

حالات دراسية في الإعلام الرقمي

المحاضرة الأولى

DGM321

إعداد
د. أسامة احمد

Lecture
1

محتويات المحاضرة

1. مقدمة إلى دراسة الحالات في الإعلام الرقمي.

2. تعريف دراسة الحالة وأهميتها في البحث الإعلامي الرقمي.

3. أهداف دراسة الحالات

4. أدوات دراسة الحالة في الإعلام الرقمي

5. موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

6. تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

7. التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي

مقدمة إلى دراسة الحالات في الإعلام الرقمي



Lecture
1

مقدمة إلى دراسة الحالات في الإعلام الرقمي

- الإعلام الرقمي أصبح جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية، حيث تتغير طرق إنتاج ونشر واستهلاك المعلومات بسرعة كبيرة. لفهم هذه التحولات، نستخدم دراسة الحالات كأداة تحليلية تساعدنا على الربط بين النظرية والتطبيق، وفهم التحديات والفرص في الواقع الرقمي.
- الإعلام الرقمي يشمل جميع أشكال الاتصال التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية (الإنترنت، وسائل التواصل الاجتماعي، البث المباشر...).
- دراسة الحالات تتيح لنا تحليل أحداث أو ظواهر واقعية لفهم تأثير الإعلام الرقمي على الأفراد والمجتمع.



Lecture 1

تعريف دراسة الحالة وأهميتها في البحث الإعلامي الرقمي

- دراسة الحالة هي منهجية بحثية تركز على تحليل متعمق لظاهرة أو حدث معين في سياقه الواقعي، بهدف فهم جميع أبعاده وتقديم حلول أو توصيات.
- تُعد دراسة الحالة من الأدوات الأساسية لفهم الظواهر المعقدة في الإعلام الرقمي، حيث تتيح تحليل أحداث واقعية وتطبيق المفاهيم النظرية على مواقف عملية

Lecture
1

أهمية دراسة الحالة في الإعلام الرقمي

- تتيح فهماً معمقاً لظواهر معقدة مثل انتشار الأخبار الكاذبة أو الحملات الرقمية.
- توفر فهماً معمقاً لسلوك المستخدمين على المنصات الرقمية.
- تساعد في تحليل استراتيجيات وسائل الإعلام الرقمية في التفاعل مع الجمهور.
- تساعد في اختبار النظريات الإعلامية على أرض الواقع.
- تدعم اتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية من خلال تحليل تجارب سابقة.
- تمكن الباحث من تتبع تطورات حالة إعلامية معينة (مثل حملة رقمية أو حدث إعلامي بارز).
- تكشف عن العلاقة بين الإعلام الرقمي والسياق الاجتماعي أو الثقافي للمبحوثين.



أهداف دراسة الحالات في الإعلام الرقمي





Lecture 1

أهداف دراسة الحالات في الإعلام الرقمي

- في الإعلام الرقمي، تُستخدم دراسة الحالة لتحليل أحداث أو حملات إعلامية أو ظواهر رقمية، مثل انتشار الأخبار الكاذبة، أو حملات التواصل الاجتماعي، أو تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي.
- ربط النظرية بالتطبيق: تحويل المفاهيم النظرية إلى أدوات عملية لتحليل الواقع الإعلامي وتقديم أمثلة واقعية لتطبيقات الإعلام الرقمي من خلال دراسة تجارب مؤسسات أو حملات رقمية ناجحة أو فاشلة.
- تحليل ظواهر واقعية: مثل حملات التضليل، إعلام المواطن، أو تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام.
- تعزيز وتطوير مهارات التفكير النقدي: من خلال التفاعل مع واقع الإعلام الرقمي بدلاً من الاكتفاء بالنظريات ومن خلال تقييم الأدلة وتحليل النتائج
- حل المشكلات: اقتراح حلول عملية بناءً على تحليل الحالة.



Lecture 1

أهداف دراسة الحالات في الإعلام الرقمي

- تحليل الظواهر الإعلامية الرقمية بعمق لفهم كيفية عمل منصات الإعلام الرقمي وتفاعل الجماهير معها.
- فهم سلوك الجمهور الرقمي من حيث التفاعل، التشارك، صناعة المحتوى، والانتقال بين المنصات.
- اختبار النظريات في بيانات حقيقية باستخدام حالات محددة لتطبيق نظريات الإعلام والاتصال الرقمي.
- دعم الابتكار في استراتيجيات المحتوى الرقمي من خلال دراسة النجاحات والإخفاقات في الحملات الرقمية المختلفة.
- المقارنة بين الأدوات والمنصات لفهم الفروقات في التأثير والجمهور والمحتوى عبر الوسائط المختلفة.

