

# الاتجاهات الحديثة في بحوث تحرير الصحف الإلكترونية

إعداد/ فوزى عبدالرحمن

دكتوراه في الآداب تخصص إعلام

## الاتجاهات الحديثة في بحوث تحرير الصحف الإلكترونية

هدفت الدراسة إلى رصد البحوث والدراسات التي تناولت تحرير الصحف الإلكترونية بما يعكس مدى اهتمام الباحثين بالقضايا المطروحة في هذا المجال ومدى الاتساق أو التباين بين مختلف المدارس، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على التحليل الكيفي للدراسات التي أجريت في مجال تحرير الصحف الإلكترونية وتعتمد على أسلوب التحليل الكيفي من المستوى الثاني، ويشمل مجتمع الدراسة البحوث والدراسات المنشورة وغير المنشورة باللغتين العربية والانجليزية ذات الصلة بموضوع تحرير الصحف الإلكترونية بمختلف دول العالم، واعتمد الباحث على أسلوب العينة العمدية المتاحة وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. يحكم صياغة القرار التحريري مجموعة من المحددات منها القيم الإخبارية وضغوط الملاك والمعلنين بالإضافة إلى التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى .
2. أهمية التنوع في الاستراتيجيات التكنولوجية المستخدمة في إنتاج المحتوى الصحفي وخاصة دمج مقاطع الفيديو في الطبعات الرقمية وتوزيعها على وسائل الإعلام الاجتماعية .
3. توجد زيادة مطردة في إنتاج الوسائط المتعددة بوسائل الإعلام الرقمية .
4. أهمية الوسائط المتعددة في جذب انتباه الجمهور وتعزيز العمليات الإدراكية من فهم وإدراك وتذكر للمضمون الصحفي المقدم .

## Recent trends in electronic newspaper editorial research

The study aimed to monitor the research and studies that dealt with the editing of electronic newspapers, which reflects the extent of researchers' interest in the issues raised in this field and the extent of consistency or discrepancy between different schools. On the second-level qualitative analysis method, the study community includes published and unpublished research and studies in both Arabic and English related to the subject of editing electronic newspapers in various countries of the world.

The drafting of the editorial decision is governed by a set of determinants, including news values and pressures from owners and advertisers, in addition to competition with other media.

2. The importance of diversification in the technological strategies used in the production of press content, especially the integration of video clips into digital editions and their distribution on social media.

3. There is a steady increase in the production of multimedia by digital media.

4. The importance of multimedia in attracting the attention of the public

**and enhancing the cognitive processes of understanding, realizing and remembering the presented press content.**

=

## مقدمة:

في ظل نمو وتطور استخدام الإنترنت والتحول العالمي نحو البيئة الرقمية الكاملة، برزت تحولات كبرى في إنتاج المحتوى الصحفي عززتها اعتبارات اقتصادية وسياسية ومجتمعية، وبات التوجه نحو غرف الأخبار المدمجة المتعددة والعابرة للوسائط - Integrated and Cross-Media Newsroom convergence، أدى هذا التحول إلى ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابة المضامين الصحفية، تجاوزت سرد الأحداث وعرضها ووصفها بالشكل التقليدي إلى أن أصبحت عملية دقيقة لها وسائلها وأساليبها وفلسفتها الخاصة، وبدأت توظف أسلوب السرد القصصي في صياغة الفنون الصحفية وتبنى نماذج واستراتيجيات حديثة في تقديم المضمون الصحفي الذي يعتمد على النصوص الفائقة والصوت والصورة والألوان والفيديو والإنفوجراف، واستحدثت أقسام خاصة بالوسائط المتعددة، بالإضافة إلى تعدد منصات نشر المضامين الإعلامية. وبرز تيار صحافة البيانات قبل نحو ربع قرن يستفيد بقوة من هذه التحولات، حيث زاد التوجه نحو إنتاج القصص المدعومة بالبيانات بشكل ملحوظ خلال العشر سنوات الأخيرة، في صحف كبرى مثل "الجارديان" البريطانية و"لوس أنجلوس تايمز" و"اليو اس ايه توداي" الأمريكيتين، إضافة لتجارب مصرية وعربية أخذت في التوسع في تقديم أشكال متنوعة من صحافة البيانات وأدواتها ومنها الرسوم المعلوماتية الثابتة والمتحركة والتفاعلية أو الإنفوجرافيك. كما أن الصحف من أجل جذب الجمهور أصبحت تعتمد على تقديم الخدمة الإخبارية والمعلوماتية لجمهورها باستخدام مقاطع الفيديو الاحترافية؛ بل إن تدريب الصحفيين الجدد على إنتاج هذه المقاطع أصبح من المهام الرئيسية لهذه الصحف، وأضحى صحفيو الفيديو من المصطلحات الشائعة في بيئة الصحف الإلكترونية، وتزايدت أعدادهم بشكل مطرد وأصبحوا جزءاً لا يتجزأ من بيئة العمل الصحفي الجديد.

وتعتبر صحافة الفيديو بمثابة الخطوة المتقدمة التي تتجاوز تصوير الأخبار للتلفزيون، لاختلاف طريقة سرد القصص الصحفية بدون أن تتقيد بالقيود العديدة للإنتاج التقليدي للأخبار، وبما تتميز به من خصائص متعددة كالتفاعلية، وتدعيمها بالصوت والصورة معاً، وإضافة المؤثرات الصوتية المناسبة للقصة الصحفية أو القضايا المختلفة، وإمكانية تفاعل جمهورها مع مضامينها عبر وسائل الإعلام الجديد مثل مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية. وأضافت التطبيقات الذكية عبر الهاتف المحمول بُعداً آخر لصناعة الصحافة، وغيّرت من واقع صناعة الخبر المكتوب والإلكتروني، وأفادت القائمين بالاتصال في أداء عملهم بكفاءة وسرعة، بما في ذلك استقاء المعلومات من مصادر متعددة، وتحريرها ونشرها، أو تخزينها في أوعية الكترونية تمثل أرشيف المحرر بعد ذلك، بالإضافة إلى ما تقدمه من خدمات تتعلق بالبحث داخل الصحيفة، وخدمات الربط بمواقع أخرى وخدمات الرد الفوري، والوصول إلى الأرشيف، بالإضافة إلى خدمات الوسائط المتعددة النصية والمصورة.

وشكل الذكاء الاصطناعي تغييرات مهمة بمهنة الصحافة والإعلام؛ نتيجة تزايد الاعتماد على روبوتات ذكية تقوم بالتصوير وتحرير المحتوى والتدقيق اللغوي والترجمة والتعامل مع البيانات الضخمة وغير ذلك بدقة وسرعة أكبر من البشر، وبمستوى إنتاج ضخم يفوق مستويات إنتاج المحتوى التقليدي خلال وقت وجيز لا يتعدى ثوان قليلة.

## - مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على أهم الاتجاهات البحثية الحديثة في بحوث تحرير الصحف الإلكترونية، ورصد البحوث والدراسات الأكاديمية التي تناولت بحوث تحرير الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية، ويأتي هذا في ضوء مراجعة نقدية للبحوث والدراسات الإعلامية (بحوث علمية - رسائل الدكتوراه)، بهدف الوقوف على التطور التاريخي والنظري والفكري لهذه

الإسهامات، والتعرف على رؤى الباحثين في إطار المجتمعات المختلفة حول مجالات التحرير الصحفي الإلكتروني، وصولاً للمقارنة بين مختلف الاتجاهات والمسارات البحثية في بحوث تحرير الصحف الإلكترونية، والاستفادة من هذا التراث العلمي.

#### **- أهداف الدراسة:**

- ١- رصد البحوث والدراسات التي تناولت تحرير الصحف الإلكترونية، بما يعكس مدى اهتمام الباحثين بالقضايا المطروحة في هذا المجال، ومدى الاتساق أو التباين بين مختلف المدارس البحثية العربية والأجنبية في هذا السياق.
- ٢- الكشف عن الموضوعات والقضايا البحثية الجديدة التي تناولتها البحوث والدراسات المرتبطة بتحرير الصحف الإلكترونية خلال فترة الدراسة التحليلية.
- ٣- رصد وتحليل الأطر النظرية والإجراءات المنهجية التي وظفتها الدراسات عينة التحليل، ومدى ملاءمتها لطبيعة الإشكاليات المطروحة والأهداف التي سعت إلى تحقيقها في كل من البحوث العربية والأجنبية.
- ٤- الوقوف على أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها بحوث تحرير الصحف الإلكترونية، وتحديد أوجه الاتفاق أو الاختلاف بين هذه الدراسات وبعضها البعض.
- ٥- تقديم رؤية تحليلية ونقدية للدراسات التي تناولت تحرير الصحف الإلكترونية من خلال أجندة القضايا التي اهتمت بها والمجالات البحثية والأطر النظرية والمنهجية، في ضوء المقارنة بين التوجهات البحثية في مختلف دول العالم.

