

اندماج وسائل الإعلام وتأثيراته في العصر الرقمي: دراسة تحليلية نقدية للبحوث الإعلامية

د. أريج محمد فخر الدين *

ملخص الدراسة:

في ضوء استمرار وتطور ظاهرة اندماج وسائل الإعلام وبروز تأثيراتها في المؤسسات الإعلامية المختلفة، سعت الدراسة إلى رصد التوجهات الحديثة في التراث العلمي العربي والأجنبي حول هذه الظاهرة، واعتمدت على أسلوب التحليل الكيفي والنقدي من المستوى الثاني Meta-Analysis للبحوث التي تناولتها خلال عقد كامل (٢٠١٣-٢٠٢٣) والتي بلغ عددها (١٣٠) بحثاً.

وكشف التحليل النقدي تنوع الاهتمام البحثي للأدبيات والذي شمل مفهوم الاندماج الإعلامي، ورؤية القائم بالاتصال للاندماج الإعلامي، وتأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية، والمهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي، وتأهيل القائم بالاتصال لمواكبة الاندماج الإعلامي.

وأظهرت النتائج اعتماد أغلب البحوث على المداخل المعرفية لتأصيل ظاهرة الاندماج الإعلامي، وتصدر الأطر والنماذج النظرية التي تتناول تأثير التكنولوجيا على الصناعة الإعلامية، وأن الدراسات الوصفية كانت السائدة وتصدر منهج المسح بشقه التحليلي المناهج البحثية وكانت استمارة تحليل المضمون أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً.

وقدمت الدراسة رؤية مستقبلية لبحوث الاندماج الإعلامي شملت الاهتمام ببحث الضوابط المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل تعدد المنصات، والتركيز على تأثيرات السياق الاجتماعي والنظام الإعلامي والثقافة المهنية على اندماج وسائل الإعلام، ومحاولة استحداث نماذج نظرية تتوافق مع تغيرات البيئة الإعلامية الرقمية المتلاحقة والمنصات المتعددة للمؤسسات الإعلامية، وإجراء دراسات تجريبية على الجمهور للتعرف على استراتيجيات المشاهدة متعددة المنصات، وإجراء دراسات طولية على المؤسسات الإعلامية المطبقة لنموذج الاندماج لمعرفة تأثيراته الإيجابية والسلبية، والتنوع في استخدام المناهج في البحوث المستقبلية، وزيادة الاهتمام بتوظيف المناهج المعاصرة كالمنهج الاثنوجرافي داخل بيئة العمل في المؤسسات الإعلامية المختلفة لقياس تأثيرات الاندماج على الممارسة الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: اندماج وسائل الإعلام – التكامل الإعلامي – التقارب بين وسائل الإعلام – المنصات المتعددة - تحليل المستوى الثاني.

* المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة

Media Convergence and Its Impact in the Digital Age: A Critical Analytical Study of Media Research

Dr. Arigue Mohamed Fakhreldien Fouad*

Abstract:

In light of the continued growth and evolution of media convergence and its impact on various media institutions, this study aimed to observe recent trends in Arabic and foreign scholarly literature exploring this phenomenon. The study employed a qualitative and critical meta-analysis approach to examine research conducted over the entire decade (2013-2023), totaling 130 studies.

The critical analysis revealed the diversity of research interests, including the concept of media convergence, the communicators' perspective on media convergence, the impact of media convergence on media practice, and the skills and technologies used in media convergence. It also covered the communicators' qualifications for adapting to media convergence.

Results indicated the varied research approaches used to establish the roots of media convergence, focusing on theoretical frameworks exploring the impact of technology on the media industry. Descriptive studies predominated, and content analysis was the most used data collection tool.

The study provided a future outlook for media convergence research, emphasizing the need to study professional and ethical controls in media practice for multi-platforms. It suggested focusing on the effects of social context, media systems, and professional culture on media convergence. The study proposed creating theoretical models aligned with the successive changes in the digital media environment and the multiple platforms of media institutions. It also recommended experimental studies on the audience to understand multi-platform viewing strategies and longitudinal studies on media institutions applying the convergence model to understand its positive

* Assistant Professor at Radio and Television Department, Faculty of Mass Communication

and negative effects. The study encouraged diversity in the use of methodologies in future research and increased emphasis on employing contemporary methods, such as ethnographic methods, within different media institutions to measure the effects of convergence on media practice.

Keywords:- Media convergence - Integrated Media - Cross-Media - Multiplatform - Meta-Analysis

مقدمة:

خلال القرن الماضي وبداية القرن الحالي، كان يتم النظر إلى مختلف أشكال وسائل الإعلام التقليدية من صحف وأفلام سينمائية وإذاعات وقنوات تليفزيونية كصناعات مستقلة بذاتها، لكن أدى دمج التكنولوجيا الرقمية مع تلك الوسائل الإعلامية إلى تحطيم الحواجز القائمة بينها، مما أدى إلى التقارب بين جميع تلك الوسائل، وإتاحة التبادل السريع لكل أنواع المحتوى الإعلامي بشكل فوري.

ولقد أظهر تاريخ تطور وسائل الإعلام باستمرار أن إدخال التكنولوجيا الجديدة في المشهد الإعلامي لا يشير إلى نهاية الممارسات السائدة، بل إنه يعزز تطور وسائل الإعلام الحالية وتكيفها مع تلك التطورات، ويمكن تحليل التقارب أو الاندماج الإعلامي من خلال أربعة أبعاد تغطي المراحل المختلفة لعملية الاتصال: أولاً: الإنتاج المتكامل (المحتوى)، ثانياً: المحترفون متعددو المهارات (المصدر)، ثالثاً: التسليم متعدد المنصات (الوسيلة)، رابعاً: الجمهور النشط (المتلقي).¹

وازدادت المنافسة المحتدمة بين وسائل الإعلام المختلفة، وذلك في إطار سعيها لتحقيق أهداف اقتصادية للربح، إضافة إلى أهداف إعلامية ومهنية تتمثل في زيادة عدد متابعيها وجمهورها، مستفيدة بالإمكانيات التي أتاحتها الشبكات الاجتماعية.²

فتسارع وتيرة التطور التكنولوجي بنحو فائق السرعة أسفر عن تحول في البيئة الاتصالية الرقمية مما أعاد ترتيب المشهد الإعلامي، وأصبح الاندماج الإعلامي ضرورة قصوى وعملية مستمرة لمواجهة مخاوف اندثار الوسائل الإعلامية التقليدية، مما سهل تبادل الأدوار وتوصيل الرسائل عبر أكثر من وسيلة بتوظيف التقنيات الرقمية عبر المنصات المتعددة.

وبرز على المشهد الإعلامي تعدد المنصات للمؤسسة الإعلامية الواحدة التي توظفها لجذب أكبر عدد من الجمهور، فالمؤسسة الإعلامية الواحدة تمتلك قناة تليفزيونية وإذاعة ومواقع على شبكة الإنترنت وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لمواجهة المنافسة ومواكبة التطور الكبير في البيئة الإعلامية الجديدة.³

وظهر اتجاه بحثي لدراسة التطورات المستمرة بالمؤسسات الإعلامية وتعدد منصات اعتبارها مؤسسات عابرة للوسائل Cross-media Institutions، حيث عبر تعدد منصات المؤسسة الإعلامية الواحدة عن الاندماج بين قنوات الإعلام المختلفة، وهو ما دفع الباحثين لمناقشة أنماط تحقق هذا الاندماج في تلك المؤسسات وأسبابه ونتائجه على التخطيط والممارسة الإعلامية وإنتاج المحتوى^٤.

وميزت العديد من الدراسات مراحل التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام والتي سُميت بـ5Cs وتتكون من التعزيز المتبادل cross-promotion والاستنساخ cloning والتعاون التنافسي coopetition ومشاركة المحتوى content sharing والاندماج الكامل full convergence وتختلف تلك المراحل في وجودها بشكل منفصل أو مستمر وفقاً لدرجة التفاعل والتعاون بين المؤسسات الإعلامية^٥.

مشكلة الدراسة:

إن تطور التقنيات الرقمية مكن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة من التقارب أو الاندماج والذي أدى إلى تغيرات هيكلية في صناعة الإعلام، ومن تأثيراته ذوبان الحدود بين تلك الوسائل بل والجمع بينها في علامة تجارية واحدة متعددة المنصات.

ونتج عن هذا الاندماج الإعلامي تحولات جديدة في الممارسة الإعلامية وضرورة تمتع الإعلاميين بالمهارات الرقمية المتعددة، وتغيرات في أشكال المحتوى الإعلامي وإمكانية تبادله عبر المنصات المتنوعة، والسماح بمشاركة الجمهور بتفاعلية في تلك المنصات.

وفي ضوء استمرار وتطور ظاهرة الاندماج الإعلامي وبروز تأثيراتها في المؤسسات الإعلامية المختلفة، وتزايد اهتمام الباحثين بإجراء بحوث تتناولها بالرصد والتحليل، تسعى الدراسة إلى رصد الاتجاهات الحديثة في التراث العلمي العربي والأجنبي حول هذه الظاهرة من حيث مجالات الاهتمام البحثي وأهم القضايا التي تم تناولها خلال العقد الأخير، وتقديم رؤية تحليلية ونقدية لأهم نتائج تلك البحوث وتوصياتها، والكشف عن أهم مداخلها الفكرية ونماذجها العلمية وأطرها النظرية، وتحديد الإجراءات المنهجية التي اعتمدت عليها، بحيث يمكن تقديم رؤية مستقبلية لتطوير الأجندة البحثية في هذا المجال، وذلك بإجراء تحليل من المستوى الثاني بشقيه الكمي والكيفي للإنتاج العلمي المنشور باللغتين العربية والإنجليزية.

أهمية الدراسة:

الأهمية البحثية: تبرز أهمية الدراسة في التحليل المتعمق للتوجهات البحثية المتعلقة بمفهوم الاندماج الإعلامي وتأثيراته، وتقديمها مؤشرات للباحثين عما تم تناوله من قضايا وموضوعات بحثية، وما يتطلبه الاهتمام بدراسته في بحوثهم المستقبلية، ويمكن الاستفادة من نتائج التحليل

النقدي ومقارنة نتائج بحوث المدارس العلمية المختلفة في إثراء البحث العلمي المتعلق بمجال اندماج وسائل الإعلام، وتعد الدراسة من بحوث التوثيق لرصد اتجاهات الباحثين خلال فترة زمنية حديثة، مما يمثل إضافة علمية للمكتبة الإعلامية العربية.

الأهمية التطبيقية: يمكن الاستفادة من نتائج وتوصيات بحوث التقارب أو الاندماج الإعلامي التي تم تحليلها في التعرف على تأثيرات هذا الاندماج على صناعة الإعلام وإدارة المؤسسات الإعلامية والممارسة الإعلامية والتغيرات في أشكال المحتوى الإعلامي وفقاً لتعدد المنصات.

أهداف الدراسة:

أولاً: رصد التوجهات البحثية الحديثة وأهم القضايا التي تم تناولها في مجال اندماج وسائل الإعلام خلال العقد الأخير.

ثانياً: الكشف عن أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية والنماذج العلمية التي انطلقت منها تلك البحوث.

ثالثاً: تحديد الإجراءات المنهجية التي اعتمدت عليها بحوث هذا المجال.

رابعاً: تحليل ونقد ومقارنة أهم نتائج بحوث الاندماج الإعلامي من مختلف المدارس العلمية، والوقوف على أهم توصياتها.

خامساً: تقديم رؤية مستقبلية لقضايا بحثية جديدة في مجال اندماج وسائل الإعلام.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أهم محاور مجال الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام؟
- 2- ما أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية والنماذج العلمية التي انطلقت منها تلك البحوث؟
- 3- ما أهم المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي وظفتها بحوث هذا المجال؟
- 4- ما أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها بحوث الاندماج الإعلامي من مختلف المدارس العلمية؟
- 5- ما التصور المقترح لرؤية بحثية مستقبلية في مجال الاندماج الإعلامي؟

الإجراءات المنهجية:

- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، وتهتم بالرصد والتوصيف والتحليل النقدي للاتجاهات البحثية الحديثة وتطور التناول العلمي لظاهرة اندماج وسائل الإعلام وتأثيراتها، وتعتمد الدراسة على أسلوب التحليل الكيفي والنقدي من المستوى الثاني **Meta-Analysis**

للبحوث العربية والأجنبية التي تناولت تلك الظاهرة في الإطار الزمني من عام ٢٠١٣ وحتى عام ٢٠٢٣.

واعتمدت الدراسة على خطوات تطبيق أسلوب التحليل الكيفي والنقدي من المستوى الثاني: من حيث تحديد القضية البحثية محل الاهتمام وهي ظاهرة الاندماج الإعلامي، وتحديد أهداف مراجعة البحوث المنشورة حول هذه القضية وجمع معلوماتها وتصنيفها وتفسيرها وتحليلها كيفياً، بالإضافة إلى التحليل الكمي للمؤشرات المعرفية والمنهجية والنظرية لتلك البحوث، ورصد نتائجها وتوصياتها والخروج برؤية للبحوث المستقبلية في هذا المجال.

- أداة جمع البيانات:

تمثلت أداة جمع البيانات في استمارة تحليل تضمنت عدداً من الفئات المرتبطة بلغة الدراسة، وعدد الباحثين المشاركين فيها، وسنة نشرها، والدولة التي تم التطبيق عليها، والمدرسة العلمية وفقاً لنطاقها الجغرافي، ومجال الاهتمام البحثي الذي تناولته، والمدخل الفكري أو النظري الذي انطلقت منه، والمنهج البحثي الذي طبقته، وأداة جمع البيانات التي وظفتها، وعينة الدراسة وحجمها، وأهم نتائج الدراسة وتوصياتها.

- مجتمع وعينة الدراسة:

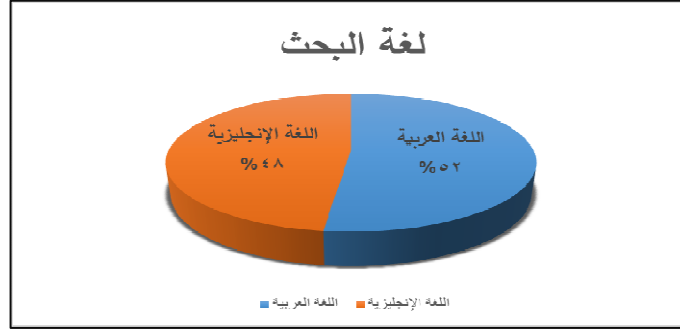
تمثل مجتمع الدراسة في البحوث العربية والأجنبية المنشورة التي تناولت اندماج وسائل الإعلام وتأثيراته، وتم الاعتماد على العينة العمدية لتلك البحوث خلال عقد كامل من بداية عام ٢٠١٣ وحتى نهاية عام ٢٠٢٣.

وتحددت معايير اختيار العينة عبر استخدام كلمات مفتاحية عربية وإنجليزية في البحث عبر قواعد البيانات الإلكترونية لبنك المعرفة المصري Egyptian Knowledge Bank، والتي شملت دار المنظومة، وSAGE، وScopus database، و ProQuest One و Business، بالإضافة إلى ResearchGate و Academia.edu و Google الباحث العلمي و Google Scholar.

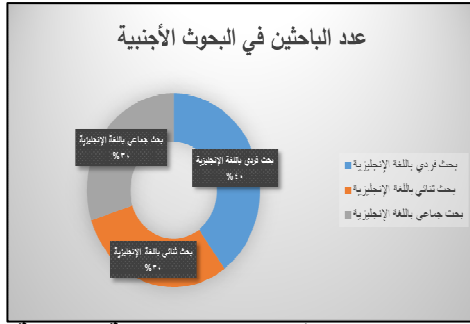
أولاً: الكلمات المفتاحية العربية: الاندماج الإعلامي - اندماج وسائل الإعلام - التكامل الإعلامي - تكامل وسائل الإعلام - الإعلام المدمج - المنصات المتعددة - الوسائط المتعددة - الانفوجراف - الفيديوغراف - غرف الأخبار الرقمية - المحرر المتكامل.

ثانياً: الكلمات المفتاحية الإنجليزية: Media convergence - Integrated Media - Media integration - Cross-Media - Multiplatform - Multimedia - Videographic - Infographic - Digital Newsrooms - Integrated editor.

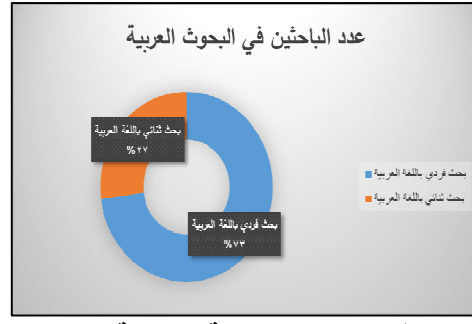
وقد بلغ إجمالي حجم عينة البحوث محل التحليل (١٣٠) بحثاً بواقع (٦٧) بحثاً باللغة العربية بنسبة ٥٢% و(٦٣) بحثاً باللغة الإنجليزية بنسبة ٤٨% كما يوضح الشكل التالي:



شكل رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفق لغة البحث



شكل رقم (٣) توزيع عينة الدراسة



شكل رقم (٢) توزيع عينة الدراسة

وفق عدد الباحثين في البحوث الأجنبية

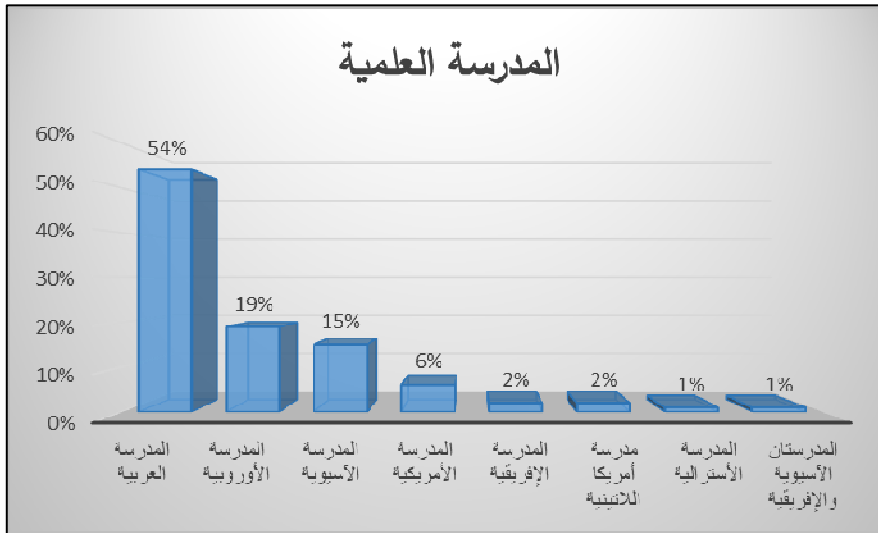
وفق عدد الباحثين في البحوث العربية

يوضح الشكلان السابقان توزيع عينة الدراسة وفق عدد الباحثين في كل من البحوث العربية والأجنبية، حيث لم توجد أية بحوث جماعية باللغة العربية، وطغت البحوث الفردية وبلغت (٤٩) بحثاً بنسبة ٧٣%، تلتها البحوث الثنائية بـ(١٨) بحثاً بنسبة ٢٧%، في المقابل تقاربت النسب في البحوث الأجنبية حيث بلغت البحوث الفردية (٢٥) بحثاً بنسبة ٤٠%، تلتها كل من البحوث الثنائية والبحوث الجماعية بـ(١٩) بحثاً بنسبة ٣٠% لكل منهما.



شكل رقم (٤) توزيع عينة الدراسة وفق سنة النشر

يوضح الشكل السابق توزيع عينة الدراسة وفق سنة النشر، حيث حظي عام ٢٠٢٢ بأكثر عدد من البحوث بلغ (٢٠) بحثاً بنسبة ١٥.٥%، تلاه كل من عامي ٢٠٢١ و ٢٠٢٠ بـ(١٩) بحثاً بنسبة ١٥% لكل منهما، ثم عام ٢٠٢٣ بـ(١٥) بحثاً بنسبة ١٢%، ثم عام ٢٠١٨ بـ(١١) بحثاً بنسبة ٨.٥%، ثم كل من عامي ٢٠١٩ و ٢٠١٧ بـ(١٠) بحوث بنسبة ٧.٥% لكل منهما، ثم كل من عامي ٢٠١٦ و ٢٠١٤ بـ(٨) بحوث بنسبة ٦% لكل منهما، ثم عام ٢٠١٥ بـ(٧) بحوث بنسبة ٥%، وأخيراً عام ٢٠١٣ بـ(٣) بحوث بنسبة ٢%.



شكل رقم (٥) توزيع عينة الدراسة وفق المدرسة العلمية

يوضح الشكل السابق توزيع عينة الدراسة وفق المدرسة العلمية، حيث تصدرت المدرسة العربية المدارس البحثية بـ(٧٠) بحثاً بنسبة ٥٤% (وترجع الباحثة زيادة عدد بحوث المدرسة العربية عن البحوث باللغة العربية التي بلغت (٦٧) بحثاً لأن ٣ بحوث من المدرسة العربية كانت باللغة الإنجليزية)، تلتها المدرسة الأوروبية بـ(٢٥) بحثاً بنسبة ١٩%، ثم المدرسة الآسيوية بـ(١٩) بحثاً بنسبة ١٥%، ثم المدرسة الأمريكية بـ(٨) بحوث بنسبة ٦%، ثم كل من المدرسة الإفريقية ومدرسة أمريكا اللاتينية بـ(٣) بحوث بنسبة ٢% لكل منهما، وأخيراً المدرسة الأسترالية ببحث واحد بنسبة ١%، وبحث تم تطبيقه في كل من باكستان وغانا لذلك تم تصنيفه وفقاً للمدرستين الآسيوية والإفريقية بنسبة ١%.

وشملت بحوث المدرسة العربية دول مصر بـ(٣٠) بحثاً، والجزائر بـ(١٨) بحثاً، والسودان بـ(٨) بحوث، والسعودية بـ(٦) بحوث، والإمارات بـ(٤) بحوث، وكل من فلسطين والعراق والكويت وتونس ببحث واحد لكل منها.

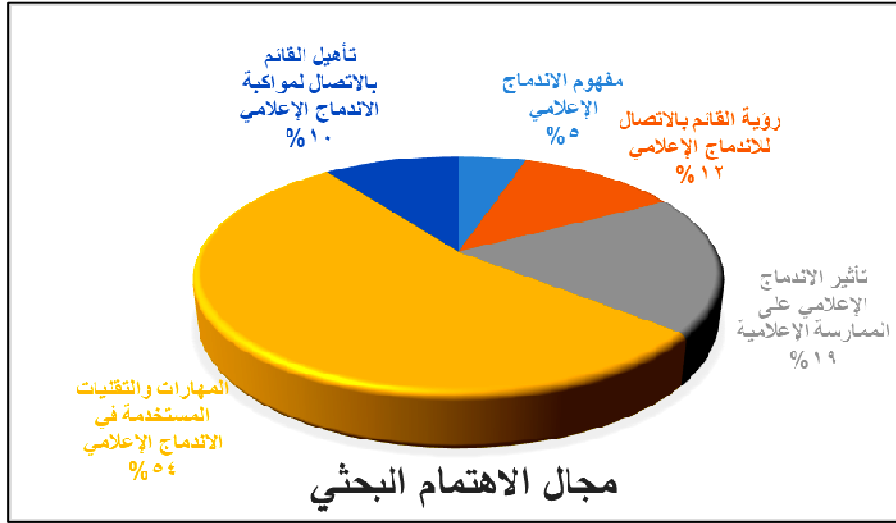
وتضمنت بحوث المدرسة الأوروبية دول بريطانيا بـ(٦) بحوث، وإسبانيا بـ(٤) بحوث، وكل من هولندا والنمسا واليونان ببحثين لكل منها، وكل من الدنمارك وسويسرا والنرويج والسويد ببحث واحد لكل منها، بالإضافة إلى (٥) بحوث تم تطبيقها في أكثر من دولة أوروبية.

