

تأثير الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية بالجزائر في ظل البيئة الإلكترونية

The impact of Media Convergence on Algerian media practice in the electronic environment

بشينة مهيرة¹

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
boutheinabitita@gmail.com،

ليلى فيلالي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
Filali.leila@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2019/06/17 القبول 2020/10/05 النشر على الخط 2021/01/15

Received 17/06/2019 Accepted 05/10/2020. Published online 15/01/2021

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لتقديم قراءة في مفهوم الاندماج الإعلامي ، فكثيرا ما يقال أن التقنيات الرقمية قد مكنت الوسائل الإعلامية الحديثة و القديمة من التقارب و الاندماج ما أدى إلى إعادة النظر في هيكل صناعة الإعلام بمرور الوقت و غالبًا ما يظهر الاتجاه الاندماجي المرتبط بالرقمنة في عدة مظاهر تعبر عن ذوبان الحدود بين الوسائل الإعلامية التقليدية كالجمع بين مجموعة من الوسائل في وسيلة واحدة. كما سعت هذه الدراسة لتسليط الضوء على مختلف التحديات التي ولدها الاندماج الإعلامي على الساحة الإعلامية الجزائرية و ما نتج عنه من تحولات جديدة على الممارسة الصحفية سواء من ناحية إنتاج المحتوى، معالجته و استهلاكه ، مما أدى إلى بروز مصطلحات جديدة في المجال الصحفي كالصحافة العابرة للوسائل، و صحافة الموبايل و حافة الوسائط المتعددة، و صحافة البيانات.

الكلمات المفتاحية: البيئة الإلكترونية، الاندماج الإعلامي، الاندماج التكنولوجي، الاندماج الاقتصادي، الاندماج الاجتماعي

Abstract

This study seeks to provide a reading of the concept of media convergence. Where the digital techniques of modern and old media have combined them, leading to a revision of the media industry. The trend of digitization-related integration often appears in many respects reflecting the melting of boundaries between traditional media, such as combining a range of means in one medium. This study also sought to shed light on the various challenges that media integration has generated on the Algerian media and the new transformations that have resulted in journalistic practice, whether in terms of content production, processing and consumption, which led to the emergence of new terms in the journalistic field such as cross-media journalism, Mobile journalism, multimedia journalism, and data journalism.

Keywords: The electronic environment, Media Convergence, Technological Convergence, Economic Convergence, Social Convergence.

¹ - المؤلف المرسل: بشينة مهيرة البريد الإلكتروني: boutheinabitita@gmail.com

مقدمة :

ركزت الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة على إفرزات التحولات الجديدة التي شهدتها مجال الصناعة الإعلامية و الصحفية في ظل البيئة الرقمية الحديثة، و التي أثرت على مجال إنتاج و استهلاك المحتوى الإعلامي و تدفقه عبر وسائط متعددة، إضافة إلى التقارب و الاندماج بين الوسائل الإعلامية التقليدية كالصحف و المجلات و التلفزيون و الراديو و غيرها مع الوسائل الحديثة التي أفرزتها شبكة الأنترنت كالصحف الإلكترونية و الشبكات الاجتماعية و المدونات، و غيرها ، و يصطلح على هذا التقارب بالاندماج الإعلامي Media Convergence. لقد ظل مفهوم الاندماج الإعلامي لعقود من الزمن يستخدم لوصف التطورات التي طالت الوسائط الإعلامية و التي أصبحت أكثر تشابهاً أو بمعنى آخر تمتلك كل منها مجموعة من الميزات التي كانت تفتقر إليها و تميز غيرها في السابق ، و هذا ما عبر عنه نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte بقوله بأن الاندماج الإعلامي هو "عبارة عن دوائر متقاطعة The Intersecting Circles بين مجموعة من وسائط تقديم المحتوى الإعلامي أو كما يطلق عليها بالمنصات الإعلامية المتعددة Multiple Media Platforms".¹

أصبحت المؤسسات الصحفية اليوم بفعل الاندماج بين مختلف الوسائل الإعلامية تعمل تحت تأثير الضغط و يرجع ذلك في جزء كبير منه إلى ظاهرة الاندماج الإعلامي، فلا يقتصر الأمر على إعادة تقارب وسائل الإعلام و اندماجها على تغيير و تطور مهام الصحفيين في غرف الأخبار، بل أنه يعيد تشكيل نشاطات المؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية الحديثة و يضيفي عليه نوعاً من التعاون بين مجموعة من الصناعات الإعلامية المتعددة Multiple Media Industries. إضافة إلى بروز ما يصطلح عليه جينكنز هانري Jenkins Henry بـ: "السلوك المهاجر لجماهير الإعلام" Migratory Behavior²، الذين أصبح بإمكانهم التحكم في المحتوى الذي يريدون تلقيه و يشاركون في بنائه و هذا ما يضيفي بعداً جديداً للاندماج الإعلامي فبالإضافة للبعد التكنولوجي و الاقتصادي يوجد كذلك بعد و طابع اجتماعي و ثقافي لهذا المفهوم.

أولاً: مشكلة الدراسة:

أثر الاندماج الإعلامي بين مختلف الوسائل الإعلامية مع شبكة الإنترنت إلى بروز مفاهيم و مصطلحات جديدة كالصحافة العابرة للوسائل، و صحافة الموبايل، و صحافة الوسائط المتعددة، و صحافة البيانات، و الصحافة التشاركية. و بالنظر للأبعاد التي يؤثر عليها هذا التمازج من الناحية التكنولوجية، الاجتماعية، الاقتصادية و غيرها أثر بدوره على الوسائل الإعلامية التي أصبحت توظف التقنيات الحديثة لتقديم محتواها بأساليب جديدة و مبتكرة وفق قوالب جذابة مما يساهم في استحوادها على اهتمام الجماهير و هو ما عمق التحديات التي تواجهها الدول التي تعاني من ضعف بنية شبكات المعلومات على غرار الجزائر و ضعف تكوين الكوادر الإعلامية و التقنية التي تقوم بمهمة تقديم المحتوى في عدة وسائط تفاعلية. و هو ما

¹Roger Fidle, **Mediamorphosis: Understanding New Media**, 1st edition, Pine Forge press, USA, 1997, p25.

²Henry Jenkins, **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**, 1st edition, New York University Press, New York, USA, 2006, p282.

