الرغم من أن تلك الشركات تزعم بأن هذه الإعدادات التكنولوجية تهدف إلى جعل تجربة الأخبار على مواقعها أفضل للجميع ومتاحة لهم، فإنها قد تسهم في إبراز محتوى معين على المنصة، والذي قد يفتح باب النقاش نحو أجندة هذه الشركات.

ويجادل (القحطاني، 2022) بأن خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على رؤية العالم وفق ما يريده الأفراد، اعتقاداً بأنها حقائق لا تعرضها وسائل الإعلام، فهي تمتلئ بحسابات آلية متحيزة تنتج الإشاعات والروايات المتناقضة، وتعمل على توجيه المستخدمين نحو الإعلانات والمنشورات المخصصة، وتتبع بياناتهم وتحليلها واستخدامها لأغراض تجارية. ولكن، تُنتقد الصحافة لثب الدعر وتضخيم المخاطر، واستقطاب الآراء المتحيزة، وعدم دقة وموضوعية الأخبار والتقارير، وضعف معالجة بعض القضايا، وتأطيرها وفق أيديولوجيتها وأجندتها ومصالحها. كما أن "الصحافة المجزأة" تدفع بسياسات ما بعد الحقيقة إلى الأمام، وتستهدف تجزئة الجمهور واستقطابه سياسياً، وتظهر الصراع الأيديولوجي، والتطرف بالآراء وتغذي الشك، وتجمع بين "العقلانية

المُزيّفة" وجنون العظمة وعقلية المؤامرة والتفسيرات المتحيزة (القحطاني، 2022). من ثمّ، يجلب هذا التحدي في دمج محتوى الجمهور في الأخبار ومدى جودته، في ظل الممارسات السلبية عبر المنصات الرقمية.

وتقوض شبكة الويب ووسائل الإعلام الجديدة فرضية إنتاج صحافة جيدة وتقويتها، وأنّ التحول نحوها ليس بالضرورة جيداً ومقبولاً للصحافة، وقد شجع النشر عبرها على إعداد تقارير مختصرة دون تخطيط؛ مما أسهم بفقدان نزاهة الأخبار ومخالفة المعايير الصحفية (Reinardy, 2010). وقد أثر نشاط الصحفيين على المنصات الاجتماعية في تصور منتجاتهم الإخبارية، بما يتجاوز الاهتمام بالموضوع والمعرفة وإدراك تحيزها، فالذين أظهروا شخصياتهم وتفاعلوا مع الجمهور هم أكثر إيجابية عن غيرهم، ولكنه أثر سلباً في التصورات المهنية (Lee, 2015). وتعد هذه الوسائل سيفاً ذا حدين؛ إذ تمثل الفرصة والمشكلة في آن واحد، وقد تضر ممارسات الصحفيين عليها بصورتهم المهنية وتقييم الأخبار. والجمهور كثيراً ما شاهد صحفيين يعلقون على الأخبار ويناقشون القضايا على وسائل تقليدية، بينما لم يعتادوا على رؤيتهم يتحدثون مع المستخدمين عبر الإنترنت، ويتجاوز هذا الادعاءات تجاه إمكانات تكنولوجيا الرقمنة في تطوير العملية الإخبارية ودورها الديمقراطي.

تكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي وأسطورة الديمقراطية:

لقد ألهمت تقنيات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إحياء فكرة "الدمقرطة الإلكترونية"، من حيث تحقيق الشفافية ونشر المعرفة والوعي، والتعبير عن الآراء تجاه مختلف الأحداث والقضايا، وتعزيز المشاركة السياسية أو الإلكترونية، والتواصل ما بين الناشطين، ونشر أخبار القمع والفساد، وتغذية التحقيقات الصحفية، كذلك تدعيم التطلعات الديمقراطية والتقييمات النقدية لأداء النظام (Kersting, 2012; Norris, 2012). مع اندلاع موجة من الانتفاضات السياسية والاجتماعية خلال العقد الأخير في بلدان عدة، برزت مزاعم بأنّ وسائل الإعلام الرقمي توسّع من نطاق الحرية والتعبئة الجماهيرية، وتنظيم الحركات الاجتماعية والسياسية، وإسقاط الحكومة الفاسدة، وإحداث التغيير ونشر الأفكار الديمقراطية، وزيادة التغطية الإخبارية وتداولها، مع

الإقرار بأن ذلك اصطدم في الرقابة والقمع والعقوبات الحكومية (Shirky, 2011; Howard & Hussain, 2013). وقد تزايدت هذه النقاشات بوقت تواجه وسائل

الإعلام الضغوطات والتحديات المختلفة مع السيطرة الحكومية عليها.

وتستند الرقمنة إلى تقنيات الويب Web 2.0، التي تفترض أنها وسيلة إعلام للغايات المدنية والسياسية، تعمل دون سلطة مركزية، مع أن مستخدمي وسائل الإعلام النشطون تاريخياً حققوا أهدافاً جذرية ومجتمعية، عبر إنشاء منتجات إعلامية منظمة لدعم الحركات والمبادرات (Harrison & Barthel, 2009). ويُنظر إلى أن الوسائل الرقمية كـ"صمام أمان"، تفند القضايا التي تحدد أجندة وسائل الإعلام، وتسهم في تحفيز الرأي العام، ويقوم المدونون بفضح الفساد والمساعدة على حل المشكلات الاجتماعية، والضغط على المسؤولين لتغيير السياسات وإصلاح المخالفات، على الرغم من أنها تقيدت بأشكال الرقابة والسيطرة الحكومية على التكنولوجيا (Sullivan, 2012; Hassid, 2014). ويلاحظ افتقار التغطية الإخبارية الرقمية إلى جذب الجماهير وإشراكهم في إنتاجها، وتدني معالجتها للقضايا، وضعفها كوسائل بديلة لنشر حالات الفساد، في حين قد تكون انتهاكات استخدامها المستمرة ذريعة: لإحكام السلطات قبضتها على التدفق الرقمي للمعلومات (القحطاني، 2022).

ولم تتجسد بسرعة الرؤى تجاه تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الديمقراطي، إلا أن الأبحاث الحديثة عن العلاقة بين استخدامها والمشاركة السياسية أعادتها مجدداً، بافتراض دعمها للثقافة المدنية والنظام، إذ يرتبط التواصل في الشؤون العامة عبرها إيجابياً بعناصر المعرفة السياسية، والثقة الاجتماعية، والشعور بالواجب المدني، والكفاءة الداخلية والجماعية، والتي لها علاقة بالتفاؤل بشأن الحكومة، مع تأكيد التأثير السلبي لاستخدامها في الاتجاهات نحو الأوضاع السياسية، حتى في دول تتمتع بقدر أكبر من حرية الإنترنت، على الرغم من رصد مواقف إيجابية نحوها (Campbell, 2013; Li et al., 2016; Gainous et al., 2016). وتبين هذه النتائج أن تدفق المعلومات عبر الإنترنت له تأثير كبير في شعور الناس تجاه حكومتهم، التي تكون له عواقب على الاستقرار السياسي، وأن الحكومات يمكنها أن تقلل بشكل فعال من احتمالات نشوء هذا

الانشقاق من خلال التحكم في تدفقها، حيث لوحظ قدرتها على ممارسة سيطرة فعّالة على الإنترنت.

