

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية



مذكرة نهائية من متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تخصص : صحافة مكتوبة وإلكترونية

شعبة : علوم الإعلام والاتصال

الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية.

- دراسة ميدانية لاتجاهات الصحفيين على البيئة الرقمية
بمستغانم-

تحت إشراف:

- بوعمامة العربي

مقدمة من طرف:

❖ بن زيدان أحمد

أعضاء لجنة المناقشة:

أ. بعلي محمد.....رئيسا

أ. بوعمامة العربي.....مؤظرا

أ. بنونة نادية.....مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

ملص الدراسة:

علجت دراستنا الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية، حيث تهدف إلى التعرف على مدى التحكم المعلوماتي واللغوي والتقني في متطلبات التحرير والنشر الإلكترونيين، عبر مخف مراحل إنتاج المادة الإعلامية من قبل الإعلاميين الجزائريين العاملين في المؤسسات الإعلامية الرقمية وأثر ذلك على مردود أدائهم المهني. تنتمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية، حيث تم الاعتماد على المنهج السحي واستخدام أداة المقابلة على عينة عشوائية تتكون من 06 صحفيين مقسمة بالتساوي بين قطاعي الإعلام العمومي والخاص، وقد توصلت الدراسة لجملة من النتائج أهمها أن الحث عن لصفي الإلكتروني في الجزائر بالمعنى الاحترافي للأداء والمهنية لا يزال الأمر مبكرا عليه، حيث يتسم أداء الإعلاميين الجزائريين المشتغلين في البيئة الإعلامية الرقمية بعدم الكفاءة المهنية لغويا وتقنيا، وغياب الاهتمام بالتدريب المهني والتكوين العلمي الإعلامي المتخصص، إضافة لغياب تشريع قانوني مستقل منظم للمهنة الإعلامية عبر لخط الأمر التي أثر سلبا على مردودية الأداء والممارسة الإعلامية الرقمية في الجزائر.

كلمت مفتاحية:

الإعلامية - الممارسات الإعلامية - البيئة الرقمية - الرقمنة

Study Summary:

Our study focused on media practices in the digital environment, aiming to understand the extent of informational, linguistic, and technical control in the requirements of editing and electronic publishing across various stages of media production by Algerian journalists working in digital media institutions and its impact on their professional performance. This study belongs to the descriptive research type, employing a survey methodology and utilizing interviews with a random sample of 60 journalists equally divided between public and private media sectors. The study found several key results, notably that the concept of the digital journalist in Algeria in terms of professional performance and professionalism is still in its early stages. Algerian journalists working in the digital media environment exhibit deficiencies in linguistic and technical proficiency, with a lack of emphasis on professional training and specialized media education. Additionally, there is an absence of independent legislative regulation governing the journalism profession, negatively impacting performance efficiency and digital media practices in Algeria.

Keywords:

Journalism – Media Practices – Digital Environment – Digitization

شكر وعرفانه

بسم الله خالق هذا الكون له الحمد جل اسمه وعظم شأنه نشكره
على منحنا فرصة في الحياة فأنا لنأ طريق العلم وإن كان العلم لا
حدود ولا عمر له.

نرفع يدنا قلوبنا شاكرين إليه عز مجده وإن بدأنا فلا نستطيع أن
نختم أو نصل إلى شكره إلى كل من أوجد طريق العلم في دربنا
وصال وجمال من أجل حصوله إلى من ساعدنا في مشوارنا
إلى المؤطر الأستاذ " بوعمامة العربي " حفظه الله كما نتقدم بجزيل
الشكر لكل من ساندنا ولو بكلمة طيبة إلى كل هؤلاء كل الشكر
والتقدير والاحترام.

كما لا يفوتنا بالشكر والتقدم والاحترام لكل أساتذة كلية العلوم
الاجتماعية شعبة علوم الاعلام والاتصال * بجامعة مستغانم*

تقبلوا والتقدير منا فائق الاحترام والتقدير

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أحمد الله عز وجل كل الحمد وأثني عليه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه
وأصلي وأسلم على نبينا ورسولنا وسيدنا محمد وعلى آله وأصحابه وأزواجه وذرياته ومن سار
على هديه إلى يوم الدين.

أهدي ثمرة جهدي على التي لو جمعة الدنيا كلها ووضعتها بين يديها ما وفرت لها ولو جزء
بسيط من حقها "أمي الغالية" أطال الله في عمرها.

إلى جدتي التي تعبت في تربيتي وكان لها فضلا علي في هذا النجاح.

إلى أبي الذي أعاني وساندني بروح الصبر وتعب من أجلي.

إلى زوجتي وروح قلبي التي ساندتني طيلة مشواري هذا.

إلى أصدقائي كل من محمد، الطاهر، فغلو، عبدالله، حكيم، توفيق، رضوان، وإلى ابن عمي

شريف.

إلى إخوتي وأخواتي وعماتي حفظهم الله.

كما اشكر الأستاذ بوقصة عبد الله على التوجيهات والدعم المعنوي الذي قدمه لي طيلة هذه
المدة ونصائحه المقدمة لإنجاز هذه الدراسة.

كما يطيب لي أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة.

وأخيرا أوجه التحية إلى جميع عمال البريد بولاية مستغانم

وفي الأخير أدعو الله رب العالمين أن يوفقنا إلى ما هو خير

"بن زيدان احمد"



قائمة المحتويات

المحتويات	الرقم
ملخص الدراسة.....	-
الشكر.....	-
الاهداء.....	-
قائمة المحتويات.....	-
قائمة الجداول والاشكال.....	1
مقدمة.....	أ
الفصل المنهجي.....	3
الفصل الأول: الإعلام الرقمي وسائل الإعلام الأخرى.....	10
تمهيد:.....	11
المبحث الأول: الإعلام الرقمي.....	12
المطلب الأول: الإعلام الرقمي، المفهوم والخصائص.....	12
المطلب الثاني: أثر ظهور الإعلام الرقمي على وسائل الإعلام.....	19
المبحث الثاني: آفاق صناعة الإعلام الرقمي: الفرص والتحديات.....	25
المطلب الأول: أثر التحولات الرقمية على تطور صناعة الإعلام.....	26
المطلب الثاني: تحديات صناعة الإعلام الرقمي.....	31
خلاصة الفصل:.....	37
الفصل الثاني: المعوقات التي تواجهها الصحافة وتأثير وسائل السوشي ميديا والذكاء الصناعي	39
تمهيد:.....	40
المبحث الأول: الممارسة المهنية لصحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية.....	41
المطلب الأول: اتجاهات صحافة المواطن.....	41
المطلب الثاني: المعايير المهنية والأخلاقية لصحافة المواطن على شبكات التواصل الاجتماعي.....	45

قائمة المحتويات

49	المبحث الثاني: تحديات صحافة المواطن في ظل الإعلام التواصلي.....
49	المطلب الأول: تأثير صحافة المواطن على العمل الإعلامي:
53	المطلب الثاني: مفهوم الذكاء الاصطناعي ودوره في الإعلام.....
60	المطلب الثالث: الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي في الإعلام.....
68	خلاصة الفصل:
70	الفصل الثالث: دراسة ميدانية.....
71	تمهيد.....
72	المبحث الأول: منهجية البحث والاجراءات الميدانية:
72	المطلب الأول: مجتمع وحدود الدراسة.....
73	المطلب الثاني: أداة الدّراسة:
76	المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج.....
76	المطلب الأول: عرض النتائج.....
88	المطلب الثاني: نتائج الدراسة:.....
91	خلاصة:.....
93	خاتمة عامة:.....
96	قائمة مراجع.....
101	قائمة الملاحق.....

قائمة الأشكال والجداول

قائمة الجداول :

- 75..... جدول رقم 1: يمثل محاور الاستبيان
- 76..... جدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب الجنس
- 77..... جدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب السن
- 78..... جدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب الإنتماء الصحفي
- 79..... جدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في ممارسة المهنة

قائمة الاشكال

- 76..... شكل رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب الجنس
- 77..... شكل رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب السن
- 78..... شكل رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب الإنتماء الصحفي
- 79..... شكل رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في ممارسة المهنة

مقدمة

عامّة

مقدمة

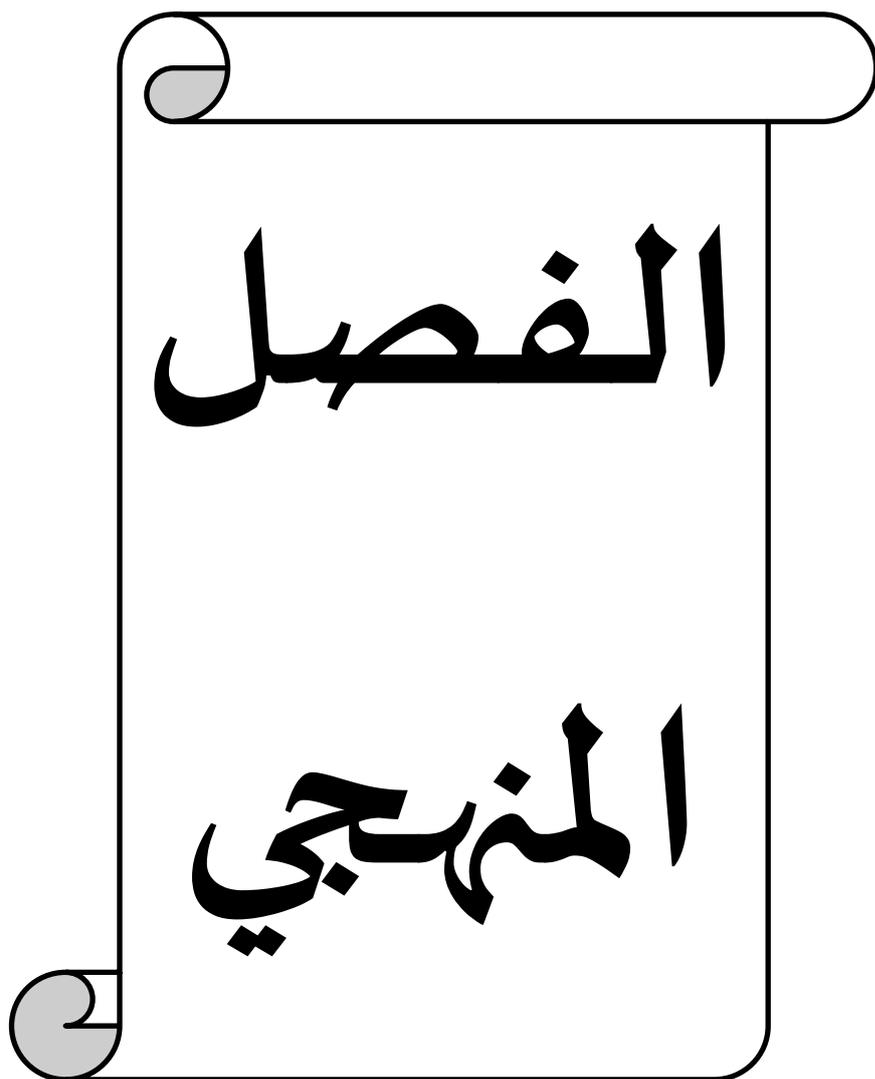
شهد الإعلام تحولات جذرية بفعل التطورات التكنولوجية والانتشار الواسع للإنترنت، مما أدى إلى نشوء بيئة رقمية تتطلب ممارسات إعلامية جديدة ومبتكرة. أصبحت المؤسسات الإعلامية تواجه تحديات غير مسبوقة تتعلق بسرعة انتشار المعلومات، وزيادة التفاعل مع الجمهور عبر المنصات الرقمية. في هذا السياق، تظهر الحاجة الملحة لتحليل كيفية الإعلام مع هذه البيئة الرقمية، وما هي الممارسات التي يتم تبنيها لضمان دقة وموثوقية الأخبار.

البيئة الرقمية توفر فرصا كبيرة للمؤسسات الإعلامية للوصول إلى جمهور أوسع بطرق أكثر فعالية وتفاعلية. مع ذلك، تفرض هذه البيئة تحديات جديدة مثل انتشار الأخبار الزائفة، والتغير السريع في تفضيلات الجمهور، والضغط الاقتصادي الناتجة عن النماذج التجارية الجديدة. أصبحت المنصات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات الصوتية والفيديوية أدوات رئيسية في نشر الأخبار والمعلومات، مما يتطلب من الصحفيين تبني مهارات جديدة والتكيف مع أدوات وتقنيات حديثة.

تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير الرقمنة على الممارسات الإعلامية التقليدية، وتحديد الاستراتيجيات الأمثل للتكيف مع هذا التحول. سيتم تحليل كيف يمكن للمؤسسات الإعلامية الحفاظ على معايير الصحافة الجيدة في ظل الضغوط الرقمية، وكيف يمكنها الاستفادة من الفرص التي تقدمها التكنولوجيا لتعزيز جودة وموثوقية الأخبار.

من خلال هذه الدراسة، نهدف إلى تقديم رؤى قيمة تساعد المؤسسات الإعلامية على مواجهة التحديات واستغلال الفرص التي توفرها البيئة الرقمية، مما يساهم في تطوير ممارسات إعلامية تتناسب مع العصر الرقمي وتعزز من تواجد وتأثير الإعلام في المجتمع.

قمنا بتقسيم دراستنا إلى فصل منهجي وفصلين نظريين وفصل تطبيقي، وكل فصل احتوى على بحثين وكل بحث على مطلبين، فالفصل الأول كان بعنوان "الإعلام الرقمي وسائل الإعلام الأخرى"، أما الفصل الثاني عنون بـ: "المعوقات التي تواجهها الصحافة وتأثير وسائل السوشي ميديا والذكاء الصناعي"، أما الفصل الثالث: دراسة ميدانية، وختمنا دراستنا بخاتمة عامة وتوصيات



الفصل

المنزجي

الإشكالية .

شهدت الممارسات الاعلامية في الآونة الخيرة تحولات عديدة على كافة المستويات والأصعدة ولعل أبرز هذه التحولات هو الهيمنة التكنولوجية والبنية الرقمية هذه الأخيرة اقتحمت جوانب الحياة لأفراد المجتمع خاصة من خلال مراقبتهم لأماكن وتنقلات الأفراد اليومية ، إضافة إلى الدور الكبير الذي يناط بممارسي المهنة الإعلامية من إعلاميين و صحفيين الذين يواجهون التحديات الكبرى في ممارستهم للمهنة أكثر من أي وقت مضى خاصة في الوقت الذي انتشرت فيه أساليب جديدة للممارسات وأصبح الكل يشارك في صناعة المحتوى والمضامين الإعلامية لذلك تعالج في هذه الورقة البحثية الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية .

وهذا ما دفعنا إلى طرح التساؤل التالي :

كيف تؤثر البيئة الرقمية على المؤسسة الإعلامية ؟

من هذا التساؤل الرئيسي والإحاطة بالموضوع من جميع جوانبه ارتأينا طرح التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هو واقع الممارسات الاعلامية للصحفيين في مدينة مستغانم في ظل البيئة الرقمية ؟
2. كيف تؤثر الابتكارات التكنولوجية الحديثة على العمل الإعلامي الرقمي ؟
3. ما بين الاستراتيجيات والتقنيات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية الرقمية؟
4. كيف يكون المشهد الاعلامي في ظل الذكاء الاصطناعي؟

• تحديد المفاهيم :

- الممارست: تشير إلى الأساليب والإجراءات التي يتم اتباعها لتحقيق أهداف معينة في مجال محدد. في سياق الإعلام والسياحة، تتضمن الممارسات الطرق المتبعة في جمع الأخبار، التحقق من المعلومات، تقديم الأخبار، والتسويق السياحي¹.

• الممارسة الاعلامية :

- اصطلاحا: ويعرف أحمد زكريا أحمد الممارسة الاعلامية على أنها مزاوله عمل الصحفي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات وتحال الحركة، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية، وتعرف بأنها القواعد والأساليب والإجراءات التي يتبعها المهنيون والممارسون الصحفيون ويلتزمون بما في ممارستهم المهنية بالصحف .

- التعريف الإجرائي الممارسة الاعلامية تلك المهام والأعمال التي يقوم بها العاملين داخل المؤسسة الصحفية والتي تنقسم على حسب الخبرات والتخصص والإمكانيات قصد صياغة المضامين الإعلامية والمواد الصحفية بكل حرية دون أي تطبيق²

- البيئة: تشير إلى المحيط أو السياق الذي تحدث فيه الأنشطة. يمكن أن تكون فيزيائية، مثل المواقع الجغرافية والطبيعية، أو يمكن أن تكون اجتماعية واقتصادية، مثل العلاقات الاجتماعية والاقتصاديات المحلية. في السياحة، البيئة تشمل الجهات السياحية والبنية التحتية المرتبطة بها.³

- الرقمنة: تعني تحويل العمليات والبيانات التقليدية إلى شكل رقمي. يشمل ذلك استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين الكفاءة، زيادة الوصول إلى المعلومات، وتسهيل وتسهيل التواصل. في مجال الإعلام، تشمل الرقمنة تحويل المحتوى الإعلامي إلى

1- جونسون، مايكل. "مبادئ الصحافة والإعلام"، ص 35، 2018.

2- حداد براهيم، تأثير الرقابة وأخلاقيات المهنة المحلية على ممارسة الإعلام في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2016 - 2015

3- سميث، جون. "علم البيئة الاجتماعية"، ص 47، 2020.

منصات رقمية، وفي السياحة، تشمل استخدام التكنولوجيا لتعزيز تجربة السياح وتحسين الترويج للوجهات السياحية.¹

● الذكاء الاصناعي

- **اصطلاحا** هو التيار العلمي والتقني الذي يضم الطرق والنظريات والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء الآلات قادرة على محاكاة الذكاء.
- **التعريف الاجرائي** : دراسة وتصميم أنظمة ذكية تستوعب بيئتها وتتخذ إجراءات تزيد من فرص نجاحها في حين وضع هذا المصطلح . سنة 1955 بأنه علم وهندسة وهندسة صنع الآلات ذكية²

● البيئة الرقمية:

- **اصطلاحا**: هي البيئة التي مكوناتها و محتواها التكنولوجيا الرقمية ويتصل المستفيد بها من أي مكان ومن أي حاسوب ، وبالتالي يمكن أن تطلق على شبكة الانترنت مسمى البيئة الرقمية.
- **التعريف الاجرائي** : عبارة عن مزيج من الأنشطة والخدمات التي تكتسي طابعا رقميا تبعا للوسائل والإمكانيات المتاحة³
- **الفرضيات**:

في الدراسات العلمية يتم وضع الفرضيات او الفرضية العلمية لأجل اختبارها، وأي بحث علمي يبدأ بمشكلة يضع لها الباحث فرضيات تعتبر حولا محتملة أو أولية لهذه الحلول قد يتأكد منها الباحث أو ينفيها، إنطلاقا من الإشكالية المحددة سابقا تم وضع الفرضيات التالية:

✓ تؤثر البيئة الرقمية على الممارسات الإعلامية .

✓ تواكب الممارسات الاعلامية التطورات التكنولوجية

- براون، أليس. "التحول الرقمي في الإعلام"، ص22، 2019.¹

²- المجلة الجزائرية للاتصال المجلة 24 العدد 1 (2022) ص 08 - 29

³- شروف بدالعزیز - سالم بصفر سلوكيات البحث من المعلومات في البيئة الرقمية لدى طالبات التعليم العام رسالة ماجستير

• أهداف الدراسة:

لكل دراسة يجب أن يكون لها أهداف محددة وأهداف دراستنا هي:

- الوقوف على تأثير البيئة الرقمية المعاصرة على العمل الإعلامي
- التعرف أكثر على واقع المؤسسات الإعلامية الرقمية في الجزائر
- اكتشاف أهم الصعوبات والمشاكل التي تعترض الإعلام والإعلاميين
- استشراف مستقبل الإعلام الرقمي من خلال وضع إستراتيجيات تفيد العمل الإعلامي كالذكاء الإصطناعي.

• أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع المتمثل في:
1. الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية.
1. البيئة الرقمية الجديدة وتأثيرها على المعلومات الإعلامية
2. اللجوء إلى استعمال التطور الرقمي في المجال الإعلامي.
3. توضيح الدور الذي تلعبه المؤسسات الإعلامية الرقمية في المجالات المختلفة
إقتصاديا، إجتماعيا ثقافيا، سياسيا
4. الحاجة إلى استشراف مستقبل الإعلام الرقمي على مديين المتوسط والبعيد.

• منهج الدراسة :

تتدرج هذه الدراسة من البحوث الوصفية وعلى هذا فهي نستعين بصفة أساسية منهج منهج المسح الاجتماعي بالعينة، و ذلك بهدف إعطاء صورة عامة وشمولية عن الممارسات الممارسات الإعلامية في كل البيئة الرقمية ويعرف علماء الاجتماع المسح بإعتباره الدراسة الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة معينة في مكان معين وهو أسلوب جمع المعلومات عن جماعة معينة في بيئة معينة من حيث ظروفهم المعيشية ونشاطاتهم وتأسيس

على ذلك يهدف المسح بصفة عامة إلى وصف الظروف والسلوك كما يهدف أيضاً إلى تفسيرها.¹

● اسباب اختيار الموضوع:

إن تعرضنا لموضوع الممارسات الاعلامية في ظل البيئة الرقمية لم يأت من العدم إنها كان نتيجة لأسباب وعوامل ذاتية و اخرى موضوعية نوردها على النحو الآتي:

● الأسباب الذاتية:

1. إن السبب الذي دفعنا إلى الاهتمام بهذا الموضوع هو حب الإطلاع على ما يجنيه هذا العالم إلى جانب ذلك أننا سوف نكون رجال اعلام في المستقبل.
2. اقتناعنا من بداية التعليم ضرورة تقديم شيء جديد يخدم الإعلام فكانت البحوث المقدمة في إطار الأعمال الموجهة في أولى الخطوات في الميدان
3. الفضول والرغبة في الإلمام بكل حيثيات العمل الإعلامي بالإضافة إلى الإعداد الذاتي لمواجهة العمل مستقبلا
4. رغبتنا في البحث في كل ما هو استثنائي وجديد مثل الرجال التكنولوجي والرقمي.