تسعى هذه الدراسة لتسليط الضوء عليه و يمكن تلخيص اشكالية الدراسة فيما يلي: كيف أثر الاندماج الإعلامي على الممارسة الإعلامية بالجزائر في ظل البيئة الإلكترونية؟

ثانيا: منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الاستنباطي الذي يعني الاستدلال الذي ينتقل من الكل إلى الجزء أو من العام إلى الخاص. والاستنباط يبدأ أو يستند إلى مسلمة أو نظريات ثم يستنبط منها ما ينطبق على الجزء المبحوث.¹ و قد تم توظيف هذا المنهج لكونه يمكن من دراسة مفهوم و أبعاد الاندماج الإعلامي في شموليته ومن ثم الانتقال إلى الجزء والذي يعني اسقاط ما تم الحصول عليه من معطيات تمكن من استنتاج تأثيراته ومعالجه بالممارسة الإعلامية بالجزائر على وجه التحديد.

ثالثا: أهداف الدراسة:

- تقاسم مفهوم للإندماج الإعلامي.
- تبيان معالم التغييرات التي طرأت على الممارسة الإعلامية و الصحفية في ظل البيئة الرقمية، و مفرزات هذا الاندماج الإعلامي الذي يعبر عن تمازج و تشابك الوسائط الإعلامية المختلفة.
- إسقاط مختلف التحديات التكنولوجية، الاقتصادية و الاجتماعية على الممارسة الإعلامية بالجزائر.

رابعا: مفهوم الاندماج الإعلامي :

يشير مفهوم الاندماج الإعلامي Convergence Media إلى تحول هام في صناعة الصحافة والإعلام، و هذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات الإعلامية. حيث يعرفه جين سينجر-Jane Singer بأنه: " بأنه مزيج من التقنيات Technologies و المنتجات Products والعاملين Staffs بين وسائل الإعلام المطبوعة، السمعية البصرية والإلكترونية التي كانت متميزة ومتباعدة في السابق و هذا وفقا لما جاءت به نظرية انتشار المبتكرات".² في حين يعرفه تيم دوير Tim Dwyer بأنه: " قدرة المستهلكين على الحصول على خدمات

¹محمود أحمد درويش، *مناهج البحث في العلوم الإنسانية*، ط1، مؤسسة علوم الأمة للاستشارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2018، ص73.

²Jane B. Singer, "Strange Bedfellows? The Diffusion of Convergence in Four News Organizations", *Journalism Studies*, V 5, N° 1, p02. Available at : https://pdfs.semanticscholar.org/dd02/b28886e0c36d7568a3acf80555c7e47732f7.pdf?_ga=2.105871243.945433716.1560184384-1820834698.1536140979, retrieved at: 10/06/2019.

متعددة و منفردة عبر منصات أو أجهزة متعددة بحيث يبرز الاندماج هنا من خلال تقارب الوسائل الإعلامية المختلفة كالتلفزيون و الإذاعة و الانترنت و الصحف المكتوبة و انتقالها إلى التقنيات الرقمية".¹

دفع اتساع مصطلح الاندماج الإعلامي كلا من الباحثين Mark Deuze و كاندت Quandt لمسح التراث العلمي المتعلق بهذا المفهوم في دراسة خلصا من خلالها لكون تعريفه ينطلق من توظيفه في دراسات الصحافة باعتباره مفهوما يستخدم لتوثيق ظهور غرف الأخبار متعددة الوسائط، و التغييرات الضمنية في نظم العمل و الهياكل التنظيمية المتصلة بكافة المراحل الانتاجية الجديدة للمعلومات، هذا بالإضافة إلى ظهور أنماط و ممارسات إخبارية جديدة لنشر المحتوى الصحفي عبر الوسائط الإعلامية المختلفة. كما توصلنا لأن دراسة الاندماج من منظور صحفي يكون وفق تصورين أولهما الاندماج في المؤسسات الإخبارية ليست عملية تكنولوجية بقدر ما هو عملية ثقافية بالأساس تتضمن تحديد مفهوم الصحفي الجديد، في حين يقوم التصور الثاني على أن الاندماج في الصحافة ليس عملية فوقية Top Down Process باندماج المؤسسات أو توفيرها الوسائط المتعددة لعملياتها التحريرية، بحيث لا يتعرض الجمهور فقط بشكل متزامن للأخبار عبر المنصات الإعلامية المختلفة و إنما يتمتعون بجانب آخر من أوقاتهم كمنتجين للمعلومات.² و يعرف هانري جونكينز Henry Jenkins الاندماج الإعلامي بكونه عبارة عن "عملية مستمرة تحدث في عدة قطاعات مختلفة للإعلام سواء من ناحية تقنياته، محتواه أو جمهوره".³

يستخدم مصطلح الاندماج الإعلامي **Media Convergence** - إذن- في الدراسات الإعلامية لوصف آخر التطورات التي طالت الوسائل الإعلامية و مدى تأثرها و اندماجها و دمجها للتقنيات التي أتاحتها التطور التكنولوجي و الثورة المعلوماتية. فبالرغم من عدم وجود تعريف واضح لهذا المفهوم إلا أنه يمكن تعريفه انطلاقا من سياقاته و دلالاته باعتبار أن هذا المفهوم ارتبط بشكل أساسي بالرقمنة و تكنولوجيات الإعلام الحديثة. و بالتالي فيمكن تعريفه بأنه: "تزاوج ما بين الوسائل الإعلامية التقليدية كالتلفزيون، الراديو، الصحف و المجالات... و بين الوسائط الحديثة التي الناتجة عن الرقمنة، بحيث يمكن هذا الاندماج من نشر المحتوى الإعلامي أو الصحفي في عدة وسائط متعددة ليتمكن من تلبية احتياجات الجمهور من جهة و من جهة أخرى يمكنه من المشاركة في بناء المحتوى الإعلامي.

خامسا: ممارسات صحفية جديدة ناتجة عن الاندماج الإعلامي:

¹Tim Dwyer ,**Media Convergence**, 1st edition, McGraw-Hill House ,New York, USA, 2010, p04.

²Mark Deuze and Thorsten Quandt, "**Conversations on convergence . Insiders' views on news production in the 21 st century** ", Publizistik Review ,Vol 52, No 02, June 2007, p p2,7. Available at: https://www.researchgate.net/profile/Mark_Deuze2/publication/240353870_Stephen_Quinn_Conversations_on_convergence_Insiders%27/Stephen-Quinn-Conversations-on-convergence-Insiders-views-on-news-production-in-the-21-st-century.pdf , Retrieved at :10/06/2019.

³Henry Jenkins, "**Convergence? I Diverge** ", MIT Technology Review, june 2001, Available at : <https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/> , Retrieved at :10/06/2019.

