



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر باتنة 1



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات
رقم التسجيل :
الرقم التسلسلي :

اسهام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تطوير المواقع الاعلامية: دراسة
وصفية تحليلية لعينة من المواقع الاعلامية الوطنية خلال سنة 2017

أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص سينما وتلفزيون ووسائل
الاتصال الجديدة

إعداد الباحث : مصباح صوفيان

إشراف أ.د سمير رحماني

لجنة المناقشة

أعضاء اللجنة	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
إسماعيل شرقي	أستاذ محاضر أ		رئيسا
سمير رحماني	أستاذ		مشرفا مقرا
ميلود مراد	أستاذ		عضوا مناقشا
بن بوزيان عبدالرحيم	أستاذ محاضر أ		عضوا مناقشا
مصطفى ثابت	أستاذ محاضر أ		عضوا مناقشا
لحسن رزاق	أستاذ محاضر أ		عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

كلمة الشكر

أقدم بالشكر للأستاذ المشرف البروفيسور سمير رحمانى لإشرافه عنا طيلة هذه
السنوات

إلى كل من دعمنا معنويا .

الإهداء

أهدي هذا العمل العلمي إلي أمي

إلي جامعتي أين بدأت مشواري.....أساتذتي الذين درسوني في كلية الإعلام

والاتصال - الجزائر3

ملخص الدراسة

تلعب المواقع الإلكترونية الإعلامية دورا رئيسيا في تحديد توجهات الجمهور العام حيال قضايا .وطنية دولية .مصرية . إذ يعتمد عليها الملايين للاستقاء الأنباء كما أن تطورات العصر تقضي بضرورة مواكبة هذه الوسائط التكنولوجية للمستجدات التكنولوجية للإرضاء المستخدمين إذ عملت المؤسسات الإعلامية الوطنية عينة الدراسة علي تطوير الجانب التقني لنشر الإلكتروني وطورت نسخ مواقعها منها وكالة الأنباء الجزائرية APS و بوابة الشروق . وموقعي التلفزيون الجزائري ، وكل شئ عن الجزائر TSA حيث عملت علي تطوير النشر الإلكتروني ، وتعرضنا في أطروحتنا لمستجدات التصميم الشكلي واستخدامات الملتيميا و الأنفوغراف . والفيديوغراف

وانتهينا إلي مبحث تطبيقي تعرض لتطورات الشكلية والضمنية للمواقع الإخبارية الوطنية حيث تعرضنا لمختلف التحسينات التي عملت عليها وإستخدمنا في إنجاز الأطروحة المنهج المسحي التحليلي في دراستنا الوصفية لمعرفة اعمال التكنولوجيا والبشرية التي عملت علي إخراج المواقع الإعلامية الإلكترونية عينة الدراسة علي الصورة التي نراها اليوم وكانت سؤال الجوهر لدراسة ما دور التطور التقني في وسائل التصفح في التحديثات الشكلية والضمنية التي عرفتها المواقع الوطنية في سنة 2017 ، وماهي أهم التطورات التي عرفها العمل الإعلامي الإلكتروني الوطني

وكانت تساؤلاتنا كالتالي

- كيف واكبت المواقع الإعلامية ظهور وسائل جديدة لتصفح الرقمي:
 - ما لتحولات التي عرفتها غرف الاخبار نتيجة الاندماج الرقمي والإعلامي
 - ما الأغراض الإعلامية التي تستعمل فيها الأنترنت
 - كيف أثر المستخدمين علي شكل عرض الأنباء في المواقع الإعلامية الإلكترونية:
- وكانت النتائج كالتالي
- إن الاندماج الإعلامي غير عالم إنتاج الأخبار علي فضاء الأنترنت وحول قاعات التحرير فيما يشبه المصنع نتيجة التخصص وإلغاء بعض المهام
 - إن إخراج المواقع الإلكترونية ماهي إلا عملية تقنية تحريرية معقدة تتحكم في حجم المتابعة
 - إن الفيديو غراف والأنفوغراف والملتميديا أهم مخرجات عصر بث المعلومة علي النت
 - إن الالتقاء الرقمي وبعده الاندماج الإعلامي جعل من المحرر والتقني في خدمة المتابع الذي يشارك في صناعة المعلومة

- إن المواقع الإلكترونية الإعلامية لكل من وكالات الأنباء والتلفزيونات و الراديو واجهة للمؤسسة ووسيلة ترويج لخدماتها ومصدر لدخل مالي
- إن الهواتف الذكية أثرت علي الصناعة الرقمية للأنباء وجعلته متغيرا شديدا التأثير والتفاعل
- إن صناعة المواقع الإعلامية متغيرة حسب التغيرات التكنولوجية و الفنية
- تحولت جميع مؤسسات الإعلام للإنتاج المحتوي الإلكتروني لزيادة التأثير والانتشار نتج عن ذلك زيادة النفاعلية وتوقير محتوى خاص للمشاركين و التركيز الانتاج محتويات متعددة الوسائط مع الاعتماد علي الفيديو غراف والأنفوغراف والصورة
- عرفت المواقع الإعلامية عينة الدراسة تطورات متلاحقة في الشكل والمحتوي لجعلها مصدرا دائم المتابعة

الكلمات المفتاحية : الإعلام الإلكتروني . الاندماج الإعلامي . المواقع الإعلامية . الصحافة الإلكترونية .صحافة الموبايل

Media websites play a key role in defining the trends of the general public on international and national issues. Millions depend on them for news. Today's developments require that these technological media be kept abreast of technological developments to satisfy users. The media organizations have worked to develop the technical aspect of the electronic dissemination and have developed copies of their websites such as the Algerian News Agency and the portal

Al-Shurooq, the Algerian television sites, and everything about Algeria TSA where I worked on the development of electronic publishing, and we presented in our thesis the updates of formal design and the uses of the Mastadia and the Anfograf. VideoGraph

And we ended up with an applied research that was exposed to the formal and implicit developments of national news websites where we were exposed to various improvements that I worked on and we used the analytical survey curriculum in our metadata study to know the technological and human factors that worked to produce the electronic media websites sample study on the picture we see today and was a fundamental question to study what role technical development in browsing methods in the formal and implied updates that we knew.

Our questions were as follows.

- How media sites kept up with the emergence of new means of digital browsing:
- What Transformations Have The News Rooms Known As A Result Of Digital And Media Integration
- What information purposes use the Internet
- How users influenced the form of news presentation on media websites:

The results were as follows.

- Media integration is not the world of news production on the Internet and around editing halls in what looks like a factory as a result of specialization and cancellation of certain tasks
- Taking out websites is a complex editorial process that controls the size of the follow-up
- The video Graph, InfoGraph and Metamedia are the most important outputs of the era of broadcasting information on the net
- Digital encounter and after media integration made it an editor and technician in the service of the follower who participates in the information industry- Digital

abstract

convergence and then media integration have made the editor and the technician into the service of a follower involved in the information industry.

The media websites of both news agencies, TVs and radio are an interface for the Foundation, a means of promoting its services and a source of financial income

- Smartphones have affected the digital news industry and made it a highly influential and interactive variable
- The industry of media sites is changing according to technological and technical changes
- All media organizations have shifted to electronic content production to increase impact and spread resulting in interactive annihilation and special content for subscribers and focus production multimedia contents with reliance on Graf video, Anfograf and image
- The information sites of the sample study identified subsequent developments in the format and content to make them a constant source of follow-up.

Keywords: Electronic media. Media integration. Media sites. Electronic Press. Mobile Press.

Résumé de letude

Résumé de l'étude

Les sites Web des médias jouent un rôle clé dans la définition des tendances du grand public sur les questions internationales et nationales. Des millions de personnes en dépendent pour les nouvelles. Les développements actuels exigent que ces médias technologiques soient tenus au courant des développements technologiques pour satisfaire les utilisateurs. Les médias ont travaillé à développer l'aspect technique de la diffusion électronique et ont développé des copies de leurs sites Web tels que l'Agence de presse algérienne et le portail

Al-Shurooq, les sites de télévision algériens, et tout sur l'Algérie TSA où j'ai travaillé sur le développement de l'édition électronique, et nous avons présenté dans notre thèse les mises à jour de la conception formelle et les utilisations de la Mastadia et de l'Anfograf. VideoGraph

Et nous nous sommes retrouvés avec une recherche appliquée qui a été exposée aux développements formels et implicites des sites de nouvelles nationales où nous avons été exposés à diverses améliorations sur lesquelles j'ai travaillé et nous avons utilisé le programme d'enquête analytique dans notre étude des métadonnées pour connaître la technologie et facteurs humains qui ont travaillé à produire les sites Web de médias électroniques exemple d'étude sur l'image que nous voyons aujourd'hui et était une question fondamentale pour étudier quel rôle le développement technique dans les méthodes de navigation dans les mises à jour formelles et implicites que nous savions.

Nos questions étaient les suivantes.

- Comment les sites médias ont suivi l'émergence de nouveaux moyens de navigation numérique:
- Quelles transformations les salles de presse ont-elles connues comme étant le résultat de l'intégration du numérique et des médias?
- À quelles fins l'information utilise-t-elle Internet?

Résumé de letude

- Comment les utilisateurs ont influencé la forme de présentation des nouvelles sur les sites Web des médias :

Les résultats sont les suivants.

-- L'intégration des médias n'est pas le monde de la production de nouvelles sur Internet et autour des salles de montage dans ce qui ressemble à une usine en raison de la spécialisation et l'annulation de certaines tâches

- Le retrait des sites Web est un processus éditorial complexe qui contrôle l'ampleur du suivi.

- La vidéo Graph, InfoGraph et Metamedia sont les sorties les plus importantes de l'ère de la diffusion de l'information sur le net

-- La rencontre numérique et après l'intégration des médias en a fait un éditeur et technicien au service du suiveur qui participe à l'industrie de l'information Les sites web des agences de presse, des télévisions et de la radio sont une interface pour la Fondation, un moyen de promouvoir ses services et une source de revenus financiers

- Les téléphones intelligents ont eu une incidence sur l'industrie des nouvelles numériques et en ont fait une variable très influente et interactive

- L'industrie des sites médias évolue en fonction des changements technologiques et techniques

-- Toutes les organisations médiatiques se sont tournées vers la production de contenu électronique afin d'accroître l'impact et la diffusion, ce qui a entraîné l'annihilation interactive et le contenu spécial pour les abonnés et la production de contenu multimédia axée sur la vidéo Graf, Anfograf et l'image.

- Les sites d'information de l'étude type ont identifié des développements ultérieurs dans le format et le contenu pour en faire une source constante de suivi.

Résumé de letude

Mots-clés : Médias électroniques. Intégration des médias. Sites de médias. Presse électronique. Presse mobile.

الفصل الأول تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.و الإنتاج الإعلامي

15.....المبحث الأول: الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار

53.....المبحث الثاني : استخدامات الموبايل في الإعلام

92.....المبحث الثالث :الصحافة الذكية

97.....المبحث الرابع :استخدامات صحافة المواطن في وسائل الإعلام

الفصل الثاني: العمل الإعلامي والسوشيال ميديا

110.....المبحث الأول عمل غرف الأخبار في ظل الطفرة التكنولوجية

126.....المبحث الثاني : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام

144.....المبحث الثالث : أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث :تطور المواقع الإلكترونية الإعلامية في ظل تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.

161.....المبحث الأول : تطور المواقع الإعلامية الإلكترونية

180.....المبحث الثاني : تطور المواقع الإلكترونية لصحف

215.....المبحث الثالث : التحولات في إنتاج المعلومة في المواقع الإعلامية

239.....المبحث الرابع : : تحليل للخدمات المتوفرة لعينة من المواقع الإلكترونية الإعلامية

250.....الإجابة عن أسئلة الدراسة

252.....خاتمة

254.....المراجع

258.....الملاحق

فهرس المحتويات

243	فئات الشكل
239	فئات المضمون

فهرس المحتويات

الشكر.

الإهداء.

الملخص بالعربية

الملخص بالإنجليزية

الملخص بالفرنسية.

الفهرس

أ..... مقدمة

1..... الإشكالية

3..... التساؤلات

4..... مبررات اختيار الموضوع.

5..... أهمية الدراسة

6..... أهداف الدراسة.

8..... الدراسات السابقة.

9..... نقد الدراسات السابقة.

11..... مصطلحات الدراسة

مقدمة

عرفت وسائل الإعلام تحولات سريعة في إنتاج المحتويات الإعلامية في المواقع الإخبارية ، وتنوعا في المضامين من أنفوغرافيا ، فيديو غرافي ، لشرح الأحداث للمشاهدين وتلبية رغباتهم والتأثير عليهم ، وإعلامهم بالصورة الموضحة والإحصائية الشارحة له مما يجعله قادرا علي الإطلاع بمجريات الأحداث المختلفة ، بتفاصيلها وتدقيقها ، مما جعل العمل الإعلامي يتغير ، ويواكب التطورات مع ما يتناسب ذلك مع تكوين وتحسين الأداء الصحفي بما يتناسب مع هذه المتطلبات.

كما عرف المستخدم أنماط أخرى من الاستخدامات والتلقي كإستعمال التابلت ، الهاتف الذكي مما إستدعي ظهور أنواع صحفية ، كإعلام الموبايل ، صحافة المواطن التي سمحت بنقل أحداث غابت عن وسائل الإعلام ، كصور حرائق ، إنفجارات ، اعتداءات إرهابية علي المباشر كما لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في نشر المعلومة ، وإعطاء بعد تفاعلي وديناميكي لها ، ومعرفة آراء الناس حول محتوياتها

مما إنجر عنه تطوير تقني وعملي لمواقع وسائل الإعلام ، وعلي رأسها وكالات الأنباء كمصدر اساسي للمعلومة ، التي عرفت تطورا في تقديم الأنباء علي شكل صور وشريط أخبار ، وفيديوهات ، وأنفوغرافيا ، كما إستلزم ذلك تنوعا عاما في العرض بإستحداث نسخ خاصة بالهواتف ، وتطبيقات خاصة لمعرفة آخر التطورات ، وتسهيلا لوصول المعلومة ، ومنه جاءت أطروحتنا الموسومة ب **اسهام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تطوير المواقع الاعلامية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من المواقع الاعلامية الوطنية خلال سنة 2017**، لتميط اللثام عن كل هذه العناصر ، وتعرض لمختلف التطورات الأساسية التي عرفتها المواقع الإعلامية ، علي رأسها موقع وكالة الأنباء الجزائرية ، الإذاعة الوطنية ، التلفزيون الجزائري ، بوابة الشروق ، وكل شئ عن الجزائر TSA

تعرضنا في الفصل الأول إلي تكنولوجيايات الإعلام والإتصال والإنتاج الإعلامي جاء الفصل في ثلاث مباحث تعرض المبحث الأول لشرح مفيد لتأثير التكنولوجيا في ظهور ظاهرة الإندماج الإعلامي التي غيرت معالم الصناعة الإعلامية وكانت سبب في ظهور عدة إيضاحات مثل الفيديو غراف الأنفوغراف . الملتمديا وغرف التحرير المدججة

وكان المبحث الثاني تناول استخدامات الموبايل في الإعلام وكيفية تأثير ذلك في الصناعات الإعلامية و تغطية الأحداث واستعمالات الصحفيين له المبحث الثالث كان استخدامات صحافة المواطن في وسائل الإعلام . وكيف تغيرت الصحافة الإلكترونية علي إثرها وكيف أصبحت الصحافة مهنة متاحة لشاهد عيان

وجاء الفصل الثاني العمل الإعلامي والسوشيال ميديا وجاء الفصل ليوضح رؤية حول إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في الإعلام وجاء المبحث الأول بعنوان عمل غرف الأخبار في ظل الطفرة التكنولوجية إستعرضنا تطور

العمل الإخباري والمبحث الثاني إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في الإعلام وكان المبحث الثالث بعنوان أخلاقيات العمل في ظل إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي

وجاء الفصل الثالث بعنوان تطور المواقع الإلكترونية الإعلامية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال ليحلل ظاهرة إنتاج المعلومة الرقمية وتطورات المجال استعرضنا فيه في المبحث الأول تطور المواقع الإعلامية الإلكترونية وجاء المبحث الثاني تطور المواقع الإلكترونية لصحف حيث استعرضنا تطور صناعة الصحافة الإلكترونية ومختلف طرق تصميمها و الأمور التقنية التي تحكمها عملها ، والشكل الذي يحكم عملها و تعرضنا لتحويلات الإعلامية في المواقع الإلكترونية الإعلامية والتطورات التي طرأت علي آلية عملها وطرق التحرير بها والفرق العاملة بها وتنظيمها ، وكيفية إخراج المعلومة للقارئ كما عملنا علي تقديم آلية معالجة المادة الإعلامية رقميا كالفديو كما تعرضنا للمواقع الإعلامية الإخبارية كموقع وكالة الأنباء ، وتعرضنا لخصائص العمل بها وطريقة إنتاج الخبر

لنختم بمبحث الرابع تعرض لتحليل وصفي لمضمون المواقع الإعلامية عينة الدراسة ، كموقع وكالة الأنباء الجزائرية كل شئ عن الجزائر. موقع التلفزيون . موقع الإذاعة . موقع

حيث تعرضنا للخدمات المتنوعة ، التي تقدمها هذه المواقع ومدى ملائمتها لتطورات التقنية و وسائط التصفح كما تعرضنا لجمالية شكلها و طبيعة مضمونها ومدى تطويرها

عرفت وسائل الإعلام تطورا كبيرا في آليات العرض وطرق تقديم المعلومة ، نتيجة التحولات التكنولوجية ، وتطلب الأمر تكويننا للإعلاميين ، وكذا ظهور مصطلحات كالفيديوغرافيا ، والأنفوغرافيا ، والكبسولة الإعلامية والمقاطع الصوتية ، وكذا التفاعل عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ، كاليوتوب ، الفايسبوك

مما جعل المواقع الإخبارية الإلكترونية مصدرا أساسيا للمعلومة ، واستقبالها والتفاعل بين المستخدم والمصدر ، كما عرف المجال الإعلامي تطورات في المواقع الإعلامية من حيث العرض وصناعة الخبر الإلكتروني ، ولم يكن هذا متاحا لولا الاندماج الإعلامي الذي سمح لوسائل الإعلام بتغيير عمل غرف الأخبار ، وفرض التخصص وظهور ، إعلام الموبايل ، والصحفي الشامل الذي لا يحتاج سوى لهاتفه ، ومفاتيح حاسوبه لتغطية الحدث .

فكولوجيات الاتصال ساهمت في تطوير الإعلام الرقمي وكانت المواقع الإعلامية الوطنية من المواقع الإلكترونية المتأثرة بالطفرة التقنية الحاصلة . وظهرت التغيرات في طبيعة العمل التقني الممارس فيها وكذا توزيع المهام في غرف التحرير ، و تصميم الصفحات وطبيعة المواد الإعلامية الإلكترونية المنتجة فيها من الملتمديا و الأنفوغراف . الفيديوغراف إذا عملت المواقع الإلكترونية عينة الدراسة علي استقطاب أكبر قدر من المتابعين كما تعمل هذه المواقع الإعلامية علي إنتاج محتوى في مواقع التواصل الاجتماعي لمخاطبة أكبر قدر من المحتويات لمخاطبة جمهور محدد .

كما فرض انتشار التكنولوجيا والاستعمال الواسع للموبايل في إنتاج المحتوى ظهور مفهوم صحافة المواطن لنجد أمامنا مواطن صانع للحدث حيث أثارت قضايا رأي عام ونقلت الصراعات ، فالقدرة على تصوير الأحداث الكبرى ونقلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل التويتير والفيسبوك واليوتوب، سمحت للأفراد العاديين بلعب دور نشط في تجميع ونشر الأخبار والمعلومات من خلال هذه المواقع¹

ونتيجة لتطورات الصناعة الرقمية ظهر مصطلح آخر ألا وهو الصحافة الذكية²، حيث تشكل الصحافة الذكية، بداية عصر جديد في مجال الإعلام يحمل تغيرات مفتوحة على كل الاحتمالات في المستقبل، لارتباطها بوسيلة حيوية قابلة للتجدد والاستحداث يوما بعد الآخر، بوصفها

¹ نورسلمان ، صحافة المواطن : تأثير محدود على تغطية الإعلام التقليدي للصراعات عبر العالم " مجلة إتجاهات الأحداث مركز المستقبل للأبحاث و الدراسات المتقدمة مج 8 ع 2015ص 54

² شاهين ، سناء يوسف . "الصحافة الذكية : المفهوم وآفاق المستقبل : دراسة بيانية، لغوية، تطبيقية مجلة بحوث، مركز لندن للاستشارات و البحوث ، ع36 2020 ، ص 66 .

أجسام قابلة للتنوع في الشكل والقدرات، مما يكسب الصحافة الذكية بعدا جديدا، ويكرس لسمات وخصائص مرنة، تتكيف مع تغيرات محتملة في أشكال الوسيلة الذكية التي نشأت في تسعينات القرن الماضي نتيجة التقارب بين قطاع تكنولوجيا الاتصالات والهواتف المحمولة، والوسائط المتعددة، والإنترنت. الصحافة الذكية ليست معطى ساكنا ومنهي البناء. إنها عرضة للتجديد والتطور، وتخضع لديناميكية التغيير الذي تصنعه الابتكارات التكنولوجية والاستخدامات الاجتماعية التي يوطرها السوق. إن التسابق في مجال الصحافة الذكية وإن كان قد بدأ بالهواتف الذكية، إلا أن احتمالات استبدالها بأخرى ذكية في المستقبل تظل قائمة، ولربما تعمل معها جنبا إلى جنب، فالجبال موعود بتغيرات عديدة على صعيد الوسيلة سيما وأن قطاع الذكاء الاصطناعي يعمل على تطوير تقنيات إنترنت الأشياء، إلى جانب التطور في مجال الهواتف الذكية، سيما مع ظهور تقنية الجيل الخامس من شبكات الاتصال¹ هذه الجهود تصنع مزيجا متناغما بين أكثر من تكنولوجيا لتوصيل الرسالة كالإنترنت والحاسوب والأقمار الصناعية والشبكات الإلكترونية بما تتواصل جهود الذكاء الاصطناعي لابتكار وسائل ذكية أكثر حداثة من الهواتف الذكية يمكن استغلالها في قطاع الإعلام ومنها نتج ما يعرف بصحافة الموبايل عندما يتم نشر الأخبار بالطريقة التقليدية فإن الأمر يستغرق وقتاً طويلاً فحتى من يصل أولاً إلى مكان الحدث يأخذ وقتاً للوصول إلى هناك؛ شاحنة كاملة مليئة بالصحفيين وطاقم تصوير ومعدات ضخمة بحاجة إلى شق طريقهم إلى هناك. تتطلب العملية برمتها - التصوير والتحرير والبث - الكثير من الأشخاص والمعدات.

فاليوم، يمكن للصحفي الذي لديه هاتف ذكي أن يروي قصة من البداية إلى النهاية، ويتعامل بشكل مستقل مع كل خطوة على طول الطريق، كل ذلك بمفرده.

تعد قوة الهاتف المحمول وجميع أدواته جزءاً كبيراً مما يجعل هذا ممكناً: يتيح الهاتف الذكي لهم التصوير وتسجيل الصوت والتقاط الصور وتحرير الفيديو وكتابة القصص والاتصال والنشر على الويب، وبالطبع، إجراء مكالمات هاتفية فعلية. نفس القدر من الأهمية هي قدرة المراسل على التنقل والاستقلالية والقدرة على العمل أثناء التنقل. هذه باختصار صحافة متنقلة² وبهذا يكون الهاتف المحمول أداة صناعة صحفية أحدثت ثورة في الإنتاج الإعلامي و تصفح المحتويات التي تتأثر بها تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة . فالصحافة الإلكترونية بالجزائر مرت بمراحل كانت أول ظهور لمواقع الصحف الإلكترونية وفق التاريخ التالي

¹شاهين ، سناء يوسف . "الصحافة الذكية : المفهوم وآفاق المستقبل ،مرجع سبق ذكره ص 66

²فريق دراسات lamprمستقبل صحافة الموبايل ،أكاديمية لندن للإعلام والعلاقات العامة

<https://lampr.ac/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%84->

1. جريدة الوطن الصادرة بالفرنسية¹، وقد كانت السباقة في إنتاج نسخة إلكترونية لطبعتها الورقية ابتداء من نوفمبر 1997.
2. جريدة الخبر كأقوى جريدة ناطقة باللغة العربية وضعت علي أنت في أبريل 1998.
3. Liberte جانفي 1998 جريدة خاصة.
4. اليوم فيفري 1998 - جريدة خاصة.
5. الشعب جوان 1998 عمومية.
6. El moudjahid جويلية 1998 عمومية.
7. El WATAN أكتوبر 1998 خاصة.
8. Le soir d,algerie نوفمبر 1998 خاصة.
9. بدأ El asil مارس 2000 خاصة.

