

"Cognitive Journalism": The Modernizing of Journalism and Issues of Knowledge Industry in The Media

Mr. Saud Rubaya Mousa AlQahtani

Researcher in Journalism and Digital Media | Kingdom of Saudi Arabia

Received:
24/06/2024

Revised:
14/10/2024

Accepted:
12/11/2024

Published:
30/11/2024

* Corresponding author:

saudalqahtani@gmail.com

[m](#)

Citation: AlQahtani, S. R. (2024). "Cognitive Journalism": The Modernizing of Journalism and Issues of Knowledge Industry in The Media. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 8(11), 115 – 127.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.Q260924>

2024 © AISRP • Arab Institute of Sciences & Research Publishing (AISRP), Palestine, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) [license](#)

Abstract: The media play an important and influential role in obtaining news and information, creating knowledge, and spreading public awareness, despite the difficult conditions it is experiencing, including the decline of their economies and traditional business models, and the deterioration in their position as sources of knowledge and news, with the rise of digital media use. This article aims to shed light on the role of journalism in the knowledge industry, in light of the wide-ranging transformation witnessed by the media environment, and the claims that digital media and artificial intelligence technology will soon replace it, as a tool for transferring and expanding knowledge. It also reveals the most prominent challenges and issues facing media markets in the knowledge industry, including the current of information chaos, audience involvement in content production, selective exposure to news, and the widening knowledge and digital gap. It also outlines the features for developing the knowledge industry in the media and the modernizing of professional journalistic practices in the digital age and its transformation into knowledge-based journalism. This article argues that Cognitive journalism may have excited divisions within newsrooms, and its increasing dissonance in the production and control of content, which renews assumptions about the extent to which people have the right to own, use, and dissemination information.

Keywords: Digital Gap, Epistemology, knowledge Economy, Digital Media, Media Effect, Journalism Crisis.

"الصحافة المعرفية": تحديث الصحافة وقضايا صناعة المعرفة في وسائل الإعلام

أ. سعود ربيع موسى القحطاني

باحث في الصحافة والإعلام الرقمي | المملكة العربية السعودية

المستخلص: تلعب وسائل الإعلام دورًا هامًا ومؤثرًا في الحصول على الأخبار والمعلومات وصناعة المعرفة ونشر الوعي العام، على الرغم من الأوضاع الصعبة التي تعيشها، بما في ذلك تراجع اقتصاداتها ونماذج أعمالها التقليدية، وتدهور مكانتها كمصادر للمعرفة والأخبار، مع صعود استخدام وسائل الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. تهدف هذه المقالة إلى تسليط الضوء على دور الصحافة في صناعة المعرفة، في ظل التحولات الواسعة النطاق في البيئة الإعلامية، والمزاعم بأن وسائل الإعلام الرقمي ستحل مكانها قريبًا كأداة لنقل المعرفة وتوسيعها. كذلك الكشف عن أبرز التحديات والقضايا التي تواجه أسواق الإعلام في صناعة المعرفة، التي تشمل تيار الفوضى المعلوماتي، وإشراك الجمهور في إنتاج المحتوى، والتعرض الانتقائي للأخبار، واتساع الفجوة المعرفية والرقمية. أيضًا رسم الملامح لتطوير صناعة المعرفة في وسائل الإعلام، وتحديث الممارسات المهنية الصحفية في العصر الرقمي وتحولها إلى الصحافة القائمة على المعرفة. تجادل المقالة بأن الصحافة المعرفية قد تثير الانقسامات بداخل غرف الأخبار، وتزيد من التنافر في إنتاج المحتوى والسيطرة عليه، مما يجدد الافتراضات حول مدى أحقية الناس في امتلاك المعلومات واستخدامها ونشرها.

الكلمات المفتاحية: الفجوة الرقمية، نظرية المعرفة، اقتصاد المعرفة، وسائل الإعلام الرقمي، تأثير الإعلام، أزمة الصحافة.

تلعب الصحافة دورًا هامًا ومؤثرًا في صناعة المعرفة والحصول على الأخبار والمعلومات، بالرغم من الاضطرابات والتحديات الصعبة التي تواجهها مع صعود استخدام وسائل الإعلام الرقمي، وهو الأمر الذي أثار مجموعة واسعة من الافتراضات بنهاية العصر التاريخي للصحافة والإعلان عن بداية سقوطها المحتمل، في ظل تراجع قراءتها وتدني مبيعاتها، وارتفاع تكلفة إنتاج الأخبار، وتسريح العديد من الصحفيين عن العمل. في المقابل، يُزعم بشكل متواصل بأن وسائل الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ستحل محل وسائل الإعلام التقليدية، من حيث تقديم وظائفها الأساسية للصحافة، بما في ذلك نشر المعرفة والأخبار والوعي حولها، وتداول الآراء وتشكيل مناقشات الرأي العام، وإجراء التقارير الاستقصائية تحت قيادة المستخدمين عبر الإنترنت والخوارزميات الآلية. ومع ذلك، لقد عكست العديد من المؤسسات الإخبارية الرائدة تلك التوقعات المتعلقة بنهايتها، فقد بدأت بتطوير نماذج أعمالها وتكييف ممارساتها ومنتجاتها الإخبارية رقميًا، والتحول سريعًا إلى غرف الأخبار الافتراضية؛ بهدف الحفاظ على البقاء والاستمرار في التنافس وتحقيق النمو.

في الواقع، تثير صناعة الأخبار اليوم مجموعة واسعة من القضايا والتحديات في صناعة المعرفة، والتي تشمل عدة موضوعات مثل: الفجوة الرقمية، والتعرض الانتقائي للأخبار أو قلة الثقة بها أو تجنبها، والتنافر المعرفي، وزيادة الاستقطاب بين الجمهور، التي تؤثر على طبيعة المحتوى الذي تنتجه وسائل الإعلام. ترتبط هذه القضايا بكلاً من الصحافة المهنية وصحافة المواطن، من حيث انتهاك أخلاقيات الصحافة، وضعف الجوانب المهنية في معالجة القضايا والأحداث، وتأثير الأخبار والمعلومات وفق الأجندة والمصالح السياسية والتجارية، والمنشورات المضللة وغير الدقيقة والآراء المتطرفة والتفسيرات المتحيزة، والتوتر المستمر بين الصحفيين والمدونين في إنتاج المحتوى، كذلك ضعف أنشطة الصحافة الاستقصائية، وتراجع مستوى الديمقراطية والحرية والتدفق الرقمي للمعلومات؛ مما دفع فئات متعددة من الجمهور إلى تجنب الأخبار ومشاركتها. تؤثر هذه القضايا وغيرها على صناعة المعرفة المعاصرة بشكل أساسي، كما تثير النقاشات حول الطرق المتصورة التي ينبغي اتخاذها للحد ولو جزئيًا من فوضى نظام المعلومات وإعادة تنظيمه مجددًا.

وبالتالي، لقد برزت الحاجة إلى وضع أدوار جديدة للصحافة في صناعة المعرفة "الصحافة القائمة على المعرفة"، على الرغم من المخاوف الواسعة تجاهها والتردد من تفعيلها في الصحافة، لما تتطلبه من الخبرة والمهارة المتقدمة والوقت وارتفاع تكلفة إنتاجها، بينما هي تؤثر على سوق الصناعة والطلب المتغير على الأخبار، في وقت أصبحت الوظائف الصحفية نادرة وهشة. ولكن، لقد ظهرت بعض الاتجاهات الصحفية في الأفق، كممارسات فعالة لاكتشاف المعرفة وإعداد التحقيقات الصحفية، إلا أنها تبرز بعض العقبات من حيث تعارضها أحيانًا مع الأعراف والتقاليد الصحفية، وأخلاقيات المشاركة الاجتماعية، لصعوبة التحقق من المعلومات التي ينشرها الجمهور عبر الإنترنت؛ مما قد يقود الصحافة إلى حالة من الضعف وجعلها معرضة للتحيز والأكاذيب، ويعمل على تضيق نطاق جدول أعمال الموضوعات التي تغطيها، فيما تتطلب بعض الموارد وتضيف المزيد من الأعباء الصحفية في عملية إنتاج الأخبار وصناعة المعرفة.

تهدف هذه المقالة إلى تسليط الضوء على دور وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، بما في ذلك دور الصحافة في صناعة المعرفة وكمصادر للأخبار والمعلومات، وتساهم في نقل المعرفة وتوزيعها عبر الإنترنت، كذلك الكشف عن أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الإخبارية في صناعة المعرفة وإنتاج المحتوى الإخباري، وأهم القضايا الناشئة عن استخدام وسائل الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج المعرفة، فضلًا عن رسم الملامح البحثية لتطوير صناعة المعرفة في وسائل الإعلام، والتحول أيضًا إلى الصحافة القائمة على المعرفة، في ظل المتغيرات الواسعة باستمرار في الممارسات المهنية وصناعة الأخبار، وما تشهده الصحافة على وجه التحديد من التدهور الحاد في اقتصاداتها ونماذج أعمالها. إن تحليل هذه الموضوعات سيساعد بشكل أساسي على فهم الرؤى التحليلية والنقدية لوسائل الإعلام في سياق دورها المعرفي، وكيف تؤثر هذه التحديات التي تعترض طريقها على المفاهيم ذات الصلة بصناعة المعرفة.

