

The Impact of Digital Media Technology on the press Content Industry

– A Field Study on Communicator –

Mayaser Waleed Simbawa

College of Social Sciences || Umm Al-Qura University || KSA

Abstract: This study aimed to identify the impact of digital media technologies on creating news materials from the perspective of communicators of Saudi Journalists and Content Creators who's working in the field of media. The researcher used the Descriptive Approach and relied on the Questionnaire as a data collection tool over a Sample of (150) Saudi Journalists and Content Creators selected from the staff working for Saudi newspapers across the Kingdom of Saudi Arabia. The main results are summarized as follows: There was a positive relationship between journalists' use of digital media technologies in the content creation and the rate of dependence on it, in addition to the presence of statistically significant differences in favor of females in their permanent use. The study also indicated that 74% of communicators use digital media technologies to a large extent in producing content materials, but only 58% showed their familiarity with the methods of its production, as 90.7% of them stressed the need for an independent media production team, which indicates the gap in skills that they should acquire. The communicators agreed that the multiplicity of storytelling is one of the most important effects of the use of digital media technologies in editorial content, while the most prominent difficulties were represented in the time element being an obstacle to learning new technologies, which leads to an increase in their working hours .

The study suggests starting a professional training program for Journalists to help them learn new digital media skills to use it in making news stories, push them to acquire Multi-Skilled Journalist potentials.

Keywords: Journalism - digital media - content industry - communication technology - social networking sites.

تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي

– دراسة ميدانية على القائم بالاتصال –

مياسر وليد سمباوه

كلية العلوم الاجتماعية || جامعة أم القرى || المملكة العربية السعودية

المستخلص: هدفت الدراسة للتعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى السعوديين العاملين في مجال الصحافة في المملكة العربية السعودية، حيث سعت إلى تحديد التكنولوجيات الأكثر استخداماً من قبلهم والكشف عن علاقتها بتطور أدائهم وتغير أدوارهم في الفضاء الرقمي، وذلك بإجراء مسح ميداني باستخدام الاستبانة على عينة عمدية بلغت (150) مفردة من المتخصصين في صناعة المحتوى. وتلخصت أهم النتائج في وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائية لصالح الإناث في استخدامهم لها بصورة دائمة. كما أوضحت بأن 74% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بدرجة كبيرة ولكن 58% فقط أظهروا إلمامهم بطرق إنتاجها، حيث

أكد 90.7% منهم على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، مما يدل على الفجوة في المهارات التي ينبغي عليهم اكتسابها.

واتفق القائمون بالاتصال على أن تعدد السرد القصصي هو من أهم تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي، أما أبرز صعوباتها فتمثلت في وقوف عنصر الوقت عائقاً في تعلم التقنيات الجديدة مما يؤدي إلى زيادة ساعات عملهم، لذا توصي الباحثة بتكثيف تدريب القائمين بالاتصال على إنتاج الوسائط الرقمية بشكل محترف في صناعة القصص الإخبارية ودفهم لاكتساب مهارات الصحفي الشامل، وتشجيعهم على التعلم الفردي وامتلاك المهارات الرقمية مثل تحليل الجمهور ومواكبة الرائج، لتحقيق الاستخدام الأمثل من توظيف تكنولوجيا الإعلام الرقمي في محتوى الصحف عبر الإنترنت وعدم اقتصره على نسخ المضامين المطبوعة، ومراعاة اختياره قالب المناسب للمواد الإخبارية بعد دراسة الجمهور بطريقة دقيقة لإيصال الرسالة الاتصالية بشكل سليم.

الكلمات المفتاحية: صحافة - إعلام رقمي - صناعة المحتوى - تكنولوجيا الاتصال - مواقع التواصل الاجتماعي.

المقدمة.

أتاحت ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفرصة لوسائل الإعلام بأن تنتقل إلى حالة غير مسبوقة من التطور خلال العقد الماضي، فقد شهدت الصحف بعد أن كانت المصدر الرئيسي للأخبار حالات من التراجع في تداولها بسبب التحول الرقمي وظهور الشبكات الاجتماعية، مما أدى بالكيانات التقليدية إلى تبديل مسار نشر المواد الصحفية استجابة لرغبات واحتياجات المتابعين الحديثة، وذلك في إطار مواصلة عملها كأدوات للنقل، وهو ما تبعه ظهور تحولات كثيرة ذات صلة بهويتها ورسالة الصحافة المعاصرة وأدوارها وممارساتها؛ حيث وجدت نفسها أمام تحديات جديدة.

وتعد تكنولوجيا الإعلام الرقمي من أبرز هذه التحديات، فقد سببت من خلال المكونات الفنية للوسائط الحديثة مثل الصوت (البودكاست) والفيديو القصير (التقارير المصورة) والتصميم (الإنفوجرافيك) تأثيراً هائلاً على الممارسة المهنية من خلال دفعها بالصحفيين لإعادة تحديد أدوارهم واكتساب المزيد من المهارات، فلم يعد يقتصر الأمر على إنشاء النص الجيد، بل واستخدام الوسائط الرقمية في استعراضه وتبني الأساليب المستحدثة فيه كالسرد القصصي، وذلك من أجل تحقيق التميز ومواكبة المرحلة التي تمر بها صناعة المحتوى الصحفي، خصوصاً في ظل استقطاب المؤسسات للشباب من منشئي المحتوى في مختلف المجالات لإنتاج المضامين عن طريقها. فالصحف التي عاصرت التحول وجات الاندماج الإعلامي الرقمي استطاعت أن تعيد أهميتها واستحقاقها لمكانتها في الساحة، واكتساب فئة جديدة من المتابعين والقائمين بالاتصال على حد سواء، الذين اضافوا المزيد من الاثراء للمضمون الصحفي وناقسوا به جهات صناعة المحتوى ذو التوجهات الصحفية الجديدة، اما المتأخرة التي لم تواكب، فأصابتها الركود وتوقفت عن النشر نهائياً.

مشكلة الدراسة:

يعيش العالم مرحلة جديدة تقوم فيها الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بدور حيوي ومؤثر في كافة المجالات، إذ تغيرت كل أنماط العمل والترفيه والتعليم إلى الرقمية الكاملة، هذا التغيير شمل صناعة الصحافة، وعكست التكنولوجيا الرقمية تأثيرها على الممارسات الصحفية بمجموعة من الفوائد تتمثل في التعاون الجيد بين المؤسسات الإخبارية، وخلق صحفيين أكثر كفاءة وقدرة، وعمليات جمع للأخبار المتقاربة من وسائل الإعلام المختلفة، واستخدام الوسائط الرقمية المتعددة لعرض القصص الخبرية، ومشاركة المحتوى مع الجماهير (Tan, Et al., 2011, 610) فأصبحت صناعة المادة الصحفية أكبر من مجرد تحويل المواد المطبوعة إلى نسخ رقمية، بل لصناعة محتوى صحفي تفاعلي باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي للوصول إلى الجماهير، هذا التحول أدى إلى زيادة الحمل على القائمين

بالإتصال في الصحافة للمواكبة وتنمية قدراتهم، ولكنه في نفس الوقت أتاح الفرصة لصنّاع المحتوى المتخصصين في الإعلام على ممارسة خبراتهم في عرض القصص الخبرية والمواد الصحفية باستخدام الوسائط الرقمية المتعددة.

أسئلة الدراسة:

وبناء على ما سبق؛ تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي من منظور القائم بالاتصال؟

وينبثق منه الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي؟
- 2- ما أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي التي يستخدمها القائمين بالاتصال في الصحف السعودية؟
- 3- ما المضامين الصحفية التي يستخدم بها القائمون بالاتصال تكنولوجيا الإعلام الرقمي؟
- 4- إلى أي مدى أثرت تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي على الممارسات الصحفية؟
- 5- ما دور التدريب الصحفي للقائمين بالاتصال على استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في تقديم المحتوى الصحفي؟
- 6- ما إيجابيات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي رقمياً؟
- 7- ما الصعوبات التي تواجه القائمين بالاتصال في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي أثناء صناعة المحتوى الصحفي؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية دالة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي وكلاً من المتغيرات الآتية:
 - معدل الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام الرقمي.
 - معدل المعرفة بتكنولوجيات الإعلام الرقمي وطرق إنتاجها.
 - درجة استخدام القائمين بالاتصال أو استخدام الجهة التي يتبع لها لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي.
2. توجد فروق دالة إحصائية في تأثيرات القائمين بالاتصال من استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى وفقاً للمتغيرات التالية: النوع - التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة.
3. توجد فروق دالة إحصائية في استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى وفقاً للمتغيرات التالية: النوع - التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة.

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي.
- 2- تحديد تكنولوجيات الإعلام الرقمي المستخدمة في نشر المحتوى الصحفي رقمياً.
- 3- التعرف على المضامين الصحفية التي يستخدم بها القائمون بالاتصال تكنولوجيا الإعلام الرقمي.
- 4- الكشف عن علاقة تكنولوجيا الإعلام الرقمي بصناعة المحتوى الصحفي وعلاقتها بتطور الأداء.
- 5- التعرف على دور التدريب الصحفي في تطوير مهارات القائمين بالاتصال في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي لصناعة المحتوى الصحفي.

- 6- الكشف عن إيجابيات استخدام أساليب صناعة المحتوى الرقمية في الصحف من وجهة نظر القارئ بالاتصال.
- 7- الوقوف على الصعوبات التي تواجه الصحفيين في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي.

أهمية الدراسة:

- 1- قلة الدراسات التي تناولت القارئ بالاتصال في مجال الإعلام الرقمي.
- 2- اتساع مفهوم "صناعة المحتوى" وشمله للقطاعات الإعلامية والصحفية واعتماد بعض الصحف لمفهوم صناعة المحتوى في مختلف مراحل إنتاج ونشر العمل الصحفي.
- 3- قلة الدراسات العربية حول صناعة المحتوى الصحفي.
- 4- توجه الصحف إلى تفضيلات الجمهور الحديثة في الحصول على المواد الإخبارية بطريقة الأسلوب القصصي التي تستخدم تكنولوجيا الإعلام الرقمي كالإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة.
- 5- اتساع مفهوم القارئ بالاتصال في الصحف وعدم اقتصره على الصحفيين الممارسين.
- 6- من المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة في تقديم فهم نظري لطبيعة العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي وتأثيرها على صناعة المحتوى الصحفي الحالية لدى القارئ بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى.

حدود الدراسة:

- حدود موضوعية: تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي.
- حدود بشرية: تم تطبيق الدراسة على القارئ بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى السعوديين.
- حدود مكانية: المملكة العربية السعودية.
- حدود زمنية: تم تطبيق الدراسة في الفصل الدراسي الثاني 1441هـ (2020)

مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية

- تكنولوجيا الإعلام الرقمي اصطلاحاً - الإعلام الرقمي: العملية الاتصالية التي يتم من خلالها تدفق المعلومات، ونشر البيانات وتبادلها، عبر طرق لاسلكية باستخدام شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة والتكنولوجيا الحديثة. (الغامدي، 2017، ص31)
- وتكنولوجيا الإعلام الرقمي: هي مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة، والتصوير الفوتوغرافي، والصوت، والفيديو. (رمضان، 2017، ص20)
- تكنولوجيا الإعلام الرقمي إجرائياً: الوسائط الرقمية من النصوص، والصور، وتصاميم الجرافيك، والبودكاست، والصور المتحركة والفيديوهات القصيرة، التي يمكن نقلها عبر الشبكات الاجتماعية، للتواصل مع الجمهور وجذب انتباهه لتقديم المحتوى الصحفي الرقمي بطريقة تفاعلية.
- صناعة المحتوى اصطلاحاً: يشير مصطلح المحتوى أو المضمون (content) في علوم الاتصال أنه كل ما يقوله الفرد من عبارات أو ما يكتبه أو يرمزه، وهو المعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي يخرج بها، والأحكام التي يقترحها، بأهداف اتصالية مع الآخرين، أما صناعة المحتوى فهي عملية بناء المحتوى والمعلومات الحاملة للقيمة من قبل صناع المحتوى، سواء كانوا مؤسسات أو أفراد. (الغامدي، 2017، ص31)
- صناعة المحتوى إجرائياً: هي عملية إنشاء وإعداد نصوص للموضوعات والمضامين الرقمية المكتوبة والمرئية والمسموعة، وجعلها في متناول الجميع عن طريق الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، كمدونة، أو فيديو، أو

- إنفوجرافيك، أو بأي تنسيق آخر من أجل خلق تفاعل إيجابي، وعادة ما تستهدف جمهوراً محدداً في سياقات معينة. والمحتوى هو الأساس لأي عمل، فلا يمكن بناء شيء دون كلمات سواء كانت ظاهرة أو مخفية.
- القائم بالاتصال اصطلاحاً: من يعمل على إنتاج رسالة محمّلة بالمعاني، يوجهها عبر وسائل اتصال آلية إلى الجمهور المتلقي. (العيساوي والقاسمي، 2017، ص4)
 - القائم بالاتصال إجرائياً: الصحافي أو صانع المحتوى الرقمي الذي يعمل على إنتاج رسالة اتصالية إخبارية أو إبداعية باستخدام قوالب اتصالية حديثة مثل الفيديو أو الانفوجرافيك لنشرها في المنصات الصحفية والإعلامية التقليدية والرقمية بمختلف نسخها.

2- الإطار النظري والدراسات السابقة.

أولاً- الإطار النظري:

فرض ظهور تكنولوجيا الإعلام الرقمي واقعاً مختلف لممارسي العمل الصحفي؛ فقد خلق الفرصة للقائمين بالاتصال من إنتاج المواد الإعلامية الإخبارية بطرق حديثة ونشرها بأشكال متعددة في كافة الوسائل الرقمية المتاحة، مما عمل على تغيير مفهوم دور للقائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية، وتوسّع المسؤوليات على عاتقه، وتحديده لنوعية المهارات التي يجب عليه اكتسابها للوصول إلى جمهوره، ويلخص هذا المدخل النظري علاقة تكنولوجيا الاتصال بمهارات القائم بالاتصال في المجال الإخباري ومستقبله في صناعة المحتوى الصحفي الرقمي.

