



نظرية التداخل الإعلامي
تأثير التفاعلات المعقدة بين الإعلام
التقليدي والجديد

د. مالك الحافظ

يقدم هذا الكتاب تحليلاً معمقاً لظاهرة التداخل الإعلامي بين الوسائل التقليدية والرقمية، موضّحاً كيف يُعيد هذا التفاعل صياغة السرديات الإعلامية ويؤثر في تشكيل الرأي العام. يتناول العمل التحولات التي طرأت على أدوار الجمهور، والصحافة، وصناع القرار في ظل التطور الرقمي، مسلطاً الضوء على الفرص والتحديات الناتجة عن هذه الديناميكية. يدمج الكتاب بين دراسات حالة محلية وعالمية لتوضيح كيف يسهم هذا التداخل في إعادة تشكيل الإعلام، مما يفتح آفاقاً جديدة لفهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع في المستقبل.

نظرية التداخل الإعلامي
تأثير التفاعلات المعقدة بين الإعلام
التقليدي والجديد

نظرية التداخل الإعلامي
تأثير التفاعلات المعقدة بين الإعلام التقليدي
والجديد

د. مالك الحافظ

الفهرس

ص 12	الفصل الأول
	خلفية تاريخية وتطور وسائل الإعلام
ص 37	الفصل الثاني
	الأسس النظرية
ص 58	الفصل الثالث
	مفهوم التداخل الإعلامي
ص 95	الفصل الرابع
	التأثير على الرأي العام والسياسات
ص 127	الفصل الخامس
	الإعلام في ظل الأزمات وتضارب المعلومات
ص 147	الفصل السادس
	تحولات الجمهور في ظل التداخل الإعلامي
ص 175	الفصل السابع
	نحو إطار تحليلي مستقبلي

المقدمة

شهدت العقود الأخيرة تحولات عميقة في بنية الإعلام، لم يكن لها مثيل في التاريخ الحديث. فقد أدى التطور السريع للتكنولوجيا الرقمية وظهور منصات التواصل الاجتماعي إلى إحداث تغييرات جوهرية في كيفية إنتاج المعلومات ونقلها، مما أسفر عن زعزعة الهيمنة التي مارستها وسائل الإعلام التقليدية لعقود طويلة. في هذا السياق، لم يعد الإعلام نظامًا ثنائي الأبعاد ينحصر في الإعلام التقليدي من جهة والإعلام الرقمي من جهة أخرى، بل أصبح ساحة متداخلة ومعقدة، حيث تعمل هاتان المنظومتان في ترابط ديناميكي، يتسم بالتأثير المتبادل والتفاعل المستمر.

هذا الكتاب يسعى إلى تقديم نظرية جديدة في الإطار الأكاديمي للإعلام، وهي "نظرية التداخل الإعلامي" باعتبارها إطارًا جديدًا لفهم هذه التحولات العميقة، إذ يتجاوز الطرح التقليدي الذي يفصل بين الإعلام القديم والجديد، ليقدم رؤية متكاملة لكيفية تفاعل المؤسسات التقليدية مع المنصات الرقمية، وما ينتج عن هذا التفاعل من تأثيرات اجتماعية وسياسية وثقافية. لم يعد السؤال اليوم يتعلق بما إذا كان الإعلام الجديد سيحل محل الإعلام التقليدي، بل كيف يتداخلان بشكل يعيد تشكيل أدوارهما وحدود تأثيرهما، وكيف يتناغمان أحياناً أو يتصارعان في أحيان أخرى لتشكيل السرد الإعلامي في العصر الحديث.

تهدف نظرية التداخل الإعلامي إلى إبراز نقاط الالتقاء والتشابك بين المنصتين، حيث نجد أن الصحف التقليدية اليوم لا يمكنها الاستغناء عن منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور، في حين تعتمد المنصات الرقمية على المهنية

الصحفية والقيمة التحريرية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية الكبرى لتعزيز مصداقيتها. في هذا السياق، يصبح المشهد الإعلامي أشبه بنظام بيئي مترابط، حيث يعتمد بقاء كل عنصر على الآخر، وإن كان في أحيان كثيرة هذا التفاعل مليئاً بالتوترات والتنافس.

هذا الكتاب يقدم تحليلاً معمقاً لهذا التداخل، حيث يبحث في كيفية تأثير الإعلام الجديد على خطاب الإعلام التقليدي من خلال إعادة تشكيل الأجندات والاتجاهات العامة، كما يستعرض كيف استعادت المؤسسات التقليدية دورها من خلال توظيف الأدوات الرقمية لجذب جمهور جديد. إضافة إلى ذلك، يناقش الكتاب التأثيرات الاجتماعية والسياسية الناشئة عن هذا التداخل، حيث يظهر الإعلام اليوم ليس فقط كوسيلة لنقل المعلومات، بل أيضاً كأداة لصياغة التحولات الاجتماعية وتمكين الأفراد من المشاركة الفعالة في الحوارات العامة.

في ظل هذه التغيرات، تبرز الحاجة إلى نموذج نظري جديد لا يتعامل مع الإعلام كمنظومتين منفصلتين، بل كنظام متشابك يعتمد على التفاعل المستمر بين منصاته التقليدية والرقمية. يوفر هذا النموذج أداة تحليلية لفهم الأبعاد المعقدة لهذا المشهد المتغير، ويدعو إلى استكشاف الفرص التي يتيحها التداخل الإعلامي، والتحديات التي قد يفرضها في ظل انتشار الأخبار المضللة، الاستقطاب الاجتماعي، وتعددية المصادر التي قد تربك الجمهور.

إن هذا الكتاب ليس فقط دعوة لفهم التحولات الحالية في الإعلام، بل هو محاولة لتقديم إطار فكري يمكّن الأكاديميين، الباحثين، والممارسين في المجال الإعلامي من تحليل هذه التفاعلات بشكل أعمق. في عالم أصبح فيه تدفق المعلومات لا

يتوقف لحظة واحدة، يُعد فهم هذا التداخل أمرًا حيويًا ليس فقط للحفاظ على مهنية الإعلام، بل أيضًا لضمان أن تظل الرسائل الإعلامية قادرة على المساهمة في تشكيل مجتمعات أكثر وعيًا وتفاعلاً.

يعيش الإعلام اليوم مرحلة لا تُشبه أي مرحلة سابقة؛ فقد تحولت المنظومات الإعلامية إلى فضاء مليء بالتعقيد والتشابك، حيث لم تعد الحدود واضحة بين ما يُعرف بالإعلام التقليدي والإعلام الرقمي. الصحف المطبوعة، التلفزيون، والإذاعات التي شكّلت لعقود المصدر الرئيسي للمعلومة، تواجه اليوم منافسة شديدة من منصات تفاعلية جديدة تتيح للمستخدم العادي أن يصبح صانعًا للمحتوى ومشاركًا نشطًا في تشكيل الرأي العام. هذه البيئة الإعلامية المعقدة تتطلب أدوات تحليل جديدة لفهم ديناميكياتها المتغيرة، مما يجعل "نظرية التداخل الإعلامي" إطارًا حيويًا لفهم هذا المشهد المتطور.

النظر إلى الإعلام بوصفه ظاهرة ثنائية بين قديم وجديد أصبح غير كافٍ؛ فالواقع يثبت أن التداخل بين هذين العالمين يوّد أشكالاً جديدة من التأثير، تجعل المؤسسات التقليدية تتبنى تقنيات الإعلام الرقمي، وفي المقابل تعتمد المنصات الجديدة على مصداقية المحتوى الذي تنتجه المؤسسات العريقة. هذا التفاعل المتبادل لا يعكس فقط محاولة البقاء في سوق إعلامي متسارع، بل يكشف عن تحول في وظائف الإعلام نفسه، حيث تندمج المهنية الصحفية مع سرعة النشر والتفاعل الفوري الذي تتيحه الأدوات الرقمية، لنتج في النهاية تجربة إعلامية جديدة وغير مسبوقة.

تأتي نظرية التداخل الإعلامي لتوضح أن هذا المشهد ليس مجرد حالة من التنافس أو التكيف، بل هو نظام بيئي مترابط، تُشكله قوى متداخلة من الفاعلين المختلفين، بمن فيهم الصحفيون، المؤسسات الإعلامية الكبرى، المنصات الرقمية، وصحافة المواطن. يسعى هذا الكتاب إلى تحليل كيفية تفاعل هذه الأطراف معًا بشكل يُعيد تشكيل السرد الإعلامي، وما يترتب على ذلك من تحديات تتعلق بالمصادقية، تضارب السرديات، وانتشار الأخبار المضللة.

أحد المفاهيم المركزية التي يستعرضها الكتاب هو "إعادة توزيع السلطة الإعلامية"، حيث لم تعد القوة الإعلامية حكرًا على المؤسسات التقليدية، بل أصبحت موزعة بين أطراف متعددة. فقد أدى هذا التحول إلى نشوء مشكلات جديدة مثل الاستقطاب الحاد و"غرف الصدى"، حيث يميل الأفراد إلى متابعة الأخبار التي تتوافق مع قناعاتهم المسبقة، مما يزيد من تعقيد المشهد الإعلامي ويخلق فجوات معرفية بين الجماعات المختلفة في المجتمع.

علاوة على ذلك، يناقش الكتاب كيف يمكن للمؤسسات الإعلامية التقليدية أن تُعيد صياغة دورها في ظل هذا التداخل، لتضمن بقاءها كمصدر موثوق، دون أن تفقد قدرتها على جذب جمهور اعتاد السرعة والتفاعل. يطرح هذا الكتاب رؤى جديدة حول كيفية استغلال هذه التفاعلات لتعزيز حرية التعبير ودعم المشاركة المجتمعية، لكنه في الوقت ذاته يحذر من المخاطر التي قد تنتج عن فقدان المعايير التحريرية، حيث يصبح الجمهور عُرضة للأخبار غير الدقيقة والمعلومات الموجهة.

إن هذا العمل لا يقتصر على تقديم نظرية أكاديمية مجردة، بل يسعى إلى بناء جسور بين النظرية والتطبيق العملي، مما يوفر للقارئ أداة تحليلية شاملة تساعده على فهم آليات التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد. في ظل عالم لا يتوقف عن التغير، حيث تُصاغ الأخبار في لحظة ويتم التفاعل معها في اللحظة التالية، يصبح من الضروري تبني فهم شامل ودقيق لهذه التحولات، ليس فقط للحفاظ على المهنية الصحفية، بل أيضاً لضمان أن تظل الرسائل الإعلامية أداة فعالة في تعزيز التماسك الاجتماعي، والمساءلة الديمقراطية، والوعي الفردي.

هذا الكتاب ليس مجرد تحليل للتحولات الراهنة، بل هو دعوة لفهم الإعلام من منظور جديد يأخذ بعين الاعتبار التداخل المستمر والتفاعل المعقد بين مختلف منصات الاتصال، بما يجعل الإعلام اليوم أكثر من مجرد وسيلة نقل للمعلومة، بل نظاماً تفاعلياً يساهم في صياغة المستقبل الاجتماعي والسياسي للعالم.

يأتي هذا الكتاب لي طرح تساؤلات تتجاوز التقسيمات التقليدية التي كانت تفصل بين الإعلام القديم والجديد، مُقدِّماً رؤية تحليلية تستند إلى ما يمكن وصفه بـ "تفاعل المعاني المتعددة"، حيث أصبح المشهد الإعلامي اليوم ساحة تتشابك فيها المصالح الاقتصادية، السياسية، والثقافية، مما أدى إلى ظهور أنماط جديدة من التأثير والسيطرة، تفوق في تعقيدها ما عرفناه سابقاً. لم تعد المؤسسات الإعلامية قادرة على الاعتماد فقط على جمهور سلبي، بل باتت مضطرة للتكيف مع جمهور ناشط، لا يكتفي باستهلاك المحتوى، بل يشارك في إنتاجه وإعادة توجيهه بطرق غير متوقعة.

في ظل هذا التداخل، يصبح التحدي الأكبر أمام الإعلام المعاصر هو إدارة التفاعل بين القيم المهنية والتحرر الرقمي. المنصات التقليدية التي لطالما اعتُبرت نموذجًا للمصداقية والدقة تواجه اليوم اختبارًا قاسيًا في سعيها للحفاظ على تلك القيم وسط ضغوط التفاعل السريع والقدرة على المنافسة في فضاء يتسم بالتحويلات المستمرة. الإعلام التفاعلي، رغم ما يقدمه من فرص لتعزيز المشاركة وتمكين الأفراد، قد يؤدي في الوقت نفسه إلى إضعاف الخطاب العام عندما يصبح محتواه عرضة للاستغلال التجاري أو التسييس عبر الخوارزميات.

يأتي هذا الكتاب ليقدم إطارًا لفهم كيفية تشكّل التأثير الإعلامي في ظل هذه التفاعلات، موضحًا أن التحويلات التكنولوجية ليست فقط تغييرات في الأدوات، بل هي تغييرات في البنية العميقة للتواصل البشري. تتيح التكنولوجيا الرقمية اليوم إعادة صياغة السلطة الإعلامية من خلال أدوات تحليل البيانات والتخصيص الذكي، حيث أصبح من الممكن صياغة رسائل موجهة بدقة إلى فئات محددة من الجمهور، مما يعزز في بعض الأحيان الاستقطاب ويفرض قيودًا على التعددية في النقاش العام.

إضافة إلى ذلك، يناقش هذا الكتاب كيف أدى التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد إلى إعادة توزيع المساءلة، حيث لم تعد المسؤولية تقع بالكامل على عاتق المؤسسات الإعلامية الكبرى، بل باتت موزعة بين الصحفيين المستقلين، المدونين، والمستخدمين العاديين على وسائل التواصل. هذا التحول، رغم إيجابياته في تعزيز الشفافية، قد يزيد من تعقيد مهمة التحقق من الأخبار ويجعل من الصعب تحديد المسؤوليات في حال انتشار معلومات مضللة.

أحد المحاور الأساسية التي يعالجها الكتاب هو دور الجمهور كمشارك في صناعة السرد الإعلامي، حيث تحوّل الجمهور من متلقٍ سلبي إلى فاعل نشط يمكنه إعادة إنتاج المحتوى وتوظيفه في سياقات جديدة، مما يحدث تحولات في الأجناس الإعلامية التقليدية. هذه الظاهرة ليست مجرد تطور طبيعي، بل تمثل تغييراً جذرياً في فهمنا لديناميكيات التأثير الإعلامي، حيث يصبح التفاعل الجماهيري عنصراً محورياً في تشكيل الرسائل الإعلامية وتغيير اتجاهاتها.

في النهاية، يقدم هذا الكتاب منظوراً جديداً يوضح أن الهيمنة الإعلامية اليوم ليست مسألة من يملك وسائل الإنتاج، بل من يستطيع إدارة التفاعل بين المحتوى والجمهور. يتطلب هذا النموذج الجديد مستوى عميقاً من الفهم والتكيف، حيث لم يعد النجاح في الإعلام مرهوناً فقط بالمهنية أو السرعة، بل يعتمد على القدرة على تقديم محتوى متوازن ومثير للنقاش، يحترم ذكاء الجمهور ويعزز التعددية بدلاً من حصرها في دوائر مغلقة.

إن "نظرية التداخل الإعلامي" التي يطرحها هذا الكتاب تأتي لتلبي حاجة ملحة في فهم هذه التحولات العميقة، من خلال تقديم نموذج تحليلي يساعد الباحثين، الأكاديميين، والعاملين في المجال الإعلامي على إعادة التفكير في أدوارهم ومسؤولياتهم في عصر أصبحت فيه الحدود بين الفاعل والمتلقي ضبابية أكثر من أي وقت مضى. بهذا، لا يكتفي الكتاب بوصف الواقع الإعلامي الحالي، بل يسعى إلى تقديم رؤية مستقبلية لكيفية استثمار هذا التداخل لتحسين نوعية الخطاب الإعلامي وبناء ثقافة إعلامية أكثر انفتاحاً ووعياً.

الفصل الأول: خلفية تاريخية وتطور وسائل الإعلام

منذ أن بدأ الإنسان في التواصل ونقل المعرفة، مرَّ الإعلام بتحوّلات عميقة، يعكس كل تحول منها تغييرات اجتماعية وثقافية وسياسية واسعة. رحلة الإعلام من الشفوية إلى الرقمية تكشف كيف تأقلمت البشرية مع كل تطور تكنولوجي، حيث لم تعد الأدوات الإعلامية مجرد وسائل لنقل الأخبار، بل أصبحت محركًا للتحوّلات في المجتمعات.

في الأزمنة القديمة، اعتمد الإنسان على التواصل الشفهي لنقل المعلومات، حيث لعبت الحكايات والأساطير الشفوية دورًا مركزيًا في حفظ التراث ونقل المعرفة. لكن هذا الشكل من الإعلام كان محدودًا بمدى الذاكرة البشرية والقدرة على الوصول المباشر إلى المستمعين. جاءت الكتابة لتغير هذا المشهد، حيث أصبحت النصوص وسيلة دائمة لحفظ المعرفة عبر الأجيال، وكان هذا التحول من الشفوية إلى الكتابة هو البذرة الأولى لفكرة الإعلام كما نعرفه اليوم.

الانتقال الكبير الأول في الإعلام حدث مع اختراع المطبعة في القرن الخامس عشر. سهّل هذا التطور نشر الكتب والمطبوعات بكميات كبيرة، مما سمح بانتشار المعرفة على نطاق واسع. لأول مرة، كان بإمكان المعلومات أن تصل إلى جمهور أكبر من دون الاعتماد على الوسيط الشفوي. هذا التحول أسس لعصر الصحافة

المطبوعة، حيث أصبحت الجرائد وسيلة مركزية لنقل الأخبار وتشكيل الرأي العام. بدأت السلطات تدرك خطورة الصحافة كمصدر للوعي السياسي، مما دفعها إلى محاولة السيطرة عليها أو استخدامها كأداة لنشر دعايتها.

لكن الثورة الحقيقية التالية جاءت مع ظهور وسائل الإعلام الجماهيري مثل الراديو والتلفزيون في القرن العشرين. هذه الأدوات غيرت علاقة الناس بالإعلام؛ حيث أصبح بإمكانهم متابعة الأحداث فور وقوعها من منازلهم. لعبت هذه الوسائل دورًا أساسيًا في تشكيل الرأي العام خلال الحروب والصراعات الكبرى، كما عززت الأنظمة السياسية من قوتها باستخدامها كمنصة لنشر رسائلها. في هذه المرحلة، انتقلت السلطة الإعلامية من الصحف إلى القنوات الإذاعية والتلفزيونية، حيث ظهرت قنوات عالمية مثل BBC و CNN، لتقدم تغطيات مستمرة ومباشرة.

ثم جاء الإنترنت في أواخر القرن العشرين ليدخل الإعلام إلى عصر جديد. مع هذا التحول، لم تعد المعلومات حكرًا على المؤسسات الإعلامية الكبرى. أصبح أي شخص متصل بالإنترنت قادرًا على الوصول إلى كم هائل من الأخبار والمعارف. ظهرت المواقع الإلكترونية الإخبارية، وانتقلت الجرائد إلى العالم الرقمي لتواكب هذا التطور. كما ظهرت منصات التدوين التي أعطت الأفراد فرصة لنشر أفكارهم ومعلوماتهم دون الحاجة إلى المرور عبر مؤسسات إعلامية تقليدية.

لكن الحدث الأبرز في هذه الرحلة كان ظهور وسائل التواصل الاجتماعي في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، حيث تحول الإعلام إلى عملية تفاعلية يشارك فيها الجميع. لم تعد الأخبار تنتقل في اتجاه واحد من المؤسسة الإعلامية إلى الجمهور؛ بل أصبح الجمهور نفسه جزءًا من عملية الإنتاج والتوزيع. منصات

مثل فيسبوك وتويتر غيّرت تمامًا مفهوم الإعلام، حيث يمكن لأي شخص أن ينقل الحدث لحظةً من موقعه، لتتم إعادة نشره على نطاق واسع خلال دقائق. هذا التحول خلق نوعًا جديدًا من التأثير الجماهيري، تمثل في حركات مثل الربيع العربي، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة رئيسية لتنظيم الاحتجاجات وتبادل المعلومات.

في الوقت نفسه، حمل هذا التطور تحديات جديدة، مثل انتشار الأخبار الزائفة والشائعات. مع غياب الرقابة التحريرية التقليدية، أصبح من السهل التلاعب بالمعلومات لتحقيق أجندات معينة. ومع ذلك، لم تقف المؤسسات الإعلامية التقليدية مكتوفة الأيدي؛ فقد اندمجت مع المنصات الرقمية، حيث بدأت القنوات الإخبارية تبت مباشرة عبر الإنترنت، وبدأت الصحف تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي لجذب جمهور جديد.

اليوم، نحن نعيش في مرحلة الإعلام الهجين، حيث تتداخل الحدود بين الإعلام التقليدي والجديد. لم يعد الجمهور يتلقى الأخبار من مصدر واحد؛ بل يتفاعل مع المحتوى عبر منصات متعددة. يتابع الأخبار على الهاتف، يشارك في النقاشات على وسائل التواصل الاجتماعي، ويشاهد البث المباشر على منصات الفيديو. كما ظهرت أشكال جديدة من المحتوى الإعلامي، مثل البودكاست والفيديوهات القصيرة على منصات مثل تيك توك، مما يعكس التحولات في تفضيلات الجمهور.

هذا التداخل بين وسائل الإعلام المختلفة يعيد تشكيل المشهد الإعلامي باستمرار، حيث بات من الصعب تحديد من يقود عملية تشكيل الرأي العام: هل هي

المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تحاول التكيف مع العصر الرقمي؟ أم الأفراد العاديون الذين أصبحوا قادرين على نشر المحتوى والتأثير في الآخرين بشكل مباشر؟ ومع ظهور تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي والميتافيرس، يبدو أن الإعلام سيشهد تحولات أكبر في المستقبل، حيث يصبح أكثر تفاعلية وشخصنة، مما يفتح الباب أمام تحديات وفرص جديدة.

الإعلام ليس مجرد تطور تكنولوجي؛ إنه انعكاس للتحولات في طريقة فهمنا للعالم، وهو جزء لا يتجزأ من التطورات الاجتماعية والثقافية والسياسية. كل مرحلة في تطوره حملت معها تحدياتها وفرصها، لتشكل في النهاية المشهد الإعلامي المتداخل والمعقد الذي نعيشه اليوم.

المراحل الأساسية في تطور الإعلام التقليدي والجديد: رحلة التحول من الكلمة الشفهية إلى التفاعل الرقمي

يمثل تطور الإعلام رحلة طويلة وشاقة مرّت بتحولات جذرية عبر التاريخ. هذه المراحل لم تكن مجرد تغييرات في التكنولوجيا، بل جاءت لتعكس احتياجات المجتمعات في نقل المعرفة والمعلومات، ولتتكيف مع تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية. امتزجت خلالها الابتكارات التقنية مع السياقات الاجتماعية، مما أسفر عن مشهد إعلامي متجدد ومتداخل باستمرار. سنستعرض هنا المراحل الرئيسية التي مر بها الإعلام، والتي تشكل أساس فهمه اليوم وتطوره في المستقبل.

المرحلة الأولى: الإعلام الشفهي - عصر الحكايات والروايات المباشرة

في العصور القديمة، اعتمدت المجتمعات بشكل كامل على الرواة والحكواتية لنقل المعرفة والقيم الاجتماعية. كان الإعلام الشفهي الأداة الوحيدة لنقل الأخبار والحفاظ على التراث الثقافي. اعتمد هذا النمط من التواصل على الذاكرة البشرية التي تمثل وسيلة للتوثيق الشفوي، حيث كانت المعلومات تنتقل من جيل إلى جيل عبر القصص والأساطير والأمثال الشعبية. هذه الوسيلة كانت فعالة في خلق روابط مجتمعية قوية، لكنها واجهت تحديات كبيرة، أبرزها صعوبة الحفاظ على دقة المعلومات مع مرور الزمن، وتعرضها للتحريف والتأويل.

في هذه المرحلة، كانت الوظيفة الأساسية للإعلام الشفهي هي تعزيز الانتماء الاجتماعي، نقل المعارف، وتوثيق الأحداث المحلية، لكن الاتصال ظل محصوراً ضمن نطاق جغرافي ضيق، وغير قادر على الوصول إلى مجتمعات أوسع.¹

إلى جانب كونه وسيلة لنقل المعلومات، لعب الإعلام الشفهي دوراً في تشكيل السلطة الاجتماعية داخل القبائل والجماعات. كان الراوي أو الحكواتي يتمتع بمكانة مرموقة، حيث كان يُنظر إليه كحافظ للتاريخ وخبير بالموروث الشعبي. هذه السلطة الرمزية كانت تمنح الحكواتي قدرة على توجيه سلوك المجتمع وتعزيز القيم المشتركة.

كما أن الطقوس الاجتماعية المرتبطة بالحكي، مثل التجمعات حول النيران في المساء، لم تكن فقط مناسبة للتواصل، بل أداة لتعزيز التماسك الاجتماعي والتقليل من الصراعات الداخلية.

Nielsen, Rasmus Kleis, and Sarah Anne Ganter. *Critical Perspectives on Journalistic Authority: Discourses, Practices, and Institutions*. New York: Routledge, 2018

كان الإعلام الشفهي يمثل أداة لحل النزاعات المجتمعية. كان الشيوخ والحكماء يستخدمون القصص ذات الطابع الأخلاقي لنقل تجارب الماضي وتحذير الأجيال الجديدة من أخطاء ارتكبت. هذه القصص كانت تتجاوز وظيفتها الإعلامية لتصبح جزءًا من عملية التوجيه السلوكي.

كذلك فإن الحكايات الشفهية في بعض الثقافات لم تكن عشوائية، بل تُحكى ضمن طقوس زمنية أو مناسبات معينة، مثل المواسم الزراعية أو الاحتفالات الدينية، مما جعلها جزءًا من التنظيم الزمني للمجتمع.²

المرحلة الثانية: اختراع الكتابة والطباعة – تثبيت المعرفة ونشرها على نطاق أوسع

كان اختراع الكتابة إحدى اللحظات الحاسمة في تطور الإعلام. فقد سمح هذا التطور بتوثيق المعلومات بشكل دائم، مما مكّن المجتمعات من نقل المعرفة دون الاعتماد على الذاكرة البشرية فقط. لعبت الكتابة دورًا محوريًا في ظهور الحضارات الكبرى، مثل الحضارات المصرية والبابلية، حيث تم استخدام النصوص المكتوبة في حفظ السجلات الحكومية والدينية.

لكن التحول الأهم في هذه المرحلة جاء مع اختراع غوتنبرغ للمطبعة في القرن الخامس عشر. أحدثت الطباعة ثورة إعلامية حقيقية، حيث أصبح من الممكن نسخ

Briggs, Asa, and Peter Burke. A Social History of the Media: From ² Gutenberg to the Internet. 3rd ed. Cambridge: Polity, 2010

الكتب والنشرات بكميات كبيرة وبتكلفة أقل، مما أتاح نشر المعرفة على نطاق أوسع. بدأت الصحف والمجلات في الظهور تدريجيًا، لتصبح أدوات لنشر الأخبار والتأثير في الرأي العام.³

هذا العصر أسس لفكرة المؤسسات الإعلامية، حيث أصبحت الصحافة أداة أساسية في تشكيل الوعي العام، وتعزيز التفاعل السياسي والاجتماعي. لكن هذا التحول لم يكن خاليًا من التحديات؛ فقد سعت السلطات السياسية والدينية إلى السيطرة على الصحافة واستخدامها كأداة دعائية، مما فتح الباب أمام صراع طويل بين الحرية الإعلامية والرقابة.

مع انتشار الطباعة، بدأت تظهر أشكال مختلفة من الصحافة، مثل الصحف الحزبية والنشرات التي تخدم مصالح تجارية أو دينية. هذا التنوع أتاح للمجتمعات التعرف على آراء متباينة لأول مرة، مما ساعد في تشكيل ثقافة النقاش العام.

في الوقت نفسه، ساهمت الطباعة في نشر الأيديولوجيات الثورية، مثل الفكر التنويري في أوروبا، حيث أصبحت الكتب وسيلة لانتشار الأفكار الجديدة التي تقوض السلطات القائمة، مثل الكنيسة والإقطاعيات.

لم يكن تأثير الطباعة مقتصرًا على تعزيز النشر الأدبي والمعرفي، بل أدى أيضًا إلى ثورة في التفكير الإداري والسياسي. ساعدت القدرة على تدوين القوانين

³ Couldry, Nick, and Andreas Hepp. The Mediated Construction of Reality. 2017

والسجلات على تطوير الأنظمة البيروقراطية للدول، كما ساهمت الطباعة في بناء الذاكرة التاريخية الوطنية من خلال تسجيل الأحداث السياسية.

في المجال العلمي، مكنت الطباعة من تداول الأبحاث والدراسات بسرعة أكبر، مما أسهم في تحفيز عصر النهضة العلمية ونشر المعرفة بين العلماء عبر الحدود الجغرافية. ظهرت مجلات علمية تخصصية تمثل بذورًا لأول وسائل الإعلام الأكاديمية.⁴

المرحلة الثالثة: ظهور الراديو والتلفزيون – الإعلام الجماهيري وتوسيع الأثر

مع دخول القرن العشرين، ظهر الراديو كأول وسيلة إعلام جماهيرية تصل إلى الناس في أماكنهم مباشرة، دون الحاجة إلى القراءة أو التواجد في مكان معين. كان الراديو نقلة نوعية، حيث أتاح نقل الأخبار والأحداث في اللحظة نفسها التي تقع فيها، ليصل إلى ملايين المستمعين في منازلهم أو في أماكن عملهم.

ثم جاء التلفزيون ليضيف عنصر الصورة إلى الصوت، مما جعل التجربة الإعلامية أكثر غنى وتأثيرًا. لم يعد الناس يعتمدون على خيالهم لتصور الأحداث؛ بل أصبحوا يشاهدونها كما تقع. لعب التلفزيون دورًا بارزًا في تغطية الأحداث الكبرى، مثل الحروب، والانتخابات، والأزمات العالمية. في هذه المرحلة، أصبح الإعلام قوة مؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاشات المجتمعية.

Lewis, Seth C., and Oscar Westlund. Digital Journalism and the ⁴ Sociology of News. 2015

لكن رغم اتساع نطاق هذا الإعلام، ظل الجمهور مستقبلاً سلبياً لا يملك أدوات التأثير أو المشاركة الفعالة. كانت العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور أحادية الاتجاه، حيث تنتقل المؤسسات الإعلامية المحتوى، ويتلقاه الجمهور دون أن يكون له دور في صنعه.

في بداية استخدام الراديو، كان يُنظر إليه كأداة تعليمية وتنقيفية، حيث خصصت بعض المحطات برامج لزيادة الوعي الصحي والتعليمي. ومع الوقت، أدركت الحكومات إمكانيات الراديو والتلفزيون في الحشد الجماهيري والدعاية. خلال الحرب العالمية الثانية، لعبت هذه الوسائل دوراً في تعزيز الروح الوطنية من خلال نشر الأخبار الإيجابية وتقديم صورة موحدة للشعوب.

كذلك، فتح التلفزيون الباب أمام ظهور النجوم الإعلاميين، حيث أصبح لبعض المذيعين والمعلقين نفوذ يضاوي السياسيين، مما أدى إلى تزايد تأثير الإعلام على مسار الحياة السياسية.

مع انتشار الراديو والتلفزيون، بدأ الإعلام يؤثر في التوجهات الاستهلاكية للمجتمع. ظهرت الإعلانات التجارية كجزء لا يتجزأ من البث الإذاعي والتلفزيوني، مما جعل الإعلام شريكاً غير مباشر في نمو الاقتصاد. استخدم التلفزيون لتعزيز النمط الاستهلاكي العالمي، حيث تعرض الإعلانات أسلوب حياة عصري تسعى المجتمعات المحلية إلى تقليده.

علاوة على ذلك، بدأ مفهوم الدبلوماسية الإعلامية في الظهور، حيث استخدمت الدول هذه الوسائل لتقديم صورة إيجابية عنها إلى العالم الخارجي. مثال على ذلك هو إذاعات موجهة مثل "راديو صوت أمريكا"، التي كانت تهدف إلى نشر الثقافة الأمريكية وتعزيز صورتها في دول العالم الثالث.⁵

المرحلة الرابعة: ظهور الإنترنت – الإعلام الرقمي وكسر احتكار المؤسسات التقليدية

مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، دخل العالم عصر الإنترنت، الذي أحدث تحولاً جذرياً في مفهوم الإعلام. لأول مرة، أصبح بإمكان الأفراد الوصول إلى الأخبار والمعلومات بشكل فوري ومن مصادر متنوعة. ظهرت المواقع الإخبارية كبديل عن الصحف التقليدية، وبدأت الجرائد والقنوات التلفزيونية تنتقل تدريجياً إلى الفضاء الرقمي للحفاظ على جمهورها.

في هذه المرحلة، لم يعد إنتاج المحتوى مقتصرًا على المؤسسات الإعلامية؛ بل برزت المدونات كمنصات فردية للنشر والتعبير الحر. سمح الإنترنت للأفراد بإنشاء محتوهم الخاص ونشره للجمهور دون قيود تحريرية، مما أدى إلى ظهور أصوات جديدة لم تكن قادرة على الوصول إلى الساحة الإعلامية سابقاً.

هذا التحول أعاد تعريف العلاقة بين المتلقي والمرسل، حيث أصبح الجمهور جزءاً من عملية الإنتاج الإعلامي، يشارك بآرائه ويعلق على الأخبار ويناقشها. ومع

McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. ⁵
London: Sage Publications, 2010

ذلك، أثار هذا التوسع أيضاً تحديات جديدة، أبرزها انتشار الأخبار الزائفة والشائعات، مما أضعف من موثوقية المعلومات المتداولة.

مع انتشار الإنترنت، برز مفهوم صحافة المواطن، حيث لم يعد إنتاج الخبر حكراً على الصحفيين المحترفين. ظهر هذا بوضوح خلال أحداث كبرى مثل انتفاضات الربيع العربي، حيث اعتمد المحتجون على المنصات الرقمية لنقل ما يحدث مباشرة، متحدين بذلك محاولات الحكومات للتحكم في السرد الإعلامي.

كما أدى الإنترنت إلى إعادة تشكيل نماذج الأعمال الإعلامية. بدأت الصحف والمجلات تعاني من انخفاض عائدات الإعلانات الورقية، مما دفعها إلى اعتماد أنظمة الاشتراك الإلكتروني والنماذج الهجينة، في محاولة لمواكبة التغيرات السريعة.

إضافة إلى التغييرات التي أحدثتها الإنترنت في نقل الأخبار، ظهر مفهوم المحتوى التشاركي من خلال منصات مثل **Wikipedia**، حيث أصبح الأفراد جزءاً من عملية إنتاج المعرفة نفسها. لم تعد المعلومات مجرد منتج يستهلكه الجمهور، بل أصبحت نتاجاً جماعياً يعتمد على التفاعل المفتوح بين المستخدمين.

كما أن الإنترنت أتاح للأفراد إدارة منصاتهم الإعلامية الخاصة، مثل القنوات على يوتيوب أو البودكاست، ما أضعف نفوذ المؤسسات الإعلامية التقليدية. في الوقت نفسه، ساعد الإنترنت في ظهور مفهوم الإعلام المتخصص، حيث أصبح من

الممكن إنشاء مواقع ومنصات تهتم بقضايا دقيقة تستهدف جماهير محددة.⁶

المرحلة الخامسة: وسائل التواصل الاجتماعي – الإعلام التفاعلي والفوري

شهد العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ظهور منصات التواصل الاجتماعي، التي جعلت من الإعلام عملية تفاعلية فورية. أصبحت منصات مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام جزءاً من الحياة اليومية لملايين المستخدمين، حيث يمكنهم مشاركة المحتوى والتفاعل معه بشكل لحظي. هذا التحول منح الأفراد قوة غير مسبوقة في التأثير على الرأي العام وتنظيم الفعاليات الاجتماعية والسياسية.

ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير قواعد اللعبة الإعلامية، حيث لم تعد الأخبار تنتقل فقط من المؤسسات إلى الجمهور، بل أصبح الجمهور نفسه مشاركاً نشطاً في نشر الأخبار والتعليق عليها. لعبت هذه المنصات دوراً حاسماً في تحولات سياسية كبرى، مثل الربيع العربي، حيث أتاح التواصل الفوري تنظيم الاحتجاجات والتنسيق بين المشاركين بعيداً عن أعين الرقابة الحكومية.

لكن في الوقت نفسه، أدى غياب التحرير المهني إلى نقشي الأخبار الزائفة وزيادة حالة الاستقطاب، حيث يميل الأفراد إلى متابعة المحتوى الذي يتوافق مع آرائهم المسبقة، مما يعزز من ظاهرة "غرف الصدى".

Curran, James, and Jean Seaton. *Power Without Responsibility: Press, Broadcasting, and the Internet in Britain*. 7th ed. London: Routledge, 2009

لم تكتفِ وسائل التواصل الاجتماعي بإتاحة نشر الأخبار بشكل فوري، بل أصبحت أداة رئيسية في إعادة صياغة القيم الاجتماعية والسياسية. على سبيل المثال، أصبح الأفراد قادرين على إطلاق حملات شعبية حول قضايا اجتماعية أو سياسية، مما أدى إلى ظهور حركة #MeToo وحملات أخرى مشابهة تسعى لكشف الظلم وتعزيز العدالة.

في الوقت نفسه، خلق هذا التفاعل الفوري تحديات نفسية جديدة، مثل الإدمان على التفاعل الاجتماعي الرقمي، مما أدى إلى زيادة مستويات القلق والاكتئاب، خصوصاً بين فئات الشباب الذين أصبحوا يشعرون بالضغط المستمر لمناخ الأحداث والتفاعل معها.

لم تكن وسائل التواصل الاجتماعي مجرد أداة لنشر الأخبار، بل أصبحت جزءاً من منظومة اقتصادية جديدة تعتمد على الإعلانات الرقمية واستثمار بيانات المستخدمين. هذا التحول أدى إلى بروز شركات تكنولوجيا عملاقة مثل فيسبوك وجوجل، التي أصبحت تسيطر على الحيز الإعلامي الرقمي.

وساهمت هذه المنصات في إعادة تعريف مفهوم القيادة الاجتماعية، حيث ظهرت شخصيات مؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي باتت تمتلك قدرة على التأثير في قضايا الرأي العام وتوجيهها، مما منحهم نفوذاً تجاوز في بعض الأحيان نفوذ الإعلاميين التقليديين.⁷

Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013

المرحلة السادسة: الإعلام الهجين - اندماج الإعلام التقليدي والرقمي

في العصر الحالي، نشهد حالة من التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد، حيث تحاول المؤسسات الإعلامية الكبرى التكيف مع المنصات الرقمية للوصول إلى جمهور أوسع. لم تعد الحدود واضحة بين التلفزيون، الصحف، والمواقع الإلكترونية؛ بل أصبحت هذه الوسائط تعمل بشكل متكامل لتعزيز حضورها.

ظهر الإعلام الهجين الذي يجمع بين البث المباشر، المحتوى التفاعلي، والتحليل المتعمق، حيث يعتمد الإعلاميون على خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل اهتمامات الجمهور وتقديم محتوى شخصي يتناسب مع ميوله. في الوقت نفسه، زادت أهمية البيانات الضخمة في صناعة المحتوى واستهداف الفئات المختلفة من الجمهور بشكل أكثر دقة.

هذا التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد خلق بيئة إعلامية معقدة ومتغيرة باستمرار، حيث لم يعد الجمهور يعتمد على مصدر واحد للمعلومات؛ بل ينتقل بين منصات متعددة للحصول على ما يحتاجه. يبدو أن المستقبل يحمل في طياته تحولات أكبر مع ظهور تقنيات مثل الميتافيرس والواقع المعزز، مما سيعيد تشكيل دور الإعلام في الحياة اليومية ويجعل التجربة الإعلامية أكثر تفاعلية وشخصنة. في البيئة الإعلامية الحالية، أدى التداخل بين الإعلام التقليدي والرقمي إلى ظهور تجارب جديدة في استهلاك المحتوى. على سبيل المثال، بدأ الجمهور يشارك في

البرامج التلفزيونية من خلال التصويت أو التعليق المباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي. لم يعد المشاهد مجرد متلقٍ للمحتوى، بل أصبح جزءاً من التجربة الإعلامية التفاعلية.

إضافة إلى ذلك، زادت أهمية الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، حيث تُستخدم الخوارزميات لتحليل سلوك المستخدمين وتقديم محتوى يتناسب مع اهتماماتهم. ومع تطور تقنيات مثل الميتافيرس، من المتوقع أن تصبح تجربة الإعلام أكثر غنى وتفاعلية، حيث يمكن للمستخدمين الانغماس في عوالم افتراضية تقدم محتوى إخبارياً أو ترفيهياً بطرق جديدة كلياً.

إلى جانب التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد، شهد هذا العصر دمجاً متزايداً بين الصحافة والتحليل البياني. أصبحت البيانات الضخمة عنصراً أساسياً في تحليل التوجهات المجتمعية وتقديم تقارير استقصائية أكثر عمقاً. مثال على ذلك هو الصحافة القائمة على البيانات (Data Journalism)، التي تقدم للجمهور معلومات دقيقة ومعقدة تستند إلى تحليل شامل للأرقام والإحصائيات.

كما أن الإعلام الهجين لم يعد محصوراً في القنوات والمنصات التقليدية؛ بل أصبح يمتد إلى فضاءات جديدة مثل الواقع المعزز والافتراضي. على سبيل المثال، يمكن لوسائل الإعلام تقديم تغطيات ثلاثية الأبعاد للأحداث أو إنتاج تقارير يمكن للمستخدمين استكشافها في بيئات افتراضية، مما يعيد تشكيل تجربة استهلاك المحتوى بشكل جذري.

