



# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

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

• تأثير مستوى التعقيد البصري في الإنفوجرافيك الثابت على اكتساب المعرفة من الأخبار الإلكترونية

د. عيده كمال

• العوامل المؤثرة في تفاعل المستخدمين مع المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية: دراسة تطبيقية على الوسائط المتعددة

أ. إيناس يس

• تأثير الدراما المدبلجة في المنصات الرقمية على الصورة الذهنية للقوميات لدى الجمهور: دراسة ميدانية

أ. مصطفى سكران

• استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في التسويق السياحي وعلاقته باتجاهات الشباب السعودي نحوها

د. حسن فراج وفريق عمل

• التقارب الرقمي في غرف الأخبار المعاصرة

أ. شيماء أشرف

• Populist Traits Reflected through Social Media in the Context of Gaza Conflict: A Survey Study to Commemorate One Year of Attacks

Dr. Iman M. Zahra

العدد السادس: يناير - مارس ٢٠٢٥

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد السادس: يناير - مارس ٢٠٢٥

## Digital Media Research Journal

Quarterly Scientific Journal issued by  
The Faculty of Media and Communication Technology - Suez University



The 6<sup>th</sup> Issue  
Jan. - Mar.  
2025



# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

## الهيئة الاستشارية:

|                                  |                                                         |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------|
| أ. د. أحمد فاروق رضوان           | الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة الشارقة - الإمارات        |
| أ. د. أمين سعيد عبد الغني        | العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة السويس              |
| أ. د. حمدي حسن                   | الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية               |
| أ. د. سامي الشريف                | عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة                     |
| أ. د. سهير صالح                  | عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق      |
| أ. د. السيد بهنسي                | الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس                   |
| أ. د. عادل عبدالغفار             | رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام           |
| أ. د. عادل فهمي                  | الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة                   |
| أ. د. عبد الرحمن بن نامي المطيري | الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية |
| أ. د. عبد الرحمن محمد الشامي     | الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة قطر          |
| أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي    | الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن       |
| أ. د. محمد رضا أحمد              | الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة السويس                    |
| أ. د. محمد شومان                 | عميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر             |
| أ. د. محمد سعد                   | الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا       |
| أ. د. مني الحديدي                | الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة                   |
| أ. د. هويدا مصطفى                | عميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا       |

مجلة بحوث الإعلام الرقمي  
دورية علمية محكمة تصدر عن  
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة السويس

مدير التحرير

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

د. رباب حسين العجماوي

السكرتير الإداري

أ. سارة خليل

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أشرف جلال

مساعد ورئيس التحرير

أ.د. حسن علي محمد

العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة السويس

أ.د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ.د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ.د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

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

تليفون: 0623523774

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

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023 / 24417

التقديم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

## أهداف المجلة:

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

## قواعد النشر:

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

## متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A4 / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

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

## فهرس المحتويات

• تأثير مستوى التعقيد البصري في الإنفوجرافيك الثابت على اكتساب المعرفة من الأخبار الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية

د. عيده كمال ١

• العوامل المؤثرة في تفاعل المستخدم مع المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية: دراسة تطبيقية على الوسائط المتعددة

أ. إيناس يس ٣٧

• تأثير الدراما المدبلجة في المنصات الرقمية على الصورة الذهنية للقوميات لدى الجمهور: دراسة ميدانية

أ. مصطفى محمود محمد سكران ٧١

• استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في التسويق السياحي وعلاقته باتجاهات الشباب السعودي نحوها

د. حسن فراج وفريق عمل ٩٩

• استخدام تقنيات الواقع الافتراضي في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإدراك الشباب الجامعي السعودي بالمحتوى الأثري

د. حسن فراج وفريق عمل ١٥٥

• التقارب الرقمي في غرف الأخبار المعاصرة

عرض كتاب: أ. شيماء أشرف ١٩٧

• الممارسات الناشئة في عصر الصحافة الرقمية الآلية

عرض كتاب: أ. وسام عبدالعال ٢٢١

## فهرس المحتويات

- Populist Traits Reflected through Social Media in the Context of Gaza Conflict: A Survey Study to Commemorate One Year of Attacks

Dr. Iman M. Zahra 237

## مقدمة العدد

# "أما قبل"

مع إطلالة عام ميلادي جديد، يصدر عدد جديد من «مجلة بحوث الإعلام الرقمي»، المجلة العلمية المحكمة المتخصصة في مجال بحوث ودراسات الإعلام الرقمي، والصادرة عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، فقد وصلنا إلى العدد السادس، ويأتي هذا العدد مع استقبال الدفعة الثالثة من المتقدمين للدراسة في الدراسات العليا في الكلية، تحديداً في برنامج الماجستير: «الإعلام الرقمي». وكما تنوعت وتعددت بحوث ودراسات الأعداد السابقة وعروض الكتب المختلفة فإنه أيضاً تنوع البحوث والدراسات التي سيقدمها العدد الحالي، العدد السادس، من بحوث ودراسات عربية وأجنبية، سواء من مصر أو الدول العربية، وكذلك هناك عروض لبعض الكتب العلمية.

وعليه، يتصدر البحوث والدراسات المنشورة في هذا العدد بحث قيم بعنوان: «تأثير مستوى التعقيد البصري في الانفوجرافيك الثابت على اكتساب المعرفة من الأخبار الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية»، من إعداد د. عيده كمال رشيد أبو زيدان، الحاصلة على درجة الدكتوراه من قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنيا.

