

اتجاهات وتوقعات
الصحافة والإعلام
والتكنولوجيا 2025

World News

WEDNESDAY
MARCH 19
2025

BUSINESS, FINANCE, POLITICS, TECHNOLOGIES, SPORT, WEATHER

BREAKING NEWS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

ENVIRONMENT
PROBLEMS

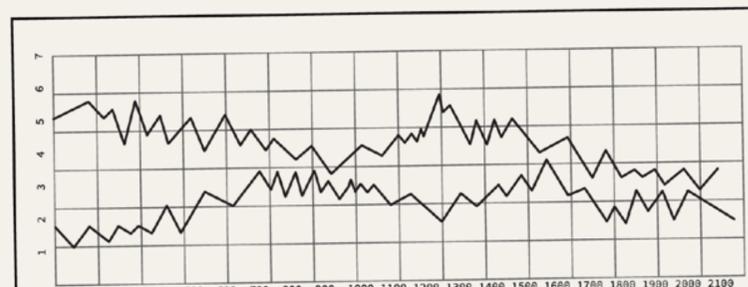
>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

SUSTAINABILITY
SOLAR ENERGY
GREEN CITY

FINANCIAL OVERVIEW

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.



المقدمة

نشر معهد رويترز لدراسة الصحافة بدعم من مبادرة جوبل نيوز تقرير اتجاهات وتوقعات الصحافة والإعلام والتكنولوجيا 2025 (Journalism, media, and technology trends and pre .dictions 2025)

تضمن التقرير استطلاع شمل 326 شخصًا من 51 دولة ومنطقة، وهي: أستراليا، نيوزيلندا، تايوان، هونج كونج، سنغافورة، الفلبين، تايلاند، فيتنام، اليابان، نيجيريا، جنوب أفريقيا، باراغواي، هندوراس، أوروغواي، المكسيك، البرازيل، كولومبيا، إسرائيل، إلا أن الأغلبية كانت من المملكة المتحدة، الولايات المتحدة أو الدول الأوروبية مثل ألمانيا، إسبانيا، فرنسا، النمسا، فنلندا، النرويج، الدنمارك، هولندا، بولندا، المجر، سلوفاكيا وغيرها، شغلت العينة مناصب عليا (تحريرية أو تجارية أو منتج) في شركات نشر تقليدية أو رقمية وكانوا مسؤولين عن جوانب الاستراتيجية الرقمية أو الإعلامية الأوسع

تضمنت المسميات الوظيفية النموذجية رئيس التحرير، رئيس التحرير التنفيذي، الرئيس التنفيذي، المدير الإداري، رئيس الرقميات، مدير المنتج، رئيس الابتكار، وشكلت العينة 54% من منظمات ذات خلفية مطبوعة، 25% من هيئات البث التجارية أو العامة، 18% من العلامات التجارية الرقمية، 6% من شركات B2B أو وكالات الأنباء.

ونظرًا لأهمية التقرير للعاملين في الحقل الإعلامي نقدم في أماز أبرز مضامين التقرير لعموم الفائدة، حيث يرصد التقرير التحديات، وصعود المنصات الاجتماعية وصعود المؤثرين، وتغلغل الذكاء الاصطناعي، والتحول في مصادر التمويل؛ ويقدم وصفة للحفاظ على صمود الصحافة في هذا العصر المضطرب.

فريق العمل



الملخص العام



فيما يلي أبرز ما تم التوصل له في نظر قادة وسائل الإعلام إلى العام 2025 والذي تبين من خلال المسح لـ 326 من القادة الرقميين في 51 دولة ومنطقة حول العالم

17%

أشاروا إلى مخاوف متعلقة بالاستقطاب السياسي وعدم العمل بحرية، وارتفاع الهجمات على الصحافة، والاستيلاء على وسائل الإعلام

36%

من الناشرين التجاريين سيكون دخل الترخيص من شركات التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي مصدرًا كبيرًا للإيرادات

74%

قلقون بشأن الانخفاض المحتمل في حركة الإحالة من شركات البحث

41%

من المحررين والرؤساء التنفيذيين والمسؤولين التنفيذيين الرقميين واثقون من آفاق الصحافة