بحيث عملت هذه المواقع علي تطوير الشكل و المضمون إذ في بدايتها نشرت الجريدة الورقية علي النت وبعدها أنتجت مضامين إعلامية خاصة بالموقع الإلكتروني وكانت في غالب الأحيان مكملة للجرائد الورقية في حين ظهرت مواقع إلكترونية بحتة دون نسخة إلكترونية كموقع كل شيء عن الجزائر tsa ، فيما أثر الاستخدام و تطور تكنولوجيات الاتصال علي صناعة المعلومة الرقمية في الشكل والمضمون

ومنه جاءت دراساتنا اسهام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تطوير المواقع الاعلامية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من المواقع الاعلامية الوطنية خلال سنة 2017 لتحديد نتائج التطورات التقنية علي العمل الإعلامي عموما ، والمواقع الإعلامية الوطنية خلال فترة الدراسة ، فما دور التطور التقني في وسائل التصفح في التحديثات الشكلية والضمنية التي عرفتها المواقع الوطنية في سنة 2017 ، وماهي أهم التطورات التي عرفها العمل الإعلامي الإلكتروني الوطني

تساؤلات الدراسة :

- كيف واكبت المواقع الإعلامية ظهور وسائل جديدة لتصفح الرقمي
- ما لتحولات التي عرفتها غرف الاخبار نتيجة الاندماج الرقمي والإعلامي
- كيف أثر المستخدمين علي شكل عرض الأنباء في المواقع الإعلامية الإلكترونية

¹ سامية بورقعة ، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية. مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والإتصالية مج.1 ع1 ص 256

- ماهي العناصر الأساسية في تصميم المواقع الإلكترونية الإعلامية الإخبارية

- ما تأثير الهواتف الذكية في طرق عرض الأخبار الإلكترونية

- ما لقوانين التشريعية التي سنت لتنظيم صناعة الإعلام في المواقع الإخبارية

- ماهي الية العرض المتبعة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

مبررات اختيار الموضوع

المبررات الذاتية :

- استعمال اليومي لمواقع المؤسسات الإعلامية
- فضولي نحو الأثر التكنولوجي علي وسائل الإعلام الإلكترونية

المبررات الموضوعية :

- قلة الدراسات في الموضوع
- أهمية الموضوع في علوم الإعلام والاتصال
- الاستخدام الكثيف للوسائل التكنولوجية وتأثير ذلك علي الوسائل الإعلامية . والمتابعين
- العامل المؤثر للإعلام الرقمي علي التوجهات السياسية والسياسات الإقليمية

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في إبراز التحولات علي عمل المواقع الإعلامية حيز الدراسة ، وتأثر تكنولوجيا الإعلام ومنصات الاستعمال علي مختلف المحتويات والمضامين ، كما عملت الدراسة علي استعراض بيئة العمل الإعلامي والتنظيم الخاص للمواقع الإعلامية وتأثرها بمواقع التواصل الاجتماعي ، واخترنا لهذا الغرض عينة من المواقع الإخبارية الإلكترونية الوطنية ، متطرفين لألية عملها. مع تحليل شكلي وضمي للمحتويات المواقع .

حيث أن الصحافة الإلكترونية الوطنية عرفت تطورات في الشكل والمضمون وصناعة المحتويات حيث عرفت تطورات في استخدام النص الفائق والمزج بين الصورة والصوت والفيديوغراف ، الأنفوغراف كما أن الصناعة الإعلامية استثمرت في السوشيال ميديا لزيادة تأثيراتها .

حيث عملت علي تكوين الصحفيين المتخصصين في التحرير الإلكتروني و توزيع الخبر الرقمي للقراء المختلفين لضمان انتشار أوسع . مع استغلال مساحات للإشهار الإلكتروني كمصدر لدخل . كما ان التفاعلية واستخدام المحتوى الرقمي . للمستخدمين والتأسيس لصحافة ذاتية أصبحت تعرف بصحافة المواطن . كما أن أثر التكنولوجيا الاتصال الشخصية كالهاتف الذكي الذي أنتج ما يعرف بصحافة الموجو . التي غيرت معالم العمل الإعلامي مما جعل دراستنا تحيط بتغيرات المرافقة للفضاء الرقمي ، من إحالات .وتصميم دقيق لشكل مع واجهة تفاعلية للموقع سهل الاستخدام لتمكين المتابع من الإحاطة بالمحتوي المنشور رقميا . مع إمكانية التفاعل و المشاركة .

فحما ت دراستنا لتبيان الدور الذي لعبته التقنية في تطوير شكل المواقع الإعلامية عينة الدراسة ، ومدى التحسين الذي بلغته في صناعة الأخبار إلكترونيا.

أهداف الدراسة

و المنهجية المعتمدة

هدفت دراستنا إلى :

- دراسة العمل في المواقع الإعلامية
- استعراض أهم المواقع الإعلامية للإذاعات ، وكالات الأنباء و التلفزيونات
- دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المواقع الإعلامية
- خصائص العمل الإعلامي في خضم التطور التقني
- تأثير عمل المواقع الإعلامية بمنصات الاستقبال لدى المستخدمين
- التحولات في التحرير الإعلامي الرقمي
- التأثيرات المتواصلة لتكنولوجيا علي شكل ومضامين الإعلام الرقمي
- التفريق بين الصحيفة والموقع والبوابة الإلكترونية الإخبارية
- تحديد تطور المواقع الإعلامية عينة الدراسة
- تفاعل الصحفيين مع التحولات التي يعرفها إنتاج المعلومة علي الإنتاج الرقمي
- أثر صحافة المواطن علي طريقة عمل الوسائل الرقمية
- معرفة تطورات صحافة الموبايل وتأثيرها علي الصحفيين والمتابعين
- معرفة طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي الرقمي
- تحديد التطويرات التي خضعت لها موقع الإذاعة الوطنية . وكالة الأنباء الجزائرية ، كل شئ عن الجزائر . التلفزيون الجزائري .
- تحليل مختلف الخدمات المتاحة في المواقع الإعلامية وطريقة تصميمها

منهجية الدراسة

- إن عماد أي دراسة هو المنهج المتبع للوصول لتحليل تطور ظاهرة إعلامية وتحديد عوامل تطور المجال الرقمي . اتجهنا للمنهج المسحي التحليلي في دراستنا الوصفية لمعرفة كيفية تطور المواقع الإعلامية مع المستحدثات التكنولوجية ، استخدمنا الوصف وأداة الملاحظة ، مع أداة تحليل مضمون شكلي وضميني للمحتوي الرقمي للمواقع الإعلامية الإلكترونية الوطنية
- عينة الدراسة :
- اخترنا لتحليل ظاهرة التحول الرقمي التكنولوجي في المواقع الإعلامية الإلكترونية مواقع متباينة ذات تأثير واسع محلي ودولي كموقع وكالة الأنباء الجزائرية . و موقع التلفزيون الجزائري . بوابة الشروق . وموقع كل شئ عن الجزائر .
- نظرا لتأثيرها الواسع ، وكذا خدماتها المتطورة و المتجددة المتناغمة مع التوجه نحو الإعلام الرقمي وصناعة المعلومة إلكترونيا . للإحاطة بما بلغته من تطوير وتحسينات شكلية وضمنية موائمة للمنصات المستخدمة لتصفح

الدراسات السابقة

ويقدم Erdal 2008 دراسة حالة أيضا بالتطبيق علي مؤسسة الإذاعة النرويجية العامة the norwegian public service broadcaster nrk حيث بحث في تعدد المنصات الإعلامية من منظوري عمل الأخبار news work ونصوص الأخبار news texts ركز في الأول علي البناء التنظيمي وعمليات الإنتاج والإستراتيجية المؤسسة لتعامل مع تعدد المنصات وكيف يتواصل الصحفيون مع تلك الإستراتيجيات خلال عملهم اليومي . وفيما تناول الثاني كيفية كتابة ونشر التقارير الإخبارية في المنصات الإعلامية المختلفة من حيث تكتيك الكتابة والإنتاج ، وذلك بالتطبيق علي مؤسسة الإذاعة النرويجية العامة the norwegian public service broadcaster nrk باستخدام أداتي الملاحظة والمقابلات .

وقد توصل الباحث إلي أن تعدد المنصات بات يؤثر علي ظرف العمل الإخباري اليومي والهيكلي التنظيمي للمؤسسة ، مشيرا إلي ظهور بعض الإشكاليات المتعلقة بحقوق التأليف في ظل اشتراك أكثر من مرحلة وأكثر من مستوي في صناعة المادة الإعلامية .

وعلي صعيد متصل ، أصدرت شركة deloitte للاستشارات تقريرا عن الاندماج بين الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات أشار إلي أن الاندماج بات ضرورة .

وفي ذات السياق، أعد Keller & Abelson¹ 2015 دراسة حول استخدام أدوات حديثة في قياس كفاءة غرف الأخبار من حيث مواءمتها للمعايير المهنية الشاملة ومن حيث التأثير على الجمهور والتغذية الراجعة باستخدام أداة صممها الباحثين خصيصا لهذا الغرض باسم NewsLynx تعمل على تقديم تصنيفات ومعايير للتأثير الحاصل على الجمهور، وبناء إطار عمل خاص بكل وسيلة إعلامية لقياس مفهوم التأثير حسب معاييرها وأهدافها.

دراسة Wallace 2013, بعنوان تصميم المعلومات التفاعلية بين التقليد والمحاكاة والابتكار في آسيا Between tradition, imitation and innovation: interactive information

¹ عمر عرقوب ، نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها ، معهد الجزيرة لإعلام 2019، ص 9

graphics in Asia, هدفت الدراسة لتقديم نظرة شاملة حول حالة استخدام تصميم المعلومات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية في اسيا من خلال طرح الأسئلة التالية: هل يتم استخدام تصميم المعلومات كنموذج مرئي لتقارير الأخبار على الويب؟ هل هناك تأثير للثقافة على التصميم المستخدم؟ هل هناك تأثيرات للتصاميم الغربية على ما هو متبع في اسيا؟. قامت الدراسة بتحليل 61 تصميمًا للمعلومات من سنغافورة بياني وكوريا الجنوبية واليابان.

والصين، مع التركيز على الصحافة عبر الإنترنت. أظهرت النتائج اتجاهًا طفيفًا للتجانس في تصميم الرسوم البيانية للمعلومات نتيجة للعولمة. ومع ذلك، فإن رسومات المعلومات - خاصة من اليابان والصين - تتبنى أسلوب التصميم الغربي بنجاح دون أن تفقد جذورها الثقافية.²

درس Wallace 2013 انتشار نموذج تعدد المهارات لدى الصحفيين في غرف أخبار الـ BBC، وتوصلت الدراسة إلى أنه تم تبني مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التنظيمية لتمكين الصحفيين من العمل عبر المنصات المختلفة بمهارات متعددة بما في ذلك الإذاعة والتلفزيون والانترنت لكن الدراسة حذرت من أن هذا الدمج وتعدد المهارات قد يؤدي إلى تقليل القوى العاملة وزيادة الضغوط على الصحفيين، وبالتالي التأثير على جودة الإنتاج سلبيا. وقد أخذت بذلك صحيفة Volkskrant de الهولندية وقررت فصل غرف الأخبار التقليدية عن الرقمية كإستراتيجية للتخصيص وإنتاج المواد العميقة والمبدعة حسب 2013 Broersma & Taming.

نقد الدراسات السابقة

تشابه الدراسات التي استندنا عليها في الموضوع الذي هو دراسة المواقع الإعلامية فدراسة أردل تتعرض إلى إنتاج المحتوى الرقمي في الإذاعة وتعامل الفريق التحريري مع مختلف المنصات إلا أنها تختلف علي دراستنا كونها تدرس الإنتاج الإذاعي مستخدمة الملاحظة و المقابلة التي استغينا عنها أما دراسة keler فدرس التفاعلية بين غرف الأخبار والمتابعين أما ولاس فدرس الإنتاج الإخباري في غرف الأخبار في الإذاعة، التلفزيون الأنترنت الذي تغير بفعل الاندماج الإعلامي واختفاء عدة وظائف

² يوسف أبو عبدون توظيف صحافة البيانات داخل غرف الأخبار في وسائل الإعلام الإلكترونية، ماجستير، قسم الصحافة والإعلام 2020

بفعل التقارب الرقمي كما ركزت علي نوعية الإنتاج .تتقارب مع دراستنا لتطرقها لدراسة غرف الأخبار وإنتاج المعلومة في مختلف المنصات تختلف بحيث أننا نتطرق للإنتاج الرقمي للمواقع الإلكترونية الإخبارية المحلية .

مصطلحات الدراسة

وكالة الأنباء¹ :

وكالة الأنباء هي مؤسسة تقدم خدمة إخبارية حيث تعني بتجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت .وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والشبكة العنكبوتية . جذورها ليست حديثة بل تعود الى الفينيقيين فقد كانوا يستخدمونها في التجارة ويبيعون المعلومات الى التجار الصغار واستمر الطابع التجاري حتى بعد اختراع الطباعة في 1438 .

وكالة الأنباء مؤسسة إعلامية خدمية، تتميز بطابع خاص، إذ أن مهمتها تتجلى في تجميع ومعالجة عناصر المعرفة المتنوعة، تمهيدا لبثها، عبر تقنيات معينة، إلى وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعتمد بدورها إلى نشرها انتقائيا، على نطاق جماهيري. ويمكن القول أن وكالة الأنباء هي عصب العملية الإعلامية ومحورها إذ لا يمكن تصور الإعلام بدون وكالات أنباء².

التعريف الإجرائي :

يمكن القول أن وكالة الأنباء مؤسسة إخبارية متكاملة للإنتاج متعددة الوسائط المحترف ، تضم أقسام تقنية وتحريرية وأقسام لترجمة وإدارة ، تعمل علي نشر المعلومة عبر لزيائن معروفين يشتركون في شريط الأخبار والصور والفيديو ، وأنفوغراف وفيديوغراف ، وتنشر المعلومة علي مدار الساعة علي مواقعها المختلفة علي مدار الساعة . وما يهمننا الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الجزائرية كواجهة للمؤسسة

الصحفي:

الصحفي هو الشخص الذي يمارس مهنة الصحافة إما منطوقة أو مكتوبة، وعمل الصحفي هو جمع ونشر المعلومات عن الأحداث الراهنة، والاتجاهات وقضايا الناس وعمل ريبورتاجات ، كما أن مهنة الصحفي هي إعداد تقارير لإذاعتها أو نشرها في وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة والمجلات التاريخ.

صحفي كلمة عربية قديمه . كانت بالسابق تقال لمن يجلب المعلومات من الكتب دون معلم .فكانوا عند المناقشات الأدبية يعيرون على من ليس له شيخ أو معلم وينعتونه بكلمة صحفي.

¹ياسر عبد الرحمن خلف. وكالات الأنباء ودورها الإعلامي. دار الحندرية لنشر والتوزيع ، 2016 ص 33

²لحسن ، عيسى محمود. وكالات الأنباء. دار الزهران لنشر والتوزيع ،2010.ص31

الأمر المهم هو تدرج هذه الكلمة . عند بداية تشكيل القرآن من قبل أبو الأسود الدؤلي بالنقط . وكان يقصد بها الضم والفتح والكسر . وبعدها وضع نصر بن عاصم نقطه الجديدة التي كان يعني بها تعجيم¹

التعريف الإجرائي : هو شخص متخصص في جمع المعلومة عبر وسائل تقنية سواء هاتف ذكي . كاميرا . ومتخصص بتركيب القصص الخبرية لإخراجها بشكل واضح للجمهور العام ، بما يتناسب مع المنصات المختلفة

الصحافة الإلكترونية

أن نشأة الصحافة الإلكترونية كانت نتيجة ثمرة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثوريتي IBA عام 1976 ضمن خدمة تلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس Ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل Oracle . وعلى الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ نشوء أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول إ : ن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد (السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونيا بالكامل على شبكة الإنترنت 1990 عام وفي عام 1992 أنشأت (Chicago Online) أول صحيفة إلكترونية على الشبكة²

America Online ، وموقع الصحافة الإلكترونية الأول على الإنترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع Palo Alto Online وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو Palo Alto Weekly لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة . وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت . وبدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر عبر الإنترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996 . وتعد صحيفة واشنطن بوست أول صحيفة أمريكية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل

¹ كنعان علي . الصحافة : مفهومها و أنواعها . دار المعتر للنشر و التوزيع، 2014 ، ص36.35

² إبراهيم، خالد ، نواف حازم و محمد . خليل "الصحافة الإلكترونية ماهيتها و المسؤولية التصيرية الناشئة عن نشاطها، مجلة الشريعة والقانون مج 25 ، ع 2011.46، ص 216

مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع أسم (الحبر الرقمي والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي) الصحف (الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحليل والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود، ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهر نظم وسائط الإعلام المتعدد Multimedia، وما تحقق من تنام لشبكة الإنترنت عموديا وأفقيا واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة خصوصا في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات إخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك. وفي شهر نيسان عام 1997 تمكنت صحيفتا ليموند و ليراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الإنترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للإصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة .

التعريف الإجرائي لصحافة الإلكترونية : هي الشكل الأخر لصحافة الورقية في فضاء رقمي ، يسمح بتصميم الصحف والإحالات ، وتحديد الوصلات المنصات الأخرى لمواقع التواصل الاجتماعي، كما يسمح بنشر الصورة والفيديوهات ، والنصوص ، مع إمكانية التفاعل ، و تحديث المعلومات علي مدار الساعة عبر فريق متخصص تقني ، وإعلامي . ونقصد بها جميع المشتورات الإعلامية علي النت

المواقع الإخبارية

هي أحد أصناف الصحافة الالكترونية ذات عنوان ثابت على شبكة الانترنت، تعرض الأخبار والأحداث الجارية في كافة أنحاء العالم من قبل ذوي الاختصاص في الصحافة والإعلام، إضافة إلى تقديم خدمات ترفيهية واجتماعية،

وتعتمد على كافة مصادر الأخبار المتعارف عليها، وهدفها الأساسي هو نشر الأخبار بالنص¹ والتحليل على صفحات الموقع بشكل دوري، وتكون متاحة لمن أراد الإطلاع عليها سواء مجاناً أو باشتراك¹

التعريف الإجرائي : هي مؤسسات إعلامية تستخدم الويب كمجال لإنتاج ونشر المعلومة اعتماداً على تطبيقات وبرمجيات و مواقع التواصل الاجتماعي ،

¹نوال يوسف بومشظة وآخرون المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في المواقع الالكترونية للفضائيات الإخبارية -الجزيرة نت والعربية نت أنموذجاً المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام و الإتصال السعودية 2016 ص 6

الفصل الأول

تكنولوجيات الإعلام والاتصال و الإنتاج الإعلامي

- ✓ المبحث الأول : الإندماج الإعلامي وصناعة الخبر الإلكتروني
- ✓ المبحث الثاني : إستخدامات الموبايل في الإعلام
- ✓ المبحث الثالث : إستخدامات صحافة المواطن في وسائل الإعلام

تمهيد

إن الإدماج الإعلامي ظاهرة تكنولوجية سمحت بالتخلي عن أجهزة وتبديلها بجهاز واحد في إنتاج الأخبار . فما كان من غرف التحرير إلا مواكبة هذه الطفرة التكنولوجية. وحتى الخبر الإلكتروني و تحريره عرف تحولات تتناسب مع الجو التكنولوجي المتداخل

أحدث التطور التكنولوجي الذي عرفته¹ المؤسسات الإعلامية خلال السنوات الأخيرة السنوات الأخيرة تحولات كبرى في ممارستها وأسلوب عملها يصل لدرجة الانقلاب الجذري، هذه التغيرات حدثت علي مستوى جميع وسائل الإعلام سواء العامة أو الخاصة المطبوعة منها والسمعية البصرية

1 مظاهر التغيير في الصحافة المكتوبة²:

شهد العالم في الأونة الأخيرة زيادة معتبرة في عناوين الجرائد والمجلات العامة والخاصة والمتخصصة لكن الأمر لا ينتهي عند زيادة العناوين أو عدد السحب إلا أنه يتعدى إلي ظهور أليات جديدة وتقنيات متطورة في عملية الإنتاج الصحفي من خلال إدخال الحواسيب والهواتف الذكية والاتصالات في مختلف مراحل جمع المعلومات وتحرير الخبر والإنتاج بدأ من توصيل المادة الإعلامية إلي مقر الجريدة أو المجلة عبر شبكة الانترنت خاصة تقنية الجيل الثالث والرابع بالاستعانة با الأجهزة المتطورة والإنتاج الطباعي وتحرير النصوص والصور عبر الشاشات الحواسيب وانتهاء بعملية الإخراج الكامل لصفحات حيث تصدر مجهزة الحاسوب إلي سطح الطابعة مباشرة ، هذا من جهة وكذا استخدام التكنولوجيا الرقمية في عرض الصور الفونوغرافية .

وتطورت أساليب توثيق المعلومات حيث اختفي الأرشيف التقليدي وعوض بالأرشيف الإلكتروني اقراص أو ملفات علي الحواسيب أو علي الهواتف الذكية ، كما تم ربط الصحيفة ببنك معلومات محلية ودولية ، ولعل أهم تغير عرفته الصحافة هو النسخة الإلكترونية علي شبكة الانترنت وكذا ظهور جرائد مجلات إلكترونية هذا هو التطور التقني الكبير مقارنة مع الممارسات الإعلامية لها كيان واقع أو افتراضي أن يرفق النص المكتوب برسومات

¹ ريم الفول ، كنزة قوطال ، مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة ، مجلة كلية الفنون ، جامعة مصراته ، ع1، 2015، ص 61

² نفس المرجع ، ص 63

وصور وبيانات مكتملة كما تسمح للمستخدم أن يبدي رأيه ويعلق ويتصل بكل حرية بكاتب المقال أو مع مستخدم آخر خلال الوسائط المتعددة .

