# مجلة

# بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٠م = ٠,٢٤٥٦ معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠م = ٢,٠١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الثالث والثلاثون - أبريل/ يونيو ٢٠٢١م


## بحوث باللغة الإنجليزية:


- الفلسطينيون في الصحافة الأمريكية: دراسة مقارنة

د. سمر إسماعيل حافظ الشنار (جامعة النجاح الوطنية) ... ص٩


## بحوث باللغة العربية:


- المحددات الاجتماعية لجودة علاقات العلامة التجارية من منظور الاتصالات التسويقية المتكاملة

أ.م.د. أحمد محمد خطاب (جامعة القاهرة) ... ص١٣

- اتجاهات المغردين المصريين نحو قضايا التعليم في ظل جائحة كورونا: تحليل شبكة تويتر

أ.م.د. جيهان سيد يحيي (الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري) ... ص ٥٧

- اتجاهات الجمهور نحو الرسائل الترويجية عبر تويتر ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الطيران الاقتصادية

أ.م.د. خلود عبد الله مليباني (جامعة الملك عبد العزيز)
بشاير عوض الجعيد (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص١٠١

- التجاوزات في فيديوهات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها

د. مؤمن جبر عبد الشافي (جامعة عين شمس) ... ص١٢٧

- أداء الصحافة المصرية أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) في ميزان خبراء الصحافة والإعلام: دراسة تقييمية

د. دعاء عبد الحكم الصعيدي (جامعة الأزهر) ... ص١٨٧

- واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول

د. إسراء صابر عبد الرحمن (جامعة سوهاج) ... ص٢٥١

- دور الأنشطة الاتصالية الموجهة للأطفال ذوي الإعاقة في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد ١٩): دراسة حالة لمركز رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة بجامعة عين شمس

د. مروى عبد اللطيف عبد العزيز (جامعة عين شمس) ... ص٢٧٧

- تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق (التيك توك) وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن: دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين

د. ولاء محمد محروس الناغي (جامعة بورسعيد) ... ص٣٣٩

- فعالية الإعلام العربي في مواجهة التحديات الأمنية

عمار محمد عبد الأمير (جامعة بغداد) ... ص٤٠٧



(ISSN 2314-8721)
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠


جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢١ @ APRA


الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

**مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**
**(JPRR.ME)**

**دورية علمية محكمة**

**العدد الثالث والثلاثون - السنة التاسعة – ابريل/ يونيو ٢٠٢١م**

**مؤسسها**
**ورئيس مجلس الإدارة**

**د. حاتم محمد عاطف**
رئيس EPRA

**رئيس التحرير**

**أ.د. علي السيد عجوة**
أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

**مدير التحرير**

**أ.د. محمد معوض إبراهيم**
أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

**مساعدو التحرير**

**أ.د. رزق سعد عبد المعطي**
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

**أ.م.د. ثريا محمد السنوسي**
أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

**أ.م.د. محمد حسن العامري**
أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

**أ.م.د. فؤاد علي سعدان**
أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

**د. نصر الدين عبد القادر عثمان**
أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

**مدير العلاقات العامة**

**المستشار/ السعيد سالم خليل**

**التدقيق اللغوي**

**سيد أحمد شريف**
**علي حسين الميهي**
مدققا اللغة العربية

**المراسلات**

**الجمعية المصرية للعلاقات العامة**
جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي

**إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة**
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

# الهيئة الاستشارية

**أ.د. علي السيد عجوة** (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**أ.د. ياس خضير البياتي** (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

**أ.د. محمد معوض إبراهيم** (مصر)
أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

**أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد** (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

**أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده** (مصر)
أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

**أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايع** (مصر)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

**أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان** (مصر)
أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

**أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار** (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

**أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله** (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون – وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

**أ.د. عابدين الدردير الشريف** (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

**أ.د. عثمان بن محمد العربي** (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

**أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات** (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

**أ.د. تحسين منصور رشيد منصور** (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام – جامعة اليرموك

**أ.د. محمد عبد الستار البخاري** (سوريا)
بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

**أ.د. علي قسايسية** (الجزائر)
أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر ٣

**أ.د. رضوان بو جمعة** (الجزائر)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

**أ.د. هشام محمد عباس زكريا** (السودان)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

**أ.د. عبد الملك ردمان الدناني** (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

جميع حقوق الطبع محفوظة.

**جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة**
**للوكالة العربية للعلاقات العامة**

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠/ ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

**APRA Publications**
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818- 02-376-20 (+2) - 151- 14- 15- 0114 (+2) - 157- 14- 15- 0114 (+2)

فاكس : 73- 00-048-231 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:

# مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

# Journal of Public Relations Research Middle East

## التعريف بالمجلة:

**مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).**

**والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.**

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

## قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية ـ الإنجليزية ـ الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.

- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Wordمصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًّا فيرسله الباحث بعد ١٥ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4– في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب١٠$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.

ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.

- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهًا ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ – صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

# الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها اثنان وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصَّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST – دار المنظومة – العبيكان – معرفة).

وفي العدد الثالث والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالعدد "الثالث والثلاثين" من المجلة، ومن جامعة النجاح الوطنية بفلسطين، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية تحت عنوان: "الفلسطينيين في الصحافة الأمريكية: دراسة مقارنة"، وهو مقدم من: **د. سمر إسماعيل الشنار**، من **فلسطين**.

ومن جامعة القاهرة، قدّم: أ.م.**د. أحمد محمد خطاب**، من **مصر**، بحثًا بعنوان: "المحددات الاجتماعية لجودة علاقات العلامة التجارية من منظور الاتصالات التسويقية المتكاملة".

ومن الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، قدّمت: **د. جيهان سيد يحيي،** من **مصر،** دراسة تحليلية بعنوان:" اتجاهات المغردين المصريين نحو قضايا التعليم في ظل جائحة كورونا.. تحليل شبكة تويتر".

ومن **السعودية** من جامعة الملك عبد العزيز، قدّمتا: أ.م**.د. خلود عبد الله ملياني، بشاير عوض الجعيد** دراسة تحت عنوان: "اتجاهات الجمهور نحو الرسائل الترويجية عبر تويتر ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الطيران الاقتصادية".

أما **د. مؤمن جبر عبد الشافي** من جامعة عين شمس، من **مصر،** قدّم: بحثًا بعنوان: "التجاوزات في فيديوهات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها".

ومن جامعة الأزهر، قدّمت **د. دعاء عبد الحكم الصعيدي،** من **مصر،** بحثًا تحت عنوان: "أداء الصحافة المصرية أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) في ميزان خبراء الصحافة والإعلام: دراسة تقييمية".

أما **د. إسراء صابر عبد الرحمن** من جامعة سوهاج، من **مصر،** قدّمت بحثًا بعنوان: "واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول".

ومن جامعة عين شمس، قدّمت **د. مروى عبد اللطيف عبد العزيز،** من **مصر،** دراسة حالة لمركز رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة بجامعة عين شمس بعنوان: " دور الأنشطة الاتصالية الموجهة للأطفال ذوي الإعاقة فى التوعية بجائحة كورونا (كوفيد ١٩).

بينما تناولت **د. ولاء محمد محروس الناغي،** من جامعة بورسعيد، من **مصر،** دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين بعنوان: " تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق (التيك توك) وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن".

وأخيرًا وبغرض استكمال مناقشة أطروحة الدكتوراة قدّم **عمار محمد عبد الأمير،** جامعة بغداد، من **العراق،** بحثًا بعنوان: فعالية الإعلام العربي في مواجهة التحديات الأمنية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

**والله الموفق،**

**رئيس تحرير المجلة**

**أ.د. علي عجوة**

# واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية:
# دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول


إعداد

د. إسراء صابر عبد الرحمن (*)



(*) مدرس الصحافة والإعلام في كلية الآداب - جامعة سوهاج.

# واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول

د. إسراء صابر عبد الرحمن
dr_esraasaber@yahoo.com
جامعة سوهاج

**ملخص:**

تعيش الصحف المطبوعة اليوم أزمة وجودية، حيث أن تراجع أعداد التوزيع الحاد يمثل أكبر التحديات للصحف، مما فرض عليها وضع استراتيجيات جديدة، لخوض معركة التحول الرقمي من أجل الخروج من عنق الزجاجة, فقد تحولت أنظار الجماهير تجاه وسائل الاتصال التي تعتمد على التقنيات الرقمية، وهذا التحول أثر في الصحافة المطبوعة وعلى مقدار متابعتها وانتشارها، وبالتالي أثر تأثيرًا بالغًا في مبيعاتها، وخلق لديها أزمات عميقة، مما أوجب عليها تحولاً جذرياً في صناعة المحتوى من خلال تغيير طريقة إنتاجه ومعالجته، وبالتالي طريقة نشره، فضلاً عن التحول في الجوانب الفنية والتشغيلية التي ستتطلب مهارات وأدوات وأساليب جديدة، حتى تستوفي الصحف المطبوعة المتطلبات اللازمة للتحول الرقمي.

وفي ضوء ذلك عنيت هذه الدراسة بكشف أساليب واتجاهات التطوير التي استحدثتها المؤسسات الصحفية المصرية، من أجل مواكبة التطورات والمستجدات في صناعة الصحافة الرقمية، وأثر ذلك على بنية وأساليب ووظائف العمل الصحفي، والإشكاليات الناتجة عنه.

وقد استندت الدراسة إلى نظرية الاندماج الإعلامي، وتضمنت إجراء دراسة كيفية اعتمدت على أداتي الملاحظة والمقابلة المتعمقة، بالتطبيق على أربع مؤسسات صحفية تشمل "الأهرام"، و"اليوم السابع"، و"المصري اليوم"، و"الوطن"، وهي المقابلات التي بلغ قوامها (٣٢) مفردة، تم سحبها بأسلوب العينة المتاحة، وتم توزيعها بنظام التوزيع المتساوي بين المؤسسات الصحفية الأربع بواقع (٨) مفردات لكل مؤسسة صحفية، وقد اعتمدت إجراءات الملاحظة على زيارة غرف أخبار صحف الدراسة، وبنيتها التقنية ومتابعة نظم العمل فيها وإشكالياتها.

وتوصلت الدراسة إلا أن التحولات التكنولوجية أحدثت تأثيراً واضحاً في مختلف جوانب صناعة الصحافة المصرية، فقد أدت إلى تطوير أساليب الإدارة وأساليب صناعة واتخاذ القرارات، وأساليب تنظيمها، ولم تتوقف عند ذلك الحد بل تبنت الصحافة المصرية طرقًا جديدة في الإنتاج والتوزيع والتحرير حتى تحافظ على مكانتها، واستحداث وظائف جديدة مثل صحافة الفيديو، والانفوجراف، والبيانات، وصحافة الموبايل، وصحافة الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى إطلاق منصات رقمية جديدة، وتطوير بنيتها الإلكترونية، وتأسيس أرشيف رقمي متكامل، وفي مقابل اتجاهات التطوير كشف البحث الميداني والمقابلات المكملة عن عدة إشكاليات تؤثر على أداء الصحف وعمليات إنتاج وتقديم المحتوى بشكل

رقمي والتي تمثلت أهمها في ضعف الكفاءة البشرية، وغياب التأهيل والتدريب، وضعف البنية الاتصالية، والتطورات التكنولوجية المتلاحقة.