● الأسباب الموضوعية:

1. اهمية الموضوع ومكانته في مجال الإعلام والاتصال باعتباره موضوعا حديثا واستثناء
2. ندرة وقلة الدراسات والبحوث التي تهتم بهذا المجال
3. الدور العام الذي يلعبه الاعلام الرقمي في حياتنا اليومية في تشر المعلومات وانتشارها عبر العالم متحديا عنصرين الزمان والمكان .

¹- محمد منير حجاب، مرجع سابق ذكره، ص 58.

4. فتح المجال أمام الباحثين ومساعدتهم على دراسة مثل هذه المواضيع المهمة مستقبلاً.

• الدراسات السابقة:

- المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي

د. محمد علي القعاري - علوم الاتصال journal.oiu.edu.sd - 2020 ,

يهدف البحث إلى دراسة المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي من خلال المنهج

الوصفي الاستقرائي

الذي يتأمل في جزئيات التراكم العلمي ليصل منه الباحث إلى وصف عام للظاهرة موضوع

الدراسة،...

- الإعلام الرقمي الجديد، بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع

السهلي بلباسم - المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام - 2021 ,

asjp.cerist.dz

: The concept of new media enjoys the greatest fortune in modern academic media studies,

as a result of the technical and technological interaction between the various audiovisual ...

- إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي

الحازمي، مبارك بن واصل - المجلة المصرية لبحوث الأعلام - 2021 ,

ejsc.journals.ekb.eg

إن ما ساعد الإعلام الرقمي على الانتشار ارتباطه بالتقنية المتطورة بسرعة فائقة، والتي أصبحت تطورات مذهلة، وبطبيعة الحال ستشهد البشرية تطورات أخرى في المستقبل القريب، قد تغطي على...

- الإعلام الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته

منصور - مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة asjp.cerist.dz - 2022 ,

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على مفهوم وتطور الإعلام الرقمي وخصائصه، وكذا

التركيز على مختلف تسمياته ووسائله وأدواته، مع تحديد أبرز نظرياته في إطار الانتقال من نمط...

الفصل الأول:

الإعلام الرقمي وسائل

الإعلام الأخرى

تم . . . هيد . . . د :

أحدثت التطورات التقنية المتلاحقة في مجال الأنترنت تحولات اقتصادية هامة في بيئة الإعلام وإقتصادياته، وكان لها تأثيرا اقتصاديا إيجابيا في اقتصاديات المؤسسات الإعلامية، وخاصة عمليات الإنتاج والتوزيع الإعلامي والتواصل بين المنتج والمستهلك وأتاحت هذه التطورات التكنولوجية والرقمية الكثير من الفرص الواعدة للدول والشركات والكيانات الاقتصادية في بيئة الإعلام، لكنها فرضت أيضا العديد من التحديات التي تمثل تهديدا لصناعة الإعلام الرقمي.

إذ تناولنا في مبحثنا هذا عن مدخلا نظريا للتعريف بالإعلام كظاهرة حديثة في مجال العلوم الاجتماعية بصفة عامة وحقل الدراسات الإعلامية بصفة خاصة ودراسة تأثير التطورات الرقمية على مستقبل الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب وتأثير هذا التطور في مفهوم وأسس وقواعد اقتصاديات الإعلام فقد كان نادرا، في الماضي القريب، وتحديدًا في الدول النامية، أن يتم الربط بين قطاعي « الإعلام و الإقتصاد » أو " الإعلام و الصناعة «أو السوق و الإعلام» معا كوحدة واحدة تنظيرا وبحثا، بسبب النظرة الضيقة إلى طبيعة فهم وسائل الإعلام، وهذا مابداً بتغيير ويتبدل في الآونة الأخيرة، وأثر على الرؤية الفكرية الحاكمة لعمل وسائل الإعلام، حيث قسمنا بحثنا في الفصل الأول إلى مبحثين، وفي كل مبحث مطلبين.

المبحث الأول: الإعلام الرقمي.

إن اهتمام الإنسان بتطوير وسائل الإعلام ليكشف عن غريزة فطرية لديه فعلى مر القرون الماضية من التاريخ الإنساني، لم تتوقف محاولات الإنسان لتطوير الأدوات التي يستخدمها للتعبير عن آرائه وأفكاره وإعلام المحيطين به فالمتابع لتطور الأدوات والوسائط التي استخدمها الإنسان في الإعلام والتواصل، يكتشف بوضوح قوة تلك الغريزة الغريزة الفطرية التي مكنت الإنسان من تطوير أدواته الإعلامية بشكل لافت للنظر منذ أن نقش الإنسان الأول على جدران الكهوف مرورا باستخدام المصريين القدماء للغة الهيروغليفية المصورة واستخدام ورق البردي.¹

وحتى ذلك التاريخ كان النص والصورة الثابتة المحفورة والمرسومة، وكذلك كان الصوت الصوت البشري هي عناصر ومكونات المشهد الإعلامي والاتصالي في تلك الحقبة، وظلت كذلك ولم تتغير حتى بزوغ عصر الآلة ولطباعة، ثم الكمبيوتر ولهااتف والانترنت والانترنت وعدد كل اكتشاف كانت الإنسان على عهد جديد بإعلام الجديد.²

المطلب الأول: الإعلام الرقمي، المفهوم والخصائص.

الفرع الأول: مفهوم الإعلام الرقمي.

الإعلام في اللغة يشير إلى الأخبار ويقال أخبر فلانا الخبر أي أخبر به، والإعلام هو التبليغ والإبلاغ بالمعلومات والأخبار والإعلام الرقمي اصطلاحاً هو الإعلام الذي يعتمد يعتمد على استخدام الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات ويتميز بارتباطه

د. رحيمة الطيب العيسني: "لصراع ولتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي"، الباحث الإعلامي، (بغداد: جامعة بغداد: 1 العدد(20)، 2013)، ص 65.
² نفس المرجع ، ص 65.

بارتباطه بشبكة الأنترنت والحسب الآلي والأجهزة النقالة ودمج وسائل الإعلام التقليدية بعد
بعد إضافة الميزة الرقمية والتفاعلية.¹

وبرغم تعدد المصطلحات والتعريفات التي حاولت أن تصنف ظاهرة استخدام الأنترنت
كوسيلة وأداة إعلامية إلا أن هناك شبه اتفاق على تميز الإعلام لرقمي بخصائص حديثة
ومختلفة تتميز عن الوسائل التقليدية المكتوبة والمقرونة والمرئية، وهو يختلف أيضا في
تحرره من قيود احتكار الجهات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة وحده لنشر الأخبار
والمعلومات وهذا لايعني أن الإعلام الرقمي بتطور بمعزل عن الإعلام في شكله التقليدي
لكنه يمثل في نفس الوقت مرحلة تطور في مجال الإعلام عموما.

ولذلك فإن هذه الدراسة تتبنى مصطلح الإعلام الرقمي باعتباره مفهوم أعم وأشمل وأدق
وذلك لأننا نقصد به كل الوسائل الرقمية التي ظهرت أو سوف تظهر فهي جميعها تشترك
في سمة واحدة أنها وسائل ترتبط بشبكة الأنترنت أي أنها تشمل كل أشكال الاتصال
والإعلام التي تتم عبر الكمبيوتر وشبكة الأنترنت وبذلك يمكن تجنب الخلط المفاهيمي
حول ظاهرة الاتصال والإعلام عبر الأنترنت.

وقد تعددت تصنيفات ومسميات هذه لظاهرة لدى المهتمين والمتخصصين في مختلف
المجالات الذي أطلقوا عليها: «الإعلام الجديد»، «الإعلام البديل» «الإعلام
»وغيرها من التعبيرات والتي تعبر عن ظاهرة تقنية حديثة تشمل الشبكات الاجتماعية
الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال
الرقمية.²

- سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية¹
لقصيرة،(الكويت: جداول للنشر والتوزيع، 2011)، ص 28.

²Richqrd Dqvis NeW Media and American politics .Oxford oxford University press 1998)p9.

والواقع أن الكثير من هذه المصطلحات تثير خلطا مفاهيمي، وخاصة مصطلح الإعلام الجديد الذي يصف ظاهرة حديثة تطورت كوسيلة إعلامية جديدة حتى في ظل هذه اللحظة، وخاصة إذا كنا نقصد به الوسائل لرقمية فقط، التي قد تصبح وسيلة تقليدية مع أول اكتشاف أو تطور جديد في عالم الكمبيوتر، والأنترنت في المستقبل بل أن الكثير من المحللين يطلقون مصطلح الإعلام لجديد على كل التطورات التكنولوجية التي عرفها الإنسان بداية من اختراع التلغراف وصولا إلى الكمبيوتر لذلك يجب أن نعترف أن مصطلح الإعلام الجديد برغم أنه يشير إلى الخصائص الجديدة ووسائل الاتصال والتواصل الحديثة إلا أنه يثير خلطا مفاهيميا، وذلك لعدة أسبابها أهمها:

أ- لا يزال هذا النوع من الإعلام في مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل ولم تتبلور بشكل كامل وواضح فهي لا تزال في مرحلة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في اليوم التالي.

ب- إذا ما أردنا وضع ثوابت التعريف المفهوم بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد سوف تكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة.¹

ويتضح ذلك أيضا من مراجعة الأدبيات الأجنبية في ذلك الشأن حيث يقصد ليستر **lester** بالإعلام الجديد مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية والطباعة والتصوير الفوتوغرافي وهو بذلك لا يقصد به الإعلام الرقمي لذي يعتمد فقط على وسيلة الأنترنت بينما يعود الباحثان غتلان **Gitelman** وبينغري **pingree** بتاريخ الإعلام الجديد إلى ظهور التلغراف في عام **1740**، ولا يختلف عنهما ريتشارد ديفيس **Richard Davis** الذي يرى أن الإعلام الجديد

¹ - المرجع السابق.

بدأ مع انتشار برامج الحوار التلفزيوني **Talk Show** التي أحدثت طفرة كبيرة في الإعلام الإعلام المرئي والتلفزيوني.¹

بينما نجد أن مصطلح الإعلام البديل هو مصطلح غير دقيق لأنه يحاول أن يبرز سمة الاستقلالية في الإعلام الرقمي عن أغراض التمويل الحكومي والتجاري ومعارضة الخطاب الخطاب الإعلامي السائد ولكن هذه الرؤية قد تصدق محليا على المدونات والمنتديات وهذا المعنى لا يستقيم بالنسبة للمواقع الإخبارية الإلكترونية والخدمات الإخبارية عبر لنقال لنقال لأنها تطور الإعلام الرقمي عبر شبكة الأنترنت لايعني أنه أصبح بديلا للإعلام التقليدي لأن من مزاياه دمج وسائل الإعلام التقليدي وتطوير المحتوى الإعلامي وعملية الاتصال.²

وعلى أنه حل برغم الاختلاف حول مصطلحات الإعلام الرقمي، يتفق جل المحللين على على أننا بصدد ظاهرة إعلامية حديثة نسبيا تشمل كل أشكال التفاعل عبر الأنترنت تسمح تسمح بنشر المحتوى المقدم من المستخدمين (**الصوت والصوت** عبر مواقع الأنترنت ومواقع **الفيسبوك، تويتر، يوتيوب** وغيرها من وسائل الإعلام التفاعلية.³

الإعلام الرقمي إذ هو: استخدم تقنية الأنترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالأنترنت بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي من ثم فإن مصطلح الإعلام الرقمي يقصد به كل

¹-Richqrd Dqvis op cit p10.

²- سعد بن لمحارب، مرجع سبق، ص 28.

³- Sumeet Gupta and Hee Woong kim : Virtual Community Concepts Implications and Future Reserch Directions Proceedings of the Tenth Americas Confrence on Information Systems (New york Association for Information Systems August 2004)pp2679-2686. :

الاتصالات والأخبار التي تنقل عبر المراسلات البريدية والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.

على هذا الأساس يشير مصطلح الإعلام الرقمي إلى ظهور نوع جديد من الإعلام يحتوي يحتوي على رسالة بمحتوى رقمي قد تكون نصية أو قد تكون صورة أو شرط فيديو، من فيديو، من خلال المرسل (المستخدم) إلى متلقي لها (مستخدم آخر) الوسيلة التي تنقلها الرسالة هي شبكة الأنترنت، الميزة التي أضافها أنه جعل بإمكان أي شخص أن يكون مرسلًا ومتلقيًا في نفس الوقت، وأصبح بإمكان أي شخص أن يصبح محررًا أو معلقًا أو منتجًا أو مبدعًا لمحتوى معين.¹

الفرع الثاني: وسائل الإعلام الرقمي.

عرف أندريس كابلان ومايكل هانلين وسائل التواصل الاجتماعي بأنه "مجموعة من من تطبيقات الأنترنت التي تبنى على الأسس الإيديولوجية والتكنولوجية، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الإلكتروني (نصوص، صور، فيديوهات... الخ)، بينما لتواصل الاجتماعي هو تضافر الناس وتفاعلهم مع بعضهم البعض عبر شبكة الأنترنت، ويتضمن ويتضمن على المستوى الفردي عدد العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين في الدائرة الاجتماعية التي تشمل لعائلة والأصدقاء، ويتضمن علاقات تتخطى الدوائر الاجتماعية للفرد وحتى المجتمعات الأخرى.²

Juliq Heide ;qnn qnd (Others) Online Social Networks ASurvey of Global phenomenon Discussion paper (Augsburg University of Augsburg Research Center Finance Information Management Department of Information Systems 2012.)pp1-10-¹

Ambady N.and (Others) On Judging and Being Judged Accurately in Zero Acquaintance Situations Journal of personality and Social Psychology (Washington DC American Psychology Association .1995)p69.-²

والواقع أن وسائل الإعلام الرقمي عديدة وتشمل مواقع التواصل وغيرها، مثل لمواقع الإلكترونية، لكنها تمثل زروة التطور في عالم الإعلام الرقمي، وقد أطلق مارشال ماكلوهان، صاحب نظريات وسائل الإعلام مصطلح "الفردية العالمية لوصف عالم وسائل الإعلام الاجتماعية الذي كان يتكشف أمامه في التسعينات من القرن العشرين، وقبل عقود من قيام الاحتجاجات المناهضة للعولمة، حيث أدرك ماكلوهان أن القرية العالمية الناشئة سوف تكون معرضة لكافة أشكال العولمة.

وهذه الوسائل هي عديدة ومتطورة على شبكة الأنترنت، ويمكن أن نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر.¹

- (1- المواقع و الصفحت الإلكترونية: بعضها إخبارية كمواقع لصحف وبعضها تجارية واقتصادية لعرض السلع وبيعها، وصفحات دينية وترفيهية وتعليمية... الخ.
- (2- المراسلات البريدية: مثل بريد الياهو والهوتميل، ويمكن من خلالها إرسال المخاطبات ولمراسلات الرد عليها وهي وسيلة سهلة وسريعة وغير مكلفة.
- (3- مواقع المحادثة: ويمكن من خلالها إجراء المكالمات والمحادثات الفورية مثل سكا بي والفيبر وهي وسيلة سهلة وغير مكلفة.
- (4- المدونات: هي وسيلة للكتابة ونشر الأفكار والآراء خاصة، وتختلف عن المذكرات الحقيقية في أنها تستخدم الأنترنت كوسيلة ويمكن من خلالها تلقي تعليقات القراء، وبعضها يختص بنقل الخبر بمختلف أنواعها، بعضها الآخر يختص بأمور شخصية ويومية.

¹-سعد بن محارب المحارب، مرجع سبق ذكره، ص ص 98-117.

5- مواقع التواصل الاجتماعي: مثل " الفيسبوك وتويتر و ا ليوتوب "ويمكن من خلال التواصل الاجتماعي والسياسي ولثقافي والإعلامي، وهي وسائل واسعة الاستخدام والانتشار، ويمكن من خلالها نقل ونشر الأخبار ومشاركة الصور والفيديوهاتالخ.

الفرع الثالث: خصائص الإعلام الرقمي.

يمكن الإشارة إلى بعض الخصائص التي تميز الإعلام الرقمي ووسائله والتي يمكن أن نذكر منها على سبيل لمثال لا الحصر مايلي:¹

أ- الإتحة وسهولة و انخفاض تكلفة الاستخدام: هو وسيلة متاحة للجميع بلا استثناء وإحتكار، والمؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية.

ب- الشمولية و المرونة: الشمول في المحتوى ومناقشة مختلف لموضوعات، ومرونة الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.

ت- الإنسانية وتجاوز حدود الزمان و المكان: لأنه يتخطى كل لحدود والحواجز المكانية والحواجز اللغوية والثقافية والقانونية والسيادية.

ث- الرقمية التفاعلية: لأنه يوفر فرص للتواصل والتفاعل والمداخلات المستمرة بين المستخدمين.

ج- الاتصال الشخصي و الجماهيري: هو وسيلة شخصية وجماهيرية يمكن استخدامها على المستوى الشخصي وفي مخاطبة الجماهير.

ح- الاتصال الأفقي: لأنه يتميز عن وسائل الإعلام التقليدي بأفقية الاتصال بين مستخدمين بدلاً من هرمية الاتصال وأحادية مصدر الرسالة.

¹- المرجع السابق، ص ص 67-68.

-خ- **التعدد والتنوع في لوسائط:** لأنها يمكن من خلال الأنترنت لجمع بين أكثر من وسيلة في نقل الفيديوهات والصور والنصوص...الخ ومن ثم الدمج بين الوسائل القديمة والحديثة.

- د - **الانتشار والعالمية:** هي وسيلة واسعة الانتشار على كافة المستويات المحلية والإقليمية.

وبهذا المعنى فإن الإعلام الرقمي يشمل كل أشكال التفاعل الإعلامي التي تحدث عبر الأنترنت، والتي تسمح بنشر المحتوى المقدم من المستخدمين (**الصوت والصور**) عبر مجموعة من التطبيقات لقائمة على الأنترنت، مثل مواقع **الفيستبوك**، **تويتر**، **ماي سبيس** وغيرها من وسائل الإعلام التفاعلية، فأضاف هذا الإعلام الجديد ميزة مميزة جديدة ومختلفة عن لوسائل الأخرى، لأنه جعل بإمكان أي شخص أن يكون مرسلا ومتلقيا في نفس الوقت وأصبح بإمكان أي شخص أن يصبح محررا أو معلقا أو منتجا أو أو مبدعا لمحتوى معين.¹

المطلب الثاني: أثر ظهور الإعلام الرقمي على وسائل الإعلام.

أرسى الإعلام الرقمي قواعد جديدة في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية، وفي بناء المادة الإعلامية، التي تستند إلى فضاءات وشبكات معلوماتية، وهذا ما جعل الكثير من المحللين يركزون في دراستهم على تأثير الإعلام الرقمي على وسائل الإعلام الأخرى وقد ثار جدلا وصخبا كثيرا حول تأثير الإعلام الرقمي من حيث التكامل أو التنافس، ويمكن أن نعرض في السطور التالية لمعالم هذا الجدل، وتأثير الإعلام الرقمي في عملية النشر والبت الإذاعي والتلفزيوني.

¹ Capt Cc Alfonso Montagense Impact of Social on Media on National Security Rzsearch Paper (Roma Centro Militaire Di Studi Strategici .2011 Ae -U-3 .February 2012)pp.4-6.

الفرع الأول: الجدل بشأن التنفس والتكامل بين الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام الأخرى:

انقسمت الرؤى في هذا لصدد إلى إتجهين، الاتجاه الأول يتحدث عن التنافس بين الإعلام الرقمي والإعلام المطبوع والمقروء والمسموع، بينما يؤكد الاتجاه الثاني على التكامل بين وسائل الإعلام سواء كانت رقمية أو مطبوعة أو مقروءة أو مسموعة، ويؤكدون على التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي في تطور تلك الوسائل، وذلك على نحو التالي:¹

1- التنفس بين الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام المقروءة والمسموعة

والمطبوعة: يؤكد هذا الاتجاه على التأثير السلبي للإعلام الرقمي ويرى أن الإعلام الرقمي يمثل تحدياً وعائقاً في وجه وسائل الإعلام المختلفة للوصول إلى الجماهير، فالفرد أصبح منتجاً للمعلومة، في ظل سرعة تداول المعلومات وإجراءات البث المباشر، وطاقت البث والمنافسة الشرسية بين وسائل الإعلام، وإجراءات السبق الصحفي تدفع بالإعلامي في أي وسيلة إعلامية ساخنة أو باردة إلى الانزلاق في منحدرات لتواكل والتعويل على استتساخ ما يكتبه الآخرون.

