



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة
The impact of social media platforms users trends on Al Jazeera's program agenda
"NACHRATUKUM"

بلال جعفر^{1*}، محمد الراحي²

¹ جامعة أم البواقي (الجزائر)، Djafer.billel@univ-oeb.dz

² مركز الجزيرة للدراسات (قطر)، ErrajiM@aljazeera.net

تاريخ النشر: 2023/07/01

تاريخ القبول: 2023/06/30

تاريخ الاستلام: 2022/12/17

الملخص

يعالج البحث الذي يأتي في إطار زمالة الجزيرة 2022، موضوع التحولات التي فرضتها منصات التواصل الاجتماعي على عمل محرري غرف التحرير في القنوات الفضائية، وخصوصاً تأثير الاتجاهات السائدة بالمنطقة العربية في عملية بناء الأجندة الإخبارية بقناة الجزيرة، التي تخصص مساحة إخبارية للمواضيع الأكثر تداولاً في المنطقة العربية وفي العالم على المنصات الاجتماعية عبر النشرة الإخبارية المسائية "نشرتكم". ولتحقيق هدف البحث استعان الباحث بأداة تحليل المضمون لدراسة تأثير اتجاهات المستخدمين في النشرة الإخبارية "نشرتكم" المتصلة بالمنصات الاجتماعية، واعتمد أيضاً عينة قصدية شملت صحفيي ومحرري البرنامج. وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها أن فريق برنامج "نشرتكم" لا يكتفي ببيانات الذكاء الاصطناعي في تحديد الاتجاهات السائدة، بل له طرق ومصادر أخرى، كما أن المعايير التحريرية للقناة تحد من التأثير القوي لاتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية للقناة.

كلمات مفتاحية: أجندة غرف التحرير، منصات التواصل الاجتماعي، اتجاهات المستخدمين

Abstract:

The research , under Al Jazeera Fellowship 2022, addresses the transformations imposed by social media platforms on newsrooms editors work at satellite TV channels, especially the trends impact in the Arab region on Al Jazeera's news agenda construction , which provides newshole to the most trending topics on social platforms in the Arab region and the world, through the evening news "Nashratukum" . To achieve the research objective, the researcher used a content analysis tool to study the social media platforms users trends impact on the news program " Nashratukum" , also adopted a purposive sample of program journalists and editors . The study concluded that the "Nashratukum" team is not only using artificial intelligence data in identifying prevailing trends, but also has other methods and sources. The editorial standards of the channel limit the strong impact of user trends in the Arab region on the channel's news agenda.

Keywords: Newsroom Agenda, Social Media, Trends.



1. مقدمة

هيمنت غرف الأخبار التقليدية لعقود على تحديد الأجندة الإخبارية للجمهور، وظلت تفترض أن الأحداث والقضايا المرتبطة بالظروف السياسية والاقتصادية التي تمر بالمجتمع تكون أكثر أهمية، ولكن مع التحولات التكنولوجية التي عرفتتها الصحافة، خصوصاً في ظل البيئة الرقمية، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تتيح لأكثر من 4.2 مليار مستخدماً (satatista,2022) دوراً أكبر في عملية تداول ومشاركة الأخبار في مختلف الموضوعات والقضايا. وقد أسهم ذلك في الحد من سيطرة الإعلام التقليدي على تدفق الأخبار والمعلومات، كما ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي المنتجين والمحررين في غرفة الأخبار على رصد اتجاهات المستخدمين عبر قائمة إحصاءات محدثة حسب المنطقة و البلد.

إن عملية بناء الأجندة الإخبارية لم تعد محصورة في أصحاب المصالح (المالكيين لوسائل الإعلام، و القائمين بالاتصال، والسياسيين...)، بل تعاضد دور مستخدمي الفضاءات الافتراضية في عملية البناء. ونلاحظ أن الشبكات الإعلامية والقنوات الإخبارية عبر العالم، وفي المنطقة العربية، تخصص بدورها مساحة إخبارية لما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي، ومنها قناة الجزيرة من خلال النشرة الإخبارية المسائية "نشرتكم"، وهي مجلة إخبارية تفاعلية تُعنى بتغطية أبرز ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي عربياً ودولياً. كما تهتم بتغطية تفاعلات القضايا الإخبارية على المنصات الرقمية (الجزيرة، 2022).

و لا يقتصر اهتمام القناة بمنصات التواصل على النشرة الإخبارية المسائية "نشرتكم"، بل يشمل باقي المواعيد الإخبارية، خاصة نشري "الحصاد"، و"منتصف الليل" والتي تعرض أهم الأخبار على جمهور المنطقة العربية. وتتوجه فقرة "قبل الحصاد" بخطابها الإعلامي مباشرة إلى "جمهور منصات الجزيرة التفاعلية" كما تحتوي نشرة منتصف الليل على فقرة "الترند"، مما يبيّن اهتمام القناة باتجاهات مستخدمي المنصات في المنطقة العربية. و لا شك أن غرفة التحرير بقناة الجزيرة لها طرق وأساليب في اختيار وانتقاء المواضيع وبثها وفقاً لسياستها الإخبارية مع مراعاة المعايير الصحفية.

2. إشكالية البحث وتساؤلاته

تعرف المنطقة العربية انتشاراً واسعاً لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيطاً للتفاعل الآني مع الأحداث والقضايا. ففي تقرير التنمية الرقمية العربية الصادر عن "الإسكوا" (ESCWA) (تقرير التنمية الرقمية العربية 2019)، تقدر اشتراكات الهاتف النقال بـ 100.9%، بمعدل نفاذ إلى الإنترنت يبلغ 51.6 لكل 100 نسمة. كما تبين دراسة للجامعة نورث ويسترن في قطر (Everette E. Dennis, 2019) أن المستخدمين في المنطقة العربية صاروا يعتمدون على الهواتف النقالة أكثر من التلفزيون، وأنهم يتجهون لاستقاء الأخبار من منصات التواصل الاجتماعي، وبالتالي يجد محررو غرف التحرير أنفسهم أمام عدة تحديات، من بينها التدفق الهائل للأخبار والمعلومات التي تفرض نفسها على أجندة القنوات الإخبارية.

فقد لاحظ الباحث على سبيل المثال أن حادثة الطفل المغربي ريان، الذي لقي حتفه في بئر أوائل فيفري 2022 شمال المغرب، بدأ الاهتمام بها وتداولها بشكل واسع على صفحات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية، لتلحق بها بعد ذلك القنوات الإخبارية الدولية في تغطية الحدث. وكانت قناة الجزيرة، وبعض القنوات الإخبارية الأخرى، قد ركزت على الموضوع بتخصيص حل الفقرات الإخبارية، وعناوينها الرئيسية، لمتابعة تطورات الحادث في تأثر مباشر باتجاهات المستخدمين. وفي المقابل نجد أن موضوع الحرب الروسية على أوكرانيا بدأ الاهتمام به في القنوات الإخبارية، من خلال التركيز على ظروف الحرب وسياقاتها، ثم



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

تحول النقاش إلى منصات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية التي تفاعلت مع الأزمة. فقد أحدثت مثلًا طريقة معاملة اللاجئين الأوكرانيين من قبل الدول الأوروبية جدلاً واسعاً بين المستخدمين، مقارنة بمعاملة اللاجئين العرب. كما شكّل موضوع تداعيات الحرب على الأمن الغذائي العربي مركز اهتمامهم. و هو ما دفع الباحث إلى محاولة فهم وتفسير هذا الاهتمام وتأثيره على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، من خلال الإجابة على السؤال الإشكالي للدراسة: إلى أي مدى تؤثر اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال المجلة التفاعلية "نشرتكم"؟ وتتطلب الإجابة عن هذا السؤال الإشكالي البحث في عدد من العناصر، و التي تمثّل أبعاد عملية تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة:

1. كيف ترصد غرفة تحرير "نشرتكم" الاتجاهات على منصات التواصل الاجتماعي؟
2. ما المعايير و القيم الإخبارية التي تعتمدها "نشرتكم" في جمع و انتقاء الأخبار و المواضيع من المنصات الاجتماعية؟
3. هل تؤثر اتجاهات المستخدمين على القيم الخبرية في قناة الجزيرة من خلال المجلة الإخبارية "نشرتكم"؟
4. هل تواكب "نشرتكم" الاتجاهات الفعلية للمستخدمين، أم تكيفها وفق الأجندة الإخبارية للقناة؟
5. هل يؤثر برنامج "نشرتكم" على باقي النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة؟ و هل له تأثير في المنصات الاجتماعية؟

3. فرضيات البحث

تحاول الدراسة استقصاء عدد من الفرضيات التي تمثّل إطاراً مساعداً في مقارنة السؤال الإشكالي والإحاطة بأبعاده المختلفة:

- توجد علاقة قوية بين الأولويات الإخبارية لـ "نشرتكم"، واستخدام بيانات الذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- هناك تباين في تقدير أهمية وضخامة الأخبار والقضايا بين محرري غرف الأخبار و اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- هناك تأثير محدود لاتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة.
- هناك علاقة تأثير إيجابية لـ "نشرتكم" في النشرات الإخبارية، مثل الحصاد و منتصف الليل في قناة الجزيرة.
- تكيف "نشرتكم" اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية مع أجندة القناة.