1- "الصحافة المعرفية": دور وسائل الإعلام في صناعة المعرفة

لقد تساءل منظرو وسائل الإعلام منذ وقت طويل: من يملك وسائل المعلومات، وكيف يستخدمونها، وبأي تأثيرات يتم توظيفها؟ لقد رأوا أن وظيفة وسائل الإعلام هي المراقبة، والكشف عما يؤثر على القيم الاجتماعية، وتدفق المعلومات، والنقل الثقافي، والترفيه، وتركيز الاهتمام ورفع التطلعات، كذلك تغيير المواقف والممارسات الراسخة وتوجيه المعتقدات، وتقديم أبعاد جديدة للمشكلات، وتعزيز السلطة والقوة الاجتماعية، حيث يُنظر إليها على أنها أجزاء مترابطة من نظام اجتماعي متكامل، وتتشارك فيه العديد من مشاكل التحكم في الأنظمة الفرعية الأخرى، وبما ينقل إليها من المعلومات والمعرفة وتوزيعها (Lasswell, 1948; Schramm, 1964; Donohue et al., 1973). يجسد هذا المنظور العلمي مبكرًا المعاني والمفاهيم والرؤى الفلسفية حول وظائف وسائل الإعلام في المجتمع، بما في ذلك أدوارها المعرفية والرقابية والسياسية والاجتماعية والثقافية، بينما قد وضعت حجر الأساس العلمي فيما يتعلق بتأثير المعرفة على الجمهور، على اعتبار أنها تلعب دورًا حاسمًا ومؤثرًا ومباشرًا للغاية في إبراز اهتمامات الناس وأفكارهم ومعتقداتهم وتطلعاتهم أيضًا.

علاوةً على ذلك، لقد افترض الباحثون أن الأفراد يعتمدون بشكل أساسي على وسائل الإعلام، كما يستخدمون محتواها بنشاط لتحقيق مجموعة من الأهداف والدوافع المتعددة. في حين تمت مناقشة قوة وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام ومدى تأثيرها على الاتجاهات والمواقف والمشاعر والسلوك، بالنظر إلى الدور المركزي الذي تلعبه للمعلومات، خاصةً في المجتمعات التي لا تزال تنمو وتواجه أوقات التغيير. وبناءً على ذلك، فعندما تتبنى وسائل الإعلام الاتجاهات المحددة وتركز على حدث ما، فإنها تؤثر لإظهار مدى أهميته، بينما يتحرك الجمهور خلفها ويتصرف وفق الآراء وأنماط السلوك السائدة (Noelle-Katzenbach & DeFleur, 1976; Katz et al., 1973; Neumann, 1974). ولذلك، ليس من المستغرب أن تكون التقارير والقصص الإخبارية لوسائل الإعلام هي مصدر المعلومات والأخبار لدى فئات عديدة من الجمهور، والتي يمكن أن تساعد المستهلكين بشكل منتظم على المعرفة والإدراك والتنقل في شؤون حياتهم اليومية.

غالبًا ما تُثار النقاشات البحثية حول الدور المركزي والأساسي، الذي تلعبه وسائل الإعلام في إيصال ما يحدث في العالم إلى الجمهور، وخاصةً في المجالات التي لا يمتلكون فيها معرفة أو خبرة مباشرة. وعلى اعتبار أدوارها في عرض الأخبار والتحكم في طبيعة محتواها وجذب الانتباه إليها، واختيار الأحداث والقضايا والموضوعات وتأييدها وفق أجندتها؛ فهي تؤثر عمومًا في صناعة الرأي العام وتوجيه حولها، ومعرفة وتفسير المشكلات والوقائع وتقييمها، وتساهم بطرق مختلفة في إحداث التغيير الاجتماعي، كما تساعد على تشكيل التنشئة الاجتماعية والسياسية، وإضفاء الشرعية على الإجراءات السياسية (McCombs & Shaw, 1972; De Vreese, 2005; Happer & Philo, 2013). تشدد هذه المناقشات على فكرة أساسية مفادها بأن وسائل الإعلام في جوهرها تعتبر مساحة متنازع عليها، إذ يمكن للمجموعات الأقوى أن ترسي هيمنة رسائل محددة ومؤثرة؛ لبناء المعتقدات والاتجاهات العامة والسلوك وعلاقته بالتغيير وتشكيل المعرفة لدى الجمهور. تعتبر نظرية المعرفة قضية مركزية في أبحاث الصحافة، التي تعد هي من بين المؤسسات الأكثر تأثيرًا في إنتاج المعرفة، وترتبط بادعاءات توفير المعرفة العامة والدقيقة والموثوقة. تشير هذه النظرية في الصحافة إلى دراسة الممارسات ذات الصلة في إنتاج المعرفة وإيصالها وتلقيها، التي تشمل شكل المعرفة المقدمة للجمهور وخصائصها، وفهم القواعد والمعايير والإجراءات المؤسسية والقرارات الصحفية في إنتاج المعرفة ومعالجة المعلومات، والشروط الحاسمة لقبول أو رفض الجمهور لادعاءات المعرفة، وتشمل دراسة الأخبار والصحافة كأشكال معينة من المعرفة، وفي المشاركة الاجتماعية وسلطة الصحافة أيضًا في تقديم أشكال حصرية للمعرفة في المجتمع (Ekström, 2002; Ekström & Westlund, 2019). يتجاوز هذا الاستفسارات الفلسفية حول طبيعة المعرفة الحقيقية في الحياة اليومية، إذ إنه يتعلق بدراسة كيف تنقل المؤسسات الإخبارية ما تعرفه وأن تقر بدورها ما هو صحيح وموثوق وصالح للنشر، من خلال ممارستها داخل غرف التحرير وخارجها، وكيف يقيّم الجمهور للعناصر الإخبارية والمعرفة الصحفية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية.

لقد استعرضت الأبحاث دور الصحفيين باعتبارهم محترفين معرفيين مؤثرين "الصحافة القائمة على المعرفة"، فقد زعموا أنهم صنع للمعرفة، لاسيما عندما يستطيعون القيام بالتقارير الاستقصائية "العمق"، وقدرتهم في تحديد الأجندة العامة من خلالها، والتعبير عن آرائهم "التأليف"، وإذ بإمكانهم صنع التأثير على المجالات التي يغطونها "التأثير"، وتحدد معرفتهم من قبل القراء والمتخصصين "الخبرة". يتوقع الجمهور أن تؤدي وسائل الإعلام عدة وظائف اجتماعية، من ضمنها توفير معلومات أساسية "غير متحيزة، وموثوقة، ومُسلية، وسريعة، ومتعددة وجهات النظر"، وإعطاءهم نظرة ثاقبة حول ما يجري حولهم وفهمها، وضمان تمثيل أصواتهم، وتعزيز التكامل والتماسك الاجتماعي أو الشعور بالانتماء (Costera Meijer, 2010; Undurraga, 2015; Nisbet & Fahy, 2015). هي تُظهر لما درسه الباحثون معرفة الكيفية التي يتوسط بها الصحفيين ادعاءات المعرفة المقدمة من الخبراء وصناع السياسات وعمامة الناس، في حين قدموا افتراضًا عما إذا كانوا يرون أنفسهم بالفعل صنع للمعرفة، بينما قد أشارت بالرأي إلى أنه يتعين على وسائل الإعلام المحلية أن تصبح أكثر ديمقراطية، من خلال تمثيل السكان المحليين في مجتمعاتهم بشكل أفضل عبر تقديم قصص أكثر دقة تتعلق بهم.

يُزعم أن الصحفيون لديهم فهم مختلف لطبيعة المعرفة في الصحافة، فهم يتمتعون بقدر كبير من الخبرة حول ما يكتبون عنه؛ مما يؤدي إلى تحسين الحكم على الأخبار، وزيادة جودة المصادر المستخدمة، وتقليل المصادر والصحفيين الذين ينقلون الأكاذيب والمعلومات المضللة، وهذا يشكل بدوره أحد الأسباب التي تعزو الصحافة السيئة إلى تحيزها السياسي أو غيره بدلاً من عدم الكفاءة، ويُنظر إلى عدم رسمية أساليبهم على أنها تقوض مصداقيتهم المعرفية. يمكن للصحفيين ومؤسساتهم الإخبارية وضع المعرفة المتخصصة في سياقها وتقييمها بشكل نقدي، وتسهيل المناقشة التي تسد الفجوة ما بين الانقسامات الإيديولوجية الراسخة، كذلك النظر إلى قائمة أوسع من خيارات السياسة والتكنولوجيا (Undurraga, 2018; Nisbet & Fahy, 2015; Claussen, 2015). تعكس هذه الآراء طبيعة الأدوار التي يلعبها الصحفيون في مؤسساتهم الإخبارية في مجال صناعة المعرفة وتسويقها عبر منصات الإعلام، ومن خلال هذا المنهج يمكن فتح باب المناقشات حول الآثار المترتبة لهذه المعرفة والممارسات المهنية على أخلاقيات الصحافة وتعليمها في البرامج الأكاديمية.

