



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 6th 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 صفحتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي 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 حكيمي، 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

التقارب الرقمي في غرف الأخبار المعاصرة

الابتكار الإعلامي، وتكييف المحتوى، والتحول الرقمي، والصحافة الإلكترونية

عرض: أ. شيماء أشرف طایل

طالبة برنامج 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

التقارب الرقمي في غرف الأخبار المعاصرة

الابتكار الإعلامي، وتكييف المحتوى، والتحول الرقمي، والصحافة الإلكترونية

عرض: أ. شيماء أشرف طایل؛ 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.

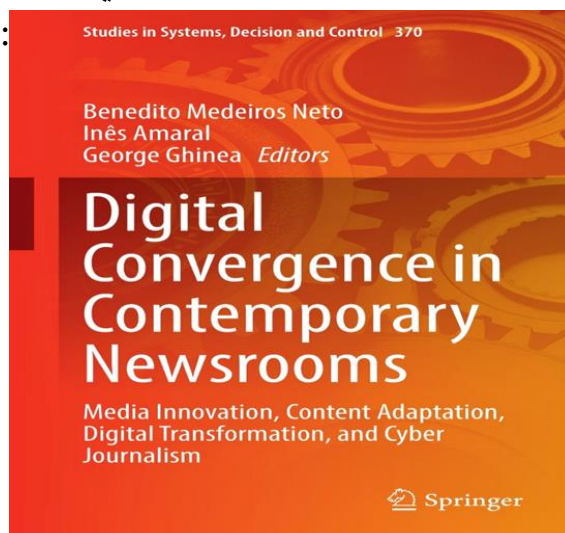
Title: Digital Convergence in Contemporary:

Newsrooms Media Innovation, Content Adaptation, Digital Transformation, and Cyber Journalism.

Edit by: Benedito Medeiros Neto- Inês Amaral- George Ghinea.

Publisher: Springer.

Publication Date: 2021.



المحررون:

- **بينيديتو ميدوروس نيتو:** أستاذ في كلية الاتصال بجامعة برازيليا. حصل على درجة الدكتوراه في علوم المعلومات من جامعة برازيليا. وهو باحث في قسم علوم الكمبيوتر بجامعة برازيليا ويركز على الإطار الدلالي للصحافة. وباحث مشارك في كلية المستقبل بجامعة ساو باولو في مجال محو الأمية الرقمية والتعلم عبر الهاتف المحمول. وهو عضو مشارك في جمعية مهنة الصحافة.
- **إينيس أمارال:** هي أستاذة مشاركة ومديرة برنامج الدراسات الجامعية في الصحافة والاتصال في كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة كويمبرا. حصلت على درجة الدكتوراه في علوم الاتصال من جامعة مينهو. وهي باحثة في مركز دراسات الاتصال والمجتمع، وباحثة مشاركة في مركز الدراسات الاجتماعية بجامعة كويمبرا. وهي منسقة قسم الصحافة والمجتمع في الجمعية البرتغالية للاتصالات. تشمل مجالات بحثها الرئيسية الجمهور واستهلاك وسائل الإعلام؛ الشبكات الاجتماعية والمشاركة ووسائل التواصل الاجتماعي؛ وسائل الإعلام والمحو الأمية الرقمية؛ النوع الاجتماعي ووسائل الإعلام.
- **جورج جينيا:** أستاذ في الحوسبة متعددة الوسائط في قسم علوم الكمبيوتر بجامعة برونيل. تتركز أنشطته البحثية في التقاء علوم الكمبيوتر والإعلام وعلم النفس. على وجه الخصوص، يركز عمله على مجال جودة الوسائط المتعددة الإدراكية وكيفية بناء أنظمة اتصال شاملة تتضمن متطلبات إدراك المستخدم. وهو رئيس تحرير المجلة الدولية للحوسبة الشاملة والاتصالات.

يتضمن هذا الكتاب أبحاث نظرية ومفاهيمية ودراسات تجريبية مثل البحث الإثنوغرافي في غرف الأخبار في الصحف الكبرى، وتطبيق المنهجيات في القضايا الناشئة في الإنتاج الصحفي، ومجموعات التركيز من المحترفين والباحثين، وتحليل الشبكات الاجتماعية في قطاعات البحث أو مجالات الاهتمام.

ويتألف الكتاب من عشرة فصول وينقسم إلى ثلاثة أقسام. يقدم القسم الأول النتائج الأولية لمشروع إدارة البيانات الصحفية بناءً على الزيارات الفنية لمنظمات إخبارية مختارة. وقد تم إرساء الأساس النظري والمنهجيات في الوثائق المقترحة واعتمادها من قبل الباحثين. يقدم القسم الثاني تعزيز المنهجية. يتم تحقيق الإنتاج العلمي الرئيسي من خلال تحليل البيانات والمعلومات التي يتم جمعها ومقارنتها بأعمال أخرى متاحة في الأدبيات الأكاديمية. يركز القسم الأخير من الكتاب على تطور نموذج الإطار لغرف الأخبار وتطوير أنظمة لبيئات العمل التعاونية، فضلاً عن تنفيذ أدوات إنتاج الأخبار ومراكز المعلومات.

يقدم الفصل الأول تحت عنوان "غرف الأخبار الصحفية: التقارب والابتكار في ثلاث قارات دراسة حالة لخمس مؤسسات إعلامية"، نتائج دراسة حالة متعددة أجريت في خمس غرف أخبار في ثلاث قارات: Correio Braziliense ، و O Globo (البرازيل)، و La Nación (كوستاريكا)، و The BBC و Reuters (المملكة المتحدة). وكان الغرض من التحليل استكشاف تأثير التقارب التكنولوجي على المنظمات الصحفية والثقافة المهنية في وقت تتسارع فيه روتينات الإنتاج، ويتم تقليص عدد الموظفين، وتراجع الإيرادات، وتزداد المشاركة العامة. وتتكون المنهجية من زيارة غرف الأخبار وإجراء مقابلات مع الصحفيين. وتؤكد نتائج التحليل وجود شكوك بشأن استخدام منصات جديدة بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي - وأن هناك نوعاً من التجريب عندما يتعلق الأمر باستخدام الموارد المتقدمة على الرغم من القواسم المشتركة التي تتقاسمها المنظمات الإعلامية: يتم نشر الابتكارات وتضطر صناعة الصحف إلى التكيف.

أصبح مصطلح التقارب مصطلحاً شائعاً هذه الأيام. وفي مجال الاتصالات، من الصعب أن تجد مقالاً علمياً لا تظهر فيه هذه الكلمة. ورغم أن هذا المصطلح لا يشير مباشرة إلى الصحافة، فإن يوسف يدي يعرف التقارب بأنه "تقديم خدمات الإعلام والهاتف والإنترنت من

خلال نفس منصة الإرسال، سواء كانت متشابهة أو موجودة أو جديدة". ويحلل المؤلف هذه القضية على ثلاثة مستويات:

الأول: التكنولوجيا - رقمنة شبكات البث وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الثاني: الهيكلية - الشراكات المؤسسية في قطاعات مختلفة.

الثالث: الخدمات والأسواق القيمة المضافة وخدمات الوسائط المتعددة.

ويرى يوسفدي، أن التقارب التكنولوجي يشير بشكل أساسي إلى تكامل الخدمات: "يمكن قراءة الصحف عبر الإنترنت. والهواتف المحمولة متوافقة الآن مع التلفزيون". وهذا ممكن لأن تطوير خدمات البث الرقمي التفاعلية أدى إلى تقارب بين المعلومات والاتصالات، مثل عمليات الدمج والاستحواذ. ويعين توحيد الشركات أن الكيانات التقليدية تسعى إلى أعمال وفرص الاتصالات.

التقارب الإعلامي هو اندماج أسواق الاتصال الجماعي (المطبوعات والتلفزيون والراديو والإنترنت) باستخدام التقنيات المحمولة التفاعلية على منصات العرض الرقمية. (النص الشعبي والتفاعلية واللاخطية والخدمات المنفصل تاريخياً) وتتمتع الصحافة عبر الإنترنت بخصائص والوسائط المتعددة والتخصيص كـ بعض خصائص الصحافة الرقمية؛ أو بعبارة أخرى، التقارب أنها "مزيج أو اتحاد التقنيات التفاعل والنص الشعبي والتخصيص والذاكرة والوصول الفوري، بالإضافة إلى لوسائط المتعددة /التقارب يشير التعدد الوسائط" إلى تقارب صيغ الوسائط التقليدية (الصورة والنص والصوت) في سرد الحقيقة الصحفية". تطورت حركة التقارب الإعلامي من التطورات التكنولوجية الحديثة، وخاصة ظهور الإنترنت ورقمنة المعلومات.

