

وسائل الإعلام في ظل التكنولوجيا الحديثة وعصر المعلومات

المدرس الدكتور بسام عبد الله عبد الجبار

الأستاذ الدكتور علي عبد الصمد خضير

قسم المعلومات وتقنيات المعرفة / كلية الآداب / جامعة البصرة

المستخلص

في ظل التسارع الكبير في التطورات التكنولوجية واتساع نطاق التحول الرقمي، برزت الحاجة إلى إعادة النظر في دور وسائل الإعلام الحديثة وما شهدته من تحولات بنيوية ووظيفية عميقة. يهدف هذا البحث إلى تحليل طبيعة التحول الرقمي في الإعلام وتأثيره في المنظومة الإعلامية المعاصرة، مع تسليط الضوء على أبرز التحديات التي يفرضها عصر المعلومات، ولا سيما تلك المرتبطة بالانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي. كما يتناول البحث عددًا من الظواهر المصاحبة لهذا التحول، من بينها تصاعد دور صحافة المواطن، وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وانتشار ظاهرة الأخبار الزائفة اعتماد الباحثان المنهج الوثائقي في الجانب النظري للدراسة، من خلال مراجعة وتحليل الأدبيات والدراسات والمصادر ذات الصلة، سواء المطبوعة منها أو الإلكترونية، بهدف تكوين رؤية شاملة حول واقع الإعلام في البيئة الرقمية الراهنة. وتوصل البحث إلى جملة من النتائج، أبرزها أن الإعلام الرقمي أسهم في تسريع عملية تداول المعلومات وتعزيز تأثيرها، غير أنه في المقابل أفرز تحديات جوهرية تتعلق بموثوقية الأخبار ودقة المعلومات. كما أظهرت النتائج أن تنامي صحافة المواطن أدى في كثير من الأحيان إلى إنتاج محتوى يفتقر إلى الضوابط المهنية والأخلاقية. إضافة إلى ذلك، بين البحث أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة فاعلة في صناعة المحتوى الإعلامي، إلا أن توظيفه ما يزال يتطلب أطرًا تنظيمية وتشريعية تضمن انسجامه مع القيم والمعايير المهنية للإعلام

تاريخ القبول: ٢٠٢٦/٠٣/٢٤

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٦/٠٢/٠١

المقدمة

أسهمت وفرة المحتوى الرقمي وتعدد المنصات الإعلامية في خلق بيئة إعلامية مزدحمة تتداخل فيها المصادر وتختلف مستويات المصداقية، مما يعرض الجمهور لسيل من المعلومات يصعب التحقق من صحتها أو تقييم موثوقيتها. وقد أدت سرعة النشر وشدة المنافسة الرقمية إلى زيادة الضغوط على المؤسسات الإعلامية، الأمر الذي أسفر في بعض الحالات عن تراجع معايير الضبط والرقابة المهنية لصالح السعي إلى السبق الصحفي وتحقيق معدلات انتشار أوسع.

١-١ مشكلة البحث:

يمكن تحديد مشكلة البحث في الاسئلة الاتية :

١. ما أثر انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة في البيئة الرقمية على مصداقية المؤسسات الإعلامية؟
٢. إلى أي مدى يساهم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي في تحسين الجودة، وما الإشكاليات الأخلاقية والمهنية المرتبطة به؟
٣. ما انعكاس سرعة النشر في الوسائط الرقمية على أدوات التحقق المهني وجودة المحتوى الإعلامي؟
٤. ما متطلبات تطوير المهارات التقنية والمهنية للإعلاميين بما ينسجم مع طبيعة العمل الإعلامي في البيئة الرقمية المعاصرة؟

١-٢ أهمية البحث:

تكمن أهميته أيضاً في كونه يوفر إطاراً معرفياً يساعد المؤسسات الإعلامية والباحثين والإعلاميين على فهم متطلبات العمل الإعلامي في البيئة الرقمية، وتعزيز المصداقية وجودة المحتوى، ومواكبة التطورات التقنية بما يخدم الدور المجتمعي للإعلام.