77%

من الناشرين يرون أن الاشتراكات والعضوية أكبر مصادر الدخل

72%

مع وجود صفقات جماعية تفيد الصناعة بأكملها بدلاً الصفقات الفردية

29%

من المنتجات الجديدة ستكون من الألعاب مقابل 26% للوسائل التعليمية

69%

من الناشرين يرون أن الإعلانات المرئية تشكل مصدرًا مهمًا للدخل

ضمن استخدامات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام

■ من الملخصات سيقومون بها الذكاء الاصطناعي في القصص

■ من غرف الأخبار سوف تتحول بشكل كامل أو إلى حد ما بواسطة الذكاء الاصطناعي

65%

70%

75%

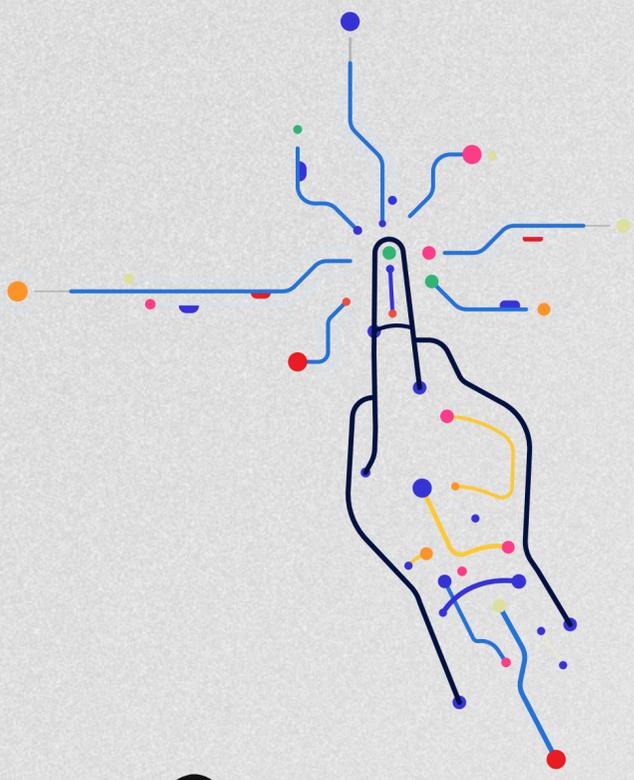
78%

60%

■ من المقالات المترجمة ستتم بواسطة الذكاء الاصطناعي

■ من عمليات تحويل المقالات النصية إلى صوت ستتم بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي

■ يعتبرون أن الأتمتة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مهمة للغاية ضمن المؤسسات الإخبارية

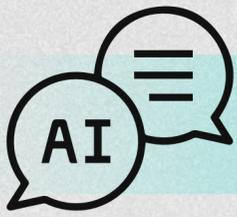


كلمات وعبارات قد نسمع عنها كثيراً



الذكاء الاصطناعي | AI Slop

وسائط رديئة الجودة تتضمن الكتابة والصور مصنوعة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي. تُستخدم على نطاق واسع في عناوين الصحف التي تحذر من مخاطر الهراء مقارنة بقيمة الصحافة



فاعل | Agentic

قادر على التعبير عن الفاعلية نيابة عن نفسه أو نيابة عن شخص آخر، سيتم استخدامه بشكل متزايد هذا العام في سياق وكلاء جيل الذكاء الاصطناعي الذين يمارسون السيطرة من خلال توقع احتياجاتنا



تعفن الدماغ | Brain Rot

تدهور مفترض في الحالة العقلية أو الفكرية للشخص، نتيجة للإفراط في استهلاك المواد (خاصة عبر الإنترنت) التي تعتبر تافهة أو غير مثيرة للتحدي



مؤثر | Influencer

شخص قادر على التأثير على الاستهلاك أو نمط الحياة أو التفضيلات السياسية لجمهور الإنترنت من خلال إنشاء محتوى جذاب على وسائل التواصل الاجتماعي، غالبًا ما يستخدمه الصحفيون بشكل ازدرائي في سياق الأخبار