وهناك أربعة أبعاد للتقارب فيما يتعلق بصناعة الأخبار:

١- التقارب التكنولوجي، وهو الجانب الأكثر وضوحاً، فهو يتجاوز نقل الشبكة إلى الجمع بين المحتوى واللغات والفرق والدعم.

٢- الأعمال ويحدث هذا في عمليات الدمج والتأسيس وتنويع الأنشطة.

٣- المهنية، يركز هذا على الهياكل الإنتاجية وغالباً ما يعيد تشكيل بيئة غرفة الأخبار وتقييدها

٤- التقارب في المحتوى يؤثر على الصحافة متعددة المنصات أو الوسائط المتعددة.

إن هذا التحول في التكنولوجيا ليس بالأمر السهل. فعندما بدأت شركات الصحف في رقمنة غرف الأخبار الخاصة بها (عن طريق استبدال الآلات الكاتبة بأجهزة الكمبيوتر، وسبق ذلك ترشيد في العمليات الرسومية)، كانت تتخذ الخطوة الأولى (غير الواعية) نحو التقارب التكنولوجي الذي نراه اليوم. وسبب صعود التقارب التكنولوجي "الحاجة إلى توفير خدمة إخبارية أفضل لجميع الجماهير، سواء في وضع عدم الاتصال أو عبر الإنترنت"، لكنهم يرون أيضا قيود الميزانية.

وشملت التطورات في التقارب بتغييرات في كيفية استخدام المرافق التكنولوجية، وتنظيم عمليات النشر والتوزيع، وإعادة هيكلة مكان العمل المادي، بالإضافة إلى تغيير إطار غرف الأخبار من خلال إنشاء أو إلغاء الوظائف وتثبيت ثقافة جديدة في وسائل الإعلام الإخبارية. وقد تم بالفعل النظر إلى التقارب باعتباره منتجا (خلال التسعينيات)، ولم يتم النظر إليه إلا مؤخرا باعتباره عملية (أو عمليات مختلفة)، تتطلب دراستها على مستوى أعلى من التعقيد، حيث يتم تحليل المنظمات والأشخاص والتكنولوجيات في نفس مساحات التفاعل ولكن مع الخسوع لتدفقات مختلفة، مع مراعاة الجوانب الاجتماعية والمحلية والاستراتيجية والبيئية.

ونوضح فيما يلي نتائج إجراء المقابلات مع الصحف الخمس والتي لا تظهر نتائج أوجه التشابه فحسب، بل وأيضا الاختلافات في أساليب وممارسات المنظمات الداخلية. وتبرز جوانب مختلفة من عمليات التقارب الصعبة التي تم تحديدها في خمس غرف أخبار في ثلاث قارات، ولكل منها ثقافتها وعادات استهلاك الأخبار وروتين الإنتاج والتوزيع الخاص بها.

أولا: Correio Braziliense:

بدأت صحيفة كوريو برازيلينسي - الصحيفة الرئيسية في عاصمة البرازيل - العمل على الإنترنت لأول مرة في أغسطس ١٩٩٦ باستخدام موقع كوريو ويب. وحتى أبريل ٢٠٠٨، كان موقع كوريو ويب هو الموقع الرسمي لصحيفة كوريو برازيلينسي. وقد أعيد تطوير الموقع في نفس العام (٢٠٠٨) بهدف "جعله أكثر تفاعلية". وقدمت تقسيمه إلى شركتين رقميتين لكل منهما كيان قانوني مختلف: br.com.braziliense-correio و br.com.correioweb حافظت الأولى على استقلالها وتستمر حتى يومنا هذا في تقديم

المعلومات حول امتحانات الخدمة المدنية والترفيه. وركزت الثانية بشكل أكبر على الأخبار، مما جعلها بمثابة أداة وطنية. وعلى الرغم من اتخاذ خطوات نحو التقارب البنوي والعمل في غرفة أخبار مشتركة (ورقية/إلكترونية)، فإن بوابة، br.com.correiobraziliense التي تنتمي إلى مجموعة، Associados Diários عانت دائما من قيود مالية شديدة ويمكن أن تكون مثالا على سبب عدم كفاية ربط الهياكل معا ببساطة.

فمنذ عام ٢٠١٠، اعتمدت أكبر غرفة أخبار في برازيليا على المتدربين ٣، الذين يأتون من عدد من دورات الصحافة في المدينة ويتولون دور الصحفي، بما في ذلك المسؤولية التي تأتي مع كونه محترف حقيقي. وإذا أشار بعض المؤلفين إلى أن التقارب هو طريقة تعاونية لغرف الأخبار، التي كانت تعمل بشكل منفصل للعمل معا، فقد وجدنا أن الفرق الإلكترونية والورقية في Correio Braziliense لم تتجح في التكامل مع بعضها البعض.

ثانيا: O Globo

تتنافس صحيفة O Globo مع صحيفتي Notícia Super و Paulo .S de Folha على لقب الصحيفة الأكثر توزيعا في البرازيل بمتوسط توزيع يوم يبلغ ٣١٥ ألف نسخة. وفي نموذج O Globo يعمل الصحفيون لصالح مركز الأخبار بغض النظر عن وجهة المحتوى (الصحيفة أو الموقع الإلكتروني أو وسائل الإعلام الأخرى في المجموعة). ومثل العديد من شركات الاتصالات، أطلقت مجموعة O Globo إصدارا شعبية من صحفها، مثل Extra التي تتعاشح حالي تحت سقف واحد في مبنى جديد، فإن الأهداف وراء الإجراءات الأولى للتقارب كانت استكشاف السوق بشكل أفضل، والسعي إلى نموذج أعمال جديد، ومواجهة المنافسة، وإطلاق منتجات جديدة في قطاعات السوق، وتحسين الآفاق المستقبلية. وقد حدث التقارب على عدة مراحل على مدى فترة طويلة من الزمن، ولا يزال مستمرا وفي الوقت نفسه، تم النظر في نماذج عمل جديدة مع بذل الجهود لتحسين تدفق المعلومات. وفي الوقت نفسه، تم إعادة تشكيل أماكن العمل من خلال بناء مبنى جديد وفكرة "غرفة أخبار متعددة الوسائط".

ثالثا: Reuters

أكبر مزود للأخبار المتعددة الوسائط الدولية في العالم، وقد تم اختيارها كأفضل علامة تجارية دولية من حيث الانتشار الرقمي وأكبر مزود للأخبار المتعددة الوسائط الدولية في

العالم، مما جعلها تتقدم على ٤٤ علامة تجارية إعلامية دولية أخرى. وتصل إلى أكثر من مليار شخص كل يوم. تقدم رويترز أخبار تجارية ومالية ووطنية ودولية لعملاء سوق الإعلام المحترفين في جميع أنحاء العالم.

ولم تكن فكرة إنشاء غرفة أخبار مقاربة غريبة على المدير التنفيذي، الذي كان متحمسا للتغييرات التي من شأنها أن تجعل البيئة أكثر تنظيما وعقلانية، وباعتبارها وكالة أنباء دولية، تسعى إلى ترسيخ تقليد العمل التعاوني الذي يساعد في الحفاظ على فريق مخصص من المصححين، وهو المنصب الذي تم إلغاؤه بالفعل في معظم المؤسسات الأخرى. ويعمل لدى رويترز ١٤ ألف موظف؛ منهم ٢٥٠٠ صحفي يعملون في ٢٠٤ مدينة ويبثون الأخبار ب ٩٩ اللغة.

رابعاً: The BBC

هيئة الإذاعة البريطانية هيئة بث تلفزيوني عامة تأسست في عام ١٩٢٢ وتمولها دافعو الضرائب في المملكة المتحدة الذين يدفعون رسوم شهرية للاستمتاع بخدمات خالية من الإعلانات على مدار الساعة، تبث البث التلفزيوني والإذاعي والإنترنت على المستوى الوطني والخارجي، ولديها ما يقرب من ١٩٠٠٠ موظف بتكلفة تشغيلية تبلغ ٥ مليارات جنيه إسترليني.