Lecture
1

أدوات دراسة الحالة في الإعلام الرقمي

- تعريف الأدوات: تشمل الأدوات المستخدمة في دراسة الحالة في الإعلام الرقمي مجموعة من التقنيات والمنهجيات التي تُستخدم لجمع البيانات، تحليلها، وتقديم النتائج حول الظواهر الرقمية.
- تتيح هذه الأدوات فهمًا دقيقًا للسياقات الرقمية المعقدة، مثل تأثير منصات التواصل الاجتماعي أو الحملات الإعلامية.
- الأنواع الرئيسية:
- أدوات جمع البيانات (مثل المقابلات، الاستبيانات، تحليل المحتوى).
- أدوات تحليل البيانات (مثل البرمجيات التحليلية وتحليل الشبكات الاجتماعية).
- أدوات تقديم النتائج (مثل الإنفوجرافيك، التقارير المرئية).

Lecture
1

أدوات دراسة الحالة في الإعلام الرقمي



أدوات جمع البيانات في دراسة الحالة:

- المقابلات شبه المنظمة: تُستخدم لفهم وجهات نظر المشاركين (مثل الصحفيين أو المستخدمين) حول ظاهرة رقمية، مثل استخدام الطائرات بدون طيار في الصحافة.
- تحليل المحتوى الرقمي: دراسة النصوص، الصور، أو مقاطع الفيديو على منصات مثل تويتر أو يوتيوب لفهم الاتجاهات أو التفاعلات.
- الاستبيانات والاستطلاعات: جمع بيانات كمية ونوعية من الجمهور حول استهلاكهم للمحتوى الرقمي.
- مراقبة المنصات الرقمية: استخدام أدوات مثل Google Trends لتتبع الاتجاهات وأنماط التفاعل.

<https://trends.google.com/trends>

<https://trends.google.com/trending?geo=SA&hl=ar>

- مثال عملي: تحليل حملة إعلامية على إنستغرام باستخدام أدوات مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي.

Lecture
1

أدوات دراسة الحالة في الإعلام الرقمي

أدوات تحليل البيانات

- برمجيات التحليل النوعي: مثل Nvivo أو MAXQDA لتحليل المقابلات أو النصوص.
- تحليل الشبكات الاجتماعية: أدوات مثل Gephi لفهم العلاقات بين المستخدمين أو تأثير المؤثرين في حملة رقمية. <https://gephi.org>
- تحليلات البيانات الضخمة: استخدام أدوات مثل Python لتحليل كميات كبيرة من البيانات من منصات التواصل الاجتماعي. <https://www.python.org>
- تحليل السلوك الرقمي: أدوات مثل Google Analytics لفهم سلوك المستخدمين على المواقع الإخبارية. <https://www.rabeh.org/ar/blog-show/google-analytics> (ماهو Google Analytics)
- <https://www.maxqda.com> (لينك موقع MAXQDA)

Lecture
1

أدوات دراسة الحالة في الإعلام الرقمي

أهمية اختيار الأداة المناسبة لدراسة الحالة:

- التوافق مع الهدف: اختيار الأداة بناءً على نوع دراسة الحالة (مثل تحليل حملة إعلامية أو ظاهرة اجتماعية).
- سهولة الاستخدام: تفضيل الأدوات التي تتناسب مع مستوى خبرة الباحث.
- الدقة والموثوقية: التأكد من أن الأداة توفر نتائج دقيقة وموثوقة.
- التكامل مع المنصات الرقمية: اختيار أدوات يمكنها التكامل مع منصات مثل منصة إكس ، يوتيوب، أو إنستغرام.
- <https://vlinzza.com/blog> شرح لأدوات احصائيات قوغل



موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية



Lecture
1

موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

- إعلام المواطن ودوره في الإعلام الرقمي.
- التضليل الإعلامي الرقمي وتدقيق الحقائق.
- الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوجيه المحتوى.
- التحديات الأخلاقية والتقنية في الإعلام الرقمي.
- قضايا المصادقية، الرقابة، الخصوصية، وحقوق الملكية الفكرية
- أمثلة واقعية من العالم العربي والدولي.