ويتوخى الحذر بشأن دعم وسائل التواصل الاجتماعي للديمقراطية، والإقرار في قيمتها التخريبية وإحداث الفوضى، وتحدي المصالح التجارية والسياسية وأنماط القوة التواصلية، مع وجود الاختلاف الثقافى والاجتماعي (Loader & Mercea, 2011). وقد انحرف مجال استخدامها عن مناقشة مختلف القضايا، وقد تسببت بعدة مخاطر، إذ تستعمل بعض الجهات الفاعلة "الروبوتات"؛ لمقصد محاولة التلاعب بالرأي العام، وتغيير النظرة للكيانات السياسية، والتأثير في نتيجة الانتخابات الرئاسية، واستقطاب المحادثات السياسية، ونشر المعلومات والأخبار المتحيزة والمضللة والكاذبة (Bessi & Ferrara, 2016; Badawy et al., 2018). وبناءً على ذلك، يصعب الجزم بأن وسائل الإعلام الرقمي توفر البيئة الافتراضية لدعم موضوعات الديمقراطية وما يتصل بها، وقوتها المزعومة في تكوين الرأي العام والاتجاه والسلوك، وتمكينها للمشاركة المدنية والسياسية، والتعبير عن الرأي بحرية، وتحقيق مزيد من الشفافية والمساءلة القانونية، وتنظيم الحركات الاجتماعية والسياسية، في ظل الممارسات السلبية عبر المنصات الرقمية، التي تؤثر بشكل أو بآخر في قيم الديمقراطية ومظاهرها.

وتكشف الصحف عبر الويب عن تطور المساحة التشاركية ووجهات النظر عن بعض الأخبار، إلا إنها تبدو أقل تفكيراً وأكثر اندفاعاً وعدوانية؛ مما دفع القائمين عليها إلى تبني استراتيجية الإشراف المسبق على المحادثات للسيطرة عليها والتقليل منها (Reich, 2011). وكذلك تبين ضعف اهتمام الجمهور بإنتاج المحتوى والتعليق على مواقع الأخبار، ولا يقترن نشاط الأقلية التي تقوم به بالمشاركة الديمقراطية؛ فقد لا يعبرون عن آرائهم وينحصر اهتمامهم بجوانب ليست سياسية واجتماعية، إذ لا يستخدمون دائماً ما يفضلونه، ولا يفضلون ما يستخدمونه، دون انخراطهم النشط والإسهام في صناعتها (Bergström, 2008; Swart et al., 2017). يعني هذا أنه من المحتمل عدم استخدام عديد منهم مصادر مختلفة للأخبار والمعلومات، وأن متابعتهم لها تبدو عرضية، ولا يسهمون بفاعلية في صناعة المحتوى ومشاركته، إذ إن الجماهير مجزأة إلى حد كبير

في البيئة الرقمية، بسبب هيمنة عدد قليل من المصادر، بينما يتزايد الاستقطاب الحزبي وغرف الصدى عبر الإنترنت.

وقد أدت وسائل الإعلام الجديدة دوراً مهماً وفاعلاً في سياق الإصلاح السياسي والتحول الديمقراطي ومعظم الحركات الاحتجاجية الاجتماعية والسياسية في دول عدة، ومع ذلك، تغيرت العلاقة بين وسائل الإعلام والديمقراطية، مع وجود بعض المتغيرات المؤثرة في السياسة والإعلام وواقع الممارسة الديمقراطية، وتطرح أزمة الديمقراطية وأزمة وسائل الإعلام الجديد تساؤلات عن الدور الديمقراطي لوسائل الإعلام، على الرغم من ارتباط حريتها واستقلاليتها بسلامة تلك الممارسات، وارتكازها على دعائم قانونية ومؤسسية راسخة، وتأثير السياق السياسي في الإعلام (منصور، 2015؛ أبو عامود، 2016؛ عبد الفتاح، 2019). وتؤدي استخدامات وسائل الإعلام الرقمي إلى تعقيد هذه الافتراضات، ودرجة صلتها بالفاعلية السياسية والاجتماعية والديمقراطية، وتزيد من حجم التحديات التي تواجهها الصحافة في العصر الرقمي، في ظل القيود المفروضة على وسائل الإعلام، التي تُعدّ في نظر بعض المشائمين نحوها أنها ستدفع بكل تأكيد إلى زوالها، على الرغم من الرؤى والحجج النقدية نحو أن هذه الوسائل الرقمية قد مكّنت بالفعل من توسيع أدوار الصحافة وتطوير المهنة.

ومع ذلك، فقد حذّر (القحطاني، 2022) من تضخيم هذه الإمكانيات الديمقراطية لوسائل الإعلام الرقمي، لانتشار الأفكار التأميرية والمنحرفة والمتطرفة في تفسير الأحداث عبرها، ومظاهر الشعبوية وتسييس القضايا والاستقطاب السياسي، ودعم المواقف النقدية تجاه الدول وتشويه صورتها ومناهضة أنظمتها، وإضفاء الشرعية على السلطة والحملة الانتخابية، والزعم بأن معظم مستخدميها مجرد مستهلكين للمحتوى، ويتزايد النقاش تجاه تراجع الديمقراطية وتدني حرية التعبير، وإحكام الرقابة على تدفق المعلومات وقمع المناقشات، ووضع العقبات أمام التحقيقات الاستقصائية والصحافة الناقدة (القحطاني، 2022). وتأتي هذه التحذيرات مع اختلاف غايات وأجندة السياسيين والصحفيين والمدونين وشركات التكنولوجيا، وإضفاء الطابع المؤسسي عليها، وتسويقها بشكل متزايد عبر الشبكة. في حين أن هناك "فجوة رقمية" قائمة على الطبقة،

تبيّن عدم المساواة بين الجمهور في إنتاج المحتوى لتمثيل أصواتهم، بشكل يؤكد هيمنة منشورات النخبة والسياسيين على الفضاء الرقمي.

يمكن القول أيضاً بعدم تضخيم إمكانات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، التي على الرغم من افتراضاتها في الجانب الديمقراطي من حيث التداول التشاركي، وتنظيم دور تولى القيادة، وإشراك المواطنين في عملية صنع القرارات والسياسات، فإنها من المحتمل أن تسهم بشكل أو بآخر في إبراز الانتهاكات والممارسات التي قد تضر في الديمقراطية في العصر الرقمي، على سبيل المثال، من حيث الاستقطاب السياسي، وتوليد المحتوى المتطرف والمُزيّف والعشوائي، والتلاعب في المعلومات وترويج المحتوى الخاطئ، والدعاية للحملات الانتخابية الرئاسية وتركيز السلطة، التي قد تؤدي في نهاية المطاف إلى ما يسمى "الخوارزمقراطية" محل الديمقراطية التقليدية، للدلالة على إمكانات حكم الآلة محل البشر، مع أن هذه الموضوعات لا تزال في طورها الاستكشافي، وبحاجة إلى مزيد من البحث وتقديم الأدلة، التي يمكن أن تدعم هذه الافتراضات أو تدحضها.