**الكلمات المفتاحية:** واقع استخدام، التكنولوجيا الرقمية، الصحافة المصرية، اتجاهات التطوير، إشكاليات التحول.

**مقدمة:**

يمثل الإعلام الرقمي ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتي تعد حجر الزاوية في الثورة التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيرية في الوقت الراهن.

ويشير مفهوم الإعلام الرقمي "Digital Communication" إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية بكافة صورها، مثل مواقع الويب والفيديو والصوت، وغيرها من الوسائل التكنولوجية الأخرى الحديثة المرتبطة بعملية جمع وإنتاج وحفظ الأخبار والمعلومات، مما أسفر عن تحول كبير في الممارسات الصحفية، وفي تحسين نوعية المضمون المقدم.

ولذا فإن العصر الإلكتروني الحالي قدم فرصاً وسوقاً جديدة للمؤسسات الصحفية، وفتح أيضاً الباب للمنافسة من قبل مصادر غير تقليدية، وأتاح عصراً جديداً فيما يتعلق بحرية التعبير، وقدم نافذة لممارسة عمل صحفي تحرر كثيراً من القيود، الأمر الذي أوجد مدخلاً يمكن أن نطل من خلاله على ظاهرة إعلامية جديدة تمتاز بالسرعة في تلقى الأخبار العاجلة، وتضمينها للصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقيتها، فضلاً عن حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب بدءاً بأسلوب جمع المراسلين المعلومات وتقديمهم الأخبار، مروراً بكيف تكوّن مؤسسات الأخبار بنياتها الخاصة، وصولاً إلى سرعة تطوّر التقنيات الإعلامية، على نحو جعلها تخترق النسيج الاجتماعي بأشكال وإمكانات جديدة.

ومما لا شك فيه أن المؤسسات الصحفية تستعين بالتكنولوجيا الرقمية لتصبح أكثر قدرة على مواجهة التقدم الهائل في صناعة الصحافة، وفي ظل المنافسة الشديدة من الوسائل الإعلامية الأخرى وفي مقدمتها القنوات الفضائية، أدت التكنولوجيا الرقمية دوراً مهماً في تطوير أساليب وعمل المؤسسات الصحفية، وبات القائمون على إدارة العمل الصحفي يدركون أهمية تطبيق الأسس العلمية للإدارة والتنظيم، لتحقيق مزيد من الكفاءة والمرونة في تسيير كافة شئون العمل الصحفي، من خلال توظيف المستحدثات التكنولوجية الجديدة في جميع عمليات الإنتاج الصحفي، وفي نشر المواد الصحفية، والوصول إلى القراء دون عوائق، بالإضافة إلى تنشيط وتطوير مختلف القطاعات التي تتضمنها المؤسسة الصحفية.

فالتكنولوجيا الرقمية ليست مجرد تكنولوجيا تطبيقية تتيح المجال بسهولة للوصول إلى المحتوى الصحفي، وتنزيل الصفحات، وسهولة البحث والوصول إلى الأخبار، وتحديث المحتوى والتفاعل مع

التعليقات، وتوظيف الوسائط المتعددة، بل باتت هذه الأدوات تشكل بيئة جديدة لمهنة الصحافة، عبر صيغ تحريرية جديدة، وأساليب عرض وتلق جديدة، وطرق مختلفة للوصول إلى المعلومات ومعالجتها.

ولذا مع تطور بيئات التحول الرقمي، أصبح واجباً على المؤسسات الصحفية البحث عن كل الوسائل لتحسين جودة تقديم المضامين، وزيادة الكفاءة وتوفير التكاليف، وتبني رؤية أوسع تتيح الابتكار المستمر للمستحدثات التكنولوجية بشكل يلبي الاحتياجات المعرفية المتغيرة للقرن الحالي.

وانطلاقاً مما سبق، فإن الواقع الحالي للمؤسسات الصحفية لم يعد مناسباً بالقدر الكافي للواقع التكنولوجي الجديد، لذا اتجهت العديد من المؤسسات الإعلامية إلى محاولة التكيف مع هذا العالم الرقمي الجديد، واستحداث أنظمة رقمية جديدة تمكنها من تحسين نوعية أداء الأعمال الصحفية.

وفي ضوء هذه المعطيات سنحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على أساليب واتجاهات التطوير التي استحدثتها المؤسسات الصحفية المصرية، من أجل مواكبة التطورات والمستجدات في صناعة الصحافة الرقمية، وأثر ذلك على بنية وأساليب ووظائف العمل الصحفي، والإشكاليات الناتجة عنه.

## الدراسات السابقة:

شغلت قضية التحولات الرقمية للمؤسسات الصحفية الكثير من الباحثين على المستوى المحلي والعربي والدولي، ونسعى في هذا الجزء إلى تقديم رؤية تحليلية لنماذج من هذه الدراسات، مع التركيز على أهم نتائجها التي ساهمت في بناء الأهداف والتساؤلات والأطر النظرية لهذا البحث.

فقد أشارت بعض الدراسات التي تناولت البنية الرقمية داخل المؤسسات الصحفية إلى وجود تحديات عديدة تواجه الصحافة العربية، وإن كان هناك اختلافات طفيفة تعود لاختلاف طبيعة الملكية وأساليب التمويل، من بين هذه التحديات افتقار الصحف للابتكار والإبداع وعوامل الجذب، وندرة الكفاءات الحالية التي تستطيع التعامل مع التكنولوجيا الحالية بكفاءة ومهنية، ولذا فإن غرف الأخبار لا تحتضن تماماً ثورة التكنولوجيا، فهناك قلة فقط من القائمين بالاتصال داخل هذه الغرف حصلوا على شهادات لها صلة بالتكنولوجيا والتحول الرقمي، مثل دراسات **(مي محمود ٢٠١٩م)**[١]، **و(إيمان سيد ٢٠١٦م)**[٢]، **و(حمد الراجحي ٢٠١٥م)**[٣].

كما أولت بعض الدراسات اهتماماً بتأثير التكنولوجيا الرقمية في إدارة المؤسسات الصحفية، وكيف تدار هذه العملية، وما هي مكوناتها واستراتيجيات التطوير، بالإضافة إلى العوامل التي تؤثر على عملية الإنتاج الصحفي الرقمي، وقد توصلت هذه الدراسات إلى جملة من النتائج، والتي تمثلت في أن الطريقة التي تدار بها المؤسسات الصحفية لمواكبة التطورات التكنولوجية غير مؤثرة وغير فعالة، وتعاني العديد من القصور في نظم معلوماتها، وجودة الخدمة المقدمة، وسرعة الوصول إلى الجمهور، هذا بالإضافة إلى عدم قدرة المؤسسات الصحفية على مواجهة التطور الرقمي، وسيطرة الإعلام التقليدي على

المحتوى الصحفي، مثل دراسات **(محمد سيد ٢٠٢٠م)**[٤]**, و (فيرونك أبو غزالة ٢٠١٨م)**[٥]**، و (فريد بن زايد ٢٠١٧م)**[٦].

فيما اهتمت بعض الدراسات بدور التكنولوجيا الرقمية في تحسين أداء المؤسسات الصحفية والقائمين عليها، وذلك بالكشف عن مدى مساهمة هذه التكنولوجيات في إثراء وتطوير المضامين المقدمة بالوسائل الإعلامية، والآثار التي ترتبت على ذلك الاستخدام، سواءً على واقع الممارسة المهنية للعمل الصحفي، أو على صناعة الصحافة نفسها في مراحل الإنتاج والمعالجة والتوزيع المختلفة، وقد توصلت هذه الدراسات إلى أن الانفتاح التكنولوجي وفر بيئة مناسبة لتطور الأداء الإعلامي، وأن الصحف أصبحت مرغمة على التكيف ومسايرة سمات العصر الحالي، المتمثل في الإنفجار التكنولوجي لوسائل الإعلام والإتصال ووسائل الإنتاج الرقمية، والتي تمثلت حسب ما جاء في دراسات **( Jon Anderson 2020)**[٧]**، و(Mark Deuze 2019)**[٨]**، و(Katy.N 2018)**[٩] **فيما يلي:**

- تقنيات إنتاج، وجمع المادة الصحفية وتوصيلها للصحيفة.
- تقنيات معالجة، تخزين، واسترجاع المعلومات.
- تقنيات نقل، نشر، وتوزيع المعلومات الصحفية.
- تقنيات التحرير الإلكتروني وإخراج المادة الصحفية.

واتجهت بعض الدراسات الأكثر حداثة إلى دراسة مستقبل الصحافة الإلكترونية في المؤسسات الصحفية مثل دراسات، **(طارق عبدالرؤف ٢٠١٩م)**[١٠]**، و (سماح الشهاوي ٢٠١٤م)**[١١]**، و(أسماء قنديل ٢٠١٥م)**[١٢]**، و (Herny peter 2020)**[١٣]**، و(Dong Hee 2021)**[١٤]، والتي ركزت على عمليات الإنتاج المستقبلية التي أفرزتها البيئة الرقمية التكاملية، والتغيرات التي سوف تحدثها على السياق المؤسسي وعمليات الإنتاج، بالإضافة إلى استحداث أنماط جديدة من المحتوى الصحفي يزيد من قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور، كما طالبت هذه الدراسات بضرورة وضع مفهوم عام وشامل للإعلام الرقمي، مع ذكر وسائله المتاحة في الوقت الحالي أو التي سيتم استحداثها لاحقاً.

وإلى جانب الدراسات السابقة، فقد رصدت الباحثة بعض الدراسات التنظيرية النقدية للاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث الصحافة الرقمية، والتي اعتمدت على دراسات المستوى الثاني في بحوث الإعلام، مثل دراسات، **(محرز غالي ٢٠١٩م)**[١٥]**، (فاطمة الزهراء عبد الفتاح ٢٠١٥م)**[١٦]**، و (ester. M.A 2020)**[١٧]**، و(Enrik joo 2019)**[١٨]**، و(aline yuan 2020)**[١٩]، والتي اتفقت على أن صناعة الصحافة المطبوعة تواجه أزمة بقاء تهدد وجودها، وتؤثر سلباً على قدراتها في الاستمرارية والصمود في ظل أسواق المنافسة الإلكترونية بتطبيقاتها المختلفة، ولذا نادت هذه الدراسات بضرورة تطوير السياسات الإدارية والاستراتيجيات التسويقية للمؤسسات الصحفية، وذلك على غرار تجربة الصحافة الرقمية في أمريكا وكندا، والتي تعد أحد أهم نماذج وتجارب الانفتاح الرقمي في الصحافة.

وتوصلت نتائج هذه الدراسات إلى ضرورة تبني نموذج رقمنة النشر أو نموذج التحول الرقمي، وطرح نماذج رقمية جديدة لمواجهة تحديات التطوير والتغيير التي طرأت على هذا العصر، مثل نموذج "open Application programing inter faces" وهو أحد النماذج الجديدة التي أصبحت تحكم صناعة النشر الرقمي، وكذلك نموذج "Business News model" والذي يختص بالتوسع في نشر المحتوى الإخباري والإعلاني والتسويقي عبر منصات متعددة.