ويمكن أن نلخص أهم مظاهر التغير للممارسة الصحفية في ظل هذه الوسائط كالتالي :

أعلي مستوي تحرير المادة الإعلامية :

استعمال الوسائط الجديدة خاصة الهاتف الذكي والذي أصبح جزء لا ينفصل عن العمل الصحفي والبرامج المختلفة للإنتاج الصحفية والمجلة بتخزين المواد المنشورة ، كمصدر من مصادر المعلومات الأولية ، ويستخدم الكمبيوتر كطابع للصحيفة منج لها حيث يطبع الصحفي المستخدم نصه وصور ورسومات يخزنها

ب-علي مستوي العمل داخل مؤسسة الإعلامية جريدة أو مجلة :

إن دخول المؤسسة الإعلامية بيئة الويب حمل العديد من التغيرات في سير العمل داخل مقرات الصحيفة أو المجلة الخاصة في غرف التحرير وإنتاج التصميم والإخراج ، حيث أصبح يعتمد علي الحاسوب كوسيلة ، نشر إلكترونية من حيث تلقي الأخبار من وكالات الأنباء من المصادر الأولية ، وأصبحت الهواتف الذكية والألواح من مميزات العصر لكونها ساعدت كثيرا في عملية السبق الصحفي ، ومن ثم توزيع علي الصحفيين ، دون أن ننسى أهمية الأنترنت هنا في تحديد الموقع الجغرافي في البحث عن الخبر وكذا الخصوصية في مجال البحث

ت- علي مستوي تصميم الجريدة وإخراجها :

أصبحت المؤسسة الإعلامية تصمم صفحات الجرائد والمجلات علي شاشة الوسائط الجديدة سواء النسخة الورقية والإلكترونية ، تحميل الصور الأزمة لمختلف المقالات وإرسالها عبر الشبكة الداخلية للمصمم الصفحات لتصميمها إلكترونيا و ثم ترسل بصفة نهائية إلي مختلف الدول الأخرى أين تطبع وتباع أيضا من مكان إنتاج الصحيفة ويستغرق الأمر أقل من دقيقة

2.مظاهر التغير في الإداعة¹ :

¹ ريم الفول، كنزة فوطال ، مظاهر التغير التي تعيشها المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة مرجع سبق ذكره ،ص65

اتجهت الإذاعة في ظل الوسائط الجديدة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال نحو الجوارية والمحلية ونحو التخصص أكثر في المادة الإعلامية والجمهور المتلقي خاصة بعد الانتقال من نظام Am إلى نظام FM وأصبحت الإذاعة الآن مثلها مثل التلفزيون تعمل بالنظام الرقمي غير حزمة من الترددات بمحطات رقمية دائمة عبر الوسائط الجديدة وشبكة الانترنت، وأصبح العديد من المحطات الإذاعية تبث برامجها بواسطة الانترنت ومما زاد عدد مستخدمي الإذاعة علي الوسائط المتعددة وهو إمكانية الاستماع الذاتي للراديو مع التصفح علي الويب بكل حرية ، وقد حل جهاز الحاسوب والهاتف محل جهاز الراديو التقليدي للاستماع لأخبار والموسيقى والإشهار ، وكل هذا يعني التغير في الوسيلة والعملية للاستماع الإذاعة واستخدام برامج الحاسوب في بث البرامج وأيضا التحكم في تصميمها وبفضل إدماج جهاز الراديو مع الوسائط المتعددة زاد عدد المستخدمين وزادت التفاعلية أكثر

2 مظاهر التغير في التلفزيون :

أدى إستخدام الأقمار الصناعية إلى حدوث تغيير ملموس في العمل التلفزيوني ،فقد مكن البث من تخطي الفواصل الجغرافية وكذا تحقيق الأنية في نقل الأخبار والبرامج وهذا ساعد في تقديم المادة الإعلامية حال وقوعها مما جعل المشاهد يتفاعل مع الحدث ويتعايش معه بشكل مباشر ،ولقد أجمع جل العاملين في القنوات التلفزيونية ، علي رأسها خاصة التمويل هو الذي ساعد التلفزيون علي التطور والتغيير في طريقة البث وكذا برامجه وتصميم البرامج والحصص وتحقيق التفاعلية بالبث المباشر الفردي والجماعي عبر الوسائط المتعددة لمادة حية غير مسجلة علي الهواء مما يجعل الجمهور المستخدم مشاركا رئيسيا في التلفزيون ،بالإضافة إلي ما هو الحال في المؤسسات الإعلامية السابقة هو العمل ضمن شبكة داخلية تسمع بإرسال المعلومات عبر إيميل من خلال الهواتف الذكية ،من المحرر إلي المصمم للمديع إلي غير ذلك ، منالوسائط المتعددة لخلق نمط جديد من البث للبرامج عبر الأنترنت وظهور العديد من القنوات الإلكترونية الرقمية بمؤسسات إفتراضية ، حيث أصبحت المهنة الإعلامية تمارس بالحرية أكثر والمضامين غير مسموحة بالبث في التلفزيون الواقعي تبث في التلفزيون الافتراضي عبر شبكة الأنترنت بإستخدام الوسائط المتعددة

3 دور الوسائط الجديدة في خلق نمط إعلامي معاصر :

للسائط المتعددة دور كبير في العالم الإعلامي المعاصر منها :

تساعد الإعلاميين علي الربط بين المعلومات من حيث عرضها في أشكال متنوعة من بينها النص الكتابي ،الرسوم ،الصورة ،غيرها

- تساعد علي تحقيق الأهداف المختلفة ، مثل الأهداف المعرفية ، السبق الصحفي الأنية .
- استخدامها يوفر متعة وجاذبية للمستخدمين بصفة عامة ، وللعاملين بالمؤسسات الإعلامية بصفة خاصة تزيد من دافعية الإعلامي من خلال تسهيل عملية العمل .
- تقدم أساليب تعلم الذاتية متنوعة الأشكال وبحسب قدرات المستخدم المختلفة .
- إثراء التعليم بتوسيع خبراتهم وتسير بناء مفاهيم وتخطي الحدود الطبيعية والجغرافية حيث أن هذه الحدود تتضاعف بسبب التطورات التقنية التي جعلت من البيئة المحيطة بالمؤسسة بما توفر لهذه البيئة من وسائل اتصال متنوعة تعرض المادة التعليمية بأساليب مفيدة وجذابة .
- كما أثرت التطورات الهائلة للوسائط الجديدة في الاتصال الجماهيري عبر المؤسسات الإعلامية بخلق نمط إعلامي جيد ومعاصر في مختلف الجوانب كالتالي:
- مع التدفقات التقنية الإعلامية الجديدة¹ فإن مفاهيم المؤسسة الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيرية أخذت أشكال جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية علي التكيف مع متغيرات بيئة الويب التي فرضتها من صحافة إلكترونية وتلفزيون إلكتروني إلي مدونات وصفحات أخبار علي مواقع التواصل إجتماعي ورسائل SMS علي الهواتف الذكية لأخبار والأحداث العالمية مروراً بخدمات النشر الإعلاني علي الانترنت وخدمات بث الأخبار العاجلة عبر البريد الإلكتروني .
- تغير نمط استخدام المؤسسة التقليدية لدي الجمهور المتلقي حيث أصبحت المؤسسة التقليدية تبث مادتها الإعلامية عبر الوسائط الجديدة.
- ظهور مستحدثات في مجال صف الحروف وتوضب المقالات ونظم مقالات ونظم الطباعة والإرسال والتصميم في الجرائد والمجلات .
- ظهور نسخ إلكترونية للوسائل الإعلامية الجزائرية كافة وظهور مؤسسات إعلامية إلكترونية ذات هوية ومؤسسة رقمية تنشط بكل حرية .
- اندماج الوسائط الجديدة والانترنت في المهام والممارسات الإعلامية كافة أصبحت المقابلات مع المشاهير والشخصيات البارزة تتم عبر سكايب أو مواقع التواصل الاجتماعي دون التنقل بطريقة إلكترونية .

¹ ريم الفول ، كترة قوطال ، مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة مرجع سبق ذكره ،ص65

مرور المادة الإعلامية في مراحل التصميم والإنتاج كافة عبر الحاسوب والبرامج لكي تظهر بشكل نهائي وتعرض علي الجمهور المستخدم والمتلقي .

إستخدام الحاسوب كجامع لمختلف المؤسسات الإعلامية مع إمكانية التعليق والتواصل مع صاحب المضمون الإعلامي بكل حرية وتفاعلية .

-أصبحت المؤسسة الإعلامية تتسم بالعالمية أو الدولية ، إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإمكانية عرض المادة الإعلامية بطريقة عابرة للوطن

مكنت الوسائط الجديدة السرعة في التغطية الأحداث واختصار المسافات الزمنية بين الحدث وانتشار الخبر وتم إلغاء الفواصل الدقيقة بين مراحل النشر الخبر ثلاث : جمع الخبر ، بث الخبر ، تشعب الخبر حيث أصبحت تغطية الاخبار ونقله فور وقوعها

انتقال كل ماتملكه المؤسسة الإعلامية من ميزات في يد المواطن البسيط بفضل الانترنت ، فلم يعد متلقيا ، بل شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية ، وفاعلا في الوسائط الجديدة من مدونات ومواقع التواصل الاجتماعي

مكنه المؤسسة الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة لملايين المستخدمين المشاركة المجانية لتعامل مع المادة الإعلامية ، مع خلق مزيج من الثقافات وتبادل الأخبار والآراء والحقائق وذلك خلال علاقات التفاعلية مع مختلف المستخدمين حيث هي علاقة ذات طبيعة ديناميكية بوجود حرية التعبير والمشاركة الفعالة في صنع الخبر وتداول المعلومات

4 الاندماج الإعلامي

منذ قرون، تم استخدام مصطلح الاندماج لوصف وتحليل عمليات التغير المركبة¹، وعلى غرار غالبية المفاهيم التحليلية بدأ استخدام المصطلح في العلوم الطبيعية، ثم انتقل استخدامه للعلوم الاجتماعية والإنسانيات والتي وظفته بدورها في وصف ظواهر عديدة بمجالات مختلفة كالعلوم السياسية وبحوث التكنولوجيا والاتصالات

وتاريخيا، لا يمكن التحديد الدقيق لأول استخدام لمفهوم الاندماج مع تقنيات الاتصال إلا أن الفضل في ذيوعه يرجع لباحث العلوم السياسية Ithiel De Sola Pool في كتابه الشهير "تكنولوجيا الحرية" The

¹فاطمة الزهراء عبد الفتاح . الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار. العربي لنشر والتوزيع ، 2016 ص19

Technologies Of Freedom الصادر عام 1983 والذي قصد به ذوبان الحدود الفاصلة بين الوسائط الإعلامية، بل وبين كل نقطة اتصالية وأخرى كالبريد والتليفون والتليغراف، وكذلك الوسائل الجماهيرية كالصحافة والراديو والتلفزيون، بحيث يقدم وسيطا ماديا واحدا A Single Physical Means كافة الخدمات التي كانت تقدم عبر وسائل متعددة في الماضي .وبالعكس فالخدمة التي كانت تقدم عبر وسيط واحد كالإذاعة أو الصحف يمكن أن تقدم من خلال طرق متعددة ومتنوعة، وهو ما يعني أن العلاقة الأحادية (تقديم خدمة وحيدة عبر وسيط وحيد) (ستندثر ولكن قبل ظهور هذا الكتاب ... أدرك مفكرو الصحافة والأكاديميون تأثير التغيرات التقنية على الإعلام ... بل إن William Paley رئيس شبكة CBS الأمريكية استخدم مصطلح الاندماج في خطاب له عام 1980 أشار فيه إلى ما سماه "اندماج آليات توصيل الأخبار والمعلومات"، كما قدم Nicholas Negroponte طرحا عام 9 يقوم على ثلاث دوائر متداخلة متمثلة في :صناعة الإذاعة والصورة المتحركة، صناعة الحاسب، وصناعة الطباعة والنشر، والتي تنبئ بأن يكتمل التشابك Overlapping بينها قبل حلول عام 2000 يعد John Sculley المدير لتنفيذي الأسبق لشركة "آبل" من أهم المتخصصين الذين قدموا مبكرا لمفهوم الاندماج عام 1983، حيث قدم عرضا لرؤية شركته لصناعة المعلومات ما بين عامي 1980 و2000، أشار فيه لواقع تلك الصناعات باعتبارها ست صناديق منفصلة.

تضم :وسائل الإعلام والنشر، تجارة المعلومات، الحواسيب، الإلكترونيات الاستهلاكية الاتصالات السلكية والاسلكية وأخيرا المعدات المكتبية والتوزيع، ثم اختصر رؤيته لما ستكون عليه صناعة المعلومات عام 2000 في الاندماج حيث عرض تلك الصناعات باعتبارها قطاعات متشابكة Overlapping Ellipses فيما تمثلت مساحات تشابكها في الأخبار التفاعلية Interactive News والواقع الافتراضي Virtual Reality وطريق المعلومات السريع National Data Highway وتقديم المعلومات بالطلب Info on Demand والتلفزيون ثنائي الاتجاه 2 - 2 (Way TV). وفي 1995 أشار Nicholas Negroponte بوضوح في كتابه Being Digital إلى تأثير التكنولوجيا في الإندماج بين الوسائل وخلق مساحات للتقاطع بين الجديد والقديم، نافيا فكرة الإحلال بين الوسائل مؤكدا تجاهها نحو التمازج استنادا إلى وحدة المكون الأول لها وهو البت Bit الذي هو أقل وحدة تخزين في التقنية الرقمية، في إشارة إلى أهمية "الرقمنة" في فتح مجال واسع، ليس فقط للاندماج بين كافة الوسائط داخل الرسالة الإعلامية، وإنما لتمكن المؤسسة الإعلامية أيضا من إصدار امتلاك أكثر من وسيلة، أو بمعنى آخر أكثر من منصة.

وهكذا نشأ مفهوم الاندماج الإعلامي مع تطور التقنيات الرقمية التي قاربت بين الأنماط الإعلامية التقليدية وأذابت الحدود الفاصلة بينها، وهي التقنيات التي يرجع Miller & Maxwell ابتكارها إلى ثلاثينيات القرن الماضي حينما خطط المسؤولون التنفيذيون بالولايات المتحدة لدمج التقنيات المتعددة في عملية اقتصادية واحدة

لزيادة الأرباح وتقليل المخاطر، الأمر الذي عزز اندماج الصناعات الإعلامية باستخدام الاختراعات والتقنيات الجديدة، وهي الاستراتيجية التي لاقت دعماً من المهندسين الذين عملوا على تطوير تقنيات الاتصالات لاستخدام الطاقة الكهربائية في تبادل المعلومات وترسخت الدوافع الاقتصادية في تحفيز الاتجاه نحو الاندماج بظهور نماذج جديدة من الملكية الإعلامية العابرة للوسائط Cross - Media Ownership في منتصف الثمانينيات، حيث سعت تلك الشركات إلى نشر المحتوى عبر قنواتها المتعددة بدلاً من منصة إعلامية واحدة. وبالمقابل، كان من الأسهل للمحتوى الإعلامي أن يتدفق قنوات إعلامية مختلفة مملوكة لشركة واحدة. وقد تعزز ذلك الاتجاه بظهور التشريعات التنظيمية المحفزة

مثل قانون الاتصالات الأمريكي لعام 1996، وإصدار الاتحاد الأوروبي لـ"الورقة الخضراء حول اندماج قطاعات تكنولوجيا المعلومات والإعلام والاتصالات" عام 1997، فضلاً عن إصدار القوانين والتنظيمات ببعض البلدان الأخرى التي ألغت القيود على اندماج الإعلام أو التكنولوجيا. ويمكن القول إنه خلال الثمانينيات والتسعينيات أصبح مفهوم الاندماج محل اهتمام الباحثين الذين لاحظوا اندماج تقنيات الإعلام القديمة في أشكال رقمية واتصالية جديدة مع تنبؤهم بظهور تقنيات إعلامية اندماجية جديدة

وظهرت تعريفات عديدة له تركز على الأصل التقني للظاهرة، مثل Mcvov & Et. Al 1996 (والذين عرفوه بأنه "المرج بين وسائل الإعلام التقليدية" مثل المطبوع والتلفزيون والراديو والأفلام، وما سموه "التكنولوجيا الجديدة" التي عنوا بها التلفزيون الكابلي والإنترنت وتقنيات بث البيانات

فيما عرف Yoffie 1997 الاندماج في كتابه "التنافس في عصر الاندماج الرقمي" باعتباره توحيد الوظائف Unification Of Functions والجمع بين التقنيات الرقمية التي كانت متميزة فيما قبل واعتبره Tremayne (1999) وإعادة تكوين المعلومات في منتجات متعددة يصلح نقلها عبر وسائل متنوعة لإرضاء "عملية تكوين احتياجات الجمهور المختلفة"

وحدد (Bolter & Grusin) مفهوم الاندماج الإعلامي بأنه المعالجة التبادلية The Mutual Remediation لثلاث تقنيات هامة، هي: التليفون والتلفزيون والكمبيوتر، حيث بات كل منها خليطاً من الممارسات التقنية والاجتماعية والاقتصادية ويقدم أسلوبه الخاص لتحقيق الفورية immediacy

هكذا، فقد بدأ الاهتمام بالمصطلح تاريخياً من منظور تقني يحاول البحث في تأثير التكنولوجيا الحديثة على وسائل الإعلام، حيث باتت الحدود التقليدية الفاصلة بين المطبوع والمرئي والمسموع غير مستقرة، وظهرت أنماط جديدة

تجمع بين إمكانات النص والصورة والصوت معا، وهو التطور الذي وضع المستهلك أيضا في بؤرة عملية صناعة الخبر وليس في نهاية مسار خطي لتدفق المحتوى وفق نماذج الاتصال القديمة.¹

في عام 1995 كتب Silverstone مقالا بعنوان "الاندماج كلمة خطيرة" معبرا عن قلقه بشأن الاستخدام الزائد للكلمة في وصف العمليات والتطورات والاتجاهات المتنوعة التي تحدث في المجتمع بشكل عام، وفي الإعلام بشكل خاص، ولعل ذلك ما كان إيذانا بشأن ضرورة تأطير المفهوم وتحديد أبعاده فمع بداية الألفية الجديدة ظهرت كتابات حررت مفهوم الاندماج الإعلامي من ذلك الإطار التقني الضيق لتعريفه وأضافت إبعادا جديدة لدراسته هي في الحقيقة أبعاد لتفاعل الآفاق التي أتاحتها التكنولوجيا للعمل الإعلامي مع مفردات الثقافة والسوق، إذ كتب Henry Jenkins مقالا في عام 2001 عرف فيه الاندماج الإعلامي باعتباره عملية مستمرة Ongoing Process تحدث على قطاعات متعددة لتقنيات وصناعات ومحتوى جماهير الإعلام، وإنه ليس حالة أو وضع نهائي، موضحا أنه بفضل انتشار القنوات والتنامي المستمر في الحوسبة والاتصالات، فنحن ندخل عصرا سيكون فيه الإعلام بكل مكان وسوف نستخدم جميع أنواع وسائل الإعلام في علاقتها ببعضها البعض، ونطور مهارات جديدة لإدارة المعلومات وبنى جديدة لنقل المعلومات عبر القنوات Across Channels وأنواع جديدة خلاقة تستغل إمكانات البنى المعلوماتية الناشئة، أي إن الوسائل لا تموت أبدا، لكن حتى نستطيع وسيلة واحدة أن تستأثر بعيوننا وآذاننا No One Medium Is e Battle For Our Ears And Eyeballs وقد ميز Henry Jenkins بين خمس عمليات Processes يتضمنها الاندماج الإعلامي، حددها في²

هو الذي يرتبط بمفهوم الرقمنة أو Digitization أي تحول الكلمات والأصوات إلى معلومات رقمية، تتوسع العلاقات المحتملة بينهم، وتمكنهم من التدفق عبر منصات مختلفة platforms وقد اطلق nicholas negroponte علي هذه العملية transformation of atoms to bits

4.1 - الاندماج الاقتصادي Economic Convergence:

الاندماج بين الكيانات الاقتصادية التي تنتج مواد الإعلام والترفيه، أي إنه يعبر عن الاندماج الأفقي Horizontal Integration في هذه الصناعة، فمثلة شركة AOL - Time Warner تتحكم في إنتاج الأفلام والتلفزيون والكتب والألعاب

¹ فاطمة الزهراء عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 20.

² نفس المرجع، ص 21.

هيكلية الإنتاج الثقافي حول التحالفات Synergies، وهو ما انعكس في استغلال العلامات التجارية مثل Pokmon، والوب والموسيقى وغيرها من القطاعات التي لا تحصى. وكانت النتيجة هي إعادة Harry Potter، Tomb Raider، Star Wars في أكثر من وسيلة أو ما يمكن أن يسمى "الاستغلال العابر للوسائط" The Transmedia Exploitation.

4.2 - الاندماج الاجتماعي أو العضوي Social Or Organic Convergence :

يرتبط بالعلاقة بين المستخدم والوسائط الإعلامية، حيث يتبع المستهلكون استراتيجيات متعددة المهام Multitasking Strategies للتجول في بيئة المعلومات الجديدة. فالاندماج العضوي يحدث عندما يشاهد شخص مباراة يبسبول على شاشة كبيرة، ويستمتع للموسيقى بالسماعات، ويكتب عبر برامج معالجة الكلمات ويرسل

قد قدم تعريفا للاندماج الإعلامي يقوم على ثلاثة عناصر، وهي تتمثل في:

تدقق المحتوى بين منصات إعلامية متعددة Multiple Media Platforms، والتعاون بين صناعات إعلامية متعددة Multiple Media Industries، إلى جانب ما أطلق عليه السلوك المهاجر Migratory Behavior لجماهير الإعلام الذين سيذهبون لأي مكان بحثا عن أنواع الخبرات الترفيهية التي يريدونها، وهو التصور الذي يعتبر¹

5 أثر الاندماج الإعلامي في صناعة الأخبار

ولا: إنتاج الأخبار² News Production

يمثل اتجاه غرفة الأخبار لأي من أنماط الاندماج تحديا للممارسات الصحفية التقليدية، فمن جانب ينحو الاندماج إلى درجة من تعدد المهارات Multi - Skilling بخلاف مفهوم التخصص السائد في الوسيلة الواحدة، حيث يكون الصحفي مسئولا عن جمع الحقائق وإدخال المحتوى وتحرير الصور والصوت وتوصيل المحتوى عبر منصات متعددة. ومن جانب آخر، فإن الاندماج يسرع وتيرة عملية الانتاج التي باتت ممتدة على مدار الأربع وعشرين ساعة بما تشبهه من تساؤلات بشأن المعايير الصحفية والإجراءات التحريرية. ومن ناحية ثالثة، فإن

¹ فاطمة الزهراء عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 26

² نفس المرجع، ص 43

الاندماج يخلق صراعا بين الممارسات السائدة في كل منصة إعلامية حينما تعمل معا . وقد كان للاندماج أثر بالغ في إعادة ترتيب شكل غرف الأخبار وبنيتها والاستعانة بنظم تقنية لإدارتها

تتيح تشارك الموارد بين منصاتهما المختلفة، وإدارتها بشكل متزامن يساعد في دعم مفاهيم اللحظية والتشاركية، وهي الأمور التي ارتبطت ببنى الغرف الإخبارية وهيكلها التنظيمية وإدارة مواردها البشرية وكذلك البنى التقنية المستخدمة في إدارتها .

ويركز هذا المحور على الجوانب المتصلة بالأنماط التحريرية الجديدة التي كانت نتاجا للاندماج والتقارب بين التقنيات المختلفة والمزج بينها، إذ لا يتعلق الاندماج بإعادة ترتيب غرفة الأخبار وتغيير شكلها، ولكن الأمر يتعلق بكيفية صناعة الصحافة في حد ذاتها والتفكير الصحفي نفسه ، الأمر الذي انعكس في ظهور اتجاهات جديدة في العمل الصحفي وممارساته.

5.2 الصحافة العابرة للوسائل Transmedia Journalism

طور Henry Jenkins مفهوم السرد العابر للوسائل Transmedia Storytelling عام 2001 وقصد به تطوير المحتوى عبر قنوات متعددة، حيث يستخدم منتجو القصص Storytellers كل الوسائل المتاحة للاتصال عبر أنواع ومستويات المختلفة لسرد المعلومات، بحيث يتم استخدام كل وسيلة على الوجه الأمثل. فالسرد العابر للوسائل يعني ببساطة تطوير المحتوى من منصة لأخرى في إطار سردي أكثر ثراء وتعقيدا، أو هو بمعنى آخر هو إنتاج المحتوى لأكثر من منصة بشكل غير منعزل بحيث يمكن للمستخدم أن يقرأ نفس القصة الخبرية في إشعار على هاتفه المحمول وتقرير مصور بالموقع الإلكتروني وتقرير مطول بالجريدة المطبوعة ويشعر في كل مرة أنه حصل على قيمة مضافة إلى جانب قدرته على التفاعل والمشاركة، وبحيث تحقق تلك

الإصدارات المتعددة من القصة الواحدة تجربة أكثر ثراء للمستخدم Rich User Experience تزيد من ولائه للعلامة التجارية الخاصة بالمؤسسة الصحفية، ويشعره في كل مرة أنه حصل على إضافة مختلفة يحققها الوسيط الذي استخدمه في استقاء الخبر.