ثم نقرأ بحثاً قيماً آخر تحت عنوان: «العوامل المؤثرة في تفاعل المستخدمين مع المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية: دراسة تطبيقية على الوسائط المتعددة»، من إعداد أ. إيناس يس محمود، وتحت إشراف: أ. د. سعيد الغريب النجار؛ الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام من قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة. وبالمثل، بحث ثانٍ مقدم في إطار استكمال درجة الدكتوراه في الإعلام شعبه الإذاعة والتلفزيون، بعنوان: «تأثير الدراما المدبلجة في المنصات الرقمية على الصورة الذهنية للقوميات لدى الجمهور: دراسة ميدانية»، من إعداد أ. مصطفى محمود محمد سكران؛ المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر، وتحت إشراف: أ. د. محمود حسن إسماعيل؛ الأستاذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، وإشراف مشارك: د. هبة الله محمد فتحي؛ مدرس الإذاعة والتلفزيون قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا.

ومن جامعة جدة بالملكة العربية السعودية يأتي بحثان؛ البحث الأول بعنوان: «استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في التسويق السياحي وعلاقته باتجاهات الشباب السعودي نحوها»، من إعداد د. حسن فراج حسن عبدالعال؛ المدرس بقسم الإعلام كلية الدراسات العليا جامعة عين شمس، والأستاذ المساعد بكلية العلوم الاجتماعية والإعلام قسم الاتصال وتقنية الإعلام جامعة جدة، وطلاب الفريق

البحثي بكلية العلوم الاجتماعية والإعلام قسم الاتصال وتقنية الإعلام (بكالوريوس الإعلام الرقمي) بجامعة جدة؛ كل من: أ. سلطان حكيم، وأ. عادل سعيد، وأ. عبدالله سالم، وأ. نايف شرف، وأ. عبدالعزيز خالد، وأ. يحيى حسين. وأما البحث الثاني فهو تحت عنوان: «استخدام تقنيات الواقع الافتراضي في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بإدراك الشباب الجامعي السعودي بالتحوى الأثري»، وهو أيضا من إعداد د. حسن فراج حسن عبدالعال؛ المدرس بقسم الإعلام كلية الدراسات العليا جامعة عين شمس، والأستاذ المساعد بكلية العلوم الاجتماعية والإعلام قسم الاتصال وتقنية الإعلام جامعة جدة، وطلاب الفريق البحثي بكلية العلوم الاجتماعية والإعلام قسم الاتصال وتقنية الإعلام (بكالوريوس الإعلام الرقمي) بجامعة جدة؛ كل من: أ. أحمد عبد الرحيم، وأ. أسامة العمري، وأ. يزن الزهراني، وأ. نواف حسن، وأ. فيصل عبدالعزيز، وأ. حسن عبدالقادر.

ومن خلال نافذة علمية إبداعية تعرض لنا أ. شيماء أشرف طایل؛ الطالبة ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، في إطار مقرر «صحافة العصر الرقمي»، كتاب: «التقارب الرقمي في غرف الأخبار المعاصرة: الابتكار الإعلامي، وتكييف المحتوى، والتحول الرقمي، والصحافة الإلكترونية»، تحت إشراف الأستاذ الدكتور حسين ربيع؛ الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس. كما تعرض لنا أ. وسام عبدالعال رشاد؛ الطالبة ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، في إطار مقرر «صحافة العصر الرقمي» كتاب: «الممارسات الناشئة في عصر الصحافة الرقمية الآلية: النماذج واللغات ورواية القصص»، تحت إشراف الأستاذ الدكتور حسين ربيع؛ الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس.

ويأتي في ختام المجلة بحث قيم باللغة الإنجليزية، تحت عنوان: «السمات الشعبية التي تعكسها شبكات التواصل الاجتماعي في سياق الصراع في غزة: دراسة استقصائية بعد مرور عام على هجمات السابع من أكتوبر»، للأستاذة الدكتورة إيمان زهرة؛ الأستاذة المساعدة بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.

“Populist Traits Reflected through Social Media in the Context of Gaza Conflict: A Survey Study to Commemorate One Year of Attacks”.

وأخيرا، فقد سعدنا أن تقدم لكم بعدد من البحوث والدراسات والتقارير العلمية القيمة في هذا العدد، وعلى وعد أن نقدم لكم كذلك عدداً آخر من تلك البحوث والدراسات في العدد القادم من المجلة، في القريب العاجل إن شاء الله.

والله من وراء القصد،،

مدير التحرير  
أ.م.د. السيد عبدالرحمن علي



عرض كتاب  
الممارسات الناشئة في عصر الصحافة الرقمية الآلية  
النماذج واللغات ورواية القصص

عرض: أ. وسام عبدالعال رشاد  
طالبة ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة السويس  
في إطار مقرر "صحافة العصر الرقمي"  
إشراف: أ. م. د. حسين ربيع  
الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس



## عرض كتاب

### الممارسات الناشئة في عصر الصحافة الرقمية الآلية

#### النماذج واللغات ورواية القصص

عرض: أ. وسام عبدالعال رشاد؛ طالبة ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة السويس، في إطار مقرر "صحافة العصر الرقمي"

إشراف: أ. م. د. حسين ربيع

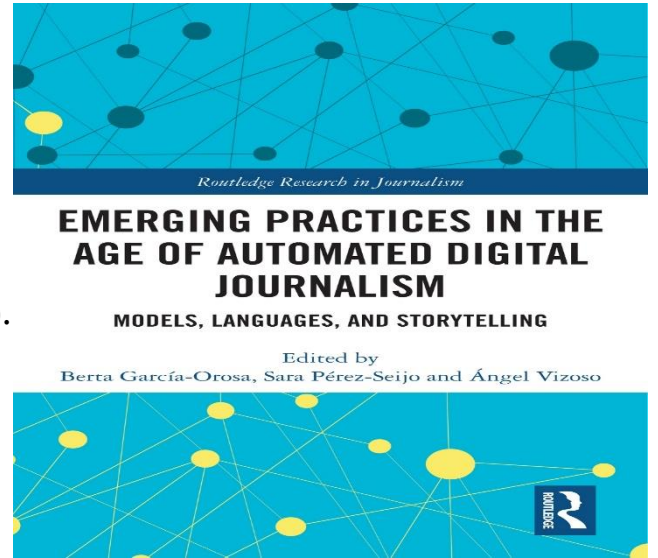
الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس

**Title:** Emerging Practices in the Age of Automated Digital Journalism: Models, Languages, and Storytelling.

**Edit by:** Berta García-Orosa ,Sara Pérez-Seijo and Ángel Vizoso.

**Publisher:** Routledge (Taylor & Francis Group).

**Publication Date:** 2023



## المحررون:

- كتب هذا الكتاب بواسطة مجموعة من المؤلفين لمراجعة وتحليل الممارسات في السيناريو الرقمي الآلي الذي من خلاله نتعامل مع الصحافة الرقمية الآلية. مثل بيرتا جارسيا أوروسا، وسارة بيريز سيجو، وأنجيل فيزوسو.
- بيرتا جارسيا أوروسا هي أستاذة متفرغة في جامعة سانتياغو دي كومبو ستيل (إسبانيا). درست الاتصالات والسياسة لأكثر من عشرين عاما، وشاركت في أكثر من خمسين مشروعا بحثيا، ونشرت أكثر من مائة مقال وفصل.
- سارة بيريز سيجو هي باحثة في نوفوس ميد يوس، وحاصلة على درجة الدكتوراه في الاتصالات والمعلومات المعاصرة من جامعة سانتياغو دي كومبو ستيل، إسبانيا، وهي باحثة زائرة في جامعة نوبا دي لشبونة، البرتغال.
- أنجيل فيزوسو هو باحث في نوفوس ميد يوس، وحاصل على درجة الدكتوراه في الاتصالات من جامعة سانتياغو دي كومبو ستيل، إسبانيا، وهو باحث زائر في جامعة نوبا دي لشبونة، البرتغال.

**الفكرة العامة:** يعرض الكتاب الممارسات الناشئة في عصر الصحافة الرقمية وتحدياتها المستقبلية. جاءت المقدمة تتكلم عن نشأة الصحافة الإلكترونية وبداية الاخبار وكم الإنتاج المنتجة يوميا، واستهلاك المواطنين للأخبار، وتحدث أيضا عن أحدث التحولات التي شهدتها الصحافة والاتصال في السيناريو الرقمي، وتحليلاً للممارسات الجديدة في منافذ الإعلام الإخباري، وتحدث عن أحدث التحديثات حول بيئة الصحافة الرقمية واستخدام كافة وسائل الإعلام تدريجيا من بداية المدونات إلى صحافه الفيديو وصولا إلى صحافة الموبايل.

**الفصل الأول: "الصحافة الرقمية من إعادة الاختراع إلى الابتكار المستمر".** يتناول هذا الفصل نشأة الصحافة الرقمية ومراحل تطورها بداية من القرن الحادي والعشرين في ظل التكنولوجيا الرقمية الطويلة، ثم مرورها بالعقد الثاني، ثم تطورت الصحافة بعد أن استخدمت الذكاء الاصطناعي وتستجيب لتجربة كل ما هو جديد من الابتكارات الجديدة من التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام الجديدة.

ويذكر أن التلغراف والأقمار الصناعية وأجهزة الكمبيوتر احتياجات اجتماعية تتجاوز الاتصالات وكان لها تأثير أكبر على المجتمع. وقد تبنتها النخب وهياكل السلطة في ذلك الوقت بقدر ما كانت إمكاناتها التخريبية محدودة ومصممة خصيصا للقضايا المباشرة (ونستون، ١٩٩٨). وقد أظهر التأثير التخريبي للتكنولوجيا وجوده في الصحافة الحديثة في القرن العشرين، وخاصة منذ عام ١٩٥٠، وصولا إلى ٢٠١٥ بعد أن دخلت إلى العصر الرقمي، وقد أدى وصول تكنولوجيا المعلومات إلى الصحافة بشكل عام، وفي غرف الأخبار بشكل خاص، إلى زيادة الوعي العام، نظرا لأن الابتكار الجديد يؤدي إلى صحافة مبتكرة.

يتأمل المؤلفون التحولات التي شهدتها وسائل الإعلام في العقود الأخيرة، وخاصة منذ ترسيخ الصحافة الرقمية. ويتيح المنظور المستعرض الذي تم تبنيه للقراء الحصول على رؤية واسعة ونقدية للبيئة الجديدة لوسائل الإعلام من مفهوم الصحافة إلى علاقة المجال بالقوى القائمة أو الجماهير أو نماذج الأعمال. تتعايش وسائل الإعلام التقليدية والمواطنون الرقميون في سيناريو جديد مليء بالقوة والضعف، ولكن قبل كل شيء، التحديات الناشئة للسنوات القادمة.

ومن خلال التطورات السريعة لوسائل الاعلام أثرت الصحافة في المجتمع وغيّرت من اهتماماتنا وهواياتنا، وتحرص الصحافة الرقمية على اهتمامها بالمبادئ المهنية للراسخة وحقوق النشر، وتعزيز التحقق من الحقائق والمعلومات والتأكد من مصداقية المعلومة قبل نشرها، ويركز

هذا الفصل على ضرورة التكيف مع السياق الرقمي لأن الصحافة الرقمية أكثر مسؤولية، وأكثر ديناميكية، وأكثر التزاما بالمجتمع، وأكثر تعددية، وأكثر شمولاً، وأكثر رعاية للمساواة، وأكثر مقاومة للتضليل.