وضمت بحوث المدرسة الآسيوية دول الصين بـ(٤) بحوث، وكل من الهند وإندونيسيا وروسيا وإسرائيل ببحثين لكل منها، وكل من ماليزيا وباكستان والفلبين وكوريا الجنوبية وكازاخستان وفيتنام ببحث واحد لكل منها، بالإضافة إلى بحث واحد تم تطبيقه في أكثر من دولة آسيوية.

وشملت بحوث المدرسة الإفريقية دولتي نيجيريا ببحثين وزيمبابوي ببحث واحد، كما شملت بحوث مدرسة أمريكا اللاتينية دولتي البرازيل ببحثين وتشيلي ببحث واحد.

نتائج التحليل الكيفي لمحاور مجال الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

تنوعت محاور مجال الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام على مستوى الأدبيات العربية والأجنبية وشملت ٥ محاور هي مفهوم الاندماج الإعلامي، ورؤية القائم بالاتصال للاندماج الإعلامي، وتأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية، والمهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي، وتأهيل القائم بالاتصال لمواكبة الاندماج الإعلامي كما يوضحها الشكل التالي:



شكل رقم (٦) محاور مجال الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام

يوضح الشكل السابق محاور مجال الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام حيث حظي محور المهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي بالعدد الأكبر من البحوث (٧٠) بحثاً بنسبة ٥٤%، تلاه محور تأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية (٢٥) بحثاً بنسبة ١٩%، ثم محور رؤية القائم بالاتصال للاندماج الإعلامي (١٦) بحثاً بنسبة ١٢%، فمحور تأهيل القائم بالاتصال لمواكبة الاندماج الإعلامي (١٣) بحثاً بنسبة ١٠%، وأخيراً محور مفهوم الاندماج الإعلامي (٦) بحوث بنسبة ٥%.

وتعرض الباحثة فيما يلي أهم ملامح محاور مجال الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام وتحليل أهم نتائجها ومقارنتها لبيان نقاط اتفاقها أو اختلافها:

المحور الأول: مفهوم الاندماج الإعلامي:

اهتمت الأدبيات العربية والأجنبية في هذا المحور باستعراض اشكالية مفهوم اندماج وسائل الإعلام والعلاقة المتبادلة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي: حيث تطرقت دراسة (هالة دغمان ونورة خيري، ٢٠٢١)^١ إلى مفهوم الاندماج الإعلامي من حيث التنافس أو التكامل بين الوسائل، مؤكدة أن التكنولوجيا الحديثة ومقدار استخدامها وإدماجها في وسائل الإعلام التقليدية هي المعيار الأول لتصنيف تلك الوسائل بمختلف أنواعها وتوجهاتها، وأنه يجب عليها التأقلم مع التدفق الكثيف للمحتويات المتداولة عبر الإعلام الجديد، أو أنها ستزول تدريجياً، وفي نفس السياق، أكدت دراسة (لامية طالة، ٢٠١٩)^٢ على أن العلاقة بين الإعلامين الجديد والتقليدي علاقة تكامل لا تصادم أو إقصاء، فكل وسيلة إعلامية ظهرت لم تلغ ما قبلها، فالوسائل الجديدة أجبرت الوسائل التقليدية على تغيير قواعد اللعبة في الممارسات الإعلامية، والتنافس معها

لاستقطاب أكبر شريحة من الجمهور، واتفقت معها دراسة (أحمد شريف بسام وحمد وردة، ٢٠١٩)^٨ في وجود علاقة متشابكة بين وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية، ففي ضوء انجذاب الجمهور إلى شبكات التواصل الاجتماعي، أطلقت وسائل الإعلام التقليدية مواقع لها على هذه الشبكات، مما أثر في الممارسة الإعلامية التقليدية، وفي نفس الإطار، أظهرت دراسة (Mpofu, 2022)^٩ في زيمبابوي استمرارية وإعادة تشكيل وسائل الإعلام المحلية في سياق وسائل الإعلام الجديدة وتقنيات الاتصال في إطار مفهوم الاندماج الإعلامي، من خلال أسلوب السرد القصصي الشعبي على وسائل التواصل الاجتماعي، فوسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية لا تهدد استمرار وجود وسائل الإعلام الأصلية، إنما هي بمثابة مساحات جديدة لها، وأوضحت دراسة (الصادق راجح، ٢٠١٥)^{١٠} أن مفهوم الاندماج الإعلامي يمثل فرصة للمؤسسات الإعلامية لإعادة تشكيل قوة وسائلها واقتصادياتها وأخلاقياتها وتوسيع أسواقها اعتماداً على منصات جديدة، فالإعلام يعمل على إدماج وسائله وطرق إنتاجه لتحقيق التناغم الداخلي في المؤسسات والتخلي عن الرؤية القائمة على تمييز الوظائف، أما دراسة (حفيظة بوزيدي، ٢٠٢٢)^{١١} فقد تناولت مفهوم اندماج وسائل الإعلام من خلال تفسير نموذج التكامل أو الاندماج الاتصالي الذي يشمل المجال العام الافتراضي الذي يساهم في الاندماج بين عناصر العملية الاتصالية، والمجال الخاص للجمهور المستخدم، وسرعة الاتصال التي تعزز الاندماج، والمرسل الذي يمتلك مهارات تكنولوجية تمكنه من تقديم مضامين متنوعة عبر المنصات مما يعزز التواصل والتشاركية مع الجمهور.

المحور الثاني: رؤية القائم بالاتصال للاندماج الإعلامي:

اهتمت الأدبيات العربية والأجنبية في هذا المحور بالتطرق إلى رؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المختلفة للاندماج الإعلامي وتأثيراته على الأداء المهني والمحتوى المقدم: حيث تطرقت دراسة (أسامة الكيلاني وأحمد حمودة، ٢٠٢٣)^{١٢} إلى رؤية القيادات الإعلامية لآليات التحول وسياقات الاندماج في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية التقليدية في عصر التقارب الإعلامي، وبينت تحديث تلك المؤسسات لأنظمتها الاتصالية بتفعيل مشاركة المواطن الصحفي في محتواها الإخباري، وإنشاء منصات لها للتفاعل مع جمهورها عبر الميديا الاجتماعية، واستعرضت دراسة (إنجي لطفي، ٢٠٢٠)^{١٣} رؤية القائمين بالاتصال لتأثير سياسة الاندماج الإعلامي بالتطبيق على مؤسسة ONA للصحافة والإعلام، والتي أشارت إلى تغيير السياسة التحريرية وإنتاج المحتوى المقدم ليتنوع لأكثر من منصة في نفس الوقت، مع التأكيد على السليبات المتمثلة في الوقت المستغرق لتطوير مهارات المحررين، وصعوبات تغيير ثقافة العمل الجديدة وفقاً للاندماج للتحول من الصحفي التقليدي للصحفي الشامل، وأكدت دراسة (محمود عبد اللطيف، ٢٠٢٠)^{١٤} تحقيق تكاملية الوسائل الإعلامية من خلال توظيف الصحف المصرية للمنصات المتعددة في نشر محتواها الصحفي، مما عبر بشكل عام عن التقارب والاندماج بين قنوات الاتصال المختلفة التقليدية والإلكترونية، وعرضت دراسة

(Mishra, 2016)^{١٥} تجربة المؤسسات الإعلامية الهندية لأشكال الاندماج مثل الترويج المتبادل للمحتوى بين المنصات المملوكة لنفس المؤسسة، ولم يعبر الصحفيون الهنود وخاصة الذين يعملون في وسائل الإعلام الكبيرة عن آراء إيجابية حول التسليم متعدد المنصات من قبل نفس الصحفي، مشيرين إلى أن ذلك من شأنه أن يعيق جودة الصحافة، وأظهرت دراسة (Meese & Hurcombe, 2021)^{١٦} أن صناعة الإعلام تأثرت بظهور منصات التواصل الاجتماعي، وذلك بالتطبيق على العلاقة بين مؤسسات الإعلام الإخبارية الأسترالية واعتمادها على الفيسبوك ودمجها للتكنولوجيا الحديثة لجذب الجمهور، أما دراسة (عابض الحربي، ٢٠٢٣)^{١٧} فقد بينت أهمية التأهيل التدريبي للقائم بالاتصال بالصحف السعودية لمواكبة التغيرات في الأداء المهني بعد استخدام تلك الصحف للمنصات الرقمية وإنتاج المحتوى المرئي، واختلفت دراسة (علي خليفة، ٢٠٢٠)^{١٨} وأظهرت أنه على الرغم من تعدد المنصات للمؤسسات الإعلامية (اليوم السابع والبوابة والوطن) إلا أنها لا تقوم بتطبيقها بشكل فعال وفقاً لآراء القائمين بالاتصال بتلك المؤسسات، وذلك نظراً لسيطرة العوامل التقليدية والقواعد الصارمة على سياساتها التحريرية بما لا يتوافق مع البيئة الإعلامية الجديدة التي تتيح المعلومات عبر شبكة الإنترنت ليتم تداولها عن طريق الجمهور المستخدم، واتفقت معها دراسة (Ittefaq et al, 2021)^{١٩} التي استعرضت تصورات الصحفيين حول تقارب وسائل الإعلام في باكستان وتأثيره على الممارسات الصحفية، وكشفت عن العديد من التحديات التي تعيق التنفيذ الناجح للتقارب الإعلامي شملت إجراءات العمل الصحفي الصارمة، ونقص الموارد اللازمة لدمج التقنيات الرقمية، ونقص الحوافز المالية، وأشارت إلى أن التقارب في باكستان اعتمد إلى حد كبير على المخاوف الاقتصادية والتجارية بدلاً من محاولات تحسين جودة المحتوى الإعلامي، وفي نفس السياق، أظهرت دراسة (Xiong & Zhang, 2018)^{٢٠} أن ممارسات التقارب الإعلامي لصناعة الصحافة في إقليم فوجيان Fujian الصيني فشلت في الحصول على دعم الصحفيين بسبب التعقيدات المؤسسية والتنظيمية والفردية، وليس لأسباب تكنولوجية، واتفقت معها دراسة (Yin & Liu, 2014)^{٢١} التي قامت بدراسة حالة لإحدى المؤسسات الصحفية في الصين أيضاً، في أن المحررين والصحفيين استجابوا لتقارب وسائل الإعلام بعدم التعاون أو عدم القبول، وخلصت إلى أن السياق الاجتماعي والبيئة السياسية خاصة العلاقة بين وسائل الإعلام والدولة ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار بشكل كامل في دراسات الاندماج الإعلامي.

وحول الاندماج الإعلامي في القنوات التلفزيونية، عرضت دراسة (رحاب محمد، ٢٠٢٣)^{٢٢} وجهة نظر القائمين بالاتصال والخبراء الأكاديميين لواقع القنوات التلفزيونية المصرية الخاصة وتأثرها بانتشار الإعلام الرقمي، مما دفعها للاستفادة من إمكاناته وإنشاء منصات إلكترونية متعددة تابعة لها لجذب فئات جديدة من الجمهور، ورصدت دراسة (Ihlebak et al, 2014)^{٢٣} الترويج لجدولة البرامج التلفزيونية على المنصات المتعددة لهيئات البث الأربعة الرئيسية في الترويج كجزء من الاتجاه الاستراتيجي الأوسع بربط المحتوى والخدمات الشاملة

المتاحة على جميع تلك المنصات، فوفقاً للقائمين بالاتصال المشاركين في الجدولة والترويج عبر المنصات حدثت تغييرات في الجدولة لمواكبة التقنيات الحديثة بتفقيح أدواتها وتطوير أدوات جديدة، مثل توجيه المشاهدين إلى المواقع الإلكترونية ضمن نفس العلامة التجارية للقناة في إطار تكامل الوسائل، والتخطيط بشكل متزايد لجعل الجماهير تستخدم المنصات الرقمية بشكل متزامن مع التلفزيون، بدلاً من استخدامها كبديل له، أما دراسة (Sørensen, 2018)^{٢٤} فقد عرضت التغييرات في الصناعة التلفزيونية في المملكة المتحدة إثر الاندماج مع إعلام الهاتف المحمول، والممارسة المتزايدة لعرض المحتوى والتفاعل معه على شاشات وأجهزة متعددة، ومدى فهم المؤسسات التلفزيونية والمديرين التنفيذيين والمنتجين البريطانيين لدورهم وأنواع المحتوى الذي يتم إنتاجه وتمويله ضمن هذا المشهد الإعلامي المتغير.

وحول استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة ومدى الاستفادة منها بالمجال الصحفي، رصدت دراسة (صفاء محمد خليل، ٢٠١٦)^{٢٥} اتجاهات الصحفيين السودانيين نحوها، وخلصت إلى وجود علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة وتطور الممارسة الصحفية ووجود وعي بمفهومها وأهميته في العمل الصحفي، أما دراسة (أحمد إدريس والسر سعد، ٢٠١٨)^{٢٦} فقد تناولت رؤية القائمين بالاتصال لتوظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج الإعلامي بتلفزيون السودان، وتوصلت إلى أن التطوير يعتمد على مواكبة الإعلاميين للتطورات التقنية والتدريب المستمر لإتقان مهارات استخدام تلك الوسائط ووضع استراتيجيات مبتكرة لتوظيفها، وكشفت أن ضعف الإمكانيات المادية المتاحة أكبر التحديات التي تواجه التطوير، بينما اختلفت نتائج دراسة (رائية الخير وغادة عثمان، ٢٠٢٣)^{٢٧} عن الدراسات السابقة في تناولها لتوظيف الوسائط المتعددة، حيث صنفت الانفوجرافيك الذي يعد من تلك الوسائط بكونه يؤسس لنمط مستحدث من اندماج المحتوى الإعلامي بالأطر التقنية ولا يعدو أن يكون معالجة فنية إبداعية لتحسينه بصرياً، وذلك من وجهة نظر الخبراء الأكاديميين في الإمارات.

المحور الثالث: تأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية:

اهتمت الأدبيات العربية والأجنبية في هذا المحور بتأثيرات الاندماج بين وسائل الإعلام على أساليب إدارتها والممارسة الإعلامية في المؤسسات المختلفة، والتحديات التي تواجه تلك المؤسسات لتطبيق هذا الاندماج: حيث خلصت دراسة (Zhonghua & Ali, 2021)^{٢٨} إلى أن التطوير والتحول يمثلان فرصة البقاء لوسائل الإعلام التقليدية في عصر الإعلام الجديد وتأثيراته، ومن بين الأساليب التي ينبغي أن تنفذها تلك الوسائل هي التكامل الذاتي وتقييم أوجه القصور والتعلم التجريبي للاستفادة من الوسائط الجديدة، فاندماج الوسائل يؤدي إلى تغيير البيئة الإعلامية وتحولات في محتوى الاتصال واستقبال المعلومات وتمايز الجمهور، واتفقت معها دراسة (Bulatova et al, 2020)^{٢٩} في أن الاندماج الإعلامي أدى إلى تحول في استهلاك وسائل الإعلام في كازاخستان، وأثرت التطورات الرقمية على جودة المحتوى وتقديمه، ونتيجة

الأنشطة الإبداعية والإنتاجية للإعلاميين والصحفيين والمصممين والمبرمجين، يمكن تكرار المحتوى على عدة منصات مختلفة، لتلبية احتياجات مختلفة، وتحقيق أهداف مختلفة، والوصول إلى جماهير مختلفة، وفي نفس السياق، استعرضت دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٦)^{٣٠} أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في أربع مؤسسات صحفية هي الأهرام واليوم السابع والمصري اليوم والبوابة في إطار تعدد المنصات الإعلامية، وخلصت إلى أن منصات تقديم المحتوى كانت أسبق وأكثر تطوراً من التحديثات التي لحقت بعمليات الإنتاج، وذلك بمجارة تلك المؤسسات الصحفية التحولات المطردة في أنماط استهلاك الأخبار باتجاه الإعلام الرقمي عبر إطلاق خدمات المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهاتف وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٤)^{٣١} عن النماذج التطبيقية للمؤسسات الإعلامية في دول الانتقال الديمقراطي وأساليب إدارتها لمنصاتها المتعددة في غرف الأخبار المدمجة بشكل تكاملي تحت مظلة علامة تجارية واحدة متعددة المنافذ، وألقت الضوء على الاتجاه الصحفي المصري في هذا الشأن برصد ملامح التحول الإداري والتحريري لمؤسسة المصري اليوم بتعدد منصاتها وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقدمت دراسة (Ekdale et al, 2015)^{٣٢} فهماً أعمق للتغيرات التي أحدثتها التقارب الإعلامي باستخدام دراسة حالة لإحدى المؤسسات الإخبارية في الولايات المتحدة، وأشارت نتائجها إلى وجود ثلاثة تغيرات مترابطة، أولها التغير التكنولوجي الذي يواجه أقل عدد من العقبات، حيث يدرك الصحفيون الحاجة إلى تكييف ممارساتهم مع القدرات التكنولوجية الأحدث، بينما تواجه التغيرات في العلاقات مع الجمهور مقاومة أكبر، في حين تظل الاستجابات للتغيرات في الثقافة المهنية الإعلامية هي الأكثر فتوراً.

وسعت دراسة (بثينة مهيرة وليلى الفيلاي، ٢٠٢١)^{٣٣} إلى تسليط الضوء على تحديات الاندماج الإعلامي في الجزائر، وما نتج عنه من تحولات جديدة للممارسة الصحفية من إنتاج المحتوى ومعالجته واستهلاكه، مما أدى إلى بروز مصطلحات جديدة في المجال الصحفي كالصحافة العابرة للوسائل Journalism Transmedia وصحافة الموبايل Mobile Journalism وصحافة الوسائط المتعددة Journalism Multimedia وصحافة البيانات Data Journalism، واستعرضت دراسة (Ufot et al, 2023)^{٣٤} التحديات التي تواجه الممارسة الإعلامية في نيجيريا في عصر التقارب الإعلامي ومن بينها ضغط الوقت والكفاءات المهنية ومسألة الجودة والمنافسة الداخلية وصعود المحتوى الذي أنشأه المستخدمون user-generated content (UGC) وضعف الأجور، وكشفت نتائجها أن التكنولوجيا أصبحت تدمج الأدوار المختلفة للصحفي في المؤسسات الإعلامية لخلق منافذ متعددة الوسائط لمحتواها، مما يوضح أهمية أن يكون الصحفيون متعددي المواهب في ممارساتهم، وأن يلتزموا بقواعد الأخلاق الصحفية والسلوك المهني، وأن يتم تحفيزهم بشكل صحيح لتحقيق الأداء الأمثل.

ورصدت دراسة (خيرة خديم، ٢٠٢٠)^{٣٥} انعكاسات الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفيين، وأبرزت أهم الآثار الإيجابية والسلبية لهذا الاندماج على الممارسة الصحفية المحترفة، وذلك بعد مشاركة المواطن الصحفي للإعلامي المحترف المنتمي إلى مؤسسة إعلامية في إنتاج المواد الإعلامية، واتفقت معها دراسة (هشام شكاردة وعيساوي الطيب، ٢٠٢١)^{٣٦} في آثار الاندماج الإعلامي التي تمثلت في المنافسة بين محترفي مؤسسات الإعلام ومرتادي مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، وكشفت عن أن الهوية المهنية للصحفي أصبحت مهددة، بالإضافة إلى غياب أخلاقيات المهنة الصحفية.

واستكشفت دراسة (Lischka, 2015)^{٣٧} تأثير مميزات غرفة الأخبار متعددة المنصات على إجراءات الممارسة الصحفية في المؤسسات الإخبارية في سويسرا، وخلصت إلى أن تلك المؤسسات لا تكتفي بتوظيف استراتيجيات تعدد المنصات وتغيير هيكل غرف التحرير الخاصة بها فحسب؛ بل أصبحت إجراءات إعداد التقارير المطبوعة وعبر شبكة الإنترنت أكثر تقارباً، حيث ينتج الصحفيون بشكل متزايد محتوى لكل من الوسائل المطبوعة والإلكترونية، وسلطت دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٥)^{٣٨} الضوء على نماذج إدارة غرف الأخبار متعددة المنصات من الانعزال إلى التكامل، واستعرضت الدراسات المختلفة لتوصيف النماذج الإدارية التي اتبعتها المؤسسات الإعلامية في إدارة غرفها الإخبارية في ظل الإمكانيات الجديدة التي منحتها لها تقنيات الاندماج ونتائجها على عمليات الإنتاج والنشر الإعلامي، وحددت دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠٢٢)^{٣٩} العوامل المؤثرة في التحول الرقمي لغرف الأخبار الصحفية التقليدية بالتطبيق على الغرفة المطورة لصحيفة الأخبار، والعناصر التقنية التي تم اعتمادها وما ألحقته من تغييرات في الممارسة الصحفية والأدوار والعلاقات ببيئة العمل، وكانت العوامل التنظيمية والتقنية الأكثر تأثيراً في هذا التحول بدعم الإدارة العليا للمشروع وعدم إدخال تغييرات جذرية على المسميات الوظيفية أو المهام والحفاظ على مسار تدفق العمل.

وناقشت دراسة (Baranova et al, 2020)^{٤٠} نماذج الفلسفة الجديدة للصناعة الإعلامية في روسيا في ظل ظروف تقارب وسائل الإعلام لتحقيق المزيد من مصادر الدخل للمؤسسات، ومن أمثلة تلك النماذج توسيع نطاق بيع المحتوى مع الاحتفاظ بالعلامة التجارية للوسيلة، وزيادة مبيعات صحافة البيانات بمحتواها المرئي والتي قام الصحفيون بجمعها استقصائياً إلى وسائل الإعلام الأخرى أو المنظمات الأخرى مثل مراكز الأبحاث، بالإضافة إلى تخصيص مساحة من غرفة الأخبار للبيع أو للإيجار.