**التعقيب على الدراسات السابقة:**

- انتمت معظم الدراسات السابقة إلى الدراسات الوصفية، وتنوعت في المناهج المستخدمة ما بين المنهج المسحي والمنهج المقارن والمنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة.
- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على استخدام استمارة الاستبيان لرصد واقع تطبيق التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات الصحفية، بالإضافة إلى أداتي المقابلة والملاحظة.
- ركزت غالبية الدراسات على أدوات ووسائل التحول الرقمي داخل المؤسسات الصحفية، وتأثير ذلك على مستوى الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال، أو المؤسسة الصحفية نفسها.
- تطرقت دراسات عربية إلى اهتمام المؤسسات الصحفية بتوظيف التكنولوجيا الرقمية، إلا أنها لم تتطرق بشكل تفصيلي إلى كيفية إدارتها وإدماجها في دوائر العمل، وكذلك الصعوبات التي تعترض تلك العملية.
- قلة الدراسات العربية التي تقدم فهمًا أكثر عمقاً وشمولاً للتحولات التكنولوجية في بيئة العمل الإعلامي العالمي بشكل عام أو العربي بشكل خاص.
- لم توضح أغلب الدراسات السابقة اتجاهات وأساليب التطور التي لحقت بالوسائل الإعلامية المختلفة بوجه عام والصحافة بوجه خاص.
- مثلت الدراسات الغربية إطاراً مرجعياً أكثر تنوعاً وثراءً على المستويين النظري والمنهجي، بالإضافة إلى تنوع المجتمعات التي أجريت فيها، فقد استخدم البعض منها المقارنة بين القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة، في حين ركز البعض الآخر على وسائل إعلامية معينة بهدف التعمق في دراسة المتغيرات المرتبطة ببيئة العمل الخاصة بتلك الوسائل.
- أظهرت الدراسات السابقة اهتماماً ملحوظاً بجملة من المداخل والنظريات العلمية ذات العلاقة بالقائم بالاتصال أو بالممارسة المهنية للوسيلة الإعلامية، ومنها نظريات الأداء الوظيفي، ونظرية الدور، ونظرية نشر الأفكار المستحدثة، ونظرية ثراء الوسيلة، الأمر الذي مكن الباحثة من الاستفادة من هذه المداخل النظرية، وتبني نظرية جديدة تخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

**أهمية الدراسة:**

فرضت التطورات السريعة في مجال التكنولوجية الرقمية تحديات عديدة أمام القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية، وضرورة اكتسابهم مهارات معينة للتكيف معها، وتنكب الدراسات العالمية اليوم على بحث هذه التحديات، وكيفية إشراك الصحفيين في الثورة الرقمية لتطوير أساليب العمل الإعلامي الإلكتروني بشكل يتجاوز هذه التحديات، وفي ضوء ذلك تنبع أهمية هذه الدراسة من عدة نقاط أساسية:

- تعد الدراسة جزءاً من اتجاه بحثي كبير يعمد إلى استكشاف أساليب واتجاهات التطوير داخل المؤسسات الصحفية، والإشكاليات التي تحول دونها.
- الطابع التطبيقي للدراسة: حيث تعمد إلى رصد واقع الممارسة داخل المؤسسات الصحفية المصرية، بما يطرح فرصاً أمام التقييم العملي والتطوير المستقبلي القائم على أسس تحليلية مدروسة.
- تعاني المؤسسات الصحفية المصرية من العديد من الأزمات، والتي تتركز أغلبها في ضعف التوزيع، وعدم السير بقوة لخوض معترك الإعلام الإلكتروني، وضعف مهارات القائم بالاتصال الذي وجد نفسه في عالم متغير ومتبدل دون مهارات حقيقية تؤهله للتكيف مع هذا الواقع الرقمي الجديد، مما أوجد ذلك حالة من الجدل بشأن التحديات الداخلية والخارجية المؤثرة على البيئة الرقمية في الصحافة المصرية وهو ما تتناوله الدراسة الحالية.
- قلة الدراسات العربية التي تناولت التطورات التكنولوجية في الصحافة المصرية، وحدود استفادتها من المستحدثات التكنولوجية، الأمر الذي يجعل هذه الدراسة مواكبة لما يشهده عصرنا من ثورة معلوماتية وتكنولوجية هائلة.

**أهداف الدراسة:**

تسعى الدراسة إلى الكشف عن التحولات التي لحقت بالمؤسسات الصحفية المصرية في ظل انتقالها من المؤسسة التقليدية إلى المؤسسة الرقمية التي تسعى لإنتاج محتوى متنوع عبر منصات متعددة، والكشف عما أسفرت عنه هذه التحولات من تأثيرات على إنتاج وتقديم المضامين الصحفية، كما يعنى البحث بتحليل الصعوبات والإشكاليات التي تحول دون ذلك التحول.

**تساؤلات الدراسة:**

**في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، تم صياغة تساؤلات الدراسة في نقطتين:**

١. ما أبرز اتجاهات وأساليب التطوير التي انتهجتها المؤسسات الصحفية المصرية لمواكبة التطورات والمستجدات في صناعة الصحافة الرقمية؟ وما تأثير ذلك على بيئة العمل الصحفي؟
٢. ما أهم الإشكاليات والتحديات التي تواجه هذا التطور والتي تحول دون تحقيقه؟

## الإطار النظري للدراسة:

### نظرية الاندماج الإعلامي:

عرفت الموسوعة البريطانية الاندماج الإعلامي "Media Convergence" بأنه الظاهرة التى تعبر عن الترابط بين تقنيات المعلومات والاتصالات "ICT"، وشبكات الحاسب " Computer Networks"، والمحتوى الإعلامي "Media Content"، لرقمنة المحتوى المقدم عبر الوسائل الإعلامية المختلفة (Terry Fiew,2021,p60)[٢٠], فيما تشير الموسوعة الكندية إلى بعدين لتحديد مفهوم هذه النظرية، أولهما تقني يتصل بالدمج بين تقنيات الوسائل الإعلامية والأنماط الاتصالية الموجودة سابقاً، والأنماط الإعلامية الرقمية الجديدة، والثاني اقتصادي باعتباره استراتيجية اقتصادية تضم المكونات الرقمية الثلاثة السابقة (Mike Gasher,2021,p33)[٢١].

وقد ميز (Herny Jenrins,2019,P55) [٢٢] بين خمس عمليات يتضمنها الاندماج الإعلامي وحددها فيما يلي:

- الاندماج التكنولوجي، وهو الذي يرتبط بمفهوم الرقمنة، بمعنى تحول المحتوى الإعلامي إلى معلومات رقمية عبر منصات مختلفة.
- الاندماج الاقتصادي، ويقصد به الاندماج بين الكيانات الاقتصادية أو الشركات ذات العلامات التجارية والتي تتحكم في إنتاج وتسويق وتصنيع الأساليب التكنولوجية.
- الاندماج الاجتماعي، ويرتبط بالعلاقة بين المستهلكين والوسائل الإعلامية.
- الاندماج الثقافي، ويعني استحداث أشكال جديدة من الإبداع والابتكار لتقنيات الإعلام المتنوعة وصناعتها.
- الاندماج العولمي، وهو يعبر عن الهجين الثقافي المعلوماتي الذي أنتجه التداول الرقمي للمحتوى الإعلامي عبر منصات متعددة.

وعلى الرغم من اتساع وتعدد وتنوع أبعاد مصطلح الاندماج الإعلامي إلا أن (Mark Deuz,2019,p31)[٢٣]، قدم له تعريفاً وفقاً لاستخدامه في دراسات الصحافة باعتباره مفهوماً يستخدم لتوصيف ظهور غرف الأخبار متعددة الوسائط، والتغييرات الضمنية في نظم العمل، وكذلك تطوير غرف إخبارية جديدة لنشر المحتوى عبر الوسائط الإعلامية المختلفة، وأثر هذه الظاهرة على سير العمل بالمؤسسات الصحفية.

وفي إطار التعريف والأطروحات المفاهيمية السابقة، يمكن الخروج بمجموعة من الاستخلاصات العامة التي تساعد في تأطير النظرية السابقة، والتي سيتم الاعتماد عليها كإطار نظري لأطروحة الدراسة الحالية المعنية بالتحول الرقمي في الصحف المصرية وهي:

- توفر النظرية إطارًا لفهم أثر التكنولوجيا على صناعة الأخبار في ضوء المستويات الثلاثة للإنتاج، والتوزيع، والاستهلاك، بما يحتويه ذلك من تقنيات ومواد بشرية وعناصر تحريرية، وغرف أخبار حديثة.
- تناقش النظرية تطور اتجاهات الوسائل الإعلامية في عصر الاندماج الرقمي للتعبير عن التطور في عمليات صناعة وتوزيع المحتوى.
- مثلت النظرية تطبيقاً صريحاً لمصطلح التحول الرقمي بما يعنيه من امتزاج للتقنيات المختلفة، وإعادة تشكيل عمليات إنتاج الأخبار واستهلاكها، وأضافت إليها سمات الرقمنة مثل المرونة والمشاركة وقيم التفاعل.
- أشارت النظرية إلى العوامل التي دفعت المؤسسات الصحفية بقوة نحو تعديد منصاتها، منها انخفاض معدلات التوزيع، ونمو مستخدمي الأخبار عبر شبكة الإنترنت.
- تسعى النظرية إلى الوقوف على النماذج الرئيسية لإدارة المنصات الرقمية داخل المؤسسات الصحفية، وكيفية صناعتها، وسير منظومة العمل داخلها، وكيفية إنتاج أنواع مختلفة من المحتوى الصحفي، إذ ينشر بعضها في صحيفة مطبوعة، ويبث البعض الآخر عبر موقع إليكتروني، أو يعرض كفيديو على موقع يوتيوب، أو يتم بثه في رسائل قصيرة عبر الهواتف المحمولة.

## الإطار المنهجي للدراسة:

### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية ذات الطابع التحليلي الذي يقوم بتحليل منظم للوضع القائم بالمؤسسات الصحفية عينة الدراسة وتفسيره، والوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتحليلها وفهمها للوصول إلى استنتاجات ذات دلالات محددة حول الأساليب التي انتهجتها الصحف المصرية لمواكبة الثورة الرقمية، وتأثير ذلك على بيئة العمل الصحفي، وأهم الإشكاليات التي واجهتها تلك الصحف، والتي حالت دون تحقيق ذلك بالشكل المرجو.

### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بإعتباره الأكثر ملاءمة للدراسة الحالية، وتم الاعتماد عليه لمسح أساليب الممارسة الإعلامية بهدف التركيز على الواقع التطبيقي الفعلي للتكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، مما يساعد على تحليل أساليب واتجاهات التطوير وتأثيراتها وإشكالياتها.

## أدوات الدراسة (*):

استعانت الباحثة بأداتين كيفيتين، واستخدمتهما بشكل متكامل مما ساعد في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وهما:

١. **الملاحظة:** وهي إحدى أدوات التحليل الكيفية، وتقوم على التواجد والانخراط داخل الظاهرة محل البحث، ورصد عناصرها وعملياتها، وتسجيل الملاحظات بشأن تساؤلات الدراسة، وقد اعتمدت إجراءات الملاحظة على زيارة غرف أخبار صحف الدراسة، وبنيتها التقنية ومتابعة نظم العمل فيها وإشكالياتها.