١-٣ اهداف البحث:

١. تحليل التغيرات الجوهرية التي طرأت على بنية وسائل الإعلام نتيجة التطور التقني والتحول الرقمي. المقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي من حيث الأداء، التأثير، والبنية التنظيمية.
٢. تسليط الضوء على استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج وصياغة المحتوى الإعلامي، وتحليل تأثيره في دقة المعلومات ومصداقيتها.
٣. تشخيص التحديات التي تواجه الإعلام في العصر الرقمي، مثل الأخبار الزائفة، ازدحام المحتوى، وفقدان الثقة بالمصادر الإعلامية.

١-٤ تساؤلات البحث:

١. كيف ساهم الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، وما تأثير ذلك على مصداقية المعلومات؟

٢. كيف يمكن رسم ملامح مستقبل الإعلام في ظل الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي؟

١-٥ منهج البحث:

اعتمد الباحثان في هذا البحث على المنهج الوثائقي التحليلي، وذلك من خلال جمع المعلومات من المصادر والمراجع ذات الصلة، سواء كانت ورقية أو إلكترونية، بهدف بناء تصور علمي متكامل عن التحولات التي يشهدها الإعلام في ظل البيئة الرقمية.

١-٦ حدود البحث:

١. الحدود الموضوعية: يركز البحث على دراسة تأثير التكنولوجيا الحديثة والتحول الرقمي على بنية وسائل الإعلام
٢. الحدود الزمنية: يتناول البحث التحولات الإعلامية والتكنولوجية التي ظهرت منذ بداية الألفية الثالثة، مع التركيز على التطورات التي شهدتها العقد الأخير،

٢-١ الإعلام التقليدي

يُقصد بالإعلام التقليدي ذلك النمط من الوسائل الإعلامية التي نشأت وتطوّرت قبل بروز الثورة الرقمية وانتشار شبكة الإنترنت، ومن أبرزها الصحف والمجلات المطبوعة، والإذاعة، والتلفزيون. وقد شكّل هذا النوع من الإعلام لعقود طويلة المصدر الرئيس للمعلومات والأخبار والترفيه، واعتمد على بنية تنظيمية واضحة تقوم على مؤسسات إعلامية تمتلك أدوات الإنتاج والبت وتحكم في عملية النشر والتوزي ويتسم الإعلام التقليدي بطبيعته الاتصالية أحادية الاتجاه، حيث تنتقل الرسالة من المرسل إلى المتلقي دون وجود مساحة حقيقية للتفاعل الفوري أو المشاركة في صناعة المحتوى. فدور الجمهور في هذا السياق يقتصر غالبًا على الاستقبال والتلقي، مع محدودية أدوات التعبير عن الرأي أو التأثير في الأجندة الإعلامية، باستثناء بعض القنوات التقليدية كرسائل القراء أو الاتصالات الهاتفية في البرامج المباشرة كما يتميز الإعلام التقليدي بخضوعه لإطار مؤسسي وتنظيمي واضح، سواء كان تابعًا لجهات رسمية حكومية أو لمؤسسات تجارية خاصة، وهو ما يجعله يعمل وفق سياسات تحريرية محددة ومعايير مهنية تضبط طبيعة الرسائل الإعلامية ومضامينها. ويترتب على ذلك وجود هياكل إدارية وتسلسل مهني في صناعة الخبر، بدءًا من جمع المعلومات مرورًا بالتحرير والمراجعة وصولًا إلى النشر أو البث، الأمر الذي يمنحه قدرًا من التنظيم والاستقرار، وإن كان يحدّ في الوقت ذاته من سرعة الاستجابة والتفاعل مقارنةً بوسائل الإعلام الرقمية الحديثة.. (١)

٢-٣ مراحل تطور الإعلام

شهدت وسائل الإعلام على مدى العقود الماضية تحولات كبيرة، يمكن تلخيصها في ثلاث مراحل رئيسية:

- ١- لمرحلة التقليدية: الفترة الممتدة من ظهور الطباعة وحتى نهاية القرن العشرين.
- ٢- مرحلة التحول الرقمي: بدأت هذه المرحلة مع الانتشار الواسع للإنترنت في التسعينيات، عندما بدأت وسائل الإعلام المطبوعة ببث محتواها إلكترونيًا.