الاستنتاجات:

تتيح المنصات الرقمية متابعة أحدث المعلومات والأخبار، وتوسيع نطاق التغطية الإخبارية وتداولها، بينما تعيد تدوير المحتوى وتضخيمه عبر الإنترنت، في المقابل، لا تزال وسائل الإعلام مصادر أولية؛ وتحفظ بمكانتها رغم التطورات التكنولوجية، وما تشهده من حالة الفوضى وعدم الاستقرار؛ التي أثّرت في فاعلية التغطية والاعتماد عليها. ويجب أن يؤخذ بعين الاعتبار أن الوصول المجاني إلى الأخبار يشكل أحد العوامل المؤثرة لصعود أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري، وينبغي عدم المبالغة بتقدير الاختلافات بين الأجيال في استخدام وسائل الإعلام، إشارة إلى أن المنصات الرقمية ستحل محلها تماماً كمصادر للمعلومات، مع أنها مكمّلة لتلبية بعض الاحتياجات المتعلقة بهم، ويبدو أن استهلاك الأخبار عبر الإنترنت يحاكي عادات ودوافع القراءة التقليدية، حيث يزور الأفراد صفحات منافذ الأخبار السائدة والمفضلة لديهم، وقد يسمع الجمهور الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولكنه يعتمد أيضاً على مصادر أخرى لتأكيداها.

إنّ التقارب بين وسائل الإعلام والمنصات الرقمية في حالة تغير مستمر، من خلال إنتاج الأخبار ودمجها، والانتقال إلى المحتوى الرقمي، حيث يستخدم الصحفيون والمذيعون المواقع الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ للبحث عن الأحداث الإخبارية ونشرها، وجمع المعلومات والتحقق من مدى صحتها، إضافة إلى مقابلة المصادر والاتصال مع الجمهور لتنشيط التغطية الإخبارية والإسهام فيها. وعلى الرغم من أنّ التقارب الإعلامي قد جلب وظائف وأدواراً جديدة في عملية الإنتاج الصحفي للأخبار والمعلومات، فإنه أثر في ملكية وسائل الإعلام، وزاد من عبء العمل ومهامه، وقد أدى إلى الصراع على الأساليب والموارد، وانقسام الصحافة في ممارساتها وأيديولوجيتها، وأثر سلباً في قيم المهنية للصحافة، مع حاجة الصحفيين إلى المهارة والخبرة والمعرفة بالبحث والكتابة عبر الإنترنت، واشتراك محتوى الأفراد التعاوني في التغطية. في حين ربما لا تطبق معايير الجودة في المنصات الرقمية، إذ يعاد إنتاج نسخة من المحتوى المطبوع والأخبار المجانية، بدلاً من إضافة أصوات ومعلومات وزوايا جديدة عليه وتطويره عبر مختلف المنصات والقنوات عبر الإنترنت.

وينظر إلى أنّ منصة إكس "تويتر سابقاً" قد أدت إلى قلق المؤسسات الإخبارية، بصفتها منافساً جديداً، تتميز بإمكاناتها عن بقية وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، من حيث إنتاج النشرات الإخبارية وتداولها، والحصول على التنبهات عنها في الوقت الفعلي؛ مما يمكن أن يغير من المهام والممارسات الصحفية، ومفاهيم حراسة البوابة وصياغة الأخبار. ولكن، لا يبدو أن محتوى مستخدميها يختلف كلياً عن أجنحة وسائل الإعلام، التي لا يزال محتواها المصدر الأساسي عبرها، ويثق الناس به أكثر من غيره، ويتمتع الصحفيون في السلطة لتشكيل معظم الأخبار عليها، فيما تطرح إكس تقارير مماثلة لما تطرحه وسائل الإعلام، وتبرز أهميتها بتنشيط التغطية الإخبارية، ويمكن أن تغير خوارزميات المنصة هذه المعادلة إلى حد ما، من خلال تصفية أنواع معينة من الأخبار وتداولها، ومع ذلك، يستخدم الصحفيون والمذيعون بشكل متزايد المنصة لجمع المعلومات والأخبار وتوزيعها ومشاركة الجمهور؛ مع أنها قد تسببت في وجود إشكالية على أخلاقيات الصحافة.

ولم تعد التغطية الإخبارية تقتصر على البحث عن المعلومات وصياغتها بأشكال صحفية، إذ تعرض معظم وسائل الإعلام موضوعات سائدة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، لجذب الجمهور وتغذيته بسلسلة واسعة من العناوين صغيرة الحجم. هناك افتراض شائع مفاده أن الرقمنة قد أدت إلى تلاشي الخطوط بين المنتج والمستهلك والحارس والجمهور، الذي تحول إلى نشط ومؤثر ومراسل يقظ على الإنترنت، وكسر الاحتكار الإعلامي في إنتاج وتأطير المعلومات والأخبار، وسرد القصص والإبلاغ عن الأحداث والأزمات، إلى الحد الذي باتت مشاركته جزءاً رئيساً من معظم العمليات الصحفية. في الواقع، تتحدى هذه الأنشطة حدود الأخبار التقليدية وطريقة تأليفها وتوزيعها، وتفيد المزاعم السائدة تجاهها أن التغطية لم تعد من اختصاص الصحفيين؛ مما انعكس على دورهم ووظائفهم، وتعيد النظر إلى مفهوم الصحفي، إذ يمكن لمن يملك هاتفاً ذكياً اليوم أن يكون صحفياً، ويرصد الأحداث، ويناقش القضايا والمشكلات، إلا إنه بكل تأكيد لن يحل مكانه، حيث يتسم معظم محتوى الأفراد بضعف الجودة والدقة والعشوائية والتحيز مقارنة بالصحفيين المحترفين.

من المؤكد وجود وفرة كبيرة بالآراء على الإنترنت، إلا أن قلة منها يخضع لأي تدقيق تحريري وصارم، بينما تكون البيئة الرقمية أكثر انفتاحاً على "صحافة المواطن" والتعبير عن الآراء، فهي أيضاً أكثر انفتاحاً على التحيز والفضوى المعلوماتية، وهناك عدد قليل من العلامات التجارية على الإنترنت، تعمل بشكل مستقل على أساس القواعد المهنية لإعداد التقارير الإخبارية، وقد تستعين بها الصحافة في معظم الأحيان؛ مما يعني مزيداً من انتهاكات الصحافة لهذه القواعد والأخلاقيات. ومع استمرار الجدل الساخن تجاه إمكانات التكنولوجيا الرقمية، من حيث تحسين جودة الأخبار وسرعة تدفقها دون تحكم، يبدو أن هناك تشاؤماً وقلقاً للغاية بشأن هذه الجهود، وعديد من القضايا ذات الصلة، خاصةً عندما يتعلق الأمر بالأخبار والميل السياسي للمنشورات عبر المنصات الاجتماعية. ويمكن للصحافة المهنية المستقلة إعلام الجمهور ومحاسبة السلطة، وكذلك المساعدة على مكافحة المعلومات المضللة، ولكن فإن ندرة التقارير الدقيقة وغير المنحازة تخاطر

بتقويض الثقة في المؤسسات والعمليات السياسية، وصنع القرارات المستتيرة، وتسمح بازدهار أشكال الفساد وإساءة استخدام السلطة.