٢. **المقابلة شبه المقننة** "Semi_structure interview": وهي لا تتم وفقاً لاستمارة بأسئلة محددة، ولكن يجريها الباحث وهو على علم بالمحاور التي يريد الإجابة عليها، ولكن لا يرغب في تقنينها حتى لا يضعف من عملية التفاعل، ولا يقيد المبحوثين في التعبير عن وجهات نظرهم بحرية.

وقد تم استخدام أداة المقابلة المتعمقة أو شبه المقننة في عمليات الرصد وجمع المعلومات عن المؤسسات الصحفية محل الدراسة، ومشروعات التطوير التي انتهجتها هذه المؤسسات، واتجاهات هذا التطوير وإشكالياته، وذلك في الفترة من يناير إلى مارس ٢٠٢١م.

## الإطار الإجرائي للدراسة:

### أ. تحديد مجتمع الصحف:

أجرت الباحثة دراستها بالتطبيق على عينة عمدية من الصحف المصرية، يتمتع كل منها بسمات مميزة تزيد من ثراء البحث، وهي صحف "الأهرام", و"اليوم السابع", و"المصري اليوم", و"الوطن"، وقد وقع اختيار الباحثة على هذه الصحف الأربع دون غيرها وفقًا لدراسة أجرتها **(لمياء محمد ٢٠١٧م)**[٢٤]، استهدفت التعرف على أكثر المؤسسات الصحفية استجابة للمستحدثات التكنولوجية، وتوصلت فيها إلى أن أكثرها هي صحيفة "اليوم السابع" بنسبة ٦٦٪، تلتها "المصري اليوم" بنسبة ٦٥٪، ثم "الوطن" بنسبة ٦٣٪، بالإضافة إلى دراسة **(محمد مختار ٢٠٢٠م)**[٢٥] التي استهدفت التعرف على تأثير المستحدثات التكنولوجيا على بيئة العمل بالمؤسسات الصحفية المصرية, وتوصلت إلى أن صحيفة "الأهرام" تفوقت على جميع الصحف المصرية من حيث درجة تأثرها وتطبيقها للتكنولوجيا الرقمية.

### ب. عينة المقابلات (*):

أجرت الباحثة مقابلات متعمقة مع عينة من العاملين في المؤسسات الصحفية محل الدراسة بلغ قوامها (٣٢) مفردة، تم سحبها بأسلوب العينة المتاحة، وتم توزيعها بنظام التوزيع المتساوي بين المؤسسات الصحفية الأربع بواقع (٨) مفردات لكل مؤسسة صحفية، وشملت المقابلات القيادات

الصحفية بهذه المؤسسات، وقاعدة الصحفيين والمحررين، بحيث تستطيع الباحثة رصد طبيعة الممارسة الفعلية للتكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات عينة الدراسة، وأساليب التطوير المتبعة وإشكالياتها.

**الإطار المعرفي للدراسة:**

**مفهوم التحول الرقمي:**

لا يوجد تعريف ثابت للتحول الرقمي، فقد تناوله العديد من الباحثين من عدة زوايا، فمنهم من عرفه بأنه التغييرات التي تسببها التكنولوجيا الرقمية أو تؤثر بها على جميع جوانب الحياة البشرية، بينما يعرفه البعض الآخر بأنه السعي إلى تحقيق استراتيجية تقنية رقمية عبر جميع المستويات والوظائف (نجلاء ياسين٢٠١٥م، ص٢٧) [٢٦].

وفي البيئة الإعلامية يقصد به عملية تحويل المواد المطبوعة أو المخزنة على الميكروفيلم أو الميكروفيش والمواد ذات الشكل التناظري، والتي من نماذجها الأشرطة الصوتية أو أشرطة الفيديو المرئية عن طريق المسح الضوئي، وإعادة الإدخال إلى مواد ذات شكل رقمي مميز (Tanni Hass,2018,p72)[٢٧]، ويرتبط مفهوم التحول الرقمي بالاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات في الوقت والشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين من كانوا وأينما كانوا.

فالتحول الرقمي مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة التي أصبحت ممكنة من خلال تقنيات الحاسب الآلي، وهي تشمل المواقع على شبكة الإنترنت، والنقل المتدفق للصوت والفيديو، وغرف الدردشة، والبريد الإلكتروني، والكاميرات الرقمية، والهواتف المحمولة، وغير ذلك من التقنيات الحديثة.

**تطور بيئة التحول الرقمي:**

أحدثت التطورات التكنولوجية التي أفرزتها ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من منتصف التسعينيات من القرن الماضي حتى الآن، تحولاً نوعياً في مختلف مناحي الحياة، مما أدى إلى خلق منافسات وتحديات كبيرة خاصة في مجال الصحافة والإعلام، إذ سمحت شبكة الإنترنت بإصدار صحف إلكترونية واستخدام قوالب صحفية مختلفة تبدو أكثر تفاعلاً مع متطلبات العصر وإمكانياته، الأمر الذي جعل العاملين في مجال الصحافة والإعلام يواكبون التطور التكنولوجي، ويسرعون للحاق بعجلة التنمية في عصر تطورت فيه تقنية المعلومات(عادل عاشور ٢٠١٥م، ص٤٥)[٢٨]، فقد استفادت المؤسسات الصحفية على مدار عقدين من الثورة الرقمية الاتصالية التي أحدثت تغييرات جذرية في كل جوانب ومراحل وتقنيات إنتاج الصحيفة، بدءاً من تقنيات جمع المعلومات من الميدان وتوصيلها لمقر الصحيفة،

ومروراً بتقنيات تخزين المعلومات واسترجاعها وتقنيات معالجة المواد الصحفية وإنتاجها، ووصولاً إلى تقنيات نشر المادة ونقلها وتبادلها, الأمر الذي جعل صناعة الصحافة تشهد تطوراً كبيراً خلال العقود الثلاثة الأخيرة على جميع المستويات المادية والفنية، بالإضافة إلى تبنيها طرقاً جديدة في الإنتاج والتوزيع تساعدها على المنافسة الشديدة التي تتعرض لها الصحافة من قبل وسائل الإعلام الأخرى(Stephen Quinn,2020,p49)[٢٩].

**دوافع تحول المؤسسات الصحفية إلى الصحافة الرقمية:**

أصبح العالم اليوم رقميًا، وصارت الرقمنة كلمة طنانة لا تزال تتردد وبكثافة في الساحات المختلفة، وهو الأمر الذي يعني أننا خطونا خطوة جديدة نحو الأمام، وأننا إزاء نموذج مختلف وجديد تمامًا يتم صياغته في الوقت الراهن، وبالحديث عن مميزات التحول الرقمي يمكننا القول بإن هذا التحول وتلك الرقمية باتت ضرورية في العصر الحالي، لما تنطوي عليه من فوائد وما تقدمه من مزايا, فقد أصبح التحول الرقمي هو أساس التقدم، وأصبح ضرورياً في ظل تنامي استخدام الهواتف الذكية أن نعظم الفائدة من هذه الاستخدامات، وباختصار شديد فإن التحول الرقمي أصبح من الضروريات المهمة والعاجلة، لتحسين الخدمات التي تقدمها الحكومة والمؤسسات العامة والخاصة أيضاً للجمهور، وتوظيف التكنولوجيا لخدمة المجتمع، وتقديم هذه الخدمات بسرعة وسهولة فائقة في شتى المجالات، وفي ضوء ذلك تناولت (زينب مصطفى٢٠١٧م، ص١٨٥)[٣٠] خمسة أسباب رئيسية تدفع المؤسسات الصحفية إلى التحول الرقمي وهي:

أ. زيادة الإنتاجية، فقد أثبتت التكنولوجيا الحديثة قدرة فائقة على تقليل كلفة الإنتاج والخدمات من خلال تقليل الفاقد في استغلال الطاقة الموجودة.

ب. تحسن الخدمات، فقد لعبت التكنولوجيات الحديثة دوراً حاسماً في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوافرة من قبل.

ج. تذليل الصعوبات، فقد أتاحت التكنولوجيا الرقمية حلولاً واختبارات لا منتهية، يمكن من خلالها السيطرة على كل الصعوبات والتعقيدات التي كانت تواجهها الصحف في الطباعة والإنتاج والنقل والتوزيع والأرشفة.

د. المرونة، وهي ليست مقصورة على نظم الإنتاج وتقديم الخدمات، بل امتدت لتشمل المرونة في اتخاذ القرارات الإدارية والاقتصادية.

هـ. الإتاحة والتحديث، حيث يتسم الإعلام الرقمي بالتحديث الدوري والإتاحة شبه الكاملة للمعلومات والبيانات، فضلاً عن النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات.

**تأثير التطورات التكنولوجية على أداء المؤسسات الصحفية:**

أفرزت التحولات في البيئة الرقمية نمطاً جديداً في آلية العمل الصحفي وأساليب ممارسته، فضلاً عن التغيرات التي أحدثتها أدوات البيئة الرقمية من مستحدثات تكنولوجية استخدمها القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في جميع مراحل عمله، فشهد ميدان العمل تطوراً ملحوظاً في جميع جوانبه، إلى جانب القفزة الهائلة في تطور المحتوى الصحفي الذي أصبح مطروحاً للجمهور عبر منصات عدة وبأشكال مختلفة (أديب أحمد ٢٠٢١م، ص٣٥) (٣١).

ولعل التغيرات الواضحة في عمل إدارات المؤسسات الصحفية بدأ منذ دخول الحاسبات، ثم توظيف الاتصالات السلكية واللاسلكية لإيصال المعلومات، وأخيراً توظيف الاثنين معاً كوسيلة جديدة لإيصال خدماتها الإخبارية والمعلوماتية (معتز عبد الفتاح ٢٠٢٠م، ص ١٢٢) (٣٢).

ولذا فقد شهدت الفترة الحالية المزيد من التحول إلى الآلية الكاملة، واعتماد الوسائل الرقمية في عملية الإنتاج، من خلال إدخال الحاسبات الإلكترونية ووسائل الاتصال الرقمية في معظم مراحل الإنتاج بدءاً من توصيل المواد الصحفية إلى مقر الصحيفة من خلال أجهزة الفاكس ميل، إلى عمليات المعالجة بدءاً من تحرير النصوص والصور على شاشات الكمبيوتر، حتى عملية الإخراج الكامل وتجهيز الصفحات على الشاشات، حتى الوصول إلى الطابعة المتصلة بالحاسبات، كما تطورت أساليب توثيق المعلومة الصحفية وأرشفتها، وتم ربط المؤسسات الصحفية بمراكز وبنوك المعلومات المحلية والدولية(Dong Song,2021,p85)(٣٣)، كما تم تطوير أساليب جديدة في نظام التوزيع من خلال مراقبة أسواق التوزيع ونقاط البيع من خلال خرائط التوزيع Circulation Chart يصممها خبراء نظم المعلومات في المؤسسات الصحفية، والتي تتيح للمديرين التعرف على نقاط الضعف والقوة في عملية البيع، وتحليل سوق المنافسة، ووضع وتصميم استراتيجيات خاصة للاستثمارات المحتملة لجذب عقل المستهلك والمعلنين(Ivar John,2021,p175)(٣٤).