2-1-1- نظريات التطور التكنولوجي في الإعلام

1. نظرية الحتمية التكنولوجية

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية التي جاء بها الباحث مارشال ماكلوهان في النصف الثاني من القرن العشرين من أشهر النظريات الخاصة بعلاقة الوسيلة بالرسالة، فقد أكد بأنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام في استقلالية عن تكنولوجيا الوسيلة نفسها، لأن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال (ابن نصيب، 2019، ص129) ويمكن القول بأن الحتمية التكنولوجية عبارة عن تصورات لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، حيث اعتبر ماكلوهان أن وسائل الاتصال الإلكترونية غيرت توزيع إدراكنا الحسي، فامتداد أي حاسة يعدّل من طريقة تفكيرنا وإدراكنا للعالم من حولنا وتصرفاتنا بوصفنا أفراد فيه، فالفكرة الأساسية التي روجت لنظريته هذه هي اعتقاده بأن وسائل الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى قرية عالمية تتصل جميع أجزائها ببعضها البعض. (عبد العزيز، 2017، ص426)

2. الانتقادات الموجهة لنظرية الحتمية التكنولوجية:

انتقد ريتشارد بلاك رؤية ماكلوهان حول القرية العالمية بأنه لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر مبيناً أن التطور التقني الذي استند عليه ماكلوهان في وصفه للقرية استمر في التقدم مما أدى إلى تحطيمها وتغيير الاندماج الثقافي ووضع العديد في عزلة، ووصفت المزهرة (2018) هذا التطور بالتحول من التجميع إلى التفتيت أو اللامركزية، حيث اتاحت تقنيات الاتصال عدداً كبيراً من الخدمات على الإنترنت التي أصبحت تخاطب الأفراد وتلبى حاجاتهم ورغباتهم الذاتية. برغم ذلك تتفق الباحثة مع الرأي الذي أشارت إليه (عبد العزيز، 2017) حول الحتمية التكنولوجية التي تندد بأن الوسائل الإلكترونية سوف تربطنا مرة أخرى عن طريق العودة إلى التجارب الجماعية والثقافة الشفهية وتشجيع المساهمة والنشاط والإنتاجية بدل الانسحاب والعزلة والافتقار على التفكير، وتختلف عنها حول رؤيتها للمضمون حيث تعتقد بأن يوازي الوسيلة أهمية، فكلاهما مكمل للأخر.

2-1-2- تكنولوجيا الإعلام الرقمي.

1. مفهوم تكنولوجيا الإعلام الرقمي:

مجال الوسائط الرقمية سريع التوسع ومن المستحيل تحديد مفهوم واحد له، فلذلك التخصيص فيه أو في الاتصال الرقمي يتم بلورته إلى حد كبير من خلال الأفكار والتجارب الخاصة، فعرفت أبو جنبو (2016) تكنولوجيا الإعلام الرقمي بالوسائط الرقمية التي تشمل النص والصورة والصوت والرسوم التي يتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة تتفاعل مع بعضها وظيفياً في إطار نظام مؤسسي يتيح للمتلقى الوصول والتجول والاختيار الحر والمشاركة في بناء المعنى، وما يجمعها في التعريف المعاصر هو ارتباطها بتكنولوجيا المستجندات الرقمية من الحاسبات والشبكات التي فرضت المفهوم والتعريف في المجالات العلمية والمهنية والحياة العامة. ويعمل منتجي الوسائط الرقمية في الاتصال والإعلام على إنشاء أساليب للترفيه، والتصميم الجرافيكي، والإنتاج الفني، ويشمل ذلك برمجة الكمبيوتر والمعالجة عن بُعد والتصميم الجرافيكي والتصوير الفوتوغرافي وإنتاج الصوت والفيديو، وبناء مواقع الويب وإنشاء الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد، وغيرها. وتشكل طرق الاتصال الرقمي هذه معاً الطبيعة "المتعددة" للوسائط الرقمية.

2-1-3- أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي المستخدمة في الصحافة:

- النصوص الرقمية: برغم كون النص أسهل عناصر الوسائط الرقمية، ذكرت أحمد (2018) بأنه قد لا يكون الأفضل في إيصال الأفكار والمفاهيم والحقائق إلكترونياً؛ لذلك ينبغي التعامل معه بطريقة تختلف عن النص الطباعي وتقديم الرسالة الاتصالية من خلاله بأسلوب مبتكر ومثير بصرياً، مع مراعاة الدقة والإيجاز في العبارات التي يتم اختيارها واختزال النصوص الطويلة في كلمات قليلة ثقيلة في المعنى، ومزج النص بشكل متكامل لخلق أدوات وواجهات للعرض، ونشر الرسائل والبيانات.
- الصور الرقمية: كما أسهم التقدم التكنولوجي والتطور إلى ظهور ما يعرف بالصحافة الفوتوغرافية (الدهلاوي، 2013، ص228) صاحب التحول إلى الصورة الرقمية عدة تطورات على الإعلام اذ لعبت دوراً في شيوع عدة ظواهر كصحافة المواطن ودخول اتجاهات حديثة في الصحافة كالإنفوجرافيك. (عبد الله، 2019، ص40) وتعتمد الصورة الرقمية على الاختصار للعديد من الكلمات الأمر الذي يجعلها مناسبة لطبيعة الإنترنت السريعة. (الجعفري، 2019، ص106). ولا تنتهي وظيفة المصور بالتقاط الصورة وتخزينها، بل يجب عليه تنظيمها في ملفات وإعادة تسميتها لسهولة الرجوع إليها ثم تحريرها حتى تصبح صالحة للنشر.
- صور متحركة (GIFs): جي أي اف (Graphics Interchange Format) أو نسق الرسومات المتبادلة، من أشهر امتدادات ملفات الصور على الإنترنت التي تدعم الصور المتحركة، وذلك عن طريق تنظيم سلسلة من الطبقات أو الصور الثابتة وعرضها بشكل متتالٍ سريع مما يوحي بالحركة. (أحمد، 2018، ص104) وتستخدم في حسابات الشبكات الاجتماعية للصحف ووكالات الأنباء للدلالة على الأخبار العاجلة، ولا تحتاج لتنصيب برامج خاصة لتظهر للمستخدم.
- التصميم الجرافيكي: تخصص يُعنى بالإبداع البصري ويشمل جوانب متعددة مثل الإخراج الفني، وتصميم الحروف الطباعية، وتنسيق الصفحات وتصميمها، وتكنولوجيا المعلومات. وأشار القرعان (2015) بأن التطور التكنولوجي في العصر الرقمي قد أحدث ثورة في مفهومه فأصبح متعدد الوظائف ويات للمصمم دوراً محورياً في كافة مراحل الإنتاج، كإدارة عملية التصميم وتنسيق العمل بين التخصصات الأخرى. ولا يمكن إخراج المواد

الصحفية المطبوعة أو الرقمية دون التصاميم خصوصاً في ظل الانفجار المعلوماتي واعتماد المضامين البصرية في عرضها.

- الرسوم البيانية (إنفوجرافيك): السرد البصري المختزل للمعلومات والبيانات المعقدة عبر الرسومات والايقونات والأشكال التوضيحية بهدف تعزيز الفهم لدى المتلقي وتوصيل المعنى بطريقة مشوقة وجذابة. (عطية، 2018، ص126) وقد أصبح رائجاً في الصحف والمجلات العالمية لأنه يساعد على إيضاح القصة الإخبارية سريعاً واستيعابها في وقت قصير نسبياً مقارنة مع الوسائط الأخرى. (الجعفري، 2019، ص154) كما يعتبر الطريقة المثلى في رواية القصة الصحفية لأنه يعطي القارئ بالاتصال الأفضلية في التعبير عن المعلومات بطريقة مبتكرة وذكية والاجابة عن الأسئلة الأساسية الخمس: متى، وكيف، ومتى، وأين ولماذا. (عصافرة، 2019، ص83) وقد ساعد الإنفوجرافيك في توسيع دائرة القارئ بالاتصال في الصحافة، كمحلي البيانات، ومصممي الجرافيك، وكتاب المحتوى الذي غالباً ما يعملون كفريق واحد.

- الفيديو: أصبح منذ ظهوره أداة قوية لتقريب مستخدمي الإنترنت إلى الواقع الحقيقي عن طريق استعماله في القصة الخبرية، حيث دعم الرسائل الاتصالية وعزز من فعاليتها. (وسام، 2018) وقد بين تقرير "Kepios" لفحص الرقمية في المملكة العربية السعودية لشهر يناير 2020 بأن النسبة المئوية لمستخدمي الإنترنت الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و64 عاماً والذين يستهلكون محتوى الفيديو عبر الإنترنت بلغت 97% الأمر الذي تراه الباحثة يؤكد على أهميته وارتفاع معدلات إنتاجه والتعرض له، والذي ينعكس أيضاً على طبيعية الممارسة الصحفية وضرورة تعلم إنتاج الفيديو، فيقول مدير الوسائط المتعددة في صحيفة "الغارديان" بأن أي شخص ينوي التقدم على وظيفة "صحافي" يجب أن يكون قادراً على التصوير والمونتاج (الجعفري، 2019، ص142) فالفرق الأساسي بين الفيديو الصحفي والتلفزيوني هو أن الصحافي يعد المادة ويقوم بتصويرها ومنتجتها بمفرده.

- البث الإذاعي الرقمي (بودكاست): يختلف البودكاست عن راديو الإنترنت المعتمد على البث الحي، فيقوم المستخدم بالدخول لمواقع محددة واطرافه المواد الصوتية لجهازه والاستماع لها في أي وقت ومكان (كاتب، 2018، ص110) وذلك دون الحاجة إلى زيارتها كل مرة وتحميلها يدوياً. وطرحت "ثمانية" وهي صحافة استقصائية جديدة سؤال في فلمها الوثائقي الجديد "هل البودكاست فقاعة؟" فأجابت كيري هوفمان الرئيسة التنفيذية لـ PRX للإنتاج بأن هناك الكثير من الشواهد في كل من الاستثمارات في سوق البودكاست، والشركات الإذاعية الكبرى التي دخلت المجال، بأنه ليس بفقاعة، فقد فاقت نسب الاستماع له مشاهدة البرامج التلفزيونية، وبحسب "ثمانية" فإن 90% أو أكثر من مستمعي البودكاست يصلون لنهاية الحلقة وهذا لا يحدث في أي منصة أخرى، وكما توجد نسبة عالية من المستمعين بدأت نسبة أكبر في إنتاج المحتوى المسموع، ونرى ذلك في الصحف السعودية من خلال عكاظ التي خصصت فقرة "بودكسات" أسبوعية ضمن هويتها الجديدة التي أطلقتها نهاية 2019.

وتكنولوجيا الإعلام الرقمي لا تقتصر على هذه الوسائل فهناك "التسلسل الزمني" و"الخريطة التفاعلية" و"الاستطلاعات المباشرة" و"البث الحي" وغيرها، ولكن المذكورة هي الأكثر رواجاً بين المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي لسهولة إنتاجها مقارنة بالوسائط الأكثر تعقيداً. (الجعفري، 2019، ص96) وأشار غازي (2016) بأن التحدي الأكبر أمام الصحفي حالياً هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور. (194) ويوفر الإنترنت حالياً أدوات سهلة ومجانية للصحفيين لإنتاج الخرائط والفيديو والإنفوجرافيك، وكلاً منها يتم استعماله لإيصال المضمون المناسب.

4-1-2- وسائط الإعلام الرقمية وصناعة الصحافة

تشكل مرحلة الاتصال متعدد الوسائط الملامح الرئيسية لصناعة الصحافة الحالية فالحدود التي كانت تفصل بين المكتوب والمرئي والمسموع بدأت بالتقلص تدريجياً إلى الانتفاء والتوجه نحو المنطقة الإلكترونية. (إبراهيم، 2020) ولا توجد تقنية غيرت جذرياً ممارسة الصحافة مثل تكنولوجيا الوسائط الرقمية (Tan, Et al., 2011) فقد أثرت على 3 أمور رئيسية بالصناعة، وهي: بنية المؤسسة الإعلامية، ومهارات الصحفي وطريقة سرد القصص. (الجعفري، 2019).

أ- بنية المؤسسة الإعلامية

أكبر تأثير للوسائط الرقمية في وسائل الإعلام هو ما أطلق عليه الباحثين بالتقارب الإعلامي " Media convergence" والمقصود به إزالة الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة بما فيها الصحف والراديو والتلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي حيث تحولت إلى "محركات للمعلومات" استجابةً لاحتياجات الجمهور، ولم يكن هذا التغيير سهلاً فقد بدلت نشاطها من الأحادية إلى هيكل الوسائط المتعددة الكاملة (نعيمة، 2017) هذا الاندماج عزز تدفقاً لا مثيل له في الاتصال وخلق تنافس بين الصحف، فالتطورات التكنولوجية أوجدت بديلاً للورق في شبكة الإنترنت وأضافت له مميزات وسمات يحبذها القراء ويستغلها الناشر (ساعد، 2016) وانعكس ذلك تلقائياً على الممارسة الصحفية، فأصبحت لا تقتصر على الكتابة والتحرير وامتدت إلى التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو والمونتاج والتصميم وإدارة حسابات شبكات التواصل فضلاً عن إجادة استخدام الأدوات الإعلامية مثل الميكروفون والكاميرا. (الجعفري، 2019) ولكن الصحافة تعدت فكرة "تقارب المنصات" إلى "التقارب في الحرفة" حيث صار بإمكان الصحفي التصوير وإنتاج الفيديو (نعيمة، 2017) مما أكسب صناعة الصحف كفاءات جديدة واستحداث لمنهجيات في قطاعات مرئية ومسموعة، مثل: المخرج الفني أو مخرج الأفلام، المصور السينمائي، وكاتب المحتوى.