٣- مشهد الإعلام الجديد: الاعتماد الكامل على المنصات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أولاً: مفهوم الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي:

يُعرف الإعلام التقليدي بأنه ذلك النوع من وسائل الاتصال الجماهيري الذي يتسم بكونه أحادي الاتجاه، مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، حيث يُنتج المحتوى من قبل مؤسسة إعلامية ويُوَجَّه إلى جمهور واسع دون مشاركة مباشرة منهم. (٢) أما الإعلام الرقمي فهو الإعلام الذي يُبث أو يُنتج عبر الوسائط الرقمية، ويتسم بالتفاعلية، والتخصيص، وسرعة التحديث، وإمكانية الوصول في أي وقت ومكان، ومن أبرز أمثله: المواقع الإخبارية الإلكترونية، المدونات، منصات التواصل الاجتماعي، وقنوات الفيديو الرقمية.

ثانياً: العوامل المحركة لهذا التحول

برزت عدّة عوامل ساهمت في التحول من الإعلام التقليدي إلى الرقمي، أهمها:

١- التطور التكنولوجي: وفّرت الإنترنت وتقنيات الحوسبة والهواتف الذكية بنية تحتية أتاحت للجمهور الوصول الفوري للمحتوى.

٢- تغير سلوك الجمهور: بات المتلقي يفضل المحتوى القصير، السريع، والتفاعلي، خاصة عبر شبكات التواصل.

٣- انخفاض التكاليف: فالإعلام الرقمي أقل تكلفة مقارنة بطباعة الصحف أو بث القنوات التلفزيونية.

٤- الإعلام المواطن: سمحت المنصات الرقمية لأي فرد بأن يكون منتجاً وموزعاً للمعلومة، مما زاد من التعددية والانفتاح. (٣)

ثالثاً: التأثيرات على المؤسسات الإعلامية

أجبر هذا التحول المؤسسات الإعلامية التقليدية على إعادة النظر في آليات عملها، حيث اضطرت إلى:

١- إنشاء مواقع إلكترونية وصفحات تواصل اجتماعي.

٢- إدماج غرف الأخبار الورقية والرقمية.

٣- تدريب الكوادر على تقنيات المونتاج الرقمي، والتحرير السريع، والتفاعل مع الجمهور. ٤- الاهتمام بخوارزميات محركات البحث وتهيئة المحتوى.

٥- ورغم هذه التكيفات، فإن بعض المؤسسات لم تتمكن من مواكبة التطور، ما أدى إلى تراجعها أو اندثارها.

ثالثاً: التأثير على المؤسسات الإعلامية:

أجبر هذا التحول المؤسسات الإعلامية التقليدية على إعادة النظر في آليات عملها، مما دفعها إلى:

١- إنشاء مواقع إلكترونية وصفحات على وسائل التواصل الاجتماعي.

٢- دمج مكاتب التحرير المطبوعة والرقمية.

٣- تدريب الموظفين على تقنيات التحرير الرقمي، والتحرير السريع، والتفاعل مع الجمهور.