**الفصل الثاني بعنوان: "مدققو الحقائق الرقميون الأصليون في جميع أنحاء العالم: ملاحظات حول تطويرهم وميزاتهم الرئيسية ونماذج التحقق".** في هذا الفصل يتحقق المؤلفون من الحقائق التي ظهرت في السنوات الأخيرة استجابة لحملات التضليل. ويتعمق المؤلفان في ظاهرة، على الرغم من وجودها دائماً، أصبحت منتشرة على نحو متزايد في السنوات الأخيرة بسبب القدرات التي يوفرها الإنترنت. ويكمن تطور وسائل الإعلام الرقمية الأصلية في التحقق من الحقائق.

قديمًا كان يستخدم الأخبار المزيفة من أجل التضليل أو إخفاء المعلومات الأساسية الغير معلنه لأنها تسعى لتحقيق أهداف استراتيجية مختلفة، وتسليط الضوء على معلومات وأهداف أخرى معلنة، ومع التطور التكنولوجي العميق وانتشار الصحافة الرقمية لم يصبح التزييف في نشر الأخبار فقط ولكن أخطر بمراحل بسبب نشر الفيديوهات والصور المفبركة والمزيفة، ومن الممكن أن نكون هذه المنتجات المزيفة عبارة عن قطع ترفيهيه ولكن يمكن ايضا صنعها لأغراض ضارة.

وتركز جهود وسائل الإعلام في هذا الفصل على ثلاثة اتجاهات:

١- تحديد الأخبار المزيفة والتحقق منها وتصحيحها بجميع أشكالها ضمن الممارسة الصحفية للتحقق من الحقائق.

٢- في مجال التنظيم، مع زيادة عدد المبادرات والعقوبات والتشريعات ضد انتشار أي شكل من أشكال ما يسمى بالمعلومات المضللة،

٣- هناك طريقة ثالثة اكتسبت أهمية متزايدة وهي تعزيز تعليم محو الأمية الإعلامية. وكما يحدث مع التكنولوجيات والأجهزة، فإن هذا الاتجاه الفكري يدافع عن الحاجة إلى تثقيف الجماهير ليس فقط في بنية الأخبار أو سماتها أو الجهات الفاعلة الرئيسية فيها، ولكن أيضاً في تحديد هذه الخصائص في الأخبار المزيفة.

من الصعب أن نفكر في نشر محتوى إخباري لم يخضع لعمليات التحقق الإلزامية. ومع ذلك، فإن التآكل التدريجي لثقة الجمهور في نظام المعلومات، وسهولة نشر المحتوى الكاذب من قبل

أي شخص تقريباً عبر الإنترنت، واستراتيجيات التضليل التي تنتهجها العديد من الجهات الفاعلة، أدت إلى هذا الاتجاه الصحفي الجديد. ولكي نتصدى لهذا التضليل، يوجد نهجان أساسيان اتبعهما الكاتب.

**النهج الأول:** يوجد مجموعة من المؤلفين كمدققين حقائق رقمية للرد على الشائعات والمعلومات المضللة، ومن خلال دراسات أجروها اتضح أن التضليل ومنتجيه يتقدمون بخطوة على هؤلاء الذين يحاولون مواجهته، ونظروا إلى الشكل الذي تتخذه وسائل الإعلام المتخصصة من الممكن أن يأخذ احتمالين، أولاً، هناك تلك المشاريع التي تعمل بشكل مستقل تماماً (أي كمنافذ إعلامية مستقلة تركز بشكل كامل على العمل مع معلومات التحقق من الحقائق). ومن الأمثلة على هذا الاتجاه مشاريع مثل PolitiFact (الولايات المتحدة)، وPagella Politica (إيطاليا)، وMaldita.es (إسبانيا)، من بين العديد من المشاريع الأخرى. وكلها علامات تجارية صحفية هدفها الوحيد هو مكافحة التضليل.

**النهج الثاني** هو بالنسبة لمدققي الحقائق الذين يمارسون أنشطتهم كقسم داخل علامة تجارية صحفية راسخة. قد تكون هذه هي الحال بالنسبة للمشاريع الشهيرة مثل BBC Reality Check (British Broadcasting Corporation)، وThe Fact Checker (Washington Post).

يقدم المؤلفون في الفصل الثالث: تحت عنوان "الصحافة والتحليلات: التوتر بين المعايير الصحفية والبيانات" تحديثاً عن وسائل الإعلام الرقمية في إسبانيا وجهود الصحف لتبني نموذج الاشتراك. وهناك دراسات تؤكد أن الاستراتيجيات التي تعطي الأولوية لتنمية قاعدة المشتركين ستركز على المؤشرات المتعلقة بجودة المحتوى، في حين أن الاستراتيجية القائمة على الإعلان بشكل أساسي ستميل إلى التركيز على مؤشرات نمو الجمهور نفسه.

ويهتم هذا الفصل بالويب وتحليله حيث يتيح لنا معرفة المزيد عن التركيبة السكانية وعادات الاستهلاك والاهتمامات الإعلامية للجمهور، وتوفر أدوات تحليل الويب للمؤسسات الإخبارية إمكانية الوصول إلى معلومات حول البصمات الرقمية للمستخدمين، ومن أين يدخلون إلى موقع الويب، والوقت الذي يقضونه في الصفحة، وكيف يتنقلون، ومتى يغادرون، ومتى يعودون، وما هي النتائج التي يحصلون عليها من محركات البحث الداخلية، والمحتوى الذي يشاركون فيه أو يعلقون عليه.