كان التأثير الكبير للاندماج و التقارب بين مختلف الوسائل الإعلامية و التقنيات التي تستخدم في كل منها لصياغة و تبليغ الرسائل الإعلامية و الصحفية للجمهور ،على الأنماط التحريرية الجديدة التي ظهرت مؤخرا هذا من جهة ،و من جهة أخرى كان لزاما عليها أن تعيد النظر في إعادة هيكلة شكلها و صناعتها للأخبار ما تطلب بدوره إعادة النظر في المهارات التقنية و المهنية للصحفي الذي أصبح مطالباً بأن يكون أيضا متعدد المهام و المهارات. كما كان لهذا الاندماج أثر أيضا في بروز اتجاهات و ممارسات جديدة في العمل الصحفي على الخط و يمكن إجمال أهمها فيما يلي :

1 الصحافة العابرة للوسائل Transmedia Journalism:

يقصد بها أن كل خبر تنشره الصحيفة الإلكترونية يكون قائم بذاته، لكن مجموعة الأخبار التي تنشر حول ذات الموضوع في ذات الصحيفة تعمل في مجملها على جسد متكامل يمثل عالما من الأخبار الذي تتميز الأخبار فيه بتعددتها و تنوع أنماطها و منصات عرضها ،فقد تكون القصة الخبرية مثلا لموضوع معين مهمة إذا ذكرت منفردة ،كما أنها تكون مهمة عندما تذكر تفاصيل حول ما يتعلق بذات موضوعها ،و من جهة أخرى قد تكون بمثابة خبر منظم للبراسل الصحفي الذي يرسل الصحيفة الإلكترونية .لذا يمكن القول بأن كل خبر كالملفي حد ذاته، ولكن عندما يذكر العديد من المواضيع المتعلقة بمجموعة و في عدة منصات أو قنوات يوسع فهم الجمهور للموضوع- بشكل أكبر- و يعمق تفاعله معها.¹ تقوم الصحافة المتعددة الوسائط على ثلاث أسس هي :أولا المنصات أو الوسائط المتعددة ، ثانيا توسيع المحتوى ، و أخيرا مشاركة الجمهور. حيث يتمثل التحدي المتمثل في هذا النوع الجديد من الصحافة فيبناء بيئة تشاركية تتحول فيها الصحافة إلى المحادثة بحيث تعتمد على سرد و بناء القصص الخبرية بطريقة تجذب الجمهور إليها من خلال منحهم شعور بالملكية في تلك القصة و بناء الصلة بالجمهور والانخراط في مناقشة ما يهمهم من الأخبار و المشاركة في بناء محتوياتها.²

2 صحافة الموبايل Mobile Journalism :

¹Kevin Moloney, "Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name?", Transmedia Journalism, April 21, 2014, Available at: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/>, Retrieved at: 10/05/2019.

²Renira Gambarato, **Taransmedia Journalism and the City: Participation, Information, and Storytelling within the urban fabric**, in: Gambarato Renira, Alzamora Geane, Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age, 1st edition, IGI Global, USA, 2018, p149.

لعبت صحافة الموبايل وصحافة الهاتف المحمول في السنوات الأخيرة دوراً مهماً في تمكين الصحفي المحترف والمواطن الصحفي من التغلب على بعض التحديات والمصاعب، وساهمت في تعزيز حرية التعبير وحق الحصول على المعلومة. وهي تعتبر اليوم أسلوباً رائداً في العمل الصحفي؛ فوجود الهواتف الذكية في أيدي الصحفيين مكنهم من تغطية أحداث كبيرة في الوقت المناسب و بأمان أكثر عند وقوع كوارث طبيعية أو نشوب نزاعات مسلحة، حيث كانت تتطلب تغطية الأخبار العاجلة الكثير من الموارد والمعدات الباهظة الثمن لإنتاج تقرير أو تقديم تغطية حية. ¹ لقد برز هذا الاتجاه الجديد من الصحافة نتاج التطورات التقنية التي شهدتها أجهزة الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية التي أصبحت حالياً تشكل مورداً هاماً في الحصول على المعلومات والاضطلاع على آخر المستجدات في الساحة المحلية، الوطنية والعالمية. مما دفع إلى وجوب إعادة النظر في الممارسات الصحفية التقليدية و تطويعها مع متطلبات هذه الأجهزة المحمولة، فظهرت ما تسمى بصحافة الموبايل.

3 صحافة البيانات Data Journalism:

كان ينظر قبل 20 عام، للبيانات و علاقتها بالصحافة بكونها تعني مجموعة من الأرقام يتم جمعها في جدول يتضمن العديد من البيانات الإحصائية، حيث كان هذا هو النوع الوحيد من البيانات الذي يتعامل معه الصحفيون. لكننا نعيش الآن في عالم رقمي، عالم يمكن فيه وصف أي شيء تقريباً - وكل شيء تقريباً - بأرقام. ويمكن أن تأتي هذه الاحتمالات في أي مرحلة من مراحل عملية التحرير الصحفي كاستخدام البرمجة لأتمتة عملية جمع ودمج المعلومات أو استخدام برامج تتيح الوصول إلى مئات الآلاف من المستندات. حيث تساعد صحافة البيانات الصحفي على سرد قصة معقدة من خلال إشراك الرسوم البيانية، و بالتالي يمكن القول بأن البيانات يمكن أن تكون مصدراً لصحافة البيانات، أو يمكن أن تكون الأداة التي يتم بها سرد القصة - أو يمكن أن تكون كلاهما. ² و ترتبط قصص صحافة البيانات بنمط العرض المرئي المستخدم Data Visualisation و التي يقصد بها عرض البيانات بشكل مصور و من أبرز الأشكال التي تعرض بها البيانات في هذا النوع من الصحافة ما يلي: ³

● النمط الخطي Linear: و يقصد بها عرض البيانات في شكل قوائم مرتبة حسب ميزة واحدة مثل الترتيب الأبجدي.

● النمط المسطح Planar: يرتبط هذا النمط بعرض الخرائط.

¹ معهد الجزيرة للإعلام، "دليل صحافة الهاتف المحمول"، مجلة الصحافة، الثلاثاء 24 يناير 2017، متاح عبر الرابط التالي: <https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2018/06/10.pdf>، تاريخ الزيارة: 2019/06/10.

² Johnathan Gray, and All, **The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve The News**, 1st edition, O'REILLY, USA, 2012, p02.

³ Angela Zoss, "Data Visualization: Visualization Types", Duke University Libraries, Available at: https://guides.library.duke.edu/datavis/vis_types, Retrieved at: 10/06/2019.

