



للعديد من التحولات التي تشكل مراحل صناعة المحتوى .[ يقوم المرسل أو القائم بالاتصال بتشكيل هذه المادة وصناعتها. حيث يتاح للمرسل أو القائم بالاتصال اتخاذ قرارات وخيارات عديدة جداً، ومتنوعة للغاية، للتحكم في شكل الرسالة الإعلامية التي يريد صناعتها]].

• **المحتوى الرقمي أو المعلوماتي** : المحتوى الرقمي باختصار هو ما يتم تصنيعه وتقديمه للجمهور أو للمتابعين عبر الإعلام الرقمي أو منصات التواصل الاجتماعي لتلبي حاجاتهم أو تشبع رغباتهم من خلال النص أو الصورة أو الفيديو أو الصوت. ومن أنواعه:

1. **المحتوى البياني**: عبارة عم رسوم بيانية تستخدم كتمثيل مرئي للبيانات أو المعلومات أو

كتعبير عن الإحصائيات ذات الاستخدام الواسع من قبل المتلقين. 2

2. **المحتوى النصي**: ويعبر عن أشكال النصوص المتاحة، كالكتب والمقالات والنشرات

النصية الاخبارية وغيرها..

3. **المحتوى الصوري**: وهو المحتوى الذي يمكن الوصول إليه من خلال فضاءات

البحث المختلفة حيث تشكل الصورة أهم مظهر من مظاهر المحتوى الرقمي.

4. **المحتوى الفيديوي**: وتتعلق بالمحتوى المصور المتاح في شكل تسجيلات صوتية ومصورة يمكن الوصول إليها عبر مختلف منافذ النشر المتاحة.

5. **المحتوى الإعلامي العابر للوسائط**: يعد مفهوم "الإعلام المتقاطع Cross-Media

"أحد المفاهيم حديثة الظهور داخل غرف الأخبار في كثير من المؤسسات الصحفية على مستوى العالم<sup>3</sup>، والتي كان ظهورها كإحدى تبعات التطورات التكنولوجية المتلاحقة والمتسارعة في الوقت ذاته، وهم ما أدى إلى طرح التساؤلات المهمة حول طريقة إنتاج المحتوى الصحفي ونشره عبر المنصات الإعلامية المختلفة، والتفكير في أساليب جديدة لإعداد المحتوى وتقديمه للمستخدمين، وخصوصاً بعدما تحول هؤلاء المستخدمون بفعل التحولات الرقمية من مجرد متلقين للمحتوى الإعلامي إلى محور أساسي وفاعل في العملية الإعلامية برمتها، ومن ثم لم يعد التنافس الآن بين المؤسسات الصحفية علىسبق الصحفي، بل أصبح الأمر يتعلق أكثر بطرق جذب الشريحة الأكبر من المستخدمين وزيادة نسبة تفاعلهم مع المحتوى الصحفي المعروض على المنصات الإلكترونية لهذه المؤسسات.

<sup>3</sup> اتجهت المؤسسات الإعلامية للاعتماد على الإنتاج والتوزيع والعرض العابر للوسائل Cross media Production، ما يدفع المستخدمين للتكيف مع ذلك وتكوين خليط من المحتوى من وسائل مختلفة يبنون من خلالها بياناتهم الإعلامية