الصحافة تحت الضغط ولكنها لم تستسلم

41%

العام 2025



47%

العام 2024



هبوط منحنى ثقة
قادة الإعلام في
مستقبل الصحافة

17%

العام 2025



12%

العام 2024



ارتفع عدد غير
الواثقين في
مستقبل الصحافة

ارتفاع الهجمات
خاصة من السياسيين
على الصحافة



تركزت
المخاوف
على

تصاعد القيود
القانونية للسيطرة
على الإعلام التقليدي



الأزمة
الاقتصادية



الاستقطاب
السياسي



في سويسرا، يواجه المذيع العام
SRG SSR استفتاءً جديداً يهدد
بخفض تمويله إلى النصف



الجنوح نحو الإعلام
الاجتماعي على حساب
الإعلام التقليدي



في الولايات المتحدة، خسرت قناة
CNN حوالي ثلث جمهورها
منذ الانتخابات، وتستعد
لتسريحات واسعة



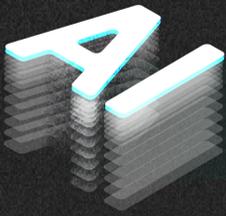
أفادت التقارير فقدان حوالي
2500 وظيفة في مجال الإعلام
عام 2024 في الأسواق الرئيسية،
بالإضافة إلى 8000 وظيفة في
العام السابق



اتجاهات وتوقعات مستقبل الصحافة

تصعيد هجمات الرئيس الأميركي دونالد ترامب على الإعلام بما يشمل تخفيض التمويلات الفيدرالية للمؤسسات الإعلامية العامة، وكذلك لمنظمات التحقق من المعلومات، التي يعتبرها نوعًا من الرقابة

استنساخ نموذج ترامب الإعلامي حول العالم في استخدام تكتيكات الإعلام الاجتماعي والشعبي وإقصاء الإعلام التقليدي، ليتكرر مع الساسة حول العالم الذين باتوا منتبهين لأهمية وسائل التواصل الاجتماعي ويسعون لبناء شبكات إعلامية بديلة لنشر رسائلهم عبر القنوات الرقمية -رومانيا كمثال



البحث والذكاء الاصطناعي: كيف ستتغير حركة الإحالة؟



12% نمو خدمة Google Discover التي تقدم روابط إخبارية مخصصة عبر متصفح كروم وتطبيق جوجل



لا يوجد دليل على انخفاض حركة الزيارات من (Google Search) حتى الآن



بعد انهيار حركة الزيارات، من منصتي فيسبوك 67% و إكس 50% خلال العامين الماضيين، يخشى الناشرون أن يكون الدور هذا العام على محرك البحث جوجل



74% من المشاركين قلقون بشأن تراجع محتمل في حركة الإحالات من محركات البحث



ظهور مؤثرين في الذكاء الاصطناعي ومنهم (Search GPT) و (Perplexity) من OpenAI كمنافسين لجوجل بإجاباتهم المولدة (AI-generated summaries) على استعلامات المستخدمين قد تؤثر على زيارات مواقع الأخبار