ب- مهارات القائمين بالاتصال

لعل أبرز اختلاف طرى على مفهوم الصحفي في البيئة الرقمية الحديثة هو ظهور مصطلح "الصحفي الشامل" فأشارت (رمضان، 2015) بأن وسائل الإعلام الرقمية قدمت طرق أكثر كفاءة للصحفيين ومحترفي الوسائط الأخرى لأداء وظائفهم والتي جعلتهم قادرين على الكتابة وتحرير القصص بسرعة ودقة وإنتاجها عبر الفيديو وتسجيل البودكاست، وتمييز الأخبار، والتحقق من المعلومات، والعمل تحت الضغط، وترتيب المعلومات وفقاً لأهميتها عند استخدام تكنولوجيا الاتصال، والتي تشكل وفقاً لدراسة (كاتب، 2018) ضغطاً على الصحفيين والعاملين في مجال الصحف الرقمية حيث ينبغي عليهم متابعة تغيراتها والتدريب على كيفية عملها واستخدامها بشكل مستمر وضرورة حمل أجهزتهم أو هواتفهم الذكية للقيام بالمهمة من موقع الحدث نفسه، فتبدل الدور الصحفي من مفهوم الحارس إلى مفهوم الوسيط الأمر الذي حمل الصحفيين مسؤوليات جديدة على عاتقهم ودفعهم إلى تعلم المزيد لأجل إضافة قيمة أكبر لتقاريرهم وجعلها أكثر تكاملاً وعمقاً، وقد نجد أن بعضهم يعتبرون إدخال الوسائط الرقمية خارج نطاق مهنتهم، ولكنهم إذا استجابوا لاحتتمية الواقع بالتدريب على هذه المهارات سيجدون أنهم يخدمون رسالتهم ويصلون بها لأكثر عدد من الجمهور. (نعيمة، 2017)

ج- طريقة سرد القصص

غالباً ما تكون نقطة الدخول المرئية لمحتوى الأخبار عاملاً رئيسياً في طريقة فهم القارئ لأبعاد القضية على عكس إذا ما تمت تغطيتها كقصة مكتوبة. (عصافرة، 2019) وبدخول الصحافة مجال إنتاج الفيديو ظهرت طريقة جديدة في عرض المواضيع تعرف بمسمى "السرد القصصي الرقمي" وقد أوضحت شبكة الأريج للصحافة الاستقصائية بأنه مفهوم حديث ظهر إلى العالم منذ أقل من عشرة أعوام ويمكن تعريفه بالأسلوب المستخدم لسرد أي قصة وتحويلها من نص مكتوب غير تفاعلي إلى قصة رقمية مرئية تفاعلية. ولابد من مناسبة تكنولوجيا الإعلام الرقمي للمضمون حتى يمكن عرض القصص بالطريقة الأمثل، ويمكن القول أن الوسائط الرقمية أضحت محور العملية الاتصالية بكاملها. قد يتبادر إلى الأذهان أنها ترتبط بوسائل الإعلام الجديد أو الإعلام الإلكتروني فقط لكنها تتفق مع نظرية مارشال مالكوهان في إمكانية تطويعها والاستفادة منها في الصحافة. (أبو جليبو، 2016)

د- مستقبل القائمين بالاتصال في صناعة المحتوى الصحفي:

ترى الباحثة بأن القائمين بالاتصال من صنّاع المحتوى يقومون بدور كبير في تشكيل المحتوى الصحفي الحالي وإحداث التغيرات من خلال تكنولوجيا الإعلام الرقمي بشكل أسرع وأكثر تأثيراً من بعض المؤسسات الصحفية، الأمر الذي يدل بأن المضمون الاخباري لا يزال مهم، فالصحافة هي الصحافة مهما تغيرت الوسيلة كما أشارت مديرة النشر في صحيفة الغارديان "ألان روسبريجر" بأن الصحافة ليست مهنة في طور الاحتضار فلا يزال هناك الكثير من المعلومات والبيانات التي تتطلب دراسة وتحليلاً أكثر من أي وقت مضى. (عامر وسعيد، 2017، 102) وتنبأ الدراسات بوجود مستقبل مشرق لصحافيّ الإعلام الرقمي، فلم يعد عملهم مقتصرًا على الصحف أو التلفزيون أو الإذاعة حيث أشار (كاتب، 2018) للفرص الوظيفية الجديدة للصحافيين والمحررين على مواقع وسائل الإعلام رقمياً وفي شركات العلاقات العامة وإدارات الإعلام في الجهات الحكومية وغيرها، فقد أصبح الإنترنت مصدراً لاستهلاك المحتوى المعلوماتي بشكل لا يضاويه مصدر آخر والصحفيين هم الأكثر تأهيلاً لتوفير المحتوى سواء كموظفين أو مستقلين (Freelancers)، وأن الفرص الأكبر لأصحاب الخبرة القادرين على التعامل مع تكنولوجيا الاتصال.

ثانياً- الدراسات السابقة:

- دراسة العصيمي (2019) بعنوان "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائمين بالاتصال" وهدفت للتعرف على أدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية السعودية حيث اعتمدت على منهج المسح باستخدام الاستبانة لعينة تبلغ 23 محرراً إلكترونياً، وبينت أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية من قبل المحرر الإلكتروني، كما وضحت بأن 75% من المحررين يوافقون على استخدام مقاطع الفيديو والصوت الصور لزيادتها مقروئية المادة على الشبكة حيث تعمل الوسائط المتعددة على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، وأشارت بأن الصحفي الشامل ليس عليه يكون خبيراً تقنياً وملماً بكافة التكنولوجيات المعقدة لغرفة الأخبار اليومية.
- دراسة ربيع (2018) بعنوان "التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الإلكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام" وسعت لمعرفة مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية المصرية باستخدام الوسائط المتعددة في الارتقاء بمستوى الأداء للصحفيين وطرق توظيفها بشكل إيجابي في الممارسة الصحفية في كافة مراحل إنتاج المواد باستخدام دراسة الحالة من خلال المقابلة والملاحظة للمواقع التابعة لمجموعة "أونا" وبينت النتائج اهتمام

المؤسسات الإعلامية بغرف الأخبار المدمجة ومفهوم الصحفي الشامل ومسايرتهم للاتجاهات الحديثة في تقديم

المحتوى الصحفي واستخدام الوسائط من أجل تطوير المهنة وتكوين فرق متخصصة ومستقلة لإنتاجها

- دراسة عبد العزيز (2017) بعنوان "الصحافة الرقمية وتأثيرها على إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها" وهدفت لاستكشاف عوامل دخول المؤسسات عصر الصحافة الرقمية ودوافع استخدام المستحدثات التكنولوجية في العمل الصحفي وأبرز أشكالها وتأثيرها على البيئة والأساليب والوظائف باستخدام المنهج المسحي بأداة الاستبانة لعينة بلغت 240 مفردة من ثلاث مؤسسات صحفية، وبينت أن استخدام الهاتف الذكي في إنتاج المحتوى في مقدمة المهارات التقنية التي لا بد على الصحفي الإلكتروني أن يكون على معرفة بها، كما وافقت 64% من الصحفيين على ضرورة تواجد صحفي متخصص في الكتابة للصحف الرقمية، كما كشفت عن رأيهم حول أهمية تكوين كوادر إعلامية مؤهلة لقيادة العمل الصحفي الرقمي.

- دراسة أبو جلنبو (2016) بعنوان: "توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية" وهدفت لمعرفة مدى فاعلية تقنيات الوسائط المتعددة في الارتقاء بمستويات الأداء في الصحافة الورقية وقياس توظيفها في تحديث التغطية الصحفية في كافة المراحل حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام تحليل المضمون على عينة عنقودية من الصحف السودانية وأسفرت عن موافقة العينة في المتوسط على البعد الجديد للصحافة وهو الاعتماد على أساليب التكنولوجيا الجديدة فأثبتت وجود علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة وتطور الممارسة الصحفية في جعل الصحفي أكثر إبداعاً وثراءً وتعددًا في أدواته وأوعيته وأسلوب كتابته عبر البيئة الرقمية.

- دراسة رمضان (2015) بعنوان "استخدام الصحف المصرية لأدوات الإعلام الجديد وانعكاسها على العمل الصحفي: دراسة على القائم بالاتصال" وهدفت لمعرفة مدى استخدام الصحف المصرية لأدوات الإعلام الجديد وانعكاسها على العمل الصحفي لدى القائم بالاتصال، من خلال المسح لعينة عمدية قوامها 180، وتوصلت لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في درجة استخدامهم لأدوات الإعلام الجديد في العمل الصحفي لصالح المدربين، وأشارت لوجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة استخدام القائم بالاتصال لأدوات الإعلام الجديد وحجم الاستفادة منها في العمل الصحفي خصوصاً أثناء التعامل مع القراء والقدرة على تنويع المصادر الصحفية.

- دراسة الخاتم (2015) بعنوان "توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج الرسالة الإعلامية: دراسة حالة على عينة من المؤسسات الإعلامية" التي سعت لمعرفة أهمية التدريب في إنتاج واستخدام الوسائط المتعددة للعاملين في المؤسسات الإعلامية السودانية، والتعرف على الكفاية الإنتاجية في هذا المجال، واستخدم الباحث المقابلة والاستبانة كأدوات رئيسية على عينة مقدارها 300 مفردة من مختلف التخصصات الإعلامية والعاملين على منتجيّ ومستخدمي هذه الوسائط، وأظهرت النتائج دور التدريب في رفع كفاية إنتاج الوسائط المتعددة لدى إخصائيّ الاتصال، كما بينت القصور الواضح في مجال التدريب حيث لم يحصل 82% من أفراد العينة على تدريب في دورات خارجية أو عبر الإنترنت.

- دراسة سنوسي، اومالي، إسري (Sanusi, Omowale and Esiri, 2015) حول "تغير الأدوار في صناعة الإعلام النيجيرية: دراسة على صحافة الوسائط المتعددة". التي هدفت لمعرفة تأثير تكنولوجيا الوسائط المتعددة على ممارسة الصحافة، وهي دراسة استكشافية اعتمدت على نظرية الحتمية التكنولوجية. وبينت النتائج أن تكنولوجيا الوسائط المتعددة أعادت تعريف الدور التقليدي للصحفي والممارسة الصحفية والانقسام بين الإعلام المطبوع والإلكتروني. فالصحفيين والمؤسسات الإعلامية في تحدي مستمر لابتكار وتجديد نظامهم لتلبية

الأذواق المتغيرة للجمهور الذي يخدمونه، كما دمجت الصحفية بين الأدوار المختلفة للصحافة والمؤسسات الإعلامية لجمع الأخبار ومعالجتها ونشرها عن طريق الوسائط الرقمية.

- دراسة حسونة (2014) بعنوان "أثر التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي" وهدفت للتعرف على مدى تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي وتحديد أنواع الوسائل الحديثة المستخدمة في تحرير المواد، اعتمدت على منهج الدراسات التطويرية وخرجت بمجموعة من النتائج أهمها أن تكنولوجيا الاتصال زودت المحرر الصحفي بقدرات جديدة في معالجة المعلومات بسبب استخدام الحاسبات الإلكترونية التي طورت المؤسسات التقليدية، كما بينت أن وسائل الاتصال الحديثة أضافت مستويات جديدة من العمل على كاهل الصحفي لكنها كفلت له اكتساب وتنمية القدرة على التحليل والفهم والاستنتاج.
- دراسة ماتسيولا وآخرون (Matsiola, Et al., 2013) حول دور الصحفيين كسفراء للتكنولوجيا، والابتكار، وظهور الممارسات الإخبارية الحديثة والتي سعت لاكتشاف طريقة تفاوض الجهات المختلفة لتضمين التكنولوجيات الرقمية في غرف الأخبار، وأظهرت النتائج من خلال الاعتماد على عينة عشوائية بلغت 300 مفردة بأن الكفاءة في تكنولوجيا الحاسب والإنترنت هما عنصرا أساسيان في قدرة الصحفيين على أداء وظائفهم واكتساب مهارات حديثة، لكنها اشارت إلى الفجوات المعرفية لديهم في الوقت الذي تقوم فيه الصحافة بتجربة أشكال وأنواع جديدة مثل تقارير الوسائط المتعددة والنماذج التشاركية، فالتغيرات الجذرية في بيئة الوسائط يدفعهم لاتخاذ موقف دفاعي يعزز إدامة الروتين بدلاً من الانخراط في الممارسات المبتكرة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بينت الدراسات السابقة وجود علاقة بين استخدام التكنولوجيا وتطور مهارات القائمين بالاتصال ورفع أدائهم بالمؤسسات الصحفية، كما اشارت إلى أن الممارسات القائمة على استخدام التكنولوجيا والإنترنت في الصحف العربية غالباً ما تهدف إلى إنجاز المهام التقليدية وتسهيل العمل بدلاً من دفعهم إلى اكتساب مهارات مبتكرة لإنتاج المواد الإخبارية. وتشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها لمفهوم الصحفي الرقمي أو الشامل الذي يستخدم تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي في صنع المواد الصحفية، واختلفت معها في حداثة الإشكالية البحثية التي يثيرها الموضوع حيث قامت بالربط بين متغيرين حديثين على مجتمع البحث العلمي العربي، كما لوحظ اعتماد الدراسات السابقة على أداة تحليل المضمون بشكل كبير، في حين اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح باستخدام الاستبانة على القائمين بالاتصال. وركزت الدراسة على تكنولوجيا الوسائط الرقمية مثل الفيديوهات القصيرة والإنفوجرافيك وتأثيرها على صناعة المحتوى الصحفي، على عكس الأدبيات السابقة التي تناولت التكنولوجيا الرقمية بشكل عام دون تحديد. وقد ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في صياغة المشكلة البحثية ووضع تساؤلات وفروض الدراسة، وتشكيل وبلورة محاور الإطار النظري وتحديد وجمع المصادر لموضوع الدراسة وبناء الاستبانة بطريقة صحيحة.

3- منهجية الدراسة وإجراءاتها.

منهجية الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية بأسلوب المسح بالعينة الذي يتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية. (عمر، 2008، 217)

مجتمع الدراسة وعينتها:

القائمون بالاتصال من العاملين في الصحافة السعودية من الصحفيين والمتخصصين في صناعة المحتوى السعوديين في المملكة العربية السعودية، وتم تطبيق الاستبانة على عينة عمدية قوامها 150 مفردة.