مع استمرار تطور التكنولوجيا، من المتوقع أن يصبح الإعلام أكثر اندماجًا بين الإنسان والآلة. تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد في توليد المحتوى وتحليل تفضيلات الجمهور بشكل دقيق، مما سيتيح تقديم محتوى مصمم خصيصًا لكل مستخدم. في الوقت نفسه، يحمل هذا المستقبل تحديات أخلاقية تتعلق بالخصوصية والأمان الرقمي، حيث قد يصبح الجمهور عرضة لاستغلال البيانات الشخصية.⁸

هذه التطورات تشير إلى أن الإعلام سيظل في حالة تحول دائم، يتكيف مع الابتكارات التكنولوجية والاحتياجات الاجتماعية. ويبقى السؤال الجوهرى: كيف يمكن الحفاظ على جودة المحتوى الإعلامى وموثوقيته في عصر يزداد فيه التفاعل بين التكنولوجيا والإنسان؟

مفاهيم الهيمنة الإعلامية التقليدية أمام ظهور الإعلام التفاعلي

تُعدُّ الهيمنة الإعلامية التقليدية مفهومًا نشأ من هيمنة وسائل الإعلام المركزية الكبرى، مثل الصحف المطبوعة والإذاعات والقنوات التلفزيونية، على تدفق المعلومات وتشكيل الرأي العام، حيث كانت تلك الوسائل تحتكر الوصول إلى الجماهير وتوجههم من خلال التحكم بالمحتوى الذي يُنتج ويُنشر. مع ذلك، شهد هذا النموذج تحديات عميقة مع ظهور الإعلام التفاعلي، الذي أعاد تشكيل العلاقة بين المتلقي والمُرسل، ليمنح الجمهور دورًا أكثر نشاطًا في إنتاج المحتوى وتوزيعه، ما أثار تساؤلات حول استمرارية النفوذ التقليدي للمؤسسات الإعلامية الكبرى وقدرتها على التأثير كما كان الحال في السابق.

Fuchs, Christian. *Social Media: A Critical Introduction*. 2nd ed. ⁸
London: Sage Publications, 2017

الهيمنة الإعلامية التقليدية: السيطرة على السرد وصياغة الوعي الجماهيري

في العقود التي سبقت انتشار الإنترنت ووسائل الإعلام التفاعلية، كانت المؤسسات الإعلامية الكبرى تتحكم بشكل كبير في تدفق المعلومات، ما أتاح لها توجيه النقاشات العامة وصياغة الأجندات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. كانت هذه الهيمنة تتحقق من خلال نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-Setting Theory)، التي تشرح كيف تقوم وسائل الإعلام بتحديد ما يجب أن يهتم به الجمهور، من خلال التركيز على بعض القضايا وتجاهل أخرى، مما يؤدي إلى توجيه الاهتمام العام نحو قضايا بعينها وتهميش قضايا أخرى. هذا النموذج خلق بيئة إعلامية تتميز بتدفق المعلومات في اتجاه واحد من المرسل (المؤسسة الإعلامية) إلى المتلقي (الجمهور)، دون وجود مجال للتفاعل الحقيقي أو المشاركة الفعالة من جانب الجمهور.

علاوة على ذلك، كانت العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية تشكل ركيزة أساسية لهذا النظام، حيث استُخدم الإعلام بشكل استراتيجي من قبل الحكومات والنخب لتحقيق أهداف سياسية، سواء من خلال الترويج لخطابات رسمية أو إدارة الأزمات والتحكم في المعلومات أثناء الحروب والأزمات. وقد تعززت هذه السيطرة من خلال ملكية وسائل الإعلام من قبل أفراد وشركات ذات مصالح اقتصادية وسياسية، ما جعل الإعلام أداة لتحقيق النفوذ والتأثير في مسار الحياة

العامة، بينما ظل الجمهور مجرد مستقبل للمعلومة دون امتلاك الأدوات اللازمة للتأثير على محتوى الرسائل الإعلامية أو إعادة صياغتها.

ظهور الإعلام التفاعلي: كسر احتكار السرد وإعادة توزيع الأدوار

مع انتشار الإنترنت وظهر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، دخلنا عصرًا جديدًا يُطلق عليه الإعلام التفاعلي، حيث لم تعد العلاقة بين المرسل والمتلقي أحادية الاتجاه، بل أصبحت ديناميكية وتشاركية. أتاحت هذه الوسائل الجديدة للجمهور فرصة التعبير عن آرائه وتبادل المعلومات، مما أدى إلى إعادة توزيع السلطة الإعلامية التي كانت محصورة في أيدي النخب والمؤسسات الكبرى. أصبحت المنصات التفاعلية مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام ساحات عامة تجمع مختلف الآراء والتوجهات، ما أضعف قدرة الإعلام التقليدي على السيطرة الكاملة على السرد العام.

كما برزت صحافة المواطن كمفهوم جديد، حيث أصبح الأفراد العاديون قادرين على نقل الأحداث والتفاعل معها في الوقت الحقيقي، دون الحاجة إلى المرور عبر الوسائط التقليدية. خلال الأزمات والكوارث، لعب الإعلام التفاعلي دورًا محوريًا في نقل المعلومات بشكل مباشر وفوري، كما حدث في العديد من الثورات والحركات الاحتجاجية مثل الربيع العربي، إذ اعتمدت هذه التحركات على وسائل التواصل الاجتماعي لتنظيم التظاهرات والتواصل بين المشاركين، ما جعل من

الصعب على الحكومات والمؤسسات الإعلامية التقليدية التحكم في السرد أو احتكار المعلومات.⁹

تراجع الهيمنة التقليدية وتحديات الإعلام التفاعلي

رغم أن ظهور الإعلام التفاعلي أضعف الهيمنة التقليدية إلى حد كبير، إلا أن هذه التحولات لم تخلو من التحديات. فقد أدى انتشار المنصات الرقمية إلى زيادة التشويش المعلوماتي وظهور ظواهر مثل الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، التي باتت تُستخدم أحياناً لأغراض سياسية وتجارية. في هذا السياق، فقد الجمهور الثقة تدريجياً بوسائل الإعلام التقليدية، التي كانت تُعتبر في السابق مصدراً وحييداً وموثوقاً للمعلومات، كما أصبح أكثر ميلاً إلى البحث عن مصادر بديلة عبر الإنترنت. ومع ذلك، فإن هذه البدائل التفاعلية غالباً ما تعاني من نقص في الدقة والتحرير المهني، مما يجعل المعلومات المنتشرة عرضة للتشويه والاستغلال.

علاوة على ذلك، ظهرت إشكالية التحيز الخوارزمي في الإعلام التفاعلي، حيث تقوم المنصات الرقمية مثل فيسبوك ويوتيوب بعرض المحتوى بناءً على تفضيلات المستخدمين وتفاعلاتهم السابقة، مما أدى إلى تعزيز ظاهرة غرف الصدى (Echo Chambers). في هذه البيئة، يتعرض الأفراد فقط للمعلومات التي تتماشى مع آرائهم المسبقة، مما يعزز الاستقطاب الاجتماعي والسياسي ويضعف القدرة على التفاعل مع آراء مختلفة.

⁹ Chadwick, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2017

إعلام هجين: تكامل بين التقليدي والتفاعلي

مع تعمق التحولات الرقمية، بدأنا نرى اندماجًا بين الإعلام التقليدي والجديد، حيث سعت المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى تبني النماذج التفاعلية في عملها، من خلال إنشاء حسابات نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي وبث المحتوى عبر الإنترنت إلى جانب قنواتها التقليدية. على سبيل المثال، أصبح من الشائع أن تُدمج برامج الأخبار التقليدية آراء وتعليقات الجمهور عبر المنصات الرقمية، مما يعكس تطورًا في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور.

رغم هذه التحولات، لا تزال المؤسسات التقليدية تحتفظ بنوع من النفوذ، خاصة فيما يتعلق بقدرتها على تقديم تحقيقات استقصائية ذات جودة عالية تحتاج إلى موارد وخبرات لا تتوفر عادة في الإعلام التفاعلي. بالتالي، يبدو أننا في عصر إعلام هجين، يجمع بين مزايا التقليدي من حيث المهنية والتحقق من المعلومات، ومزايا التفاعلي من حيث التفاعل الفوري والمشاركة الشعبية، مما يخلق بيئة إعلامية معقدة، لكنها غنية بفرص التعبير والتأثير.

يظهر إذن أن ظهور الإعلام التفاعلي لم يقضِ تمامًا على الهيمنة التقليدية، لكنه أعاد تشكيلها في إطار جديد، حيث لم تعد السلطة الإعلامية محتكرة من قبل المؤسسات الكبرى، بل باتت موزعة بين العديد من الفاعلين، بما في ذلك الأفراد العاديين. هذه التحولات تشير إلى أننا نشهد إعادة هيكلة عميقة لمشهد الإعلام، تُغيّر من ديناميكيات التواصل وتحدياته، وتجعل من المستحيل العودة إلى نموذج الهيمنة الأحادي الذي كان سائدًا في الماضي.

إن تطور العلاقة بين الهيمنة الإعلامية التقليدية والإعلام التفاعلي يعكس أكثر من مجرد تغيير في أدوات الاتصال، بل يتضمن إعادة تعريف جوهر السلطة الإعلامية ودورها في المجتمع. هناك أبعاد أعمق يمكن استكشافها، تتمثل في الفروق بين الهياكل المؤسسية المغلقة التي شكلت الإعلام التقليدي، مقارنة بالطبيعة اللامركزية والمتعددة الأقطاب التي يقدمها الإعلام التفاعلي.¹⁰

إعادة صياغة حدود التأثير بين الهيمنة التقليدية والإعلام التفاعلي

في الماضي، اعتمدت الهيمنة الإعلامية التقليدية على سيطرة مركزية على المحتوى والمصادر، حيث كانت المؤسسات الكبرى مثل التلفزيون والإذاعات والصحف الكبرى تُنتج المحتوى الذي يُعتمد عليه كحقيقة غير قابلة للطعن. كان هذا التأثير يعتمد على الندرة في الوصول إلى المعلومات، إذ لم تكن هناك وسائل بديلة للوصول إلى الأخبار غير تلك التي تقدمها هذه المؤسسات. ومع هيمنة هذه المؤسسات، أصبحت أداة فعالة لتأطير النقاشات العامة ووفقاً لأجندات سياسية أو اقتصادية تحدد مراكز القوى التي تسيطر عليها، ما أسهم في إنتاج ما يسمى بـ"الوعي الزائف"، إذ يقبل الجمهور الرسائل الإعلامية دون مساءلة حقيقية للمصدر أو نوايا النشر.

تفكيك النموذج الهرمي للإعلام التقليدي

¹⁰ Gillespie, Tarleton. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press, 2018

أحد أبرز التحولات التي أحدثها الإعلام التفاعلي يتمثل في تفكيك النموذج الهرمي للإعلام، حيث لم يعد الجمهور في القاع يتلقى المعلومات من الأعلى، بل أصبح كل فرد قادرًا على التفاعل، والتعليق، والمشاركة في تشكيل السرد الإعلامي. هذا التفكيك لم يأت نتيجة رغبة طوعية من المؤسسات التقليدية في إشراك الجمهور، بل كان استجابة للضغط المتزايد الذي فرضته المنصات الرقمية الجديدة، التي أتاحت نشر المحتوى دون الحاجة إلى المرور عبر البوابات التقليدية للمؤسسات الإعلامية. وقد أدى هذا إلى ظهور شبكات متوازية للمعلومات، بعضها مستقل وبعضها الآخر غير خاضع لأي معايير تحريرية، مما أتاح روايات بديلة للأحداث لم تكن تجد لها مكانًا في الإعلام التقليدي.

التحول نحو السلطة الموزعة في الإعلام التفاعلي

الإعلام التفاعلي يقدم نموذجًا جديدًا للسلطة، يعتمد على التوزيع اللامركزي للمعلومات، حيث يتم إنتاج المحتوى وتوزيعه في مساحات مفتوحة يستطيع الجميع الوصول إليها والتفاعل معها. هذا النموذج لا يعتمد على مصادر محددة، بل يتميز بالطبيعة التشاركية التي تتجسد في مدونات، ومنديات، ومنصات مثل يوتيوب وتويتر، حيث يمكن لأي شخص أن ينقل حدثًا أو يعبر عن رأيه أمام جمهور عالمي. هذه السلطة الموزعة جعلت من الإعلام التفاعلي قوة يصعب السيطرة عليها أو احتكارها، لكنها في الوقت نفسه فتحت المجال أمام تحديات جديدة، مثل تزايد صعوبة التحقق من صحة المحتوى، وانتشار المعلومات الخاطئة أو ذات الأهداف الدعائية.

تحول القيم التحريرية ومسؤولية المؤسسات الإعلامية

مع كل هذه التحولات، وجدت المؤسسات الإعلامية التقليدية نفسها مضطرة إلى إعادة النظر في قيمها التحريرية ومعاييرها الأخلاقية، حيث لم يعد الجمهور يقبل بالمحتوى الجاهز دون تمحيص أو تساؤل. أصبحت التغطيات التقليدية تخضع لمقارنة مستمرة مع المحتوى الرقمي، الذي يتم إنتاجه في الزمن الحقيقي من قبل الأفراد، ما دفع المؤسسات إلى تحسين مستوى التفاعل مع الجمهور، وتقديم محتوى أكثر شفافية ومصداقية. كما بدأت هذه المؤسسات في تبني نماذج تحريرية هجينة، تمزج بين المهنية الصحفية التقليدية والمرونة التفاعلية التي توفرها المنصات الرقمية.¹¹

تحدي الاقتصاد الإعلامي: المنافسة بين المجاني والمدفوع

إلى جانب التغيرات في طبيعة السلطة الإعلامية، نشأ تحدٍ اقتصادي جوهري للمؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث أصبح الجمهور يعتمد بشكل متزايد على المحتوى المجاني المتاح عبر الإنترنت، مما أدى إلى تراجع عائدات الصحف والقنوات التقليدية التي كانت تعتمد على الإعلانات والاشتراكات. هذا التحول دفع بعض المؤسسات إلى البحث عن نماذج تجارية جديدة، مثل تقديم اشتراكات رقمية، أو الاعتماد على دعم حكومي أو مانحين، أو اللجوء إلى شراكات مع منصات رقمية لتوسيع نطاق انتشارها.

¹¹ Carlson, Matt. *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital Era*. New York: Columbia University Press, 2017.

في المقابل، ظهرت اقتصاديات جديدة في الإعلام التفاعلي، مثل الإيرادات التي يحققها الأفراد والمؤثرون عبر منصات مثل يوتيوب من خلال الإعلانات والرعاية، مما أعاد تشكيل مفهوم "الصحفي" أو "المؤثر الإعلامي" خارج الحدود التقليدية للمهنة. هذه الديناميكية الجديدة فرضت على المؤسسات الكبرى تحدياً مضاعفاً، ليس فقط في الحفاظ على مصداقيتها، بل أيضاً في المنافسة مع قوى إعلامية جديدة تستقطب الجمهور بطرق مبتكرة.

الهيمنة الخوارزمية: السلطة الجديدة في الإعلام التفاعلي

رغم أن الإعلام التفاعلي أضعف المركزية التقليدية، إلا أنه أوجد أنماطاً جديدة من الهيمنة تتمثل في الخوارزميات التي تتحكم في تدفق المعلومات على المنصات الرقمية. شركات التكنولوجيا الكبرى، مثل جوجل وفيسبوك، تمتلك قدرة هائلة على تحديد ما يصل إلى المستخدمين استناداً إلى تفضيلاتهم وسلوكهم على الشبكة، مما جعل هذه الخوارزميات أداة خفية لتوجيه الرأي العام. في هذا السياق، تُعد الهيمنة الخوارزمية امتداداً جديداً للهيمنة الإعلامية، حيث يتم التحكم في السرد الإعلامي ليس من خلال المؤسسات الصحفية، بل عبر رموز برمجية تحدد ترتيب ظهور الأخبار والمحتويات أمام المستخدمين، ما يعزز ظاهرة غرف الصدى ويساهم في زيادة الاستقطاب الاجتماعي والسياسي.¹²

إعادة بناء الثقة: نحو نموذج إعلامي متكامل ومستدام

¹² Meikle, Graham. *Social Media: Communication, Sharing and Visibility*. New York: Routledge, 2016

في ظل هذه التغيرات المتسارعة، لم يعد التحدي يقتصر على المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام التفاعلي، بل أصبح يتعلق بإعادة بناء الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الجديدة. المؤسسات الإعلامية التي تسعى إلى الاستمرار تحتاج إلى تطوير نماذج تحريرية تتسم بالشفافية والشمولية، مع الاستفادة من الأدوات التفاعلية لإشراك الجمهور في صناعة المحتوى، دون التخلي عن قيم التحقق والمصداقية التي ميزت الصحافة التقليدية.¹³

يبدو أن مستقبل الإعلام يكمن في دمج القيم المهنية التقليدية مع روح التفاعل والمرونة التي تقدمها المنصات الرقمية، حيث يتمكن الجمهور من المشاركة في إنتاج السرد الإعلامي، لكن ضمن إطار يعزز الثقة والموثوقية. هذه التوليفة قد تفتح الباب أمام جيل جديد من الإعلام، يستفيد من تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لتحليل التوجهات وصياغة محتوى يلبي احتياجات الجمهور المتنوعة، مع الحفاظ على الدور الأساسي للإعلام كسلطة رابعة تسهم في تعزيز الشفافية والمساءلة في المجتمع.

بهذا الشكل، نجد أن العلاقة بين الهيمنة التقليدية والإعلام التفاعلي ليست علاقة صراع بقدر ما هي عملية إعادة تشكيل مستمرة لدور الإعلام في حياة الناس. هذا التحول يتطلب رؤية متكاملة تأخذ في الاعتبار التغيرات التكنولوجية، الاقتصادية، والاجتماعية، مع الحرص على تحقيق التوازن بين التفاعل الفوري والمهنية الصحفية، وبين التنوع الحر والموثوقية التي يحتاجها الجمهور ليكون قادرًا على اتخاذ قرارات واعية ومستنيرة.

Bennett, W. Lance, and Alexandra Segerberg. *The Logic of¹³ Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013

الفصل الثاني: الأسس النظرية

يشكل فهم النظريات الإعلامية أساساً لتحليل تطور النماذج الاتصالية وديناميكيات السلطة في المجتمع. الأسس النظرية ليست مجرد أدوات تحليلية، بل هي إطارات لفهم التغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يمر بها الإعلام في كل مرحلة تاريخية. تعكس هذه النظريات محاولات الباحثين تفسير كيفية تأثير الإعلام على تشكيل الرأي العام، نقل القيم الثقافية، وإعادة إنتاج السلطة الاجتماعية.

يرتكز الجانب الأكاديمي في دراسة الإعلام على دمج مختلف التخصصات مثل علم الاجتماع، السياسة، والاقتصاد، مما يُمكن من تحليل أعمق لدور الإعلام التقليدي والتفاعلي في المجتمع. تسهم النظريات الكلاسيكية، مثل نظرية التبعية الإعلامية ونظرية ترتيب الأولويات، في تقديم فهم تقليدي لدور الإعلام كمنصة لبناء الوعي العام، بينما توفر النظريات المعاصرة، مثل نظرية الفضاء العام الرقمي والنظريات التفاعلية، أطراً لفهم التحولات في البيئة الرقمية، حيث أصبح الجمهور فاعلاً أساسياً في إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه.

يمثل هذا الفصل خطوة أساسية في استعراض هذه المفاهيم الأكاديمية المتشابكة، لتقديم تصور متكامل حول تطور الإعلام ودوره المتغير في المجتمعات الحديثة.

كذلك يركز هذا على استكشاف النظريات الإعلامية التقليدية والمعاصرة التي توضح كيفية نشوء الهيمنة الإعلامية في سياقات مختلفة، وكيف أثر ظهور الإعلام الرقمي والتفاعلي على بنية السلطة وتدفق المعلومات في المجتمع. تُعد هذه الأسس النظرية ضرورية لفهم الديناميكيات المعقدة التي تحكم العلاقة بين الإعلام والمجتمع، وتأطير التحولات الجذرية التي نشهدها اليوم في بيئة الاتصال.

يرتكز الفصل على استعراض النظريات الكلاسيكية مثل نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-Setting) ونظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)، التي كانت حجر الأساس في تحليل الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الوعي الجماهيري وصياغة الأجندات العامة. ومن خلال تحليل هذه النظريات، يستعرض الفصل كيف تمكنت وسائل الإعلام الكبرى من السيطرة على السرد الإعلامي في الماضي، وما الدور الذي لعبته في بناء توجهات الرأي العام وترسيخ القيم المجتمعية والسياسية.

بجانب ذلك، ينتقل الفصل إلى مناقشة التحولات الحديثة التي جاءت مع انتشار الإنترنت، حيث يستعرض النظريات التفاعلية التي تتعامل مع دور الجمهور الفاعل في إنتاج المحتوى الإعلامي. النظريات مثل صحافة المواطن (Citizen Journalism) ونظريات الفضاء العام الرقمي (Digital Public Sphere) توضح كيف أتاح الإعلام الرقمي فرصاً جديدة للتواصل الديمقراطي، وكيف أضعف هذا التحول من قبضة المؤسسات التقليدية على تدفق المعلومات.

كما يعالج هذا الفصل إشكالية الهيمنة الخوارزمية، وهي أحد الجوانب النظرية المهمة التي ظهرت في سياق الإعلام التفاعلي، حيث أصبحت الخوارزميات تلعب دوراً محورياً في تحديد المحتوى الذي يتعرض له الجمهور. يناقش الفصل كيف

يمكن لهذه الخوارزميات تعزيز ظاهرة غرف الصدى (Echo Chambers)، مما يسهم في تقادم الاستقطاب المجتمعي والسياسي ويؤثر على القدرة على الوصول إلى معلومات متوازنة وموضوعية.

وفي ضوء هذه التفاعلات بين الإعلام التقليدي والتفاعلي، يناقش الفصل مفهوم الإعلام الهجين (Hybrid Media)، الذي يمزج بين عناصر الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي لخلق بيئة إعلامية متشابكة. يسعى هذا الإطار إلى استكشاف كيف تتفاعل المؤسسات الإعلامية الكبرى مع المنصات الرقمية، وكيفية تكيفها مع متطلبات الجمهور الذي أصبح أكثر انخراطاً في إنتاج وتوزيع المحتوى.

كما يعالج الفصل الجانب المتعلق بالنظرية النقدية في الإعلام، والتي تسلط الضوء على العلاقة بين الإعلام والسلطة، وكيف يتم استخدام وسائل الإعلام لتكريس الهيمنة الثقافية والسياسية من قبل النخب الحاكمة. من خلال هذه العدسة النقدية، يتم تحليل دور الإعلام في إعادة إنتاج البنى الاجتماعية القائمة وتكريس الفجوات بين الطبقات المجتمعية.

في المجمل، يقدم هذا الفصل إطاراً متكاملًا لفهم الأسس النظرية التي تساعد في تحليل ديناميكيات الإعلام في ظل التحولات الراهنة. كما يفتح الباب لفهم التحديات الجديدة التي تواجه الإعلام في العصر الرقمي، مثل التلاعب بالمعلومات، انتشار الأخبار الزائفة، وتراجع الثقة في المؤسسات الإعلامية. هذه الأسس النظرية تشكل حجر الزاوية لفهم أعمق للمفاهيم التي سيتم تناولها في الفصول اللاحقة، مما يسهم في بناء رؤية متكاملة حول تأثير الإعلام في سياقاته المتعددة.

مراجعة النظريات الكلاسيكية

لفهم التطورات التي طرأت على الإعلام في العصر الحديث، من الضروري العودة إلى النظريات الكلاسيكية التي أسست الفهم العلمي لديناميكيات الاتصال والهيمنة الإعلامية. هذه النظريات ليست مجرد تأريخ للأفكار، بل تشكل إطارات تحليلية تستمر في تفسير تأثير الإعلام على المجتمع، حتى في ظل التحولات التكنولوجية الراهنة. ورغم أن ظهور الإعلام التفاعلي قد غير في كثير من النماذج التقليدية، إلا أن هذه النظريات لا تزال صالحة لفهم كيف تتشكل الأجندات العامة، وتُهمَّش بعض الآراء، ويُصاغ الرأي العام ضمن بيئة اتصال متغيرة.

نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-Setting Theory)

ظهرت هذه النظرية على يد ماكسويل كومبس ودونالد شو عام 1972، بعد تحليل تغطية الإعلام للحملات الانتخابية في الولايات المتحدة. تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تملئ على الجمهور كيف يفكرون، لكنها تؤثر بشكل كبير على ما يفكرون فيه عبر تحديد القضايا التي يتم التركيز عليها في التغطيات الإخبارية. كلما زاد التركيز الإعلامي على قضية معينة، زاد احتمال إدراك الجمهور أنها قضية محورية، مما يؤدي إلى تشكيل أجندة عامة تدفع المجتمع للاهتمام بموضوعات معينة على حساب أخرى.

لا تعتمد هذه النظرية فقط على التكرار الإعلامي، بل تركز أيضاً على الزوايا التي يتم تقديم المحتوى من خلالها، حيث تتحكم وسائل الإعلام في صياغة الأبعاد التي يتم إبرازها أو تجاهلها. هذا النهج لا يعزز فقط أولوية القضايا، بل يشكل أيضاً الإطار المعرفي الذي يعتمد عليه الجمهور لفهم هذه القضايا. يوضح هذا كيف يتم توجيه النقاش العام، وكيف تصبح وسائل الإعلام أداة مركزية في بناء الرأي العام وتعزيز قضايا معينة تخدم مصالح سياسية أو اجتماعية.

مع تطور وسائل الإعلام التفاعلي، توسعت نظرية ترتيب الأولويات لتشمل ما يُعرف بـ"تأطير الإعلام" (Framing)، حيث لا يقتصر الإعلام على تحديد الموضوعات المهمة، بل يحدد أيضًا الطريقة التي تُعرض بها هذه الموضوعات. كما ظهرت فكرة "ترتيب الأولويات من المستوى الثاني"، التي تركز على تأثير الإعلام في تحديد الأبعاد التي يهتم بها الجمهور ضمن موضوع معين، مما يعزز الفهم المتعمق لكيفية تشكيل التصورات العامة.¹⁴

نظرية دوامة الصمت (Spiral of Silence Theory)

ظهرت نظرية دوامة الصمت على يد إليزابيث نويل-نيومان في سبعينيات القرن العشرين، وتهدف إلى تفسير لماذا تميل بعض الآراء إلى الهيمنة على المجال العام، في حين تنسحب أو تختفي الآراء الأخرى. تفترض النظرية أن الأفراد، بطبيعتهم الاجتماعية، يخشون العزلة، ولذلك يميلون إلى الامتناع عن التعبير عن آرائهم إذا شعروا أنها تختلف عن الرأي السائد.

تتعمق النظرية في مفهوم الضغط الاجتماعي والإعلامي؛ إذ تلعب وسائل الإعلام دورًا في تعزيز رأي معين ليصبح هو الصوت السائد، مما يزيد من إحجام الأفراد عن تقديم وجهات نظر مغايرة خوفًا من الانتقاد أو التهميش. مع مرور الوقت، تُهمَّش الأصوات الأقل شعبية بشكل متزايد، مما يؤدي إلى تعميق سيطرة الخطاب المهيمن في المجتمع، حتى لو لم يكن هذا الخطاب يعكس حقيقة تنوع الآراء الموجودة.

¹⁴ Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51-58

في عصر الإعلام الرقمي، التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي أضعف جزئياً مفهوم دوامة الصمت التقليدية، حيث يمكن للأفراد التعبير عن آرائهم من خلف الشاشات بعيداً عن الضغوط المباشرة. ومع ذلك، عززت الخوارزميات الرقمية ظاهرة غرف الصدى، مما أدى إلى تكرار عزلة الآراء المخالفة في دوائر محددة. أصبحت دوامة الصمت أكثر تعقيداً، حيث تسهم العزلة الرقمية في تعزيز الانحيازات الفردية وتضييق مساحة النقاش.¹⁵

الترابط بين النظريتين

يمكن فهم نظريتي ترتيب الأولويات ودوامة الصمت على أنهما جزءان مكملان لبعضهما في تفسير آليات الهيمنة الإعلامية. فبينما تهتم نظرية ترتيب الأولويات بكيفية توجيه اهتمام الجمهور نحو قضايا معينة من خلال التغطية الإعلامية المكتنفة، تتناول نظرية دوامة الصمت كيف يتم قمع الأصوات المخالفة وتهميشها من خلال الضغوط الاجتماعية والإعلامية. تعمل كلتا النظريتين معاً لتقديم رؤية شاملة حول كيفية تشكل الرأي العام وصياغة القضايا المجتمعية، حيث تُستخدم وسائل الإعلام ليس فقط في إبراز القضايا المهمة، بل أيضاً في التحكم بمن يتحدث ومن يصمت.

تظل هاتان النظريتان ذات صلة كبيرة في تحليل الإعلام الحديث، رغم التغيرات التي طرأت على بيئة الاتصال مع ظهور الإعلام التفاعلي. في الوقت الذي أصبح فيه الجمهور أكثر قدرة على إنتاج المحتوى والتفاعل معه مباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لا تزال المؤسسات الإعلامية الكبرى تلعب دوراً محورياً

Scheufele, Dietram A., and Patricia Moy. "Twenty-Five Years of 15 the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook." *International Journal of Public Opinion Research* 12, no. 1 (2000):

في تحديد أولويات النقاش العام، وإن كان ذلك بمشاركة أوسع من المستخدمين. في المقابل، تظل ظاهرة الصمت الاجتماعي قائمة، حيث تعزز الخوارزميات الرقمية الانعزال في غرف الصدى، مما يقلل من فرص التفاعل مع وجهات نظر مختلفة.

تساعد هاتان النظريتان في فهم أن التحكم في تدفق المعلومات، سواء من خلال تحديد الأجندات أو إسكات الآراء المخالفة، لا يزال يمثل عنصرًا جوهريًا في صياغة المجال العام، مما يجعل دراسة هذه النظريات أمرًا أساسيًا لفهم التحولات التي يمر بها الإعلام التقليدي والجديد في الوقت الراهن.

تمتد هذه النظريات اليوم إلى تحليل منصات التواصل الاجتماعي وكيف تتفاعل مع الأحداث العامة؛ فبينما تمارس المؤسسات الإعلامية التقليدية دورها في ترتيب الأولويات، تتحكم المنصات الرقمية في تدفق الآراء من خلال خوارزميات تحدد المحتوى الذي يتعرض له المستخدم. هذه التفاعلات تسهم في إعادة توزيع القوة الإعلامية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وتعيد تشكيل ديناميكيات الصمت والتعبير في المجال العام.

أصبح الإعلام الهجين نتيجة لهذا التفاعل بين التقليدي والرقمي، مما خلق بيئة لا يزال فيها ترتيب الأولويات أداة رئيسية لتشكيل الرأي العام، لكن المشاركة الفعالة من الجمهور أصبحت أداة لتحدي هذه الأولويات. ومع ذلك، لا تزال ظاهرة الصمت قائمة في بعض المجالات، حيث يمكن أن تؤدي الضغوط الاجتماعية الرقمية إلى الحد من التفاعل الصريح مع الآراء المعارضة، مما يعيد إنتاج هيمنة جديدة عبر منصات التواصل.

نظريات كلاسيكية أخرى

إلى جانب نظرية ترتيب الأولويات ونظرية دوامة الصمت، هناك مجموعة من النظريات الكلاسيكية الأخرى التي توفر أبعاداً إضافية لفهم الهيمنة الإعلامية في ظل التحولات الرقمية. تأتي هذه النظريات، مثل نظرية الغرس الثقافي، نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية الحارس الإعلامي، نظرية المجال العام، ونظرية الهيمنة الثقافية، لتشرح ليس فقط كيفية تشكيل الإعلام للسرديات العامة، بل أيضاً كيفية تطور العلاقة بين الجمهور والإعلام. هذه الإضافات تسهم في تقديم رؤية أكثر شمولاً لدور الإعلام في صياغة السلطة والوعي في البيئات التقليدية والتفاعلية على حد سواء.

1. نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

طورها جورج جيربنر في سبعينيات القرن العشرين، وتفترض أن التعرض المستمر لمحتوى معين في وسائل الإعلام، خصوصاً التلفزيون، يشكل تصورات الناس عن الواقع الاجتماعي. كلما زاد اعتماد الجمهور على الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات، تأثر وعيهم بما يُعرض من محتويات مكررة تعزز قيماً أو أنماطاً معينة. هذه النظرية تسلط الضوء على دور الإعلام في تكريس الصور النمطية وتعزيز التوجهات المجتمعية السائدة.

تعتبر هذه النظرية مهمة عند مناقشة الهيمنة الإعلامية، حيث يظهر كيف تساهم الوسائط التقليدية في بناء تصورات الجمهور عن القضايا السياسية أو الاجتماعية بطريقة غير مباشرة، مما يؤدي إلى تثبيت هيمنة ثقافية معينة.

في البيئة الرقمية المعاصرة، توسعت نظرية الغرس لتشمل التأثير الممتد للإعلانات الموجهة والمحتوى الذي تقدمه منصات مثل نتفليكس ويوتيوب، حيث

يمكن أن يشكل تدفق المحتوى الخوارزمي إدراكًا جديدًا للواقع، بما يتجاوز النموذج التقليدي للتلفزيون الجماهيري.

أصبح تأثير الغرس الثقافي أكثر تعقيدًا في عصر الإعلام الجديد، حيث يمكن قياس التأثير على مدى قصير ومتوسط، بدلًا من الاعتماد فقط على التعرض المطول. كما أن المحتوى المخصص خوارزميًا يتيح زرع قيم جديدة بسرعة فائقة مقارنة بالإعلام التقليدي.¹⁶

2. نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

تعود أصول هذه النظرية إلى الأربعينيات من القرن العشرين، لكنها تطورت بشكل ملحوظ في الستينيات على يد إيليهو كاتز وآخرين. على عكس النظريات التي ترى الإعلام قوة مهيمنة، تفترض هذه النظرية أن الجمهور يختار الوسائل الإعلامية بناءً على احتياجاته ودوافعه، سواء كانت هذه الاحتياجات معرفية، ترفيهية، أو اجتماعية.

في سياق الإعلام التفاعلي، تبرز هذه النظرية لتحليل تحول السلطة نحو الجمهور، حيث أصبح بإمكان المستخدمين إنتاج المحتوى الذي يلبي احتياجاتهم بشكل مباشر عبر المنصات التفاعلية، مما يضع تحديات أمام الإعلام التقليدي في جذب المتابعين.

Morgan, Michael, James Shanahan, and Nancy Signorielli. ¹⁶
Living with Television Now: Advances in Cultivation Theory & Research. New York: Peter Lang, 2012

لم تعد احتياجات الجمهور محصورة في الترفيه أو المعرفة؛ إذ أصبحت الاحتياجات عاطفية واجتماعية في ظل وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدفع المستخدمين إلى إنتاج المحتوى بحثاً عن القبول الاجتماعي أو التفاعل الفوري، وهو تطور جديد يتطلب نماذج تحليلية محدثة.

تطورت النظرية لتشمل دراسة التأثير النفسي للإشباع الفوري على المستخدمين، خاصة في سياق الإدمان الرقمي، مما أوجد بُعداً جديداً يتجاوز الوظائف التقليدية للإعلام إلى بحث أعمق في الصحة النفسية والسلوكية.¹⁷

3. نظرية الحارس الإعلامي (Gatekeeping Theory)

تطور هذا المفهوم على يد عالم الاجتماع كورت لوين في الأربعينيات. تشرح النظرية كيف تتحكم المؤسسات الإعلامية في اختيار الأخبار والمعلومات التي تصل إلى الجمهور، وتصف دور المحررين والصحفيين في "تصفية" الأحداث بناءً على قيم وأجندات محددة.

في الإعلام التقليدي، كانت هذه العملية تمنح المؤسسات سلطة كبرى في تشكيل النقاش العام، إلا أن ظهور الإعلام التفاعلي أضعف هذا الاحتكار، حيث أصبحت المنصات الرقمية توفر مساحات بديلة لنشر المعلومات دون المرور عبر "الحراس الإعلاميين" التقليديين.

¹⁷ Ruggiero, Thomas E. "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century." *Mass Communication & Society* 3, no. 1 (2000): 3-37

مع دخول الذكاء الاصطناعي والخوارزميات في إدارة الأخبار، برزت مفاهيم جديدة حول الحراسة الرقمية، حيث لا يتم التحكم في تدفق المعلومات من قبل البشر فقط، بل عبر أنظمة ذكية تحدد المحتوى بناءً على تحليل سلوك المستخدمين.

رغم فقدان الإعلام التقليدي لاحتكاره على الحراسة، ظهر تحدي الأخبار الزائفة، حيث بات غياب التحرير المهني يعزز الحاجة إلى أدوات جديدة للفرز الرقمي، مثل التحقق الجماعي أو الذكاء الاصطناعي في مكافحة المعلومات المضللة.¹⁸

4. نظرية المجال العام (Public Sphere Theory)

أسس هذه النظرية الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس، مشيرًا إلى أن المجال العام هو فضاء اجتماعي يتم فيه تبادل الأفكار والآراء بشكل حر دون تدخل من السلطة. كانت وسائل الإعلام التقليدية تلعب دورًا رئيسيًا في توفير هذا الفضاء، لكن هابرماس انتقد تجاريتها المتزايدة وتأثير المصالح الاقتصادية والسياسية على النقاش العام.

في العصر الرقمي، فتح الإعلام التفاعلي فضاءات جديدة للنقاش، لكن في الوقت ذاته، أدى الاستقطاب وغرف الصدى إلى تقييد النقاش وتجزئة الفضاء العام، مما يعيد طرح سؤال حول دور الإعلام في تعزيز الحوار الديمقراطي.

¹⁸ Bruns, Axel. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York: Peter Lang, 2018

على الرغم من أن الإنترنت قدم فضاءً عامًا موسعًا، إلا أن ظهور منصات ذات طابع احتكاري يثير تساؤلات حول انفتاح هذه الفضاءات الرقمية. كما أن انتشار "غرف الصدى" أدى إلى خلق مجالات عامة جزئية، تقل فيها الفرص للتفاعل مع وجهات نظر مغايرة.

انتقل الفضاء العام الرقمي إلى مسرح جديد للصراع الجيوسياسي، حيث يتم توظيف الإعلام الرقمي لتعزيز النفوذ الثقافي للدول الكبرى من خلال الحملات الرقمية المنظمة، مما يجعل الإعلام التفاعلي أداة دبلوماسية فاعلة.¹⁹

5. نظرية الهيمنة الثقافية (Cultural Hegemony Theory)

ترتبط هذه النظرية بأفكار أنطونيو غرامشي، الذي أشار إلى أن النخب السياسية والثقافية تستخدم الإعلام كأداة لتعزيز هيمنتها على المجتمع من خلال نشر أيديولوجيات معينة تبدو طبيعية أو بديهية. هذا الشكل من السيطرة يتم ترسيخه عبر التعليم، الإعلام، والمؤسسات الثقافية التي تعزز النظام القائم.

مع ظهور الإعلام التفاعلي، يمكن ملاحظة تحديات لهذه الهيمنة، حيث تتيح المنصات الرقمية إنتاج سرديات بديلة. ومع ذلك، فإن الشركات الكبرى التي تدير هذه المنصات غالبًا ما تعيد إنتاج هيمنة جديدة عبر خوارزميات التحكم بالمحتوى، مما يخلق شكلاً من الهيمنة الرقمية.

Papacharissi, Zizi. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*.¹⁹ Cambridge: Polity Press, 2010

في العصر الرقمي، أصبح التلاعب بالإدراك العام يتم ليس فقط عبر الرسائل الإعلامية التقليدية، بل عبر التلاعب بالبيانات. إذ تقوم المنصات الرقمية باستخدام بيانات المستخدمين لتوجيه الإعلانات والمحتويات بما يتماشى مع أيديولوجيات معينة، مما يعيد إنتاج الهيمنة في شكلها الرقمي.

فيما يتعلق بالهيمنة الثقافية، باتت البيانات نفسها أداة جديدة للسيطرة؛ حيث تعتمد الشركات الكبرى على تحليل بيانات المستخدمين لصياغة رسائل مخصصة تكرر القيم الاستهلاكية والثقافية السائدة. هذه الديناميكية تعزز الهيمنة الرقمية وتخلق بيئة يصعب فيها تحدي الأنماط السائدة.²⁰

نقد حدود نظريات دوامة الصمت وترتيب الأولويات في ظل بيانات إعلامية هجينة

في ظل ظهور بيانات إعلامية هجينة تجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي، تواجه نظريتنا دوامة الصمت وترتيب الأولويات تحديات تتعلق بتفسير الديناميكيات الجديدة لتدفق المعلومات. أحد أبرز التحديات هو توزيع السلطة الإعلامية بين مختلف المنصات الرقمية والمستخدمين الأفراد، حيث لم تعد المؤسسات الإعلامية وحدها تحدد الأجندة العامة أو تفرض صمماً على الآراء المعارضة. أصبح الجمهور يلعب دوراً في إنتاج المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يقلل من مركزية السيطرة التقليدية.

Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight²⁰ for a Human Future at the New Frontier of Power.* New York: PublicAffairs, 2019

ومع ذلك، لا تزال الخوارزميات والهيمنة الرقمية تعيد إنتاج أنماط جديدة من دوامات الصمت، من خلال غرف الصدى التي تحد من تعرض المستخدمين لآراء مغايرة، وتكرس الانعزال الفكري. هذا يعكس كيف أن دوامة الصمت، وإن لم تختف، تحولت إلى نمط رقمي معقد، حيث الخوف من العزلة الاجتماعية يتحول إلى عزلة خوارزمية.

من ناحية أخرى، تتعرض نظرية ترتيب الأولويات للتحدي في عصر الإعلام الهجين، حيث لم تعد المؤسسات التقليدية تحتكر تشكيل الأجندات العامة. أصبح الجمهور، من خلال المشاركة التفاعلية، قادرًا على توجيه الاهتمام لقضايا غير تقليدية، مثلما يحدث في الحركات الاجتماعية التي تنظم عبر الإنترنت. لكن هذا التوسع في التحكم بالأجندة يقابله تحدي انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة، مما يعقد عملية تحديد الأولويات.

بالتالي، ورغم استمرار أهمية هاتين النظريتين، فإن تحولات السلطة والهيمنة الإعلامية في البيئة الهجينة تتطلب إعادة التفكير في أدوارهما، حيث تنتشر المؤسسات الإعلامية وال جماهير مسؤولية تشكيل النقاش العام وإعادة توزيع التأثير الإعلامي.

في ظل البيئات الإعلامية الهجينة، يتفكك الاحتكار التقليدي لتحديد أولويات القضايا، حيث تتداخل وسائل الإعلام التقليدية مع المنصات الرقمية لتشكيل أجندات جديدة. إلا أن هذا التعدد في مصادر التأثير لا يلغي نفوذ المؤسسات الكبرى التي تعتمد على التعاون مع المنصات الرقمية لتعزيز حضورها.

في الوقت ذاته، تطورت دوامات الصمت إلى أشكال رقمية معقدة، حيث لا تتعلق العزلة الاجتماعية فحسب، بل تمتد إلى حظر المحتوى أو تقييد الوصول إليه من قبل الخوارزميات، مما يعيد إنتاج صمت قسري حول بعض القضايا. كما أن موثوقية المحتوى أصبحت تحديًا أساسيًا، حيث يصعب التمييز بين الأخبار الموثوقة والمضللة، مما يضعف قدرة الجمهور على التركيز على قضايا ذات أولوية ويؤدي إلى تآكل الثقة في الإعلام التقليدي.