ولذا فإن التكنولوجيا الرقمية أثرت وبشكل كبير ومباشر على آلية العمل الصحفي وأساليب ممارسته، حيث شهدت صناعة الصحافة تحولات جذرية في مفاهيم العمل، ونظم الإدارة، وسياسات غرف الأخبار وأساليب تنظيمها، وأنماط القيادة داخلها، سواءً بسبب الضغوط الاقتصادية وزيادة توجه المؤسسات نحو آليات السوق، أو بسبب الضغوط والتحديات التي فرضتها الثورة التكنولوجية الراهنة، وهو ما فرض على الصحافة ضرورة تبني طرق جديدة في الإنتاج والتوزيع والتخزين، وهو ما سوف تتطرق إليه الدراسة الحالية.

**نتائج الدراسة:**

أحدثت التحولات التكنولوجية تأثيراً واضحاً في مختلف جوانب صناعة الصحافة، فقد أدت إلى تطوير أساليب الإدارة وصناعة واتخاذ القرارات، وأساليب تنظيمها، ولم تتوقف عند هذا الحد، بل تبنت الصحافة المصرية طرقاً جديدة في الإنتاج والتوزيع والتحرير حتى تحافظ على مكانتها، واستحداث وظائف جديدة مثل صحافة الفيديو، والإنفوجراف، والبيانات، وصحافة الموبايل، وصحافة الذكاء الاصطناعي.

وفي ضوء نتائج البحث الميداني والمقابلات المتعمقة أو شبه المقننة التي أجرتها الباحثة، وكذلك ما أسفرت عنه الدراسات السابقة، يمكن الخروج بمجموعة من النتائج تمثل خلاصة هذه الدراسة وذلك على النحو التالي:

**المحور الأول: اتجاهات وأساليب التطوير بالمؤسسات الصحفية المصرية:**

كشفت المقابلات وعمليات الملاحظة عن وجود عدد من اتجاهات التطوير الرئيسية بالصحف المصرية محل الدراسة، ويمكن تفنيدها على النحو التالي:

**١. تطوير البنية الإلكترونية:**

على مدار الأعوام الثلاثة السابقة ضخت صحف الدراسة أموالا طائلة من ميزانياتها لتطوير البنية الرقمية الداخلية، سواءً بتجديد الشبكة الداخلية وأنظمة الحماية والأمن الرقمي، أو تحديث أجهزة الكمبيوتر وشراء أجهزة حديثة Computer _ Assisted Journalism، تتيح حفظ الملفات من النصوص والصور والفيديوهات بكافة أنماطها، مع إمكانية استرجاعها على المدى الزمني البعيد.

**٢. إطلاق خدمات إخبارية جديدة:**

أطلقت صحف "الأهرام" و"الوطن" و"اليوم السابع" و"المصري اليوم" خدمات إخبارية جديدة، من خلال استخدام البريد الإلكتروني والواتس آب، وتطبيقات آيفون وأندرويد للهواتف المحمولة، حيث أطلقت "اليوم السابع" موقع "برلماني" وخدمة "واتس آب برلماني"، كحلقة وصل بين المواطن ونواب الشعب.

وتهدف خدمة "واتس آب برلماني" إلى مشاركة القراء في المزيد من التواصل بين الموقع والنواب، عن طريق إرسال الصور والفيديوهات والأخبار الموثقة والشكاوى أو الرأي والتعليق السريع عبر "واتس آب برلماني" لنشرها بالموقع.

كما أطلقت "المصري اليوم" خدمة جديدة تحت مسمى "نشرة الكوميكس"، وذلك بنشر تعليقات الكوميكس حول قضية معينة في شكل نشرة عبر الموقع الإليكتروني للصحيفة.

**٣. صحافة الهاتف المحمول Mobile Journalism:**

أطلقت صحف الدراسة الأربع خدمة صحافة الموبايل ابتداءً من خدمات الرسائل العاجلة قبل عدة سنوات، وفي الآونة الأخيرة مثل الموبايل نحو ٦٠٪ من مصادر زيارات مواقع صحف الدراسة، مما دفع هذه المؤسسات إلى توفير نسخ للتصفح عبر الهواتف لكافة إصداراتها الرقمية.

**٤. الأرشيف الرقمي المتكامل Integrated digital Archive:**

في سبتمبر ٢٠٠٩م، دشنت مؤسسة الأهرام مشروع "الأهرام الرقمي"، والذي يسعى لبناء قاعدة بيانات ضخمة لكافة إصدارات المؤسسة، ولكن تم حجب تصفح الأرشيف والذي تعتزم المؤسسة إعادة طرحه نظير اشتراكات مدفوعة، وفي سبتمبر ٢٠٢٠م وقعت مؤسسة الأهرام ووزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والهيئة الوطنية للصحافة، اتفاقًا بشأن إتاحة المحتوى الثقافي والإعلامي والصحفي للمؤسسة على منصة تراث مصر الرقمي، حيث تعمل الوزارة على إتاحة كافة أعداد صحيفة الأهرام وإصداراته منذ نشأته مفهرسة ومبوبة باستخدام تكنولوجيات التعرف الضوئي للحروف (OCR)، وعلوم البيانات والذكاء الاصطناعي، كما استحدثت صحيفتا "اليوم السابع" و"الوطن" نوعية حديثة من الأرشيف يسمح للجمهور بتحميل المواد الرقمية إلى مجموعة البيانات الخاصة تلقائياً بواسطة برنامجWeb Crawlers، والذي يحتوى على مئات المليارات من عمليات الويب، فيما صممت "المصري اليوم" أرشيفاً رقمياً يعد أكبر مشاريع رقمنة الكتب في العالم "The Wayback Machine"

**٥. صحافة الفيديو أو الصحافة التليفزيونية:**

اهتمت صحف الدراسة الأربع باستخدام صحافة الفيديو أو الصحافة التليفزيونية، فقد أنشأت صحيفة "الأهرام" قناة خاصة بها لتحميل مقاطع الفيديو على موقع الصحيفة وموقع اليوتيوب، تضم تقارير إخبارية مصورة وأفلاماً تسجيلية، وتحتوى على أكثر من ٢١ مليون مشترك تحت مسمى مالتيميديا، كما أطلقت "اليوم السابع" خدمة "تليفزيون اليوم السابع"، الذي يتسم بكثافة المشاهدة وسرعة التغطية، ويقدم نشرات إخبارية وبرامج حوارية متكاملة، فيما بدأت صحيفة "الوطن" في مارس ٢٠١٦م، بث خدمتها التليفزيونية تحت مسمى "وطن T.V"، أما صحيفة "المصري اليوم" فقد أنشأت في ٢٠١٨م، قناة تحت مسمى "عدسة المصري اليوم" تحتوي على فيديوهات وقصص مصورة.

**٦. صحافة الوسائط المتعددة Multimedia Journalism:**

تفاوتت درجة اهتمام المؤسسات الصحفية محل الدراسة بالوسائط المتعددة، غير أن اتجاهاً عاماً توفر لدى هذه المؤسسات لإنتاج هذا النوع من المحتوى، حيث تمتلك كل صحيفة من صحف الدراسة قناة نشطة على اليوتيوب لنشر الفيديوهات التي تنتجها، وتميزت "الأهرام" باستخدام نمطين أو أكثر من المحتوى لعرض القصة الإخبارية كالتسجيلات الصوتية والصور الثابتة والمتحركة، فيما تستخدم "اليوم

السابع" وسائط مختلفة لعرض مادتها تتسم بالعرض المكثف للأخبار عن طريق الصور أو بشكل مرئي تحت مسمى "إسمع الخبر للأنباء الصوتية"، أما "الوطن" فتعتمد على استخدام النص والصورة والفيديو والرسوم في عرض المادة الصحفية ضخمة الإنتاج Mega News Stories، وتطلقه على شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك وتوتير، بينما تعتمد "المصري اليوم" على رسوم الجرافيك في نشر قصصها الإخبارية.

### ٧. صحافة المواطن أو الصحافة التشاركية Participatory Journaism:

أظهرت الدراسة اهتماماً ملحوظاً من قبل الصحف الأربع بصحافة المواطن أو ما يعرف بالصحافة التشاركية، وتفعيل مساحات التعليق والنقاش، وهو ما يصب في اتجاه صياغة علاقة جديدة بين الجمهور ووسائل الإعلام، فقد خصصت "الأهرام" خدمة لتلقي مشاركات المستخدمين والقراء عبر "واتس آب" و"تيليجرام"، وتخصيص مساحة لنشر تلك المشاركات في بريد القراء، كما خصصت "اليوم السابع" قسما لصحافة المواطن لتلقي شكاوى وإسهامات المواطنين، أما "المصري اليوم" فقد أطلقت صفحة لشكاوي المواطنين من أجل التفاعل مع القراء تحت مسمى "كلم المصري اليوم"، والتي أطلقتها منتصف عام ٢٠١٥م، وكما أنشأت "الوطن" قسمًا خاصًا لصحافة المواطن تحت مسمى "الملفات التفاعلية".

### ٨. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي Sociat Media:

أوضحت الدراسة تزايد استخدام صحف الدراسة لجميع شبكات التواصل الاجتماعي سواءً لتسويق المحتوى والخدمات، أو كمنصة لنشر المحتوى، خاصة الأخبار العاجلة والآنية، أو لزيادة الدخل، حيث أصبحت تلك الشبكات تستحوذ على حصص كبيرة من زيارات مواقع صحف الدراسة، فقد أنشأت الصحف الأربع صفحات لها على فيسبوك وتوتير وتيليجرام وإنستجرام ويوتيوب، لبث المحتوى وتلقي رسائل واستفسارات القراء عبر الرسائل المباشرة، كما استحدثت هذه الصحف إمكانية تصحيح أى من الموضوعات المنشورة على بواباتها الإليكترونية من خلال زر إضافة التصحيح نهاية كل موضوع، بالإضافة إلى خدمة الحوارات المباشرة التي يرسل من خلالها القراء أسئلتهم للضيف التي سيتم محاورته من قبل الصحيفة ليقوم بالإجابة عليها.

### ٩. أكواد الاستجابة السريعة Qr Codes:

بدأت صحف الدراسة تطبيق خدمة "كيو آر كود" منذ عام ٢٠١٥م في موادها التحريرية بهدف دعم عملية التكامل بين الصحيفة الورقية وبواباتها الإلكترونية، وبما يسهم في تقديم خدمات متكاملة للقارئ، حيث تتيح خدمة "كيو آر كود" الربط بين النسخة الورقية للصحيفة والموقع الإلكتروني، بما يمكن القارئ من الوصول إلى تفاصيل إضافية للمادة تتضمن فيديو وصوراً، والتي لا يمكن استيعابها في

الصحف الورقية، ويتكون شعار "كيو أر كود" من أعمدة بيضاء وسوداء متداخلة في شكل هندسي مربع، ويعمل بمجرد تسليط كاميرا الموبايل عليه.

**١٠. صحافة البيانات أو الإنفوجراف Data Journalism:**

استخدمت صحف الدراسة صحافة البيانات بشكل واسع النطاق، فقد اعتمدت على البيانات الرقمية في إنتاج وتحرير وتوزيع المحتوى على شكل أرقام وإحصاءات أو نصوص، أو جداول ورسوم وصور وفيديو، أو نصوص تفاعلية لعمل تحقيقات وتقارير وسلسلة خبرية كاملة لموضوعات معينة، وقد وظفت صحف الدراسة هذه التقنية في شكلين رئيسيين، هما القصة الصحفية المدفوعة بالبيانات Data Driven News Story، والعرض البصري للبيانات، Infographics، والذي قد يكون ثابتاً أو تفاعلياً متحركاً.