ويرى هذا الاتجاه أن المنافسة أصبحت محسوسة لتفوق الإعلام الرقمي، والتحدي أصبح أصبح واضحاً، ومثبتاً بأرقام وإحصائيات ومؤشرات فعدد من الصحف الورقية توقفت، وبعضها تعاني في دخلها وتوزيعها وتراجع عدد قرائها لصالح الصحافة الرقمية، وأوعية وأوعية المعلومات الجديدة الأخرى، وأن أشكال الإعلام الرقمي أصبحت بديلاً لدى كثير كثير من الجمهور عن الصحافة الإذاعة، والتلفزيون، وهذا يفترض على هذه الوسائل ضرورة مراجعة الذات، فالنتيجة أنها ستفقد المكانة التي كانت تحتلها لصالح الإعلام

- 10-1. pp. cit. op. Florian Klier Mathias Heidemann Julia -1

الرقمي، وعلى المؤسسات الإعلامية أن تلجأ إلى تعديل الأساليب الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم مع التغيرات التكنولوجية ومن ثم رغبات الجمهور، وإل فلن تكون قادرة على مواكبة التطورات التقنية المتلاحقة لتي تميز الإعلام الرقمي.¹

-2- التكامل بين الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام الأخرى:

يرى هذا الاتجاه أن هناك مساحات شاسعة يتكامل فيها لإعلام الرقمي مع الإعلام الآخر، الآخر، وتتجلى في دور تكنولوجيا الإعلام الرقمي في تطوير وسائل الاتصال القديمة، فجعلتها أكثر إنتشاراً، وتنوعاً في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه الجمهور المتلقي، وقد تغيرت الجرائد والمجالات بظهور مستحدثات جديدة في نظم الطباعة ونظم إرسال لصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثر في أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام، كما أن دخول الحاسوب ونظام النشر المكتبي إلى الصحيفة الصحفية اليومية حمل كثيراً من التغيير في سير لعمل داخل غرف لتحرير والإنتاج والتصميم والآخر.²

ومن ثم يرى هذا الاتجاه أنه لا يمكن أن تلغى وسائل الإعلام الرقمية الوسائل التقليدية، بل ستستثمر الوسائل التقليدية في الاستفادة من جديدة إلى أبعاد لحدود بما يكفل لها لمواكبة من جهة والمحافظة على خصوصيتها وتقاليدها من جهة ثانية، وأن مظاهر المنافسة الماثلة ليوم بين الإعلاميين هي شبه بم حدث سابقاً، بين لتلفزيون والراديو، وبين وبين التلفزيون والصحافة، وبين الصحافة والراديو، ولذلك يطالب أصحاب هذا الاتجاه في في الوقت نفسه البحث عن الحلول التي تحد من الصراع والمنافسة بين الوسائل الرقمية لجديدة والوسائل الأخرى، فالمنافس اليوم قوي ومؤثر فعلاً، كما يطالبونها بالتفاعل مع

¹ - المرجع السابق، ص 65.

-إبراهيمي عمر: التأثير الاقتصادي والاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسات الاقتصادية، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، (الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي، بالشلف، مخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السابع، 2009)، ص181.

وسائل الإعلام لرقمي والاستفادة من قدرتها والتأقلم مع المتغيرات والأشكال الجديدة لهذا لهذا الإعلام كالمدونات ومواقع الأخبار ويرى هذا الاتجاه أن الإعلام الجديد لن يستطيع اللحاق بمدخول الإعلام التقليدي إلا بعد مرور عدة عقود من الزمن، وهذا يعني أنه لا يزال لا يزال أمام الصحف الإلكترونية سنوات عدة حتى تصل إلى مجال التنافس مع اقتصاديات اقتصاديات الصحافة المطبوعة، وأنه بالرغم من أن هناك تناقضا ملحوظا في عدد قراء الصحف الورقية فإن كل المؤسسات لصحفية تقريبا اليوم قد أصبح لها موقع على الأنترنت وتنتشر محتواها الإعلامي بالشكلين (الورقي والرقمي)، وبذلك أصبحت الأنترنت الأنترنت إضافة جديدة إلى قدرتها وخصائصها، وعامل جذب لجمهور لقرء، وللشركات وللشركات والمؤسسات لإدراج إعلاناتها على تلك المواقع والمظهر في مجال التلفزيون والإذاعة أكبر وأوضح.¹

الفرع الثاني: أثر الإعلام الرقمي في إدارة النشر الصحفي والاثبات

الإذاعي والتلفزيوني: ويمكن تلخيص أهم الآثار الإيجابية في الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر رقمية وأثره وأثره في طريقة تصميم الصحيفة وإخراجها فتصميم الصفحات وإخراجها يتم بشكل آلي آلي وعلى الشاشة مباشرة وليس يدويا كما هو الحال مع الصحف التي تتبع الأسلوب التقليدي في إنتاج الصحيفة، وأثر في طريقة استقبال الصور من الوكالات المتخصصة فالصور يستقبلها وسيط صور يسمح للمحرر بالبحث عن صور معينة ويسمح له أيضا باختيار الصورة المناسبة لنصه الصحفي أثر في طريقة النشر الدولي للصحيفة فالنصوص ترسل الصفحات بواسطة قنوات الأقمار الاصطناعية، كما أثر في طريقة حفظ النصوص النصوص الصحفية، فالنص المنتج بواسطة الحاسوب يمكن حفظه كنص وليس كصورة فقط.²

¹- نفس المرجع السابق، ص 181.

²- المرجع السابق، ص 182.

وقد اتجه عددا أكبر من المحطات الإذاعية إلى استخدام تقنيات الإعلام الرقمي الذي يوفر خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة وإمكانية استقبال البيانات على الإلكترونية، وأصبحت الكثير من المحطات الإذاعية تثبت برامجها بواسطة الأنترنت وأصبح **اليوتيوب** بمثابة قناة تلفزيونية متاحة للجميع لعرض لفنون والأخبار.... الخ، بينما **تويتر** و **الفيسبوك** يبدو كأداة للتعبير عن مختلف الآراء السياسية وبمثابة صحفية متاحة للجميع.

وقد شهدت صناعة السينما تغييرا شاملا بظهور السينما الرقمية التي تعتمد على التقنيات الرقمية في إعداد المشاهد واللقطات الفنية، فقد دخلت التكنولوجيا الجديدة بقوة إلى المجال السينمائي خرافية على الشاشة ومناظر مبهرة ليس سوى أنواع من الخدع التي أدى أن هذه الصناعة تقف الآن على عتبة تغييرات شاملة ستتغير وضعها الاقتصادي والتكنولوجي.

على حد سواء، وقامت بعض عرض الأفلام بطرح الجديد من أجهزة عرض الأفلام الرقمية بأجهزة عرض إلكترونية تعمل بشرطة ممغنطة أو أقراص رقمية.¹

وكان لتكنولوجيا المعلومات تأثير كبير على صناعة الصحف وخاصة في الطباعة والإنتاج، فتطورت **طباعة الأوفست**، كما كان تأثير التكنولوجيات الجديدة على تكاليف إصدار الصحيفة بتحقيق وفورات الحجم مثل تأثير التكنولوجيا الجديدة على التلفزيون، وكان لشبكة الأنترنت أعظم تأثير على شبكت التلفزيوني، بزيادة عدد المشاهدين اللذين

¹ - د. رحيمة الطيب العيساني، مرجع سبق ذكره، ص ص 57.

يشاهدون التلفزيون ويتصفحون الإنترنت على سبيل المثال، أنشأت قنوات **ABC** و **NBC** و **ABC** على حد سواء مواقع الإلكترونية للبث التلفزيوني.¹

ويتفق الكثير من الخبراء على تأثير تكنولوجيات لإعلام في تحرير وسائل الإعلام من القيود المفروضة على نشاطها، فأصبحت غير ضرورية، وغير فعالة وهذا لرأي متفق عليه من قبل شركات وسائط الإعلام ولكن أيضا من قبل الأكاديميين والكتاب عن التقنيات الإعلامية الجديدة، فالتنوع لكبير في صناعة الإعلام أضعف تأثير الملكية على السياسة التحريرية.

وحاصل القول، أحدثت وسائل الإعلام الجديد تحولا هاما في بيئة الإعلام وصناعة، فتطورات الوسائل الإعلامية من حيث سرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة، لكن هذا لا يعني أن الإعلام الجديد قد حيد دور الإعلام التقليدي، ولا يعني أن الصحافة الإلكترونية قد حلت محل الصحافة المطبوعة أو الورقية، بل بالعكس فقد ساهم الإعلام الرقمي الجديد في تطوير الوسائل التقليدية لكنه لا يزال يفرض على الإعلام التقليدي ضرورة الاستفادة من وسائله وقنواته فكان تأثيره مطورا ومكملا للإعلام التقليدي وهذا يعني أنه يجب البحث في تطوير الكوادر العاملة في مجال الإعلام لرقمي بما يحافظ على مستوى الأداء المهني للإعلامي.

¹ Douglqs Brozn and Nathan Campus the Economics of Economics of Media Ownership Submission to the producivity Commision Inquiry into the Broadcasting Services Act 1992.August 1992.August 1999.pp.8-10.

المبحث الثاني: آفاق صناعة الإعلام الرقمي: الفرص والتحديات.

تعتبر اقتصاديات الإعلام حقلا جديدا من حقول الدراسات الإعلامية، ويهتم هذا هذا الحقل بدراسة الجوانب الاقتصادية للإعلام فهو فرع من فروع الاقتصاد لتطبيقي الذي الذي يدرس الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، وكل ماله علاقة بالتمويل والاستثمار والنفقات والنفقات والتكاليف والإيرادات والأسعار لمحتويات وسائل الإعلام، ومن ثم ينصب اهتماما اهتماما البحثي في هذه الجزئية من الدراسة على دراسة وسائل الإعلام لرقمية كصناعة، كصناعة، ودراسة تأثير التطورات المتلاحقة في وسائل الإعلام الجديد على الإنتاج والعائد والعائد والتكلفة، فهي حقل جديد يجمع بين مبادئ الإعلام ولمبادئ الاقتصادية وتطبيقاتها وتطبيقاتها في إدارة الشركات العاملة في هذا القطاع.¹

يرى الكثير من الخبراء والمحللين الاقتصاديين أن تكنولوجيا الإعلام الرقمي سوف تكون تكون في المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، حيث تعد الإلكترونيات الاستهلاكية من أكبر الصناعات العالمية الآن وأكثرها ديناميكية ونموا، وستكون لمحرك الرئيسي أيضا للتكتلات الاقتصادية التجارية الكبرى في آسيا وروبا وأمريكا في القرن الواحد والعشرين، والعشرين، وتشير الكثير من الشواهد إلى أن هذه تكنولوجيا الحديثة قد أصبحت هي النواة النواة الأساسية للاقتصاد الجديد الذي يبني على الكم الهائل من المعلومات التي تتركز بها بها شبكة الأنترنت فضلا عن أن العلاقات والقواعد الحديثة المعقدة وتوجهات العولمة التي التي صبحت غير قابلة للاستغلال بالوسائل التقليدية.²

-Jq;es Ozers .Rod Carveth .and Alison Alison Alexander An Introduction to Media Economics Theory and Practice .Alison Alexander and others (eds)Media Economics .(Mahwah .New Jersey Lawrence Erlbaum Associates .Inc .Third Edition .2004)p.3¹
- عماري عمار: الاقتصاد الجديد: المخاطر والمشاكل، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (الجزائر: جامعة سطيف، 1، - العدد(5)، 2005)، ص 47.

المطلب الأول: أثر التحولات الرقمية على تطور صناعة الإعلام.

يؤكد الكثير من المحللين الاقتصاديين على التأثير الإيجابي الذي أحدثته تكنولوجيا الإنترنت في صناعة الإعلام فقد ركز غوريون في دراساته عام 1998 على تأثير رقمه رقمه الإعلام على وفورات الحجم في محتوى وسائل الإعلام ويقول من المرجح أن تمتد تمتد المزايا الاقتصادية لوسائل الإعلام في رقمنة المنتجات وإنتاجها وتخزينها ويعتقد جودوين أن تؤدي زيادة الاستثمار إلى إنتاج منتج أكثر جاذبية.¹

بينما يختلف هيرمانوماكنزي في عام 1997 اللذين أجريا دراسة عن تأثير الإنترنت على على دور وسائل الإعلام التقليدي، وأكدوا على أنه على الرغم من جاذبية الإعلام الجديد للمستخدمين إلا أن عنصر الربحية يتحقق لعدد قليل فقط من مقدمي المحتوى، وإذا كان الكثير من الناس حريصون على دفع ثمن الوصول إلى شبكة الإنترنت فهم يترددون في دفع رسوم إضافية لمحتويات الإنترنت الأخرى، ويقول هيرمان وماكنزي أنه إذا لم يصبح يصبح توفير المحتوى مربح، ولدى شركات وسائل الإعلام ميزة تنافسية قوية فالأمر يتطلب يتطلب بعض الوقت والمال لجذب الجماهير إلى المواقع على شبكة الإنترنت، ولكن يؤكدان على أنه يمكن للشركات الإعلامية القائمة أيضا تعزيز أنشطتها على الإنترنت، ويرى هيرمان وماكنزي أن الشركات الإعلامية الكبيرة هي المصدر لرئيسي لرأس مال مال مشاريع الإنترنت الجديدة وتهدف هذه الاستثمارات لوضع شركات وسائط الإعلام التقليدية في لموقف الأكثر فائدة من الإنترنت وخلصا الباحثان إلى أن الإنترنت والثورة الرقمية لا تشكل التهديد المباشر أو حتى القريب لعمالة سوق وسائل الإعلام.²

والواقع، أن الإعلام الرقمي قد أحدث تغيرات هيكلية كبيرة في نمط الإنتاج والتسويق والإعلان والاستهلاك للمادة الإعلامية، وهو ما يبرز نشاطات جديدة في مجال

¹-Allan Brown and Campus .op.cit.pp.8-10.
- Ibid.p10.-²

الإعلامي، بالإضافة لتغيير أساليب إدارة المؤسسات الصحفية وأشكال تنظيمها واستراتيجيتها، بل إنشاء وتطور مؤسسات اقتصادية في قطاعات التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال.¹

وقد كان لهذه التحولات الرقمية تثير على مفاهيم اقتصاديات الإعلام وخاصة الإنتاج التوزيع والتسويق، الإنتاج والتسويق الرقمي²، وتعتبر مسألة التسعير والدفع الإلكتروني لشراء وقراءة أخبار ومقالات الصحف الإلكترونية أو الاستماع إلى موسيقى أو مشاهدة الأفلام على الإنترنت من أهم العوامل التي تهتم بها المؤسسة الإعلامية في زيادة إيراداتها إيراداتها وتغطية مصروفاتها.³

وتطبيق العديد من وكالات الأنباء وسائل الدفع الإلكتروني، مثل جورنال رول ستريت الذي يتقاضى 79 دولار تقريبا من الفرد للوصول إلى موقعه سنويا، ولكن ما تؤكد نتائج نتائج بعض مراكز الأبحاث الأمريكية عن استعداد المستهلكين لدفع ثمن الأخبار على الإنترنت فضلا عن أسعار الإعلانات التي تنشرها للشركات على الإنترنت.⁴

وعلى أية حال يمكن أن تبرز أهم معالم تأثير التحولات الرقمية على صناعة الإعلام فيما يلي:

الفرع الأول: التأثير على جانب العرض.

أثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تخفيض تكاليف عملية الإنتاج والتوزيع ولذلك تواجه الكثير من مؤسسات الإعلام التقليدي الكثير من

د- أحمد شيفر: «الاقتصاد الجديد وتشغيل الشباب»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول لتشغيل الشباب، (الجزائر: وزارة -1
لعمل والتشغيل والتضامن الاجتماعي، منظمة العمل العربية، نوفمبر، 2009)، ص 1.

-Jems Owers Rod Carveth .and Alison Alexander .op.cit.p3.²

- Lee Rainie and Kristen Purcell The economics of online news .State of the News Media 2010.pew Internet American Life Project .(Washington .D.C An initiative the pew Research

.March 2010).p.10-16.³

Ibid .p.10-17.-⁴

التحديات وأهمها ارتفاع نفقات الإنشاء، لأن المؤسسة الإعلامية أصبحت مشروع تجاري تجاري باهضة ومكلف ويحتاج إلى ملايين الدولارات وخاصة في ظل منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية مثل " الصحف الإلكترونية" وهي أقل تكلفة، فتكلفة إنشاء موقع إخباري إخباري هي أقل من إنشاء مؤسسة إعلامية، ويمكن الإشارة إلى معالم التأثير على جانب جانب عرض المادة الإعلامية في النقاط التالية:

أ- انعدام التكلفة الحديثة للمنتجات الإعلامية الرقمية:

- أدى استخدام الإعلام للوسائل التكنولوجية الحديثة مثل الأنترنت في نشر المادة الإعلامية إلى انخفاض التكلفة الحدية للإنتاج إلى مستوى الصغر وزيادة العوائد ويقول الخبير الاقتصادي " ليستر ثور" أنه عندما يكون لدينا فاكس واحد يكون غير ذي جدوى ولكن عندما يكون هناك اثنين أو أكثر يكون لدينا شبكة، ومع لمثال على الفاكس فمابالنا فمابالنا بعد تضاعف عدد الملايين من المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي التي ربطت معظم سكان الكرة الأرضية وأدت إلى انتشار المعلومة بشكل أكبر وأسرع، بالتأكيد بالتأكيد سوف يتضاعف العائد الاقتصادي آلاف لمرات وتنخفض التكلفة الحدية للإنتاج إلى لصفر.¹

- انخفاض مستويات الأسعار مع إتجاه المنظمين إلى تخفيض الأسعار نتيجة انخفاض التكلفة لحدية الإنتاج الإضافية، حيث تكون التكلفة الثابتة لإنتاج النسخة الأولى من المنتج مرتفعة مقارنة بالتكلفة الحدية المتناقصة مع كل نسخة إضافية والتي تنخفض حتى تنعدم إلى لصفر، ويمكن إنتاج جم لانهائي من النسخ الإضافية.²

-حسين عبد الجليل الغروي، "باقتصاديات البيانات والمعلومات المحاسبية، رسالة الدكتوراه، (الدانمارك: الأكاديمية العربية في الدانمارك: كلية الإدارة والاقتصاد، قسم المحاسبة، 2012)، ص26.
2- المرجع السابق، ص 27.

- ويتزايد العائد الاقتصادي من الإنتاج الإضافي لأنها أصول غير ملموسة لا تنفي باستهلاكه وقابلة للاستتساخ بتكلفة حدية منخفضة ومتناقضة أقرب إلى لصفر، وعلى سبيل المثال تنخفض تكاليف ورسوم الاتصال والهاتف على الإنترنت بسبب التشبيك على على الإنترنت، ولأن لتشبيك الفائق يمكن من إرسال المنتج الرقمي إلى أي عدد من الزبائن، وفي نفس الوقت فإنه نظريا تنخفض التكلفة الحدية إلى لصفر بقسمة تكلفة رسوم الهاتف لعشرة ثواني إلى ما نهاية، ومن ثم فإن الشركات يمكن أن تنشأ القيمة والعائد من استخدام هذه الأصول في عدد لامتناهي من الصفقات (قانون الأصول الرقمية)¹، وهذا يجعل لشركة قادرة على تحقيق ما يسمى بالربح الخاص أو المنفعة الخاصة، قانون يتعلق بالأصول أو السلع المادية²، ومن ثم تتزايد حدة المنافسة التجارية بين وسائل الإعلام في الحصول على المزايا لتكنولوجية من أجل التوسع أكثر في الأسواق الأسواق وتحقيق الكثير من الأرباح ويختلف هيكل لسوق وفق درجة وإمكانيات تكنولوجيا تكنولوجيا المعلومات المتاحة.³

ب- الطابع المحدود للاقتصادات الوفرة أو الحجم في اقتصادات الإعلام

لأن عملية بث المادة الإعلامية لا تكلف شيئا وأن كل الأعباء والتكاليف تتفق قبل الإنتاج الإنتاج ومن ثم فهي ثابتة وأيضا لا يمكن إسترجاعها، وبما أن الإنتاج الإضافي لا يكلف الشركة أو المؤسسة شيئا يذكر فكلما زاد الطلب على المنتج زاد امتصاص التكاليف الثابتة وكلما زادت المبيعات خفضت المؤسسة أسعار البيع ومن ثم زيادة المبيعات فتحقق فتحقق الأرباح وتنعدم التكلفة ومن ثم لا حدود للاقتصاد الحجم المتعلق بالاقتصاد الجديد إضافة إلى ما يسمى بالآثار الإيجابية للشبكة بمعنى أنه كلما تم استخدام الشبكة من

تقورة محمد، متناوى محمد: "الاقتصاد لرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية" «ورقة عمل مقدمة ملتقى المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، (الجزائر، جامعة حسيبة بن علي لشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ديسمبر، 2007)، ص 7.

²- حسين عبد الجليل ال غروي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

³- تقورة محمد، متناوى محمد، مرجع سبق ذكره، ص 21.

طرف مستخدم جديد كلما أدى ذلك إلى زيادة منفعة المستخدمين وهذه الخاصية خلقت تغذية عكسية إيجابية على اقتصاد التكنولوجيا الحديثة، وهو ما يترجم في زيادة الزبائن وزيادة حصتها السوقية في السوق، التي قد تصل إلى احتكار السوق، بحيث يصبح من الصعب على المنافسين الجدد الدخول إلى السوق في المدى القصير أو المتوسط.¹

- ولذلك تعرف اقتصاديات الإعلام الرقمي باقتصاديات الحجم الجديد فبينما تقوم اقتصاديات الحجم في الإعلام التقليدي على إنتاج الحجم الصغير من خلال شركة صغيرة، وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية إنجازها من قبل شركة كبيرة، فهذا غير موجود في الاقتصاد الرقمي حيث يمكن تقديم الخدمة للعديد من العملاء في آن واحد وهي أيضا اقتصاديات النطاق الجديدة، حيث أن فضاء المعلومات وتقييم الخدمات الرقمية لا يوفر الخدمة للجميع في مجال أو سوق معينة في نفس الوقت فقط بل إنه يمكن أن يقدم الخدمة في المجالات والأسواق المختلفة والمتباينة.²

2- مرونة الطلب على وسائل الإعلام الرقمية:

- أ- الاستجابة للتغير في أذواق المستهلكين (القراء والمشاهدين والمستمعين) الذين أصبحوا أكثر شغفا واستمتعا بالقراءة والمشاهدة على الأنترنت، بالإضافة إلى أزمة الثقة الموجودة لدى بعض القراء في الوسائل التقليدية، الذين يشكون في استقلاليتها اقتصاديا وسياسيا وتبعتها الحكومة أو الأصحاب المصالح والنفوذ التجاري من رجال الأعمال.