ويصعب الجزم بأن وسائل الإعلام الرقمي توفر البيئة الافتراضية لدعم موضوعات الديمقراطية، وقوتها في تكوين الرأي العام والاتجاهات والسلوك، وتمكينها للمشاركة المدنية والسياسية، والتعبير عن الآراء بحرية، وتحقيق الشفافية والمساءلة القانونية، وتنظيم الحركات الاجتماعية والسياسية. لا تزال الأدلة البحثية تقديم مزيداً من الافتراضات عن إمكانات هذه الوسائل في السياق الديمقراطي، في ظل وجود "الفجوة الرقمية" في اختلاف طريقة ودوافع استخدامها، والتعرض العرضي للأخبار والمعلومات وقلة مشاركتها، وتزايد الرقابة الحكومية للحد من التدفق الرقمي للمعلومات والأخبار عبر المنصات الرقمية، وتأثيراتها السلبية المحتملة في الحياة المدنية والسياسية والاجتماعية. وتأتي هذه المزاعم بالنظر إلى الاندماج الاجتماعي للصحافة وخلفيتها السياسية، وهوية الصحفيين المهنية، والتحديات التي تواجهها أمام استقلاليتها، وفرض الرقابة الشديدة عليها، وصعوبة العثور على المصادر، ووضع مزيد من العراقيل أمام التحقيقات الاستقصائية والصحافة الناقدة عبر الإنترنت.

وبغض النظر عن ذلك، مثلما كانت المخاوف الحالية ناتجة عن الحوسبة والأخبار الرقمية، فقد كانت أزمات الصحافة مرتبطة أيضاً بالتحويلات التكنولوجية والتحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وفي العقدين الماضيين، بدأت وسائل الإعلام بالتشكيك في مستقبل صناعتها والشعور بالضغط، في ظل انخفاض مشاهدتها وتداولها، والقلق المعلن بسبب التهديد التنافسي من الإنترنت ومع ذلك، فإن معظم المعلقين والنقاد الاجتماعيين وغيرهم والصحفيين أنفسهم، يفهمون الأزمة التي تعيشها الصحافة على أنها التحدي الذي يواجه الجدوى الاقتصادية للصحف؛ بسبب الثورة الرقمية في النشر وتوزيع الأخبار، مع أن هناك أسباباً أخرى غير معترف بها غالباً، وقد عانت عديد من المؤسسات الصحفية الرائدة من اضطرابات اقتصادية كبيرة؛ مما أدى إلى تقليص عدد الموظفين، وخضوعها إلى عملية إعادة تنظيم عميقة وجذرية في كثير من الأحيان، في إطار الجهود المبذولة لمواجهة التحدي الرقمي، ولأن التغيير الاجتماعي مستوطن في

المجتمعات الحديثة، فليس من المستغرب أن يكون تاريخ الصحافة مليئاً بالأزمات والعثرات المستمرة، تماماً كما هو حالها حالياً.

بشكل عام، فإن ثقافة غرفة الأخبار وممارساتها تتغير بشكل كبير، في ضوء تقلص أعداد العاملين بها، والتقدم التكنولوجي المتسارع، واستخدام الويب لنشر الأخبار العاجلة وشرحها في النسخة المطبوعة، أو تحسين القصص والتحقق من نجاحها وانتشارها ومشاركتها، وزيادة عبء العمل، والتحول في استراتيجية الأخبار وقيمتها، وعديم اليقين والتشاؤم في مستقبل الصناعة، مع أن هناك محاولات لتقليل الموارد، وهو ما يجعل التغيير في استراتيجية الأخبار تضيفُ بعداً مريباً، لاسيماً لدى الصحفيين المخضرمين، ولا تعكس هذه التغييرات مجرد التكيف التقني لآليات الإنترنت، بل التلاعب بالفلسفة والمعايير الصحفية، وتوزيع الأخبار بسرعة بواسطة الويب؛ مما يؤثر في صحتها ودقتها وجودتها وتحديد مصادرها، ويؤدي ذلك إلى إبراز قضايا أكثر إثارة للقلق، إذ يضحى بالصحافة المهنية عالية الجودة، من أجل الحصول على شذرات ويب أسرع وأكثر ليونة وغير دقيقة ومجزأة، على الرغم من المحاولة لإعادة التركيز الإعلامي على الأخبار الجادة والتقارير المحلية.

وقد أُعيد التوازن والثقة إلى وسائل الإعلام، مع انتشار الأخبار المزيفة والمضللة على المنصات الرقمية، وإعادة تشكيل ثقافتها وممارستها الصحفية في العصر الرقمي، فقد تحول بعضها سريعاً إلى غرف الأخبار الافتراضية لتصميم منتجاتها وتوزيعها رقمياً، كما استُخدمت صحافة البيانات وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وتحريرها ونشرها، التي تسهم في تعزيز أدوار الصحافة وزيادة كفاءتها ودخلها، وتوفير الفرص لمشاركة الجمهور في القصص الإخبارية، ومع ذلك، فقد أثارت المخاوف نحو استبدالها لعمل الصحفيين والمذيعين، وهناك تحديات في تطبيقها من حيث التكلفة وأدوات الإنتاج، وتتطلب الوقت والمهارة والمعرفة لاستخدامها، مع أنها قد لا تكون قابلة للتطبيق على جميع أشكال الصحافة ومعاييرها، أو تصطدم بسوء استغلال الصحافة لها، والتزامها برسالة الخدمة العامة، وتطرح الأسئلة تجاه إمكانية التلاعب بها، في حين تبنى الجيل الأصغر استراتيجية التغيير والتزود بالمهارة والمعرفة التكنولوجية، مع أن

خياراتهم محدودة ومحفوفة بالمخاطر المالية؛ فغالباً ما تكون الحدود الصحفية مشحونة وقابلة للاختراق دائماً.

وتظل الإجابة عن هذا السؤال حائرة لدى الباحثين والممارسين الإعلاميين: هل من الممكن أن نسمع يوماً عن انقراض الصحافة ونهايتها؟ أنا أزعج بأن الصحافة مهنة لا يمكن أن تنقرض، على العكس تماماً، بل إنها أصبحت الآن أكثر أهمية من أي وقت مضى، لذلك، فإن الحديث عن أزمة الصحافة المعاصرة لا يعني الزعم بنهايتها، فهي تجسد مجموعة واسعة من الممارسات والقيم السياسية والاجتماعية والثقافية، وبدلاً من الحديث عن استبدال أنشطة الصحفيين والمراسلين الإخباريين بمحتوى صحافة المواطن، يمكن دمج محتوى الصحفيين المحترفين مع المدونين في التغطية الإخبارية، وصياغتها وفق نهج "تعاوني" يستمد من الحياة اليومية والمسؤولية الاجتماعية، فلا تزال هناك حاجة إلى الصحفيين المحترفين، الذين يمتلكون مهارات لمعالجة القضايا والأحداث والأخبار. وبالنظر إلى تاريخ الصحافة العريق، فإن الزعم باندثارها يتجاهل حقيقة أنه يمكنها تحديد مشكلات عصرنا، وتفسير مختلف الوقائع التاريخية، فهي تستمد وظائفها وأنشطتها من التفاعلات السياسية والاجتماعية والثقافية، التي غالباً ما تكون أكثر احتياجاً إلى وجودها وتأثيرها كما هو حالنا اليوم.