ورصدت دراسة (Dodds, 2017)^{٤١} مفهوم التقارب بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتوحيد ممارساتها من أجل الحفاظ على التواصل مع الجماهير وصناعة الأخبار، باستخدام دراسة حالة للمؤسسات الإعلامية التشغيلية التي وظفت الفيسبوك كأداة لتوصيل الأخبار والمعلومات والمشاركة مع جمهورها، وأن هذا التقارب كان له تأثير على الممارسة الصحفية

والطريقة التي يؤدي بها العاملون في الأخبار وظائفهم، واتفقت معها دراسة (David et al, 2019)^٢ في كيفية إعادة تشكيل وسائل التواصل الاجتماعي للعمل الصحفي في غرف الأخبار الإلكترونية في الفلبين، وأن المؤسسات الإخبارية تأخذ في الاعتبار تفضيلات الجمهور في قراراتها التحريرية، وذلك بالاعتماد على الترتيبات التنظيمية المحيطة بمدى دمج فرق وسائل التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية وعمليات صنع الأخبار، وفي نفس السياق، بحثت دراسة (فاضل الدوخي، ٢٠٢١)^٣ التغيرات التي طرأت على عملية إنتاج واستهلاك الأخبار بعد انتشار المنصات الرقمية وسيطرتها على المشهد الإعلامي الجديد، وأبرزت سعي المؤسسات الإعلامية إلى إشراك الجمهور في إنشاء المحتوى ضمن استراتيجيتها للحفاظ عليه في ظل البيئة الرقمية.

وتناولت دراسة (Pak, 2017)^٤ تأثير الاندماج الإعلامي بين الصحف ومحطات البث التلفزيوني بثلاث مؤسسات إعلامية في كوريا الجنوبية على إنتاج المحتوى الإخباري وتوزيعه، وأشارت إلى العديد من الاختلافات من حيث تصورات عبء العمل والمهارات المتعددة وجودة المحتوى بين مراسلي الصحف والتلفزيون على الرغم من العمل في نفس المؤسسة الإعلامية، واستكشفت دراسة (Larrondo et al, 2016)^٥ التحديات الرئيسية للاندماج الإعلامي في غرف الأخبار بخمس هيئات بث عامة أوروبية، وأظهرت نتائجها أن تلك الهيئات تميل إلى اتباع نمط مماثل في الجوانب الأساسية مثل تجميع غرف الأخبار الإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية معاً في نفس المساحة المادية، إلا أن الاختلافات تمثلت في إجراءات الإنتاج عبر المنصات المتعددة وسير العمل، ودرجة تعدد المهارات لدى الصحفيين واتجاهاتهم نحو الاندماج، وبينت دراسة (Martins, 2015)^٦ أن التحدي الرئيسي الذي يواجه الإعلام في عصر التقارب يتجاوز الإنتاج متعدد المنصات ويكمن في العلاقات التي تم تطويرها من هذا التقارب، وفي مقدمتها الممارسة الإعلامية الاحترافية لجذب الجمهور، وذلك بالتطبيق على برنامج TV Folha من البرازيل الذي يتم بثه على أكثر من منصة، ورصدت دراسة (Stankiewicz, 2014)^٧ محاولات منتجي التلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة في القناة التلفزيونية العامة الأوروبية ARTE في إعادة جمع جمهورها نتيجة فقدانه بعد تقنيات بث المحتوى المباشر عبر شبكة الإنترنت، وذلك عبر توضيح برامجها بشكل أفضل وجذب الجماهير بتغطية الأحداث الدولية والمهرجانات وغيرها من المشاركات للقناة خارج بثها العام التقليدي.

أما دراسة (Pradsmadji & Irwansyah, 2020)^٨ فقد تناولت ظهور الاتجاهات الجديدة في تطور تقارب وسائل الإعلام في إندونيسيا في شكل منصات الفيديو حسب الطلب Video-on-Demand (VOD) والتي جمعت بين مميزات التلفزيون والأفلام والفيديو المنزلي والإنترنت، وخلصت إلى أن العديد من الفرص الجديدة جاهزة للاستخدام من قبل تلك المنصات لتطوير محتواها والوصول إلى الجماهير الإندونيسية، إلا أن اللوائح لا تزال غير

داعمة بشكل كامل لتطوير تلك الخدمة، وفي نفس السياق، استهدفت دراسة (أماني رضا، ٢٠٢٢)^{٤٩} التعرف على تأثير خدمات المشاهدة حسب الطلب على صناعة الدراما التلفزيونية في إطار مفهوم الاندماج الإعلامي، وأكدت على أن منصات المشاهدة حسب الطلب تشكل خطراً يهدد التلفزيون التقليدي وتقليل شريحة المشاهدين له، إلا أن العيب الأساسي لها يكمن في اقتصارها على جمهور نوعي محدد من حيث الإمكانيات الاقتصادية ومستوى التعليم والقدرة على التعامل مع التكنولوجيا.

وعلى عكس الدراسات السابقة التي تناولت اندماج أو تقارب وسائل الإعلام، رصدت دراسة (Tameling & Broersma, 2013)^{٥٠} نموذجاً لإنهاء هذا التقارب بعد قرار صحيفة Volkskrant الهولندية فصل غرفة الأخبار المطبوعة عن غرفة الأخبار الإلكترونية بعد أن كان لديها غرفة أخبار متكاملة تخدم منصات متعددة، حيث لم يعد الصحفي التقليدي مكلفاً بمهام الوسائط المتعددة التي كان يقوم بها في استراتيجية الاندماج السابقة، وأوضحت الدراسة أن الانتقال إلى نموذج عمل قوي والمقاومة الثقافية للصحفيين أعاقت هذا الاندماج.

وعرضت دراسة (Baranova et al, 2022)^{٥١} رؤية مغايرة لتأثيرات الاندماج بين وسائل الإعلام فيما يتعلق بالمبادئ الأخلاقية، وأشارت إلى أن المزيد من التدهور في القيم الأخلاقية لوسائل الإعلام أمر لا مفر منه، ويرتبط ذلك بشكل مباشر ببعض اتجاهات التقارب الإعلامي والتي تتمثل في زيادة حصة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون في تلك الوسائل؛ ووفرة المحتوى التي أثرت على الصناعة الإعلامية، مع إعطاء الأولوية لسرعة تسليم المحتوى لجذب تفضيلات المستخدمين، واتفقت معها دراسة (Jamil & Appiah-Adjei, 2019)^{٥٢} في وجود مخاوف بشأن دور صحافة الهاتف المحمول Mobile journalism في عملية إنتاج الأخبار وتعزيز اتجاه الأخبار المزيفة في باكستان وغانا، بعد إنتاج العديد من المؤسسات الإعلامية التقليدية محتوى إخبارياً لمواقع الويب والتطبيقات المحمولة بما يتناسب مع استراتيجيات المنصات المتعددة، مما يعكس التغيرات الهيكلية في صناعة الإعلام والتحول في عملية إنتاج الأخبار في كلا البلدين.

المحور الرابع: المهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي:

اهتمت الأدبيات العربية والأجنبية في هذا المحور بعرض المهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي في المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية والصحف والمواقع الإخبارية، بالإضافة إلى استخدام الوسائط المتعددة في هذا الاندماج: فحول الاندماج الإعلامي في المحطات الإذاعية، استكشفت دراسة (Ajetunmobi & Lasisi, 2022)^{٥٣} الاستفادة من اندماج وسائل الإعلام من خلال دمج وسيلة الراديو مع الفيسبوك لبيت البرامج الإذاعية لـ ١٧ محطة إذاعية في نيجيريا على صفحاتها، وأظهرت نتائجها أن البرامج التي ركزت بشكل أكبر على المشاكل الاجتماعية والاقتصادية تلقت تفاعلاً رقمياً أكثر من البرامج الأخرى، إلا أن ارتفاع تكلفة الاشتراك وضعف الإنترنت يهدد استمرار البث الإذاعي لتلك المحطات عبر

الفيديو، واتفقت معها دراسة (Laor, 2021)^٤ في اندماج الراديو مع الفيسبوك ولكن بميزة إضافية وهي البث الإذاعي المرئي الذي يدعم العرض المستمر لتعليقات المشاهدين في الوقت الفعلي للبرامج المذاعة، وأظهرت نتائجها أن المذيعين يعتقدون أن التغييرات المرئية الأخيرة في الراديو والتي فرضتها البيئة الإعلامية المتغيرة تتعارض مع الميزة الأساسية الفريدة له ولها تأثير سلبي عليه، في المقابل، يعتقد المديرون التنفيذيون للمحطات الإذاعية أن الراديو يجب أن يحافظ على وجوده في الفضاء التفاعلي المرئي عبر الإنترنت، وبالنسبة للمشاهدين، يلبي الراديو المرئي احتياجات متنوعة من تفاعلية ومتابعة ما وراء كواليس البث الإذاعي.

وحول الاندماج الإعلامي في القنوات التلفزيونية، أثبتت دراسة (عماد ربيع، ٢٠٢٢)^٥ والتي تناولت تأثيرات البيئة الرقمية الحديثة على تسويق المؤسسات الإعلامية التلفزيونية المصرية لمنتجاتها الإعلامية، أن صفحات القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي احتلت المكانة الأولى من بين الآليات الرقمية لمتابعة المحتوى الإعلامي لتلك القنوات بينما كانت مواقعها الإلكترونية هي الأقل، كما رصدت الدراسة توظيف مجموعة قنوات صدى البلد لهذه البيئة الرقمية لتسويق برامجها عبر صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي، واتفقت معها دراسة (عماد ربيع، ٢٠٢٢)^٦ في توظيف صفحات المؤسسات التلفزيونية المصرية الخاصة والحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك مواقعها الإلكترونية للتقنيات الرقمية بهدف تطوير شكل ومحتوى الرسالة التلفزيونية المنشورة عبرها وتحقيق معدلات انتشار أكبر لدى جمهورها، وأشارت نتائجها إلى اتجاه قناة صدى البلد لإنتاج برامج خاصة لصفحاتها ووجود فريق متخصص لذلك، وفي نفس السياق، رصدت دراسة (بريك الزهرة، ٢٠٢٣)^٧ مواكبة التلفزيون الجزائري للتغيرات في البيئة الإعلامية الجديدة بإعادة إطلاق موقعه الإلكتروني باستراتيجية عمل جديدة، حيث تم إدراج الشبكات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر واليوتيوب والإنستجرام ضمن هذه الاستراتيجية وبذلك أصبح الموقع الإلكتروني كأنه قناة مستقلة.

وعرضت دراسة (Sørensen, 2016)^٨ إعادة تعريف مفهوم البث التلفزيوني المباشر في سياق المشهد الإعلامي التفاعلي متعدد المنصات، بالتطبيق على هيئتي البث العامة في بريطانيا (هيئة الإذاعة البريطانية BBC والقناة الرابعة) بتعزيز تجربة مشاهدة هذا البث عبر الشاشة التلفزيونية التقليدية وعلى الهواتف المحمولة أو الأجهزة اللوحية، مما يمكنها من الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير في وقت واحد، وذلك بالاستفادة من إمكانيات الشبكات الاجتماعية والتطبيقات، والاستحواذ على مستخدميها والاحتفاظ بهم عبر منصات متعددة، واختلفت معها دراسة (González-Neira et al, 2022)^٩ التي تناولت استخدام هيئات البث التلفزيونية الرئيسية في إسبانيا لمنصة اليوتيوب YouTube في عرض برامجها، واستراتيجية تلك الهيئات التقليدية فيما يتعلق بنوافذ مشاهدة الجديدة لتقييم مدى استفادتها من إمكانياتها لنشر المحتوى ضمن عملية التقارب الإعلامي، وأشارت نتائجها إلى أن هذه النوافذ

تم استخدامها بشكل أساسي كاستراتيجية ترويجية وأن القنوات لا تعتبرها عنصراً أساسياً في استراتيجيتها الرقمية، مع الغياب العملي لمبادرة المنصات المتعددة والمحتوى الحصري عبرها.

وتتبع دراسة (Henderson, 2022)^{٦٠} تطور الممارسة الإعلامية في غرفة أخبار قناة تليفزيونية في الولايات المتحدة وتحولها إلى الإنتاج متعدد المنصات عبر تدريب محرريها لمواكبة التقنيات الحديثة، وتضمن التدريب الرقمي تعليم المحررين كيفية تسويق القصص الإخبارية عبر الكتابة بشكل فعال لمنصات الويب ووسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تطوير مهارات التتبع للتواصل مع المؤثرين على تلك الوسائل، وهذا النمط الجديد ضروري لمشهد استهلاك الأخبار متعدد المنصات، واتفقت معها دراسة (Wallace, 2013)^{٦١} في انتشار المهارات المتعددة في ثلاث غرف أخبار إقليمية لهيئة الإذاعة البريطانية BBC، وتوصلت إلى أنه تم اعتماد مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التنظيمية لتمكين الصحفيين من العمل عبر المنصات بما في ذلك الراديو والتلفزيون والإنترنت، وأن التدريب والخبرة مهمان في الحفاظ على مستويات تلك المهارات، وفي نفس السياق، استعرضت دراسة (Sofiane, 2022)^{٦٢} تأثير غرفة أخبار التلفزيون الجزائري بالتطورات التكنولوجية نتيجة ظاهرة الاندماج الإعلامي بحيث أصبحت الممارسة الإعلامية متخصصة تنتج لمنصات مختلفة خاصة الهواتف الذكية، وذلك عبر استحداث موقع لبث الأخبار المتنوعة على منصات التواصل الاجتماعي والاعتماد على الانفوجراف والفيديوغراف، بالإضافة إلى استخدام الهاتف المحمول كأداة عمل إعلامي مؤثرة في تحرير الأنباء الإلكترونية وبنها بشكل مباشر.

واستكشفت دراسة (Hänska Ahy, 2016)^{٦٣} الاندماج بين وسائل الإعلام الاجتماعية ووسائل الإعلام التليفزيونية في المجال الإخباري بالتطبيق على هيئة الإذاعة البريطانية BBC، وعرضت كيفية انتقال محتوى مواقع التواصل الاجتماعي إلى الأخبار التليفزيونية ومعايير وقواعد نشره ليكون متوافقاً مع إمكانية منصة التواصل، وأشارت دراسة (سنان الخفاجي، ٢٠٢١)^{٦٤} إلى أن التقنيات الحديثة وفرت فرصة للقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية من توظيف تغطياتهم الإخبارية عبر المواقع الإلكترونية وتطبيقات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت مصدراً من مصادر الأخبار، مما أدى إلى تطوير النشرات الإخبارية وزيادة الكفاءة المهنية، وفي نفس الإطار، رصدت دراسة (وداد سعيد ويحيى عياش، ٢٠٢٠)^{٦٥} مظاهر استخدام الفضائيات العربية الإخبارية لأدوات الإعلام الرقمي، وخلصت إلى تخصيص صفحات تابعة للفضائيات على تطبيقات الإعلام الرقمي والبث المباشر عبرها، وتغذية النشرات والبرامج الإخبارية بإنتاج الإعلام الجديد، واتفقت معها دراسة (حاتم علي، ٢٠٢٢)^{٦٦} والتي كشفت عن أهمية توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج الأخبار التليفزيونية وتعزيز السبق الصحفي للقنوات الإخبارية بما يقدمه من أنية وفورية في تغطية الأحداث، وذلك بتجميعها للأخبار عبر صفحاتها التفاعلية والصفحات الرسمية الموثقة ومواقع التواصل

الاجتماعي فضلاً عن المواطن الصحفي، وفي نفس السياق، أكدت دراسة (سمراء بربيع ونوال فراحتية، ٢٠٢٣)^{٦٧} توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر الأخبار في إعداد النشرات الإخبارية في قناة الشروق نيوز الجزائرية بسبب عامل السرعة الحاسم في التنافس على السبق الصحفي واختيار الموضوعات وفق متطلبات الأشكال الجديدة للإنتاج الإعلامي لجذب اهتمام الجمهور ورفع نسب المشاهدة.

واهتمت عدة دراسات بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في إنتاج البرامج الإخبارية بالتطبيق على برنامج "نشرتكم" في قناة الجزيرة، حيث خلصت دراسة (نوال بومشطة، ٢٠٢١)^{٦٨} إلى أنه في إطار مواجهة القنوات الفضائية لتحديات البيئة الرقمية الجديدة عن طريق إيجاد أنماط جديدة للإنتاج الإعلامي، يسعى برنامج "نشرتكم" إلى إشراك الجمهور في صناعته عن طريق ما ينشرونه في الميديا الاجتماعية، ويعتمد البرنامج بشكل كبير على ما يدونه الصحفيون والسياسيون في موقع تويتر حول القضايا السياسية والإنسانية الراهنة، وأكدت دراسة (هاشم علي وإسراء إدريس، ٢٠٢١)^{٦٩} أن برنامج "نشرتكم" يتيح عرض الأخبار والأحداث وتوصيل صوت المواطن عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يركز البرنامج على الأخبار الأكثر تداولاً، مع إمكانية عرض بعض الآراء حولها، أما دراسة (بلال جعفر ومحمد الراجي، ٢٠٢٣)^{٧٠} فقد استنتجت محدودية تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على الأجنحة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال برنامج "نشرتكم"، نظراً لالتزام محرري البرنامج بالمعايير الإخبارية للقناة في عرض المحتويات الرقمية مما يحد من عرض بعض المواضيع التي تلقى رواجاً على المنصات وتتعارض مع معيار الأهمية والضخامة، بالإضافة إلى مراعاة القيم الاجتماعية والأخلاقية، وقارنت دراسة (علي فاخر، ٢٠٢٢)^{٧١} بين برنامجي "نشرتكم" بقناة الجزيرة وبرنامج "تريندينج" بقناة BBC عربية في توظيفهما لمنصات التواصل الاجتماعي، وأبرزت اعتماد البرنامجين على الفيديوهات التي يتم نشرها عبر تلك المنصات، وأن القضايا السياسية كانت في مقدمة الموضوعات التي جرى تناولها، وأن الفيسبوك الموقع الأكثر تناولاً.

بينما عرضت دراسة (وداد سعيد ويحيى عياش، ٢٠٢٠)^{٧٢} وجهة نظر الجمهور في توظيف القنوات العربية لأدوات الإعلام الرقمي في خدمة الرسالة الإخبارية، وخلصت النتائج إلى تفضيل النسبة الأكبر من المبحوثين متابعة قنواتهم المفضلة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب، أما دراسة (Vázquez-Herrero et al, 2022)^{٧٣} فقد تناولت وصول تأثير منصة TikTok إلى القنوات الإخبارية التي اندمجت معها في سياق يتسم بالاستهلاك العرضي للأخبار وانتشارها، وذلك بسبب شعبية هذه الشبكة الاجتماعية ومخاطبة جمهور الشباب بالمحتوى المرئي والقصير الذي تتميز به تلك المنصة، وهو نهج جديد لوسائل الإعلام الإخبارية للوصول للأجيال الشابة.

واختلفت دراسة (Ashuri & Frenkel, 2017)^{٤٤} والتي تناولت مدى إدماج وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الإخبارية التلفزيونية، حيث كشفت نتائجها عن التأثير المحدود لتلك المنصات على المحتوى التلفزيوني وهيكل غرفة الأخبار وأساليب العمل الإعلامي، وأنها تستخدم في المقام الأول كأداة ترويجية لأغراض التسويق، بما في ذلك زيادة عدد المشاهدين وتعزيز اسم العلامة التجارية للقناة التلفزيونية، واتفقت معها دراسة (Hadland et al, 2019)^{٤٥} والتي بينت أنه على الرغم من أهمية استخدام لقطات الهاتف المحمول في النشرات الإخبارية منذ بداية القرن الحادي والعشرين، وما أعقبه من تطوير المؤسسات الإعلامية الكبرى لبرامجها وإنشاءها مكاتب ومراكز المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، إلا أن نتائج التحليل الذي أجرته للنشرات الإخبارية الرئيسية لثلاث محطات تلفزيونية بريطانية لتحديد محتوى الهاتف المحمول في بثها أظهرت أنه بعد مرور عقد من الزمن، لم ترق لقطات الهاتف المحمول إلى مستوى إمكاناتها المبكرة.

ورصدت دراسة (Sørensen, 2014)^{٤٦} الاستراتيجيات متعددة المنصات لهيئتي البث العامة في بريطانيا (هيئة الإذاعة البريطانية BBC والقناة الرابعة) وكيفية تعاملهما مع جماهير المحتوى الذي ينشئه المستخدمون والذي يغمر سوق الأفلام الوثائقية والمحتوى الواقعي، كمزودين رائدين للمحتوى الوثائقي والواقعي عبر الإنترنت في مشهد إعلامي عالمي متعدد المنصات.

واعتبرت دراسة (Belaid, 2018)^{٤٧} أن منصات التواصل الاجتماعي في عصر اندماج وسائل الإعلام تعتبر شاشة ثانية لمشاهدة المسلسلات التلفزيونية خلال شهر رمضان في تونس، وأرجعت الدراسة سبب ذلك إلى عدم توفر المشاهد أثناء عرض المسلسلات وتقديم تلك المنصات لمحتوى غني مقارنة بما تعرضه القنوات التلفزيونية.

وحول الاندماج الإعلامي في الصحف، رصدت دراسة (Renault, 2013)^{٤٨} تأثير التحولات التكنولوجية والتقارب الإعلامي في غرف أخبار أربع مؤسسات صحفية بالبرازيل، وتغيرات الممارسة الصحفية لتلبية متطلبات العصر الجديد بتقديم منتجات متنوعة عبر منصات رقمية مختلفة، وعقدت دراسة (García-Avilés et al, 2014)^{٤٩} مقارنة بين عمليات الاندماج في غرف أخبار ثلاث صحف في إسبانيا وألمانيا والنمسا من خلال عرض ثلاثة نماذج لهذا الاندماج هي نموذج الاندماج الكامل Full Integration، ونموذج الوسائل المتقاطعة -Cross Media، ونموذج المنصات المنعزلة Isolated Platforms، وأشارت إلى اختلاف تلك النماذج فيما يتعلق بتنظيم غرفة الأخبار وأسلوب سير العمل ومشاركة الجمهور، وحللت دراسة (Costa-Sánchez et al, 2020)^{٥٠} كيفية الاستفادة من الاندماج الإعلامي لأهم أربع صحف أوروبية في تغطيتها للانتخابات اليونانية، وأظهرت تكاملاً بين منصاتها وقنواتها في تغطيتها الإخبارية بدمج منصات الهاتف المحمول واتباع استراتيجية إعادة الاستخدام فيما يتعلق

بمحتوى المواقع الإلكترونية، وتزايد عدد القصص المنشورة وتحديد أولويات تحديثها وإثراء الوسائط المتعددة، ولكنها لم تنفذ هيكلًا لسرد القصص بشكل منفصل في منصات مختلفة، وتناولت دراسة (Cantarero et al, 2020)^{٨١} تحليلًا مقارنةً لتطبيقات الصحف التي تم تطويرها للأجهزة اللوحية والهواتف الذكية ضمن أنظمة المنصات المتعددة في ١٠ دول مختلفة، وخلصت إلى التزام تلك التطبيقات بالإصدارات المسبقة للصحف المطبوعة والإلكترونية، وأن استراتيجيات إدارة الصحف للمنصات المتعددة لا تزال ضعيفة، وحددت دراسة (Ferrucci, 2018)^{٨٢} الجهات الفاعلة التي تلعب دوراً في إنتاج الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي، ووجدت أن الصحفيين وقادة الرأي والجمهور والمعلنين يؤثرون على هذا الإنتاج، وأن وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد أدوات تربط الصحفيين بالجمهور، بل هي شبكة مؤثرة على جميع مستويات الإنتاج الإخباري، واختلفت معها دراسة (Doudaki & Spyridou, 2015)^{٨٣} التي عرضت اتجاهات التطور في المحتوى الإخباري للصحف اليونانية عبر الإنترنت في ضوء اندماج وسائل الإعلام، وكشفت عن الاستخدام المحدود للقدرات التكنولوجية للاندماج والمتمثل في زيادة استخدام الفيديو وفرص التعليق وروابط المشاركة على شبكات التواصل الاجتماعي كضرورة للتسويق، ويتم تنفيذه كامتداد للنموذج المكتوب بدلاً من السرد الجديد للقصص، أما دراسة (Li, 2018)^{٨٤} فقد قدمت نموذجاً للتقارب وعدم التقارب في الممارسة الصحفية لصحيفة "بكين نيوز" التي تتبنى استراتيجيات للتكيف مع بيئة الاندماج الإعلامي المتزايد من ناحية، والحفاظ على الصحافة الأصلية عالية الجودة من ناحية أخرى.