وقد أدى ذلك لظهور مصطلح الصحافة العابرة للوسائل¹ Transmedia Journalism والتي يكون فيها كل خبر قائم بذاته، ولكنها في مجملها تعمل على بناء جسم متكامل يمثل عالما من الأخبار News World تتعدد فيه

¹فاطمة الزهراء عبد الفتاح ،.مرجع سبق ذكره ، ص44

القصص وأنماطها ومنصات نشرها، حيث لا تعيد القصة الإخبارية نفسها بين المنصات، ولكن يتم سردها في كل منصة بأنماط تستثمر إمكاناتها، وبما يعمق من تفاعل الجمهور

ولعل ذلك النوع من الإنتاج التحريري يتطلب مقدا ما الذي يصلح لكل منصة تحريرية، فالخبر الواحد والمباشر Straight News وكذلك الخبر الذي يحمل تفاصيل متناقضة أو مثيرة للجدل News With A Twist والتحليل الفوري Nstant Analysis يصلح للنشر على الإنترنت، أما المطبوع فيصلح له المواد التي تحتوي تحليلات عميقة In - Depth Analysis وخلفيات Background ورؤى Perspective وهو ما كان يطلق عليه صحفيا "عمل اليوم الثاني" Day 2 Work، ولكنه الآن أصبح من المهم عمله في يوم واحد ما دامت الأخبار تنشر في لحظة وقوعها، وكذلك استخدام الفيديو كمنصة لسرد الأخبار Story - Telling Platform، يتطلب إدراك الفارق بينه وبين البث التلفزيوني، إذ يتم فيه التركيز على سمة مشاهدة الفيديو عبر الوب أو الموبايل عند الطلب - On Demand Web And Mobile Viewing، أي إمكانية مشاهدته في التوقيتات المناسبة للمستخدم وليس في أوقات بث محددة على غرار البث التلفزيوني، وذلك باستخدام تقنية الفيديو عند الطلب Video On Demand VOD، حيث ينحو الاتجاه العام لإنتاج فيديوهات للوب قصيرة Short و خفيفة Agile وسريعة Quick ويشير Avilés & Carvajal 2008 في دراستيهما إلى جوانب التكامل بين الثقافات الصحفية المختلفة Journalistic Cultures Integration Of Differen داخل غرف الأخبار، إلى ما سماه المنصة المتبدلة Switching Platform والتي تتحول من نمط اتصالي إلى آخر وفق الوسيط الذي تتعامل معه سواء كان صوتا أو نصا أو فيديو، موضحين أن ذلك يخلق هدفا طموحا باتجاه خلق ثقافة صحفية تقوم على مشاركة المعلومات والمحتوى عبر أكبر من منصة لخدمة المؤسسة الإعلامية ككل

وقد أثر السرد العابر للوسائط Transmedia Storytelling أو متعدد المنصات Multiplatform Storytelling في ابتكار ما يسمى باستراتيجية الكتابة متعددة المنصات A Multiplatform Authoring Strategy بحيث يقوم نظام إدارة المحتوى باستخدام مكونات النص المعدة بحجم مقرر سلفا، لبث الخبر على منصات نشر أخرى. وعلى الرغم من مساوئ الاستراتيجية نظرا لأنها تضع قواعد ثابتة لكافة الأخبار التي قد تلائم في جميع الأحوال جمهور كل منصة على حدة بما يهدد العلامة التجارية، بيد أن تلك الاستراتيجية تتيح بديلا سهلا للتعامل السريع مع التدفق الإخباري المتواتر، بحيث يقوم المحرر بإدخال حقول القصة بنظ ام معين يتيح استغلالها في أكثر منصة، مثلا يتم إدخال العنوان بعدد أحرف معينة تلائم إرساله ضمن خدمات الموجز الإخباري ويتم صياغة ملخص الخبر بعدد أحرف معينة بحيث يتم استخدامه في رسائل الهواتف المحمولة، كما أنه يمكن استخدام أكثر من حقل معا لصالح منصة معينة مثل استخدام العنوان والملخص والفقرة الأولى لنشرات

الأخبار التلفزيونية، وذلك وفق نظام لا يسمح بإدراج أكثر من عدد الأحرف المسموح به في كل حقل، كما يدركه المحرر ويراعيه في عمليات الصياغة ليقوم النظام أوتوماتيكياً بتوزيع حقول المحتوى عبر منصات النشر المختلفة

ولكن الرغم من ذلك الاتجاه المتفائل بوجود بيئة جديدة لإنتاج الأخبار¹ يتمتع فيها الجمهور بتأثير خاص، ظهرت اتجاهات أخرى أقل تفاعلاً خاصة فيما يتعلق بجوانب صناعة المحتوى نفسه، وإضافة أبعاد جديدة للقصة الإخبارية أو تغيير ثقافة إدارة العملية الصحفية، بل إن Hille & Bakker 2013 يريان أن الشبكات الاجتماعية التي من المفترض أن تحقق التفاعلية لم يتم استخدامها لتحقيق ذلك المفهوم بكفاءة، ولم تمتلك المؤسسات الإعلامية استراتيجية واضحة للتعامل معها، وتحول فيسبوك لأداة لنشر المادة الصحفية ومنصة سريعة لتبادل الآراء - وأحياناً البذاءات - بين القراء، دون تحقيق إسهام فعلي في نقل الأخبار Reporting أو تفسيرها Interpretation Of News، ما يعني أنها كانت وسيلة لتوزيع المحتوى على الجمهور Audience

5.3 أثر السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي على المستوى التنظيمي للمؤسسات الإعلامية:

تميل الصحف والمجلات والتلفزيون والراديو والوسائط الإلكترونية² إلى ممارسات إعلامية متباينة. فمقرات وسائل الإعلام توجد بالقرب من مراكز المدن حيث يوجد جمهورها. كما أن الوسائط السمعية بصرية غالباً ما يتم جمعها في نفس المكان. بل أن الوسائط المتنافسة والمتمايزة في خلفياتها الإيديولوجية توجد مكاتبها أحياناً في نفس المبني.

ومع بداية ظهور مواقع إلكترونية لهذه المؤسسات على الإنترنت (منتصف التسعينات من القرن العشرين)، ظهرت نقاشات كثيرة بين القائمين على هذه المؤسسات تتعلق بمسألة إدماج الإعلاميين المشرفين على المواقع الإلكترونية في نفس المباني، أم تخصيص مكاتب مستقلة لهم. ورغم أن المتابعين للصناعة الإعلامية ينصحون بالأخذ بمبدأ الإدماج على اعتبار التوجه العام نحو إدماج الكثير من المؤسسات الإعلامية، إلا أن أغلب قاعات التحرير الإلكترونية تقع في مبانٍ ثانية، أو مدن أو دول أخرى اللجوء إلى التعميد outsourcing مثلاً في هذه الحالة الأخيرة). فالكثير من المؤسسات العملاقة تدير مكاتب إعلامية خاصة متواجدة في جغرافيات كثيرة، مثل بروكسال (لتغطية أنشطة البرلمان الأوروبي)، ونيويورك (لمتابعة ما يحدث في الأمم المتحدة)، وواشنطن (لتغطية سياسة الولايات المتحدة)، وغيرها. أما المؤسسات الإعلامية الصغيرة فتلجأ إلى تجميع مصادرها في نفس المكتب حيث نجد المراسلين والمتخصصين في الصوت والفيديو. وقد لجأت العديد من القنوات الإخبارية خاصة إلى

¹ فاطمة الزهراء عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 46.

² رابع الصادق، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي وأثرهما على الممارسة الإعلامية المعاصرة، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، ع34، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2015، ص220

تخفيض عدد المراسلين المتواجدين بالخارج وذلك بهدف التقليل من المصاريف، حيث تعتمد بدلاً من ذلك على الخدمات التي تقدمها ثلاث مؤسسات عالمية متخصصة في التغطية الإخبارية متعددة الوسائط، وهي رويترز ووكالة الأنباء الفرنسية والأسوشيتد براس. وبالنظر إلى هيمنة هذه الوكالات على كل ما يتعلق بتغطية الأحداث العالمية، فإن بعض الباحثين لم يتوان في وصفها بـ "موجهي بوصلة الأخبار"؛ ذلك أنها فرضت معايير غريبة للقيم الإخبارية سادت العالم كله خلال القرن العشرين (Boyd- Barrett & Rantanen. 2004).

إن قاعات التحرير، سواء الصحفية أو السمعية بصرية، تميل إلى التشابه في العالم أجمع؛ فهي تميل إلى الاتساع مع وجود مكاتب صغيرة مخصصة للصحفيين حسب الأقسام. كما أنها تعطي الانطباع بفوضويتها من خلال الأوراق المتناثرة في كل مكان، والهواتف المكتبية والمحمولة الموضوعة بطريقة فوضوية فوق المكاتب، مع حضور للحواسيب المكتبية في الخلفية. وقد أظهرت دراسة قارنت بين قاعات التحرير الصحفية وكيفية هيكلتها في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، وألمانيا، أن نمط قاعات التحرير المركزية الذي يتسم بمستوى عال من تقسيم العمل هي سمة بارزة في المؤسسات الآن جلوسكسونية، بينما تتميز قاعات التحرير الصحفية في أوروبا بوجود الكثير من المكاتب الفرعية التي تقوم بإنجاز أبواب كاملة من الصحيفة أو نسخ محلية منها (Örnebring, 2009).¹ ورغم أن الدراسة تشير إلى أن الصحفيين الأمريكيين والبريطانيين هم أكثر تخصصًا ويقومون بمسؤوليات ومهام محددة، إلا أن بعض الدراسات الأخرى، التي أشرنا إلى بعضها سابقًا، تظهر أن التوجه نحو الاندماج في وسائل الإعلام في الكثير من الدول، بما فيها تلك التي أتينا على ذكرها، أصبح يفرض على الصحفيين التحكم في الكثير من المهارات للمحافظة على وظائفهم.

ورغم أن الصحفيين يميلون كغيرهم من مهنيي الصناعات الإعلامية إلى اعتبار أنفسهم مستقلين وأصحاب رؤى تجديدية، فإن الواقع يظهر أن العمل في الوسائط الإعلامية الإخبارية تحديدًا يقوم على مجموعة من القواعد الروتينية والأنشطة المتكررة. فقد أشار أحد الباحثين، في معرض تلخيصه لطرق عمل الصحفيين في نقلهم للأخبار، إلى أن هؤلاء يواجهون ثلاث مصادر مختلفة من الحوافر تقولب، مع الزمن، عاداتهم في العمل:

التعاون الروتيني مع مصادر الأخبار، والتكيف معها، مثل القائمين على العلاقات العامة، والمتحدثين الرسميين، والمشاهير، والسياسيين؛ الضغوط الروتينية للعمل داخل المؤسسات الإعلامية والتكيف معها، خاصة بالنسبة للموظفين الجدد الذين يضطرون للتكيف مع قواعد وأعراف غير مكتوبة تتعلق باستيعاب أسلوب المؤسسة الخاص في أداء أنشطتها؛ علاقات العمل اليومية مع الزملاء وتقاسم المعلومات معهم، والتي تفرض على الصحفيين، في

¹ راجع الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 221

بعض الأحيان، "الركض" كمجموعات من حدث إلى حدث؛ وهو ما يؤدي إلى حصول تقاطع بينهم، بحيث يجدون أنفسهم يغطون نفس الموضوعات.

إن تكاثر وسائل الإعلام ومصادر الأخبار دفعت بالصحفيين إلى قضاء الجزء الأكبر من وقتهم في مكاتبهم، وهو ما يؤدي إلى زيادة الألفة بينهم، خاصة أن القائمين على التحقيق غالبًا ما يقضون وقتًا كبيرًا خارج قاعات التحرير. كما أن ذلك يسهل تبادل الخبرات والممارسات ذات الطبيعة المرنة، مثل عمل المراسلين والصحفيين العاملين بالقطعة.

واليوم مع انتشار الحواسيب المحمولة المتصلة بالإنترنت دون الحاجات إلى كابلات وما شابه ذلك (والواي فاي، والواي ماكس)، والشبكات الاتصالية فائقة السرعة، والأجهزة الاتصالية الأخرى المتطورة كالكاميرات الرقمية المدججة والهواتف النقالة، أصبح بإمكان الصحفي القيام بعمله من أي مكان. وقد نتج عن ذلك، خاصة في الميدان التلفزيوني والأنشطة الإخبارية التي تعتمد آلية تعدد الوسائط، زيادة أهمية ما يسميه البعض "صحفي الحقيبة متعددة الأغراض" (Stevens, 2002) (backpack Journalist) أو متعدد المهارات؛ وهي صيغة مجازية للإشارة إلى الصحفيين الذين يتم إرسالهم لتغطية حدث معين، حيث يقومون بكل الأعمال لوحدهم، مثل التصوير، وتسجيل الصوت، وتحرير النص ووضعه في صيغته النهائية على شكل منتج نهائي قابل للبت. ورغم أن هذه الممارسة ليست جديدة كل الجدة، إذ أن بعض الصحف، في الستينات والسبعينات من القرن العشرين مثلاً، كانت تطلب من صحفييها القيام بالتصوير إلى جانب عملهم التحريري، إلا أن التكنولوجيا الجديدة والمرونة التي أضفتها على العمل دفعت بهذا النوع من العمل الصحفي الفردي إلى الواجهة ليغدو ممارسة عادية في إعلام القرن الواحد والعشرين.

يقوم العمل الإخباري¹ على مجموعة من القواعد، وهو ما يساهم في فاعلية إدارة تحمة المعلومات والأخبار التي يعرفها عالم اليوم. فاهرمية التي تسود قاعات التحرير تميل إلى كونها قائمة على خبرة ومكانة الصحفي، كما أن غالبية الأخبار تتم برمجتها (اللقاءات الصحفية، أو الأحداث الرياضية وغيرها)، أو يتم نقلها مباشرة إلى الصحفي على شكل بيانات صحفية. وعلى اعتبار أن 80% مما يصل إلى الوسيلة الإعلامية لا يجد طريقه إلى النشر أو البث، فإن "صراعات" كبيرة تعرفها اجتماعات قاعات التحرير تتلخص في سعي كل قسم أو صحفي إلى تمرير مادته (Watine, 1997). ويرى أحد الباحثين أن قدرة مؤسسة إعلامية ما على تقديم طيف واسع من المعلومات ووجهات النظر يرتبط بطبيعة العلاقات القائمة بين المالكين، والمديرين، والمحررين، والمراسلين الصحفيين (Allan, 2004).

¹ رايح ، الصادق. فضاءات رقمية. مرجع سبق ذكره ، ص 176

وفي استعراضهم للطرق التي تتجلى من خلالها تأثيرات الإكراهات التنظيمية والمهنية على العلاقات بين الصحفيين، يذهب باحثون آخرون إلى التدليل على أن الصحفيين الذين يعملون في المؤسسات التي يغيب عنها الطابع المؤسسي الجامد، وتقوم على "أولوية" الجمهور (مثل المجلات الشعبية، والقنوات التلفزيونية المحلية، والبرامج التي يغلب عليها الطابع الإخباري/الترفيهي) يتمتعون بعامش أكبر في أخذ اهتماماتهم وآرائهم بعين الاعتبار عند اختيار الموضوعات التي يريدون تغطيتها (Brants, Hermes & van Zoonen, 1998).

كما تظهر الدراسات التي قاربت عالم الإعلاميين أن التنافس الاجتماعي والثقافي، ونقد النظراء، والصراعات داخل المؤسسات الإعلامية وخارجها، تمثل كلها عوامل تحفيز وتفعيل لإنجاز المهام بطريقة أفضل. ذلك أن هذا "التنافس يتمحور حول رؤية أخلاقية (ethos) مفادها أنه من المعقول جدًا بل من الضروري قياس فعالية الفرد بالنظر لما يقوم به الآخرون، وأن هذا الفرد يجب أن يحتفي بانتصاره ويحزن لخسارته" (Ehrlich 1995, p. 208; Wolton 1997). والحاصل أن الصحفيين لا يعتبرون التنافس داخل قاعة التحرير، عمومًا، مصدرًا من مصادر الصراع، بل ينظرون إليه أحيانًا كجزء من روح الفريق المهني التي يجب أن تسود العمل الإعلامي.

عندما¹ نتأمل التطورات الحالية التي يعرفها الحقل الإعلامي، يمكننا ملاحظة الحضور المتزامن للممارسات القديمة التي ما زالت تسود المهنة، ورؤى جديدة تدفع باتجاه إحداث تغييرات جذرية داخل نفس المهنة. فعلى المستوى الثقافي، فإن الإيديولوجيا الإعلامية التي يتقاسمها الكثير من الإعلاميين تقوم بوظيفة إعادة إنتاج الفهم الذاتي الغالب بين الإعلاميين لمهنة الإعلام؛ وهو ما يمكن المهنة من البقاء، عمليًا، منغلقة على نفسها وذلك من خلال الاحتكام إلى المرجعية الذاتية في التقييم وسيادة التجانس في أداء العمل. أما المستوى المؤسسي، فيعمل الإعلام على إدماج وسائله وطرق إنتاجه؛ وهو توجه يؤكد تزايد البحث عن التناغم الداخلي في المؤسسات وبين بعضها البعض، والتخلي عن الرؤية القائمة على تمايز الوظائف. ويتجسد هذا الميل نحو التماثل في تزايد الاعتماد على وكالات الأنباء العالمية، مثل رويترز ووكالة الأنباء الفرنسية والاسوشيتد براس. وتعمل التكنولوجيا على توسيع هذه الاتجاهات على اعتبار أنه غالبًا ما يتم توظيفها في المؤسسات الإعلامية لتوحيد طرق أداء العمل، والتقليل من المصاريف، وذلك من خلال دفع الإعلاميين إلى القيام بمهام أكثر مستثمرين في ذلك ما توفره التكنولوجيات الجديدة، مثل الهواتف المحمولة والأجهزة الشبكية عمومًا. أما البعد الآخر، فيتمثل في خلق بيئة عمل مناسبة داخل قاعات التحرير في المؤسسات الإعلامية. ولذلك فإن روتينية الأداء الإعلامي تصبح "استراتيجية" مهمة في إدارة

¹ رايح الصادق، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي وأثرهما على الممارسة الإعلامية المعاصرة، مرجع سبق ذكره

التدفق الإخباري، الذي أصبح أكثر كثافة مع دخول الأفراد العاديين حلبة إنتاج المضامين (UGC) باستخدام المنصات الإلكترونية.

وإذا أضفنا إلى هذه السمات غياب الطابع الشخصي للممارسة الإعلامية، أمكننا فهم الانفصال، الذي تزايد مع الأيام، بين الإعلام وجمهوره. مع ذلك، فإن بعض الباحثين يشير إلى أن الطابع البيروقراطي للممارسة الإعلامية ليس في حد ذاته المتسبب في هذا الوضع؛ ذلك أن التنظيم البيروقراطي للإعلام كمهنة يحميه من الفساد، ويمكنه من تبني نظام أخلاقي ما، وتوظيف من يعتقد في القيم "الحقيقية" للنموذج/المثال الإعلامي باعتباره ممارسة موضوعية، وأمانة، وأخلاقية، ومضحية بنفسها في سبيل خدمة الجمهور. من جهة أخرى، هناك اتجاهات أخرى تتيح لنا فهما أكثر سلاسة للحقل الإعلامي، منها¹:

- سقوط الحدود بين صانعي المضامين الإعلامية ومستهلكيها، خاصة في الفضاء الإلكتروني؛ تشظي وتفتت سوق العمل؛ وهو ما نلاحظه من خلال العدد الهائل للصحف والمجلات والقنوات الإذاعية والتلفزيونية بكل أشكالها وأنواعها:

- الاستثمار المبدع للإمكانيات التكنولوجية المتجددة من طرف جيل جديد من المحررين والمراسلين الصحفيين الذين لم ينشئوا حسب المعايير التقليدية للعمل الإعلامي.

من هنا، يبدو لنا أن الميزة الأساسية للمنطق الإعلامي في مقارنته للإعلام المعاصر، تتمثل في ضرورة إعادة النظر في العدة المفاهيمية والإجرائية والأجندة البحثية والمقاربات التعليمية للدراسات الإعلامية، ومنح أهمية أكبر للطاقت الإبداعية الكامنة في التوجهات والتطورات المعاصرة. ويتيح لنا إدماج التطورات التي أشرنا إليها سابقاً ضمن إطار المنطق الإعلامي، التعرف بوضوح على كيفية تأثير التحولات والتحديات المعاصرة على صناعة الإعلام عموماً، والعمل اليومي للإعلاميين خصوصاً. فمتغيرات المنطق الإعلامي تظهر لنا أن الإعلام، في جوانبه التنفيذية، نظام منغلق على ذاته، ويميل إلى التنظيم الذاتي، إضافة إلى تعرضه للتحولات الاجتماعية والتكنولوجية بطريقة تتماشى مع رؤيته للعالم والتقاليد السائدة في الحقل الإعلامي. أما مقارنة الإعلام كعمل مؤسسي، فتظهر لنا أنه يتسم بتزايد الميل إلى التناغم في تغطية الأحداث، بينما تظل الثقافة الشبكية والاندماجية ضعيفة نظراً لقوة الطقوس والحدود التقليدية القائمة بين مجموع الأقسام في المؤسسات الإعلامية؛ ذلك أن تطبيق التحولات التكنولوجية في المؤسسات الإعلامية، خاصة التقليدية، غالباً ما يميل إلى إعادة إنتاج الممارسات القائمة. أما من

¹ رايح الصادق، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي وأثرهما على الممارسة الإعلامية المعاصرة، مرجع سبق ذكره

الناحية الثقافية، فإن المؤسسات الإعلامية تحافظ على تماسكها الداخلي من خلال رفعها للإيديولوجيا الإعلامية التي تقوم بدورها بقبول الثقافة الإعلامية المهنية سواء داخل المهنة أو خارجها. وتتجلى هذه القبولية الاجتماعية، كما تشير إلى ذلك الكثير من الدراسات التي أتينا على ذكرها، في التجانس النسبي بين مجموع العاملين في الحقل الإخباري مثلاً.

مع ذلك يمكن أن نلاحظ، في جميع مستويات المنطق الإعلامي، الكثير من نقاط القوة والضعف البادية على السطح؛ ذلك أن الحقل الإعلامي غالباً ما كان محكوماً بهذه الثنائية. فالكثير من الإعلاميين المحتفين بالرقمنة والوسائط المتعددة والتشبيك يرون في التحولات المؤسسية والتكنولوجية فرصة مهمة لتحسين أدائهم المهني والتحرر من إكراهات الممارسات التقليدية. كما أن وضعية سوق العمل التي يطبعها عدم الاستقرار والظرفية نتيجة التحولات البنوية التي يعرفها الحقل الإعلامي قد أدت إلى ظهور أسواق جديدة للعمل الإعلامي، خاصة تلك التي تزامنت مع ظهور المدونات والشبكات الاجتماعية والإنترنت عموماً. وبما أن الأمر كذلك في الحقل الإعلامي، فقد يبدو من المهم إعادة النظر في الجهاز المفاهيمي الأمبريقي الذي يستخدمه الباحثون في مقارنة الإشكاليات المرتبطة بهذا الحقل؛ بمعنى مقارنة الجوانب المهمشة، وغير التقليدية في العمل الإعلامي (تلك التي تقوم على الأخذ بطرق جديدة في أداء وتنظيم العمل الإعلامي) باعتبارها موضوعات بحثية أساسية. ويقودنا هذا الأفق البحثي إلى الجمع بين المقاربات التي تركز على البعد المؤسسي والتجانس وإعادة الإنتاج الثقافي وتلك التي تقوم على دراسة الأشكال الجديدة للإعلام.

ويتناول الباحثون في مجال الإتصال¹ ما يسمي بالاتجاهات الإعلامية الحديثة ويشيرون إلى أن المرحلة الحالية تتسم بالتوجه نحو الاندماج بين وسائل الإعلام حيث بدأت تتقلص الحدود بين وسائل الإعلام المقروءة والمسموع والمرئية وتتوجه نحو المنطقة الإلكترونية الجديدة ومن ثم ظهور مجتمع المعلومات الذي تتزواج فيه نظم الاتصال ونظم معالجة البيانات وأصبح بالإمكان إندماج معدات تخزين الأصوات والصور وألات المعالجة مع الأقمار الإصطناعية في شبكات تتيح للفرد الوصول إلى المعلومات والبيانات التي يحتاجها، بالإضافة إلى إمكانية الإتصال وضبط تواصله مع الأفراد والمؤسسات الإعلامية الأخرى، وصولاً إلى المرحلة التفاعلية (عصر الوسائط المتعددة عبر الشبكة الدولية والإعلام الجديد)، والتي تتسم بالمزج بين أكثر من تقنية معلوماتية وإتصالية عبر أكثر من وسيلة لتوصيل رسالة الاتصالية ما تسمى بالتقنيات الرقمية digital technology أو التقنيات التفاعلية interactive technologie أو التقنيات المتعددة الوسائط multimedia technology.

¹ حسين علي إبراهيم. الفلاحي، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد مرجع سبق ذكره ص 68

حيث يشير إليها الباحثون بما يعرف بمرحلة إندماج وسائل الإتصال convergence فيظل الفضاء السيبراني cyber space الذي تمثله شبكة الأنترنت وتجسده نظم أو تقنيات والوسائط المتعددة Multi media والتي تجمع بين النص المكتوب والكلمة المسموعة والصورة المرئية الثابتة أو متحركة وتؤكد تقارب مجالات وتقنيات كانت منفصلة تاريخيا هي المعلوماتية والاتصالات والوسائط السمعية البصرية .

ومن ثم تحليل عملية التفاعل بين الممارسة المهنية الصحفية وبين أليات الإعلام الجديد من خلال تكنولوجيا الوسائط المتعددة وتقديم تصورات ومؤشرات لكيفية عمل الصحافة الورقية فيفضل المستحدثات التكنولوجية وتوجيه مسارات الممارسة الصحفية وفق ضوابط التحول فيتلقي مضامين الرسائل الإعلامية التي ترسل وتبث عبر وسائل الاتصال المختلفة ، ما يعني الإستفادة من أكثر من وسيط اتصالي ، وفقا للاتجاهات الإعلامية الحديثة التي تهتم بالتوجه نحو الاندماج بين وسائل الإعلام وتقليص حدود التي كانت تفصل بينها.

فا لإندماج الذي حدث حتم علي وسائل الإتصال التقليدية أن تتحول وتتطور من أدائها وحفزها للتوافق مع الواقع الجديد ومواكبة التحديث ويمكن توظيف فكرة الإندماج الإعلامي في معرفة إتجاهات الصحافة الورقية فيتبني الوسائط المتعددة كوسيلة جديدة لمواجهة وتلبية حاجيات ومتغيرات العصر ومواكبة التطور .