وصف العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة:

جدول (1) خصائص العينة (الديموغرافية) وفقاً لمتغيرات الدراسة (ن=150)

الاستجابة		المتغيرات	الاستجابة		المتغيرات
%	ك		%	ك	
42	63	التحرير والإخراج الصحفي	56	84	النوع
33.3	50		44	66	
4.7	7		79.4	119	التخصص الأكاديمي
12.7	19	13.3	20		
3.3	5	4	6		
4	6	3.3	5		
51.3	77	سنوات الخبرة	3.3	5	المؤهل العلمي
13.4	20		7.3	11	
35.3	53		60	90	
			29.4	44	

أداة جمع البيانات

تم تطبيق الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات باعتباره الأفضل لدراسة أساليب القائم بالاتصال.

إجراءات الصدق والثبات

- صدق الاستبانة

عرضت الأداة على (6) محكمين من ذوي الاختصاص والخبرة من أعضاء هيئة التدريس بكلية العلوم الاجتماعية للتأكد من صدقها ودراسة دقة وسلامة الصياغة اللغوية، وملائمة الفقرات وتسلسل الأفكار وانتمائها لما تقيسه. وبناءً على آرائهم حول مدى مناسبة الأداة لأهداف الدراسة ووفقاً لتوجيهاتهم تم تعديل صياغة بعض الفقرات لغوياً، وإضافة وحذف بعضها لتصبح في صورتها النهائية.

- ثبات الاستبانة

قامت الباحثة بتطبيق الاستبانة على عينة مصغرة من القائمين بالاتصال مكونة من 20 مفردة من الصحفيين وصنّاع المحتوى، ثم قامت بتطبيقه مرة أخرى بعد مرور 15 يوماً من تطبيق الاختبار القبلي بتنفيذ معادلة هولستي.

درجة الثبات = $\frac{2}{2n+1n} = \frac{18 \times 2}{20+20} = \frac{36}{40} = 0.90$ ، حيث ت = عدد حالات الاتفاق بين التطبيق الأول

والثاني = 18 x 2 (حالة اتفاق من إجمالي 20) ون 1 حجم العينة للباحثة في التطبيق الثاني (20 مفردة) ويشير معامل الثبات 90% إلى عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على صحيفة الاستبانة مما يدل على وضوح الأسئلة وقابليتها للتطبيق

أساليب المعالجة الإحصائية

- بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS" ولجأت الباحثة إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:
1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 2. المتوسط الحسابي: لترتيب العبارات حسب الأهمية لنتائج الدراسة.
 3. الانحراف المعياري: لتوضيح مدى تشتت استجابات أفراد العينة.
 4. اختبار كاي مربع Chi Square Test. لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين المتغيرات الاسمية (Nominal).
 5. تحليل التباين ذي البعد الواحد ANOVA. One Analysis of Variance لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين أكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
 6. الاختبارات البعدية Post Hoc Tests. بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D معرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين على وجود فرق بينها.
 7. معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation. لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة.
 8. الأهمية النسبية.

5- نتائج الدراسة ومناقشتها

تم تحليل النتائج في صورة جداول نستعرضها فيما يلي:

جدول (2) طبيعة عمل القائم بالاتصال بالصحيفة

الاستجابة		طبيعة العمل
%	ك	
67.3	101	صحفي
32.7	49	صانع محتوى
100	150	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 67.3% من أفراد العينة يعملون بالصحيفة في وظيفة صحفي، و32.7% منهم يعمل كصانع محتوى. وبالرغم من ارتفاع نسبة الصحفيين لاحظت الباحثة وصدقهم لأنفسهم في المنصات الاجتماعية بصناعات المحتوى عوضاً عن "صحفيين" أو المسميين معاً الأمر الذي ساعد في زيادة متابعتهم وعلى معدل إنتاجهم للمواد كما ذكر في المدخل النظري حول توسع مفهوم الصحافة وشموله لمجالات صناعة المحتوى والقصص.

جدول (3) المسمى الوظيفي لعمل (الصحفيين) بالصحيفة

الاستجابة		المسمى الوظيفي
%	ك	
56.3	57	محرر صحفي
23.8	24	رئيس تحرير
5.9	6	مراسل صحفي
5	5	مصور صحفي

الاستجابة		المسمى الوظيفي
%	ك	
5	5	أخرى تذكر
4	4	مخرج صحفي
100	101	المجموع

يبين جدول (3) بأن 56.3% من أفراد العينة هم محررين صحفيين، و23.8% منهم رئيس تحرير، بينما 5.9% مراسل صحفي، و5% مصور صحفي وأخرى تذكر (نائب رئيس تحرير - إحصائي علاقات عامة - مدير إقليمي - كاتب مقالات رأي - ناقد وكاتب مقال) ونسبة 4% مخرج صحفي. وعكست النتائج اعتماد الصحف على المحررين بالدرجة الأولى، كما تفسر انخفاض أعداد المصورين لاعتماد الصحف على الوكالات أو المصورين المستقلين. وتتقارب النتائج جزئياً مع دراسة (علاونة، 2017) و(رمضان، 2015) و(خالد، 2012) في ارتفاع نسبة المحررين، ففي دراسة رمضان بلغت نسبتهم 75% وفي دراسة خالد 65.2% و73.9% من العينات، كما اتفقت معها حول عدد المصورين.

جدول (4) نوع المحتوى الذي يصنعه (صانع المحتوى) بالصحيفة

الاستجابة		نوع المحتوى
%	ك	
55.1	27	كاتب محتوى
28.6	14	مصمم
6.1	3	مصور
4.1	2	مخرج
4.1	2	محرر فيديو
2	1	أخرى تذكر
100	49	المجموع

يوضح الجدول نوع صناعة المحتوى الذي يقوم أفراد العينة بالعمل على أساسه في الصحيفة، فبلغت نسبة كتاب المحتوى 55.1% من أفراد العينة، تلاهم المصممين بنسبة 28.6% أما المصورين فبلغوا 6.1%، ثم المخرجين ومحرري الفيديو بنسبة 4.1% وفي المركز الأخير بنسبة 2% أخرى تذكر (رسام كاريكاتير). ويمكن ارجاع ذلك لطرق توظيف الصحف السعودية تكنولوجيا الإعلام الرقمي في الممارسة المهنية واعتمادها على المحررين والمصممين بشكل أساسي في تجهيز المحتوى والإنفوجرافيك وقلة حاجتهم لصناعات الفيديو لعدم استخدامه بشكل يومي، وهذا لا يلغي النماذج المحلية التي قامت بتوظيف جميع الأشكال مثل عكاظ. ولم تتفق النتائج مع (الخاتم، 2015) حيث بلغت نسبة كتاب السيناريو 6.3% فقط من إجمالي المهن مقابل 99.7% كأخرى، ومحرري الفيديو 11% والمخرجين 9.7%.

جدول (5) مجال العمل الصحفي الذي يتعامل معه القائم بالاتصال (ن=150)

الترتيب	الأهمية النسبية	الاستجابات				مجال العمل الصحفي
		لا		نعم		
		%	ك	%	ك	
1	81.33	37.3	56	62.7	94	الصحف الإلكترونية
2	81	38	57	62	93	مواقع التواصل الاجتماعي
3	80	40	60	60	90	الصحف الورقية
4	59.33	81.3	122	18.7	28	المواقع الإخبارية

ملاحظة: المجموع هنا (305) أعلى من مجموع العينة (150) بسبب اختيارهم لأكثر من إجابة على السؤال يوضح الجدول السابق حصول الصحف الإلكترونية على المركز الأول في مجال العمل الصحفي التي تتعامل معه عينة الدراسة بأهمية نسبية مقدارها 81.33%، يليها في المركز الثاني مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار 81%، والصحف الورقية بالمركز الثالث بنسبة 80% وأخيراً المواقع الإخبارية في المركز الرابع بنسبة 59.33%. وتفسر الباحثة تقدم الصحف الإلكترونية لسهولة انتساب القارئ بالاتصال بها ومساعدتهم لها على الانتشار من خلال إعادة نشرهم للمواد على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي والتي أتت في المركز الثاني بفارق نسبي بسيط والذي يدل على ترابط الاثنين. كما أن التقارب النسبي بين المجالات الثلاثة يشير لإمكانية انضمام القارئ بالاتصال بها جميعاً دون احتكار، فما يقدمه من محتوى هو ما يحدد اتجاهه نحوهم. ويتفق التفسير مع دراسة (رمضان، 2015) في تصدر الصحف الإلكترونية فأنت بنسبة 86.11%. كما يتفق مع دراسة (Thuseethan and Vasanthapriyan, 2015) في أسباب استخدام القارئ بالاتصال للصحف الإلكترونية والشبكات الاجتماعية ف 91% يفضلون متابعة المحتوى الإخباري عبر حسابات الصحف الإلكترونية حيث وصل عدد الزيارات من خلالها للحد الأقصى.

جدول (6) مكان عمل القائم بالاتصال

الاستجابة		مكان العمل
%	ك	
58.7	88	يعملون في صحف
18	27	مستقلين
16	24	وسائل إخبارية رقمية
7.3	11	قنوات تلفزيونية
100	150	المجموع

يبين الجدول السابق أن نسبة 58.7% من أفراد العينة يعملون في صحف بشكل أساسي، ونسبة 18% يعملون كمستقلين، بينما 16% منهم يعملون بوسائل إخبارية رقمية، و7.3% يعملون بقنوات تلفزيونية. وترجع الباحثة تقدم الصحف لتداخل أدوار الوسائل الإعلامية والصحفية وتوسع مجالها، فلم تعد القنوات مسيطرة على المحتوى المرئي والمسموع ولا الصحافة على الكلمة المكتوبة وأصبح القارئ بالاتصال قادراً على إنشاء المحتوى مهما اختلفت الوسيلة، وربما يقودنا ذلك لسبب انتشار المستقلين منهم وعملهم لأكثر من جهة. ويتفق ذلك مع دراسة (Sanusi, Omowale and Esiri, 2015) في إعادة تعريف تكنولوجيا الوسائط المتعددة للدو التقليدي للصحفي والممارسة الصحفية والانقسام بين الإعلام المطبوع والإلكتروني والدمج ما بين الأدوار المختلفة للصحافة والمؤسسات الإعلامية. ويختلف التفسير مع دراسة (الخاتم، 2015) فأنت الترتيب عكسياً، بسبب اختلاف المجتمع البحثي غالباً.

جدول (7) معدل استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي

الاستجابة		معدل الاستخدام
%	ك	
74	111	دائماً
24	36	أحياناً
2	3	نادراً
100	150	المجموع

ك = 227.60 مستوى الدلالة = 0.000

يتضح من جدول (7) أن نسبة 74% من القائمين بالاتصال أو الصحف التابعين لها يقومون باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بدرجة كبيرة و24% منهم يستخدمونها بدرجة متوسطة بينما 2% يستخدمونها بدرجة منخفضة، كما يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام عينة الدراسة لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي لصالح البديل دائماً حيث جاءت قيمة (كا) دالة عند مستوى (0.001). وذلك يثبت أهمية دورها في صناعة المحتوى الصحفي وتقديمها للقصص بطرق مسيرة لرغبات الجمهور في التعرض للمحتويات المرئية والمسموعة، وترى الباحثة بأن استخدام القائمين بالاتصال للإنترنت بصورة منتظمة وتعرضهم للمحتويات الرقمية خلق نوع من الإحساس بالمسؤولية للمواكبة وعرض المضامين من خلالها. وتتفق النتائج مع دراسة (العصيمي، 2019) في رؤية المحررين حول تعزيز الوسائط المتعددة لتجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، وموافقة 75% على استخدام مقاطع الفيديو والصوت والصور لزيادة مقروئية المادة على الشبكة، ودراسة (عبد العزيز، 2017) في إدخال المؤسسات للمستحدثات التكنولوجية، كما اتفقت نسبياً مع دراسة (رمضان، 2015) في ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت من القائمين بالاتصال والحرص على استخدام أدوات الإعلام الحديثة حيث بلغت نسبتهم 70.56% بصورة دائمة مقابل 26.67% من مستخدميها أحياناً. ولم تتفق مع دراسة (Matsiola, Et al., 2013) حيث اتخذت العينة موقف دفاعي يعزز من الروتين عوضاً عن الممارسات المبتكرة.

جدول (8) معدل اعتماد القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي

الاستجابة		معدل الاعتماد
ك	%	
122	81.3	بشكل يومي
18	12	بشكل أسبوعي
10	6.7	بشكل شهري
150	100	المجموع

$$كا = 32.76 \quad \text{مستوى الدلالة} = 0.000$$

يوضح الجدول السابق أن 81.3% من العينة يعتمدون على تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بشكل يومي (كثيف) و12% منهم يعتمدون عليها بشكل أسبوعي (متوسط) بينما 6.7% تعتمد عليها بشكل شهري (منخفض). كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل اعتماد عينة الدراسة على تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي لصالح البديل بشكل يومي حيث جاءت قيمة (كا) دالة عند مستوى (0.001). وتثبت الفروق نتائج صحة الجدول السابق حول أهمية استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى، ومعرفة القائمين بالاتصال بذلك، كما تشير لاختلاف صناعة المحتوى الصحفي عن السابق في اعتمادها على الأساليب التقليدية من خلال زيادة توجه معدلات الصحف للرقمية. وتتفق النتائج جزئياً مع دراسة (أبو جنبو، 2016) في موافقة المبحوثين في المتوسط في الاعتماد على أساليب التكنولوجيا الجديدة في الممارسة الصحفية. ولكنها اختلفت مع (الحمداني، 2012) على قصور توظيف التكنولوجيات الحديثة في الصحف.