تتحقق غرفة الأخبار من تغريدة ما وتضعها بسرعة على صفحات الويب التي يتم إنشاؤها على الفور بواسطة الفرق التي تعمل معاً، وتترك هيئة الإذاعة البريطانية أن الصور ومقاطع الفيديو والصوت التي يرسلها المستخدمون لأي نوع من الأحداث غير المتوقعة تساعد في تبسيط التغطية وإضافة قيمة إلى الأخبار.

خامساً: La Nación

تنشر مجموعة La Nación أكبر صحيفة من حيث التوزيع في كوستاريكا، بمتوسط ١٠٠ ألف نسخة يوميا، بدأت عملية دمج وسائل الإعلام في عام ٢٠٠٧ وانتهت في عام ٢٠١١ بالانتقال إلى مبنى تم بناؤه خصيصاً لهذا الغرض. إنه المبنى الوحيد في أمريكا الوسطى الذي يحتوي على غرفة أخبار متكاملة، وتعمل الصحيفة على تغيير ثقافة وسائل الإعلام المطبوعة التقليدية على الموقع الإلكتروني، وعلى الشبكات الاجتماعية، والهواتف التقليدية والبدء في التفكير في المحتوى الذي كان متاحاً سابقاً على الهواتف الذكية والأجهزة

اللوحة. أدت هذه الاستراتيجية أيضاً إلى تغييرات في نموذج أعمالها، مثل نهج أكثر عدوانية لزيادة المشتركين الرقميين، وهي الاستراتيجية التي تبنتها O Globo أيضاً، حيث كان الصحفيون منخرطين في مفهوم "الرقمي أولاً".

وبعد دراسة الخمس صحف نستنتج التالي:

١- أن التقارب في الصحافة فرصة لوسائل الإعلام المطبوعة والوسائط السمعية والبصرية والإنترنت للتعاون وإنتاج أخبار معقدة؛ أي استخدام الموارد الرقمية لتزويد المستخدمين بأكبر قدر ممكن من المعلومات الكاملة. التقارب ليس التزاماً في السوق؛ ومع ذلك يمكن استخدامه لتجنب الأزمة في القطاع الصحفي مع تقليل الوظائف والهياكل المادية داخل الشركة وتقديم منتجات جديدة من خلال حلول سرديّة مبتكرة وأنظمة توزيع قادرة على الوصول إلى جمهور أوسع.

٢- إن التقارب عملية تطويرية تشمل مختلف الجهات الفاعلة الاجتماعية -رواد الأعمال، والصحفيين، والمصادر، والجمهور والآثار المترتبة على هذه التغيرات مفتوحة. ونحن نعيش في كل مكان حالياً في وقت حيث أصبح التقارب التكنولوجي منتشراً حولنا (على الهواتف المحمولة، وفي البنك، وفي المنزل، وفي الشارع، وفي العمل)، وبالنسبة لشركات الصحف، فقد جاء هذا التقارب نتيجة للعولمة التي تثير المخاوف بشأن رأس المال والمنافسة. ومن وجهة نظر صناعة المعلومات، فإن هذا التقارب ليس دورة خطية وسلمية على الإطلاق، بل هو نتيجة لتطورات سريعة.

٣- يمكن القول إن جميع الوسائل التي تمت دراستها قد وصلت إلى المرحلة الأولى، رقمنة غرف الأخبار ورغم أن الموارد والأساليب التي تبنتها قد تختلف، إلا أنها جميعاً تنشئ هياكل تحريرية خاصة بها لتسهيل الصحافة عبر الإنترنت.

٤- جميع الصحف في أمريكا الجنوبية والوسطى كانت تبحث عن نماذج أعمال قابلة للتطبيق وتبني سير عمل فعال لغرف الأخبار الخاصة بها حيث أن الإيرادات من المنتجات والخدمات الرقمية لا تكفي لدعم تكاليف تشغيل شركة الصحيفة، والتي تعمل حالياً بنسبة ١٠:١. وحتى مع التسهيلات التي توفرها التقنيات الجديدة (والتي أصبحت أكثر سهولة في الوصول إليها يوماً بعد يوم)، فإن إنتاج المحتوى للصحافة البيانات والصحافة النصية والصحافة الصوتية والمرئية لا يزال مكلفاً.

يحلل الفصل الثاني الذي جاء تحت عنوان "ممارسة صحافة البيانات والتغيرات في الملف المهني للصحفيين في غرف الأخبار في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة والبرازيل" مفاهيم نظرية أخرى حول صحافة البيانات، للمساعدة في فهم التحولات في الملف المهني للصحفيين الذين يعملون في هذا المجال المحدد.

انطلاقاً من أن الصحافة ككيان لا تتدرج تحت إطار النموذج النظري المحض، تهدف هذه الدراسة، من خلال التركيز على الجانب المهني، إلى الإجابة بطريقة ما على الأسئلة التالية: - ما هو التخصص المهني الذي يحتاج الصحفي إلى امتلاكه للعمل في مجال صحافة البيانات؟

- هل يحتاج الصحفي الذي يعمل في مجال صحافة البيانات إلى الحصول على درجة جامعية أو معرفة في البرمجة والإحصاء؟ لقد أدى التركيز على تكنولوجيا البيانات إلى تحويل الروتين الإنتاجي في غرف الأخبار.

تقليدياً تبدأ الروتين الإنتاجي في تطوير الأجندة، ثم تستمر في التحقيق في المعلومات وكتابة الأخبار وتوزيعها في وسائل الإعلام المختلفة، مثل الصحف والمجلات المطبوعة والإذاعات والبودكاست والتلفزيون والويب.

في العصر الرقمي يتم تسجيل البيانات التي تمر عبر الإنترنت إلكترونياً ووصفها رقمياً بواسطة خوارزميات الأصفار والوحدات. يعد تحليل البيانات وفهمها من التحديات المتزايدة بين الصحفيين المسلمين بعالم الكلمات الآمن، يتم تمثيل النصوص والصور ومقاطع الفيديو والصوت في الشبكة الرقمية بالأصفار والوحدات. في عالم اليوم، أصبحت المصادر والطرق الرائعة لتحليل البيانات وتصور البيانات مهمة بشكل متزايد في توفير المعلومات والرؤى التي لا يمكن الحصول عليها بالوسائل التقليدية للعثور على الأخبار، حيث إن عالم البيانات أصبح أكثر تنافسية يوماً بعد يوم، كما يتجلى ذلك من حيث الحجم والتنوع والقيمة. فالبيانات تشكل أصلاً أساسياً لخلق القيمة، فضلاً عن كونها عنصراً يعزز الابتكار والنمو والتطوير.

تتضمن الكميات الضخمة من البيانات، والتي تسمى بالبيانات الضخمة، مجموعات بيانات رقمية أكبر بكثير من تلك الموجودة تقليدياً في وسائل الإعلام المطبوعة مثل المجلات والصحف. وتتنوع البيانات الضخمة بشكل كبير في حجم مجموعات البيانات،

بدأ من الدراسات التجريبية للعينات الصغيرة إلى أحجام المعلومات الضخمة التي تتضمن بيانات التعداد أو المسح.

يهدف الفصل الثالث الذي جاء تحت عنوان "تحليل التقارب بين غرف الأخبار: عملية دمج الوسائط والمحتوى دراسة حالة" إلى تحليل غرفة الأخبار في إحدى الصحف باعتبارها مركز العمليات ومكان اتخاذ القرارات اليومية وحيث يتم تسهيل إجراءات التقارب والتكامل باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. نقطة البداية للبحث هي تحليل سير العمل في غرفة الأخبار في صحيفة La Nación دورية يومية في كوستاريكا، كدراسة حالة للتقارب والتكامل، سعياً إلى فهم مبادرات التحديث الخاصة بها، وبالتالي استكشاف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معالجة المحتوى وإنتاج الأخبار.

كانت الخطوة الثانية هي تحديد المتطلبات غير الوظيفية والوظيفية لتدفق معلومات الإنتاج في غرفة الأخبار، مع الأخذ في الاعتبار أنها تشكل الأساس لوصف بيئات العمل ونموذج التقارب المعتمد. كأداة تحليلية أساسية، تم استخدام سير عمل غرفة الأخبار لتحليل عمليات التقارب وتكوين بعض وجهات النظر.