وفي سياق التضخم في التفاعلات الفورية، يتشتت النقاش العام بدلاً من تركيزه، مما يعوق بناء توافق جماعي حول القضايا المهمة. تعزز هذه البيئات أيضًا نمطًا جديدًا من الهيمنة الخفية، حيث تهيمن الخوارزميات على المحتوى المقدم للمستخدمين، فتُبقي الأفراد داخل فقاعات معرفية، مما يعزز الانعزال الاجتماعي ويحد من فرص الحوار الفعال بين مختلف الأطياف الفكرية والاجتماعية.

مع تعمق البيئات الإعلامية الهجينة، يظهر تأثير جديد في كيفية تشكيل النقاشات العامة، إذ لم تعد السيطرة على السرديات محصورة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل باتت موزعة بين منصات رقمية وخوارزميات ذكية. ينتج عن ذلك ظاهرة تتداخل فيها السلطة المركزية مع الديناميكيات الرقمية المفتوحة، مما يعقد القدرة على تحديد اتجاه واضح للأولويات. هذا التشتت في السرديات العامة يُضعف التماسك الاجتماعي، حيث يساهم تضخم المحتوى الفوري في تفتت النقاش بدلاً من تركيزه. في الوقت ذاته، أدى اعتماد الخوارزميات على سلوك المستخدمين إلى تعزيز الفقاعات المعرفية التي تقيد التعرض لوجهات نظر متنوعة. تتداخل هذه الفقاعات مع دور الإعلام التقليدي في تقديم سرديات جامعة، مما يعيد إنتاج هيمنة من نوع جديد، حيث يصبح المستخدم محاصرًا في نطاق

محدود من المعلومات التي تعزز توجهاته الشخصية وتحد من فرص الحوار المجتمعي العميق.

في هذه البيئة، يتزايد الاعتماد على المحتوى المخصص والذي يُعرض بناءً على اهتمامات الأفراد، مما يعزز الانقسام الاجتماعي والسياسي. ومع أن الإعلام التفاعلي وفر فرصاً للتعبير اللامركزي، إلا أن ذلك ترافق مع تحديات انتشار المعلومات الزائفة، مما عمق أزمة الثقة بالإعلام بمختلف أنواعه. هذا التداخل بين التقليدي والتفاعلي يعكس تحولاً في أنماط السيطرة، حيث تتشارك المؤسسات الإعلامية والجمهير في تشكيل المحتوى، لكن دون وجود أطر واضحة للمساءلة والتحقق من المعلومات، مما يعمق التحديات في بناء بيئة إعلامية موثوقة وفعالة.

في ظل البيئات الإعلامية الهجينة، تواجه النظريات التقليدية تحديات كبيرة تتطلب إعادة النظر في قدرتها على تفسير المشهد الإعلامي المعاصر.

نظرية المجال العام تعاني من تفكك الفضاء العام إلى مساحات رقمية متفرقة، مما يعزز العزلة والاستقطاب بدلاً من النقاش الشامل، كما أنها تحتاج إلى التعامل مع الاستقطاب المتزايد، حيث أصبحت المنصات الرقمية مساحات غير متوازنة، يتفاعل فيها المستخدمون مع أفكار متقاربة بدلاً من التنوع الفكري.

نظرية الهيمنة الثقافية تتحول إلى هيمنة رقمية عبر خوارزميات تحدد المحتوى بناءً على بيانات المستخدمين، مما يعيد إنتاج الأنماط السائدة بشكل غير مباشر، و تجد تجليات جديدة في الهيمنة الخوارزمية التي تعزز الأنماط الاستهلاكية عبر

البيانات، مما يؤدي إلى إعادة إنتاج السيطرة بأشكال غير مرئية للجمهور.

نظرية الحارس الإعلامي، التي فقدت جزءاً من نفوذها التقليدي، تجد استمراريتها في الحراسة الخوارزمية، التي تحدد المحتوى الذي يتعرض له الجمهور دون تدخل بشري مباشر، لقد باتت أكثر تعقيداً، حيث تنتقل الحراسة من البشر إلى الخوارزميات التي تتحكم في المحتوى وتعيد توجيهه حسب السلوك الرقمي للمستخدمين.

أما نظرية الاستخدامات والإشباع، فتواجه تحدي الإشباع الفوري الذي يقدمه الإعلام الرقمي، مما يقلل من التفاعل العميق مع القضايا المجتمعية ويشجع على الاستهلاك السريع للمعلومات، كما أنها تتعرض لضغط الإشباع اللحظي، حيث أصبح التفاعل قصير الأمد، مما يضعف الاندماج العميق مع المحتوى ويعزز النزعات السطحية في استهلاك المعلومات.

فيما يتعلق بنظرية الغرس الثقافي، أصبح التعرض المتكرر للمحتوى موجهاً من خلال الخوارزميات، مما يعزز الإدراك المنحاز ويحد من فرص تكوين تصورات متوازنة عن الواقع، وهي أيضاً تواجه صعوبة في خلق تصورات موحدة عن الواقع، حيث يُنتج المحتوى بناءً على تفضيلات فردية، مما يعزز التحيزات الشخصية ويحد من فرصة تكوين رؤى مشتركة.

هذه التحولات تستدعي تطوير الأطر النظرية لتفسير كيف تتقاطع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتعيد تشكيل الهيمنة والمجال العام في العصر الحديث.

الإطار الأولي لنظرية التداخل الإعلامي

تهدف نظرية التداخل الإعلامي إلى تقديم إطار متكامل لفهم التفاعل المستمر بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي. تنطلق هذه النظرية من فرضية أساسية: لم تعد الحدود بين الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واضحة، بل تشكلت بنية إعلامية هجينة، حيث يتداخل التحكم المؤسسي مع المشاركة الجماهيرية.

تستند هذه النظرية إلى أن العلاقة بين الوسيطين ليست تنافسية بحتة؛ بل هي تكاملية وديناميكية، تتبادل فيها المؤسسات الإعلامية التقليدية والجديدة الأدوار في بناء السرديات. الإعلام التقليدي، بما يحمله من مصداقية مهنية، يعتمد على المنصات التفاعلية للوصول إلى جمهور أوسع، في حين تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي المحتوى المؤسسي لتعزيز النقاش الفوري. هذا التداخل يؤدي إلى إعادة توزيع السلطة الإعلامية، حيث لم تعد المعلومات محتكرة من قبل طرف واحد، بل أصبحت خاضعة لتفاعلات متعددة الأطراف.

تساهم هذه النظرية في تفسير كيف تنتقل التأثيرات بين المنصات المختلفة، وكيف يُعاد تشكيل السرديات بفعل التفاعل الفوري، التخصيص الخوارزمي، والتفاعل الجماهيري. وتطرح النظرية أيضًا تساؤلات حول استمرارية الهيمنة التقليدية: هل يمكن للمؤسسات الإعلامية الكبرى الحفاظ على نفوذها في عصر تفاعلي؟ أم أن الخوارزميات والتحكم في المحتوى الرقمي باتت تُنتج أشكالًا جديدة من الهيمنة؟

من خلال هذا الإطار، يمكن دراسة التحديات التي تواجه الإعلام الهجين، مثل انتشار الأخبار الزائفة، الاستقطاب الاجتماعي، والتشتت المعلوماتي، إلى جانب الفرص الجديدة، مثل تعزيز المشاركة المجتمعية والحوارات العابرة للحدود. تسعى هذه النظرية إلى تقديم منظور متجدد لفهم كيفية تكيف الإعلام مع التطورات التكنولوجية والاجتماعية، ودوره في تشكيل الوعي الحديث في ظل بنية إعلامية متشابكة.

نظرية التداخل الإعلامي تسعى إلى تفسير التحول العميق الذي تشهده البيئة الإعلامية، حيث لم يعد بالإمكان الفصل بين الإعلام التقليدي والرقمي. في هذا السياق، يتمحور التداخل الإعلامي حول الاندماج بين المحتوى المؤسسي والمحتوى الجماهيري، مع إعادة تعريف الأدوار التقليدية للمؤسسات الإعلامية من جهة، والجمهور من جهة أخرى. هذا التداخل لا يعكس فقط التكامل بين وسيلتين؛ بل يظهر تحولاً بنيوياً في العلاقة بين المنتجين والمتلقين للمحتوى.

في السياق التقليدي، كانت المؤسسات الإعلامية الكبرى مسؤولة عن إنتاج المحتوى وتنظيم السرديات العامة. أما اليوم، فأصبحت هذه المؤسسات مضطرة إلى الاعتماد على المنصات الرقمية للوصول إلى جمهور أكبر، بينما في الوقت نفسه، يتمكن الأفراد من إنتاج المحتوى وتوزيعه بسهولة عبر المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يخلق تفاعلات معقدة. هذا التدفق المزوج، حيث تتعاون المؤسسات الإعلامية مع المنصات الرقمية، يعيد توزيع التأثير بشكل غير مسبوق.

تتضمن هذه النظرية عدة أبعاد مهمة؛ أولها هو إعادة تشكيل السلطة الإعلامية. لم تعد الهيمنة حكرًا على المؤسسات التقليدية؛ فالمنصات الرقمية باتت تمتلك قوة لا

يستهان بها في توجيه النقاشات العامة عبر الخوارزميات التي تحدد ما يتعرض له الجمهور. هذا يفتح الباب لظهور أشكال جديدة من الهيمنة الخفية، حيث يتم التحكم في المحتوى ليس فقط من قبل المؤسسات الإعلامية، بل أيضًا من خلال آليات تقنية ومعطيات بيانات.

يتناول هذا الإطار أيضًا التحديات الناشئة عن تداخل التفاعل الفوري مع الإنتاج الاحترافي. في حين أن التفاعل الرقمي أتاح الفرصة لتعزيز المشاركة المجتمعية، إلا أنه جلب معه مشكلات جديدة، مثل انتشار المعلومات المضللة وسهولة استغلال الخوارزميات للترويج للمحتوى المتحيز. تخلق هذه التحديات بيئة إعلامية يصعب التحكم بها، إذ تتحول كل منصة إلى حقل معركة بين المحتوى الجماهيري والمؤسسي.

من جهة أخرى، يوفر هذا التداخل فرصًا لتطوير نماذج إعلامية هجينة تجمع بين الموثوقية المهنية والتفاعل الجماهيري. على سبيل المثال، تُظهر العديد من المؤسسات الإعلامية استعدادًا لتبني التقنيات الرقمية والبث التفاعلي، مما يعزز التواصل مع الجمهور. كما أصبحت هذه المؤسسات تعتمد على تحليل البيانات لمعرفة توجهات الجمهور وتقديم محتوى مخصص يتماشى مع احتياجاته.

أخيرًا، تقدم نظرية التداخل الإعلامي منظورًا لفهم الاستمرارية والتحويلات في الهيمنة الإعلامية. بينما أضعفت المنصات الرقمية احتكار المؤسسات التقليدية للسرديات العامة، إلا أن هذه المنصات لا تخلو من ممارسات هيمنة جديدة تتمثل في إدارة تدفق المعلومات بواسطة خوارزميات ذكية. في هذا السياق، لا تكون

السلطة الإعلامية نهائية أو ثابتة؛ بل تخضع لعمليات إعادة توزيع مستمرة بناءً على تطور التكنولوجيا وتفاعل الجمهور.

يتيح هذا الإطار دراسة كيفية تحول الإعلام من نموذج أحادي الاتجاه إلى نموذج متعدد الأطراف، حيث تصبح الحدود بين المنتج والمستهلك ضبابية، ويظهر التفاعل كعنصر جوهري في إنتاج المعنى. كما يساعد في تفسير كيف أن التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد يعيد تعريف العلاقة بين التأثير والموثوقية والمشاركة، مما يفتح أفقاً جديداً لفهم ديناميكيات الإعلام في العصر الرقمي.

الفصل الثالث: مفهوم التداخل الإعلامي

في ظل التحولات العميقة التي شهدتها البيئة الإعلامية في العقود الأخيرة، لم تعد الحدود بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي واضحة أو ثابتة. يظهر مفهوم التداخل الإعلامي بوصفه ضرورة لفهم هذا المشهد المتشابك، حيث تتداخل الأدوار والمسؤوليات بين المنصات الإعلامية المختلفة. لم يعد الإعلام التقليدي يحتكر إنتاج السرديات العامة، كما أن الإعلام الرقمي لم يبق مجرد فضاء مفتوح

للتعبير العفوي؛ بل أصبحا معاً جزءاً من منظومة هجينة تقوم على التكامل والتفاعل المستمر.

يعكس هذا التداخل حالة جديدة من إعادة توزيع السلطة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور، وبين الفاعلين التقليديين والرقميين. لم تعد الأخبار تنتقل في اتجاه واحد من المؤسسات إلى المتلقين؛ بل أصبح الجمهور جزءاً من عملية الإنتاج والتوزيع، ما أتاح مساحة أوسع لظهور سرديات بديلة تُعيد تشكيل النقاش العام. في الوقت نفسه، تستخدم المؤسسات الإعلامية أدوات الإعلام الرقمي لتعزيز انتشارها، مستفيدة من تقنيات التحليل الخوارزمي لتحديد اهتمامات الجمهور والتفاعل معها بفعالية أكبر.

يتناول هذا الفصل مفهوم التداخل الإعلامي باعتباره ظاهرة ديناميكية متعددة المستويات، تشمل التفاعل بين الإعلام المؤسسي والجماهيري، وبين الإنتاج الاحترافي والمحتوى المولد من قبل المستخدمين. كما يسلط الضوء على التحديات والفرص التي يتيحها هذا التداخل، مثل تعزيز التفاعل الاجتماعي وزيادة التعددية في السرديات، مقابل تفاقم المشكلات المرتبطة بغرف الصدى، والأخبار الزائفة، والسيطرة الخوارزمية.

يُعدّ فهم مفهوم التداخل الإعلامي ضرورة لفهم كيفية عمل الإعلام في العصر الحديث، حيث لا يمكن تحليل التأثير الإعلامي بمعزل عن هذه التفاعلات المعقدة. يفتح هذا التداخل آفاقاً جديدة لفهم كيفية إعادة تشكيل الفضاء العام والهيمنة الإعلامية، وكيف يمكن للمجتمعات الاستفادة من هذه البيئة الهجينة لتعزيز الحوار الديمقراطي والتفاعل المجتمعي، مع الحذر من المخاطر المحتملة.

تفاعل الإعلام التقليدي والجديد من خلال التغطية المتقاطعة

يشير مفهوم التغطية المتقاطعة إلى حالة من التكامل بين الإعلام التقليدي (كالإذاعة، التلفزيون، والصحف) والإعلام الجديد (مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية) بحيث يتفاعل كلا النوعين لدعم المحتوى وانتشاره. تبدأ هذه العملية عندما تستخدم المؤسسات الإعلامية التقليدية منصات رقمية لتوسيع نطاق وصول الأخبار؛ على سبيل المثال، يتم نشر أخبار أو مقتطفات من البرامج التلفزيونية عبر تويتر وفيسبوك، مما يُحزّن الجمهور على المشاركة والتعليق.

في المقابل، يُستفاد من المحتوى الرقمي لخلق سرديات جديدة في الإعلام التقليدي؛ إذ يتم عرض محتوى من وسائل التواصل الاجتماعي، مثل التغريدات أو مقاطع الفيديو، ضمن نشرات الأخبار التلفزيونية، لتقديم نبض فوري حول الأحداث. هذه التغطية المتقاطعة تُعيد تشكيل دور الإعلام التقليدي، حيث لم يعد ينتج السرديات بمفرده، بل يعتمد على التفاعل الجماهيري الرقمي لتعزيز المحتوى.

كما يساعد الإعلام التقليدي في تحقيق مصداقية للمحتوى الرقمي، عبر التحقق من الأخبار المنتشرة على المنصات الاجتماعية وتقديمها بشكل احترافي. وفي الوقت ذاته، يعيد الإعلام الرقمي إنتاج المحتوى التقليدي بطرق أكثر تفاعلية، مثل إطلاق نقاشات عامة حول موضوعات طرحتها القنوات التقليدية. بهذا الشكل، يخلق التفاعل بين الإعلامين منظومة تكاملية تعزز انتشار الأخبار وتوسّع دائرة التأثير،

مع الاحتفاظ بمزايا كل منهما: الاحترافية من جهة، والتفاعل الفوري من جهة أخرى.²¹

التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد يعكس تكاملاً يتجاوز مجرد نقل المحتوى؛ إذ يتولد شكل جديد من السرديات التي تعتمد على التفاعل اللحظي والتحقق الاحترافي معاً. الإعلام التقليدي يعتمد على المنصات الرقمية ليس فقط للترويج للمحتوى، ولكن أيضاً لقياس ردود فعل الجمهور، مما يعزز اتخاذ قرارات تحريرية أسرع وتعديل التغطية أثناء البث.

في المقابل، يمكن للمنصات الرقمية إبراز موضوعات جديدة من خلال التوجهات الجماهيرية التي تستقطب اهتمام الجمهور بشكل فوري، مما يُجبر وسائل الإعلام التقليدية على تضمين هذه المواضيع في تغطيتها لزيادة التفاعل والمشاركة. كما أن هذه المنصات تتيح للمؤسسات الإعلامية الوصول إلى شرائح متنوعة من الجمهور لم يكن بالإمكان الوصول إليها عبر القنوات التقليدية وحدها، خاصة فئات الشباب التي تعتمد على الوسائط الرقمية كمصدر رئيسي للأخبار.

علاوة على ذلك، يمكن استخدام تحليل البيانات التي تجمعها المنصات الرقمية في تحسين استراتيجيات التحرير التقليدي؛ على سبيل المثال، يمكن توجيه النشرات الإخبارية لمواكبة الموضوعات الأكثر تفاعلاً على وسائل التواصل الاجتماعي. هذا التفاعل يخلق دائرة تغذية راجعة: المحتوى التقليدي يعزز انتشار المحتوى

Otto, Kim, and Andreas Köhler. "Trust in Crisis Communication: 21 The Impact of Media Systems." In *Crisis Communication in the Digital Age*, edited by Martin W. Bauer and Massimiano Bucchi, 201-218. London: Routledge, 2018

الرقمي، بينما تساعد النقاشات الرقمية في إثراء التغطية التقليدية وجعلها أكثر مواكبة لاهتمامات الجمهور.

ومع ذلك، فإن هذا التكامل يواجه تحديات، منها إمكانية تضليل النقاش العام عبر الأخبار الزائفة، خاصة عندما تُعتمد المنصات الرقمية مصدراً غير موثوق. كما يتطلب التفاعل بين الإعلاميين توازناً دقيقاً بين سرعة التغطية التي تقدمها المنصات الرقمية ودقة التحقق التي يلتزم بها الإعلام التقليدي، لضمان بقاء الأخبار ذات جودة عالية.

يعيد هذا التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد تعريف أدوار الصحفيين والمحررين، حيث لا يقتصر دورهم على إنتاج الأخبار، بل يمتد إلى إدارة التفاعل مع الجمهور عبر المنصات الرقمية، مما يعكس تحولاً في طبيعة العمل الإعلامي نحو مزيد من التكامل والتفاعل في العصر الرقمي.²²

يظهر تفاعل الإعلام التقليدي والجديد من خلال التغطية المتقاطعة كعملية معقدة تجمع بين السرعة والتفاعل الفوري من جهة، والدقة والمهنية من جهة أخرى. هذه الديناميكية ليست مجرد نقل للمحتوى بين المنصات، بل تعكس إعادة تشكيل شاملة لطبيعة السرد الإعلامي، حيث يستفيد كل نوع إعلامي من ميزات الآخر لتحقيق تأثير أوسع.

Bruns, Axel. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York: Peter Lang, 2018

على سبيل المثال، في الانتخابات الأمريكية لعام 2020، كان التفاعل بين الإعلام الرقمي والتقليدي واضحًا بشكل استثنائي، حيث لعبت منصات مثل تويتر وفيسبوك دورًا محوريًا في نشر تحديثات المرشحين وأخبار الحملات الانتخابية. أطلق المرشحون، مثل جو بايدن ودونالد ترامب، تغريدات وتصريحات فورية للتفاعل مع الناخبين وإثارة النقاشات. استجابت شبكات إخبارية مثل "CNN" و "Fox News" لهذه التفاعلات، معتمدة على البيانات المتداولة رقميًا لتوجيه تحليلها خلال التغطيات الحية، مما سمح لها بمتابعة الاتجاهات الشعبية في الوقت الفعلي.

أدى هذا التفاعل إلى ظهور نموذج من التغطية الإعلامية المتكاملة، حيث اعتمد الإعلام الرقمي على التحليلات المهنية التي قدمتها القنوات التلفزيونية لتثبيت مصداقية المحتوى الرقمي، بينما استخدمت القنوات التقليدية البيانات المتدفقة من وسائل التواصل الاجتماعي لقياس نبض الجمهور. هذه الديناميكية أسهمت في تحسين دقة التغطية، مع إبقاء الجمهور متصلًا ومشاركًا في الأحداث الانتخابية بشكل لحظي.

لكن هذا التداخل لم يخلو من التحديات؛ حيث واجهت المنصات صعوبات في التصدي للمعلومات المضللة التي انتشرت بسرعة عبر الإنترنت، مما أثر على الرأي العام وأدى إلى استقطاب سياسي عميق. ومع ذلك، نجح الإعلام التقليدي في تقديم سرد متوازن حول الأحداث الانتخابية، مما ساعد في تعزيز الشفافية رغم التوترات المحيطة بنتائج الانتخابات.

أثناء جائحة كوفيد-19، كان التكامل بين الإعلام التقليدي والرقمي أمرًا ضروريًا لنشر المعلومات الحاسمة في الوقت المناسب. الأخبار العاجلة المتعلقة بالإجراءات

الصحية والإحصاءات كانت تنتشر أولاً عبر مواقع التواصل مثل تويتر وإنستغرام، مما خلق حالة من الوعي اللحظي.

خلال الجائحة التي بدأت بالانتشار عالمياً أواخر 2019 وأدت إلى إغلاقات واسعة النطاق في 2020، كان التكامل الإعلامي جوهرياً في نشر المعلومات. في دول مثل إيطاليا وإسبانيا، لعب الإعلام التقليدي دوراً أساسياً في توجيه الجمهور بالإرشادات الصحية، بينما كانت منصات التواصل الاجتماعي كـ"تويتر" و"فيسبوك" وسيلة للنشر الفوري للمستجدات.

المؤسسات الإعلامية مثل "BBC" و"New York Times" استخدمت التحليلات المتداولة رقمياً لتوجيه تقاريرها المفصلة حول الإحصاءات اليومية والإجراءات الحكومية في مختلف البلدان. ساعد هذا التفاعل في تصحيح المعلومات المغلوطة وتجنب الأخبار الزائفة.

في دول مثل الهند والبرازيل، أدى هذا التكامل إلى رفع الوعي حول أهمية اللقاحات والاحتراعات، رغم التحديات التي رافقت انتشار معلومات مضللة. كذلك فإنه على الصعيد العالمي، أسهمت هذه التغطيات في تعزيز الضغط على الحكومات لتحسين استجابتها للأزمة، فيما كانت الخوارزميات على المنصات الرقمية تسهم في نشر محتوى محدد يتماشى مع اهتمامات كل جمهور، ما عزز من التفاعل المستمر بين المنصات الإعلامية التقليدية والجديدة.

هذا التكامل أسهم أيضاً في تطوير أدوات جديدة مثل الخرائط التفاعلية التي تُظهر معدلات الإصابة في الوقت الفعلي، مما جعل الإعلام الرقمي شريكاً محورياً في

إدارة الأزمات وتوجيه الرأي العام عالميًا. ومع ذلك، ظهرت تحديات تتعلق بإدارة المعلومات الزائدة، ما استلزم تطوير استراتيجيات لتحقيق المهنية ودقة المحتوى ضمن التدفق المتسارع للمعلومات عبر المنصات المختلفة.

في سياق الاحتجاجات العالمية، مثل حركة "Black Lives Matter"، كان هذا التفاعل أكثر وضوحًا. بدأت الحركة بدعوات وتعبئة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث شارك النشطاء مقاطع فيديو وشهادات شخصية تسلط الضوء على الانتهاكات. بعد ذلك، تبنى الإعلام التقليدي هذه السرديات، مما أضاف عليها بعدًا أوسع ونقلها إلى جمهور عالمي. قدمت الشبكات التلفزيونية تقارير مفصلة عن الاحتجاجات والرسائل الاجتماعية، مما زاد من تأثير الحركة ودفع النقاش إلى مساحات أوسع تشمل المؤسسات السياسية والاجتماعية.

حركة "Black Lives Matter" التي بدأت في الولايات المتحدة عام 2013، عقب مقتل الشاب الأمريكي من أصل أفريقي تريفون مارتن وإطلاق سراح الجاني جورج زيمرمان. هدفت الحركة إلى مواجهة عنف الشرطة والعنصرية الممنهجة ضد الأمريكيين السود، وتوسعت لتشمل قضايا اجتماعية أوسع متعلقة بالعدالة العرقية.

في صيف 2020، بعد مقتل جورج فلويد في مينيابوليس على يد الشرطة، تصاعدت الاحتجاجات بشكل غير مسبوق. هنا، لعب الإعلام التقليدي مثل "CNN" و"MSNBC" دورًا محوريًا في تغطية التظاهرات الحية، حيث نقلت تلك القنوات المظاهرات وأعطت المنصة لنشطاء الحركة، مما وسع النقاش ليشمل مؤسسات المجتمع كافة.

التأثير الإعلامي كان مزدوجًا، فقد ساعد الإعلام التقليدي في نقل احتجاجات الشوارع إلى مستوى وطني ودولي، ما دفع الحكومات والمؤسسات لإعادة النظر في سياساتها المتعلقة بالشرطة والعدالة العرقية. في الوقت نفسه، غذت وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام النقاش العام، حيث نُشرت شهادات حية ومقاطع مصورة أثارت تفاعلًا واسعًا. هذا التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد ساهم في دفع التغيير، سواء من خلال تنظيم مسيرات أو الضغط على الشركات والحكومات لتبني سياسات تعزز الشفافية والمساواة العرقية.

هذا التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد لا يقتصر على استنساخ المحتوى، بل يشمل أيضًا إعادة إنتاجه بطرق مبتكرة. فعلى سبيل المثال، تقوم بعض القنوات التلفزيونية بتضمين تعليقات مباشرة من الجمهور في برامجها الحوارية، بينما تستفيد المنصات الرقمية من التحليلات التلفزيونية لتغذية النقاشات المستمرة. يخلق هذا التفاعل المستمر دائرة تغذية راجعة، حيث يؤثر المحتوى في كل مرحلة على الأخرى، مما يؤدي إلى إطالة دورة حياة الأخبار وتوسيع نطاق تأثيرها.

إلا أن هذا التداخل يواجه تحديات متعددة، منها سرعة انتشار المعلومات غير الدقيقة في الفضاء الرقمي، مما يجعل التحقق منها مهمة معقدة. أيضًا، تفرض الخوارزميات المستخدمة على منصات التواصل الاجتماعي تحديًا إضافيًا، حيث قد توجه الجمهور نحو محتوى محدد بناءً على تفضيلاته السابقة، مما يعزز ظاهرة غرف الصدى ويحد من تنوع النقاشات.

في المستقبل، يُتوقع أن يزداد هذا التكامل عمقاً مع تطور أدوات الذكاء الاصطناعي، التي ستتيح للإعلام تحسين استراتيجيات المحتوى بناءً على التحليل الفوري لسلوك الجمهور. يعكس هذا التفاعل المستمر بين الإعلام التقليدي والرقمي تحولاً جوهرياً في طبيعة الإعلام، حيث لم يعد الجمهور متلقياً سلبياً، بل أصبح شريكاً نشطاً في إنتاج المحتوى وتوجيه النقاشات العامة.

يمكن فهم تأثير التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد من خلال أمثلة واقعية تُبرز كيفية تفاعل المنصات معاً في بناء السرديات. عندما تنشأ أحداث سياسية أو اجتماعية ذات صدى واسع، تستفيد المؤسسات الإعلامية التقليدية من النقاشات الدائرة على وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز تغطياتها. قد تقوم القنوات التلفزيونية، على سبيل المثال، بعرض آراء وتعليقات مأخوذة من تلك المنصات لتوسيع النقاش في برامجها الحوارية، مما يمنح الحدث زخماً أكبر.²³

بالمقابل، تلجأ وسائل التواصل الاجتماعي إلى محتوى الإعلام التقليدي، مثل تقارير الأخبار أو المقالات التحليلية، لإثراء النقاش وتقديم روايات مدعومة بمصادر رسمية. هذا التدفق المستمر بين الإعلاميين يعزز مصداقية المحتوى الرقمي ويتيح متابعة تطورات القضايا من زوايا مختلفة.

في الأزمات، مثل الكوارث الطبيعية أو الاحتجاجات، يتم نقل الأخبار الأولية بسرعة عبر وسائل التواصل، مما يُحفّز الإعلام التقليدي على تقديم تحليلات معمقة لاحقاً. يستمر الجمهور في التفاعل مع هذه الأخبار من خلال التعليقات

Flew, Terry. Understanding Global Media. London: Macmillan ²³
International Higher Education, 2018.

والمشاركة، مما يدفع المؤسسات الإعلامية إلى تحديث تغطياتها بشكل مستمر وفقاً للتطورات الجديدة وردود الفعل الواردة من الجمهور.

هذا التفاعل يعكس ديناميكية جديدة في العلاقة بين الجمهور والإعلام، حيث يصبح المستهلك جزءاً من إنتاج السرديات وتوجيهها. ومع ذلك، فإن هذا التداخل يفرض تحديات على المؤسسات الإعلامية في التحقق من المعلومات المتداولة بسرعة وضمان توازن التغطيات، دون الانجراف وراء المحتويات الأكثر إثارة وتفاعلاً فقط.²⁴

يمكن النظر إلى التغطية المتقاطعة بين الإعلام التقليدي والجديد من منظور إعادة توزيع الأدوار التحريرية، حيث يتحول المتلقي من مستهلك سلبي إلى مشارك نشط في بناء السرد. تُستخدم التعليقات وردود الفعل على منصات التواصل الاجتماعي لتوجيه تحديثات الأخبار أو حتى لابتكار زوايا جديدة لتغطيات لاحقة. كما أن هذا التكامل يُعزز حس التفاعلية اللحظية، مما يسمح للمؤسسات الإعلامية التقليدية بإجراء استطلاعات مباشرة للرأي أو متابعة اتجاهات الجمهور في الوقت الفعلي خلال الأحداث الكبرى.

إلى جانب ذلك، ساهمت التغطية المباشرة متعددة المنصات في كسر احتكار الوقت؛ فالأخبار العاجلة التي كانت تنتظر حتى النشرات الإخبارية أصبحت متاحة فور وقوعها عبر الإنترنت، بينما تُعاد صياغتها في شكل تحليل أعمق ضمن البرامج التلفزيونية لاحقاً. هذا الأسلوب يُتيح توسيع دورة حياة الأخبار، حيث تنتقل

Sunstein, Cass R. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press, 2017

من تغطية سريعة على المنصات الرقمية إلى محتوى مفصل في وسائل الإعلام التقليدية.

ومع ذلك، يواجه هذا التفاعل تحديًا من نوع جديد يتمثل في ضغوط الخوارزميات التي تحدد المحتوى المرئي على منصات التواصل، مما قد يُجبر الإعلام التقليدي على اتباع اتجاهات محددة لضمان الوصول إلى الجمهور. يؤدي ذلك إلى تضيق نطاق التنوع في السرديات المطروحة، إذ قد يميل الإعلام إلى التوجه نحو الموضوعات ذات التفاعل المرتفع على حساب قضايا أخرى أقل شعبية ولكنها ذات أهمية مجتمعية.

كما أن التغطية المتقاطعة قد تفتح المجال لتجارب إعلامية أكثر إبداعًا، مثل التقارير التفاعلية المدعومة بالواقع المعزز أو الافتراضي، مما يُضفي بعدًا جديدًا على الأخبار، ويخلق تجربة تفاعلية غنية للمستخدمين تجمع بين التوثيق الاحترافي والتفاعل الشخصي.

يفتح التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد المجال أمام مزيد من التجارب الصحفية المبتكرة. يظهر ذلك من خلال اعتماد الإعلام التقليدي على منصات رقمية لإطلاق قصص تفاعلية تسمح للجمهور بالمشاركة في السرد عن طريق استطلاعات الرأي أو التفاعل المباشر أثناء البرامج. كذلك، أصبحت الأحداث المباشرة مثل الانتخابات أو الأزمات فرصة للتكامل، حيث يتم تقديم تغطيات تلفزيونية مدعومة بتغريدات وتعليقات مباشرة، مما يضيف حيوية على الخبر.

هذا التداخل أسهم أيضًا في كسر الحواجز الجغرافية، حيث بات بالإمكان متابعة الأخبار المحلية والدولية في الوقت نفسه عبر المنصات المختلفة. ولم يقتصر الأمر على نشر الأخبار؛ بل امتد إلى تحليل البيانات، إذ يتم استخدام المعلومات المستخلصة من وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه الصحفيين نحو الموضوعات الأكثر تداولًا واهتمامًا.²⁵

تواجه هذه التغطية المتقاطعة تحديات إضافية، مثل الحاجة إلى التوازن بين التفاعل الفوري والتحقق المهني، حيث قد يؤدي الضغط لنشر الأخبار بسرعة إلى نشر معلومات غير دقيقة. علاوة على ذلك، أصبحت هناك حاجة لتطوير استراتيجيات جديدة تضمن الشفافية والمصادقية في التعامل مع المحتوى الرقمي، خاصة في مواجهة الأخبار المضللة.

توسع التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد أفسح المجال لتطوير أنماط جديدة من الصحافة التعاونية، حيث يُشرك الجمهور في تقديم المعلومات والتحقق منها، مثلما يحدث في المبادرات الصحفية الاستقصائية. هذا التكامل يعزز الشفافية والمساءلة، إذ يمكن للمشاهدين متابعة تطورات القصص عبر المنصات المختلفة، والمساهمة في الكشف عن تفاصيل جديدة أو تقديم تعقيبات مباشرة.²⁶

كما أن هذا التداخل ساعد في إنتاج محتوى موجه لجمهور متعدد، حيث يتم تفصيل الرسائل الإعلامية لتناسب احتياجات كل منصة على حدة. على سبيل

²⁵ Lindgren, Simon. *Data Theory: Interpretive Sociology and Computational Methods*. Los Angeles: SAGE, 2020

²⁶ Enli, Gunn. *Social Media and Election Campaigns: Public Mobilization and Representation*. Cham: Springer, 2017

المثال، تقدم الصحف التقليدية نسخاً مختصرة من تقاريرها على وسائل التواصل الاجتماعي، لتوجيه الجمهور نحو المحتوى الكامل عبر مواقعها الرسمية.

على الرغم من الفوائد، إلا أن التفاعل المتزايد يثير قضايا أخلاقية، خاصة فيما يتعلق بخصوصية البيانات. تعتمد وسائل الإعلام التقليدي على تحليل بيانات التفاعل لفهم الجمهور وتوجيه المحتوى، مما يثير تساؤلات حول حدود استخدام تلك البيانات بطرق عادلة وشفافة.

في المستقبل، قد تفتح التغطيات المتقاطعة المدعومة بالذكاء الاصطناعي أبواباً جديدة للتفاعل الفوري مع الجمهور، مثل تحليل الآراء في الوقت الحقيقي خلال الأحداث الكبرى، مما سيُعزز من سرعة الاستجابة ودقة التغطيات الإعلامية.

ساعد التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد في تعزيز الابتكار في إدارة المحتوى، حيث طورت المؤسسات الإعلامية استراتيجيات لنشر الأخبار على عدة منصات في وقت واحد، مع تخصيص المحتوى وفق طبيعة كل منصة. على سبيل المثال، يتم استخدام الفيديوهات القصيرة على إنستغرام لجذب الانتباه، بينما يتم تقديم تحليلات معمقة عبر المواقع الرسمية أو البرامج التلفزيونية.

كما أصبحت التغطية المتقاطعة أداة أساسية لإدارة الأزمات، حيث يمكن للمؤسسات الإعلامية تقديم تحديثات سريعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع شرح معمق عبر قنواتها التقليدية. هذا التفاعل يُمكن الجمهور من الحصول على معلومات دقيقة وفورية، مما يزيد من ثقتهم بالمؤسسات الإعلامية.

يُبرز هذا النموذج أيضًا دورًا أكبر للصحفيين كميسرين للتفاعل، حيث يتواصلون مباشرة مع الجمهور، وينقلون ردود الفعل إلى غرف الأخبار، مما يُثري التغطية ويجعلها أكثر قربًا من اهتمامات المتابعين. ومع دخول تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين هذا التفاعل باستخدام أدوات تتابع اتجاهات الجمهور في الوقت الحقيقي، مما يسمح باستباق الأحداث وضمان سرعة التغطية دون التضحية بالدقة.

ومع كل هذه التطورات، يبقى التحدي الأكبر في إيجاد توازن مستدام بين السرعة والمهنية، خاصة في ظل ضغط الجمهور للحصول على معلومات لحظية، مما يفرض على المؤسسات الإعلامية تطوير أنظمة تحريرية مرنة قادرة على التعامل مع هذه الديناميكيات المستجدة.

أدى تفاعل الإعلام التقليدي والجديد إلى إعادة تعريف مفهوم الجمهور؛ فبدلاً من كونه مجرد مستهلك سلبي للمحتوى، أصبح الجمهور عنصراً فاعلاً في إنتاج ونشر الأخبار. يتم هذا من خلال الحملات التفاعلية أو التعليقات المباشرة، التي تؤثر في السرد الإعلامي وتغير اتجاه التغطيات في الوقت الحقيقي.²⁷

كما أتاح هذا التفاعل تحقيق الشفافية وتعزيز المساءلة، إذ يمكن للجمهور المطالبة بمزيد من التوضيحات أو تصحيح الأخطاء فور وقوعها، مما يعيد بناء الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، ظهرت أشكال جديدة من الصحافة

Hermida, Alfred. Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters. Toronto: Doubleday Canada, 2014

التعاونية، حيث تعمل المؤسسات الإعلامية مع أفراد أو مجموعات مستقلة عبر المنصات الرقمية في التحقيقات أو جمع البيانات.

في السياق الاقتصادي، سمح هذا التكامل للمؤسسات الإعلامية بالتوسع في نماذج أعمال جديدة تعتمد على الاشتراكات الرقمية والإعلانات الموجهة بناءً على تحليل سلوك المستخدمين. ومع ذلك، تبقى هناك تحديات أخلاقية، لا سيما فيما يتعلق باستخدام البيانات الشخصية في صناعة المحتوى الإخباري، مما يفرض على المؤسسات تطوير مدونات سلوك شفافة توازن بين الابتكار وحماية الخصوصية.

التفاعل المتزايد بين الإعلام التقليدي والجديد أدى إلى تحولات جوهرية في كيفية إنتاج المحتوى واستقباله. أصبحت المنصات الرقمية ليست فقط أداة تكميلية، بل محوراً لإعادة ابتكار الإعلام. على سبيل المثال، بدأ الصحفيون التقليديون يعتمدون على التفاعل مع الجمهور لرصد اتجاهات الأحداث الحية من خلال المشاركات الفورية على وسائل التواصل الاجتماعي. هذا يساهم في تحسين قدرة المؤسسات الإعلامية على تغطية أوسع وأكثر شمولية، مما يعزز دور الإعلام الجديد في تقديم نبض الشارع.²⁸

كما أتاح هذا التفاعل نشر التحقيقات متعددة الأجزاء عبر وسائل مختلفة؛ تبدأ القصة بنشر فوري على الإنترنت، ثم تتطور إلى تقرير تلفزيوني موسع، يليها حوار تفاعلي مع الجمهور عبر البث المباشر. هذا النوع من التنسيق المتقاطع

Klinger, Ulrike, and Jakob Svensson. "The Emergence of Network ²⁸ Media Logic in Political Communication." *New Media & Society* 17, no. 8 (2015): 1241-1257

يعزز عمق التغطية، ويمكن المؤسسات الإعلامية من الاستفادة من نقاط قوة كل منصة لتعظيم الأثر.

في الوقت نفسه، أدت هذه التحولات إلى تغيير جذري في نماذج التفاعل الاقتصادي للإعلام، حيث أصبح التحليل المستند إلى البيانات أداة أساسية لفهم احتياجات الجمهور وتوجيه المحتوى. عبر تحليل أنماط الاستهلاك، يمكن للمؤسسات الإعلامية تقديم محتوى مخصص يتوافق مع اهتمامات الجمهور، مما يعزز ولاء المشاهدين أو القراء ويزيد من الاعتماد على المنصات التفاعلية لزيادة العائدات من الإعلانات.

من الناحية الاجتماعية، ساعد هذا التفاعل على توسيع نطاق النقاش العام، مما أتاح للمجتمعات المهمشة فرصة التعبير عن آرائها بفعالية أكبر. إلا أن هذه الحرية الرقمية تقابلها تحديات في مواجهة الأخبار الزائفة والاستقطاب، حيث تجد المؤسسات الإعلامية نفسها مضطرة إلى تطوير أدوات جديدة للتحقق من الحقائق والحفاظ على مصداقيتها.

بالتوازي مع هذه الفرص، ينطوي هذا التداخل أيضًا على تحديات تحريرية معقدة؛ إذ ينبغي على المؤسسات تحقيق التوازن بين التفاعل الفوري والمتطلبات المهنية للتحقق من المعلومات. في المستقبل، من المتوقع أن يتزايد التكامل بين الإعلامين التقليدي والجديد عبر دمج الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم، مما يعيد تشكيل طبيعة الإعلام بطرق أكثر ابتكارًا وتفاعلية.²⁹

Quandt, Thorsten, and Jane B. Singer. *Convergence and Cross-Platform Content Production: Technology, Participation, and the Media Landscape*. Berlin: De Gruyter, 2016

تأثير التداخل الإعلامي على الجمهور ومراحل نقل المعلومة بين المنصات

التداخل الإعلامي يؤثر بشكل عميق على الجمهور، حيث أصبح المتلقي ليس فقط مستهلكاً للمحتوى، بل مشاركاً نشطاً في إنتاجه ونشره. تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للجمهور التفاعل الفوري مع الأخبار وتقديم ردود فعل مباشرة، مما يوسع النقاش العام ويعزز مشاركة الأفراد في صياغة السرد الإعلامي. هذا التفاعل يعزز الشعور بالانتماء والمشاركة، لكنه أيضاً يخلق تحديات، مثل الاستقطاب وزيادة انتشار الأخبار الزائفة، حيث يمكن أن يُساهم المحتوى المضلل في إعادة تشكيل الآراء العامة.