● النمط متعدد الأبعاد Multidimensional: يمكن للصحفي وفق هذا النمط عرض النسب المئوية أو الأعداد المتعلقة بفئات معينة، كالمخطط الدائري Pie Chart، الرسوم البيانية Histogram، أشرطة البيانات Bar Data، وشجرة العلاقات ...TreeMaps

● نمط التسلسل الهرمي Hierarchical: تعرض البيانات وفق هذا النمط في شكل عناصر ترتبط مع بعضها البعض بعلاقة هرمية، ومن أمثلة ذلك المخططات الشجرية TreeDiagram.

● النمط الشبكي Network: يمكن هذا النمط من الكشف عن العلاقة بين المتغيرات المختلفة ويكون في عدة أشكال أبرزها المصفوفات Matrix.

4 صحافة الوسائط المتعددة Multimedia Journalism:

يرى مارك ديوز Mark Deuze بأن هناك مستويين لمفهوم صحافة الوسائط المتعددة، الأول يعرفها بأنها عرض حزمة من الأخبار علم موقع إلكتروني باستخدام نمطين أو أكثر من الوسائط كاستخدام الكلمة المكتوبة و التسجيلات الصوتية والصور الثابتة والرسوم المتحركة، بما في ذلك العناصر التفاعلية والنصوص التشعبية. فيما يعبر المستوى الثاني لتعريف هذا النوع من الصحافة و الذي يتميز بكونه أكثر شمولاً بكونها تمثل عرض حزمة من الأخبار News Package عبر منصات عديدة على سبيل المثال عرضها في موقع الويب، بريد إلكتروني، الرسائل القصيرة، الراديو، التلفزيون، الصحف والمجلات و هو يعبر عن دمج لمختلف الوسائط الإعلامية.¹ فلقد بات استخدام الوسائط المتعددة أمراً مألوفاً في الممارسة الصحفية، إلا أن اتجاهها جديداً أشار إليه تقرير اتجاهات غرف الأخبار لعام 2014 الصادر عن الاتحاد العالمي للصحف و ناشري الأخبار هو تصاعد القصص الإخبارية ضخمة الإنتاج Stories Digital Mega، و التي تكون أقرب إلى المشروعات الصحفية و لكنها منتجة بشكل خاص للصحافة متعددة الوسائط، و بالتركيز على الإبحار و جودة العرض و التصميم و في شكل يلائم منصات عرضها المختلفة عبر شاشات الكمبيوتر أو الموبايل.²

أنتجت صحيفة الجارديان الإلكترونية The Guardian في نوفمبر 2013 على نفس الصعيد مشروعاً متعدد الوسائط حول تسريب الملفات التي تثبت تنصت وكالة الأمن القومي الأمريكية و تجسسها على الاتصالات الشخصية تحت اسم NSA Files : Decoded، و الذي مزج في عرضه ما بين النصوص و الفيديوهات و الانفوجراف و الوثائق، حيث قامت الصحيفة باستخدام قالب

¹Mark Deuze, "What is Multimedia Journalism?", Journalism Studies, Volume 5, No 2, 2004, p140. Available at: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/4001294/10.1.1.94.9088.pdf>, Retrieved at: 09/06/2019.

²فاطمة الزهراء عبد الفتاح، الاندماج الإعلامي و صناعة الأخبار، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2016، ص48.

بسيط ملائم للعرض على الموبايل و يمكن تحريكه بسهولة بتمرير الشاشة لأعلى و لأسفل بدون أية إعلانات الأمر الذي يشير إلى ما يمكن أن تكون عليه منتجات الجيل التالي من الأخبار الرقمية The Next Generation of Digital News Products، في مشروعات يشترك في إنتاجها الكتاب و المحررون و مصورو الفيديو والمصممون و مطورو الويب لسرد الأخبار رقمياً.¹

5 الصحافة التشاركية Participatory Journalism:

يعد مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم UGC "User Generated Content" أو صحافة المواطن Citizen Journalism، من أحدث المفاهيم التي أطلقها الباحثون لوصف الدور الجديد الذي بات المستخدمون يقومون به في العملية الاتصالية في ظل التقنيات الجديدة التي مكنتهم ليس فقط من التعقيب على المواد الصحفية و إبداء إعجابهم بها أو مشاركتها و إنما أيضا المساهمة في إنتاجها و هو ما يطلق عليه البعض من الباحثين مصطلح "Producers" في إشارة للجمع بين إنتاج المعلومات Production و استخدامها Usage، في حين يطلق عليها آخرون مصطلح أكثر شمولا و هو الصحافة التشاركية Participatory Journalism باعتبارها تعبر عن أن العملية الصحفية هي نتاج تعاون واندماج الجمهور في عمليات الإنتاج المستمرة بغرف الأخبار و التي تتسم بالتعاون و التجميع معا.² وقد دفعت عدة عوامل باتجاه انتشار مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم ممبيناها: تصاعد أهمية الإنترنت وتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدم من إنتاج مضامينهم بأنفسهم ونشرها بسهولة، وانتشار مساهمات المستخدم في مساحات ومنتديات الإنترنت والمدونات والمواقع المختلفة، و عبر الوسائل التفاعلية المتنوعة.³

سادسا: تحديات الاندماج الإعلامي الرقمي على الممارسة الإعلامية بالجزائر:

ارتبطت التحولات التي تشهدها الوسائل الإعلامية حاليا بعد ظهور الإنترنت بمفهوم الاندماج الإعلامي Media Convergence الذي يعبر عن ذوبان الحدود الفاصلة بين الوسائل بما يتضمنه ذلك من أبعاد تكنولوجية و اقتصادية و ثقافية، الأمر الذي أثر في الممارسات و المحتوى الصحفي، و انعكس في ظهور مصطلحات جديدة مثل الإنتاج الإعلامي العابر للوسائل Cross-Media Production

¹Andrew Nachion, "Why the mega-stories matter", World News Publishing Focus, Updated 09 Dec 2013, Available at: <https://blog.wan-ifra.org/2013/12/09/why-the-mega-stories-matter> , Retrieved at:10/06/2019.

²Jane B. Singer, and All ,Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers, 1st edition, Wiley-Blackwell Publishing, United Kingdom, 2011, p 01,02.

³السيد بخت، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية و الصحفية و التعليمية و القانونية و الأخلاقية، ط2، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص 256، 257.