تمتلى بيئة عمل غرف الأخبار بشكل متزايد بأساليب جديدة للتعامل مع الزيادة الهائلة في حجم المعلومات والوسائط الرقمية المتعددة علاوة على ذلك، هناك حاجة إلى تقنيات وإجراءات جديدة لإدارة المعرفة لتنسيق بيئة العمل، فضلاً عن التعامل مع قنوات ووسائط متعددة إلى جانب هذه التقنيات، تأتي الشبكات الرقمية والحوسبة الشاملة والتهجين والتنقل والوسائط المتعددة، والتي تتضمن أساسيات، لاسيما من مجالات الحوسبة والمعلومات والاتصالات.

الحقيقة هي أن الصحفيين ومحترفي الاتصالات الذين يسكنون غرف الأخبار يتعين عليهم التغلب على أوجه القصور لديهم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودمج المهارات التكنولوجية الجديدة لتولي ملكية العمل بطرق تغير مهامهم أو روتينهم اليومي، وبالتالي فإن الأنماط الجديدة للوجود والتصرف في فضاء التفاعلات في غرفة الأخبار مليئة بالواجهات مع أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية وغيرها من المصنوعات اليدوية، والتي تضاعفت في هذا العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين.

في العقد الأخير من القرن العشرين، حظيت الدراسات حول مفهومي التقارب والتكامل بين غرف الأخبار باهتمام من مراكز الاختصاص والباحثين والسوق ذاتها، بشكل موضوعي. ومع ذلك، فقد تم طرح هاتين القضيتين والتحقيق فيهما لأكثر من ثلاثة عقود. على الرغم من أن التقارب لا يزال يتأخر من قبل بعض الصحف، على الرغم من رغبة الرعاية والحاجة إلى التحديث التي يدعو إليها سوق الاتصالات.

التكامل:

ظهر التكامل في وسائل الإعلام في أواخر سبعينيات القرن العشرين، عندما دافع نيكولاس نيجروبونتي علناً أثناء عرض تقديمي للمديرين التنفيذيين، عن تكامل صناعات السينما والاتصالات والكمبيوتر في عملية التقارب بين السوق والمنظمة. ورغم أن التخمينات لم تتحقق بالطريقة التي طرحها المؤلف، فمن الجدير بالذكر أن نيجروبونتي كان من أوائل الباحثين الذين فكروا في التحولات الاجتماعية الناجمة عن الثورة التكنولوجية.

التقارب:

التقارب هو مصطلح شائع في العديد من مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالتجسد في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وفي وقت لاحق في السبعينيات في البرازيل، وبعيدا عن السياق الإعلامي أو الصحفي. حتى في ثلاثينيات القرن العشرين، تم استخدام المصطلح في الأبحاث حول المجتمع والثقافة البريطانية والأوروبية. ومع ذلك، فقط في الثمانينيات، تم استخدام هذا التعبير في الدراسات حول التطور التكنولوجي الرقمي المطبق "على دمج النصوص والأرقام والصور والأصوات والعناصر المختلفة في الوسائط".

كما عرضنا في الفصل الأول عن دراسات التقارب والمقارنة بين غرف الأخبار الخمس والتي تمت على أسس معرفية أو تجريبية، مثل دمج غرفة أخبار O Globo والتي أثارت تساؤلات حول الصحافة في عصر عدم اليقين، حيث تفترض حدوث تغييرات تكنولوجية وسوقية وثقافية واجتماعية، فإن التقارب في الصحافة هو عملية: "ترتبط الوصفات بأربعة مجالات أساسية للتطور في عملية تقارب وسائل الإعلام: (١) نطاق المشروع. (٢) إدارة غرفة الأخبار. (٣) الممارسات الصحفية. (٤) تنظيم العمل.

تستمر الأزمة الاقتصادية حتى اليوم، وقد انضمت إليها أزمة ثانية أكثر ارتباطا ببنية الاتصالات في أيامنا هذه في الصحافة الرقمية، ولا شك أن النمو في الوصول إلى قنوات

جديدة والاهتمام بالمحتوى الآخر الذي ينتجه المستخدمون كان من بين العوامل الأخرى التي دفعت المسؤولين التنفيذيين لشركات الصحف إلى تشغيل الضوء الأصفر لمساهمتهم ومراقبتهم.

أما الأزمة الثانية فتعود إلى وصول تكنولوجيا المعلومات إلى غرف الأخبار، وتعدد قنوات التوزيع في صناعة الاتصالات، والتفاعلية التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي، وانتشار الأجهزة المحمولة بين أيدي السكان الراغبين في الوصول المجاني إلى المعلومات، ثم الرغبة في إنتاج المحتوى الرقمي.

دراسة حالة: صحيفة La Nación:

بدأت عملية التقارب والتكامل بين وسائل الإعلام في عام ٢٠٠٧ وتم الانتهاء من المرحلة الأولى في عام ٢٠١١، بالانتقال إلى مبنى تم تشييده خصيصاً، ويعمل في غرفة الأخبار نحو ٤٠٠ شخص، وكان صحفياً La Nación يعملون بالفعل على تحقيق مفهوم "الرقمنة أولاً" تصدر مجموعة La Nación أكبر صحيفة من حيث التوزيع في كوستاريكا، بمتوسط ١٠٠ ألف نسخة يوميا. وهي واحدة من وسائل الإعلام القليلة في القارة التي تمتلك غرفة أخبار متكاملة، وقدرت استثمارها ٧ ملايين دولار أمريكي.

إن المبدأ التوجيهي الرئيسي لصحيفة La Nación اليوم هو أن الصحفيين يجب أن يؤدوا عملهم بجودة، بغض النظر عن المنصة التي سينشرون بها. يجب على المحترف كل يوم أن يستغل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويحاول كتابة تقريره بأفضل طريقة وبمحتوى يلبي توقعات المشتركين والقراء، ويكون أقل ارتباطاً بتنسيق ومساحة الصحيفة المطبوعة. بطريقة ما، يحاولون تقليل الصراع بين الطباعة والرقمية.

نتعرف في الفصل الرابع الذي جاء تحت عنوان "التقارب التكنولوجي ودمج وسائل الإعلام في العروض وسير عمل المعلومات في صحيفة ديلي أو جلوبو في ريو دي جانيرو" على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من دراسة حالة رسمت خريطة لجزء من بيئة العمل في غرفة الأخبار، واستشراف مستقبل التقنيات في غرف الأخبار. أظهرت صحيفة O Globo ومقرها في ريو دي جانيرو بالبرازيل، نتائج كيفية موازنة الإيجابيات والسلبيات في العمليات التعاونية التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات. وهي تستخدم نموذج التعاون C4 بأبعاده المتمثلة في الاتصال والتنسيق والتعاون والاتصال، كوسيلة لتقديم

استخدام أدوات سير العمل للتعبير عن إنتاج الأخبار في المستقبل القريب. كانت دراسة الحالة هي طريقة البحث المستخدمة لتقييم غرفة أخبار الصحيفة. كان التركيز الرئيسي على تحليل سير عمل غرفة الأخبار لفهم واستشراف عملية التقارب والتكامل، سعياً إلى فهم تحديث ومعالجة المحتوى وإنتاج الأخبار من خلال استخدام منصات متعددة، حيث تعمل غرفة الأخبار على تغيير مركز العمليات، وهو المكان المخصص لاتخاذ القرارات اليومية وتنفيذ إجراءات التقارب والتكامل، إلى مركز للتحكم في المعلومات والإشراف على البيانات. تخضع وحدات إنتاج الأخبار في مختلف أنحاء العالم لتغييرات مستمرة في تكوين بيئة العمل، وفي إجراءات الاتصال الداخلي، وفي استخدام التكنولوجيا. ولا شك أن غرف الأخبار في الصحف تتأثر بتكنولوجيا المعلومات، سواء في نموذج أعمالها، أو في عملية الإنتاج، أو في التعامل مع جماهيرها. وقد بدأ وجود الشبكات الاجتماعية في تفضيل الظروف البنيوية لتطوير الأعمال التعاونية ولا مركزية الدور الرئيسي في العملية الاتصالية القائمة على غرفة أخبار واحدة.