على العكس من ذلك، لا يزال هناك متسع من الوقت لإعادة ابتكار عمل الصحافة نفسها وتجديدها، والبحث عن نماذج أعمال مستدامة واستراتيجيات متنوعة لتمويلها، التي يمكن أن تقلل من تأثير التحديات التي تواجهها؛ لضمان استمرار وظائفها وأنشطتها. على سبيل المثال، تشمل هذه الاستراتيجيات التحول من الطباعة إلى العالم الرقمي، والاندماج مع التكنولوجيا الحديثة واستخدامها بفاعلية في عملية إنتاج الأخبار وتسويقها، مع إتاحة الاشتراكات المدفوعة للحصول على المحتوى، وتقديم الموارد التدريبية، وتوسيع قنوات الإعلان رقمياً، وكذلك إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية وتنظيمها، والاستثمار في المشروعات الخاصة، وتنمية العوائد المالية وتحقيق الاستدامة المالية من خلال قنوات متعددة، ويجب أن تواكب وسائل الإعلام التحولات في الصناعة، وأن تركز على إنتاج المحتوى النوعي، للحفاظ على البقاء في المشهد الإعلامي المتغير

باستمرار، الذي لا يمنحها الجديد من الإمكانيات فقط، ولكنه يجلب مزيداً من العقبات الجديدة أمام استخدامها ونموها واستمرارها.

باختصار، قد يكون أحد العوامل المهمة والمؤثرة في تحديد مفاهيم تكنولوجيا وسائل الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي وتأثيرات استخدامها المفترضة هو السياق السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تم إدراجها فيه، ويستوجب التخلي عن فكرة انقراض الصحافة وتضخيم قدرات الرقمنة والذكاء الاصطناعي في الجوانب الديمقراطية، وفتح باب النقاش تجاه الموقف الذي يلزم أن نتباه مع تطور تكنولوجيا وسائل الإعلام المتسارع؛ أين نرسم الخطوط الفاصلة بين التفكير النقدي لممارسات الصحافة ودورها الرقابي وحاجة المجتمع إلى بقائها واستمرار رسالتها، ونحث الباحثين والممارسين في مجالات الاتصال والإعلام على فحص فاعلية استخدام تكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي وتأثيرها في أداء الصحافة ووظائفها وهويتها وأخلاقياتها، وكيف ينعكس ذلك على المشهد الإعلامي وتطوير صناعة الأخبار، كما نوصي المؤسسات الإخبارية بضرورة تبني استراتيجيات وطرق للتخفيف من حجم الضغوط الاقتصادية وغيرها، وتتطلب هذه التحديات الحاجة إقامة شراكات ومزيداً من الجهد التعاوني مع مختصي علوم الكمبيوتر والبيانات لمواكبة التطورات التكنولوجية المتغيرة بسرعة، في وقت تقل فيه الموارد لكل من الممارسة والبحث لتحليل أزمة الصحافة وكيفية معالجتها.

المراجع والمصادر

- أبو عامود، محمد سعد. (2016). العلاقة بين الإعلام والديمقراطية في عالم متغير. مجلة الديمقراطية، مؤسسة الأهرام، 16(61)، 146-152.
- أحمد، أحمد سيد. (2020). الصحافة الورقية العربية على مفترق طرق وأمام خيارين: التجديد والتكيف أو الاندثار. مركز الخليج للأبحاث، (147)، 51-54.
- جاب الله، رمزي. (2012). الصحافة الإلكترونية وأثرها على مقروئية الصحافة الورقية. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 5(2)، 1-32.
- الحازمي، مبارك بن واصل. (2021). إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 4(3)، 2381-2394. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.226305>
- حمدي، محمد الفاتح. (2015). واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية: دراسة تحليلية. مجلة التراث، جامعة زيان عاشور بالجلفة، (17)، 5-31. <https://doi.org/10.12816/0009947>
- الخضري، ماجد نعمان. (2018). مستقبل الصحف الورقية في الأردن في ضوء الثورة الرقمية. مجلة علوم الاتصال، 1(3)، 267-308.
- عبدالفتاح، فاطمة الزهراء. (2019). الإعلام والديمقراطية: تساؤلات ما بين أزميتين. مجلة الديمقراطية، مؤسسة الأهرام، 19(74)، 90-96.
- القحطاني، سعود ربيع موسى. (2022). "نظريات المؤامرة" وكورونا: جنون العظمة والشعبوية والقوة الناعمة والسلطة الثقافية و"الصحافة المجزأة". مجلة إدارة المخاطر والأزمات، 4(2)، 25-51. <https://doi.org/10.26389/AJSRP.Q050922>
- القحطاني، سعود ربيع موسى. (2022). اتجاهات طلبية الجامعات نحو تغطية وسائل الإعلام الرقمي الإخبارية لقضايا الفساد وانعكاساتها في السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 6(2)، 132-159. <https://doi.org/10.26389/AJSRP.Q261221>
- منصور، سليمان محمد عمر. (2015). الإعلام الجديد والتحول الديمقراطي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، (15)، 243-262. <https://doi.org/10.37136/2000-000-015-008>
- Ahlers, D. (2006). News consumption and the new electronic media. Harvard International Journal of Press/Politics, 11(1), 29-52. <https://doi.org/10.1177/1081180X05284317>
- Alexander, J. C. (2015). The Crisis of Journalism Reconsidered: Cultural Power. Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences, 8(1), 9-31. <https://doi.org/10.1007/s40647-014-0056-5>
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2000). Patterns of internet and traditional news media use in a networked community. Political Communication, 17(1), 21-45. <https://doi.org/10.1080/105846000198495>
- Appelgren, E., & Nygren, G. (2014). Data journalism in Sweden: Introducing new methods and genres of journalism into "old" organizations. Digital Journalism, 2(3), 394-405. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.884344>
- Badawy, A., Ferrara, E., & Lerrman, K. (2018, April 23-27). Analyzing the digital traces of political manipulation: The 2016 Russian interference twitter campaign [Conference presentation]. The Web (WWW'18), Lyon, France. arXiv:1802.04291v1
- Baker, N. (2009). Technology, timeliness and taste: The battle fronts for the twenty-first century news agency. In J. Owen & H. Purdey (Eds.), International news reporting: Frontlines and deadlines (pp.38-54). Wiley-Blackwell.