ويشير سنتيس أوليفيا إلى وقوع العديد من منصات الوسائط الرقمية ضحية لبعض التوترات على مدى العقود القليلة الماضية نتيجة لضغوط السوق التنافسية في سياق تشبع الأخبار، وإلى حد أكبر، ترجيح الميزان لصالح الجانب التجاري في أعقاب الصعوبات التي واجهتها شركات الوسائط الإخبارية ذات نموذج الأعمال التقليدي بعد ظهور الإنترنت.

ومع ظهور الرقمنة، شهدت وسائل الإعلام انخفاضاً في مصادر الدخل التي كانت تدعم أعمالها سابقاً الدفع مقابل المحتوى وعائدات الإعلان، والتي تم تقاسمها الآن مع العديد من اللاعبين الآخرين، جنباً إلى جنب مع عمالقة مثل فيسبوك وجوجل.

في هذا السيناريو، اكتسبت تحليلات الويب أرضية على المعايير الصحفية البحتة في العديد من غرف الأخبار، حيث تساعد في إنشاء منتج يعمل على تحسين نمو الجمهور وزيادة عائدات الإعلانات. وبهذه الطريقة، أصبحت تفضيلات الجمهور - التي يتم تفسيرها من البيانات التي تشير إلى ما "يعمل" وينتشر على شبكة الإنترنت - ذات أهمية متزايدة في عملية صنع القرار حول ما يستحق النشر.

وأجريت دراسة على تحليلات الويب، أجرتها شركة تيدوك (٢٠١٤) حول وسائل الإعلام الإلكترونية في الولايات المتحدة التي تحظى بأكثر قدر من الزيارات إلى أن التحليلات تلعب دوراً رئيسياً في عملية "إلغاء الاختيار"، حيث يقرر الصحفيون المقالات التي يتعين عليهم إزالتها من الصفحة الرئيسية لمواقعهم الإلكترونية، واستبدالها بأخرى. بل إن بعض الصحفيين يبلغون عن وجود وقت محدد لتقييم نجاح أي قصة على الصفحة الرئيسية فإذا لم تحقق نجاحاً في غضون عشرين دقيقة من النشر، يتم استبدالها.

ويتحدث سوينزوا في هذا الفصل عن الأخبار كمنتج تسترشد بقيم عصر يتميز بوفرة المعلومات، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي قنوات مهمة للمنافذ الإخبارية والصحفيين للتواصل مع جماهيرهم، وتوزيع المعلومات، واستخراج المحتوى لتوليد الأخبار. ومؤخراً منذ عام ٢٠١٩ بدأت تهتم بعض الدول بالصحافة الرقمية من خلال الاشتراك الرقمي لزيادة أعداد المتابعين المنضمين للمواقع والقنوات على السوشيال ميديا لزيادة أعداد المشاهدة والإقبال لقراءة المحتوى.

ويأتي الفصل الرابع بعنوان "دور صحافة الإعلام المتنقلة في تعليم الصحافة: صحافة الموبايل". يشهد هذا الفصل التطور السريع النمو لصحافة الموبايل وأنه من مجالات الابتكار

الصحفي، وأيضا من أحدث التقنيات التي تتكيف مع متطلبات صناعة الإعلام في القرن الحادي والعشرين، ويعرض فيه بعض التفاصيل الخاصة بنشأة صحافة الموبايل وانتشارها منذ عام ٢٠٠٥.

وانتشرت الأجهزة المحمولة واصبحت تستخدم بشكل أساسي في حياتنا وفي الصحافة في ظل جائحة كورونا، ومن هذا الوقت أصبحت الشركات تتنافس على اصدار أفضل وأحدث الأجهزة بالمحمولة بأحدث الإصدارات، وكثرتها وتنوعها ممل يساعد الصحفيين على إنجاز شغلهم بشكل أسرع.

فالكثير من الناس لديهم هواتف محمولة رديئة مقارنة بأجهزة الكمبيوتر. وهذا يسمح للصحافيين بالوصول إلى المجتمعات والأقليات ذات الدخل المنخفض وحتى المتوسط والتي كانت المؤسسات الإخبارية تتجاهلها.

بعد مرور عقد من الزمان، لا يزال الوصول إلى المعلومات من خلال الهواتف المحمولة ينمو، وبلغ استخدام الهواتف الذكية لاستهلاك الأخبار بالفعل ٧٣٪، مقارنة بـ ٦٩٪ في عام ٢٠٢٠.

وتلعب وسائل الإعلام دورا مهما في تعليم الصحافة بشكل مباشر وغير مباشر في الموضوعات التي تسمى الوسائط المحمولة وبشكل غير مباشر في مواضيع مثل الصحافة الرقمية ودورات الوسائط المتعددة.

في الموضوعات التي توجد فيها الوسائط المحمولة، يكون للموضوعات تركيز مهيم على المراسل الصحفي الذي يستخدم تكنولوجيا الهاتف المحمول لإنتاج الصحافة، وتعترف البرامج بأن الوسائط المحمولة هي أكثر من مجرد أداة شاملة لإنتاج الأخبار.

وفقا لعام (٢٠٢٠)، فإن التأثير الأكبر للهواتف الذكية على الأخبار يتغير لتركز على الميزات التكنولوجية، لتصبح تدفقا سلسا ومرنا للمعلومات، وتمثل الوسائط المحمولة مجالا واحدا داخل هذا العالم وتمكن من طرق جديدة لإنتاج الصحافة وطرق جديدة للتوزيع وطرق جديدة لاستهلاكها. وهذا يدعو إلى العمل ويجبر برامج الصحافة على وضع نفسها في هذا المشهد الجديد.

ومن خلال دراسات تم إجراؤها لمعرفة الجامعات الأكثر استخداما لتقنية صحافة الموبايل، ومن لين العينات اتضح أن جامعة ليدر هي الأكثر دمجا لتقنيات الهاتف المحمول في تدريس

الصحافة حيث تركز خلالها على تطوير مهارات الطلاب والعمل على إنشاء محتوى مصمم لاستهلاك المحمول.