في السنوات الأخيرة، لقد حظيت نظرية المعرفة باهتمام علمي متزايد استجابة للتحويلات داخل الصحافة، من حيث ظهور تكنولوجيا الرقمنة والأشكال الناشئة لصحافة البيانات، وتسارع دورة الأخبار، وأشكال مشاركة الجمهور عبر الإنترنت، مع تضائل الموارد البشرية والضغوط المالية للصحافة (Ekström & Westlund, 2019). لقد تحولت المفاهيم الإعلامية مع نمو استخدام الجمهور لوسائل

الإعلام الرقمي ودوره بإنتاج المحتوى. كما تأثرت صناعة الأخبار والصحافة، التي شهدت تراجعاً حاداً في قراءتها وإيراداتها؛ مما أدى إلى اضطراب في الممارسات والهوية المهنية، بينما أصبحت التغطية تضم المزيد من الأخبار وتسويقها بشكل أقل، وهو ما يمنح الجمهور ما يريده بدلاً مما يحتاج إليه (القحطاني، 2022). يشكل هذا بدوره مجموعة واسعة من التحديات لوسائل الإعلام في مجالات صناعة المعرفة وإنتاج المعلومات والأخبار، كما هو حالها في سابق عهدها، في ظل انتشار المنصات الرقمية وما تقدمه من محتوى فوري وتفاعلي عبر الإنترنت. نتيجةً لذلك، فلم تعد الصحافة الورقية تلي احتياجات واسباعات جمهور وسائل الإعلام، من حيث الحصول على المعلومات والأخبار، وتنمية المعارف العامة وزيادة الوعي، فقد أصبح يتخذ بدائل اتصالية أخرى بشكل متزايد، من خلال الاعتماد أكثر على المحتوى الذي تنتجه صحافة المواطن ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي؛ بغرض تحقيق مختلف احتياجاته المعرفية والوجدانية أو السلوكية (صالح، 2018؛ حسنين، 2022؛ شتله، 2017). يُعتقد أن أسباب استخدام وسائل الإعلام الرقمي هي سهولة الحصول على الأخبار، والتغطية الفورية، أو إتاحة الفرصة لمعرفة مختلف القضايا والأحداث والمواقف نحوها، وزيادة التثقيف والتوعية تجاهها، ولكن لانزال وسائل الإعلام التقليدية تعد مصادر أولية للأخبار في سياق بعض القضايا (القحطاني، 2022). تعزز هذه النتائج من الافتراضات البحثية والمخاوف المهنية حول ما إذا كانت الوظائف الأساسية للصحافة ستأثر في العصر الرقمي، بما في ذلك صناعة المعرفة وإنتاج الأخبار.

2- إسهامات التكنولوجيا الرقمية في صناعة المعرفة

لقد أثار نمو استخدام المنصات الرقمية المتزايد، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، الجدل حول إمكاناتها كمصادر للأخبار، والتعبير عن الآراء الناقدة والمخاوف علناً، وتوليد المناقشات حول الأحداث والمشكلات والقضايا، وتعزيز التفاعل والتواصل بين الآخرين، أو حتى تعبئة المعلومات عبر الإنترنت، وتدعيم التطلعات الديمقراطية وتحقيق الشفافية، وكأدوات ميسرة للمراقبة والتغيير السياسي والاجتماعي، وتنظيم الحركات الاحتجاجية، وتغذية تحقيقات الصحفيين المحترفين، وتخدم وظائف نشر المعرفة والوعي. ومع أنه يمكن إثبات أن وسائل الإعلام التقليدية بدأت تفقد تأثيرها، إلا أنها تُستخدم دائماً كمصادر للمعلومات (Howard & Hussain, 2013; Kersting, 2012; Norris, 2012). إن هذه الرؤية تؤكد على أن المنصات الرقمية تلعب أدوراً مختلفة وفعالة في مجالات مختلفة، وطوّرت أدوراً جديدة للمشاركة الاجتماعية والسياسية، وتدعم منظور "الجمهور النشط"، الذي يغذي المحتوى والأخبار عبر الإنترنت، في حين لا تزال مهمة كطريقة لتجاوز وسائل الإعلام التقليدية، وما تعيشه من الأزمات التي أثرت على طبيعة ممارستها وأدوارها فعلياً.

في الحقيقة، لقد سعت الأبحاث مبكراً إلى أمل إثبات فكرة أن التقدم والتقارب التكنولوجي الرقمي ساعد على تمكين "صحافة المواطن"، التي تساهم في إنشاء منتجات إعلامية مستقلة ونشرها عبر الإنترنت، كما توفر رواية مضادة قوية لوسائل الإعلام المهنية، التي غالباً ما تكون مقيدة أو يسيطر عليها من قبل الحكومات الوطنية، بينما تعتمد وسائل الإعلام بشكل متزايد على روايات المواطنين حول الأحداث والقضايا. في حين يُظهر محتوى المنصات الاجتماعية المعلومات وجهات نظر الجديدة، ويخلق وعياً بالموضوعات التي ربما لا تغطيها وسائل الإعلام، رغم النقاشات حول حدود صحافة المواطن، بما في ذلك قضايا التشويه، كذلك عدم المساواة في الوصول إلى الأخبار، ودمج الأشكال الشعبية لعرض الأخبار (Mutsvauro & Columbus, 2012; Wohn & Bowe, 2016; Mythen, 2010). لقد اهتمت الأبحاث باستمرار بدراسة وتحليل نطاق التأثيرات المحتملة التي أحدثتها صحافة المواطن على إنتاج وعرض المعلومات والأخبار، ومدى مساهمة محتواها في إضافة الطابع الديمقراطي على تدفق الأخبار عبر الإنترنت، ووضع قيم وأشكال إخبارية بديلة لإنتاج الأخبار، وكيف يمكن لمحتواها وخصائص مستخدميها أن يؤثر بشكل فعلي على الاتجاهات والمواقف نحو الأخبار ومستهلكيها.

يرى (القحطاني، 2022) أن وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية والصحافة عبر الويب تبرز بعض المخاوف حول إمكانات السلطة الثقافية والمعرفية، في حين يتساءل عن مدى حدود الظواهر لصحافة المواطن في أوقات الأزمات والاضطرابات والتحول، والنظر إلى ما إذا كانت هذه الأشكال المستجدة من وسائل الإعلام تعتبر نسبياً متطرفة وخارجة عن الحدود، أو ربما قد تكون المعرفة ومشاركة المعلومات عليها تبدو عقلانية ومشروعة داخل سوق الأفكار (القحطاني، 2022). وبغض النظر عن ذلك، يمكن القول إن تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ساهمت بالفعل في تطوير البيئة الإعلامية لتجعلها تبدو أكثر تفاعلية وموجهة نحو الجمهور، وتجعل من صناعة الأخبار أكثر تشاركية، وإذ مكّنت العديد من المنظمات القائمة على المعرفة من تشكيل استراتيجيات جديدة تساعد على صناعة المعرفة.

ولذلك، فقد أدى نمو أدوات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وتطورها إلى زيادة حجم المعرفة والمعلومات، ويمكن توظيف مشاركات الجمهور بطرق تفاعلية عبر وسائل الإعلام الجديدة؛ لإنتاج برامج مؤثرة لترسيخ قيم اقتصاد المعرفة، وتلقي ردود أفعاله أو الرد على استفساراتهم وتوليد المناقشات المفتوحة معه، وتشكيل الرسائل الإعلامية لإقناعه وجذبه وإثارة اهتمامه، واستقطابه وحصوله على المعلومات، وتعزيز الاتصالات الشخصية والتسويقية والمساحات الإعلامية، إلى جانب تطوير المحتوى الإخباري باستخدام تقنيات الإنترنت (أبو بكر، 2020؛ سلطان، 2016؛ البار، 2020). تكشف هذه الرؤية عن فاعلية وسائل الإعلام الرقمي في تطوير مجتمعات المعلومات والمعرفة، وتدعيمها لمفاهيم اقتصاد المعرفة وآليات تطبيقه، الذي يعتبر أحد أهم أدوات قياس قدرة الدول على تطوير المجتمعات

والصناعات والاتصالات، فيما تكون المعرفة هي المحرك الأساسي لهذا النمو، وتعتمد على مدى توافر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والرقمنة.

إن الإمكانيات المتاحة للصحفيين لإجراء البحوث ومنح أصواتاً للناس – حتى في الأنظمة غير الديمقراطية - لم تكن أفضل من أي وقت مضى. لقد أحدثت الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً قوياً ووفرة نوعية في الاتصال والمجال العام ونقل المعلومات، وغيّرت التركيز من إدارة المعرفة إلى توفير الوصول إليها، فهي خلقت قيمة مضافة وعائد استثمار أعلى للمنظمات القائمة على المعرفة، ووصول حامليها الإعلامية إلى عدد كبير نسبياً من المستهلكين. ومع ذلك، من الممكن أن ينتج عنها بعض المخاطر، حيث أثرت على تطور العلاقات بين العملاء، والتي ترتبط بتكوين تصوراتهم عن جودة العلامة التجارية أو سمعة المنظمة (Roblek et al., 2013; Von Krogh, 2012; Donsbach, 2014). يبين هذا كيفية تأثير الإنترنت والمنصات الاجتماعية في الاقتصاد الابتكاري الجديد، إذ تعد استراتيجية فعالة للاتصال التسويقي بالتواجد الدائم في النظام البيئي لتكنولوجيا المعلومات، والاستجابة السريعة لأي ردود سلبية على الجمهور. لقد بدأت المنظمات بإدراك قيمتها المضافة والتهديد الذي تشكله، وقامت بإنشاء أقسام لصنع السياسات وإدارتها والإشراف عليها.

تقوم المنظمات القائمة على المعرفة ببناء الوعي بأهمية المعلومات والمعرفة حول أداء أعمالهم، من خلال البحث المستمر عن الشبكات والقنوات المتاحة، التي تمكن من إنشاء المعرفة وتخزينها ودمجها وتخصيصها وإتاحتها للأشخاص. من زاوية أخرى، تبرز أشكال المشاركة عبر الإنترنت وخارجها داخل الصحافة، في ظل التركيز المتزايد لصناعة الإعلام على مشاركة الجمهور وإعلامه وجذب انتباهه، والبحث عن مداخلات في عملية إنتاج الأخبار، وفق الممارسات وتقدير الأشكال الرقمية وغير المتصلة بالإنترنت، بما في ذلك أدوات وسائل التواصل الاجتماعي، التي تستخدمها وسائل الإعلام السائدة لإرسال الفلاشات الإخبارية الموجزة، والعثور على بعض المعلومات والأحداث، والتحدث مع فئات مختلفة من الجمهور (Roblek et al., 2013; Belair-Gagnon et al., 2019; Stassen, 2010). توضح هذه الأبحاث أنه في الوقت الذي قد تكون ثقة الجماهير في الصحافة في أدنى مستوياتها، يبدو أن وسائل الإعلام العامة لديها انطباع متحور يشير إلى أن المحادثات الشخصية عبر الإنترنت توفر الوسيلة الأكثر احتمالاً للتغلب على أزمة هذه الثقة والتصورات نحوها وتطوير محتواها.