- Beckett, C. (2010, June 11). The value of networked journalism. *Polis Journalism and Society*, Working Paper, Department of Media and Communications, London School of Economics & Political Science.
- Bergström, A. (2008). The reluctant audience: Online participation in the Swedish journalistic context. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 60-79. <https://doi.org/10.16997/wpcc.67>
- Bessi, A., & Ferrara, E. (2016). Social bots distort the 2016 US presidential election online discussion. *First Monday*, 21(11-7). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>
- Bright, J. (2016). The social news gap: How news reading and news sharing diverge. *Journal of Communication*, 66(3), 343-365. <https://doi.org/10.1111/jcom.12232>
- Bruns, A., & Burgess, J. (2012). Researching news discussion on Twitter: New methodologies. *Journalism Studies*, 13(5-6), 801-814. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.664428>
- Calzada, J., & Gil, R. (2020). What Do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany. *Marketing Science*, 39(1), 134-167. <https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1150>
- Campbell, D. E. (2013). Social networks and political participation. *Annual Review of Political Science*, 16, 33-48. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-033011-201728>
- Chadwick, A. (2011). The political information cycle in a hybrid news system: The British prime minister and the "Bullyinggate" affair. *The International Journal of Press/Politics*, 16(1), 3-29. <https://doi.org/10.1177/1940161210384730>
- Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New media & society*, 8(1), 139-158. <https://doi.org/10.1177/1461444806059922>
- Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, 7(2), 237-255. <https://doi.org/10.1080/14616700500533569>
- Frau-Meigs, D. (2007). Convergence, Internet Governance and Cultural Diversity. In T. Storsul, & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change* (pp.33-53). Nordicom, Göteborg University.
- Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173-192. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>
- Gainous, J., Wagner, K., & Gray, T. (2016). Internet freedom and social media effects: Democracy and citizen attitudes in Latin America. *Online information review*, 40(5), 712-738. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2015-0351>
- George, L. M., & Hogendorn, C. (2013). Local news online: Aggregators, Geo-Targeting and the Market for Local News. *The Journal of Industrial Economics*, 68(4), 780-818. <https://doi.org/10.1111/joie.12245>
- Gitlin, T. (2009, May 25). Journalism's many crises [Conference presentation]. In *Proceedings of the Journalism in crisis Conference*, Westminster University, London, UK.

- Greer, C., & McLaughlin, E. (2010). We predict a riot? Public order policing, new media environments and the rise of the citizen journalist. *The British Journal of Criminology*, 50(6), 1041-1059. <https://doi.org/10.1093/bjc/azq039>
- Hansen, M. B. N. (2006). Media Theory. *Theory, Culture & Society*, 23(2-3), 297-306. <https://doi.org/10.1177/026327640602300256>
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. M., & King, G. (2017). Artificial intelligence: Practice and implications for journalism. Tow center for Digital Journalism & Brown Institute for Media Innovation, Columbia Journalism School.
- Harper, R. A. (2010). The Social Media Revolution: Exploring the Impact on Journalism and News Media Organizations. *Inquiries Journal*, 2(03), 1-7.
- Harrison, T. M., & Barthel, B. (2009). Wielding new media in Web 2.0: Exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media & Society*, 11(1-2), 155-178. <https://doi.org/10.1177/1461444808099580>
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J. (2017). Reciprocity and The Hyperlocal Journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1219963>
- Hassid, J. (2012). Safety valve or pressure cooker? Blogs in Chinese political life. *Journal of Communication*, 62(2), 212-230. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01634.x>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a technology for audiencing and fandom: The #Eurovision phenomenon. *Information, Communication, & Society*, 16(3), 315-339. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.756053>
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave?: Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Howley, K. (2009). *Understanding Community Media*. Sage Knowledge.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33-43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jung, J., Song, H., Kim, Y., Im, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalist's perceptions of news written by algorithms and human journalists. *Computers in Human Behavior*, 71, 291-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.022>
- Kersting, N. (2012). The Future of Electronic Democracy. In N. Kersting (Ed.), *Electronic Democracy* (pp.11-54). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/84740018>
- Latzer, M. (2013). Media convergence. In R. Towse, & C. Handke (Eds.), *Handbook of the Digital Creative Economy* (pp.123-133). Edward Elgar.
- Lee, J. (2015). The double-edged sword: The effects of journalists' social media activities on audience perceptions of journalists and their news products. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(3), 312-329. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12113>

- Levy, D., A., & Nielsen, R. K. (2010). The changing business of journalism and its implications for democracy. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Li, X., Lee, F. L., & Li, Y. (2016). The dual impact of social media under networked authoritarianism: Social media use, civic attitudes, and system support in China. *International Journal of Communication*, 10, 5143-5163.
- Linden, T. C. G. (2017). Algorithms for journalism: The future of news work. *The Journal of Media Innovations*, 4(1), 60-76. <https://doi.org/10.5617/jmi.v4i1.2420>
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations in participatory politics. *Information, Communication and Society*, 14(6), 757-769. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2011.592648>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2010). Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future. *New Media & Society*, 12(7), 1085-1102. <https://doi.org/10.1177/1461444809350193>
- Mythen, G. (2010). Reframing risk? Citizen journalism and the transformation of news. *Journal of Risk Research*, 13(1), 45-58. <https://doi.org/10.1080/13669870903136159>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters institute digital news report 2019. Reuters institute for the study of Journalism.
- Nielsen, R. K., & Schrøder, K. C. (2014). The relative importance of social media for accessing, finding, and engaging with news: An eight-country cross-media comparison. *Digital Journalism*, 2(4), 472-489. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.872420>
- Nielsen, R., & Selva, M. (2019). More important, but less robust? Five things everybody needs to know about the future of journalism. University of Oxford, Reuters Institute Report.
- Norris, P. (2012). Political mobilization and social networks. The example of the Arab spring. In N. Kersting (Ed.), *Electronic Democracy* (pp.55-76). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/84740018>
- Peters, B. (2009). And lead us not into thinking the new is new: A bibliographic case for new media history. *New Media & Society*, 11(1-2), 13-30. <https://doi.org/10.1177/1461444808099572>
- Praprotnik, T. (2016). Digitalization and new media landscape. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 9(2), 85-99. <https://doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2016-no2-art5>
- Reich, Z. (2011). User Comments: The Transformation of Participatory Space. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp.96-117). Wiley-Blackwell.
- Reinardy, S. (2010). Need for Speed onto Internet Clashes with Journalistic Values. *Newspaper Research Journal*, 31(1), 69-83. <https://doi.org/10.1177/073953291003100106>