**الفصل الخامس بعنوان: "جمهور الشباب يريد صحافة تتطلع إلى المستقبل".** يشير هذا الفصل إلى أن مصطلح التواصل الاجتماعي واسع جدا ويمكن استخدامه لوصف أي وسيلة تسمح بالتفاعل الاجتماعي، ويستخدم للإشارة إلى مواقع الشبكات الاجتماعية منذ عام ٢٠٠٦ عندما أصبح فيس بوك وتويتر متاحين للجميع

ومعظم منصات التواصل الاجتماعي تعمل في الأصل من خلال شبكة الإنترنت، ومن هنا جاء مصطلح موقع الشبكة الاجتماعية. فقد بدأت تظهر فيما بعد في أشكال أخرى أيضا، مثل الرسائل الفورية وتطبيقات الهاتف المحمول. ومع ظهور المنصات الجديدة جاءت لغات جديدة وتنسيقات مصغرة، والحاجة المستمرة إلى إنشاء محتوى صحفي مع وضع هذه المنصات المختلفة في الاعتبار.

في هذا الفصل، يقوم المؤلفون بتحليل المبادرات والصيغ التي تطورها وسائل الإعلام الإخبارية للوصول إلى الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٦ و ٣٠ عاما. وفي محاولة لتوسيع جمهورها، تشارك وسائل الإعلام الإخبارية في المنصات والميزات العصرية، مثل TikTok و Instagram Stories، حيث تروج للإجراءات من أجل الشباب ومعهم. ويعني هذا أن هناك تحديات تواجه المؤسسات الإعلامية والتي يجب معالجتها لتعزيز دور الصحافة في المجتمع بين الجماهير الشابة.

ويتناول الفصل أيضا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وأن الناس يفضلوا اختيار قراءه الاخبار داخل منصة ما على السوشيال ميديا، وليس بالضرورة الذهاب إلى موقع الصحيفة، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي راسخة بين الشباب كموقع للوصول إلى الأخبار. يفضل الجيل Z الوصول إلى المعلومات من خلال الشبكات الاجتماعية أو المجمعات أو التنبيهات عبر الهاتف المحمول، بينما نعطي ٢٥٪ فقط من المستجيبين لتقرير الأخبار الرقمية ٢٠٢١ الأولوية لاستهلاك الأخبار على مواقع الويب أو التطبيقات (نيومان وآخرون، ٢٠٢١).

**الفصل السادس بعنوان: "منغمسون في الأخبار: كيف أحدثت تقنية الواقع الافتراضي والفيديو بزوايا ٣٦٠ درجة تحولاً في رواية القصص الصحفية؟** وفي هذا الفصل يتم اجراء

تحليل متعمق لواحدة من أبرز الاستراتيجيات الناشئة في الصحافة والاتصال في السنوات الأخيرة الواقع الافتراضي والفيديو بزوايا ٣٦٠ درجة وذلك من خلال منظور تاريخي ونقدي ومعاصر، ويركزون على ظاهرة بدأت في عام ٢٠١٠ ومرت بمراحل مختلفة من التجريب والتقدم والتأثير على مفهوم الصحافة في العقود الأخيرة.

ويتم عرض نشأة الواقع الافتراضي والهدف من وراء نشأته انه محاولة دمج التقنيات الغامرة في عمليات إنتاج الأخبار والواقع، بالإضافة إلى استخدامه كميزه تنافسيه لتقديم تجربة استهلاك مختلفة تماما للجمهور لجذب الواقع الافتراضي إلى السوق.

إن إدخال تقنيات الواقع الافتراضي والفيديو بزوايا ٣٦٠ درجة في غرف الأخبار يمهد الطريق ليس فقط لأشكال جديدة تماما من سرد القصص، ولكن لفرص جديدة لتمثيل الواقع وتقريب المشاهدين من الأحداث في العالم الحقيقي، وينظر إلى الجمهور باعتباره مشاركا أو شاهدا غامرا في قصة إخبارية، ويحظى بفرصة مميزة.

**الفصل السابع: بعنوان "الجمهور الاجتماعي ووسائل الإعلام".** تدور تفاصيل هذا الفصل حول استخدام الصحفية لمواقع التواصل الاجتماعي لسهولة التواصل مع جماهيرهم، وتحديد الموضوعات ذلت الاهتمام العام، ومصادر المعلومات ونشرها بعد التأكد من صحتها. واجريت بعض التحقيقات والدراسات في كيفية بدء الصحفيين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وظهر جانب سيء نجحت هذه التحقيقات في الكشف عنه، ومن هذه السلبيات الرقابة العشوائية والتضليل والقيود المفروضة على حرية التعبير، ونقص تنوع المصادر ووجهات النظر، والخصوصية.

واجريت دراسات ايضا لمعرفة مدي استخدام الجمهور وثقته في مجتمع السوشيال ميديا واتضح من خلالها أن الشبكات الاجتماعية أصبحت مصدرا رئيسيا للأخبار لنسبة كبيرة من سكان العالم. يذكر تقرير We Are Social. Digital Report ٢٠٢١ (Hootsuite)، (2021) أنه في عام ٢٠٢٠، انضم ١.٣ مليون مستخدم جديد إلى الشبكات الاجتماعية كل يوم، مما يعني ١٥ مستخدما جديد كل ثانية. تظهر البيانات الواردة في هذا التقرير، التي تم جمعها أثناء الحجر الصحي العالمي الناجم عن تفشي كوفيد-١٩، أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية نمو بشكل أسرع على مدار السنوات الثلاث الماضية. مع زيادة سنوية تزيد عن