#### **- التصميم المنهجي للدراسة:**

##### **أ- نوع الدراسة:**

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، التي تعتمد على التحليل الكيفي للدراسات التي أُجريت في مجال تحرير الصحف الإلكترونية.

##### **ب- منهج الدراسة:**

تعتمد هذه الدراسة على أسلوب التحليل الكيفي من المستوى الثاني *Qualitative Analysis* *Method Secondary* ، الذي يتفرد كمنهج علمي كونه يقدم إضافة معرفية نوعية للتراكم العلمي والبحثي ، لما ينطوي عليه من تقديم رؤية متكاملة قائمة على مراجعة وتحليل مختلف الرؤى والتيارات البحثية في مجال تحرير الصحف الإلكترونية، وتوجهات الباحثين وأفكارهم في هذا المجال.

##### **ج- مجتمع وعينة الدراسة:**

يتمثل مجتمع الدراسة في البحوث والدراسات المنشورة وغير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية ذات الصلة بموضوع تحرير الصحف الإلكترونية بمختلف دول العالم، واعتمد الباحث على أسلوب العينة العمدية المتاحة من الدراسات والبحوث المنشورة بالدوريات العلمية وقواعد البيانات والمعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت باستثناء (الكتب ورسائل الماجستير) وذلك خلال الفترة من ٢٠١٠م وحتى ٢٠٢٠م، وقد بلغ عدد الدراسات والبحوث التي تمت دراستها وتحليلها نحو (١٧١) بحثاً ورسالة دكتوراه بواقع (٢١) دراسة أجنبية و (١٥) دراسة عربية.

مناقشة نتائج التحليل  
أولاً: الإشكاليات والموضوعات البحثية المرتبطة بموضوع الدراسة:

جدول رقم (١)

الإشكاليات والموضوعات البحثية في الدراسات التي خضعت للتحليل

م	الإشكاليات والموضوعات البحثية	دراسات عربية		دراسات أجنبية		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	تحرير المضمون الصحفى الإلكتروني	٤١	١٥.٨	٣١	٨٤.٢	٧٢	٥١.٨
٢	صحافة البيانات	٦	٠.٢.٧	٣٢	٩٧.٣	٩٢	٧١
٣	الصحافة المرئية الرقمية	١١	٤٤	٤١	٦٥	٥٢	٤١.٧
٤	صحافة الهاتف المحمول	٢١	٠.٤	٨١	٠.٦	٠.٣	٧١.٥
٥	صحافة الواقع الافتراضى والواقع المعزز	٤	٣١.٣	٦٢	٦٨.٧	٠.٣	٧١.٥
٦	صحافة الذكاء الاصطناعى	٤	٣١.٣	٦٢	٦٨.٧	٠.٣	٧١.٥
	المجموع	١٥	٩٢.٨	٠.٢١	٠.٧.٢	١٧١	٠.١

تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى أن إجمالي عدد الدراسات التي تم إخضاعها للتحليل بلغ (١٧١) دراسة، بواقع (٠٢١) دراسة أجنبية بنسبة ٠.٧.٢% مقابل (١٥) دراسة عربية بنسبة ٩٢.٨%، وهو ما يؤكد تفوق المدارس الأجنبية وخاصة الأمريكية والأوروبية على المدرسة العربية في توظيف التقنيات الحديثة في مجال التحرير الصحفى الإلكتروني، وقد يرجع ذلك إلى توافر الإمكانيات المادية والتقنيات التكنولوجية اللازمة للتحويل الرقوى والتطبيقات التكنولوجية المتقدمة في النشر الصحفى الإلكتروني، بالإضافة إلى توافر الكوادر البشرية المدربة على التعامل مع مثل هذه التقنيات الحديثة من محررين ومصورين ومصممي ومطوري مختلف البرامج المرتبطة بالعمل الصحفى، هذا وقد تعددت الاتجاهات البحثية في مجال التحرير الصحفى الإلكتروني، كما يلي:

**الاتجاه البحثى الأول: الدراسات التي تناولت تحرير المضمون الصحفى بالمواقع الإلكترونية:**

بلغت دراسات العرض التحليلى التي تناولت تحرير المضمون الصحفى بالمواقع الإلكترونية (٧٢) دراسة منها (٤١) دراسة عربية و (٣١) دراسة أجنبية، ويشمل هذا الاتجاه مسارين

**بَحْثِيَّين:** المسار الأول يتناول أساليب تحرير المضمون الصحفى الإلكتروني، حيث رصدت عدد من الدراسات التحولات التي طرأت على أساليب كتابة فنون التحرير الصحفى الإلكتروني، ومنها دراسات: (هبة جودة، ٢٠٢٢)، (وفاء جمال درويش، ٢٠٢٢)، (عبدالله عمران، ٢٠٢٢)، والتي أكدت على ضرورة تدريب المحررين على أدوات الكتابة لأكثر من وسيط، ومسايرة التطورات التكنولوجية في مجال النشر الرقوى، والتحول إلى الأشكال الإخبارية السردية المعتمدة على النصوص الفائقة والوسائط المتعددة، وأنها أشد تأثيراً وفورية مقارنة بالأشكال الإخبارية أحمد (Fuyuan Shen, et.al, 2014), (Katharina Emad, et.al, 2014) (المعلوماتية عادل عبدالفتاح، ٢٠٢٢)، (حلمى محمود محاسب، ٢٠٢٢).

وللكشف عن محددات صناعة القرار التحريرى والعوامل المؤثرة عليه، أكدت دراسات (خالد زكى، ٢٠٢٢)، (سلوى دهمش، ٢٠٢٢)، (منى المراغى، ٢٠٢٢)، (صبرة فلك، ٢٠٢٢)، (Raymond A. Harder, et.al, 2016), (Lars Guenther, Georg Ruhrman, 2013)، على أن صياغة القرار التحريرى تحكمه عدة محددات منها القيم الإخبارية والأخلاقيات المهنية والسلطة السياسية والسياسة التحريرية لكل صحيفة وشخصية رئيس التحرير، وضغوط الملاك والمعلنين، بالإضافة إلى التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى في تحقيق سبق الصحفى.

(Seldal Bulut & Serpil Karlidagk, 2020) (Satti Mohamed, 2020) دراسات واتجهت (2016)، (أحمد كمال أحمد، ٢٠١٠٢) نحو التأكيد على افتقاد المحتوى الإخباري الرقمي إلى المعايير المهنية في كثير من الأحيان، مثل الدقة والتوازن وإسناد الأخبار إلى مصادر موثوق بها، مع وجود تحيزات في التغطية الصحفية في كثير من الأحيان. وتناولت دراسات المسار البحثي الثاني الاستراتيجيات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي، والتركيز على الوسائط المتعددة كعنصر مهم وأساسي في جذب انتباه جمهور المستخدمين، حيث (Jose Ramon Sarminto, et.al, 2021), (Marina Santin, et.al, 2020) (سعد الراشد، ٢٠١٠٢) على أهمية التنوع في الاستراتيجيات التكنولوجية المستخدمة في إنتاج المحتوى الصحفي وخاصة دمج مقاطع الفيديو في الطبعات الرقمية وتوزيعها على وسائل الإعلام الاجتماعية باستخدام تقنيات معقدة وجودة عالية لضمان زيادة الإيرادات وتعزيز التنافسية. وعن توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الخبرية أكدت دراسات (Javier Mayoral Sanchez, et.al, 2016) (حسين ربيع، ٢٠١٠٢)، (نشوى اللواتي، ٢٠١٠٢) على وجود زيادة مضطربة في إنتاج الوسائط المتعددة بوسائل الإعلام الرقمية، مع ضرورة تكامل الأدوار والمهام بين فريق العمل داخل غرف الأخبار من أجل توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الخبرية (تصميم الرسوم والأشكال والصور والفيديوهات الداعمة للقصة) وتوفير الإمكانيات المادية والتكنولوجية التي تسهل عملية إنتاج الوسائط المتعددة وتوظيفها بصورة جيدة. كما اتجهت عدة دراسات نحو اختبار العلاقة بين استخدام الوسائط المتعددة وبين مستوى معرفة وتذكر الجمهور للمضمون الصحفي، ومنها دراسات: (نشوى اللواتي، ٢٠١٠٢)، (Hail.Tran, 2015), (Ducan Megan, 2015), (Stephanie Geise, Christian Baden, 2015) والتي أكدت على أهمية الوسائط المتعددة في جذب انتباه الجمهور، وتعزيز العمليات الإدراكية من فهم وإدراك وتذكر المستخدمين للمضمون الصحفي المقدم.

**الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت صحافة البيانات:**

بلغت دراسات العرض التحليلي التي تناولت صحافة البيانات (٩٢) دراسة منها (٦) دراسات عربية و (٣٢) دراسة أجنبية، وتنوعت المسارات البحثية للدراسات التي تناولت صحافة البيانات، حيث تناولت عدة دراسات آليات توظيف صحافة البيانات في غرف الأخبار الرقمية في تناول مختلف القضايا والأحداث الجارية: (سمير محمد محمود، ٢٠٢٠٢)، (Andreas Veglis & Charalampos Bratsas, 2017), (Eddy Borges-Rey, 2017), (Eddy Borges-Rey, 2016), (Frederic I. Solop & Nancy A. Wonders, 2016)

اتجه مسار بحثي آخر من بحوث صحافة البيانات نحو دراسة تأثير العرض البصري لمحتوى صحافة البيانات ومستوى تفاعلية القراء معها: (نعمة عبدالرحيم مبارك، ٢٠٢٠٢)، (أيمن محمد إبراهيم، Christina Karypidou, 2019), (Mary Lynn Young, Alfred Hermida, 2017), (Jonathan Stoneman, 2015), (Eun- Julee, Ye Weon Kim, 2015)

- فيما سعت عدة دراسات نحو مناقشة التحديات التي تواجه انتشار صحافة البيانات، ومنها: (Shuling Zhang & Jieyun Feng, 2018), (Wilson Lowrey, 2018) (جهاد الشبيني، ٢٠١٠٢)، (رالا عبدالوهاب، هبة محمد شفيق، ٢٠١٠٢)، (Constance Tabary, et.al, 2015), (Katherine Fink & C.W. Anderson, 2015), (Ester Appelgren & Gunnar Nygren, 2014)

### الاتجاه البحثي الثالث: الدراسات التي تناولت الصحافة المرئية الرقمية:

بلغت دراسات العرض التحليلي التي تناولت الصحافة المرئية الرقمية (صحافة الفيديو) (٥٢) دراسة منها (١١) دراسة عربية و (٤١) دراسة أجنبية، وتعددت المسارات البحثية للدراسات التي تناولت صحافة الفيديو، حيث جاءت بحوث المسار البحثي الأول لرصد اتجاهات الجمهور مستخدمى مقاطع الفيديو نحو دقة ومصداقية المعلومات والبيانات المنشورة، ومنها دراسات: (Linwan Wu, et.al, 2020), (Shengcen Zhang, et.al, 2017), (Safa Mahmoud, 2018), (Peter Schen, et.al, 2017)

وركزت دراسات المسار البحثي الثاني على دوافع استخدامات الجمهور لصحافة الفيديو والاشباع المتحققة منها: (خلف لافي الحماد وآخرون، ٢٠٢٢)، (سكرى على حسن، ٢٠٢٢)، (مروى عبداللطيف، ٢٠٢٢)، (أميرة حسن، ٩١٠٢)، (محمد سامى صبرى، ٨١٠٢)، (وليد عبدالفتاح وعبدالخالق إبراهيم، ٧١٠٢)، (نهلة عبدالمنعم المحروق، ٦١٠٢)، (Alberto Hermida & Victor Hernandez, 2016), (Dragana Pavlovic & Neven Obradovic, 2015)

- وتناول المسار البحثي الثالث: آليات توظيف المواقع الإخبارية مقاطع الفيديو في نقل الوقائع : (Marina Santin, et.al, 2020), (Reddick C, et.al, 2019), (Schoon, A.J, 2019), (Matt Evans, 2016), (Melissa Wall & Sahar El Zahed, 2015) (أحمد على أحمد، مروة عطية، ٩١٠٢).

### الاتجاه البحثي الرابع: الدراسات التي تناولت صحافة الهاتف المحمول:

بلغت دراسات العرض التحليلي التي تناولت صحافة الهاتف المحمول (٥٣) دراسة منها (٢١) دراسة عربية و (٨١) دراسة أجنبية، وتعددت المسارات البحثية للدراسات التي تناولت صحافة الهاتف المحمول، ومنها: الدراسات التي تناولت آليات توظيف تكنولوجيا تطبيقات الهواتف الذكية في إنتاج المحتوى الإخباري، ومنها دراسات: (Anja Salzman, 2020)، (همسة بسام و إيهاب أحمد، ٢٠٢٢)، (حنان العجاجى، ٩١٠٢)، (إبراهيم حسن التوام، ٨١٠٢)، (ندية عبدالنبي، (Gregory Perreault & Kellie Stanfield, 2018), (Anoop Kumar & M. Shuaib Mohamed, 2017), (Elsir Soad, 2017), (Sajid Umair, 2016)

اتجهت عدة دراسات نحو دراسة تدريب الصحفيين على المهارات الفنية الخاصة بصحافة الهاتف المحمول، ومنها دراسات: (Mathew N. Bui & Rachel E. Moran, 2020) (سناء يوسف، (Partricia Thomposon, et.al, 2014)، (٨١٠٢ شاهين،

اتخذ عدد من الدراسات مساراً بحثياً آخر نحو دراسة دوافع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، (Rong : (Nidhi Singh, et.al, 2020), (Sakshi Goel, et.al, 2018), (Tang & Kyong Eun, 2018), (Logan Molyneux, 2017), (Jacob L. Nelson &

(Barrrie Gunter, 2015), (Ryan F. Lei, 2017)، (عبدالهادى أحمد النجار، ٨١٠٢)، (محمد إبراهيم الحفناوى، ٨١٠٢)، (نهاد محمد حسن، ٧١٠٢). والتي أشارت إلى اعتماد

الجمهور مستخدمى الهاتف المحمول على التطبيقات الإخبارية في متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات، والتواصل الاجتماعى مع الآخرين وتبادل الأفكار، والتفاعل مع

الأخبار المنشورة عبر الهاتف المحمول وخاصة بمواقع التواصل الاجتماعى سواء بالتعليق أو مشاركة الخبر، مقارنة بأشكال استهلاك الأخبار الرقمية الأخرى.

سعت عدة دراسات لدراسة اعتماد الجمهور على صحافة الهاتف المحمول في متابعة الأحداث الجارية، ومنها دراسات: (أيمن محمد إبراهيم، ٢٠٢٢)، (صفاء محمد إبراهيم، ٢٠٢٢)،



( طارق محمد محمد، ٢٠٢٠)، (نادية محمد عبدالحافظ، ٨١٠٢)، (Aoshuang Li, et.al,2019), (Juliana Nunes & Manuela Quaresma, 2015).

اتخذ عدد من الدراسات مساراً بحثياً آخر نحو دراسة التحديات التي تواجه توظيف تطبيقات الهاتف المحمول، ومنها: (Nikolaos Vryzas, et.al, 2019)، (إبراهيم حسن التوام، ٨١٠٢)، حيث أبرزت الدراسات السابقة أن من أهم التحديات داخل غرف الأخبار الرقمية هو قلة عدد الصحفيين المدربين تدريباً عالياً على توظيف تطبيقات الهاتف المحمول والذكاء الصناعي في إنتاج التقارير والقصص الإخبارية المدعومة بالبيانات والصور ومقاطع الفيديو، ومن سلبيات الهواتف الذكية سهولة اختراقها، وإشكالية حقوق الملكية الفكرية من خلال صعوبة توثيق المحتوى المنقول، ضعف البنية التحتية لخدمات الإنترنت، والخوف من قرصنة الهاتف المحمول، وضعف خدمات الإنترنت بموقع الجريدة، وصعوبة التعامل مع بعض التطبيقات.

#### **الاتجاه البحثي الخامس: الدراسات التي تناولت صحافة الواقع الافتراضي والواقع المعزز:**

بلغت دراسات العرض التحليلي التي تناولت صحافة الواقع الافتراضي والواقع المعزز (٠٣) دراسة منها (٤) دراسات عربية و (٦٢) دراسة أجنبية، تنقسم دراسات الاتجاه البحثي إلى ثلاثة مسارات بحثية، المسار البحثي الأول: يتناول الدراسات التي تتناول صحافة الواقع الافتراضي، (Jane B. Singer & Radwa Mabrook, 2021)، (Radwa Mabrook, 2019) ومنها (Geri Migielicz & Janine Zacharia, 2016)، (٩١٠٢ محمد، لامان، 2019)

(Raymond A. Harder, et.al, 2016), (Sirk Kuney Esa, et.al, 2016), (Sun Joo, 2015), (Allisonlazard & Lucy Atkinson, 2014).

المسار البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت صحافة الواقع المعزز: (هند يحيى، ٢٠٢٠)،

(Luis M. Romero, et.al, 2020), (Toachim, ٨١٠٢)، (شيرين عبدالحفيظ البحيري، ٨١٠٢)، (Scholz & Kat Duffy, 2018), (Mira Milainovic, et.al, 2018), (Zeya He, et.al, 2018), (D Parra Valcarce, et.al, 2017), (Federica Cehovin & Berinice Ruban, 2017), (Namho Chung, et.al, 2017), (Spierling Ulrike, et.al, 2017), (Keesung Kim, et.al, 2015).