**١١. صحافة الذكاء الاصطناعي:**

اعتمدت صحف الدراسة على بعض أنظمة الذكاء الاصطناعي، ولكن بشكل محدود للغاية تركز في أربعة استخدامات أساسية وهي:

- إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي في الموضوعات المعتمدة على بيانات.
- التصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبي للغة بشكل تلقائي.
- اكتشاف الأخبار الزائفة، وفحص المعلومات والحقائق.
- تحويل المعلومات بسرعة وكفاءة إلى أشكال بيانية.

وقد طبقت صحف الدراسة بعض آليات الذكاء الاصطناعي والتي تمثلت في إنترنت الأشياء Internet of Things، والذي يعمل على توفير اتصال سريع ومستمر بين أدوات الوسائط المتعددة مثل الكاميرات والاستديوهات والأقمار الصناعية، وآلية تحليل البيانات الضخمة Big data، وآلية السجل الإلكتروني لتدوين المعلومات ومعالجتها Black chained News، وهو يقوم على إمكانية المحافظة على البيانات المخزنة دون تعديلها ونشرها من الوسيلة للجمهور مباشرة، بالإضافة إلى آلية News Guard التي تعمل على التحقق من الأخبار الزائفة والمفبركة.

**المحور الثاني: تأثير المستحدثات التكنولوجية على بيئة العمل الصحفي:**

عنيت الدراسة الحالية برصد وتحليل تأثير المستحدثات التكنولوجية التي انتهجتها الصحف الأربع محل الدراسة على إنتاج وتقديم المضمون الصحفي، وتوصلت الباحثة من خلال أداتي الدراسة إلى أن المستحدثات التكنولوجية التي تبنتها هذه الصحف أحدثت تأثيراً واضحاً في مختلف جوانب صناعة الصحيفة، وهو ما سوف نوضحه في السطور القادمة.

**أولاً: تأثير المستحدثات التكنولوجية على إنتاج المحتوى الصحفي:**

- عززت صحف الدراسة غرف الأخبار بها بتقنية الجيل الرابع "G4"، وتسعى إلى تطوير نظام الجيل الخامس "G5" لتوفير خدمة الإنترنت فائق السرعة وبجودة عالية.
- تعاونت صحف الدراسة مع وزراة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتطوير بنيتها الأساسية ونظم الاتصالات في أقسامها لاستيعاب التطورات التكنولوجية المتلاحقة، وتوفير أساليب تكنولوجية لتحسين إنتاج الصحيفة.
- وفرت صحف الدراسة برامج مختلفة ونظماً آلية لكافة أقسامها، مثل برامج دمج النص والصوت والصورة والفيديو في قالب واحد.
- خصصت صحف الدراسة قسماً خاصاً بالإنتاج متعدد الوسائط، فقد جهزت صحيفة "الأهرام" استوديو خاصاً لإنتاج الصور والفيديوهات والقصص المصورة وتصميم الإنفوجراف، كما خصصت "المصري اليوم" موقعاً داخل غرفة الأخبار لقسم الفيديو والصور المتحركة يعمل به ١٤ صحفياً ويتلقون حوافز إضافية ويتبعون وحدة التنفيذ، أما "اليوم السابع" فقد خصصت موقعاً مستقلاً بمقرها لأعمال الفيديو والجرافيك، فضلاً عن تجهيز استوديو مزود بالوسائل التقنية الحديثة لأعمال المونتاج والبث يعمل به حوالي ٢٨ صحفياً، بينما استقطعت "الوطن" جزءا من غرفتها الإخبارية وتقوم الآن بتجهيزها كاستوديو يضم مجموعة من المحررين ومصوري الفوتوغرافيا.
- استحدثت صحف الدراسة مسميات ومهامًا وظيفية جديدة بغرف الأخبار، واشتركت جميعها في مسميات مثل، صحفي الفيديو، محرر الصور، مسئول النشر، محرر رسائل الأخبار العاجلة، ومسئول التحميل، ومسئول منصة النشر، ومسئول التواصل.
- أوجدت صحف الدراسة نظماً جديدة في الإنتاج، فقد انفردت "المصري اليوم" بتطبيق نظام News Press، وهو يعمل على إدارة كافة عمليات إنتاج المواد التحريرية، فيما طبقت "الأهرام" نظام "Knowledge view"، وهو خاص بتمرير المادة التحريرية عبر مراحل مختلفة، بينما تبنت "اليوم السابع" نظامًا تقنيًا خاصًا لمتابعة برامج التوك، وهو نظام يقوم بتسجيل بث ٣٢ قناة تليفزيونية على مدار الساعة ثم يقوم بتحويلها إلى مادة تحريرية، أما "الوطن" فقد طورت نظامًا يتيح لها حفظ كل ملفات الصور والنصوص والفيديوهات وإعادة انتاجها مع المحتوى المقدم.
- وفرت صحف الدراسة برنامج "أدوب فوتوشوب" بكل إصداراته لمعالجة وإنتاج الصور والرسوم، حيث قامت صحيفة "الأهرام" بشراء برنامج Fuji Digital image لمعالجة وتصحيح الصور قبل طباعتها، فيما استعانت صحيفتا "اليوم السابع" و"المصري اليوم" ببرنامج ILLustrator

لإنتاج الصور والرسوم، بينما استحدثت "الوطن" برنامج Free Hand المعروف بسرعته الفائقة في معالجة الفيديوهات.

- تسعى صحف الدراسة إلى محاولة تطبيق خدمة الواقع المعزز على صفحاتها " Augment reality"، وهي تقنية مبتكرة تتعرف على الصور والعناصر الموجودة في المادة التحريرية، وتقوم بتحويلها إلى رسومات ثلاثية الأبعاد.

**ثانياً: تأثير التطورات التكنولوجية على تقديم المحتوى الصحفي:**

- استحدثت صحف الدراسة العديد من المنصات الرقمية لنشر محتواها، فالمنصة الرقمية الجديدة للأهرام ستركز على تقديم محتوى الإصدارات بتطبيقات الواقع المعزز، وسوف تحتوي على ٦ ملايين صورة، أما "اليوم السابع" فهي بصدد إطلاق منصة جديدة مدعمة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما تدرس "الوطن" إطلاق منصة تضم راديو الوطن والتلفزيون التفاعلي الذي سيناقش أبرز قضايا السوشيال ميديا.
- على مدار السنوات الخمس السابقة اتبعت صحف الدراسة خطة لتطوير غرف الأخبار بها بهدف بناء دورة عمل تكاملية بين المحتوى المقدم عبر نسخها الورقية ومنصاتها الرقمية، وهي الخطة التي تضمنت ضخ استثمارات كبيرة في البنية التقنية بكل مؤسسة.
- شهدت غرف الأخبار بصحف الدراسة تطوراً ملحوظاً مع تطبيق نظام News Press، الذي يسهل تدفق المحتوى بين المطبوع والرقمي، بالإضافة إلى تبني "الأهرام" نظامًا تقنيًا ابتكاريًا Creative Desk يتولى مهمة انتقاء القصص وتطويرها ونشرها مباشرة على المنصات الرقمية، بينما طبقت "اليوم السابع" آلية جديدة في تقديم المحتوى الاستقصائي يسمى Investigative Desk.
- طورت صحف الدراسة من طريقة عرضها لمحتواها من خلال خمس طرق هي:
  - النسخة الإلكترونية وتظهر على الصفحة الأولى للموقع مزودة بالصور والرسوم والعناصر الجرافيكية، وتقسم الصفحة إلى أربعة أعمدة تتضمن الأخبار والتقارير والموضوعات المستمدة من النسخة الورقية، بالإضافة إلى الخدمات التي تقدمها الصحيفة كخدمة الاشتراك في النسخة المطبوعة.
  - النسخة النصية، وهي تخلو من الصور والرسوم، وتقتصر صفحتها الأولى على اسم الصحيفة مع مربعات نشطة لأقسام الصحيفة، وبمجرد الضغط عليها يتيح الدخول لتصفح محتوى هذه الأقسام.

- النسخة الحاسوبية، وهي نسخة مطابقة تماماً للنسخة المطبوعة على شاشة الحاسوب باستخدام تقنية PDF، ويمكن للمستخدم قراءة الصحيفة بالكامل على الحاسوب، سواءً متصلاً بالإنترنت أم غير متصل.
- النسخة الرقمية، وهي خدمة تتيح للمستخدم مطالعة النسخة كاملة مقسمة حسب الصفحات والأبواب، وتحتوي على العديد من الإعلانات والخدمات المجتمعية المقدمة للقراء.
- النسخة اللاسلكية، وهي النسخة المتاحة للقراء على شكل رسائل على أجهزة الهاتف المحمول، أو أي جهاز يعمل بنظام الدعم الرقمي الشخصي.

- استخدمت صحف الدراسة طريقة النص الفائق، وبرامج أخرى عالية التقنية للتحرير والمعالجة الإلكترونية، إضافة إلى تطبيق برنامج خاص لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي بواسطة طرق التغذية الإلكترونية للبيانات، وذلك في الموضوعات الاقتصادية الخاصة بالعملة وأسعار الأسهم.
- وظفت "الأهرام" برنامجاً جديداً لإدخال البيانات وتخزينها وتقديمها على المنصات الرقمية، وهو برنامج "كوارك إكس برس"، فيما خصصت "اليوم السابع" وحدة خاصة لتهيئة الموقع لمحركات البحث SEO، بينما وفرت "المصري اليوم" شاشة في غرفة الأخبار تقدم من خلالها تحديثات فورية لاتجاهات البحث على جوجل، أما "الوطن" فقد استحدثت نسخة عالية التقنية من برنامج الناشر الصحفي، والذي يعد من أشهر البرامج المستخدمة في معالجة الصور والنصوص قبل نشرها على المنصات الرقمية.
- وفرت صحف الدراسة للعاملين بها أجهزة الحاسبات الآلية، وأجهزة الحاسبات الآلية النقالة، وأجهزة الفاكسميلي، وأجهزة الطابعات، وكاميرات التصوير الرقمية، وأجهزة المسح الضوئي، وشاشات تليفزيون، وأجهزة I pad، وشاشات البلوترز، والطابعات الليزرية.

**المحور الثاني: إشكاليات التطوير:**

في مقابل اتجاهات التطوير التي تبنتها صحف الدراسة الأربع، كشف البحث الميداني والمقابلات المكملة عن عدة إشكاليات تؤثر على أداء الصحف وعمليات إنتاج وتقديم محتواها بشكل رقمي ويمكن عرضها في النقاط الآتية:

- **ضعف الكفاءة البشرية**، فعلى الرغم من التضخم في عدد العمالة بالصحف محل الدراسة، بالأخص في صحيفة الأهرام، إلا أن هذه المؤسسات الصحفية تعاني من نقص الموارد البشرية القادرة على التكيف مع الصحافة الرقمية.
- **غياب التأهيل والتدريب**، حيث تفتقر هذه الصحف لوجود استراتيجية واضحة تستهدف تأهيل الكوادر الصحفية بها، بالإضافة إلى افتقادها لخطة واضحة لتطوير الكوادر الصحفية بالإصدارات المختلفة.