4. أهمية البحث

تمثل أهمية البحث في مواكبة مستجدات الصحافة الرقمية، حيث يركز الباحث على تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على أجندة غرف التحرير بقناة الجزيرة. فالمنصات الاجتماعية أثرت كثيراً على الممارسة الصحفية لوسائل الإعلام التقليدية. حيث لا تعتبر المنصات مصدراً للمعلومات والأخبار فقط، بل أيضاً تكشف للمحررين عن أجندة مستخدمي المنصات، و درجة اهتمامهم وتفاعلهم مع القضايا والمواضيع المتداولة في الفضاء الافتراضي، خصوصاً بالمنطقة العربية، و لكن كثيراً ما تكون اتجاهات المستخدمين بعيدة عن المعايير الخبرية لغرفة التحرير، كالأهمية والضخامة. مما يستلزم وجود طرق وأساليب لاستيعاب اتجاهات المستخدمين ضمن الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، بما يضمن الرسالة والقيم المهنية للقناة.

5. أهداف الدراسة

انطلاقاً من السؤال الإشكالي للدراسة و الذي يبحث تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، من خلال المجلة التفاعلية "نشرتكم"، فإن الأهداف التي يسعى إليها البحث تشمل:



- التعرف على كيفية تحديد الأجندة الإخبارية للمجلة الإخبارية "نشرتكم".
- الاطلاع على أهم طرق استكشاف الاتجاهات السائدة عبر المنصات في المنطقة العربية من خلال النشرة الإخبارية لقناة الجزيرة "نشرتكم".
- رصد حدود التأثير والتأثر للاتجاهات عبر المنصات على عملية بناء الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة.

6. الدراسات السابقة:

1.6 دراسة بومشطة، نوال، "توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية: دراسة تحليلية لبرنامج "نشرتكم": في هذه الدراسة تتساءل الباحثة عن: كيف يتم توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج برنامج "نشرتكم"؟ وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة تحليل المضمون التي تم تطبيقها على عينة من حلقات برنامج "نشرتكم". و خلصت الدراسة إلى أن مثل هذه البرامج تسعى لإشراك الجمهور في صناعة مضامين النشرات الإخبارية، وأن هناك تدخلاً من قبل القائمين على القناة في اختيار ما يتناسب مع السياسة الإعلامية للقناة. كما استنتجت الباحثة أن هناك مراعاة للقيم الإخبارية كالأهمية والآنية من قبل المحررين في البرنامج. وتوصلت إلى أن القناة تواجه تحديات البيئة الرقمية الجديدة من خلال توظيف المنصات الاجتماعية في إنتاج المواد الخبرية" (بومشطة، 2021).

2.6 دراسة نبيل بوسكرة و نوري مقورة "جمهور نشرات المستخدمين: دراسة "برنامج نشرتكم" على قناة الجزيرة ، (رسالة ماستر غير منشورة، جامعة المسيلة بالجزائر، 2021م). : حاول الباحثان الإجابة على السؤال الرئيسي: ما خصائص جمهور برنامج "نشرتكم"؟ وما طبيعة الإشباع المحققة؟. و قد استخدم الباحثان المنهج الوصفي عبر المسح بالعينة. و توصل البحث إلى عدة نتائج منها أن هناك علاقة بين محتوى شبكات التواصل الاجتماعي وأجندة وسائل الإعلام التقليدي، حيث أصبح المحتوى الرقمي يمارس نوعاً من التأثير في ترتيب أولويات الأخبار والموضوعات. كما أن القائم بالاتصال في برنامج "نشرتكم" يستقي تفاعلات المستخدمين بدلاً للاتصال الشخصي، في حين أن صحافة المواطن والمضامين الإعلامية التي ينتجها ليس لها التأثير الكبير على الممارسة المهنية للقناة.

3.6 دراسة ندية عبد النبي محمد قاضي ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية" بمجلة الرأي العام : هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للأخبار. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها أن 97% من الصحفيين يرون أن إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تعطي له الأولوية في النشر، بشرط ألا يؤثر الخبر على الاستقرار الداخلي أو الوضع الأمني.

4.6 دراسة ماثيو أرسنو (Mathieu Arsenault) إعادة النظر في "نظرية الأجندة" في عصر الإعلام الاجتماعي الرقمي: دراسة حالة على التويتر " لنيل درجة الأستاذية في جامعة مونتريال بكندا: اهتمت الدراسة بعلاقات التأثير الجديدة التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصاً تويتير _على وسائل الإعلام. وهدفت الدراسة لإعادة تقييم نظرية الأجندة ونظرية حارس البوابة في ظل السياق الرقمي، كما بحثت العلاقة بين اهتمامات الجمهور والقواعد المهنية للصحافة. ويرى الباحث أن مواقع التواصل الاجتماعي أعطت القائمين على وسائل الاتصال الجماهيري وضوحاً أكبر للمواضيع التي يجب تغطيتها، والتي



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

تمثل مركز اهتمام الجمهور، فيما استنتج أن المستخدمين يتبنون بعض الممارسات الصحفية أثناء تفاعلهم على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التأثير وتعزيز أجندتهم الخاصة .

نلاحظ أن الدراسات السابقة اهتمت بشكل عام بتأثير المحتوى الرقمي على القائم بالاتصال (حارس البوابة) من جهة، ثم تأثير هذا المحتوى على أجندة وسائل الإعلام التقليدي من جهة أخرى. وسيحاول الباحث في هذه الدراسة التركيز على تأثير الاتجاهات (trends) التي يتم رصدها عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات التواصل على غرفة الأخبار، والتي تشير إلى أولويات و اهتمام مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي حسب كل منطقة. نجد مثلاً أن منصة يوتيوب تتيح لمستخدميها الاطلاع يوميًا على قائمة 50 فيديو الأكثر تداولاً حسب كل بلد. ويمكن أيضاً الوصول إلى عمليات البحث الرائجة في 24 ساعة من خلال غوغل ترندز (google trends) حسب البلدان المتاحة، حيث تقوم كل منصة برصد الاتجاهات اليومية للمستخدمين تبعاً لكل منطقة. وتُعد هذه البيانات مهمة لمحرري غرفة الأخبار في عملية بناء الأجندة، وهذا ما سيركز عليه الباحث في دراسته.

7. منهج الدراسة وأدواتها

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف وتحليل البيانات، و تفسيرها بعد عملية جمعها وتحديد بطرق دقيقة ومنظمة، من خلال أداتي المقابلة مع أفراد عينة البحث، وتحليل مضمون عينة من حلقات "نشرتكم". وتعرف المقابلة بأنها أداة جمع البيانات من المبحوثين من خلال الاحتكاك وجهًا لوجه بينهم وبين الباحث أو القائم بالمقابلة (زغيب، 2015، ص117). وقد أجرى الباحث مقابلات مع رئيس تحرير نشرات بقناة الجزيرة و ثلاثة من صحفيي غرفة التحرير لبرنامج "نشرتكم"، كما اعتمدت الدراسة دليلاً للمقابلة بني على ثلاثة محاور و هي:

- المحور الأول: طرق الوصول إلى اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- المحور الثاني: معايير اختيار المواضيع التي تبثها نشرتكم.
- المحور الثالث: تأثير البرنامج على المواعيد الإخبارية الرئيسة وكذا على منصات التواصل الاجتماعي.

وفي تحليل المضمون، أجرى الباحث دراسة لمضمون برنامج "نشرتكم" من فترة 1 يناير/كانون الثاني إلى 18 فبراير/شباط 2022 معتمداً الأسبوع الاصطناعي، بغرض الحصول على بيانات تساعد الباحث في رصد تأثير الاتجاهات السائدة في منصات التواصل الاجتماعي على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، وقد اكتفى الباحث بفئة المضمون و بدراسة العناصر الآتية:

1. المنصات الاجتماعية التي تركز عليها النشرة الإخبارية (تويتر، فيسبوك، يوتيوب...).
 2. طبيعة مواضيع التغطية الإخبارية (سياسي، اجتماعي، اقتصادي، ترفيهي...).
 3. البعد الجغرافي للمواضيع.
 4. الوسائط والقوالب المستخدمة في العرض (هاشتاغ، تغريدة، منشور، صور، فيديو...إلخ).
- وبالرجوع إلى مكتبة الجزيرة المرئية على اليوتيوب، حصلنا على سبع نشرات من السبت إلى الجمعة باستخدام (الأسبوع الاصطناعي)، من 1 جانفي 2022 إلى غاية 18 فيفري 2022، وفقاً للجدول الآتي:

جدول رقم (1) يوضح بيانات مفردات العينة



الرقم	تاريخ البث الحلقات
01	2022/01/ 01
02	2022/01/09
03	2022/01/17
04	2022/01/25
05	2022/02/02
06	2022/02/10
07	2022/02/18

كما اعتمد الباحث على الملاحظة وهي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث، في إطار المنهج المتبع، وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة (بن مرسل، 2010، ص203).