وبسبب التقارب، أصبحت المحتويات الصحفية هجينة بشكل متزايد، كما هي الحال مع صحيفة O Globo حيث يتم إعداد المعلومات بلغة الوسائط المتعددة أو عبر الوسائط، والتي تجمع بين عناصر مثل النصوص والصوتيات والفيديو والرسوم المتحركة والرسوم البيانية وتتكون مساحة التفاعلات في غرفة الأخبار بشكل أساسي من واجهات مع أجهزة الكمبيوتر والشبكات الرقمية والحوسبة في كل مكان والأنظمة التعاونية والهجينة وتنقل الهواتف الذكية والعديد من الأجهزة الأخرى، مثل الواقع المعزز والافتراضي. في سياق التقارب، أو بالأحرى التحول الرقمي، تقيم الصحافة مساهمات وتأثيرات التوزيع متعدد المنصات، في توسيع عقود الإعلان، وفي تعدد قنوات توزيع الأخبار.

تسعى الصحافة متعددة المنصات الموجهة نحو التكامل والتقارب دائماً إلى إيجاد نماذج أعمال جديدة. ويمكن ملاحظة ذلك في مواجهة الأزمات في وسائل الاتصال التي لم تصل فقط إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة، بما في ذلك الشركات الناشئة، بل وأيضاً الشركات الكبرى. كانت بعض الصحف رائدة في هذا المجال، حيث قامت بتعديل تنفيذ سير عملها في عمليات إنتاج الأخبار.

دراسة حالة: صحيفة O Globo

تعد ثانی صحيفة برازیلیة مطبوعة بعد Notícia Super الشهيرة بمتوسط توزيع يومي يبلغ ١٨٣٠٠٠ نسخة، حيث يعمل الصحفيون من أجل جوهر الأخبار، بغض النظر عن وجهة المحتوى، سواء كانت ورقية أو موقعا الكترونيا وسائل أخرى للمجموعة، حيث تركز على تكييف سير عمل غرفة الأخبار مع نموذج متعدد الأوجه، مع توزيع المحتوى بما يتماشى مع قارئ القرن الحادي والعشرين، فقد ركزت غرفة الأخبار جهودها في ذروة الإنتاج، والتي كانت إغلاق الصحيفة المطبوعة، و هي المعلم الرئيسي للروتين اليومي تظل الصحيفة المطبوعة هي النجمة، لكننا الآن قادرون على تقديم معلومات مؤهلة لجميع المنصات طوال اليوم.

إن إدخال ساعات عمل أكثر مرونة، سواء بشكل فردي أو في فرق، والتقارب بين الطباعة والرقمية هي أمثلة على هذا التكيف. ويظل الاستخدام الموسع للأنظمة التعاونية لتسهيل التكامل يشكل تحديا في غرفة الأخبار الرئيسية في O Globo . ومن غير الممكن تجاهل الصراع بين الأجيال. وقد تم البحث عن حلول من خلال تدفقات المعلومات الجديدة والتخطيطات، فضلا عن تشكيل فرق مختلطة، تتألف من محترفين أكثر خبرة ومواطنين رقميين.

لقد أدت العوامل الاقتصادية داخل المنظمات الصحفية إلى البحث عن معايير اتصال جديدة، وتطوير نماذج أعمال قادرة على مواجهة المنافسة من وسائل الإعلام الجديدة، وجذب قرائها المتراجعين، الذين تأثرت عاداتهم بالبيئة الرقمية. ونتيجة لهذه التحولات الرقمية، تسارعت وتيرة تكامل وتقارب إنتاج الأخبار في غرف الأخبار. لقد اخترنا غرفة أخبار O Globo لأنها، في خلال عملية التقارب، مرت بمراحل التحول الرقمي؛ وزرع الهياكل عبر الإنترنت؛ وتقليص عدد المتخصصين في الاتصالات؛ ودمج غرفة الأخبار ومرافقها فعلياً.

ويسعى الفصل الخامس الذي جاء تحت عنوان " أبعاد الاتصال والتنسيق والتعاون والارتباط عند استخدام الإطار والأنظمة التعاونية في غرفة الأخبار: دراسة حالة في هيئة الإذاعة البريطانية في لندن" إلى تحديد المتطلبات الوظيفية الرئيسية لبيئة العمل في غرفة الأخبار الصحفية، بما في ذلك الأدوات التعاونية وأنظمة المعلومات في أبعاد الاتصال والتنسيق والتعاون والاتصال. علاوة على ذلك، أردنا أيضا تحديد البرامج والأطر التي تستخدمها التقنيات التعاونية. سعينا إلى التحقق من كيفية دعم أدوات تكنولوجيا المعلومات هذه لإدارة وإنتاج المحتوى الصحفي، مع العلم المحتمل للأنطولوجيات ومعايير الويب الدلالي. بناء على زيارة إلى غرفة أخبار هيئة الإذاعة البريطانية (the BBC) في وسط

لندن، تم استخدام سير عمل إنتاج الأخبار كأداة تحليلية رئيسية لتحليل عمليات التقارب. كان التركيز الرئيسي على سير العمل في غرفة الأخبار من أجل فهم واستكشاف عملية التقارب والتكامل.

تواجه غرف الأخبار الحديثة تحديات ثلاثية الأبعاد. التحدي الأول تعاني غرف الأخبار في الصحف الكبرى من التحولات التكنولوجية لاستغلال السوق التنافسية للاتصال الجماهيري علاوة على ذلك، يشهد المرء في غرف الأخبار أيضا وجود عمليات التكامل بالإضافة إلى التقارب التكنولوجي والتواصل والمهني والتجاري، التحدي الثاني هو الحاجة إلى مراجعة عمليات الإنتاج مع التحول الرقمي للشركة. التحدي الثالث كيفية الحصول على نتائج مواتية للشركة في مواجهة نمو الشبكات الاجتماعية وقدرتها على إنشاء الأخبار.

وتشهد غرف الأخبار أيضا تغييرات في تكوين وتنسيق بيئة العمل للصحفيين. وعلاوة على ذلك، على الرغم من وجود مبادرات إدارية لتسهيل التعاون، إلا أن النجاح لا يتحقق دائما بسبب زيادة المنافسة. على سبيل المثال، هناك إزعاج جسدي في استخدام التقنيات في غرف الأخبار (خاصة تلك التي توفر أو تتطلب التنقل) وفقدان التعايش في بيئة الكتابة ليست سوى بعض الخصائص الملحوظة التي تؤدي إلى هشاشة عمل الصحيفة.

وتتأثر الصحافة في سياق التقارب والتكامل أيضا بالتوزيع متعدد المنصات في توسع عقود خدمات الإعلان. في الواقع، تبحث الصحافة متعددة المنصات دائما عن نماذج أعمال جديدة ليس فقط الشركات الكبيرة، بل وأيضا الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، فضلا عن الشركات الناشئة، وكلها كانت حافزا للابتكار التكنولوجي. وقد أثر هذا على المنظمات الصحفية، مما جعلها أكثر مرونة وممكن من إطلاق أسرع للمنتجات الصحفية الجديدة.

التواصل والتنسيق والتعاون:

إن عملية الاتصال هي عملية مستمرة، حيث يتم فيها استخدام مجموعة من الأساليب المختلفة لتحقيق هدف ما بكفاءة؛ وهذا يشمل توزيع المهام، وجمع الأخبار، والمراجعة والنشر.

إن التنسيق (الإدارة) يعمل على إعداد الفرق المتعددة التخصصات للعمل التعاوني، وذلك من خلال إعداد الإجراءات (التنسيق المسبق) والاتفاقيات بين أعضاء كل فريق. وعند تنفيذ المهام (ويفضل أن تكون محددة جيدا) وإدارة الترابطات المتبادلة بين الفرق، يجب أن نضع في الاعتبار أن تنفيذ مهمة في فريق يمكن أن يؤثر على المهام الأخرى وحتى عملية التطوير بأكملها أو المشروع بأكمله نفسه. ومن سمات الترابط المتبادل المعاملة بالمثل، مما يعني أن عناصر الفريق مترابطة بشكل متبادل.

التعاون هو البعد الأخير في نموذج التعاون C3 ويجمع أعضاء الفريق معا في مساحة مشتركة تهدف إلى إنجاز المهام التي يديرها منسق، يتعاون الأفراد في هذه الحالة، من خلال إنتاج المعلومات ومعالجتها وتنظيمها، وبناء وتنقية البيانات والمعلومات مثل المستندات أو جداول البيانات أو الرسوم البيانية أو الرسوم البيانية المعلوماتية، وما إلى ذلك. يعمل الصحفيون على هذه المهام، فيعدون صحيفة يومية أو موقعا إخباريا أو مجلة أسبوعية. يعتمد أعضاء المجموعة على الأوامر أو التعبيرات الموحدة أو التواصل العامي، وهو أمر يحدث يومي في غرف الأخبار حول العالم.