- **مشكلات التكويد**، حيث تعاني المواقع الصحفية المصرية بشكل عام من أزمة التكويد بنقابة الصحفيين، ومشاكل ترخيص المواقع الإلكترونية، حيث يصطدم بعض العاملين بهذه المواقع برفض بعض المصادر التعاون معهم في حال معرفتهم أنهم ليسوا أعضاء بنقابة الصحفيين، وبالتبعية يتسبب ذلك في تعطيل أعمالهم، وهو ما يدفع البعض لترك مهنة الصحافة.
- **ضعف الامكانيات المالية**، والذي يعد من المعوقات الرئيسية للصحف المصرية محل الدراسة، فلم تستطع الصحف حتى الآن تطبيق بعض المستحدثات التكنولوجية المهمة مثل خاصية Rss، التي طبقت في بعض الصحف العربية مثل "عكاظ" و"الشرق الأوسط" و"المدينة"، والتي تمكن المستخدمين من الحصول على الأخبار المهمة فور وقوعها بصورة مختصرة، وخاصية Snakiny، والتي تتيح نشر المحتوى الصحفي الإلكتروني ببعض آليات الذكاء الاصطناعي.
- **الأمية التكنولوجية**، حيث يعاني قطاع عريض من المتعلمين من الأمية التكنولوجية، على الرغم من انتشار الوسائل والتقنيات التكنولوجية في أوساط المجتمع المصري.
- **تحديات صحافة المواطن**، والتي تشكل عبئاً في بعض الأحيان على القائمين بالاتصال المهنيين، إما لأنها تشكل منافسة، أو لأن متابعتها تستغرق وقتاً طويلاً، كما أن الاستعانة بها يمثل ضغطاً جديداً من أجل تنقيحها والاختيار منها وإعادة تحريرها.
- **ضعف البنية الاتصالية وارتفاع تكلفتها**، حيث تتسم شبكة الاتصالات والإنترنت في مصر بالضعف، مما يؤثر سلباً على عمل وأداء المواقع الصحفية الإلكترونية، وصحافة الفيديو، والتحديثات الإخبارية الرقمية، بالإضافة إلى تزايد تكلفة استخدام شبكة الإنترنت عبر الحواسب أو الهواتف المحمولة، حيث تأتي مصر في المرتبة ٢٢ بين ١١٨ دولة من حيث ارتفاع تكلفة الدخول إلى شبكة الإنترنت، وهو ما يخلق صعوبات أمام المستهلك، خاصة للمحتوى الذي يستهلك سعات تحميل أكبر مثل الفيديو والصفحات المزودة بالصور.
- **التطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الرقمية**، مما يسبب ضغوطاً على تطوير البنية التقنية للمؤسسات الصحفية، وتطوير منصاتها، وصفحاتها الإلكترونية، وقنواتها الخاصة على الويب، خاصة في ظل ضعف الإمكانيات المادية.
- **سيطرة فكرة الصحافة المطبوعة**، حيث لايزال الإصدار الورقي يتمتع بمكانة مؤسسية أقوى داخل هذه المؤسسات، فيرى بعض القائمين على أمر هذه المؤسسات والعاملين بها أن الإصدار الورقي يرفع المكانة المهنية للمؤسسة، وأن محرري الويب أقل خبرة وكفاءة، ولا يمتلكون مهارة الكتابة بفعل عوامل السرعة، وفي المقابل يعتقد بعض محرري الويب أن صحفيي المطبوع يتسمون بالتقليدية، وعدم القدرة على مسايرة التطورات المتلاحقة في الكتابة الصحفية.

- **إشكاليات سوق الإعلان الرقمي**، ويعد مصدر الدخل الأساسي لمنصات النشر الإلكتروني، حيث بات يواجه مشكلات كبيرة في ظل احتكار "جوجل" و"شبكات التواصل الاجتماعي" خاصة فيسبوك لذلك السوق وبأسعار يصعب على المواقع الإلكترونية منافستها.

## هوامش الدراسة:


١. مي محمود توفيق(٢٠١٩م): الاستراتيجيات التحريرية والتوزيعية للصحف المطبوعة في مصر في مواجهة التحديات الرقمية، دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

٢. إيمان سيد عبد الواحد(٢٠١٦م): قياس مدى فاعلية نظم المعلومات الإدارية وأثرها على جودة الخدمة الصحفية بالتطبيق على الصحف القومية المصرية، ماجستير غير منشورة، جامعة بنها، كلية التجارة، قسم إدارة أعمال.

٣. حمد الراجحي فيصل(٢٠١٥م): تأثير التكنولوجيا الرقمية على المواد التحريرية بالصحف العمانية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، العدد ٥٦، أبريل، السنة العاشرة.

٤. محمد سيد علام(٢٠٢٠م): تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية، سلسلة عالم العولمة، الكويت، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع والاتصال، العدد ٧٢.

٥. فيرونك أبو غزالة (٢٠١٨م): تحديات القائمين بالاتصال في مجال الصحافة الرقمية، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل البحث العلمي يناير، ع٣٨.

٦. فريد بن زايد(٢٠١٧م): واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الجزائر، دكتوراة غير منشورة، الجزائر، جامعة منثورى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام.

7. Jon Eickelman(2020): Media Convergence and its Consequences, middle east insight, xiv5 April.
8. Mark Deuze(2019): media Convergence concepts, media studies,Vol. 50, issue.6, November.
9. Katy. N.V (2018): Newsroom integration in Austria, spain and Germany Journalism practice ,Media Studies Vol.4, No.3.

١٠. طارق عبد الرؤف مرعي(٢٠١٩م): استراتيجيات التكيف الرقمي لوكالات الأنباء، دراسة تطبيقية مقارنة على وكالات أنباء (رويترز – الفرنسية - الشرق الأوسط)، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

١١. سماح الشهاوي(٢٠١٤م): العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر خلال الفترة من ٢٠١٥ إلى٢٠٣٠، دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

١٢. أسماء قنديل(٢٠١٥م): المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

13. Herny peter(2020): researching media Convergence and crossmedia News production, Nordicom Review, VOL.30, No.4.
14. Dong Hee(2021): The effect of technology Transformation of the production and delivery of American Journalism, University of south Carolina, Columbia.

١٥. محرز حسين غالي(٢٠١٩م): الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث تمويل صحافة المطبوعات الرقمية، رؤية تحليلية نقدية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٦، سبتمبر.

١٦. فاطمة الزهراء عبد الفتاح(٢٠١٥م): أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية، دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

17. Ester, M.A(2020): Newspaper in The era of digital multiplat from delivery, Journal of media Business Studies,VOL.30, No9, October.
18. Enrik joo(2019): Why Are Traditional Newspaper publishers still surviving in the digital era? Term trends on The Flemish Newspaper industry's Financing, 2014-2019, Journal of media Business studies, Vol.16, No6.
19. Aline yuan(2020): Newspaper Cousumption In The Mobile Age, Journaism Studies, Vol.5, No.4.
20. Terry Fiew: Media Convergence, Britannica, Last up data: 28 Feb. 2021, Avaliable at : http:// www.britannica/Ebchecked/topic/1425043/media-Canvergence.

21. Mike Gasher, media Convergence, The candian encyclopedia, Last up data: 13 March,2021, Avaliable at: http://www.The Canadianency clopedia.Ca/en/article/media-Convergence/.
22. Herny Jenrins(2019): Convergence? I Diverge, Technolgy review, Vol. 6, No3, June, P55.
23. Mark Deuze(2019): Conversations on couvergence, First edition, blackwell publishing, England, P33.

٢٤. لمياء محمد عبد العزيز(٢٠١٧م): الصحافة الرقمية وتأثيرها على إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، العدد العاشر.

٢٥. محمد مختار عبد الله (٢٠٢٠م): تأثير المستحدثات التكنولوجية على بنية المؤسسات الصحفية، جامعة الجزائر، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

٢٦. نجلاء أحمد يسين(٢٠١٥م): نحو التحول الرقمي للدوريات، دراسة لواقع مبادرات المكتبات ومؤسسات المعلومات العربية، مجلة المكتبات والمعلومات، عدد١٤، ص٢٧.

27. Tanni Hass(2018):Research Note: Altermative media public Journalism and The pursuit of democratizatlion, Journalism of studies, VOL.9, No.4, P 72.

٢٨. عادل عاشور محمد(٢٠١٥م): نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية والتطبيقية، الجامعة الإسلامية الأسمرية، كلية الآداب، ع٢٧، ص٤٥.

29. Stephen Quinn(2020): Mogo-mobile journalism in the Asian region, (Singapore: The konard-Adenauar-stifung).P 49

٣٠. زينب مصطفى(٢٠١٧م): تأثير تعرض الجمهور المصري للإعلام الجديد على قارئية المجلات المطبوعة، ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص١٨٥.

٣١. أديب أحمد الشاطري(٢٠٢١م): تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية، دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام، ص٣٥.

٣٢. معتز أحمد عبد الفتاح(٢٠٢٠م): تأثير التطورات التكنولوجية في دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية على شبكة الإنترنت ومدى قدرتها على منافسة المواقع الإخبارية، دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص١٢٢.

33. Dong song zhang(2021): The snowden effect dominates Trendes in Newsroom, international Journal of Human-computer interaction. V.1, No.4.P 85.
34. Ivar john Erdal(2021): Researching media couvergence and crossmedia News production, Nordicom Review, VOL.2, No.1.P 175.

**(*) رجعت الباحثة إلى مجموعة من أساتذة الإعلام لتحكيم ومراجعة أدوات جمع البيانات، وهم وفقاً للترتيب الأبجدي:**

١- أ.د. عبد العزيز السيد، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
٢- أ.د. عبد الهادي النجار، أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة المنصورة.
٣- أ.د. محمود علم الدين، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، والمستشار الإعلامي للجامعة.
٤- أ.د. عبد الكريم الزياني، أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأهلية بالبحرين.

**(*) المقابلات:**

**أولاً: مؤسسة الأهرام:**

- علاء ثابت، رئيس تحرير صحيفة "الأهرام"، في مقابلة بمكتبه بمؤسسة الأهرام، بتاريخ ٤ يناير ٢٠٢١م.

- أشرف أبو الهول، مدير تحرير صحيفة الأهرام، في مقابلة بمكتبه بتاريخ ١٠ يناير ٢٠٢١م.

- محمد مختار أبو دياب، نائب مدير تحرير صحيفة الأهرام في مقابلة بمكتبه بتاريخ ١٠ يناير ٢٠٢١م.

- محمد علي السيد، محرر الشئون البرلمانية ببوابة الأهرام، في مقابلة معه بصالة التحرير، بتاريخ ١١ يناير ٢٠٢١م.

- مفرح سرحان، مدير تحرير بوابة الأهرام، في مقابلة بمكتبه بصالة التحرير، بتاريخ ١٨ يناير ٢٠٢١م.

- أيمن شعيب، رئيس تحرير صحيفة الأهرام التعاوني، في مقابلة بمكتبه بمؤسسة الأهرام، بتاريخ ١٨ يناير ٢٠٢١م.

- منال بدر، نائب رئيس تحرير بمؤسسة الأهرام، في مقابلة معها بمكتبها، بتاريخ ٢٤ يناير ٢٠٢١م.

- هبة باشا، مدير تحرير بمؤسسة الأهرام، في مقابلة بمكتبها، بتاريخ ٢٤ يناير ٢٠٢١م.