فيما يتعلق بمراحل نقل المعلومة بين المنصات، تمر الأخبار غالباً بعدة مراحل:

المرحلة الأولى – النشر الأولي:

الخبر يُنشر بشكل أولي عبر المنصات الرقمية أو وسائل الإعلام التقليدي، مثل البث التلفزيوني أو مواقع الأخبار. الهدف هنا هو تقديم معلومات سريعة وإحاطة الجمهور بالحدث.

المرحلة الثانية – التفاعل الفوري:

يبدأ الجمهور بالتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مثل تويتر وفيسبوك، مما يولد نقاشات واسعة ويسمح برصد اتجاهات الجمهور تجاه الموضوع.

المرحلة الثالثة – التغطية المتعمقة:

بناءً على التفاعل الأولي، تعيد وسائل الإعلام التقليدية تقديم القصة بشكل موسع من خلال تحقيقات، مقابلات، أو تقارير تحليلية، ما يتيح فهمًا أعمق للأحداث.

المرحلة الرابعة – التغذية الراجعة:

تتفاعل المؤسسات الإعلامية مع النقاشات الناتجة عبر الإنترنت، وقد تضيف تحديثات أو تصحيحات للمحتوى السابق بناءً على المعلومات الجديدة التي يوفرها الجمهور أو المصادر الأخرى.

المرحلة الخامسة – إعادة إنتاج المحتوى:

يتم تحويل القصة إلى صيغ أخرى تناسب منصات متعددة، مثل فيديوهات قصيرة على إنستغرام أو مقاطع تحليلية على يوتيوب، مما يطيل دورة حياة الخبر ويوسع انتشاره.

هذا التفاعل المتبادل بين المنصات يعزز ديناميكيات نقل المعرفة، لكن تحديات مثل التحقق من المعلومات وضمان الموضوعية ما زالت تواجه المؤسسات الإعلامية. يؤدي هذا التداخل أيضًا إلى إعادة توزيع السلطة الإعلامية، حيث

يساهم المستخدمون في تحديد أجندة القضايا، مما يحدث تحولاً جذرياً في طبيعة العلاقة بين الإعلام والجمهور.³⁰

التداخل الإعلامي أثر بعمق على كيفية تعامل الجمهور مع المعلومات؛ إذ أصبح المستخدمون ينتقلون بسلاسة بين المنصات، مما يعزز من المرونة في استهلاك المحتوى. هذا التطور أدى إلى ظهور ظاهرة المشاركة المستمرة، حيث يساهم الأفراد في إثراء النقاشات وتوسيع زوايا القضايا المطروحة من خلال إعادة نشر المحتوى وتعليقهم عليه.

من جهة أخرى، خلق هذا التداخل تحدياً في إدارة المعلومات الزائدة؛ فالانتقال السريع بين المنصات يولد إحساساً بالتشتت، حيث يصبح من الصعب تمييز المصادر الموثوقة من الأخبار المزيفة. هذا التداخل يحفز الجمهور على الانتقائية في اختيار مصادرهم الإعلامية، معتمدين على خوارزميات تحدد ما يرونه، مما يعزز تأثير غرف الصدى التي تحد من التنوع في النقاشات.

إضافة إلى ذلك، أسهم هذا التداخل في إطالة دورة حياة المحتوى؛ إذ يُعاد تقديم الأخبار بصيغ مختلفة، مثل المقالات، الفيديوهات، أو البث المباشر، مما يجعل الجمهور يتابع القصة من زوايا متعددة عبر الزمن. كما أن هذا التفاعل المتعدد الأطراف بين المنصات يسمح بتطور مستمر للسرديات الإعلامية، حيث تتغير القصص بناءً على مدخلات المستخدمين والتطورات الميدانية.

Bennett, W. Lance, and Steven Livingston. "The Logic of ³⁰ Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics." *Information, Communication & Society* 15, no. 5 (2012): 739-768

ساهم التداخل الإعلامي إلى إعادة تشكيل دور الجمهور، حيث لم يعد يقتصر على الاستهلاك السلبي للمعلومات بل أصبح مشاركاً في إنتاج المحتوى. يمكن للجمهور اليوم توجيه النقاشات العامة من خلال إعادة نشر المعلومات، المشاركة في حملات تفاعلية، والتأثير في توجهات المؤسسات الإعلامية.

كما أن هذا التفاعل بين المنصات عزز من تحفيز الحملات الاجتماعية والسياسية التي تبدأ على وسائل التواصل الاجتماعي وتصل إلى الإعلام التقليدي، مما يخلق حالة من التكامل الديناميكي في التأثير المجتمعي. يظهر هذا التداخل بوضوح في الأزمات الكبرى، حيث تُدعم التغطيات الإخبارية بتحليلات الجمهور على منصات مثل تويتر وفيسبوك، مما يُثري فهم الجمهور ويوسع زوايا الرؤية.³¹

كذلك أدى هذا التداخل إلى ظهور مساحات جديدة للابتكار الصحفي؛ حيث تطورت أدوات مثل البث الحي المشترك بين وسائل الإعلام والجمهور، ما يوفر تفاعلاً في الزمن الحقيقي ويُسهّم في تقديم محتوى أكثر ثراءً. كما تشجع هذه البيئة التفاعلية على التواصل عبر الثقافات، حيث يمكن للجمهور الدولي أن يُساهم في النقاشات المحلية عبر المنصات الرقمية، مما يعزز البعد العالمي للتغطية الإعلامية.

³¹ Sweetser, Kaye D., and Guy J. Golan. "Intermedia Agenda-Setting in the Hybrid Media System." *Journal of Communication* 65, no. 1 (2015): 33-55.

رغم الفوائد، يظل تحدي إدارة التدفق المعلوماتي الضخم مسألة جوهرية؛ إذ يتطلب هذا التداخل الإعلامي تطوير مهارات نقدية لدى الجمهور لفهم وتقييم المعلومات المعروضة بشكل مستمر عبر المنصات المختلفة.

لقد أدى التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد إلى تعزيز مفهوم الاستجابة الفورية، حيث يمكن للمؤسسات الإعلامية تلقي ردود أفعال الجمهور في الوقت الحقيقي. هذه الديناميكية دفعت وسائل الإعلام إلى المرونة التحريرية، حيث يمكن تعديل المحتوى أو تحديثه بناءً على التفاعل الفوري، مما يعزز الثقة والمصداقية لدى الجمهور.³²

في الوقت نفسه، ساهم هذا التداخل في إعادة تعريف العلاقة بين الصحفيين والمستخدمين؛ لم تعد المسافة بين الطرفين كبيرة، بل أصبح الجمهور جزءاً من عملية التحرير من خلال توفير معلومات من الميدان أو المشاركة في تحقيقات استقصائية. أدى هذا إلى تحسين جودة المحتوى عبر تقديم زوايا متعددة للنقاش ورؤى جديدة غير متاحة في السابق.

إضافة إلى ذلك، بات تحديد الأولويات الإعلامية يتأثر بشكل مباشر باتجاهات الجمهور في وسائل التواصل، حيث تراقب المؤسسات الإعلامية التوجهات الشعبية لتحديد الموضوعات ذات الأهمية. ومع ذلك، يطرح هذا التفاعل تحديات تتعلق بالنزاهة التحريرية، حيث قد تضطر المؤسسات إلى ملاحقة المحتويات الرائجة على حساب القضايا ذات الأهمية طويلة الأجل.

³² Quandt, Thorsten, and Jane B. Singer. *Convergence and Cross-Platform Content Production: Technology, Participation, and the Media Landscape*. Berlin: De Gruyter, 2016.

التداخل الإعلامي أيضًا عزز الاعتماد على التحليلات الخوارزمية لفهم سلوك الجمهور وتوجيه المحتوى بطريقة أكثر تخصيصًا. بات بإمكان المؤسسات الإعلامية تصميم رسائل موجهة تستهدف اهتمامات الجمهور المحددة، مما أدى إلى زيادة الولاء وتوسيع نطاق التفاعل. ومع ذلك، يظهر تحدي الهيمنة الخوارزمية، حيث تؤدي هذه التقنيات إلى تضيق تنوع المحتوى، مما يعزز غرف الصدى ويضعف التنوع الفكري.

إلى جانب ذلك، أصبحت التغطية عبر المنصات المتعددة أداة أساسية في إدارة الأخبار العاجلة. تنتقل القصة في مراحل مختلفة بين التلفزيون ووسائل التواصل، مما يسمح بإطالة دورة حياة الخبر وتحقيق أقصى تأثير ممكن.

التداخل الإعلامي أدى أيضًا إلى ظهور أنماط جديدة من المحتوى التعاوني، حيث يعمل الصحفيون والمستخدمون معًا في إنتاج الأخبار عبر المنصات الرقمية. هذا النهج يعزز الصحافة التشاركية و يتيح للمستخدمين لعب دور فعال في التغطيات الإعلامية، مما يزيد من الشفافية. كذلك، أصبحت المؤسسات الإعلامية تستخدم البث المباشر التفاعلي كوسيلة لاستقطاب الجمهور الفوري، مما يخلق تجربة غامرة في متابعة الأحداث.

ومع ذلك، يفرض هذا التداخل تحديات فيما يتعلق بإدارة الموثوقية، حيث يمكن للمحتوى العفوي والمعلومات غير المدققة أن تؤثر على مصداقية الإعلام وتغذي الأخبار المضللة بشكل غير مقصود.³³

النماذج النظرية الممكنة لتفسير التداخل الإعلامي

يمثل التداخل الإعلامي بين الوسائل التقليدية والجديدة ظاهرة معقدة تتطلب استيعاباً أعمق لفهم ديناميكياته المتشابكة. لم تعد الحدود واضحة بين أدوار المؤسسات الإعلامية وال جماهير، ما يفرض الحاجة إلى نماذج نظرية تفسر هذا التفاعل المستمر وتساعد على استكشاف التحولات التي تحدث في إنتاج المحتوى، توزيعه، واستقباله. هذه النماذج تسعى إلى تحليل أنماط التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، وتوضح كيف يؤثر كل منهما على الآخر، سواء من خلال التغذية العكسية، التدفقات الثنائية، أو التأثير الخوارزمي.

تعد النماذج النظرية وسيلة لفهم كيف يعيد هذا التداخل توزيع السلطة الإعلامية، وي طرح أسئلة حول الهيمنة، التفاعل الفوري، وإطالة دورة حياة الأخبار. كل نموذج يقدم رؤية مختلفة لكيفية انتقال المحتوى عبر المنصات، بدءاً من التغطيات الفورية على الإنترنت، مروراً بتحليلها في وسائل الإعلام التقليدي، وصولاً إلى تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال الوسائط الرقمية.

Klinger, Ulrike, and Jakob Svensson. "The Emergence of Network ³³ Media Logic in Political Communication." *New Media & Society* 17, no. 8 (2015): 1241-1257

تعكس هذه النماذج ليس فقط تكامل الأدوار الإعلامية بل أيضًا التحولات التكنولوجية والاجتماعية التي أعادت تعريف وظيفة الإعلام في المجتمع المعاصر.

1. نموذج التغذية العكسية الإعلامية (Media Feedback Loop) (Model)

يقوم هذا النموذج على فكرة أن التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد يشكل دائرة مغلقة، حيث تُستخدم الردود الواردة من الجمهور عبر المنصات الرقمية لتوجيه وتحديث التغطيات الإعلامية التقليدية. يتم بناء سرديات جديدة بناءً على هذه التفاعلات، مما يعزز التفاعل المتبادل ويطور المحتوى باستمرار.

نموذج التغذية العكسية الإعلامية يبرز العلاقة التفاعلية المستمرة بين الإعلام والجمهور، حيث لا تتوقف عملية الاتصال عند إرسال المحتوى، بل تستمر بتلقي ردود الفعل من الجمهور وتوجيه المحتوى بناءً على تلك التفاعلات. يعزز هذا النموذج ديناميكية التغطية الإعلامية، حيث يصبح المحتوى في حالة تطوير مستمر بناءً على التعليقات والمناقشات التي تثيرها الأخبار أو البرامج عبر المنصات الرقمية.

في هذا السياق، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في تسريع التغذية العكسية اللحظية، حيث يمكن للمؤسسات الإعلامية تعديل أو تعزيز المحتوى استجابة لتوجهات الجمهور. هذه التغذية العكسية ليست مجرد أداة لتحسين التغطية، بل تساهم في إطالة دورة حياة المحتوى، حيث يستمر النقاش حول القضايا التي تثير اهتمام الجمهور لفترات طويلة، حتى بعد انتهاء التغطية الأولية في وسائل الإعلام التقليدي.

تأثير هذا النموذج يتجاوز تحسين جودة التغطية ليشمل تعزيز الشفافية والمصادقية. فحين تستجيب المؤسسات الإعلامية بشكل علني للنقد أو التصحيح القادم من الجمهور، تزداد الثقة بينها وبين المتابعين. ومع ظهور الخوارزميات، بات من الممكن تحليل التفاعل الجماهيري بشكل أوسع، مما يساعد الإعلاميين على اتخاذ قرارات مدروسة حول الموضوعات التي يجب تسليط الضوء عليها أو إعادة ترتيب أولويات التغطية.

من ناحية أخرى، يطرح هذا النموذج تحديات تحريرية، إذ قد تصبح المؤسسات الإعلامية مضطرة إلى ملاحقة المحتويات التي تحظى بتفاعل واسع، حتى لو لم تكن ذات أهمية استراتيجية على المدى الطويل.

يمكن النظر إلى نموذج التغذية العكسية الإعلامية من زاوية التفاعل المتخصص، حيث يمكن للمؤسسات الإعلامية استخدام البيانات المستخلصة من ردود فعل الجمهور لتخصيص المحتوى وفقًا لاهتمامات الفئات المختلفة. هذه التغذية لا تقتصر على تعليقات النصوص فقط، بل تمتد إلى التفاعل عبر التحليلات الصوتية والفيديوهات التفاعلية، مما يفتح المجال أمام إنتاج محتوى مخصص لكل منصة.

كما يوفر النموذج فرصة لتعزيز التفاعل في الوقت الحقيقي، إذ يمكن أن تستند التغطيات الإعلامية إلى مؤشرات مباشرة حول توجهات الجمهور. على سبيل المثال، يتم متابعة الهاشتاغات الرائجة لتضمينها في البرامج أو إدماج أسئلة الجمهور ضمن الحوارات الجارية على الهواء مباشرة. هذه الآلية لا تعزز فقط من تفاعل الجمهور، بل أيضًا تحوّل المستهلكين إلى مشاركين نشطين في صناعة السرد الإعلامي.

ومع ذلك، قد يؤدي هذا الاعتماد الكبير على التغذية العكسية إلى تحديات تتعلق بالتحكم في السرديات العامة؛ إذ قد تفرض اتجاهات الجمهور ضغطًا على المؤسسات الإعلامية لمتابعة المواضيع الأكثر جذبًا للتفاعل، حتى على حساب المواضيع الجوهرية ذات الأهمية طويلة الأمد³⁴.

2. نموذج التكامل الهجين (Hybrid Integration Model)

يفترض هذا النموذج أن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لا تتنافس، بل تعمل في تكامل، حيث يتم دمج منصات التواصل الاجتماعي مع التلفزيون والإذاعات والصحف لتعظيم تأثير المحتوى. يُستخدم كل نوع إعلامي لنقل المحتوى بشكل يناسب طبيعة جمهوره، مما يعزز المرونة في الوصول.

Thorson, Kjerstin, and Shelley Boulianne. "Exploring the Feedback³⁴ Loop between Social Media and Political Participation." *Political Communication* 37, no. 2 (2020): 155–73

نموذج التكامل الهجين يوضح كيف يمكن للإعلام التقليدي والرقمي العمل بتناغم لتعظيم الأثر الإعلامي. يعتمد هذا النموذج على الجمع بين المصادقية المهنية لوسائل الإعلام التقليدية والمرونة الفورية التي يوفرها الإعلام الرقمي. ويعزز هذا التكامل التعاون بين المنصات، بحيث يُستخدم المحتوى التقليدي كمرجعية للمعلومات، بينما يتم تقديمه بأساليب مبتكرة على المنصات الرقمية، مثل الفيديوهات القصيرة أو البث المباشر عبر وسائل التواصل.

هذا النموذج لا يعني فقط نقل المحتوى بين القنوات، بل يعتمد أيضاً على دمج استراتيجيات التحرير، حيث يتم تحديد أولويات المحتوى بناءً على التفاعل الرقمي وتحليل بيانات الجمهور. على سبيل المثال، قد يتم رصد الموضوعات الرائجة على وسائل التواصل وإعادة تقديمها بتغطيات معمقة في التلفزيون أو الصحف.

إحدى نقاط القوة في هذا النموذج هي قدرته على إطالة دورة حياة المحتوى، حيث تبدأ الأخبار على الإنترنت، ثم تُعاد معالجتها في برامج تلفزيونية تحليلية، لتعود مرة أخرى إلى وسائل التواصل في شكل مقاطع تفاعلية وتعليقات. يسهم هذا التكامل في توسيع دائرة الوصول، حيث يتم تخصيص المحتوى لخدم الجمهور بمختلف أنواعه عبر القنوات المتعددة.

ومع ذلك، يفرض هذا النموذج تحديات تحريرية واستراتيجية؛ إذ يجب الحفاظ على الاتساق في الرسائل المقدمة بين المنصات المختلفة مع مراعاة التباين في طبيعة كل منصة. كما يتطلب النجاح في هذا النموذج تطوير أدوات تحليل مستمرة لضبط استراتيجيات المحتوى في الوقت الفعلي، بما يضمن تلبية توقعات الجمهور على كل منصة دون التضحية بالمصادقية والاحترافية.

يعزز نموذج التكامل الهجين التعاون بين الإعلام التقليدي والرقمي من خلال إعادة تشكيل تجربة المستخدم. يتمثل ذلك في تطوير استراتيجيات التحليل الخوارزمي لفهم أنماط استهلاك الجمهور وتوجيه المحتوى بناءً على تلك الأنماط، مما يتيح مزيداً من التخصيص.

كما يسهم التكامل في تحقيق تفاعل ثنائي الاتجاه، حيث تتيح المؤسسات الإعلامية للجمهور المساهمة في النقاش العام من خلال استطلاعات رقمية أو مقاطع تُدمج في البرامج التلفزيونية. ويؤدي ذلك إلى توسيع الحوار عبر القنوات المختلفة، مما يعزز التفاعل المستمر بين الأخبار العاجلة والتحليلات المعمقة.

إلى جانب ذلك، تُستخدم أدوات جديدة مثل البث متعدد القنوات (simulcasting)، حيث يتم بث المحتوى على التلفزيون والمنصات الرقمية في آن واحد، مما يضمن الوصول الفوري للجمهور مع تعظيم التفاعل في الزمن الحقيقي.

يساهم نموذج التكامل الهجين في تحفيز الابتكار في المحتوى الإعلامي من خلال دمج الأدوات التفاعلية، مثل الواقع المعزز (AR) والبث التفاعلي. هذه التقنيات تجعل تجربة المتلقي أكثر غنى وتفاعلية، حيث يمكنه استكشاف المحتوى بطرق غير تقليدية.

كما يسمح التكامل الهجين بتطوير أنماط سرد متقدمة، حيث يمكن للأحداث الكبرى أن تُنقل عبر وسائط متعددة بشكل متزامن. يتطلب ذلك تنسيقاً تحريرياً معقداً

لضمان تقديم معلومات متنسقة بين المنصات المتعددة، مع الاستفادة من خصائص كل منصة لتعميق التفاعل وتعزيز ولاء الجمهور.³⁵

3. نموذج التأثير متعدد المستويات (Multi-Level Impact Model)

يرى هذا النموذج أن التأثير الإعلامي ينتقل على مراحل متتالية؛ يبدأ بالتغطيات السريعة عبر المنصات الرقمية، ثم يُعاد تقديمها بشكل أكثر تفصيلاً في وسائل الإعلام التقليدي. يركز هذا النموذج على كيفية بناء الرسائل الإعلامية بطرق تتناسب مع منصات متعددة، كل منها يخدم غرضاً معيناً في إيصال الرسالة.

نموذج التأثير متعدد المستويات يُبرز كيف تنتقل المعلومات عبر مراحل معقدة تبدأ من المنصات الرقمية العاجلة وصولاً إلى التحليلات المتعمقة في الإعلام التقليدي. هذا التدفق يعزز من تكامل الإعلام، حيث يتم تحويل الأخبار العاجلة إلى قصص أكثر شمولاً وتحليلاً.

يسمح هذا النموذج أيضاً بقياس التأثير على مستويات زمنية مختلفة: قصير المدى من خلال التغطية السريعة، ومتوسط المدى عبر النقاش العام المستمر، وطويل المدى عبر الأبحاث والمقالات التحليلية. كما يعزز إعادة توجيه المحتوى من خلال تحديث القضايا بناءً على المستجدات المستمرة، ما يُبقي الجمهور متفاعلاً مع الحدث.

Oxford Academic. "The Hybrid Media System: Politics and Power."³⁵
Political Science Quarterly, 2022

إلى جانب ذلك، يعتمد هذا النموذج على تحليل تفاعل الجمهور عبر المنصات المتعددة لتقييم فاعلية الرسائل الإعلامية، ما يُساعد المؤسسات الإعلامية على تحسين استراتيجيات المحتوى بما يتوافق مع اهتمامات الجمهور في كل مرحلة.

يتم تحليل دور التفاعل المستمر بين الإعلام التقليدي والجديد ليس فقط كوسيلة لنقل المعلومات، بل لتوسيع نطاق التأثير على مستويات اجتماعية وثقافية متعددة. يسهم هذا النموذج في بناء سرديات تدريجية، تبدأ بمرحلة إثارة الانتباه عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتتحول لاحقاً إلى قضايا راسخة تنصدر النقاش العام عبر البرامج التلفزيونية والمقالات التحليلية.

كما يوفر هذا النموذج ديناميكية التقييم المرهلي، حيث يتم قياس تأثير الأخبار على مختلف الفئات في مراحل مختلفة، مما يعزز قدرة المؤسسات الإعلامية على تكيف المحتوى بمرونة لضمان استمرارية التأثير.

هناك أيضاً دوره في تحفيز التغيير الاجتماعي التدريجي. يعتمد هذا النموذج على بناء التفاعل عبر مراحل زمنية مختلفة، حيث يبدأ التأثير قصير المدى بتوجيه الاهتمام نحو القضايا الساخنة عبر الأخبار العاجلة، ثم يتحول إلى ضغط مجتمعي مستمر على المنصات الرقمية، ما يؤدي إلى دفع المؤسسات التقليدية إلى تسليط الضوء بشكل أكبر على القضية وتقديمها ضمن نقاشات معمقة.

إحدى أهم ميزات هذا النموذج هي قدرته على إعادة تشكيل السرديات بناءً على الاستجابات المجتمعية؛ إذ يتم تحليل ردود الفعل على كل مرحلة من مراحل التغطية لإعادة صياغة المحتوى وتقديم زوايا جديدة. هذا التفاعل المتكرر يخلق

تأثيرًا مضاعفًا يجعل الرسائل الإعلامية أكثر شمولًا وقادرة على الاستمرار في تشكيل الرأي العام لفترات طويلة، مع ضمان متابعة الجمهور من خلال التحديث المستمر عبر المنصات المختلفة.

نموذج التأثير متعدد المستويات يوضح أيضًا كيف يمكن للمحتوى الإعلامي أن يتحول عبر الوقت من تأثير مباشر إلى تأثير متراكم. على سبيل المثال، تبدأ التغطية بإثارة ووعي سريع عبر الأخبار العاجلة على المنصات الرقمية، ثم يتم تطوير القضية بشكل أعمق في الصحافة التقليدية، مثل التحليلات المطولة أو التحقيقات الاستقصائية. هذا التحول التدريجي يُسهم في ترسيخ القضايا في وعي الجمهور على مراحل، مما يعزز الضغط المجتمعي طويل الأمد لتحقيق تغييرات سياسية أو اجتماعية.

إحدى الديناميكيات الفريدة لهذا النموذج تتمثل في أن الأخبار لا تفقد زخمها بسرعة؛ بل تنتقل بين منصات متعددة، مما يتيح استمرار النقاش في مساحات متنوعة من الإعلام. هذا يخلق تأثيرًا تراكميًا، حيث تصبح القضايا التي تتابعها المنصات الرقمية جزءًا من السرد الإعلامي المؤسسي، مما يمنحها بعدًا أكبر من المصادقية والاهتمام المجتمعي.

كما أن هذا النموذج يسمح بمواجهة ظاهرة التشتت الإعلامي، حيث يتم توجيه انتباه الجمهور نحو قضايا مختلفة على مدار الوقت مع إعادة صياغة الأولويات الإعلامية وفق التفاعل الجماهيري. يمكن للإعلام استخدام التحليلات الرقمية لرصد مستويات اهتمام الجمهور خلال كل مرحلة، مما يعزز فعالية المحتوى. ويتيح تحسين استراتيجيات التغطية لتتوافق مع اهتمامات المتابعين وتوجهاتهم.

يعزز هذا النموذج القدرة على إدارة الأزمات الإعلامية بفاعلية أكبر، حيث تبدأ التغطية بمتابعة فورية على وسائل التواصل الاجتماعي وتُستكمل بتقارير تحليلية وتحديثات منتظمة. يساعد هذا التفاعل المتعدد الطبقات في ضمان تقديم صورة متكاملة للأحداث، مما يزيد من مصداقية المؤسسات الإعلامية ويجعلها قادرة على مواكبة تطلعات الجمهور.³⁶

4. نموذج التدفق الثنائي المتداخل (Dual-Flow Interweaving) (Model)

يركز هذا النموذج على كيفية انتقال المحتوى ذهابًا وإيابًا بين الإعلام التقليدي والجديد، حيث تؤثر الأخبار الرقمية على القضايا التي يتم تغطيتها في الإعلام التقليدي، والعكس صحيح. يؤدي هذا التفاعل إلى تشكل سرديات هجينة تتطور باستمرار وفقًا للتفاعل الجماهيري والتغطيات المؤسسية.

يحدث هذا التدفق الثنائي من خلال إعادة إنتاج المحتوى: حيث تنطلق الأخبار العاجلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ثم تُعاد معالجتها بشكل أعمق في القنوات التقليدية مثل الصحف والتلفزيون، ليتم بعد ذلك نشر مقتطفات جديدة أو تحديثات عبر المنصات الرقمية مرة أخرى.

Chadwick, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*.³⁶
New York: Oxford University Press, 2013

يسهم هذا النموذج في تعزيز التكامل بين أنواع الإعلام المختلفة، بحيث يصبح كل وسيط منصة تكمل الأخرى. على سبيل المثال، قد يستفيد التلفزيون من النقاشات الرائجة على الإنترنت لتحديد الموضوعات المهمة التي ينبغي تغطيتها، بينما يُستخدم المحتوى التلفزيوني كمرجع لتحفيز مزيد من النقاشات على المنصات الرقمية. هذا التفاعل المستمر يُنتج دورة تفاعلية تُبقي الجمهور مشاركاً ومرتبّطاً بالأحداث مع تحديث المعلومات بانتظام.

من أهم ميزات هذا النموذج هو تمكين الجمهور من التأثير في صناعة المحتوى، إذ يمكن لردود فعل المستخدمين على الأخبار الرقمية أن تدفع الإعلام التقليدي لتغطية قضايا لم تكن ضمن أولوياته. في المقابل، يساعد الإعلام التقليدي في إضفاء المصدقية على المحتوى الرقمي الذي قد يكون عُرضة للشائعات.

ومع ذلك، يواجه هذا النموذج تحديات تتعلق بضبط التوازن بين السرعة والدقة، حيث يؤدي التركيز الكبير على التفاعل اللحظي إلى زيادة الضغط على المؤسسات الإعلامية للتحقق من المعلومات بسرعة قبل نشرها في منصات التقليدية.

يقدم نموذج التدفق الثنائي المتداخل إمكانية تطوير استراتيجيات تحريرية أكثر تفاعلية، حيث يمكن استخدام التحليلات اللحظية من المنصات الرقمية لتحفيز المؤسسات الإعلامية على متابعة القضايا الأكثر تداولاً. هذا التفاعل الثنائي لا يعزز فقط التنسيق بين المنصات، بل يجعل عملية نقل المحتوى أكثر مرونة واستجابةً للتغيرات السريعة.

علاوة على ذلك، يتيح هذا النموذج إعادة توجيه النقاشات، حيث يمكن للإعلام التقليدي تقديم روايات معمقة تعيد هيكلة النقاشات التي بدأت بشكل سطحي في المنصات الرقمية. يساهم ذلك في تحسين جودة النقاش العام وتقليل تأثير الأخبار الزائفة المنتشرة سريعاً في الفضاء الرقمي.

يبرز دوره في إدارة الأزمات الإعلامية. حيث تُنقل الأخبار الأولية بسرعة عبر المنصات الرقمية، مما يتيح متابعة فورية للتطورات، فيما يُعاد صياغة هذه الأخبار وتحليلها بعمق عبر وسائل الإعلام التقليدية. هذه الآلية تمكن المؤسسات من تقديم محتوى مستمر يجمع بين السرعة والمصداقية.

كما يعزز هذا النموذج التفاعل المستدام مع الجمهور، حيث يؤدي كل تفاعل أو رد فعل إلى إعادة إنتاج المحتوى عبر المنصات المختلفة. هذا التدفق الثنائي يمكن أن يُعمق التغطيات الإعلامية ويوسع نطاق تأثيرها على مدار فترات زمنية طويلة، مما يعزز النقاشات العامة ويربط الجمهور بمراحل مختلفة من الأحداث.

تكمُن أهميته في خلق تأثيرات مترابطة بين وسائل الإعلام والجمهور على المستوى العالمي. في هذا السياق، يمكن أن تبدأ القضايا محلياً على منصات التواصل الاجتماعي، لتتحول لاحقاً إلى مواضيع ذات اهتمام عالمي بعد تبنيها من قبل وسائل الإعلام التقليدية الدولية. يعزز هذا النموذج التأثير المتبادل بين الجماهير المختلفة، حيث يساهم في نشر القضايا بشكل واسع، ما قد يُحدث تغييرات اجتماعية وسياسية عابرة للحدود.

كذلك، يساعد هذا التدفق المتداخل في زيادة استدامة القضايا الإعلامية؛ فالقضايا التي قد تفقد زخمها عبر الوسائل التقليدية تُعاد إحيائها رقميًا من خلال النقاشات المستمرة على منصات التواصل، مما يمنع اختفاءها من الأجندة العامة بسرعة.³⁷

5. نموذج إدارة المحتوى الخوارزمي (Algorithmic Content Management Model)

يشير هذا النموذج إلى دور الخوارزميات في التحكم في المحتوى الإعلامي المتداول بين الإعلام التقليدي والجديد. يتم توجيه المحتوى وفقًا لتحليل سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم، مما يجعل التدفق الإعلامي أكثر تخصيصًا ولكنه يعزز أيضًا خطر الانحياز وتقليل التنوع في المحتوى المعروف.

يساهم نموذج إدارة المحتوى الخوارزمي في تحسين تجربة المستخدم الشخصية من خلال تحليل السلوك الرقمي وتقديم محتوى يتماشى مع تفضيلات الأفراد. تعتمد الخوارزميات على بيانات مثل وقت التفاعل، التفضيلات السابقة، وحتى الموقع الجغرافي لتحديد المحتوى المناسب لكل مستخدم.

هذا النموذج يعزز كفاءة توزيع الأخبار والمعلومات، لكنه يخلق أيضًا تحديات تتعلق بالتحيز الخوارزمي، حيث يتم توجيه المستخدم نحو المحتوى المألوف بدلًا من تعريضه لوجهات نظر متنوعة. يؤدي ذلك إلى تعزيز ظاهرة غرف الصدى، مما يعمق الاستقطاب الفكري والاجتماعي.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006

إضافة أخرى تتمثل في إمكانية استغلال البيانات تجاريًا وسياسيًا، حيث تقوم الشركات الإعلامية بتوجيه المحتوى وفق أجندات خفية تخدم مصالحها أو مصالح المعلنين، مما يثير تساؤلات أخلاقية حول الشفافية والمساءلة في هذا النموذج.

يسهم نموذج إدارة المحتوى الخوارزمي في تعزيز كفاءة الوصول السريع للمعلومات، حيث تتيح الخوارزميات تقديم المحتوى الأكثر ملاءمة للمستخدم في الوقت المناسب. ومع ذلك، يؤدي الاعتماد على هذا النموذج إلى إضعاف القدرة على الاكتشاف العفوي، إذ يحصر الجمهور ضمن أنماط استهلاك متوقعة مسبقًا.

كما باتت الخوارزميات تستخدم في إدارة الأزمات الإعلامية، من خلال تحليل توجهات الجمهور في الوقت الفعلي وتقديم المحتوى المناسب لضبط النقاش العام. إلا أن هذه التقنيات تطرح تساؤلات حول العدالة في الوصول إلى المعلومات، حيث يمكن أن تؤدي إلى تهميش بعض القضايا أو حجب محتويات تخالف التوجه العام للجمهور.

يتيح نموذج إدارة المحتوى الخوارزمي للإعلام تحسين استراتيجيات التفاعل مع الجمهور من خلال تتبع الاتجاهات والأنماط في الوقت الفعلي، ما يمكن المؤسسات الإعلامية من تكييف الرسائل بسرعة لتحقيق أكبر أثر. هذا النموذج أيضًا يسهم في تحديد الشرائح المستهدفة بدقة، مما يعزز فعالية الإعلانات والرسائل الموجهة.

ومع ذلك، يواجه هذا النموذج تحديات تتعلق بمدى التلاعب بالمعلومات، حيث يمكن للخوارزميات أن تعطي الأولوية للمحتوى المثير للجدل على حساب المعلومات الدقيقة. كذلك، يؤدي الاعتماد المفرط على هذه الخوارزميات إلى تقليل التنوع في النقاش العام، ما قد يحد من ظهور آراء بديلة أو أقلية.

يمكن أن يعزز نموذج إدارة المحتوى الخوارزمي من التخصيص الذكي للتجربة الإعلامية، حيث يتم تقديم توصيات فورية تتوافق مع اهتمامات الجمهور المتغيرة. هذا التكيف المستمر يمكن أن يعمق الارتباط بين المستخدمين والمنصات الإعلامية، لكنه يثير أيضًا إشكاليات تتعلق بالخصوصية، حيث يُستغل سلوك المستخدمين لتحليل أنماط الاستهلاك، مما قد يؤدي إلى استغلال البيانات الشخصية لأغراض غير معلنة.

كذلك قد تُحدد الخوارزميات أي الأخبار أو القضايا تحصل على انتشار أوسع، مما يمنح المنصات الرقمية سلطة غير مباشرة في إدارة النقاشات العامة، وتوجيه الرأي العام دون وعي المستخدم.

يمكن أن يعزز نموذج إدارة المحتوى الخوارزمي ظهور تحولات في هيكل السلطة الإعلامية، حيث تنتقل القدرة على تحديد أولويات القضايا من المحررين التقليديين إلى الأنظمة الخوارزمية. يصبح التحكم في النطاق الزمني للمحتوى أكثر تعقيدًا، إذ تُقدم الأخبار بشكل موجه اعتمادًا على تفاعل المستخدمين في الوقت الحقيقي.

كما أن هذا النموذج يساهم في تطوير نظام بيئي إعلامي يعتمد على التنبؤات، حيث يتم تحليل البيانات للتنبؤ باتجاهات الجمهور المستقبلية وصياغة محتوى استباقي. مع ذلك، تنطوي هذه الديناميكية على مخاطر تعزيز الاعتمادية الرقمية لدى الجمهور، إذ يُصبح الأفراد محصورين في المحتوى الذي يقدمه النظام الخوارزمي بشكل متكرر بناءً على تفضيلات سابقة، مما قد يحد من التنوع الفكري.³⁸

الفصل الرابع: التأثير على الرأي العام والسياسات

يلعب الإعلام دورًا مركزيًا في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاشات السياسية، حيث لم يعد التأثير مقتصرًا على نقل المعلومات، بل أصبح مرتبطًا بقدرته الإعلام على خلق سرديات توجه التفكير الجمعي وتؤثر في صنع القرار السياسي. مع تزايد تعقيد المشهد الإعلامي الحديث، وظهور المنصات الرقمية بجانب الإعلام التقليدي، نشأت ديناميكيات جديدة تربط بين الجماهير وصناع القرار، مما جعل التأثير الإعلامي أكثر تعقيدًا وأوسع نطاقًا من أي وقت مضى.

في هذا الفصل، سنستعرض كيف يتم بناء الرأي العام عبر منصات متعددة، بدءًا من الأخبار العاجلة المنتشرة في وسائل التواصل الاجتماعي، وصولًا إلى التحليلات العميقة التي تقدمها الصحافة التقليدية. يتناول الفصل أيضًا كيفية تفاعل هذه السرديات الإعلامية مع الأجندات السياسية، حيث أصبحت السياسات العامة

³⁸ Tufekci, Zeynep. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press, 2017

تتأثر بتوجهات الجمهور التي يتم تشكيلها وتوجيهها من خلال هذه القنوات المتداخلة.

يُبرز هذا الفصل أهمية فهم آليات التأثير الإعلامي في سياقات محلية ودولية، خاصة في ظل التغيرات السياسية المستمرة، وظهور تحديات جديدة مثل الأخبار الزائفة والاستقطاب الاجتماعي. كما سيتم تحليل الدور المزدوج للإعلام في دعم الحملات السياسية والضغط المجتمعي من جهة، واستخدامه من قبل الحكومات لتوجيه الرأي العام أو التلاعب به من جهة أخرى.

علاوة على ذلك، سنناقش كيفية تفاعل الخوارزميات ومنصات التواصل الاجتماعي مع عمليات صنع السياسات العامة، حيث أصبح التفاعل الفوري والمباشر بين الجمهور وصناع القرار أداة مؤثرة في توجيه النقاشات السياسية. هذا التكامل بين الإعلام والسياسة يطرح تساؤلات حول الشفافية والمسؤولية، ويكشف عن دور الإعلام في تعزيز الديمقراطية أو تقويضها.

يعد التأثير الإعلامي على الرأي العام والسياسات العامة موضوعاً محورياً في الحقول الأكاديمية، حيث يمثل نقطة التقاء بين علوم الاتصال، علم السياسة، والاجتماع. يستند هذا التأثير إلى عدد من النظريات الأساسية، مثل نظرية ترتيب الأولويات التي توضح كيف يمكن للإعلام تشكيل اهتمام الجمهور من خلال التركيز على قضايا معينة، ونظرية دوامة الصمت التي تفسر صمت الأفراد تجاه الآراء غير السائدة.

في الإطار الأكاديمي، تُظهر الأبحاث كيف يتحول الإعلام إلى أداة مركزية في الضغط المجتمعي وصنع القرار السياسي، حيث يساهم في تعزيز شرعية القرارات العامة أو انتقادها. يتجاوز هذا التأثير البعد المعلوماتي ليصبح تفاعلياً، خاصة مع ظهور وسائل الإعلام الرقمي التي تتيح ردود فعل فورية من الجمهور، مما يعيد تشكيل العلاقة بين المواطن وصناع القرار في إطار ديناميكي متبادل.

كما أظهرت دراسات حديثة أن الخوارزميات الرقمية تؤدي دوراً حاسماً في توجيه النقاش العام، حيث تقوم بتحليل التفاعل الجماهيري لتقديم المحتوى المناسب لكل فئة، لكنها في الوقت ذاته تثير إشكاليات تتعلق بالتحيز وغرف الصدى. بالتالي، بات التأثير الخوارزمي في السياسات العامة قضية ملحة تتطلب من الأكاديميين تناولها من منظور أخلاقي وسياسي لضمان تحقيق الشفافية والمساءلة.

من هذا المنظور، يمكن النظر إلى الإعلام ليس فقط كوسيلة لنقل المعلومات، بل كأداة لإعادة تشكيل الهياكل الاجتماعية والسياسية، مما يعزز دوره في تمكين الجماهير، لكنه قد يتحول أيضاً إلى سلاح يستخدم لتوجيه الرأي العام بطرق تخدم أجندات خفية.

مساهمة المنصات الإعلامية التقليدية والجديدة في إعادة تشكيل الرأي العام

تؤدي المنصات الإعلامية التقليدية والجديدة أدواراً متداخلة في إعادة تشكيل الرأي العام، حيث تعمل كل منها بطرق مختلفة لكنها تكاملية. الإعلام التقليدي، مثل الصحف والتلفزيون، يعتمد على المصداقية والمهنية، مما يمنحه القدرة على

صياغة السرديات المؤسسية الرسمية وتوجيه النقاشات العامة نحو قضايا معينة. من خلال هذا التوجيه، يتم ترسيخ بعض الموضوعات كأولويات اجتماعية وسياسية في وعي الجمهور.

في المقابل، المنصات الإعلامية الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، تعزز من ديناميكية التفاعل بين الأفراد والمؤسسات. هذه المنصات تتيح للمستخدمين إنتاج محتوى يعكس اهتماماتهم الآنية، مما يفتح المجال لتشكيل سرديات بديلة بعيداً عن سيطرة المؤسسات التقليدية. بفضل المرونة الفورية، تتمتع هذه الوسائل بقدرة كبيرة على إشعال النقاشات العاجلة وربط القضايا المحلية بتيارات عالمية.

هذا التفاعل المتواصل بين الإعلام التقليدي والجديد يؤدي إلى إعادة تدوير السرديات، حيث تُستمد الموضوعات الرائجة من وسائل التواصل لإعادة تقديمها عبر وسائل الإعلام التقليدية بشكل أعمق. في الوقت نفسه، تسهم التغطيات التقليدية في إضفاء المصداقية على النقاشات الرقمية التي قد تكون معرضة للتشويه أو الأخبار الزائفة.

بالتالي، فإن تكامل المنصات يسهم في بناء سرديات معقدة ومتعددة الطبقات، تُعزز تأثيرها بمرور الوقت عبر الانتقال من المحتوى السريع إلى التحليلات المعمقة. هذا التكامل يمكن أن يؤدي إلى تعزيز المشاركة العامة والضغط على صناعات

القرار، لكنه يحمل أيضًا تحديات متعلقة بتضخيم ظواهر معينة على حساب قضايا أخرى، مما قد يحد من تنوع الرأي العام.³⁹

تؤدي المنصات الإعلامية التقليدية والجديدة أدوارًا متداخلة في إعادة تشكيل الرأي العام، حيث تعمل كل منها بطرق مختلفة لكنها تكاملية. الإعلام التقليدي، مثل الصحف والتلفزيون، يعتمد على المصداقية والمهنية، مما يمنحه القدرة على صياغة السرديات المؤسسية الرسمية وتوجيه النقاشات العامة نحو قضايا معينة. من خلال هذا التوجيه، يتم ترسيخ بعض الموضوعات كأولويات اجتماعية وسياسية في وعي الجمهور.