دراسة حالة: The BBC

تعكس غرفة أخبار هيئة الإذاعة البريطانية في لندن، والتي يطلق عليها "غرفة أخبار العالم"، تكاملاً (اندماجاً) تحت سقف واحد للصحافة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية مع أحدث التقنيات. تم إنشاء المساحة لتسهيل إنتاج الوسائط المتعددة على منصات متعددة: التلفزيون والراديو والإنترنت. وهي متكاملة مع منصات أخرى لهيئة الإذاعة البريطانية. يهدف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى تسهيل التواصل بين الأشخاص وأنظمة معالجة المعلومات الرقمية، وضمان تنسيق الموارد البشرية والمادية، والتعاون في مكان العمل الإنتاجي الصحفي من أجل الاستفادة من الذكاء الجماعي الانعكاسي. تركز الورقة على استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات المصممة أو المعدلة، وبما أن هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) هي هيئة بث إخباري تعمل على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، وهناك دائما قناة واحدة على الأقل تبث الأخبار، فإن تنسيق الموارد البشرية والمادية مستمر. وبما أن كافة المعلومات المتعلقة بالأنشطة المتعددة تأتي إلى منطقة مركزية، فهناك دائما أشخاص قادرون على الاستقبال والقيام بسرعة بفرز كل ما يأتي ومن ثم يمكن أن تنتشر المعلومات إلى قنوات أخرى مختلفة. وهكذا، يوجد استوديو كبير للعديد من القنوات. ويتم التحكم في جميع كاميرات BBC آليا وعن بعد بحيث يتم برمجة حركات الكاميرا مسبقا.

وفي عام ٢٠١٦ قامت شبكات مواقع التواصل الاجتماعي بتعزيز BBC، فإنها تعمل في الوقت نفسه كوسيلة إعلامية جديدة كما يمكن ملاحظته عند تحليل نموذج C4 في أبعاد: الاتصال التعاوني، والتنسيق التعاوني، كجزء من بيئة العمل أو بدعم منها. وهذا يؤثر بشكل مباشر على طريقة إنتاج الأخبار وتعزيز العلاقات مع القراء (مستهلكي المحتوى). وقد ظهر واقع جديد في إنجلترا، وهو التركيز الرئيسي على وسائل التواصل الاجتماعي أو الاتصال التعاوني بنموذج C4. سجلت هيئة الإذاعة البريطانية حوالي ٨٥ مليون مشترك في عام ٢٠١٦. على سبيل المثال، كان لدى فيسبوك ٢٩ مليون متابع وكان لدى إنستغرام ٢ مليون

في نفس الفترة. وبعد ذلك، تم تقسيم تويتر إلى قسم الأخبار العاجلة، وأخبار المملكة المتحدة، والأخبار العالمية، وكانت هناك بعض الشبكات الاجتماعية الأصغر.

يوضح الفصل السادس الذي جاء تحت عنوان "المهارات التحادثية في بيئات غرف الأخبار المتقاربة" أهمية المحادثات وإمكاناتها في المساهمة في روتين إنتاج الأخبار في غرفة الأخبار الصحفية. استناداً إلى علم الوجود اللغوي، تم وصف هذه الدراسة في البداية بأنها بحث وصفي وتطبيقي واستكشافي. من خلال تطوير أداة تحليل البيانات، المسماة مصفوفة الحواس، تتمثل إحدى المساهمات المهمة لهذا العمل في تحديد أهمية المحادثات، وإعطائها رؤية أساسية رسمية ونظرية وفلسفية ومنهجية لعملية إنتاج الأخبار. ساهمت مصفوفة الحواس المطورة في تفسير أنماط السلوك وتقديم نفسها كأداة يمكن تخصيصها وتكرارها في سياقات أخرى تلعب فيها المحادثات دوراً مهماً.

تتضمن عمليات الاتصال في بيئات غرف الأخبار جوانب وجودي تحدد نجاحها. واستناداً إلى فلسفة هايدغر، فإن مصطلح الأنطولوجيا المشار إليه في هذا الفصل ينظر في إمكانات "الوجود" في منظوره التاريخي وفي إمكاناته الإبداعية. وبشكل أكثر تحديداً، يشير إلى عالم الأنطولوجيا اللغوية، الذي يدرس طبيعة "الوجود" البشري وأشكاله الجديدة من التعايش.

تركز أنطولوجيا اللغة في جوهرها الأساسي على تفسير ثلاثة مصطلحات: البشر (هم كائنات لغوية)، واللغة (مولدة) والفعل (مولد الكائن) وبناء على هذه الفرضية، وفهم أن المنظمات تؤدي أفعالها من خلال المحادثات، حيث "إن ما يقوله المرء هو ما يستمع إليه الآخر" و"ما أستمع إليه هو ما يقوله الآخر" فإن "ما يسمعه كل فرد مشروط بنماذجه العقلية، لأنه بين ما يقوله المرء وما يستمع إليه الآخر، هناك سلسلة من المرشحات التي يمكن أن تولد فجوات كبيرة بين معنى ما يقال ومعنى ما يسمعه"، حيث إن التواصل البشري يتألف من جانبين "التحدث" و"الاستماع". ولا يمكن أن يكون التحدث الفعال ممكناً إلا إذا تبعه استماع فعال، لأن الاستماع الفعال هو الذي يعطى معنى لما يقال.

إن المحادثات الفعالة في غرف الأخبار الخمس التي تم الحديث عنها في الفصل الأول تمت على مستوى معين من تنسيق الإجراءات، بشكل مستمر ومع ردود الفعل، حيث تتضمن كل خطوة -المبادئ والدوافع الفردية والتنظيمية، والإعداد، والتنفيذ والتقييم/التأمل- حتى لو كانت غير منظمة، الاهتمام بما يلي: إنجاز المهمة (نشر الأخبار)، والعلاقة بين الجهات الفاعلة (المراسلين، والمحررين، والمصورين، والمصممين، والقراء، والمتفرجين، والصحف والوكالات المتنافسة، والحكومة، وما إلى ذلك)، و هوية (الكرامة والنزاهة)

الأشخاص التي تنعكس في التماسك بين التزامات ونوايا وأفعال المهنيين الإخباريين وغرف الأخبار التي تم ذكرها . وقد تمت ملاحظة النماذج العقلية، والاستماع الفعال، والقدرة على العرض والاستفسار الإنتاجي، فضلاً عن الجوانب المتعلقة بالثقة والانفتاح على مشاركة المخاوف، كمتغيرات لدعم تحقيق الخطوات ذات الصلة.

حيث إن من تستلزم القدرة على حشد وتوضيح ووضع المعرفة والمهارات والمواقف والقيم والخبرات اللازمة للأداء الفعال والناجح للأنشطة من خلال المحادثة. هذه القدرة (على المحادثة) هي التي تحرك الجهود لتنسيق الإجراءات، حتى غير المنظمة، لإنتاج الأخبار، لكي تحقق غرف الأخبار نتائج أكثر فعالية، فمن الضروري الاستثمار في الطريقة التي تتواصل بها الفرق وهذا يعني تطوير كفاءاتهم في المحادثة.

يناقش الفصل السابع الذي جاء تحت عنوان "ملاحظات حول إعادة تكوين حقل المعرفة" تأثير التحولات التي أحدثتها منظومة الوسائط الرقمية في مجال الاتصالات"، استناداً إلى الانفجار الكمي للمصدرين، والتي تدعمها انتشار الشبكات والأجهزة التكنولوجية لدعم إنتاج المحتوى. باستخدام مقترحات من علم التصميم ومن نهج الأساليب الرقمية، يتم تحليل إمكانيات التوسع المعرفي والمنهجي، استناداً إلى المبادرات متعددة التخصصات وعلى دمج مهارات جديدة في تدريب المهنيين والباحثين، من أجل مواجهة الوضع الحالي للبيانات الزائدة والأدوات غير الملائمة لفهمها.

يقدم الفصل السابع الذي جاء تحت عنوان "البيانات الضخمة ودراسات الاتصالات في البرازيل" الخوارزميات والأرقام والأساليب الكمية التي تغير دراسات الاتصال البرازيلية. ويناقش تأثير التحولات التي تولدها منظومة الوسائط الرقمية، من الانفجار الكمي للبائعين، المدعوم من انتشار الشبكات الثنائية والأجهزة التكنولوجية التي تدعم إنتاج المحتوى. وباستخدام علم التصميم ونهج الأساليب الرقمية، يستكشف المؤلفون إمكانيات التوسع المعرفي والمنهجي، استناداً إلى المبادرات متعددة التخصصات ودمج مهارات جديدة في تكوين المهنيين والباحثين، من أجل فهم الوضع الحالي للحمل الزائد للبيانات والأدوات غير الملائمة.