و التكامل Integration و الإدارة الاندماجية Converged Management¹. إذ تشهد الساحة الإعلامية و الاتصالية الجزائرية تحديات كبرى، باعتبار أن المهنة الإعلامية تعد من المهن المتحددة في أساليبها و تقنياتها و وسائلها المتطورة عبر الزمن. حيث أدى تزاوج التقنيات الحديثة التي أتاحها الأنترنت و التطور التقني للوسائل الإعلامية التقليدية و تزايد أعدادها و أعداد مستخدميها إلى التفكير الجاد في تطوير التدريب و التكوين الإعلامي، و هو ما يضمن تنمية مهارات و أداء الكوادر الإعلامية، كما أن سبل الإرتقاء بالمحتوى الإعلامي حاليا يرتبط بالقوالب التي تستخدم في تقديمه نظرا لأن الجمهور اليوم أصبح قادر على إنتقاء فيما يتلقاه من مضامين إعلامية و الوقوف على أهم هذه التحديات التي ولدها الاندماج الإعلامي الرقمي و إسقاطاته على وسائل الإعلام الجزائرية و يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. تحدي الاندماج التكنولوجي:

أطلقنيكولاستيغروبونتي Nicholas Negroponte على الاندماج التكنولوجي Technological Convergence بتحول "الذرات إلى البتات" "atoms to bits"، أي رقمنة كالمحتوى بالوسائط digitization ، فعندما يتم تحويل الكلمات والصور والأصوات إلى معلومات رقمية، نقوم بتوسيع العلاقات المحتملة بينها وتمكينها من التدفق عبر الأنظمة الأساسية platforms². العمل across الاندماج التكنولوجي يزيل إسقاط الحدود الفاصلة بين الصحفيين والتقنيين بين الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية. فالاندماج المتسارع لمختلف تقنيات النشر والبث أصبح يهدد معايير العملا لإعلاميو المهارات الأساسية للصحفي، ويؤمن نمائيسمى " تعدد المهارات " multiskilling في قاعات التحرير. ويعتبر هذا التوجه ناجحاً عن الضغوطات الاقتصادية التي تدفع لتخفيض الموارد المالية و زيادة الأعباء المطلوبة من الصحفي³.

ولد الاندماج الإعلامي بين مختلف الوسائط الاتصالية أنواع جديدة من الممارسات الإعلامية التي ساهمت في تشكيل غرف أخبار متعددة الوسائط . و بالرغم من الزخم الكبير الذي تشهده الساحة الإعلامية من أساليب جديدة في جمع و نشر المعلومات، إلا أن الملاحظ للمشهد الإعلامي في الجزائر يرى بأن هناك تقصيرا جليا في توظيف هذه التكنولوجيات الحديثة التي طورت من معالجة الأحداث بأساليب

¹ المرجع نفسه، ص 11.

² Henry Jenkins, "Convergence? I Diverge", Op.cit

³ الصادق رايح، " السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي والممارسة الإعلامية المعاصرة"، مجلة عالم الفكر

، المجلد 44، العدد 02، الكويت، 2015، ص 154، متاح عبر الرابط

التالي: https://drive.google.com/drive/folders/1_X92wvxPXjWVAK_NDFt7Ed-pihKp1

23، تاريخ التحميل، [rB?fbclid=IwAR2cw8rNjJeBt_XXfRvIoZmuAdsiCRH81ssV546kJ-ZhuWmU_JmR435mEJI](https://drive.google.com/drive/folders/1_X92wvxPXjWVAK_NDFt7Ed-pihKp1)

جديدة تتركز على عناصر الإبحار البصري، كعرض بيانات الجرافيكس في شكل فيديوهات حائطية، و إدخال مجسمات ثلاثية الأبعاد إلى الأستوديو، بحيث تظهر أمام مقدم النشرات الإخبارية بالنسبة للتلفزيون و العناصر التفاعلية التي تمكن الجمهور من التفاعل مع الوسيلة الإعلامية كالتى تستخدم في الصحف الإلكترونية. و بالنظر للبرامج التلفزيونية التي تقدمها القنوات العمومية لا تزال فقرة الأحوال الجوية- مثلا -تستخدم تقنيات تقليدية بالرغم من التطورات التي يشهدها هذا النوع من الفقرات عكس القنوات الخاصة التي تشهد تطورا ملحوظا في تقديم أحوال الطقس باستخدام فيديوهات حائطية تتضمن الجرافيكس التي تسعى إلى جذب المتلقي للمحتوى الإعلامي المعروض.

تجسد - كذلك - التحديات المتعلقة بالاندماج الإعلامي حسب العديد من المختصين و الأكاديميين في مؤسسات التكوين الإعلامي، والمتمثلة كليات و أقسام الإعلام و الاتصال، بأنه و بالإضافة إلى المعرفة "الكلاسيكية" التي تعطى للطلاب في كليات الإعلام، من المفترض أن يبدأ تدريس المعلوماتية كعلم بتعليم الخوارزميات لتصميم البرمجيات لأنها ضرورية مستقبلا. فما يُدرس في كليات الإعلام حاليا لطلاب غير كاف فلم لم يعد يكفي أن تدرس التطبيقات الكتابية فقط، بل يتوجب عليها تحطى ذلك إلى أساليب بناء قواعد البيانات، والإحصاء عبر برمجيات متخصصة لذلك كي يصبح الطالب قادرا على بناء الخوارزميات وفهمها بما يتناسب مع قدراته العقلية وحاجاته في الإختصاص.¹ إذ يعاني التعليم الأكاديمي الإعلامي في الجزائر من صعوبة التوفيق بين المتطلبات المهنية و الأكاديمية و هذا ما يعبر عنه بعض المختصين بالفجوة القائمة بين عالم التكوين الأكاديمي و عالم الشغل خاصة و أن خريجي الجامعة لا يملكون سوى بعض المعارف النظرية عن الإذاعة والتلفزيون لكنهم يفتقدون المهارات التطبيقية أو العملية.²

تتمثل هذه الصعوبات في كليات و أقسام الإعلام و الاتصال بالجزائر في طغيان المواد النظرية على حساب المواد التطبيقية خاصة في مجال السمعى البصري باعتبار أن الطلبة المتخصصين في هذا المجال مطالبين بالتحكم في الأدوات التقنية و التكنولوجيا المستخدمة فيه. حيث يتم التكوين فيها بطريقة اجتهادية في حدود الإمكانيات المتاحة سواء تقنية أو بشرية، فالوسائل المتاحة لديها متواضعة جدا إذا ما قورنت بما يستخدم بالفعل في المؤسسات الإعلامية خاصة السمعية البصرية، بالإضافة إلى ان معظم القائمين على التدريب و التدريس في هذه الكليات و الأقسام ليس لديهم الممارسة العملية الكافية التي تمكنهم من الوقوف على المهارات الفعلية لممارسة العمل الإعلامي.