في المقابل، المنصات الإعلامية الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، تعزز من ديناميكية التفاعل بين الأفراد والمؤسسات. هذه المنصات تتيح للمستخدمين إنتاج محتوى يعكس اهتماماتهم الآنية، مما يفتح المجال لتشكيل سرديات بديلة بعيدًا عن سيطرة المؤسسات التقليدية. بفضل المرونة الفورية، تتمتع هذه الوسائل بقدرة كبيرة على إشعال النقاشات العاجلة وربط القضايا المحلية بتيارات عالمية.

هذا التفاعل المتواصل بين الإعلام التقليدي والجديد يؤدي إلى إعادة تدوير السرديات، حيث تُستمد الموضوعات الرائجة من وسائل التواصل لإعادة تقديمها عبر وسائل الإعلام التقليدية بشكل أعمق. في الوقت نفسه، تسهم التغطيات

Bruns, Axel. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York: Peter Lang, 2018

التقليدية في إضفاء المصداقية على النقاشات الرقمية التي قد تكون معرضة للتشويه أو الأخبار الزائفة.

بالتالي، فإن تكامل المنصات يسهم في بناء سرديات معقدة ومتعددة الطبقات، تُعزز تأثيرها بمرور الوقت عبر الانتقال من المحتوى السريع إلى التحليلات المعمقة. هذا التكامل يمكن أن يؤدي إلى تعزيز المشاركة العامة والضغط على صناع القرار، لكنه يحمل أيضاً تحديات متعلقة بتضخيم ظواهر معينة على حساب قضايا أخرى، مما قد يحد من تنوع الرأي العام.

يمكن إضافة بُعد جديد لفهم كيفية إعادة تشكيل الرأي العام من خلال التكامل بين المنصات التقليدية والجديدة. على سبيل المثال، التلفزيون والإذاعة لا يزالان يوفران العمق والتحليل الموثوق الذي يحتاج إليه الجمهور لفهم القضايا المعقدة، في حين أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر منصات مفتوحة للحوار الفوري، ما يجعل المشاركة السياسية والاجتماعية أكثر شمولاً وفعالية.

إحدى الآليات المهمة في هذا التفاعل هي "إدارة الأزمات الإعلامية"، حيث تبدأ النقاشات بشكل فوري على الإنترنت وتُعاد صياغتها على القنوات التقليدية، ما يؤدي إلى توسيع الأثر المجتمعي مع مرور الوقت.

التفاعل عبر المنصات الجديدة يعزز من تمكين الأفراد والجماعات المهمشة، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي إنشاء فضاءات بديلة للتعبير عن الرأي وتحدي السرديات الرسمية التي يتم تبنيها في الإعلام التقليدي. كما يسهم هذا التفاعل في إعادة تشكيل الأجندات السياسية من خلال الضغط المجتمعي الذي

يتصاعد رقمياً، ما يدفع المؤسسات الإعلامية التقليدية إلى إعادة النظر في أولويات تغطياتها.

إضافةً لذلك، يعمل التكامل بين المنصتين على تحقيق مرونة في تقديم المحتوى، حيث يمكن للمؤسسات الإعلامية تعديل رسائلها في الوقت الفعلي بناءً على ردود الأفعال الجماهيرية، مما يعزز استمرارية التفاعل وديمومته عبر مختلف القنوات الإعلامية.⁴⁰

يمثل التداخل بين الإعلام التقليدي والرقمي مرحلة تحويلية في بنية السلطة الإعلامية، حيث لم يعد الإعلام مجرد وسيط لنقل الأخبار بل أداة لتشكيل الوعي الجمعي وتوجيه السلوكيات المجتمعية. تقدم المنصات الإعلامية الجديدة مساحة للتفاعل اللحظي وتنوع السرديات، بينما يظل الإعلام التقليدي عاملاً رئيسياً في إضفاء الشرعية والمصادقية على المحتوى الرقمي. هذا التداخل يؤسس لتحول نوعي في كيفية بناء الرأي العام وتوجيهه.

بفضل المنصات الرقمية، انتقل جزء كبير من سلطة تحديد أجندات النقاش العام من النخب الإعلامية إلى الجمهور العادي، مما أسس لما يُعرف بـ"صحافة المواطن". في هذه البيئة التفاعلية، يستطيع المستخدمون المشاركة في إنتاج المحتوى والتأثير على السرديات المتداولة، مما يعزز من طابع "الديمقراطية الإعلامية". ومع ذلك، ما زال الإعلام التقليدي يمتلك قدرة على تشكيل الرأي العام

Newman, Nic, Richard Fletcher, and Rasmus Kleis Nielsen. ⁴⁰ *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022

من خلال تقديم إطار معرفي للتحقق من صحة المعلومات في مواجهة الأخبار الزائفة المنتشرة على المنصات الرقمية.

إعادة تعريف المفاهيم التقليدية للدور الإعلامي

تُعيد هذه المنصات معًا صياغة مفهوم الحياد الإعلامي؛ إذ أصبح الجمهور جزءًا من عملية التحرير وليس مجرد مستهلك سلبي. من جهة أخرى، يشهد الإعلام التقليدي ضغوطًا متزايدة لمواكبة المحتوى الرقمي سريع التفاعل، ما يدفعه إلى تبني استراتيجيات أكثر مرونة، مثل البث المشترك عبر التلفزيون ومنصات التواصل، مما يجعل التغطية الإعلامية أكثر شمولية وارتباطًا باهتمامات الجمهور.⁴¹

أدى تزايد استخدام الإعلام التفاعلي إلى تعزيز التفاعل العاطفي مع الأخبار، حيث يعتمد المحتوى على إثارة استجابات عاطفية مباشرة. يساهم هذا التفاعل في بناء حملات ضغط شعبية تسعى إلى التأثير على صانعي القرار، خاصة في القضايا السياسية والاجتماعية. لكن في المقابل، يمكن أن يؤدي هذا التركيز على التفاعل العاطفي إلى تغذية غرف الصدى، ما يُضعف التنوع الفكري ويعزز الاستقطاب.

يلعب الإعلام التقليدي دورًا حاسمًا في تقديم إطار للتحقق من الأخبار المتداولة على المنصات الرقمية، بينما يُجبر في الوقت نفسه على ملاحقة الموضوعات الرائجة رقميًا لتلبية اهتمامات الجمهور. هذا التفاعل الثنائي يؤدي إلى إعادة

Mihelj, Sabina, and José Cushion. "Trust in Crisis Communication: 41 The Impact of Media Systems." *Journalism Studies* 22, no. 5 (2021): 547-565

تعريف "الأجندة الإعلامية"، حيث يتداخل ما يطرحه الإعلام التقليدي مع الاتجاهات السائدة على وسائل التواصل. يصبح الرأي العام بذلك نتاجاً ديناميكياً لهذا التكامل، حيث لا يمكن لأي منصة العمل بمعزل عن الأخرى.⁴²

تحولات في العلاقة بين الجمهور والإعلام

أدى التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد إلى بناء علاقة جديدة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية، قائمة على الشفافية والمشاركة المستمرة. أصبحت وسائل الإعلام مضطرة إلى الاستجابة لردود الفعل الجماهيرية بشكل فوري، مما يعزز الشعور بالانتماء لدى الجمهور، لكنه يضع أيضاً تحديات تتعلق بالحفاظ على الموضوعية وتجنب الانسياق وراء الاتجاهات اللحظية.

مع ظهور الإعلام الهجين، تغيرت أيضاً أنماط استهلاك الجمهور للأخبار. لم يعد الجمهور يعتمد على وسيلة إعلامية واحدة، بل أصبح ينتقل بين منصات متعددة للحصول على معلومات متنوعة، ما يعزز من استدامة النقاش العام عبر قنوات مختلفة. يساعد هذا التنقل في تعميق فهم القضايا، لكنه يزيد من تعقيد إدارة المعلومات، حيث تصبح الحاجة ملحة إلى التحقق من مصداقية المصادر.

يُسهم هذا التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد في خلق تأثير طويل الأمد على تشكيل الرأي العام، حيث تبدأ القضايا على منصات التواصل الاجتماعي وتأخذ مساراً أوسع في الإعلام التقليدي، مما يدفع المؤسسات الحكومية إلى التفاعل معها.

⁴² Sweetser, Kaye D., and Guy J. Golan. "Intermedia Agenda-Setting in the Hybrid Media System." *Journal of Communication* 65, no. 1 (2015): 33-55.

يُمكن هذا التفاعل الجمهور من لعب دور فاعل في صنع السياسات، لكن في الوقت ذاته، يطرح تساؤلات حول إمكانية تلاعب النخب الرقمية بالنقاشات العامة.

من جهة أخرى، أصبحت الخوارزميات عاملاً حاسماً في تحديد ما يراه الجمهور على المنصات الرقمية، مما يعزز من تأثير "الهيمنة الخوارزمية". هذه الخوارزميات تحدد الأولويات الإعلامية بناءً على أنماط التفاعل، ما يثير إشكاليات تتعلق بالنزاهة الإعلامية وضرورة الحفاظ على التنوع في النقاشات.⁴³

في عصر التحول الإعلامي الذي نشهده اليوم، لم يعد تشكيل الرأي العام حكراً على وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحف والقنوات التلفزيونية، بل بات تفاعلياً ومتعدد الأبعاد بفضل المنصات الرقمية. تظهر ديناميكية التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد بوضوح في الأحداث العالمية التي تترك أثراً كبيراً في المجتمعات، حيث يتفاعل الجمهور مع الأخبار، ويصبح مشاركاً فاعلاً في صياغة السرد الإعلامي. يُسهّم هذا التفاعل المتبادل في تعزيز تأثير الأخبار العاجلة، مع تزويدها بتحليلات معمقة وصور حية، مما يعيد تشكيل الرأي العام بطرق غير مسبقة.

حركة "السترات الصفراء" في فرنسا وأزمة الحرب الروسية على أوكرانيا تقدمان أمثلة غنية لفهم هذا التفاعل، حيث تتشابهك تغطيات الإعلام التقليدي والمنصات الرقمية لتعزيز التفاعل الشعبي والتأثير في القرارات السياسية. في حالة "السترات الصفراء"، ظهر كيف يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وتويتر،

Enli, Gunn. *Social Media and Election Campaigns: Public Mobilization and Representation*. Cham: Springer, 2017

أن تصبح أدوات لتنظيم الاحتجاجات والتعبئة العامة، فيما تولت القنوات الإخبارية تقديم تحليلات معمقة، ما وسّع نطاق النقاش العام حول عدم المساواة الاقتصادية.

حركة "السترات الصفراء" التي بدأت في فرنسا عام 2018 تُعد مثالاً جوهرياً للتفاعل بين الإعلام التقليدي والمنصات الرقمية في تشكيل الرأي العام، انطلقت الاحتجاجات من وسائل التواصل الاجتماعي قبل أن تتبناها القنوات التلفزيونية. عزز هذا التفاعل التغطية الإعلامية، مما أدى إلى ضغط على الحكومة الفرنسية لتعديل السياسات الضريبية التي فجّرت الاحتجاجات.

نشأت الحركة بشكل عفوي عبر منصات التواصل الاجتماعي، بعيداً عن الأحزاب التقليدية والنقابات، حيث نظم النشطاء احتجاجات ضد زيادة ضريبة الوقود وسياسات الرئيس إيمانويل ماكرون. مع توسع المظاهرات في مختلف المدن الفرنسية، لعبت وسائل الإعلام الرقمي مثل فيسبوك وتويتير دوراً حاسماً في تعبئة المحتجين والتنسيق بينهم، مما زاد من تعقيد جهود الحكومة في التفاوض مع جهة محددة أو قادة رسميين.

الإعلام التقليدي، مثل القنوات الإخبارية الفرنسية وقنوات دولية مثل "France 24"، نقل الأحداث في البداية بتغطيات ميدانية مباشرة، ما ساعد في إبراز الاحتجاجات على مستوى عالمي. مع تصاعد المظاهرات وازدياد حدة العنف في بعض الأحيان، تبنت المؤسسات الإعلامية التقليدية التحليلات المتعمقة لفهم خلفيات هذه الحركة وارتباطها بالسياق الاقتصادي والاجتماعي في فرنسا. هذا التكامل بين الإعلام الرقمي والتقليدي أدى إلى تعزيز النقاش العام حول عدم

المساواة الاقتصادية في فرنسا ودفع ماكرون لاحقاً إلى تقديم تنازلات، مثل إلغاء الضريبة على الوقود وزيادة الحد الأدنى للأجور.

أما في الأزمة الأوكرانية، فقد أظهرت المنصات الرقمية قدرة استثنائية على نشر المعلومات لحظياً من مناطق الصراع، ما دفع الإعلام التقليدي، إلى بناء تغطيات متكاملة تجمع بين السرعة في نشر الأخبار والدقة في تحليلها. ومع ذلك، كشفت هذه الأمثلة أيضاً تحديات تتعلق بالتحقق من المعلومات وإدارة الأخبار الزائفة، ما يبرز الدور المستمر للإعلام التقليدي في الحفاظ على الموضوعية والمصداقية.

أثناء الحرب الروسية على أوكرانيا، قَدّمت المنصات الرقمية مثل تويتر وفيسبوك تحديثات ميدانية، في حين لعبت الشبكات الإخبارية مثل بي بي سي والجزيرة دوراً في التحقق من الأخبار وتحليل الأوضاع المعقدة، مما ساعد في تشكيل الرأي العام الدولي تجاه الأزمة وتعزيز التضامن مع الشعب الأوكراني.

في سياق الأزمة الأوكرانية، يلعب التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد دوراً معقداً في توجيه الرأي العام داخل أوكرانيا وعلى الصعيد الدولي. الأخبار المتعلقة بالغزو الروسي لأوكرانيا بدأت تنتشر بسرعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث استخدم المواطنون الأوكرانيون ومنصات الإعلام المحلي تويتر وفيسبوك وتيليجرام لنقل المستجدات من الميدان في الوقت الفعلي. هذه المشاركات الفورية لم تكن فقط مصدراً للمعلومات، لكنها أثرت أيضاً في سرديات الإعلام الدولي.

القنوات الإعلامية التقليدية، مثل سي إن إن إلى جانب بي بي سي، اعتمدت على هذه المشاركات لتعزيز تغطياتها وتقديم روايات حية عن المعارك والظروف الإنسانية. هذا التداخل الإعلامي بين التقليدي والرقمي ساهم في بناء دعم شعبي

دولي لأوكرانيا، حيث أثارت الصور والفيديوهات المتداولة على الإنترنت تعاطفًا واسعًا ودفعت الحكومات الغربية إلى تقديم مساعدات إنسانية وعسكرية.

في المقابل، أثارت هذه الديناميكية تحديات مرتبطة بالمعلومات المضللة، حيث شهدت المنصات الرقمية تدفقًا متزايدًا من الأخبار المزيفة والدعاية الموجهة من الطرفين المتنازعين. الإعلام التقليدي اضطلع بدور حاسم في التحقق من هذه المعلومات وتصحيح السرديات الخاطئة، ما ساعد في الحفاظ على مستوى معين من المهنية والشفافية في التغطيات الإعلامية.

تأثير التداخل الإعلامي في الحملات الانتخابية والسياسات العامة

في العصر الرقمي الحالي، أصبح التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد عاملاً حاسماً في صياغة الحملات الانتخابية وصنع السياسات العامة. لم تعد وسائل الإعلام مجرد أداة لنقل المعلومات من النخب السياسية إلى الجمهور، بل تحولت إلى منظومة متكاملة من التفاعل المتبادل، حيث تشارك وسائل الإعلام التقليدية مثل القنوات التلفزيونية والصحف جنباً إلى جنب مع منصات التواصل الاجتماعي لإدارة النقاشات العامة وتوجيه توجهات الناخبين.

دور التداخل الإعلامي في الحملات الانتخابية

يلعب التداخل الإعلامي بين الإعلام التقليدي والجديد دوراً جوهرياً في الحملات الانتخابية، حيث يعزز هذا التداخل قدرة المرشحين على التواصل الفوري مع الجمهور ويتيح تكاملاً بين التغطيات العاجلة والتحليلات المعمقة. المنصات

الرقمية، مثل تويتر وفيسبوك، تُستخدم لترويج الرسائل بسرعة وكسب التفاعل الجماهيري، بينما تعتمد القنوات الإخبارية التقليدية على هذا المحتوى لمتابعة النبض اللحظي وتقديم تغطيات مهنية شاملة. يسهم هذا التكامل في تحسين دقة التغطية الانتخابية، لكنه يفرض أيضاً تحديات تتعلق بمكافحة الأخبار الزائفة وإدارة النقاشات المستقطبة.

التفاعل بين الحملات الرقمية والإعلام التقليدي

الحملات الانتخابية الحديثة أصبحت تعتمد على التفاعل المستمر بين الإعلام الرقمي والتقليدي. يبدأ المرشحون حملاتهم باستخدام منصات التواصل الاجتماعي، مثل تويتر وفيسبوك، لنشر الرسائل اللحظية وتحديثات الحملات، في حين تستغل القنوات التلفزيونية هذه الرسائل في تحليل المواقف وتقديم تعليقات معمقة أثناء التغطية الحية. على سبيل المثال، في الانتخابات الأمريكية 2020، لعبت وسائل التواصل دوراً حاسماً في توجيه النقاشات، بينما قدم الإعلام التقليدي تحليلات أعمق لما تم تداوله رقمياً، مما عزز من مصداقية المعلومات لدى الجمهور.

إدارة الأزمات والردود الفورية

خلال الحملات، يمكن للمرشحين استخدام المنصات الرقمية للرد الفوري على الأزمات وتجاوز محاولات التشويه الإعلامي. عندما يُثار جدل حول قضية معينة، ينشر المرشحون تصاريحهم وتوضيحاتهم مباشرة عبر المنصات الرقمية، مما يسمح لهم بالتأثير على السرد الإعلامي قبل أن يصل إلى القنوات التقليدية. في

المقابل، تقدم القنوات الإخبارية متابعة دقيقة لتلك الردود وتحليلاً معمقاً، مما يتيح للجمهور فهم أوسع لتطورات الأزمة.

إنتاج سرديات مخصصة للجمهور المستهدف

الخوارزميات الرقمية تلعب دوراً أساسياً في توجيه الرسائل الانتخابية، حيث تُقدم الإعلانات والمواد الترويجية وفق اهتمامات المستخدمين وسلوكياتهم الرقمية. تتكامل هذه الرسائل الرقمية مع تغطية إعلامية احترافية لتوسيع نطاق تأثير الحملة. على سبيل المثال، يمكن لمنصات مثل يوتيوب تقديم مقاطع مخصصة لكل فئة سكانية، بينما تستخدم القنوات الإخبارية محتوى محددًا لتحليل القضايا التي تهم تلك الفئات.⁴⁴

تأثير التداخل الإعلامي في السياسات العامة

التداخل الإعلامي بين المنصات التقليدية والجديدة أصبح عنصرًا حاسمًا في تشكيل السياسات العامة، حيث يؤثر بشكل عميق في آليات صنع القرار ويعزز التفاعل بين صانعي السياسات والجمهور. المنصات الرقمية تسهم في خلق نقاشات شعبية فورية وضاغطة، ما يُجبر المؤسسات التقليدية والحكومات على الاستجابة بسرعة، سواء لتوقعات المجتمع أو للأزمات المتداولة في المجال العام. من جهة أخرى، يعتمد صانعو السياسات على الإعلام التقليدي لتقديم روايات موثوقة وتحليلات معمقة تُسهّل اتخاذ قرارات مستنيرة. هذا التداخل لا يقتصر على نقل

Vaccari, Cristian, and Augusto Valeriani. "Digital Political Talk⁴⁴ and Political Participation: Comparing Established and Third Wave Democracies." *SAGE Journals*, 2016

المعلومات فحسب، بل يعيد أيضاً تعريف دور المواطن في العملية السياسية، مما يعزز الشفافية لكنه يفتح المجال أيضاً لاستغلال المنصات لنشر معلومات مضللة تؤثر في مسار السياسات العامة.

صياغة السياسات بناءً على تفاعل الجمهور

أصبح لصناع القرار القدرة على تتبع اتجاهات الرأي العام وتحليلها عبر المنصات الرقمية، مما يسهم في صياغة سياسات تتماشى مع توجهات الجمهور. يمكن للحكومات استخدام التعليقات وردود الفعل الفورية على مواقع التواصل لمعرفة أولويات الجمهور. في هذا السياق، يعمل الإعلام التقليدي كمراقب ومحلل للتوجهات العامة، مما يعزز شفافية العمل الحكومي.⁴⁵

الحملات التفاعلية لتغيير السياسات

تتيح المنصات الرقمية للمواطنين إطلاق حملات للمطالبة بتغيير سياسات معينة أو تحسينها. يمكن لتلك الحملات أن تبدأ على وسائل التواصل الاجتماعي، لكنها تكتسب زخماً أكبر عند تبنيها من قبل الإعلام التقليدي، مما يضغط على الحكومات لتبني السياسات الجديدة. مثال على ذلك هو الحملة التي أطلقت خلال جائحة كوفيد-19 للضغط من أجل سياسات صحية أفضل، حيث اعتمدت وسائل الإعلام التقليدية على النقاشات الرقمية لمتابعة توجهات الجمهور والتأثير على السياسات العامة.

Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives* 31, no. 2 (2017): 211–36

إعادة تعريف العلاقة بين الجمهور وصناع القرار

الإعلام الجديد لم يعد فقط أداة للتواصل بين المواطنين والحكومات، بل أصبح منصة للحوار المفتوح، حيث يمكن للأفراد التفاعل مباشرة مع المسؤولين عبر المنصات الرقمية. يتيح هذا التفاعل الشفافية والمساءلة، خاصة عندما تتبنى وسائل الإعلام التقليدية هذه النقاشات وتعززها في البرامج الحوارية والتحليلات السياسية، مما يوسع تأثيرها على السياسات العامة.⁴⁶

التحديات التي تواجه التداخل الإعلامي في الحملات والسياسات

التداخل الإعلامي في الحملات الانتخابية والسياسات العامة يواجه العديد من التحديات التي تعكس تعقيد العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد. من أبرز هذه التحديات، مسألة السيطرة على السرد الإعلامي، حيث تتنافس المنصات المختلفة لتوجيه الرأي العام وصياغة النقاشات بما يخدم أهدافها. كما يؤدي الانتشار السريع للمعلومات غير المدققة عبر المنصات الرقمية إلى إضعاف الثقة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، مما يُصعب من مهام التحقق المهني ويزيد من احتمالية الاستقطاب الاجتماعي.

Bossetta, Michael. "The Digital Architectures of Social Media: ⁴⁶ Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election." *Journal of American Behavioral Scientist*, 2018

في سياق الحملات الانتخابية، يظهر التحدي في إدارة التفاعل اللحظي مع الجمهور، حيث تصبح الحملات مطالبة بالاستجابة الفورية للتوجهات الرقمية، مما قد يؤدي إلى التضحية باستراتيجيات بعيدة المدى لصالح كسب الرأي العام على المدى القصير. أما على مستوى السياسات العامة، فإن التدفق المستمر للمعلومات قد يولد ضغطاً على صانعي القرار، الذين يجدون أنفسهم تحت تأثير مطالبات شعبية متقلبة ومتشعبة.

تظهر أيضاً تحديات متعلقة بالتحيز الخوارزمي، حيث تتحكم الخوارزميات في تحديد نوعية المحتوى الذي يُعرض للجمهور، مما قد يؤدي إلى تكريس غرف الصدى وتقليل التنوع في النقاشات السياسية والاجتماعية. هذه التحديات تتطلب توازناً دقيقاً بين المهنية والسرعة في التغطية، وبين التفاعل الجماهيري وضمان الشفافية في نقل المعلومات.

إدارة الأخبار الزائفة

رغم الفوائد التي يقدمها التداخل الإعلامي، إلا أن الأخبار الزائفة تشكل تحدياً كبيراً. يمكن للمعلومات المغلوطة أن تنتشر بسرعة عبر المنصات الرقمية، مما يؤثر على القرارات الانتخابية أو يربك صناع القرار. يؤدي هذا إلى زيادة العبء على وسائل الإعلام التقليدي للتحقق من المعلومات وتقديم تغطية متوازنة.

تأثير الخوارزميات على التنوع في النقاشات

تعتمد المنصات الرقمية على الخوارزميات التي توجه الجمهور نحو محتوى معين بناءً على تفضيلاته السابقة. قد يؤدي هذا إلى تضيق نطاق النقاشات وتقييد التنوع في الآراء، مما يحد من قدرة الإعلام التقليدي على تقديم صورة شاملة للمشهد السياسي.

ضغط التفاعل اللحظي على المهنة الصحفية

التداخل المستمر بين الإعلام التقليدي والجديد يفرض ضغطاً على الصحفيين للحفاظ على التوازن بين سرعة التغطية ودقة المعلومات. يتطلب ذلك تطوير آليات جديدة لتحليل المحتوى الرقمي بسرعة دون التضحية بالمعايير المهنية.⁴⁷

حالات من المنطقة العربية عن كيفية انتشار المحتوى الإعلامي في الأزمات

يُعد التداخل الإعلامي بين المنصات التقليدية والرقمية أحد أبرز الظواهر الإعلامية الحديثة التي أسهمت في إعادة تشكيل ديناميكيات الرأي العام، لا سيما في سياق الأزمات السياسية والاجتماعية. في المنطقة العربية، تبرز حالات مثل انفجار مرفأ بيروت و ثورة 25 يناير في مصر كمثال حي على الدور الحيوي الذي يلعبه هذا التداخل في إدارة المعلومات وتحفيز التغيير. يظهر هذا التكامل بوضوح في كيفية انتقال المحتوى بين وسائل الإعلام المختلفة، حيث تستفيد

Katz, Richard S., and Peter Mair. Democracy and the Cartelization ⁴⁷ of Political Parties. New York: Oxford University Press, 2018

القنوات التلفزيونية من المحتوى الفوري والمتداول على المنصات الرقمية لتوسيع تغطياتها وتحقيق مصداقية أكبر، بينما يوفر الإعلام الرقمي وسيلة للجماهير للمشاركة الفعالة في صياغة السرد الإعلامي والنقاش العام.

هذا التفاعل لا يقتصر على مجرد تبادل للمعلومات بين المنصات، بل يعكس إعادة تشكيل لطبيعة العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث يصبح المتلقي شريكاً في إنتاج المحتوى وتوجيه النقاشات. في الوقت نفسه، يوفر هذا التداخل زخماً جماهيرياً يُسرّع من وتيرة التغيير الاجتماعي والسياسي، كما حدث في الاحتجاجات التي أطاحت بأنظمة سياسية قائمة أو أجبرت حكومات على اتخاذ إجراءات سريعة.

ومع كل هذه الفرص، تظهر تحديات متعددة تتعلق بإدارة الفيض الهائل من المعلومات والتحقق من مصداقيتها، لا سيما في ظل انتشار الأخبار الزائفة والاستقطاب الرقمي. في ضوء هذه التحولات، يصبح التداخل الإعلامي فرصة فريدة للتأثير في الرأي العام، لكنه أيضاً يستدعي تطوير استراتيجيات جديدة تحقق التوازن بين المهنية والسرعة، بما يضمن تعزيز الشفافية والمصداقية في عصر تهيمن فيه السرعة على صناعة الأخبار.

لبنان - أزمة انفجار مرفأ بيروت (2020):

في الرابع من أغسطس 2020، وقع انفجار ضخم في مرفأ بيروت، مخلّفاً دماراً هائلاً ومئات القتلى والجرحى، إلى جانب تشريد آلاف العائلات. في الساعات الأولى، كان للإعلام التقليدي، مثل قنوات "LBCI" و"MTV" اللبنانية، دور رئيسي في تقديم التغطيات الميدانية ونقل الأخبار العاجلة، مظهرة اللحظات الأولى

من الكارثة. ومع ذلك، لعبت المنصات الرقمية دورًا محوريًا في تعميق الأثر، إذ انتشرت مقاطع الفيديو والشهادات الشخصية بسرعة على تويتر وفيسبوك، ما خلق حالة من التضامن الفوري بين الجمهور المحلي والدولي.

وساهمت تلك الفيديوهات في تأكيد أن الانفجار لم يكن مجرد حادث عرضي بل نتيجة إهمال حكومي وإداري، مما أشعل الغضب الشعبي. أدت هذه التغطيات المتقاطعة بين الإعلام التقليدي والرقمي إلى تنظيم مظاهرات ضخمة في الشوارع، وضغط سياسي انتهى باستقالة حكومة حسان دياب. علاوة على ذلك، اعتمدت المؤسسات الإعلامية الدولية، مثل "BBC" و"Al Jazeera"، على تلك التغطيات الرقمية في تقديم تقارير معمقة عن الأزمة، مما وسّع دائرة النقاش عالميًا حول الفساد والإهمال في لبنان.

هذا التفاعل بين الإعلاميين لم يقتصر فقط على نشر الحقائق، بل أدى إلى حملات إغاثة دولية جمعت تبرعات ضخمة لصالح المتضررين، وساعد في خلق حالة من الوعي المجتمعي، حيث تم تداول إرشادات حول طرق المساعدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

مصر - ثورة 25 يناير (2011):

خلال ثورة 25 يناير التي أطاحت بنظام الرئيس حسني مبارك، كان التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد واضحًا للغاية. بدأ التحرك الشعبي عبر منصات التواصل الاجتماعي، خاصة عبر صفحات مثل "كلنا خالد سعيد" على فيسبوك، التي أصبحت مركزًا لتبادل المعلومات وتنظيم الاحتجاجات.

في الوقت نفسه، حاولت القنوات المصرية التقليدية، مثل التلفزيون الرسمي، تجاهل الاحتجاجات أو التقليل من شأنها. لكن قنوات فضائية مستقلة مثل "الجزيرة" و"العربية" بدأت في نقل الأحداث الحية من الميدان، معتمدة على المحتوى الرقمي الذي أنشأه المحتجون أنفسهم. هذا التكامل بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي ساعد في نقل صورة دقيقة عن الأحداث، مما أضاف زخمًا دوليًا إلى الاحتجاجات وزاد من الضغط على النظام.

ما يميز هذه الفترة هو أن المحتوى الذي انطلق من وسائل التواصل لم يقتصر على تنظيم الاحتجاجات فقط، بل لعب دورًا في إظهار العنف الذي واجهته التظاهرات، مما أجبر النظام على تقديم تنازلات تدريجية، وصولًا إلى تخلي الرئيس مبارك عن السلطة في 11 فبراير 2011.

السودان - الاحتجاجات ضد البشير (2018-2019):

شهدت السودان احتجاجات واسعة استمرت لأشهر، مطالبة بتنحي الرئيس عمر البشير. في البداية، اعتمد المتظاهرون بشكل أساسي على وسائل التواصل الاجتماعي لتنظيم الحشود وتبادل المعلومات، في ظل التعتيم الإعلامي المفروض من قبل النظام على القنوات التقليدية.

لاحقًا، ساهمت المنصات الإعلامية التقليدية مثل "الجزيرة" و"BBC" في تقديم تغطيات معمقة عن الاحتجاجات، مما منحها زخمًا دوليًا وساهم في تحويل القضية

من شأن داخلي إلى مسألة تحظى باهتمام عالمي. وبالتزامن مع استمرار الضغط الشعبي عبر وسائل التواصل، أُجبرت السلطات السودانية في أبريل 2019 على عزل الرئيس البشير، معلنة نهاية حكم دام ثلاثة عقود.

أبرز ما يميز هذه التجربة هو أن التفاعل بين الإعلام الرقمي والتقليدي لم يكن فقط في نشر المعلومات، بل في توليد نقاشات مستمرة حول مستقبل السودان، ما ساعد في تشكيل الوعي العام وتحديد أولويات المرحلة الانتقالية.

من خلال هذه الأمثلة، يتضح أن التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد أصبح عاملاً حاسماً في إدارة الأزمات وإعادة تشكيل الرأي العام. في كل حالة، لم يكن دور الإعلام التقليدي والجديد منفصلاً، بل تكاملياً؛ حيث وفر الإعلام التقليدي الشرعية والمصداقية، بينما أتاح الإعلام الرقمي سرعة الانتشار والمشاركة الجماهيرية.

هذا التداخل لم يقتصر على تبادل المحتوى بين المنصات، بل أدى إلى تضخيم القضايا المحلية وتحويلها إلى أحداث عالمية تتطلب ردود فعل سياسية واجتماعية فورية. على سبيل المثال، في حالة انفجار مرفأ بيروت، أدى التفاعل السريع إلى حشد دعم دولي وأجبر الحكومة على الاستقالة. أما في مصر والسودان، فقد ساعد التنسيق بين المنصات الإعلامية والجماهير في إسقاط أنظمة سياسية كانت متجذرة لعقود.

ومع ذلك، يواجه هذا التداخل تحديات تتعلق بإدارة التدفق الهائل للمعلومات، خاصة في ظل انتشار الأخبار الزائفة والقدرة المحدودة أحياناً على التحقق من

المصادر الرقمية. كما أن الاعتماد على الخوارزميات في تحديد المحتوى المعروض قد يؤدي إلى تعزيز غرف الصدى، ما يقلل من تنوع النقاشات العامة.

في المحصلة، يمكن القول إن التداخل الإعلامي يمثل فرصة لإعادة تشكيل المشهد الإعلامي وتحقيق تأثير أعمق، لكنه يستدعي أيضاً تطوير استراتيجيات جديدة تضمن الشفافية والدقة في إدارة الأزمات.

تأثير الأخبار المضللة (Fake News) وانتشار الشائعات عبر قنوات

متعددة

الأخبار المضللة والشائعات تشكل تحدياً كبيراً في ظل التداخل المتزايد بين الإعلام التقليدي والجديد. مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، أصبح من السهل نشر معلومات غير دقيقة أو زائفة بسرعة هائلة، مما يؤثر على الرأي العام والسياسات العامة. هذا النوع من المحتوى يعتمد على الانتشار الفيروسي (Viral Spread) مستفيداً من تفاعل المستخدمين الذين يشاركون هذه الأخبار دون تحقق من دقتها.

كيف تنتشر الأخبار المضللة عبر القنوات المتعددة؟

تتيح منصات مثل "فيسبوك"، "تويتر"، و"واتساب" نشر الأخبار بسرعة وب نطاق واسع، حيث يمكن للمستخدمين مشاركة الأخبار بين شبكاتهم الاجتماعية بسهولة. هذه المنصات تعتمد على الخوارزميات التي تعرض المحتوى بناءً على تفضيلات

المستخدم، مما يزيد من احتمالية انتشار الشائعات ضمن "غرف الصدى"، حيث يتعرض المستخدمون لمعلومات تتماشى مع آرائهم المسبقة.

في بعض الأحيان، تعتمد المؤسسات الإعلامية التقليدية على المعلومات المتداولة في المنصات الرقمية لتغطياتها الإخبارية. قد يؤدي هذا إلى تضخيم الأخبار المضللة إذا لم يتم التحقق منها بشكل دقيق قبل النشر. في حالات الأزمات، يصبح الضغط على الإعلاميين لنقل الأخبار في الوقت الفعلي دافعاً لتداول معلومات غير مؤكدة.

خلال الانتخابات، تُستخدم الأخبار الزائفة لتشويه صورة المرشحين أو التأثير على الناخبين، مثلما حدث في الانتخابات الأمريكية عام 2016. وبالمثل، أثناء جائحة كوفيد-19، انتشرت معلومات مضللة حول اللقاحات والإجراءات الصحية عبر الشبكات الاجتماعية، مما أدى إلى تفويض الجهود الحكومية وتزايد التردد في أخذ اللقاح.

تطبيقات الرسائل الفورية مثل واتساب وتيليجرام أصبحت قنوات أساسية لنشر الأخبار، خاصة في الأزمات. في هذه التطبيقات، يصعب تعقب الشائعات أو التحكم في انتشارها بسبب طبيعتها الخاصة والمشفرة. هذه الرسائل غالباً ما تحتوي على معلومات غير موثقة تنتشر بسرعة بين مجموعات الأفراد.

في الحملات الانتخابية، تُستخدم الأخبار الزائفة لتضليل الناخبين أو التأثير على صورة المرشحين. على سبيل المثال، في الانتخابات الأمريكية والفرنسية، ظهرت معلومات زائفة على وسائل التواصل تُروّج من قبل مجموعات تهدف إلى التأثير في الرأي العام لتحقيق أهداف سياسية.

المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكونوا أدوات لنشر الأخبار المضللة، سواء بشكل متعمد أو غير متعمد. عندما يشارك مؤثرون معلومات غير موثقة، فإنها تصل إلى جمهور واسع، مما يعزز انتشارها ويُضفي عليها نوعاً من الشرعية.

غرف الصدى، التي تعززها الخوارزميات الرقمية، تدفع المستخدمين نحو محتوى يتماشى مع آرائهم السابقة، مما يقلل من فرص التعرض لوجهات نظر متنوعة. هذه الديناميكية تعزز انتشار الأخبار المضللة في دوائر مغلقة، حيث يتم تداول المعلومات الزائفة دون تحديها أو دحضها.

يتمتع المحتوى المضلل بعمر أطول على المنصات الرقمية مقارنة بالأخبار التقليدية. بعد تراجع الاهتمام به في الإعلام التقليدي، يستمر المحتوى المضلل في الانتشار على الإنترنت، مما يُقيه حياً في وعي الجمهور.⁴⁸

آثار الأخبار المضللة والشائعات

الأخبار المضللة والشائعات لا تؤدي فقط إلى تشويه الحقائق، بل تحمل معها تأثيرات خطيرة على المستويات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، والنفسية. يمكن استكشاف هذه الآثار بشكل موسع، حيث يتطلب فهمها تحليلاً عميقاً لمدى

Shu, Kai, Amy Sliva, Suhang Wang, Jiliang Tang, and Huan Liu. ⁴⁸ Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. New York: ACM, 2019.

تغلغل هذه الأخبار في الحياة اليومية وتأثيرها على القرارات الفردية والجماعية.

1. التأثيرات السياسية:

يمكن للأخبار الزائفة التأثير بشكل كبير على نتائج الانتخابات والاستفتاءات، إذ تُستخدم لنشر معلومات مضللة تهدف إلى توجيه الرأي العام لصالح أو ضد أطراف معينة. هذا النوع من التلاعب يظهر جلياً في حالات مثل الانتخابات الأمريكية أو استفتاء "البريكست" في المملكة المتحدة.

تعمل الشائعات على زعزعة الثقة بين المواطن والمؤسسات الحكومية، ما يؤدي إلى تعزيز مشاعر الإحباط والإقصاء السياسي، ويدفع البعض إلى فقدان الثقة في العمليات الديمقراطية.

2. الآثار الاجتماعية:

الأخبار المضللة تُعمق الانقسامات الاجتماعية من خلال تعزيز الاستقطاب ونشر الكراهية، حيث تعمل على إذكاء التوترات العرقية أو الدينية، كما حدث في حالات مثل نشر شائعات تتعلق بالمهاجرين أو الأقليات.

تؤدي الشائعات إلى انتشار الذعر والخوف، مما قد يؤدي إلى تفكك المجتمعات المحلية وإضعاف التماسك الاجتماعي، حيث يعتمد الأفراد على معلومات غير دقيقة في اتخاذ قراراتهم.

3. التأثيرات الاقتصادية:

تنتشر الشائعات الاقتصادية بسرعة على وسائل التواصل الاجتماعي، مما قد يؤثر على الأسواق المالية. على سبيل المثال، يمكن أن تؤدي شائعة عن إفلاس شركة كبيرة إلى انهيار أسهمها في الأسواق، حتى لو كانت المعلومات غير صحيحة.

كما يمكن أن تؤدي المعلومات المضللة حول سياسات الحكومة الاقتصادية إلى خلق حالة من عدم الاستقرار الاقتصادي، مما ينعكس سلبيًا على الاستثمار وثقة المستهلكين.

4. الآثار النفسية:

التعرض المستمر للأخبار المضللة يزيد من مستويات القلق والتوتر لدى الأفراد، خاصة في أوقات الأزمات مثل جائحة كورونا. فقد أدت المعلومات الخاطئة حول طرق الوقاية والعلاج إلى زيادة الشعور بعدم اليقين والخوف من المستقبل.

أيضًا، يمكن أن تؤدي الشائعات إلى تعزيز السلوكيات القهرية أو الانتقائية، حيث يلجأ الأفراد إلى اتخاذ قرارات غير عقلانية بناءً على معلومات مضللة، مثل تخزين السلع أو مقاطعة اللقاحات.

5. التأثيرات على الصحة العامة:

في أوقات الجوائح، مثل جائحة كوفيد-19، لعبت الأخبار الزائفة دورًا في نشر معلومات مضللة حول اللقاحات والعلاجات، مما أدى إلى تراجع الإقبال على التطعيم وزيادة حالات الإصابة.

كما يمكن أن تؤدي المعلومات الخاطئة إلى زيادة الضغط على الأنظمة الصحية من خلال انتشار الخوف والاستخدام غير الضروري للمرافق الطبية.

6. تآكل الثقة في الإعلام:

مع انتشار الأخبار الزائفة، يصبح من الصعب على الجمهور التمييز بين الأخبار الحقيقية والمضللة، مما يؤدي إلى تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. هذا التآكل في الثقة يعزز ظاهرة "اللامبالاة الإعلامية"، حيث يفقد الأفراد اهتمامهم بمتابعة الأخبار أو البحث عن مصادر موثوقة.

7. تحولات في النظم القانونية والتنظيمية:

أدى انتشار الأخبار المضللة إلى دفع الحكومات والمؤسسات الدولية إلى تبني لوائح جديدة لمكافحة التضليل الإعلامي، مثل تطوير سياسات تنظيمية لمنصات التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، تواجه هذه السياسات تحديات تتعلق بحرية التعبير والخصوصية.

8. الاستجابة الدولية لمكافحة الأخبار الزائفة:

ظهرت مبادرات دولية تهدف إلى تطوير آليات للحد من انتشار الأخبار المضللة، مثل التعاون بين المنظمات الإعلامية ومنصات التكنولوجيا لتعزيز التحقق من الأخبار. ومع ذلك، لا تزال هذه الجهود تواجه صعوبات في ظل الديناميكيات المتغيرة للإعلام الرقمي.⁴⁹

⁴⁹ Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. "The Spread of True and False News Online." *Science* 359, no. 6380 (2018): 1146–51.