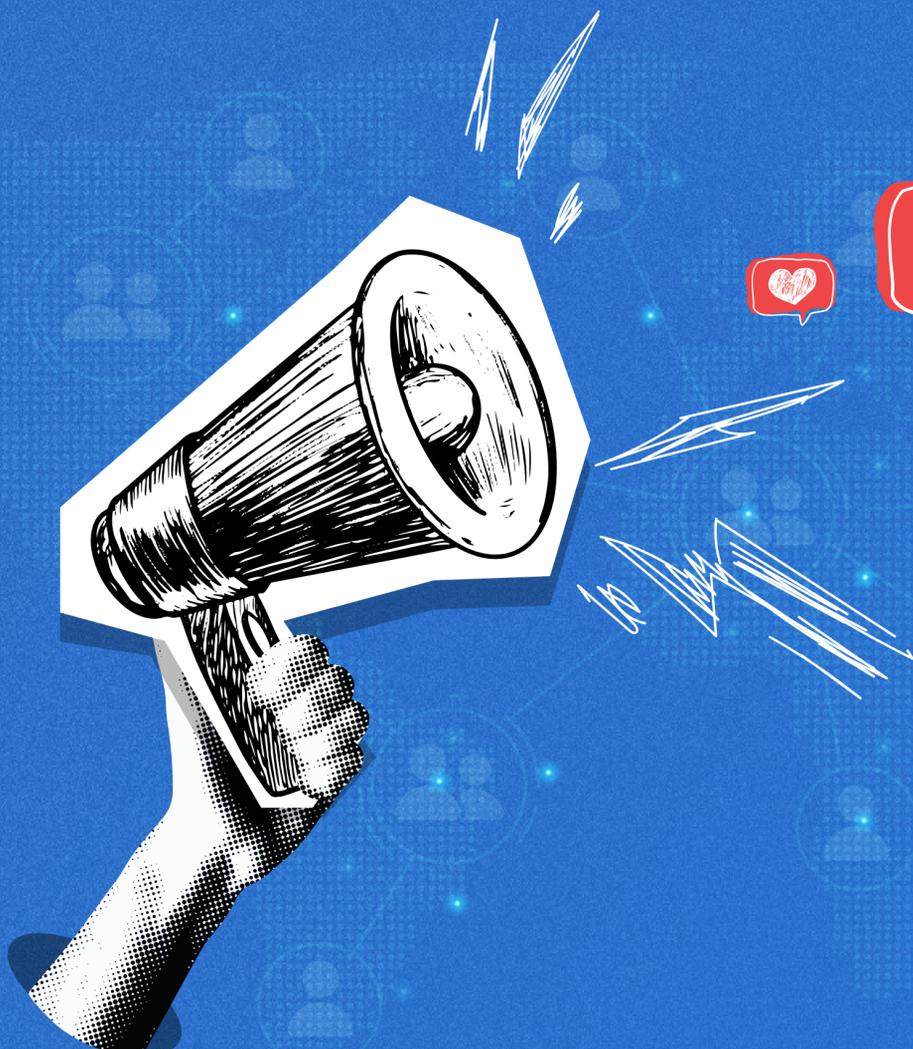
الحلول لضبط الإحالة



ظهور وسطاء تعاونيين مثل منصة (ProRata.ai) التي تدفع تعويضات عادلة للناشرين، من خلال تحديد قيمة مساهمة كل مقال في الملخصات الناتجة عن الذكاء الاصطناعي



الضغط بإجراءات قانونية حيث من المتوقع تجديد الدعوات لإجبار المنصات على دفع تعويضات عادلة لاستخدام المحتوى الإخباري



منصات التواصل الاجتماعي العلاقة المتوترة



يرصد التقرير علاقة متوترة، فقد أشار الناشرين بشأن علاقتهم بشركات التكنولوجيا الكبرى 31% في تعزيز العلاقات، كما أشار 31% في قطعها و 36% إلى الحفاظ على وضعهم الحالي



استثمار الناشرين بشكل أكبر في (YouTube) ثم (TikTok) بالإضافة إلى (Instagram) التي كانت أيضًا تدفع المزيد من مقاطع الفيديو القصيرة من خلال خوارزمياتها ومن التحديات

انفجار الفيديو



انفجار المحتوى في شبكات مثل (TikTok) بما في ذلك الأخبار الآلية والاصطناعية، سيؤدي إلى زيادة صعوبة تمييز محتوى الناشرين الأصلي هذا العام



لا يزال من الصعب تحقيق الربح من مقاطع الفيديو القصيرة، مع وجود فرصة ضئيلة لإعادة حركة المرور إلى مواقع الويب أو التطبيقات



إنتاج الفيديو ليس سهلًا بالنسبة لغرف الأخبار المطبوعة



الصحافة والمنصات الاجتماعية هل تتغير قواعد اللعبة؟

١٠١٠١٠
٠(AI)١
١٠١٠١٠

الأولويات الجديدة للناشرين

تخفيض كبير للجهد المبذول في فيسبوك، بعدما أصبح مكانًا أقل فائدة للصحفيين، فضلًا عن كونها منصة سامة بشكل متزايد للجمهور