- ب - العوامل المؤثرة في الطلب مثل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية يتوقع يتوقع أن تؤثر إيجابيا على زيادة الطلب، فالوسائل الرقمية هي أقل تكلفة على المستهلك،

- د- بروش زين الدين: "واقع وتحديات الاقتصاد الجديد"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (الجزائر: جامع سطيف، 1، العدد الثالث، 204)، ص108.

- تقرورة محمد، متناوى محمد، مرجع سبق ذكره، ص 7.

المستهلك، فضلا عن ميل المستهلك إلى المشاركة السياسية وقراءة الاختبار عبر صفحات الأنترنت.

المطلب الثاني: تحديات صناعة الإعلام الرقمي.

على الرغم من دور تكنولوجيا المعلومات والأنترنت في تطور صناعة الإعلام عموما، فلا يزال البعض يشكك في القيمة الاقتصادية للأنترنت ويرى أن الأنترنت يعرض يعرض المنتجات للكثير من التحديات أهمها التعرض للسرقة والقرصنة الممارسات الاحتكارية لشركة تكنولوجيا المعلومات وبرامج الكمبيوتر والأنترنت، ويمكن الإشارة إلى إلى أهم تلك التحديات فيما يلي:¹

الفرع الأول: التأثير على المهنة الإعلامية والموارد البشرية

الإعلامية: يشير العديد من المحللين إلى التأثير السلبي للإعلام الرقمي على المهنة الإعلامية، الإعلامية، ويشيرون في ذلك إلى افتقاده إلى معايير المصدرية والمعالجة الفنية والعلمية للخبر والمعلومة خاصة، ومراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية، ويترجون إشكالية وقضايا المنتج الإعلامي وفعاليته، ويرون أن المادة الإعلامية على الأنترنت تفتقد أحيانا إلى مصداقية ما تتعرض له من التحوير والتعديل والتشويه والقص والنسخ الذي يحدث لهذه المادة الخبرية أو الإعلامية بفعل تعاقب الأطراف الناقلة لها كذلك فإن هذه التكنولوجيات وبما وفرتها من تسهيلات الوصول إلى مصادر المعلومات أخذت تبعد الإعلامي أكثر فأكثر عن الميدان ولم يعد المراسل في بعض الأحيان أول من يكون في موقع الحدث ليصف الوقائع ويسأل الفاعلين والشهود إنما يكتفي بالاعتماد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوث بها أحيانا بشكل يؤثر على موضوعية المادة الإعلامية، فالقائمون على إعداد الرسالة الإعلامية في الوسائل لرقمية لا يلتقون إلا

¹- المرجع السابق.

إلا نادرا، فاخفتت في بعض المؤسسات الأقسام ومعها أسر التحرير، وغابت مقارعة الأفكار وتلاحقها بين الصحفيين ورئيس التحرير ومسؤول البرنامج كما غابت النقاشات حول التوجه الإعلامي وأكثر من ذلك فإن اجتماعات هيئات التحرير أصبحت نادرة مما أدى إلى تركيز الصلاحيات في أيدي قلة محتكرة.¹

ومن ثم فالمسألة الأساسية التي تطرح الآن في خصم سيطرة تكنولوجيا الإعلام على إنتاج وإعداد وبث المادة الإعلامية تتعلق بمايلي:²

أ- التأثير السلبي على الكفاءات والموارد البشرية: في ظل ضبابية واختلال العلاقة بين المصدر والمراسل والمنتج والمقدم للمادة الإعلامية، لأن لوسائط التكنولوجيا الحديثة قد وفرت للجميع المعلومات اللازمة لأن يتحول الجميع إلى مصادر أساسيين للحدث والخبر.

ب- تقديم الأخبار غير الصحيحة والتي أما أن تكون منقولة أو منسوخة.

ت- عدم توخي الدقة والموضوعية في نشر الخبر في سبيل تقديم الخبر بسرعة.

ث- استخدام وسائل تنافي القيم السائدة في نشر الصور والمواد غير المفيدة لإحداث إثارة ممتعلة تحقق من خلالها شعبية أكبر وزيادة في عدد الزوار وتعليقاتهم.

¹ - د رحيمة الطيب العيساني، مرجع سبق ذكره، ص ص 55.

² - المرجع السابق، ص 56.

الفرع الثالث: الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات.

يتخوف الاقتصاديون من الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات وتثيرها وتثيرها على صناعة الإعلام الرقمي ويرون أن هذا الاحتكار قد يكون له تأثير سلبي على الإنتاج والاستهلاك في صناعة الإعلام.¹

لذلك تتأثر صناعة الإعلام لرقمي بدرجة التنافس وهيكل الممارسات الاحتكارية لشركات لشركات تكنولوجيا المعلومات لكبيرة، وخاصة سياسات تسعير برامج الأنترنت عندما تقوم تقوم هذه الشركات برفع أسعار منتجاتها وتطبيقاتها الإلكترونية، كأن تقوم شركة إنترنت بزيادة سعر الأنترنت وقد قدم مايكل بورتر (1998) نموذجا للعوامل المؤثرة في الممارسات الاحتكارية في سوق تكنولوجيا المعلومات وأهمها:²

(أ)- **تهديد المنتج البديلة:** لأن وجود المنتجات البديلة يعوق قدرة الشركات على رفع الأسعار.

(ب)- **الحوافز أمام دخول الصناعة:** فهي صناعة تنافسية ومن المرجح وجود احتكار قلة في هذه الصناعة، وهذه يعني احتمال زيادة الممارسات الاحتكارية وارتفاع أسعار المنتجات الرقمية مما يؤثر في صناعة الإعلام.

(ث)- **القوة الشرائية للمستهلك:** وهي بلا شك تؤثر في تحديد السعر.

ويرى بعض الاقتصاديين أن صناعة تكنولوجيا المعلومات تمتلك خصائص خاصة تؤمن تؤمن للشركات العاملة فيها مستويات عالية من الربح وتمنع المنافسين الجدد من دخول

¹ - د- بروش زين الدين، مرجع سبق ذكره، ص 108.

² - Rod Carveth The Economics of Online Media .in Alexander and others (eds)Media Economics .op.cit.p.273.

السوق وهو ما يعتبر حاجز أمام الدخول ومن ثم فالحواجز أمام دخول هي من أهم الخصائص الفريدة لهذه الصناعة.¹

وعلى الرغم من أن الحكومات تحاول منع الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات من خلال إجراءات مكافحة الاحتكار، إلا أن هناك بعض القيود التي تعوق تدخل الحكومات مثل الامتيازات وبراءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية التي توفر مزايا تنافسية لها وربما تغري الشركات بالممارسات الاحتكارية، وتمنع الآخرين وتوجد حاجزا أمام دخول لسوق، كما أن خصوصية الأصول وضرورة وجود درجة عالية من التخصص التكنولوجي تجعل الداخلين إلى السوق يترددون ويخشون الفشل.²

هناك العديد من الأمثلة على أسواق الشبكات التي بدأت كسوق تنافسية وانتهت إلى سيطرة احتكارية، مثل شركة، ميكروسوفت التي تحتكر نظم تشغيل الكمبيوتر وبرامج الأنترنت المرتبطة به، حيث تتمتع شركة ميكروسوفت بما يسمى الوفورات الخارجية الشبكية، حيث يستخدم معظم المستهلكين في العالم نظام التشغيل التي تتجه، وهو ما يمنحها وفورات ومزايا إضافية تعزز من وضعها الاحتكاري، ولذلك فهي تسعى إلى تقييد تقييد المنافسة ووضع قيود أمام دخول منافسين لها في السوق من خلال بعض شركات أننتل سكيب لدخول السوق باءت بالفشل والخروج من السوق بعد طرح برنامجها "نت سكيب" بسبب قيام ميكروسوفت بطرح منتجها "أنترنت إكسبلور" مجانا (التسعير المنخفض).³

وحاصل القول، أحدثت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تطورا كبيرا في صناعة الإعلام، الإعلام، في كل مراحل الإنتاج والتوزيع والتسويق والبيع الاستثمار والإدارة الاقتصادية

¹ Ibid.p.273.

² Ibid.p.275.

³ Tomas.A.Piraino jr.A proposed Antitrust Approach to High Teachnology Competition .William MarY Law Review (Virgenia College of Mary Vol.44.Issue 1.2002).75-85.-

الجيدة ورفع معدلات الربحية والاستفادة من انخفاض التكاليف، بما يعود بالدفع على المؤسسة الإعلامية بتحسين مركزها المالي، ودعم قدرتها التنافسية توفير الوقت والجهد، والجهد، تلبية أذواق المستهلك تعظيم الربح والاستفادة من تخفيض التكلفة لكن في الوقت الوقت نفسه لا تزال هناك العديد من التحديات الهامة، مثل القرصنة الإلكترونية والاعتداء والاعتداء على حماية الملكية الفكرية، والممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات، والاعتبارات المهنية لحماية المتخصصين في مجال الإعلام من جانب الهواة الهواة من غير المتخصصين مما يؤثر على المضمون الإعلامي والرسالة الإعلامية عموماً، فهذا يهدد المهنة وخصوصيتها وأسرارها العملية.

فتوصلنا من خلال هذا البحث إلى النقاط التالية:

1- بالرغم من المزايا التكنولوجية والتنافسية التي يقدمه الإعلام الرقمي إلا أنه لايعتبر إعلاماً بديلاً أو موازياً للإعلام التقليدي بل هو صبغته الجديدة ومستقبله القريب.

2- تستطيع المؤسسات الإعلامية دعم القدرة التنافسية للمنتجات الإعلامية من خلال الاستعانة بالإنترنت وقمنة منتجاتها أي نشرها عبر صفحات الأنترنت وهو ما ينعكس إيجابياً في زيادة سيطرتها السوقية في مقابل ضعف منافسة مؤسسات الإعلام التقليدي التي تتحمل تكلفة أكبر وتحقق هامش ربح أقل.¹

3- تواجه صناعة الإعلام الرقمي الكثير من التحديات الاقتصادية نتيجة الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات في أسعار منتجاتها وتطبيقاتها الجديدة.

¹- المرجع السابق.

- 4- من أهم تحديات رقمنة المنتجات الإعلامية أنها مهددة بدرجة أكبر بالقرصنة والسطو على حقوق الملكية الفكرية.
- 5- يجب تعزيز القدرات التكنولوجية في بيئة الأنترنت وتكثيف البحث والتطوير في بيئة الأنترنت من خلال دعم البحث العلمي في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- 6- هناك ضرورة ملحة للبحث في اتخاذ إجراءات تشريعية لحماية حقوق الملكية الفكرية وحماية هيئات النشر والبت الإعلامي العربي في بيئة الأنترنت من أجل التوظيف الجيد لتكنولوجيا المعلومات في مجال الإعلام وبهدف تقليص الفجوة الرقمية على كافة الأصعدة، ومواجهة التحديات التي تفرضها بيئة الإعلام وبالتالي تلافيتها.

خلاصة الفصل:

اهتمت هذه الدراسة ببحث تأثير التطورات المتلاحقة في بيئة الأنترنت على الإعلام وإقتصادياته، ووجدت أن الثورة التكنولوجية أحدثت تحولاً هاماً في تطور الإعلام وإقتصادياته، حيث تستفيد صناعة الإعلام من انخفاض تكلفة الإنتاج والتوزيع واتساع حجم السوق وسرعة وصول المنتج إلى المستهلك بما يزيد من حجم المبيعات ويفتح المجال للاقتصاديات وفورات الحجم الكبير فتحول الإعلام من مجرد أداة لنشر المعرفة إلى أداة اقتصادية بجدارة أحدثتها العولمة بمختلف أشكالها، بما جلبته من تحولات وتغييرات في بيئات الدول الصغرى والكبرى المتطورة والنامية على السواء.

بالرغم من الفرص الاقتصادية والمزايا النسبية والقدرة التنافسية التي توفرها الوسائل الرقمية للمنتج الإعلام إلا أنها تفرض الكثير من التحديات مثل تهديد حقوق الملكية الفكرية للمنتج الإعلامي، وزيادة الجرائم المعلوماتية عبر صفحات الأنترنت التي ترتبط بالقرصنة والسرقات الإعلامية لهذه المنتجات الإعلامية الرقمية، سواء كان ذلك بالنسخ أو القص أو النقل، فضلاً عن الممارسات الاحتكارية من جانب شركات تكنولوجيا المعلومات والمؤسسات الإعلامية الكبيرة.

وتوصي الدراسة بضرورة استفادة العالم العربي من التقنيات الإعلامية الحديثة، لأن التحديات والمخاطر التي ترتبط ببيئة الأنترنت عموماً لاتعني العزلة، لأن العزلة تعني التهميش وزيادة التبعية التكنولوجية والإعلامية للخارج، فهذه لتقنيات صبحت لغة العصر والتي تفرض علينا الاستفادة من فرصها الاقتصادية، ومواجهة تحدياتها بوضع القوانين والتشريعات التي تضبط النشاط الإعلامي والاقتصادي عبر الأنترنت والبحث في تطوير القدرات التكنولوجية العربية في بيئة الأنترنت لمواجهة المخاطر التكنولوجية

التي ترتبط بالجرائم المعلوماتية، وأيضاً من المحاولات الخارجية للاحتكار والهيمنة على
على بيئة الإعلام الجديد.

الفصل الثاني:

المعوقات التي تواجهها
الصحافة وتأثير وسائل
السوشي ميديا والذكاء
الصناعي

تمهيد:

إن انتشار صحافة المواطن ونموها في الآونة الأخيرة وتزايد الإقبال والاعتماد عليها طرح إشكالية ضبط العمل في الصحافة الحرة أو صحافة الهواة حتى لا يكون انفلات وفوضى في ممارسة هذا النوع الإتصالي الجديد وكان لزاما على رواد صحافة المواطن أن يعرفوا ماهي حدود ممارستهم لنشاطهم الإعلامي، وماهي حقوقهم وواجباتهم والعقوبات الناجمة عن إنقلابهم، كما أن صحافة المواطن بالعالم العربي أثرت على العمل الإعلامي المهني بالرغم أنها تستعمل وسائل بسيطة وغير منهجه لكنها أثبتت نجاعتها.

إذن في هذا الفصل سنتعرف على الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المواطن كما أننا سنناقش تأثير هذا النوع الإتصالي على العمل الإعلامي الفعلي وآفاق صحافة المواطن.

المبحث الأول: الممارسة المهنية لصحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية.
إن ظهور صحافة المواطن كمتغير جديد في الحقل الإعلامي طرح إشكالية كيفية ممارسة هذا العمل خصوصا وأنه يقدم المادة الخام من المعلومات التي تعتمد عليها حتى وسائل الإعلام في بث أخبارها وفي هذا المبحث سنتطرق إلى أهم العناصر المتعلقة بالممارسة المهنية لصحافة المواطن عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: اتجاهات صحافة المواطن.

رجح المفكرون ظهور صحافة المواطن يعود لعوامل مختلفة وقد تبنى كل منهم اتجاه معين ويمكننا تقسيم هذه الاتجاهات إلى ثلاث اتجاهات:

* **الاتجاه الأول:** رجح هذا الاتجاه أن ظهور صحافة المواطن هو نتيجة تدهور بين الجمهور ووسائل الإعلام التقليدية، حيث أن القنوات ووسائل الإعلام، لم تعد تقديم معلومات كافية ودقيقة شاملة حول مواضيع تهتم الجماهير لخضوع هاته القنوات والوسائل والوسائل الإعلامية لرقابة، فكان الحل ميلاد إعلام بديل متمثل في صحافة المواطن المتحررة من قيود الإعلام التقليدي.¹

وفي هذا السياق يظهر وبشكل جلي أن رواد هذا الاتجاه لا يعتبرون إعلام المواطن تمردا تمردا صارحا على أعراف المهنة لصحفية وطقوسها وإنما رد فعل طبيعي للرقابة والقمع والقمع التي تمارسه الأنظمة السياسية، وليست ثورة الياسمين التي شهدتها تونس في الرابع

¹- المرجع السابق.

الرابع عشر من جاز في 2011 سوى تأكيد واضح لقدرة وسائط الإعلام الجديد على

تجاوز الحدود الجغرافية واختراق رقابة الأجهزة الأمنية.¹

وتؤكد الدراسات التي تناولت موضوع صحافة المواطن من بينها الدراسة التي أجراها

"باتريك بيغن **patrice Bégen** والموسومة، "الصحافة والمجتمع خطابات وممارسات

صحافة المواطن على الدور الذي تتسم به الصحافة المواطن كوحدة من الممارسات

الإعلامية الجديدة وذلك من خلال تحليله لطبيعة المضامين والخطاب التي تمثلها صحافة

المواطن من خلال اختيار عينة شملت أكثر مواقع صحافة المواطن انتشارا على لصعيد

الأوروبي والعالمي وهي على التوالي **Aroga vox Blotter ALL Voices CCNI**

Report –Cent papiers

ولعل أبرز النتائج التي توصل إليها أن الصحافة التقليدية تعيش أزمة حقيقية على الصعيد

الصعيد الأخلاقي حيث فقد الجمهور الثقة في مصداقيتها بسبب تعرضها المتكرر

لضغوط القوى الاقتصادية والسياسية الأمر الذي دفعه لتوجه صوب الوافد الجديد وهو

صحافة المواطن التي تحولت إلى إعلام بديل والقوة المضادة لرقابة الأنظمة والقوى

السياسية فهي مستقلة عنها بشكل كامل.²

¹ - فتيحة كيجل، صحافة المواطن جلدية الأخلاقيات ولضوابط المهنية"، مجلة المعيار، العدد48، (2019)، ص246.

² - المرجع السابق، ص247.

* **الاتجاه الثاني:** يرى أصحاب هذا الاتجاه أن صحافة المواطن هي تكميلية لصحافة التقليدية ولا يمكن أن تحل مكانها بأي حال من الأحوال وأن صحافة المواطن تسلط الضوء على بقع من الأرض لا يصل لها الإعلام التقليدي أو لا يوليها أهمية كبرى فبهذا تكون مكملة لما يقدمه الإعلام التقليدي.

إن ثورات الربيع العربي قامت بفضل مواقع التواصل الاجتماعي والمواطنين الصحفيين الصحفيين رغم أن القنوات الإعلامية كانت مغيبة في نقل الأخبار بفعل التعقيم الإعلامي، الإعلامي، مثال ذلك ثورة الياسمين بتونس ما كانت لتقوم لولا بث فيديو محمد البوعزيزي البوعزيزي من طرف رواد مواقع التواصل الاجتماعي وأفضت إلى سقوط النظام السياسي السياسي بأكمله لاحقا وكانت صحافة المواطن لمن يبحث عن الأخبار في تلك الفترة وتحولت من صحافة هواة إلى إعلام بديل.¹

وتشير آخر الأخبار الدولية لرئيسية إلى الدور الذي تؤديه صحافة المواطن فقد اعترفت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) رسميا الدور لرئيسي الذي لعبه الناس في الشوارع في بث القطاعات رئيسية خلال تفجيرات لندن من قبل الإرهابيين في يوليو 2005، ففي غضون 6 ساعات تلقت غرفة أخبار (BBC) أكثر من 1000 صورة فوتوغرافية، و20 فوتوغرافية، و20 فيديو مصغر للهواة و4000 رسالة نصية و20000 بريد إلكتروني

¹ - المرجع السابق.

الواضح أن صور الفيديو لم تكن بجودة البث المهنية المطلوبة وجميع المعلومات التي

تلقتها لم تكن ذات أهمية إخبارية، ولكن بعضها كانت بما يكفي لتقديمها للمشاهدين.¹

إذن مما سبق يمكننا القول أن صحافة المواطن أصبحت بديلا حقيقيا للإعلام التقليدي

الذي يكون مقيدا وفقا لسياسة معينة أو جهة معينة وأنها شكلت الفضاء المناسب

للجماهير لتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتوجهاتهم بل إنها بوابة تفاعلية لرد عن ما تقدمه

وسائل الإعلام التقليدية وقد أثبتت نجاعتها ولم تعد فقط صحافة هواة بل وجب التنظير

لها من جانب أخلاقيات وضوابط المهنة أيضا.

الاتجاه الثالث: يعتقد أصحاب هذا الاتجاه أن صحافة المواطن رأي، من خلال أنها

تسمح للقارئ إبداء رأيه بكل حرية دون قيود "دراسة" لـ"بوابة" ويمكنه الدفاع عن فكره

ومعتقداته وإقناع غيره بآرائه وتوسيع دائرة مناصريه.

مع ذلك يجدر رواد هذا الاتجاه من الانزلاقات التي يمكن أن تنتج عن هذا النوع من

التعبير فقد يتمرد المواطن الصحفي وينحرف عن قواعد أخلاق ممارسة المهنة وهذا ما

حدث مع صحيفة **CCN** الإلكترونية بعد حادثة التقرير المجهول والذي تم نشره حول

مرض مؤسس شركة آبل للإلكترونيات حيث أن بعض الباحثين لا يترددون في تحديث

¹- المرجع السابق، ص 247.

عن الاستياء لتشاركي حول صحافة المواطن، خاصة بسبب نوعية المساهمات التي ينظر
ينظر إليها على أنها مختلفة.

وقد أصبح من الضروري دراسة هذا الفضاء الذي أخذ يكتسي أهمية أكثر فأكثر في
المجتمع والذي يثير العديد من التساؤلات حيث تبدو مشاركة الهواة على الإنترنت تعيش
تعيش حاليا عصرا ذهبيا في الوقت الذي تزداد فيه شعبية الشبكات الاجتماعية وتتضاعف
وتتضاعف المدونات بوتيرة **1200** مدونة جديدة في اليوم دون احتساب مواقع الإعلام
التقليدية التي تنشر التعليقات والفيديوهات والمقالات الخاصة بالصحفيين المواطنين.¹

المطلب الثاني: المعايير المهنية والأخلاقية لصحافة المواطن على شبكات التواصل
الاجتماعي

إن انتشار هذا النوع الإتصالي الجديد بشكل واسع ومدى تثيره على الجماهير طرح
طرح حتمية ضبطه لكي لاينحر عن ذلك نتائج وخيمة من خلال التعارض مع أخلاقيات
العمل الصحفي ويعتبر القانون غالبا المواطن الصحفي ليس بالصحفي المحترف لأنه لا
يخضع لضوابط العمل الإعلامي الاحترافي المؤطر قانونيا إنما هو متطوع لنشر ما
يسمعه ويراه عبر الواقع والمواقع الافتراضية.