يتناول هذا الفصل إحدى القضايا الأساسية في عملية الإنتاج الصحفي المعاصر: تتطلب الزيادة في المحتوى وتخزينه في البيانات الضخمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبعض الخبرة للقيام بذلك. وكما يشير المؤلفون، هناك حاجة لتدريب الصحفيين ومحترفي الاتصالات. لم يعد من الممكن الاستعانة بمصادر خارجية للمعرفة والمهارات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. يجب أن يعرف المحترفون كيفية كشط الويب، والوصول إلى قواعد

بيانات وخدمات واجهة برمجة التطبيقات، واستخدام الرسوم البيانية في المقالات، وتعلم برمجة لغة الكمبيوتر، وحتى استخدام الأنطولوجيات. هذا العمل ذو قيمة للقراء الذين قد يعرفون طريقتي البحث الأكثر عملية وفائدة في الوقت الحالي: علم التصميم ونهج الأساليب الرقمية.

في الفصل الثامن، "ثقافة التضليل: تأملات في الأصول وطرق الانتشار والسياقات والمواجهة" وهو عبارة عن تأمل في أصول وأساليب نشر وسياقات ومواجهة ثقافة التضليل، يذكر المؤلفون مواقف عززت تحريف الحقائق في لحظات مختلفة من التاريخ، وتعاملوا معها باعتبارها "تضليلاً" في سياق علم المعلومات. ويقترحون مناقشة المبادرات والتدابير التي يمكن أن تساعد في رفع وعي الناس، وتحسين تدريبهم على اختيار واستخدام المعلومات في مواقف مختلفة. ويناقش المقال الاحتمالات التي يمكن أن تساهم في الحد من انتشار الأخبار المزيفة وثقافة التضليل. وللتعامل مع المشكلة، يقترح المؤلفون اعتماد مفاهيم محو الأمية الرقمية ومهارات المعلومات كمرجع. أين الإجراءات للتعامل مع التضليل؟ الجواب الأساسي هو استخدام محو أمية المواطنين أفقياً، من الأطفال إلى البالغين. هناك أربعة عوامل ذات صلة في سياق التضليل:

- ١- تسهيل إعداد المحتوى؛
- ٢- الاستخدام المتزايد للمعلومات من قبل الاقتصاد الرقمي بسبب الوباء؛
- ٣- حرب المعلومات ضد المعلومات المضادة في ظل العولمة، والتي فرضتها أيضاً الجائحة في الوقت الحاضر؛
- ٤- يمكن استخدام الصحف الإلكترونية التي تعتمد على صحافة البيانات لمكافحة أو توليد الأخبار المزيفة.

يرى المؤلفون أنه في النقاش حول المشكلة الحالية المتمثلة في إنتاج وانتشار الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي، من الضروري أن نعتبر هذه الظاهرة بمثابة إعادة إنتاج لممارسات قديمة، وأن نتعامل معها أيضاً باعتبارها عملية "تضليل اجتماعي". وأشاروا إلى إن مصطلح "التضليل" في سياق علم المعلومات محل نقاش واسع النطاق، وتشكل خصائصه موضوع دراسات في مجال الاتصالات والحوسبة ويمكن إضافتها إلى هذا النقاش. ويستند هذا إلى افتراض مفاده أن علم المعلومات يمكن أن يشير إلى المسارات، ويساهم في احتواء تقدم "الأخبار المزيفة" (وهو تعبير يعتبر مثيراً للجدل من قبل اليونسكو) وأنه قد يحفز مجالات أخرى للاستثمار في ممارسات علم المعلومات.

لقد كانت الانتخابات الأمريكية في عام ٢٠١٦ بمثابة علامة فارقة في ظاهرة الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث لم يسبق من قبل أن انتشرت الأخبار الكاذبة على نطاق واسع في كافة وسائل الإعلام بشكل منسق كما حدث في هذه الانتخابات. فقبل وقت قصير من بدء الاستفتاء الأمريكي، اكتشفت وسائل الإعلام الدولية وجود شركة أخبار كاذبة مربحة يسيطر عليها مراقبون من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. وكان مقر الشركة الرئيسي في بلدة فيليس الصغيرة في جمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة، وكانت المجموعة تتلقى رواتب "لتصنيع" ونشر المعلومات. ومن خلال التحقيقات، تم تحديد أكثر من ١٠٠ موقع إلكتروني مؤيد لترامب ينشر أخبارا ملفقة، وكانت جميع هذه النطاقات مسجلة في فيليس.

وفي الآونة الأخيرة، ظهر شكل آخر من أشكال التلاعب باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحرير مقاطع الفيديو. يمكن لهذه التقنية الاحتيالية تزوير المحتوى الإباحي، على سبيل المثال، إنتاج مونتاج لخطابات كاذبة لتشويه سمعة الناس كما كانت يتم باستخدام تقنيات أخرى في روما القديمة. يطلق على عملية التحرير المدمجة للصور والصوت اسم "DeepFake" وهي ميزة التلاعب بالصور التي تسمح بتزوير المواقف لتشويه سمعة أولئك الذين هم هدف لهذا النوع من الفخاخ. الأهداف المفضلة لمنشئي "deepfake" هم السياسيون والمشاهير.

من الضروري التأكيد على أهمية نظم المعلومات في مكافحة ثقافة التضليل، فمن المؤكد أن المعرفة ذات الصلة تعمل على تحسين جودة عمليات الاتصال، مما يجعلها أكثر انتقائية وتركيزا على المستخدم، مما يوفر مساهمات كبيرة في الجودة في المهام والعلاقات. لمواجهة ظاهرة "الزيف"، يجب أن يسهل استخدام التكنولوجيا الوصول إلى خدمات المعلومات واستخدامها، مع الأجهزة التي تحدد إمكانية الاحتيال أو المعلومات المشكوك فيها، ولهذا يجب توجيه البحث الحالي. من الواضح أننا نواجه تحدي البحث متعدد التخصصات بالضرورة. من أجل جعل البرمجيات أكثر كفاءة في مهمة تحديد التلاعبات أو التناقضات المحتملة وكذلك لتشجيع التعليم الأخلاقي للمستخدمين ومنتجي الرسائل، يجب أن ترتبط نظم المعلومات بالحوسبة والتعليم ومجالات المعرفة الأخرى.

في الوقت الحالي، وفي نفس الوقت الذي يتم فيه "تصنيع" الأخبار الكاذبة، يتم تطوير إجراءات وأدوات مختلفة لمكافحتها. تهدف المبادرات مثل إنشاء مواقع الويب التي تتحقق من صحة الأخبار المعروفة باسم "التحقق من الحقائق" إلى تقليل نشر معلومات المحتوى الكاذب وبالتالي التأثير الذي يمكن أن تحدثه في حياة الناس، في جميع أنحاء العالم تم

اتخاذ بعض القرارات الحكومية والتجارية لمنع نشر الأخبار الكاذبة، تعد البرامج القائمة على التقنيات الدلالية لتحليل النصوص واستخراج المعلومات في عملية التحقيق إمكانية أخرى بالإضافة إلى تقنيات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) أحد الأهداف الرئيسية لمعالجة اللغة الطبيعية هو تقريب التي تتضمن معالجة اللغة الطبيعية على التعلم الحصول على معلومات استخباراتية من محتوى غير منظم معبر عنه بلغة طبيعية. تعتمد جميع الأبحاث الحالية تقريباً التي تتضمن معالجة اللغة الطبيعية على التعلم الآلي والبيانات الإحصائية، ومؤخراً على شبكات التعلم العميق العصبية.