كما تتركز الدراسة علي الإتصال التبادلي أو الإعتماد التبادلي أو الإعتماد المتبادل بين وسائل الإتصال و العلاقة التبعية والتكامل في إستخدام هذه التقنيات إذ تستفيد الصحافة الورقية من تكنولوجيا الوسائط المتعددة متمثلة في العديد من التطبيقات ولأدوات مثل الأنترنت ، والهاتف الدكي ، مواقع التواصل الإجتماعي ، البريد الإلكتروني وغيرها من أدوات تعكس الإندماج الإتصالي في الصحافة المستعينة بالوسائط المتعددة حيث يتم إستخدام أكثر من وسيلة إتصال في مراحل العمل الصحفي،النصوص في كتابة المادة ويتم ذلك رقميا (تحرير إلكتروني)صووصوت في الإتصال بالمصادر وجمع المادة) وتبني الصحفيين للمستحدثات التكنولوجية الجديدة في العمل الإعلامي .

وفي هذا الصدد علي الباحثون بداراسة نظرية إنتشار المبتكرات لبحث تبني الصحفيين والإعلاميين لمشروعات الإندماج الإعلامي وإتجاههم نحو التغير في بيئة العمل ويعتقد الباحثون أن الإندماج الصحفي مثال جيد علي الطبيعة الإجتماعية للتكنولوجيا علي أساس أنه لا يتضمن فقط أجهزة جديدة مثل الكاميرات الرقمية وخادماات المحتوي، ولكن يتضمن أيضا مفاهيم جديدة لتدفق العمل وبنية غرفة الأخبار ، والأدوار والقيم الخاصة بالصحفيين وخلص الباحثون إلي أن الإطار النظري الخاص بتبني المبتكرات أظهرت الطبيعة المعقدة وغير المتوقعة فيما يتعلق بتبني المستحدثات في مجال العمل الصحفي ،إذ إنتهت الدراسة،إلي أن تقييم

الصحفيين للمزايا النسبية للإندماج الإعلامي يعتمد علي مركزهم في شبكة العمل في المؤسسة ،وبالتالي فإن تعقد المجموعات داخل المؤسسات الإعلامية ،والفصل التاريخي بين غرف الأخبار ،وعلاقات القوة وتعطل حدوث الإدماج مع بنية المؤسسة الجديدة .

6 ملامح التزاوج والاندماج بين الصحافة والتكنولوجيا¹

أتت الألفية الثالثة بجملة من المتغيرات حيث تطورت وسائل الإتصال وانتقلت من مراحل الوسائل التقليدية traditional media إلى الوسائل الجديدة new media ومن ثم دخول الصحافة ما يسمى با الإدماج الصحفي والتقارب مع الوسائط الأخرى journalistique convergence ويشير الدكتور علم الدين إلى ان هنالك أربعة أبعاد للتقارب والإندماج الصحفي تتضمن الأبعاد التالية :

البعد الأول : الإنتاج المتكامل في صالة التحرير وفي أساليب جمع الأخبار integrated production

البعد الثاني : المهنيين المتعددي المهارات multiskiled professionals

البعد الثالث : تقارب المحتوي content convergence من خلال

منصات توصيل متعددة

البعد الرابع :المشارك والمتفاعل والمنتج للمحتوي active audience

تطوير الأطر البشرية الصحفية :

لا ينفصل العاملون في المجال الصحافة عن منظومة تطوير إد أن عملهم يرتبط بتطورات تقنية سريعة التغيير ، وقيم وظوابط مهنية تحكم مسار يرتبط بتطورات تقنية سريعة التغيير ، وقيم وظوابط مهنية تحكم مسار العمل ، ولتطوير الأداء الإعلامي لا بد من وضع حلول للإشكاليات التي تقف حجر عثرة امام القيم بالدور المحوري وهو كيفية تطوير الصحفيين ليتقنوا الأداء المفضي إلى توصيل الرسالة الصحفية للجمهور بجودة عالية ويمكن الوصول إلى هذه النتائج عبر الإهتمام بالعنصر البشري وتأهيله وإعداده مند مرحلة التعليم ، مرورا بالتدريب

¹فتحي حسين عامر ، . الصحافة الإلكترونية : الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع، 2018.ص69

والتطوير أثناء عمله ، لربط الإطار النظري للتعليم ، بالواقع العملي والتطبيقي ، ليكون قادرا علي تطبيق المعايير المهنية في القوالب الصحفية وقرارات النشر والقدرة علي التعامل مع التحديات التكنولوجية

وتمثل الإتجاه إلي مسايرة التقدم التكنولوجي الإتصالي أهم المداخل النظرية لدراسات القائم با الإتصال والضغط المهنية التي يتعرض لها من خلال العمل في بيئة تكنولوجية داللك أن قلة خبرة جانب من الصحفيين في التعامل مع التقنيات الحديثة وحاجتهم إلي تطوير أدائهم ومهاراتهم وقيمهم المهنية تشكل ضغوطا ومؤثرات تنعكس علي بيئة العمل وممارسة المهنة

وجري بالقول هنا أن هذه التكنولوجيا الجديدة تعد طاقة تجديدية للعمل الصحفي تتيح إظطلاع الصحافة الصحافة بدور بدور مهم في صناعة الأخبار والمعلومات وتطوير الأداء الصحفي وإيجاد ممارسات صحفية جديدة وتيسير أداء المهتمات التقليدية للصحافة ومواكبة الثورة المعلوماتية الحديثة ، حيث كان مجال التغطية الصحفية واحدا ومن أبرز التحولات التكنولوجية

6.1 تأثير التكنولوجيا الحديثة علي المحرر¹

التحرير الصحفي الإلكتروني Editing Electronic:

مع وضع النسخة مباشرة إلى الحاسب، يستطيع المحرر المساعد Sub Editor استخدام الأدوات التقنية في التحرير الصحفي. ومع الانتهاء من مرحلة تقييم الخبر (tasting copy)، تستكمل بقية عمليات التحرير الصحفي باستخدام تكنولوجيا الحاسبات والذي يحتاج المحرر المساعد والذي قام بالتحرير على الشاشة الحاسوبية إلى إعادة تقييمها على النسخة المطبوعة في حال طبعتها. ويمكن معرفة عدد أحرف القصص الإخبارية والسطور وفق المساحة المخصصة لتخطيط الصفحة (page the layout) إن استخدام المؤشر أو القلم الإلكتروني على الشاشة يسهل عمليات الحذف والتعديل أكثر من القلم الحبر ، والذي يساهم في إنتاج نسخة نظيفة بدون وجود الدوائر أو توصيل السطور المفقودة التي تتسم بها الطريقة التقليدية لتدقيق الأخبار ي تعديل أو تغيير على النص يتم تعديله إلكترونياً الصحفية. بينما أ على الشاشة دون وجود آثار لهذا التغيير. وتكون الشاشة مقسومة بإظهار مخطط خرين بجانب بعضهما على الشاشة عند يتم العمل على الخبر من مصدر آخر. وكما أن حذف المادة الصحفية تبقى في ذاكرة الحاسبات، ويمكن استعادتها والعمل على تطويرها بمجرد النقرة. فالتحرير الإلكتروني قادر

¹خلود العصيمي. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل. ع 7 . 2019 ص102

على إعادة صياغة الأخبار ومراجعتها بعدد من المرات النهائية في أي برامج معالجة النصوص. ومن ثم الانتهاء من تدقيق المادة وتجهيزها لمرحلة التنضيب (typesetting). والجدير بالذكر بعد أن يتم تدقيق المادة والحرص على ملائمة مقاس المادة، فإنه يمكن مطالعتها مجدداً وقراءتها على الشاشة وإمكانية وضع تعديلات متأخرة

بسهولة لن تكون متوفرة لو تم إنتاجها بالطرق التقليدية التي تعتمد عليها النسخ المطبوعة

-تطبيق التحرير الصحفي من ناحية العنصر البشري: إن الدورة التحريرية تعتمد بالأساس على ثالث عمليات رئيسية: تحرير الخبر والنتائج، والمراجعة

بجرح النص التي من حيث معظم الصحف الكبرى تعتمد على دورة تحريرية تبدأ إخبارية، و يشمل أيضاً المندوبين الصحفيين ووكالات الأنباء إلى نص مكتوب على الشاشة من خلال مروره على ثلاثة مستويات من المقيمين المحررين، منهم مقيم أولي¹

المحررين/المقيمين Bench Back)، (إلى جانب أن النص يمر على غرف الأخبار التي تشتمل على محررين الصحيفة لتعديل النص واستقبال المواد منها، مما يفيد أن النصوص تمر على قناتين رئيسيتين بالعكس تحرير الصورة التي تذهب مباشرة إلى كبير المحررين. وفي مراحل النهائية تمر على مشرف التحرير (Subeditor Chief) الذي يمررها على فريق من المحررين المساعدين (Editors Sub) إلى أن تذهب إلى المراجعة (Revise) وإلى أن تصل إلى مرحلة التنضيب النهائي التي تكون مسؤولة

أدوات التحرير المستخدمة في الصحف الإلكترونية: هناك مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية تتميز بها الصحافة الإلكترونية كسرعة تحديث الأخبار، وغرف الدردشة، وساحات الحوار وأقسام المنتديات المختلفة، وهذه المميزات كانت وراء زيادة فهم واستيعاب قراء الصحف الإلكترونية لها ومن أدوات التحرير الإلكتروني التي على المحرر الإلكتروني تبينها ومعرفة مدى استفادة جمهور القراء منها عبر إجراء المزيد من الدراسات العالمية واستطلاعات الرأي في الجامعات والكليات العالمية وهي كالتالي: الروابط والإحالات ترتبط النصوص الفائقة بأجزاء بنائية على شبكة الوب وهي تعمل كنظام التي تتصل بعدد من المواقع الإلكترونية وتكون هذه الشبكة المعلوماتية فيتم بناء المواقع بالاعتماد على قواعد المعلومات التي تمكن المتلقي من استدعاءها من خلال النصوص

¹ خلود العصيمي ، مرجع سبق ذكره ص 102.103

الفائقة، مما يتيح إليه فرصة الدخول على هذه القواعد كفتح صفحات وب مختلفة. كما أن النظام ال يفرق بين المعلومات الجديدة أو القديمة التي تحويها هذه قواعد المعلومات، وهي تشبه فكرة المكتبة التي تحوي على كتب قديمة كلاسيكية وأيضاً مطبوعات حديثة الإصدار. ووصف "فينمان" بأن النصوص الفائقة هي مزيج من وهذا يعني بأن المواقع تمثل نوعاً الاتصال الفوري والأرشفة من الوسائل التي تجمع أحدث المحتويات وتتكامل مع محتويات أقل حداثة ومتصلة فيما بينها من خلال النقر على الروابط. وبهذا تتوافق مع الوسائل التقليدية التي تمتاز بالأرشفة الورقية، وذلك لقدرتها على الاحتفاظ بالأخبار السابقة واستدعائها في أي وقت. إمكانية استخدام الوسائط المتعددة كاستخدام الصوت والصورة: عملية النشر الإلكتروني تتيح إمكانية الجمع بين النص المقروء والمسموع والمرئي على موقع الصحيفة الإلكترونية، وتمكن القارئ من انتقاء المادة التي يريد التعرض لها، إلى جانب إمكانية استرجاع المادة وإعادة مشاهدتها يشير "بافلوك" إلى أن الصحافة الإلكترونية تعتبر أفضل الأشكال المهنية التي توصلت إليه الصحافة والتي يمكن إعادة جذب جماهير كانت قد تفرقت وانعزلت في ضوء الوسائل التقليدية ويشاركة أساتذة العالم الآخرين التفاؤل ذاته حول إمكانيات هذه الوسيلة الحديثة، وما يمكن أن توفره من السمات أخبار الإنترنت بشكلها المتمثل في الوسائط المتعددة والتفاعلية وتجارب الشخصية التي يعيشها المتلقي وإتاحة الوصول العالمي إليها من أي مكان وفي أي وقت وتفعيل النصوص الفائقة والاتصال الجماعي والتغطية الفورية الإحالة إلى ساحات الحوار إن المتلقيين يسمح لهم المشاركة في إنتاج المحتوى بإضافة صورهم ومقاطع الفيديو وأيضاً بالتعليق والمشاركة في ساحات الحوار والمنتديات حيث توصل الباحث "كريمسفيك" بأن المتلقي يعي بأهمية ساحات ومنتديات الحوار الإلكترونية عوضاً عن استخدام الطريقة التقليدية التي تشمل على إرسال رسالة من إلى محرر الصحيفة الإلكترونية. ويكون لدي القارئ شك عن مصداقية ودقة المحتوى الصحفي التي يظهر في المنصات الإلكترونية، بل أن الصحفيين أنفسهم لديهم بأن قراء الصحف شك أكثر من القراء ووجد الباحث أيضاً بأن قراء الصحف الإلكترونية ينظرون إلى ساحات الحوار كمجال هام للتعبير عن آرائهم بعكس الصحف المطبوعة.

الأرشفة واستدعاء المعلومات إن توفر خاصية الإنترنت وتنامي الاعتماد على المعلومات الرقمية قد حققت ثورة في الصحف الإلكترونية بوجه خاص والنشر الإلكتروني بوجه عام. فالصحيفة الإلكترونية تتوفر لديها الميزة التنافسية بقدرتها على تحديث المحتويات الإخبارية وسرعة الدخول على أرشيف الصحيفة بدون تكبد تكاليف إضافية وفرصة وضع الإشارة المرجعية وطباعة المحتوى وحفظه وتحرير المحتوى بالمقارنة مع نظيرتها الورقية ويوجد عدداً

المطبوعة. من الصحف الإلكترونية التي تستمد محتواها من الصحف المطبوعة بينما توجد صحف إلكترونية كاملة بأنظمة الأرشفة الإلكترونية

قياس رجع الصدى ويجد "ميتكوفاً" بأن العالقة بين الصحفيين وجمهورها أصبحت أكثر تفاعلية خاصة فيما يخص باستخدام البريد الإلكتروني والتواصل عبر الرسائل النصية. ويرى لالزمة لأداء أعمالهم بشكل أفضل عوضاً أن زيادة التفاعلية تسليح الصحفيون بالأدوات ا عن رؤية ذلك كمعضلة في تلاشي الفاصل بين منتجي المحتوى (الصحفيين) ومستهلكي () القراء) المحتوى وقد الحظ "أو سيفان" بأن الصحفي الحر (freelance) قد يتعذر له الاستفادة لصعوبة اتصاله مباشرة مع القراء بنفس من المزايا التفاعلية والتواصل مع القراء نظراً لدرجة التي يتمتع بها صحفيو المؤسسة العالمية، فهم بالعادة لا يتم دفع المال لهم لقاء مشاركتهم في النقاش مع القراء أو المشاركة بأي شكل من أشكال التفاعلية معهم فالصحافة اليوم تحولت إلى صحيفة تشاركية والمجتمع أصبح يتفاعل مع غرف (الخبار) في حين أن شبكة الإنترنت تتحدى طرق وصول الصحافة التقليدية وامتدت تأثيراتها بشكل أعمق منها، حيث تستعين هذه الصحافة التقليدية النموذج المركزي، وتقوم على تفعيل حراسة البوابة العالمية، بينما تحظى الصحافة الإلكترونية بمساحة أوسع من التحكم في ظل مشاركة المتلقي بشكل فعال في صناعة الأخبار

إعادة إنتاج المادة ركزت الدراسات السابقة على أهمية عامل الوقت في عمل الصحفيين والمؤسسات العالمية إلى جانب أهمية الحداثة والتجديد في الثقافة الصحفية ومعايير الأخبار فتغطية اللحظة

وتتبعها هي أساس العمل الصحفي،¹ والذي ال يهدف فقط إلى ماذا يحدث في المجتمع بل أيضاً كشف الحقائق بوقت قياسي أو قبل قيام الصحف المنافسة من النشر وهو ما يعرف بالسبق الصحفي (scoop) والمرتبط بالمكانة الراقية للصحيفة ونجاحها في تحقيق الأسبقية. وكما أثبتت الدراسات الإنسانية بتعلق الصحفي الشديد لتحقيق السبق والحصرية بسبب طابع المنافسة الشديدة بين الصحف كما أن الباحثين انتقدوا السرعة الهائلة في نشر الأخبار والتي كانت نتيجة انعكاس قنوات ال32 ساعة والفضائيات والمتسمة بالتغطيات الحية. وكذلك وصل الانتقاد إلى تركيز الصحفيين على التحديث الفوري وتقليل الزمن المفترض بذله فيما حصل فعلاً

(.ويقول "لويس" بأن تحديث الأخبار أصبحت ظاهرة جديدة وكذلك العمل تحت ضغط العمل واتخاذ القرار السريع أصبحت من) (Lewis et al, 2009). للصحافة الروتينية الممارسات إن التكنولوجيا العالمية دائماً

¹ خلود العصيمي مرجع سبق ذكره . ص 107

تكون لديها دافع قوي لزيادة عجلة العملية الإنتاجية وتوصيل الأخبار لجماهير المتلقين بسرعة هائلة. فالإنجازات التكنولوجية خلال الـ31 سنة الماضية سمحت بتسريع وتيرة الإنتاج في كل وسيلة. وكما ساهمت في تذليل كافة الصعوبات التقنية التي كانت تعيق الصحفيين كعامل الوقت والتي كانت تتحكم بالدورة الصحفية، فاختفت هذه المعوقات من غرف الأخبار الحديثة والإلكترونية. إمكانية التعديل والتصحيح: تتيح الصحف الإلكترونية في حال حدوث أخطاء أو نقص في المادة العلمية المكتوبة إمكانية الإضافة أو التعديل في النصوص المكتوبة في أي وقت، مما جعلها تنافس الوسائل العلمية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون ، فما تبثه القنوات الفضائية من مواد إعلامية في مواعيد ثابتة، تنشره الصحف الإلكترونية بعد فترة وجيزة من وقوع الحدث إن ما يميز القصة الخبرية إمكانية تطويرها على مدى الوقت بالإضافة إلى أن الصحفي الإلكتروني يتحتم عليه إنتاج وتحرير الأخبار في أقل وقت ممكن، حيث اعتادت الأخبار على نشرها أو تتبعها عمليات التعديل ، إلى جانب إجراء تعديل لاحقاً لعمليات التصحيح أثناء نشر الخبر عوضاً عن إجراء كافة التعديلات في وقت واحد وقبل مرحلة النشر في موقع الصحيفة الإلكترونية. وقد يستغرق ساعة واحدة لإنتاج النسخة المعدلة للخبر بشكل نهائي منذ زمن وضعها على الموقع الإلكتروني. وكان قد تنامي أعداد الصحفيين الذين يحررون المواد الإعلامية وهم غير متصلون بشبكة الإنترنت كجزء من أعمالهم الصحفية اليومية، والآن يستطيع المتلقي من ملاحظة ومشاهدة هذه التعديلات أمام ناظره

ومن هنا برزت الحاجة إلى تعديل الملامح المهنية لعمل الصحفيين وزيادة جرعة مهارات وسائل الإعلام المتعددة التي يتطلب العصر الحالي ، حتى يستطيع الصحفيين التكيف مع المستجدات في صناعة الإعلام وأصبح المحرر أو الصحفي مطالب بإستيعاب أساليب إستخدام الحاسبات الإلكترونية، بكافة تجهيزاتها وبرامجها وأجهزة الفاكسميل ، والتصوير الرقمي وأساليب إرسال وإستقبال المواد المعلومات الصحفية من مختلف المصادر

multi media skills various

وظهر في الولايات المتحدة مع بداية الألفية الثالثة مفهوم الصحفي المتعدد المهارات والمهام التي يستطيع التغطية والكتابة والإنتاج للمواد المعلوماتية لأكثر من وسيط من خلال إستيعاب لمهارات الصحافة التقليدية والوسائط الرقمية ، وفي ظل هذه المنظومة كان لابد من تطوير الأطر البشرية وإن توافر في القائم بالإنصال الصحفي المهارات التالية :

التمكن من إستخدام الحاسب الألي وبرامجه الخاصة ببرامج الخاصة ،برامج الكتابة ، وبرنامج الصورة حتي يتسني له إدخال الصور علي الكمبيوتر وإرسالها إلكترونيا إلي الصحيفة¹

التعامل مع شبكة الأنترنت (يعرف كيف يبحث عليها وكيف يتحول علي مواقعها المختلفة) 3- يكون له بريد إلكتروني يرسل له من الصحيفة ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة ولا بد أن يكون مدركا لحجم بريده الإلكتروني وسعته حتي لا يتسبب جهله في منع وصول الرسالة

- أن تكون لديه خبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الألي مثل البرامج المضادة للفيروسات والبرامج المضادة لتجسس وما إلي ذلك حتي يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر علي جهازه

وهناك من يري أن أواجه الممارسة المهنية في الصحافة المكتوبة التقليدية قد تغيرت نتيجة للمستحدثات التي أدخلتها التقنيات الجديدة ،سمة الأنية والانتقال من الوثيرة الدورية للتغطية الإخبارية إلي المسترسلة والانتقال من الرسالة الإعلامية ذات الرمز الواحد أو الرمزتين إلي رسالة متعددة الرموز فيظل التحول الإلكتروني إختلفت طبيعة الرسالة الإتصالية الصحفية حيث مست هذه التحولات عمل القائم بالاتصال من جانبن هما :

جانب يتعلق بعمل المندوب الصحفي : حيث بدأ الإهتمام بإنتاج برامج في الحاسبات الشخصية وتطبيقات في الحواسب الدكية

جانب يتعلق بعمل المحرر الصحفي : فيما يتعلق ببرامج الكتابة والتصحيح والتحكم فيشكل النص أن المندوب أو المحرر الصحفي ينبغي ان يكون علي إلمام بكيفية إستخدام الحاسب الإلكتروني والإنترنت والروابط المتصل بها من جهاز السكانير والكاميرات الرقمية لتنزيل الصورة الثابتة والإم بي ثري mp3 لتنزيل الأصوات وmp4 لتنزيل الصور المتحركة فضلا عن برامج معالجة الصور

تري الباحثة أن العمل الصحفي التقليدي يظل بيئة تكنولوجيا الوسائط المتعددة والإعلام الجديد يؤدي إلي بدل طاقة كبيرة ويستنزف مجهودا بدنيا ودهنيا ويهدر وقتا كبيرا ،لذلك لابد من مواكبة المستجدات و الإستفادة الإيجابية من معطياتها

¹علي عبد الفتاح . الصحافة الإلكترونية العربية . دار البازوري العلمية لنشر والتوزيع 2019. ص 156.155

7 مصادر الأخبار علي شبكة الانترنت¹

هناك ثلاث أنواع من الأخبار علي الانترنت

الأخبار التي تكون من مصادر معتمدة مثل وكالة رويترز Reuters أو المنشورات التي تكون خارج الانترنت والتي يوجد لها إصدار منها علي شبكة الانترنت مثل صحيفة financial times وإاعة BBc ووسائل الإعلام علي الشبكة التي ليس لها إصدار مطبوع خارج الشبكة مثل Moteley Fool الأخبار التي تأتي من مصدر أقل : ويمكن أن تكون مجرد أخبار وبضعة آراء لأفراد تتاح لمستخدمي الانترنت عبر أخذ المواقع علي الشبكة الأخبار التي تأتي من مصادر أقل : ويمكن أن تكون مجرد أخبار وبضعة آراء لأفراد تتاح لمستخدمي الانترنت عبر أحد المواقع علي الشبكة. الأخبار التي تأتي من منظمات الحكومية : والتي توفر أخبارها الخاصة علي شبكة الانترنت كما يمكن أن يعاد توزيعها علي الانترنت

7.1 خدمة المعلومات الإخبارية في محركات البحث : تضع مصادر الانترنت الإخبارية نمطا خاصا عند عرض الأخبار الحديثة حول حدث إخباري بمرور الوقت حيث تنتج تقريرا مبدئيا حول الحدث ، ثم ترسل تحديثات مع تطور الرواية الإخبارية كما يوجد فئتين من القراء الذين يقرأون الإعلان الأصلي وتعودوا علي خلفية القصة الإخبارية وألئك الذين ينضمون لهذا النمط من الأحداث في مرحلة زمنية لاحقة وبسبب وجود فئتين من القراء فإن المصادر الإخبارية عادة ما تشتمل علي روايات لاحقة لبعض المعلومات التي عرضت بالفعل في الروايات الإخبارية السابقة من أجل إنشاء ملخصا للروايات الإخبارية

ولذلك تمثل خدمة الأخبار في محركات² البحث رابطة مباشرة بتيار المعلومات ، حيث تعمل الأخبار الموجودة في محرك البحث جوجل Google مثلا علي إستعادة معلومات الأخبار من ما يزيد عن 4000 مصدر إخباري وتنظم تلك المعلومات في فئات كما تعمل علي بناء صفحات ويب بشكل أوتوماتيكي مع وجود الأخبار الهامة لكل فئة ، بينما تعمل أخبار موقع ياهو yahoo علي توفير الخدمة الإخبارية التي يتم الحصول عليها مما يزيد عن 5000 مصدر