- Rheingold, H. (2008). Using participatory media and public voice to encourage civic engagement. In W. L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp.97-118). The MIT Press.
- Saez-Trumper, D., Castillo, C., & Lalmas, M. (2013, October 27). Social media news communities: Gatekeeping, coverage, and statement bias [Conference presentation]. In *Proceedings of the 22nd ACM International Conference on Information & Knowledge Management, San Francisco, CA, USA*.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
- Shearer, E., & Grieco, E. (2019). Americans are wary of the role social media sites play in delivering the news: Getting news from social media is an increasingly common experience; nearly three-in-ten U.S. adults do so often. Pew Research Center.
- Shirky, C. (2011). The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Sirkkunen, E., Väättäjä, H., Uskali, T., & Rezaei, P. P. (2016, October 17). Journalism in virtual reality: Opportunities and future research challenges. In *Proceedings of the 20th International Academic MindTrek Conference, Tampere, Finland*, 297-303. <https://doi.org/10.1145/2994310.2994353>
- Starr, P. (2009). Goodbye to the Age Newspapers (Hello to a New Era of Corruption). *New Republic*, 240(3), 28-35.
- Storsul, T., & Stuedahl, D. (2007). *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change*. Nordicom, Göteborg University.
- Sullivan, J. (2014). China's Weibo: Is faster different?. *New Media & Society*, 16(1), 24-37. <https://doi.org/10.1177/1461444812472966>
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2017). Navigating cross-media news use: Media repertoires and the value of news in everyday life. *Journalism Studies*, 18(11), 1343-1362. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1129285>
- Tameling, K., & Broersma, M. (2013). De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*, 75(1), 19-34. <https://doi.org/10.1177/1748048512461760>
- Van Damme, K., Courtois, C., Verbrugge, K., & De Marez, L. (2015). What's appening to news? A mixed-method audience centred study on mobile news consumption. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 196-213. <https://doi.org/10.1177/2050157914557691>
- Weaver, D. H., & Willnat, L. (2016). Changes in US journalism: How do journalists think about social media?. *Journalism Practice*, 10(7), 844-855. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162>
- Zelizer, B. (2019). Why journalism is about more than digital technology. *Digital Journalism*, 7(3), 343-350. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1571932>

References

- Abu Amoud, Muhammad. (2016). alealaqat bayn al'ielam wal'diymuqratiat fi ealam mutaghayiri. majalat aldiymuqratiati, muasasat Al'ahram, 16(61), 146-152.
- Ahmed, Ahmed. (2020). alsahafat alwaraqiat alearabiat ealaa muftaraq turuq wa'amam khiarini: altajdid waltakayuf 'aw alainditharu. markaz alkhaliy lil'abhathi, (147), 51-54.
- Jaballah, Ramzi. (2012). alsahafat al'iiliktruniat wa'atharuha ealaa maqruiyat alsahafat alwaraqati. majalat aladab waleulum al'iinsaniati, jamieat alhaji likhadar batnati, 5(2), 1-32.
- Al-Hazmi, Mubarak. (2021). 'iishkaliat alealaqat bayn al'ielam alraqmii wal'ielam altaqlidii. almajalat almisriat libuhuth al'ielama, 4(3), 2381-2394. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.226305>
- Hamdi, Mohamed. (2015). waqie alsahafat al'iiliktruniat wa'atharuha ealaa mustaqbal alsahafat alwaraqati: dirasat tahliliati. majalat altarathi, jamieat Zayaan Ashur bialjilfati, (17), 5-31. <https://doi.org/10.12816/0009947>
- Al-Khadri, Majed. (2018). mustaqbal alsuhuf alwaraqiat fi al'urduni fi daw' althawrat alraqamiati. majalat eulum alaitisali, 1(3), 267-308.
- Abdel Fattah, Fatima. (2019). al'ielam wal'diymuqratiatu.: tasawulat ma bayn 'azmitin. majalat aldiymuqratiati, muasasat Al'ahram, 19(3), 90-96.
- Al-Qahtani, Saud. (2022). "nzariaat almuamarati" wakuruna: junun aleazamat walshaebawiat walquat alnaaeimat walsultat althaqafiat wa"alsahafat almuja'atu". majalat 'iidarat almakhathir wal'azmati, 4(2), 25-51. <https://doi.org/10.26389/AJSRP.Q050922>
- Mansour, Suleiman. (2015). al'ielam aljadid waltahawulat aldiymuqratiatu. majalat eulum al'iinsan walmujtamaei, (15), 243-262. <https://doi.org/10.37136/2000-000-015-008>
- Ahlers, D. (2006). News consumption and the new electronic media. Harvard International Journal of Press/Politics, 11(1), 29-52. <https://doi.org/10.1177/1081180X05284317>
- Alexander, J. C. (2015). The Crisis of Journalism Reconsidered: Cultural Power. Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences, 8(1), 9-31. <https://doi.org/10.1007/s40647-014-0056-5>
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2000). Patterns of internet and traditional news media use in a networked community. Political Communication, 17(1), 21-45. <https://doi.org/10.1080/105846000198495>
- Appelgren, E., & Nygren, G. (2014). Data journalism in Sweden: Introducing new methods and genres of journalism into "old" organizations. Digital Journalism, 2(3), 394-405. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.884344>
- Badawy, A., Ferrara, E., & Lerrman, K. (2018, April 23-27). Analyzing the digital traces of political manipulation: The 2016 Russian interference twitter campaign [Conference presentation]. The Web (WWW'18), Lyon, France. arXiv:1802.04291v1
- Baker, N. (2009). Technology, timeliness and taste: The battle fronts for the twenty-first century news agency. In J. Owen & H. Purdey (Eds.), International news reporting: Frontlines and deadlines (pp.38-54). Wiley-Blackwell.

- Beckett, C. (2010, June 11). The value of networked journalism. Polis Journalism and Society, Working Paper, Department of Media and Communications, London School of Economics & Political Science.
- Bergström, A. (2008). The reluctant audience: Online participation in the Swedish journalistic context. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 60-79. <https://doi.org/10.16997/wpcc.67>
- Bessi, A., & Ferrara, E. (2016). Social bots distort the 2016 US presidential election online discussion. *First Monday*, 21(11-7). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>
- Bright, J. (2016). The social news gap: How news reading and news sharing diverge. *Journal of Communication*, 66(3), 343-365. <https://doi.org/10.1111/jcom.12232>
- Bruns, A., & Burgess, J. (2012). Researching news discussion on Twitter: New methodologies. *Journalism Studies*, 13(5-6), 801-814. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.664428>
- Calzada, J., & Gil, R. (2020). What Do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany. *Marketing Science*, 39(1), 134-167. <https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1150>
- Campbell, D. E. (2013). Social networks and political participation. *Annual Review of Political Science*, 16, 33-48. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-033011-201728>
- Chadwick, A. (2011). The political information cycle in a hybrid news system: The British prime minister and the "Bulgate" affair. *The International Journal of Press/Politics*, 16(1), 3-29. <https://doi.org/10.1177/1940161210384730>
- Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New media & society*, 8(1), 139-158. <https://doi.org/10.1177/1461444806059922>
- Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, 7(2), 237-255. <https://doi.org/10.1080/14616700500533569>
- Frau-Meigs, D. (2007). Convergence, Internet Governance and Cultural Diversity. In T. Storsul, & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change* (pp.33-53). Nordicom, Göteborg University.
- Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173-192. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>
- Gainous, J., Wagner, K., & Gray, T. (2016). Internet freedom and social media effects: Democracy and citizen attitudes in Latin America. *Online information review*, 40(5), 712-738. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2015-0351>
- George, L. M., & Hogendorn, C. (2013). Local news online: Aggregators, Geo-Targeting and the Market for Local News. *The Journal of Industrial Economics*, 68(4), 780-818. <https://doi.org/10.1111/joie.12245>
- Gitlin, T. (2009, May 25). Journalism's many crises [Conference presentation]. In *Proceedings of the Journalism in crisis Conference*, Westminster University, London, UK.