لقد سعى الباحثون إلى تأسيس إطار عمل يشترك فيها المهنيين والمعاونين "الصحافة المحيطة، والصحافة التشاركية، والصحافة المتبادلة"، كأشكال ثقافية تشمل الممارسات الصحفية والناشطة الاجتماعية، وتجسيد فكرة العمل التعاوني والجماعي في الصحافة وإنتاج الأخبار وسرد القصص، وانخراط الأشخاص داخل غرفة التحرير وخارجها في التواصل مع بعضهم البعض أيضاً؛ بهدف تعزيز مختلف الجوانب المعرفية والتثقيفية، ومشاركة الرسائل والأخبار عبر الإنترنت، ودعم المحادثات العامة حول الاهتمامات السياسية والمدنية، علاوةً على تطوير الأخبار المحلية والمجتمعات التي تخدمها (Hermida, 2010; Singer et al., 2011; Harte et al., 2017). وبالتالي، تتحدى وسائل الإعلام الرقمي حدود وأشكال الأخبار التقليدية وطريقة تأليفها، حيث تقدم أشكالاً إعلامية حديثة، التي قد تحولت بشكل أساسي من الهوية والهياكل التنظيم المؤسسي في الصحافة إلى تأليف المحتوى الذي ينشئه المستخدمون بشكل تعاوني مع الصحفيين عبر قنوات الإنترنت أو خارجها؛ لإنتاج منشورات إخبارية سريعة الانتشار وجذابة ومؤثرة ومختصرة في عرضها للجمهور.

وعلى النقيض من ذلك، لقد حذر (القحطاني، 2022) من تضخيم الافتراضات حول الإمكانيات الديمقراطية لوسائل الإعلام الرقمي، لانتشار الأفكار التآمرية والمنحرفة والمتطرفة في تفسير الأحداث والاستقطاب السياسي، والزمع بأن معظم مستخدميها مجرد مستهلكين للمحتوى دون إنتاجه، وتدني معالجتها للقضايا، ودحض الرؤى التي تعتقد بأنها وسائل بديلة لنشر حالات الفساد، وقد تكون انتهاكات استخدامها ذريعة لإحكام قبضة السلطات على التدفق الرقمي للمعلومات. تأتي هذه التحذيرات مع وجود "فجوة رقمية" قائمة على الطبقة، لعدم المساواة بين فئات الجمهور في إنتاج المحتوى لتمثيل أصواتهم، بشكل يؤكد هيمنة منشورات النخبة والسياسيين على الفضاء الرقمي (القحطاني، 2022). تثير مثل هذه الحجج النظرية بعض القضايا والتحديات الأساسية لوسائل الإعلام في مجالات صناعة المعرفة والأخبار، في ظل وجود هذه الفجوة، وقلة الاهتمام بالأخبار، وتزايد المعلومات المضللة والأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية.

3- القضايا والتحديات الإعلامية في صناعة المعرفة

لقد أصبح من السهل للجمهور اليوم أكثر من أي وقت مضى الهروب من الأخبار. ربما يكون هذا أحد الأسباب التي تجعل المشاركين في الاستطلاعات يبالغون في تقدير الوقت الذي يقضونه في مشاهدة الأخبار. وهكذا، يصبح الناس أكثر انتقائية في اختيار الأخبار؛ وفقاً لمعتقداتهم وميولهم وتفضيلاتهم، وهذا ينطبق على التغطية الإخبارية للموضوعات المثيرة للجدل أو حتى الناعمة؛ مما أثار النقاش حول تأثير التعرض الانتقائي والتنافر المعرفي واستقطاب الجمهور. تؤثر هذه الانتقائية على المحتوى الذي تنتجه المؤسسات الإخبارية، التي تركز بشكل عام على الحياة المدنية والعلميات التي تحدث في المجال العام (Donsbach, 2014; Iyengar & Hahn, 2009; Stroud, 2010). ينعكس هذا التعرض الانتقائي على طبيعة الممارسات والتغيرات في سياسات وأيديولوجية الصحافة في إنتاج الأخبار، ويدفع بالأراء المتناقضة حول ما إذا كان يمكن الوصول إلى الجمهور بطريقة ما والاستفادة منه؛ لتطوير عملية إنتاج الأخبار وإعداد التقارير وسرد القصص.

تكشف الدراسات الاستقصائية تقلص استهلاك وسائل الإعلام، وقلة مستوى الثقة في الأخبار والاهتمام بها، أيضاً ازدياد نسبة الذين يتجنبون الأخبار، لاعتقادهم بتأثيرها السلبي على مزاجهم، في حين يصعب متابعتها أو فهمها (Newman, et al., 2021). هناك بعض المؤشرات التي تبين أن قلة الثقة في وسائل الإعلام ترتبط بالتحيز أو التليفق، والأجندة، وتدني الحياد الموضوعية والتوازن باختيار القضايا والأحداث وترويجها، حيث تشجع على استقطاب الآراء، وتستخدم لدعم المصالح السياسية والاقتصادية، وتسهم بتحديد الأجندة العامة، وتؤثر على سلوك الجمهور وتصوراته (McCarthy & Dolfsma, 2014; Newman & Fletcher, 2017). تنتقد هذه الأبحاث الممارسات الإعلامية في الاحتفاظ بالمعلومات وإمكانية حججها عن الجمهور، على الرغم من إظهار الثقة في نزاهتها المهنية وتحققها من المصادر والحقائق والأدلة، بينما تحظى وسائل التواصل الاجتماعي بثقة أقل؛ لأن خلاصاتها باتت مليئة بالمعلومات غير الدقيقة والمضللة، والأجندات والآراء المتطرفة، ويساهم مستخدموها في تغذية القصص والمنشورات بشكل كبير بطرق مختلفة دون قراءتها.

في المقابل، تتصف وسائل الإعلام الرقمي في سياق التغطية الإخبارية لبعض القضايا في انخفاض درجة الحرية والاستقلالية، وتدني الثقة في محتواها والاعتقاد بتحيزه وأنه تم التلاعب به وتأطيره، وضعف الجوانب المهنية، وانتهاك أخلاقيات الصحافة، ونشر الأخبار المزيفة والشائعات؛ مما دفع البعض إلى تجنب المشاركة بها (القحطاني، 2022). إن الشيء الآخر الذي قوض الثقة في وسائل الإعلام وأدى إلى قلة التعرض للأخبار هو استراتيجيتها حول المعلومات والترفيه؛ بهدف المنافسة والتمسك بمستهلك الأخبار الهامشي؛ مما قد أدى إلى تقليل جودة الأخبار وسمعة صناعتها. هناك تهميش صامت متزايد للصحافة في مجال الاتصالات العامة، مع تراجع تواصل الناس حول محتواها مع الآخرين، وما يعتبرونه وجهات نظرهم الشخصية للواقع. ويعود هذا التطور إلى انخفاض الاهتمام في المجال العام، وزيادة التعرض الانتقائي (Patterson, 2013; Donsbach, 2014). تسعى هذه الاستراتيجية الإعلامية إلى الحفاظ على بعض المشاهدين، إلا أنها أدت أيضاً إلى نفور بعض من الجمهور الأساسي، فهي أثرت على كيفية استجابتهم للمحتوى وإمكانية الاتصال بالأخبار.

هناك مخاوف من أن الأخبار القائمة على المعرفة تحتاج إلى مزيد من الخبرة والوقت وتكلفة إنتاجها، كما تفرض قيود الفلسفات التعليمية، وسوق الصناعة، والطلب المتغير على الأخبار، بينما أن هناك مجالات من الحياة العامة يكاد من الصعب الإبلاغ عنها، وأصبحت المصادر أقل جدارة بالثقة. ربما ترفض المؤسسات الصحفية تلك التوجهات وستجد أنها لا تتناسب مع قيمها، أو تنظر إليها بعين العداوة أو الشك، ويشعر بعض مديرو الأخبار بالتهديد النفسي من قبل الموظفين الأكثر تخصصاً وتعليماً وكفاءة (Patterson, 2013; Donsbach, 2015; Claussen, 2014). تشدد هذه الرؤى على تحلي الصحفيون بالشجاعة لمحاسبة مصادرهم على أنصاف الحقائق وأحياناً الأكاذيب الصريحة في الأخبار، وهو أمر صعب للغاية في مهنة تكون فيها الوظائف نادرة وهشة، وإن معرفتهم غير الكافية تعيق نقل الأخبار، ويتم تصفية معظم المعلومات التي نحصل عليها من خلال الأخبار، ويقوم الصحفيون بالإبلاغ بدقة عما تقوله مصادرهم وليس دقتها.