¹أنور ياسمين أمين ، خدمة المعلومات الإخبارية علي شبكة الانترنت ، البوابة العربية للمكتبات والمعلومات ، ع28،

2012، ص138

²نفس المرجع. ص 132

وتمثل الأخبار أحد الأنظمة لتمويل وتلخيص سلسلة مقالات الأخبار ذات الصلة ، وهناك مقترحات خاصة بالموضوعات التي تقلل إطار العمل بالنسبة لتدفق بيانات الأخبار ، وإيجاد مقالات إخبارية جديدة علي شبكة الويب التي تتعلق بأخبار التلفزيون التي يتم بثها في الوقت الحالي وتري باحثة أن خدمة الأخبار في محركات البحث قد إنتشرت بشكل كبير وبصورة أكثر وضوحا بين متصفحي محركات البحث العربية والأجنبية العامة منها والمتخصصة لمتابعة أحدث الأخبار والتطورات الجارية علي الساحة سواء كانت سياسية أو إقتصادية أو حتي أخبار الموضة والفنون، نظرا لكثرة مستخدمي شبكات النت ، ولتوافر عوامل السرعة والدقة في أداء لنتائج الأخبار في محركات البحث بصفة خاصة والمواقع الإخبارية بصفة عامة من أمثلة المواقع البحث العامة الأجنبية التي تقدم خدمة الأخبار :

Altavista news 7.2

يغطي الأخبار بجوالي 3000 موقع إخباري ويحدث كشافته كل ساعة ، ويوفر البحث عن الأخبار المنشورة بتلك المواقع حتي عام كامل ، كما يتيح إمكانية البحث البوليني and or not والبحث بخاصية البتر ، وترتب النتائج وفقا لقرنها من مصطلحات البحث كما ترتب زمنيا وفقا لحدثة الخبر

Google news¹ 7.3

يغطي الأخبار بجوالي 4500 ، موقع إخباري باللغة الإنجليزية فقط ويحدث كل خمس عشر دقيقة ، كما يوفر البحث عن الأخبار المنشورة علي شبكة الأنترنت خلال شهر وترتب النتائج طبقيا وفق لقرنها من المصطلحات المستخدمة في البحث وأيضا ترتب زمنيا من الأحدث إلي الأقدم ، هذا إلي جانب تدعيم المحرك بخاصية التلقيم التلقائي Rss 2.0 والتي تقدم إمداد المشتركين بالخدمة بأحدث ما أضيف من محتوى بصورة منتظمة ومختصرة مع الرابط بالشكل الكامل للمحتوي ، كما تقدم خدمة الأخبار أيضا إمكانية التعرف علي الأخبار وفقا لنطاق الجغرافي مثل أخبار العالم العربي

Alltheweb News 7.4

يغطي الأخبار بجوالي 3000 موقع إخباري بلغات مختلفة ، ويقوم بالتحديث كل خمس دقائق ويفر البحث عن الأخبار في المواقع حتي 7 أيام

¹أنور ياسمين أيمن ، خدمة المعلومات الإخبارية علي شبكة الأنترنت ، مرجع سبق ذكره . ص 135

Yahoo news 7.5

يغطي مئات المواقع الإخبارية ويحدث كشافته كل عدة دقائق، ويوفر البحث عن الأخبار المنشورة خلال شهر من نشرها، ويوفر خاصية البحث البسيط والمتقدم، بالإضافة لتقسيم الأخبار وفقا لفئات موضوعية أو تقسيمها وفقا لنطاق الجغرافي، كما ترتب نتائج البحث وفقا لمدي قربها من مصطلحات البحث، ويوجد إختيار لترتيبها زمنيا، كما يتميز بتوفير الصور ولقطات الفيديو التي ترتبط بنتائج البحث من الأخبار،

7.6 مواقع northernhgh لأخبار¹: هو موقع لأخبار الثقيلة ولديه أكبر تغطية إعلامية عالمية لم يوجد له مثل من قبل ومن الممكن أن ن تحديد مصادره علي www.northernhgh.com.news.htm ودائما تبقي تلك الجريدة أخبارها علي موقعها الخاص وتعرض بعض الأخبار المحدودة علي مواقع أخرى

7.7 جريدة New york times www.nytimes.com/mem/tnt.html

تقوم بعض دور النشر بعرض خدماتها وعلي سبيل المثال فإن النيويورك تايمز تعرض تسجيل أعضاء جدد ثلاث مرات مجانية، ومن الممكن أن تختار عندما يرسل للمستفيد هذا الإعلان التنبهية، ومن الممكن أن تختار عندما يرسل للمستفيد هذا الإعلان التنبهية، ومن الممكن أيضا تصفح أخبار أي جزء من نيويورك تايمز يريد المستفيد أن يقرأه والتعرف علي أماكن موضوعات بحث الخاصة به في رأس الموضوع في أي مكان، ويتاح للمتفدين المسجلين علي موقع الجريدة الحصول علي معلومات أكثر علي الموقع الإلكتروني.

تنطوي شبكة الإنترنت على تطبيقات إعلامية واتصالية عديدة تتيح الحصول على معلومات وافرة في الميادين كافة، وبما يمكن أن يسهم في تلبية حق الجمهور المستخدم في المعرفة، وهذه التطبيقات تتطور وتتزايد بتطور تقنية الإنترنت وتزايد الخدمات التي يتيحها ومن ابرز نماذج هذه التطبيقات:

8 إذاعة الإنترنت² .:

¹أنور ياسمين أمين، خدمة المعلومات الإخبارية علي شبكة الأنترنت، مرجع سبق ذكره ص135
²الفلاحى، حسين علي إبراهيم. : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد مرجع سبق ذكره، 2014..ص157

توجد على شبكة الإنترنت الملفات من المحطات الإذاعية سواء منها المعروفة بأسمائها أو تلك التي يديرها هواة إذ يتاح للمستخدم استقبال أعداد كبيرة من المحطات الإذاعية التي تتزايد أعدادها سريعا، وهي تنقسم بين محطات رسمية وأخرى خاصة وثالثة لا توجد إلا من خلال الإنترنت، أي لا يمكن التقاطها بالأساليب الأخرى المتعارف عليها، وراديو الإنترنت هو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم من الدولة والمؤسسات المتخصصة إلى الجمهور وموردي المعلومات، إذ تتيح الشبكة لكل فرد أن يبث برامج إذاعية من دون الحاجة إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة . البث التلفزيوني عبر الإنترنت :

ويستخدم هذا النوع تقنيات التدفق الافتراضي للإشارات الضوئية والمرئية، لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام برامج عدة، تبعا لهيئة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة البث الخاصة بالإشارات الضوئية والمرئية

التي تكون مجتمعة الملف المراد بثه، ثم يقلص حجم الملفات بعد الالتقاط ليتم تحويلها إلى هيئة العرض، ثم ترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى احد ملفات الإنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري، وتقدم بعض المحطات بثا متصلا في حين تكتفي أخرى بعرض بعض برامجها في المحطة الرئيسية بجانب معلومات عن أنشطة المحطة وبرامجها .

9 مواقع وكالات الأنباء¹ :

حرصت معظم وكالات الأنباء في العالم ولاسيما المعروفة على التواجد على شبكة تتضمن مواد إعلامية متنوعة ومعلومات وصور ورسوم ومواد فلميه، وبعض هذه الخدمات تقدم مجانا وبعضها الآخر نظير اشتراكات مدفوعة الثمن

9.1 خدمة الواب :

وهو نظام يحول صفحات الإنترنت المصممة للحاسوب ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشة الهواتف المحمولة أو الأجهزة الالكترونية الأخرى، وتتضمن التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الواب الرسائل الصوتية

¹حسين علي إبراهيم الفلاحى ،: دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد مرجع سبق ذكره ،

والإلكترونية، الحوار، التصفح أو الحصول على معلومات يحتاجها المستخدم كأسعار العملات والأسهم، وحركة الطيران، والتجارة المتنقلة، فضلا عن الدخول على الشبكات المحلية وغيرها

خدمة الأخبار بالهاتف المحمول: إذ يتم عبر خدمة الرسائل الهاتفية تزويد المشتركين بطيف واسع من الخدمات الإخبارية، تشمل خدمات وكالات الأنباء، وبعض الصحف اليومية، والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول، فضلا عن إرسال واستقبال وعرض الصور والرسوم والمقاطع الصوتية والبصرية .

9.2 النشر الإلكتروني¹ :

ويقصد به النشر الإلكتروني للصحف والمجلات ومواقع المعلومات وسواها والذي ابتدأ مع مطلع تسعينات القرن العشرين مع شيوع الإنترنت وخروجه من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة، كما أفاد من النشر الإلكتروني العديد من المؤلفين والباحثين ودور النشر بالإقدام على نشر نتاجاتهم عبر شبكة الإنترنت من خلال تقنية الكتاب الإلكتروني (E-BOOKS) الذي يشهد إقبالا واسعا من قبل المستخدمين لاقتناء هذه الكتب التي تشمل مجالات الحياة المختلفة.

لقد أتاحت تقنية النشر الإلكتروني عبر الإنترنت ظهور نوع جديد من الصحافة يطلق عليه صحافة الإنترنت، التي تتمثل بأنها إصدارات صحيفة إلكترونية خالصة أو نسخ إلكترونية أو مواقع لصحف ومجلات ورقية تنشر عبر شبكة الإنترنت وتتكيف مع تقنياتها وتستفيد من خصائصها وسماتها. وتتضمن مواد صحفية و تغطيات ومعلومات وافرة في مجالات شتى، وتحرر هذه المضامين الصحفية باستخدام القوالب الصحفية التقليدية أو التي تتناسب مع طبيعة الإنترنت ، وتخضع لتحديث المستمر بحسب مستجدات الأحداث وتطوراتها، فضلا عن إتاحتها التفاعل المستمر مع المستخدمين ومشاركتهم الواسعة في النقاش والحوار والتعليق وظهرت تقسيمات عديدة لصحافة الإنترنت منها:

- صحف الإنترنت الإلكترونية الخالصة أو الكاملة: وهي صحف قائمة بذاتها وان كان بعضها يحمل اسم الصحيفة الورقية أو الصحيفة الأم، ويتميز هذا النوع من الصحف بتقديم الخدمات الصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية ذاتها من أخبار وتقارير وحوارات ومقالات وصور ومواد صحفية أخرى، كما تقدم أيضا

¹ حسين علي إبراهيم الفلاحي ،: دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد. مرجع سبق ذكره

خدمات صحفية إضافية لا تستطيع الصحافة الورقية تقديمها، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الوب، وخدمات الرد الفوري، والوصول إلى الأرشيف، وخدمات الربط بالمواقع الأخرى، فضلا عن تقديمها خدمات الوسائط النصية والصوتية والمصورة .

- صحف الإنترنت التي تمثلها النسخ الالكترونية من الصحف الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت، والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحافة الورقية

10 الخدمات التي توفرها التطبيقات الإعلامية والاتصالية للإنترنت وانعكاساتها على إثراء معارف الجمهور المستخدم :

تعد مواقع المعلومات والمواقع الخاصة بالتطبيقات الإعلامية والاتصالية ولاسيما الصحف من المواقع الأكثر نموا وحركة وجذبا للجمهور المستخدم من بين مواقع الإنترنت الأخرى، ويأتي هذا نتيجة حزمة الخدمات التي توفرها تلك المواقع للمستخدمين ومنها

10.1 خدمة البحث¹ : إذ تتيح هذه المواقع لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الوب، حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع أو داخل شبكة الوب، وقد يتم البحث بكلمة مفتاحيه أو بتعبير معين، وبمجرد طلب هذه الخدمة يقدم الموقع قائمة بالموضوعات المتصلة بالكلمة التي يتم البحث عنها سواء في أرشيف الموقع أو في مواقع الوب .

10.2 - خدمة النسخة المطبوعة: تتضمن هذه الخدمة عددا من الخدمات الفرعية

التي تستهدف ربط القارئ بالصحيفة الورقية الأم، وتقديم بعض الخدمات الترويجية لها، وتشتمل هذه الخدمة تصفح عدد اليوم، تصفح عدد الأمس، الاشتراك في الصحيفة المطبوعة، تسهيل تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة، البحث في الأرشيف أي أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها صحف الإنترنت سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها أو من حيث التكلفة المادية

¹ حسين علي إبراهيم. الفلاحي، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره ص 160

للمادة التي يريد المتصفح الحصول عليها .

10.3- خدمة البريد الإلكتروني: وتختلف هذه الخدمة من موقع إلى آخر إذ يقتصر الأمر في بعض المواقع على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل الكترونية إلى محرري الموقع، في حين توسع مواقع أخرى من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد الكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز حاسوب متصل بشبكة الويب، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار وخدمات ملخصة أخرى

10.4 خدمات مجموعات الحوار: وهي خدمة يقدمها الموقع للمتصفح للتعبير عن آرائهم إزاء القضايا والموضوعات التي يهتمون بها والمستمدة مما ينشره الموقع من أخبار وتقارير ومقالات ومواد صحفية أخرى، وتقدم المواقع يوميا عددا كبيرا ومتغيرا من مجموعات الحوار أو النقاش التي يمكن للمتصفح الدخول إليها وقراءة آراء الآخرين والإدلاء برأيه في الموضوع المطروح للنقاش .

10.5- خدمة رجع الصدى¹: تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما ينشر بالموقع، وإرسال رسائل الكترونية يعلق فيها على ما ينشر، أو يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر .

10.6- خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة: وتقدم هذه الخدمة للمستخدم عناوين أهم الأخبار التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الموقع، وهي خدمة إرشادية في المقام الأول ترشد المستخدم إلى أهم الأخبار .

10.7 خدمة خريطة الموقع: توفر هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم ولاسيما إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات خدمة الإجابة عن الأسئلة: وتتضمن هذه الخدمة إجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم إزاء طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض المواقع .

10.8- خدمة جعل الموقع صفحة البداية للمستخدم: وهي خدمة تستهدف ربط المستخدم بالموقع ليكون صفحة البداية حينما يقوم بالاتصال بالإنترنت .

¹ حسين علي إبراهيم. الفلاح، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد. مرجع سبق ذكره ص 160

10.9- خدمة الإعلانات المبوبة: وتشمل تقديم إعلانات السيارات والمزادات، وإعلانات الوظائف الحالية، وبيع وشراء المنازل وتأجير الشقق، وبيع السلع المختلفة، وإعلانات المشاركة في أعمال خاصة، وخدمات التسوق .

10.10- خدمة الربط بالمواقع الأخرى: في هذه الخدمة يقترح الموقع على المستخدم عددا من المواقع، وغالبا ما تكون هذه المواقع لها صلة بالموقع أو بينها وبين الموقع اتفاق يتم بموجبه تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين وتشمل معلومات عامة وشروط تقديم

الخدمات وقواعد الخصوصية وكيفية الاشتراك في الموقع وغير ذلك، وهي خدمة تختص بتوفير معلومات ديموجرافية عن مستخدمي الموقع يمكن استخدامها في دراسة جمهور الموقع وزيادة دخله الإعلاني¹

أن مجموعة الخدمات التي يتم تناولها يمكن لها أن تساهم مساهمة واضحة في توفير المعلومات في المجالات كافة، وبما يمكن أن يثري معارف الجمهور المستخدم أو الزائر لتلك المواقع

11 سمات وخصائص التطبيقات الإعلامية والاتصالية للإنترنت التي توفر لها المساهمة في تلبية حق الجمهور في المعرفة :

هناك مزايا عديدة تنسم بها التطبيقات الإعلامية والاتصالية للإنترنت والتي توفر لها المساهمة الفاعلة في توفير المعلومات أو تهيئة سبل الوصول إليها، وبما يمكن أن يساهم في تلبية حق الجمهور المستخدم في المعرفة ومن أهم هذه المزايا :

- العمق المعرفي²: تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في هذه المواقع بالعمق المعرفي والشمول، إذ تعمل هذه المواقع عبر ما تقدمه من خدمات إضافية على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد التي تقدمها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالموضوعات والقضايا المتعلقة بها .

¹ حسين علي إبراهيم. الفلاحي ، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و

الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره .ص162

² نفس المرجع .ص163

- تعدد خيارات التصفح: إذ إن هذه المواقع لا تتوقف عند حد ما تتوافر عليه من مضامين صحفية، بل ما يمكن أن تتيحه في إمكانية الاستزادة حول ما تقدمه من مضامين عبر المستخدم غير المحدد، ووفقا لذلك فإن هذه المواقع تعمل على تقديم خيارات عريضة لمستخدميها أكثر من عملها على تقديم منتج إعلامي محدد .

- النشر على نطاق واسع: يتميز الإنترنت بقدرته على التعامل مع القضايا والأحداث العالمية على نطاق عالمي لا حدود له، لذلك فرضت هذه السمة على هذه المواقع أن تضع الأخبار والموضوعات العالمية في الصفحة التمهيدية للموقع كل يوم

- القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات: إذ تتيح هذه المواقع للمستخدم أن ينتقل من متابعة معلومة ما في وثيقة ما إلى وثيقة أخرى مختلفة تماما، وقد تكون محفوظة في حاسوب آخر، كما تتيح هذه المواقع أيضا الربط بين خبرات ومعارف متنوعة للعديد من الأفراد في مجالات مختلفة من المعلومات، وهو ما يوفر مساحات شاسعة من المعرفة إنسانية المتشعبة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل مرن .

- التكيف مع الاهتمامات الفردية للمستخدم: بمعنى تقديم منتج إعلامي يمكنه أن يتكيف مع الاهتمامات الفردية لكل مستخدم، وتحقق هذه الإمكانية أما من خلال إتاحة اختيارات متعددة أمام المستخدم ليختار منها، أو عن طريق ما يسمى بدفع المحتوى، إذ يتوجب على المستخدم تحديد قائمة تتضمن كل المجالات التي تهمه ثم يتولى الموقع بعد ذلك مهمة توفير هذه المواد أو المعلومات .

- الفورية في نقل الأخبار: وهي قدرة هذه المواقع على إمداد مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات الممكنة لملاحقة تطورات الأحداث، وإمكانية نقل الأخبار فور وقوع الأحداث

- التحديث المستمر للمضمون¹: القدرة الفائقة علي التحديث المستمر للمعلومات والأخبار والتقارير ، وملاحقة الأحداث وتطوراتها أولا بأول بالشكل الذي يجعلها قادرة علي إخضاع مادتها للمراجعة والتأكد من صحتها بأسرع وقت ممكن

- استخدام خاصية النص الفائق: إذ تتيح هذه المواقع لمستخدميها العديد من الوصلات والروابط مع نصوص ومواد إعلامية أخرى، قد تكون نصية وقد تكون سمعية أو بصرية أو كليهما معا، سواء متاحة داخل الموقع أو

¹ حسين علي إبراهيم. الفلاحي .، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره .ص164

إحالتهم إلى مواقع وعناوين أخرى يمكنهم الإستزادة من خلالها حول الموضوع الذي يحظي بإهتمامهم أو تفضيلهم

- خاصية المرونة: أي قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات، وهو ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة ومفيدة

- التفاعلية: وتتيح هذه الخاصية للمستخدم التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين إزاء موضوعات يتناولها الموقع أو يطرحها زوار الموقع، كما تتيح التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها وإرسالها عبر البريد الإلكتروني

- القابلية للتحويل: وتتمثل بإمكانية عرض الموضوع الصحفي متضمنا الصور الحية والرسوم المتحركة والصوت، فضلا عن النصوص، وهو ما يتيح للمستخدم فرصة الاختيار من بين العناصر المختلفة، وهو ما يوفر له الحصول على القصة الإخبارية بالشكل الذي يرغب به .

-التشبيك: بمعنى توفير مواقع ومحتوى لمؤسسات ومدارس فكرية متعددة، ثم إتاحتها للمستخدم، مما يوفر أرضية كافية لفهم الواقع المتغير من أكثر من زاوية .

- توسيع دائرة النشر: إذ تتيح بعض المواقع إمكانية إرسال أي موضوع من مستخدم لآخر عبر خدمة إرسال لصديق، مما يساهم في تزايد معدلات النشر للمادة الواحدة من خلال هذه الخدمة .

- إعادة إنتاج المادة¹: ويتم ذلك من خلال تجميع العناوين التي سبق تقديمها على الموقع حول موضوع معين أو قضية معينة عادت إلى الظهور على ساحة الحدث، ويتم تصنيف المادة الموجودة بطريقة سريعة وتكوين ملف خاص يستخدم لعرض عناوين تحيل إلى موضوعات سبق إنتاجه

-التغطية الصحفية المتميزة: إذ توفر هذه المواقع تغطيات وافية للأحداث على مدار اليوم، وهذه التغطيات تشمل على: التغطية الصحفية الحية، والفورية، والمتميزة، التغطية الصحفية العميقة، والمتكاملة، واللا محدودة، والتغطية الصحفية التفاعلية، والرقمية، ومتعددة

¹ حسين علي إبراهيم. الفلاح، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره. ص 159

-لقد أتاحت تقنية النشر الالكتروني عبر الإنترنت ظهور نوع جديد من الصحافة يطلق عليه صحافة الإنترنت، التي تتمثل بأنها إصدارات صحيفة الكترونية خالصة أو نسخ الكترونية أو مواقع لصحف ومجلات ورقية تنشر عبر شبكة الإنترنت وتتكيف مع تقنياتها وتستفيد من خصائصها وسماتها. وتتضمن مواد صحفية و تغطيات ومعلومات وافرة في مجالات شتى، وتحرر هذه المضامين الصحفية باستخدام القوالب الصحفية التقليدية أو التي تتناسب مع طبيعة الإنترنت وتخضع لتحديث المستمر بحسب مستجدات الاحداث وتطوراتها، فضلا عن إتاحتها التفاعل المستمر مع المستخدمين، ومشاركتهم الواسعة في النقاش والحوار والتعليق الفوري .

وظهرت تقسيمات عديدة لصحافة الإنترنت منها :

- صحف الإنترنت الالكترونية الخالصة أو الكاملة :وهي صحف قائمة بذاتها وان كان بعضها يحمل اسم الصحيفة الورقية أو الصحيفة الأم، ويتميز هذا النوع من الصحف بتقديم الخدمات الصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية ذاتها من أخبار وتقارير وحوارات ومقالات وصور ومواد صحيفة أخرى، كما تقدم أيضا خدمات صحفية إضافية لا تستطيع الصحافة الورقية تقديمها، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الوب، وخدمات الرد الفوري، والوصول إلى الأرشيف، وخدمات الربط بالمواقع الأخرى، فضلا عن تقديمها خدمات الوسائط

12 الإعلام البديل¹

التحول عبر التطور التكنولوجي هو جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون كل ذلك لأن طبيعة التحول التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النظر في أمر ما يسميه ماكلوهان بالتحتمية التكنولوجية. اذن مفهوم الاعلام الجديد هو في واقع الامر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل)2. (ويبدو للباحثة مفهوم الاعلام البديل ,من الافضل اعتماده Iternative Media A اذ يستقي دلالاته من جمهوريته، فالجمهور اتخذوا

مواقع التواصل الاجتماعي بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية :ويقصد بها “الموقع الذي يمارس فيه النقد وتولد أفكارا وطرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع . وربما الأكثر أهمية، يشير الى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة” ، “ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطا، للاتصال الجماهيري”

¹إبراهيم ، علي حجازي. الإعلام البديل. دار المعتر للنشر و التوزيع، 2017، ص 292

.وينحدر الإعلام البديل من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والإستقلال عن كل الإلتزامات الأيديولوجية أو الإقتصادية القائمة دون أية قيود وهو ما يشير إلى أن الإعلام البديل هو حصيلة مواقف فكرية، تعمل بالإعتماد على قاعدة التشكل الذاتي. وبعيدا عن النظرة القيمية، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الإتصالية والإعتراف بها بحثيا وتأتيها ضمن تحولات المثل الجماعية التي تشقها العديد من الإفرازات ومنتجة لسلطات رمزية خصوصية أما عند "جمعية النشر البديل" الأمريكية، فإنها تشير إلى معايير ثلاثة يمكن عن طريقها تمييز ما هو بديل عن ما هو سائد ومهيمن من الإعلام

- يجب أن لا يكون المنشور ذو صبغة تجارية

- يجب أن يتجه إلى تقديم عنصر المسؤولية الإجتماعية أي خدمة الصالح العام

- على الناشر أن يقدم نفسه باعتباره ناشرا يعبر عن تيار الإعلام البديل.