- Greer, C., & McLaughlin, E. (2010). We predict a riot? Public order policing, new media environments and the rise of the citizen journalist. *The British Journal of Criminology*, 50(6), 1041-1059. <https://doi.org/10.1093/bjc/azq039>
- Hansen, M. B. N. (2006). Media Theory. *Theory, Culture & Society*, 23(2-3), 297-306. <https://doi.org/10.1177/026327640602300256>
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. M., & King, G. (2017). Artificial intelligence: Practice and implications for journalism. *Tow center for Digital Journalism & Brown Institute for Media Innovation, Columbia Journalism School*.
- Harper, R. A. (2010). The Social Media Revolution: Exploring the Impact on Journalism and News Media Organizations. *Inquiries Journal*, 2(03), 1-7.
- Harrison, T. M., & Barthel, B. (2009). Wielding new media in Web 2.0: Exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media & Society*, 11(1-2), 155-178. <https://doi.org/10.1177/1461444808099580>
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J. (2017). Reciprocity and The Hyperlocal Journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1219963>
- Hassid, J. (2012). Safety valve or pressure cooker? Blogs in Chinese political life. *Journal of Communication*, 62(2), 212-230. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01634.x>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a technology for audiencing and fandom: The #Eurovision phenomenon. *Information, Communication, & Society*, 16(3), 315-339. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.756053>
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave?: Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Howley, K. (2009). *Understanding Community Media*. Sage Knowledge.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33-43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jung, J., Song, H., Kim, Y., Im, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalist's perceptions of news written by algorithms and human journalists. *Computers in Human Behavior*, 71, 291-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.022>
- Kersting, N. (2012). The Future of Electronic Democracy. In N. Kersting (Ed.), *Electronic Democracy* (pp.11-54). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/84740018>
- Latzer, M. (2013). Media convergence. In R. Towse, & C. Handke (Eds.), *Handbook of the Digital Creative Economy* (pp.123-133). Edward Elgar.
- Lee, J. (2015). The double-edged sword: The effects of journalists' social media activities on audience perceptions of journalists and their news products. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(3), 312-329. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12113>

- Levy, D., A., & Nielsen, R. K. (2010). The changing business of journalism and its implications for democracy. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Li, X., Lee, F. L., & Li, Y. (2016). The dual impact of social media under networked authoritarianism: Social media use, civic attitudes, and system support in China. *International Journal of Communication*, 10, 5143-5163.
- Linden, T. C. G. (2017). Algorithms for journalism: The future of news work. *The Journal of Media Innovations*, 4(1), 60-76. <https://doi.org/10.5617/jmi.v4i1.2420>
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations in participatory politics. *Information, Communication and Society*, 14(6), 757-769. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2011.592648>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2010). Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future. *New Media & Society*, 12(7), 1085-1102. <https://doi.org/10.1177/1461444809350193>
- Mythen, G. (2010). Reframing risk? Citizen journalism and the transformation of news. *Journal of Risk Research*, 13(1), 45-58. <https://doi.org/10.1080/13669870903136159>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters institute digital news report 2019. Reuters institute for the study of Journalism.
- Nielsen, R. K., & Schröder, K. C. (2014). The relative importance of social media for accessing, finding, and engaging with news: An eight-country cross-media comparison. *Digital Journalism*, 2(4), 472-489. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.872420>
- Nielsen, R., & Selva, M. (2019). More important, but less robust? Five things everybody needs to know about the future of journalism. University of Oxford, Reuters Institute Report.
- Norris, P. (2012). Political mobilization and social networks. The example of the Arab spring. In N. Kersting (Ed.), *Electronic Democracy* (pp.55-76). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/84740018>
- Peters, B. (2009). And lead us not into thinking the new is new: A bibliographic case for new media history. *New Media & Society*, 11(1-2), 13-30. <https://doi.org/10.1177/1461444808099572>
- Praprotnik, T. (2016). Digitalization and new media landscape. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 9(2), 85-99. <https://doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2016-no2-art5>
- Reich, Z. (2011). User Comments: The Transformation of Participatory Space. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp.96-117). Wiley-Blackwell.
- Reinardy, S. (2010). Need for Speed onto Internet Clashes with Journalistic Values. *Newspaper Research Journal*, 31(1), 69-83. <https://doi.org/10.1177/073953291003100106>

- Rheingold, H. (2008). Using participatory media and public voice to encourage civic engagement. In W. L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp.97-118). The MIT Press.
- Saez-Trumper, D., Castillo, C., & Lalmas, M. (2013, October 27). Social media news communities: Gatekeeping, coverage, and statement bias [Conference presentation]. In *Proceedings of the 22nd ACM International Conference on Information & Knowledge Management*, San Francisco, CA, USA.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
- Shearer, E., & Grieco, E. (2019). Americans are wary of the role social media sites play in delivering the news: Getting news from social media is an increasingly common experience; nearly three-in-ten U.S. adults do so often. Pew Research Center.
- Shirky, C. (2011). The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Sirkkunen, E., Vääätäjä, H., Uskali, T., & Rezaei, P. P. (2016, October 17). Journalism in virtual reality: Opportunities and future research challenges. In *Proceedings of the 20th International Academic MindTrek Conference*, Tampere, Finland, 297-303. <https://doi.org/10.1145/2994310.2994353>
- Starr, P. (2009). Goodbye to the Age Newspapers (Hello to a New Era of Corruption). *New Republic*, 240(3), 28-35.
- Storsul, T., & Stuedahl, D. (2007). *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change*. Nordicom, Göteborg University.
- Sullivan, J. (2014). China's Weibo: Is faster different?. *New Media & Society*, 16(1), 24-37. <https://doi.org/10.1177/1461444812472966>
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2017). Navigating cross-media news use: Media repertoires and the value of news in everyday life. *Journalism Studies*, 18(11), 1343-1362. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1129285>
- Tameling, K., & Broersma, M. (2013). De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*, 75(1), 19-34. <https://doi.org/10.1177/1748048512461760>
- Van Damme, K., Courtois, C., Verbrugge, K., & De Marez, L. (2015). What's appening to news? A mixed-method audience centred study on mobile news consumption. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 196-213. <https://doi.org/10.1177/2050157914557691>
- Weaver, D. H., & Willnat, L. (2016). Changes in US journalism: How do journalists think about social media?. *Journalism Practice*, 10(7), 844-855. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162>
- Zelizer, B. (2019). Why journalism is about more than digital technology. *Digital Journalism*, 7(3), 343-350. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1571932>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 72 October 2024 - part 4

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.