جدول (9) معدل معرفة القائم بالاتصال بتكنولوجيات الإعلام الرقمي وطرق إنتاجها

الاستجابة		معدل المعرفة
ك	%	
56	37.3	بدرجة كبيرة
88	58.7	بدرجة متوسطة

الاستجابة		معدل المعرفة
%	ك	
4	6	بدرجة ضعيفة
100	150	المجموع

$$كا^2 = 122.52 \quad \text{مستوى الدلالة} = 0.000$$

يبين جدول (9) أن نسبة 37.3% من أفراد العينة لديهم معرفة بطرق إنتاج تكنولوجيا الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة، و58.7% منهم أتت معرفتهم بدرجة متوسطة، بينما 4% من أفراد العينة يعرفونها بدرجة ضعيفة، كما يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل معرفة عينة الدراسة بتكنولوجيات الإعلام الرقمي وطرق إنتاجها لصالح البديل بدرجة متوسطة حيث جاءت قيمة (كا²) دالة عند مستوى (0.001). أي أن مهارات القائمين بالاتصال متوسطة إلى مرتفعة، مما يثبت أن زيادة الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام الرقمي تطور من الممارسة الصحفية، وذلك يربط النتائج بالجدولين (7) و(8). وترجع الباحثة معرفة العينة بإنتاج الوسائل الرقمية هو بسبب ظهور التقنيات الحديثة من التطبيقات ومواقع القوالب الجاهزة والفلترات التي سهلت إنتاجها واعطتهم صورة أولية عنها. واتفق التفسير مع دراسة (أبو جليبو، 2016) في وجود علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي وتطور الممارسة الصحفية. كما اتفقت جزئياً مع دراسة (حسونة، 2014) في تزويد تكنولوجيا الاتصال المحرر الصحفي بقدرات جديدة وإضافتها لمستويات جديدة من العمل. ولم تتفق مع دراسة (عبد العزيز، 2017) و(Matsiola, Et al., 2013) في قلة خبرة الصحفيين بالتعامل مع التقنيات الحديثة.

جدول (10) احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل بالصحيفة

الاستجابة		الاحتياج إلى فريق عمل
%	ك	
90.7	136	نعم
9.3	14	لا
100	150	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 90.7% من أفراد العينة يؤكدون على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل بالصحيفة، ونسبة 9.3% منهم يؤكدون العكس. وترى الباحثة بأن ذلك يدل على وجود علاقة تكاملية ما بين جودة المنتج النهائي والعمل ضمن فريق. ويتفق ذلك مع دراسة ربيع (2018) في أهمية تخصيص فريق لدعم المحررين في إنتاج قصص الوسائط المتعددة، ودراسة (العصيمي، 2019) بضرورة تواجد فريق فني خبير وملم بالتقنية وتكنولوجيات غرف الأخبار مع الصحفيين، كما تتفق مع دراسة (ساعد، 2016)؛ أثر التكنولوجيا في تغير العمل والاتصال بالمؤسسة.

جدول (11) رأى القائم بالاتصال حول الأنسب لصناعة محتوى صحفي باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي

الاستجابة		الأنسب لصناعة محتوى صحفي باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي
%	ك	
90.7	136	تأسيس وحدة أو إدارة إعلام رقمي بداخل المؤسسة الصحفية
8	12	إعطاء المهمة لجهة خارجية مستقلة أو صناعات محتوى متخصصين
1.3	2	أخرى تذكر
100	150	المجموع

يتضح من جدول (11) أن 90.7% من أفراد العينة يرون بأن الأنسب لصناعة محتوى صحفي باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي هو تأسيس وحدة أو إدارة إعلام رقمي بداخل المؤسسة الصحفية، بينما يرى 8% إعطاء المهمة لجهة خارجية مستقلة أو صناع محتوى متخصصين، و1.3% من أفراد العينة ترى الدمج بين الإثنين. وتعكس النتيجة رغبة العينة في تواجد وحدة رقمية متخصصة تقوم برفع مستوى أداء المؤسسة الصحفية وتوظيف مهاراتهم، وحاجة المستقلين من صناع المحتوى للإستقرار، والتي تأتي مؤكدة لجدول (10).

جدول (12) أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي التي يستخدمها القائم بالاتصال (ن=150)

الترتيب	الأهمية النسبية	الاستجابات				أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي
		لا		نعم		
		%	ك	%	ك	
1	91.67	16.7	25	83.3	125	نصوص رقمية على الشبكات الاجتماعية والمواقع
2	81.67	36.7	55	63.3	95	تصاميم جرافيكية
3	79.33	41.3	62	58.7	88	صور رقمية
4	79	42	63	58	87	رسوم توضيحية (إنفوجرافيك)
5	77	46	69	54	81	فيديوهات قصيرة
6	69	62	93	38	57	صور متحركة (GIFs)
7	62.33	75.3	113	24.7	37	بودكاست رقمي (مقاطع صوتية)

ملاحظة: المجموع هنا (570) أعلى من مجموع العينة (150) بسبب أن أفراد عينة الدراسة اختاروا أكثر من إجابة على هذا السؤال

يبين الجدول السابق أن النصوص الرقمية تصدّرت المركز الأول من أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي التي تستخدمها عينة الدراسة بنسبة 91.67% يليها التصاميم الجرافيكية بنسبة 81.67% والصور الرقمية بنسبة 79.33% ثم الإنفوجرافيك بنسبة 79% أما في المركز الخامس الفيديو القصير بنسبة 77% والـ (GIFs) سادساً بنسبة 69% وأخيراً البودكاست في المركز السابع بنسبة 62.33%. وترجع الباحثة ذلك لكون النص هو المكون الأساسي لجميع أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي. كما تفسر التقارب بين نسب الأشكال لأهمية استخدام كل نوع في عرض مضمون معين.

جدول (13) درجة استخدام القائم بالاتصال أو الجهة التي يتبع لها لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي

الترتيب	المتوسط المرجح	%	بدرجة ضعيفة	%	بدرجة متوسطة	%	بدرجة كبيرة	الشكل
1	2.59	3.3	5	34.7	52	62	93	نصوص رقمية
2	2.49	10.7	16	29.3	44	60	90	إنفوجرافيك
3	2.38	14	21	34	51	52	78	تصاميم جرافيكية
3	2.38	17.3	26	27.3	41	55.3	83	صور رقمية
4	2.31	20	30	29.3	44	50.7	76	فيديوهات قصيرة
5	1.87	39.3	59	34.7	52	26	39	بودكاست رقمي
6	1.75	43.3	65	38	57	18.7	28	صور متحركة (GIFs)

يتضح من الجدول السابق أن أهم أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي التي يستخدمها القارئ بالاتصال أو الجهة التي يتبع لها هي النصوص الرقمية في الترتيب الأول بمتوسط 2.59، ثم الإنفوجرافيك في الترتيب الثاني بمتوسط 2.49، يليه التصميم الجرافيكي والصور الرقمية في الترتيب الثالث بمتوسط 2.38، ثم الفيديوهات القصيرة في الترتيب الرابع بمتوسط 2.31، ثم البودكاست الرقمي في الترتيب الخامس بمتوسط 1.87، وفي الترتيب السادس والآخر الصور المتحركة (GIFs) بمتوسط 1.75. وترى الباحثة منطقية هذا الترتيب حيث عكس طريقة الصحف في عرض المضامين.

جدول (14) أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي حسب الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور من وجهة نظر القارئ بالاتصال

الترتيب	المتوسط	ترتيب					الترتيب	
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	الشكل	ك
1	4.31	3	14	12	26	95	ك	فيديوهات قصيرة
2	4.26	8	4	11	45	82	ك	صور رقمية
3	4.14	2	17	17	36	78	ك	إنفوجرافيك
4	3.90	3	12	34	48	53	ك	تصاميم جرافيكية
5	3.88	7	19	22	38	64	ك	نصوص رقمية
6	3.37	10	25	47	36	32	ك	صور متحركة (GIFs)
7	3.3	14	24	47	33	32	ك	بودكاست رقمي

يتضح من الجدول السابق أن الفيديوهات القصيرة تأتي في الترتيب الأول بين أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي حسب الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور من وجهة نظر القارئ بالاتصال بمتوسط 4.31، بينما جاءت الصور الرقمية في الترتيب الثاني بمتوسط 4.26، ثم الإنفوجرافيك في الترتيب الثالث بمتوسط 4.14، وجاءت التصميم الجرافيكي في الترتيب الرابع بمتوسط 3.90، تليها النصوص الرقمية في الترتيب الخامس بمتوسط 3.88، بينما جاءت الصور المتحركة (GIFs) في الترتيب السادس بمتوسط 3.37، وفي الترتيب السابع والأخير البودكاست الرقمي بمتوسط 3.3. وأتى الترتيب بعكس الجدول السابق جزئياً مما يدل على اختلاف ترتيب اهتمامات القارئ بالاتصال عن الجمهور.

جدول (15) المضامين الصحفية الأكثر استخداماً لتكنولوجيا الإعلام الرقمي من قبل القارئ بالاتصال (ن=150)

الترتيب	الأهمية النسبية	الاستجابات				المضامين الصحفية
		لا		نعم		
		%	ك	%	ك	
1	82.33	35.3	53	64.7	97	الاجتماعية
2	77	46	69	54	81	السياسية
2	77	46	69	54	81	الرياضية
3	74.67	50.7	76	49.3	74	الثقافية
4	73.33	53.3	80	46.7	70	الاقتصادية
5	71.67	56.7	85	43.3	65	الموضوعات الخفيفة
6	71.33	57.3	86	42.7	64	الفنية

ملاحظة: المجموع هنا (532) أعلى من مجموع العينة (150) بسبب اختيارهم لأكثر من إجابة على السؤال

بين الجدول السابق حصول المضامين الاجتماعية على المركز الأول من المضامين الصحفية الأكثر استخداماً لتكنولوجيا الإعلام الرقمي من قبل عينة الدراسة بأهمية نسبية مقدارها 82.33%، يليها في المركز الثاني المضامين السياسية والرياضية بنسبة 77%، والمضامين الثقافية بالمركز الثالث بنسبة 74.67%، ثم المضامين الاقتصادية في المركز الرابع بنسبة 73.33%، ويأتي في المركز الخامس الموضوعات الخفيفة بأهمية مقدارها 71.67%، وأخيراً المضامين الفنية في المركز السادس بنسبة 71.33%. وترى الباحثة بأن نوع المضمون يرجع لاختلاف الوسيط الرقمي أي لا بد تناسب المحتوى مع تكنولوجيا الإعلام الرقمي لتحقيق الاستخدام الأفضل. وتتفق النتائج جزئياً مع دراسة (الزهراني وعطية، 2018) حيث وظفت المواقع الصحفية الفيديو بشكل أساسي في الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية والعسكرية بحسب الموضوع الإخباري، ومع دراسة (عفيفي ومحمود، 2016) حيث ارتبطت المضامين الرياضية بالفيديو (وسائط رقمية) بالدرجة الأولى.

جدول (16) مدى استعانة الصحيفة بالصحفيين والمستقلين في تحويل المضامين الصحفية إلى وسائط رقمية

الاستجابة		استعانة الصحيفة بالصحفيين والمستقلين
ك	%	
79	52.7	نعم
42	28	أنا صانع محتوى
29	19.3	لا
150	100	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 50.7% من أفراد العينة يؤكدون على استعانة الصحيفة بالصحفيين والمستقلين في تحويل المضامين الصحفية إلى وسائط رقمية، في حين نفت 19.3% منهم ذلك. وترجع الباحثة للمهارت التي يمتلكها صناع المحتوى من غير الصحفيين في تصميم وإنتاج الوسائط الرقمية والتي لا يزال العديد منهم في طور تعلمها.

جدول (17) أسباب استخدام الصحافة لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعتها للمواد الصحفية

الترتيب	المتوسط المرجح	%	لا أوافق	%	موافق إلى حد ما	%	موافق	سبب الاستخدام
1	2.87	0.7	1	11.3	17	88	132	تفضيلات الجمهور الحديثة في الحصول على المواد الإخبارية عن طريق الوسائط الرقمية كالإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة
2	2.84	2	3	12	18	86	129	المرونة في اختيار المشاهد لتصفحها والتفاعل معها
3	2.81	0.7	1	17.3	26	82	123	أكثر قدرة على إيصال المعلومات
4	2.76	2	3	20	30	78	117	جاذبيتها ومخاطبتها للحواس المختلفة لدى الجمهور
5	2.70	1.3	2	27.3	41	71.3	107	قدرتها على إثارة ردود فعل عاطفية قوية من القصة النصية فقط
6	2.36	14	21	36	54	50	75	لا تسعى للسبق الصحفي بل إلى تغطية كافة جوانب القصة

يتضح من الجدول السابق أن أهم أسباب استخدام الصحافة لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعتها للمواد الصحفية هي عبارة "تفضيلات الجمهور الحديثة في الحصول على المواد الإخبارية عن طريق الوسائط الرقمية كالإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة" في الترتيب الأول بمتوسط 2.87، ثم "المرونة في اختيار المشاهد لتصفحها والتفاعل معها" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.84، تليها "أكثر قدرة على إيصال المعلومات"، في الترتيب الثالث بمتوسط 2.81، ثم "جاذبيتها ومخاطبتها للحواس المختلفة لدى الجمهور" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.76، تليها "قدرتها على إثارة ردود فعل عاطفية قوية من القصة النصية فقط" في الترتيب الخامس بمتوسط 2.70، وفي الترتيب السادس والأخير "لا تسعى للسبق الصحفي بل إلى تغطية كافة جوانب القصة" بمتوسط 2.36. وتعكس النتائج أهمية مصلحة الجمهور عند القائم بالاتصال والرغبة في الوصول إليه عن طريق تفضيلاته. ويتفق ذلك مع دراسة (عبد العزيز، 2017) في سبب استخدامها وهو سهولة الوصول للجماهير، ودراسة (علاونة، 2017) حول مساهمتها في إيجاد أنماط جديدة للرسالة الاتصالية. كما يتفق التفسير جزئياً مع دراسة (رمضان، 2015) في موافقة 52% من العينة على أن التفاعل مع القراء هو من أهم الأسباب، وعدم سعي القائمين بالاتصال للسبق الصحفي من خلالها.