عن طريق هذه المعايير في توصيف ما هو إعلام بديل نستشعر أن دعاة هذا التوجه يسعون أكثر لكسب رأسمال رمزي أكثر من إنخراطهم في تحقيق رأسمال مادي. يمكن عن طريق ما تبين إستدراك أن الإعلام البديل يقدم نفسه بشكل مثالي ويتسم بالنقاوة الفكرية والأيديولوجية. وهكذا يمكننا إعتبار أن الإعلام البديل كان وراءه المواطن العادي أو المواطن الذي يحمل بديلا راديكاليا وثوريا كما هو الحال مع المدونات عبارة عن إعلام مضاد للمشاهد الإعلامي السائد.

ويسعى الإعلام البديل للتوصل¹ الى حلول سياسية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفردتها الثقافي . وعلى الرغم من تنوع الآراء في استكشاف قدرته، فان ما يطلق عليه ليديتر "التفاؤل المقاتل" "مطلوب، لان الإبداع يشيع الأمل، ويقوم على التنوع والانفتاح، والاستقلال، والتقدم التراكمي لا الثوري، وليس أمامنا إلا الأمل في أن المجتمع لم يكتمل بعد، وأنه مازال يتطور ويتغير للافضل .ومن هنا فان مضمون الإعلام البديل هو تجريب "سياسات الأمل ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني، فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديمقراطية وتقديم هويات عدة، وأفكار جديدة عن التقدم والتنمية، في فضاءات لم تكن تتلاءم يوما معها، ويمكن ان يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية. وتقول ماكروبي أن "الإعلام البديل سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين الى ناجحين

¹ إبراهيم ، علي حجازي. الإعلام البديل، مرجع سبق ذكره ، ص 293

ويمكن تحديد الإعلام البديل “الاجتماعي” “كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال”. ويبدو أن الإعلام البديل وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل ويمكن أن تؤول هذه الآلية الإعلام البديل الفعلي إلى مستويات عدة العربية.

وأهم هذه التقنيات والتطبيقات ما يأتي عن طريق الإنترنت خاصة في تطبيقاتها العامة والتفاعلية مثل الأخبار الإلكترونية *online news* وتطبيقات الإرسال الإذاعي والتلفزيونية (مثل تقنية اليوتيوب *YouTube* وكذلك صحافة الموبايل

ننتهي للقول أن الإدماج الرقمي أفضل إلى تحول في مهنة الصحافة وصناعة المعلومة الرقمية حيث أن المواقع الإعلامية والتفاعلية أبرز ما يميزه، كما ان الخبر أصبح ثري . نتيجة إثراءه بفيديوهات وروابط

المبحث الثاني إستخدامات الموبايل في الإعلام

تمهيد : يعتبر الهاتف¹ أو الموبايل من أكثر الوسائل الإلكترونية تأثيراً بالإعلام الحالي، وذلك استناداً الى معايير كثيرة، وبما أنّ هذا الجهاز الذكي طبع مكانته الخاصة في عالم الصحافة الجديد، بتنا نسمع بـ”صحافة الموبايل” كزاوية إعلامية مستقلة بحد ذاتها.

وانطلاقاً من “صحافة الموبايل”، لا بدّ من الغوص في كيفية إنتاج الفيديو بواسطة الهاتف، الأمر الذي يعدّ ثورة تكنولوجية تستحق الإضاءة عليها والسعي لتطويرها.

1 بناء القصة المصورة

لا بدّ من الإشارة إلى الفارق الضئيل بين التخطيط لإنتاج أكبر البرامج التلفزيونية وانتاج قصة مصوّرة باستعمال الموبايل، ففي الحالتين، تحتاج لتخطيط مسبق ووضع تصميم أولي ودراسة محكمة للأمر وبمحت افتراضي وواقعي للنجاح في تصوير الحقيقة التي تسعى لإيصالها للمتلقي.

إنّ أول ما عليك التفكير به عند انتاج قصة مصوّرة هو التركيز على زاوية واحدة للمعالجة، عبر وضع خطة محكمة ودقيقة، ترتّب خلالها الخطوات من أبسطها الى أصعبها، من خلال التصرّ الذهني للعمل، ثمّ تسجيل التصميم على ورقة وبعدها الإنطلاق بالتنفيذ الميداني.

هي نمط² في إعداد وإنتاج المحتوى الصوري والصوتي والنصي باستخدام اجهزة الهاتف النقال دون الحاجة إلى استخدام الكاميرات الاحترافية لتصوير المشاهد المتحركة والثابتة او لإستخدام اجهزة الحاسوب للمونتاج و اضافة المؤثرات على المحتوى الصوري وكذلك استخدام الحواسيب أيضاً للكتابة و اظهار محتويات نصية ترافق الصورة.

وهو نمط اعداد التقارير والقصص الخبرية باعتماد الهاتف المحمول دون اللجوء الى أدوات اخرى أخذ مساحته في اثناء شاشات التلفاز اثناء ما يسمى بالربيع العربي والذي يعد فترة النشوء والانتشار لصحافة الموبايل

¹المصطفى أسعد، صحافة الموبايل نصائح حول أبرز مراحل التصوير والمونتاج مرجع سبق ذكره

<https://scm.bz/techsupport/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9->

²زيد المصطاف، صحافة الموبايل، <http://imn.iq/archives/2989> 202/03/31

والولوج إلى الساحة الإعلامية حيث اعتمدت المؤسسات الإعلامية والوكالات على ما تنشره صفحات المواطنين على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك من لقطات فيديو لإحداث لم تتمكن الماكنة الإعلامية من تغطيتها لاتساع رقعتها فلعب الموبايل دوراً مهماً في تقريب الأحداث خصوصاً في تونس وليبيا وجعلها متاحة للمتلقين في كل أنحاء العالم.

عقب ذلك تمكن (إعلاميون من العراق) في إنتاج (تقارير اخبارية) ولأول مرة في العالم واستخدامها في تغذية نشرات الأخبار بالاعتماد على عدسة الهاتف النقال في تصوير الأحداث واستثمار تطبيقات معينة لقصها ودمجها (مونتاج) وكذلك اجراء المقابلات لتعزيز تلك التقارير .

2 شروط نجاح إنتاج إعلامي باستخدام الموبايل

لتصوير برنامج بالموبايل تلزمك المعدات، وهذا هو الفرق بين صحافة الموبايل والتصوير بكاميرات احترافية، فالتصوير بالموبايل لا يغنيك عن مراقبة جودة بعض الأمور لتصل للمستوى الإحترافي أو تقترب منه وبوسائل بسيطة وغير مكلفة وسهلة الحمل والتطبيق.

يلزمك هاتف نقال بكاميرا جيدة، وهذا الأمر أصبح سهلاً في الوقت الحالي نظراً لتوافر أجهزة جيدة وبثمن زهيد، إضافةً إلى عصا سيلفي أو حامل ثلاثي صغير ومايكروفون، مع العلم أنه يمكنك الاستغناء عن كل ما سبق إذا لم تستطع الحصول عليها وتكتفي بالهاتف النقال لوحده، فمثلاً يمكنك التصوير بمكان لا تتردد فيه أصوات خارجية ما يجعل الصوت جيداً وإذا كانت هناك رياح حاول وضع منديل أو القطن على السماعة لتقوم بتصفية الصوت، كما يمكنك وضع الهاتف على طاولة وصنع حامل من الورق المقوى أو الاكتفاء بيديك مع عدم التحرك وضبط الكتفين وإصافهما بالجسم ومسك الهاتف بشكل أفقي.

ومن المهم أن تقف بشكل معاكس للشمس، أي أن تبقى أشعتها وراءك، كي لا يصبح الضوء ساطعاً أو يعكس ظلاً، وكذلك يُنصح بألا تصوّر خلال الليل كي لا تكون الصورة مظلمة،

التقنيات الآنفة الذكر بسيطة، تستطيع من خلالها الحصول على صورة ذات جودة، خصوصاً أن غالبية الأجهزة الحالية تصور بتقنية “فول اتش دي” عالية الجودة“ p1080 ”ونصحك بالإكتفاء بصيغة“ p720 ” ليكون الفيديو خفيفاً ولأنك ستحتاج الى تنزيل الفيديو على يوتيوب وهذه الصيغة كافية وسهلة للتحميل.

لا تنسى أثناء التصوير تطبيق قاعدة الثلث و أن تأخذ لقطات متنوعة وتحتفظ بأكبر عدد من اللقطات للمكان العام من بعيد ومن الداخل أو ملامح الشخص وحركاته إذا كنت تصور مقابلة فستفيدك كثيرا بمرحلة المونتاج، ففرق بين فوكس بوب (أساسيات تصوير مقابلات الشوارع و حياة المدن) والتصريحات.

“3آي موفي” و”ستوري مايكر” .. مونتاج الموبايل

من خلال ما سبق يمكنك الحصول على صور محددة¹ ومتعددة، تدخل كلها في صلب القصة المصورة، إلا أنه بدون مونتاج يقترب من الإحترافية لا يمكنك الحديث عن برنامج أو قصة مصورة بالموبايل، إنّ برامج المونتاج الحالية على الحاسوب أفضل من الهاتف بكثير وأكثر احترافية، لكن المنافسة بين الشركات من جهة وأصحاب التطبيقات أعطتنا برنامج متطورة مثل “آي موفي” على أجهزة آبل iOS و”ستوري مايكر” على الأجهزة التي تعمل على أندرويد، والكثير من التطبيقات المهمة بهذا المجال.

يعتبر تطبيق “آي موفي” ثورة في صحافة الموبايل أو ما يصطلح عليه ب”موجو” mojo وهو متوفر في متجر آبل بشكل مجاني، لأجهزة آيفون 6 و 7 بلاس وكذلك الأجهزة اللوحية، وبتمن زهيد لهواتف آيفون 4 و 5 ، من مميزاته أنه يمنحك سرعة كبيرة في الإنتاج واللصق واطافة الأصوات والمؤثرات وتحسين الإضاءة والكتابة ويدعم اللغة العربية.

”ستوري مايكر” هو تطبيق نظام أندرويد مفتوح المصدر مصمم لمساعدة الصحفيين والنشطاء على كيفية تعلم جمع وإنتاج ونشر القصص عبر الوسائط المتعددة. والتقاط وتحرير الصور ومقاطع الفيديو وتسجيل الصوت وعرض شرائح صوتية وكتابة النصوص ودمج عناصر الوسائط المتعددة هذه في قصة نهائية ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى موقع التطبيق ستوري مايكر. ولكن فضلاً عن كونه أداة للإنتاج والنشر، فإن ستوري مايكر يعد تطبيقاً تدريبياً يقدم دروساً في مجال الصحافة والصوت والتصوير الفوتوغرافي والفيديو والأمان.

عند استعمالك لأحد البرامج السابقة أو تطبيق آخر، شاهد ما قمت بإنتاجه لمرات عدة، لأنه في كل مرة ستجد بعض الأخطاء التي تحتاج للإصلاح مثل تناسق “الفوايس أوفر” مع الصوت المسجل أو المؤثرات الصوتية الأخرى أو القص من مكان غير مناسب، والأهم لا تنتج قصة مصورة تفوق الدقيقتين أو برنامجاً يفوق 7 دقائق مكوناً من عدة قصص، فكلما كان التقرير صغيراً كلما حظي بمتابعة أكبر على الإنترنت.

¹ المصطفى أسعد، صحافة الموبايل نصائح حول أبرز مراحل التصوير والمونتاج مرجع سبق ذكره

31.03.2020<https://scm.bz/techsupport/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9->

4النشر والتشبيك ..قوة الموبايل

تمتلك صحافة الجوال إمكانية كبيرة بوضع التقارير الإخبارية في أيدي المجتمعات الصغيرة وتسهيل عملية تبادل للمعلومات بين المستخدمين بشكل كبير ، نتيجة سهولة استخدام الهواتف الجواله مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفاز والصحف ، ففوة صحافة الموبايل تتجلى في التشبيك وسهولة النشر وتبادل المعلومة والتواجد الدائم بمكان انتاج الخبر من خلال صحافة المواطن.

النشر على الإنترنت من خلال الموبايل ومتابعة الأخبار كذلك من على نفس الجهاز، يجعل تناول المعلومة أمرا فعالاً في عصرنا الحالي، فكل المنصات العالمية تراهن حالياً على الفيديو، وإمكانية النشر بسرعة على فايسبوك وتويتير ويوتيوب وغوغل بلاس وواتساب وغيرها من الشبكات، ما يتيح انتشار القصص الإخبارية الجادة.

وبعد سرد النقاط التي يجب اتباعها لإنتاج فيديو من خلال الجوال، لا بدّ من التذكير بضرورة النزاهة والإلتزام بأخلاقيات الصحافة، وعندما يصبح الفيديو جاهزاً، وزّعه على المنصات عبر الانترنت وانتظر النتيجة من خلال تفاعل الناشطين.

5إعلام الهاتف المحمول¹:

لا بد أن نشير أولاً ، أنه لولا التطورات التي سبق الإشارة إليها فيما تقدم لما كنا سمعنا عما يطلق عليه الآن إعلام الهاتف المحمول أو mobile media سنتناول الحديث عن إعلام الهاتف المحمول من خلال محورين أساسيين:

6- تليفزيون الهاتف المحمول:

- لا شك أن دراسة "إعلام الهاتف المحمول" تتطلب التعرف علي اتجاهات المستخدمين نحو الخدمة وخصائص تلك الخدمة، ولكننا نجد أننا في العالم العربي تواجهنا مشكلات أساسية في هذا الصدد:

— ندرة دراسات بحوث المستهلك المتعلقة بالتكنولوجيايات الحديثة في العالم العربي، للتعرف علي اتجاهات المستخدم ومتطلباته إزاء الخدمات الجديدة .

¹ فاطمة فايز عبده قطب ،إعلام الهاتف المحمول : سمات الحاضر و آفاق المستقبل" مرجع سبق ذكره

2020/03/31، <https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85->

— صعوبة الحصول علي معلومات أو حتى مؤشرات من شركات الاتصالات بما يمكن الباحثين في مجال ميديا الموبايل في العالم العربي من التعرف علي نسب الإقبال علي الخدمة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية وغيرها من المتغيرات. وبالتالي فإننا سنعتمد هنا علي الدراسات الغربية التي أجريت في هذا الشأن ، ونجتهد أن نختبر متغيراتها في ضوء العالم العربي بما أتيح للباحثة من معلومات في هذه الزاوية .

ففي دراسة أجراها **Shani Orgad** الباحث بقسم الإعلام و الاتصال بكلية العلوم و السياسة بلندن ، جمع فيها خلاصة الدراسات الأكاديمية لباحثين أمريكيين و صينيين و آراء خبراء بارزين في حقل “تلفزيون الهاتف المحمول” للتعرف علي ماهية تلفزيون الهاتف المحمول و جمهوره ، وتوقع الباحث أنه بحلول العام 2011 سيكون بإمكان نصف بليون مشترك حول العالم استقبال البث التلفزيوني علي الموبايل و بالتالي سيغير ذلك من الخبرة التقليدية للمستخدم مع التلفزيون .

7 خدمة البث التلفزيوني علي الموبايل :

هناك ملاحظين أساسيين يتميز بهما تلفزيون الهاتف المحمول:

— الملمح الأول¹ : سيكون بإمكان المستخدمين التعامل مع تلفزيون الموبايل بنفس الطريقة التي اعتادوا عليها من خلال التلفزيون التقليدي، ويتطور شكل الهاتف المحمول بحيث يتسع حجم الشاشة ،ويمكن للمستخدم التحكم فيما يرغب في مشاهدته عبر هاتفه .

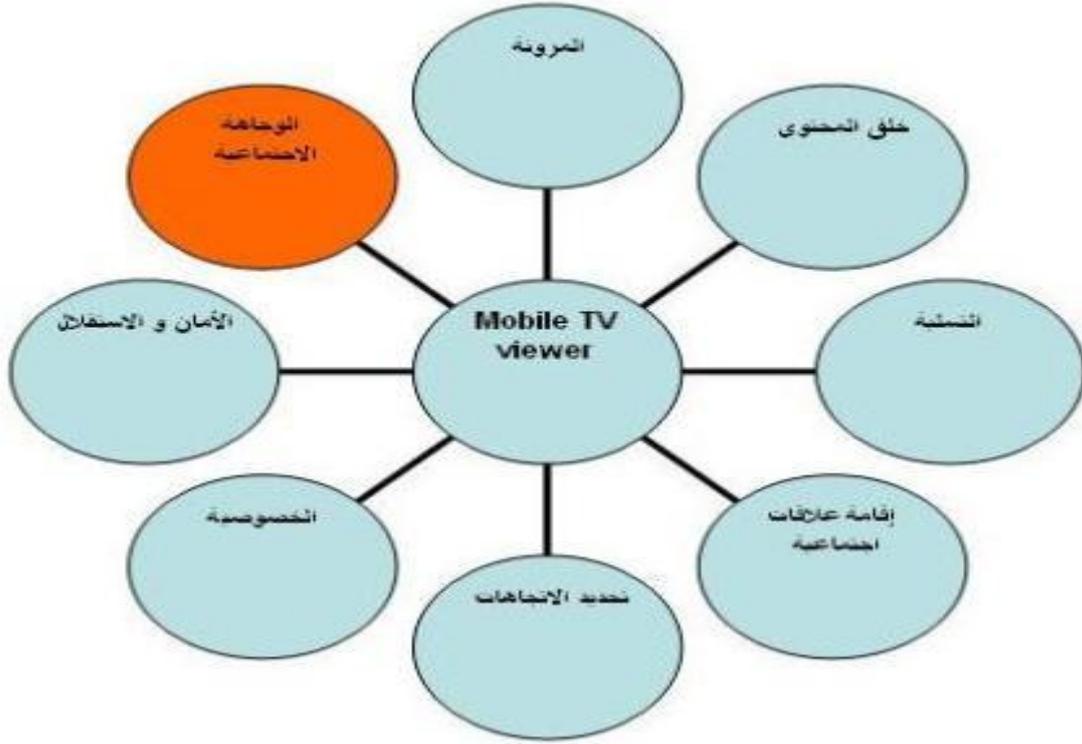
— الملمح الثاني: سوف لا يقدم تلفزيون الهاتف المحمول المحتوى الذي كان يقدم علي التلفزيون التقليدي فحسب من مواد درامية ونشرات وغيرها بل سيعتمد علي توظيف وسائط المالتيميديا بشكل كامل من راديو ومشغل أغاني وكاميرا ونص إلي جانب مسجل فيديو وبالتالي مشاهدة أكثر خصوصية وتفاعلية .

”وبشكل عام فإن تلفزيون الموبايل سيكون مكمل أو متمم للتلفزيون التقليدي وليس بديلاً عنه“

¹إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

ومن خلال الدراسات الاستطلاعية التي أجريت للتعرف علي دوافع استخدام الجمهور لتلفزيون الموبايل ، تحددت دوافع الاستخدام في ضوء عدد من المتطلبات يراها المستخدمين ضرورية للاشتراك في هذه الخدمة، وهذه المتطلبات هي :



رسم يوضح متطلبات الجمهور للاشتراك في خدمة البث التلفزيوني علي الهاتف المحمول

فالمتطلبات التي جاءت بها الدراسة و التي أجريت علي العالم الغربي هي¹:

- نماذج تسعير بسيطة وملائمة للجمهور.
- تقنية جديية تؤدي وظائف عديدة.
- صور ذات جودة عالية ونقاء.
- محتوى تلفزيوني يلائم الوسيلة المتنقلة .

¹فاطمة فايزة عبده قطب ،إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

- توفير أدوات التفاعلية .

- الشخصية و إمكانية خلق المحتوى ومشاركته مع الغير .

متطلبات الحصول علي تليفزيون الهاتف المحمول:

- هاتف محمول ينتمي إلي الجيل الثالث G3 وما بعده

يتطلب البث التليفزيوني علي الهاتف المحمول ، جهاز محمول ينتمي إلي شبكات الجيل الثالث،تتمكن من نقل البث التلفزيوني والخرائط الرقمية وأفلام الفيديو والسينما والألعاب الالكترونية التي تتشارك فيها مجموعات من اللاعبين، إضافة إلى التواصل وتبادل الرسائل والصور والرسائل المتعددة الوسائط (ميلتي ميديا) وغيرها.

- شبكات سريعة متطورة¹

و للحصول علي خدمة البث التليفزيوني علي الهاتف المحمول، فإن ذلك يتطلب اتصال أجهزة الجمهور مع شبكات سريعة، مثل تلك التي توفر اتصالهم بنظام «الدخول السريع إلى وصلات الإنزال» High Speed Downlink Packet Access، الذي يُعرف تقنياً بمصطلح «آتش اس دي بي آيه» HSDPA. ويسمح نظام «آتش أس دي بي آيه» تقنياً لشبكات الهاتف المحمول من «الجيل الثالث» بأن ترسل كميات كبيرة من المواد إلى الهواتف النقالة التي تقدر على التعامل مع تلك الشبكات. ولذا يتناسب هذا النظام مع توفير خدمات خلوية مثل بث التلفزيون ومواد المالتيميديا من الانترنت وعقد مؤتمرات الفيديو وغيرها.

توقعات بشأن الخدمة:

المحتوى المقدم عبر خدمة الموبايل :

- محتوى متخصص المضمون:

حتى وإن اختلف مصدر المحتوى المبتح علي تليفزيون الهاتف المحمول ، فإن المواد التي سيتم بثها ستكون كما هو الحال في التلفزيون التقليدي : مواد ترفيهية و إخبارية ورياضية و موسيقية وثقافية وفنية وغيرها.

¹فاطمة فايزة منيب، إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

8 مواصفات المحتوى المقدم عبر تليفزيون الهاتف المحمول :

-الأخبار

تشير الدراسات الاستطلاعية التي أجريت إلي أن الخبر سيكون المادة الغالبة علي معظم المواد المنبثة إلي الهاتف المحمول ، ومعظم الناس ستشاهد هذه الأخبار علي مدار اليوم .

ولعل أهم القيم التي سيحملها الخبر الموبيلي هي سرعة نقل الأحداث في نفس التو و اللحظة . وبالتالي فإن القدرة علي بث الأنباء بسرعة هائلة في أي مكان وفي نفس الوقت تعد واحدة من القدرات الهائلة لتليفزيون الموبايل .

وسيكون الخبر إحدى أهم المواد التي ستحقق العوائد المادية . وفضلا عن ذلك يتوقع الخبراء أن الأحداث العالمية الكبرى التي ستقع مثل الألعاب الأولمبية في بكين فإنها وبلا شك ستتطلب عملية بث مستمرة ومن ثم زيادة الطلب علي تليفزيون الموبايل.

ويكون أهم ما يتميز به الخبر هو¹:

- طريقة إخراج الخبر ستختلف عن الطريقة التي يتم بها تنسيقه و إخرجه في الوسائل التقليدية.
- خبر قصير، مركز، موجز، يمتد لدقيقة واحدة فقط.
- سيكون النموذج الذي عليه الخبر علي غرار النموذج المقدم في شبكات الأخبار العالمية ، عبارة عن عصارة الخبر بشكل مركز ودقيق . ومن يرغب من الجمهور في متابعة المزيد من التفاصيل فيمكنه الاستزادة.
- يمكن للمستخدمين أن يحددوا بأنفسهم نوعية الأخبار التي يهتمون بها ويودون أن ترسل إليها كما يمكنهم أيضا تحديد السياق الذي تقدم فيه ، ومن النماذج العربية التي بدأت تدخل إلي هذه الساحة:

برنامج بوابتي من جوال:

¹فاطمة فائزة عبده قطب، إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%20%D9%81/>

قامت شركة جوال بإطلاق وتطوير برنامج "بوابتي" والذي يتيح للعملاء المستفيدين منه من التعامل مع الخدمات بشكل مباشر من تفعيل وإضافة أو استعلام من خلال الجوال بكل يسر وسهولة دون الحاجة إلى الاتصال بمركز العناية بالعملاء 902 .

ويتميز البرنامج باشماله على خمسة أقسام وهي قسم (القنوات التلفزيونية التي يستطيع من خلالها العميل مشاهدة أكثر من قناة تلفزيونية مباشرة، وقسم خدمة الأخبار المقروءة التي تزود العميل بموجز عن آخر الأخبار، وقسم خدمة الرسائل التي تتيح للعميل الاشتراك في قنوات الأندية الرياضية والقنوات الإخبارية والاقتصادية، وقسم الخدمات الذي يمكن العميل من تنفيذ جميع الخدمات والاطلاع على تفاصيلها وأسعارها مباشرة، وقسم المحتوى الذي يوفر القنوات الإسلامية والرياضية والتسلية، وكل ما هو جديد في عالم الفيديو والنعتمات والخلفيات. ويقدم البرنامج مجانا لعملاء الجوال من خلال إرسال رسالة تحتوي على الرقم (9000) إلى (902) يتم بعدها تزويد العميل برابط البرنامج على جواله لتحميله مباشرة و البدء في استخدامه.