8. مجتمع الدراسة وعينته

يشمل مجتمع الدراسة منتجي الأخبار، وصحفيي غرفة تحرير النشرة المسائية التفاعلية "نشرتكم"، والذين يعملون على جمع وانتقاء الأخبار وتحريرها ونشرها. أما عينة الدراسة فهي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث (أنجس، 2004، ص301)، و التي سنجمع من خلالها المعطيات والبيانات المرتبطة بالموضوع. ولحدودية عدد مجتمع البحث، سنعتمد على العينة القصدية، و قد أجرى الباحث أربع مقابلات تشمل رئيس تحرير النشرات بقناة الجزيرة، و كذا الصحفيين والمحررين في برنامج نشرتكم حسب الجدول الآتي:

جدول رقم (2) يوضح بيانات أفراد العينة

فريق البرنامج	الصفة	تاريخ المقابلة
إيناس بوسعيد	صحفية منتجة ببرنامج نشرتكم	3 أبريل 2022
عمر سالم زقزوق	صحفي منتج ببرنامج نشرتكم	12 أبريل 2022
تحفظ عن ذكر الاسم	رئيس تحرير النشرات بقناة الجزيرة	12 أبريل 2022
محمود الكن	صحفي و منتج ببرنامج	9 ماي 2022

9. حدود الدراسة

الحدود الزمنية: تمتد من 1 جانفي إلى ماي 2022.

الحدود المكانية: قناة الجزيرة الكائن مقرها بالدوحة في قطر.

10- مفاهيم الدراسة



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

1.10 الاتجاهات: جمع اتجاه (A trend- tendance) و هو ميل مستقر إلى حد كبير، يحمل مجموعة من المشاعر والعواطف والأفكار والمفاهيم ذات الأبعاد المتعددة (العبد الله، 2014، ص4)، للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأمور (المواقف والأفراد والجماعات). كما أن الاتجاهات عبارة عن استجابات تقويمية متعلمة إزاء الموضوعات، أو الأحداث (الفار، 2014، ص6)، والاتجاه العام يكون نتيجة اتفاق الجماهير على شيء معين. وقد عرف قاموس لونغمان (Longman, 2014, p1960) كلمتي (topic) و (Trending) أكثر المواضيع شيوعاً في الرسائل باستخدام تويتز على شبكات التواصل الاجتماعي.

ويستخدم الباحث في هذه الدراسة مصطلح الاتجاهات بمعنى المواضيع والقضايا الأكثر تداولاً وتفاعلاً، والتي تأتي ضمن اهتمام المستخدمين في المنطقة العربية عبر منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتز، يوتيوب، إنستغرام...) و التي يتم رصدها عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي أو عن طريق فرق رصد خاصة داخل غرفة التحرير.

2.10 المستخدمون:

لغة: من الفعل خدم يخدم خدمة: قام بحاجته، واستخدم يستخدم استخداماً، وتعني: الشخص: اتخذته خادماً، عينه في وظيفة، استخدم الشيء: استعمله (لاروس، 2003، ص384).

اصطلاحاً: يراد بمصطلح المستخدمين استخدام الجمهور لوسيلة إعلامية، ويعني الاستخدام في اللغة الفرنسية: نشاط اجتماعي، له طبيعة كاللجوء إلى شيء ما لاستخدامه لغاية محددة، واستعماله لإشباع حاجة. ومفهوم استخدام وسائل الإعلام ليس حديثاً، لأنه فرض نفسه منذ الستينيات في الدراسة الأمريكية حين قلب تيار الاستخدامات و الإشباعات أنموذج التأثيرات من السؤال "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفراد؟" إلى السؤال "ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟" (بصلي، حمدي، 2017، ص339).

وحسب الباحث سيرج بركولكس (Serge Proulx)، فإن إشكالية مصطلح الاستخدام تشير إلى الطابع الاجتماعي الذي يحيل إلى الممارسات الفردية أو الجماعية ذات المدلول الثقافي ببعده المركب، والذي يقود ممارستنا اليومية خلال فترات زمنية تختلف باختلاف الممارسات والمجتمعات. وترتبط هذه الممارسات اليوم أساساً بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، حيث انتقل الحديث عن الاستخدام الفردي إلى الاستخدام الاجتماعي (علاق، 2018، ص79).

و يعرف الاستخدام بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم (رايس، 2016، ص197) و مع التحولات التي حدثت بفعل التطورات التكنولوجية، كان لابد من تطوير المصطلحات التقليدية للإعلام والاتصال. باعتبار أن العلاقة بين الجمهور والوسائط الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي، أي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لا متناهية من عمليات النسخ وإعادة النشر والتعليق... فمصطلح الاستخدام (Usage) يختلف عن مصطلح التلقي (Reception) (نجيت، 2011، ص182).

وتعرف الدراسة مصطلح المستخدمين بالأشخاص الذين لديهم حسابات ناشطة على منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، ويتفاعلون من خلالها مع مختلف القضايا والمواضيع سواء الإقليمية أو العالمية.

3.10 شبكات التواصل الاجتماعي: يعرفها قاموس كامبردج: "بمواقع الويب وبرامج الكمبيوتر التي تسمح للناس بمشاركة المعلومات عبر استخدام الإنترنت أو الهواتف المحمولة" (Cambridge, 2022). كما يعرف زاهر راضي: "مواقع التواصل الاجتماعي بمنظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام



اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (الجندي، 2016، ص167). ويقصد الباحث بمنصات التواصل الاجتماعي: "تلك المواقع الاجتماعية الأكثر استخدامًا في المنطقة العربية والتي يعتمد عليها برنامج "نشرتكم" في رصد الأخبار والقضايا المتداولة، مثل: تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، إنستغرام".

4.10 الأجندة (Agenda setting): وتعني تدخل وسائل الإعلام، وبخاصة التلفزيون، من خلال ما تقدمه من مواد في توجيه المتلقي إلى ترتيب القضايا والشؤون العامة طبقاً لأولويات معينة (مجمع اللغة العربية، 2008، ص46)، وأما قاموس "أوكسفورد للصحافة" فيشرح مصطلح الأجندة: "أن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تضخيم بعض القضايا، وإبرازها داخل الفضاء العام وبناء معايير يمكن من خلالها اعتبار النقاش شرعياً" (Harcup, 2014, p8). و يعرف الباحث الأجندة على أنها قائمة الأخبار والقضايا التي تركز عليها قناة الجزيرة حسب أهميتها، و تقدمها للجمهور من خلال النشرات ومختلف منصاتها الإخبارية.

11. الإطار النظري للدراسة

1.11 نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-setting):

يهتم البحث بدراسة العلاقة القائمة بين اتجاهات المستخدمين في منصات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية وغرفة التحرير في تحديد الأولويات والقضايا المهمة، انطلاقاً من نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-setting). وترجع أصول هذه النظرية إلى والتر ليبمان (Lippman Walter) من خلال كتابه: "الرأي العام" (1922)؛ إذ يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير (مكاوي و السيد، 2018، ص288)، حيث تفترض النظرية أن بروز القضايا في وسائل الإعلام يؤثر لا محال في ظهورها بين الجمهور، وكلما زادت التغطية التي تتلقاها قضية ما زادت أهميتها لدى الجمهور (أوسامة، 2021، ص404). ويقول برنارد كوهن (Bernard Cohen): "إن وسائل الإعلام قد لا تنجح معظم الوقت في إخبار الناس بما يفكرون فيه، ولكن ناجحة بشكل مذهل في إخبار قرائها بما ينبغي أن يفكروا حوله" (Stephen, 2009, p32). وهذا ما لاحظته كذلك كل من كيرت لانج (Kurt Lang) و أنجل لانج (Engel Lang) "أن وسائل الإعلام تفرض الاهتمام بقضايا معينة، فهي تبني الصور العامة للشخصيات السياسية من خلال العرض المستمر للمواضيع، مقترحة ماذا يجب أن يفكر ويعرف ويشعر حياله الأفراد (MCcombs, 2016, p16)

نلاحظ أنه بعد الصعود الهائل لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي كبداية جديدة لمصادر المعلومات، والتي أعادت التساؤل بقوة: من يقود عملية بناء الأجندة؟ الأمر الذي أدى إلى ثنائية الاتجاه في عملية بناء الأجندة بين الوسائط التقليدية والوسائط الجديدة. حيث أصبح لمنصات التواصل الاجتماعي دور في بناء الأجندة، وخصوصاً الاتجاهات السائدة للمستخدمين والتي فرضت نفسها في العناوين الرئيسة في نشرات الأخبار. وتساعد هذه النظرية في فهم كيفية بناء الأجندة الإخبارية لبرنامج نشرتكم، و الذي يتخصص في عرض المحتويات المتداولة عربياً ودولياً، ويراعي المحررون في نفس الوقت المعايير المهنية للقناة وهي: الأهمية والقرب والحدثة والضخامة (شبكة الجزيرة، 2015).