بناء العلاقات مع منصات الذكاء الاصطناعي مثل OpenAI و Perplexity

اللجوء لقنوات بديلة مثل WhatsApp و LinkedIn على التوازي، ثم منصة Bluesky بمنافسة قوية، ثم Google Discover الذي أصبح المصدر الأول لحركة الإحالات لدى العديد من الناشرين



انفجار الفيديو الاجتماعي

مع تقدير الجمهور المتزايد للتنسيقات الصغيرة، يتوقع التقرير أن نرى المزيد من الناشرين يجلبون هذا المحتوى إلى مواقعهم الإلكترونية وتطبيقاتهم

The Economist و BBC من بين أولئك الذين قاموا ببناء مقاطع فيديو دائرية في صفحاتهم الرئيسية، بينما يقوم آخرون بتضمين مقاطع فيديو عمودية داخل القصص أو تكليف المراسلين بتقديم كوميديا موقفية للموقع الإلكتروني كما حدث في الصفحة الأولى لصحيفة التايمز

المزيد من الحظر والقيود على وسائل التواصل الاجتماعي

01

تم حظر TikTok في دول متعددة، بما في ذلك الهند، بسبب المخاوف بشأن نفوذ الحكومة الصينية والتأثير المحتمل على الشباب

02

يتوقع المزيد من التشريعات التي تهدف إلى تقييد الوصول إلى الشبكات التي تستهدف أصغر الفئات، بعد حظر وسائل التواصل الاجتماعي لمن هم دون سن 16 عامًا في أستراليا

01

استمرار التحول نحو نماذج تمويل تعتمد على القارئ، وتبتعد عن الإعلانات التي تعتمد على الحجم الكبير

02

الاشتراكات تشكل (77%) من المصدر الأساسي للإيرادات أعلى من الإعلانات المرئية، والإعلانات المدمجة

03

ستنجح فقط المؤسسات الإعلامية التي تتميز بجودة محتواها أو صلته بالجمهور أو قدرتها على بناء علاقة وثيقة مع الجمهور

04

تسعى المؤسسات الإخبارية إلى تنويع مصادر الدخل، حيث يعتمد معظمها على ثلاث إلى خمس قنوات مختلفة للإيرادات

05

محاولة خلق مصادر إضافية للإيرادات تشمل خدمات ذات صلة مثل التدريب والتسويق

06

بعض الناشرين الصغار يعتمدون على بيع المنتجات كمصدر دخل إضافي

هل نعود
للطباعة؟

07

تسعى المؤسسات الإخبارية إلى تنويع مصادر الدخل، حيث يعتمد معظمها على ثلاث إلى خمس قنوات مختلفة للإيرادات

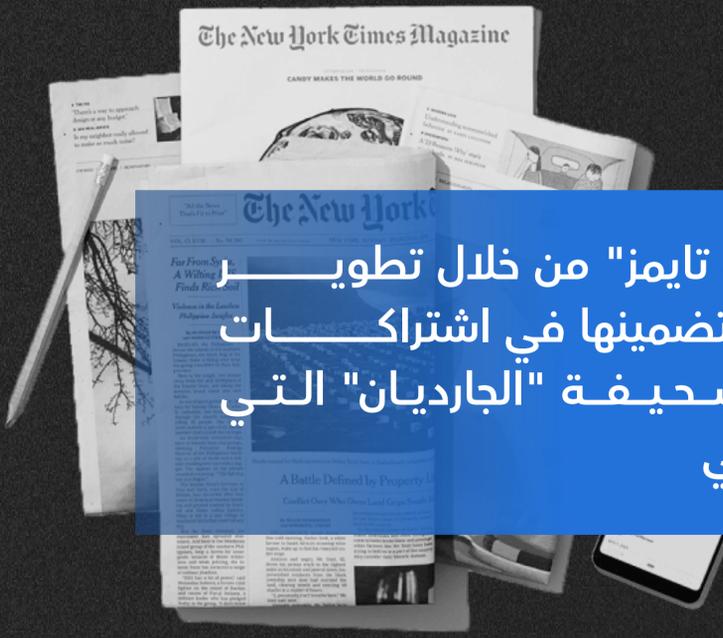
08

في بعض الدول الأوروبية تعتمد وسائل الإعلام التجارية التقليدية جزئياً على الإعانات الحكومية لدعم الصحافة المحلية أو الصحافة ذات المصلحة العامة