وقد حاول القضاء في الولايات المتحدة الأمريكية إضفاء نوع من الحماية على صحافة
المواطن، من خلال مد مظلة الحماية من المسؤولية الممنوحة للصحفيين المهنيين في
دعاوي التشهير، والتي تلزم المضرور أن يثبت عنصر الرعونة والإهمال من جانب
الصحفي في مثل تلك الجرائم، فقررت والتي تلزم المضرور أن يثبت عنصر الرعونة

¹- المرجع السابق، ص 248.

والإهمال من جانب لصحفي في مثل تلك الجرائم فقررت الدائرة التاسعة في الحكم الصادر

الصادر في قضية، **Finace Group LLC D.Padrick Obsidian V Gytal** في

فبر اير 2014 إلغاء الحكم الصادر بإلغاء كريستال كوكس بتعويض مجموعة أو

بيسيديان للاستشارات المالية بمبلغ 205 مليون دولار لإدانته بالتشهير لما نشرته على

مدونتها من اتهامات لوكيل التفلسية التابع للمجموعة بالتهرب من دفع الضرائب حيث رأَت

رأَت محكمة أول درجة أن حماية الممنوحة للصحفي في دعوى التشهير لا تمتد لتمل

تدوينات كوكس، لكونها لم تستطع إثبات صفتها كصدفية، وقررت المحكمة في حكمها

بالرغم أن كوكس ليست صحفية مهنية إلا أن الحماية الممنوحة للصحفي في هذا الصدد

تمتد لتشمل المدون غير الصحفي طالما تعلق الأمر بقضية تمثل اهتمام الرأي العام.¹

أما في الجزائر فإن مفهوم النشر والصحافة مزال قائما مثل الصحافة المطبوعة أي أن

النصوص القانونية المتعلقة بالصحافة بالصحف نفسها تطبق على النشر الإلكتروني وفي

مصر لا يمكن الاعتراف بجريمة الأنترنت كجريمة مستقلة، ولكن تدخل تحت إطار جرائم

جرائم السب والقذف وتكدير السلم العام وإذاعة الأخبار الكاذبة.²

وعلى ضوء ما سبق فإنه يمكننا القول أن صحافة المواطن لا تخضع لأي تنظيم صحفي

وفق القواعد المهنية فهي صحافة هواة، ولا يتمتع بالحماية الكافية كما يتمتع بها الصحفي

المهني في عمله لكن لا ينفي ذلك عدم تمتعه بحقوق وواجبات فيما أن نشاطه يدخل في

¹ - محمد إبراهيم إعلام المسؤولية المدنية عن المحتوى غير المشروع لصحافة المواطن بنها، 2017، ص 13.

² - المرجع نفسه، ص 14.

إطار الحق في التعبير فإنه من الواجب عليه الالتزام بالضوابط القانونية بممارسة حرية حرية التعبير.

الفرع الأول: جمهور صحافة المواطن.

يطلق على صحافة المواطن تسمية «صحافة نحن» أي تكتب من الشعب إلى الشعب، حيث أصبح الجمهور الذي كان يستقبل المضامين الإعلامية هو الذي يضعها ويبحثها وأصبح يستعمل وسائل الإعلام ويتعرض لها في نفس الوقت ليقوم ببناء محتواها بحرية.

وإن الثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصال مكنت الجمهور من إنشاء إعلامية الخاص حتى بات المواطن (المتلقي) مديعا ومحررا ومنتجا للبرنامج السمعية والمرئية على الأنترنت لمواطنين مثله ويمكننا القول أن الدور الفعال للمتلقي (الجمهور) في العملية العملية الإعلامية وبمساعدة تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو ما ساعد توسع هذا النشاط.¹

وقد أضحى الإعلاميون والصحفيون يتوجهون نحو متابعة صفحات المواطن للتأكد من نوعية المعلومات التي ينشرها ويتداولها الجمهور، وطبيعة القيم التي يحملها مثل الموضوعية والحياء والابتعاد بذلك عن وظيفتهم التقليدية مع جمع ومعالجة المعلومات لتبج صورة الجمهور هي التي تعمل على تحويل إعلامية الصحافة نحو لتكيف تدريجيا

- فتيحة بوغازي، "الرأي العام الإلكتروني في ظل الإعلام الجديد: صحافة المواطن، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد 17، (مارس 2017)، ص07.

مع بروز المواطن، والجمهور المصدر كفاعل جديد في العملية الإعلامية وبالتالي إضفاء إضفاء الصيغة المؤسسة على الجمهور الافتراضي.¹

ويرى الباحث رضوان بلخيري في كتابه مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات) أنه يجب أن تستغل التأثيرات القادمة عبر الأنترنت لزيادة الوعي وذلك عن طريق:

- تشجيع المواهب والهوايات المختلفة لدى جيل الشباب لملاً الفراغ وتوجيهاتهم التوجيه على الملائم والسليم بعيداً عن الترفيه وتضييع الوقت.

- الاهتمام بقضايا التعلم التي تخص الشباب والتركيز على أن تتم العملية التعليمية على أساس الحشو والتلقين.

- غرس القيم الديمقراطية لدى الشباب من خلال تكريس تقاليد النقاش والحوار الحر والديمقراطي وتبادل الرأي بين المجموع العام ونجاح هذا التوجه يعني تعزيز المفاهيم الديمقراطية في المجتمع ككل.

- نشر الوعي السياسي والثقافي بين جيل الشباب، والذي يمكنهم من الإلمام بأزمات ومشاكل مجتمعهم.²

- بسمة فنور، "الإعلام الجديد صحافة لمواطن والفاعلون الجدد في العملية الإعلامية" «المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية»، العدد 0، (جانفي 2017)، ص 07.
- فتيحة بوغازي، المرجع السابق، ص 08.

المبحث الثاني: تحديات صحافة المواطن في ظل الإعلام التواصلي.

إن توسع صحافة المواطن ودخولها لجميع أقطار العالم أثر بشكل مباشر على العمل الإعلامي سواء بالإيجاب أو السلب وفي هذا المبحث سنتطرق إلى هذا التأثير والانتقادات الموجهة إلى هذا النوع الإتصالي الجديد وماهي آفاق صحافة المواطن في ظل التسارع إلى الوصول للمعلومة والتطور التكنولوجي.

المطلب الأول: تأثير صحافة المواطن على العمل الإعلامي:

إن المضامين التي يتيحها المستخدمين لها أهمية كبيرة في العمل الإعلامي، فهي تزود المؤسسات الإعلامية بقدر من المعلومات والأخبار التي تقوم بإنتاجها فريق عمل جماعي تطوعي يرغب في تطوير وإثراء المهنة ومشاركة المعلومات مع الآخرين كما تفيد تفيد هذه المضامين في تشكيل الرأي العام في صناعة الأحداث واكتشاف وتنمية المواهب المواهب الإعلامية، كما تزود المؤسسات الإعلام التقليدية بالإضافة إلى ذلك فهي تؤثر على مضامين صادرة مستقلة لانتمى غالبا لجهات اتصالية تجارية أو سياسية أو متحيزة لجهة معينة دون غيرها.¹

إن صحافة المواطن اختلفت لنا حركة اتصالية دائرية تبادلية في المعلومات «وهي تلعب تلعب دورا حيويا في استعادة توازن القوى بين المؤسسات الإعلامية والجماهير عن طريق طريق تغيير العلاقة التي كانت سائدة من قبل (من الأعلى إلى الأسفل) إلى اتجاهين

- سيد بخيث، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي " في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال حول: «الإعلام الجديد: النظرية والتطبيقية»، المنعقد في 2-4 ديسمبر 2012، بجامعة الملك سعود بالرياض، (د،م)،(د،ن)،(د،ت) ، ص6-7.

وعليه بدأ دور الجمهور في جمع والحصول على الأخبار الاستعادة مكانهم في دورة

الاتصال بين الطرفين (ا لوسيلة الإعلامية وا لجمهور).¹

إن حالة اللامركزية الإعلامية التي فرضتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمسمى صحافة

صحافة المواطن قد رسخت البعد الديمقراطي في العمل الإعلامي المحكوم بطبيعته

بالتعدد والانسحاق لهذه التطورات، أدت إلى حد كبير في أنسنة الفعل الإعلامي واستدراجه

واستدراجه في تقديم خدمات ثقافية واجتماعية بدلا من خدمة أطراف وجهات معينة وعليه

وعليه فقد ساهمت صحافة المواطن في خلق حالة اللامركزية الإعلامية أدت إلى تغيير

في المنظومة الإعلامية ككل.²

الفرع الأول: عيوب ومآخذ صحافة المواطن.

إن تشابه الأدوار بين الصحافة المهنية وصحافة الهواة أو صحافة المواطن جعل الباحثين

يقدمون جملة من الانتقادات في الممارسة المهنية لهذا النشاط ولإبراز الفرق بين المهنية

وصحافة المواطن، ولعل من أبرز الانتقادات الموجهة لهذا النشاط الإتصالي ما يلي:

1- يفتقد الصحفي المواطن في الغالب المهنية التي يتطلبها العمل الصحفي، وأيضا

القدرة على الصحفي السليم.

¹ - ثريا السنوسي، صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار «مجلة العلاقات العامة، العدد 02، (2014)، ص07.
- أحمد شريف بسام «التحولات في البيئة الإعلامية الجديدة: صحافة المواطن نموذجا» «مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 2009، 11، ص 23.

-2- يفقد هذا النوع من العمل الصحفي الاعتبارات التقليدية لدور الصحفي الذي يجب أن يكون محايدا لا مشاركا في المشاكل وحلولها، ولا يجب عليه المبالغة في دوره كمصطلح كمصطلح اجتماعي أو سياسي.¹

-3- عندما يتم جمع الأخبار والمعلومات والآراء عن طريق الاجتماعات العامة والحوارات والحوارات فإن هذه الطريقة تتيح للمواطنين اللذين لديهم الوقت والمهارات للتفاعل دون غيرهم.²

كما وجه المختصين والاكاديميين حتى للمؤيدين لهذا النوع من الصحافة حيث اعتبروهم أنهم قد فشلوا في تعريف مبادئهم تعريفا إعلاميا وعلميا، إذا لم يستطيعوا فصل الفلسفة عن الممارسات لذا لم ينجحوا في توفير الحجج المقنعة على كونها جزءا من العمل الإعلامي المستمر.

كما أنهم قد ألغوا في أفكارهم إزاء صحافة المواطن وخاصة فيما يتعلق بالمهنية، والتي لا يجب أن تقبل سوى المعايير المهنية التي ينبغي أن تحكم العمل الصحفي.³

¹ - فتحة كحل، المرجع السابق، ص 249.

- حسين إبراهيم الفلاح، التفاعلية ومابعد التفاعلية في الإعلام لجديد: نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص 109.

³ - فتحة كحل، المرجع السابق، ص 249.

الفرع الثاني: آفاق صحافة المواطن.

إن علاقة الوسيط التقليدي الجديد في المدرسة لجهوية تتبنى رؤية تقوم على أن إعلام المواطن سوف يواصل ويقاسم الوسائط الإعلامية التقليدية الفضاء الإعلامي لكنه لن يكون أبداً بديلاً عنها ف"HeywardAnderw الرئيس السابق CBS يتحدث عن ثنائية النظام مقابل الفوضى فقد أكد في مداخلته بأن هذا العالم المعقد مزال سوقاً كبيراً لرؤساء لرؤساء لتحرير والإعلاميون يتوفرون على مصادر، وإن المضامين التي يخلقها المواطنون المواطنون ستزداد أهميتها لكنها لن تكون بديلاً بل تكميلياً سوف نجد الإعلام إل جانب إعلام مواطن، إن العالم قد غداً فوضوياً خاصة بالنظر لما تعودنا عليه، إذا لم يعد منظماً منظماً وليس لنا أن نتكيف مع هذا الوضع، إن الفوضى ستعايش مع النظام في عالم الوسائل الإعلامية.¹

وتتخذ المدرسة الاستشراعية موقفاً معارضاً للمشككين في إعلام المواطن وتتنبأ له بمستقبل بمستقبل واعد، ودافع TenyHearon عن الموقف بالقول "إن الإعلام لن يتحدد متقبلاً بناءً على خاصية الوسيط وتتم تجزئته، وهو ما سيؤدي إلى انتهاء الأدوار للخدمة الإعلامية وسقوط لفوارق بين أنماط الصحفيين، صحفي صحافة مكتوبة، صحفي تلفزيوني، صحفي إذاعي أو صحفي إنترنت فهذه لتسميات لكي يكون لها اعتبار.²

- حنان بو عزيز «دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن: دراسة عينة بجامعة أم بواقي صفحة فيسبوك نموذجاً»¹ «مذكرة ماستار في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بلمهيدي أم البواقي، (2014-2015)، ص 18.
² المرجع نفسه، ص 83.

-2- يفقد هذا النوع من العمل الصحفي الاعتبارات التقليدية لدور الصحفي الذي يجب أن يكون محايدا لا مشاركا في المشاكل وحلولها، ولا يجب عليه المبالغة في دوره كمصطلح اجتماعي أو سياسي.

-3- عندما يتم جمع الأخبار والمعلومات والآراء عن طريق الاجتماعات العامة والحوارات فإن هذه الطريقة تتيح للمواطنين اللذين لديهم الوقت والمهارات للتفاعل دون غيرهم.

كما وجه المختصين والأكاديمين انتقادات حتى للمؤيدين لهذا النوع من الصحافة حيث اعتبروهم أنهم فشلوا في تعريف مبادئهم تعريفا إعلاميا وعلميا إذا لم يستطيعوا فصل الفلسفة عن الممارسات لذا لم ينجحوا في توفير الحجج المقنعة على كونها جزءا من العمل الإعلامي المستمر.

كما أنهم قد بالغوا في أفكارهم إزاء صحافة المواطن وخاصة فيما يتعلق بالمهنية، والتي لا يجب أن تقبل سوى المعايير التي ينبغي أن تحكم العمل الصحفي.¹

المطلب الثاني: مفهوم الذكاء الاصطناعي ودوره في الإعلام.

تحول المشهد الإعلامي خلال السنوات الأخيرة تحولا جذريا وسريع وغير مسبوق مسبق نتيجة للتطور السريع في تقنيات وتكنولوجيات الاتصال والمعلومات وهذا التحول التحول الذي ألقى بظلاله على صناعة الإعلام بوجه عام وصناعة الصحافة على وجه

¹- المرجع السابق.

الخصوص مما دفع العديد من مؤسسات النشر الإعلامي والمؤسسات الصحفية للتحول الرقمي وأصبحت هذه المؤسسات تبحث عن حلول جذرية للتحديات التي فرضتها التطورات الرقمية على صناعة الأخبار والاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبح أصبح أمر لا مفر منه خاصة وإن العديد من كبريات الشركات مثل جوجل ومايكروسوفت ومايكروسوفت وفيسبوك وظفت هذه التقنيات في إعادة توزيع المحتوى والوصول إلى الفئات المستهدفة من الجمهور وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي يقدم مفهوما جديدا يرتبط يرتبط بما يعرف بالصحافة الخوارزمية أو صحافة الذكاء الاصطناعي نسبة إلى اعتمادها اعتمادها على خوارزميات تسهم في إنتاج المحتوى أو توزيعه أو حتى التحقق منه (Waleed و Mohamed 2019).

فمن هنا يمكننا تعريف الذكاء الاصطناعي:¹

حيث شهد الربع الثاني من التاسع عشر بداية ظهور بذور الذكاء الاصطناعي على الرغم من ن الحواسيب لم تكن موجودة بعد، إلا أن الذكاء الاصطناعي، كمطوق رياضي، أوجد لنفسه المكان المناسب وشق طريقة في الوسط العلمي .

رغم اختلافات المختصين سواء الأكاديميين أو الفلاسفة أو أهل العلم، في تعريف وتحديد مفهوم الذكاء الاصطناعي إلا أن هناك إجماع منذ ظهور هذا المصطلح في بدايات الخمسينات من القرن العشرين، على أنه التيار العلمي، والتقني الذي يضم الطرق

¹- المرجع السابق.

الطرق والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء آلة قادرة على محاكاة الذكاء الطبيعي أو البشري.
البشري.

ويعتبر المختصين في علم الآليات والمعلوماتية إن هذا التعريف كافي ووافي لوصف وتفسير مصطلح الذكاء الاصطناعي وفي المقابل نجد أن هناك من المختصين في هذا المجال يرون أن هذا التعريف مبهم وغير واضح كتعريف كامل نظرا لطبيعته المرتبطة بطبيعة التطور التقني المتجدد والذي يختلف باختلاف الوقت والزمن.

والمتابع لبحوث وتطورات الذكاء الاصطناعي غالبا ما يلاحظ تصنيفه كعلم معرفي وليس وليس كعلم تقني وربما يرتبط ذلك لتاريخه النابع من علم الأعصاب الحسابي والمنطق الرياضي قبل نسخها كفرع من علوم الحوسبة، نظرا لتعميم الخوارزميات.¹

لكن ما يتفق عليه الجميع هو أن دورها الأساسي يقوم على البحث عن طرق حل الإشكاليات ذات التعقيد المنطقي، الحسابي، أو الخوارزمي العالي.

وقبيل ظهور البيانات الضخمة كان أقصى طموحات الذكاء الاصطناعي هو الاكتفاء بتقليد الإنسان في تطبيقاته معينة من وظائفها المعرفية لكن مع التسارع المشهود والتصعيد

- أحمد الزهراني، ومروه عطية، (2020)، الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي، جدة، خوارزم العلمية، ص20.

في البيانات الضخمة تجاوزت طموحات تلك لتقنيات حدود لتقليد الأدمي وحتى البيولوجي

على أمل الوصول إلى مزيد من القوة المستخلصة الاستخدامات المختلفة.¹

الفرع الأول: أنماط تصميم الذكاء الاصطناعي: هناك نوعين في طريقة تصميم

الذكاء الاصطناعي.

- الشكل المركزي:

وهو شكل مستوحى من أعصاب الدماغ البشري، وفي هذا النوع من تصميمات الذكاء الاصطناعية يكون الوظيفة الأساسية هو البحث عن الحل الأمثل والمثال المشهور على ذلك هو تعلم الآلة والذي عانى لسنوات طويلة من إشكالية محدودية القدرات الحسابية للآلة، بسبب عدم توافق التطور الإلكتروني للآلة في تصميم أجهزة قوية في الحساب والتخزين، إلا أن الانفجار المشهود حالياً للبيانات الضخمة والتسارع في تبني تقنيات شبكات الجيل الخامس سمحت بعودة قوية لهذه التقنية مؤخراً.

- الشكل اللامركزي:

وهذا الشكل مستوحى من الطبيعة ومنها الكائنات الحية البسيطة مثل النمل، حيث تستطيع تستطيع هذه الكائنات البسيطة جداً وبدون أدمغة معقدة بطريقة تشاركية أن تنجز أعمالاً معقدة مثل عمليات البحث والتنقيب وصناعة جسور، يؤمن باحثو هذا لتيار العلمي بأن

- سامية قمر باري محمد وكروش حيزيه، (2018)، الذكاء الاصطناعي بين الواقع والمأمول: دراسة تقنية وميدانية الملتقى الدولي «الذكاء الاصطناعي»: تحد جديد للقانون، الجزائر، ص15.

الذكاء يظهر كنتيجة لتفاعلات لجزئيات متشاركة وليس بطريقة حسابية معقدة مثل ما هو عليه الأمر في حالة الشكل المركزي للذكاء.¹

الفرع الثاني: استخدامات الذكاء الاصطناعية في المجال الإعلامي.

مصطلح الذكاء الاصطناعي (الذكاء الاصطناعي) هو مصطلح شامل إلى حد مايشير إلى الاحتمالات المختلفة التي نتيجتها التطورات التكنولوجية الأخيرة، من التعلم الآلي إلى معالجة اللغة الطبيعية، يمكن للمؤسسات الإخبارية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج لصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات والنشر، (مع فرز اختيار وتصفية الأولويات) ووضع علامات على المقالات تلقائياً.

وتوفر هذه لنظم مزايا عديدة: منها السرعة في تنفيذ الإجراءات المعقدة استناداً إلى كميات كميات كبيرة من البيانات والسرعة دعم الروتين الصحفي من خلال التنبيهات بشأن الأحداث وتقديم مشاريع النصوص التي سيتم استكمالها بمعلومات سياقية، كذلك توسيع التغطية الإعلامية إلى المناطق التي لم تكن مغطاة أو غير مغطاة بشكل جيد (نتائج المباريات الرياضية الصغيرة على سبيل المثال) وتحسين التغطية الإخبارية في الوقت

- عمرو عبد الحميد، (2020)، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، 2860-2798، ص11.

الحقيقي وتعزيز علاقات وسائل الإعلام مع جمهورها من خلال تزويدهم بسياق شخصي شخصي وفقا لموقعهم أو تفصيلاتهم، أو أكثر من ذلك.¹

ويمكننا القول أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أدت إلى تغييرات مهامه جذرية وفي كثير من قطاعات الحياة العامة، وهو ما انعكس بشكل مباشر على القطاع الإعلامي سواء في التصوير أو التحرير أو التدقيق اللغوي أو الترجمة والتعامل مع البيانات الصحفية.

وقد قدمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطورا غير مسبق في مجال الإعلام الرقمي عبر استخدام البيانات وتحويلها إلى قصص إخبارية من خلال خوارزميات في تحليل قواعد بيانات ومن ثم الخروج بمعلومات ومعرفة تضمينها في سياق قصص صحفية تفاعلية تتغير المعلومات فيها بتغير المدخلات.