جدول (18) درجة موافقة القائم بالاتصال لتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى

الترتيب	المتوسط المرجح	%	معارض	%	محايد	%	موافق	أنواع التأثيرات
1	2.84	1.3	2	13.3	20	85.3	128	تعدد طرق سرد القصص
2	2.79	2.7	4	15.3	23	82	123	رفع أداء ومهارات الصحفي
3	2.77	0.7	1	22	33	77.3	116	ازدياد معدل التعرض للمحتوى الصحفي والاقبال عليه
4	2.68	3.3	5	25.3	38	71.3	107	تغير بنية المؤسسة الإعلامية
5	2.63	2.7	4	31.3	47	66	99	استقطاب صنّاع المحتوى والمستقلين
6	2.55	8	12	28.7	43	63.3	95	مشاركة الجمهور في إنشاء المحتوى
7	2.41	8.7	13	42	63	49.3	74	تداخل المفاهيم الإعلامية

يتضح من الجدول السابق أن أهم تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى هي عبارة "تعدد طرق سرد القصص" والتي جاءت في الترتيب الأول بمتوسط 2.84، يليها "رفع أداء ومهارات الصحفي" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.79، ثم "ازدياد معدل التعرض للمحتوى الصحفي والاقبال عليه" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.77، يليها "تغير بنية المؤسسة الإعلامية" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.68، ثم "استقطاب صنّاع المحتوى والمستقلين" في الترتيب الخامس بمتوسط 2.63، وجاءت "مشاركة الجمهور في إنشاء المحتوى" في الترتيب السادس بمتوسط 2.55، واخيراً في الترتيب السابع "تداخل المفاهيم الإعلامية" بمتوسط 2.41. ترى الباحثة بأن النتائج عكست النظرة المتفائلة للقائمين بالاتصال حول تأثيرات تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة الصحافة الحالية عليهم بالدرجة الأولى. ويمكن ربط نتائج جدول (17) بنتائج الجدول الحالي حيث أتت متناسبة، واتفقت مع (علاونة، 2017) في إيجادها أنماط جديدة للرسالة الاتصالية، وجزئياً مع (ساعد، 2016) في رصد التأثير عبر تغير البنى البشرية وطبيعة العمل في المؤسسات، كما اتفقت مع دراسة (أبو جليبو، 2016) في وجود علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي وتطور الممارسة الصحفية من خلال جعل الصحفي أكثر استعداداً في استخدام طرق عرض القصص وتحسين أداءه.

جدول (19) مهارات الإعلام الرقمي التي يكتسبها القائم بالاتصال نتيجة استخدامه للوسائط الرقمية في نشر القصص (ن=150)

الترتيب	الاهمية النسبية	الاستجابات				المهارات
		لا		نعم		
		%	ك	%	ك	
1	86	28	42	72	108	الكتابة والتحرير
2	78.3	43.3	65	56.7	85	إدارة حسابات شبكات التواصل
3	77	46	69	54	81	التصوير الفوتوغرافي
4	76.3	47.33	71	52.67	79	إجادة استخدام الأدوات الإعلامية
5	75.3	49.3	74	50.7	76	التصميم
6	74	52	78	48	72	تصوير الفيديو
6	74	52	78	48	72	تحرير الفيديو والمونتاج

ملاحظة: المجموع هنا (573) أعلى من مجموع العينة (150) بسبب اختيارهم أكثر من إجابة على السؤال. يبين الجدول حصول الكتابة والتحرير على المركز الأول في ترتيب المهارات الصحفية الخاصة بالإعلام الرقمي التي يكتسبها الصحفيين وصناع المحتوى نتيجة استخدامهم للوسائط الرقمية في نشر قصصهم بأهمية نسبية مقدارها 86%، يليها في المركز الثاني إدارة حسابات شبكات التواصل بنسبة 78.3%، والتصوير الفوتوغرافي بالمركز الثالث بنسبة 77%، ثم إجادة استخدام الأدوات الإعلامية بنسبة 76.3%، يليها التصميم بنسبة 75.3%، وأخيراً تصوير الفيديو والمونتاج بالمركز السادس بنسبة 74%. وتشير الباحثة إلى أن التقارب النسبي بين الفئات يدل على أهمية اكتساب كافة هذه المهارات للارتقاء بمستوى الممارسة وعرض المضامين بطرق حديثة، وهو ما يتفق مع دراسة (عبد العزيز، 2017) في ضرورة إجادة الصحفي تقنيات إنتاج المحتوى كالتقاط الصور وتحرير الفيديو والتصميم.

جدول (20) اهتمام الصحيفة بعقد دورات في مجال صناعة المحتوى

الاستجابة		اهتمام الصحيفة بعقد دورات في مجال صناعة المحتوى
%	ك	
74.7	112	نعم
25.3	38	لا
100	150	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن 74.7% من العينة يؤكدون على اهتمام الصحيفة بعقد دورات في مجال صناعة المحتوى، و25.3% ينفون اهتمامها بعقد دورات في مجال صناعة المحتوى، ويمكن تفسير النتيجة على أنها اعتراف من الصحف بأهمية صناعة المحتوى الرقمي ورفع مستوى أداء القائمين بالاتصال من منسوبيها، مما يتفق مع دراسة (رمضان، 2015) حيث أكد 64% على قيام المؤسسات الصحفية بتنظيم دورات في الإعلام الرقمي رغبت منها للمواكبة، واختلفت عن دراسة (الخاتم، 2015) التي بينت قصور مجال التدريب، وربما يرجع ذلك للإمكانيات المادية للمؤسسة وتوجهها الإعلامي.

جدول (21) عدد الدورات التي التحق بها القائم بالاتصال

الاستجابة		عدد الدورات
%	ك	
30	45	لم أحضر أي دوره
32.7	49	من 1 إلى 3 دورات
20	30	من 3 إلى 5 دورات
17.3	26	6 دورات فأكثر
100	150	المجموع

يتضح من جدول (21) أن نسبة 32.7% من أفراد العينة حضروا من 1 إلى 3 دورات، و30% منهم لم يحضروا أي دورة، بينما 20% من أفراد العينة حضروا من 3 إلى 5 دورات، ونسبة 7.3% حضروا 6 دورات فأكثر. وربما يرجع التفاوت لعدم اهتمام العينة بالتدريب أو على حصولهم عليه من مصادر أخرى (أونلاين). وتتفق النتيجة جزئياً مع دراسة (رمضان، 2015) في نسب حضور العينة للدورات التدريبية.

جدول (22) درجة موافقة القائم بالاتصال على التدريب الصحفي في مجال صناعة المحتوى

الترتيب	المتوسط المرجح	موافق	لا أوافق	% موافق	موافق إلى حد ما	% موافق	دور التدريب الصحفي في مجال صناعة المحتوى
1	2.59	10	15	21.3	32	68.7	التدريب الصحفي في مجال صناعة المحتوى لا يفيد أن لم تكن هناك رغبة في التعلم
1	2.59	6	9	29.3	44	64.7	الإنترنت هو وسيلتي للتدريب على استخدام وإنتاج تكنولوجيا الإعلام الرقمي
2	2.54	7.3	11	31.3	47	61.3	اعتمد على نفسي في عملية تعلم واستخدام وإنتاج الوسائط الرقمية
3	2.37	14.7	22	34	51	51.3	يمكن التعلم والتدريب على عدة مهارات وأن أتميز في واحدة في فقط
4	2.35	13.3	20	38.7	58	48	تسعى الصحيفة التي انتمى إليها لرفع مستوى أدائي عن طريق تزويدي بالمعارف والمهارات الرقمية اللازمة
5	1.83	40	60	36.7	55	23.3	تلزمني صحيفتي بحضور دورات تدريبية في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي من الوسائط الرقمية

يتضح من جدول (22) أن أهم عبارة تعكس درجة موافقة القائم بالاتصال لدور التدريب الصحفي في مجال صناعة المحتوى هي "التدريب الصحفي في مجال صناعة المحتوى لا يفيد أن لم تكن هناك رغبة في التعلم - الإنترنت هو وسيلتي للتدريب على استخدام وإنتاج تكنولوجيا الإعلام الرقمي" في الترتيب الأول بمتوسط 2.59، ثم "اعتمد على نفسي في عملية تعلم واستخدام وإنتاج الوسائط الرقمية" بمتوسط 2.54، يليه "يمكن التعلم والتدريب على عدة مهارات وأن أتميز في واحدة في فقط" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.37، ثم "تسعى الصحيفة التي انتمى إليها لرفع مستوى أدائي عن طريق تزويدي بالمعارف والمهارات الرقمية اللازمة" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.35، ثم "تلزمني صحيفتي بحضور دورات تدريبية في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي من الوسائط الرقمية" في الترتيب الخامس

والأخير بمتوسط 1.83. وترى الباحثة بأن النتائج تنطلق من رغبة أفراد العينة الشخصية في الحصول على التدريب والتزود بالمعارف من مصادر مختلفة. وترتبط النتيجة بجدول (20) و(21) مما يدل على صدق النتائج. وتتفق مع دراسة (ربيع، 2018) في رغبة العينة في التدريب على إنتاج الوسائط الرقمية، وتختلف عن دراسة (2019 Saleh,) حيث تقوم العينة بتدريبهم.

جدول (23) درجة موافقة القائم بالاتصال على إيجابيات استخدام الوسائط الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي

الترتيب	المتوسط المرجح	موافق	لا أوافق	موافق		موافق	الإيجابيات	
				%	إلى حد ما			
1	2.87	2	3	9.3	14	88.7	133	اكتساب مهارات تقنية وفنية تساعد في العمل الصحفي
2	2.80	0.7	1	18.7	28	80.7	121	ممارسة جميع جوانب العمل الصحفي أثناء التغطيات
3	2.77	3.3	5	16	24	80.7	121	التحول إلى ما يعرف بالصحفي الشامل
4	2.67	7	6	25.3	38	70.7	106	التركيز على القصة بشكل كامل عوضاً عن السعي خلف السبق

يتضح من الجدول السابق أن أهم عبارة تعكس درجة موافقة العينة لإيجابيات استخدام الوسائط الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي هي "اكتساب مهارات تقنية وفنية تساعد في العمل الصحفي" في الترتيب الأول بمتوسط 2.87، ثم "ممارسة جميع جوانب العمل الصحفي أثناء التغطيات" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.80، يليها "التحول إلى ما يعرف بالصحفي الشامل" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.77، ثم "التركيز على القصة بشكل كامل عوضاً عن السعي خلف السبق" في الترتيب الرابع والأخير بمتوسط 2.67. وتوضح النتائج اهتمام القائمين بالاتصال بالممارسة المهنية الفعلية ورغبتهم في اكتساب مهارات تكنولوجيا الإعلام الرقمي لتوظيفها بشكل متكامل في العمل الصحفي. وتتفق النتائج مع دراسة (أبو جلوب، 2016) التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة وتطور الممارسة الصحفية من خلال جعل الصحفي أكثر ثراءً وتعدداً في أدواته وأوعيته. كما تتفق مع دراسة (Saleh, 2019) و(Sanus, Omowale and Esiri, 2015) و(حسونة 2014) و(الحمداني، 2012) و(ربيع، 2018) و(عبد العزيز، 2017) في إعادة تعريف الوسائط الرقمية للدور التقليدي للصحفي وتحوله لمفهوم "الشامل" وامتلاكه لمهارات استخدام التقنيات الذكية في إنتاج المحتوى. واختلفت عن دراسة (العصيمي، 2019) في تفسيرها عدم حاجة الصحفي الشامل بأن يكون خبيراً وملماً بكافة تكنولوجيات غرفة الأخبار.

جدول (24) درجة موافقة القائم بالاتصال على صعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي

الترتيب	المتوسط المرجح	موافق	لا أوافق	إلى حد ما		موافق	الصعوبات	
				%	إلى حد ما			
1	2.74	2	3	22	33	76	114	يتطلب إنتاج الأخبار باستخدام الوسائط الرقمية مهارات تكنولوجية وصحفية جديدة
2	2.49	10.7	16	30	45	59.3	89	سيكون من الصعوبة أن يحصل

الصعوبات	موافق	%	إلى حد ما	%	لا أوافق	موافق	المتوسط	الترتيب
الصحفي الحالي على عمل إذا كان غير قادراً على استخدام الوسائط الرقمية في سرد القصص الإخبارية								
يقف عنصر الوقت في الأخبار العاجلة عائقاً أمام إنتاج الوسائط الرقمية	80	53.3	58	38.7	12	8	2.45	3
إنتاج الوسائط الرقمية يربط الصحفيين بشاشات الكمبيوتر ويؤدي إلى زيادة ساعات العمل	78	52	42	28	30	20	2.32	4
ارتفاع تكاليف إنتاج الوسائط الرقمية	60	40	63	42	27	18	2.22	5
التركيز على إنتاج الوسائط الرقمية من شأنه إضعاف مستوى أداء الصحفيين	55	36.7	48	32	47	31.3	2.05	6

يتضح من الجدول أن أهم عبارة تعكس درجة موافقة العينة لصعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي من قبل القائمين بالاتصال هي "يتطلب إنتاج الأخبار باستخدام الوسائط الرقمية مهارات تكنولوجياية وصحفية جديدة" أولاً- بمتوسط 2.74 ثم "سيكون من الصعوبة أن يحصل الصحفي الحالي على عمل إذا كان غير قادراً على استخدام الوسائط الرقمية في سرد القصص الإخبارية" بمتوسط 2.49 تليهم "يقف عنصر الوقت في الأخبار العاجلة عائقاً أمام إنتاج الوسائط الرقمية" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.45 ثم "إنتاج الوسائط الرقمية يربط الصحفيين بشاشات الكمبيوتر ويؤدي إلى زيادة ساعات العمل" بمتوسط 2.32 ثم "ارتفاع تكاليف إنتاج الوسائط الرقمية" بمتوسط 2.22 يليه "التركيز على إنتاج الوسائط الرقمية من شأنه إضعاف مستوى أداء الصحفيين" في الترتيب الأخير بمتوسط 2.05. وتعكس النتائج إدراك العينة للتحديات التي يواجهها القائم بالاتصال في عصر الصحافة الحالية خصوصاً في ظل المنافسة الشديدة من أصحاب المهارات من غير الصحفيين. وتتفق النتائج مع (ربيع، 2018) في ضيق الوقت والحاجة للتدريب. و(عبد العزيز 2017) حول كثرة التقنيات التي يجب يتعلمها الصحفي لإنتاج المحتوى، ودراسة (De la Piscina, Zabalondo, Aiestaran and Agirre, 2016) حول صعوبة الجمع بين الجودة والسرعة والصدق عن طريقها، و(الخاتم 2015) و(الحمداي، 2012) و(خالد، 2012) في قصور توظيف التكنولوجيا الحديثة وضعف التدريب الذي ينعكس على مستوى الأداء، و(حسونة، 2014) في إضافة وسائل الاتصال الحديثة لمستويات جديدة من العمل على كاهل الصحفي، ودراسة (Matsiola, Et al., 2013) حول الفجوات المعرفية لدى الصحفيين حول التطبيقات والأدوات الأساسية لعمليهم مما يضعف التأثير المحتمل للتكنولوجيا نحو الابتكار، ومع (Minami, 2011) في عدم أمان القائمين بالاتصال حول وظائفهم بسبب التحول الرقمي وتخفيض عملهم جزئياً بسببها.