- ٤- التركيز على خوارزميات محركات البحث وتحسين المحتوى.
- ٥- على الرغم من هذه التعديلات، فشلت بعض المؤسسات في مواكبة التطورات، مما أدى إلى تراجعها أو انهيارها. (٤) رابعًا: التحولات في صناعة المحتوى.
- شهد محتوى الوسائط الرقمية تحولات جذرية في الشكل والمضمون: -
- ١- الوسائط المتعددة: يشمل المحتوى الآن النصوص والصور والفيديوهات والرسوم البيانية.
- ٢- سرعة النشر: ساهمت المنصات الرقمية في تقليل الفجوة الزمنية بين الحدث وتغطيته.
- ٣- التخصيص: تتيح المنصات الآن للمستخدمين اختيار نوع المحتوى المفضل لديهم.
- ٤- نشر "العناوين المختصرة": لجذب المشتركين في بيئة تنافسية شديدة، أحيانًا على حساب دقة المعلومات وعمقها. (٥)
- خامسًا: تحديات التحول الرقمي.
- على الرغم من الفرص التي توفرها وسائل الإعلام الرقمية، إلا أنها خلقت تحديات جديدة، منها: -
- ١- الانتشار الواسع للأخبار الكاذبة والشائعات.
- ٢- ضعف المعايير المهنية في بعض المنصات.
- ٣- انتهاكات الخصوصية المتكررة.
- ٤- ضعف المعايير المهنية في بعض المنصات.
- ٥- تأثير الخوارزميات على حرية الوصول إلى المعلومات. (٦)
- إن الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي ليس مجرد تقدم تكنولوجي، بل هو تغيير جذري في أنظمة الاتصال والثقافة والتصوير العام. لقد فتحت الرقمة آفاقًا غير مسبوقة في حرية التعبير والوصول إلى المعلومات، لكنها في الوقت نفسه تضع مسؤولية أكبر على عاتق الأفراد والمؤسسات للتحقق من المعلومات، ونشر الوعي، وحماية القيم العامة. وستكون وسائل الإعلام الناجحة هي تلك القادرة على التكيف دون التضحية بالمهنية والثقة
- ٢-٤ أوجه التشابه والاختلاف بين الإعلام التقليدي والرقمي.
- يمكن توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الإعلام التقليدي والرقمي من خلال النقاط التالية:
- ١- لإعلام الرقمي هو في جوهره إعلام تقليدي، ولكن بفضل التقدم التكنولوجي، تطور الإعلام التقليدي إلى إعلام رقمي. بدأ هذا التطور تدريجيًا على مدى العقود الماضية، بدءًا من ظهور الصحف في ثمانينيات القرن الماضي في أمريكا، حيث بدأت الخدمات التفاعلية بالظهور على مواقع إلكترونية جديدة، مثل صحيفة نيويورك تايمز، يو إس إي توداي، وغيرها من الصحف واسعة الانتشار.

- ٢- العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي متأصلة ومتشابكة. على الرغم من ترابط وسائل الإعلام الرقمية ترابطاً وثيقاً من حيث المعلومات والأخبار، إلا أنها تختلف تقنياً وشكلياً، لكنها تتشابه من حيث المضمون، وكما توفر وسائل الإعلام الرقمية ميزة إضافية تتمثل في التفاعل مع الجمهور.
- ٣- تعتمد وسائل الإعلام الرقمية على سرعة نشر المعلومات والأخبار، متجاوزة الحدود الجغرافية والزمنية، ويُسهّل ذلك الإنترنت الذي يربط العالم بأسره.
- ٤- تمكنت جميع وسائل الإعلام التقليدية - الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون - من الاندماج لتشكيل منصة إلكترونية تفاعلية تواكب سرعة التواصل، مما يسمح لها بالوصول إلى جميع أفراد المجتمع دون قيود أو عوائق.
- ٥- ثمة فرق بين وسائل الإعلام الرقمية وقنوات التواصل الاجتماعي. لكل منهما خصائصه المميزة. وسائل الإعلام الرقمية هي نتاج مؤسسة أو قناة إعلامية، تخضع للمعايير القانونية والصحفية. على سبيل المثال، في العراق، تُعتمد القناة أو المؤسسة الإعلامية من قبل هيئة الإعلام والاتصالات وفقاً للمعايير القانونية والأخلاقية، و من جهة أخرى، قد تحتوي منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، ويوتيوب، وتويتير وواتساب، وإنستغرام، وتيك توك، وسناب شات، وتليغرام على معلومات وأخبار غير دقيقة.
- ٦- شهدت وسائل الإعلام التقليدية مراحل تطور متواصلة، مما سمح لها بالانتقال إلى الإعلام الرقمي، ومع ذلك، لم تنجح وسائل التواصل الاجتماعي في أن تصبح أكثر تنظيمًا والتزامًا بالمعايير، وبالتالي لم تتحول إلى وسيلة إعلامية خاضعة للرقابة بشكل كامل.
- ٧- لا تخضع وسائل الإعلام الرقمية للوائح التي كانت تفتقر إليها وسائل الإعلام التقليدية في السابق. بل على العكس، أصبحت أكثر حرية في التعبير والمشاركة الفعّالة في نشر المعلومات وتبادل الأخبار والأحداث بسرعة فائقة، مع تفاعل كامل ودون قيود، وهذا يُضيف معلومات جديدة إلى الأحداث الجارية.
- ٨- منحت وسائل الإعلام الرقمية الجمهور دوراً تشاركياً افتقرت إليه وسائل الإعلام التقليدية، التي كانت معزولة عن جمهورها.
- ٩- تتوفر المعلومات والأخبار مجاناً، ويمكن متابعة الأخبار والأحداث حول العالم من أي مكان مجاناً، وعلاوة على ذلك، هناك تنوع في القنوات من حيث العدد واللغات والمصادر.
- ١٠- في العالم العربي، تتمتع وسائل الإعلام الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي بقدر كبير من الحرية من الرقابة، مما يجعل وسائل الإعلام التقليدية مصدرًا رئيسيًا للعداء الشعبي.
- ١١- فتحت وسائل الإعلام الرقمية آفاقاً جديدة واسعة، ودمجت ثقافة مجتمع ما مع ثقافات دول أخرى حول العالم، وقد يكون هذا جانباً سلبياً، ولكنه واقع لا شك فيه.