2.11 نظرية حارس البوابة (Gatekeeping)

تعتبر نظرية حارس البوابة من النظريات التي تركز على دور القائم بالاتصال، وترجع البحوث الأولى لعالم النفس النمساوي كيرت لوين (Kurt Lewin)، الذي يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

المستهدف توجد بوابات، يتم فيها اتخاذ القرارات بما يدخل وما يخرج (مركتاز، 2017، ص306). وتتلخص مرتكزات النظرية في المسار الخطي لسير الرسالة، ثم وجود قوى مؤثرة في سير الرسالة، وأفراد يقومون بدور التحكم في نقلها (أبو حمام، 2017، ص276)، حيث تتعرض إلى تعديلات في المضمون قد تكون طفيفة أو متوسطة أو جوهرية. كما يتم التأثير عبر خمس مستويات وهي على "المستوى الشخصي لحارس البوابة، والممارسة الاتصالية لحارس البوابة، والمنظمات الإعلامية، والمؤسسات الاجتماعية، والمستوى الاجتماعي" لكن مع التدفق الهائل للأخبار والمعلومات التي يتم تداولها عبر شبكات الإنترنت، بدأ السؤال يطرح عن دور وقوة حارس البوابة، بل أصبح يعتبر كل مستخدم للإنترنت "حارس بوابة" (Wallace, 2017) فصحافة القرن الحادي والعشرين تتطلب تفسيراً مختلفاً للحارس، فالصحافيون هم بدلاء للجمهور في فحص كمية كبيرة من المعلومات المتاحة واختبارها للتحقق والمساعدة في استيعابها (فوريمان، 2015، ص492).

انطلاقاً من أسس النظرية فإن منتجي ومحرري برنامج نشرتكم يعدون حراس بوابات (القائمين بالاتصال)، حيث يعملون على تتبع المحتويات المتداولة على منصات التواصل الاجتماعي، وعرضها بما يناسب مع القيم الخيرية والسياسة التحريرية لقناة الجزيرة.

12. التحليل و النتائج

يسعى الباحث في هذا الجزء من الدراسة إلى الإجابة عن السؤال المحوري: إلى أي مدى تؤثر اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال المجلة التفاعلية "نشرتكم"؟

1.12 السياسة التحريرية لشبكة الجزيرة في التعامل مع المنصات الاجتماعية كمصادر للأخبار:

تعتمد شبكة الجزيرة الإعلامية سياسة الحذر الشديد مع المنصات الاجتماعية كمصادر للأخبار، معللة ذلك بما يلي: "مع اتخاذ هذه المواقع أدوات للترويج للمواقف من قبل الناشطين، وحتى الحكومات، وأحياناً الأجهزة الأمنية، ينبغي التعامل معها بحذر شديد" (الجزيرة، 2015)، و تعتبر المنصات الاجتماعية مجاًلاً للدعاية والإشاعة والأخبار الكاذبة والمزيفة... إلخ، و لكن مع التطورات المهنية والتقنية التي عرفتها الصحافة الرقمية، يمكن رفع هذا التحفظ، أي "الحذر الشديد"، من خلال توفر مصادر وتقنيات وأدوات مراجعة المحتويات الرقمية، وكذا بالاعتماد على الخبرة المهنية للصحفيين والتقنيين.

كما تضع شبكة الجزيرة شروطاً وقيوداً لاستخدام الصور و الفيديوها من المنصات الاجتماعية بينها احترام حقوق الملكية؛ إذ "تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب، وفيسبوك... إلخ) على صور تمتلك حقوقها جهات أخرى، فوجود الصور في مواقع التواصل لا يعني أنها مشاع، وينبغي الرجوع للمصادر الأصلية للحصول على ترخيص" (شبكة الجزيرة، 2015). كما تلتزم شبكة الجزيرة بعدم نقل الصور من المنصات إلا في حالة التعقيم الذي تفرضه بعض الدول بشروط توضحها الشبكة: "فلا ننقل عنها (أي المنصات) إلا صوراً تخص بلدًا تمارس فيه السلطات التعقيم الإعلامي القاسي، و عند انفراد الموقع بالصور. لكن ينبغي التدقيق في صحتها بكل وسيلة متاحة، والإشارة بوضوح إلى مصدرها، مع التأكيد على أننا لم نستطع تأكيدها من مصدر مستقل" (شبكة الجزيرة، 2015).



و تشترط شبكة الجزيرة مؤهلات مهنية للصحفي بالقناة فهو "يحتاج إلى خبرة تحريرية جيدة، وإلى معرفة عميقة ومتجددة بتقنيات الإنترنت وبما يجد فيه من مواقع، حتى يحصل منه على الخبر البريء من الغرض، وفي الغالب يحصل فقط على طرف خيط يؤدي إلى استقاء الخبر من مصادر أخرى". و على هذا فالمواضيع المتداولة في مواقع الإنترنت تمثل "رأس خيط" و "إشارة تنبيه" على وجود موضوع مهم يستحق البحث و التقصي.

2.12 برنامج "نشرتكم" ومراحل بنائه

1.2.12 نبذة عن برنامج "نشرتكم" أو "الثامنة": نشرة إخبارية تفاعلية تتراوح مدتها بين 20 و 23 دقيقة، تبث يوميًا على الساعة الثامنة بتوقيت مكة المكرمة، بقناة الجزيرة الإخبارية، وتتخصص في تغطية الاتجاهات السائدة على المنصات الاجتماعية عربيًا ودوليًا، وتعرض أبرز ما يتم تداوله من مواضيع وقضايا قد تكون سياسية، اجتماعية، إنسانية و رياضية... إلخ كما تتابع النشرة تفاعل المستخدمين مع القضايا الإخبارية على المنصات الاجتماعية. و هنا نلاحظ أن اسم "نشرتكم" فيه نسبة إلى أن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية هم المصدر الأساس لمحتوى النشرة. ويقدم البرنامج بطريقة غير تقليدية، فمذيعو البرنامج في الغالب شباب نشطون يتحركون في أرجاء الاستوديو، ويعتمدون في عرض المحتوى الرقمي على كل من "جدار العرض" (Wall Video) لإبراز الهاشتاغ، والتغريدات، والصور، والفيديوهات... إلخ و هناك شاشة متوسطة الحجم لعرض فقرة المتفرقات، كما يصاحب العرض موسيقى إيقاعية إخبارية في جل فقرات البرنامج.

2.2.12 مراحل إعداد برنامج "نشرتكم":

يمر إعداد برنامج "نشرتكم" بمراحل حسب إيناس بوسعيد صحفية منتجة بالبرنامج بقناة الجزيرة:

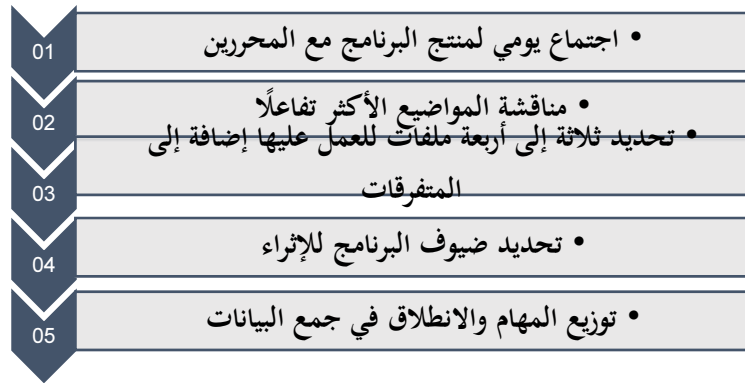
- "يعقد اجتماع تحريري يومي لتحديد المواضيع والملفات التي سيتم معالجتها، وعكس النشرات الإخبارية التقليدية فالبرنامج يبنى من الصفر، فمواضيعه لا تبنى على نشرات سابقة ولا على أخبار من النشرات العادية.
- يطرح الفريق المتكون من المنتج والصحفيين المواضيع التي يرون أنها أكثر تفاعلاً على المنصات، والتي تحدد انطلاقاً من أهميتها.
- تقسم عناوين النشرة من واحد إلى ثلاثة، ويمكن إضافة عنوان رابع في شكل برومو إذا استحق الحدث ذلك. ويمكن أيضاً أن تكون النشرة بعنوان واحد، خاصة في حالات التغطية والأحداث المهمة مثل اقتحام الاحتلال والمستوطنين لباحات الأقصى، و الحراك في الجزائر، و الحراك في السودان، و الانسحاب الأميركي من أفغانستان... هذه المواضيع على سبيل المثال كانت قد حازت مساحة واسعة من نشرتكُم.
- يتم اختيار المواضيع الأكثر اكتمالاً لتكون عنواناً رئيساً، كما يتم جمع المتفرقات في فقرة خاصة.
- تقوم النشرة أساساً على عملية البحث في منصات التواصل الاجتماعي، وتصنيف المواضيع إلى ملفات، ويعني فريق البرنامج بـ"الملف" كل ما يحمل عناصر مختلفة، أبرزها "المادة" أساس الحدث، والتي من الممكن أن تكون صورة أو فيديو أو حدثاً مهماً.
- يسند لكل صحفي من فريق البرنامج الملف، ليبدأ في عملية البحث في مختلف المواد والبيانات ليجهزها وفق منظومة الأخبار المعتمدة، كما يرجع الصحفي إلى منتج البرنامج للاتفاق والإحاطة بالموضوع من كافة الزوايا.