09

تتنافس المنصات الناشئة مثل Substack و YouTube مع وسائل الإعلام التقليدية على حصة المستهلك، بعد زيادة الاشتراكات الإخبارية بشكل كبير في السنوات الأخيرة

كيف ستربح المؤسسات الإعلامية؟



تكرار نموذج "نيويورك تايمز" من خلال تطوير منتجات جديدة يمكن تضمينها في اشتراكات شاملة، ونموذج صحيفة "الجارديان" التي أطلقت تطبيقًا للطهي

42%

من المشاركين يخططون لإطلاق منتج جديد تستهدف الشباب

44%

من الناشرين يضعون الابتكار في المنتجات وتطويرها وتقديـم خدمات جديدة كأولوية لتحفيز النمو

29%

يخططون للاستثمار في مجال الألعاب

26%

مع إطلاق منتجات في مجالات الصوتيات

13%

يستثمرون في الطعام

26%

يستثمرون في التعليم

01

التحول الأكبر المتوقع يأتي من تمويل المنصات، والذي يشمل صفقات الذكاء الاصطناعي، وبرامج مشاركة الإيرادات، وعقود التحقق من المعلومات

02

دعم من الصناديق الخيرية والمؤسسات مصدرًا أكثر أهمية للإيرادات خاصة في ظل الضغوط التي تواجهها الصحافة المستقلة

03

تخطط المزيد من الشركات الإعلامية للاستثمار في الصوتيات مثل (المقالات المقروءة والملخصات الصوتية والبودكاست) من خلال دمجها في مواقعها وتطبيقاتها

04

العودة إلى الطباعة كجزء من استراتيجية مختلطة مع "الأونلاين"، العديد من الناشرين سيعيدون النظر في الطباعة كقناة تواصل لا تخضع لسلطة خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي

05

تعتمد مجلة "The Atlantic" زيادة إصدارها السنوي من 10 إلى 12 عددًا لتعود إلى الإصدار الشهري المنتظم لأول مرة منذ عام 2002

اجتياح الذكاء الاصطناعي التوليدي وانهيار غرف الأخبار



فهمت المؤسسات الإخبارية الآثار الكاملة للذكاء الاصطناعي التوليدي على الصحافة وأعمالها وفي بعض غرف الأخبار الأكبر حجمًا تم وضع المبادئ والإرشادات إلى حد كبير وتم إنشاء أدوار متخصصة في مجال الذكاء الاصطناعي ومن أهم ما سجله التقرير

 Grok
 Particle

انتشرت ملخصات الأخبار المقدمة باستخدام الذكاء الاصطناعي عبر تطبيقات مثل Particle.ai و Grok.ai