الفرع الثالث: تقنيات الذكاء الاصطناعي وغرف الأخبار الحديثة.

خوارزميات الحاسب الآلي أصبحت اللاعب الأساسي في غرف الأخبار الحديثة واضحة أمر واقعا في العديد من المؤسسات الصحفية الأمريكية والأوروبية مثل أسوشيتد أسوشيتد برس (AP) وفوريس ولوس أنجلوس تايمز وبرو بالبيكا، على سبيل المثال لا الحصر، تستخدم هذه التكنولوجيا بالفعل وتتميز بقدرتها على إنتاج المحتوى بشكل أسرع أسرع بلغات متعددة، وبإعداد أكبر وربما مع عدد قل من الأخطاء والتحيز، مما يؤدي إلى

¹ -Laurence Dierichx 6april .2021(ArtificiAl intelliicence and journalism arace with macines https //www equaltime org

إلى تحسين جودة الأخبار ودقتها والتغلب على مشكلة "الأخبار المزيفة" علاوة على ذلك يمكن للصحفيين التركيز أكثر على التقارير المتعمقة أو الإستقصائية، في مقابل تركيز استخدام الخوارزميات على تغطية المهام الروتينية، وبالتالي، يمكن لوسائل الإعلام أن تقديم تقديم تغطيات وقصص إخبارية بأقل تكلفة من ناحية أخرى، بتوقع البعض إلغاء بعض وظائف تحرير المحتوى، والاعتماد على الروبوتات بشكل أكبر في بعض المهام التحريرية التحريرية وفي هذا السياق يشير رأي كيرتسويل أنه بحلول عام 2040 ستتفوق أجهزة الكمبيوتر على العقل البشري، في مرحلة تعرف باسم "التفرد التكنولوجي" ومع ذلك، فإن فإن الاعتراف بقيود الذكاء الاصطناعي والتكيف بشكل صحيح مع طبيعة العمل الصحفي الصحفي البشري، يمكن أن يقصر الصحافة الروبوتية على بعض أجزاء المحتوى الإعلامي وأن تصبح وسائل مساعدة للصحفيين في قطاعات أخرى، ويرى بعض الصحفيين المتفائلين أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي والصحافة الروبوتية تعزز العمل العمل الصحفي بشكل عام، كما يعطي فرصة للتركيز على الموضوعات ذات الطابع الإنساني.¹

وفي المقابل نجد أن هناك بعض الإشكاليات تتعلق بمحدودية باستخدام خوارزميات الذكاء الذكاء الاصطناعي في فهم اللغة البشرية الطبيعية وخاصة سياق الأفكار والاستعارات والفكاهة والشعر، هناك جدل فلسفي مستمر بين العلماء حول ما إذا كانت الآلات ستكون

¹- المرجع السابق.

ستكون قادرة على فهم ثراء اللغة الطبيعية وعمقها بشكل كامل ضمن السياقات الثقافية والاجتماعية التي تتغير أيضا بمرور الوقت، وفي هذا السياق يرى تييري فينوغراند، الباحث الباحث الرائد في معالجة اللغة البشرية وتمثيل المعرفة والذكاء الاصطناعي، أن فهم الذكاء الاصطناعي للغة الطبيعية يتم بشكل بيروقراطي خالي من العواطف وبالتالي فإن الصحفي الآلي لن يكون قادرا على "كتابة" قصص ينخبط عمقها وثرائها" المستوى البيروقراطي"، الأمر الذي قد يمنح الصحفي البشري، ميزة متفردة تتمثل في التعطف وفهم وفهم السياقات الثقافية المعقدة وهي ميزة مهمة للعنصر البشري على خوارزميات لذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى بشكل آلي.¹

المطلب الثالث: الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي في الإعلام.

الذكاء الاصطناعي هو مصطلح شامل يصف النظم والأجهزة والبرامج الحاسوبية التي تستخدم تقنيات وخوارزميات محددة لتحليل البيانات واتخاذ القرارات وتنفيذ المهام بشكل مستقل وذاتي، ويتضمن الذكاء الاصطناعي تقنيات مثل التعلم الآلي والتعرف على الصوت والصورة وتحليل النصوص والذكاء العام والخوارزميات المتخصصة في المجالات المختلفة.

يهتم الذكاء الاصطناعي أيضا بصناعة آلات وروبوتات مرتبطة بأنظمة حواسيب، تقوم بتصرفات يعتبرها الإنسان تصرفات ذكية، أو تمتلك الخصائص المرتبطة بالذكاء واتخاذ

- عباس صادق (2019)، الصحافة الروبوتية، إنتاج الأخبار ببرمجيات الذكاء الاصطناعي، مجلة إذاعة، وتلفزيون، الخليج، 1-7.

واتخاذ القرار وأداء بعض المهام التي تتطلب التفكير والفهم والسمع والتكلم والحرمة بدلا بدلا من الإنسان.

يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات، من بينها الإعلام، يشمل الذكاء الاصطناعي في الإعلام وعدة مجالات، منها والصحافة بشكل كبير خلال السنوات القادمة.

إذن بالرغم من الفوائد العديدة التي يمكن أن يقدمها الذكاء الاصطناعي لصناعة الإعلام والصحافة، إلا أنه يحمل آثار سلبية عديدة قد تهدد الصحافة وتشوش العمل الإعلامي، وهذا يعني أننا اليوم بحاجة إلى تشريعات واتفاقيات الذكاء الاصطناعي.¹

من أبرز الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي في الإعلام هي:

1- تهديد الوظائف: قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة إلى تقليص الحاجة إلى العمالة البشرية، وذلك من خلال استبدال بعض الوظائف الإعلامية والصحافية بتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى فقدان بعض الوظائف وتهديد مصادر الدخل للعاملين في هذا المجال.

2- التأثير على الحيادية الإعلامية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يؤثر على الإعلام من الذكاء الاصطناعي أن يؤثر على حيادية الإعلام من خلال تحليل البيانات

¹- المرجع السابق.

وتوجيه المحتوى وفقا لتفضيلات الجمهور، مما يمكن أن يؤدي إلى تعزيز الآراء المتشبهة المتشبهة وتقليل التنوع الإعلامي.

-3- خطورة تداول الأخبار الكاذبة: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يستخدم في وتداول الأخبار الكاذبة والتضليلية، مما يمكن أن يؤثر على مصداقية وثيقة الجمهور بالإعلام والصحافة.¹

-4- حقوق ونشر والملكية الفكرية: يستند الذكاء الاصطناعي على شبكات عبية اصطناعية وتلزمه مجموعات شاملة من البيانات كي يتدرب عليها في الغالب، تضم تلك لمجموعات صوراً أو مقاطع فيديو أو أصواتاً أو نصوصاً، وقد تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي قواعد البيانات المحمية بحقوق الطبع والنشر من دون إذن أصحابها يشكو المسؤولون عن مصادر تلك المعلومات اليوم من استخدام أعمالهم من الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة إلى تهديد الخصوصية والأمن الإلكتروني، حيث يمكن أن يتم جمع وتحليل البيانات الشخصية للمستخدمين دون علمهم أو موافقتهم، مما يشكل تهديداً لخصوصيتهم وأمنهم الإلكتروني، فمن خلال ذكرنا عن أهم السلبيات الذكاء الاصطناعي سوف نتطرق إلى أهم الفروع التالية:

الفرع الأول: القوانين واتفاقيات تحمي حقوق الصحفيين في ظل الذكاء الاصطناعي.

¹ - محمد عبد الظاهر، (2019)، صحافة الاصطناعي، مصر: بدائل للنشر.

على مدار أكثر من 0 عاما صدرت قوانين دولية عديدة لحماية الصحفيين وتمكينهم من الدفاع عن حقوقهم في زمن السلم وحالات الحرب والنزاعات العسكرية أبرزها المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي نصت على مدار أكثر من 60 عاما صدرت قوانين دولية عديدة لحماية لصحفيين وتمكينهم من الدفاع عن حقوقهم في زمن السلم وحالات الحرب والنزاعات العسكرية، أبرزها المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي نصت على أن "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون دون أي تدخل، وإستقاء الأبناء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت، دون تقييد بالحدود الجغرافية" إلا أنه لا يوجد حتى اليوم أي قوانين أو اتفاقيات دولية رسمية محددة تنظم عملية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتحمي الصحفيين من سرقة معلوماتهم وبياناتهم الخاصة.¹

هناك بعض المنظمات والجمعيات التي تعمل على وضع مبادئ وقواعد ومعايير أخلاقية أخلاقية الاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة، مثل مجموعة خبراء الأمم المتحدة للذكاء الاصطناعي، كما أن بعض الدول والجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية والصحفية في مختلف أنحاء العالم قد قامت على وضع مبادئ وقواعد ومعايير ومعايير أخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة، مثل مجموعة

- عيسى موسى وأحمد الفتاح، (2020)، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 1-67.

خبراء الأمم المتحدة للذكاء الاصطناعي، كما أن بعض الدول والجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية والصحفية في مختلف أنحاء العالم قد قامت بوضع مبادئ توجيهية توجيهية وأخلاقية للعمل وبدأت بتطوير أنظمة وقوانين وسياسات داخلية لتحديد كيفية استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في المحتوى الإعلامي بما في ذلك المعايير الأخلاقية وحماية الخصوصية وحقوق النشر والملكية الفكرية، إلا أن العالم العربي متأخر متأخر في هذا المجال فحتى يومنا هذا لم يتم إصدار قوانين للنشر الإلكتروني في معظم الدول العربية، بل لانزال أمام مشاريع قوانين يتم حولها النقاش، وقد توقف عمل المشرعين المشرعين عند سن وتطوير القوانين الخاصة بالصحافة الإلكترونية في العديد من الدول العربية، وبالتالي الحديث عن قوانين تنظم لتشريعة لتطور تكنولوجيا الإعلام التي تعرف تعرف تحولات سريعة، في حين أن المواكبة التشريعية لها ضعيفة جدا بسبب بطء مسطرة مسطرة صياغة القانون والمراحل التي يمر بها والقنوات التي يعبرها وما يعتري لعملية التشريعية من تعثر.¹

الفرع الثاني: تصور مهنة لصحافة محمية من الذكاء الاصطناعي.

إن الإعلام التقليدي بما فيه الصحافة، مطلوب منه مواكبة التقنيات الجديدة، حيث تحتاج الصحف وغرف الأخبار بالتلفزيونات مثلا إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي من أجل أجل تطوير أعمالها وتوفير جهود صحفييها المههرة على أمور روتينية، لتقوم بها برامج

¹- المرجع السابق.

برامج ذكية متطورة، مثلما قامت به وكالة الأنباء الكندية من إنشاء نظام لتسريع الترجمات
الترجمات يعتمد على الذكاء الاصطناعي، أو نظام كشف عن الصور المزورة كما فعلت
فعلت وكالة فرانس برس وغيرها من أمثلة.

لكن هناك مخاوف لدى بعض العاملين في مجال الصحافة من أن الذكاء الاصطناعي
سيعمل على إلغاء بعض الوظائف التي يشغلها البشر حالياً، إلا أن الصحافة تعتبر من
المهن الإنسانية، الإبداعية، والابتكارية، وهذا النوع من المهن بالسهولة التي يتوقعها
البعض، وإنما توجيههم نحو القيام بالمهام .

الفرع الثالث: دور الصحفيين في ظل تطور آليات الذكاء الاصطناعي.

أكد عدد من الأكاديميين والمختصين في المجال الإعلامي على ضرورة أن يستفيد
صحفيون والإعلاميون من تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامها لتحليل
البيانات وتجميع المعلومات من مصادر مختلفة، إضافة لتحسين جودة تغطية الأخبار
وتوفير المعلومات بطريقة أسرع وأكبر شمولية، مشيرين إلا أنه من المتوقع أن يستمر
تطور الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام في المستقبل.¹

بالتالي المطلوب من الصحفيين مواكبة التقنيات الجديدة وأن يكون لديهم مهارات مختلفة
للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بشكل فعال بما في ذلك فهم التقنيات المتاحة والقدرة

¹- المرجع السابق.

على تحليل البيانات والتواصل مع الخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح نجد اليوم أن تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنام كبير في عالم الصحافة والإعلام، وستؤدي إلى إحداث تغيير جذري في عالم الإعلام، وهذا التغيير سيؤثر بالضرورة على المنتجين وكذلك المستهلكين الذين هم عموم القراء ومتابعو الوسائل الإعلامية، وكلما تسارعت خطى المؤسسات الإعلامية نحو الرقمنة أولاً، ومن ثم احتواء تقنيات الذكاء الاصطناعي وبرمجياته وتطبيقاته، والعمل على تطويعها من أجل تعزيز العمل الإعلامي وتطويره كلما كانت فرص بقائها في ميدان التنافس كبيرة، والعكس صحيح.

التقنيات المبتكرة كالذكاء الاصطناعي يجب أن تكون متوقعة مع حقوق الناس وحياتهم بالتالي، نحن اليوم بحاجة إلى سن قوانين وإبرام اتفاقية دولية تنظم عملية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحمي حقوق الصحفيين وبياناتهم ومعلوماتهم تهم إضافة لحقوق الطبع والنشر والملكية الفردية.

والقدرة على تحليل البيانات والتواصل مع الخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي، ومن الضروري أن يتدرب الصحفي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح وفعال مع الحفاظ على المعايير المهنية والأخلاقية العالية وضمان صحة ومصداقية المعلومات المنشورة.¹

¹ - عباس صادق(2019)، الصحافة الروبوتية، إنتاج الأخبار ببرمجيات الذكاء الاصطناعي، مجلة إذاعة، وتلفزيون الخليج، 1-7.

بالتالي، المطلوب من الصحفيين مواكبة التقنيات الجديدة وأن يكون لديهم مهارات مختلفة للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، بما في ذلك البيانات والتواصل مع الخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي، ومن الضروري أن يتدرب الصحفي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح.

خلاصة الفصل:

إن ظهور صحافة المواطن وانتشارها بشكل كبير وواسع، أوجب ضرورة ضبطها كنشاط اتصالي مؤثر حتى لا تقع تجاوزات، وحتى يكون المواطن الصحفي على دراية بمدى الفرق بينه وبين لصحفي المهني الذي يتمتع بحقوق وحماية معينة لا يتمتع بها الصحفي المواطن، حتى لا يقع هذا الأخير في مواقف من أجل السبق الصحفي أو الوصول للمعلومة بالمجازفة، ويتحمل نتائج الضرر لوحده دون حماية.

إن العديد من الوسائل الإعلامية أصبحت تعتمد على صفحات المواطنين الصحفيين للحصول على المعلومات وبثها واعتبار المواطن كمصدر، وهذه العملية قد ألغت طرية الاتصال من الأعلى إلى الأسفل وأصبحت على اتجاهين، وشجع الباحثون أن تستغل تطبيقات الإنترنت في هذا النوع الإتصالي الجديد من أجل تشجيع لمواهب والهوايات المختلفة لمأ الفراغ لكن مع التوجيه السليم، والمساهمة في نشر الوعي السياسي والثقافي وتعزيز القيم الديمقراطية من خلال تبادل الآراء والنقاش والحوار الحر.

بينما انتقد العديد من الأكاديميين صحافة المواطن واعتبروها لا ترقى أن تسمى ممارسة إعلامية، بدليل أنه لا توجد معايير مهنية تضبطها كالصحافة المهنية وقد قمنا خلال هذا الفصل جملة من تلك الانتقادات

ويمكننا أن نقول في الأخير أن صحافة المواطن بالدول العربية بمعنى الكلمة في الدول العربية، يعل بالجماهير تلجأ إلى صحافة المواطن الغي مقيدة، بينما في الدول الغربية

فهي لا تشكل فرقا كبيرا قد تكون صحافة مكاملة بدليل تعدد الوسائل الإعلامية وفتح الحرية الإعلامية وعدم التضيق الشديد على الوسائل الإعلامية إلا في حدة ما يتنافى مع الأخلاقيات المهنية.

وفي ختامنا في هذا الفصل عن دور الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي حيث نجد اليوم أن تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنام كبير في عالم الصحافة والإعلام، وتؤدي إلى إحداث تغيير جذري في عالم الإعلام وهذا التغيير سيؤثر بالضرورة على المنتجين، وكذلك المستهلكين الذين هم عموم القراءة ومتابعو الوسائل الإعلامية، وكلما تسارعت خطى المؤسسات الإعلامية نحو الرقمنة أولا، ومن ثم احتواء تقنيات الذكاء الاصطناعي وبرمجياته وتطبيقاته، والعمل على تطويعها من أجل تعزيز العمل الإعلامي وتطويره كلما كانت فرص بقائها في ميدان التنافس كبيرة، والعكس صحيح.

حيث التقنيات المبتكرة كالذكاء الاصطناعي يجب أن تكون متوقعة مع حقوق الناس وحررياتهم، بالتالي، نحن اليوم بحاجة إلى سن القوانين وإبرام اتفاقيات دولية تنظم عملية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحمي حقوق الصحفيين وبياناتهم.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية

تمهيد

من أجل تجسيد هذه الدراسة على أرض الواقع ينبغي على الباحث اتخاذ مجموعة من الإجراءات الميدانية الأساسية لجعلها دراسة علمية تطبيقية، والتي تتمثل في: تحديد منهج الدراسة وإجراءاتها، ميدان الدراسة، مجتمع البحث وخصائص أفراده، كيفية اختيار العينة إضافة إلى الأدوات المستخدمة لجميع البيانات وخصائصها، إجراءات تطبيق الدراسة الأساسية.

المبحث الأول: منهجية البحث والاجراءات الميدانية:

المطلب الأول: مجتمع وحدود الدراسة

1. حدود الدراسة

أولا : الإطار المكاني:

لقد تمت دراستنا على مستوى ولاية مستغانم

ثانيا : الإطار الزمني.

عادة ما يبدأ المجال الزمني لأي دراسة بفترة تحديد الموضوع المراد دراسته وينتهي بانتهاء مرحلة تفرغ البيانات المجموعة من البحث الميداني واستخلاص النتائج في الأخير. ومنه فقد مرت دراستنا بعدة خطوات كالآتي:

- تم الانطلاق في الدراسة الحالية في شقها النظري بعد الاتفاق مع الأستاذ المشرف حول عنوانها المتمثل في " الممارست الإعلامية في ظل البيئة الرقمية من وجهة نظر الصحفيين" وهذا من تاريخ مارس 2024 ثم تم جمع المراجع والمؤلفات التي لها علاقة بموضوع الدراسة لبناء الفصول النظرية للدراسة.
- أما الشق الميداني للدراسة في حوالي شهر جوان 2024 بدأنا في تشكيل المقابلة كتقنية رئيسية ثم تم الموافقة عليها، وتم الاجابة عليها.

ثالثا: الإطار البشري:

يتمثل مجتمع الدراسة من (06) صحفي مقسمين بين صحفيين عموميين وصحفيين

خواص.

2. مجتمع البحث.

مجتمع الدراسة كمجموعة محدودة من الأفراد أو الجماعات الذين يدرسون ويتحدثون عن موضوع معين أو مجال معرفي بشكل مستمر، تتميز مجتمعات الدراسة بتواجدها في البيئات الأكاديمية والبحثية، حيث يجتمع الأفراد المهتمون بنفس الموضوع أو المجال لتبادل الأفكار والمعرفة والبحث والتعلم. يمكن أن تكون هذه المجتمعات متنوعة في حجمها وهيكلها، وقد تشمل الإعلاميين والباحثين والمهتمين بشكل عام.

بناء على مشكل الدراسة وأهدافها فإن مجتمع الدراسة يتكون من صحفيين مقسمين بين صحفيين عموميين وصحفيين خواص بولاية مستغانم،

• عينة البحث:

فقد حددنا عينة عمدية تكونت من (06) مبحوثين تتمثل في صحفيين في مؤسسة إعلامية.

المطلب الثاني: أداة الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية وعلى هذا فهي تستعين بصفة أساسية بمنهج المسح الاجتماعي بالعينة، وذلك بهدف اعطاء صورة عامة وشمولية ويعرف علماء الاجتماع المسح باعتباره الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة معينة في مكان معين. وهو أسلوب جمع المعلومات عن جماعة معينة في بيئة معينة، من حيث ظروفهم المعيشية ونشاطاتهم، وتأسيس على ذلك، يهدف المسح بصفة عامة الى وصف الظروف والعلاقات والسلوك. كما يهدف ايضا الى تفسيرها.

اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة العلمية (المقننة): وهي أداة يستعين بها الباحث في جمع المعلومات الضرورية لبحثه من مختلف المصادر الحية التي تكون لها علاقة مباشرة بالظاهرة، وأثبتت أنها فعالة جداً عند استخدامها في بعض المواضيع الإعلامية والاتصالية التي تحتاج إلى معلومات دقيقة وأنية عنها¹ وجدنا أن الأداة المناسبة والأكثر فعالية لتحقيق أهداف تتمثل هي المقابلة العلمية التي أعدناها بعد عرضها على الأستاذ المشرف التي قامت بدورها بتقديم النصح والإرشاد وتصحيح ما تم التغافل عنه، وأخذ صورتها النهائية للاختبار باللغة العربية كما هو مبين في المقابلة.

تتكون المقابلة العلمية أساساً من 12 سؤال في شكل أربع محاور:

- **محور الأول البيانات الشخصية** واشتمل على 04 أسئلة: يتضمن هذا الجزء البيانات المرتبطة بالخصائص الشخصية والتعليمية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في الجنس، السن، الإنتماء الصحفي، والأقدمية.
- **المحور الأول بعنوان الممارست الإعلامية في ظل البيئة الرقمية**، واشتمل على 02 أسئلة.
- **المحور الثاني بعنوان تأثير العمل الإعلامي بالبيئة الرقمية**، واشتمل على 03 أسئلة.
- **المحور الثاني بعنوان الذكاء الإصطناعي والممارست الإعلامية**، واشتمل على 03 أسئلة.