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

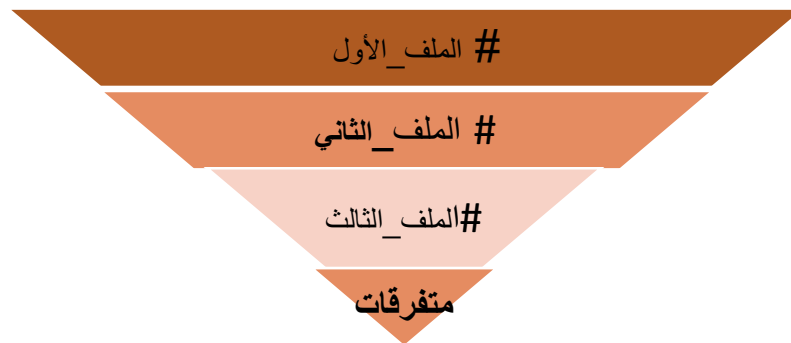
- أثناء عملية البحث في المواضيع العادية يتم إيراد المادة أساس التفاعل، كما يتم البحث عن التغريدات و التعليقات حول الموضوع مع مراعاة ذكر وجهات النظر المختلفة.
- أما بالنسبة للمتفرقات، فمن المحتمل أن تكون "تغريدة" تفاعل معها المستخدمون، فيوردها البرنامج بالتزامن مع عرض مختلف التفاعلات سواء أكانت تعليقات أو فيديوغراف.
- إذا كان الموضوع لديه علاقة بتكنولوجيا المعلومات والتطورات في عالم التواصل الاجتماعي، فإنه يتم استضافة متخصصين للشرح والتفسير"، إيناس بوسعيد (اتصال شخصي، 03 أبريل 2022)

شكل رقم (1): مخطط مراحل الإعداد اليومي لبرنامج نشرتكم



المصدر: من إعداد الباحث.

شكل رقم (2) يوضح تقسيم ملفات البرنامج حسب الأهمية



13. طرق و أدوات وصول فريق "نشرتكم" إلى اتجاهات مستخدمي المنصات في المنطقة العربية:

1.13 طرق و أدوات تحديد الاتجاهات



انطلق الباحث في هذا المحور من السؤال التالي: كيف ترصد غرفة تحرير "نشرتكم" الاتجاهات على المنصات؟ و هل لديها طرقها الخاصة وآليات معينة(منهجياً)، في رصد الاتجاهات؟ وما هي هذه الطرق؟ وقد استند الباحث على الفرضية الآتية: توجد علاقة قوية بين الأولويات الإخبارية لـ"نشرتكم" و استخدام بيانات الذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.

تتيح البيانات الإحصائية التي توفرها المنصات الاجتماعية عن مستخدميها والمواقع المتخصصة، لمحرري غرفة برنامج "نشرتكم" تحديد الاتجاهات في المنطقة العربية كـ (Twiter, Trendsmap, Trends24Google) ، بوسعيدي (اتصال شخصي، 03 أبريل 2022) كما يعتمد فريق البرنامج على وكالة "سند" Sanad Agency التابعة لقناة الجزيرة، و التي أنشأت مطلع 2021 حيث تخصص في استسقاء الأخبار و المعلومات من المصادر المفتوحة (الإنترنت، الشبكات الاجتماعية)، بعد التحقق منها، فمن بين مهام وكالة سند رصد طبيعة تفاعلات جمهور منصات التواصل حول موضوع رائج، وتحليل وسم رائج ومعرفة حقيقته وتفاصيل عن نسب المتفاعلين(ملاك خليل، 2021). كما يرصد فريق البرنامج المواضيع والقضايا الأكثر تداولاً، و يستشرف كذلك الأخبار التي من الممكن أن يسלט عليها الضوء، وتتحول إلى محور لاهتمام رواد منصات التواصل الاجتماعي حسب كل دولة عربية وعلى المستوى العالمي ، كما يعد التصويت على المنصات الاجتماعية أداة من أدوات رصد الاتجاهات كما ذكر محمود الكن صحفي منتج بقناة الجزيرة (اتصال شخصي، 09 ماي 2022).، و كما أكدت البوسعيدي أن الفريق يستعين بشبكة مراسلي قناة الجزيرة في مختلف أنحاء العالم للتنبيه على الموضوعات المثيرة للنقاش، كما يحوز فريق البرنامج على قائمة بالحسابات الموثقة للشخصيات المؤثرة، التي تتحدث عن أهم الأحداث الجارية في المنطقة العربية والعالم. ويحدد الجدول الآتي أهم مصادر وأدوات تحديد الاتجاهات السائدة على منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية:

جدول رقم "02" يبين كيفية تحديد فريق برنامج نشرتكم للاتجاهات السائدة بالمنطقة العربية

مصادر وأدوات تحديد اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية	الاستخدام و الدور
وكالة سند التابعة للجزيرة	تعمل الوكالة التابعة للجزيرة نت على تزويد غرف الأخبار بقناة الجزيرة بالأخبار والمعلومات من الإنترنت والشبكات الاجتماعية، كما ترصد الاتجاهات السائدة.
Trendsmap	من أدوات البحث عن المواضيع الأكثر تداولاً على تويتر.
Trends24google	أداة قياس لأكثر المواضيع التي يبحث عنها المستخدمون في محرك البحث غوغل، خلال فترة زمنية معينة، حسب كل بلد.



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

توفر منصة تويتر ضمن إعدادات البحث داخل الموقع معرفة الاتجاهات و المواضيع الأكثر تداولاً حسب المناطق الجغرافية، وكذا الوسم (الهاشتاغ) السائد.	Twitter
حيث يتابع فريق البرنامج تفاعل المستخدمين في المنطقة العربية مع مختلف المواضيع عبر متابعة الصفحات والحسابات الموثقة.	متابعات من فريق تحرير نشرتكم رصد تفاعل المستخدمين لبعض القضايا
لقياس تفاعل المستخدمين مع القضايا و المواضيع التي تطرحها البرامج الإخبارية بقناة الجزيرة للتصويت على حساباتها في المنصات الاجتماعية.	التصويت على منصات التواصل الاجتماعي
حيث ينه المراسلون فريق البرنامج على المواضيع المتداولة على المنصات الاجتماعية حسب البلد الذي يوجد به المراسل الصحفي.	مراسلو شبكة الجزيرة

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال ما سبق، نلاحظ أن فريق غرفة تحرير البرنامج لا يكتفي برصد بيانات الذكاء الصناعي في تحديد الاتجاهات السائدة و المواضيع المتداولة، بل يعتمد كذلك على تقنية الرصد والمتابعة لتفاعل الجمهور مع القضايا التي تركز عليها قناة الجزيرة في معالجتها الإخبارية، و حسب جوان كارلوس فان ميك، مدير الابتكار الرقمي في شبكة الجزيرة الإعلامية: "لا يمكن أن تكون غرف الأخبار عبدا للخوارزميات لأنها تتبع لأهواء الجمهور في الغالب، و هذا لن يقودنا إلى القصة الحقيقية" (أبوعرقوب، 2019، ص13) و قد لاحظ الباحث أن أدوات الرصد تتخصص أكثر في منصة "تويتر"، ما تطلب البحث في أكثر المنصات استخداما في برنامج "نشرتكم".

2.13 المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً في "نشرتكم"

الجدول رقم (3) يبين المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً في نشرتكم



النسبة	التكرار	منصات التواصل
91.86%	192	تويتر
3.82%	8	فيسبوك
0.95%	02	إنستغرام
3.34%	7	مواقع انترنت
100%	209	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (3) أن برنامج "نشرتكم" يعتمد بشكل كبير على منصة تويتر بنسبة 91.86% مقارنة بباقي المنصات الاجتماعية، تليها منصة الفيسبوك بنسبة 3.82%، و مواقع الإنترنت المختلفة لوسائل الإعلام (جرائد إلكترونية) و مواقع الهيئات الرسمية بنفس النسبة 3.34 %، فيما لم تحظ المنصات الاجتماعية، مثل: إنستغرام، إلا بنسبة ضعيفة لا تتجاوز 1%، ويرجع اعتماد البرنامج على منصة تويتر كونه من أهم المنصات الاجتماعية عالمياً، حيث يضم 465 مليون مستخدم عبر العالم (statista,2022)، وينتشر استخدامه في المنطقة العربية خصوصاً الشرق الأوسط (الخليج العربي، العراق، الأردن...)، و في المقابل ينتشر استخدام منصة فيسبوك في المغرب العربي (تونس، الجزائر، المغرب). بينما يعد الفيسبوك المنصة الاجتماعية الأولى عالمياً، كما لاحظ الباحث في عينة الدراسة غياب الاعتماد على فيديوهات من منصة اليوتيوب، و من خلال ما سبق نستنتج أن البرنامج يعتمد في الغالب على منصة تويتر.

و انطلاقاً من نتائج المقابلات مع عينة البحث و تحليل المضمون لعينة من حلقات برنامج نشرتكم، و بالرجوع للفرضية يتضح بالنفي أنه لا توجد علاقة قوية بين الأولويات الإخبارية لـ "نشرتكم" واستخدام بيانات الذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية. بل تستخدم بيانات ضمن مجموعة أدوات أخرى (وكالة سند، التصويت، متابعة الفريق...) لتحديد المواضيع و القضايا التي تعرض في برنامج نشرتكم، كما يتم الاعتماد و التركيز على منصة تويتر في حل فقرات البرنامج.