جهود مكافحة الأخبار المضللة

تُعد جهود مكافحة الأخبار المضللة محورًا أساسيًا في مواجهة التحديات الإعلامية في العصر الرقمي، حيث تؤثر المعلومات الزائفة على الرأي العام وتخلق حالة من الارتباك والاستقطاب. تتضمن هذه الجهود استراتيجيات متنوعة تشمل تطوير مبادرات التحقق من المعلومات، تعزيز التعاون بين شركات التكنولوجيا والمؤسسات الإعلامية، وإطلاق حملات توعية تثقيفية تستهدف بناء الوعي الإعلامي لدى الجمهور. إلى جانب ذلك، أصبحت التشريعات القانونية والاعتماد على الذكاء الاصطناعي أدوات رئيسية في رصد الأخبار الكاذبة والحد من انتشارها. ومع ذلك، تظل الحاجة إلى تحقيق توازن بين حماية حرية التعبير وضمان مصداقية المعلومات تحديًا مستمرًا يتطلب تضامر الجهود على المستويات المحلية والدولية.

تطوير مبادرات التحقق من المعلومات (Fact-Checking):

شهد العالم ظهور العديد من مؤسسات التحقق المستقلة مثل "PolitiFact" و"FactCheck.org"، بالإضافة إلى منصات محلية في الدول العربية، تسعى لتوفير تقارير دقيقة وتصحيح المعلومات الخاطئة المنتشرة عبر الإنترنت.

المؤسسات الإعلامية الكبرى، مثل BBC و Reuters، أنشأت وحدات متخصصة للتحقق من الأخبار، تُعنى بتحديد صحة المحتوى المتداول وتصحيح الشائعات عبر تقارير علنية.

التعاون بين شركات التكنولوجيا والمؤسسات الإعلامية:

منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب بدأت بتطبيق سياسات لمكافحة الأخبار الزائفة من خلال إزالة المحتوى المخالف ووضع علامات تحذيرية. كما يُتاح للمستخدمين الإبلاغ عن المنشورات المشبوهة.

طورت شركات التكنولوجيا خوارزميات لرصد الأخبار المضللة والتقليل من انتشارها، من خلال الحد من الوصول إلى المحتوى المشكوك فيه أو تصنيفه بشكل يقلل ظهوره.

تعزيز التوعية الإعلامية لدى الجمهور:

تعمل بعض الدول على إدراج التربية الإعلامية ضمن مناهج التعليم لتعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الطلاب في التعامل مع الأخبار المتداولة.

منظمات المجتمع المدني أطلقت برامج تدريبية تهدف إلى رفع الوعي حول كيفية التحقق من صحة المعلومات، مما يساعد المواطنين على تمييز الأخبار المضللة والتعامل معها بوعي.

سن قوانين وتشريعات للحد من التضليل الإعلامي:

قامت بعض الحكومات بتطوير تشريعات تهدف إلى فرض غرامات على نشر الأخبار الكاذبة أو التلاعب بالمعلومات، مثل القوانين التي تبنتها ألمانيا والتي تفرض على شركات التواصل الاجتماعي إزالة المحتوى الزائف بسرعة.

في المقابل، تثير هذه القوانين مخاوف تتعلق بحرية التعبير، مما يجعل التوازن بين مكافحة الأخبار المضللة وحماية الحريات الفردية مسألة معقدة.

استخدام الذكاء الاصطناعي في مكافحة التضليل:

تم تبني تقنيات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة وتحديد المحتويات الزائفة. هذه التقنيات تعتمد على خوارزميات متقدمة لرصد الأنماط المتكررة في الأخبار المضللة.

على الرغم من فعاليتها، تواجه هذه التقنيات تحديات متعلقة بتحليل السياق الثقافي واللغوي، ما قد يؤدي إلى أخطاء في تحديد الأخبار الحقيقية من المضللة.

إطلاق حملات توعية عالمية:

خلال جائحة كوفيد-19، أطلقت منظمة الصحة العالمية وشركاؤها حملات توعية رقمية لتصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بالفيروس واللقاحات، في محاولة للحد من تأثير الأخبار الزائفة على الصحة العامة.

هذه الحملات تستخدم أساليب مبتكرة مثل التعاون مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع.

تعزيز التعاون الدولي:

تسعى المنظمات الدولية، مثل اليونسكو والاتحاد الأوروبي، إلى تطوير سياسات دولية مشتركة للتصدي للأخبار المضللة، من خلال دعم منصات التحقق وتعزيز التعاون بين الدول لمواجهة التحديات العابرة للحدود.

تشجيع الصحافة التشاركية:

من خلال التعاون بين الصحفيين والمواطنين عبر منصات رقمية، يمكن تقليل انتشار المعلومات الخاطئة. تعمل هذه المبادرات على تشجيع الجمهور على لعب دور إيجابي في تصحيح المعلومات، بدلاً من استهلاكها بشكل غير نقدي.⁵⁰

الفصل الخامس: الإعلام في ظل الأزمات وتضارب المعلومات

يؤدي الإعلام دوراً محورياً في أوقات الأزمات باعتباره المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه المجتمعات لفهم تطورات الأحداث. خلال الأزمات، مثل الكوارث الطبيعية، الحروب، أو الأزمات الصحية، يصبح الإعلام أداة أساسية في نقل الحقائق وتوجيه الجمهور نحو الإجراءات المناسبة. ومع ذلك، فإن هذا الدور يصبح معقداً بشكل متزايد في ظل تداخل المعلومات وتضاربها، حيث يؤدي التدفق الهائل للمعلومات من مصادر متعددة – تقليدية ورقمية – إلى خلق حالة من

Bradshaw, Samantha, and Philip N. Howard. *The Global*⁵⁰
Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social
Media Manipulation. Oxford Internet Institute, 2019

الارتباك لدى الجمهور، مما يُصعّب عليهم التمييز بين المعلومات الدقيقة والمضللة.

في هذه السياقات المضطربة، تتحول وسائل الإعلام إلى ساحة معركة بين الروايات المتناقضة، حيث تتنافس المؤسسات التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي على تقديم سرديات متباينة. قد تسعى الحكومات، الأطراف السياسية، أو مجموعات المصالح إلى توجيه الرسائل الإعلامية لخدمة أجنداتها الخاصة، مما يُعمق من حالة الاستقطاب المعلوماتي. إضافة إلى ذلك، فإن ظهور الأخبار الزائفة وانتشارها السريع عبر المنصات الرقمية يعزز حالة الغموض، ويفتح المجال أمام ما يُعرف بـ"حرب المعلومات"، التي تهدف إلى تشويه الحقائق وإضعاف الثقة في المؤسسات الرسمية.

في المنطقة العربية، تُعد الأزمات السياسية والاقتصادية التي شهدتها دول مثل مصر، لبنان، وسوريا مثالاً حياً على تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام وإدارة الأزمات. في هذه الحالات، لعب الإعلام التقليدي دوراً مهماً في تقديم تغطيات معمقة وتحليلية، بينما ساعدت المنصات الرقمية في تسريع انتشار المعلومات، سواء أكانت دقيقة أو مضللة. على سبيل المثال، خلال ما يسمى بـ"ثورات الربيع العربي"، كانت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة رئيسية لتنظيم الاحتجاجات والتعبير عن الرأي، لكنها أيضاً كانت ساحة لنشر الشائعات والأخبار الكاذبة، مما ساهم في تأجيج التوترات الاجتماعية والسياسية.

تتفاقم هذه التحديات عندما تعتمد الحكومات على تقييد تدفق المعلومات أثناء الأزمات، أو تحاول السيطرة على السرد الإعلامي من خلال الرقابة. هذا يدفع

الجمهور إلى البحث عن بدائل رقمية للحصول على المعلومات، مما يفتح المجال أمام مصادر غير موثوقة. في الوقت ذاته، يُجبر الإعلام التقليدي على مواكبة سرعة التفاعل الرقمي لضمان بقاء جمهوره، وهو ما قد يؤثر على دقة المعلومات المنشورة ويؤدي إلى تضارب في السرديات.

لمواجهة هذه التحديات، أصبح من الضروري تطوير استراتيجيات إعلامية تضمن الشفافية والموثوقية، مع التركيز على تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور ليتمكنوا من تقييم مصادر المعلومات المختلفة. من الضروري أيضاً أن تتبنى المؤسسات الإعلامية تقنيات التحقق من المعلومات بشكل أسرع، وتعمل على تكوين شراكات بين المنصات الرقمية والإعلام التقليدي لتوحيد الجهود في مواجهة الأخبار الزائفة.

إن الدور المتنامي للذكاء الاصطناعي والتحليل الخوارزمي في إدارة الأخبار وتوجيه المحتوى يمثل فرصة لتعزيز فعالية الإعلام، لكنه في الوقت ذاته يطرح تساؤلات أخلاقية تتعلق بكيفية استخدام البيانات وتحقيق التوازن بين توجيه المحتوى والاحتفاظ بالموضوعية. لذلك، يمثل الإعلام في ظل الأزمات وتضارب المعلومات تحدياً معقداً يتطلب تضامراً جهود كافة الأطراف المعنية لضمان تقديم المعلومات بدقة، وتعزيز ثقة الجمهور في المؤسسات الإعلامية كمصدر موثوق في أوقات الأزمات.

كيف يتداخل الإعلام التقليدي والجديد في أوقات الأزمات

في أوقات الأزمات، يصبح التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد أداة مركزية لضمان تدفق المعلومات ومواكبة التطورات السريعة. يُعد هذا التداخل نتيجة طبيعية للتحويلات في المشهد الإعلامي العالمي، حيث لم يعد الإعلام التقليدي وحده قادرًا على مواجهة التحديات الناتجة عن الأزمات الكبرى، مثل جائحة كورونا أو النزاعات المسلحة. في هذه الحالات، تتطلب طبيعة الأزمة استجابات سريعة، تفاعلية، وموجهة، مما يجعل التكامل بين التلفزيون والصحف من جهة، ومنصات التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" و"فيسبوك" من جهة أخرى، ضرورة حتمية لإدارة التدفق الإعلامي بكفاءة.

خلال الأزمات الصحية كجائحة كورونا، اضطرت الحكومات والمؤسسات الإعلامية إلى تسخير كافة قنوات الاتصال لضمان إيصال المعلومات في الوقت المناسب. على سبيل المثال، اعتمدت المؤسسات الرسمية على الإعلام التقليدي لإيصال رسائلها المتعلقة بالإجراءات الصحية والتوجيهات العامة إلى الجمهور بطريقة موثوقة. في المقابل، استخدمت المنظمات الصحية مثل منظمة الصحة العالمية منصات التواصل الاجتماعي لتحديث الجمهور فورًا بالإحصاءات اليومية والتوجيهات المستجدة. ساعد هذا التفاعل في تعزيز الوعي المجتمعي بسرعة، خاصة مع تصاعد الحاجة إلى المعلومات الدقيقة في ظل الانتشار السريع للأخبار الزائفة التي رافقت الأزمة.⁵¹

Nielsen, Rasmus Kleis, and Richard Fletcher. "Connected ⁵¹ Audiences: How Online Platforms and Social Media Are Changing News Consumption." *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Oxford University, 2020.

أما في سياق الحروب، مثل النزاع في أوكرانيا، فإن التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد يلعب دورًا استثنائيًا في إدارة سرديات الأحداث. تنقل وسائل الإعلام التقليدي المشاهد الحية من مناطق النزاع، مما يوفر تغطيات دقيقة ومهنية. على الجانب الآخر، تضيف منصات التواصل الاجتماعي طبقة جديدة من التفاعل، حيث يشارك الأفراد مشاهداتهم وتجاربهم الشخصية من قلب الحدث. هذا المزيج بين المهنية التي يوفرها الإعلام التقليدي والتفاعل الفوري الذي تتيحه الوسائط الرقمية يؤدي إلى إنتاج سرديات شاملة ومتعددة الزوايا.

ومع ذلك، فإن هذا التداخل لا يخلو من تحديات معقدة. في ظل سرعة انتشار المحتوى الرقمي، تصبح الأخبار الزائفة والملفقة تهديدًا حقيقيًا يمكن أن يُربك الجمهور ويعقد إدارة الأزمات. تظهر هذه التحديات بوضوح في الأزمات التي تتطلب اتخاذ قرارات حاسمة، مثل سياسات الإغلاق أثناء جائحة كورونا أو التفاوض على اتفاقيات السلام خلال النزاعات المسلحة. هنا، يصبح دور الإعلام التقليدي محوريًا في التحقق من المعلومات وتقديمها في سياقها الصحيح، بينما تستمر منصات التواصل في توفير قنوات مباشرة للتفاعل بين الجمهور وصنّاع القرار.

إضافة إلى ذلك، يتمتع التداخل الإعلامي بقدر غير مسبوق على توسيع دائرة المشاركة العامة. إذ بات الجمهور ليس فقط متلقيًا للمعلومات، بل أيضًا مساهمًا في نشر المحتوى وتوجيه النقاشات. تُظهر الأزمات المعاصرة كيف يمكن لتغريدة واحدة أو مشاركة على "فيسبوك" مثلاً أن تُغيّر اتجاهات النقاش العام، مما يؤثر في صناعة السياسات واتخاذ القرارات. هذا التفاعل المتبادل بين الإعلام

والجمهور يعزز الشفافية، لكنه قد يؤدي أيضًا إلى ضغط إضافي على الحكومات والمؤسسات في سبيل التفاعل اللحظي مع القضايا الناشئة.

كما أن هذا التداخل أوجد أنماطاً جديدة في إدارة الأزمات الإعلامية. أصبحت المؤسسات الإعلامية التقليدية تعتمد على تحليل البيانات المتدفقة من الوسائط الرقمية لفهم اتجاهات الجمهور وتحديد الأولويات التحريرية. في الوقت ذاته، تسعى المنصات الرقمية إلى توظيف التحليلات الفورية في تحسين تجربة المستخدم، مما يعكس ديناميكية جديدة تتجاوز الحدود التقليدية للفصل بين الإعلام الرسمي وغير الرسمي.

في المحصلة، يمكن القول إن التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد في أوقات الأزمات يمثل نموذجًا متقدمًا من التفاعل الإعلامي، تتكامل فيه سرعة الرقمي مع مصداقية التقليدي. هذا التداخل يعيد تعريف أدوار الصحفيين والجمهور وصناع القرار، مما يجعل الإعلام أداة أكثر تأثيرًا ومرونة في إدارة الأزمات. ومع تطور التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، يُتوقع أن يصبح هذا التداخل أكثر تعقيدًا وتنظيمًا، مما يعزز قدرة المجتمعات على التكيف مع الأزمات المستقبلية.

إن التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد يُعد ضرورة حتمية لإدارة الأزمات الكبرى، حيث يعكس هذا التفاعل تكاملاً بين المهنية التي تميز الإعلام التقليدي وسرعة التفاعل الفوري التي توفرها الوسائط الرقمية. في الأزمات مثل جائحة كورونا أو النزاعات المسلحة، يواجه الإعلام تحديات تتطلب منه الوصول الفوري

إلى الجمهور، مما يجعل التداخل بين الإعلاميين أداة حيوية في بناء السرد الإعلامي وإيصال المعلومات بفعالية.⁵²

جائحة كورونا: تكامل الإعلام في مواجهة الوباء

مع انتشار فيروس كورونا أواخر 2019 ووصوله إلى مرحلة الجائحة في 2020، اضطرت الحكومات والمؤسسات الإعلامية إلى اعتماد استراتيجيات إعلامية متعددة المنصات. في البداية، لعبت وسائل التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" و"فيسبوك" دورًا محوريًا في إيصال الأخبار العاجلة حول انتشار الفيروس والإجراءات الحكومية المستجدة. كان المواطنون يعتمدون على هذه المنصات للحصول على تحديثات فورية بشأن القيود الصحية وإغلاق المدن، مما وُلد حالة من الوعي اللحظي في ظل سرعة تطور الأحداث.

على الجانب الآخر، اعتمدت وسائل الإعلام التقليدية مثل "BBC" و"New York Times" على هذه البيانات الأولية الصادرة عبر الإنترنت لتعزيز تغطياتها الإخبارية والتحليلية. قَدّمت الصحافة التلفزيونية والصحف المطبوعة لاحقًا محتوى تحليليًا عميقًا، يوضح الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية للجائحة، مما عزز مصداقية المعلومات المتدفقة رقميًا. كما أصبحت النشرات الإخبارية تُضيف تقارير مباشرة من مواقع التواصل الاجتماعي، تعكس نبض الشارع وتعليقات الجمهور حول سياسات الإغلاق أو التوصيات الصحية.

⁵² Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. "The Spread of True and False News Online." *Science* 359, no. 6380 (2018): 1146–51.

هذا التداخل بين الإعلاميين لم يكن فقط لنقل الأخبار، بل ساهم في التحقق من الأخبار الزائفة التي انتشرت بسرعة على منصات التواصل الاجتماعي. كما كان له دور في حملات التوعية حول أهمية الالتزام بالإجراءات الصحية والتطعيمات، حيث قدم الإعلام التقليدي محتوى تفصيليًا، بينما نشر الإعلام الرقمي رسائل قصيرة موجهة إلى الجمهور المتفاعل في اللحظة.⁵³

الحروب والنزاعات: الإعلام في خدمة السرديات المتعددة

في النزاعات المسلحة، مثل الحرب في أوكرانيا، يلعب التداخل الإعلامي دورًا جوهريًا في تشكيل الرأي العام الداخلي والدولي. في هذا السياق، تقدم وسائل التواصل الاجتماعي محتوى فوريًا ينقل المشاهدات من قلب الحدث، مثل مقاطع الفيديو والصور من مناطق النزاع. هذا النوع من التغطية يسمح للجمهور بمواكبة التطورات اللحظية، مما يعزز شعورهم بالمشاركة في الأحداث.

تستفيد الشبكات الإخبارية التقليدية مثل "CNN" و "Al Jazeera" من هذه البيانات الأولية لتعزيز تقاريرها الإخبارية، فتقوم بتحليل المحتوى الرقمي وتقديمه في إطار أوسع يتماشى مع الخلفيات السياسية والعسكرية للنزاع. على سبيل المثال، خلال الحرب في أوكرانيا، اعتمدت القنوات التلفزيونية على مشاهدات المواطنين التي نُشرت على "تويتر" و "تيليجرام" لعرض التقدم العسكري والتطورات الميدانية. في الوقت نفسه، أسهم الإعلام التقليدي في تقديم تحقيقات

Sacerdote, Bruce, Ranjan Sehgal, and Molly Cook. ⁵³
 "Perspectives on U.S. Media Coverage of the COVID-19 Pandemic."
 St. Louis Federal Reserve, 2021

استقصائية تفحص الأخبار التي انتشرت على المنصات الرقمية، مما ساعد في فضح حملات التضليل الإعلامي.

هذا التكامل يبرز أيضاً في الاستجابات الدولية؛ حيث أدت التغطيات المتقاطعة إلى ضغط على الحكومات لاتخاذ مواقف حاسمة. وقد تجلّى ذلك عندما انتشرت مقاطع تُظهر انتهاكات حقوق الإنسان، مما دفع المؤسسات الإخبارية إلى تحليل هذه الانتهاكات وتقديمها في سياق أكبر. هنا، ساعد التفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد في تسريع استجابات الدول والمؤسسات الدولية للأزمة.⁵⁴

تحديات التداخل الإعلامي في الأزمات

رغم أهمية هذا التداخل، فإنه يواجه تحديات متعددة. في جائحة كورونا، أدى التدفق المستمر للمعلومات على المنصات الرقمية إلى زيادة انتشار الأخبار الزائفة، مما أربك الجمهور وأضعف الثقة بالمصادر الرسمية. في المقابل، واجه الإعلام التقليدي ضغطاً لتحقيق التوازن بين السرعة والمصداقية، حيث بات عليه متابعة الأحداث المتسارعة والتفاعل معها في الوقت الفعلي دون التضحية بجودة المحتوى.

في الحروب والنزاعات، يواجه التداخل الإعلامي تحدياً إضافياً يتمثل في السيطرة على السرديات المتعددة. إذ يمكن أن تستغل الأطراف المتحاربة المنصات الرقمية

⁵⁴ **Patel, Sonny, et al.** "The Landscape of Disinformation on Health Crisis Communication During the COVID-19 Pandemic in Ukraine: Hybrid Warfare Tactics, Fake Media News and Review of Evidence." *Journal of Science Communication*, 2020

لنشر الدعاية وتضليل الرأي العام، مما يفرض على الإعلام التقليدي دورًا أكبر في التحقق من المحتوى. على سبيل المثال، في أوكرانيا، استُخدمت الوسائط الرقمية لشنّ حملات إعلامية مضللة، كان هدفها التأثير في الرأي العام داخل البلاد وخارجها، وهو ما اضطر الشبكات التلفزيونية إلى التعامل معه بحذر عبر تقديم تحقيقات متوازنة ودقيقة.

يعكس هذا التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد تحولًا عميقًا في طبيعة الإعلام خلال الأزمات، حيث أصبح الجمهور ليس مجرد متلقٍ، بل شريكًا في إنتاج السرديات ونشرها. يعزز هذا التكامل التفاعلي المشاركة المجتمعية، لكنه في الوقت ذاته يضع مسؤولية أكبر على المؤسسات الإعلامية لضمان النزاهة والمصداقية في تقديم المحتوى.

في المستقبل، من المتوقع أن يستمر هذا التداخل في التطور، خاصة مع تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتوجيه المحتوى بشكل أكثر تخصيصًا. ومع تصاعد التحديات العالمية، سيظل هذا التفاعل بين الإعلام التقليدي والرقمي أحد العوامل الحاسمة في تشكيل الرأي العام وإدارة الأزمات بفعالية.

كيف يتحول الإعلام من دعم السلطة إلى دور نقدي والعكس عبر التداخل

يتسم الإعلام في كثير من الحالات بدور مزدوج، إذ قد يتحول من كونه أداة لدعم السلطة إلى منصة للنقد، ويحدث العكس أحيانًا وفق التغيرات السياسية والاجتماعية. يبرز هذا التحول بشكل جلي عند النظر إلى التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد، إذ يُعزّز كل منهما الآخر في بعض الحالات لدعم أجندة معينة،

بينما قد يفتح هذا التداخل مجالاً أوسع للنقد وتوجيه الخطاب العام ضد السلطة في سياقات أخرى.

1. الإعلام كأداة لدعم السلطة:

في مراحل معينة، يصبح الإعلام التقليدي، مثل التلفزيون الرسمي أو الصحف الحكومية، منخرطاً في صياغة روايات تدعم سياسات الدولة وتوجيه الرأي العام وفق أجندة رسمية. يحدث هذا غالباً خلال الأزمات الوطنية أو فترات الانتخابات، حيث تعتمد الحكومات إلى السيطرة على الخطاب الإعلامي.

أمثلة من المنطقة العربية:

في مصر، عقب ثورة 2013، وظّفت السلطة الإعلام الرسمي والخاص في حملة لترويج الاستقرار والحفاظ على النظام، حيث تم إقصاء الأصوات المعارضة أو النقدية. لعبت القنوات التلفزيونية المحلية دوراً كبيراً في إظهار الروايات الرسمية والتقليل من شأن الاحتجاجات، مما أثار استقطاباً واسعاً بين الجمهور.

آليات الإعلام الجديد في دعم السلطة:

تعمل منصات التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان على تعزيز خطاب السلطة من خلال تضخيم الرسائل الحكومية. تستخدم الحكومات هذه المنصات لإطلاق حملات دعائية أو لنشر روايات تتماشى مع سياساتها، مثل الحملات الحكومية التي دعمت قرارات الإغلاق أثناء جائحة كوفيد-19.

السيطرة على السرديات الرسمية وتوجيه الأجندة الإعلامية:

تلجأ الحكومات في كثير من الأحيان إلى إحكام قبضتها على وسائل الإعلام التقليدي، مثل التلفزيون الرسمي والصحف الكبرى، لضمان نشر روايات تتوافق مع مصالحها. في هذه الحالات، يُستخدم الإعلام لنقل رسائل متفق عليها مسبقاً، حيث تتم صياغة المحتوى بعناية لتجنب الانتقادات أو التحريض على المعارضة. على سبيل المثال، في دول تعاني من أزمات سياسية أو اجتماعية، يُسوّق الإعلام الحكومي استقرار النظام كضرورة لمواجهة التحديات.

حملات إعلامية دعائية لتعزيز الشرعية:

خلال فترات الانتخابات أو التحولات السياسية، تُطلق الحكومات حملات إعلامية واسعة تروج لإنجازاتها وتؤكد على استمرارية دورها في تحقيق الأمن والتنمية. في هذه الحملات، تتبنى وسائل الإعلام لهجة رسمية تدعو إلى الوحدة الوطنية وتجنب النقد. يحدث هذا بشكل واضح في الدول التي تعتمد على الإعلام كأداة مركزية لتكوين توافق شعبي، مثلما حدث في بعض التجارب العربية بعد "الربيع العربي".

قمع الأصوات المعارضة وتهميش الإعلام المستقل:

في سياقات دعم السلطة، يتعرض الإعلام المستقل أو المعارض لضغوط كبيرة، بما في ذلك إغلاق المؤسسات الإعلامية المستقلة أو تقييد عملها. يتم تبرير هذه الإجراءات غالبًا على أنها ضرورية لحماية الأمن القومي أو التصدي للمؤامرات الخارجية. وقد لوحظ هذا في حالات عديدة حيث تتعرض الأصوات الناقدة للرقابة، مثلما يحدث في بعض البلدان خلال الانتخابات أو التظاهرات الكبرى.

استغلال المنصات الرقمية لتعزيز السيطرة:

لم تقتصر جهود دعم السلطة على الإعلام التقليدي، بل امتدت أيضًا إلى الإعلام الرقمي، حيث تنشط الحكومات في إطلاق منصات رقمية خاصة أو حسابات مؤيدة على وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه النقاشات وتضخيم السرديات الرسمية. يتم كذلك استخدام الروبوتات الإلكترونية (bots) لنشر رسائل داعمة للنظام وتهميش الخطاب المعارض.

شراكة بين الإعلام والقطاع الخاص لتعزيز صورة السلطة:

في بعض الدول، يتم إنشاء تحالف بين الحكومة والقطاع الخاص لدعم السلطة من خلال الإعلام. تُستغل الإعلانات التجارية والمحتويات المدفوعة لتعزيز سرديات رسمية، حيث يتم تقديم إنجازات الحكومة في إطار حملات ترويجية تستهدف تحسين صورتها. يظهر هذا بوضوح في بعض التجارب التي يتم فيها توظيف القطاع الخاص في خدمة أجنادات الدولة لتحقيق مصالح متبادلة.⁵⁵

Alterman, Jon B. *New Media, New Politics? From Satellite Television to Social Media*. Washington D.C.: Center for Strategic and International Studies (CSIS), 2012

2. تحول الإعلام إلى دور نقدي عبر التداخل الإعلامي

مع تصاعد دور الإعلام الجديد في تشكيل النقاش العام، بدأت مساحات النقد تتسع بفضل التفاعل الذي تتيحه هذه المنصات. يتحول الإعلام أحياناً من دعم السلطة إلى معارضتها، لا سيما في الأوقات التي يظهر فيها ضعف في الأداء الحكومي أو تفاقم الأزمات.

دور التداخل الإعلامي في تعزيز النقد:

يتمثل هذا التداخل في استخدام الأخبار أو التصريحات التي تصدر عن الحكومة عبر القنوات الرسمية، وتحليلها أو تنفيذها على منصات التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، خلال احتجاجات لبنان في 2019، كانت التصريحات الحكومية التي نُقلت عبر القنوات التلفزيونية تُعاد صياغتها وانتقادها على "تويتر" و"فيسبوك"، مما زاد من الضغط الشعبي وأدى إلى استقالة الحكومة.

الأزمات الصحية مثلاً:

في جائحة كوفيد-19، استخدمت الحكومات الإعلام التقليدي لنشر تعليمات التباعد الاجتماعي. لكن الإعلام الجديد أتاح للجمهور التعبير عن إحباطه من سوء إدارة

الأزمة في بعض الدول. هذا التفاعل النقدي أجبر الحكومات على تعديل سياساتها، حيث اضطرت إلى تحسين إدارة حملات اللقاح إثر النقد المتواصل على وسائل التواصل.

تعزيز الرقابة الشعبية بفضل التداخل الإعلامي:

أصبحت وسائل الإعلام الرقمي، مثل "تويتر" و"فيسبوك"، مساحات للنقاش العام المفتوح، حيث يتفاعل الصحفيون والمواطنون مع القضايا المطروحة. هذا التداخل بين الإعلاميين والجمهور أتاح الكشف عن قضايا فساد وسوء إدارة بشكل أسرع من الإعلام التقليدي. كما تُستخدم الأدوات الرقمية لمشاركة الأخبار الحية من مواقع الأحداث، مما يعزز الشفافية ويُصعّب على الحكومات احتكار المعلومات.⁵⁶

دور الصحافة الاستقصائية المدعومة رقمياً:

في كثير من الحالات، اعتمد الصحفيون الاستقصائيون على الأدوات الرقمية لكشف فساد المسؤولين أو التواطؤ السياسي. على سبيل المثال، خلال احتجاجات لبنان 2019، لعبت منصات التواصل الاجتماعي دوراً في فضح السياسات الاقتصادية الفاشلة، مما شجع الإعلام التقليدي على متابعة تلك التحقيقات بجدية أكبر. هذا التعاون بين الإعلام الرقمي والتقليدي أدى إلى إنتاج محتوى تحليلي أعمق، يساهم في تعزيز الضغط الشعبي من أجل التغيير.

⁵⁶ Lynch, Marc. The New Arab Public: How Power and Media are Reshaping Arab Societies. New York: Columbia University Press, 2012

استخدام الإعلام الرقمي لفرض أجندات بديلة:

مع تراجع سيطرة الدولة على السرديات الإعلامية، أصبحت المنصات الرقمية وسيلة لإطلاق حملات اجتماعية وسياسية مستقلة، مثل حملات مكافحة الفساد أو الدفاع عن الحريات. هذا التحول أضعف قدرة الحكومات على تجاهل المطالب الشعبية، حيث تعزز الإعلام الرقمي من قوة الضغوط الشعبية. في هذا السياق، يقوم الإعلام التقليدي أحياناً بتبني هذه الحملات لتوسيع نطاق تأثيرها وإضفاء الشرعية عليها.

الصحافة التشاركية ومواجهة التضليل:

في إطار التداخل الإعلامي، ظهر ما يُعرف بالصحافة التشاركية، حيث يساهم الجمهور في جمع وتحليل المعلومات إلى جانب الصحفيين. هذا النموذج يعزز الدور النقدي للإعلام، خاصة في ظل الأزمات، حيث يتم الكشف عن المعلومات التي قد تُهملها المؤسسات الرسمية. ومن الأمثلة البارزة، الدور الذي لعبته وسائل الإعلام المحلية والمنظمات غير الحكومية في كشف الفساد خلال جائحة كورونا في بعض الدول النامية.

التفاعل الإعلامي ودوره في تشكيل الخطاب السياسي:

يسمح التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد بإعادة تشكيل الخطاب السياسي بطريقة نقدية، حيث يصبح الصحفيون والمواطنون قادرين على تحدي الروايات الرسمية في الوقت الفعلي. هذا التفاعل يتجلى بشكل واضح في الأزمات التي تتطلب اتخاذ قرارات سريعة، مثل القرارات المتعلقة بالصحة العامة أو السياسات الاقتصادية، حيث يتم تحليل تلك القرارات فور الإعلان عنها وتوجيه انتقادات لها عبر المنصات المختلفة.

إعادة تشكيل أدوار المؤسسات الإعلامية:

تحت ضغط التداخل الإعلامي، اضطرت بعض المؤسسات الإعلامية التقليدية إلى تعديل سياساتها التحريرية واعتماد مقاربات نقدية. يتم ذلك من خلال التعاون مع المنصات الرقمية لتقديم سرديات متعددة الأبعاد حول القضايا العامة، مما يزيد من تنوع المحتوى ويعزز مصداقيته.⁵⁷

3. العوامل التي تحدد التحول بين دعم السلطة والنقد

تحول الإعلام من دعم السلطة إلى لعب دور نقدي يعتمد على مجموعة من العوامل التي تتفاعل بشكل معقد، وتشمل السياقات السياسية، والبيئة الإعلامية،

⁵⁷ Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives* 31, no. 2 (2017): 211–36

والتوجهات الاقتصادية، وضغوط المجتمع المدني.

السياق السياسي وتقلبات السلطة:

تؤثر ديناميكيات السلطة السياسية بشكل كبير في تحديد اتجاه الإعلام. في الأنظمة الديمقراطية، غالبًا ما يتمتع الإعلام بمساحة أكبر للنقد، لكن في حال التغييرات السياسية، مثل الثورات أو الحركات الاحتجاجية، قد يتحول الإعلام الذي كان داعمًا للسلطة إلى منصات أكثر نقدًا، كما حدث خلال ما يعرف بـ "ثورات الربيع العربي". كذلك، عندما تصبح الحكومات في موقع ضعف أو تواجه أزمات شرعية، قد يلجأ الإعلام إلى تبني خطاب نقدي لتلبية توقعات الجمهور المتغير.

ملكية وسائل الإعلام واستقلاليتها:

يلعب نموذج ملكية المؤسسات الإعلامية دورًا كبيرًا في تحديد موقفها تجاه السلطة. عندما تكون المؤسسات الإعلامية مملوكة من قبل الدولة أو من جهات مقربة من السلطة، يصبح من الصعب عليها لعب دور نقدي. بالمقابل، تتمتع المؤسسات الإعلامية المستقلة بقدرة أكبر على انتقاد السلطة. ومع ذلك، فإن الضغوط المالية يمكن أن تدفع حتى الوسائل المستقلة إلى تبني مواقف أكثر اعتدالًا أو تحالفات ضمنية مع السلطة لضمان استمراريتها.

الضغوط المجتمعية ودور الرأي العام:

يسهم الرأي العام بدور محوري في تشكيل توجهات الإعلام. عندما يظهر ضغط شعبي قوي يطالب بالشفافية والمساءلة، كما حدث خلال احتجاجات الجزائر أو لبنان، يصبح من الصعب على الإعلام الاستمرار في لعب دور داعم للسلطة. غالبًا ما تتكيف المؤسسات الإعلامية مع التوجهات الشعبية لتجنب فقدان جمهورها أو مصداقيتها.

التغيرات الاقتصادية وتأثير التمويل:

يؤثر التمويل بشكل كبير على سياسات المؤسسات الإعلامية. في بعض الحالات، يعتمد الإعلام على الإعلانات أو تمويل الدولة، مما يجعل موقفه حساسًا تجاه مصالح الجهات الممولة. أما في الأزمات الاقتصادية، فقد تُجبر المؤسسات الإعلامية على تبني خطاب نقدي لجذب الجمهور وتعزيز نسب المشاهدة أو القراءة، كما يُلاحظ في الأزمات السياسية والمالية في بعض الدول النامية.⁵⁸

التداخل الإعلامي وتعدد المنصات:

يُسَهِّلُ التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد تحول الوسائل الإعلامية إلى أدوار نقدية؛ إذ تمنح المنصات الرقمية فضاءً للتعبير الحر والنقد، مما يضغط على الإعلام التقليدي لتبني مواقف أكثر استقلالية. على سبيل المثال، قد تتفاعل القنوات التلفزيونية مع النقاشات والانتقادات التي تبدأ على وسائل التواصل الاجتماعي،

Trappel, Josef, Jeanette Steemers, and Barbara Thomass, eds. ⁵⁸
European Media in Crisis: Values, Risks, and Policies. New York:
 Routledge, 2015

مما يؤدي إلى تحول في الخطاب الإعلامي.

البيئة القانونية والتشريعات الإعلامية:

تلعب القوانين المنظمة للإعلام دورًا أساسيًا في تحديد مساحة النقد. في البيئات التي تتمتع بحماية قانونية لحرية التعبير، يكون الإعلام أكثر استقلالية في نقد السلطة. في المقابل، يمكن للتشريعات القمعية أن تفرض قيودًا على المحتوى الإعلامي، مما يحد من قدرة المؤسسات على لعب دور نقدي.

الأزمات كعامل محفز للتحول:

تُعد الأزمات السياسية أو الصحية أو الاقتصادية من العوامل الأساسية التي تفرض على الإعلام التحول نحو دور نقدي. خلال جائحة كوفيد-19، كان على الإعلام التقليدي والجديد أن يوازن بين نقل الرسائل الرسمية وانتقاد الحكومات التي فشلت في إدارة الأزمة بفعالية. في السياقات السياسية، يمكن أن تلعب الأزمات دورًا مشابهًا، حيث يضطر الإعلام لتسليط الضوء على إخفاقات السلطة لتلبية توقعات الجمهور المتزايدة.

ظهور الصحافة الاستقصائية:

يشجع انتشار الصحافة الاستقصائية على تبني دور نقدي، حيث تقوم المؤسسات الإعلامية بكشف الفساد أو التجاوزات الحكومية. يعمل هذا النوع من الصحافة غالبًا بالتعاون مع المنصات الرقمية لتوسيع نطاق التغطية وزيادة الضغط على صناع القرار.⁵⁹

4. الإعلام في حالة ديناميكية بين الدعم والنقد

يُظهر التداخل الإعلامي أن العلاقة بين الإعلام والسلطة ليست ثابتة، بل تخضع لتحولات مستمرة وفق السياقات السياسية والاجتماعية. يساعد الإعلام الجديد في فتح مساحات نقدية جديدة، لكن في بعض الحالات قد يسهم في تعزيز هيمنة السلطة إذا تمت السيطرة عليه أو التلاعب بخوارزمياته. وفي كلتا الحالتين، يبقى هذا التداخل عنصرًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام وصنع السياسات، حيث يعكس قدرة الإعلام على التأثير في مسارات الأحداث وفقًا للظروف المتغيرة.

هذا التحول المستمر بين دعم السلطة والنقد يُبرز أهمية الحفاظ على استقلالية الإعلام، وتعزيز آليات التحقق من الأخبار، وضمان توازن التغطية الإعلامية لتحقيق دورها الفعّال في المجتمع.

الفصل السادس: تحولات الجمهور في ظل التداخل الإعلامي

⁵⁹ Kraidy, Marwan M. The Naked Blogger of Cairo: Creative Insurgency in the Arab World. Cambridge: Harvard University Press, 2016

يشهد الجمهور الإعلامي في العصر الرقمي تحولات جذرية نتيجة التداخل بين الإعلام التقليدي والجديد، وهو تحوّل يتجاوز حدود الاستهلاك السلبي للمحتوى نحو أوار أكثر فاعلية وتفاعلية. تطوّر مفهوم الجمهور بشكل ملحوظ في ظل هذا التداخل ليصبح مشاركاً في إنتاج المحتوى، مؤثراً في تشكيل السرديات العامة، وفاعلاً في توجيه الأجندات الإعلامية والسياسية. لم تعد العلاقة بين الإعلام والجمهور محصورة في حدود الاتصال أحادي الاتجاه الذي كان يميز وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والتلفزيون، بل أصبحت ديناميكية تفاعلية تعكس انخراطاً مزدوجاً عبر منصات التواصل الاجتماعي والفضاءات الرقمية الأخرى.

في ظل هذا التداخل، لم يعد الجمهور وحدة متجانسة، بل أصبح يتشكل من شرائح مختلفة تتفاعل بطرق متعددة مع المحتوى الإعلامي بناءً على اهتماماتها، ثقافتها، وسياقاتها الاجتماعية. تظهر هذه التحولات في قدرة الأفراد على اختيار المحتوى وتوجيه النقاشات وفق اهتماماتهم الخاصة، مما يعزز ظاهرة "غرف الصدى" حيث يتعرض المستخدمون لمحتوى متشابه يتماشى مع توجهاتهم الفكرية والسياسية. إضافةً إلى ذلك، وقرت المنصات الرقمية للجمهور مساحةً أوسع للمشاركة النقدية، حيث بات بإمكان المستخدمين الرد على الأحداث فور حدوثها والتفاعل مع المؤسسات الإعلامية والسياسية في الوقت الحقيقي، مما يخلق واقعاً جديداً تتشابك فيه أصوات الجمهور مع الأطر الرسمية للسرد الإعلامي.

إحدى أبرز مظاهر تحولات الجمهور في ظل التداخل الإعلامي هي التحوّل من دور المتلقي السلبي إلى مشارك نشط في صياغة المحتوى. هذا التحول عزّز مفهوم "الصحافة التشاركية"، حيث بات المواطنون العاديون يساهمون في جمع المعلومات وتحليلها إلى جانب الصحفيين المهنيين، مما أوجد مساحات جديدة من

الشفافية والمساءلة. على سبيل المثال، خلال الحركات الاحتجاجية أو الأزمات الصحية مثل جائحة كورونا، لعب الجمهور دورًا محوريًا في نشر المعلومات ومراقبة الأحداث لحظة بلحظة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما أجبر وسائل الإعلام التقليدية على مواكبة هذه الديناميكية المتسارعة.

إضافة إلى ذلك، أتاح التداخل الإعلامي ظهور أشكال جديدة من التفاعل بين الجمهور والإعلام، حيث لم تعد القنوات الإعلامية وحدها قادرة على صياغة الأجنداث العامة. أصبحت النقاشات تبدأ أحيانًا على المنصات الرقمية، ليقوم الإعلام التقليدي بمتابعتها وتقديمها في إطار تحليلي أكثر شمولًا، كما حدث في العديد من الأزمات السياسية والانتخابية حول العالم. في المقابل، يستفيد الإعلام الرقمي من مصداقية وسائل الإعلام التقليدية لإضفاء الشرعية على المعلومات المتداولة وتوسيع نطاق تأثيرها.

ومع ذلك، فإن هذه التحولات تطرح تحديات كبيرة، من بينها خطر الاستقطاب وانتشار الأخبار المضللة، حيث يمكن للتدخل الإعلامي أن يساهم في تضيق النقاشات وتعزيز التحيزات الفردية. كما تبرز مشكلة السيطرة الخوارزمية على المحتوى، حيث تتحكم خوارزميات المنصات الرقمية في نوعية المعلومات التي يتعرض لها الجمهور، مما يعمق ظاهرة "غرف الصدى" ويحد من التنوع الفكري في النقاشات العامة. ومع أن هذا التفاعل الجديد يمنح الجمهور سلطة أكبر في توجيه النقاشات، إلا أنه يفرض على المؤسسات الإعلامية تحديات جديدة في تحقيق التوازن بين المهنية والاستجابة السريعة.