¹ - Tamar, Youssef (2017), Research Methods and Techniques in Media and Communication Studies, Diwan of University Publications - Algeria.p.106-107.

جدول رقم 1: يمثل محور الاستبيان

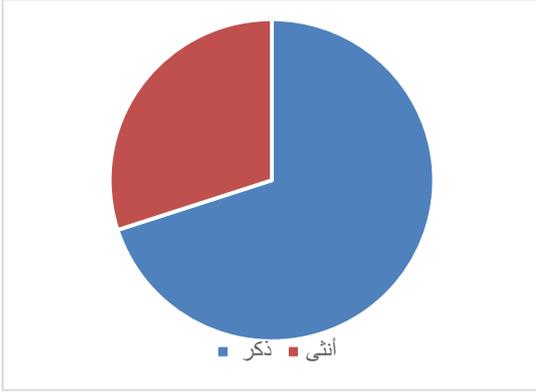
الدر	المحور	عدد	النسبة
01	محور 01	02	%25
02	محور 02	03	%37.50
	محور 03	03	%37.50
	المجموع	08	%100

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج

المطلب الأول: عرض النتائج

❖ تحليل خاص بمحور المعلومات الشخصية:

جدول رقم 2 : توزيع أفراد العينة حسب الجنس



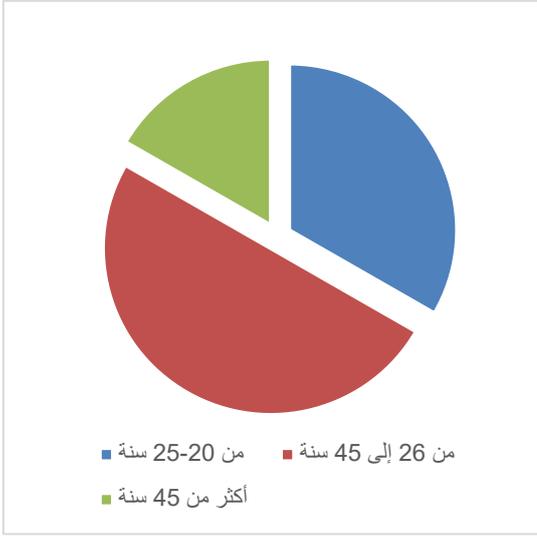
الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	04	66.67
أنثى	02	33.33
المجموع	06	100.0

المصدر: من اعداد الطالب

التحليل: يتضح من الجدول السابق أن توزيع الجنس بين الصحفيين يميل نحو الذكور بنسبة 66.67%، بينما تمثل الإناث 33.33% من العينة المدروسة. هذا التفاوت يشير إلى وجود فجوة بين الجنسين في مجال الصحافة، حيث يكون عدد الصحفيين الذكور أكبر من الصحفيات الإناث.

يمكن أن تعكس هذه الفجوة عوامل اجتماعية وثقافية تؤثر على دخول النساء إلى مجال الصحافة أو بقائهن فيه، وقد تواجه النساء تحديات مهنية أو شخصية أكبر مقارنة بالرجال. يؤدي هذا التفاوت إلى نقص في تنوع الآراء ووجهات النظر المقدمة في التقارير الإخبارية، الإخبارية، حيث يعزز التنوع الجنساني شمولية وتحليل القضايا من زوايا مختلفة. لتحقيق توازن أفضل، يجب تشجيع ودعم النساء للدخول والعمل في الصحافة من خلال برامج تدريبية وتطويرية مخصصة وسياسات تشجيع التنوع والمساواة في بيئات العمل الصحفي.

جدول رقم 3 : توزيع أفراد العينة حسب السن

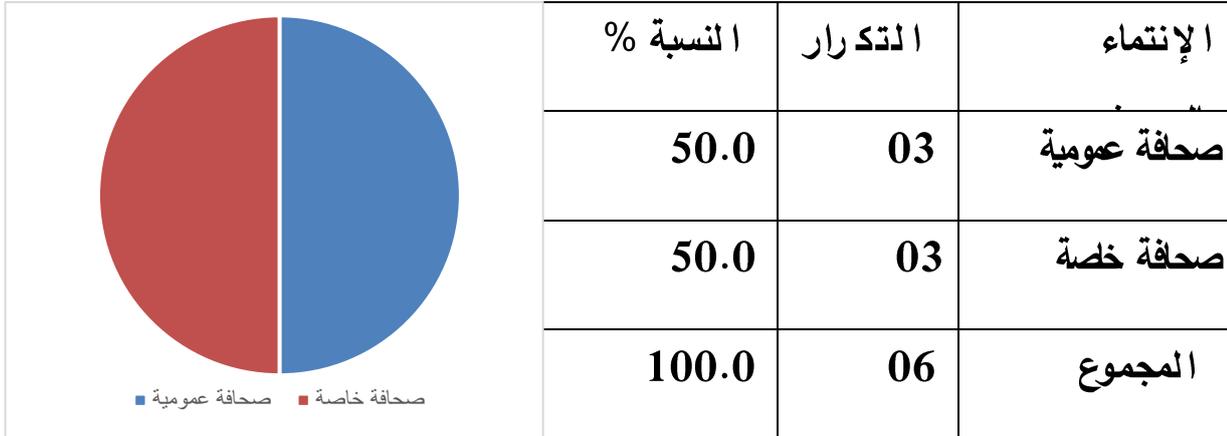


السن	التكرار	النسبة %
من 20-25 سنة	02	33.33
من 26 إلى 45 سنة	03	50.0
أكثر من 45 سنة	01	16.67
المجموع	20	100.0

المصدر: من اعداد الطالب

التحليل: تشير البيانات إلى أن توزيع الفئات العمرية بين الصحفيين يظهر توازناً نسبياً، مع تمثيل أكبر للفئة العمرية من 26 إلى 45 سنة بنسبة 50.0%. هذا يعكس أن غالبية الصحفيين في هذه الفئة العمرية هم في مرحلة متقدمة من مسيرتهم المهنية، مما يمنحهم الخبرة اللازمة لتقديم تقارير دقيقة ومفصلة. الفئة العمرية من 20-25 سنة تشكل 33.33% من العينة، مما يدل على دخول جيل جديد من الصحفيين إلى المجال، هؤلاء الأفراد يجلبون نظرة مبتكرة وجديدة إلى الصحافة، مما يضيف تنوعاً في وجهات النظر والأفكار. أما الفئة العمرية أكثر من 45 سنة فتمثل الأقلية بنسبة 16.67%، وهو ما قد يعكس التقاعد المبكر أو التحول إلى أدوار إدارية أو تدريبية داخل المجال الصحفي. هذا التوزيع العمري المتنوع يساهم في توازن العمل الصحفي بين الخبرة والنظرة الجديدة، مما يعزز من جودة وموضوعية التقارير الإخبارية المقدمة.

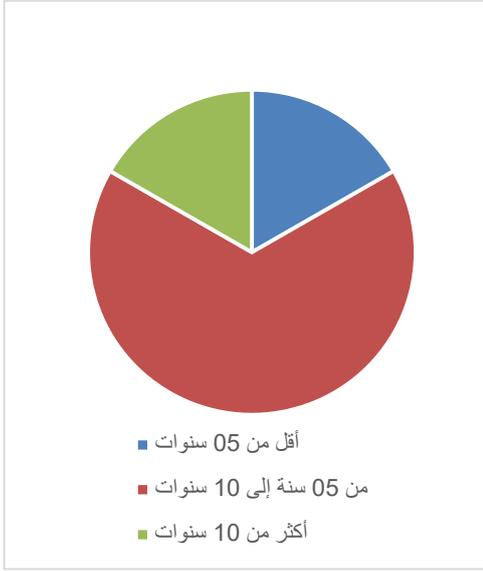
جدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب الإنتماء الصحفي



المصدر: من اعداد الطالب

التحليل: من الجدول أعلاه نجد أن التوزيع متساوٍ بين الصحفيين العاملين في الصحافة العمومية والخاصة، حيث يمثل كل منهما 50% من العينة المدروسة. هذا التوازن يعكس وجود تمثيل متساوٍ للصحفيين من كلا القطاعين، مما يمكن أن يساهم في تنوع وجهات النظر والتحليلات المقدمة في التقارير الإخبارية. الصحافة العمومية قد تركز على القضايا الوطنية والخدمات العامة، بينما الصحافة الخاصة قد تعطي اهتماماً أكبر للقضايا التجارية والمستقلة. هذا التنوع يمكن أن يعزز من شمولية وتوازن المعلومات المقدمة للجمهور، حيث يمكن للقراء الحصول على رؤية متكاملة وشاملة لمختلف الأحداث والقضايا من منظورين مختلفين.

جدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في ممارسة المهنة



النسبة %	التكرار	الأقدمية في ممارسة المهنة
16.67	01	أقل من 05 سنوات
66.66	04	من 05 سنة إلى 10 سنوات
16.67	01	أكثر من 10 سنوات
100.0	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالب

التحليل: يتضح من الجدول السابق أن الصحفيين في العينة يظهرون توزيعاً متبايناً في مدة خبرتهم المهنية. يمتلك معظمهم خبرة تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات، حيث يمثلون 66.66% من العينة. هذا التوزيع يعكس فترة متوسطة من الخبرة، حيث يمكن أن تكون للصحفيين هذه الفئة دوراً مهماً في تقديم تقارير متعمقة ومتوازنة. بالمقابل، يظهر أن الصحفيين الذين لديهم أقل من 5 سنوات أو أكثر من 10 سنوات من الخبرة يمثلون كل منهما 16.67% من العينة. هذا التوزيع يشير إلى وجود تنوع في مستويات الخبرة، مما قد يساهم في تنوع وجهات النظر والتحليلات المقدمة في التقارير الصحفية. لتعزيز جودة العمل الصحفي، يمكن أن تكون الاستفادة من هذا التنوع في المهارات والخبرات مفيدة لتلبية لطلبية احتياجات الجمهور وتقديم محتوى متنوع ومتكامل.

• تحليل خاص بالمحور الأول: الممارست الإعلامية في ظل البيئة الرقمية.

❖ كيف توى الممارست الإعلامية في ظل البيئة الرقمية؟

كانت الإجابة على السؤال من طرف المبحوثين بالتقارب بينهم كالتالي "نلاحظ تطورات كبيرة للممارست الإعلامية في ظل البيئة الرقمية حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية جزءاً أساسياً من عمليات النشر والتواصل. تأثير هذه الممارست يمكن أن يكون إيجابياً من خلال توسيع دائرة الوصول للمعلومات والتواصل، ولكن يجب أيضاً مراقبة مصداقية المحتوى والتحقق من مصادره..".

التحليل:

تعيش الممارسات الإعلامية تطورات كبيرة في ظل التقدم التكنولوجي وانتشار البيئة الرقمية، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية جزءاً أساسياً من عمليات النشر والتواصل. تأثير هذه الممارسات يمكن أن يكون إيجابياً من خلال توسيع دائرة الوصول للمعلومات وتمكين التفاعل الفوري مع الجمهور، مما يعزز من شفافية العمل الإعلامي ويتيح للأفراد التعبير عن آرائهم بسهولة أكبر.

ومع ذلك، يترتب على هذه التطورات تحديات تتمثل في ضرورة مراقبة مصداقية المحتوى والتحقق من مصادره، حيث يمكن أن يؤدي التداول السريع للمعلومات عبر وسائل التواصل إلى نشر أخبار مضللة أو غير صحيحة بسرعة كبيرة. لذا، من المهم تعزيز الممارسات الإعلامية المسؤولة والتأكد من صحة المعلومات قبل نشرها، بغية الحفاظ على مصداقية المحتوى وضمان تقديم معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور.

بالتالي، يجب أن تتبنى الوسائل الإعلامية والصحفيون استراتيجيات فعالة للتعامل مع هذه التحديات، من خلال التدريب المستمر واستخدام أدوات التحقق من الحقائق، بما

يضمن تقديم محتوى إعلامي ذي جودة عالية وموضوعية للمتلقين في البيئة الرقمية المتغيرة. المتغيرة.

❖ هل هناك حرية إعلامية في ظل البيئة الرقمية؟

اتفق كل المبحوثين بالتقارب على أن إجابة السؤال هي كالتالي "نعم، في البيئة الرقمية يوجد حرية إعلامية، ولكن يجب مراعاة المسؤولية في نشر المعلومات والتحقق من صحتها يجب أن تكون الحرية الإعلامية مرتبطة بمبادئ النزاهة والدقة في نقل الأخبار والمعلومات."

التحليل:

فالتأكيد على المسؤولية الصحفية والنزاهة في النشر الإعلامي ضروري لضمان تفعيل الحرية الإعلامية بشكل فعال في البيئة الرقمية الحديثة. في ظل تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية كمصادر رئيسية للأخبار، يزداد أهمية التأكد من مصداقية المعلومات التي يتم نشرها. بدون النزاهة والدقة، يمكن أن يؤدي انتشار المعلومات غير الموثقة أو غير الدقيقة إلى تشويش الرأي العام وتأثير سلبي على المجتمع. لذا، يجب على الصحفيين والمنشئين المحتوى الرقمي أن يلتزموا بأعلى معايير النزاهة والمصداقية، وأن يتأكدوا من صحة المعلومات قبل نشرها، مما يساهم في تعزيز الثقة العامة وتحقيق فائدة حقيقية من حرية الإعلام في العصر الرقمي.

• تحليل خاص بالمحور الثاني: تأثير العمل الإعلامي بالبيئة الرقمية.

❖ هل تساعد البيئة الرقمية في جمع المعلومات الإعلامية؟

كانت الإجابة على السؤال من طرف المبحوثين بالتقارب بينهم كالتالي "نعم، البيئة تسهل جمع المعلومات الإعلامية بشكل كبير من خلال توفير وصول سريع وسهل إلى مصادر

مصادر متنوعة من الأخبار والمعلومات. يمكن الوصول إلى محتوى إعلامي متنوع ومتجدد ومتجدد بسرعة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

التحليل:

بالتأكيد، البيئة الرقمية قد غيرت كيفية جمع ونقل المعلومات الإعلامية بشكل جذري. تتمثل في بعض النقاط المهمة:

1. سهولة الوصول والسرعة: يتيح الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وصولاً سريعاً وسهلاً إلى مصادر متنوعة من الأخبار والمعلومات بمختلف الأشكال، مما يسمح للمستخدمين بالحصول على محتوى إعلامي متجدد على مدار الساعة.
2. تنوع المحتوى: بفضل البيئة الرقمية، يمكن الوصول إلى محتوى إعلامي يغطي مختلف القضايا والمواضيع من مصادر متعددة، مما يزيد من تنوع وغنى المعلومات المتاحة للجمهور.
3. التفاعلية والمشاركة: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد التفاعل مع المحتوى الإعلامي بشكل مباشر، من خلال التعليقات والمشاركات والنشر، مما يعزز من تبادل الآراء والمناقشات حول القضايا الهامة.
4. التحديث الفوري: يمكن للصحافيين والمؤسسات الإعلامية تحديث المحتوى الإعلامي بشكل فوري ومستمر، ما يسمح لهم بتغطية الأحداث الجارية ونقل التطورات الأخيرة بسرعة كبيرة.
5. تحقق الأخبار والمصادر: على الرغم من الفوائد، يتطلب استخدام البيئة الرقمية مراقبة وتحقق دقيق من صحة المعلومات ومصادرها، لتجنب انتشار الأخبار الكاذبة أو غير الموثوقة.

باستخدام هذه الوسائل بشكل مسؤول ومرتز، يمكن أن تلعب البيئة الرقمية دوراً كبيراً في تعزيز الوعي العام وتوفير محتوى إعلامي شامل وموثوق للجمهور على مستوى عالمي.

❖ هل هناك إنعكاسات للبيئة الرقمية على بناء محتويات الإعلامية؟

اتفق كل المبحوثين بالتقارب على أن إجابة السؤال هي كالتالي "نعم، هناك إنعكاسات للبيئة الرقمية على بناء محتويات الإعلامية. ففي العصر الرقمي، يمكن للمحتوى الإعلامي أن ينتشر بسرعة كبيرة ويصل إلى جمهور بشكل واسع وأسرع من التقاليد الإعلامية التقليدية. ولذلك، يصبح تصنيف المعلومات والتحقق من مصادرها أمراً حيوياً لضمان دقة وموضوعية المحتوى."

التحليل:

في العصر الرقمي، شهدت محتويات الإعلام تحولات جذرية نتيجة التقدم التكنولوجي وانتشار وسائل الاتصال الحديثة، مما أدى إلى تغيير كبير في طريقة بناء ونقل المعلومات. تمكن البيئة الرقمية من انتشار المحتوى الإعلامي بشكل أسرع وأوسع، حيث يمكن للأخبار والمعلومات أن تصل إلى جمهور كبير بسرعة لم يسبق لها مثيل في العصور السابقة. تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية أدوات رئيسية في هذا السياق، حيث تسهل عملية التفاعل المباشر مع المحتوى وتشجيع المشاركة والتعبير عن الآراء بشكل فوري.

ومع ذلك، يجب أن يتمتع المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية بموثوقية عالية ودقة متناهية، نظراً لسرعة انتشار الأخبار الزائفة والمضللة. من هنا، يتحتم على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية التحقق من مصادر المعلومات وضمان صحتها قبل نشرها، لضمان تقديم محتوى إعلامي موثوق ومفيد للجمهور.

بالتالي، يجب أن تتبنى الوسائل الإعلامية في البيئة الرقمية معايير صارمة للجودة والأخلاقية، والتي تضمن تقديم محتوى متوازن وموثوق يساهم في نشر المعرفة وتعزيز التفاعل الإيجابي مع المجتمع المعلوماتي الحديث.

❖ كيف سيستفيد الصحفي ميدانيا من البيئة الرقمية؟

كانت الإجابة على السؤال من طرف المبحوثين بالتقارب بينهم كالتالي " الصحفي الميداني يمكن أن يستفيد كثيرا من البيئة الرقمية. على سبيل المثال، يمكنه استخدام الوسائط الاجتماعية لنقل الأخبار والتواصل مع الجمهور بشكل أسرع وأكثر فعالية. كما يمكنه الوصول إلى مصادر متنوعة من المعلومات والبيانات عبر الإنترنت لدعم تقاريره وتحليلاته. بالإضافة إلى ذلك، يمكنه استخدام التقنيات الرقمية مثل الفيديو والصوت لإثراء تغطيته الميدانية وجذب جمهور أوسع. "

التحليل:

فالصحفي الميداني يعتبر شريكاً حيوياً في عملية نقل الأخبار والتواصل مع الجمهور في العصر الرقمي. بفضل البيئة الرقمية، أصبح بإمكانه تعزيز تغطيته الميدانية وجذب جمهور أوسع بطرق عدة، يمكنه استخدام الوسائط الاجتماعية كأداة فعالة لنقل الأخبار على الفور وبشكل مباشر، مما يسمح له بالتفاعل المباشر مع المتابعين والقراء، وتلقي التعليقات والملاحظات مباشرة.

كما يمكنه الوصول إلى مصادر متنوعة من المعلومات والبيانات عبر الإنترنت، مما يعزز من قدرته على إثراء تقاريره وتحليلاته بمزيد من الدقة والتعمق. بالإضافة إلى ذلك، يمكنه استخدام التقنيات الرقمية مثل الفيديو والصوت لإثراء تغطيته الميدانية، ما يساهم في جعل تقاريره أكثر جاذبية وتأثيراً على الجمهور. بشكل عام، يتيح للصحفي

الميداني البيئة الرقمية فرصاً متعددة لتعزيز مهاراته الإعلامية والتفاعل مع الجمهور بطريقة بطريقة أكثر شمولية وفعالية في عصر التواصل الفوري والشبكات الاجتماعية.

• تحليل خاص بالمحور الثالث: الذكاء الإصطناعي والممارست الإعلامية.

❖ هل يؤثر الذكاء الإصطناعي على الممارست الإعلامية؟

اتفق كل المبحوثين بالتقارب على أن إجابة السؤال هي كالتالي "نعم، الذكاء الإصطناعي يؤثر بشكل كبير على الممارست الإعلامية. فهو يساهم في تحسين عمليات إنتاج المحتوى الإعلامي، مثل تحليل البيانات، والتصنيف التلقائي للمحتوى، وتوصيلت الأخبار. كما يمكن استخدام الذكاء الإصطناعي في تقصيص المحتوى للجمهور وتحسين تجربة المستخدم."

التحليل:

في ظل التطورات السريعة للذكاء الاصطناعي، أصبح له تأثير كبير على صناعة الإعلام والصحافة. يعزز الذكاء الاصطناعي عمليات إنتاج المحتوى الإعلامي من خلال تحليل البيانات الكبيرة والتفاعل مع الجمهور بطرق مبتكرة وفعالة. فمن خلال قدرته على استخراج الأنماط والاتجاهات من كميات هائلة من البيانات، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين توجيه الأخبار وتخصيصها للجمهور بشكل أكثر دقة وفعالية.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى إعلامي يتناسب مع اهتمامات واحتياجات القراء، وذلك من خلال تقديم توصيات دقيقة للمحتوى الذي يمكن أن يثير اهتمامهم. هذا بالتأكيد يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل مع المحتوى الإعلامي عبر مختلف القنوات الرقمية.

باستخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول ومتوازن، يمكن للصناعة الإعلامية استثمار فوائد هذه التكنولوجيا لتعزيز جودة المحتوى وتوسيع دائرة الوصول إلى الجمهور، مع الحفاظ على معايير الأخلاق والدقة في نقل الأخبار والمعلومات.

❖ إلى أين تتجه العلاقة بين الإعلام والذكاء الاصطناعي؟

اتفق كل المبحوثين بالتقارب على أن إجابة السؤال هي كالتالي " العلاقة بين الإعلام والذكاء الاصطناعي تتجه نحو تحولات كبيرة في صناعة الإعلام. يتوقع أن يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً متزايداً في تحسين عمليات إنتاج وتوزيع الأخبار والمحتوى الإعلامي. يمكن أن يساهم الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة بشكل أفضل، وتخصيص المحتوى للجماهير بشكل أكثر دقة، وتحسين تفاعل الجمهور مع الأخبار".