2. تحدي الاندماج الاقتصادي:

¹ محمد حمدان، "الثورة التكنولوجية و انعكاساتها على مهن الإعلام و الاتصال و على التكوين"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 04، تونس، 2003، ص 33

² غسان مراد، "هل من المفترض تدريس المعلوماتية لطلاب الإعلام؟"، مجلة الجزيرة، معهد الجزيرة للإعلام، مقال منشور في: 15 سبتمبر، 2019، متاح عبر الرابط التالي: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/852>، تاريخ الزيارة: 2020/09/25.

لم يعد الإعلام ذلك النشاط التقليدي الذي يعنى بنقل الرسائل الإعلامية من مرسل إلى مستقبل فيما أطلق عليه (الاتصال الخطي - Linear Communication)، بل أضحى نشاطا واسعا و مؤثرا على المتلقي و موجهها لسلوكه حتى عرف ب (الاتصال الدائري Circular Communication). و بذلك أصبح المعنى يشمل قطاعات المجتمع و أنشطته المختلفة، و على رأسها النشاط الاقتصادي، و تطور تقنية الاتصال بفعل استخدام الأقمار الاصطناعية Satellites و شبكة المعلومات الدولية Internet و نشطت حركة المعلومات و توسعت معها على قدم المساواة اقتصاديات العالم.¹ و يرجع الاندماج الاقتصادي الذي ولدته هذه التطورات الحديثة على الوسائل الإعلامية التقليدية و الحديثة لكونها تتميز بتجاوزها حدود المكان و الزمان و كذلك إكراهات التكلفة المادية الكبيرة التي واكبت الإعلام المطبوع و المسموع و المرئي. و نظرا لكون البيئة الرقمية قد أثرت - كذلك - على الجمهور الذي كان مستهلكا للمادة الإعلامية إلى فاعل و متفاعل معها، مما جعل المعلنين يتوجهون نحو هذه البيئة القادرة على تحقيق الأهداف التي يرغبون في بلوغها و ترويج سلعهم ومنتجاتهم و كذلك خدماتهم بأقل تكلفة.

دفعت التحولات التكنولوجية و الديمغرافية و الاقتصادية إلى بروز نماذج اقتصادية جديدة لوسائل إعلامية إخبارية تتخذ من شبكة الإنترنت فضاء للانتشار؛ إذ غيرت هذه النماذج سلاسل الإنتاج و التوزيع التي تتبعها صناعة الصحافة الورقية على سبيل المثال، حيث سهلت الإنترنت ظهور وسطاء و فاعلين جدد في مجال النشر و التوزيع مثل جامعي الأخبار الإلكترونية (Online News Aggregators)، و ناشري الأخبار الإلكترونية و الوسطاء المختصين في الأخبار عبر الموبايل (Mobile News)، منصات صحافة المواطن

(platforms for citizen journalism)، و غيرها.² و يطلق على التحولات التي تشهدها السوق الإعلامية بـ "سوق الليمون" حسب مفهوم جورج آرثر أكرلوف George A. Akerlof و هو أستاذ الاقتصاد بجامعة جورج تاون، حيث يرى بأن "الأسواق التي يكون فيها لدى المشترين معلومات عن جودة المنتج أقل كثيرا من تلك التي لدى البائعين. و بما أن المشترين في وضع لا يسمح لهم

¹ مصطفى كافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1، دار و مكتبة حامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص11.

² Wunsch-Vincent, S. and Vickery, G. "Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet", Organisation for Economic Co-operation and Development, 11Jun2010, Paris, France, p. 50. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.167.563&rep=rep1&type=pdf>, Retrieved at: 09/07/2019.

بالحكم على جودة المنتج تقل رغبتهم في شراء المنتج، الأمر الذي يدفع الباعين إلى تقديم منتجاتهم بسعر منخفض لحث المشترين على الشراء، مما يتسبب في إخراج أصحاب المنتجات الجيدة وغالية الثمن من السوق".¹

تتسم اقتصاديات الإعلام الرقمي بصفة عامة بـ"الطابع غير المحدود لاقتصاديات الوفرة أو الحجم الكبير". فطالما أن تزايد عمليات تلقي المادة الإعلامية لا يترتب عليه تكلفة إضافية، وأن غالبية التكاليف تكون في مرحلة ما قبل الإنتاج، تظل هذه التكاليف ثابتة وكل ما زاد الاستهلاك قلَّت التكاليف ومن ثم زادت الأرباح.² و بالتالي يمكن إجمال مختلف النماذج الاقتصادية المتبناة خاصة في الصحف الإلكترونية باعتبارها من أبرز معالم الإعلام الرقمي الذي ولده الاندماج الإعلامي في ثلاثة أوجه: الأول يتعلق بالنموذج المجاني الذي تنتهجه الكثير من وسائل الإعلام العالمية والعربية ويعتمد على مداخل الإشهار. أما النموذج الثاني فيعتمد على دفع مقابل مادي نظير الخدمات التي تقدمها الوسيلة الإعلامية أما النموذج الثالث فهو نموذج مختلط أو هجين يجمع ما بين النموذج الأول والثاني.

إن تحقيق جدوى اقتصادية من قبل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على الخصوص والعربية بشكل عام على سبيل المثال يرجع لوضوح النموذج الاقتصادي الذي تتبعه وتسترشد به، وهذا يكون على أساس التحرر من ذهنية الصحيفة الورقية والتطلع لفتح سوق إعلامية عبر شبكة الويب باستغلال ما أتاحتها من خدمات وتسهيلات في جميع مناحي العمل الإعلامي. وهذا لا يتأتى إلا من خلال الأخذ بعين الاعتبار جودة المحتوى الصحفي الذي تقدمه والذي يتسم في مجمله بالقصور ليستحق الدفع من قبل المتصفح. ويلاحظ حول الصحف الإلكترونية الجزائرية على غرار الصحف الإلكترونية العربية على سبيل المثال، والتي هي عبارة عن نسخة موازية للنسخة الورقية - مع تغييرات طفيفة - أو نشأت عبر الويب ولكنها تنطلق من التجار بالورقية وتفتقياً أثرها علم مستوي أعداد المحتوى والصفحة الدورية. حيث نجد بأنها لم تستثمر بعد الخصائص التي توفرها شبكة الويب لمنيسعلتقديم خدمات إعلامية جديدة ومتميزة تستحق الدفع، ذلك أن التكلفة الكبيرة لإعداد المحتوى إعلامياً أصيبتندفعغالبية المؤسسات إلى التردد خلال الحد الأدنى من العمليات التحريرية علم المادة

¹Akerlof George, "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism", The Quarterly Journal of Economics, Vol 84, N° 3, August 1970, p 488. Available at :<https://www2.bc.edu/thomas-chemmanur/phdfincorp/MF891%20papers/Akerlof%201970.pdf>, retrieved at:12/07/2019.