يتفاوض المهنيون الإعلاميون على المساحة الحدودية المتنازع عليها بين المنتجين والمستخدمين في البيئة الرقمية، مع التوتر المستمر بين الرغبة الصحفية في التحكم بالمحتوى والمشاركة المفتوحة بعملية الأخبار "الصحافة الجماعية"، لعدم التوافق الأيديولوجي بين الصحفيين والجمهور. تعتبر هذه الممارسة طريقة فعالة للبحث عن المعرفة، وإعداد التحقيقات الصحفية، غير أنها تتعارض أحياناً مع الأعراف والمثل الصحفية التقليدية، في ظل صعوبة التحقق من المعلومات التي يقدمها الأفراد، رغم المحاولة في تجاوز ذلك عبر التكيف والانفتاح، مع الحفاظ على الحدود الصحفية وأخلاقيات المشاركة، ولكنها تخلق ضغوطاً لظهور معايير جديدة، مثل تقاسم المسؤولية عن صحة البيانات ودقتها بين الصحفيين والقراء (Lewis, 2012; Aitamurto, 2016; Belair-Gagnon et al., 2019). وبالتالي، يُظهر هذا أن الصحفيين محاصرين بالدفاع المني نحو السيطرة على النشر، كما تؤثر قلة الموارد لمعالجة المعلومات على التقليل جزئياً من إمكانات هذه الممارسة المفتوحة واكتشاف المعرفة، إلا أنه يجب على الجمهور أن يتحقق من بيانات القصة التي يريد نشرها.

تقود هذه المثل الصحفية الجديدة الصحافة إلى الضعف، وهذه الطرق المفتوحة لها حدود خطيرة مثل الفجوة الرقمية، وحساسية الموضوع، وقد تجعل الصحافة عرضة لنشر معلومات غير دقيقة. تقتصر الصحافة المفتوحة على الجمهور عبر الإنترنت، وتستبعد التحقيق في بعض القضايا الحساسة والمجموعات المكبوتة؛ مما يؤدي إلى تضيق جدول أعمال الموضوعات. ترى المؤسسات الإعلامية نفسها مسؤولة أمام الجماهير التي تدعمها، الذين يشعرون أنهم مهمشين سابقاً بسبب الوسائل التقليدية لإنتاج الأخبار. تحقق هذه المسألة المزوجة أهدافها، ولكنها شاققة بنفس القدر: إنتاج الأخبار لقطاع واحد من الجمهور مع كسب ثقة الآخرين (Aitamurto, 2016; Belair-Gagnon et al., 2019). تسهم هذه المسؤولية المختلطة بين الصحفيين والقراء في تمكين الصحافة من استخدام المعلومات، التي يتم الحصول عليها من مصادر جماعية. إن كفاءة البحث عن المعرفة تنتج كمية كبيرة من المعلومات والتقارير؛ مما يتطلب من الصحفيين بذل المزيد من الجهد والوقت والموارد لمعالجة المعلومات وتضمينها في التقارير الإخبارية بما يوافق أخلاقيات الصحافة.

ومع ذلك، في الممارسة العملية لمهنة الصحافة، توجد عدة عقبات تجعل الصحفيين مترددين بشأن مساهمتهم في المعرفة، بما في ذلك ظروف العمل المكثفة، ونقص التعددية داخل الصحف السائدة، كذلك طرقهم غير الرسمية في التعامل مع ادعاءات المعرفة. تبرز النقاشات حول التغييرات المحتمل حدوثها في المواقف الصحفية تجاه الصحافة الاستقصائية ونقل العلوم، مع توجه الصحفيين واستجابتهم

نحو التسويق التجاري، فقد تؤدي ردود الفعل الصحفية مع الحفاظ على سلطة النهج العلمي إلى تقويض الثقة في العلماء وتآكل المعرفة (Undurraga, 2018; Meyer, 2006). تُنتقد الصحافة في كثيرٍ من الأحيان لبث الذعر وتضخيم المخاطر، واستقطاب الآراء المتحيزة والمتناقضة، ونتيجةً لعدم دقة وموضوعية الأخبار والتقارير، وتأطيرها وفق أيديولوجيتها وأجندتها ومصالحها، وافتقارها إلى صحفيين لديهم المعرفة الكافية في معالجة بعض الموضوعات، في ضوء اختلاف دوافعهم وأولوياتهم من حيث توعية الجمهور أو التفسير النقدي للقضايا والأحداث (القحطاني، 2022)؛ مما يثير تحدياً أساسياً في دور الصحافة المتصور في صناعة المعرفة والأخبار.

يجادل (القحطاني، 2022) بأن المنصات الرقمية تُظهر المعرفة التي يُعتقد بأنها حقائق لا ترغب وسائل الإعلام وقنوات المعلومات الرسمية بعرضها، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تمتلئ بالإشاعات والروايات المتناقضة والمتحيزة، وهي تعمل على توجيه الأفراد نحو الإعلانات والمنشورات المخصصة وتتبع بياناتهم لأغراض تجارية. علاوةً على ذلك، فإن "الصحافة المجزأة" تدفع بسياسات ما بعد الحقيقة إلى الأمام، وتستهدف تجزئة الجمهور واستقطابه سياسياً، في حين تُظهر "العقلانية المزيفة" وعقلية المؤامرة والآراء المتطرفة والصراع الأيديولوجي. توجد أيضاً علاقة "طوبائية" توضح عدم التوافق في الأجندة والسياسات والمصالح بين وسائل الإعلام وشركات التكنولوجيا والسياسيين والخبراء؛ مما ساهم بدوره في عدم وضوح ترسيم حدود الواقع وتأطير التقارير الاستقصائية (القحطاني، 2022). هو يُظهر أن هذه العلاقة لم تتبع فكرة وسطاء المعرفة في نقل الحقائق والأحداث؛ مما ساهم في تشكيل الملامح المتناقضة بين السلطات ووسائل الإعلام.

4- الابتكار الإعلامي: تطوير صناعة المعرفة في وسائل الإعلام

على مدى العقود الماضية، لقد كانت الصحافة في حالة تغير مستمر؛ بسبب نتائج رقمنة البيئة الإعلامية، التي أثارت التساؤلات حول ما إذا كانت الصحافة قد عفا عليها الزمن. في الواقع، لا زلنا بحاجة إلى مؤسسات موثوقة تقدم معلومات تم التحقق منها. لقد أدى تزايد القنوات والمنصات الرقمية إلى خلق حاجة فورية للصحافة للابتكار والبقاء. لقد شهد البحث في مجال الابتكار الإعلامي والصحفي نمواً كبيراً خلال السنوات الأخيرة، والتي شملت الحديث عن نظرية الانتشار، والإدارة، والثقافة التنظيمية، والملاحم المهنية، ونماذج الأعمال، والشركات الناشئة، والأنواع والمحتوى، أيضاً الأدوات والتكنولوجيا والأشكال، والنمو بشكل أقل تطوراً في مجالات السياسة، والمنهجية، والأخلاق، وتعليم الصحافة (Donsbach, 2014; Vázquez-Herrero et al., 2020; Garca-AVils, 2021). لقد أصبح الابتكار في مجال الإعلام مسألة مهمة لضمان مستقبل الصحافة، ويجب أن نفهم آثاره المحتملة في صناعة الإعلام، حيث تعمل المؤسسات الإخبارية على تطوير نماذج أعمالها بشكل متواصل وتكييفها رقمياً؛ لتحسين جودة إنتاج الأخبار والقدرة على التنافسية والنمو.

تواجه الصحافة ضغطاً بسبب فقدان الإعلانات والإيرادات، بينما تشهد زيادة في الاستهلاك الرقمي وطلبات المستخدمين على الصحافة عالية الجودة والموثوقة. لقد تجددت الأسئلة مؤخراً عن "موت الصحافة"، ولكنها عكست هذه التوقعات وباتت أكثر أهمية، حيث تسارعت في التخلي عن غرف التحرير المادية والاتجاه إلى غرف الأخبار الافتراضية، والتكيف مع التقنيات الرقمية لإعادة تصميم ممارساتها ومنتجاتها وتوزيعها رقمياً، وإنتاج الصحافة الموجهة نحو الخدمة العامة، رغم افتقار بعض الصحفيين إلى التدريب الكافي لإجراء التغطية الإخبارية (القحطاني، 2022). لقد بدأت المؤسسات الإخبارية باستخدام تكنولوجيا الرقمنة؛ لجمع المعلومات والأخبار وتداولها عبر قنوات الإنترنت، وتنوع المصادر والموارد الإخبارية، وإجراء المقابلات وإعداد التقارير والتحقيقات الإخبارية، كذلك إحداث التغيير في الممارسات والسياسات الصحفية، من حيث تطوير صناعة الأخبار بأشكال جديدة، والوصول إلى الجمهور وإشراكه في إنتاجها.

يُعتقد بأن الصحفيين مهمين بشكل أساسي لعمل الديمقراطية، فنحن بحاجة إليهم لتفسير ما يجري لنا وصنع المعنى. يبدو أن هذه الأوضاع الجديدة ستجعل من الصحافة أكثر أهمية من أي وقت مضى، فلا يمكن لأنشطة صحافة المواطن أن تحل محل الوظائف الأساسية التي تجلبها الصحافة للمجتمع، من حيث فرز أجزاء من الواقع والتحقق منها وربطها بأجزاء أخرى، وبناء منصة مقبولة للخطاب الاجتماعي، فضلاً عن أنها تحظى بثقة المجتمع. تقدم العديد من تحليلات المحتوى دليلاً فعلياً على عدم تمكن الصحفيون المواطنون من سد الفجوة التي ستركها وسائل الإعلام المهنية، في ظل ما يقدمونه من المحتوى الفوضوي والأخبار الصحفية العشوائية، وعلى وجه الخصوص أثناء الأزمات والطوارئ (Kaufhold et al., 2019; Donsbach, 2014; Patterson, 2013; Bruns, 2016). إن الوظائف الصحفية تتطلب فهماً للدور الذي يلعبه الصحفيون، وتحقيق مهارات مختلفة عن تلك التي يتم تدريسها حالياً في البرامج الأكاديمية للصحافة.