جدول (25) درجة موافقة القائم بالاتصال لمستقبل صناعة الصحف السعودية

الترتيب	المتوسط المرجح	موافق	لا أوافق	موافق			مستقبل صناعة الصحف السعودية	
				%	إلى حد ما	%		
1	2.76	2	3	20	30	78	117	الوصول إلى فئة جديدة من القراء
2	2.66	4	6	26	39	70	105	تحولها للإنتاج الرقمي
3	2.61	4.7	7	30	45	65.3	98	التحول إلى صحافة الذكاء الاصطناعي
4	2.55	4	6	37.3	56	58.7	88	اندماج المفاهيم الإعلامية وتحول الممارسات المهنية إلى الرقمنة
5	2.23	24	36	29.3	44	46.7	70	اغلاق الصحف أو دمجها مع صحف أخرى
6	2.19	20.7	31	40	60	39.3	59	استبدال الصحف الورقية جزئياً
7	2.09	27.3	41	36.7	55	36	54	زيادة التكاليف على الصحف بسبب استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي
8	2.08	30	45	32	48	38	57	استبدال الصحف الورقية كلياً

يتضح من الجدول أن أهم تنبؤ يعكس درجة موافقة عينة الدراسة حول مستقبل صناعة الصحف السعودية هي عبارة "الوصول إلى فئة جديدة من القراء" في الترتيب الأول بمتوسط 2.76، ثم "تحولها للإنتاج الرقمي" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.66، يليه "التحول إلى صحافة الذكاء الاصطناعي" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.61، ثم "اندماج المفاهيم الإعلامية وتحول الممارسات المهنية إلى الرقمنة" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.55، يليهم "اغلاق الصحف أو دمجها مع صحف أخرى" في الترتيب الخامس بمتوسط 2.23، ثم "استبدال الصحف الورقية جزئياً" في الترتيب السادس بمتوسط 2.19، وفي الترتيب السابع "زيادة التكاليف على الصحف بسبب استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي" بمتوسط 2.09، وأخيراً في الترتيب الثامن "استبدال الصحف الورقية كلياً" بمتوسط 2.08. وترى الباحثة بأن النتائج تدل على تقبل القائمين بالاتصال في الصحف السعودية للتحول الرقمي فأنت اختياراتهم من صميم وضعهم المهني وملاحظتهم للتغيرات التي حلت بالمؤسسة الصحفية، وتتفق النتائج مع (Saleh, 2019) و(عبد العزيز، 2017) في رؤيتهم المستقبلية لتحول المؤسسات إلى الرقمية، والرغبة في الوصول للجماهير وخلق التفاعلية معهم بسهولة، كما تتفق مع (أبو جلنبو، 2016) على البعد الجديد للصحافة المعتمد على أساليب التكنولوجيا الرقمية، ومع دراسة (De la Piscina, Zabalondo, Aiestaran and Agirre, 2016) حول المستقبل التفاعلي للأخبار في 2020 المنجّه للرقمية وتكيف المحتوى مع التكنولوجيات والأجهزة الجديدة وانخفاض نسب الصحفيين التي ترى باختفاء الإصدارات المطبوعة، ودراسة (Sanusi, Omowale and Esiri, 2015) في اندماج الأدوار المختلفة للصحافة بسبب الوسائط الرقمية ورغبة الصحفيين والمؤسسات لتلبية الأذواق المتغيرة للجماهير.

اختبار صحة الفروض ومناقشتها:

1. الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية دالة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي والمتغيرات التالية: معدل الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام الرقمي، معدل المعرفة بتكنولوجيات الإعلام الرقمي وطرق إنتاجها، درجة استخدام القائم بالاتصال أو الجهة التي يتبع لها لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي".

جدول (26) العلاقة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومتغيرات الدراسة

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة الدلالة	مستوى الدلالة
استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي	2.72	0.493				
معدل الاعتماد	2.75	0.570	**0.439	طردي	متوسط	دال عند 0.01
معدل المعرفة	2.33	0.552	**0.272	طردي	ضعيف	دال عند 0.05
درجة استخدام القائم بالاتصال لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي	2.25	0.432	*0.199	طردي	ضعيف	دال عند 0.05

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام الرقمي، حيث كانت ($r < 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل المعرفة بتكنولوجيات الإعلام الرقمي وطرق إنتاجها، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ودرجة استخدام القائم بالاتصال أو استخدام الجهة التي يتبع لها لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.05.

أي أنه كلما زاد استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي كلما زاد معدل الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام الرقمي، ومعدل المعرفة بتكنولوجيات الإعلام الرقمي وطرق إنتاجها، ودرجة استخدام القائم بالاتصال أو استخدام الجهة التي يتبع لها لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي. مما يعني بأن الفرض الأول قد تحقق بشكل كلي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو جلوب، 2016) و(رمضان، 2015) في وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي وحجم الاستفادة منها في العمل الصحفي وتعدد التكنولوجيات وتطور الممارسة تبعاً لها. ودراسة (ساعد، 2016) في وجود رابط بين استخدامها ودرجة الاعتماد عليها، وبينها وبين تغير طبيعة العمل في المؤسسة للرقمية.

2. فحص الفرض الثاني: "توجد فروق دالة إحصائية في تأثيرات القائم بالاتصال من استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى وفقاً للمتغيرات التالية: النوع - التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة".

ونستعرض مدى تحقق هذا الفرض من خلال الجداول التالية:

أ- الفرق بين نوع القائمين بالاتصال وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى:
جدول (27) قيمة "ت" للفرق بين متوسطي درجات القائمين بالاتصال الذكور والإناث وتأثيرات استخدام

تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
التأثيرات	ذكر	84	2.65	0.317	148	-0.523	0.602 غير دالة
	انثى	66	2.68	0.262			

أظهر اختبار (T . test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى، حيث بلغت قيمة (ت) = (-0.523) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05). ويشير ذلك لعدم وجود فروق بين الذكور والإناث في تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي، أي أن الكفاءة في المنتج النهائي هو ما يهم ويتفق ذلك مع دراسة (الخاتم، 2015) (رمضان، 2015) في تقارب نسب نوع القائمين بالاتصال.

ب- تحليل التباين لدلالة الفروق بين القائمين بالاتصال باختلاف (التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة) وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى:
جدول (28) تحليل التباين لدلالة الفروق بين القائمين بالاتصال وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى

الفروق تبعاً إلى	مصدر التباين	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	الدلالة
التخصص الأكاديمي	بين المجموعات	0.434	3	0.145	1.699	0.170 غير دالة
	داخل المجموعات	12.443	146	0.085		
	المجموع	12.877	149			
المؤهل العلمي	بين المجموعات	0.854	3	0.285	3.456	0.018 دالة
	داخل المجموعات	12.024	146	0.082		
	المجموع	12.877	149			
مجال صناعة المحتوى	بين المجموعات	0.370	5	0.074	0.852	0.515 غير دالة
	داخل المجموعات	12.507	144	0.087		
	المجموع	12.877	149			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	0.138	2	0.069	0.795	0.453 غير دالة
	داخل المجموعات	12.740	147	0.087		
	المجموع	12.877	149			

يتضح من الجدول السابق مجموع المربعات، ومتوسط المربعات بين وداخل المجموعات ونلاحظ الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي للصحفيين وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى، حيث قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05. وذلك يشير لأهمية المؤهل العلمي في صناعة المضمون الصحفي باستخدام الوسائط الرقمية، حيث يمتلك القائمين بالاتصال من أصحاب المؤهلات الأعلى معارف ومهارات تساعدهم في إدراك اتجاهات الجمهور وطرق تفكيره وبالتالي صناعة محتوى مناسب لهم.

وتتفق النتائج مع دراسات (العصيمي، 2019)، (رمضان، 2015)، (الخاتم، 2015)، (علاونة، 2017)، (عبد العزيز، 2017) و(خالد، 2012) من حيث نسب ارتفاع المؤهل من الجامعي إلى التعليم العالي.

■ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (التخصص الأكاديمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة) للصحفيين وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى، حيث قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05. أي أن التخصص الأكاديمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة للقائم بالاتصال لا يثرون في محتويات الوسائط الرقمية.

جدول (29) اختبار LSD المتوسطات والانحرافات المعيارية بين المؤهل العلمي للصحفيين وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى

دراسات عليا	بكالوريوس	دبلوم	ثانوي	الانحراف	المتوسط	ن	المؤهل العلمي	التأثيرات
-0.305*	-0.201	*-0.389		0.247	2.42	5	ثانوي	
0.084	*0.188			0.129	2.81	11	دبلوم	
-0.103				0.280	2.63	90	بكالوريوس	
				0.326	2.73	44	دراسات عليا	

تشير النتائج التفصيلية للجدول إلى

■ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة الحاصلين على مؤهل دبلوم والحاصلين على مؤهل ثانوي في تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى لصالح أفراد العينة الحاصلين على مؤهل دبلوم عند مستوى 0.05.

■ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة الحاصلين على مؤهل دراسات عليا والحاصلين على مؤهل ثانوي في تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى لصالح أفراد العينة الحاصلين على مؤهل دراسات عليا عند مستوى 0.05.

■ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة الحاصلين على مؤهل بكالوريوس والحاصلين على مؤهل دبلوم في تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى لصالح أفراد العينة الحاصلين على مؤهل بكالوريوس عند مستوى 0.05.

وتتفق النتائج مع جدول (28) حول أهمية المؤهل العلمي في صناعة المضمون الصحفي باستخدام الوسائط

الرقمية، ومن خلال ما تم عرضه يمكننا القول بأن الفرض الثاني قد تحقق بشكل جزئي.

3. الفرض الثالث: "توجد فروق دالة إحصائية في استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى وفقاً للمتغيرات التالية: النوع - التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة".

ونستعرض مدى تحقق هذا الفرض من خلال الجداول التالية:

أ- النوع (ذكور - إناث):

جدول (30) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع واستخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى (ن=150)

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
معدل الاستخدام		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		56	66.7	55	83.3	111	74
أحياناً		25	29.8	11	16.7	36	24
نادراً		3	3.6	0	0	3	2
المجموع		84	100	66	100	150	100

درجة الحرية = 2 $\chi^2 = 6.385$ مستوى الدلالة = 0.041

توضح النتائج السابقة للجدول حصول معدل الاستخدام الكثيف على المركز الأول بنسبة (74%)، يليه متوسط الاستخدام بنسبة (24%)، ثم منخفض الاستخدام في المركز الثالث بنسبة (2%). كما تدل على وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الذكور والإناث في استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى حيث بلغت قيمة كاي (6.385) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (2). أي أنه توجد فروق بين الذكور والإناث في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي لصالح الإناث حيث أتت كثافة استخدامهم أعلى. وتفسر الباحثة ذلك بزيادة الفرص المتاحة للنساء للعمل وانخراطهم بشكل أكبر في كافة المجالات، كما لعب الإنترنت والعمل عن بعد دوراً كبيراً في العنور على هذه الطاقات واستغلال إمكانياتها.

ب- التخصص الأكاديمي:

جدول (31) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التخصص الأكاديمي واستخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى (ن=150)

التخصص الأكاديمي		إعلام وصحافة		اللغات والآداب		التصميم		الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات		الإجمالي	
معدل الاستخدام		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		85	71.4	18	90	6	100	2	40	111	74
أحياناً		31	26.1	2	10	0	0	3	60	36	24
نادراً		3	2.5	0	0	0	0	0	0	3	2
المجموع		119	100	20	100	6	100	5	100	150	100

درجة الحرية = 6 $\chi^2 = 8.891$ مستوى الدلالة = 0.180

تدل النتائج التفصيلية لهذا الجدول على عدم وجود فروق غير دالة إحصائية بين الصحفيين باختلاف تخصصهم الأكاديمي في استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى حيث بلغت قيمة كاي (8.891) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (6). فلم تقتصر صناعة المحتوى الصحفي على المتخصصين في الإعلام والصحافة، بل شملت المهتمين وأصحاب المهارات ذو الخلفيات المختلفة من منشئي المضامين البصرية.

ج- المؤهل العلمي:

جدول (32) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي واستخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى (ن=150)

الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		دبلوم		ثانوي		المؤهل العلمي معدل الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
74	111	68.2	30	73.3	66	100	11	80	4	دائماً
24	36	27.3	12	25.6	23	0	0	20	1	أحياناً
2	3	4.5	2	1.1	1	0	0	0	0	نادراً
100	150	100	44	100	90	100	11	100	5	المجموع

درجة الحرية = 6 $\chi^2 = 6.297$ مستوى الدلالة = 0.391

تدل النتائج التفصيلية لجدول (33) على عدم وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الصحفيين باختلاف المؤهل العلمي في استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى حيث بلغت قيمة كا (6.297) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (6). أي أن القائمين بالاتصال بمختلف خلفياتهم التعليمية قادرين على إنشاء المحتويات الرقمية خصيصاً مع توفر التقنيات التي سهلت ذلك.