١٢. تتميز وسائل الإعلام الرقمية بديناميكية محتواها، مما يجعلها أكثر تفاعلية مع الجمهور. هذه الميزة غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية. (٧)

٢-٥ تأثير التكنولوجيا على بنية الإعلام

أدت التقنيات الرقمية الحديثة إلى تغيير في البنية الإعلامية على عدة مستويات:

- ١- على المستويات الإنتاجية: من الممكن لأي شخص يمتلك جهاز متصلاً بشبكة الإنترنت بإمكانه أن ينتج ويشارك محتوى إعلامي.
- ٢- على مستوى النشر: لم تعد وسائل الإعلام الحديثة تعتمد كما كانت بالسابق على البث الأرضي، بل أصبحت أكثر تطوراً وتعتمد على تطبيقات التواصل الاجتماعي.
- ٣- على مستوى الجمهور: ظهور ما يعرف بـ (المتلقي الفعال) حيث أصبح الجمهور يتفاعل ويشارك في المحتوى الإعلامي. (٨)
- ٤- على مستوى القيم المهنية: طرحت أسئلة جديدة حول مصداقية المحتوى الإعلامي، وأخلاقيات النشر، وتحقيق لوصول إلى المعلومات الصحيحة. (٩)

النتائج

١. أظهرت الدراسة أن التحول الرقمي في المجال الإعلامي يمثل نقلة نوعية شاملة لا تقتصر على التطور التقني، بل تمتد لتشمل مضمون الرسالة الإعلامية، وأدوار الإعلاميين، ومكانة الجمهور في العملية الاتصالية.
٢. بينت النتائج أن وسائل الإعلام الرقمية أسهمت في زيادة مشاركة الجمهور، وتسريع تداول المعلومات، وتقليص احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية لإنتاج الأخبار.
٣. كشفت الدراسة عن بروز تحديات مهنية وأخلاقية معقدة رافقت التحول الرقمي، تتعلق بالمصداقية، وضبط المحتوى، والمسؤولية الإعلامية.
٤. توصلت الدراسة إلى أن صحافة المواطن تمثل إضافة مهمة للمشهد الإعلامي من حيث تنوع مصادر الأخبار وتعزيز التعددية الإعلامية.
٥. أظهرت النتائج أن ضعف التدريب المهني وغياب الرقابة التحريرية في صحافة المواطن يسهمان في انتشار الشائعات والمعلومات غير الدقيقة.
٦. أكدت الدراسة الحاجة إلى وضع أطر تنظيمية وتشريعية تضمن تحقيق التوازن بين حرية التعبير والمساءلة الإعلامية في البيئة الرقمية.
٧. بينت النتائج أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي يمثل مرحلة متقدمة في تطور الإعلام الرقمي، لما يتميز به من سرعة وكفاءة في معالجة البيانات.