وأكدت دراسة (أحمد عطية، ٢٠٢٣)^{٨٥} نجاح مواقع الصحف المصرية في الإفادة من التحديث الجديد لموقع الواتساب بإصدار قنوات عبر التطبيق تستطيع الصحف من خلالها نشر مضامينها بشكل سريع أولاً بأول، وإمداد متابعيها بكل ما هو جديد وربطهم بهذه القنوات من خلال نشر روابط مضامينها المتنوعة، بالإضافة إلى استخدام مميزات نشر الصور ومقاطع الفيديو عبر التطبيق، ورصدت دراسة (أحمد علوي، ٢٠٢٠)^{٨٦} توظيف صحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء الاندماج الإعلامي، وأشارت إلى تصدر صحيفة اليوم السابع كأكثر الصحف إنتاجاً لمقاطع الفيديو ويرجع ذلك لامتلاكها موقعاً متخصصاً لإنتاج المضامين الإعلامية عبر الفيديو.

وحول الاندماج الإعلامي في المواقع الإخبارية، رصدت دراسة (مصباح صوفيان، ٢٠٢١)^{٨٧} تطور العمل الإعلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية بإنتاج مضامين إعلامية متكاملة بطريقة متنوعة من أخبار وتقارير واستخدام الوسائط المتعددة بكثافة نتيجة لظاهرة الاندماج الرقمي وتكامل الإنتاج الإخباري لجذب المستخدمين من الجمهور، وكشفت دراسة

(إسلام مطاوع، ٢٠٢٠)^{٨٨} عن التقنيات الحديثة المستخدمة في ثلاثة مواقع إخبارية مصرية (الدستور وبوابة الأهرام وبوابة الوفد)، وأكدت حرصها على توفير محررات البحث لتسهيل الوصول إلى المعلومات في الأخبار والتقارير وتوفير كثير من الوقت، بالإضافة إلى توظيفها للوسائط المتعددة في عرض المحتوى، واهتمامها بالتفاعل مع الجمهور، وخلصت دراسة (مصباح صوفيان، ٢٠٢١)^{٨٩} إلى أن جودة المواقع الإلكترونية الإخبارية تحدها عدة عناصر أهمها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقدرة الجمهور المستهدف على المشاركة في صناعة المحتوى، وقدرة الصحفي على التعديل، والتوظيف الأمثل للفنون البصرية والوسائط المتعددة التي تتناسب مع المنصات الجديدة وتعمل على تحسين جودة الشكل ودقة المضمون، وتطرقت دراسة (أحمد شحاتة، ٢٠٢٣)^{٩٠} إلى استفادة المنصات الإقليمية الرقمية في ضوء الاندماج الإعلامي من وسائل الإعلام التقليدية، مع توظيف التقنيات الجديدة باستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، بهدف جذب الجماهير عبر الإنترنت، وإدراك الإعلاميين ووعيهم لاستخدام الأدوات الرقمية المستحدثة في صناعة وإنتاج المحتوى بأشكاله المختلفة على تلك المنصات مما يعزز من أدائهم الإعلامي.

وحول استخدام الوسائط المتعددة في الاندماج الإعلامي، استعرضت دراسة (أحمد الزهراني ومروة عطية، ٢٠٢١)^{٩١} المضامين والقصص التي تقدمها المواقع الإخبارية العربية ويتم توظيف السرد متعدد الوسائط في بنائها عبر الدمج بين مجموعة مختلفة من الأشكال المعلوماتية لخلق تسلسل تفاعلي لها، مع ارتباط هذه الأدوات لسرد المحتوى بالشكل الإخباري، وأشارت نتائجها إلى أن السرد متعدد الوسائط يتمثل في تطويع المحتوى بمزج النص والصورة الثابتة والمتحركة والرسوم والصوتيات في إطار رواية أكثر ثراءً، وعرضت دراسة (شيماء عبد الحميد، ٢٠٢٢)^{٩٢} الأشكال المستحدثة من الوسائط المتعددة مثل الانفوجراف والفيديوجراف وكيفية استخدام تقنيات السرد التفاعلي في عرض المضامين الإخبارية في المواقع الإخبارية، بالتطبيق على موقعي BBC عربي وCNN عربي وذلك لجذب الجمهور لمتابعة القصص الإخبارية على الموقعين، ورصدت دراسة (راضي محمد، ٢٠٢٠)^{٩٣} استخدام المواقع الإلكترونية لصحف "الأهرام المصرية، والتايمز البريطانية، والنيويورك تايمز الأمريكية" للوسائط المتعددة من صور وصوت وفيديو وانفوجراف وفيديوجراف، وأكدت نتائجها أن عنصر الفيديو من أهم الوسائط المتعددة التي أصبحت أساسية في تلك المواقع، واهتمت دراسة (وداد أرباب، ٢٠٢١)^{٩٤} بتوظيف المواقع الإخبارية الإماراتية أدوات التحرير الإلكتروني وأساليبه المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة (النص، الصورة، الفيديو، الرسوم، الانفوجراف، الصوت) في محتوى وشكل المادة الإخبارية المنشورة عبر صفحاتها، وأثبتت نتائجها أن تلك المواقع لم تستطع أن تدعم محتواها بكل عناصر الوسائط المتعددة، مما يدل على أنها لا تزال قاصرة في التوظيف الكامل والمندمج لهذه التقنيات في إعداد وتحرير مضامينها الإخبارية،

وأشارت دراسة (Sjafie et al, 2018)^{٩٥} إلى تأثير التطور التكنولوجي على الممارسات الصحفية وتحول المحتوى الإخباري إلى المزيد من المرئيات بتوظيف الوسائط المتعددة لتلبية حاجة الجمهور في فهم المحتوى بشكل أسرع وأسهل عبر القصص الإخبارية المرئية، وفي نفس السياق، عرضت دراسة (Krieken, 2018)^{٩٦} توظيف تقنيات السرد للقصص الصحفية متعددة الوسائط من استخدام للنصوص والصور والصوت والفيديو والرسوم المتحركة لإشراك الجمهور في معايشة تفاصيل الأحداث الإخبارية، عبر إجراء دراسة حالة لقصة إخبارية نشرها موقع صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية، وأظهرت نتائجها أنه يتم إعادة بناء مشاهد القصة بشكل واضح من خلال دمج النصوص والصور والفيديو والرسوم، وأنه على الرغم من أن النص لا يزال محورياً في تقنيات السرد، إلا أنه لا يبد من تكامله مع باقي الوسائط المتعددة، واتفقت معها دراسة (Kovalenko & Alekseeva, 2019)^{٩٧} في تأثير توظيف الوسائط المتعددة في مساعدة الجمهور في فهم الأزمات الإنسانية، بالتطبيق على معالجة صحيفة "الجارديان" البريطانية لأزمة اللاجئين في الدول الأوروبية وذلك عبر استخدامها للنصوص والمكونات البصرية من صور ورسوم وكرائكاتير وانفوجراف لتوضيح أبعاد الأزمة، واهتمت دراسة (Veglis & Bratsas, 2017)^{٩٨} بتصنيفات صحافة البيانات في المواقع الإلكترونية للصحف وتطور استخدامها للعناصر المرئية من انفوجراف ثابت ومتحرك وخرائط ورسوم وصور والتي تلعب دوراً مهماً في التفاعلية التي تقدمها للمستخدمين من الجمهور، أما دراسة (De Haan et al, 2017)^{٩٩} فقد اهتمت بتقييم الجمهور لتوظيف الوسائط المتعددة في سرد القصص الإخبارية لثلاث صحف إلكترونية في هولندا، وأظهرت أنهم يقبلون على قراءة تلك المرئيات إذا تم دمجها بشكل متماسك في القصة الإخبارية لتسهيل فهمها، وتوصلت دراسة (سالي أسامة، ٢٠٢٢)^{١٠٠} إلى حرص موقع شبكة أريج الإخباري للصحافة الاستقصائية على التوظيف الأمثل للوسائط المتعددة من نصوص وألوان وصور وفيديو وانفوجراف ثابت، إلا أنه لم يوظف مطلقاً الانفوجراف المتحرك بوصفه أحد هذه الوسائط، وأشارت نتائجها إلى أن أكثر التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في توظيف الوسائط المتعددة في تصميم الموقع كانت قلة الدورات التدريبية وعدم كفاءة الأجهزة المستخدمة في التصميم والإمكانات المادية، وكشفت دراسة (حلمي محاسب، ٢٠١٦)^{١٠١} عن بنية السرد في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتوصلت إلى تعدد أنواع السرد الذي تعتمد عليه تلك المواقع في تقديم القصص الإخبارية وفقاً للوسائط المتعددة ويمكن حصرها في أربعة أنماط وهي السرد النصي والمصور والصوتي والفيديو، وألقت دراسة (هديل عبد الله، ٢٠١٩)^{١٠٢} الضوء على مدى توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج الإعلانات التلفزيونية، وتوصلت إلى قدرة تلك الوسائط على تجسيد الأفكار الإعلانية وإقناع الجمهور المستهدف، وبينت أن ترتيب عناصر الوسائط المتعددة يمكن أن يكون صورة واضحة للخدمة أو السلعة المعلن عنها، وأن استخدام التقنية الرقمية في التصميم يؤدي إلى زيادة جودة

وجماليات الصور والنصوص ويزيد من نقاء الأصوات في الإعلانات مما يؤدي إلى تحقيق الأهداف التسويقية الموضوعة من قبل الجهة المعلنة.

واهتمت عدة دراسات بتوظيف الانفوجراف بوصفه من الوسائط المتعددة في الاندماج الإعلامي، حيث أكدت دراسة (Pinto, 2017)^{١٠٣} أهمية توظيف الانفوجراف في مواقع الصحف الإلكترونية نظراً لدمج التقنيات الجديدة والاتجاهات المرئية المختلفة والتي أدت إلى تغييرات جوهرية في نماذج تصميم تلك الصحف وتوفير إمكانيات لا حصر لها للصحفيين في خلق تفاعل مع الجمهور حول المضامين المنشورة، وقامت دراسة (Hang & Son, 2022)^{١٠٤} بتحليل أنواع الانفوجراف المستخدم في أهم صحيفة إلكترونية في فيتنام وعرضت كيفية توظيف الصحفيين لتلك الرسوم بشكل فعال، مما يعزز الاتصال بين الصحيفة وجمهورها، ورصدت دراسة (Daher, 2020)^{١٠٥} الاتجاهات الحديثة لتوظيف الانفوجراف بالصحف الإلكترونية عبر تمثيل البيانات والمعلومات المعقدة باستخدام رسوم إبداعية تجذب الانتباه وتيسر على المتلقي إدراكها بسرعة ووضوح وذلك من خلال المقارنة بين صحيفتي USA Today والبيان، واتفقت معها دراسة (محسن كشكول وسماح عبد الرحمن، ٢٠١٩)^{١٠٦} التي تناولت توظيف الانفوجراف في موقع "روسيا اليوم" الإخباري لتحسين أداء الدور الاتصالي عبر صحافة البيانات في المضامين السياسية والاقتصادية والعسكرية وعملية اختزالها بتصاميم تسهل فهمها وإدراكها من قبل جمهور الموقع، وأظهرت دراسة (لجين باقاسي، ٢٠١٨)^{١٠٧} أن الانفوجراف يعد أحد الأساليب الإخراجية الحديثة في صحيفتي مكة وعكاظ السعوديتين، وأن أهم عناصره هي الرموز والأشكال، وأكثر المواضيع الصحفية التي يتم توظيفه بها القضايا الاجتماعية والسياسية، وأكثر الفنون الصحفية التي تحتوي على تصميماته الخبر الصحفي، وأبرزت دراسة (عفيفة حمزة وفتيحة لمام، ٢٠٢٣)^{١٠٨} أهمية توظيف الانفوجراف في وكالة الأنباء الجزائرية ودوره في جذب انتباه الجمهور المستهدف نحو موادها الإعلامية، وخلصت إلى استخدامها الأسلوب الثابت للانفوجراف في العرض مع تحري المصادقية في المعلومات بذكر مصادرها الرسمية، واستهدفت دراسة (سعيد الغريب، ٢٠١٧)^{١٠٩} التعرف على كيفية استخدام فن الانفوجراف في المواقع الإلكترونية المصرية، وأظهرت أن موضوعه كان يعالج إما قضية مجتمعية أو يتناول حدثاً من الأحداث الجارية أو يتناول شخصية بعينها في المجالات المختلفة، وعرضت دراسة (نعمة مبارك، ٢٠١٨)^{١١٠} أساليب توظيف الانفوجراف في الصحف المصرية الاقتصادية الإلكترونية والدور الذي يقوم به كأحد الوسائل المهمة والفعالة والأكثر جاذبية لدمجه بين السهولة والسرعة والتسلية والتشويق في عرض المعلومات وتوصيلها إلى المتلقي، وفي نفس الإطار، استهدفت دراسة (رضوى أحمد، ٢٠٢٢)^{١١١} التعرف على كيفية توظيف مواقع الصحف الاقتصادية العربية للانفوجراف لتقديم ومعالجة المحتوى المقدم بها، وخلصت إلى تفاوت اهتمام المواقع بجودة تصميم

الانفوجراف، وحرص أغلبها على نشر الانفوجراف التقليدي الثابت نظراً لسرعة وسهولة إنتاجه، واتفقت معها دراسة (بسام المكاوي، ٢٠٢١)^{١١٢} في تركيز المواقع الإلكترونية الإماراتية على استخدام فن الانفوجراف الثابت وعدم استفادتها من ثراء الوسيلة في نشر الانفوجراف المتحرك أو التفاعلي، وأن الموضوعات الاقتصادية جاءت على رأس قائمة الموضوعات التي تناولها الانفوجراف في تلك المواقع، وكشفت دراسة (آلاء حماد، ٢٠٢١)^{١١٣} عن أثر الانفوجراف على فاعلية الصحف الإلكترونية العربية، وأبرزت أن وجوده يزيد بدرجة كبيرة من مستوى اهتمام الجمهور والتفاعل معها، وأن الانفوجراف وسيلة أكثر ثراء في عرض المعلومات بالنسبة للقارئ، وأكدت على أهمية القيمة الجمالية للألوان في تصميمه لتأثيرها القوي على عملية الفهم والانتباه له، وأن توافر عنصري الصوت والموسيقى يعزز من فاعليته، وأوضحت دراسة (Hamza, 2023)^{١١٤} أهمية استخدام الانفوجراف في إنتاج القصص الإخبارية كوسيلة فعالة في إيصال المعلومات إلى المتلقي من خلال الرسوم والصور والألوان، مما يبسط له الأفكار المعقدة ليسهل عليه فهمها واستيعابها، واتفقت معها دراسة (Zwinger et al, 2017)^{١١٥} في أن الانفوجراف التفاعلي يعد أداة قوية لتمثيل المعلومات المعقدة وتوصيلها حيث يستخدمه الصحفيون لشرح رؤى وحقائق جديدة أثناء سرد القصص الإخبارية باعتباره الشكل الأكثر تفضيلاً من جانب المستخدمين لسهولة العرض وتذكر المعلومات، وعرضت دراسة (Zwinger & Zeiller, 2016)^{١١٦} أنواع الانفوجراف التفاعلي المفضلة التي تم توظيفها في خمس صحف إلكترونية ألمانية لجمع وتفسير وعرض كميات كبيرة من البيانات، وأشارت إلى اهتمام قراء الصحف الإلكترونية باستخدام واستكشاف هذه الرسوم التفاعلية، وبيّنت دراسة (T M & Salam, 2020)^{١١٧} الاستخدام المتزايد للانفوجراف التفاعلي في المواقع الصحفية الهندية بالتطبيق على صحيفتي "Manorama online" و"Times of India" وخلصت إلى تقديمها هذا الانفوجراف بمستويات مختلفة من التفاعل، وأشارت إلى أهمية دراسة تفضيلات القراء المستهدفين لتقديم ما يناسب قدراتهم على فهم هذه الرسوم التفاعلية، أما دراسة (علاء يوسف، ٢٠٢٣)^{١١٨} فقد تناولت استخدام تقنية الانفوجراف والموشن جرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية بموقعي العربية وBBC عربي نظراً لقدرتها على توصيل المواد الإخبارية حول القضايا المختلفة إلى الجمهور بطريقة أسرع وأكثر سهولة، وأظهرت توظيف تلك التقنية أكثر في عرض الإحصائيات والأرقام لتقديم المادة العلمية بشكل أيسر للمشاهدين.

كما اهتمت عدة دراسات بتوظيف الفيديو جراف بوصفه من الوسائط المتعددة في الاندماج الإعلامي، حيث رصدت دراسة (أحمد الزهراني ومروة عطية، ٢٠١٩)^{١١٩} توظيف قالب الفيديو جراف لسرد المضامين الإخبارية في ثماني مواقع إلكترونية للصحف العربية والغربية، والذي تصدر استخدامه في تقديم الأخبار الآنية في مختلف المواقع، بينما أظهرت النتائج وجود

تباين بين المواقع في طبيعة الوسائط المعلوماتية الموظفة في بناء وتكوين هيكل الفيديو جراف المستخدم، إلا أنها بينت أن الموسيقى الخلفية والنصوص القصيرة والحركة كانت القاسم المشترك في كل المواقع لتوصيل المعلومات والمساعدة في خلق الجو العام للأحداث والتأكيد على واقعيتها والانتقال السلس بين تفاصيلها والاحتفاظ بانتباه المتلقي لأطول فترة ممكنة، وعرضت دراسة (نسمة مطاوع، ٢٠٢٢) ^{١٢٠} كيفية توظيف المواقع الإلكترونية لأربع صحف مصرية للفيديو جراف عبر صفحاتها، وخلصت إلى تفوق صحيفة اليوم السابع في استخدام الفيديو المعلوماتي في بنية النصوص والأخبار المنشورة على موقعها، وأشارت إلى أن التعليق النصي والصور الثابتة والموسيقى الخلفية كانت القاسم المشترك في ملفات الفيديو جراف لتلك المواقع، وخلصت دراسة (رشا الشيخ، ٢٠٢٢) ^{١٢١} إلى تنوع القيم الإخبارية المتضمنة للفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة وفقاً لسياستها التحريرية، وتعدد الوسائط المستخدمة في الفيديو جراف من نص مكتوب وتعليق صوتي وموسيقى ولقطات حية ورسوم متحركة وجرافيك، وكشفت دراسة (مروة عطية، ٢٠١٧) ^{١٢٢} عن السياقات المتعددة لتوظيف الفيديو داخل البناء الفني للقصص الإخبارية في ستة مواقع إلكترونية، وأظهرت نتائجها أن لقطات الفيديو جراف كانت الأعلى في التوظيف ضمن البناء المدمج الذي يدعم فكرة التكامل بين عناصر ومكونات البناء الفني لتلك القصص.