**ثانيا: اليوم السابع:**

- أكرم القصاص، رئيس التحرير التنفيذي لليوم السابع في مقابلة بمكتبه بمقر الصحيفة بتاريخ ١ فبراير ٢٠٢١م.
- عمرو جاد، رئيس التحرير التنفيذي لفيديو اليوم السابع، في مقابله معه بمكتبه بمقر الصحيفة، بتاريخ ١ فبراير٢٠٢١م.
- عبد الفتاح عبد المنعم، رئيس التحرير التنفيذي لليوم السابع، في مقابله بمكتبه بمقر الصحيفة بتاريخ ١فبراير ٢٠٢١م.
- محمود يس، مدير تحرير الديسك المركزي، في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ٤ فبراير ٢٠٢١م.
- محمود جاد، مدير تحرير الديسك المركزي، في مقابله معه بمكتبه بتاريخ٤ فبراير٢٠٢١م.
- حسن مجدي، رئيس تحرير تنفيذي لفيديو اليوم السابع، في مقابله معه بمكتبه بمقر الصحيفة، بتاريخ ٧ فبراير ٢٠٢١م.
- علي حسان، رئيس قسم باليوم السابع في مقابله معه بصالة التحرير بتاريخ ٧ فبراير ٢٠٢١م.
- أشرف عزوز، رئيس قسم باليوم السابع في مقابله معه بصالة التحرير بتاريخ ٧ فبراير ٢٠٢١م.

**ثالثا: الوطن:**

- محمود مسلم، رئيس تحرير صحيفة الوطن في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ١٠ فبراير ٢٠٢١م.
- سامي عبد الراضي، مدير تحرير صحيفة الوطن، في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ١٠ فبراير ٢٠٢١م.
- سيد المليجي، مدير تحرير صحيفة الوطن، في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ١١ فبراير ٢٠٢١م.
- أحمد البهنساوي، رئيس قسم الأخبار بصحيفة الوطن في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ١١ فبراير ٢٠٢١م.
- شيماء عادل، صحفية بقسم التحقيقات بصحيفة الوطن، في مقابله معها بصالة التحرير بتاريخ ١٤فبراير ٢٠٢١م.
- عبير العربي، صحفية بقسم التحقيقات بصحيفة الوطن، في مقابله معها بصالة التحرير بتاريخ ١٤فبراير ٢٠٢١م.
- هيثم برعي، محرر شئون القضاء بصحيفة الوطن، في مقابلة معه بصالة التحرير بتاريخ ١٥ فبراير ٢٠٢١م.
- أحمد العميد، المحرر بقسم المنوعات بصحيفة الوطن، في مقابله معه بصالة التحرير بتاريخ ١٥ فبراير ٢٠٢١م.

**رابعاً: المصري اليوم:**

- جمعة حمدالله، مدير تحرير بصحيفة المصري اليوم، في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ٢١ فبراير ٢٠٢١م.
- أبو السعود محمد، مدير تحرير بصحيفة المصري اليوم، في مقابله معه بمكتبه بتاريخ ٢١ فبراير ٢٠٢١م.
- أحمد رياض أبو هميلة، مسئول قسم الحوارات الصحفية بصحيفة المصري اليوم في مقابله معه بصالة التحرير بتاريخ٢٢ فبراير ٢٠٢١م.
- ريمون فرانسيس، نائب رئيس قسم مناوب بصحيفة المصري اليوم، في مقابله معه بصالة التحرير بتاريخ٢٢ فبراير ٢٠٢١م.
- بسمة عبد المنعم، مسئولة الإخراج الصحفي بالمصري اليوم، في مقابلة معها بصالة التحرير بتاريخ٢٣ فبراير ٢٠٢١م.
- وفاء بكري، رئيس قسم مناوب بصحيفة المصري اليوم، في مقابلة معها بصالة التحرير بتاريخ ٢٣ فبراير ٢٠٢١م.
- محمد منصور، نائب رئيس قسم الأخبار بصحيفة المصري اليوم، في مقابلة معه بمكتبه بتاريخ ٢٥ فبراير ٢٠٢١م.
- غادة محمد الشريف، نائب رئيس قسم الفيديو بصحية المصري اليوم، في مقابله معها بصالة التحرير بتاريخ ٢٥ فبراير ٢٠٢١م.

The study found that, the technological transformations had a clear impact on various aspects of the Egyptian press industry, as it led to development of the management methods, methods of making decisions and making decisions, methods of organizing them, and did not stop there. Rather, the Egyptian press adopted new methods of production ,distribution and editing in order to maintain its position, and creation of new jobs such as video journalism, infographics, data, mobile journalism, and artificial intelligence journalism, in addition to launching new digital platforms, developing their electronic infrastructure, establishing an integrated digital archive, and in contrast to development trends, field research and supplementary interviews revealed several problems that affect the performance of newspapers. And the processes of producing and presenting content in digital form, the most important of which were weakness of the human competence, absence the of qualification and training, weakness of the communication structure, and the successive technological developments.

**Keywords:** Reality of the Using- Digital Technology- Egyptian Newspapers - Development Trends - Transformation Problematics .

# Reality of the Using Digital Technology in the Egyptian Newspapers: A Study of Development Trends and Transformation Problematics

***Dr. Esraa Saber Abdel Rahman***
dr_esraasaber@yahoo.com
Assistant Professor of Journalism & Media,
Mass Communication Dep.,
College of Arts,
*Sohag University*

## Abstract

Today's, the printed newspapers are going through an existential crisis, as the sharp decline in distribution numbers represents the biggest challenge for newspapers, which has forced them to develop new strategies to facing the digital transformation battle in order to break the bottleneck, as the public's attention has shifted towards means of communication that depend on digital technologies, and this transformation has affected the print press and the extent of its follow-up and spread, and thus has a profound impact on its sales, creating deep crises for it. The print press today lacks the most important elements on which the digital age depends: direct and interactive moving image. It is expected that the digital transformation process will not be smooth and straightforward, but rather complex and full of obstacles.

Therefore, the transition will not be superficial by switching from an old technology to a new technology, but rather a radical transformation that requires a transformation in the content industry by changing the way it is produced and processed, and thus the way it is published, as well as a shift in technical and operational aspects that will require new skills, tools and methods, in order for newspapers to fulfill Printed requirements for digital transformation.

Within this framework, this study was intended to reveal the methods and trends of development that Egyptian press institutions have created, in order to keep abreast of developments in the digital journalism industry, and its impact on the structure, methods and functions of journalism, and the problems resulting therefrom.

The study was based on theory of the Media Convergence, and included conducting a qualitative study that relied on the tools of in-depth observation and interview, applying it to four press institutions including Al-Ahram, Al-Youm Al-Sabea, Al-Masry Al-Youm and Al-Watan, which are the interviews that reached Its consistency was (32) items ,which were drawn using the available sample method, and were distributed in an equal distribution system among the four press institutions by (8) items for each press institution. Observation procedures were based on visiting newsrooms of the study newspapers, their technical structure and following up on their work systems and problems.

**Copyright © APRA 2021**

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

**APRA Publications**

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:

- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.

- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 $. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 $ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 $ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 $ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 $ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 $US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. $ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 $ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

## **Address**:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Journal of PR esearch
Middle East

**Journal of Public Relations Research Middle East**
**(JPRR.ME)**
**Scientific Refereed Journal**
**Thirtieth Third Issue – Ninth Year – April/June 2021**

**Founder & Chairman**

**Dr. Hatem Moh'd Atef**

EPRA Chairman

**Editor in Chief**

**Prof. Dr. Aly Agwa**
Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

**Editorial Manager**

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**
Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

**Editorial Assistants**

**Prof.Dr. Rizk Abd Elmoaty**
Professor of Public Relations
Misr International University

**Dr. Thouraya Snoussi** (Tunisia)
Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

**Dr. Mohamed Alamry** (Iraq)
Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

**Dr. Fouad Ali Saddan** (Yemen)
Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

**Dr. Nasr Elden Othman** (Sudan)
Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager
**Alsaeid Salm**

Arabic Reviewers
**Ali Elmehy**
**Sayid Sherif**

**Address**
**Egyptian Public Relations Association**
Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street
**Publications: Al Arabia Public Relations Agency**
Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073
Tel: +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

## Advisory Board **
**JPRR.ME**

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)
*Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science*

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)
*Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University*

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)
*Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University*

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)
*Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University*

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)
*Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University*

**Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar** (Egypt)
*Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University*

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)
*Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University*

**Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed** (Egypt)
*Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University*

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)
*Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University*

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)
*Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya*

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)
*Professor of Radio & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University*

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)
*Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University*

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)
*Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck*

**Prof. Dr. Ali Kessaissia,**(Algeria)
*Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.*

**Prof. Dr. Redouane BoudJema,**(Algeria)
*Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.*

**Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya,** (Sudan)
*Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.*

**Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani,**(Yemen)
*Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.*

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal of PR Research
Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Ninth year - Thirtieth Third Issue - April /June 2021
Arab Impact Factor 2020 = 2.01 Arcif Impact Factor 2020 = 0.2456

**English Researches:**


- ***Dr. Samar Ismail Hafiz Shunnar*** - *An-Najah National University*
  **Palestinians in the American Press: A Comparative Study** 7


**Abstracts of Arabic Researches:**


- ***Associate Prof. Dr. Ahmed Mohamed Khatab*** - *Cairo University*
  **Social determinants of the quality of brand relationships from the perspective of integrated marketing communications** 56
- ***Associate Prof. Dr. Gehan S. Yahya*** - *Arab Academy for Science Technology & Maritime Transport*
  **Attitudes of Egyptian Tweeters towards Education Issues in light of the Coronavirus Pandemic: Twitter Network Analysis** 57
- ***Associate Prof. Dr. Khulood A Milyani*** - *King Abdulaziz University*
  ***Bashayer A Aljuaid*** - *King Abdulaziz University*
  **Public's Attitudes towards the Promotional Messages via Twitter and their Role in Shaping the Image of Economic Airlines** 58
- ***Dr. Mo'men Gabr Abd ElShafy Mohamed*** - *Ain Shams University*
  **Abuses in children's videos on YouTube and their Relationship to attitudes of the Egyptian Experts towards Ethics of their publication** 59
- ***Dr. Doaa Abdelhakam Abdellatif El-Saeady*** - *Al-Azhar University*
  **Performance of the Egyptian Press during the Coronavirus (Covid Pandemic-19), under Microscope of the Press and Media Experts: An Evaluation Study** 61
- ***Dr. Esraa Saber Abdel Rahman*** - *Sohag University*
  **Reality of the Using Digital Technology in the Egyptian Newspapers: A Study of Development Trends and Transformation Problematics** 63
- ***Dr. Marwa Abdel-Latif Mohamed*** - *Ain Shams University*
  **Role of the Communication Activities Directed at Children with Disabilities in Raising Awareness of the Coronavirus "Covid-19": A Case Study of the Special Needs Care Center at Ain Shams University** 65
- ***Dr. Walaa Mohamed Elnaghi*** - *Port Said University*
  **Impact of the Unsolicited Tiktok Content on Teenagers and its relationship to Educational Counseling towards Safe Use** 67
- ***Dr. Ammar Mohammed Abdul Amir Mohammed*** - *Baghdad University*
  **Effectiveness of the Arab Communications in facing the Security Challenges** 68


(ISSN 2314-8721)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019
Copyright 2021@APRA
www.jprr.epra.org.eg