٨. أظهرت الدراسة أن الاعتماد المفرط على التقنيات الرقمية دون ضوابط مهنية قد يؤدي إلى إضعاف الجوانب الإنسانية والأخلاقية للعمل الصحفي.
٩. خلصت النتائج إلى أن استمرارية المؤسسات الإعلامية وقدرتها على البقاء باتت مرهونة بمدى نجاحها في التكيف مع البيئة الرقمية.
١٠. أكدت الدراسة أن هذا التكيف يتطلب تطوير البنية التحتية التكنولوجية، وتأهيل الكوادر الإعلامية، ودمج الأدوات الرقمية الحديثة مع الحفاظ على القيم الإعلامية الأساسية، وفي مقدمتها الدقة والمصداقية وخدمة المصلحة العامة.
- التوصيات:**
١. تعزيز مهارات الصحفيين في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة: يجب توفير برامج تدريبية مخصصة للصحفيين لتعزيز قدرتهم على استخدام الأدوات التكنولوجية والذكاء الاصطناعي في صياغة الأخبار والتحقق من صحتها.
 ٢. وضع تشريعات دقيقة لتنظيم الإعلام الرقمي: يتطلب الأمر وضع قوانين لتنظيم الإعلام الرقمي، بحيث تضمن حماية الصحافة من الأخبار الزائفة، وتعزز الشفافية والمصداقية في تداول المعلومات.
 ٣. زيادة الوعي الإعلامي بين الجمهور: يجب تنفيذ حملات توعية تهدف إلى تعليم الأفراد كيفية التمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة، وكيفية استخدام الإعلام الرقمي بشكل مسؤول وآمن.
 - ٤- تعزيز التعاون بين الإعلام التقليدي والرقمي: ينبغي تعزيز التعاون بين وسائل الإعلام التقليدية (مثل الصحف) ووسائل الإعلام الرقمية لتقديم محتوى موثوق ومتوازن، ودمج مزايا الإعلام الرقمي مع المعايير المهنية للإعلام التقليدي.
 ٥. تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: يجب تطوير أدوات الذكاء الاصطناعي التي تدعم عمل الصحافة الرقمية، ولكن مع وضع ضوابط أخلاقية وقانونية تضمن استخدامها بشكل يتماشى مع معايير المهنة.
 ٦. الاستجابة السريعة للأزمات الإعلامية: من الضروري تحسين جاهزية الإعلام الرقمي لاستيعاب الأزمات وتقديم معلومات دقيقة وموثوقة، مع ضرورة أن تكون التقنيات مثل الذكاء الاصطناعي جزءاً من هذه الاستجابة.
- هذه التوصيات تستند إلى نتائج البحث، وتعتبر خطوات عملية نحو تحسين بيئة الإعلام الرقمي وتحقيق التوازن بين السرعة والمصداقية في نقل المعلومات.

الهوامش

- ١- حسن عماد مكاي، الاتصال والإعلام الرقمي في مجتمع المعلومات، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠١٢، ص ٤٥.
- ٢- نوال الشيخ، الإعلام الجديد والتحول الرقمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٠، ص ٥٦.
- ٣- نوال الشيخ، الإعلام الجديد والتحول الرقمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٠، ص ٥٦.
- ٤- نوال الشيخ، الإعلام الجديد والتحول الرقمي، مصدر سابق.
- ٥- محمد شومان، التحولات الإعلامية في العصر الرقمي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٨، ص ١٣٣.

- ٦- - النجار، حسن رضا، والقريشي، فاضل عبد علي. الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة. دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، ٢٠١٧، ص ص. ٤٥-٤٧.
- ٧- عبد الحميد، محمد (٢٠١٧). مدخل إلى الإعلام الجديد. القاهرة: عالم الكتب.
- ٨- النجار، حسن رضا، والقريشي، فاضل عبد علي. الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة. مصدر سابق
- ٩- نوال الشيخ، الإعلام الجديد والتحول الرقمي ، مصدر سابق