² بروش زين الدين، "واقع وتحديات الاقتصاد الجديد"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 02، العدد 02، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2003، ص 106، 105. متاح عبر الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/63/2/2/5975>، تاريخ التحميل: 2018/07/11.

الإعلامية التي توفرها وكالات الأنباء، أو يوفرها الصحفيون المواطنون، أو توفرها شبكات التواصل الاجتماعي، والمتلقي لنيدفع لمحتوى يمكن أن يحصل عليه في مكان آخر مجاناً عبر محرك البحث.¹

3. تحديات الاندماج الاجتماعي:

يرتبط الاندماج الاجتماعي Social Convergence بالعلاقة بين المستخدم و الوسائل الإعلامية حيث يتبع المستهلكين استراتيجيات تعدد المهام multitasking strategies للتنقل في بيئة المعلومات الجديدة.² مما دفع إلى ضرورة إعادة النظر في التدفق اليومي للأخبار و محاولة جعل غرف صناعة و تحرير الأخبار Newsrooms التقليدية تتلاءم مع الحداثة مما يضمن تطوير المحتوى عبر جميع المنصات فيصمم عملية إنتاج الأخبار. فالجمهور هو دأ أساس كل عملية اتصالية، لذا يتوجب على العاملين في القطاع الإعلامي البدء بالدراسة والتخطيط و فهم دورة استهلاك الأخبار News Consumption Cycle جمهور الصحافة و بناء غرف الأخبار التي تنتج محتوى بالوسائط المتعددة ذات الصلة لهم طوال اليوم على الورق، علماً أنترنت، وعلماها تفاعلياً، ما يعني أن تكون مولدات للمعلومات Information Engine Newsrooms، حيث يأتي الاهتمام بالأخبار أولاً ثم الوسيلة ثانياً.³

و يمكن تتبع أثر الاندماج الإعلامي في بناء بيئة جديدة للأخبار من خلال رصد التحولات التي شهدتها عمليات إنتاج Production، و استهلاك Consumption، و توزيع الأخبار Distribution، بما تتضمنه من عناصر ترتبط بالممارسة المهنية و النماذج الاقتصادية و الأطر الثقافية الحاكمة لتلك العمليات التي لا تقتصر على تطوير المنصات المتعددة و المزج بين التقنيات المختلفة و الربط بينها. و لكنها تلقي الضوء على الأثر الذي أحدثته التقنيات الاندماجية في الصناعة الصحفية و التي فتحت آفاقاً كبيرة للتوسع في إطار يتجاوز مفاهيم العمل للوسيلة الواحدة، إلى تطوير وسائل للتواصل مع جمهور العلامة التجارية الذي يسعى وراء الأخبار و تسعى هي الأخرى إليه.⁴

¹ محمد الأمين موسى، "اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع و النموذج"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 2 أكتوبر 2017، ص 13. متاح عبر الرابط التالي: http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2017/10/2/cd1085b38ba34e9fbce3ae3e92e76c32_100.pdf، تاريخ التحميل: 2018/07/09.

² Henry Jenkins, "Convergence? I Diverge", Op.cit.

³ Chris O'Brien and Juan Senor, "The Community Newsroom", Available at : <https://fernandosamaniego.typepad.com/InnovationNewsrooms.pdf> , retrived at: 10/06/2019.

⁴ فاطمة الزهراء عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 41، 42.

أتاح الاندماج الرقمي بين الوسائل الإعلامية بروز ممارسات من قبل الجماهير التي كانت في السابق تصطبغ عليها صفة السلبية، لكنها اليوم تغيرت مقوماتها و حتى تسمياتها فأصبح يطلق على جمهور الوسائل الإلكترونية بالمستخدمين الذين أضحووا ينافسون المؤسسات الإعلامية في تحقيق سبق الصحفي نظرا للإمكانيات والخدمات التي أتاحتها لهم شبكة الإنترنت، و على وجه الخصوص مواقع التواصل الاجتماعي التي تمس جميع مناحي حياة المستخدمين، فكما يمكنهم التعليق و النشر فيها بكل حرية يمكنهم كذلك توطيد علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية و الواقعية و هو ما تؤكدده العديد من الأمثلة كالحملات التي يشنها رواد الفاييس بوك من أجل التشجيع على التشجير أو تنظيف الأحياء أو مساعدة المحتاجين. أثر كذلك الاندماج الرقمي على العديد من القيم الوطنية على سبيل المثال، فلقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة التي تزامنت و حراك فيفري 2019 في تنمية قيم المواطنة لدى الشعب الجزائري بكافة أطيافه، حيث وظفت هذه المنصات لحشد الهمم و الالتفاف حول مطالب موحدة بغية التحسين من الظروف التي تعيشها الجزائر في جميع النواحي السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية و غيرها. إن التمازج بين العالم الرقمي و بين ممارسة الحياة العامة في الشبكات الاجتماعية ولد ما يسمى بالمواطنة الافتراضية .

خاتمة :

ختاما لما سبق، يمكن القول بأن الاندماج الإعلامي Media Convergence يعد نتاج رقمنة الوسائل الإعلامية التقليدية و استفادتها من الميزات التفاعلية و التقنية التي أتاحتها شبكة الإنترنت، مما أدى إلى تآكل و ذوبان الحدود التي كانت تميز كل وسيلة عن الأخرى و تتفرد بها، و هذا ما أتاح تعدد منصات ووسائل عرض المحتوى الإعلامي و هو كذلك ما يعبر عنه بمصطلح الوسائط المتعددة Multimedia. و بالنظر إلى جوانب الممارسة الإعلامية فنجد بأن الاندماج الإعلامي أفرز تغيرات جذرية مست صناعة الأخبار و برزت الحاجة إلى تحسين مهارات الصحفيين و كفاءتهم في التحرير المتعدد الوسائط و تطوير صناعة و سرد القصص الاخبارية عبر منصات متعددة . لذا يمكن القول بأن الإعلام الجزائري يحتاج إلى الاستفادة أكثر مما ولده الاندماج الإعلامي من خلال إعادة هيكلة لأساليب تقديم المحتوى الإعلامي في مختلف الوسائل الإعلامية الجزائرية سواء كانت مكتوبة، إلكترونية، أو سمعية-بصرية، و كل هذا لا يتحقق إلا من خلال التكوين الجيد للإعلاميين أو لطلبة الإعلام ليكونوا قادرين على التكيف مع التغيرات الجديدة التي فرضتها الثورة التكنولوجية.