Lecture
1



موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

- إعلام المواطن ودوره في الإعلام الرقمي.
- ❖ يشير إلى مساهمة الأفراد العاديين في إنتاج الأخبار والمحتوى عبر وسائل التواصل.
- ❖ يُعد المواطن مصدرًا للمعلومة، خاصة أثناء الأزمات أو الأحداث العاجلة.
- ❖ يساعد في تعزيز التعددية ووجهات النظر المختلفة.

Lecture
1

موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

- التضليل الإعلامي الرقمي وتدقيق الحقائق.
 - ❖ يشمل انتشار الأخبار الزائفة والمضللة عبر الإنترنت.
 - ❖ يتطلب أدوات وتقنيات لتدقيق المعلومات وكشف التلاعب.
 - ❖ يلعب دورًا مهمًا في التأثير على الرأي العام وثقة الجمهور.

Lecture
1

موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

- الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوجيه المحتوى.

- ❖ يستخدم الذكاء الاصطناعي في إنشاء الأخبار، تعديل الصور، واقتراح المحتوى.

- ❖ تُستخدم الخوارزميات لتحديد ما يظهر للمستخدم من أخبار.

- ❖ يطرح تساؤلات حول التحيز وتوجيه الرأي.

Lecture
1



موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

- التحديات الأخلاقية والتقنية في الإعلام الرقمي

- ❖ تتعلق بكيفية استخدام التكنولوجيا دون انتهاك القيم أو حقوق الآخرين.
- ❖ تشمل قضايا مثل التنمر الإلكتروني، التلاعب بالمحتوى، وحقوق الإنسان.
- ❖ تحتاج إلى تنظيم قانوني وأخلاقي فعال.

Lecture
1

موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

• قضايا المصادقية، الرقابة، الخصوصية، وحقوق الملكية الفكرية

❖ المصادقية: تحدٍ كبير بسبب كثرة المصادر غير الموثوقة.

❖ الرقابة: التوازن بين حرية التعبير والضبط القانوني.

❖ الخصوصية: حماية بيانات المستخدمين من الاستغلال.

❖ حقوق الملكية: الحفاظ على حقوق منتجي المحتوى

Lecture
1

موضوعات رئيسية في دراسة الحالات الرقمية

- أمثلة واقعية من العالم العربي والدولي.

- ❖ دراسات حالة لحملات إعلامية، تغطيات رقمية، أو مبادرات رقمية ناجحة.

- ❖ تُستخدم كأدوات تحليلية لفهم تأثير الإعلام الرقمي في البيئات المختلفة.

- ❖ تتيح مقارنة التجارب بين المجتمعات والثقافات.

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه





Lecture 1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

➤ الإعلام الرقمي هو شكل من أشكال وسائل الإعلام الحديثة التي ظهرت مع الثورة التكنولوجية، ويعتمد على الأجهزة الإلكترونية لنقل وتداول البيانات عبر الإنترنت.

➤ التطور التاريخي: من الصحافة الورقية إلى الإعلام الإلكتروني ثم الإعلام الرقمي التفاعلي.

➤ مرحلة النشأة (أواخر القرن 20)

- بدأت مع ظهور الإنترنت والبريد الإلكتروني.
- الاعتماد الأساسي كان على النصوص والمواقع البسيطة.

➤ مرحلة التفاعل (بداية الألفية الجديدة)

- دخول وسائل الإعلام التفاعلية (مثل المنتديات، المدونات).
- بداية مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى.

Lecture
1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

➤ مرحلة الشبكات الاجتماعية (2005-حتى اليوم)

- ظهور فيسبوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب... إلخ.
- انتشار الإعلام المواطن والبت الحي.

➤ مرحلة الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي الكامل

- استخدام الخوارزميات لتوجيه المحتوى.
- دور الروبوتات في الصحافة، والواقع المعزز، وتحليل البيانات الضخمة.

Lecture
1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

الخصائص الأساسية للإعلام الرقمي :

➤ التفاعلية (Interactivity) : مشاركة الجمهور في إنتاج وتوزيع المحتوى.

التفاعلية تعني قدرة الجمهور على المشاركة في العملية الإعلامية، بحيث لا يكون المتلقي مجرد مستقبل سلبي للمعلومة، بل يصبح فاعلاً ومؤثراً في إنتاج وتوجيه المحتوى.

كيف تظهر في الإعلام الرقمي؟

- إمكانية التعليق على المنشورات، مشاركة المحتوى، الإعجاب به أو التفاعل عبر الرموز التعبيرية.
- إجراء استطلاعات الرأي في المنصات مثل تويتر وإنستغرام.
- التفاعل المباشر مع البث الحي (Live) عبر الأسئلة والردود.
- استخدام القصص (Stories) التفاعلية التي تسمح بمشاركة الجمهور في صناعة الرسالة.