(٢٠٢٠ خطاب، أمل: (الغامرة الصحافة تناولت التي الدراسات: الثالث البحثي المسار

(Benitez De Gracia & M.J Y Herrera Damas, 2019), (Kristin Van Damme, et.al, 2019), (Tamora Witschage, et.al, 2019), (Kris Hodgson, 2017), (Rangne Kouts & Mira Jose, 2017), (Romana John & Mato Brautovic, 2017), (Gary Hardee, 2016).

#### **الاتجاه البحثي السادس: الدراسات التي تناولت صحافة الذكاء الاصطناعي:**

بلغت دراسات العرض التحليلي التي تناولت صحافة الذكاء الاصطناعي (٠٣) دراسة منها (٤) دراسات عربية و (٦٢) دراسة أجنبية، وتعددت المسارات البحثية للدراسات التي تتناول صحافة الذكاء الصناعي إلى: المسار البحثي الأول: الدراسات التي تناولت تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي: (Miguel Tunez, Jose, et.al, 2021)

(S.K.Biswaland & N.K.Gouda, 2020), (Jonathan Stray, 2019), (Thomas R. Schmidt, et.al, 2019), (Daewon Kim, Seongcheol Kim, 2018), (Mico Tatalovic, 2018), (Indrati, et.al, 2018).

المسار البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت المعايير المهنية والأخلاقية لصحافة الذكاء الاصطناعي (Susan Leav, 2020), (Matteo Monti, 2019), (Nicholas Diakopoulos, 2019), (Waleed Ali & Mohamed Hassona, 2019)

المسار البحثي الثالث: الدراسات التي تناولت إدراكات القراء لجودة الصحافة المكتوبة آلياً مقارنة بالبشرية: تباينت اتجاهات جمهور القراء نحو المحتوى الصحفي الذي يكتبه الصحفيون مقارنة بالمحتوى الصحفي للصحافة الآلية، حيث أثبتت الدراسات التالية: (Anja Walker & Thomas E Powell, 2018), (Yanfong Wu, 2019), (Bingjie Liu & Lewen Wei, 2017), (Jaemin Jung, 2017), (Vander Kaa, H.A.J & Krahmer E.J., 2014), (Christer Clerwall, 2014), (Yue Zheng, et.al, 2018) جمهور تفضيل القراءة للمحتوى الصحفي الذي يكتبه الصحفيون من حيث سهولة القراءة والوضوح والجودة العالية، وتقديم قصصاً إخبارية متعمقة، ودرجة عالية من الموضوعية والمصداقية مقارنة بالصحافة الآلية، بينما لا تتفق هذه النتائج مع النتائج التي توصلت إليها دراسات: (S.K.Biswaland & N.K.Gouda, 2020), (Andreas Graefe, 2018), (Jane Johnston & Susan Ford, 2017)، وأعلى جودة في تغطيتها من القصص المكتوبة من قبل الصحفيين، وأهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الأطر النظرية المستخدمة في بحوث تحرير الصحف الإلكترونية:

جدول رقم (٢)

أهم الأطر النظرية المستخدمة في الدراسات عينة التحليل

م	النظريات المستخدمة	ك	م	النظريات المستخدمة	ك
١	أكثر من نظرية	٧١	٧١	نظرية الشراء المعلوماتي	١
٢	النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	٠١	٨١	نظرية القانم بالاتصال	١
٣	شراء الوسيلة	٨	٩١	نظرية السرد	١
٤	نظرية انتشار المبتكرات ونشر الأفكار المستخدمة	٦	٠٢	نظرية النماذج العقلية	١
٥	نظرية تمثيل المعلومات	٦	١٢	نموذج جودة الخدمة	١
٦	حارس البوابة	٥	٢٢	ترتيب الأولويات	١
٧	تحليل النظم	٤	٣٢	تدفق المعلومات	١
٨	ثقافة غرف الأخبار	٤	٤٢	استشراف المستقبل	١
٩	نماذج ريادة الأعمال	٤	٥٢	الأطر الخبرية	١
١٠	الاعتماد على وسائل الأعمال	٤	٦٢	مدخل مجتمع الممارسة	١
١١	بناء الأجندة	٣	٧٢	تسويق الواقع المعزز	١
٢١	الاستخدامات والاشباعات	٣	٨٢	نموذج احتمالية التفضيل	١
٣١	نموذج تقبل التكنولوجيا	٣	٩٢	نظرية مستوى التأويل	١
٤١	النموذج البنائي لمصداقية وسائل الإعلام	٣	٠٣	نظرية التحيز	١
٥١	نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات	٢	١٣	السلطة المعرفية	١
٦١	تمثيل الشبكة Actor-Network	٢	٢٣	منظور البناء الاجتماعي	١

إجمالي الدراسات التي استخدمت إطاراً نظرياً (٠٠١) دراسة بنسبة ٨٥.٥% تقريباً

تشير نتائج الدراسة إلى أن (١٧) دراسة بنسبة ١٤.٥% من جملة الدراسات التي خضعت

للتحليل (١٧١) دراسة، لم تستخدم أُطراً نظرية واضحة ومحددة، تنطلق من فرضياتها وأفكارها

الرئيسية، وإن كانت لا تخلو من الإشارة إلى بعض المفاهيم والأفكار التي تنطلق منها بعض النظريات، ولكنها لم تعلن أو تشير إلى أنها تستند إلى إطاراً نظرياً تنطلق منه، وتكشف بيانات الجدول أن ٨٥.٥% من إجمالي الدراسات استخدمت أطراً نظرية واضحة ومحددة، بل إن بعض الدراسات استخدمت أكثر من نظرية أو مدخل أو نموذج نظري.

ومن أهم النظريات التي وظفتها الدراسات عينة التحليل: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ثراء الوسيلة، نظرية انتشار المبتكرات ونشر الأفكار المستدثة، نظرية تمثيل

المعلومات، حارس البوابة، تحليل النظم، ثقافة غرف الأخبار، الاعتماد على وسائل الإعلام، نموذج تقبل التكنولوجيا، الاستخدامات والاشباع. إلخ.

وتشير نتائج الدراسة في تحليلها الأخير إلى وجود تطورات كبيرة وواضحة على مستوى الأطر النظرية التي تم توظيفها في إطار دراسات وبحوث تحرير الصحف الإلكترونية، ويتضح هذا التطور بصورة كبيرة في سياق البحوث والدراسات الأجنبية وخاصة المدرسة الأمريكية، التي لعبت دوراً بارزاً في تطوير البحث العلمي في مجال الإعلام عموماً، خاصة على مستوى الأطر النظرية التي تُستخدم لتحليل الظواهر المدروسة وتفسيرها، والوصول من خلالها لقوانين علمية تسهم في إمكانية التنبؤ بمسارات هذه الظواهر في الواقع الراهن وفي المستقبل، على خلاف واقع الحال في معظم الدراسات العربية، حيث تشير نتائج التحليل إلى وقوع الباحثين والدراسات العربية ما بين أمرين، الأول: ويتمثل في عدم الاهتمام بتوظيف الأطر النظرية في البحوث والدراسات من الأساس والاستغناء عنها بالتأصيل للظاهرة المدروسة معرفياً، والثاني ويتمثل في غلبة طابع الجمود والنمطية على الأطر التي يتم توظيفها في سياق الدراسات والبحوث، ورغم وجود بعض الباحثين العرب الذين بدأوا في الاستفادة من الأطر النظرية المستحدثة، إلا أن غالبية الباحثين العرب وفي دول العالم الثالث عموماً لم يهتموا بالتفكير في صياغة أطر نظرية مستقلة تتناسب مع طبيعة مجتمعاتهم، وأوضاع صناعة الصحافة والإعلام بها، واستمرارهم في نفس دائرة التبعية للمدرسة الأكاديمية الغربية.

ثالثاً: الأطر المنهجية المستخدمة في بحوث تحرير الصحف الإلكترونية:

١- أنواع الدراسات:

جدول رقم (٣)

أنواع الدراسات التي خضعت للتحليل

م	أنواع الدراسات	ك	%
١	الدراسات الوصفية	٠١١	٤٦.٣
٢	الدراسات التجريبية	٩٢	٧١
٣	الدراسات الاستكشافية	١٢	٢١.٣
٤	الدراسات التحليلية من المستوى الثاني	٧	٤.١
٥	الدراسات النقدية	٤	٢.٣
	الإجمالي	١٧١	١٠٠

تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى وجود تنوع في أنماط وطبيعة الدراسات عينة التحليل، حيث تشير نتائج التحليل إلى أن النسبة الأكبر من هذه الدراسات تنتمي إلى الدراسات الوصفية بنسبة ٤٦.٣% من إجمالي الدراسات والبحوث التي خضعت للتحليل، يليها نمط الدراسات التجريبية بنسبة ٧١%، ثم نمط الدراسات الاستكشافية بنسبة ٢١.٣%، يليها نمط الدراسات

التحليلية من المستوى الثانى بنسبة ٤.١ %، وأخيراً جاء نمط الدراسات النقدية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢.٣ %.

وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى غلبة نمط الدراسات الوصفية عن غيرها من أنماط البحوث والدراسات، والتي تتجاوز مجرد وصف خصائص وعناصر الإشكاليات والظواهر المدروسة، إلى تحليل هذه الظواهر والبحث في طبيعة العوامل والأسباب التي تقف خلفها، مقارنة بالدراسات التجريبية والاستكشافية التي تقف عند حدود التعرف على ماهية الظواهر المدروسة وطبيعة عناصرها، كما تشير النتائج إلى وجود نزعة واضحة لدى نسبة كبيرة من الباحثين لتتبع الظواهر المدروسة، والتأصيل لها، لزيادة فهم هذه الظواهر والإشكاليات وكيف نشأت وإلى أين انتهت، وصولاً لاستشراف مستقبل هذه الظواهر، وهو ما يشير في النهاية إلى وجود درجة من التباين في طبيعة هذه الدراسات ومستوى تحليلها وطبيعة النتائج التي انتهت إليها.

## ٢- المناهج والأساليب البحثية المستخدمة:

جدول رقم (٤)

### المناهج والأساليب البحثية المستخدمة

م	المناهج والأساليب البحثية المستخدمة	ك	%
١	منهج المسح الإعلاني	٦٩	٦٥.١
٢	المنهج التجريبي وشبه التجريبي	٤٣	٩١.٩
٣	المنهج المقارن	٤١	٨.٢
٤	منهج دراسة الحالة	٢١	٧
٥	أكثر من منهج	٩	٥.٣
٦	منهج الرصد الداخلي	٣	١.٨
٧	المنهج الإثنوجرافي	٢	١.١
٨	أخرى تذكر	١	٠.٦
	الإجمالي	١٧١	١٠٠

تكشف نتائج وبيانات الجدول السابق أن الدراسات والبحوث التي خضعت للتحليل قد تباينت فيما بينها في إطار استخدامها للمناهج والأساليب البحثية، وقد تنوعت هذه المناهج والأساليب وفقاً لطبيعة أنماط هذه الدراسات وطبيعة أهدافها كما يلي:

١- منهج المسح الإعلاني: جاء منهج المسح الإعلاني بشقيه الميداني والتحليلي في مقدمة المناهج والأساليب البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات عينة التحليل بنسبة كبيرة بلغت ٦٥.١ % من إجمالي الدراسات التي خضعت للتحليل، باعتباره المنهج الأكثر ملاءمة للدراسات الوصفية بشقيها الميداني والتحليلي.

- أسلوب المسح الميداني: وهو أكثر الأساليب استخداماً من بين أساليب المنهج المسحي، ومن بين

الدراسات التي اعتمدت عليه دراسات: (Jose Ramon Sarmiento, et.al, 2021),

(Aoshuang (S.K.Biswal & N.K.Gouda, 2020), (Radwa Mabrook, 2021),

(Rong Tang & Kyong Li, et.ai, 2019), (Nicholas Diakopoulos, 2019),

.Eun, 2018).

- أسلوب المسح التحليلي: جاء في المرتبة الثانية بين أساليب المسح الإعلاني التي استخدمتها

الدراسات عينة التحليل، ومن هذه الدراسات: (Susan (Satti Mohamed A, 2020),

(Marina Santin, et.al, 2020), (Benitez De Gracia & M.J.Y Leavey, 2020),

(Raymond A.Harder, Herrera Damas,2019), (Xose Lopez, et.al, 2019), et.al, 2016)

- أسلوب المسح الميداني التحليلي: اعتمدت عدة دراسات على المزوجة بين أسلوبى المسح الميداني والتحليلي، ومنها: دراسة (عيسى عبدالباقى وأحمد عادل، ٢٠٢٠)، دراسة (إبراهيم حسن التوام، ٨١٠٢)، دراسة (سناء يوسف شاهين، ٨١٠٢)، دراسة (نادية محمد عبدالحافظ، ٨١٠٢)، دراسة (نهاد محمد حسن، ٧١٠٢)، ودراسة

(Juliana Nunes & Manuela Quarwsma,

2015)

٢- المنهج التجريبي وشبه التجريبي: جاء المنهج التجريبي في المرتبة الثانية بين المناهج والأساليب البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات عينة التحليل وبنسبة ٩١.٩%، ومن الدراسات التي اعتمدت على المنهج التجريبي: (Thomas Anja Salzmman, 2020) (Yanfang Wu, 2019) R.Schmidt,et.al, 2019)

(Bingjie Liu & Lewen Wei, (Anja Wolker & Thomas E. Powell, 2018), (David 2018), (Andreas Graefe, et.al, 2018), (Caron.c., et.al, 2017) Casweel & Konstanin Nicholas Dorr, 2017), (Jaemin Jung, 2017), (Tal Montal & Zvi Reich, 2016).

٣- المنهج المقارن: جاء المنهج المقارن في المرتبة الثالثة بين المناهج والأساليب البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات عينة التحليل بنسبة ٨.٢%، ومن الدراسات التي اعتمدت على المنهج المقارن: دراسة (Linwan Wu, et.al, 2020)، دراسة (Luis M.Romero, et.al,2020) (Jacob L.Nelson & Ryan F.Lei, 2017), (Peter S Chen, et.al, 2017), (Ragne Kouts & Maria Jose, 2017)، (Logan Molyneux, 2017)

٤- منهج دراسة الحالة: ومن الدراسات التي اعتمدت على منهج دراسة الحالة، دراسة (Fei Tian, 2021) (Matteo Monti, 2019) ودراسة (Jonathon Stray, 2019) ودراسة (Tian, 2021) (Nikolaos Vryzas, et.al, 2019), (Andreas Veglis, Theodora A. Maniou, (Indrati, 2018) , (Kobie Van Keriekn, 2018), (Alberto Hermida & 2018), (Jane Johnston & Susan Ford, 2017) Victor Hermadez, 2016)

٥- أكثر من منهج: استخدمت عدة دراسات وبنسبة ٥.٣% من إجمالي الدراسات عينة التحليل أكثر منهج وأسلوب علمي لدراسة الإشكاليات والقضايا موضع الدراسة، ومن هذه الدراسات: دراسة (أيمن محمد إبراهيم، ٢٠٢٠)، (أيمن محمد إبراهيم، ٢٠٢٠)، (وفاء جمال درويش، ٢٠٢٠)، (أيمن محمد إبراهيم، ٩١٠٢)، (محمد عثمان حسن، ٨١٠٢)، (أحمد عادل عبدالفتاح، ٧١٠٢)، ودراسة (منى المراعى، ٧١٠٢).

٦- منهج الرصد الداخلي: On Site Monitoring وهو أحد المناهج المستخدمة في دراسة المواقع على شبكة الإنترنت، ويتضمن هذا المنهج توصيفاً لسمات التصميم والمضمون للمواقع وفقاً للقواعد التي يقوم الباحث بتحديد أهداف للرصد والتحليل. ومن الدراسات التي اعتمدت على الرصد الداخلي: دراسة (Marina Santin, et.al, 2020) حيث اعتمدت على الرصد الداخلي وتحليل مضمون عينة عشوائية حجمها (٤٦٨) مقطع فيديو منشور بستة صحف أسبانية، بهدف البحث عن استراتيجيات حديثة فيما يتعلق بإنشاء المحتوى الصحفى وتوزيعه وتسويقه في مواجهة تراجع الإقبال على الصحف والبحث عن مصادر بديلة للإيرادات، ودراسة (Jane B. Singer & Radwa Mabrook) التي استخدمت منهج الرصد الداخلي والمقابلات المتعمقة في تسليط الضوء على تجربة تعميم استخدام تقنيات الواقع الافتراضى وتقنيات سرد القصص الغامرة في غرف الأخبار والتي تدعمها شركات

التكنولوجيا، ودراسة (نشوى يوسف اللواتي، ٢٠١٧) والتي استخدمت الرصد الداخلي وتحليل مضمون عينة من الملفات التفاعلية قوامها (٤٢١) ملف تفاعلي تُصدر موقع الوطن في الفترة ٢٠١٧-٢٠١٨، بهدف الكشف عن تقنيات الوسائط المتعددة المستخدمة في الملف التفاعلي على شبكة الإنترنت، ودور هذه التقنيات في إثراء الملف التفاعلي.