١٣٪ خلال الفترة المذكورة أعلاه، أكثر من ٤٩٠ مليون مستخدم جديد، يبلغ العدد العالمي للمستخدمين الآن ٤.٢ مليار، وهو ما يمثل ٥٣٪ من سكان العالم. ومع نمو الشبكات الاجتماعية، كان هناك زيادة في استخدام الهواتف المحمولة. وقد أصبحت هذه الأجهزة بالفعل نقطة المرجع الأولى للعديد من المواطنين، الذين يقضون وقتاً أطول على هواتفهم مما يقضونه في مشاهدة البث التلفزيوني المباشر. وقد تم تشخيص إمكانات الأجهزة المحمولة في تعزيز الجمهور الاجتماعي ومستقبل الصحافة بسرعة في السياق الأكاديمي والمهني. وقد أدلت مستشارة مركز الوسائط الرقمية إيمي جاران بالبيان التالي قبل أكثر من عشر سنوات، إن وسائل التواصل الاجتماعي هي واحدة من أفضل الطرق لجذب الانتباه إلى سوق الهواتف المحمولة.

**الفصل الثامن: بعنوان "الصحافة وتقنية التحكم في السرعة: كيف يمكن لوسائل الإعلام الخدمية العامة أن تستفيد من الذكاء الاصطناعي والأتمتة؟** يشير المؤلفين في هذا الفصل إلى انتشار ثورة الأتمتة التي أصبحت متداخلة ومرتبطة بجميع مجالات حياتنا، وتقدم الأتمتة العديد من المزايا للصحافة الخدمية العامة، ولها تأثير كبير ومؤثر في الصحافة حيث أصبح توزيع الأخبار جزءاً من ثورة الأتمتة، حيث يسمح الذكاء الاصطناعي الآن بالنشر الآلي للأخبار على مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي أو الكتابة الآلية للنشرات الإخبارية. ويشير ثورمان وآخرون (٢٠١٧) إلى سلسلة من الآثار الاقتصادية للأتمتة التي يمكن أن تستفيد منها المنافذ الإعلامية، مثل تسريع إنتاج وتوزيع الأخبار، وتوسيع نطاق تغطيتها، وخفض التكاليف الناتجة عن استبدال الصحفيين المكلفين الذين يقومون بمهام تستغرق وقتاً طويلاً بالبدايل الآلية. ويجب موازنة هذه المزايا الاقتصادية ببعض العوامل الخارجية الأخرى على سبيل المثال، على الرغم من أن المنفذ الإعلامي يمكن أن يقلل من تكاليف موظفيه عن طريق استبدال بعض الصحفيين بحلول الذكاء الاصطناعي، تجدر الإشارة إلى أن رواتب مهندسي الذكاء الاصطناعي عادة ما تكون أعلى، وأن استراتيجيات الذكاء الاصطناعي ليست فعالة من حيث التكلفة دائماً.

وعلاوة على ذلك، فإن الحماس الأولي الذي اعتبر الأتمتة قوة تحويلية من شأنها أن تحل معظم المشاكل التي كانت الصحافة تمر بها يتلاشى الآن فيما يسميه دياكوبولوس (٢٠١٩) "حوض الإحباط"، حيث يكشف تجميع الخبرة مع هذه التقنيات عن بعض حدودها وقدراتها. وتؤكد معظم الأبحاث أن الصحفيين تغلبوا عموماً على التهديد المزعوم بأن الأتمتة من شأنها أن تؤدي إلى فقدان الوظائف، وبدلاً من ذلك، أصبحوا على دراية بكيفية الاستفادة من حلول الذكاء الاصطناعي، لأنها تسمح لهم بالعمل في قطع أكثر تعقيداً بقيمة مضافة أكبر بدلاً من قضاء الوقت في مهام منهجية.

يشير الباحثون إلى أن الأتمتة لا تزال تتطلب إشرافاً بشرياً كبيراً، حتى لو كانت تتطلب مهارات أكثر تحديداً، وأن مستقبل الصحافة الآلية سوف يتشكل بشكل كبير من قبل الصحافة البشرية يساهم في التخلص من المخاوف بشأن إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ومع تطور مهارات وخصائص المهنيين الذين يدمجون غرف الأخبار الجديدة، ستظهر فرص أخرى للمؤسسات الإعلامية للاستفادة من ممارسات الذكاء الاصطناعي والأتمتة في جميع أنحاء سلسلة القيمة بأكملها. وبالمثل، فإن بعض الدراسات تشير بالفعل إلى حقيقة أن الجمهور يثق في الصحافة الآلية والمدمجة بقدر ثقته في الصحافة البشرية يمكن أن تكون بمثابة دفعة لوسائل الإعلام للانخراط في هذه التقنيات الجديدة، واستكشاف كيف يمكن أن تساهم في تحسين كفاءة غرفة الأخبار، وفهم الجمهور بشكل أفضل، وتوسيع طريقة إنتاج الأخبار وتوزيعها.

في الفصل التاسع: بعنوان: "أنظمة التوصية في منصات الوسائط الرئيسية". يدرس الباحثان مارتين فاز ألفاريز وخوانجو لاينيز ريشي خصوصيات أنظمة التوصية على منصات مختلفة، مثل يوتيوب، وسبوتيفاي، ونيتفليكس، وياهو، وآي بلاير التابع لهيئة الإذاعة البريطانية. ويهدف الباحثان إلى فهم كيفية استجابة إنشاء كل خوارزمية للأغراض المختلفة التي تحددها المنظمات وما إذا كانت هناك اختلافات في كيفية تطبيق هذه الأنظمة للتوصيات لنفس النوع من المحتوى.