يمكن القول إن تحولات الجمهور في ظل التداخل الإعلامي تعكس تحولاً جذرياً في دور الإعلام داخل المجتمع. لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ للمعلومات، بل أصبح عنصرًا فاعلاً في تشكيلها ونشرها، مما يعيد تعريف العلاقة بين الإعلام والجمهور في عصر يتميز بسرعة التواصل وتعقيد التفاعل. هذا التغيير يتطلب من المؤسسات الإعلامية تطوير استراتيجيات جديدة تأخذ في الاعتبار تفضيلات الجمهور وديناميكيات التفاعل الرقمي المستمرة، مع الالتزام بالمصادقية والموضوعية في نقل المعلومات.

كيف يساهم الجمهور في إعادة تدوير المحتوى الإعلامي

تحول الجمهور في العصر الرقمي إلى مشارك فعال في إنتاج المحتوى الإعلامي، ولم يعد مجرد مستهلك سلبي يتلقى المعلومات. بفضل منصات التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية، أصبح الجمهور يساهم في إعادة تدوير المحتوى الإعلامي بعدة أشكال، سواء بإضافة تفسيرات وتعليقات، أو عن طريق تحويل الأخبار إلى صيغة جديدة تناسب جمهوراً مختلفاً. يلعب هذا الدور التفاعلي للجمهور دوراً محورياً في إعادة نشر وتوسيع نطاق تأثير المحتوى الإعلامي.

1. إعادة نشر المحتوى وتوسيعه

أصبح الجمهور بمثابة "موزّع" للمحتوى الإعلامي، حيث يقوم بإعادة نشر الأخبار أو التقارير عبر منصات مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام. هذه العملية لا تقتصر على مشاركة المحتوى فحسب، بل تشمل أحياناً إضافة تعليقات وتفسيرات

شخصية، مما يُضفي أبعادًا جديدة على النقاش الأصلي. من خلال هذا التفاعل، يتم تضخيم نطاق الأخبار ويصل المحتوى إلى شرائح واسعة من الجمهور.

تجاوز دور الجمهور مجرد استهلاك المحتوى إلى المشاركة الفاعلة في نشره، وهو ما يعكس تحولاً عميقاً في ديناميكية الإعلام الحديث. اليوم، يتصرف الأفراد كوسطاء وموزعين غير رسميين للأخبار، حيث يقومون بإعادة نشر الأخبار أو المقالات عبر وسائل التواصل مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، تيك توك، وواتساب. هذه العملية ليست مجرد نقل حرفي للمحتوى، بل تشمل أحياناً إدخال تعديلات من خلال إضافة عناوين فرعية جديدة، تعليقات شخصية، أو شروحات تُعمّق النقاشات.

لا يقتصر التفاعل على إعادة نشر الأخبار فقط، بل غالباً ما يصاحب هذا الفعل تفسير شخصي أو تعليق سياسي واجتماعي، مما يعزز من انخراط الجمهور في تشكيل المعاني والسرديات الإعلامية. على سبيل المثال، يمكن أن تتحول تغريدة إخبارية بسيطة إلى حملة واسعة الانتشار عند إعادة نشرها مع إضافة وسوم أو شعارات مرتبطة بقضية معينة. هذا التفاعل المتعدد الأبعاد يساعد في إعادة إنتاج المحتوى بطرق تتجاوز نية منتجيه الأصليين، مما يُضفي عليه مرونة تمكنه من التكيف مع اهتمامات جماهير متعددة.

إحدى الأدوات البارزة التي يستخدمها الجمهور لإعادة نشر المحتوى وتوسيع تأثيره هي الوسوم (hashtags). يمكن أن تُضفي هذه الوسوم بُعداً حركياً على المحتوى، حيث يتم تنظيم النقاشات حول موضوع معين بسهولة. فعلى سبيل المثال، وسوم مثل #BlackLivesMatter و #MeToo ساعدت في تعزيز

انتشار قضايا اجتماعية وجذب انتباه وسائل الإعلام التقليدية التي اضطرت لاحقاً لمواكبة هذا الزخم الرقمي.

يمتد تأثير الجمهور أيضاً إلى إعادة إنتاج المحتوى في أشكال مختلفة. يمكن للمواد الإخبارية الأصلية أن تتحول إلى مقاطع فيديو ترويجية قصيرة أو رسوم بيانية تُشارك عبر إنستغرام ويوتيوب. كما تلجأ بعض الجماعات إلى تحويل المقالات الصحفية إلى محادثات صوتية (بودكاست)، مما يُسهل وصول المحتوى إلى فئات مختلفة من الجمهور. هذا التحول يُعزز دورة حياة المحتوى، حيث يصبح الخبر جزءاً من نقاشات مستمرة تُعيد تقديمه بطرق إبداعية تناسب سياقات متعددة. التوسع في التغطيات الإعلامية عبر شبكات التواصل

تساهم إعادة نشر الأخبار عبر وسائل التواصل في تجاوز الحدود الجغرافية. فعند مشاركة تقرير أو خبر معين، يمكن أن ينتقل إلى جمهور دولي بسرعة، مما يعزز من عولمة القضايا المحلية. على سبيل المثال، الاحتجاجات السياسية في دول مثل لبنان والسودان اكتسبت زخماً عالمياً بسبب التفاعل الواسع مع محتوياتها عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما دفع وسائل الإعلام الدولية إلى تسليط الضوء عليها.

أثناء جائحة كوفيد-19، كان الجمهور عاملاً محورياً في نشر الرسائل الصحية وتوسيع نطاقها. شارك الأفراد معلومات حول الإرشادات الوقائية، مواعيد اللقاحات، وتحديثات الإغلاق، مما ساعد في تعزيز الوعي المجتمعي. لكن في الوقت نفسه، أدى هذا التفاعل إلى انتشار معلومات مضللة، مما أضاف تحديات إضافية أمام الجهات الرسمية. هذا التفاعل المتناقض يعكس كيف يمكن لإعادة نشر

المحتوى أن تلعب دورًا مزدوجًا في الأزمات.

إلى جانب التوسع في نشر الأخبار، يسهم الجمهور في تفكيك الأخبار الزائفة عبر تقنيات التحقق الجماعي. من خلال التفاعل مع محتويات مشبوهة ونشر تصحيحات أو تقارير تحقيقية، يصبح الجمهور جزءًا من آلية مكافحة التضليل. بعض المبادرات الجماعية تعتمد على مشاركة الأفراد في الإبلاغ عن المحتويات الكاذبة، مما يعزز من قدرة المنصات على التصدي للأخبار الزائفة بشكل أسرع.

رغم الإيجابيات المرتبطة بإعادة نشر المحتوى، يواجه هذا التفاعل تحديات تتعلق بالإفراط في النشر (information overload) وانتشار المعلومات المضللة.

في بيئات مشبعة بالمحتوى، قد يجد المستخدمون صعوبة في التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة. كما أن التفاعل المستمر مع الأخبار قد يؤدي إلى حالة من "الإرهاق الإعلامي"، حيث يفقد الجمهور الثقة في المحتوى نتيجة لتكرار نشر الأخبار أو تعرضه لمعلومات متضاربة.⁶⁰

2. إعادة تفسير المحتوى وإضفاء بعد محلي أو سياقي

غالبًا ما يقوم الأفراد بتكييف المحتوى الإعلامي ليصبح أكثر ارتباطًا بالسياقات المحلية أو الثقافية. على سبيل المثال، قد يُعاد نشر خبر دولي مرفقًا بتعليقات أو

⁶⁰ Hermida, Alfred. "Social Media and the News: From Distribution to Conversation." In *The Handbook of Journalism Studies*, edited by Karin Wahl-Jorgensen and Thomas Hanitzsch, 331–46. New York: Routledge, 2019

آراء تعكس زوايا محلية لم يتم تغطيتها في الإعلام التقليدي. هذا الدور التفسيري يعزز التعدد في السرديات ويثري النقاش حول المواضيع العامة.

يتجاوز الجمهور دور النقل السلبي للأخبار، حيث يعيد تفسير المحتوى الإعلامي الدولي أو الإقليمي وفقاً للسياقات المحلية، مما يعزز التعدد في السرديات ويثري النقاش العام. هذا التكيف يعكس ديناميكية جديدة في تداول المعلومات، حيث يُوظف المحتوى الإعلامي لإبراز أبعاد خاصة بقضايا محلية قد لا يتم تناولها في الإعلام التقليدي. على سبيل المثال، يمكن لخبر دولي حول تغيّر المناخ أن يُعاد تفسيره بطريقة تسلط الضوء على تأثيره المباشر في مناطق محددة، مثل أزمات المياه في منطقة الشرق الأوسط، أو موجات الجفاف في شمال إفريقيا.

غالبًا ما يتم استغلال المنصات الرقمية في إضفاء أبعاد سياقية على الأحداث العالمية لجعلها أكثر ارتباطًا بتجارب الجمهور المحلي. خلال الأزمات الصحية مثل جائحة كوفيد-19، كان المحتوى العالمي الذي يصدر عن منظمة الصحة العالمية أو وسائل الإعلام الدولية يُعاد تفسيره في بعض الدول وفق الظروف الصحية الخاصة بكل دولة. على سبيل المثال، في بلدان تعاني من ضعف أنظمتها الصحية، كان التركيز الشعبي على سوء توزيع اللقاحات أو نقص الإمدادات الطبية، مما وُجد نقاشات محلية جديدة تعكس مطالب محلية متعلقة بالعدالة الصحية.

يتيح هذا التفاعل النقدي مع المحتوى توليد سرديات بديلة، تتحدى السرديات الرسمية أو العامة المطروحة على مستوى عالمي. يمكن لمجموعة من النشطاء المحليين استخدام منصات مثل فيسبوك وتويتر لإعادة تقديم روايات محلية لقضايا دولية، كما حدث في احتجاجات الحراك الجزائري أو الثورة اللبنانية. كانت هذه

الحركات تعيد نشر الأخبار الدولية مع ربطها بسياقات محلية تعكس قضايا الفساد وسوء الإدارة الاقتصادية.

يؤدي هذا التفاعل إلى إثراء المحتوى الإعلامي من خلال تنوع اللغات والثقافات التي يُعاد تقديم الأخبار بها. على سبيل المثال، يتم تداول الأخبار المتعلقة بالصراعات الإقليمية في الشرق الأوسط بشكل مختلف بين المجتمعات الناطقة بالعربية مقارنة بتداولها في وسائل الإعلام الغربية، حيث يتم التركيز على الأبعاد الثقافية والدينية للصراع بدلاً من التحليلات الجيوسياسية. هذا التنوع يعكس الفروقات في الاهتمامات والسياقات بين الجمهور المحلي والدولي.

عندما يتم إعادة تفسير المحتوى في سياقات محلية، يتمكن الجمهور من تحدي الروايات الرسمية أو المهيمنة. على سبيل المثال، في الأزمات السياسية، يُعاد تفسير تصريحات القادة أو السياسات الحكومية بشكل نقدي عبر المنصات الرقمية، مما يولد ضغطاً على الحكومات ويعزز الشفافية. هذا الدور التفسيري الذي يمارسه الجمهور يمثل امتداداً للمساءلة الإعلامية التقليدية، حيث يصبح الجميع فاعلاً في إنتاج المحتوى والنقاش حوله.

إعادة تفسير المحتوى تُسهم أيضاً في توليد معرفة جديدة مبنية على التفاعل مع السياقات المحلية. عندما يتم تداول قضايا عالمية، مثل العدالة المناخية، تُعاد صياغتها بطريقة تجعلها تعكس احتياجات محلية مثل تحسين سياسات المياه أو

مكافحة التصحر. هذا يعزز قدرة الإعلام على التكيف مع التغيرات المستمرة ويجعل النقاشات أكثر ارتباطاً بالمجتمعات التي تتأثر مباشرة بهذه القضايا.⁶¹

3. المساهمة في تطوير السرديات الإعلامية

تتيح الأدوات الرقمية للجمهور إمكانيات واسعة لتطوير سرديات إعلامية تتجاوز حدود التغطية التقليدية. على سبيل المثال، يستخدم الأفراد أدوات تحرير الفيديو أو التطبيقات الرسومية لإنشاء محتوى يعكس وجهات نظرهم حول الأحداث الجارية، مثل تعديل مقاطع من برامج سياسية أو إنتاج رسوم متحركة ساخرة تتناول موضوعات اجتماعية. هذا النمط الإبداعي يسهم في خلق روايات بديلة، غالباً ما تتحدى السرديات الرسمية أو التقليدية التي تقدمها وسائل الإعلام الكبرى.

تُعد "الميمات" (memes) من أبرز أشكال إعادة إنتاج المحتوى التي طورتها الجماهير الرقمية. هذه الصور أو المقاطع الساخرة تختزل قضايا معقدة في صيغ بسيطة تجذب الانتباه، مما يجعلها أدوات فعالة في نشر رسائل سياسية أو اجتماعية بطرق غير تقليدية. على سبيل المثال، خلال الاحتجاجات العالمية، مثل حركة السترات الصفراء في فرنسا، انتشرت الميمات لانتقد السياسات الحكومية بشكل إبداعي، مما أدى إلى توجيه النقاش العام حول أهداف الحركة.

غالباً ما يساهم الجمهور في تطوير سرديات بديلة تتحدى الروايات السائدة التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية. في كثير من الأحيان، يبدأ هذا التحدي على

Bruns, Axel. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York: Peter Lang, 2018

المنصات الرقمية مثل تويتر وإنستغرام، حيث يعيد المستخدمون صياغة الأخبار وفقاً لمصالحهم أو اهتماماتهم. على سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-19، أنتجت الجماهير مقاطع فيديو وميمات ساخرة للتعليق على سياسات الإغلاق وتوزيع اللقاحات، مما أثر على الأجندات الإعلامية ووجه تغطيات الإعلام التقليدي نحو قضايا أهملتها الحكومات.

الإعلام التقليدي لم يعد منفصلاً عن هذه العملية، بل يستفيد من المحتوى الرقمي لإثراء تغطياته. في بعض الحالات، يقوم الصحفيون باستعارة الأفكار الرائجة في الفضاء الرقمي وتطويرها إلى تحقيقات صحفية أو تقارير موسعة. هذا التفاعل يعزز ديناميكية السرديات الإعلامية، حيث تتداخل الأصوات التقليدية والرقمية لإنتاج محتوى متعدد الأبعاد يعكس تنوع الرؤى في المجتمع.

تتجاوز مساهمة الجمهور إعادة نشر الأخبار أو تقديم النقد؛ إذ أصبح الأفراد صناعاتاً للروايات، مستغلين الأدوات الرقمية للتعبير عن قضاياهم بطرق إبداعية. هذه السرديات البديلة تسهم في توسيع نطاق النقاشات العامة وتقديم رؤى جديدة تتحدى الأطر الإعلامية التقليدية، مما يعكس تحولاً عميقاً في طبيعة العلاقة بين الإعلام والجمهور.⁶²

⁶² Papacharissi, Zizi. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. New York: Oxford University Press, 2014

4. التفاعل الجماهيري كأداة للرقابة والمساءلة

في الأزمات السياسية أو الصحية، يصبح الجمهور شريكاً فعالاً في الرقابة والمساءلة عبر منصات التواصل الاجتماعي. الأفراد لم يعودوا مجرد مستهلكين للمعلومات، بل أصبحوا جهات فاعلة في التحقق من الحقائق وتوجيه النقد العلني. على سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-19، لم تكتفِ الجماهير بمتابعة التعليمات الصحية الرسمية بل أعادت تناولها، ناقشتها، بل وانتقدتها عند وجود تعارض بين ما يُنشر والخبرات الحياتية اليومية. هذا التفاعل لم يُسلط الضوء فقط على الثغرات في الأداء الحكومي، بل دفع الحكومات إلى تبني سياسات أكثر شفافية وسرعة في الاستجابة.

عندما يشعر الجمهور بأن الإجراءات الحكومية غير فعالة، فإن الضغط من خلال الانتقادات العلنية يؤدي إلى تعديل الخطاب والسياسات. خلال الجائحة، تعرضت حكومات عدة لانتقادات لاذعة بسبب التردد في فرض الإغلاقات أو بطء توزيع اللقاحات. الضغط المتزايد على المنصات الرقمية، خاصة في دول مثل إيطاليا والبرازيل، دفع الحكومات إلى إعادة تنظيم حملاتها الصحية وتكثيف جهودها، مستجيبةً لنقاشات وتحليلات الجمهور التي وُثقت عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

الرقابة لم تعد مقتصرة على الصحفيين أو المؤسسات الإعلامية؛ إذ أصبحت المنصات الرقمية فضاءً عامًا للرقابة المتبادلة، حيث يتم تحليل الخطابات الرسمية بدقة في الوقت الحقيقي. الصحفيون بدورهم يعتمدون على هذه التفاعلات لتعزيز تقاريرهم، مما يؤدي إلى تكامل بين الإعلام التقليدي والجديد في عملية المساءلة.

هذا التكامل ظهر بوضوح خلال الأزمات السياسية، مثل الاحتجاجات في لبنان والجزائر، حيث ساعدت نقاشات الجمهور في كشف فساد المسؤولين وتضخيم قضايا اقتصادية واجتماعية تجاهلتها السلطات لفترة طويلة.

ساهم ظهور الصحافة التشاركية في تمكين الجمهور من لعب دور في كشف الفساد والمخالفات الحكومية. على سبيل المثال، وثق المواطنون خلال احتجاجات لبنان الأزمات الاقتصادية باستخدام مقاطع الفيديو الحية، والتي دفعت الإعلام التقليدي إلى متابعة تلك التغطيات بجدية أكبر. هذا التعاون بين الإعلام والجمهور جعل من الصعب على السلطات احتكار المعلومات، مما عزز الشفافية في إدارة الأزمات.

مع التطور التكنولوجي، لعبت الخوارزميات دوراً في تضخيم الانتقادات عبر تصدير المحتوى الأكثر تداولاً إلى الصدارة. هذا التضخيم يساعد على استدامة النقاشات العامة، لكنه يُظهر أيضاً تحديات تتعلق بانتشار الأخبار المضللة، ما قد يعيق المساءلة ويخلق توتراً بين الجمهور والحكومات. مع ذلك، يظل الدور الرقابي للجمهور عبر هذه الأدوات الرقمية أداة مؤثرة في دفع المؤسسات إلى تحسين أدائها والالتزام بتوقعات المواطنين.⁶³

في إسبانيا خلال الجائحة، استجاب النظام الصحي لضغط شعبي متزايد من العاملين في القطاع الصحي والمواطنين الذين شاركوا تجاربهم عبر منصات التواصل، مما أدى إلى تحسين سياسات توزيع الموارد الصحية. وفي الهند، وثقت

Fenton, Natalie, ed. *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage, 2010

جماهير غاضبة معاناة المرضى في ظل نقص الأكسجين، مما أثار اهتمامًا إعلاميًا واسعًا وأدى إلى استجابة أسرع من الحكومة.

5. تحفيز المحتوى التفاعلي والحواري

تحفيز المحتوى التفاعلي لا يتوقف عند حدود نشر التعليقات أو المداخلات السريعة، بل يمكن أن يقود إلى إنتاج محتويات إعلامية جديدة مستوحاة من النقاشات المفتوحة على المنصات الرقمية. فعندما يتفاعل الجمهور مع تقارير أو مقالات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لهذا التفاعل أن يولد دفقًا من الأفكار التي تعيد تشكيل الأجندة الإعلامية. تظهر هذه الظاهرة بشكل واضح في البيئات الإعلامية الحيّة، حيث يتم استلهام المقالات الجديدة أو البرامج الحوارية من النقاشات الجماهيرية الجارية، مما يجعل الجمهور شريكًا في صياغة المحتوى الإعلامي، بدلاً من كونه مجرد متلقٍ سلبي.

يتيح التفاعل المباشر للجمهور عبر وسائل التواصل مثل "تويتر" أو جلسات البث المباشر على "يوتيوب" تقديم ردود فعل فورية للمحتوى الإعلامي التقليدي. هذا النمط من التغذية الراجعة المستمرة يُجبر المؤسسات الإعلامية على أن تكون أكثر مرونة في تعديل مواقفها أو إنتاج محتويات جديدة، بناءً على الاتجاهات التي تظهر أثناء النقاشات. على سبيل المثال، يمكن لنقد مقالة إخبارية في قسم التعليقات أن يدفع القائمين على المؤسسة الإعلامية إلى إنتاج تقرير متابعة أو تحقيق استقصائي، ما يعزز مصداقية التغطية الإعلامية.

تؤدي النقاشات عبر المنصات الرقمية إلى ظهور قضايا "رائجة" أو ما يعرف بـ"الترند"، والتي تصبح مصدر إلهام للمحتوى التقليدي. قد تتحول منشورات أو نقاشات قصيرة إلى موضوعات تتبناها البرامج الحوارية، مثلما حدث في العديد من الحالات حيث تناولت وسائل الإعلام التقليدية مواضيع انطلقت من تغريدة أو منشور مؤثر. كما أن هذا التفاعل المتبادل يجعل عملية إنتاج المحتوى أكثر استجابة للتغيرات السريعة في اهتمامات الجمهور.

تعتمد المؤسسات الإعلامية على تطوير منصات تفاعلية تسهم في إشراك الجمهور بطرق مبتكرة، مثل استطلاعات الرأي المباشرة، أو إمكانية المشاركة في إعداد المحتوى من خلال اختيار موضوعات معينة يتم تناولها في حلقات تلفزيونية لاحقة. هذه الأدوات تجعل الجمهور جزءاً فاعلاً في العملية الإعلامية، مما يزيد من شعوره بالانتماء ويحفز التفاعل المستمر.

عندما يتم تحفيز الجمهور للمشاركة، فإن السرديات الإعلامية التقليدية تأخذ أبعاداً جديدة. يمكن للمناقشات الجماهيرية أن تكشف عن زوايا غير متوقعة من القضايا المطروحة، ما يؤدي إلى إنتاج محتويات متعمقة تعكس وجهات نظر متنوعة. يساهم هذا في خلق خطاب أكثر تعددية، حيث يتم تقديم القصص الإخبارية في سياق شامل يتفاعل مع جمهور متعدد الخلفيات والثقافات.

رغم الفوائد التي يحققها التفاعل الجماهيري، إلا أن هذا النمط من الإنتاج يواجه تحديات عدة. قد يؤدي الانخراط المفرط في الاستجابة الفورية لتوجهات الجمهور إلى إضعاف العمق في التحليل الإعلامي، مما يضع ضغطاً على المؤسسات لتحقيق توازن بين التفاعل والاحترافية. علاوة على ذلك، فإن الفوضى الرقمية

والمعلومات المضللة قد تؤثر سلبيًا على جودة النقاشات، مما يجعل من الضروري تطوير آليات للتحقق من المعلومات التي يتم تداولها بشكل تفاعلي.⁶⁴

6. أدوات رقمية لدعم التفاعل

تمثل الأدوات الرقمية محورًا في تعزيز ديناميكية التفاعل بين المستخدمين، حيث تسمح لهم بالمساهمة في إنتاج المحتوى وإثراء النقاشات بطرق مبتكرة. منصات مثل "فيسبوك"، "تويتر"، و"إنستغرام" تقدم مجموعة متنوعة من الأدوات التفاعلية التي أصبحت جزءًا أساسيًا من تجربة الإعلام الرقمي.

البحث المباشر يمثل وسيلة فعالة لتفاعل المستخدمين في الوقت الفعلي، إذ يمكنهم متابعة الأحداث مباشرة وإضافة تعليقاتهم أو طرح الأسئلة أثناء البث. تُستخدم هذه الأداة بشكل واسع في تغطية الفعاليات، الاحتجاجات، أو المؤتمرات الصحفية، مما يعزز شفافية التغطية الإعلامية ويعطي الجمهور فرصة للتفاعل المباشر مع صانعي القرار.

الهاشتاغات تسهل تنظيم النقاشات وتوسيع نطاق انتشارها، مما يتيح متابعة المواضيع ذات الاهتمام الجماهيري بسهولة. تُستخدم في الحملات السياسية والاجتماعية لتوجيه الاهتمام نحو قضية معينة، كما حدث في حركة "Black Lives Matter" واحتجاجات لبنان، حيث ساهمت في توليد تفاعل واسع على

⁶⁴ Couldry, Nick, and Andreas Hepp. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press, 2016

المنصات الرقمية وساعدت على تعزيز التأثير العام للنقاش.

توفر استطلاعات الرأي أداة لجمع آراء الجمهور حول قضايا معينة بشكل سريع وفعال. هذه الأداة تُستخدم من قبل المؤسسات الإعلامية وصناع القرار لفهم توجهات الجمهور، مما يعزز من القدرة على اتخاذ قرارات مستندة إلى بيانات حقيقية. كما أنها تلعب دورًا مهمًا في الحملات الانتخابية لجس نبض الناخبين أو تقييم شعبية المرشحين.

بالإضافة إلى ذلك، أصبحت منصات مثل "تيك توك" و"إنستغرام" تعتمد على أدوات تحرير الفيديو والصور التي تسمح للمستخدمين بإعادة إنتاج المحتوى بطريقة مبتكرة. يمكن للمستخدمين إضافة الموسيقى أو النصوص إلى مقاطع الفيديو، مما يعزز من انتشار المحتوى ويجعله أكثر جاذبية للمشاركة. التحليلات الرقمية لتعزيز التفاعل

تدعم الخوارزميات والذكاء الاصطناعي هذه الأدوات من خلال تقديم توصيات مخصصة لكل مستخدم بناءً على اهتماماته السابقة، مما يزيد من فرص التفاعل المستمر مع المحتوى. تسمح هذه التحليلات بفهم ديناميكيات النقاش وتحديد الاتجاهات الناشئة، مما يعزز استجابة المؤسسات الإعلامية لاحتياجات الجمهور بشكل فوري.

أصبحت الأدوات الرقمية أيضًا متكاملة بين منصات مختلفة، حيث يمكن للبت المباشر على "يوتيوب" أن يُنشر تلقائيًا عبر "تويتر" أو "فيسبوك"، مما يوسع من نطاق الوصول ويحافظ على استمرارية النقاش عبر منصات متعددة. يؤدي هذا

التكامل إلى تعزيز دورة حياة المحتوى وتطوير سرديات متعددة الأبعاد حول القضايا المطروحة.⁶⁵

7. إطالة دورة حياة المحتوى

تمثل إطالة دورة حياة المحتوى الإعلامي إحدى الظواهر المحورية التي تتيحها منصات الإعلام الرقمي، حيث يتم تداول القصص والأخبار بطرق متعددة ومستمرة حتى بعد انتهاء تغطيتها التقليدية. تسهم هذه الظاهرة في استمرار النقاش حول القضايا الهامة وضمان بقاءها ضمن الأجندات العامة، ما يعكس تحولاً في ديناميكيات الإعلام الحديث.

عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن يعاد إحياء قصة إخبارية كانت قد فقدت زخمها في الإعلام التقليدي، من خلال إضافات جديدة، مثل التعليقات أو المحتوى المتفاعل مثل الفيديوهات والميمات. على سبيل المثال، يمكن أن يعود خبر قديم إلى الواجهة إثر تطورات جديدة مرتبطة به، مما يعيد جذب الاهتمام الجماهيري مرة أخرى، ويعزز التفاعل حوله على منصات متعددة. هذا النمط يتيح أيضاً للمحتوى أن يمر عبر أطر تفسيرية جديدة، تتغير وفق السياقات الاجتماعية والسياسية المتجددة.

يسمح الإعلام الرقمي بتمديد عمر القضايا من خلال التفاعل المستمر من الجمهور، حيث يعيد المستخدمون نشر المحتوى أو تفسيره بطرق جديدة، مما

⁶⁵ Napoli, Philip M. Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age. New York: Columbia University Press, 2019

يحافظ على استمرارية النقاش حوله. على سبيل المثال، خلال حركات الاحتجاجات الاجتماعية، مثل "Black Lives Matter"، لم تقتصر المناقشات على فترة الاحتجاجات الفعلية، بل استمرت عبر نقاشات رقمية حتى بعد انتهاء الأحداث على الأرض، ما أدى إلى استمرار الضغط المجتمعي وتغيير السياسات في بعض الأحيان.

تستخدم المؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية استراتيجيات التحليل المتكرر لمواكبة الاهتمام المتجدد بالقضايا. فمثلاً، يمكن أن يتم إصدار مقاطع تحليلية جديدة مرتبطة بأحداث قديمة بناءً على بيانات واتجاهات ناشئة، مما يمنح المحتوى عمراً إضافياً. هذا النوع من التحليل لا يعزز فقط من فهم الجمهور للقضايا، بل يحافظ على تفاعلهم المستمر معها.

تتيح الأدوات الرقمية تكاملاً بين المنصات المختلفة، مثل إعادة نشر مقابلات أو تقارير تلفزيونية قديمة عبر "يوتيوب" أو "فيسبوك". كما يمكن أن تتم إعادة نشر النقاشات التي دارت في برامج حوارية على شكل مقاطع قصيرة، مما يخلق موجة جديدة من التفاعل ويجعل المحتوى أكثر قرباً من الجمهور الرقمي.

إطالة دورة حياة المحتوى تلعب أيضاً دوراً في توجيه الأجدات العامة، إذ يمكن أن يستخدم الجمهور أو الإعلاميون هذا التفاعل المستمر لتسليط الضوء على قضايا قد تُهمل من قبل المؤسسات الرسمية. على سبيل المثال، يمكن لقضايا حقوق الإنسان التي تم إثارتها في الماضي أن تعود إلى الواجهة عبر موجات جديدة من التفاعل الرقمي، مما يجبر المؤسسات الإعلامية على تبنيها ضمن أجداتها.

تلعب الخوارزميات دورًا مهمًا في دعم هذه الظاهرة، إذ يتم توجيه المحتوى إلى المستخدمين المهتمين استنادًا إلى اهتماماتهم السابقة، مما يعزز من استمرارية النقاش حوله. هذا التفاعل المستمر يزيد من قوة التأثير المجتمعي للمحتوى، حيث تتحول بعض القضايا إلى مواضيع دائمة الحضور ضمن الحوارات العامة، ما يجعل من الصعب تجاهلها سواء من قبل الإعلام أو صناع القرار.

إن إطالة دورة حياة المحتوى عبر إعادة التدوير المستمر تُسهم أيضًا في تعزيز الضغط السياسي والاجتماعي. فعلى سبيل المثال، يمكن لحملة سياسية كانت قد هدأت أن تعود إلى السطح مجددًا بفضل تفاعل رقمي جديد، مما يعيد فتح النقاش حولها. هذا التأثير المستمر يُعد أداة فعالة في الضغط على الحكومات والمؤسسات للاستجابة لمطالب الجمهور، ما يعزز من الشفافية والمساءلة.⁶⁶

8. التمكين الرقمي وتحول القوة من المؤسسات إلى الأفراد

مع تزايد استخدام الوسائط الرقمية، شهدنا تحوُّلاً جذرياً في ديناميكية السلطة الإعلامية، حيث أصبح الأفراد يمتلكون أدوات إنتاج المحتوى ونشره عبر الإنترنت. هذا التغيير يعكس صعود ما يُعرف بـ "الإعلام الشعبي" (Citizen Journalism)، مما أتاح للأفراد تجاوز الإطار التقليدي للمؤسسات الإعلامية وإطلاق سرديات مستقلة، متحررة من القيود التحريرية. على سبيل المثال، في حملات مثل "Black Lives Matter"، لم تلعب وسائل الإعلام التقليدية دور

Van Dijck, José, et al. *The Platform Society: Public Values in a* ⁶⁶
Connective World. Oxford University Press, 2018

الريادة في توجيه النقاش، بل قاد الجمهور التفاعل الرقمي، مما أجبر المؤسسات الإعلامية على التكيف مع هذه السرديات الجديدة.

أ. الديناميكيات الجديدة لنقل السلطة

إنتاج المحتوى الشخصي: بفضل توفر أدوات مثل الهواتف الذكية، والبيت المباشر، والمدونات، بات الأفراد قادرين على تقديم روايات بديلة عن الأحداث الكبرى، ما يعكس تنوعاً في وجهات النظر.

إعادة تشكيل النقاشات العامة: حملات المجتمع المدني التي تبدأ على وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب دوراً مركزياً في تشكيل الأجندات السياسية والإعلامية.

تقليل اعتماد الجمهور على الإعلام التقليدي: ثقة الأفراد في المحتوى الذي ينتجونه أو يشاركون فيه أصبحت أحياناً تتجاوز الثقة في القنوات التقليدية، مما يعزز تحولاً في مراكز القوة الإعلامية.

آليات الاستجابة السريعة: الأفراد أصبحوا قادرين على الضغط الفوري على المؤسسات من خلال نشر المحتوى الحي من موقع الحدث، كما لوحظ خلال الاحتجاجات العالمية، حيث ساهمت الوسائط الرقمية في مساءلة السلطات وتوثيق الانتهاكات بشكل مباشر.

ب. التأثيرات بعيدة المدى

تعزيز الشفافية: يضطر الإعلام التقليدي والمؤسسات الحكومية للتكيف مع هذا التحول، لضمان تقديم سرديات متوازنة تتفاعل مع الاتجاهات الشعبية. مخاطر الانتشار السريع للأخبار المضللة: على الرغم من الفوائد، يمكن أن يؤدي هذا التحول إلى انتشار معلومات غير دقيقة أو منحازة، مما يفرض تحديات إضافية على المسؤولين عن التحقق من الأخبار.

بفضل هذه الديناميكية الجديدة، لم يعد الجمهور مستهلكاً سلبياً، بل أصبح قوة فعالة في إنتاج المحتوى والتأثير في صنع القرار السياسي والاجتماعي، مما يعيد رسم حدود التفاعل بين السلطة والإعلام.⁶⁷

9. تعزيز دور "الصحافة السائلة"

تعزيز دور "الصحافة السائلة" يعكس تحوُّلاً جذرياً في كيفية إنتاج الأخبار وتوزيعها بين وسائل الإعلام التقليدي والرقمي، ما أدى إلى إعادة هيكلة العلاقة بين المحتوى والمنصة. هذه المرونة تسمح للمحتوى الإعلامي بالتنقل بين قنوات متعددة، مما يُضفي عليه عمقاً وتحولات جديدة مع كل انتقال.

تُسهّل الصحافة السائلة خلق روايات متعددة الأبعاد حول الأحداث الجارية؛ إذ يبدأ الخبر مثل تغريدة قصيرة على "تويتر"، ثم يجري تطويره في تغطيات إعلامية

Walker, Denetra. "How Citizen Journalists, Cell Phones, and ⁶⁷ Technology Shape Coverage of Police Shootings." Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference ((2020

تقليدية. لاحقاً، قد يتم استكشافه بشكل أعمق في مقاطع فيديو أو بودكاست، ما يُبقيه في دائرة النقاش العام. هذا النوع من الحركية يعزز من استمرارية تأثير المحتوى، حيث يمنح القضايا المطروحة عمراً أطول مقارنة بالتغطيات الإعلامية التقليدية المحدودة بزمن النشر.

تُدمج "الصحافة السائلة" أدوات مختلفة مثل النصوص، الصوتيات، والفيديوهات في إطار واحد. على سبيل المثال، قد يبدأ حدث ما بتغريدة عن مظاهرة سياسية، تتبعها تغطية إخبارية في صحيفة، ويُعاد تناول الحدث لاحقاً في تحليل صوتي عبر بودكاست. هذه التعددية تعزز من قوة السرد، حيث يمكن لكل وسيط أن يضيف بعداً مختلفاً للنقاش، ما يُعمق فهم الجمهور للحدث.

إحدى أهم ميزات الصحافة السائلة هي السماح للجمهور بالمشاركة النشطة في إعادة إنتاج المحتوى. يمكن للمستخدمين إعادة نشر الأخبار أو تحليلها وإضفاء طابعهم الشخصي عليها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، مما يحوّل الجمهور إلى جزء من ديناميكية التدفق الإعلامي. هذا التفاعل يضيف طبقة جديدة من الشرعية للمحتوى المتداول، إذ يُنظر إلى المعلومات التي تحظى بتفاعل واسع على أنها أكثر موثوقية.

التكامل بين المنصات الرقمية مثل "يوتيوب"، "تويتر"، و"فيسبوك" يساهم في تعزيز الصحافة السائلة، حيث يصبح من الممكن مشاركة نفس المحتوى بأشكال متعددة. الخوارزميات تلعب دوراً حيوياً في توجيه المحتوى نحو الفئات المهتمة، ما يزيد من انتشاره بشكل أوسع ويعزز النقاشات المستمرة حوله.

خلال جائحة كوفيد-19، تمثّل دور الصحافة السائلة في تداول التعليمات الصحية عبر منصات متعددة. انتقلت المعلومات من المؤتمرات الصحفية إلى وسائل التواصل الاجتماعي، وجرى تحليلها لاحقاً في البرامج الإخبارية والتقارير المتعمقة. وبالمثل، لعبت هذه الحركية دوراً مهماً في حركة "Black Lives Matter"، حيث انتقلت الروايات من الشارع إلى وسائل الإعلام التقليدية، ثم إلى المنصات الرقمية في أشكال جديدة، مثل الميمات والتحليلات الصوتية.

تساهم هذه الحركية في الضغط على المؤسسات وصنّاع القرار، حيث يصبح من الصعب تجاهل القضايا التي تبقى في دائرة الضوء لفترات طويلة. كل إعادة نشر أو تحليل جديد للقضية يعيد إحياءها ويضعها على الأجندة الإعلامية من جديد، مما يعزز الشفافية ويدفع المؤسسات إلى تقديم استجابات فعّالة.

الصحافة السائلة، إذًا، ليست مجرد تطور في إنتاج الأخبار، بل هي تحول في كيفية استهلاك الجمهور للمعلومات وتفاعلهم معها. إنها تمثل نقلة نوعية في العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث يتمتع الأفراد بدور أكبر في صياغة وتوجيه السرد الإعلامي.⁶⁸

⁶⁸ Steensen, Steen, and Laura Ahva. "Theories of Journalism in a Digital Age." In *The Digital Journalism Handbook*, Routledge, 2020

التأثير المتبادل بين الجمهور والإعلام: ظهور "المواطن الصحفي"

مع توسع الوسائط الرقمية، برز مفهوم "المواطن الصحفي" كظاهرة تمنح الأفراد القدرة على جمع الأخبار ونشرها خارج القنوات الصحفية التقليدية. ورغم أن هذه الديناميكية تعزز مشاركة الجمهور، إلا أنها تثير إشكاليات عدة، تتعلق بغياب الضوابط المهنية والتدريب الصحفي المتخصص.

من أبرز الإشكاليات أن المواطن الصحفي، رغم قدرته على نشر المحتوى بسرعة، يفتقر إلى المهارات التحريرية والأخلاقيات التي يتمتع بها الصحفيون المحترفون. وقد يؤدي ذلك إلى تضليل الجمهور أو نشر معلومات غير دقيقة دون إدراك كامل لتبعاتها. كما أن المؤسسات الإعلامية التي تتبنى مصطلح "المواطن الصحفي" تخاطر بتقويض المعايير المهنية التي تجعل الصحافة ركيزة للديمقراطية، إذ يغيب التزامه بالتحقق والحياد.

هناك أيضاً خطر في توسع الدور غير المنضبط للمواطن الصحفي، حيث يسهم في ضبابية الحدود بين النشاط الاجتماعي والعمل الصحفي. يؤدي هذا إلى استغلال بعض الأفراد مناصاتهم لتحقيق مصالح شخصية أو سياسية، وهو ما قد يعزز انتشار الشائعات بدلاً من تقديم حقائق موثوقة. هذا يجعل الحاجة إلى ضبط هذا المفهوم ضرورة، من خلال تحديد الأدوار بوضوح ووضع ضوابط للمساهمة الإعلامية، بحيث تظل الصحافة تخصصاً مؤطراً بالمسؤولية والتحقق.

إن تكريس فكرة أن أي شخص يمكن أن يصبح صحفياً بمجرد نشره معلومات يضعف من مهنية المجال، إذ تحتاج الصحافة إلى خبرة ومهارة لتحقيق الفائدة

العامة. لذا، ينبغي التعامل مع "المواطن الصحفي" كعنصر داعم أو مكمل للمؤسسات الإعلامية، وليس بديلاً عنها.

رغم ما يُقال عن تمكين الجمهور من خلال "المواطن الصحفي"، إلا أن غياب المعايير والضوابط الواضحة لهذا الدور يجعل التجربة محفوفة بالمخاطر. أولى هذه المخاطر تتمثل في أن المواطن الصحفي غالباً لا يخضع للتدريب الصحفي الاحترافي، مما قد يؤدي إلى نشر معلومات مضللة أو مشوهة. هذا الفارق الجوهرى بين الصحفي المحترف والمواطن الصحفي ينعكس على نوعية المحتوى، إذ يغيب الالتزام بمعايير الحياد والموضوعية التي تُعدّ أساساً للعمل الصحفي.

إضافة إلى ذلك، يؤدي توسع هذا المفهوم إلى تشويش الحدود بين العمل الصحفي والنشاط الاجتماعي أو السياسي. يظهر هذا الخلط بوضوح عندما يعتمد بعض الأفراد على منصات التواصل لنشر معلومات دون التحقق منها أو استخدامها لتحقيق مكاسب شخصية، مما يضعف من مصداقية المحتوى الإعلامي. وفي أوقات الأزمات، يمكن أن يؤدي نشر معلومات غير مدققة إلى تفاقم الفوضى، ويُصعب مهمة المؤسسات الإعلامية التقليدية في تقديم تغطيات موثوقة.

النقطة الأبرز في هذا السياق هي أن الترويج لفكرة أن أي شخص يمكن أن يكون صحفياً يسهم في تفكيك بنية العمل الصحفي التقليدي، التي تعتمد على معايير صارمة للتحقق والتحقق. الصحافة ليست مجرد نقل للأحداث، بل تتطلب قدرة على التحليل والتمحيص، وهي مهارات لا تُكتسب بمجرد نشر محتوى عبر

الإنترنت. وهنا يبرز التحدي في كيفية الحفاظ على التوازن بين تشجيع المشاركة العامة وضمان جودة المحتوى الإعلامي.

من المهم أن تظل المؤسسات الإعلامية مدركة لهذه التحديات، وأن تسعى إلى وضع حدود واضحة بين المحتوى الاحترافي والمحتوى الذي يُنتجه الأفراد. يمكن للمواطن الصحفي أن يكون جزءاً من المنظومة الإعلامية، لكن بشرط ألا يُعدّ بديلاً عن الصحفيين المحترفين. تبني هذا التوجه يتطلب تطوير مبادرات لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور، بالإضافة إلى صياغة سياسات تنظيمية تحمي المجال الصحفي من الانحراف عن دوره الأساسي في خدمة المصلحة العامة.