٧- المنهج الإثنوجرافي: أجرى الباحث (Yue Zheng, et.al, 2018) دراسته مستخدماً المنهج الإثنوجرافي للوقوف على مدى تأثير الخصائص الديموجرافية والثقافية للجمهور في اتجاهاته نحو القصص والتقارير الإخبارية المنتجة ألياً، وإجراء المقابلات المتعمقة مع مستخدمي الأخبار في الصين والولايات المتحدة، بهدف التعرف على اتجاهات الجمهور نحو القصص والتقارير الإخبارية المنتجة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي. ووظف الباحثان (Joachim Scholz & Kat Duffy, 2018) المنهج الإثنوجرافي في دراستيهما وإجراء المقابلات المتعمقة مع المستهلكين، بهدف استكشاف كيفية توظيف تطبيقات التسوق بالواقع المعزز عبر الهواتف المحمولة في التسوق وتعزيز العلاقة بين المستهلكين والعلامات التجارية وهم داخل المنزل.

٨- أخرى تذكر:

تبنت دراسة (رالا عبدالوهاب وهبة محمد شفيق، ٢٠١٧) النمط المعياري عبر مجموعة من السيناريوهات البديلة المتعلقة بمستقبل الصحافة المطبوعة وتحدياتها، واستخدمت أسلوب دلفي في تكرار سؤال الخبراء والأكاديميين حول مستقبل صحافة البيانات في مصر، ووظفت أدوات الاستبانة والمقابلة مع عينة قوامها (٣٢) مفردة من الخبراء والصحفيين والأكاديميين. تكشف نتائج التحليل عن وجود درجة كبيرة من الاتساق بين طبيعة الإشكاليات والموضوعات المدروسة، وطبيعة الأهداف التي سعت هذه الدراسات إلى تحقيقها، وبين الأطر المنهجية المستخدمة، كما تشير في الجانب الآخر إلى غلبة توظيف الأطر المنهجية التقليدية مثل منهج المسح الإعلامي، مقابل محدودية استخدام وتوظيف مناهج أخرى مثل دراسة الحالة والمنهج الإثنوجرافي، ودراسة العلاقات الارتباطية، رغم ارتباطها بشكل كبير بطبيعة القضايا والإشكاليات المدروسة، وتظهر هذه الإشكالية خاصة في الدراسات العربية التي اعتمدت على توظيف الأطر المنهجية التقليدية السائدة، دون الاهتمام بتوظيف المناهج والأساليب الأكثر تقدماً أو إحداث نوع من التكامل بين هذين النمطين من المناهج البحثية.

### ٣- أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسات عينة التحليل:

جدول رقم (٥)

#### أدوات جمع البيانات المستخدمة

م	أدوات جمع البيانات	ك	%
١	الاستبيان	٨٦	٩٣.٨
٢	تحليل المحتوى	٧٤	٧٢.٥
٣	المقابلات	٦٢	٥١.٢
٤	تحليل الوثائق	٤	٢.٣
٥	أكثر من أداة ( استبيان، تحليل المحتوى، المقابلات، الملاحظة )	٦٢	٥١.٢
	الإجمالي	١٧١	١٠٠

تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى أن الدراسات والبحوث عينة التحليل قد تباينت في استخدامها لأدوات جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالقضايا والظواهر المدروسة ببحوث

تحرير الصحف الإلكترونية، وتكشف النتائج عن وجود مجموعة متنوعة من أدوات جمع البيانات التي تم الاعتماد عليها، يأتي في مقدمتها أداة الاستبيان بنسبة ٩٣.٨% من إجمالي الدراسات التي خضعت للتحليل، يليها أداة تحليل المحتوى بنسبة ٧٢.٥%، ثم أداة المقابلات المتعمقة، واستخدام أكثر من أداة مثل الاستبيان، تحليل المحتوى، المقابلة، الملاحظة ( بنسبة واحدة لكل منهما بلغت ٥١.٢%، وأخيراً جاءت أداة تحليل الوثائق في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢.٣%.

وتكشف نتائج التحليل وجود درجة كبيرة من الاتساق بين أدوات جمع البيانات التي تم توظيفها في إطار الدراسات وبين أنماط هذه الدراسات وأطرها المنهجية، ووجود تعدد وتنوع الأدوات البحثية التي وظفتها الدراسات التي خضعت للتحليل لخدمة أهدافها البحثية، ما بين أدوات كمية باستخدام استمارة الاستقصاء، وأدوات كيفية باستخدام تحليل المحتوى والوثائق والتقارير والمقابلات المتعمقة ومجموعات النقاش المركزة.

كما كشفت النتائج عن اعتماد عدد كبير من الباحثين على أدوات الاستبيان وتحليل المضمون، وهو ما يشير إلى النمطية والجمود في استخدام أدوات جمع البيانات، وعدم التفكير في استخدام أدوات أخرى تكتشف وترصد جوانب جديدة في الموضوعات المدروسة، إلا أن هناك عدد من الدراسات اعتمدت على أكثر من أداة في جمع بيانات ومعلومات الدراسة والتي بلغت نسبتها ٥١.٢% من إجمالي الدراسات عينة التحليل، إلا أنه يلاحظ أن الدراسات التي استخدمت أكثر من أداة في جمع البيانات، خاصة تلك الدراسات التي شارك في إجرائها أكثر من باحث، كانت أكثر عمقاً وأكثر تطوراً على المستويين المنهجي والتحليلي، مقارنة بغيرها من الدراسات الأخرى.

### أهم نتائج بحوث تحرير الصحف الإلكترونية

- من أهم نتائج الدراسات التي تناولت تحرير المضمون الصحفى بالمواقع الإلكترونية:

- ١- يحكم صياغة القرار التحريري عدة محددات منها القيم الإخبارية والأخلاقيات المهنية والسلطة السياسية والسياسة التحريرية لكل صحيفة وشخصية رئيس التحرير، وضغوط الملاك والمعلنين، بالإضافة إلى التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى في تحقيق سبق الصحفى.
- ٢- أهمية التنوع في الاستراتيجيات التكنولوجية المستخدمة في إنتاج المحتوى الصحفى وخاصة دمج مقاطع الفيديو في الطباعات الرقمية وتوزيعها على وسائل الإعلام الاجتماعية باستخدام تقنيات معقدة وجودة عالية لضمان زيادة الإيرادات وتعزيز التنافسية.
- ٣- توجد زيادة مضطردة في إنتاج الوسائط المتعددة بوسائل الإعلام الرقمية، إلا أن الأمر يتطلب ضرورة تكامل الأدوار والمهام بين فريق العمل داخل غرف الأخبار من أجل توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الخبرية (تصميم الرسوم والأشكال والصور والفيديوهات الداعمة للقصص) وتوفير الإمكانيات المادية والتكنولوجية التي تسهل عملية إنتاج الوسائط المتعددة وتوظيفها بصورة جيدة.
- ٤- أهمية الوسائط المتعددة في جذب انتباه الجمهور، وتعزيز العمليات الإدراكية من فهم وإدراك وتذكر المستخدمين للمضمون الصحفى المقدم، حيث أكدت نتائج الدراسات عينة التحليل وجود علاقة قوية بين توظيف الوسائط المتعددة ومستوى معرفة وفهم وتذكر الجمهور للمضمون الصحفى.

### - من أهم نتائج الدراسات التي تناولت صحافة البيانات:

- ١- وجود تفاوت واضح بين المواقع العالمية والمواقع المحلية في توظيف صحافة البيانات، ويرجع ذلك لاعتماد المواقع العالمية على مصادر متخصصة من العلماء والباحثين، بينما تعتمد المواقع المحلية ومنها العربية على المصادر الرسمية بغض النظر عن التخصص الذى يفرضه



طبيعة الموضوع، بالإضافة إلى ارتفاع درجة التفاعلية والمشاركة بالمواقع العالمية مقارنة بالمواقع المحلية والعربية.

٢- شيوع الاعتماد على صحافة البيانات في غرف الأخبار ووسائل الإعلام الأجنبية سواء بوجود وحدة متكاملة لصحافة البيانات أو على الأقل وجود صحفي واحد متخصص أو أكثر في مجال صحافة البيانات، مقارنة بما هو قائم في غرف الأخبار بالمواقع الصحفية، وأن صحافة البيانات تستخدم من الأساليب التي تجعلها أكثر دقة وشفافية من الصحافة التقليدية وذلك من خلال ما تعتمد عليه من إحصائيات وأرقام علمية دقيقة.

٣- تأثير العرض البصري لمحتوى صحافة البيانات ومستوى تفاعلية القراء معها، حيث أن إضافة الخرائط التفاعلية والرسوم البيانية ومقاطع الفيديو إلى المحتوى الإخباري يزيد من مدى التفاعل حول التفاصيل الإخبارية، كما أن تقديم الأخبار في شكل رسوم بيانية يبرز جانباً إرشادياً لمن هم أقل معرفة واهتماماً بالموضوعات الإخبارية، وتفوق الرسوم التفاعلية على الرسوم الثابتة والمتحركة فيما يتعلق بفهم وتذكر المضمون الاقتصادي.