د- مجال صناعة المحتوى:

جدول (33) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير مجال صناعة المحتوى واستخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى (ن=150)

مجال صناعة المحتوى		التحرير الصحفي		النصوص الرقمية		التصوير الرقمي		التصميم الجرافيكي		البث الإذاعي الرقمي		معدل الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
50	3	80	4	63.2	12	85.7	6	76	38	76.2	48	دائماً
50	3	20	1	36.8	7	14.3	1	18	9	23.8	15	أحياناً
0	0	0	0	0	0	0	0	6	3	0	0	نادراً
100	6	100	5	100	19	100	7	100	50	100	63	المجموع

درجة الحرية = 10 $\chi^2 = 11.046$ مستوى الدلالة = 0.354

تدل النتائج التفصيلية للجدول السابق على عدم وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الصحفيين باختلاف مجال صناعة المحتوى في استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى حيث بلغت قيمة كا (11.046) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (10). وذلك يشير لعدم وجود فروق بين القائمين بالاتصال في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي تبعاً لمجال صناعتهم للمحتوى، فقد أتى معدل استخدامهم لها في مختلف المجالات بشكل مرتفع، وبدل ذلك على أهمية توظيف كافة المحتويات الصحفية رقمياً.

ه- سنوات الخبرة:

جدول (34) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة واستخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى (ن=150)

الإجمالي		5 سنوات فأكثر		من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات		من سنة إلى أقل من 3 سنوات		سنوات الخبرة
		ك	%	ك	%	ك	%	
74	111	71.7	38	90	18	71.4	55	دائماً
24	36	24.5	13	10	2	27.3	21	أحياناً
2	3	3.8	2	0	0	1.3	1	نادراً
100	150	100	53	100	20	100	77	المجموع

درجة الحرية = 4 ك² = 4.205 مستوى الدلالة = 0.379

تدل النتائج التفصيلية لجدول (35) على عدم وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الصحفيين باختلاف سنوات الخبرة في استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى حيث بلغت قيمة ك² (4.205) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (4). أي أن القائمين بالاتصال باختلاف سنوات خبرتهم يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي بشكل دائم، وترى الباحثة بأن هذه النتيجة منطقية حيث سعى أصحاب الخبرات إلى توظيف مكتسباتهم في التقنيات الحديثة وإدارتها عبر استقطاب القائمين بالاتصال الأصغر سناً. ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثالث قد تحقق بشكل جزئي. ويتفق ذلك مع دراسة (رمضان، 2015) في عدم وجود فروق في معدل استخدام القائمين بالاتصال لأدوات الإعلام الجديد حسب سنوات الخبرة.

خلاصة بأهم نتائج الدراسة:

1. تحقق الفرض الأول بشكل كلي؛ حيث وجدت علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، وعلاقة طردية ضعيفة بين استخدامها وبين معدل المعرفة بها وبطرق إنتاجها، ووجدت علاقة طردية ضعيفة بين استخدامها وبين درجة استخدام القائم بالاتصال لأشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي. كما تحقق الفرض الثاني بشكل جزئي؛ حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي للصحفيين وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى، فحين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بحسب (النوع - التخصص الأكاديمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة) للصحفيين وبين تأثيرات استخدامها. بالإضافة إلى تحقق الفرض الثالث بشكل جزئي؛ حيث وجدت فروق دالة إحصائياً بين نوع القائم بالاتصال في استخدامه لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي لصالح الإناث، فحين لم توجد فروق غير دالة إحصائياً بحسب (التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة) في استخدامهم لها.
2. بلغت نسبة القائمين بالاتصال من الصحفيين 67.3% نسبة المحررين الصحفيين منهم 56.3%. وشكل صناع المحتوى 32.7% تمثل كتاب المحتوى منهم 55.1% وارتبطت مجالات عملهم بالصحف الإلكترونية بنسبة 81.33%. ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 81%، والصحف الورقية بنسبة 80%، والمواقع الإخبارية بنسبة 59.33%.

3. أوضحت النتائج بأن 74% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بصورة دائمة، حيث يعتمدون عليها بنسبة 81.3% في إنتاج المضامين الإعلامية، ولكن 58% فقط أظهروا إلمامهم بطرق إنتاجها وذلك بدرجة متوسطة.
4. يؤكد 90.7% من أفراد العينة على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، كما يرون ضرورة تأسيس وحدة إعلام رقمي بداخل المؤسسة الصحفية، كما أكد 50.7% منهم على استعانة المؤسسات الصحفية للمستقلين في تحويل المضامين الصحفية لوسائط رقمية.
5. تمثل النصوص الرقمية أبرز أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي التي يستخدمها القائمون بالاتصال في صناعة المحتوى الصحفي بنسبة 91.67%، تليها التصاميم الجرافيكية بنسبة 81.67%، كما وضحت العينة أن ترتيب استخدامهم لأشكال الوسائط الرقمية هو كالتالي: النصوص الرقمية - الإنفوجرافيك - التصاميم الجرافيكية والصور الرقمية - الفيديو القصير - البودكاست، ورغم تعرض الجماهير لها بالعكس، حيث يتفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الإعلام الرقمي من وجهة نظرهم مع الفيديوهات القصيرة، ثم الصور الرقمية، واخيراً الإنفوجرافيك، مما يدل على حاجتهم إلى تعلم طرق إنتاجها.
6. اتفق القائمين بالاتصال على أن تعدد السرد القصصي هو من أهم تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي، تليها قدرتها على رفع أداءهم ومهاراتهم، ووضحت العينة أن أهم المهارات المكتسبة بعد استخدام تكنولوجيا الاتصال في الصحافة الرقمية هي الكتابة والتحرير بنسبة 86%، وإدارة حسابات شبكات التواصل بنسبة 78.3%، والتصوير الفوتوغرافي بنسبة 77%.
7. أجمعت العينة على أن التدريب الصحفي في مجال صناعة المحتوى لا يفيد إن لم تكن هناك رغبة في التعلم، وأن الإنترنت هو وسيلة التدريب المفضلة لهم في تعلم إنتاج تكنولوجيا الإعلام الرقمي، ورغم موافقة 74.7% على عقد مؤسساتهم الإعلامية دورات في هذا المجال
8. وضّح القائمون بالاتصال أن "اكتساب مهارات تقنية وفنية" هي أبرز إيجابيات استخدام الوسائط الرقمية في صناعتهم للمحتوى ثم إمكانية مارسيتهم لجميع جوانب العمل الصحفي أثناء التغطيات حيث تعدى دورهم إلى ما يعرف بـ"الصحفي الشامل" كما تمثلت صعوبات استخدامها تطلب إنتاج الأخبار عن طريقها مهارات تقنية وصحفية جديدة، فيقف عنصر الوقت عائقاً في تعلمها وإنتاجها بسرعة مما يؤدي إلى ربطهم بشاشات الكمبيوتر وزيادة ساعات عملهم، أما أبرز مخاوفهم فهي فقدان وظائفهم في حالة عدم معرفتهم بطرق إنتاج هذه الوسائط.
9. اتفقت العينة على أن مستقبل صناعة الصحف السعودية يتجه نحو محاولة الوصول إلى فئة جديدة من القراء والتحول إلى الرقمية والذكاء الاصطناعي، حيث ستندمج المفاهيم الإعلامية وتتحول ممارساتهم إلى الرقمية البحتة.

التوصيات والمقترحات.

بناءً على نتائج الدراسة توصي الباحثة وتقتح ما يلي:

1. التوسّع في استخدام الفيديو الإخباري بطريقة إبداعية لتشمل كافة المجالات، كما تحث القائمين بالاتصال على دراسة جماهيرهم قبل اختيار القالب الذي سينقل الرسالة الاتصالية بشكل يتناسب مع مضمونها لتحقيق الانتباه المطلوب منها.

2. تدريب القائمين بالاتصال من الصحفيين وصنّاع المحتوى على المهارات الرقمية الحديثة لرفع مستوى الأداء وخصوصاً مهارات تحليل الجمهور والمحتويات الرائجة وصناعة الفيديوهات.
3. تدريب القائمين بالاتصال على إنتاج الوسائط الرقمية بشكل محترف في صناعة القصص الإخبارية وعدم الاعتماد على المواقع والتقنيات ذو القالب الجاهزة ودفعهم لاكتساب مهارات الصحفي الشامل.
4. الاستفادة القصوى من توظيف تكنولوجيا الإعلام الرقمي في محتوى الصحف عبر الإنترنت وعدم اقتصره على النقل من النسخ المطبوعة.
5. إنشاء وحدات متخصصة في الإعلام الرقمي في المؤسسات الصحفية والعمل على إنتاج الوسائط الرقمية بشكل مستمر المراكز الإعلامية الصحفية والاستفادة من تجربة مركز التواصل الحكومي والصحف المحلية مثل عكاظ
6. أن يتضمن تخرج وتدريب طلاب أقسام الإعلام في الجامعات السعودية على إنتاج واستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي وتوظيفها بالشكل الأمثل في المحتوى الصحفي.

قائمة المراجع.

أولاً- المراجع بالعربية:

- إبراهيم، أيسر. (2020). التقنيات الاتصالية للصحافة. ط1. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان: الأردن.
- ابن نصيب، منيرة. (2019). "وسائل الاتصال: من الحتمية التكنولوجية إلى الأيديوتكنولوجيا إلى حوار المجتمعات". المجلة العربية للإعلام والاتصال. 21، 125 - 142.
- أبو جلنبو، صفاء. (2016). "توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية". مجلة ركائز معرفية: مجلد 4 (1): 119 - 158.
- أحمد، وسام. (2018). الوسائط المتعددة في الصحافة.. تصميمها وإنتاجها. ط1. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة.
- إسماعيل، محمود. (2011). مناهج البحث الإعلامي. ط1. دار الفكر العربي. مدينة نصر. القاهرة.
- امبروز، غافن وهاريس، بول. (2015). أساسيات التصميم الجرافيكي (ترجمة حسام القرعان). الأردن: جبل عمّان.
- برنيس، نعمة. (2017). "انعكاسات التكنولوجيا الحديثة على الصحافة". مجلة العلوم الإنسانية. 47، 355 - 367.
- ثمانية. (2020). البودكاست هو المستقبل. [فلم وثائقي]. الولايات المتحدة الأمريكية: نيويورك. تم استرجاعه في 1414/7/28 هـ على الرابط <https://twitter.com/thmanyahLTR/status/1232289151241871360>
- الجعفري، عواد. (2019). صحافة الأون لاين. ط1. الدار العربية للعلوم ناشرون. بيروت. لبنان.
- حجاب، منير. (2010). نظريات الاتصال. ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة. مصر.
- حسونة، نسرين (2014) "أثر التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي". رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب، الجامعة الإسلامية: فلسطين.
- الحمداني، بشرى. (2012). "انعكاسات التكنولوجيا الحديثة على الصحافة". مجلة الدراسات التاريخية والحضارية: مجلد 4 (11): 139 - 181.

- العصيمي، خلود. (2019). "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال". المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل. 7، 91 – 138.
- عطية، مروة. (2018). "تأثير استخدام رسوم الإنفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة شبة تجريبية". المجلة العربية للإعلام والاتصال. 22، 114 – 133.
- عفيفي، محمد وعبد الظهير، محمود. (2016). "استخدام الوسائط المتعددة في الصحف الرياضية الإلكترونية: دراسة مقارنة". المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية: 32، 82 – 96.
- علاونة، حاتم. (2017). "صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة مسحية". المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية: مجلد 10 (2): 227 – 250.
- عمر، السيد أحمد. (2008). البحث الإعلامي. ط3. دار حنين للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- العيسوي، نجم والقاسمي، سلطان. (2017). "مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد: دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان". مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية: مجلد 1 (1): 142 – 164.
- غازي، خالد. (2016). الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح. ط1. وكالة الصحافة العربية ناشرون. الجيزة. مصر.
- الغامدي، ماجد. (2017). صناعة المحتوى الإعلامي. ط3. مكتبة الملك فهد الوطنية. الرياض. السعودية.
- كاتب، سعود. (2018). الإعلام القديم والإعلام الجديد. ط3. خوارزم العلمية للنشر والتوزيع. جدة. السعودية.
- المزهرة، منال. (2018). نظريات الاتصال. ط2. دار المسيرة. عمان. الأردن.
- نور الدين، تواتي. (2013). "ماكلوهان مارشال.. قراءة في نظرياته بين أمس واليوم". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. 10، 177 – 190.
- اليس، انتوم. (2015). الصحافة الرقمية (ترجمة سامي عامر بمشاركة جورج سعيد). لبنان: الدار العربية للعلوم.

ثانياً- المراجع بالإنجليزية:

- De la Piscina, Txema Ramirez and Zabalondo, Beatriz and Aiestaran, Alazne and Agirre, Antxoka. (2016). "The Future of Journalism- Who to Believe? Different Perceptions Among European Professionals and Internet Users". Journalism Practice. Vol. 10 (1): 71 – 92.
- Digital 2020: Saudi Arabia. (2020). Global: Kepios. Retrieved March 31, 2020 from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-saudi-arabia>
- Greer, Jennifer D and Yan, Yan. (2011). "Newspapers Connect with Readers Through Multiple Digital Tools". Newspaper Research Journal. Vol. 32 (4):83 – 97.
- Matsiola, Maria and Dimoulas, Charalambos and Spyridou, Lia-Paschalia and Veglis, Andreas and Kalliris, George. (2013). "Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices". The International Communication Gazette. Vol. 75 (1): 76 – 98.

- Minami, Hiroko. (2011). "Newspaper Work In A Time Of Digital Change: A Comparative Study Of U.S And Japanese Journalists". Unpublished Ph.D. Thesis. School of Journalism and Communication: University of Oregon. U.S.
- Saleh, Safia. (2019). "The Impact of Social Media on Newsroom Operations in the UAE". Journal of Public Relations Research Middle East. 23, 37 – 54.
- Sanusi, Bernice and Omowale, Adelabu and Esiri, Myke. (2015). "Changing Roles In The Nigerian Media Industry: A Study Of Multimedia Journalism". Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review. Vol. 4 (12): 9 – 17.
- Tan, Fangfang and Mei, Longbao. (2011, May). "The Digital Technology's Influence on Journalism Practice". IEEE 3rd International Conference on Communication Software and Networks. University Jiujiang: China.
- Thuseethan, Selvarajah and Vasanthapriyan, Shanmuganathan. (2015). "Social Media as a New Trend in Sri Lankan Digital Journalism: A Study". Asian Social Science. Vol. 11 (10): 86 – 93