14. معايير اختيار المواضيع المعروضة في البرنامج

انطلق الباحث في هذا المحور من السؤال التالي: ما المعايير و القيم الإخبارية التي تعتمد عليها "نشرتكم" في جمع و انتقاء الأخبار و المواضيع؟ و هل تؤثر اتجاهات المستخدمين على القيم الإخبارية؟ مستنداً على الفرضية الآتية: أن هناك تبايناً في تقدير أهمية وضخامة الأخبار والقضايا بين محرري غرف الأخبار واتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.

1.14 معايير اختيار المواضيع

يخضع إنتاج برنامج نشرتكم على قناة الجزيرة لمجموعة معايير يمكن إيجازها في النقاط التالية:

– الانتشار: فالمواضيع المنتشرة بقوة على منصات التواصل الاجتماعي تفرض على محرري البرنامج متابعتها والاهتمام بتطوراتها، ومن ثم محاولة الإلمام بالموضوع من مختلف الزوايا والآراء التي يطرحها الناشطون والتي تبرز خصوصاً في تغريداتهم كمال ذكرت بوسعيد (اتصال شخصي، 03 أبريل 2022)



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

- **الأهمية والضحامة**: يتمسك فريق البرنامج بعنصر الأهمية، لكن هذا لا يعني أن موضوعاً متداولاً بكثرة له قيمة خبرية كما أفاد رئيس تحرير النشرات بقناة الجزيرة (اتصال شخصي، 12 أبريل 2022).
- **البعد الاجتماعي و الإنساني**: يراعي فريق البرنامج الأثر الاجتماعي و الإنساني للمواضيع والقصص المتداولة حسب عمر سالم زقزوق (اتصال شخصي، 12 أبريل 2022)، فمن القيم التي ترفعها شبكة الجزيرة: "نضع الإنسان في قلب كل ما نقدم" (شبكة الجزيرة، 2022).
- **ملاءمة المواضيع لقيم الجمهور**: وبالتالي استبعاد المواضيع التي لا تتناسب مع القيم الأخلاقية للجمهور حسب الصحفية بوسعيد (اتصال شخصي، 03 أبريل 2022).
- **الجددة (الآنية)**: أشارت إيناس بوسعيد أن القائمين على البرنامج يقومون بمعالجة المواضيع الآنية، ولكن أحياناً تؤثر الاتجاهات على هذا المعيار، فقد تتناول المنصات أخباراً بشأن موضوع معين، و لكنه يحظى بالتفاعل على المنصات بشكل متأخر بعد يومين مثلاً، ويفرض نفسه في البرنامج للجمهور.
- **القرب الجغرافي**: ذكرت الصحفية إيناس البوسعيد أن البرنامج يعرض المواضيع التي تكون لها أولوية، متعلقة بالعالم العربي للجمهور، عدا بعض الاستثناءات التي تفرضها الأحداث السياسية العالمية الكبرى مثل: الانتخابات الأميركية، والحرب الروسية على أوكرانيا.
- و نظراً للمعايير التي على أساسها يعرض البرنامج مختلف القضايا والمواضيع، لاحظ الباحث أن المحررين بالبرنامج (حراس البوابة) يلتزمون بالمعايير الإخبارية لقناة الجزيرة في عرض الاتجاهات والمحتويات الرقمية في نشرة الثامنة "نشرتكم"، مما يحد من عرض بعض المواضيع التي تلقى رواجاً على المنصات وتتعارض مع معيار الأهمية والضحامة. مثل "و أخيراً غيّرت لون شعري نثائياً و تغيير جذري... ردت فعل ماما"، و الذي كان ضمن قائمة المواضيع الأكثر رواجاً على منصة يوتيوب خلال شهر ماي 2022 بعدد مشاهدات تجاوز 371 ألفاً، و بالتالي فالاتجاهات السائدة للمستخدمين لا تؤثر على القيم الإخبارية، و انطلاقاً مما سبق و بالرجوع للفرضية التي وضعها الباحث يتضح بالإثبات بأن هناك تبايناً في تقدير أهمية وضخامة الأخبار والقضايا بين محرري غرف الأخبار واتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- كما يراعي المحررون في إعداد البرنامج القيم الاجتماعية في المنطقة العربية، و عدم عرض بعض المواضيع التي تمس بالأخلاق والآداب الاجتماعية، والتي تجدد متابعة و رواجاً على منصات التواصل الاجتماعي.

2.14 طبيعة المواضيع المعروضة في "نشرتكم"

جدول رقم (4) يوضح طبيعة المواضيع المعالجة في "نشرتكم" خلال شهري يناير و فبراير 2022

طبيعة الموضوع	التكرار	النسبة
سياسي	16	41.02%



إنساني	8	20.51%
ترفيهي	5	12.82%
رياضي	3	7.69%
تكنولوجيا	3	7.69%
اجتماعي	1	2.56%
صحي	1	2.56%
الطقس	1	2.56%
مشاهير	1	2.56%
المجموع	39	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (4) أن المواضيع السياسية هي الأكثر بروزاً في البرنامج بنسبة 41.02% تليها القضايا الحقوقية الإنسانية ذات البعد السياسي بـ 20.51%، ثم المواضيع الترفيهية في حدود 12.82%، ثم المواضيع التكنولوجية و الرياضية بنسبة 7.69% بينما لا تتجاوز باقي المواضيع 3% (الاجتماعية، الطقس، أخبار المشاهير). وبالتالي يتضح أن رصد المواضيع السياسية المتداولة في المنصات تأتي ضمن أولويات فريق تحرير البرنامج، و بملاحظة المواضيع الإنسانية المطروحة في البرنامج نجد أن لها بعداً سياسياً، مثل: قضية الأسرى الفلسطينيين، و السجناء السياسيين في المنطقة العربية... إلخ و بالتالي فالبرنامج لم يخرج عن السياق الإخباري لقناة الجزيرة.

3.14 التوزيع الجغرافي للمواضيع والقضايا

جدول رقم "5" يبين التوزيع الجغرافي لمواضيع "نشرتكم".

المناطق	التكرار
الشرق الأوسط	20
شمال إفريقيا	3
باقي أنحاء العالم	16
المجموع	39

من خلال الجدول رقم (5) تتبين هيمنة القضايا العربية بما مجموعه 58.97% تليه القضايا الدولية، فيما يأتي في الصدارة القضايا العربية المتعلقة بالشرق الأوسط بنسبة 51.28%، ثم قضايا منطقة شمال إفريقيا 7.69%، فالبرنامج يراعي معيار القرب الجغرافي في تناول المواضيع، بينما نلاحظ تركيزاً على الأخبار الشرق أوسطية خصوصاً القضية الفلسطينية والقضايا الخليجية، إضافة لمواضيع من مصر وسوريا والأردن، وهذا ما يفسر اعتماد البرنامج على منصة تويتر،



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

التي ينتشر استخدامها في الشرق الأوسط. بينما تحتل القضايا الدولية مساحة هامة و تشمل دولاً إسلامية مثل تركيا وقضية اضطهاد المسلمين في الهند(انظر الشكل رقم 3).

14.4 الوسائط والقوالب المستخدمة في عرض مواضيع البرنامج

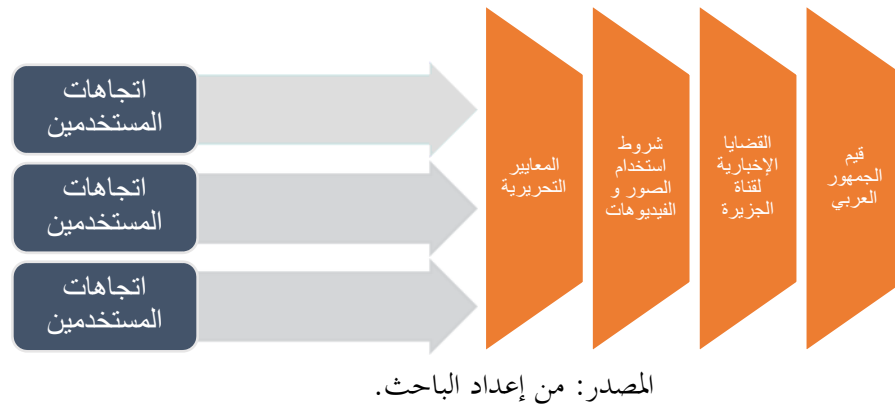
جدول رقم "6" يبين الوسائط المستخدمة في عرض البرنامج

الوسائط المستخدمة في العرض	التكرار	النسبة
التغريدات (تويتر)	145	54.51%
الفيديوهات	48	18.04%
الصور	40	15.03%
هاشتاغ (تويتر)	25	9.39%
المنشورات (فايسبوك)	6	2.25%
مقابلات مباشرة	2	0.75%
المجموع	266	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (6) أن البرنامج يقوم بعرض التغريدات على منصة تويتر بنسبة 54.51%، يليها عرض الفيديوهات بنسبة 18.04%، ثم الوسوم الرائجة "الهاشتاغ" على تويتر بنسبة 9.39%، بينما لا تستخدم الصور إلا بنسبة 15.03%. وبالتالي فالبرنامج يركز على عرض الآراء من منصة تويتر اتجاه مختلف القضايا خصوصاً السياسية منها، باعتبار تويتر منصة لكتابة الآراء والتعبير عن المواقف بالدرجة الأولى، وهذا ما يجعل البرنامج رتيباً، حيث يمحى المذيع وقت البرنامج في قراءة آراء المغردين، حيث يقرأ ما معدله 5 تغريدات في الملف الواحد، أي ما يعادل قراءة 20 تغريدة في الحلقة الواحدة. كما يتم تقسيم المواضيع المعالجة إلى ملفات، وكل ملف يبدأ في العادة بوسم رائج "هاشتاغ" على منصة تويتر، وفي المقابل نجد أن البرنامج يكتفي بعرض الفيديوهات الرقمية التابعة لمنصات الجزيرة التفاعلية وحسابات القناة كـ AJ+... إلخ، وهذا نظراً لسياسة الحذر التي تنتهجها القناة مع حقوق الملكية المتعلقة بالصور والفيديوهات. مع أن المادة البصرية (الفيديوهات والصور) مهمة جداً ومن شأنها التنويع في استخدام وسائط العرض إلا أنها لا تستخدم غالباً.