المحور الخامس: تأهيل القائم بالاتصال لمواكبة الاندماج الإعلامي:

اهتمت الأدبيات العربية والأجنبية في هذا المحور ببحث التأهيل الأكاديمي لطلاب كليات الإعلام بوصفهم القائمين بالاتصال مستقبلاً ومدى اكتسابهم للمهارات المتعددة لمواكبة الاندماج الإعلامي: حيث تناولت دراسة (أريج فخر الدين، ٢٠٢١) ^{١٢٣} رصد وتقييم التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة وتحديد مدى ملائمتها لمتطلبات سوق العمل المتغيرة، وخلصت إلى مقترحات لتحديث اللوائح الدراسية الإعلامية في إطار التغيير الواضح في شكل الإعلام الجديد، كما قدمت الدراسة اقتراحات لمقررات دراسية مناسبة لمفهوم نظرية اندماج وسائل الإعلام، وفي نفس السياق، رصدت دراسة (عبد الوهاب بوخنوفة، ٢٠٢١) ^{١٢٤} مدى استجابة كليات الإعلام العربية للتحديات التي يفرضها الاندماج الإعلامي والتغيرات السريعة في بيئة العمل الإعلامي وما يقتضيه ذلك من تطوير المناهج الدراسية لإعداد الطلاب بكفاءة لسوق العمل، وكشفت أن أقسام الإعلام في الجامعات العربية استجابت بطرق مختلفة وبدرجات متفاوتة لهذه التحديات، وأن موجة من التغيير شملت مقررات الصحافة والاتصال الجماهيري لمواكبة التطورات التقنية، واتفقت معها دراسة (Jiang & Rafeeq, 2019) ^{١٢٥} التي عرضت الجهود المبذولة لتطوير مناهج كليات الإعلام لمواءمة احتياجات الصناعة الإعلامية في العصر الرقمي، عبر المقارنة بين المناهج في ست

جامعات في الولايات المتحدة وبريطانيا والإمارات، وأشارت إلى التحديات التي تواجه خريجي الصحافة في عصر الاندماج الإعلامي وغرف الأخبار المدمجة وما تتطلبه من مهارات إنتاج الأخبار الرقمية، مما يستلزم تقديم دورات حول تقارب وسائل الإعلام وأخلاقيات الإعلام الجديد، فضلاً عن دعوة المتخصصين إلى الفصول الدراسية، وإشراك الطلاب في إدارة وسائل الإعلام في الحرم الجامعي، وأشارت دراسة (Auger et al, 2017)^{١٢٦} إلى أن إعداد الطلاب من الناحية النظرية والمهارات العملية من أهداف تطوير المناهج الدراسية في عصر الاندماج الإعلامي، وسلطت الضوء على تجربة الطلاب في الولايات المتحدة في العمل مع التقنيات التقليدية والجديدة لتطوير وإنتاج القصص الإخبارية عبر المنصات المتعددة، وأوضحت أن مشاركتهم في المقرر الدراسي عززت قدرتهم على الكتابة وإجراء المقابلات ومهاراتهم التكنولوجية لسرد تلك القصص، واتفقت معها دراسة (Bor, 2014)^{١٢٧} التي استكشفت تقنيات تدريس التقارير الإخبارية على منصات وسائل التواصل الاجتماعي في المناهج الدراسية بالولايات المتحدة مع التركيز على التحديات والفرص للمشاركة في هذا التعلم، وأشارت إلى أن المنهج يجب أن يشمل التركيز على الأخلاق والمهارات التقنية وإمكانيات التطوير المهني، مع التمييز بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الشخصية والمهنية، وركزت دراسة (Kraft & Seely, 2015)^{١٢٨} على تأثير استخدام الأجهزة اللوحية "iPad" في اكتساب طلاب الإعلام في الولايات المتحدة للمهارات المتعددة اللازمة لسوق العمل في العصر الرقمي وذلك لتطور هذه الأجهزة وتطبيقاتها وما توفره من أدوات صحفية تمكنهم من تعلم تلك المهارات، وخلصت إلى استخدام الطلاب الأجهزة بشكل أكبر لإنشاء مهام صحفية ذات جودة قابلة للنشر بسرعة، والتي تضمنت إعداد التقارير الفعالة واستخدام الوسائط المتعددة ووسائل التواصل الاجتماعي، أما دراسة (Eschenfelder, 2020)^{١٢٩} فقد استعرضت آراء الممارسين في مجال الأخبار التليفزيونية في الولايات المتحدة من مذيعين ومراسلين ومنتجين ومحررين حول مناهج تدريس التقارير التليفزيونية للمنصات المتعددة، وأشارت إلى أنهم يعتقدون أن الطلاب بحاجة إلى تطوير مهاراتهم في مجالات تشمل الكتابة وإيجاد أفكار للقصص الإخبارية وأساليب سردها، مع ضرورة توفير تدريب جيد داخل المؤسسات الإعلامية ومدربين يتمتعون بالمهارات المناسبة، وناقشت دراسة (Ureta & Fernández, 2018)^{١٣٠} تحديات دمج التقارب الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي في المناهج الجامعية في إسبانيا، ومدى ملاءمة المقررات الدراسية لإعداد الصحفيين المستقبليين للتعامل مع غرفة الأخبار المدمجة ومهاراتها المتعددة الناتجة عن تقارب وسائل الإعلام وإنتاج محتوى الوسائط الاجتماعية، وسعت دراسة (سارة طلعت ونفيسة السعيد، ٢٠٢٠)^{١٣١} إلى التعرف على واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي للمحرر المتكامل في برامج الإعلام المصرية في ضوء الاندماج الإعلامي، وذلك وفقاً لأعضاء هيئة التدريس والطلاب بتلك البرامج

والصحفيين، وأظهرت أن البرامج تم تطويرها بشكل محدود لا يعكس التغيرات الجديدة، وأن سيناريو التحول الجزئي للمحرر المتكامل هو السيناريو الأقرب للحدوث بسبب النمو المتسارع لتكنولوجيا الاتصال، وفي نفس الإطار، استهدفت دراسة (نفيسة صلاح الدين وسارة طلعت، ٢٠٢٠) التعرف على مستقبل التأهيل الإعلامي للمحرر المتكامل في غرف الأخبار الرقمية بثماني مؤسسات صحفية مصرية، وأشارت إلى غياب التدريب الفعال الذي يحقق مفهوم الصحفي الشامل أو المحرر المتكامل في جميع المؤسسات الصحفية، ووجود فجوة كبيرة في تصورات المحررين فيما يتعلق بالمهارات المرتبطة بالمحرر المتكامل، وهيمنة الواجبات التقليدية على الأدوار المهنية للصحفيين وتراجع الأدوار الحديثة مثل توظيف الوسائط المتعددة وإدارة المحتوى، وأكدت دراسة (عبد الرحمن الشامي، ٢٠١٤) على ضرورة تكريس مقررات دراسية في المناهج الجامعية لدراسة الإعلام الجديد وتأسيس مساق بحثي في مرحلة الدراسات العليا في الجامعات العربية لهذا التخصص وذلك مع تنامي ظاهرة الاندماج التي تشهدها وسائل الإعلام، وحاولت دراسة (Yu & Phongsatha, 2023) التعرف على اتجاهات الطلاب في الصين نحو منصة التدريب على وسائل الإعلام المتقاربة والمهارات المطلوبة لهذا الاندماج، وأظهرت اتجاهاتهم السلبية نحوها حيث لم يجد الطلاب أن منصة تقارب الوسائط مفيدة أو سهلة التشغيل، وأوصت بتعزيز التواصل مع المؤسسات الإعلامية وتزويد الطلاب بمحتوى تعليمي أكثر احترافاً والتدريب على المهارات العملية وتهيئة بيئة اجتماعية مناسبة لتعزيز الاتجاهات الإيجابية للتعلم لدى الطلاب، وأثبتت دراسة (هبة شفيق، ٢٠٢٣) فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات طلاب الصحافة بإنتاج الفيديو جراف كأحد أشكال الصحافة الرقمية باستخدام تطبيقات الهواتف الذكية، وتفوق الطلاب من حيث المهارات المعرفية والأدائية المكتسبة خلال البرنامج التدريبي.

المدخل الفكرية والأطر النظرية والنماذج العلمية لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

كشف التحليل النقدي توظيف الأدبيات العربية والأجنبية للمدائل الفكرية بنسبة أكبر من الأطر النظرية والنماذج العلمية، وقد تنوعت تلك المدائل وفقاً لمجال الاهتمام البحثي، وكان في مقدمتها مفهوم الاندماج الإعلامي بنسبة ٣٠%، تلاه تأثير الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدية بنسبة ١٥%، ثم الوسائط المتعددة Multimedia بنسبة ١٤%، ثم صحافة البيانات Data Journalism بنسبة ٦.٥%، ثم استراتيجية المنصات المتعددة Multiplatform strategy بنسبة ١.٥%، وأخيراً الاندماج الإعلامي والمبادئ الأخلاقية بنسبة ١%.

وأظهر التحليل فيما يتعلق بالأطر النظرية المستخدمة في الأدبيات العربية والأجنبية أن نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness Theory حظيت بالمرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة ٦.٥%، تلتها نظرية الحتمية التكنولوجية Technology Determinism Theory

بنسبة ٣%، ثم كل من نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis Theory ونظرية الاندماج أو التقارب الإعلامي Media convergence theory ونظرية حراسة البوابة الإعلامية Gatekeeping theory بنسبة ٢% لكل منها، ثم نظرية انتشار المستحدثات The Diffusion of Innovation Theory بنسبة ١.٥%، وأخيراً كل من نظرية التحول الرقمي ونظرية المسؤولية الاجتماعية theory Social responsibility ونظرية الحتمية القيمية ونظرية الشبكات الاجتماعية ونظرية ترتيب الأولويات Setting Theory Agenda ونظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior بنسبة ١% لكل منها.

وفيما يتعلق بالنماذج العلمية التي استخدمتها الأدبيات العربية والأجنبية أوضحت نتائج التحليل أن نسبتها أقل عند مقارنتها بالمداخل الفكرية والأطر النظرية، وتصدرها نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model بنسبة ٤%، تلاه كل من نموذج التحول في غرف الأخبار ونموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات The hierarchy of influences model ومدخل تحليل النظم بنسبة ١.٥% لكل منها، وأخيراً كل من نموذج النظام الإعلامي Media System Model ونموذج التكامل أو الاندماج الاتصالي بنسبة ١% لكل منهما.

من العرض السابق، يتضح أن أغلب البحوث اعتمدت على المداخل المعرفية لتأصيل ظاهرة الاندماج أو التقارب الإعلامي وفقاً لمجال الاهتمام البحثي من التعريف بمفهوم الاندماج ورؤية القائم بالاتصال له، وتأثيره على الممارسة الإعلامية، والمهارات والتقنيات المستخدمة فيه من توظيف للوسائط المتعددة والسرود عبر المنصات المختلفة.

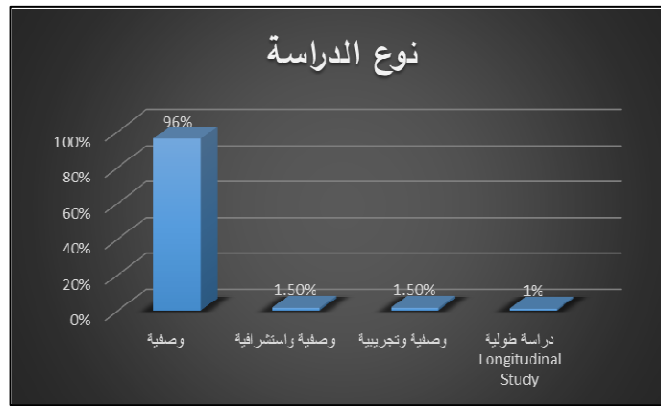
وتنوعت الأطر النظرية والنماذج العلمية التي وظفتها الأدبيات العربية والأجنبية وتصدرتها النظريات والنماذج التي تتناول تأثير التكنولوجيا على الصناعة الإعلامية ومواكبة وسائل الإعلام للتطورات التقنية المتلاحقة، إلا أن أغلب البحوث العربية استخدمت تلك الأطر والنماذج معرفياً فقط ولم تطبقها في صياغة فروضها أو شرح نتائجها، كما كشف التحليل النقدي عن عدم استعانة البحوث العربية والأجنبية بنماذج نظرية قام بوضعها الباحث.

وحرصت عدد من بحوث المدارس العلمية المختلفة على التكامل بتوظيف أكثر من إطار نظري، ففي المدرسة العربية قامت دراسة (بلال جعفر ومحمد الراجي، ٢٠٢٣) بتوظيف نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting Theory ونظرية حراسة البوابة الإعلامية Gatekeeping theory لبحث تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة، واستخدمت دراسة (أحمد شحاتة، ٢٠٢٣) نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis Theory ونموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model لبحث انعكاسات التطور التكنولوجي على محتوى المنصات الإقليمية الرقمية المصرية، وفي المدرسة الآسيوية قامت دراسة (Yu &

Technology Acceptance Model ونظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior لبحث اتجاهات الطلاب في الصين نحو منصة التدريب على وسائل الإعلام المتقاربة والمهارات المطلوبة لهذا الاندماج، وفي المدرسة الإفريقية استخدمت دراسة (Ufot et al, 2023) نظرية انتشار المستحدثات The Diffusion of Innovation Theory ونظرية الحتمية التكنولوجية Technology Determinism Theory لبحث التحديات التي تواجه الممارسة الإعلامية في نيجيريا في عصر التقارب الإعلامي، كما وظفت دراسة (Ajjetunmobi & Lasisi, 2022) نظرية الاندماج أو التقارب الإعلامي Media convergence theory ونظرية الحتمية التكنولوجية Technology Determinism Theory لبحث اندماج وسيلة الراديو مع الفيسبوك لبث البرامج الإذاعية في نيجيريا، وأخيراً في المدرستين الآسيوية والإفريقية قامت دراسة (Jamil & Appiah-Adjei, 2019) بتوظيف نظرية الاندماج أو التقارب الإعلامي theory Media convergence ونظرية المسؤولية الاجتماعية Social responsibility theory لبحث دور صحافة الهاتف المحمول في عملية إنتاج الأخبار وتعزيز اتجاه الأخبار المزيفة في باكستان وغانا.

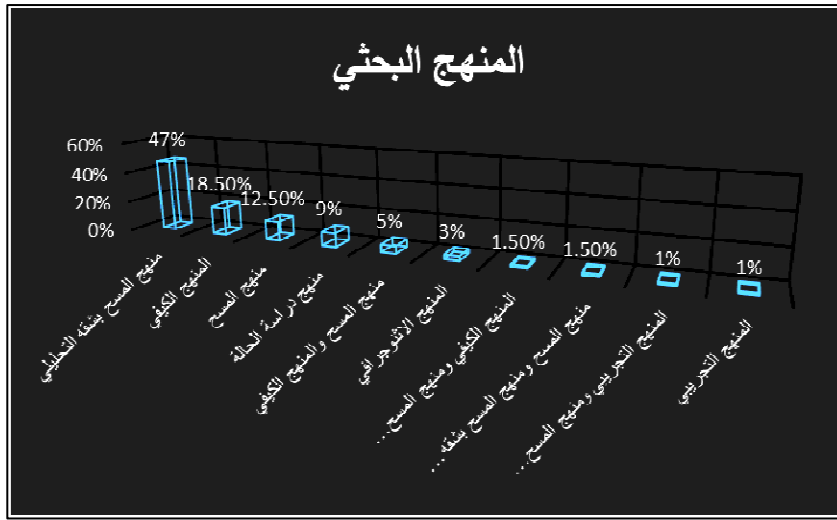
المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

كشف التحليل النقدي فيما يتعلق بنوع الدراسة المستخدم في الأدبيات العربية والأجنبية أن البحوث الوصفية كانت السائدة بنسبة 96%، وفي المدرسة العربية تم الجمع بين أكثر من نوع للدراسات، الوصفية والاستشرافية في دراستي (سارة طلعت ونفيسة السعيد، 2020) و(نفيسة صلاح الدين وسارة طلعت، 2020)، والوصفية والتجريبية في دراستي (آلاء حماد، 2021) و(هبة شفيق، 2023)، وانفردت المدرسة الأوروبية بنوع الدراسة الطولية Longitudinal Study في دراسة (Wallace, 2013)، كما يوضح الشكل التالي:



شكل رقم (٧) نوع الدراسة المستخدم في البحوث

وأظهرت نتائج التحليل فيما يتعلق بالمناهج البحثية التي تم توظيفها في الأدبيات العربية والأجنبية أن منهج المسح بشقه التحليلي كان في مقدمتها بنسبة ٤٧%، تلاه المنهج الكيفي بنسبة ١٨.٥%، ثم منهج المسح بنسبة ١٢.٥%، ثم منهج دراسة الحالة بنسبة ٩%، ثم الجمع بين منهج المسح والمنهج الكيفي بنسبة ٥%، ثم المنهج الإثنوجرافي بنسبة ٣%، ثم كل من الجمع بين المنهج الكيفي ومنهج المسح بشقه التحليلي، والجمع بين منهج المسح ومنهج المسح بشقه التحليلي بنسبة ١.٥% لكل منهما، وأخيراً كل من الجمع بين المنهج التجريبي ومنهج المسح بشقه التحليلي، والمنهج التجريبي بنسبة ١% لكل منهما، كما يوضح الشكل التالي:



شكل رقم (٨) المنهج البحثي المستخدم في البحوث

وتصدر منهج المسح بشقه التحليلي المناهج المستخدمة في البحوث العربية والأجنبية لتحليل مضامين الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية لبحث تأثير الاندماج بين وسائل الإعلام على المضامين المنشورة عبر المنصات المتعددة، والتعرف على التقنيات والمهارات المستخدمة في هذا الاندماج.

وقد اهتمت المدارس العلمية بتوظيف منهج دراسة الحالة بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية المختلفة لبحث تأثيرات اندماج وسائل الإعلام وعلى كليات الإعلام لبحث أساليب تطوير المناهج الدراسية، في المدرسة الأمريكية بدراسات (Henderson, 2022) و(Krieken, 2018) و(Ekdale et al, 2015) و(Bor, 2014)، وفي المدرسة الأوروبية بدراسات (Costa-Sánchez et al, 2020) و(Ureta & Fernández, 2018) و(Larrondo et al, 2016) و(García-Avilés et al, 2014) وفي المدرسة الآسيوية

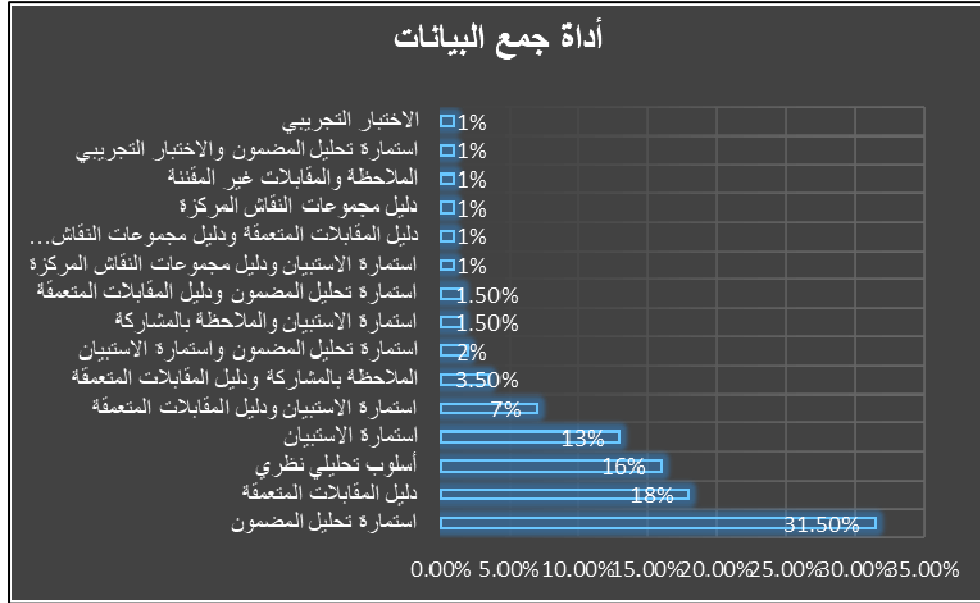
بدراستي (Sjafie et al, 2018) و (Yin & Liu, 2014)، وفي المدرسة العربية بدراستي (سالي أسامة، ٢٠٢٢) و(إنجي لطفي ٢٠٢٠).

كما تم توظيف المنهج الاثنوجرافي بالملاحظة بالمشاركة في بيانات العمل بغرف الأخبار والصحف والقنوات التلفزيونية لبحث تأثيرات الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية، في المدرسة الأوروبية بدراستي (Stankiewicz, 2014) و (Tameling & Broersma, 2013)، وفي المدرسة الآسيوية بدراسة (Li, 2018)، وفي المدرسة العربية بدراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠٢٢).

وحرصت عدد من بحوث المدارس العلمية المختلفة على التكامل بتوظيف أكثر من منهج، حيث تم الجمع بين منهج المسح والمنهج الكيفي في المدرسة العربية بدراسات (عماد ربيع، ٢٠٢٢) و(سارة طلعت ونفيسة السعيد، ٢٠٢٠) و(نفيسة صلاح الدين وسارة طلعت، ٢٠٢٠)، وفي المدرسة الآسيوية بدراستي (Xiong & Zhang, 2018) و (Pak, 2017)، وفي المدرسة الأوروبية بدراسة (De Haan et al, 2017)، وفي المدرسة الأمريكية بدراسة (Kraft & Seely, 2015).

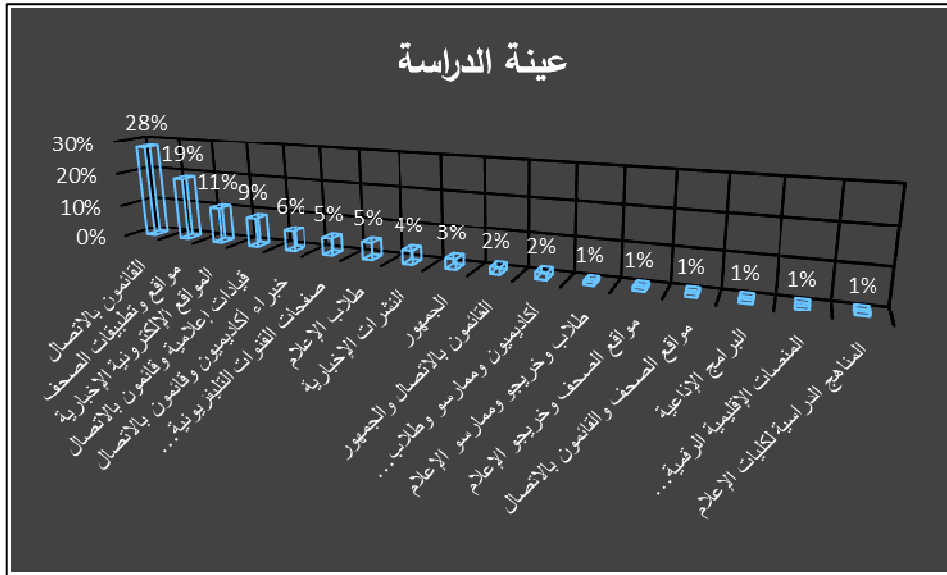
وفي المدرسة العربية، تم الجمع بين المنهج الكيفي ومنهج المسح بشقه التحليلي بدراستي (بلال جعفر ومحمد الراحي، ٢٠٢٣) و(سعيد الغريب، ٢٠١٧)، والجمع بين منهج المسح ومنهج المسح بشقه التحليلي بدراستي (أحمد شحاتة، ٢٠٢٣) و(لجين باقاسي، ٢٠١٨)، والجمع بين المنهج التجريبي ومنهج المسح بشقه التحليلي بدراسة (آلاء حماد، ٢٠٢١).