يعد إشراك الجمهور في عملية الأخبار مفهوماً نما في كل مكان في الخطاب الصحفي، ويتم تصويره دائماً تقريباً على أنه تطور إيجابي معيارياً للمهنة. إنها تعتبر فائدة لأنها تخلق قيمة لا يمكن إنكارها للصحافة، من خلال جلب المعلومات ذات الصلة، ومساعدة الصحفيين على إحراز تقديم في تحقيقاتهم. ومع ذلك، فإنها تمثل التحديات أمام الصحفيين، من حيث إرساء أفضل الممارسات والطرق ومعالجة التحديات الأخلاقية. ولذلك، يجب أن تتبع الأجندة الصحفية معايير الأخبار والمبادئ التوجيهية المتعلقة بالمجتمع، بحيث تغطي أيضاً أولئك الذين لا يستطيعون التحدث عن أنفسهم، ولا يمكنهم المشاركة في الصحافة الجماعية (Aitamurto, 2016; Belair-Gagnon et al., 2019). يبين هذا أنه لا ينبغي صياغة الأجندة الصحفية وممارساتها التقليدية ببساطة لتناسب أساليب الصحافة المفتوحة، التي ينبغي

استخدامها بعناية في منتجات الصحافة الرقمية، مع الوعي العميق بمدى مخاطرها وقيودها المحتملة، حتى لا يكون لها بعض العواقب والتداعيات المتصورة على مستقبل الصحافة كمهنة، ونماذج سوق الصناعة التي تدعمها بشكل أساسي.

في غضون ذلك، تمت مناقشة كيف يمكن أن تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) على تجاوز التحديات التي تواجه صناعة الأخبار. على سبيل المثال، لقد ظهرت منصات المعرفة الصحفية (JKPS)؛ بهدف تحويل غرف الأخبار، وزيادة جودة إنتاج الأخبار وخفض تكاليفها، وتوفير فرصاً جديدة لاكتشاف المعرفة، واستهلاك الأخبار والتفاعل معها. ومع ذلك، هي تشمل العديد من التحديات، على سبيل المثال، استقلال اللغة، وقنوات الأخبار المتعددة، وسير عمل غرف الأخبار المعقدة، والمعلومات المشتتة والمتنوعة، ونقص الحقائق، كذلك التكامل مع الأنظمة القديمة وأنظمة العملاء (Gallofré Ocaña & Opdahl, 2020; de-Lima-Santos & Ceron, 2021). تساعد هذه التقنيات على إنشاء الأخبار وإدارتها، وتوفير المعلومات الإضافية لدعم التقارير الإخبارية واكتشاف الأحداث وتحليلها، وإنشاء حلول متعددة اللغات، ومراقبة مخرجات إنتاج وسائل الإعلام، وتلخيص المعلومات والتمييز بين أهميتها الإخبارية، والمحتمل غير ذي الصلة، والتعامل مع البيانات الضخمة والمعلومات الأساسية للقصص الإخبارية، وتحسين وظائف الصحافة وأدوارها المطلوبة.

تشير الدعوات الأخيرة للصحافة القائمة على المعرفة إلى مستوى جديد من المعرفة الرسمية في إعداد التقارير الإخبارية؛ بهدف مواجهة التحديات المهنية في صناعة الأخبار، وتلبية احتياجات العصر الرقمي المعقد، وتحسين مجالات الكفاءة والمهارات الصحفية اللازمة التي يجب تدريسها، وتعبؤ الضجيج والهراء والمعلومات الخاطئة في نظام المعلومات لدينا، حيث إن ما نشاهده في الرأي العام على نحو متزايد هو الارتباك والتضليل حول الحقائق. على الرغم من ذلك، فإن جمهور هذه الصحافة غير واضح، ولا يُعرف كيف ستعمل في ظل ممارسات غرف الأخبار المتغيرة بسرعة، وسيستغرق ترسيخها فترة طويلة من الوقت (Patterson, 2013; Donsbach, 2014; Van Witsen & Takahashi, 2018). يبرز هذا الحاجة إلى تطوير الصحافة الحالية، وإسناد دور "مهنة المعرفة الجديدة" إليها، والتأكيد على أنه إذا لم تبدأ المؤسسات الإخبارية في إجراء هذا التغيير بشكل عاجل؛ فسوف يجدون من المتوقع المزيد من التآكل والتراجع في جمهورهم ومكانتهم.

ولذلك، تتجه العديد من غرف الأخبار الكبيرة إلى البحث عن الصحفيين، والذين قد حصلوا على تدريب متقدم في المجالات التي يقومون بإعداد التقارير والتحقيقات عنها، ويكونون قادرين على معرفة الأرقام والعمليات الإحصائية وتفسيرها بدقة. تعني الكفاءة العامة أن يقوم الصحفيون بتقييم مدى أهمية الأحداث والقضايا وربط المعرفة بالسياق، فهم بحاجة إلى منظور فكري أوسع، الذي يمكنهم من اتخاذ قرارات إخبارية سليمة، كذلك معرفة كيفية تطبيق التفكير التحليلي؛ للتحقق من صحة المعلومات أو مصادر الأخبار، أو حتى فهم أنماط سلوك الأشخاص ودوافعهم، مع البحث في الممارسات والثقافات المهنية المتغيرة، لأسباب تتعلق في مدى اعتماد ممارسات جديدة في الصحافة أو حتى التخلي عنها (Donsbach, 2014; Patterson, 2013; Van Witsen & Takahashi, 2018). تم تطوير هذا الأساس النظري لفحص إمكانات الصحافة المعرفية، وبعض العوائق الفكرية والمؤسسية التي يمكن أن تعترضها، في حين يطالب بضرورة معالجة عدم التطابق بين الطريقة التي يتم فيها تدريب الطلاب في كليات الصحافة وكيف يبدو مكان العمل في الصحافة.

يقدم الباحثون حجة مفادها بأن الصحفيين بحاجة إلى المعرفة أكثر مما يعرفونه الآن، إذا أرادوا تقديم نوع الأخبار التي نحتاجها لديمقراطيتنا. يتطلب هذا أن يمتلك الصحفي وعياً شديداً بالتاريخ، والخبرة بالشؤون الجارية، والتفكير التحليلي والمعرفة بعملية الاتصال، وأن يكون لديه الخبرة في الموضوعات التي يكتب عنها، وأن يتقن المهارات الصحفية ضمن قواعد وأخلاقيات المهنة. إن هذه الأدوار المهنية داخل الصحافة وخارجها تحكمها مجموعة واسعة من الظروف، مع النظر إلى أن تحقيق المثل الأعلى للصحافة القائمة على المعرفة أمراً ممكناً، وتحديداً مع الإمكانيات الجديدة التي يوفرها المشهد الإعلامي المتحول (Donsbach, 2014; Van Witsen & Takahashi, 2018; Patterson, 2013). يناقش هؤلاء حول أين يوجد هذا المشهد الجديد؟ هل يمكن أن تعمل من خلاله الصحافة المعرفية بشكل أفضل، وهل ستكون شيئاً واحداً عبر جميع وسائل الإعلام أم مجموعة من الممارسات المترابطة اعتماداً على الوسيط والمستخدمين؟ سيتطلب تنفيذ هذه الأدوار المهنية الجديدة جهداً تجريبياً؛ لفهم إمكانية أن تصبح الصحافة قائمة على المعرفة في المستقبل.

الاستنتاجات

تجدد هذه المقالة المناقشات حول ما تلعبه وسائل الإعلام التقليدية والرقمية من دوراً هاماً ومؤثراً في الحصول على الأخبار والمعلومات وصناعة المعرفة، وكيف تجسد وظائف الإعلام الأساسية من حيث المراقبة وتدقيق المعلومات، وتركيز اهتمام الجمهور ورفع تطلعاته والتأثير على قيمه، وتدعيم لمظاهر السلطة وحدودها، وتوليد الاتجاهات والمواقف والمعتقدات والآراء والسلوكيات والمشاعر وتغييرها، وإبراز الممارسات والرؤى الراسخة وتوجيهها، وتقدم أبعاد جديدة لمشكلات والقضايا والأحداث. وبالتالي، فهي لا تزال تستقطب اهتمامات وتفضيلات كثير من الناس وتشكل روتين حياتهم اليومية. تسهم تكنولوجيا الرقمنة في تعزيز اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات، وتساعد المنظمات القائمة على المعرفة في إنتاج الحملات الإعلامية المستهدفة، وتشكيل الاتصالات التسويقية والإعلانية وتدعيمها، وفتح المناقشات مع الجمهور وجذبه وإثارة اهتمامه، مع أنها جلبت بعض المخاطر، بما في ذلك التصورات حول جودة العلامات التجارية وسمعتها.

تشكل نظرية المعرفة قضية مركزية في أبحاث الصحافة، على اعتبار أنها من بين المؤسسات الأكثر تأثيراً في إنتاج المعرفة العامة والدقيقة والموثوقة "الصحافة القائمة على المعرفة"، في ظل المزاعم البحثية التي تشير إلى أن الصحفيين يمتلكون قدرًا كبيرًا من الخبرة والمعرفة حول ما يكتبون عنه من الموضوعات، وهم يلعبون دورًا مؤثرًا كصناع للمعرفة، ولديهم القدرة على تحديد الأجنحة العامة والتعبير عن آرائهم، ويحدثون تأثيرًا على المجالات التي يقومون بتغطيتها. في حين تُظهر هذه النظرية طبيعة الممارسات والقواعد والمعايير والإجراءات المؤسسية والقرارات الصحفية داخل غرف الأخبار وخارجها، والمتعلقة بمعالجة المعلومات وإنتاج المعرفة، وطرق إيصالها إلى الجمهور وتلقاها، ومدى تقييمه لها بقبوله أو رفضه، وتجسد فكرة سلطة الصحافة المعرفية والمشاركة الاجتماعية في تقديم أشكال حصرية من المعرفة للمجتمع، على الرغم من أن الجمهور يتوقع أيضًا أن تمنحه الصحافة ضمانًا لتمثيل أصواتهم وتصوراتهم في حياتهم اليومية.