مثال: في الحملات الإعلامية، يتم سؤال الجمهور عن رأيه في قضايا معينة عبر خاصية "الاستطلاع"، مما يخلق إحساساً بالمشاركة والتمكين.

Lecture
1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

الخصائص الأساسية للإعلام الرقمي :

➤ **الفورية (Immediacy)** او الانتشار السريع: وصول المعلومات إلى ملايين المستخدمين في لحظات. بمعنى السرعة الفائقة . يعني أن المعلومات تُنشر وتُستقبل بشكل لحظي، في الزمن الحقيقي، دون تأخير زمني يذكر، وهذا يميز الإعلام الرقمي عن الصحافة التقليدية.

مظاهر الفورية:

- الأخبار العاجلة تظهر فور وقوعها عبر تطبيقات الهاتف أو التنبيهات.
- البث المباشر للفعاليات والأحداث المهمة.
- التواصل الفوري مع الشخصيات العامة أو الجهات الرسمية عبر المنصات.

مثال:

أثناء الزلازل أو الكوارث الطبيعية، يتم تداول الأخبار والفيديوهات من شهود العيان مباشرة عبر تويتر وفيسبوك قبل أن تصل القنوات الفضائية.

Lecture
1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

الخصائص الأساسية للإعلام الرقمي :

➤ **التخصيص (Personalization):** إمكانية توجيه المحتوى بحسب اهتمامات كل مستخدم. يقصد به تقديم محتوى يتناسب مع اهتمامات وتفضيلات كل مستخدم بناءً على سلوكه الرقمي، وهو ما يُعرف أيضاً بالإعلام "حسب الطلب".

كيف يتم التخصيص؟

عبر خوارزميات الذكاء الاصطناعي التي تحلل تفاعلات المستخدم وتُظهر له محتوى مشابهاً.
عبر "الكوكيز" التي تتبع ما يزوره المستخدم وتقتراح له محتوى أو إعلانات مناسبة.
منصات مثل نتفليكس ويوتيوب تظهر لك اقتراحات بناءً على مشاهداتك السابقة.

مثال:

إذا كان المستخدم يشاهد باستمرار فيديوهات عن التعليم، ستقترح له المنصة مزيداً من المحتوى في المجال نفسه دون أن يطلبه.



Lecture 1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

الخصائص الأساسية للإعلام الرقمي :

➤ **تعدد المنصات والانتشار الواسع Wide Reach:** المحتوى يُنشر على مواقع، تطبيقات، منصات فيديو وصوت. يعني أن الإعلام الرقمي يستطيع الوصول إلى جمهور عالمي، دون أن يُقيّد بـمكان جغرافي أو توقيت زمني، وذلك بفضل الاتصال الدائم بالإنترنت.

مظاهره:

- يمكن نشر فيديو في الصين ليشاهده متابعون في تركيا أو أمريكا في نفس اللحظة.
- المحتوى يبقى متاحًا للمشاهدة في أي وقت (On-Demand)
- أدوات الترجمة الفورية وسهولة التبادل بين الثقافات تسهم في الانتشار.

مثال:

حملة رقمية أطلقتها منظمة إنسانية باللغة الإنجليزية يمكن أن تُترجم تلقائيًا وتُشارك في عشرات الدول، وتجمع الدعم من أماكن متعددة.

Lecture
1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

الخصائص الأساسية للإعلام الرقمي :

➤ التحليل الآني (Real-Time Analytics) الاعتماد على البيانات في تحليل سلوك الجمهور وتخصيص الرسائل الإعلامية. يقصد به إمكانية تتبع ردود الأفعال وقياس أداء المحتوى الإعلامي في الزمن الحقيقي باستخدام أدوات التحليل الرقمية.

أدواته:

- Google Analytics ، Facebook Insights ، Twitter Analytics ، وغيرها.
- معرفة عدد المشاهدات، وقت المشاهدة، معدل التفاعل، نسبة النقر .
- إمكانية تعديل المحتوى أو توقيت النشر بناءً على النتائج.

مثال:

يمكن لمحرري موقع إخباري تعديل عنوان مقال خلال ساعة من نشره إذا لاحظوا ضعفاً في عدد القراءات، بناءً على بيانات فورية.