يقدم الفصل التاسع الذي جاء تحت عنوان "نظام إدارة المحتوى الدلالي لغرف الأخبار: اقتراح علم الفيروسات لتعزيز تمثيل المعرفة في بيئات التأليف" نظام إدارة المحتوى على شبكة الإنترنت الدلالية إلى غرف الأخبار. ويقترح وجود علم مصطلحات للفيروسات لتحسين تمثيل المعرفة في بيئات التأليف. يعد نظام إدارة المحتوى الدلالي أداة تساعد في البحث عن النصوص المتعلقة بالموضوع الذي تتم كتابته، مع تدوين ملاحظات دلالية لما يتم إنتاجه. ويتمثل التحدي في تدوين ملاحظات دلالية حول موضوع في تفاصيل الأخبار، نظراً لأن الموضوعات الجديدة نادراً ما يكون لديها علم مصطلحات متاح عند الطلب. يصف هذا العمل إنشاء علم مصطلحات فيروس زيكاً من قبل فريق المشروع، وهي قضية جديدة وذات صلة في وقت الوباء، وتنفيذ شرح الأخبار حول زيكاً. يوضح المؤلفون جدوى استخدام علم المصطلحات في لحظة إنتاج النص في غرفة الأخبار، على عكس الأساليب الأخرى التي تستخدم فيها علم المصطلحات بشكل أساسي بعد النشر أو لاسترجاع المعلومات.

ويصف هذا الفصل الأساس المفاهيمي والعملي لتحديد ونمذجة وتصميم بيئة تأليف أخبار قائمة على الأنطولوجيا للويب الدلالي، والتي تأخذ في الاعتبار بناء واستخدام الأنطولوجيا لمرض زيكاً. وقد قيل إن أنظمة إدارة المحتوى يتم تكييفها من أجل تلقي الميزات الدلالية، مثل الإنشاء التلقائي للكلمات الرئيسية، والتعليق الدلالي والوسوم، ومراجعة المحتوى وما إلى ذلك. نقدم هنا البنية الأساسية المصممة لتعزيز البحث في أنظمة إدارة المحتوى الدلالي بالإضافة إلى تقنيات الويب الدلالي التي يمكن دمجها في بيئة تأليف أخبار قائمة على الأنطولوجيا وفي النهاية، كأعمال مستقبلية، التحديات التي يتعين علينا التغلب عليها لاستخدام هذه الأدوات في سياق غرفة الأخبار الحقيقية.

في الفصل العاشر والأخير، تحت عنوان "وجهات نظر الصحفيين حول إنتاج المحتوى من الصحف المطبوعة إلى غرف الأخبار الافتراضية" يوضح المؤلفان كيف يغير مستهلكو الأخبار سلوكهم في الوصول إلى محتوى الأخبار والتفاعل معه، حيث أصبحوا الآن

مستهلكين منتجين (منتجي أخبار ومستهلكي أخبار مجتمعين). ويتمثل التحدي في تحويل هؤلاء المتعاونين الاستباقيين من عصر ما بعد الحقيقة، حيث تولد الاستقطابات السياسية وخطابات الكراهية أخباراً كاذبة، إلى فترة نهضة جديدة حيث تنتج بيئة أكثر دعماً وكرماً وسلمية وتسامحاً وشمولاً أخباراً موثوقة في غرفة أخبار افتراضية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال العمليات التجارية الصارمة والتحليل البشري بمساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي. وفي هذا السيناريو، لا تعد التطبيقات مثل WhatsApp أو البريد الإلكتروني أو Twitter أو Facebook مصدراً للمعلومات فحسب، بل إنها أيضاً قنوات اتصال جديدة تنشر محتوى مخصصاً. وبالتالي، تواجه منظمات الاتصال تحديات كبيرة يفرضها انخفاض عدد القراء الدافعين والمنافسة التي تفرضها التقنيات الناشئة التي تسمح بطرق جديدة لإنتاج ونشر الأخبار.

ويوضح الفصل كيف تعمل التكنولوجيا في الوقت الفعلي على تغيير الصحافة بشكل كبير. فبسبب سرعة المعلومات، لا يتاح للمرء الوقت لبناء تقرير في أيام أو أسابيع، كما كان الحال في السابق. ومع ذلك، في الوقت نفسه، تسمح لنا الصحافة التي تسترشد بالبيانات، مع إمكانية الحصول على بيانات ومعلومات وفيرة، بممارسة صحافة أكثر دقة. من ناحية أخرى، فإن إنتاج الأخبار هو مجرد إعلامي وليس انعكاسي تجربنا هذه المنظورات على استخدام بيئة تعاونية لتسريع إنتاج الأخبار في غرف الأخبار.

ويرى المؤلفان أنه لن تكون هناك مساحة لوسائل الإعلام المطبوعة. حتى الشركات الإعلامية الصغيرة الرقمية والافتراضية بالكامل والتي تتمتع بالكفاءة ستبقى على قيد الحياة. في بيئة معرضة للأوبئة والجوائح، فإن العزلة الجسدية الشخصية هي شيء سيصبح متكرراً بشكل متزايد، وهذا سيغير حياتنا إلى الأبد. في هذا السيناريو، ستكون التجارة عبر الإنترنت هي الخيار الأول. سيكون التعليم عبر الإنترنت لجميع أشكال الحياة. سيتغير سوق السياحة إلى شكل أكثر استدامة، وأماناً دون رحلات طويلة تستهلك الوقود أو مناطق جذب سياحي مزدحمة. ستكون السياحة تجربة واقع افتراضي غامرة، مع بيع الهدايا التذكارية الافتراضية في غرفة الأخبار ٤.٠. سيتم استبدال رحلات العمل بمؤتمرات الفيديو. سيتم توزيع النظام الصحي؛ سيصبح الطب عن بعد والرعاية المنزلية حقيقة واقعة. ستكون سلسلة التوريد افتراضية، وتحل محلها تعليمات رقمية لطباعة أجزاء ومكونات ثلاثية الأبعاد.

وبالتالي احتياجاتنا الحقيقية لاستدامة حياتنا سوف تصبح أبسط، والأساسية هي البقاء، ولكن احتياجاتنا الافتراضية لحياتنا الافتراضية في بيئتنا الافتراضية سوف تكون أكثر

تعقيدا وصديقة للبيئة. بالإضافة إلى عزلتنا الجسدية، سوف نكون أكثر اتصالاً افتراضياً وسيكون لدينا المزيد من الوقت لقضاء حياتنا مع من نهتم بهم حقاً. في هذا السيناريو المستقبلي الذي أصبح حديثاً مع جائحة كوفيد ١٩ فسوف تتغير غرفة الأخبار بشكل كبير، فيتم دمج الأدوات في منصة واحدة لإدارة عملية عمل غرفة الأخبار بشكل أفضل، والتي ستستخدم العديد من التقنيات مثل غرفة الأخبار الافتراضية، وعملية الأعمال المرنة، والذكاء الاصطناعي، والحوسبة الدلالية، وأنظمة متعددة الوكلاء، والذكاء الاصطناعي بمساعدة الإنسان على سبيل المثال لا الحصر، ستساعد كل هذه التقنيات في معالجة عدد لا يحصى من البيانات والمعلومات مصادر المعرفة بدءاً من أهمها المصدر البشري للمعرفة والمعلومات المكمل بإنترنت الأشياء وأجهزة الاستشعار وبيانات الإنترنت للسماح بإنتاج أي نوع من المحتوى، يختاره البشر، لجمهور مقسم حسب الملفات الشخصية واستخدام المنصة والا اهتمامات والسوق والمجموعات أو العادات.

يصف هذا الكتاب لحظة فريدة في عملية إنتاج المعلومات في الصحف. أولاً، سيتعين على قطاع الخدمات ووسائل الإعلام الاستثمار في التحول الرقمي، ليس فقط من خلال الاستثمار في التكنولوجيا ولكن أيضاً في الموارد البشرية وتصميم العمليات. لقد انتقل الاقتصاد بسرعة كبيرة إلى البيئة الرقمية، مما أدى إلى ظهور كتلة من الأميين الرقميين. لذلك، ستكون المعلومات "سلعة" عندما يتم رعايتها أو توجيهها إلى هدف محدد، مثل حالات الأوبئة أو الحملات الإعلانية. في حالة مقال صحفي محدد ومتعمق، مصمم لمتلقي أو شريحة من المجتمع، على سبيل المثال، يتطلب الأمر تقديم معلومات جيدة المعالجة، وقد يكلف القارئ. وهذا يعني توظيف محترفين موهوبين يستخدمون أدوات تكنولوجيا المعلومات المناسبة. من ناحية أخرى، يجب بناء المعلومات العامة بعناية، أحياناً عبر الروبوتات، ولكن مع التأكد من عدم اختلاطها بمصادر غير موثوقة أخرى، أو حتى الأخبار المزيفة، حيث سيكون هذا أكثر تواتراً.