ومع ذلك، لا تزال المخاوف المهنية والبحثية قائمة بشأن قدرة المؤسسات الإخبارية على تحسين جودة الأخبار والمعرفة ومصادرها المستخدمة، ووضعها في سياقها النقدي والمعرفي الصحيح، وتقليل الصحفيين والمصادر الذين قد ينقلون المعلومات المزيفة والمضللة والأكاذيب "الصحافة المتحيزة"، كذلك الفجوة المهنية الواضحة التي تبرز الانقسامات الإيديولوجية والمهنية الراسخة في صناعة الأخبار والمعرفة، التي تشكلت من الآثار المترتبة على تعليم الصحافة. تأتي هذه التحديات في ظل استجابة المؤسسات الإخبارية للتحويلات الواسعة في داخل غرف الأخبار، التي انعكست جزئيًا لتصاعد استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي، والأشكال الناشئة لصحافة البيانات، وتسارع عملية إنتاج الأخبار وتسويقها، والضغط المتزايد لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في عملية إنتاج المعرفة والأخبار، وما إذا كانت بالفعل ستساعد المؤسسات الإخبارية في التقليل من حجم الأعباء والتكاليف لتشغيل الصحافة؛ مما يثير النقاشات حول كيفية الاستفادة من هذه التكنولوجيا، في ظل ما تعانيه الصحافة اليوم أساسًا من قلة الموارد المالية والبشرية.

في الواقع، تواجه وسائل الإعلام العديد من التحديات في صناعة المعرفة، حيث باتت فئة كبيرة من الناس أكثر انتقائية في اختيار الأخبار ومتابعيتها بطريقة عشوائية وغير منتظمة، مع قضايا أخرى تعد بارزة وذات صلة مثل التنافر المعرفي، وزيادة استقطاب الجمهور في الأخبار. إن هذه الانتقائية والقضايا المصاحبة لها تؤثر إلى حد كبير على عملية إنتاج الصحافة للأخبار، ومدى تركيزها على الأنشطة والعلميات التي تحدث في الحياة والمجال العام. وبشكل أكثر تحديدًا، ترتبط قلة الثقة في الأخبار وتقلص استهلاكها بتحيز الصحافة وأجندتها الإخبارية وتتبعها لمصالحها، ومدى توازنها في اختيار الأخبار والقضايا وطرق معالجتها. في هذا السياق تتطلب الصحافة القائمة على المعرفة مزيد من الخبرة والمعرفة والوقت وتكلفة إنتاجها، وتفرض قيود الفلسفات التعليمية، وسوق الصناعة، والطلب المتغير على الأخبار، مع صعوبة الإبلاغ عن مجالات واسعة من الحياة العامة، في حين قد ترفض المؤسسات الإعلامية الأخبار القائمة على المعرفة لاعتبارات مهنية واقتصادية في كثير من الأحيان، في وقت أصبحت فيه الوظائف الصحفية تبدو نادرة بل وهشة.

على النقيض من ذلك، تثير مشاركات الجمهور الرقمية "صحافة المواطن" أيضًا تحديات واسعة النطاق، بما في ذلك قضايا تتعلق بتسوية المحتوى، والتلاعب بمضمون المعلومات، وانتهاك أخلاقيات الصحافة، مع ضعف الجوانب المهنية، وصناعة "المعرفة المزيفة" عبر وسائل التواصل الاجتماعي - التي تحظى بثقة أقل؛ مما يدفع الجمهور إلى تجنب الأخبار ومشاركتها، مع أن صحافة المواطن قدمت أحيانًا منشورات جديرة بالاهتمام والنشر الصحفي. في حين قد أثار "التنافر المعرفي والأيدولوجي والمهني" بين الصحفيين والمدونين في عملية إنتاج المحتوى والسيطرة عليه، صعوبة التحقق من المعلومات ونشرها، ومدى قيمتها الإخبارية المتصورة لوسائل الإعلام وللجمهور، وما إذا كانت تتعارض مع الأعراف والقيم والحدود الصحفية وأخلاقيات المشاركة الاجتماعية، أو تفرض حدودًا واسعة مثل الفجوة الرقمية، وعدم تناول بعض القضايا الحساسة. تزيد هذه الممارسات من الأعباء التي تواجهها الصحافة، مع نقص عدد الصحفيين وكثرة المهام التي يؤديها، واختلاف نهجها في معالجة المحتوى، ولكنها ستظل مغامرة جديرة بالاهتمام لكسب ثقة الجمهور الرقمي.

تطرح هذه التحولات العديد من التساؤلات حول تأثير المحتوى التشاركي في عملية إنتاج الأخبار، ومدى إسهامه في إضافة الطابع الديمقراطي على تدفق الأخبار، ووضع قيم إخبارية بديلة في إنتاجها، وتبرز المخاوف حول حدود السلطة الثقافية والمعرفية لصحافة المواطن، في ظل تزايد النقاشات حول تراجع الديمقراطية وحرية التعبير وإحكام الرقابة على تدفق المعلومات، ووضع العقوبات أمام التحقيقات الاستقصائية، وتقييد القوانين المرتبطة في الحصول على المعلومات ونشرها علنًا. يوجب هذا العديد من القضايا ويثير الأسئلة مجددًا: من يملك المعلومات ومن يحق له استخدامها ونشرها؟ إن الإجابة على هذا السؤال تبدو واسعة للغاية وتستقطب المزيد من التفسيرات والرؤى المختلفة. على سبيل المثال، هل من حق الجمهور معرفة ما يحصل في كواليس السياسة وإخفاقاتها وانتهاكات أصحاب السلطة، أو ما يؤثر عليه وعلى مجتمعه ومعتقداته وأفكاره، أم يجب على الصحافة الموازنة في عرض المعلومات والأخبار الحساسة أو يفترض حجتها؟

لا تزال الصحافة تشهد حالة تغير مستمرة؛ بسبب نتائج رقمنة البيئة الإعلامية، التي قد أثارها الافتراضات حول انهيارها المتوقع في المستقبل القريب. في الواقع، لا زلنا بحاجة إلى المؤسسات الإخبارية والصحفيين، الذين يمكنهم تقديم المعلومات والأخبار حول الأحداث والقضايا بشكل مهني والتحقق من مصادرها، في ظل انتشار الأخبار المزيفة والمضللة والشائعات عبر الإنترنت. كذلك نحن بحاجة إليهم لتفسير

ما يجري من حولنا وتحليل الظواهر التي نعيشها ونراها؛ إذ لا يمكن لمحتوى "صحافة المواطن" أن يكون بديلاً لوظائف الصحافة الأساسية، وهي لن تتمكن من سد الفجوة التي ستركها وسائل الإعلام حاليًا على الأقل. ولذلك، تسعى المؤسسات الإخبارية إلى تطوير نماذج أعمالها وتكييفها مع تكنولوجيا الرقمنة، وإشراك الجمهور في عملية إنتاج الأخبار؛ بغرض إعادة ابتكار الصناعة والبقاء والنمو والتنافسية مع أشكال المعلومات والترفيه الأخرى، مع أنه قد يترك آثاراً محتملة على الثقافة والممارسات المهنية، وطبيعة المحتوى الإخباري وجودته، ونشاط تحقيقات الصحافة الاستقصائية، وإحلال برامج تعليم الصحافة الأكاديمية.

تتطلب مهنة الصحافة الجديدة القائمة على المعرفة مستوى متقدم ومزيج من المعرفة والمهارة والكفاءة في إعداد القصص والتقارير الإخبارية؛ بهدف تعويض "تيار الفوضى من المعلومات" الذي نشهده عبر صفحات المنصات الرقمية، ومواجهة التحديات المهنية في صناعة الأخبار على نحو متزايد وفق احتياجات العصر الرقمي، وكسب ثقة الجمهور وإشراكه في عملية إنتاج الأخبار أيضاً، وتحسين المهارات اللازمة التي يجب تضمينها في البرامج الدراسية. تتجه العديد من المؤسسات الإخبارية الرائدة إلى البحث عن صحفيين يمتلكون المعرفة والمهارة المتقدمة في إعداد التقارير عن الحياة اليومية، والتحقيقات عن القضايا البارزة، على أن يكون لديهم القدرة على تحليل البيانات والأرقام وتفسيرها بدقة، مع استخدامهم أحدث أدوات تكنولوجيا الرقمنة والذكاء الاصطناعي؛ بهدف تعزيز العملية الصحفية وإنتاج المحتوى الإخباري، والتحقق من صحة المعلومات والأخبار ومصادرها، واتخاذ القرارات الإخبارية المستنيرة وفق أنماط سلوك الجمهور المتغيرة عبر الإنترنت، وبما يتفق مع معايير المشاركة الاجتماعية وأخلاقيات وقيم مهنة الصحافة.

علاوةً على ذلك، تعني كفاءة الصحفيين العمل بشكل مستمر على تقييم مدى أهمية الأحداث اليومية وتحليلها وربطها ضمن السياق المعرفي لديهم، وأن يمتلكون وعياً بالتاريخ وتحليل الشؤون الجارية، والقدرة على فرض التصورات والتوقعات المستقبلية. ومع ذلك، فإن جمهور الصحافة القائمة على المعرفة يبدو لحد الآن غير واضحاً، ولا يُعرف كيف ستشكل الممارسات المهنية لهذا النوع من الصحافة، في ضوء ممارسات غرف الأخبار المتغيرة بسرعة. وبالتالي، يعزز هذا من القول السائد: إن ترسيخ الصحافة المعرفية ضمن أجندة وسائل الإعلام ربما سيستغرق وقتاً أطول، في الوقت الذي هي بحاجة ماسة إلى أن تلعب هذا الدور المعرفي الجديد؛ لتبقي نفسها وسط كم هائل من المعلومات التي يصلنا عبر المنصات الرقمية، دون إحداث المزيد من التآكل في جمهورها، وتراجع مكانة الصحافة، والانقسامات بين الصحفيين في كيفية تكيف أنشطتهم وممارساتهم مع التحولات في البيئة الإعلامية؛ مما يدفعهم نحو توسيع الثقافة والأدوار المهنية الحالية عبر الويب، لاعتماد ممارسات وإجراءات جديدة رقمية في الصحافة، أو ربما حتى التخلي عنها إن تطلب الأمر.