Lecture 1

تطور الإعلام الرقمي وخصائصه

تشكل هذه الخصائص مجتمعة ثورة في طريقة إنتاج واستهلاك المحتوى الإعلامي، وتجعل من الإعلام الرقمي مجالاً أكثر انفتاحاً، ديناميكية، وتفاعلاً. فهم هذه الخصائص يُعد ضرورياً لأي باحث أو ممارس في مجال الإعلام الرقمي، سواء في المجال الأكاديمي أو المهني.



التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي



Lecture
1

التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي

شهد الإعلام الرقمي تطوراً هائلاً بفضل التقنيات الحديثة، منها:

➤ الواقع المعزز/الافتراضي (AR/VR)

- تُستخدم لإنشاء تجارب إعلامية غامرة.
- مثالية للصحافة التفاعلية، والعروض التعليمية، والتسويق.

➤ الذكاء الاصطناعي

- يُستخدم في كتابة الأخبار، تعديل المحتوى، اقتراح المواضيع.
- التنبؤ بسلوك الجمهور وتحليل البيانات في الوقت الفعلي.
- روبوتات المحادثة (Chatbots) في المواقع والمنصات.

➤ البث المباشر والإنتاج عن بعد

- مكن الإعلاميين من تغطية الأحداث دون الحضور الفعلي.
- أدوات مثل Zoom ، OBS ، StreamYard وفّرت إمكانيات عالية بجودة بث متقدمة.

Lecture
1

التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي

➤ الفيديو القصير (ثورة الريلز)

- تغيّر سلوك المستخدمين نحو محتوى سريع ومختصر.
- يُستخدم بشكل واسع في الترويج، التوعية، والردود الفورية على الأحداث.

➤ تحليلات البيانات وقياس التفاعلية

- أدوات مثل Google Analytics و Meta Insights تسمح بقياس:

- من يشاهد؟

- كيف يتفاعل؟

- متى وأين؟

- تسمح بتعديل الاستراتيجيات الإعلامية لحظة بلحظة.



Lecture
1

التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي



- فهم الجمهور وتخصيص الرسائل الإعلامية
- يُستخدم الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات لفهم الاهتمامات والعادات.
- تخصيص المحتوى لكل جمهور على حسب احتياجاته. (Personalization)
- المنصات التفاعلية والشبكات الاجتماعية البديلة
- تقدم بيئة تفاعلية أكثر خصوصية أو تخصيصاً.
- تُعيد تشكيل مشهد التواصل بعد تراجع منصات تقليدية كـ فيسبوك
- تحرير المحتوى بسهولة وإنتاجه باحترافية أعلى

Lecture
1

التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي

المنصات التفاعلية والشبكات الاجتماعية البديلة

- الذكاء الاصطناعي في صناعة وتوزيع المحتوى
- ظهور أشكال جديدة من النشر الرقمي مثل الإنفو جرافيك والبودكاست
- الإنترنت عالي السرعة تدعم انتشار الفيديو والبث المباشر
- لامركزية الإنتاج الإعلامي، ومساحات جديدة للتواصل
- الكاميرات الذكية والطائرات بدون طيار
- توظيف Animation في المحتوى الرقمي
- تغطية الأحداث الفورية، العمل الجماعي عبر الإنترنت، تقنيات الحفظ السحابي
- فهم سلوك الجمهور عن طريق الخوارزميات

Lecture
1

التقنيات والاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي

المنصات التفاعلية والشبكات الاجتماعية البديلة

➤ تحليلات البيانات الضخمة

➤ تقنيات الفيديو والصورة المتقدمة 4K/8K, CGI, 3D

➤ تطبيقات البودكاست والمحتوى الصوتي

➤ صحافة الموبايل

➤ سينما الموبايل



خاتمة المحاضرة



Lecture
1

خاتمة المحاضرة

تعد دراسة الحالة أداة قوية في تحليل وتحقيق الفهم العميق للظواهر الإعلامية الرقمية، خاصة في ظل تطور بيئة الإعلام وتغير طبيعة الجمهور. من خلال هذا المنهج، يمكن للباحثين الكشف عن أنماط الاستخدام، التفاعل، والتأثير في السياق الرقمي المتغير. إن الفهم الدقيق لهذه العناصر يُعد أساسياً لتطوير محتوى إعلامي يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي.

Lecture
1

المحاضرة القادمة

في المحاضرات القادمة سوف نفضل الحديث عن هذه الحالات وخصائصها التفاعلية المختلفة والتحديات التي تواجه التقنيات الحديثة و الاتجاهات الحديثة في استخدام الفيديو والصوت في الإعلام الرقمي



شكراً لحضوركم