شكل رقم "4": يبين البوابات التي تمر بها اتجاهات المستخدمين في برنامج نشرتكم



15. تأثير الاتجاهات في منصات التواصل على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة:

يهدف الباحث من خلال هذا المحور من الدراسة إلى معرفة تأثير الاتجاهات السائدة على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال برنامج "نشرتكم"، عبر التساؤل التالي: هل توابك نشرتكم الاتجاهات الفعلية للمستخدمين، أم تكيفها وفق الأجندة الإخبارية للقناة؟ و ما تأثير برنامج نشرتكم على باقي النشرات الإخبارية و المنصات الاجتماعية؟ مستنداً على فرضية أن هناك تأثيراً محدوداً لاتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية للقناة كما أن هناك علاقة تأثير إيجابية لنشرتكم في النشرات الإخبارية.

يتفق فريق البرنامج على وجود تأثير لاتجاهات المستخدمين على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، والسبب أن الفريق يريد للجمهور أن يرى رأيه، ويسمع صوته على شاشة الجزيرة كما ذكر رئيس تحرير النشرات، فمنصات التواصل الاجتماعي تعكس رأي الشارع العربي الذي ينعكس بدوره على المنصات الرقمية كما أشار عمر سالم زقروق، غير أن هذا التأثير ليس مطلقاً حسب رئيس تحرير النشرات.

1.15 تأثير البرنامج على المواعيد الإخبارية في القناة

ذكر رئيس تحرير النشرات: "على الرغم من أن برنامج "نشرتكم" مستقل بفريق تحرير، إلا أن هناك تنسيقاً مع باقي المواعيد الإخبارية للقناة"، و حسب الصحفية بوسعيد: "هناك مواضيع على سبيل المثال بدأ الاهتمام بها في نشرة الثامنة "نشرتكم"،



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

لتكون ضمن العناوين الرئيسية في النشرات الإخبارية. فمن أهداف البرنامج نقل تفاعلات الجماهير على المنصات إلى التلفزيون، فالبرنامج ينقل ما لا تنقله الأخبار السياسية، كما يورد مختلف وجهات النظر وأحياناً تحظى إحدى قصص المنصات بتناول إخباري) مثل قضية الطفل المغربي ريان، وقصة العائلة السودانية التي عثر عليها في الصحراء الليبية، كذلك قضية منع النجم العالمي للتنس، نوفاك ديوكوفيتش، من دخول أستراليا بسبب امتناعه عن تلقي اللقاح، كما أن فقرة "ترند" في منتصف الليل يتم تحديدها من قبل برنامج "نشرتكم"، مما يثبت فرضية البحث أن هناك علاقة تأثير إيجابية لـ "نشرتكم" في النشرات الإخبارية، مثل الحصاد ومنتصف الليل في قناة الجزيرة.

2.15 تأثير برنامج "نشرتكم" على منصات التواصل الاجتماعي

تختلف أشكال تأثير البرامج التفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي، مثل دخول إحدى فقراتها في قائمة "الترند"، و انتشار مقاطع فيديو بشكل واسع، و ارتفاع نسب المشاهدة، لذا فقد حاول الباحث تقصي تأثير برنامج "نشرتكم" في المنصات الاجتماعية المختلفة (الفيسبوك، تويتر، يوتيوب):

جدول رقم "7": يبين عدد المتابعين والمُعجبين بحساب نشرتكم إلى غاية 2022/06/13

المنصة	العدد
الحساب الرسمي للبرنامج فيسبوك	271.450 معجب
الحساب الرسمي تويتر	121.200 متابع

المصدر: من إعداد الباحث، 2022.

يتبين من خلال الجدول رقم (7) أن عدد المتابعين في حساب فيسبوك ضعف عددهم في حساب "تويتر"، مما يؤكد أفضلية فيسبوك في قوة الانتشار من حيث التفاعل ونسب المشاهدة بالمنطقة العربية، في حين لم تنل اتجاهات المستخدمين عبر منصة فيسبوك التركيز من قبل القائمين على البرنامج.

الجدول رقم "8": يبين مقارنة في عدد مشاهدات البرنامج بين "الفيسبوك" و "اليوتيوب"

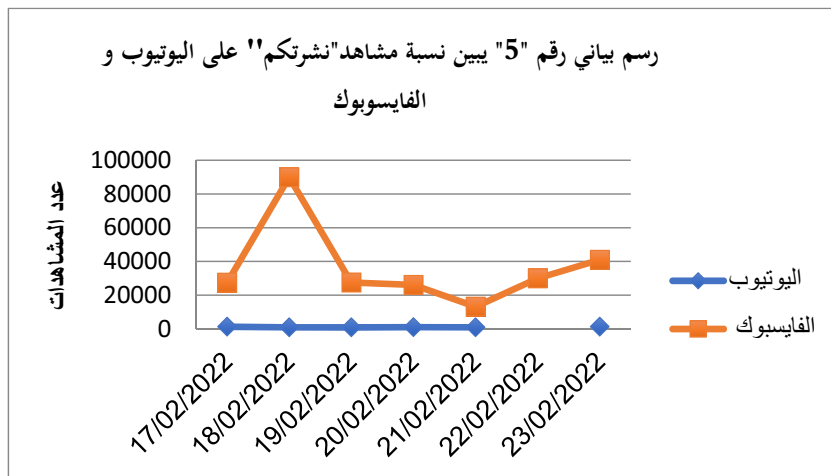
تاريخ بث الحلقة "نشرتكم"	عدد المشاهدات على الفيسبوك	عدد المشاهدات على اليوتيوب
2022/02/17	27386	1300
2022/02/18	89943	998
2022/02/19	27556	942



1019	26103	2022/02/20
998	13188	2022/02/21
-	29987	2022/02/22
1304	41009	2022/02/23

المصدر: من إعداد الباحث، 2022.

من خلال الجدول رقم (8) يتبين أن نسبة المشاهدة لصفحة البرنامج على فيسبوك أعلى بكثير من "يوتيوب" التي لا يتجاوز معدل المشاهدة فيها حوالي 1000، وهي نسبة ضعيفة جداً، بينما تتراوح نسبة المشاهدة كامل الحلقة على صفحة البرنامج على فيسبوك بين 30.000 ألف



و40.000 ألف مشاهدة، و ترتفع إلى 80.000 ألف بتناول البرنامج لقصة الطفل الأفغاني "حيدر" الذي لقي حتفه في بئر ارتوازي. وبالنظر إلى أرقام المشاهدة على منصتي "فيسبوك" و "يوتيوب" نجد أنها ليست مؤثرة بقوة في النفاذ إلى مستخدمي المنصات مقارنة بغيرها من البرامج التفاعلية.

المصدر: من إعداد الباحث، 2022.

3.15 تكييف الاتجاهات على المنصات مع الأجندة الإخبارية للقناة

رغم أن المسارين مختلفان إلى حد كبير، إلا أن تكييف المحتوى الرقمي مع الأجندة الإخبارية يتم من خلال تتبع و رصد تفاعلات المستخدمين مع القضايا الإخبارية التي تعرضها قناة الجزيرة على منصات التفاعلية، و عرضها خلال البرنامج، و يمكن أن نلاحظ أن هناك علاقة تلاقي بين أجندة القناة الإخبارية وأجندة المستخدمين (الاتجاهات السائدة)، حيث تمثل المواضيع السياسية 41.02% (أنظر إلى الجدول رقم 4)، فالقائمون على البرنامج يحاولون استيعاب الاتجاهات ضمن الأجندة الإخبارية للقناة و هنا يتبين دور المحررين في الموازنة و التوفيق بين اتجاهات المستخدمين و الأجندة الإخبارية للمؤسسات الإعلامية. فالأجندة السائدة لا تنتج بالضرورة أخباراً و معلومات صحيحة ذات أهمية.