24%

من المشاركين أشاروا أن التحول تم بفضل الذكاء الاصطناعي التوليدي

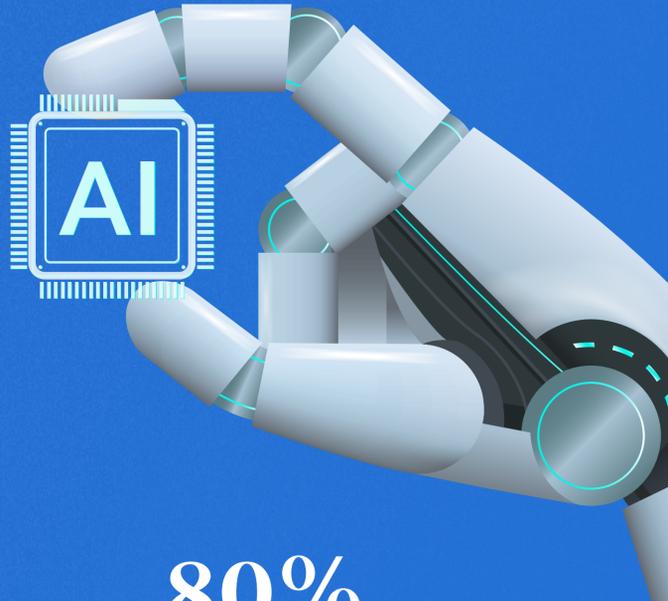
63%

من المشاركين أشاروا أن غرف الأخبار تشهد تحولاً إلى حد ما

12%

فقط إنه لا يوجد تغيير

ضمن استخدامات
الذكاء الاصطناعي
التوليدي في الصحافة
التركيز منصبًا على :



73%

وظائف جمع الأخبار مثل التحقق والصحافة القائمة على البيانات والتحقيقات

80%

استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين التخصيص والتوصية

77%

إنشاء المحتوى

96%

كفاءات الواجهة الخلفية

أبرز توقعات الذكاء الاصطناعي ومستقبل الصحافة؟



انفجار المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي

من المتوقع أن يؤدي برنامج Sora الذي أطلقته (OpenAI) لتحويل النصوص إلى فيديو إلى وضع قدرات جديدة في أيدي ملايين الأشخاص العاديين

زيادة المحتوى المولد الذي قد يكون من الصعب التمييز بينه وبين المحتوى الحقيقي

تمتلئ خلاصتنا الاجتماعية على المنصات المختلفة بمحتوى اصطناعي هذا العام

أكثر من نصف منشورات LinkedIn الطويلة يتم إنشاؤها بالفعل بواسطة الذكاء الاصطناعي

يخشى أن يؤدي الانتشار السريع " للمحتوى المنسوخ منخفض الجودة " إلى التسرب إلى بيانات التدريب الخاصة بمؤسسات النماذج اللغوية الكبيرة LLM مما يؤدي إلى انهيار النموذج

المزيد من التركيز على استخدام الذكاء الاصطناعي في تحويل المحتوى، وإنشاء نسخ بتنسيقات مختلفة موجهة للجمهور

يسعى من الناشرين إلى تجربة تحويل القصص النصية إلى فيديو

انتشار أعلى للملخصات الذكية في أعلى

36%

36%

56%

70%

75%

الردشة مع المقال

يخطط لوظيفة البحث بالذكاء الاصطناعي للتفاعل مع الجمهور

من الناشرين يخططون لتحويل المقالات النصية إلى صوتية بعدة لغات

الواجهات الذكية للأعمال

Apple Intelligence

تعدد الجهات التي تقدم الخدمات بذكاء من الذين يمكنهم العمل نيابة عنك، مثل وتقوم به :

العملية

عمليات الشراء

إصدار الفواتير للعملاء

حجز المواعيد

البحث عن المهام

المؤثرون و"صناعة الأخبار"



استقاء الأخبار من المؤثرين بات واقعا خاصة فيما يتعلق بجيل Z ، وأصبح اتجاهًا عالميًا متزايدًا في عدة دول، ويمزجون الفكاهة بالتقارير الاستقصائية، ويقدمون آراء جديدة حول الأخبار مع مزيج من الترفيه بعيدًا عن الصيغ التقليدية المملة

01

يفتقدون للخبرة الصحفية السابقة، ولا يهتمون بتدقيق أخبارهم قبل مشاركتها مع الجمهور

77%

02

من المؤثرين قالوا إنهم لا يتحققون من دقة المحتوى قبل مشاركته مع المتابعين

62%

03

من مصداقية العلامة التجارية، وفي المقابل تستفيد العلامة التجارية من شعبية وإبداع المؤثر وجمهوره

يستفيد
المؤثر

04

التعاون بين وسائل الإعلام التقليدية والمؤثرين، تبادلًا للمصالح

المزيد
من

05

متطرفة، بحسب دراسة بيو للأبحاث

روجوا
لآراء



للاطلاع على أصل
التقرير باللغة الإنجليزية



 www.amaz.sa

 info@amaz.sa