قائمة المراجع:

أ. الكتب:

- 1 السيد بخت، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية و الصحفية و التعليمية و القانونية و الأخلاقية، ط2، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
- 2 خاطمة الزهراء عبد الفتاح، الاندماج الإعلامي و صناعة الأخبار، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2016.
- 3 محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، مؤسسة علوم الأمة للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2018.
- 4 - مصطفى كافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1، دار و مكتبة حامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015.

- 5- Henry Jenkins ,**Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**,1st edition,New York University Press,New York,USA,2006.
- 6- Jane B. Singer, David Domingo, Ari Heinonen, Alfred Hermida, Steve Paulussen, Thorsten Quandt, Zvi Reich, Marina Vujnovic,**Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers**,1st edition,Wiley-BlackwellPublishing,United Kingdom,2011,.
- 7- JohnathanGray, LilianBounegru ,Lucy Chambers ,**The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve The News**,1st edition, O'REILLY,USA, 2012.
- 8- ReniraGambarato, **Taransmedia Journalism and the City : Participation, Information, and Storytelling within the urban fabric**, in: GambaratoRenira, AlzamoraGeane, Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age, 1st edition, IGI Global, USA,2018.
- 9- Roger Fidle,**Mediamorphosis: Understanding New Media**,1st edition, Pine Forge press, USA,1997.
- 10- Stephen Quinn ,**MOJO: The Mobile Journalism in the Asian Region**, 3rd edition, Konrad Adenauer Stiftung,Singapore,2012.
- 11- Tim Dwyer ,**Media Convergence**,1st edition, McGraw-Hill House ,New York, USA,2010.

ب. المجالات:

- 1 بروش زين الدين،"واقع وتحديات الاقتصاد الجديد"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 02، العدد 02، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2003 ، ص 105،106. متاح عبر الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/63/2/2/5975>، تاريخ التحميل: 2018/07/11.
- 2 المصادق رابح، "السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي والممارسة الإعلامية المعاصرة"، مجلة عالم الفكر، المجلد 44، العدد 02، الكويت، 2015، ص 154، متاح عبر الرابط التالي: https://drive.google.com/drive/folders/1_X92wvxPXjWVAK_NDFt7Ed-pihKp1-:rB?fbclid=IwAR2cw8rNJjeBt_XXfRvIoZmuAksiCRH81ssV546kJ-ZhuWmU_JmR435mEJI، تاريخ التحميل، 23 09 2020
- 3 - غسان مراد، "هل من المفترض تدريس المعلوماتية لطلاب الإعلام؟"، مجلة الجزيرة، معهد الجزيرة للإعلام، مقال منشور في: 15 سبتمبر، 2019، متاح عبر الرابط التالي: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/852> ، تاريخ الزيارة: 2020/09/25.
- 4 محمد الأمين موسى، "اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع و النموذج"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 2 أكتوبر 2017، ص 13. متاح عبر الرابط التالي: http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2017/10/2/cd1085b38ba34e9fbce3ae3e92e76c32_100.pdf تاريخ التحميل: 2018/07/09.
- 5 - محمد حمدان، "الثورة التكنولوجية و انعكاساتها على مهن الإعلام و الاتصال و على التكوين"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 04، تونس، 2003، ص 33

6 -معهد الجزيرة للإعلام، "دليل صحافة الهاتف المحمول"، مجلة الصحافة، الثلاثاء 24 يناير 2017، متاح عبر الرابط التالي: <https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2018/.pdf>، تاريخ الزيارة: 2019/06/10.

1- Akerlof George, "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism", The Quarterly Journal of Economics, Vol 84, N° 3, August 1970, p 488. Available at : <https://www2.bc.edu/thomas-chemmanur/phdfincorp/MF891%20papers/Akerlof%201970.pdf>, retrieved at: 12/07/2019.

2- Andrew Nachion, "Why the mega-stories matter", World News Publishing Focus, Updated 09 Dec 2013, Available at: <https://blog.wan-ifra.org/2013/12/09/why-the-mega-stories-matter> , Retrieved at: 10/06/2019.

3- Angela Zoss, "Data Visualization: Visualization Types", Duke University Libraries, Available at: https://guides.library.duke.edu/datavis/vis_types , Retrieved at: 10/06/2019.

4- Chris O'Brien and Juan Senior, "The Community Newsroom", Available at : <https://fernandosamaniego.typepad.com/InnovationNewsrooms.pdf> , retrieved at: 10/06/2019.

5- Henry Jenkins, "Convergence? I Diverge ", MIT Technology Review, june 2001, Available at : <https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/> , Retrieved at : 10/06/2019.

6- Jane B. Singer, "Strange Bedfellows? The Diffusion of Convergence in Four News Organizations", Journalism Studies ,V 5, N° 1, p02. Available at : https://pdfs.semanticscholar.org/dd02/b28886e0c36d7568a3acf80555c7e47732f7.pdf?_ga=2.105871243.945433716.1560184384-1820834698.1536140979 , retrieved at: 10/06/2019.

7- Kevin Moloney, " Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name?", Transmedia Journalism, April 21, 2014, Available at: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/> , Retrieved at: 10/05/2019.

8- Mark Deuze and Thorsten Quandt, "Conversations on convergence . Insiders' views on news production in the 21 st century ", Publizistik Review ,Vol 52, No 02, June 2007, p p2,7. Available at: https://www.researchgate.net/profile/Mark_Deuze2/publication/240353870_Stephen_Quinn_Conversations_on_convergence_Insiders%27/Stephen-Quinn-Conversations-on-convergence-Insiders-views-on-news-production-in-the-21-st-century.pdf , Retrieved at : 10/06/2019.

9- Mark Deuze, "What is Multimedia Journalism? ", Journalism Studies, Volume 5, No 2, 2004, p140. Available at: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/4001294/10.1.1.94.9088.pdf> , Retrieved at: 09/06/2019.

10- Wunsch-Vincent, S. and Vickery, G. "Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet", Organisation for Economic Co-operation and Development, 11 Jun 2010, Paris, France, p. 50. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.167.563&rep=rep1&type=pdf> , Retrieved at: 09/07/2019