وفيما يتعلق بأدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها الأدبيات العربية والأجنبية، تصدرت استمارة تحليل المضمون بنسبة ٣١.٥%، تلاها دليل المقابلات المتعمقة بنسبة ١٨%، ثم الأسلوب التحليلي النظري بنسبة ١٦%، ثم استمارة الاستبيان بنسبة ١٣%، ثم الجمع بين استمارة الاستبيان ودليل المقابلات المتعمقة بنسبة ٧%، ثم الجمع بين الملاحظة بالمشاركة ودليل المقابلات المتعمقة بنسبة ٣.٥%، ثم الجمع بين استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان بنسبة ٢%، ثم كل من الجمع بين استمارة الاستبيان والملاحظة بالمشاركة، والجمع بين استمارة تحليل المضمون ودليل المقابلات المتعمقة بنسبة ١.٥% لكل منهما، وأخيراً كل من الجمع بين استمارة الاستبيان ودليل مجموعات النقاش المركزة، والجمع بين دليل المقابلات المتعمقة ودليل مجموعات النقاش المركزة، ودليل مجموعات النقاش المركزة، والجمع بين الملاحظة والمقابلات غير المقننة، والجمع بين استمارة تحليل المضمون والاختبار التجريبي، والاختبار التجريبي بنسبة ١% لكل منها، كما يوضح الشكل التالي:



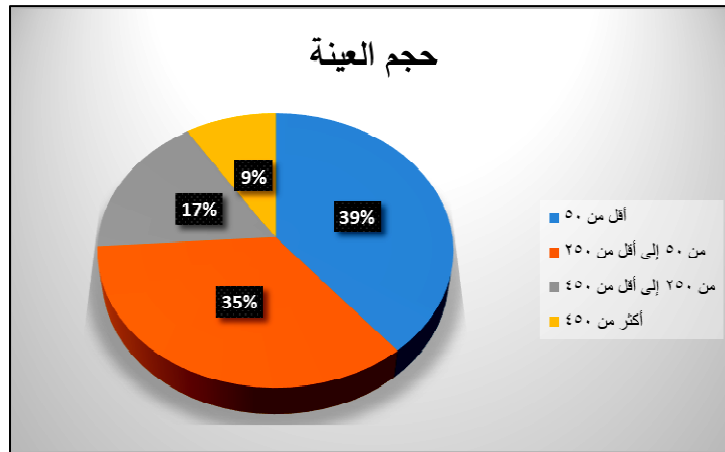
شكل رقم (٩) أداة جمع البيانات المستخدمة في البحوث

وأوضحت نتائج التحليل فيما يتعلق بالعينات التي تم التطبيق عليها في الأدبيات العربية والأجنبية تنوعها ما بين الأفراد الذين تم إجراء المقابلات معهم أو استبيان آرائهم من قيادات إعلامية وقائمين بالاتصال وخبراء أكاديميين وطلاب وخريجي كليات الإعلام والجمهور، وبين المضامين الإعلامية التي تم تحليلها من مواقع إلكترونية وصفحات وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي ونشرات إخبارية وبرامج إذاعية، حيث تصدرها القائمون بالاتصال بنسبة ٢٨%، تلاهم المواقع الإلكترونية للصحف وتطبيقاتها بنسبة ١٩%، ثم المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة ١١%، ثم الجمع بين القيادات الإعلامية والقائمين بالاتصال بنسبة ٩%، ثم الجمع بين الخبراء الأكاديميين والقائمين بالاتصال بنسبة ٦%، ثم كل من صفحات القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي، وطلاب الإعلام بنسبة ٥% لكل منهما، ثم النشرات الإخبارية بنسبة ٤%، ثم الجمهور بنسبة ٣%، ثم كل من الجمع بين القائمين بالاتصال والجمهور، والجمع بين الخبراء الأكاديميين وممارسي وطلاب الإعلام بنسبة ٢% لكل منهما، وأخيراً كل من الجمع بين طلاب وخريجي وممارسي الإعلام، والجمع بين المواقع الإلكترونية للصحف وخريجي الإعلام، والجمع بين المواقع الإلكترونية للصحف والقائمين بالاتصال، والبرامج الإذاعية، والجمع بين المنصات الإقليمية الرقمية والقائمين بالاتصال والجمهور، والمنهج الدراسية لكليات الإعلام بنسبة ١% لكل منها، كما يوضح الشكل التالي:



شكل رقم (١٠) العينة المستخدمة في البحوث

وفيما يتعلق بحجم العينة المستخدم في الأدبيات العربية والأجنبية التي تم تحليلها، فقد لوحظ استخدام العينات ذات الحجم الصغير، حيث تصدر حجم العينة أقل من ٥٠ مفردة بنسبة ٣٩%، تلاه حجم العينة من ٥٠ إلى أقل من ٢٥٠ بنسبة ٣٥%، ثم حجم العينة من ٢٥٠ إلى أقل من ٤٥٠ بنسبة ١٧%، وأخيراً حجم العينة أكثر من ٤٥٠ بنسبة ٩%، كما يوضح الشكل التالي:



شكل رقم (١١) حجم العينة المستخدم في البحوث

وقد لاحظت الباحثة توظيف المدارس العلمية المختلفة الحجم الصغير للعينات والذي تراوح بين ٨ مفردات إلى ٣٠ مفردة، وذلك لاعتمادها على المنهج الكيفي بإجراء مقابلات متعمقة مع القيادات الإعلامية والقائمين بالاتصال، مثل دراسات (Sørensen, 2018)

و(Hänska Ahy, 2016) و(Ihlebak et al, 2014) من المدرسة الأوروبية، ودراسات (Ittefaq et al, 2021) و(David et al, 2019) و(Ashuri & Frenkel, 2017) من المدرسة الآسيوية، ودراسة (Jamil & Appiah-Adjei, 2019) من المدرستين الآسيوية والإفريقية، ودراسة (Meese & Hurcombe, 2021) من المدرسة الأسترالية، ودراسة (Martins, 2015) من مدرسة أمريكا اللاتينية، ودراستي (أسامة الكيلاني وأحمد حمودة، ٢٠٢٣) و(فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٤) من المدرسة العربية.

مناقشة عامة لنتائج وتوصيات بحوث المدارس العلمية حول اندماج وسائل الإعلام:

تنوعت محاور مجال الاهتمام البحثي للبحوث العربية والأجنبية التي تم تحليلها نقدياً حول اندماج وسائل الإعلام، واختلفت درجة اهتمام المدارس العلمية البحثية بهذه المحاور وفقاً لما سيتم عرضه فيما يلي:

المحور الأول: مفهوم الاندماج الإعلامي:

اهتمت أدبيات المدرسة العربية بعرض اشكالية مفهوم اندماج وسائل الإعلام والعلاقة المتبادلة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، حيث تصدرت بحوث هذا المحور بنسبة ٨٣%، تلتها المدرسة الإفريقية بنسبة ١٧%.

وبينت بحوث المدرسة العربية أن الوسائط الاتصالية الجديدة لم تلغ وسائل الإعلام التقليدية، ولكن طورتهما وجعلتها أكثر انتشاراً وتنوعاً في تقديم المحتوى للإعلامي لجذب الجمهور المتلقي، كما استعانت بعض تلك الوسائل بمضامين صحافة المواطن في إعداد محتواها مما غير من وظيفة الجمهور المستخدم ليصبح متلقي ومرسل وحارس للبوابة، بالإضافة إلى استخدام وسائل الإعلام التقليدية لوسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها ضمن منصات جديدة، مثل دراسة (هالة دغمان ونورة خيرى، ٢٠٢١)، واتفقت معها بحوث المدرسة الإفريقية في عدم تهديد الإعلام الجديد لوسائل الإعلام التقليدية إنما هي بمثابة امتداد جديد لها، مثل دراسة (Mpfungu, 2022).

وأشارت أدبيات المدرسة العربية إلى أن الجمهور المستخدم يعد العنصر الجوهري ونقطة التقاطع لاندماج مختلف عناصر العملية الاتصالية وفقاً لنموذج التكامل أو الاندماج الاتصالي، مثل دراسة (حفيظة بوزيدي، ٢٠٢٢).

وأكدت الأدبيات أن المشهد الإعلامي الجديد شهد سقوط الحدود بين صانعي المضامين الإعلامية ومستهلكيها، وتفتت سوق العمل من خلال العدد الهائل لوسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات تليفزيونية ومنصات إلكترونية، والاستثمار المبدع للإمكانيات التكنولوجية المتجددة من طرف جيل جديد من الإعلاميين الذين لم ينشأوا حسب المعايير التقليدية للعمل الإعلامي، وأشارت نتائجها إلى أن الإعلاميين المهتمين بالتحول

الرقمي والمنصات المتعددة يرون أن التحولات المؤسسية والتكنولوجية فرصة مهمة لتحسين أدائهم المهني والتحرر من الممارسات التقليدية، مثل دراسة (الصادق رابح، ٢٠١٥).

وأوضحت أدبيات المدرسة العربية أن الإعلام التقليدي مر بمراحل تطور مستمرة تسمح بتفاعله مع الجمهور لينضم لمنظومة الإعلام الجديد، مع ضرورة تنظيمه وضبطه ليكون منظومة إعلامية متكاملة، مثل دراسة (لامية طالة، ٢٠١٩).

المحور الثاني: رؤية القائم بالاتصال للاندماج الإعلامي:

اهتمت المدارس العلمية المختلفة بعرض رؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المختلفة للاندماج الإعلامي وتأثيراته على الأداء المهني والمحتوى المقدم، وتصدرت المدرسة العربية بحوث هذا المحور بنسبة ٥٦%، تلتها المدرسة الآسيوية بنسبة ٢٥%، ثم المدرسة الأوروبية بنسبة ١٣%، وأخيراً المدرسة الأسترالية بنسبة ٦%.

وأكدت أدبيات المدرسة العربية أن ازدياد مستخدمي الأخبار عبر المواقع الإلكترونية في مقدمة أسباب استخدام المؤسسات الصحفية للمنصات المتعددة، بالإضافة إلى انخفاض المبيعات وتراجع نسبة جمهور الصحف الورقية، مثل دراسة (محمود عبد اللطيف، ٢٠٢٠).

وتطرفت نتائج بحوث المدرسة العربية إلى إيجابيات الاندماج الإعلامي المتمثل في مواكبة التطورات في صناعة المحتوى بإنتاج مواد صحفية متقاطعة عبر المنصات "Cross-Media" بما يتماشى مع كل منصة من وسائط متعددة، وتطوير مهارات القائم بالاتصال إلى الصحفي الشامل "One man crew" ليجمع بين الإعداد والتصوير والمونتاج والإخراج، مثل دراسة (إنجي لطفي ٢٠٢٠).

وأوضحت أدبيات المدرسة الآسيوية أن اندماج وسائل الإعلام يرتبط بثلاثة مستويات بدايةً بالنظام الإعلامي على المستوى الكلي، وإدارة المؤسسات الإعلامية على المستوى المتوسط، واتجاه الإعلاميين أو القائمين بالاتصال على المستوى الجزئي، مثل دراسة (Yin & Liu, 2014).

وأشارت نتائج بحوث المدرسة الآسيوية إلى أن الافتقار إلى الابتكار من جانب مالكي وسائل الإعلام الذين لا يرون الإمكانية الحقيقية للتقارب أو الاندماج الإعلامي ويصرون على اتخاذ التدابير التي تمنعهم من إعادة الاستثمار في موظفيهم، يشكل تهديداً أكبر من الإعلام الجديد، مثل دراسة (et al, 2021 Ittefaq).

وأكدت أدبيات المدرسة الآسيوية أن تقارب وسائل الإعلام لم يكن أبداً مجرد مسألة تكنولوجية، بل يجب الأخذ في الاعتبار السياق الاجتماعي والنظام الإعلامي والثقافة المهنية وتأثيراتها الكبيرة على اتجاه الإعلاميين نحو التقارب أو الاندماج الإعلامي.

واختلفت نتائج بحوث المدارس العلمية فيما يخص تأثير السياق الثقافي والبيئة السياسية على اندماج وسائل الإعلام، وكان الاختلاف داخل المدرسة الواحدة، فالمدرسة الآسيوية كشفت عن عدم قبول الإعلاميين لهذا الاندماج بسبب هذا التأثير وفقاً لدراستي (Xiong & Zhang, 2018) و(Yin & Liu, 2014) في الصين، بينما لم يشكل ذلك أي عائق أمام الاندماج وفقاً لدراسة (Pak, 2017) في كوريا الجنوبية.

وقدمت الأدبيات العربية والأجنبية توصيات متعددة، حيث أوضحت بحوث المدرسة العربية ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية المطبقة لنموذج الاندماج بتقييمات دورية لمعرفة نقاط القوة والضعف، للتطوير وتحقيق الأهداف المرجوة في إطار المنافسة في العصر الرقمي، مثل دراسة (إنجي لظفي ٢٠٢٠).

وفيما يخص الرؤى المستقبلية للاندماج في المؤسسات الإعلامية، أوصت أدبيات المدرسة العربية بالتوسع في إطلاق المنصات المتخصصة لتلبية احتياجات الجمهور المتنوعة، وتنظيم دورات تدريبية مكثفة لتطوير مهارات الإعلاميين لمواكبة هذا الاندماج.

وكان من بين توصياتها ضرورة تطبيق اندماج كامل بين المنصات المختلفة داخل المؤسسة الإعلامية الواحدة والقضاء على استراتيجية الجزر المنعزلة التي توسع الفجوة المهنية والتحريرية بين تلك المنصات، مثل دراسة (علي خليفة، ٢٠٢٠).

ومن توصيات أدبيات المدرسة الآسيوية فيما يخص مستقبل الاندماج بين وسائل الإعلام، ضرورة التعاون بين الحكومات والمجتمع المدني، ومطوري التكنولوجيا ووضع السياسات الإعلامية لتبادل المعرفة والخبرات والموارد المالية، مثل دراسة (Ittefaq et al, 2021).

المحور الثالث: تأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية:

اهتمت المدارس العلمية المختلفة بالتطرق إلى تأثيرات الاندماج بين وسائل الإعلام على أساليب إدارتها والممارسة الإعلامية في المؤسسات المختلفة، والتحديات التي تواجه تلك المؤسسات لتطبيق هذا الاندماج، وتصدرت المدرسة العربية بحوث هذا المحور بنسبة ٣٦%، تلتها المدرسة الآسيوية بنسبة ٢٨%، ثم المدرسة الأوروبية بنسبة ١٦%، ثم مدرسة أمريكا اللاتينية بنسبة ٨%، وأخيراً كل من المدرسة الأمريكية، والمدرسة الإفريقية، والمدرستين الآسيوية والإفريقية بنسبة ٤% لكل منهما.

وأكدت أدبيات المدارس العلمية المتنوعة على ضرورة تعدد المنصات للمؤسسات الإعلامية لمواكبة الاندماج الإعلامي، مثل دراسات (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٦) و(فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٥) و(فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٤) و(فاضل الدوخي، ٢٠٢١) من المدرسة العربية، ودراسة (Bulatova et al, 2020) من المدرسة الآسيوية، ودراستي (Larrondo et al, 2016) و(Lischka, 2015) من المدرسة

الأوروبية، ودراسة (Martins, 2015) من مدرسة أمريكا اللاتينية، ودراسة (Jamil & Appiah-Adjei, 2019) من المدرستين الآسيوية والإفريقية.

وأوضحت أدبيات المدرسة الآسيوية أنه في السوق الإعلامي المعاصر، فإن المؤسسة التي ترفض تقديم منتجاتها على عدة منصات تخاطر بخسارة المنافسة وخسارة جزء كبير من الجمهور، لذلك فوسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية تحتاج إلى الانتقال إلى مساحات الهاتف المحمول والإنترنت حتى لا تفقد جزءاً من الجمهور السابق وتجذب انتباه جمهور جديد، مثل دراسة (Bulatova et al, 2020).

وتناولت الأدبيات التحديات التي تواجه اندماج وسائل الإعلام في الدول المختلفة، مثل دراسة (بثينة مهيرة وليلى الفيلاي، ٢٠٢١) من المدرسة العربية، ودراسة (Larrondo et al, 2016) من المدرسة الأوروبية، ودراسة (Ufot et al, 2023) من المدرسة الإفريقية، ودراسة (Martins, 2015) من مدرسة أمريكا اللاتينية.

كما اهتمت الأدبيات بتأثير الاندماج الإعلامي على تغيرات الممارسة الإعلامية والهوية المهنية للإعلاميين وضرورة تمتعهم بمهارات متعددة لمواكبة العصر الرقمي ومتطلبات هذا الاندماج من عرض المحتوى على منصات متنوعة، مثل دراسات (هشام شكاردة وعيساوي الطيب، ٢٠٢١) و(بثينة مهيرة وليلى الفيلاي، ٢٠٢١) و(خيرة خديم، ٢٠٢٠) من المدرسة العربية، ودراسة (Ekdale et al, 2015) من المدرسة الأمريكية، ودراسة (Ufot et al, 2023) من المدرسة الإفريقية.

وأشارت أدبيات المدرسة الإفريقية إلى أن التقارب الإعلامي أدى إلى تغييرات بارزة في الوظائف والممارسة الإعلامية ومهنة الإعلام بشكل عام، وعلى الرغم من فوائد هذا التقارب إلى حد كبير للمؤسسات الإعلامية ومستخدميها، إلا أنه يشكل تحدياً للإعلاميين ومهنتهم، مثل دراسة (Ufot et al, 2023).

واختلفت نتائج دراسة (Tameling & Broersma, 2013) في هولندا عن بحوث المدرسة الأوروبية في المقاومة الثقافية للصحفيين لاندماج وسائل الإعلام بعد تجربتهم لغرفة الأخبار المتكاملة.

وأشارت الأدبيات إلى أولوية اهتمام المؤسسات الإعلامية بالجمهور في إطار تنفيذ الاندماج الإعلامي وضرورة تحقيق التفاعلية معه بل وإشراكه في إنتاج المحتوى، مثل دراسة (فاضل الدوخي، ٢٠٢١) من المدرسة العربية، ودراستي (Bulatova et al, 2020) و(David et al, 2019) من المدرسة الآسيوية، ودراسة (Stankiewicz, 2014) من المدرسة الأوروبية، ودراسة (Dodds, 2017) من مدرسة أمريكا اللاتينية.

وأوصت أدبيات المدرسة العربية بضرورة سن قوانين ولوائح جديدة للحفاظ على أخلاقيات المهنة الإعلامية عبر المنصات الجديدة لوسائل الإعلام في ضوء الاندماج بينها، مثل دراسة (هشام شكاردة وعيساوي الطيب، ٢٠٢١).

المحور الرابع: المهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي:

اهتمت المدارس العلمية المختلفة بعرض المهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي في المحطات الإذاعية والقنوات التليفزيونية والصحف والمواقع الإخبارية، وتوظيف الوسائط المتعددة في هذا الاندماج، وتصدرت المدرسة العربية بحوث هذا المحور بنسبة ٥٩%، تلتها المدرسة الأوروبية بنسبة ٢٦%، ثم المدرسة الآسيوية بنسبة ٩%، ثم المدرسة الأمريكية بنسبة ٤%، وأخيراً كل من المدرسة الإفريقية ومدرسة أمريكا اللاتينية بنسبة ١% لكل منهما.

وأوضحت أدبيات المدرسة الآسيوية أنه استجابة للمنافسة من الإعلام الرقمي، تغير الهيكل التقليدي للإذاعة، حيث تضمنت صناعة الراديو عناصر جديدة بما في ذلك الأدوات التفاعلية متمثلة في مواقع المحطات الإذاعية على الإنترنت وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي والبيث المرئي المباشر عبرها، بالإضافة إلى المدونات الصوتية "البودكاست Podcasts" والبرامج حسب الطلب، مثل دراسة (Laor, 2021).

وتطرفت الأدبيات العربية إلى أن الجيل الجديد من الشبكات الاجتماعية والذي يشهد تطورات جديدة في عرض الفيديوهات بتقنية الواقع الافتراضي Virtual Reality سيتيح للمستخدمين تجربة المعيشة وليس فقط المشاهدة، مما سيمكن القنوات التليفزيونية من تسويق برامجها على تلك الشبكات بشكل تفاعلي، مثل دراسة (عماد ربيع، ٢٠٢٢).

وأشارت أدبيات المدرسة الأوروبية إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في العمليات التحريرية لوضع أجندة الأخبار للقنوات التليفزيونية في إطار الاندماج الإعلامي، وذلك من خلال تطوير ممارسات عملية فعالة لتمكين منشئي المحتوى من النشر عبرها وزيادة قدرتهم على تشكيل تلك الأجندة مثل دراسة (Hänska Ahy, 2016)، واتفقت معها أدبيات المدرسة العربية في دورها لتطوير النشرات الإخبارية وزيادة كفاءة الإعلاميين مثل دراسة (سنان الخفاجي، ٢٠٢١)، واختلفت معها أدبيات المدرسة الآسيوية التي كشفت عن تأثيرها المحدود في الممارسة الإخبارية مثل دراسة (Ashuri & Frenkel, 2017).

وأوضحت أدبيات المدرسة الأوروبية أنه على الرغم من أهمية انتشار المهارات المتعددة في غرف الأخبار لتمكين الإعلاميين من العمل عبر المنصات المتعددة، إلا أن انخفاض القوى

العاملة يمكن أن يزيد من الضغوط عليهم ويؤثر على جودة الإنتاج، مثل دراسة (Wallace, 2013).

وأكدت الأدبيات العربية على تطور السرد متعدد الوسائط الذي هيمن على إنتاج المحتوى الإعلامي والإخباري بما يوائم طبيعة المنصات الرقمية ومستخدميها، مثل دراسة (أحمد الزهراني ومروة عطية، ٢٠٢١).

وأوضحت الأدبيات العربية أن توظيف الوسائط المتعددة وتقنيات السرد التفاعلي في المواقع الإخبارية أدى إلى التدفق السلس للمعلومات وزيادة سهولة قراءة المضامين الإخبارية وتعزيز مصداقية المصادر والقدرة على الإقناع، مثل دراسة (شيماء عبد الحميد، ٢٠٢٢).

واتفقت أدبيات المدرستين الأمريكية والأوروبية على أهمية توظيف الوسائط المتعددة في سرد القصص الإخبارية لإشراك الجمهور في معايشة الأحداث وسهولة فهمها، مثل دراسات (Krieken, 2018) و(Kovalenko & Alekseeva, 2019) و(Veglis & Bratsas, 2017) و(De Haan et al, 2017).

وأوصت الأدبيات العربية بضرورة الاستفادة من تطبيقات الإعلام الرقمي في المحتوى المرئي للفضائيات الإخبارية العربية، وتطوير الأشكال المستخدمة والاهتمام بشكل أكبر بالمشاركة التفاعلية لجمهور هذه التطبيقات، مثل دراستي (حاتم علي، ٢٠٢٢) و(وداد سعيد ويحيى عياش، ٢٠٢٠).

وكان من بين توصيات الأدبيات العربية ضرورة التأكد من مصداقية الأخبار والأحداث في مواقع التواصل الاجتماعي قبل عرضها في النشرات أو البرامج الإخبارية بالقنوات التلفزيونية، وتدريب الإعلاميين على كيفية التأكد من صدق المحتوى في تلك المواقع، مثل دراسة (هاشم علي وإسراء إدريس، ٢٠٢١).

كما أوصت الأدبيات العربية بضرورة الاهتمام بتوظيف أحدث أساليب التحرير الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية لما تتمتع به من إثارة وتنوع وجاذبية في تقديم المادة الإخبارية، مثل دراسة (وداد أرباب، ٢٠٢١).

وأوصت الأدبيات العربية بإعطاء المواقع الإلكترونية اهتماماً بدرجة أكبر لتوظيف الانفوجراف التفاعلي لأنه أكثر تأثيراً وتعبيراً عن مضمونه وجذباً للقراء، مثل دراستي (بسام المكاي، ٢٠٢١) و(سعيد الغريب، ٢٠١٧).

المحور الخامس: تأهيل القائم بالاتصال لمواكبة الاندماج الإعلامي:

اهتمت المدارس العلمية المختلفة ببحث التأهيل الأكاديمي لطلاب كليات الإعلام بوصفهم القائمين بالاتصال مستقبلاً ومدى اكتسابهم للمهارات المتعددة لمواكبة الاندماج الإعلامي،

وتصدرت المدرسة العربية بحوث هذا المحور بنسبة ٤٦%، تلتها المدرسة الأمريكية بنسبة ٣١%، ثم المدرسة الآسيوية بنسبة ١٥%، وأخيراً المدرسة الأوروبية بنسبة ٨%.

وأظهرت الأدبيات العربية الأهمية الكبيرة لإتقان التكنولوجيا كأهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر الرقمي وأن المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام تتضمن ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة وفقاً لاندماج الإعلام، مثل دراسة (أريج فخر الدين، ٢٠٢١).

واهتمت أدبيات المدرسة الأمريكية بتأثير التحولات التكنولوجية في صناعة الإعلام وضرورة تطوير أساليب جديدة للمناهج الدراسية لإعداد الطلاب للعمل في مجال الوسائط الرقمية وتزويدهم بالمهارات المهنية اللازمة، مثل دراسة (Bor, 2014).