٤- أبرزت النتائج الأخلاقيات والمعايير المهنية لصحافة البيانات والتي يجب على الصحفيين مراعاتها، ومنها تحمل الصحفيين مسؤولية ما ينشرونه من بيانات في قصصهم الإخبارية المدعومة بالبيانات، ووضع البيانات في سياقها بحيث لا تكون مجرد بيانات صماء، مع ربطها بالأحداث المجتمعية المحيطة بحيث تكون أقرب للقارئ، مع ضرورة احترام حق الفرد، الدفاع عن المصالح العامة، التوازن وعرض وجهتي النظر، والالتزام بالأخلاقيات والآداب العامة للمجتمع.

٥- جاءت أبرز التحديات الرئيسية التي تواجه أساليب عمل صحافة البيانات كما يلي:  
أ- نقص الوقت والموارد المادية والإمكانات التكنولوجية المتاحة لاستخدام وتوظيف صحافة

البيانات.

ب- إشكاليات توافر البيانات وصعوبة الوصول إليها بسبب القيود التي تفرضها الدول على تداول المعلومات، وارتباطها بالمصادر الرسمية في كثير من الدول ومنها الدول العربية.

ج- تدنى مستوى مهارات الصحفيين في بناء قواعد البيانات وتحليلها إحصائياً، وقدراتهم على تحويلها لمنتج معلوماتي بصري جذاب للمتلقين، والحاجة إلى التدريب وتطوير مهارات صحافة البيانات.

- من أهم نتائج الدراسات التي تناولت الصحافة المرئية الرقمية:

١- (Linwan Wu, et.al, 2020), (Shengcen Zhang, : دراسات نتائج أكدت- ١

دقة على (Safa Mahmoud, 2018), (Peter Schen, et.al, 2017), (et.al, 2017)

ومصادقية المعلومات والبيانات المنشورة عبر صحافة الفيديو، وارتفاع درجة متابعة وتفاعل

الجمهور مع المحتوى المرئي، إلا أن هذه النتائج لا تتفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسات:

(Mayoral Sanchez, et.al, 2016)، (إيناس محمود حامد، ٢٠١٠)، (غادة عبدالنواب

اليمني، ٢٠١٠) والتي توصلت إلى عدم التزام ملفات الفيديو بالمواقع الصحفية بالمعايير المهنية،

الاعتماد على الأساليب العاطفية في عرض الموضوعات، عدم التوازن الواضح في عرض

وجهات النظر المختلفة عند معالجة الموضوعات والأخبار، عدم الموازنة بين القيم المهنية للخبر

وتحقيق السرعة والسبق في نشر الفيديو، غياب الموضوعية والتعبير الواضح عن نمط أيديولوجي

معين تتحكم فيه عوامل ومتغيرات متشابكة، وأخيراً عدم الموازنة بين حجم الحدث الذي يتضمنه

الفيديو والتوصيفات الموضوعية.

٢- تركزت دوافع استخدامات الجمهور لصحافة الفيديو والاشباع المتحققة منها حول:

استخدامات مقاطع الفيديو في الحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث الجارية، تصوير

الحقائق ونقلها إلى الجمهور بصورة فورية، التأكيد على فكرة تمكين المواطن من خلال تطوير شكل بديل للصحافة التقليدية، تشجيع المواطنين على التفاعل المباشر، أكثر واقعية وملاءمة للأحداث،

تحاول صحافة الفيديو عمل تقييم شامل للأحداث الجارية، بالإضافة إلى الاستفادة منها في مجال التعليم، وأخيراً جاءت الدوافع النفسية في مقدمة دوافع استخدام الجمهور لمقاطع الفيديو في التزود بالمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية.

٣- أكدت النتائج على ظهور نمط صحفى جديد من صحافة الفيديو قائم على دمج مشاركات الجمهور مستخدمى الانترنت مع المضامين الصحفية بالمواقع الإلكترونية، والتحكم في أنماط السرد القصصى البصرى بما يتوافق مع حارس البوابة والسياسة التحريرية للمواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى توظيف المواقع الإخبارية مقاطع الفيديو كمصدر إضافى للإيرادات من خلال الإعلان عبر اليوتيوب.

**- من أهم نتائج الدراسات التي تناولت صحافة الهاتف المحمول:**

١- أهمية نشر الثقافة الرقمية والتعاون بين الصحفيين من أجل تطبيق تكنولوجيا الهاتف المحمول داخل غرف الأخبار لإنشاء محتوى صحفى متميز.

٢- اهتمام الصحفيين باستخدام تطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار بسهولة ويسر الحصول على الأخبار وارتفاع درجة مصداقيتهم في الأخبار المتداولة عبر التطبيق.

٣- توظيف الإعلاميين لتطبيقات الهواتف الذكية في إنتاج المحتوى الإخبارى بسهولة نشر ومشاركة المحتوى الإعلامى مع الجمهور والتفاعل معهم، والسرعة في متابعة الأحداث، وسهولة الحركة وتوفير الوقت والجهد، وإنجاز عملهم بسرعة ودقة غير تقليدية، ومتابعة تطورات

الأحداث والتعرف على ما يقدم في المجموعات الإخبارية المختلفة واستكمال المعلومات بسرعة حول الحدث الذى يقوم بتغطيته، بالإضافة إلى سرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات من خلالها. ٤- نشر الأخبار من خلال منصات متعددة بدلاً من الاعتماد فقط على فريق من صحفىي الهاتف المحمول.

٥- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في امتلاك شبكة اتصال داخلية لتبادل المواد التحريرية بين القيادات الصحفية والمحررين، وتقليل مراحل الإنتاج الصحفى.

٦- الاستفادة من تطبيقات الهاتف المحمول في تحسين الأداء التحريرى بداية من جمع المعلومات ومعالجتها وتحريرها حتى مرحلة النشر أو البث، كذلك ساهمت التطبيقات الاجتماعية للهاتف المحمول في تحسين بيئة العمل الصحفى من خلال توفير وسائل جديدة للتواصل بين الصحفيين من ناحية والتواصل مع الجمهور من ناحية أخرى، بالإضافة إلى إنتاج مضمون صحفى على درجة عالية من الدقة والمصداقية معتمداً على النصوص والصور ومقاطع الفيديو.

٧- التأكيد على أن لصحافة الهاتف المحمول دور إيجابى في تطوير أداء الصحفيين لمهامهم العملية، وضرورة إعداد نظام أخلاقى للحد من ظاهرة التضليل الإعلامى وانتشار الأخبار الكاذبة، وتعزيز قدرات الصحفيين وتأهيلهم عبر الدورات التدريبية في مجال صحافة المحمول وإتاحة الإمكانيات التكنولوجية المتطورة.

٨- ضرورة تدريس صحافة الهاتف المحمول لطلاب كليات الإعلام وتدريبهم على التعامل معها واستخدامها بالشكل الأمثل في إنتاج المحتوى والقصص الصحفية الخاصة بهم.

٩- من أبرز دوافع اعتماد الجمهور مستخدمى الهاتف المحمول على التطبيقات الإخبارية في متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات، والتواصل الاجتماعى مع الآخرين وتبادل الأفكار، والتفاعل مع الأخبار المنشورة عبر الهاتف المحمول وخاصة بمواقع التواصل الاجتماعى سواء بالتعليق أو مشاركة الخبر، مقارنة بأشكال استهلاك الأخبار الرقمية الأخرى.

٠١ - من العوامل التي تعمل على زيادة استخدام صحافة الهواتف الذكية: خصائص وإمكانات التطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية، سهولة استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، جودة تنظيم تطبيق صحافة الهواتف، وتقديم مضامين إخبارية متنوعة وتحليلات متعمقة للأحداث. ١١ - من معايير استخدام التطبيقات الإخبارية: سهولة القراءة العالية على نظام التشغيل، وجود خيارات لعرض الصوت والفيديو، التحديث السريع، إتاحة الأخبار بكل اللغات، سلاسة الإبحار وتميز واجهة المستخدم الرسومية بالتفاعلية.

٢١ - الاعتماد على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر لتلقي الأخبار، والتطبيقات الإخبارية News Apps كتطبيق CNN والتطبيقات المتخصصة مثل News وتطبيقات المراسلة الفورية أو النصية.

٣١ - من أهم العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور لتطبيقات الهاتف المحمول هي إدراك سهولة الاستخدام والاستفادة المدركة والنوايا السلوكية وخبرات الاستخدام والكفاءة الذاتية المتصورة والاتجاهات.