ويشير هذا الفصل إلى أن استخدام الخوارزميات لتوليد التوصيات التلقائية هو طريقة لاسترجاع المحتوى المخصص وتقديمه للمستخدم. يمكن أن يكون هذا التخصيص صريحاً، أي عندما يكشف المستخدم عن تفضيلاته؛ أو ضمناً، عندما يعتمد التخصيص على ملاحظة

سلوك المستخدم عبر الإنترنت، وفي كلتا الحالتين، يكون الغرض هو تقديم محتوى أكثر ملاءمة لاهتماماته.

وتشكل خوارزميات التوصية ومرشحات المحتوى هذه أساس محركات البحث مثل Google والشبكات الاجتماعية مثل Facebook أو Instagram ومنصات "الفيديو حسب الطلب بالاشتراك" (SVOD) مثل Netflix. ومع ذلك، عند تطبيقها على وسائل الإعلام الخدمية العامة، أثارت هذه الخوارزميات مخاوف بين العلماء بشأن قدرتها المحتملة على منع تنوع المحتوى.

في الفصل العاشر بعنوان "الأقليات في الصحافة". يركز سانتياغو جالور سانتورون وجينيرليس أرياس على أهمية الأقليات داخل منظومة التحول الرقمي. يركز بحثهما على كيفية قيام وكالة أنباء سيماك، وهي وكالة أنباء رقمية مكسيكية، بتغطية قصة قتل الإناث في سيوداد خواريز، ويتكلم هذا الفصل على العنف ضد المرأة.

ويتمثل هدفهما الأساسي في اكتشاف الآليات المستخدمة لتغطية جرائم قتل الإناث في بيئة إعلامية تميل إلى تجاهل مثل هذه القصص أو تقديمها دون التركيز على منظور النوع الاجتماعي. وكمثال على استراتيجية ناشئة في هذا العدد، يناقش المؤلفان ظهور عوامل تكميلية للأهمية الإخبارية التي تدعم التغطية الإخبارية لجرائم قتل الإناث في المكسيك، حيث كانت هذه العوامل بمثابة دليل للتحرر من المعايير التقليدية لاختيار الأخبار. وهنا سلطت وسائل الإعلام الضوء على المشكلات التي تواجه النساء على مستوى العالم، وعملت كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة على التوعية لمنع العنف ضد المرأة.

الفصل الحادي عشر والأخير من الكتاب، تحت عنوان "دمج التكنولوجيا الرقمية في الإنتاج التلفزيوني: الاتجاهات والممارسات في قناة الجزيرة العربية". يتحدث هذا الفصل عن التغير الذي شهده المشهد الإعلامي خلال العقود الأخيرة، من حيث الشكل والمحتوى والوظائف والأدوات والأداء وعملية إنتاج الوسائط بالكامل، وخاصة في الوسائط المرئية والرقمية.

أصبح المشهد الإعلامي أكثر رقمية بشكل تدريجي مع التقدم في التكنولوجيا وتطوير محتوى ومنتجات وخدمات جديدة. وبينما ظلت مشاهدة التلفزيون مستقرة مع تقدم الجمهور في السن، فقد زاد الوقت الذي يقضيه مع الوسائط الرقمية بسرعة. حيث تساهم التكنولوجيا وأنواع مختلفة

من التقنيات المتقدمة المستخدمة في البرامج التلفزيونية بشكل إيجابي في تطوير مظهر القنوات التي تجذب المزيد من الجمهور وتخفف الكثير من المواد والأعباء البشرية.

وأجريت أحدث وأكبر الاستطلاعات حول العالم بعنوان حالة التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية أظهرت أن الصحفيين في جميع أنحاء العالم يتجهون بشكل متزايد إلى التكنولوجيا الرقمية وغرف الأخبار التي تستخدم مزيجا من التنسيقات التقليدية والرقمية آخذة في الارتفاع. كشفت نتائج هذا الاستطلاع، الذي أجري بـ ١٤ لغة، وشمل أكثر من ٤١٠٠ مدير غرفة أخبار وصحفي من ١٤٩ دولة، أن معظم الصحفيين يعتقدون أن الأدوات الرقمية قد غيرت كل جانب من جوانب إنتاجهم، من حيث استخدام التحقق من الحقائق وأدوات التحقق من وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الجديدة المستخدمة لتعزيز التفاعل مع جماهيرهم.

وتستند العديد من المصطلحات الجديدة إلى تكامل التكنولوجيا الرقمية والإعلام، مثل الوسائط الجديدة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمراسلين المواطنين، وصحافة البيانات، والصحافة المحمولة، وصحافة الطائرات بدون طيار، والمنصات المتعددة، وتلفزيون الواقع، والراديو الرقمي، ورواية القصص الرقمية.

وتشمل الاتجاهات التي تقود مستقبل المحتوى التلفزيوني تعدد الشاشات القائم على الجمع بين الشاشات التقليدية والرقمية، ونمو استخدام البيانات من المنصات ووسائل التواصل الاجتماعي، وإنترنت الأشياء، وانتقال التوزيع إلى الأجهزة التي تدعم بروتوكول الإنترنت، والوسائط الرقمية المحسنة، وزيادة التطبيقات المحمولة لمتابعة المحتوى التلفزيوني. بالإضافة إلى ذلك، سيكون لسرد القصص التلفزيونية، والابتكار في اكتشاف البرامج، وضوابط التلفزيون تأثير كبير على مستقبل التلفزيون.

وأصبحت الاتجاهات الجديدة المبنية على التكنولوجيا الرقمية في إنتاج الإعلام هي نقطة التحول في كل التغييرات والتحولات في المشهد الإعلامي العالمي في العديد من المجالات ذات الصلة، مثل الشبكات، والمواقع الإلكترونية، وصفحات الويب الخاصة بالبرامج، والهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية، والتطبيقات، والمنصات الاجتماعية (شبكات الأخبار الإعلامية العالمية).