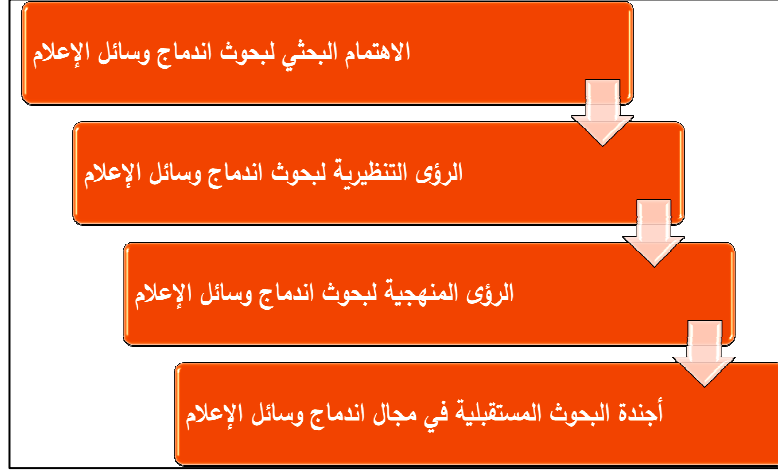
وأبرزت أدبيات المدرسة الأمريكية تجارب تطوير المناهج الدراسية لإنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية عبر المنصات المتعددة وعبر وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيف الأجهزة الحديثة وتطبيقاتها في اكتساب المهارات العملية، مثل دراسات (Auger et al, 2017) و(Kraft & Seely, 2015) و(Bor, 2014).

وأوصت الأدبيات العربية بضرورة الاهتمام بتطوير التأهيل الأكاديمي خاصة في أقسام وكليات الإعلام الحكومية بما يتواءم مع الاحتياجات الحقيقية لسوق العمل، وأوضحت الأهمية المتزايدة لدراسة التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام مما يتطلب إضافة مقررات دراسية جديدة أكثر مواكبة للتطورات التقنية، مثل دراسة (أريج فخر الدين، ٢٠٢١).

وأوصت أدبيات المدرستين الأمريكية والآسيوية بضرورة وجود آليات لدى المؤسسات التعليمية لتطوير المناهج الدراسية التي تتأثر بشدة بالتكنولوجيا المتغيرة، وأن تلعب المؤسسات الإعلامية دوراً أكبر في توفير البرامج التدريبية وورش العمل لأعضاء هيئة التدريس والطلاب من أجل إعداد المزيد من الخريجين المؤهلين لدخول سوق العمل، مثل دراستي (Eschenfelder, 2020) و(Jiang & Rafeeq, 2019).

الرؤية المستقبلية لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

تتضمن الرؤية المستقبلية التي تقدمها الباحثة في مجال اندماج وسائل الإعلام عدة أبعاد تشمل الاهتمام البحثي الذي يجب أن تشملها البحوث الجديدة، والرؤى التنظيرية والمنهجية لتلك البحوث، وأجندة القضايا التي يمكن أن تعالجها البحوث المستقبلية في هذا المجال، كما يوضح الشكل التالي:



شكل رقم (١٢) أبعاد الرؤية المستقبلية لبحوث اندماج وسائل الإعلام

أولاً: الاهتمام البحثي لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

تركز الاهتمام البحثي للأدبيات العربية والأجنبية التي تم تحليلها على استعراض اشكالية مفهوم اندماج وسائل الإعلام والعلاقة المتبادلة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، وعرض رؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المختلفة للاندماج وتأثيراته على الأداء المهني والمحتوى المقدم.

كما تطرق الاهتمام البحثي للأدبيات إلى تأثيرات الاندماج على أساليب إدارة المؤسسات الإعلامية المختلفة والتحديات التي تواجه تلك المؤسسات لتطبيقه.

وأولت الأدبيات اهتماماً كبيراً بعرض المهارات والتقنيات المستخدمة في الاندماج الإعلامي في المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية والصحف والمواقع الإخبارية، وتوظيف الوسائط المتعددة في هذا الاندماج، بالإضافة إلى بحث التأهيل الأكاديمي لطلاب كليات الإعلام بوصفهم القائمين بالاتصال مستقبلاً ومدى اكتسابهم للمهارات المتعددة لمواكبة الاندماج الإعلامي.

وكان اهتمام الأدبيات العربية والأجنبية محدوداً فيما يخص بحث القيم الأخلاقية عبر المنصات الجديدة لوسائل الإعلام في ضوء الاندماج والتي تأثرت بزيادة حصة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون في تلك الوسائل ونشر المضامين الجاذبة لتفضيلات الجمهور.

لذلك على البحوث المستقبلية الاهتمام ببحث الضوابط المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل تعدد المنصات، والتفرقة بين الهوية المهنية للإعلامي المحترف والمواطن الصحفي وتقديم رؤية حول ميثاق الشرف الإعلامي في ظل اندماج الوسائل الإعلامية.

كما يجب زيادة الاهتمام ببحث تغيرات الممارسة الإعلامية والهوية المهنية للإعلاميين وضرورة تمتعهم بمهارات متعددة لمواكبة متطلبات الاندماج من تعدد المنصات للمؤسسة الإعلامية الواحدة وتأثيراتها على جودة الإنتاج والرضا الوظيفي.

ويجب على البحوث المستقبلية التركيز على تأثيرات السياق الاجتماعي والنظام الإعلامي والثقافة المهنية على اندماج وسائل الإعلام، ودراسة هذا الاندماج عبر ثلاثة مستويات تتمثل في النظام الإعلامي للدولة، والمؤسسات الإعلامية، والإعلاميين أو القائمين بالاتصال.

كما يفضل أن تقوم البحوث المستقبلية ببحث مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بالجمهور وتحقيقتها التفاعلية معه في إطار تنفيذ الاندماج الإعلامي.

وقد غفلت معظم الأدبيات عن دراسة آراء واتجاهات الجمهور المستخدم حول اندماج وسائل الإعلام رغم كونه العنصر الجوهري في استخدام تلك الوسائل في البيئة الإعلامية الجديدة التي سمحت بتشاركه في إنتاج المحتوى، لذلك يجب على البحوث المستقبلية إجراء دراسات تستهدف الجمهور.

كما غابت البحوث الجماعية وطغت البحوث الفردية في المدرسة العربية مما يتطلب من البحوث العربية مستقبلاً الاهتمام بإجراء بحوث جماعية مشتركة بين الباحثين في الدول العربية المختلفة حول اندماج وسائل الإعلام عبر دراسات مقارنة بينها لتأثيرات السياق الثقافي والاجتماعي والنظام الإعلامي مما يثري المكتبة الإعلامية العربية.

ثانياً: الرؤى النظرية لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

أوضح التحليل النقدي للأدبيات العربية والأجنبية اعتماد أغلبها على المداخل الفكرية والأطر المعرفية لتأصيل ظاهرة الاندماج الإعلامي، والتنوع في توظيف الأطر النظرية والنماذج العلمية خاصة المتعلقة بتأثير التكنولوجيا على الصناعة الإعلامية، وعدم استعانة البحوث العربية والأجنبية بنماذج نظرية قام بوضعها الباحث.

لذلك يجب على البحوث المستقبلية محاولة استحداث نماذج نظرية تتوافق مع تغيرات البيئة الإعلامية الرقمية المتلاحقة والمنصات المتعددة للمؤسسات الإعلامية التي أفرزها الاندماج الإعلامي مع مراعاة السياقات الثقافية والاجتماعية للدول.

كما يمكن تطوير نماذج ومداخل نظرية لتفسير الممارسات الإعلامية الجديدة الناتجة عن الاندماج بين وسائل الإعلام عبر إجراء بحوث بينية مشتركة مع التخصصات الأخرى مثل تكنولوجيا المعلومات والإدارة.

ويجب على البحوث العربية القيام بالتوظيف الأمثل للنماذج والأطر النظرية وعدم الاكتفاء بتأصيلها معرفياً، بل يجب الاستفادة منها وتطبيقها في صياغة تساؤلاتها واختبار فروضها ومناقشة وتفسير نتائجها.

ثالثاً: الرؤى المنهجية لبحوث اندماج وسائل الإعلام:

كشف التحليل النقدي للأدبيات من المدارس العلمية المختلفة أن البحوث الوصفية كانت السائدة، مما يتطلب من البحوث المستقبلية إجراء دراسات تجريبية خاصة على الجمهور للتعرف على استراتيجيات المشاهدة متعددة المنصات وبحث توظيف الواقع الافتراضي في المنصات الإعلامية التفاعلية.

كما يفضل القيام ببحوث استشرافية حول الرؤية المستقبلية لميثاق الشرف الإعلامي في ظل اندماج الوسائل الإعلامية في العصر الرقمي، والمعايير والضوابط المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل المنصات المتعددة.

ويجب على البحوث المستقبلية الاهتمام بإجراء دراسات طويلة ممتدة عبر السنوات على المؤسسات الإعلامية المطبقة لنموذج الاندماج من صحف وإذاعات وقنوات تليفزيونية لمعرفة تأثيراته الإيجابية والسلبية.

كما تصدر منهج المسح بشقه التحليلي المناهج البحثية المستخدمة في الأدبيات، لذلك يجب التنوع في استخدام المناهج في البحوث المستقبلية.

ويجب زيادة الاهتمام بتوظيف المناهج المعاصرة كالمناهج الاثنوجرافي الذي يسمح للباحثين باستخدام الملاحظة بالمشاركة داخل بيئة العمل في المؤسسات الإعلامية المختلفة لقياس تأثيرات الاندماج على الممارسة الإعلامية.

كما يفضل استخدام المنهج المقارن لبحث تأثير الاندماج داخل مؤسسات إعلامية مختلفة والمقارنة بين تطبيقه في الدول المختلفة، بالإضافة إلى توظيفه في إطار التكامل المنهجي مع منهج المسح بشقه التحليلي لدراسة ومقارنة الأنماط الجديدة من المحتوى الإعلامي عبر المنصات المتعددة.

وبالنسبة للعينات التي تم التطبيق عليها، ركزت البحوث التي تم تحليلها على القائمين بالاتصال لأنهم الأكثر تأثراً من اندماج وسائل الإعلام على ممارستهم المهنية وإنتاج المحتوى، إلا أنه يجب توجيه الاهتمام البحثي للجمهور المستخدم.

رابعاً: أجندة البحوث المستقبلية في مجال اندماج وسائل الإعلام:

بعد العرض النقدي للقضايا البحثية التي تناولتها أدبيات المدارس العلمية المختلفة عن اندماج وسائل الإعلام، يمكن اقتراح الأجندة التالية للقضايا والموضوعات البحثية التي يمكن معالجتها في البحوث المستقبلية في هذا المجال:

أولاً: البحوث المقترحة على مستوى المؤسسات الإعلامية والممارسة الإعلامية:

- ١- تأثير التحولات التكنولوجية والتحديات المعاصرة على صناعة الإعلام في العصر الرقمي – رؤية مستقبلية.
- ٢- تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة الإعلامية بوسائل الإعلام التقليدية - دراسة تحليلية مقارنة.
- ٣- استخدام وسائل الإعلام التقليدية لتطبيقات الإعلام الرقمي في زيادة جماهيرها.
- ٤- تأثير البيئة الإعلامية الجديدة في ضوء اندماج وسائل الإعلام على الهياكل التنظيمية للمؤسسات الإعلامية.
- ٥- التحديات الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية في ضوء ظاهرة الاندماج الإعلامي.
- ٦- العوامل المؤثرة على اندماج وسائل الإعلام – دراسة مقارنة بين الدول العربية.
- ٧- تأثير الاندماج الإعلامي داخل المؤسسات (صحف – إذاعات – قنوات تلفزيونية) على الممارسة الإعلامية.
- ٨- الأشكال الجديدة للأداء الإعلامي من خلال المنصات المتعددة وفقاً لمفهوم اندماج وسائل الإعلام – رؤية مستقبلية.

ثانياً: البحوث المقترحة على مستوى القائم بالاتصال:

- ١- المهارات المتعددة للقائم بالاتصال في ضوء اندماج وسائل الإعلام في العصر الرقمي.
- ٢- تأثيرات تقارب وسائل الإعلام – دراسة مقارنة للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية.
- ٣- الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المؤسسات المطبقة للاندماج الإعلامي.
- ٤- العوامل المؤثرة على الهوية المهنية الجديدة للإعلاميين في إطار الاندماج بين وسائل الإعلام.
- ٥- العلاقة بين الصحفي المهني والمواطن الصحفي في عصر اندماج وسائل الإعلام.
- ٦- الهوية المهنية للإعلامي المحترف والمواطن الصحفي في ضوء التقارب بين وسائل الإعلام – دراسة مقارنة.
- ٧- المعايير والضوابط المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل المنصات المتعددة.
- ٨- ميثاق الشرف الإعلامي في ظل اندماج الوسائل الإعلامية في العصر الرقمي – رؤية مستقبلية.
- ٩- تأثير استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها في اكتساب طلاب الإعلام لمهارات الإنتاج للمنصات المتعددة.

ثالثاً: البحوث المقترحة على مستوى تحليل المحتوى الإعلامي:

- ١- تحليل الأنماط الجديدة من المحتوى الإعلامي – دراسة مقارنة للمنصات المتعددة.
- ٢- توظيف الواقع الافتراضي في المنصات الإعلامية التفاعلية – دراسة تجريبية.
- ٣- العوامل المؤثرة على إدراك محتوى برامج الراديو المرئي – دراسة تحليلية.
- ٤- توظيف التقنيات الرقمية في الترويج للمحتوى الإعلامي التلفزيوني عبر المنصات المتعددة.
- ٥- إنتاج الأخبار عبر المنصات المتعددة في ضوء تقارب وسائل الإعلام – دراسة تحليلية.
- ٦- تطور أساليب توظيف تقنيات الوسائط المتعددة في سرد المضامين الإخبارية على المنصات المختلفة.
- ٧- تأثير أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في سرد القصص الإخبارية على سهولة إدراكها – دراسة تجريبية.

رابعاً: البحوث المقترحة على مستوى الجمهور:

- ١- العلاقة بين توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية وتذكر الجمهور لمعلومات مضامينها – دراسة تجريبية.
- ٢- تقييم الجمهور للمحتوى الإعلامي المقدم عبر المنصات المتعددة وفقاً لمفهوم الاندماج الإعلامي.
- ٣- اتجاهات الجمهور نحو المنصات المتعددة للمؤسسة الإعلامية – دراسة حالة.
- ٤- استراتيجيات المشاهدة متعددة المنصات – دراسة تجريبية على الجمهور.
- ٥- دوافع مشاهدة الجمهور للقنوات التلفزيونية عبر منصات الرقمية في إطار الاندماج الإعلامي.
- ٦- تأثير البث الإذاعي المرئي لبرامج الراديو على مواقع التواصل الاجتماعي على مميزاته التقليدية المنفردة – دراسة على الجمهور.

- 1 Ufot, J., et al. (2023). Media Convergence and Journalism Practice in Nigeria: Issues and Challenges. *AKSU Journal of Administration and Corporate Governance*, 3(2), 91,95. <https://doi.org/10.61090/aksujacog.2023.008>
- ٢ محمود عبد اللطيف. (٢٠٢٠). تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، ٥٥(١)، ١٠٤.
- <https://search.mandumah.com/Record/1092350>
- ٣ عابض الحربي. (٢٠٢٣). أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على صناعة المحتوى المرئي في الصحف السعودية: دراسة على القائم بالاتصال. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ٣٣، ٢٨٧.
- <https://search.mandumah.com/Record/1378638>
- ٤ فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (٢٠١٥). نماذج إدارة غرف الأخبار متعددة المنصات. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢، ٣٤٢.
- <https://search.mandumah.com/Record/889839>
- 5 Pak, H. (2017). Perceptions and Influence of Newspaper-Led Convergence with Broadcast Stations: The Cases of Three South Korean Multimedia Groups. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(5), 479. <https://doi.org/10.1177/1354856515619246>
- ٦ هالة دغمان ونورة خيرى. (٢٠٢١). الوسائط الاتصالية الجديدة وتداعياتها على وسائل الإعلام القديمة: بين التكامل والتنافس. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، ٤(٢)، ٢٠٦-٢١٥.
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/172582>
- ٧ لامية طالة. (٢٠١٩). نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية. *دراسات إنسانية واجتماعية*، ٨(٢)، ١٧٣-١٩٦.
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/97287>
- ٨ أحمد شريف بسام وحمدى وردة. (٢٠١٩). سلطة وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية. *مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية*، ٢١، ٤١-٤٦.
- <https://search.mandumah.com/Record/959453>
- 9 Mpfu, P. (2022). Indigenous Media and Social Media Convergence: Adaptation of Storytelling on Twitter, SoundCloud and YouTube in Zimbabwe. *Journal of Asian and African Studies*, 57(6), 1199-1213. <https://08113mar2-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/00219096211049176>

- ١٠ الصادق رابح. (٢٠١٥). السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي وأثرهما على الممارسة الإعلامية المعاصرة. *مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية*، ٣٤، ١٩٧-٢٢٩.
<https://search.mandumah.com/Record/690541>
- ١١ حفيفة بوزيدي. (٢٠٢٢). تطور نماذج الاتصال: من النموذج الخطي إلى نموذج الاندماج الاتصالي. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، ٩(١)، ٣٠٦-٣٢٦.
<https://search.mandumah.com/Record/1232688>
- ١٢ أسامة الكيلاني وأحمد حمودة. (٢٠٢٣). سياقات التحول والاندماج بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية في الزمن الرقمي. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث - العلوم الإنسانية*، ٣٧(٧)، ١٢٣١-١٢٤٨.
<https://search.mandumah.com/Record/1395087>
- ١٣ إنجي لطفي. (٢٠٢٠). رؤية القائمين بالاتصال تجاه مشروع الاندماج في المؤسسات الصحفية. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام - جامعة الأزهر، ٥٣(١)، ٣١٩-٣٥٤.
<https://search.mandumah.com/Record/1092369>
- ١٤ محمود عبد اللطيف. مرجع سابق، ١٠١-١٨٠.
- 15 Mishra, S. (2016). Media convergence: Indian journalists' perceptions of its challenges and implications. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(1), 102-112.
<https://doi.org/10.1177/1354856514531528>
- 16 Meese, J., & Hurcombe, E. (2021). Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms. *New Media & Society*, 23(8), 2367-2384. <https://08113fz06-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1461444820926472>
- ١٧ عايض الحربي. مرجع سابق، ٢٨٥-٣٢٣.
- ١٨ علي خليفة. (٢٠٢٠). السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٩، ٤٨٩-٥٠٧.
<https://search.mandumah.com/Record/1137700>
- 19 Ittefaq, M., et al. (2021). Converged journalism: practices and influences in Pakistan. *Media International Australia*, 181(1), 167-182. <https://08113mar2-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1329878X211017329>
- 20 Xiong, H., & Zhang, J. (2018). How local journalists interpret and evaluate media convergence: An empirical study of journalists from four press groups in Fujian. *International Communication Gazette*, 80(1), 87-115.
<https://08113mar2-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1748048517742787>

- 21 Yin, L., & Liu, X. (2014). A gesture of compliance: media convergence in China. *Media, Culture & Society*, 36(5), 561-577. <https://08113mder-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0163443714532975>
- ٢٢ رحاب محمد. (٢٠٢٣). واقع القنوات التلفزيونية المصرية الخاصة من وجهة نظر القائمين بالاتصال والخبراء الأكاديميين. *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام – جامعة الأزهر،* ٦٤(١)، ٥١٤-٥١٤. <https://search.mandumah.com/Record/1343972>
- 23 Ihlebæk, K., et al. (2014). Keeping Them and Moving Them: TV Scheduling in the Phase of Channel and Platform Proliferation. *Television & New Media*, 15(5), 470-486. <https://doi.org/10.1177/1527476413479676>
- 24 Sørensen, I. (2018). Content in context: The impact of mobile media on the British TV industry. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(6), 507-522. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1354856516681703>
- ٢٥ صفاء محمد خليل. (٢٠١٦). الممارسة الصحفية في ظل الاندماج الإعلامي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية. *مجلة كلية الدعوة والإعلام، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية،* ٣، ١-٣٥. <https://search.mandumah.com/Record/951723>
- ٢٦ أحمد إدريس والسر سعد. (٢٠١٨). توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني: دراسة وصفية تطبيقية على تليفزيون السودان في الفترة من ٢٠١٦-٢٠١٨. *مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا،* ١٩(٤)، ٨٥-١٠٦. <https://search.mandumah.com/Record/1019592>
- ٢٧ رانية الخير وغادة عثمان. (٢٠٢٣). اتجاهات النخب الإعلامية الأكاديمية نحو توظيف "الانفوجرافيك" في المضامين الإعلامية: دراسة ميدانية وصفية على عينة من النخب الأكاديمية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال،* ٣٤، ١٣٣-١٨٦. <https://search.mandumah.com/Record/1401229>
- 28 Zhonghua, Y., & Ali, M. (2021). Disruptive innovation: Beyond media convergence in content production. *Higher Education and Oriental Studies*, 1(4), 45-56. <https://doi.org/10.54435/heos.v1i4.32>
- 29 Bulatova, M., et al. (2020). Convergence as a Factor in the Formation of Innovative Journalism in Kazakhstan. *Media Watch*, 11(3), 525-536. <https://doi.org/10.15655/mw/2020/27072020>
- ٣٠ فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (٢٠١٦). أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية: دراسة لاتجاهات التطوير واشكاليات التحول. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة،* ٥، ٤٢١-٤٢٧. <https://search.mandumah.com/Record/890269>

- ٣١ فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (٢٠١٤). غرف الأخبار المدمجة: نماذج من دول الانتقال الديمقراطي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، ٥، ١٦٨-١٨٣. <https://search.mandumah.com/Record/899836>
- 32 Ekdale, B., et al. (2015). Making Change: Diffusion of Technological, Relational, and Cultural Innovation in the Newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 938-958. <https://08113evwi-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1077699015596337>
- ٣٣ بثينة مهيبة وليلى الفيلاي. (٢٠٢١). تأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية بالجزائر في ظل البيئة الإلكترونية. *مجلة المعيار*، ٢٥(٥٣)، ٦٤٤-٦٥٩. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/143816>
- 34 Ufot, J., et al. *Op. Cit.*, 91-100.
- ٣٥ خيرة خديم. (٢٠٢٠). انعكاسات الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفي. *مجلة المعيار*، ٢٤(٤٩)، ٤٩٣-٥٠٥. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/108013>
- ٣٦ هشام شكاردة وعيساوي الطيب. (٢٠٢١). الهوية المهنية للصحفي في ظل تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة: مظاهر التكامل ومخاطر الاندثار. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، ٩(١)، ٩٠-١١٠. <https://search.mandumah.com/Record/1190281>
- 37 Lischka, J. (2015). How structural multi-platform newsroom features and innovative values alter journalistic cross-channel and cross-sectional working procedures. *Journal of Media Business Studies*, 12(1), 7-28. <https://doi.org/10.1080/16522354.2015.1027114>
- ٣٨ فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (٢٠١٥). مرجع سابق، ٣٤١-٣٦٠.
- ٣٩ فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (٢٠٢٢). اتنوغرافيا التحول الرقمي في غرف الأخبار بمؤسسات الموروث الصحفي: دراسة تطبيقية على الغرفة المطورة لإصدار "الأخبار" اليومي. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة*، ٢١(١)، ١٣١-١٨٠. <https://search.mandumah.com/Record/1275920>
- 40 Baranova, E., et al. (2020). New Media Business Philosophy in Conditions of Mass Media Convergence. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(4), 1-9. <https://doi.org/10.30935/ojcm/8387>
- 41 Dodds, T. (2017). Emergence of rebellious digital press in Chile: Divergence, engagement and impact. *Media Watch*, 8(2), 143-156. <http://doi.org/10.15655/mw/2017/v8i2/49016>
- 42 David, C., et al. (2019). Organizational adaptations to social media: How social media news workers in the Philippines are embedded in newsrooms and