٤١ - من أهم أسباب اعتماد الجمهور على صحافة الهاتف المحمول: سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات وسهولة الاستخدام وقلة التكاليف، تتيح أشكالاً متعددة للمعلومات نصوياً وصوراً ورسوماً وفيديو، فضلاً عن إمكانية التأكد من المصادقية، وارتفاع حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة المتابعة لأنواع صحافة الموبايل.

٥١ - الشباب أكثر الفئات العمرية متابعة للأخبار من خلال الصحف الرقمية وتطبيقات الهواتف المحمولة، وتقسيم محتوى التطبيق إلى موضوعات أكثر يسراً في العثور على ما يبحثون عنه، بالإضافة إلى تفضيل تطبيق The NYT Now الذي يتيح تنظيم عرض الأخبار من خلال تقديمها في كتل تتضمن الأخبار والأحداث.

٦١ - من أبرز التحديات التي تواجه توظيف تطبيقات الهاتف المحمول داخل غرف الأخبار الرقمية هو قلة عدد الصحفيين المدربين تدريباً عالياً على توظيف تطبيقات الهاتف المحمول والذكاء الصناعي في إنتاج التقارير والقصص الإخبارية المدعومة بالبيانات والصور ومقاطع الفيديو، ومن سلبيات الهواتف الذكية سهولة اختراقها وإشكالية حقوق الملكية الفكرية من خلال صعوبة توثيق المحتوى المنقول، ضعف البنية التحتية لخدمات الإنترنت، والخوف من قرصنة الهاتف المحمول، وضعف خدمات الإنترنت بموقع الجريدة، وصعوبة التعامل مع بعض التطبيقات.

- من أهم نتائج الدراسات التي تناولت صحافة الواقع الافتراضي والواقع المعزز:

١ - أن صحافة الواقع الافتراضي لديها القدرة على تعزيز القصص الخبرية من خلال تقديم الخبرات والبيئات المختلفة التي يصعب على الجمهور الوصول لمعظمها، وأن قدرتها على التأثير في الجمهور أقوى من تأثير القصص الأخرى التقليدية.

٢ - يضيف محتوى صحافة الواقع مسارات جديدة في سرد القصص الخبرية تساعد المستخدمين على فهم أكثر للقصص الإخبارية والتفاعل معها ومشاركتها مع الآخرين، ويستطيع المتلقي تحديد ما يجب قبوله وما يجب رفضه.

٣ - تتأثر مصداقية الواقع الافتراضي بذاتية صانع المحتوى سواء بتضخيم أحداث الواقع أو العكس.

٤ - تتيح تقنية الواقع المعزز تفاعلاً أكبر من المستخدمين مع المعلومات من خلال الانغماس والتعزيز والتواجد في كل مكان عبر بعض تطبيقات الهواتف الذكية، وأضفى مزيداً من المتعة وفهم محتوى القصة بالنسبة للجمهور.

- ٥- ساهم الواقع المعزز في تعزيز التسوق لدى الجمهور وزيادة مستوى نواياهم الشرائية عبر تطبيقات الهاتف المحمول وهم داخل المنزل دون اللجوء إلى النزول إلى أماكن التسوق، وزيادة فهم المستهلكين لخصائص المنتج وتوطيد العلاقة بين المستهلكين والعلامات التجارية.
- ٦- استخدام تطبيق الواقع المعزز في التدريس له تأثير واضح وقوى على مستويات التحصيل الدراسي والمعرفي للطلاب.
- ٧- اقتراح سيناريو مستقبلي لتحديد التأثير الأخلاقي لغرس الواقع المعزز في تدفق المحتويات

الإعلامية. ٨- يوجد قصور في توظيف تطبيقات تكنولوجيا الواقع المعزز والمختلط في المواقع الصحفية المصرية والعربية، بالإضافة إلى نقص الخبرات والكفاءات المهنية في هذا المجال، ما يترتب عليه ضرورة توفير الإمكانيات التكنولوجية اللازمة وتنظيم دورات تدريبية متخصصة لمصممي

- ومطوري المواقع الإلكترونية عن تطبيقات الواقع الافتراضي والمعزز في المواقع الصحفية.
- ٩- أهمية استخدام تقنيات التصوير الغامر ٦٣ ٠ درجة في إنتاج المضامين الإعلامية سواء للوسائل المطبوعة أو المرئية أو منصات التواصل الاجتماعي لأنها تزيد من جذب انتباه الجمهور وتوفير درجة عالية من التفاعلية مع الجمهور، وعرض تفاصيل الأحداث بطريقة احترافية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
- ١٠- يساعد التصوير الغامر المتلقى على التفاعل والغمر داخل أحداث القصة الإخبارية، وعدم اقتصار دوره على المشاهدة فقط، بغض النظر عن مكان وقوع هذه الأخبار، بالإضافة إلى الوصول إلى درجة عالية من الفهم والمشاركة والمتعة.
- ١١- يأتي موقع اليوتيوب في مقدمة المواقع التي تعرض التقارير والقصص الإخبارية المنتجة بتقنيات التصوير التلفزيوني الغامر ٦٣ ٠ درجة من ناحية الجودة والعمق المعلوماتي ومشاركة الشخص مع الأخبار وإثارة التعاطف والاندماج مع القصص الصحفية الغامرة.
- ٢١- يجب أن يركز التطوير المستمر للصحافة الغامرة على أربعة مجالات: الأول: الاستفادة من الواقع الافتراضي في إنتاج القصص الخبرية، الثاني: أساليب السرد المعتمد على تقنيات VR، الثالث: نظرية الإدراك، الرابع: نظريات أخلاقيات الصحافة والتي تؤكد على أهمية التزام الصحافة الغامرة بالدقة والتوازن والموضوعية والشمولية في عرض القصص الإخبارية.

- من أبرز نتائج الدراسات التي تناولت صحافة الذكاء الاصطناعي:

- ١- تمثل تقنيات الذكاء الاصطناعي تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي، حيث تسمح للصحفيين بمعالجة كم كبير من البيانات في فترة زمنية محدودة، وإنشاء قصص إخبارية من هذه البيانات تلقائياً، بالإضافة إلى تقديم تغطية أكثر تنوعاً.
- ٢- يرى الصحفيون أن استخدام الذكاء الصناعي يعتبر بمثابة تغيير شامل في العمل الصحفي نتيجة المهام المتعددة والمتنوعة التي تقوم بها تلك التكنولوجيا في العمل الصحفي، والسرعة والدقة في معالجة البيانات وسرعة نشر المعلومات إلى الجمهور، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد على الصحفيين.
- ٣- إن الاندماج الإعلامي بغرف الأخبار واستخدام منصات متعددة يمثل خياراً استراتيجياً يجب اتخاذه من قبل المؤسسات الإعلامية، لتوسيع أسواقها في المستقبل بما يتماشى مع تقنيات الاتصالات المتطورة وثقافة الجمهور المتغيرة.
- ٤- إمكانية بناء علاقات تفاعلية بين البشر والروبوتات وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات المنظمة من مصادر متعددة وتحويلها إلى قصص إخبارية سردية وملفات مسموعة ومرئية.

- ٥- من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المؤسسة الصحفية للتقنيات الحديثة في الجمع والتحرير والإخراج الصحفى واتجاهها نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية.
- ٧- ساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أشكال جديدة من عرض القصص الخبرية ومنها الاعتماد على الواقع الافتراضى VR حيث يتم عرض الأخبار في صورة تشبه الأفلام ثلاثية الأبعاد تجعل المشاهد يعيش تجربة الخبر كأنها واقع وهو عضو مشارك فيه.
- ٨- عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبنى أنظمة الجودة، بجانب عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه النقطة.
- ٩- من أهم التحديات التي تقف أمام توظيف هذه التقنيات تتمثل في التحديات التقنية والتكنولوجية، ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية فالتحديات الاقتصادية والمهنية والأخلاقية.
- ١٠- أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تمثل تهديداً على أخلاقيات الصحافة وإنما تعتبر قيمة مضافة للصحافة في العصر الرقمي، من خلال كشف الشائعات والأخبار المزيفة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً تعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين عمل الصحفيين وتفرغهم للمهام الإبداعية بدلاً من استبدالهم، وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي لا يمثل تهديداً للفائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.
- ١١- تفضيل جمهور القراء للمحتوى الصحفى الذى يكتبه الصحفيون من حيث سهولة القراءة والوضوح والجودة العالية، وتقديم قصصاً إخبارية متعمقة، ودرجة عالية من الموضوعية والمصدقية مقارنة بالصحافة الآلية، إلا أن هذه النتائج لا تتفق مع النتائج التي توصلت إليها (S.K.Biswaland & N.K.Gouda, 2020), (Andreas Graefe, 2018), (Jane Johnston & Susan Ford, 2017) في أن الموضوعات والأخبار الآلية أكثر مصداقية وأعلى جودة في تغطيتها من القصص المكتوبة من قبل الصحفيين، وأهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.