إحدى المشكلات المركزية في توسع مفهوم "المواطن الصحفي" تكمن في تآكل الفارق بين الإعلام الاحترافي والنشاط العفوي. غياب المهارات التحريرية الأساسية لدى المواطن الصحفي يؤدي إلى تقديم روايات متحيزة أو غير مدققة، مما يعرض الجمهور لخطر الأخبار الزائفة أو المضللة. هذه الحالة تعزز من ظاهرة "غرف الصدى" حيث يقتصر تداول الأخبار على شبكات محدودة من الأفراد دون تحقيق التنوع في وجهات النظر.

كما أن الممارسات غير المهنية تؤثر سلبيًا على مصداقية الإعلام العام، حيث قد تستغل بعض الجهات السياسية المحتوى غير المحترف لدعم أجنداتها الخاصة. في هذا السياق، تتعرض المؤسسات الإعلامية لضغط إضافي للتماشي مع المحتوى الرقمي السائد، مما قد يضعف من التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية.

بعض المواطنين الصحفيون يسعون للعب دور "الأبطال الإعلاميين"، مما يعزز من نرجسيتهم بدلاً من خدمة الجمهور. هذه النزعة الفردية تضعف مفهوم المسؤولية الإعلامية، حيث يُغفل كثير من هؤلاء أهمية التحقق من الحقائق قبل النشر.

من الضروري أن تُطوّر المؤسسات الإعلامية أطر تنظيمية واضحة تضمن أن المحتوى الذي يُنشر عبر وسائل الإعلام يحمل مستوى مناسباً من الدقة والمصداقية. يمكن لهذه المؤسسات أيضاً استثمار الجهود في تدريب الأفراد المهتمين بالإعلام عبر ورش عمل تهدف إلى رفع مهاراتهم، وتوجيههم نحو أدوار مساندة للمحتوى الإعلامي الاحترافي بدلاً من منافسته.

بالإضافة إلى التحديات المهنية، يطرح دور "المواطن الصحفي" إشكاليات أخلاقية مرتبطة بغياب المساءلة. في الإعلام الاحترافي، يُفترض أن تلتزم المؤسسات بمعايير صارمة تتعلق بالمصداقية والتحقق من الحقائق، في حين أن المواطن الصحفي لا يخضع لهذه الضوابط. غياب هذه الأطر يجعل المحتوى عرضة للاستغلال السياسي والاجتماعي، مما قد يؤدي إلى انتشار الأخبار المغلوطة.

كذلك، يُنقذ "المواطن الصحفي" بسبب ميله لنشر المحتوى الذي يثير الجدل بهدف جذب الانتباه، دون مراعاة العواقب المجتمعية المحتملة. في كثير من الأحيان، يُستغل هذا المحتوى لإثارة الانقسامات الاجتماعية أو السياسية. مما يستدعي تدخل المؤسسات الإعلامية لتنظيم آليات النشر وتعزيز مهارات الأفراد المساهمين في الإعلام الرقمي.

يجب تعزيز التمييز بين الصحفي المحترف والمواطن الصحفي لضمان بقاء المعايير الإعلامية العليا. المؤسسات الإعلامية مدعوة إلى تطوير نماذج تشاركية تمنح الفرصة للأفراد للمساهمة دون المساس بالدقة والمهنية.

الفصل السابع: نحو إطار تحليلي مستقبلي

يتناول هذا الفصل استشراف مستقبل التداخل الإعلامي عبر تطوير إطار تحليلي يدمج بين التحولات التقنية والرقمية ودور الجمهور في تشكيل السرديات الإعلامية. يبحث في كيفية تطور العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد، وتوقعات التفاعل بينهما في سياقات سياسية واجتماعية متجددة. كما يسعى إلى تقديم نماذج نظرية لفهم الاتجاهات المستقبلية، مثل تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام، ودور الخوارزميات في توجيه النقاشات العامة. يركز الفصل أيضًا على تحديات تحقيق توازن بين الشفافية والمصادقية في ظل هذه التغيرات، مع اقتراح حلول مرنة لتعزيز الأداء الإعلامي في مواجهة الأزمات.

التحديات والفرص الناتجة عن التداخل الإعلامي

التداخل الإعلامي بين التقليدي والرقمي يفتح آفاقًا جديدة، لكنه في الوقت ذاته يواجه العديد من التحديات. إحدى هذه التحديات تتمثل في انتشار الأخبار الزائفة بسرعة هائلة، ما يعرقل التحقق من المعلومات ويهدد دقة المحتوى. كذلك، تعزز الخوارزميات الرقمية غرف الصدى، حيث يتم حصر الجمهور في دوائر فكرية مغلقة، مما يؤدي إلى استقطاب اجتماعي وصعوبة في عرض وجهات نظر متنوعة. هذا التحول يضغط على الإعلاميين للسبق في التغطية، مما يؤثر على مستوى المهنية، بينما تواجه الصحافة التقليدية أزمة في الموارد، مع تزايد اعتماد الجمهور على الإعلام الرقمي، مما يهدد استمرارية الصحافة الاستقصائية.

التداخل الإعلامي يطرح تحديات متعددة، تبدأ من إضعاف المهنية الصحفية بسبب

السباق المحموم على السبق في النشر. هذا التسابق يدفع المؤسسات الإعلامية إلى نشر الأخبار قبل التحقق من صحتها، مما يؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة وتضاؤل ثقة الجمهور. علاوة على ذلك، تُسهّل الخوارزميات الرقمية تعزيز غرف الصدى، حيث يتعرض الأفراد فقط لمحتوى يتوافق مع آرائهم، مما يعمق الاستقطاب ويحد من التنوع الفكري، ويجعل النقاش العام أكثر انغلاقاً، ويزيد صعوبة الوصول إلى توافق اجتماعي حول القضايا الكبرى.

إضافة إلى ذلك، يشكل التداخل الإعلامي تهديداً لاستمرارية المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تعتمد على الصحافة الاستقصائية، في ظل تراجع الإيرادات واعتماد الجمهور على المحتوى الرقمي المجاني. هذا التراجع يقوض قدرة الإعلام على أداء دوره الرقابي، خاصة مع تزايد دور المواطن الصحفي، الذي رغم إيجابياته، يفتقر في أحيان كثيرة إلى الالتزام بالمهنية والمعايير التحريرية، مما يزيد من انتشار الأخبار غير الدقيقة.

التحدي الأبرز يظهر أيضاً في استغلال الحكومات والمؤسسات الإعلامية لمنصات التواصل الاجتماعي كأداة للدعاية وتوجيه الرأي العام. يؤدي هذا إلى سيطرة السرديات الرسمية وتهميش الأصوات الناقدة، ما يخلق بيئة معلوماتية غير متوازنة. هذه السيطرة تعزز أيضاً تضيق الحريات الإعلامية، خاصة في الأنظمة غير الديمقراطية التي تستخدم القوانين لقمع الأصوات المستقلة.

من جانب آخر، يشكل التداخل الإعلامي ضغطاً كبيراً على الصحفيين، الذين يجدون أنفسهم في حاجة للتفاعل الفوري مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم عرضة للاستنزاف المهني والنفسي. في الوقت ذاته،

تصعب عملية التمييز بين الأخبار والتعليقات، مما يؤدي إلى تشويش في فهم الجمهور للأحداث.

إضافة إلى التحديات الاقتصادية، تظهر أيضًا إشكاليات تتعلق بأخلاقيات الإعلام الرقمي، حيث تُستغل بيانات المستخدمين لأغراض تجارية، مما يثير قلقًا حول الخصوصية. هذه التحديات تفرض على المؤسسات الإعلامية تطوير نماذج عمل جديدة تجمع بين المهنية والسرعة في نشر المحتوى، بما يضمن استمراريتها دون التضحية بالمعايير الأخلاقية.

التداخل الإعلامي يواجه تحديات إضافية ترتبط بتقلبات الثقة العامة في المؤسسات الإعلامية وتزايد الضغوط الاجتماعية لتقديم تغطيات تتماشى مع رغبات الجمهور، ما قد يؤدي إلى تآكل الحياد التحريري. في بعض الحالات، تضطر المؤسسات إلى الانحياز للمحتوى الأكثر رواجًا على المنصات الرقمية، مما يخلق انحرافًا عن التغطيات الجادة، ويُضعف دور الإعلام كسلطة رابعة. هذا الانحراف يُفضي إلى تطبيع الإثارة على حساب الجودة، ويؤدي إلى غياب المحتوى التحليلي العميق لصالح الأخبار العاجلة سريعة التداول، والتي غالبًا ما تخلو من السياق.

كما يطرح الاعتماد المتزايد على التحليلات الخوارزمية إشكالية تتعلق بتضييق نطاق النقاش العام. إذ تسهم الخوارزميات في إبراز موضوعات دون أخرى بناءً على التفاعل الرقمي، مما يقصي القضايا التي لا تحظى بتفاعل واسع عن الأجندة الإعلامية، حتى وإن كانت ذات أهمية مجتمعية. هذا التحيز الخوارزمي قد يعزز التوجهات الفردية على حساب المصلحة العامة، ويدفع الإعلام إلى ملاحقة التوجهات اللحظية دون رؤية شاملة.

تظهر أيضاً تحديات على مستوى البيئة التنظيمية والقانونية؛ حيث يتطلب التداخل الإعلامي إيجاد توازن دقيق بين ضمان حرية التعبير ومكافحة التضليل. ومع غياب أطر تنظيمية مرنة، قد تنشأ إشكالات تتعلق بمساءلة المنصات الرقمية عن المحتوى الذي يتم تداوله عبرها. هذا التحدي يتعاظم مع التطورات التكنولوجية السريعة، مما يفرض على المؤسسات الإعلامية مواكبة الأطر القانونية المتغيرة باستمرار لضمان استدامة عملها.

من جهة أخرى، يخلق الاعتماد على الجمهور كمصدر للمعلومات ضغطاً إضافياً على المؤسسات الإعلامية التقليدية لتأمين دقة المحتوى، حيث يُصبح التفاعل المستمر عبئاً لا يقتصر فقط على متابعة الأحداث، بل يشمل أيضاً تصحيح الأخطاء والاستجابة السريعة لتفاعلات الجمهور. هذه الديناميكية قد تؤدي إلى استنزاف الموارد وتقليل الاهتمام بالتغطيات الاستقصائية طويلة المدى، مما يؤثر سلباً على جودة المحتوى الإعلامي.

رغم هذه التحديات، فإن التداخل الإعلامي يخلق فرصاً غير مسبوقة لتعزيز الشفافية والمشاركة الشعبية. الجمهور لم يعد مجرد متلقٍ، بل أصبح مساهماً نشطاً في إنتاج المحتوى والتأثير في النقاشات العامة. البث المباشر واستطلاعات الرأي والهاشتاقات أصبحت أدوات أساسية لإطالة دورة حياة المحتوى، ما يجعل من الصعب تجاهل القضايا المطروحة. هذا التفاعل المستمر يعيد توجيه السرديات الإعلامية، مما يدفع المؤسسات للتكيف مع الاتجاهات الناشئة. ومع ظهور نماذج جديدة في السرد الصحفي، مثل القصص التفاعلية والبودكاست، يكتسب الإعلام مزيداً من الديناميكية في التعامل مع جمهوره، مما يعزز من تأثيره وقدرته على

إحداث التغيير في السياسات والمجتمعات.

رغم هذه التحديات، فإن التداخل الإعلامي يخلق فرصاً غير مسبوقه لتعزيز الشفافية والمشاركة الشعبية. الجمهور لم يعد مجرد متلقٍ، بل أصبح مساهماً نشطاً في إنتاج المحتوى والتأثير في النقاشات العامة. البث المباشر واستطلاعات الرأي والهاشتاقات أصبحت أدوات أساسية لإطالة دورة حياة المحتوى، ما يجعل من الصعب تجاهل القضايا المطروحة. هذا التفاعل المستمر يعيد توجيه السرديات الإعلامية، مما يدفع المؤسسات للتكيف مع الاتجاهات الناشئة. ومع ظهور نماذج جديدة في السرد الصحفي، مثل القصص التفاعلية والبودكاست، يكتسب الإعلام مزيداً من الديناميكية في التعامل مع جمهوره، مما يعزز من تأثيره وقدرته على إحداث التغيير في السياسات والمجتمعات.

التداخل الإعلامي يفتح فرصاً واسعة لتحسين آليات نقل المعلومات وتعزيز الشفافية في المجتمع. يُمكن لهذا التفاعل بين الإعلام التقليدي والرقمي أن يخلق مساحة أكثر مرونة وشمولية لنقل الأخبار، حيث تُتيح المنصات الرقمية مشاركة أكبر من الجمهور في التغطية الإعلامية، مما يُعزز الوعي العام. هذه الفرصة تمكن الصحفيين من الوصول إلى زوايا مختلفة للأحداث من خلال مساهمات المواطنين، ما يُثري المحتوى الإعلامي بوجهات نظر متباينة ويُعمق من النقاشات.

إحدى أبرز الفرص تتمثل في تعزيز التفاعل بين الجمهور وصنّاع القرار. يُتيح الإعلام الرقمي وصولاً مباشراً إلى المسؤولين، مما يُعزز المساءلة ويُجبر المؤسسات الحكومية على التفاعل السريع مع القضايا المطروحة. هذه الديناميكية

تجعل الإعلام ليس فقط ناقلاً للأخبار، بل أداة مؤثرة في الضغط لتحقيق التغيير السياسي والاجتماعي. وفي السياقات السياسية، يمكن للمنصات الإعلامية استيعاب الحملات الشعبية التي تُطلق عبر الإنترنت، مما يزيد من نطاق التأثير ويساعد على وضع قضايا معينة في صلب النقاش العام.

تتيح الخوارزميات المتقدمة تعزيز تجربة المستخدم، حيث يمكن تخصيص المحتوى وفق اهتمامات الجمهور، مما يزيد من تفاعلهم مع القضايا المطروحة. هذا التكامل يفتح المجال للإعلام لتقديم رسائل مُستهدفة بدقة أكبر، ما يعزز فعالية الحملات الإعلامية سواء كانت اجتماعية أو سياسية. كما تُمكن التحليلات الرقمية من فهم عميق للسلوكيات الإعلامية، ما يسمح للمؤسسات بتطوير استراتيجيات استباقية لتحسين الأداء.

يمثل التكامل بين المنصات فرصة للمؤسسات الإعلامية لتوسيع نطاق وصولها، حيث يمكن تحويل محتوى إعلامي تقليدي إلى أشكال متعددة، مثل البودكاست والفيديوهات القصيرة، مما يزيد من انتشار الأخبار ويُحافظ على دورة حياة طويلة للمحتوى. هذه المرونة تعزز قدرة الإعلام على التكيف مع التحولات السريعة في اهتمام الجمهور، كما أنها تُساهم في بناء محتوى أكثر تنوعاً وشمولية.

علاوة على ذلك، يُعزز هذا التداخل فرص الابتكار الصحفي، حيث يتم دمج تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في عمليات التغطية الإعلامية. هذه الابتكارات تُتيح إنتاج محتوى تفاعلي وغامر يُزيد من انخراط الجمهور ويُعزز تجربتهم الإعلامية. كما يُمكن للإعلام أن يستفيد من أدوات التحليل الفوري لرصد

الاتجاهات الناشئة، ما يسمح باستجابات أسرع للأحداث وتغطيات أكثر دقة وتخصصًا.

بالتالي، يُعد التداخل الإعلامي ليس فقط فرصة لتطوير نماذج جديدة للإعلام، بل أيضًا أداة لتعزيز المشاركة المجتمعية وإحداث تحولات حقيقية في التفاعل بين الإعلام والمجتمع.

التداخل الإعلامي يوفر فرصًا إضافية يمكن أن تُحدث تحولات عميقة في المنظومة الإعلامية والمجتمعية. أحد هذه الفرص يتمثل في بناء مجتمعات رقمية ذات تأثير عابر للحدود، حيث يمكن للحملات الاجتماعية والسياسية أن تكسب زخمًا عالميًا بفضل المنصات الرقمية. هذا التوسع في نطاق التأثير يجعل من الممكن حشد دعم دولي لقضايا محلية، مما يضغط على الحكومات لاتخاذ قرارات تستجيب للمتطلبات المتزايدة.

من ناحية أخرى، يوفر التداخل الإعلامي فرصة لبناء جسور بين الثقافات المختلفة عبر تبادل المعلومات والأفكار، مما يعزز من التفاهم الثقافي وتطوير خطاب أكثر شمولًا. الإعلام الرقمي يتيح للصحفيين استكشاف قصص تنتمي إلى سياقات محلية من خلال التعاون مع جمهور عالمي، مما يُثري المحتوى الإعلامي ويُقدم سرديات متعددة الأبعاد حول نفس الحدث.

بالإضافة إلى ذلك، تفتح هذه الديناميكية المجال لإطلاق مبادرات صحفية تشاركية تستفيد من مساهمات الجمهور، مما يُتيح إنتاج تحقيقات استقصائية بجهد جماعي. هذه التشاركية لا تقتصر على كشف الحقائق فحسب، بل تعزز الشفافية وتزيد من

الثقة في الإعلام، حيث تصبح عملية نقل الأخبار أكثر شمولية وارتباطًا باحتياجات المتابعين.

أخيرًا، يسهم التداخل الإعلامي في بناء نماذج عمل جديدة للمؤسسات الإعلامية تعتمد على الاشتراكات الرقمية والإعلانات الموجهة، مما يُعزز من الاستفادة المالية لهذه المؤسسات، ويسمح لها بالتكيف مع التحولات في السلوك الاستهلاكي للجمهور الرقمي.

من بين الفرص الإضافية التي يولدها التداخل الإعلامي، هناك إمكانيات كبيرة لدعم الابتكار في تقديم المحتوى الإعلامي. يسمح هذا التداخل بإنتاج قصص إعلامية تتجاوز النماذج التقليدية، حيث يمكن دمج النصوص والصور والفيديو والصوت في محتوى متكامل وجذاب. هذا الابتكار يفتح آفاقًا أمام وسائل الإعلام لاستقطاب جمهور جديد وأكثر تنوعًا، خاصة من الفئات الشابة التي تفضل استهلاك المحتوى عبر المنصات الرقمية بطريقة تفاعلية.

كما يشجع التداخل الإعلامي على تعزيز العمل التعاوني بين المؤسسات الإعلامية والصحفيين المستقلين، حيث يمكنهم الوصول إلى جمهور أوسع عبر التعاون في إنتاج تقارير وتحقيقات تتناول قضايا عالمية. يمكن أيضًا للمؤسسات الإعلامية المحلية أن تستفيد من هذا التداخل لنقل صوتها إلى الساحة الدولية، مما يعزز حضورها ويسمح لها بممارسة دور أكبر في تشكيل الخطاب العالمي.

إضافة إلى ذلك، يسهم التداخل الإعلامي في تعزيز الدور الرقابي للمجتمع المدني، حيث يصبح الجمهور أكثر قدرة على متابعة ومساءلة صناعات القرار. توفر

المنصات الرقمية بيئة مرنة لتداول المعلومات وتحليلها، مما يسهم في تحسين جودة النقاش العام ودعم اتخاذ القرارات المستندة إلى الحقائق.

وأخيراً، يتيح التداخل الإعلامي تطوير أدوات تحليل البيانات الضخمة لتوجيه المحتوى الإعلامي بدقة أكبر وفقاً لاهتمامات الجمهور. هذا الاستخدام الذكي للتكنولوجيا يساهم في تعزيز فعالية الحملات الإعلامية وتحقيق تأثير أكبر في المجتمع، مع تحسين استجابة المؤسسات الإعلامية لتطورات الرأي العام في الوقت الفعلي.

هل سيظل الإعلام التقليدي مؤثراً؟ وكيف يتطور الإعلام الجديد؟

من المتوقع أن يحتفظ الإعلام التقليدي ببعض التأثير، خاصة فيما يتعلق بالأحداث الكبرى التي تتطلب تغطية مهنية وتحليل عميق. القنوات التلفزيونية والصحف ستظل تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام، خصوصاً لدى الفئات التي تعتمد على هذه الوسائل للحصول على أخبار موثوقة. ومع ذلك، فإن التحدي الذي يواجه الإعلام التقليدي يكمن في مواكبة السرعة التي يتمتع بها الإعلام الرقمي، الذي يوفر التفاعل الفوري وقدرة الجمهور على المشاركة في صناعة المحتوى.

الإعلام التقليدي سيتطور عبر التحول إلى صيغ أكثر رقمية، مثل إطلاق منصات بث مباشر أو تطبيقات للهاتف المحمول، ما يتيح له منافسة الإعلام الجديد. كما ستستمر المؤسسات الإعلامية التقليدية في الاستفادة من التحليلات القائمة على البيانات لفهم اهتمامات الجمهور بشكل أعمق وتكييف المحتوى وفقاً لها. بالإضافة

إلى ذلك، سيعتمد الإعلام التقليدي على الدمج مع الإعلام الرقمي، كما يظهر في منصات البث التفاعلي والبودكاست.

أما بالنسبة للإعلام الجديد، فإن التوقعات تشير إلى توسع كبير في تأثيره مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي، مما سيؤدي إلى تقديم تجارب إعلامية غامرة. سيتم تعزيز القدرة على تخصيص المحتوى للمستخدمين عبر خوارزميات ذكية، ما سيزيد من ارتباط الجمهور بالمحتوى المقدم. ومع ذلك، سيتطلب هذا التطور مواجهة التحديات المرتبطة بالتحقق من المعلومات وضبط انتشار الأخبار المضللة، خاصة في ظل هيمنة الخوارزميات التي قد تحد من تنوع السرديات الإعلامية.

بالتالي، المستقبل سيشهد تكاملاً أكبر بين الإعلام التقليدي والجديد، مع إعادة توزيع الأدوار بشكل يضمن تحقيق توازن بين الموثوقية والسرعة والتفاعل، ما سيسمح لكلا النوعين بمواصلة التأثير في المشهد الإعلامي.

الإعلام التقليدي قد يظل مؤثراً في المستقبل، لكنه سيحتاج إلى إعادة ابتكار دوره في ظل المنافسة المستمرة مع الإعلام الرقمي. من المحتمل أن يتطور الإعلام التقليدي ليصبح أكثر اعتماداً على التكنولوجيا التفاعلية، مثل تطبيقات الهواتف الذكية والبث المباشر عبر الإنترنت. سيحتفظ بدوره كمصدر موثوق للأخبار في الأزمات والأحداث الكبرى، لكنه سيتطلب تكاملاً أعمق مع المنصات الرقمية لتجنب فقدان جمهوره.

من جهة أخرى، سيشهد الإعلام الجديد تطورًا مستمرًا في أدواته وأساليبه، مع زيادة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى. تقنية الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) ستفتح آفاقًا جديدة أمام الإعلام، حيث سيتم تقديم قصص إخبارية وتغطيات غامرة تتيح للجمهور الانخراط بطرق غير مسبوقة. منصات مثل تيك توك ويوتيوب ستواصل جذب فئات الشباب، مما قد يدفع المؤسسات الإعلامية التقليدية إلى تبني هذه الصيغ لزيادة تأثيرها.

توقعات المستقبل تشمل أيضًا التحديات المتعلقة بالأخبار الزائفة والمعلومات المضللة. الإعلام الجديد، رغم سرعته ومرونته، يواجه مشكلات تتعلق بالمصداقية، مما يزيد من أهمية الإعلام التقليدي في التحقق من الأخبار وتقديم روايات متوازنة. من المحتمل أن يتم تطوير أطر قانونية وتنظيمية جديدة لضبط المحتوى الرقمي، خاصة فيما يتعلق بالخوارزميات التي تؤثر في نوعية المحتوى المقدم للمستخدمين.

علاوة على ذلك، سيشهد الإعلام تحولات في الأدوار بين المؤسسات والجمهور، حيث سيصبح الأفراد جزءًا أساسيًا من إنتاج المحتوى وتوجيهه. هذا سيؤدي إلى ظهور نماذج جديدة من التعاون بين الإعلام التقليدي والجديد، مثل تعزيز الصحافة التشاركية التي تمزج بين تحقيقات مهنية ومحتويات ينتجها الجمهور.

في ظل هذه التطورات، من المتوقع أن يساهم كل من الإعلام التقليدي والجديد في تعزيز المشاركة المجتمعية وزيادة الشفافية، خاصة في سياقات الأزمات والانتخابات. تكامل المنصتين سيسمح بإنشاء سرديات متعددة الأبعاد تجمع بين

التحليل العميق والتفاعل الفوري، ما يعزز من دور الإعلام كأداة للمساءلة المجتمعية والتأثير السياسي والاجتماعي.

من الإضافات الأخرى التي يمكن تناولها عند الحديث عن مستقبل الإعلام التقليدي وتطور الإعلام الجديد هو دور الإعلام التنبؤي المدعوم بالذكاء الاصطناعي، حيث ستتطور قدرات الأنظمة على توقع اهتمامات الجمهور وتوجيه المحتوى وفق أنماط الاستهلاك المستخلصة. ستساهم هذه التقنيات في تسريع دورة إنتاج الأخبار وتخصيص المحتوى على نطاق أوسع، مما يعزز تجربة المستخدم ويزيد من ولائه.

إضافة إلى ذلك، يُتوقع أن يتوسع إعلام البيانات، حيث ستعتمد المؤسسات الإعلامية بشكل أكبر على تحليل البيانات لفهم التوجهات الاجتماعية والسياسية، وتقديم محتوى يعتمد على رؤى مستخلصة من تحليل السلوك الرقمي. هذه الاتجاهات ستسهم في إنتاج محتوى أكثر استهدافاً، لكنها ستثير أيضاً تساؤلات حول خصوصية المستخدمين ودقة التنبؤات.

في السياق السياسي، سيصبح الإعلام الجديد أداة قوية لتأطير الخطاب العام، خاصة في أوقات الأزمات والانتخابات. مع ذلك، ستواجه المنصات الرقمية تحديات أكبر في ضبط التوازن بين حرية التعبير والحد من انتشار الأخبار الزائفة. ومن المحتمل أن تبرز الحاجة إلى بناء تحالفات بين الحكومات والمنصات الرقمية لتنظيم المحتوى دون المساس بحقوق المستخدمين.

إلى جانب ذلك، يُتوقع بروز ما يُعرف بـ الإعلام الغامر (Immersive Media)، حيث سيتم توظيف تقنيات الواقع الافتراضي لتعزيز التفاعل بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية، ما يفتح المجال لإعادة تعريف العلاقة بين المتلقي والمرسل. هذه التحولات لن تغير فقط طبيعة استهلاك المحتوى، بل ستعيد صياغة الأدوار التقليدية للإعلام، مما يجعل الجمهور جزءًا من عملية الإنتاج الإعلامي وليس مجرد متلقٍ سلبي.

سيعتمد مستقبل الإعلام على مدى تكيفه مع هذه التحولات المتسارعة، حيث سيحتاج الإعلام التقليدي إلى الابتكار المستمر للحفاظ على دوره المؤثر، في حين سيتطلب الإعلام الجديد تطوير آليات أكثر شفافية لضمان المصداقية والاستدامة في ظل المنافسة المحتدمة.

إضافة أخرى تتمثل في صعود الإعلام المتخصص، حيث سيؤدي التطور التكنولوجي إلى إنشاء منصات تستهدف جماهير محددة للغاية بناءً على اهتمامات أو مجالات متخصصة، مثل العلوم، الرياضة، أو البيئة. هذا الاتجاه سيعزز عمق المحتوى وجودته، ويخلق نوعًا جديدًا من الولاء الجماهيري القائم على الاهتمامات الفردية.

كذلك، يُتوقع أن يصبح الإعلام الجديد جزءًا لا يتجزأ من المنظومات التعليمية، حيث ستعتمد المؤسسات الأكاديمية على الوسائط التفاعلية والرقمية لتقديم مناهج تعليمية. هذا التطور سيساهم في تعزيز التفكير النقدي لدى الأجيال الشابة، ما قد يؤثر إيجابيًا على استهلاكهم للمعلومات وتحليلها بوعي.

في الإطار الاقتصادي، من المرجح أن يظهر نموذج جديد للإعلام يقوم على التمويل الجماعي (Crowdfunding)، مما يمنح المنصات المستقلة قدرة أكبر على التوسع دون الارتباط بالإعلانات أو التمويل الحكومي، وبالتالي ضمان استدامة المحتوى المستقل.

ومع تطور الذكاء الاصطناعي، ستنشأ أدوات جديدة تُمكن الصحفيين من جمع المعلومات والتحقق منها بشكل أكثر دقة وسرعة، مما سيعزز دور الإعلام في مكافحة الأخبار الزائفة.

في ختام هذا الكتاب، "نظرية التداخل الإعلامي: تأثير التفاعلات المعقدة بين الإعلام التقليدي والجديد"، نستعرض بعمق التحولات الجذرية التي طرأت على المشهد الإعلامي في ظل هذا التداخل. تكشف الفصول المختلفة كيف أدى الانتقال من احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية للسردي إلى توزيع أكثر مرونة على المنصات الرقمية، إلى إعادة تعريف العلاقات بين السلطة، الجمهور، والإعلام. لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي؛ بل أصبح عنصرًا فاعلاً يشارك في إعادة إنتاج المحتوى وإدارة النقاشات العامة.

يمثل التداخل الإعلامي ظاهرة معقدة تتطلب فهمًا شموليًا، إذ يؤثر هذا التفاعل المستمر على مختلف الجوانب، مثل الحملات السياسية وإدارة الأزمات وصنع السياسات العامة. وعلى الرغم من الفرص التي أتاحتها هذه الديناميكية، مثل تعزيز الشفافية والمساءلة، فإن التحديات المتعلقة بانتشار الأخبار الزائفة والاستقطاب الاجتماعي باتت تهدد استقرار الأطر التقليدية للإعلام.

الكتاب يعكس أيضًا كيف أن الحدود بين الإعلام التقليدي والجديد أصبحت غير واضحة، مما يفرض على المؤسسات الإعلامية التكيف مع هذا الواقع الجديد، سواء من خلال التعاون مع المنصات الرقمية أو تطوير استراتيجيات تحريرية مرنة. كما يشير إلى أن هذا التداخل ليس مجرد ظاهرة عابرة، بل هو تحول مستمر سيعيد تشكيل مستقبل الإعلام، إذ بات من الضروري تبني نماذج تحليلية جديدة لفهم هذه التحولات وضمان التفاعل الفعّال مع التحديات التي يفرضها المستقبل.

يترك الكتاب مساحة للتأمل في الأفق المستقبلي للإعلام، حيث يُتوقع أن يتعمق التداخل مع تطور الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا البيانات الضخمة. ومع استمرار هذا التداخل، سيكون من الضروري تحقيق توازن بين حرية التعبير وضبط المحتوى، لضمان الحفاظ على النزاهة الإعلامية والقدرة على مواجهة التحديات المرتبطة بانتشار المعلومات المغلوطة. بذلك، يُقدم هذا الكتاب إطارًا نظريًا ومنهجيًا لفهم تأثيرات هذا التداخل وكيف يمكن للإعلاميين، صنّاع القرار، والجمهور التفاعل مع هذا الواقع المتغير بفعالية وإيجابية.

يمكننا القول إن هذا الكتاب يقَدِّم قراءة شاملة للتحول الجوهري في المشهد الإعلامي، حيث يعكس التقاطع بين الإعلام التقليدي والجديد بُعدًا عميقًا في كيفية صياغة الخطاب العام، إدارة الأزمات، وتوجيه السياسات. لقد أتاح هذا التداخل فرصًا هائلة لتعزيز الشفافية، المشاركة المجتمعية، وظهور أنماط جديدة من السرديات التي تجمع بين المحتوى الاحترافي والتفاعل الشعبي، إلا أنه في الوقت ذاته جلب تحديات خطيرة مثل انتشار الأخبار الزائفة والاستقطاب الرقمي.

يطرح الكتاب أيضًا أن التداخل الإعلامي ليس مجرد مسألة تكنولوجيا، بل هو ظاهرة اجتماعية وسياسية تتطلب إعادة التفكير في دور المؤسسات الإعلامية، الجمهور، وصناع القرار. التفاعل بين الإعلام الجديد والتقليدي أوجد واقعًا معقدًا يميّز بسرعة تداول المعلومات ومرونة السرد، لكنه ألقى بمسؤولية مضاعفة على الصحفيين للحفاظ على معايير المصداقية والمهنية وسط ضغوط التفاعل اللحظي عبر المنصات الرقمية.

كما يقدّم الكتاب تصورًا مستقبليًا لكيفية تطور هذا التداخل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة، محدّدًا من خطورة ترك المحتوى الإعلامي تحت رحمة الخوارزميات التي قد تعزز من غرف الصدى وتقلل من التنوع في النقاشات العامة. بناءً على ذلك، يشدّد الكتاب على أهمية تطوير أطر تشريعية ومهنية تضمن تحقيق توازن بين حرية التعبير وضبط المحتوى، وتعزز في الوقت ذاته من قدرة المؤسسات الإعلامية على الاستجابة الفورية للأزمات.

يشير الكتاب إلى أن الإعلام في ظل هذا التداخل لم يعد يمثّل قوة تقليدية محايّدة، بل أصبح شريكًا أساسيًا في تشكيل المستقبل السياسي والاجتماعي. لذلك، فإن استثمار هذه الديناميكية الجديدة بشكل واعٍ ومستدام يُعدّ شرطًا جوهريًا لتعزيز الشفافية والمساءلة في المجتمعات الحديثة، مما يفتح آفاقًا لإعلام أكثر تفاعلًا وتأثيرًا في السنوات القادمة.

يمكن القول إن أحد أهم دروس هذا التداخل هو التحدي المستمر لإعادة تشكيل العلاقة بين السلطة والجمهور. فالهيمنة الإعلامية لم تعد حكرًا على مؤسسات

كبرى، بل باتت الجمهور يمتلك أدوات التأثير وصياغة النقاشات العامة. هذا التحول يعكس حقبة جديدة يتم فيها إنتاج الأخبار وفقاً لأنماط أكثر انفتاحاً وديناميكية.

في الوقت نفسه، يتضح أن مستقبل الإعلام يعتمد على قدرة المؤسسات على إعادة ابتكار دورها في ظل التغيرات المتسارعة التي تفرضها التطورات الرقمية. الجمع بين الاحترافية الصحفية والتفاعل الشعبي يمثل فرصة لتحقيق خطاب إعلامي أكثر توازناً، لكن النجاح في هذا المسعى يتطلب استراتيجيات واعية تحمي من انزلاقات التلاعب بالمعلومات والاستقطاب الرقمي.

مع مرور الوقت، سيزداد دور التكنولوجيا في تعزيز هذا التداخل، خاصة مع انتشار الذكاء الاصطناعي والتحليلات التنبؤية. بيد أن هذه التحولات تستدعي يقظة مستمرة لضمان أن يبقى الإعلام أداة لتحقيق الخير العام، بعيداً عن التضليل وتكريس الهيمنة. وعليه، فإن هذا الكتاب يقدم إطاراً عملياً لتحليل هذه التفاعلات، ويبحث على تطوير حلول تنظيمية ومهنية تضمن أن يظل الإعلام قوة فاعلة في تحقيق التغيير الإيجابي، وبناء مجتمعات أكثر شفافية وعدالة.

المراجع

Alterman, Jon B. *New Media, New Politics? From .1
Satellite Television to Social Media*. Washington D.C.:
Center for Strategic and International Studies (CSIS),
.2012

Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. "Social Media .2
and Fake News in the 2016 Election." *Journal of
.Economic Perspectives* 31, no. 2 (2017): 211–36

Bennett, W. Lance, and Alexandra Segerberg. *The .3
Logic of Connective Action: Digital Media and the
Personalization of Contentious Politics*. Cambridge:
.Cambridge University Press, 2013

Bennett, W. Lance, and Steven Livingston. "The Logic .4
of Connective Action: Digital Media and the

Personalization of Contentious Politics." *Information, Communication & Society* 15, no. 5 (2012): 739-768

Bossetta, Michael. "The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election." *Journal of American Behavioral Scientist*, 2018

Bradshaw, Samantha, and Philip N. Howard. *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*. Oxford Internet Institute, 2019

Briggs, Asa, and Peter Burke. *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. 3rd ed. Cambridge: Polity, 2010

Bruns, Axel. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York: Peter Lang, 2018

Carlson, Matt. Journalistic Authority: Legitimizing .9
News in the Digital Era. New York: Columbia University
.Press, 2017

Chadwick, Andrew. The Hybrid Media System: .10
Politics and Power. 2nd ed. Oxford: Oxford University
.Press, 2017

Chadwick, Andrew. The Hybrid Media System: .11
Politics and Power. New York: Oxford University Press,
.2013

Couldry, Nick, and Andreas Hepp. The Mediated .12
.Construction of Reality. 2017

Couldry, Nick, and Andreas Hepp. The Mediated .13
.Construction of Reality. Cambridge: Polity Press, 2016

Curran, James, and Jean Seaton. Power Without .14
Responsibility: Press, Broadcasting, and the Internet in
.Britain. 7th ed. London: Routledge, 2009

Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of
a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43,
.no. 4 (1993): 51-58

Enli, Gunn. *Social Media and Election Campaigns:
Public Mobilization and Representation*. Cham: Springer,
.2017

Fenton, Natalie, ed. *New Media, Old News:
Journalism and Democracy in the Digital Age*. London:
.Sage, 2010

Flew, Terry. *Understanding Global Media*. London: .18
.Macmillan International Higher Education, 2018

Fuchs, Christian. *Social Media: A Critical Introduction*. .19
.2nd ed. London: Sage Publications, 2017

Gillespie, Tarleton. *Custodians of the Internet:
Platforms, Content Moderation, and the Hidden
Decisions That Shape Social Media*. New Haven: Yale
.University Press, 2018

Hermida, Alfred. "Social Media and the News: From .21
Distribution to Conversation." In *The Handbook of
Journalism Studies*, edited by Karin Wahl-Jorgensen and
.Thomas Hanitzsch, 331–46. New York: Routledge, 2019

Hermida, Alfred. *Tell Everyone: Why We Share and .22
.Why It Matters*. Toronto: Doubleday Canada, 2014

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and .23
New Media Collide*. New York: New York University
.Press, 2006

Katz, Richard S., and Peter Mair. *Democracy and the .24
Cartelization of Political Parties*. New York: Oxford
.University Press, 2018

Klinger, Ulrike, and Jakob Svensson. "The .25
Emergence of Network Media Logic in Political
Communication." *New Media & Society* 17, no. 8 (2015):
.1241-1257

Lewis, Seth C., and Oscar Westlund. *Digital .26
.Journalism and the Sociology of News*. 2015

Lindgren, Simon. *Data Theory: Interpretive Sociology .27
.and Computational Methods*. Los Angeles: SAGE, 2020

Lynch, Marc. *The New Arab Public: How Power and .28
Media are Reshaping Arab Societies*. New York:
.Columbia University Press, 2012

McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication .29
.Theory*. 6th ed. London: Sage Publications, 2010

Meikle, Graham. *Social Media: Communication, .30
.Sharing and Visibility*. New York: Routledge, 2016

Mihelj, Sabina, and José Cushion. "Trust in Crisis .31
Communication: The Impact of Media Systems."
.Journalism Studies 22, no. 5 (2021): 547-565

Morgan, Michael, James Shanahan, and Nancy .32
Signorielli. *Living with Television Now: Advances in
Cultivation Theory & Research*. New York: Peter Lang,
.2012

Napoli, Philip M. Social Media and the Public Interest: .33
Media Regulation in the Disinformation Age. New York:
.Columbia University Press, 2019

Newman, Nic, Richard Fletcher, and Rasmus Kleis .34
Nielsen. Reuters Institute Digital News Report 2022.
Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism,
.2022

Nielsen, Rasmus Kleis, and Richard Fletcher. .35
"Connected Audiences: How Online Platforms and Social
Media Are Changing News Consumption." Reuters
Institute for the Study of Journalism. Oxford University,
.2020

Nielsen, Rasmus Kleis, and Sarah Anne Ganter. .36
Critical Perspectives on Journalistic Authority:
Discourses, Practices, and Institutions. New York:
.Routledge, 2018

Otto, Kim, and Andreas Köhler. "Trust in Crisis .37
Communication: The Impact of Media Systems." In Crisis
Communication in the Digital Age, edited by Martin W.

Bauer and Massimiano Bucchi, 201-218. London:
.Routledge, 2018

Oxford Academic. "The Hybrid Media System: Politics .38
.and Power." *Political Science Quarterly*, 2022

Papacharissi, Zizi. *Affective Publics: Sentiment, .39
Technology, and Politics*. New York: Oxford University
.Press, 2014

Papacharissi, Zizi. *A Private Sphere: Democracy in a .40
.Digital Age*. Cambridge: Polity Press, 2010

Patel, Sonny, et al. "The Landscape of Disinformation .41
on Health Crisis Communication During the COVID-19
Pandemic in Ukraine: Hybrid Warfare Tactics, Fake
Media News and Review of Evidence." *Journal of
.Science Communication*, 2020

Quandt, Thorsten, and Jane B. Singer. *Convergence .42
and Cross-Platform Content Production: Technology,
Participation, and the Media Landscape*. Berlin: De
.Gruyter, 2016

Ruggiero, Thomas E. "Uses and Gratifications Theory .43
in the 21st Century." *Mass Communication & Society* 3,
.no. 1 (2000): 3-37

Sacerdote, Bruce, Ranjan Sehgal, and Molly Cook. .44
"Perspectives on U.S. Media Coverage of the COVID-19
.Pandemic." St. Louis Federal Reserve, 2021

Scheufele, Dietram A., and Patricia Moy. .45
"Twenty-Five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual
Review and Empirical Outlook." *International Journal of
.Public Opinion Research* 12, no. 1 (2000): 3-28

Shu, Kai, Amy Sliva, Suhang Wang, Jiliang Tang, and .46
Huan Liu. *Fake News Detection on Social Media: A Data
.Mining Perspective*. New York: ACM, 2019

Steensen, Steen, and Laura Ahva. "Theories of .47
Journalism in a Digital Age." In *The Digital Journalism
.Handbook*, Routledge, 2020

Sunstein, Cass R. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton: Princeton University Press, 2017

Sweetser, Kaye D., and Guy J. Golan. "Intermedia Agenda-Setting in the Hybrid Media System." *Journal of Communication* 65, no. 1 (2015): 33-55

Thorson, Kjerstin, and Shelley Boulianne. "Exploring the Feedback Loop between Social Media and Political Participation." *Political Communication* 37, no. 2 (2020)

Tufekci, Zeynep. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press, 2017

Vaccari, Cristian, and Augusto Valeriani. "Digital Political Talk and Political Participation: Comparing Established and Third Wave Democracies." *SAGE Journals*, 2016

Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. "The Spread of True and False News Online." *Science* 359, no. 6380 (2018): 1146–51.

Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs, 2019.

Here is the completed alphabetical list with all entries organized properly. Please confirm if everything looks in order or if further changes are needed