في العصر الرقمي الحالي، تشهد صناعة الإعلام تحولات جذرية بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساهم في تعزيز جودة وكفاءة عمليات إنتاج وتوزيع الأخبار والمحتوى الإعلامي. يتوقع أن يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً أساسياً في هذا التحول، حيث يساهم في عدة جوانب رئيسية:

أولاً، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل البيانات الضخمة بشكل دقيق وفعال، مما يساعد في استخلاص أنماط واتجاهات من البيانات التي يتم جمعها عبر الشبكة ووسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً، يمكن للذكاء الاصطناعي تخصيص المحتوى الإعلامي للجماهير بشكل دقيق وفقاً لاهتماماتهم ومتطلباتهم الشخصية، مما يزيد من جاذبية المحتوى ويعزز من تفاعل الجمهور مع الأخبار والمعلومات.

ثالثاً، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تحسين عمليات توزيع الأخبار والمحتوى الإعلامي، بما في ذلك تحديد الوقت المناسب والقنوات المثلى لنشر المحتوى لزيادة مدى انتشاره وتأثيره.

باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول وفعال، يمكن لصناعة الإعلام أن تحقق تحسينات كبيرة في جودة الخدمات التي تقدمها، وبناء علاقات أكثر تفاعلية ومنفعة مع جمهورها في هذا العصر المتغير بسرعة.

❖ كيف تبنى مستقبل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي؟

كانت الإجابة على السؤال من طرف المبحوثين بالتقارب بينهم كالتالي "لئى أن مستقبل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي سيكون مليئاً بالتحوّلات الهمة والابتكارات. من المتوقع أن يزيد استخدام الذكاء الاصطناعي من كفاءة عملية إنتاج الأخبار وتوزيعها، وتحسين تجربة المستخدم، وتخصيص المحتوى بشكل أفضل. قد يؤدي ذلك إلى تقديم محتوى إعلامي أكثر دقة وشخصنة للجمهور، وتحسين التفاعل مع الأخبار."

التحليل:

مستقبل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي يعد بتحوّلات مهمة وابتكارات ملحوظة. يتوقع أن يسهم الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في تحسين عمليات إنتاج وتوزيع الأخبار والمحتوى الإعلامي، مما يعزز من كفاءتها ودقتها.

من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي، يمكن تحليل البيانات الكبيرة بسرعة ودقة، مما يساعد على فهم أعمق لاحتياجات واهتمامات الجمهور. يمكن تخصيص المحتوى الإعلامي بناء على هذه البيانات، مما يزيد من شخصنة وجاذبية المحتوى للجمهور المستهدف.

بفضل هذه التقنيات، يمكن أن يصبح التفاعل مع الأخبار أكثر فعالية وتأثيراً، حيث يمكن للمستخدمين الاستفادة من محتوى متنوع وملائم يلبي اهتماماتهم الفردية. هذا بدوره يعزز من تجربة المستخدم ويعمق الارتباط بين الإعلام والجمهور في عصر التكنولوجيا الرقمية.

بهذه الطريقة، يمكن أن يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً حيوياً في تعزيز جودة وتأثير الإعلام، مما يفتح الباب أمام إمكانيات جديدة للابتكار والتطوير في هذا المجال الحيوي.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة:

• السمات العامة...

- توزيع الجنس بين الصحفيين يميل نحو الذكور بنسبة 66.67%،
- أكبر للفئة العمرية من 26 إلى 45 سنة بنسبة 50.0%.
- التوزيع متساوٍ بين الصحفيين العاملين في الصحافة العمومية والخاصة، حيث يمثل كل منهما 50.0%
- يمتلك معظمهم خبرة تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات، حيث يمثلون 66.66% من العينة

1. الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية:

- تشهد الممارسات الإعلامية تطورات كبيرة مع دمج وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في عمليات النشر والتواصل.
- يترتب على ذلك توسيع دائرة الوصول للمعلومات، ولكن يتطلب ذلك أيضاً مراقبة دقيقة لمصداقية المحتوى والتحقق من مصادره.

2. الحرية الإعلامية في البيئة الرقمية:

- رغم وجود حرية إعلامية في البيئة الرقمية، إلا أنها تتطلب مسؤولية كبيرة في نشر المعلومات والتحقق من صحتها، وترتبط بمبادئ النزاهة والدقة.

3. تأثير العمل الإعلامي بالبيئة الرقمية:

- البيئة الرقمية تسهل جمع المعلومات الإعلامية بشكل سريع وسهل، مما يؤدي إلى انتشار المحتوى بسرعة واسعة، مع التحديات المتعلقة بالدقة والموضوعية.

4. فوائد البيئة الرقمية للصحفي الميداني:

- الصحفي الميداني يستفيد من البيئة الرقمية في الوصول السريع إلى مصادر المعلومات، واستخدام التقنيات الرقمية لتعزيز تقاريره وجذب جمهور أوسع.

5. تأثير الذكاء الاصطناعي على الممارسات الإعلامية:

- الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين إنتاج الأخبار وتوزيعها، ويمكنه تخصيص المحتوى وتحسين تجربة المستخدم، مما يعزز من دقة وشخصنة المحتوى الإعلامي.

6. مستقبل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي:

- يتوقع أن يشهد مستقبل الإعلام تحولات هامة وابتكارات بفضل استخدام الذكاء الاصطناعي، مع تقديم محتوى أكثر دقة وتفاعلية للجمهور.
- هذه النقاط تلخص تأثيرات البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الممارسات الإعلامية وتوفر نظرة شاملة حول التطورات والتحديات التي تواجه صناعة الإعلام في العصر الرقمي.

• اختبار الفرضيات

✓ الفرضية الأولى: تؤثر البيئة الرقمية على الممارسات الإعلامية .

تتركز هذه الفرضية على فكرة أن التكنولوجيا والبيئة الرقمية تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وتوجيه الممارسات الإعلامية الحالية. من خلال الدراسات والأبحاث، تبين أن التكنولوجيا الرقمية تسهم في تغيير أساليب الإنتاج الإعلامي وسرعة انتشار الأخبار، مما يؤثر على كيفية اختيار الموضوعات وتغطية الأحداث. علاوة على ذلك، تعمل البيئة الرقمية على توسيع دائرة الجمهور المستهدف وتحسين التفاعل معه، مما يدفع بالممارسات الإعلامية نحو التكيف والتطور المستمر.

✓ الفرضية الثانية: تواكب الممارسات الإعلامية التطورات التكنولوجية

تقدم هذه الفرضية الافتراضية أن استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل الممارسات الإعلامية يسهم في تحسين جودة نقل المعلومات وضمان دقة المحتوى الإعلامي. من خلال الدراسات والتجارب العملية، توضح الأدلة أن استخدام أدوات الرقمنة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات يمكن أن يسهم في تحسين دقة الأخبار وتقليل الأخطاء الإعلامية. كما يتيح التكنولوجيا الرقمية أيضاً تفاعلاً أفضل مع الجمهور وتحقيق مستوى أعلى من الشفافية والمصداقية في المحتوى الإعلامي.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل توصلنا إلى:

- توزيع الجنس بين الصحفيين يميل نحو الذكور
- أكبر للفئة العمرية من 26 إلى 45 سنة
- التوزيع متساوٍ بين الصحفيين العاملين في الصحافة العمومية والخاصة
- يمتلك معظمهم خبرة تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات
- تشهد الممارسات الإعلامية تطورات كبيرة مع دمج وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في عمليات النشر والتواصل
- البيئة الرقمية تسهل جمع المعلومات الإعلامية بشكل سريع وسهل، مما يؤدي إلى انتشار المحتوى بسرعة واسعة، مع التحديات المتعلقة بالدقة والموضوعية.
- الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين إنتاج الأخبار وتوزيعها، ويمكنه تخصيص المحتوى وتحسين تجربة المستخدم، مما يعزز من دقة وشخصنة المحتوى الإعلامي.

خاتمة

عامّة

خاتمة عامة:

تشهد الممارسات الإعلامية تحولاً مستمراً في ظل البيئة الرقمية التي أعادت تشكيل معالم الإعلام التقليدي وأساليب التواصل. من خلال هذه الدراسة، تم استعراض التحديات والفرص التي تفرضها الرقمنة على المؤسسات الإعلامية، حيث تتطلب البيئة الرقمية تبني استراتيجيات مبتكرة تضمن دقة وموثوقية الأخبار. تلعب التكنولوجيا دوراً محورياً في تعزيز التفاعل مع الجمهور وتوسيع نطاق الوصول إلى المعلومات، مما يعزز من دور الإعلام في المجتمع.

لقد أظهرت النتائج أن التكيف مع التحولات الرقمية ليس خياراً، بل ضرورة ملحة لضمان بقاء المؤسسات الإعلامية واستمرارها في تقديم محتوى عالي الجودة. يتعين على الصحفيين والإعلاميين تبني مهارات وأدوات جديدة، والتزام المعايير الأخلاقية والمهنية لضمان تقديم معلومات موثوقة في عالم يتسم بسرعة التغير.

في النهاية، يمثل الإعلام الرقمي فرصة لتعزيز التواصل والفهم بين الثقافات والمجتمعات، ويتطلب ذلك تعاوناً مستمراً بين مختلف الجهات المعنية لتطوير سياسات واستراتيجيات تدعم الابتكار وتحافظ على نزاهة الصحافة. إن مستقبل الإعلام في العصر الرقمي يحمل إمكانيات كبيرة، والتحدي يكمن في كيفية استغلال هذه الإمكانيات لتحقيق أهداف إعلامية نبيلة تخدم الصالح العام.

✓ | لتوصيات والاقتراحات:

- تطوير مهارات الصحفيين في التقنيات الرقمية وأدوات التحليل الحديثة.
- تعزيز عمليات التحقق لضمان دقة وموثوقية المحتوى.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية وزيادة التفاعل مع الجمهور.
- تبني استراتيجيات شاملة تشمل التسويق الرقمي وتحليل البيانات.

- استخدام الوسائط المتعددة مثل الفيديوهات والمدونات الصوتية لجذب الجمهور.
- الحفاظ على النزاهة والشفافية في جميع الممارسات الإعلامية.
- تعزيز التعاون مع المؤسسات الأكاديمية ومراكز الأبحاث.
- ضمان الأمان السيبراني وحماية البيانات الشخصية للمستخدمين.
- تبني منهجيات عمل مرنة للتكيف مع التغيرات في المشهد الرقمي..

قائمة

المراجع

• كتب:

- أحمد الزهراني، ومروه عطية، (2020)، الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي، جدة، خوارزم العلمية
- براون، أليس. "التحول الرقمي في الإعلام"، ص22، 2019.
- جونسون، مايكل. "مبادئ الصحافة والإعلام" 2018.
- رحيمة الطيب العيسني: "لصراع وتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي" ،الباحث الإعلامي،(بغداد: جامعة بغداد: العدد(20)،2013)
- سعد بن محارب المحرب: الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية لقصيرة،(الكويت: جداول للنشر والتوزيع، 2011).
- سميث، جون. "علم البيئة الاجتماعية"، ص47، 2020.
- محمد إبراهيم إعلام المسؤولية المدنية عن المحتوى غير المشروع لصحافة المواطن بنها، 2017.
- محمد عبد الظهر، (2019)، صحافة الاصطناعي، مصر: بدائل للنشر.

• مجلات ومقالات:

- إبراهيمي عمر: التأثير الإقتصادي والإجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والإتصال داخل المؤسسات الإقتصادية، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، (الجزئر: جامعة حسيبة بن بوعلي، بالشلف، مخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السابع، 2009.
- أحمد شريف بسام «التحولات في البيئة الإعلامية الجديدة: صحافة المواطن نموذجا» «مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد،2009،11.

- أحمد شيفر: «الاقتصاد الجديد وتشغيل الشباب»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول لتشغيل الشباب، (الجزائر: وزارة لعمل والتشغيل والتضامن الاجتماعي، منظمة العمل لعربية، نوفمبر، 2009).
- بروش زين الدين: "واقع وتحديات الاقتصاد الجديد" «مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (الجزائر: جامع سطيف، 1، العدد الثالث، 204).
- بسمة فنور، «الإعلام الجديد صحافة لمواطن والفاعلون الجدد في العملية الإعلامية» «المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 0، (جانفي 2017)
- نقورة محمد، متناوى محمد: "الاقتصاد لرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية» «ورقة عمر مقدمة ملتقى المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، (الجزائر، جامعة حسيبة بن علي لشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ديسمبر، 2007).
- ثريا السنوسي، صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار «مجلة العلاقات العامة، العدد 02، (2014)
- سامية قمورباي محمد وكروش حيزيه، (2018)، الذكاء الاصطناعي بين لواقع والمأمول: دراسة تقنية وميدانية الملتقى الدولي «الذكاء الاصطناعي»: تحد جديد للقانون، الجزائر.
- سيد بخيث، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي "في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال حول: «الإعلام الجديد: النظرية والتطبيقية»، المنعقد في 2-4 ديسمبر 2012، بجامعة الملك سعود بالرياض، (د،م)، (د،ن)، (د،ت)
- عباس صادق (2019)، الصحافة الروبوتية، إنتاج الأخبار ببرمجيات الذكاء الاصطناعي، مجلة إذاعة، وتلفزيون، الخليج
- عماري عمار: الاقتصاد الجديد: المخاطر والمشاكل، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (الجزائر: جامعة سطيف، 1، العدد 5)، 2005.

- عمرو عبد الحميد، (2020)، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، 2798-2860.
- عيسى موسى وأحمد الفتاح، (2020)، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات لصحفية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
- فتيحة بوغازي، "الرأي العام الإلكتروني في ظل الإعلام الجديد: صحافة المواطن، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد 17، (مارس 2017).
- فتيحة كحل، صحافة المواطن جلدية الأخلاقيات ولضوابط المهنية"، مجلة المعيار، العدد 48، (2019)

• **مذكرات وأطروحت:**

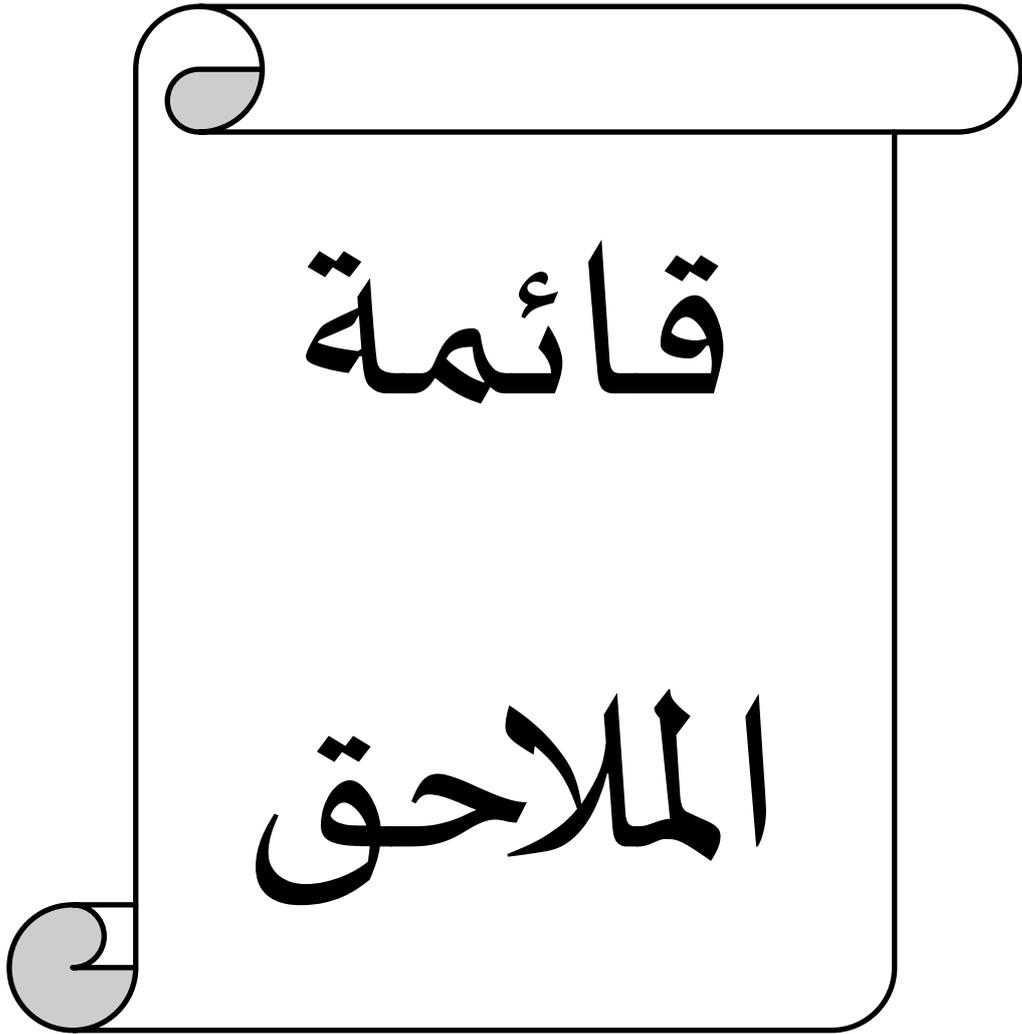
- حسين إبراهيم الفلاح، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام لجديد: نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2017.
- حسين عبد الجليل الغروي، "باقتصاديات البيانات والمعلومات المحاسبية، رسالة الدكتوراه، (الدانمارك: الأكاديمية العربية في الدانمارك: كلية الإدارة والاقتصاد، قسم المحاسبة، 2012).
- حنان بوعزيز «دور مواقع التوصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن: دراسة عينة بجامعة أم بواقي صفحة فيسبوك نموذجاً» «مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بلمهيدي أم البواقي، (2014-2015).

• **مراجع باللغة الأجنبية:**

- Ambady N.and (Others) On Judging and Being Judged Accurately in Zero Acquaintance Situations Journal of personality and Social Psychology (Washington DC American Psychology Association .1995).

- Capt Cc Alfonso Montagense Impact of Social on Media on National Security Rzsearch Paper (Roma Centro Militaire Di Studi Strategici .2011 Ae –U–3 .February 2012)
- Douglqs Brozn and Nathan Campus the Economics of Economics of Media Ownership Submission to the productivity Commision Inquiry into the Broadcasting Services Act 1992.August 1992.August 1999
- Jq;es Ozers .Rod Carveth .and Alison Alison Alexander An Introduction to Media Economics Theory and Practice .Alison Alexander and others (eds)Media Economics .(Mahwah .New Jersey Lawerence Erlbaum Associates .Inc .Third Edition .2004)
- Juliq Heide ;qnn qnd (Others) Online Social Networks ASurvey of Global phenomenon Discussion paper (Augsburg University of Augsburg Research Center Finance Information Management Department of Information Systems 2012.)
- Laurence Dierichx 6april .2021(ArtificiAl intelliicence and journalism arace with macines
- Lee Rainie and Kristen Purcell The economics of online news .State of the News Media 2010.pew Internet American Life Project .(Washington .D.C An initiative the pew Research .March 2010).
- Richqrd Dqvis NeW Media and American politics .Oxford oxford University press1998)
- Rod Carveth The Economics of Online Media .in Alexander and others (eds)Media Economics .

- Sumeet Gupta and Hee Woong kim : Virtual Community Concepts Implications and Future Reserch Directions Proceedings of the Tenth Americas Confernce on Information Systems (New york Association for Information Systems August 2004)
- Tamar, Youssef (2017), Research Methods and Techniques in Media and Communication Studies, Diwan of University Publications – Algeria.
- Tomas.A.Piraino jr.A proposed Antitrust Approach to High Teachnology Competition William MarY Law Review (Virgenia College of Mary Vol.44.Issue 1.2002).



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية قسم العلوم الإنسانية

شعبة العلوم الإعلام والاتصال

مقابلة بحث حول:

موضوع المذكرة: الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية.

في إطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال يشرفنا أن نتقدم إليكم بهذه المقابلة التي نهدف من خلالها التعرف على الممارسات الإعلامية في إطار البيئة الرقمية. ونرجو من سيادتكم تقبلها والإجابة على الأسئلة المتضمنة فيها بكل صدق وموضوعية.

تقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير.

تحت إشراف الأستاذ(ة):

عيسى عبيد نورية

من إعداد الطالب:

بن زيدان أحمد

السنة الجامعية: 2023 - 2024

السّمات العامّة

الجنس: ذكر أنثى

السن: 25/20 45/26 46 / فما فوق

- إنتمائك الصحفي:

صحافة عمومية صحافة خاصة

- الأقدمية في ممارسة المهنة:

أقل من 05 سنوات

ما بين 05 و 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

- إنتمائك الصحفي:

صحافة عمومية صحافة خاصة

المحور الأول: الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية.

01- كيف ترى الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية؟

.....

02- هل هناك حرية إعلامية في ظل البيئة الرقمية؟

.....

المحور الثاني: تأثير العمل الإعلامي بالبيئة الرقمية.

.....

01- هل تساعد البيئة الرقمية في جمع المعلومات الإعلامية؟

.....

02- هل هناك إنعكاسات للبيئة الرقمية على بناء محتويات الإعلامية؟

.....

3- كيف سيستفيد الصحفي ميدانيا من البيئة الرقمية؟

.....

المحور الثالث: الذكاء الإصطناعي والممارسات الإعلامية.

01- هل يؤثر الذكاء الإصطناعي على الممارسات الإعلامية؟

.....

02- إلى أين تتجه العلاقة بين الإعلام والذكاء الإصطناعي؟

.....

03- كيف ترى مستقبل الإعلام في ظل الذكاء الإصطناعي؟

.....

Abstract :