16. النتائج



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة

بعد دراسة موضوع تأثير اتجاهات المستخدمين على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، من خلال برنامج "نشرتكم" باستخدام أداتي تحليل المضمون و المقابلة مع فريق برنامج "نشرتكم"، تستنتج هذه الدراسة محدودية تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال المجلة التفاعلية "نشرتكم" نظراً إلى النتائج الآتية حيث:

- لا تكتفي غرفة تحرير برنامج "نشرتكم" ببيانات الذكاء الصناعي في تحديد الاتجاهات السائدة والمواضيع المتداولة، بل تعتمد كذلك على مجموعة من تقنيات الرصد والمتابعة في تحرير النشرة (وكالة سند، متابعة الفريق).
- يعتمد فريق برنامج "نشرتكم" على منصة "تويتر" في بناء محتوى البرنامج، حيث يتم تقسيم ملفات البرنامج حسب كل وسم رائج.
- تهيمن المواضيع السياسية على فقرات برنامج "نشرتكم".
- يختلف بناء النشرات التفاعلية عن النشرات الإخبارية، فمواضيعها لا تبني على نشرات سابقة ولا على أخبار من النشرات العادية، بل يكون بناؤها بشكل يومي.
- تحد المعايير الإخبارية لقناة الجزيرة من التأثير القوي للاتجاهات السائدة لدى المستخدمين في المنطقة العربية على المحتوى الإخباري لبرنامج "نشرتكم" وكذلك على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة.
- تحد المعايير التحريرية لشبكة الجزيرة من استخدام الصور و الفيديوهات المتداولة على المنصات، مثل يوتيوب وتويتر وفيسبوك.
- تركز أجندة البرنامج على اتجاهات الشرق الأوسط بالدرجة الأولى.

17. خاتمة

تلقي التحولات التي تشهدها تكنولوجيا الإعلام والاتصال بآثارها على القنوات الإخبارية، وذلك بتوفر مصادر غير تقليدية من بينها اتجاهات مستخدمي المنصات الافتراضية، والتي يتعاظم تأثيرها يوماً بعد آخر، ويبقى رصد هذه الاتجاهات مادة مهمة لغرف التحرير بقناة الجزيرة، خصوصاً تلك المتعلقة بالعالم العربي الذي يشهد ظروفًا وتحديات من بينها تقلص الفضاءات التقليدية والرسومية لإبداء الآراء والمواقف تجاه مختلف القضايا خاصة السياسية منها، بعد الذي شهده العالم العربي في العقد الأخير من اضطرابات و ثورات مثلت الحدث الأبرز، و في وقت ترفع فيه قناة الجزيرة شعار "الرأي والرأي الآخر". فالاهتمام برصد اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية يعطي غرف التحرير بقناة الجزيرة مؤشرات تمكنها من النفاذ والحضور لدى المستخدمين في المنطقة العربية، في ظل تنافسية كبيرة من طرف مختلف القنوات الإخبارية التي تسعى للتأثير في المنطقة العربية، من خلال مساحات إخبارية تفاعلية تتبنى اتجاهات المستخدمين بغض النظر عن المعايير الإخبارية، من أجل رفع نسب المشاهدة، و -في ظل هذه المنافسة يقترح الباحث بعض التوصيات لبرنامج نشرتكم.

18. التوصيات

- تنويع الاعتماد على المنصات الاجتماعية، خصوصاً فيسبوك و يوتيوب، وبعض المنصات التي تشهد ارتفاعاً في نسب المستخدمين، مثل: إنستغرام و تيك توك.
- تنويع وسائل و وسائط العرض من صور و فيديوهات من مصادرها على المنصات، بعد التحقق منها.



- يتميز برنامج "نشرتكم" بالجدية التامة في عرض المحتويات و الاتجاهات السائدة، وهذا لا يتناسب في رأي الباحث مع طبيعة المواضيع على منصات التواصل التي تميل للجانب الترفيهي.
- التوازن في التغطية الإخبارية من خلال برنامج "نشرتكم"، بين قضايا الشرق الأوسط و المغرب العربي.
- تخصيص فقرة لتحليل المشاعر على منصات التواصل، خصوصًا مع توفر تقنيات وأدوات الرصد.
- استبدال خطاب مذيع فترة ما قبل الحصاد: "جمهور منصات الجزيرة التفاعلية" بلغة تناسب السياق التواصلي: "مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي".
- يقترح الباحث على شبكة الجزيرة إثراء و إضافة شروط النشر الرقمي ضمن المعايير الإخبارية.

قائمة المصادر و المراجع:

- أنجريس، موريس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية"، (الجزائر، دار القصة للنشر، 2004).
- بخيت، السيد، "الجديد في بحوث الصحافة"، ط 1، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2011).
- بن مرسل، أحمد، "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال"، ط 4 (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
- الجندي، ممدوح رضا، "المفاهيم الإعلامية الحديثة"، ط 1 (عمان، دار الراية للنشر و التوزيع، 2016).
- ذو الفقار زغيب، شيماء، "مناهج البحث و الاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، ط 2 (القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، 2015).
- عباسي بصلي، فضة، و حمدي، محمد فاتح، "مدخل لعلوم الاتصال و الإعلام الوسائل النماذج و النظريات"، ط 1 (عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2017). (ة)، عنوان الكتاب، الناشر، (مكان النشر: الناشر، سنة النشر)؛
- العبد الله، مي، "المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال"، ط 1 (بيروت، دار النهضة العربية، 2014).
- الفار، محمد جمال، "المصطلحات الإعلامية"، ط 1 (عمان، دار أسامة و نبلاء، 2014).
- فوريمان، جين، "أخلاقيات الصحافة"، ترجمة محمد صفوت أمين، ط 1 (القاهرة، دار الفجر و الدار الجزائرية للنشر و التوزيع، 2015).
- مجمع اللغة العربية، "معجم المصطلحات الإعلامية"، (القاهرة، مجمع اللغة العربية، 2008).
- مكاي، حسن عماد، و السيد حسين، ليلي، "الاتصال و نظرياته المعاصرة"، ط 1 (جمهورية مصر القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2018).
- المنظمة العربية للتربية و العلوم و الثقافة، "المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية و متعلميها"، (لاروس، 2003).

تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي على أجندة برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة



- أمينة علاق، "استخدامات و إشباعات النخب لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في الجزائر"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3، الجزائر، 2018م).

المجلات و المقالات:

- أبو حمام، عزام، "نظرية حارس البوابة في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال"، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، (المجلد 01، العدد 4، 2017).
- أبو عرقوب، عمر، "نموذج غرف الأخبار الذكية و استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها" (الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام، 2019).
- رايس، ابتسام، "نظرية الاستخدامات و الإشباعات و تطبيقاتها على الإعلام الجديد"، مجلة دراسات جامعة بشار، الجزائر (المجلد 05، العدد 01، 2016).
- عمر، أوسامة، "وسائل الإعلام التقليدية و المساحات الافتراضية الجديد: من يقود عملية بناء الأجنده؟"، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية جامعة الوادي، الجزائر، (المجلد 9 العدد 4، 2021).
- مركزاز، خيرة، " دور حارس البوابة في الإعلام الجديد"، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، (المجلد 03، العدد 05، 2017).

المراجع باللغة الأجنبية:

- LONGMAN Dictionary of Contemporary, 6th Ed (England,UK: Pearson Education Limited,2014)
- Mathieu Arsenault , "Repenser l'agenda-setting a l'ère des media socio numérique: Etude de cas sur TWITER", (Mémoire de la maîtrise en communication, Université du Québec A MONTREAL ,AVRIL 2015.
- McCombs, Maxwell, David Protess ,Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking, (USA: Routledge 2016).
- Pamela J , shoemaker, Gatekeeping theory,first ed, (USA: Routledge 2009.)
- Stephen W.Litteljohn,KarenA.Foss,Encyclopedia of Communication Theory, (USA:SAGE publication, 2009).
- Harcup, Tony, Dictionry of Journalism.Oxford university press, 1st Ed, (United Kingdom: Oxford,2014).

مواقع و روابط:



- تقرير التنمية الرقمية العربية 2019، <https://2u.pw/BDqY0> (تاريخ الدخول 22 فبراير/شباط 2022).
- شبكة الجزيرة الإعلامية ، "ضبط الجودة و المعايير التحريرية "، نوفمبر 2015، (تاريخ الدخول: 22 مارس/آذار 2022). <https://network.aljazeera.net/ar/node/40071>.
- ملاك خليل، "التقنية في مواجهة تفشي الأخبار الكاذبة وكالة سند نموذجاً"، معهد الجزيرة للإعلام، 12 يوليو 2021، (تاريخ الدخول: 25 آيار/مايو 2022)، <https://institute.aljazeera.net/en/node/153>.
- (تاريخ الدخول <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide> 01 مارس/آذار 2022).
- <https://www.aljazeera.net/program/aja-interactive>. (تاريخ الدخول 24 فبراير/شباط 2022).
- Everette E. Dennis et al., "Media use in THE MIDDLE EAST 2019 a Seven-Nation Survey", NORTHEASTERN UNIVERSITY IN QATAR. <http://www.mideastmedia.org/survey/2019> (تاريخ الدخول : 22 فبراير/شباط 2022)
- (تاريخ الدخول: 20 <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/social-media> أبريل/نيسان 2022).
- Julian Wallace, "Modelling Contemporary Gatekeeping the rise of individuals, Algorithms and Platforms in Digital News Dissemination", (University of Zurich 2017). https://www.researchgate.net/publication/318411801_Modelling_Contemporary_Gatekeeping_The_rise_of_individuals_algorithms_and_platforms_in_digital_news_dissemination (تاريخ الدخول: 26 مارس/آذار 2022)