- influences on editorial practices. *Newspaper Research Journal*, 40(3), 329-345. <https://08113goas-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0739532919835611>
- ٤٣ فاضل الدوخي. (٢٠٢١). الاندماج الإعلامي وانعكاسه على إنتاج واستهلاك الأخبار. *مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية*، ٣٢ (٣٢)، ٨٦١-٨٨٢. <https://search.mandumah.com/Record/1216418>
- 44 Pak, H. *Op. Cit.*, 477-496.
- 45 Larrondo, A., et al. (2016). Opportunities and limitations of newsroom convergence: A comparative study on European public service broadcasting organizations. *Journalism Studies*, 17(3), 277-300. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.977611>
- 46 Martins, E. (2015). Convergence And Transmedia Storytelling in Journalism: Transformations in Professional Practices and Profiles. *Brazilian Journalism Research*, 11(2), 168-187. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n2.2015.851>
- 47 Stankiewicz, D. (2014). Regathering the Imagined Audience: Shifting Strategies at a Trans-European Public Television Channel. *Television & New Media*, 15(5), 487-503. <https://doi.org/10.1177/1527476412461056>
- 48 Pradsmadji, S., & Irwansyah, I. (2020). Media Convergence in the Platform of Video-on-Demand: Opportunities, Challenges, and Audience Behaviour. *Jurnal SPIKOM*, 5(1), 115-128. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.491>
- ٤٩ أماني رضا. (٢٠٢٢). تأثير خدمات المشاهدة حسب الطلب على صناعة الدراما التلفزيونية في إطار مفهوم الاندماج الإعلامي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، ٣٨، ٥٨-١٠٦. <https://search.mandumah.com/Record/1335762>
- 50 Tameling, K., & Broersma, M. (2013). De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*, 75(1), 19-34. <https://08113mder-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1748048512461760>
- 51 Baranova, E., et al. (2022). Ethical Principles of Journalism Communication: Media Convergence as a Transforming Factor. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(4), 1-10. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12746>
- 52 Jamil, S., & Appiah-Adjei, G. (2019). Journalism in the era of mobile technology: The changing pattern of news production and the thriving culture

- of fake news in Pakistan and Ghana. *World of Media*, 1(3), 42-64. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2019.2>
- 53 Ajetunmobi, U., & Lasisi, M. (2022). Sustainability of Facebook-radio convergence for content distribution in Nigeria: Computational content and stakeholders' perspectives analyses. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(5), 1340-1357. <https://08113mder-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/13548565221105192>
- 54 Laor, T. (2021). How does it 'sound'? Audiences, broadcasters, and managers on visual radio in Israel. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(4), 1038-1054. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1354856520942404>
- ٥٥ عماد ربيع. (٢٠٢٢). البيئة الرقمية الحديثة وتأثيراتها على تسويق المؤسسات الإعلامية التلفزيونية المصرية لمنتجاتها الإعلامية: بالتطبيق على القنوات التلفزيونية الخاصة. *المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي*، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، ٢، ٢٠٣-٢٣٢. https://ajscd.journals.ekb.eg/article_294675_e9b68bd6213b2489e35973f02bd7e91a.pdf
- ٥٦ عماد ربيع. (٢٠٢٢). توظيف صفحات المؤسسات التلفزيونية المصرية الخاصة والحكومية للتقنيات الرقمية في تطوير شكل ومحتوى الرسالة الإعلامية التلفزيونية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٨٠، ٢٠٠٣-٢٠٢٧. <https://search.mandumah.com/Record/1347616>
- ٥٧ بريك الزهرة. (٢٠٢٣). الميديا الجديدة وأثرها على صناعة المحتوى الاعلامي دراسة وصفية تحليلية: قسم الملتيميديا بالتلفزيون العمومي الجزائري أنموذجاً. *مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، ٩(١)، ٦٤٨-٦٦١. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/226841>
- 58 Sørensen, I. (2016). The revival of live TV: liveness in a multiplatform context. *Media, Culture & Society*, 38(3), 381-399. <https://08113fz06-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0163443715608260>
- 59 González-Neira, A., et al. (2022). Convergence of linear television and digital platforms: An analysis of YouTube offer and consumption. *European Journal of Communication*, 37(4), 426-442. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/02673231211054720>
- 60 Henderson, K. (2022). Marketing the construction of reality: Multiplatform production routines and the renegotiation of journalistic role identities in a legacy local television newsroom. *Journalism*, 23(4), 929-945.

<https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884920940940>

- 61 Wallace, S. (2013). The complexities of convergence: Multiskilled journalists working in BBC regional multimedia newsrooms. *International Communication Gazette*, 75(1), 99-117. <https://08113mder-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1748048512461764>
- 62 Sofiane, M. (2022). Newsroom and Information and Communication Sciences Technology, descriptive study. *مجلة آفاق علمية*، ٤١ (٢)، 20-40. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/185855>
- 63 Hänska Ahy, M. (2016). Networked communication and the Arab Spring: Linking broadcast and social media. *New Media & Society*, 18(1), 99-116. <https://08113fz06-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1461444814538634>
- ٦٤ سنان الخفاجي. (٢٠٢١). الاندماج الإعلامي وأثره على التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٢، ٥٥٧-٥٧٥. <https://search.mandumah.com/Record/1291299>
- ٦٥ وداد سعيد ويحيى عياش. (٢٠٢٠). مظاهر الاستخدام لأدوات الإعلام الرقمي في الفضائيات العربية الإخبارية. *مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٦١، ٨٩-١٠٠. <https://search.mandumah.com/Record/1045480>
- ٦٦ حاتم علي. (٢٠٢٢). توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج الأخبار التلفزيونية: دراسة من وجهة نظر الخبراء والمتخصصين في الإعلام. *مجلة علوم الاتصال*، كلية الإعلام - جامعة أم درمان، ٧ (٢)، ٥٠ - ٨٥. <https://search.mandumah.com/Record/1298968>
- ٦٧ سمراء بربيع ونوال فراحتية. (٢٠٢٣). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في إعداد النشرات الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من نشرات قناة الشروق نيوز الجزائرية. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، ١٠ (١)، ٢١٣-٢٢٦. <https://search.mandumah.com/Record/1371661>
- ٦٨ نوال بومشقة. (٢٠٢١). توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية: دراسة تحليلية لبرنامج "نشرتك". *مجلة دراسات*، ١٠ (٢)، ١١٠-١٢٧. <https://search.mandumah.com/Record/1218839>
- ٦٩ هاشم علي وإسراء إدريس. (٢٠٢١). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في إنتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية بالتطبيق على برنامج نشرتك بقناة الجزيرة في الفترة من ٢٠٢٠-٢٠٢١. *مجلة علوم الاتصال*، كلية الإعلام - جامعة أم درمان، ٢ (٧)، ٢٤٣-٢٧٦. <https://search.mandumah.com/Record/1265368>

٧٠ بلال جعفر ومحمد الراجي. (٢٠٢٣). تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، ١٠(٢)، ٦٥-٨٨.
<https://search.mandumah.com/Record/1389711>

٧١ علي فاخر. (٢٠٢٢). توظيف منصات التواصل الاجتماعي في برامج القنوات التلفزيونية: دراسة تحليلية لبرنامجي نشرتكم من قناة الجزيرة وبرنامج تربندنج من قناة بي بي سي عربي أنموذجاً. *مجلة آداب القرطبي*، ١٤(٤٨)، ٢٦٧-٢٨٦.
<https://search.mandumah.com/Record/1198366>

٧٢ وداد سعيد ويحيى عياش. (٢٠٢٠). توظيف القنوات العربية لأدوات الإعلام الرقمي في خدمة الرسالة الإخبارية: دراسة وصفية بالتطبيق على عينة من جمهور قناتي الجزيرة والعربية. *مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٣(٣)، ٨٢٩-٨٤٧.
<https://search.mandumah.com/Record/1064896>

73 Vázquez-Herrero, J., et al. (2022). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 23(8), 1717-1735.
<https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884920969092>

74 Ashuri, T., & Frenkel, A. (2017). Online/offscreen: On changing technology and practices in television journalism. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(2), 148-165. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1354856515577776>

75 Hadland, A., et al. (2019). Mobile phones and the news: How UK mainstream news broadcasting is stalling the video revolution. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(3), 428-448. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1354856517703964>

76 Sørensen, I. (2014). Channels as content curators: Multiplatform strategies for documentary film and factual content in British public service broadcasting. *European Journal of Communication*, 29(1), 34-49. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0267323113504856>

77 Belaid, N. (2018). The Dissemination of Tunisian TV Series Via Internet and Social Media During Ramadan. ٢(٥)، 9-24. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*.
<https://search.mandumah.com/Record/1044586>

78 Renault, D. (2013). Technological convergence and the new journalist. *Brazilian Journalism Research*, 9(2), 30-49.
<https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.603>

- 79 García-Avilés, J., et al. (2014). Media Convergence Revisited: Lessons learned on newsroom integration in Austria, Germany and Spain. *Journalism Practice*, 8(5), 573-584. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.885678>
- 80 Costa-Sánchez, C., et al. (2020). Transmedia or repurposing journalism? News brands in the era of convergence. Compared study of Greek elections coverage by El País (ES), The Guardian (UK), La Repubblica (IT), and Público (PT). *Journalism*, 21(9), 1300-1319. <https://08113fz06-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884917734053>
- 81 Cantarero, T., et al. (2020). Newspaper apps for tablets and smartphones in different media systems: A comparative analysis. *Journalism*, 21(9), 1264-1282. <https://08113ftoj-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884917733589>
- 82 Ferrucci, P. (2018). Networked: Social media's impact on news production in digital newsrooms. *Newspaper Research Journal*, 39(1), 6-17. <https://08113goas-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0739532918761069>
- 83 Doudaki, V., & Spyridou, L. (2015). News content online: Patterns and norms under convergence dynamics. *Journalism*, 16(2), 257-277. <https://08113fz06-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884913517657>
- 84 Li, K. (2018). Convergence and de-convergence of Chinese journalistic practice in the digital age. *Journalism*, 19(9-10), 1380-1396. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884918769463>
- ٨٥ أحمد عطية. (٢٠٢٣). توظيف مواقع الصحف المصرية للمستحدثات التكنولوجية في تقديم محتواها الصحفي: دراسة حالة على استخدام مواقع الصحف المصرية لقنوات واتساب. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، ٦٧(٢)، ٧٥٩-٨٣٦. <https://search.mandumah.com/Record/1417573>
- ٨٦ أحمد علوي. (٢٠٢٠). توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام – جامعة بني سويف، ١(١)، ١٥٩-١٧٨. <https://search.mandumah.com/Record/1208255>
- ٨٧ مصباح صوفيان. (٢٠٢١). تطور العمل الإعلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية الجزائرية. *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، ٩(١)، ٥٨٩-٦١٣. <https://search.mandumah.com/Record/1255428>

- ٨٨ إسلام مطاوع. (٢٠٢٠). التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية. *مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج*، ٥٦(٢)، ٢٩١-٣١٦.
<https://search.mandumah.com/Record/1100547>
- ٨٩ مصباح صوفيان. (٢٠٢١). معايير جودة المواقع الإلكترونية الإخبارية. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، ٨(٤)، ١٠-٢٥.
<https://search.mandumah.com/Record/1201023>
- ٩٠ أحمد شحاتة. (٢٠٢٣). انعكاسات التطور التكنولوجي على محتوى المنصات الإقليمية الرقمية دراسة في المضمون والجمهور والقائم بالاتصال. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام - جامعة بني سويف، ٥(١)، ١-١١١.
https://journals.ekb.eg/article_279048.html
- ٩١ أحمد الزهراني ومروة عطية. (٢٠٢١). الرد الإخباري المتعدد الوسائط في الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لخصائص ومواصفات توظيف الإنتاج الإخباري المتعدد الوسائط. *مجلة العلوم الاجتماعية*، جامعة الكويت، ٤٩(٤)، ١٧١-١٩٩.
<https://search.mandumah.com/Record/1268242>
- ٩٢ شيماء عبد الحميد. (٢٠٢٢). الأشكال المستحدثة في عرض المضامين الإخبارية واستخدام تقنيات السرد التفاعلي في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، ٨(٣)، ١٧٩-٢٠٤.
<https://search.mandumah.com/Record/1326801>
- ٩٣ راضي محمد. (٢٠٢٠). استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للصحف. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، ٢٨، ٦١٤-٦٣٧.
<https://search.mandumah.com/Record/1060244>
- ٩٤ وداد أرباب. (٢٠٢١). أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في أشكال ومضامين المادة الإخبارية: دراسة تحليلية على المواقع الإخبارية الإماراتية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٢، ٢٠١-٢٧٣.
<https://search.mandumah.com/Record/1218381>
- 95 Sjaftie, S., et al. (2018). Graphic Visualization in Printed Media: How Does the Use of Technology Influence Journalism Culture. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 373-385.
<https://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/30091>
- 96 Krieken, K. (2018). Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. *Information*, 9(5), 123.
<https://doi.org/10.3390/info9050123>
- 97 Kovalenko, A., & Alekseeva, N. (2019). Visual Journalism and its Genres in the British Press Coverage of the "Refugee Crisis" (on Materials of the Guardian). *Dialog: Media Studies (Диалог: Медиакультура)*, 25, 42-77.
<https://doi.org/10.18524/2308-3255.2019.25.195589>

- 98 Veglis, A., & Bratsas, C. (2017). Towards A Taxonomy of Data Journalism. *Journal of Media Critiques*, 3(11), 109-121. <https://www.researchgate.net/publication/319707976>
- 99 De Haan, Y., et al. (2017). When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?. *Journalism Studies*, 19(9), 1293-1312. <https://www.academia.edu/85518677>
- ١٠٠ سالي أسامة. (٢٠٢٢). توظيف الوسائط المتعددة في تصميم المواقع الإخبارية الاستقصائية: موقع شبكة أريج نموذجاً. *مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث*، ٨(٢)، ٤٢-١. <https://search.mandumah.com/Record/1345226>
- ١٠١ حلمي محاسب. (٢٠١٦). بنية السرد في المواقع الإخبارية التلفزيونية وانعكاسها على العلاقة بين القارئ والكاتب: دراسة تحليلية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٥٧، ٣٠-١. <https://search.mandumah.com/Record/888157>
- ١٠٢ هديل عبد الله. (٢٠١٩). توظيف الوسائط المتعددة في الإعلان التلفزيوني. *مجلة العلوم الإسلامية واللغة العربية*، ٣، ٣٢١-٣٤٨. <https://search.mandumah.com/Record/1011608>
- 103 Pinto, J. (2017). The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers. *European Scientific Journal*, 13(10), 428-434. <https://core.ac.uk/reader/328026000>
- 104 Hang, L., & Son, N. (2022). Methods Applying Infographics in Online Newspapers. *TẠP CHÍ KHOA HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG*, 1&2, 79-89. <https://tailieu.vn/doc/methods-applying-infographics-in-online-newspapers-2680763.html>
- 105 Daher, M. (2020). The Use of Infographics in Online Newspapers. *Journal of Humanities and Social Sciences*, University of Sharjah, 17(1), 29-51. <https://www.researchgate.net/publication/342564559>
- ١٠٦ محسن كشكول وسماح عبد الرحمن. (٢٠١٩). وظيفة الانفوجراف الاتصالية في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية في موقع روسيا اليوم (Russia Today) للمدة من ١ - ٥ إلى ٣١ / ٧ / ٢٠١٧. *مجلة أكاديمية شمال أوروبا المحكمة للدراسات والبحوث*، ٢(٥)، ١٢١-١٦٢. <https://search.mandumah.com/Record/992737>
- ١٠٧ الجين باقاسي. (٢٠١٨). الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات الانفوجرافيك في الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفة مكة - عكاظ. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ٢٠، ٤٥٧-٥٠٦. <https://search.mandumah.com/Record/937594>
- ١٠٨ عفيفة حمزة وفتيحة لمام. (٢٠٢٣). توظيف الانفوجرافيك في وسائل الإعلام الجزائرية: موقع وكالة الأنباء الجزائرية. *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، ١١(١)، ٣٣٥-٣٥٤. <https://search.mandumah.com/Record/1394125>

- ١٠٩ أسعيد الغريب. (٢٠١٧). استخدام فن الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ١٦(٢)، ٥٠-١. <https://search.mandumah.com/Record/958528>
- ١١٠ أنعمة مبارك (٢٠١٨). أساليب تحرير صحافة البيانات في الصحف الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، جامعة جنوب الوادي، ٤، ٩٦-١٢٤. <https://search.mandumah.com/Record/1128974>
- ١١١ أرضوى أحمد. (٢٠٢٢). توظيف الانفوجرافيك في مواقع الصحف الاقتصادية العربية: دراسة تحليلية في ضوء نظرية ثراء الوسيلة. *المجلة العلمية لكلية الآداب*، جامعة أسيوط، ٢٥، ١٩٧-٢٤٨. <https://search.mandumah.com/Record/1421326>
- ١١٢ بسام المكواوي. (٢٠٢١). توظيف الانفوجراف في عرض القضايا العامة بالمواقع الإلكترونية الإماراتية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٠(٣)، ١٩١-٢٣٠. <https://search.mandumah.com/Record/1180922>
- ١١٣ آلاء حماد. (٢٠٢١). أثر الانفوجرافيك على فاعلية الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية وشبه تجريبية. *مجلة كلية الآداب*، جامعة سوهاج، ٦١(١)، ٥١-٧٠. <https://search.mandumah.com/Record/1267460>
- 114 Hamza, A. (2023). The importance of using infographics in field of journalism. *Journal El-Baheth in Human and Social Sciences*, 14(2), 122-134. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiZq4rc-cSDAxVxR_EDHeXaDfYQFnoECCIQAO&url=https%3A%2F%2Fwww.asjp.cerist.dz%2Fen%2FdownArticle%2F503%2F14%2F2%2F226003&usg=AOvVaw0kmBsczXTgFG-qAvDRzK1x&opi=89978449
- 115 Zwinger, S., et al. (2017). Acceptance and Usability of Interactive Infographics in Online Newspapers. *21st International Conference Information Visualization*, 176-181. <https://www.academia.edu/82409985>
- 116 Zwinger, S., & Zeiller, M. (2016). Interactive Infographics in German Online Newspapers. *Proceedings of the 9th Forum Media Technology*, St. Pölten, Austria, 54-64. <https://www.academia.edu/82409932>
- 117 T M, N., & Salam, R. (2020). Interactive Infographics in Indian News Portals: A Study Based on Manorama Online and Times of India. *Communication & Journalism Research*, 9(2), 65-77. <https://www.academia.edu/105475078>
- ١١٨ علاء يوسف. (٢٠٢٣). عرض المعلومات باستخدام تقنية الانفوجرافيك والموشن جرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي العربية وبي بي سي عربي. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٥، ٦٢١-٦٧٣. <https://search.mandumah.com/Record/1417555>

١١٩ أحمد الزهراني ومروة عطية. (٢٠١٩). استخدامات الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة مقارنة بين المواقع العربية والغربية. *مجلة الآداب*، جامعة الملك سعود، ٣١(٢)، ١٣٣-١٧٩. <https://search.mandumah.com/Record/959895>

١٢٠ أنسمة مطاوع. (٢٠٢٢). توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٣، ٢٤٧-٢٩٥. <https://search.mandumah.com/Record/1312085>

١٢١ ارشا الشيخ. (٢٠٢٢). القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٨١، ٤٩٧-٥٤٣. <https://search.mandumah.com/Record/1382882>

١٢٢ مروة عطية. (٢٠١٧). نمط البناء الفني للقصة الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٠، ٢٩٩-٣٢٤. <https://search.mandumah.com/Record/953714>

١٢٣ أريج فخر الدين. (٢٠٢١). التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٧٧(٣)، ٢٢١-٢٧٦. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2021.217953>

١٢٤ عبد الوهاب بوخنوفة. (٢٠٢١). التكوين الإعلامي في الجامعات العربية في عصر الاندماج الإعلامي: الواقع والتحديات. *المجلة الجزائرية للاتصال*، ٢٣(٢)، ٥١-٧. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/170090>

125 Jiang, S., & Rafeeq, A. (2019). Connecting the Classroom with the Newsroom in the Digital Age: An Investigation of Journalism Education in the UAE, UK and USA. *Asia Pacific Media Educator*, 29(1), 3-22. <https://08113eur3-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1326365X19837769>

126 Auger, G., et al. (2017). A Phenomenological Study of Student Experiences in a Multiplatform Journalism Course. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(2), 212-227. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1077695816650324>

127 Bor, S. (2014). Teaching Social Media Journalism: Challenges and Opportunities for Future Curriculum Design. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(3), 243-255. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1077695814531767>

128 Kraft, N., & Seely, N. (2015). Making Mojos: How iPads Are Enhancing Mobile Journalism Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 70(3), 220-234. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1077695815596493>

- 129 Eschenfelder, C. (2020). But Can They Write? Television News Industry Assessment of the Skills of Broadcast Journalism Students and Recent Graduates. *Journalism & Mass Communication Educator*, 75(2), 226-232. <https://08113eur3-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1077695819884172>
- 130 Ureta, A., & Fernández, S. (2018). Keeping pace with journalism training in the age of social media and convergence: How worthwhile is it to teach online skills? *Journalism*, 19(6), 877-891. <https://08113g1kv-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884917743174>
- ١٣١ سارة طلعت ونفيسة السعيد. (٢٠٢٠). واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي للمحرر المتكامل في برامج الإعلام في مصر. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، ٥٤ (٧)، ٤٦٨٥-٤٧٨٨. <https://search.mandumah.com/Record/1092733>
- ١٣٢ نفيسة صلاح الدين وسارة طلعت. (٢٠٢٠). مستقبل التأهيل الإعلامي للمحرر المتكامل في غرف الأخبار الرقمية خلال العقدين القادمين. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ١١، ١٩٧-٢٨٧. <https://search.mandumah.com/Record/1074820>
- ١٣٣ عبد الرحمن الشامي. (٢٠١٤). الإعلام الجديد والإعلام القديم: التحديات والفرص. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت، ٣٢ (١٢٥)، ١٠٥-١٣٩. <https://search.mandumah.com/Record/495472>
- 134 Yu, L., & Phongsatha, T. (2023). Behavioral Intention and Level of Usage on Convergence Media Training Platform on Journalism University Students of Private Universities in Sichuan, China. *The Scholar: Human Sciences*, 15(1), 132-141. <https://doi.org/10.14456/shserj.2023.14>
- ١٣٥ هبة شفيق. (٢٠٢٣). فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات الإعلام الرقمي وتطوير التأهيل الأكاديمي لطلاب الصحافة. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ٢٥، ٣٧٤-٢٧٩. https://mjsm.journals.ekb.eg/article_321086_d699a26428a330333f1a9f5071ff9105.pdf