سيقتضي تنفيذ الصحافة القائمة على المعرفة إجراء المبادرات التجريبية؛ لفهم مدى جدواها مع التحولات الرقمية المتسارعة في البيئة الإعلامية. باختصار، قد يكون الأهم في تحديد دور وسائل الإعلام في صناعة المعرفة وعوامل تأثير استخدامها المحتمل، هو السياق الذي يتم إدراجها فيه والظروف المحيطة به، على الرغم من أن ذلك يوسع الفجوة بين من يستهلكونها للحصول على الأخبار والمعلومات ومشاركتها، وبين ممن يستخدمونها لتحقيق أهداف متقدمة في إنتاج المحتوى وصناعة المعرفة، وتحفيز الجمهور على المشاركة في القصص الإخبارية. أخيراً، نوصي المؤسسات الإخبارية بإجراء المزيد من الإصلاحات الهيكلية والتنظيمية والمهنية لتبني نهج "الصحافة القائمة على المعرفة"، ويستلزم ذلك بذل جهود تعاونية مكثفة من الأكاديميين والمهنيين لدراسة هذه التحولات والتحديات، وفهم كيفية تطبيق الأخبار المعرفية في الصحافة. كما نحث على دراسة كيف تتأثر صناعة المعرفة في وسائل الإعلام بالأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وكيف تلعب القيم الاجتماعية والشخصية دوراً في إنتاج المعرفة لتكون مزيغاً في صناعة الأخبار اليوم.

المراجع والمصادر

- أبو بكر، هنيده قنديل. (2020). الإعلام الجديد وتوظيف قيم اقتصاد المعرفة - دراسة تحليلية. المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، 3(11)، 35-36. <https://doi.org/10.12816/jacc.2020.7340356-35>.
- البار، وفاء. (2020). دور الإعلام الجديد في صناعة الاقتصاد المعرفي. المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، 3(11)، 21-34. <https://doi.org/10.12816/jacc.2020.73402>.
- حسانين، سامح. (2022). اعتماد الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم: دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الإعلام الديمقراطي المشارك. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 80(8)، 369-422. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2022.264321>.
- سلطان، محمد سيد. (2016). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحقيق اقتصاد المعرفة: آليات الاندماج ومتطلبات النمو المعرفي. ورقة عمل مقدمة في المؤتمر الإعلامي السنوي السابع - الرياض.

- شتله، ممدوح السيد. (2017). استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي "فيس بوك-تويتر) والإشباع المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (11)، 459-345 .
<https://doi.org/10.21608/SJSJ.2017.90708>
- صالح، رواء هادي. (2018). اعتماد الجمهور العراقي على الصحف وعلاقته بمستوى معارفه العامة. *حوليات آداب عين شمس*، (2)46، 198-
<https://doi.org/10.21608/AAFU.2018.33616212>
- الفحطاني، سعود ربيع موسى. (2022). "نظريات المؤامرة" وكورونا: جنون العظمة والشعبوية والقوة الناعمة والسلطة الثقافية و"الصحافة المجزأة". *مجلة إدارة المخاطر والأزمات*، (2)4، 51-25 .
<https://doi.org/10.26389/AJSRP.Q050922>
- الفحطاني، سعود ربيع موسى. (2022). اتجاهات طلبة الجامعات نحو تغطية وسائل الإعلام الرقمي الإخبارية لقضايا الفساد وانعكاساتها في السعودية. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، (2)6، 59-132 .
<https://doi.org/10.26389/AJSRP.Q261221>
- Aitamurto, T. (2016). Crowdsourcing as a knowledge-search method in digital journalism: Ruptured ideals and blended responsibility. *Digital Journalism*, 4(2), 280-297. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1034807>
- Belair-Gagnon, V., Nelson, J. L., & Lewis, S. C. (2019). Audience engagement, reciprocity, and the pursuit of community connectedness in public media journalism. *Journalism Practice*, 13(5), 558-575. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1542975>
- Bruns, A. (2016). 'Random Acts of Journalism' Redux: News and Social Media. In J. L. Jensen, M., Mortensen, J., Ørmen (Eds.) *News Across Media: Production, Distribution and Consumption* (pp.32-47). Routledge.
- Claussen, D. S. (2015). Book review: Informing the news: The need for Knowledge-based journalism, by T. E. Patterson. *Journalism & Mass Communication Educator*, 70(1) 89-90. <https://doi.org/10.1177/1077695814559009>
- Costera Meijer, I. (2010). Democratizing journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342. <https://doi.org/10.1080/14616700903500256>
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal & Document Design*, 13(1), 51-62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial intelligence in news media: Current perceptions and future outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13-26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., Olien, C. N. (1973). Mass media functions, knowledge and social control. *Journalism Quarterly*, 50(4), 652-659. <https://doi.org/10.1177/107769907305000404>
- Donsbach, W. (2014). Journalism as the new knowledge profession and consequences for journalism education. *Journalism*, 15(6), 661-677. <https://doi.org/10.1177/1464884913491347>
- Ekström, M. (2002). Epistemologies of TV journalism: A theoretical framework. *Journalism*, 3(3), 259-282. <https://doi.org/10.1177/146488490200300301>
- Ekström, M., & Westlund, O. (2019). Epistemology and journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.806>
- Gallofré Ocaña, M., & Opdahl, A. L. (2020, October 19-20). Challenges and Opportunities for Journalistic Knowledge Platforms. *Proceedings of the CIKM 2020 Workshops*, Galway, Ireland.
- Garca-AVils, J. -A. (2021). Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020). *Profesional De La información*, 30(1), e300110. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 321-336. <https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.96>
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J. (2017). Reciprocity and The Hyperlocal Journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1219963>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>

- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave?: Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kaufhold, M. A., Gizikis, A., Reuter, C., Habdank, M., & Grinko, M. (2019). Avoiding chaotic use of social media before, during, and after emergencies: Design and evaluation of citizens' guidelines. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(3), 198-213. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12249>
- Kersting, N. (2012). The Future of Electronic Democracy. In N. Kersting (Ed.), *Electronic Democracy* (pp.11-54). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/84740018>
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37(1), 136-139.
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation: Journalism and its boundaries. *Information, Communication & Society*, 15(6), 836-866. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.674150>
- McCarthy, K. J., & Dolfsma, W. (2014). Neutral media? Evidence of media bias and its economic impact. *Review of Social Economy*, 72(1), 42-54. <https://doi.org/10.1080/00346764.2013.806110>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Meyer, G. (2006). Journalism and science: How to erode the idea of knowledge. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, (19), 239-252. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-6163-1>
- Mutsvairo, B., & Columbus, S. (2012). Emerging patterns and trends in citizen journalism in Africa: The case of Zimbabwe. *Central European Journal of Communication*, 5(2), 121-135.
- Mythen, G. (2010). Reframing risk? Citizen journalism and the transformation of news. *Journal of Risk Research*, 13(1), 45-58. <https://doi.org/10.1080/13669870903136159>
- Newman, N., & Fletcher, R. (2017). *Bias, bullshit and lies: Audience perspectives on low trust in the media*. Digital news project, The Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute digital news report 2021 10th edition*. The Reuters Institute for the study of Journalism.
- Nisbet, M. C., & Fahy, D. (2015). The need for knowledge-based journalism in politicized science debates. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 658(1), 223-234. <https://doi.org/10.1177/0002716214559887>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Norris, P. (2012). Political mobilization and social networks. The example of the Arab spring. In N. Kersting (Ed.), *Electronic Democracy* (pp.55-76). Verlag Barbara Budrich.
- Patterson, T. E. (2013). *Informing the news: The need for Knowledge-based journalism*. Vintage.
- Roblek, V., Pejić Bach, M., Meško, M., Bertoneclj, A. (2013). The impact of social media to value added in knowledge-based industries. *Kybernetes*, 42(4), 554-568.
- Schramm, W. (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries (Vol.65)*. Stanford University Press.
- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., & Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism*. John Wiley & Sons.

- Stassen, W. (2010). Your news in 140 characters: Exploring the role of social media in journalism. *Global Media Journal-African Edition*, 4(1), 116-131. <https://doi.org/10.5789/4-1-15>
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556-576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Undurraga, T. (2018). Knowledge-production in journalism: Translation, mediation and authorship in Brazil. *The Sociological Review*, 66(1), 58-74. <https://doi.org/10.1177/0038026117704832>
- Van Witsen, A., & Takahashi, B. (2018). Knowledge-based journalism in science and environmental reporting: Opportunities and obstacles. *Environmental Communication*, 12(6), 717-730. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1455723>
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., Silva-Rodríguez, A., & López-García, X. (2020). *Journalistic Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age*. Springer.
- Von Krogh, G. (2012). How does social software change knowledge management? Toward a strategic research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 21(2), 154-164. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2012.04.003>
- Wohn, D. Y., & Bowe, B. J. (2016) Micro agenda setters: The effect of social media on young adults' exposure to and attitude toward news. *Social Media + Society*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305115626750>