10- تليفزيون الواقع، وعروض الألعاب أو المباريات¹:

بدأ تليفزيون الواقع ينتشر داخل التليفزيون التقليدي ولاقي إقبالا كبيرا بين مستخدمي الهاتف المحمول . وسيكون تليفزيون الواقع أكثر ملائمة لتليفزيون الموبايل ونظراً لأنه يتم تجزأتها فإنها سوف لا تتطلب درجة عالية من التركيز ، فنجد أن Big brother من المملكة المتحدة و simple life من الولايات المتحدة تم تحميل نسخة منهم علي الموبايل . ولذلك لتحقيق مزيدا من السمات التفاعلية بين المستخدمين كالتصويت .

وهناك أيضاً من المواد الخاصة بتليفزيون الواقع و تم أعداها خصيصا لأجل تليفزيون الموبايل وكذلك الحال بالنسبة للبرامج . وتعد أشهر و أنجح لعبة في كوريا تم تطويرها خصيصا لأجل تليفزيون الموبايل كانت برنامج لعبة الموت . حيث أنه في كل المسلسلات التي يتم عرضها فإنه يكون علي المستخدمين أن يقرروا أيا من الأولاد الأبطال سيحصل حب الأميرة.

وتشهد البرامج التي يصنعها المستخدم بنفسه نموا كبيرا وهناك العديد من المواقع التي تتيح ذلك كموقع يوتيوب ، و الذي تسمح للمستخدمين برفع أشرطة الفيديو مباشرة من الموبايل إلي الموقع ويستطيع الآخريين من المهتمين بمشاركته في مشاهدة المقطع أو الفيلم .

¹فاطمة فائزة عبده قطب، إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

11 دراما الموبايل:

تقوم دراما الموبايل علي إحساس درامي سريع وقصير و مركز ، و تعكس الأمثلة الحالية من دراما الهاتف التلفزيونية و البرامج الخاصة بالحمول قصر الفترة الزمنية التي تستغرقها هذه الدراما ، فحتى الحلقة التلفزيونية التي تستمر لمدة دقيقة واحدة يتم تقليصها هي الاخرى . وهناك أيضا مسلسلات درامية تم إنتاجها خصيصاً للموبايل ، و في الصين فإن الشركة التطويرية الثقافية SMG و Beijing تخطط لإطلاق برنامج تفاعلي تجريبي يصوت الجمهور من خلاله لتطوير البرامج و المسلسلات و اختيار الممثلين وكل الوسائل التي يرونها تساعد في إنجاح البرامج و المسلسلات.

12 الأفلام و الصور المؤثرة .

وبسبب الطبيعة القصيرة و المجزئة لحالة المشاهدة عبر الهاتف المحمول ، وبالتالي فإنه يبدو من غير المحتمل أن يشاهد الجمهور أفلاماً طويلة عبر هواتفهم المحمولة ، ولكن بوجه عام فإن هناك طلب من جانب المستهلكين لمشاهدة تلك الأفلام .

وعلي خلاف الأفلام التقليدية ، فإن أفلام الموبايل تبدو متقطعة غير متصلة كالأفلام التقليدية علي التلفزيون العادي ، وتميل إلي الاعتماد بشكل أكبر علي المنظر البصري أكثر منه السرد الدرامي المعروف ، وتميل إلي استحداث تقنيات تصوير جديدة و أسلوب كتابة أسرع و أكثر تركيزاً. كما هو الحال في الفيلم الكوري June and 20yigon الذي تم إطلاقه في 2002 ولاقي نجاحاً تجارياً كبير . والفيلم الصيني Kung fu hustle تم تجزئته إلي عشر مقاطع ليتم وضعه علي تلفزيون الهاتف المحمول.

13 مهرجان أفلام الموبايل المصري¹

يؤكد مهرجان الموبايل الذي عقد في مصر في مدينة القاهرة في الخامس و العشرين من مارس 2008 علي التطور الذي لحق بصناعة أفلام الموبايل ، و شارك في المهرجان العديد من الشباب من مختلف الفئات العمرية وباستخدام الموبايل غدوا صانعي أفلام ومخرجين أيضاً ، حيث شاركوا في الأحداث ونقلوها بصدق و إثارة فاتخذوا من تلك الوسيلة الصغيرة منفذاً يعبرون من خلاله بحرية عما يدور بداخلهم بعيداً عن مقص الرقيب .

¹، فاطمة فائزة عبده قطب، إعلام الهاتف المحمول : سمات الحاضر وأفاق المستقبل. 2020/03/31 مرجع سبق ذكره <https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

وكان الملفت في المهرجان التنوع الشديد في مضمون الأفلام ما بين الوثائقي والروائي، وبين ما تمت صناعته من خلال سيناريو خاص مجهز مسبقاً، أو ما أعد بارتجال عفوي، وبين ما تم تصويره عبر لقطة واحدة ممتدة، أو ما تكوّن من مشاهد متعددة ألفت باستخدام برامج التوليف المتاحة في بعض أنواع الموبايلات، أو على أجهزة الكمبيوتر. هذا التنوع الذي شارك فيه حوالي (100 فيلم)، وانعكس على أزمنة الأفلام المشاركة أيضاً، والتي تتراوح بين بضع ثوان وبضع دقائق، والأهم هنا هو ذلك التنوع في موضوعات الأفلام ومدارسها: التجريبية، والكوميديّة، والأكشن، والرعب، والرومانتيكي، وغيرها. ومن الأفلام التي تم عرضها “رعب تحت الباطنية”، «بانيو عمومي» و«المسافة» و«٥٠ والمكنة عليا».

14- الصور المتحركة¹:

يبدو أسلوب الصور المتحركة ملائماً كثيراً للمواد الخفيفة التي يتم بثها عبر تليفزيون الهاتف المحمول ، فيقدمون للجمهور جرعات سريعة وصغيرة من المرح ، تنطلق كمادة الأدرينالين في الدماغ . ويرى المنتجان الأوائل للأفلام الهزلية anders morgnthaler&maikel wulf اللذان قاما بابتكار أول صورة متحركة تظهر علي الهاتف المحمول mtv.61 أن الرسوم الكارتونية تلقي شعبية كبيرة في الصين وستنتشر بسرعة خلال فترة قصيرة.

15-المضمون الرياضي:

ظهر المضمون الرياضي علي الهاتف المحمول عندما تم بث مباراة كأس العالم علي الهاتف المحمول ، فكان بإمكان محبي كرة القدم مشاهدة المباريات دخل الملعب وأخبار أبطال كرة القدم و أنشطتهم داخل و خارج الملعب . كما سيتم بث دورة الألعاب الأولمبية 2008 علي الهاتف المحمول، ويتوقع الخبراء أنه في عام 2010 سيتم بث مباراة كأس العالم لكرة القدم وستلقي نسبة مشاهدة عالية من جانب المستخدمين في الصين وعلي مستوى العالم ككل. ويتوقع الخبراء أنه بحلول العام 2010 سيكون من بين كل 13 مستخدم علي مستوى العالم مستخدم يملك جهاز هاتف محمول مزود بتليفزيون.

وسيكون المضمون الرياضي من المضامين الأكثر شعبيه علي الهاتف المحمول ليس فقط في الأوقات التي تشهد وقوع أحداث عالمية وإنما أيضاً في كل الأوقات.

¹ فاطمة فائزة عبده قطب، إعلام الهاتف المحمول : سمات الحاضر وأفاق المستقبل. 2020/03/31 مرجع سبق ذكره <https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

وستكون أدوات التفاعلية التي تتاح لمشاهدي تلك البرامج هي الحافز الأكثر جذباً لمشاهدة تلك البرامج. وتقوم بعض الشركات مثل Accenture بتطوير تليفزيون الهاتف النقال وتطلق برامج للتصويت علي أفضل هدف رياضي و أفضل لاعب وتوقعات المشاهدين حول الأهداف القادمة. وتظل هناك مشكلات بشأن بث المباريات التي تتطلب سرعه عالية وتحتاج إلي تركيز كبير من جانب المشاهدة وشاشة كبيرة الحجم كلعبه مسابقة الخيول .

16-المضمون الموسيقي

يعتاد المستخدمين علي تشغيل ملفات الموسيقى عبر الmp3 المزود بالجهاز ، و لا شك أن تليفزيون الموبايل سوف يعزز ذلك مع إضافة الصورة إلي عنصر الصوت من خلال تشغيل اغاني الفيديو كليب . وبالطبع نجد أن أغاني الفيديو كليب تتلائم مع مستخدمي الهاتف المحمول مع شاشته الصغيرة و طبيعة المضامين الخفيفة التي يقدمها. وبعض الاذاعات مثل mtv تبث انواع موسيقي مختلفة علي الهاتف المحمول ، وتعرض لبعض الخدمات الجديدة مثل خدمة الطلب علي المضمون التليفزيوني ، و التي تمكن المستخدمين من تحديد نوع المضامين التليفزيونية التي يرغبون بمشاهدتها خلال شهر .

17برامج عبر أكثر من وسيلة¹

وإلي جانب هذه المضامين و البرامج التي يتم بثها علي تليفزيون الهاتف المحمول ، هناك أيضاً برامج يتم بثها عبر الراديو و التليفزيون معاً وهو اتجاه بدأ به في العالم العربي شركة “زين للاتصالات” حيث وقّعت «زين» اتفاقية¹

تتولى بموجبها رعاية برنامج «بصراحة مع مُجدّ الوكيل» الذي يعتبر من أشهر البرامج التي تبثها إذاعة «فن أف أم» مباشرة على الهواء من الأحد وحتى الخميس من كل أسبوع. والمعلوم أن تلك الإذاعة تلاقي رواجاً كبيراً في أوساط الشباب الأردني، لم يحدّ منه الانتشار الواسع للوسائط الإعلامية المرئية - المسموعة، ولا شبكة الانترنت. واشتهر البرنامج بتلمسه قضايا المواطن الأردني بصورة مباشرة. وحقق شعبية ورواجاً بين مختلف شرائح الشعب الأردني. وزاد في صدقيته أنه ييث مواجهات مباشرة مع المسؤولين، ما يخدم المصلحة العامة أيضاً. وتُقدر بعض شركات البحوث الأردنية عدد مستمعي البرنامج بما يزيد على ال3 ملايين شخص. وكذلك يصل عدد المشتركين مع شركة «زين» للخليوي، إلى قرابة مليوني شخص. وتقدم الشركة خدماتها من خلال أكثر من 1700 محطة خليوية تغطي المساحة الآهلة بالسكان في الأردن.

¹إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل31/03/2020 مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

ويتيح راديو «فن أف أم» لمتابعي البرنامج أيضاً مشاهدة الإعلامي مُجَّد الوكيل في غرفة الاستوديو خلال بث الحلقة، عبر موقعه على الانترنت «راديو.ف.كوم» radiofann.com.

18- محتوى متخصص الجمهور

المحتوى المقدم للبالغين¹

لا يزال المحتوى الجنسي هو الدافع القوي لمشاهدة تليفزيون الهاتف المحمول خارج الولايات المتحدة ، فأغلب المحتوى المقدم خارج الولايات المتحدة محتوى إباحي . وفي كوريا فإنه من المتعارف عليه أنه من بين كل اثنين من المستخدمين يستخدم أحدهما الموبايل لاجل مشاهدة المضامين الاباحية . وبالتالي فغن ذلك سيتطلب الاهتمام من جانب الحكومات لحماية المواطنين وترشيد الاستخدام السليم للتكنولوجيا الحديثة .

19 برامج الاطفال:

تشير البحوث الاولية في هذا المجال ان المضامين المقدمة للأطفال ستكون ضمن المضامين الشائعة الاستخدام علي الهاتف المحمول . والذي ستوائم هذا الجيل الجديد الذى نشأ في عصر أصبحت التكنولوجيا فيه هي المحرك الأساسي لكل شىء.

فالدراسات التى أجريت علي الأطفال في سن 10 ، 12 سنة أشارت إلي رغبة الأطفال في مشاهدة المضامين القصيرة المضحكة علي الهاتف المحمول خصوصاً عند السفر .

وفي دراسة اجريت علي الأمهات اظهرت رغبة الامهات في ان يمتلك اطفالهم اجهزة هاتف محمول تقدم برامج يمكنها تسلية أبنائهم أثناء الانشغال بأمور التسوق أو قيادة السيارة .

الأماكن المحتملة لمشاهدة تليفزيون الهاتف المحمول خلالها:

— في السفر

—أماكن الانتظار

¹ فاطمة فايزة عبده قطب المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل 31/03/2020 مرجع سبق ذكره
<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85->

– في المنزل

– في العطلات

– أيام الأسبوع

أوقات استخدام الهاتف المحمول خلال اليوم الواحد :

– في أول المساء

– في الصباح الباكر:

– ما بين الفترة الصباحية و المسائية

– وقت الغداء

نماذج عن المواقع التي تنشر مضامين علي الموبايل

20هاتف بي بي سي العربية (نموذجاً للمواقع الإعلامية)¹

وكما جاء علي الموقع فإنه بإمكان المستخدم تصفح موقع بي بي سي العربية عبر الهاتف المحمول (Motorola، Windows Mobile، Nokia، Sony Ericsson، Samsung، Siemens) عبر عدة طرق كما هو مشروح علي الموقع :

– يمكن للمستخدم من خلال هاتفه المحمول الدخول مباشرةً إلي هذا الرابط bbc-arabic.com/mobile

– كما يمكنه أيضاً إرسال رسالة نصية أو بعث رسالة نصية إلى الرقم +447624882488 يبدأها بكلمتي BBC ARABIC بحيث يتم إرسال رابط للمستخدم يؤكد اشتراكه بالخدمة وبالتالي يمكنه التصفح

¹فاطمة فائزة عبده قطب المحمول ،إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل 2020/03/31

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

— وتجدر الإشارة إلى أن بي بي سي لا تفرض ثمنا مقابل المادة التي يستلمها المستخدم عبر الهاتف. لكن ينطبق عليه رسوم شركة الهواتف المحمولة التي توفر الاتصال. فقد تفرض الشركة رسوما نظير الزمن الذي يستغرقه تصفح الإنترنت أو نظير كمية المعلومات التي يتم إنزالها. وإذا كانت الشركة تفرض مبلغا محددًا لكل ميغابايت من المواد التي يتم إنزالها، فإن بي بي سي تحاول تصغير حجم الصفحة لتقليل الكلفة علي المستخدم.

20.1- خدمة مصراوى نموذجاً للمواقع الشبائية¹:

أطلق موقع مصراوى خدمة مصراوى موبايل في شهر مارس الماضي، والتي تتيح متابعة آخر الأخبار علي الموبايل من أي مكان من خلال بعض الهواتف المحمولة المزودة بمتصفح للانترنت ، وذلك دون أي رسوم من جانب مصراوى في مقابل التصفح فهي خدمة مجانية ، ولكن يقوم مزودي الخدمة لتشغيل خدمة الانترنت للمشارك ومعرفة تلك الاتصال بالانترنت .والجدير بالذكر أن خدمة مصراوى موبيلي يمكن الدخول عليها من جميع أنحاء العالم ولا تتطلب سوي أن يكون الموبايل مزود بالانترنت . وتقوم مصراوى بتزويد خدمة بث محتواها علي الهاتف المحمول عبر أجهزة الهاتف المحمول من نوع نوكيا ، وسوني اريكسون ، وموتورولا ، وسامسونج، pocket pc

20.2-مباشر موبايل(نموذجاً للمواقع الاقتصادية)

ولا يقتصر الأمر علي المواقع الإعلامية فحسب بل تشعبت توظيف خدمة الموبايل داخل العديد من المواقع متنوعة الاتجاه و المضمون ، فنجد علي سبيل المثال موقع مباشر الاقتصادي الذي يقدم خدمة موبايل مباشر وتم تصميمه من أجل المستثمرين المتنقلين الذين يحتاجون للبقاء على اتصال بالسوق حتى في أوقات سفرهم ويعمل برنامج مُباشر موبايل علي أي كمبيوتر جيب، ومزود بنظام تشغيل مايكروسوفت لكمبيوتر الجيب. بحيث يمكن المستخدمين من استعراض أسهمهم المفضلة فورياً من على شاشة كمبيوتر الجيب لديهم، من خلال تشغيل مُباشر موبايل عبر الإنترنت من خلال نظام GPRS، أو G3، أو الاتصال الهاتفي العادي.

وتتمثل أهم الوظائف التي يتيحها مباشر عبر الهاتف المحمول في:

— تقديم عروض أسعار مفصلة للأسهم تُحدَّث فورياً(باللغة العربية و الانجليزية) مع تحديث الأسعار الفورية باستمرار.

¹فاطمة فايزة عبده قطب المحمول، إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل.مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%20%D9%81/>

- استعراض: تحليل عمق السوق أفضل خمسة عروض وطلبات حسب السعر، أفضل الأسهم، قائمة مراقبة واحدة لمراقبة 12 سهم، خمسة قوائم طلبات، 5 إعلانات من السوق المحدد.

ولا يقف التطور عند هذا الحد بل يمكن للمستخدم أن يشاهد أو يستمع إلي ما يشاء ووفقاً للوقت الذي يناسبه من خلال جهاز البودكاست الذي يمكنه أن يسجل البرامج و المواد المختلفة بحيث يمكن للمستخدم الاستماع إليها أو مشاهدتها عبر جهازه المحمول أو عبر الحاسوب الخاص به، ونقدم هنا قناة الجزيرة . وهناك بعض الخدمات التي تم استحداثها في مجال التكامل بين الانترنت و الهاتف المحمول:

Mob-it¹ -21

تم إطلاق خدمة موب آي Mob-it تعمل على تحويل تغذية RSS التي ينتجها موقع ما إلى معطيات يمكن تصفحها على الهاتف المحمول، وهي الخدمة التي يوفرها موقع وهذه العملية تخص بالطبع مواقع الواب التي توفر خدمة تغذية RSS (flux rss)، بحيث تريد الشركة أو الموقع أن يقع نقل محتوى الموقع لمتصفح الهاتف الجوال، والفكرة بهذا المعنى تشبه قارئ RSS العاملة على متصفحات وتبدأ العملية بإدخال الرابط الذي يوفر خدمة RSS، ثم تقوم بعدها في الصفحة الموالية باختيار نموذج عرض من خلال بعض النماذج التي يعرضها الموقع، ثم في المرحلة التي يليها يقوم موقع Mob-it بانتاج كود مصدري بلغة جافا سكريبت، وهو الذي سيعمل على عرض المحتوى المعني.

22- إصدار نسخة من المدونة علي الموبايل

أداة رائعة تمكن البلوجر من إتاحة مدونته لجمهور مستخدمي الموبايل أو الجوال. و الأداة مجانية و تدعم اللغة العربية، كما يمكن لزائر المدونة أن يدخل رقم هاتفه ليتم إرسال العنوان علي هاتفه المحمول مباشرة فقط داخل الولايات المتحدة.

¹فاطمة فايزة عبده قطب المحمول، إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل.مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%20%D9%81/>



و لا تتيح الأداة للمستخدم فقط إصدار نسخة بسيطة من مدونته و لكن يمكن أن تهيئ شكلها بما يتلائم معه و أكثر من ذلك أنه يمكن مراجعة إحصائيات استخدام هذه النسخة من قبل مستخدمي الهاتف المحمول.

و هذه الخدمة مجانية إلا أن هناك نسخة مدفوعة تسمح للمستخدم ببعض المزايا الإضافية مثل تخصيص عنوان نطاق خاص بك مثل mobile.Yourblog.com. كما أنها ليست موجهة فقط لأصحاب المدونات و إنما لكل مواقع الانترنت التي تستطيع إصدار تلميحات الملخصات RSS، كما أن الأداة تقدم إعدادات خاصة لمستخدمي iPhone.

إن كل المعطيات السابقة التي تحدثنا عنها و المتعلقة بالهاتف المحمول، تجعلنا نتوقع السيناريو القادم للهاتف المحمول بشكل عام، وإن كانت الظاهرة حديثة العهد لا تتيح لنا أن نتنبئ بوضوح ، بما ستكون عليه في المستقبل، إلا أننا سنحاول أن نستشرف فقط بعض الملامح المستقبلية .

السيناريو الأول¹: الأرقام التي سبق الإشارة إليها فيما يتعلق بمعدلات استخدام الهاتف المحمول بشكل عام ، وتليفزيون وانترنت الهاتف المحمول تشير إلي أن معدلات الاستخدام في حالة ارتفاع تتزايد كل يوم ، و الأرقام التي

¹فاطمة فائزة عبده قطب المحمول، إعلام الهاتف المحمول :سمات الحاضر وأفاق المستقبل.مرجع سبق ذكره

<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2%D9%81/>

جاءت فيما يتعلق بمعدلات الاستخدام في العالم العربي للهواتف المحمولة واتجاه شركات الإنتاج إلى الهواتف المحمول تلمح إلى أن الدول العربية ستحقق نمواً في مجال الهواتف المحمول ، ويبقى عنصر كيفية تعامل المستخدم واستجابته للتطورات التكنولوجية والإعلامية إحدى أهم العناصر الهامة لتحقيق النمو إلى جانب العناصر الأخرى، كاستعداد شركات الإنتاج ، واستغلال شركات الإعلانات و المعلنين للهواتف المحمول وغيرها من العوامل التي تكفل تطور صناعة إعلام الهواتف المحمول.

السيناريو الثاني¹: كما سبق و أشرنا وأكدته الدراسات الغربية ، سيلحق تطور كبير فيما يتعلق بصناعة محتوى المواد المنبثة علي الهواتف المحمول ، فسوف لا يعتمد إعلام الهواتف المحمول (من إذاعة وتلفزيون وانترنت) علي محتوى يتم تهجيئه أو تسفيره أو استيراده من وسيلة أخرى ، وإنما سيكون لهذه الوسيلة (الهاتف المحمول) المحتوى الذي ينتج خصيصاً لها وما يتواءم مع خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، وعليه فستظهر أقلام تكتب لهذا النمط الجديد من الإعلام ، أقلام تكتب لسينما الموبايل و ثانية لصحافة الموبايل و ثالثة لراديو الموبايل ورابعة لتلفزيون الموبايل ، تكتب بأسلوب وروح تتواكب وهذه الوسيلة الجديدة وهذا الإيقاع السريع للحياة وتبتعد كثيراً أو قليلاً عن قيود الرقيب التي تكبل الوسائل التقليدية . وكما غير إعلام الانترنت في أسلوب التناول و المعالجة و أضحي التقرير الصحفي الموثق بوسائط المالتيميديا جزءا لا يتجزأ منه ، فستظهر قوالب فنية جديدة تختص بالموبايل كوسيلة سريعة الإيقاع ، و اعتقد أن القصص الإخبارية الطويلة و التحقيقات ستختفي وسيسود أسلوب الأخبار القصيرة المركز spot news و تعتمد في ذلك علي التحديث المستمر لحظة بلحظة و الذي يمكنه أن يغطي معظم تفاصيل الحدث ، ومن يريد الاستزادة فعليه التوجه إلي أي وسيلة أخرى لكنه لا يمكنه أن يستغني أبداً عن هاتفه المحمول، وتتوقع الباحثة أنه مع مرور الوقت ستفرض سينما الموبايل و إعلام الموبايل أجمع تفرض نفسها علي الساحة الإعلامية ، ومعه ستتغير قوالب التناول و المعالجة و التي بدت جلياً في الأفلام التي تم عرضها في مهرجان أفلام الموبايل 2007،2008. ونستحضر هنا التجربة الرائدة لشركة mbc – فكما سبق و أشرنا – علي لسان مدير الإعلام الجديد لمجموعة mbc الدكتور عمار بكار ، الذي صرح بأن mbc بصدد إنتاج 5 مسلسلات تعد خصيصاً للهواتف المحمول ، فذلك يعطينا برهان قوى علي أن العالم العربي بدأ يلتفت إلي أهمية تلك الوسيلة ، مما ينذر بتطور قادم في مجال صناعة إعلام الهواتف المحمول.

¹فاطمة فايزة عبده قطب المحمول، إعلام الهواتف المحمول : سمات الحاضر وأفاق المستقبل. مرجع سبق ذكره
<https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%20%D9%81/>

السيناريو الثالث: التطور الذي سيلحق بصناعة المحتوى سيتدفق في اتجاهين، الاتجاه الأول: هو الاتجاه التقليدي لصناعة المحتوى ، أي المحتوى المصنوع عبر شركة أو محرر من خلال طاقم تحريري و إعلامي ، أما الاتجاه الثاني : فهو الاتجاه المستحدث و الذي بدأنا نألفه عبر الانترنت وهو المحتوى المصنوع من قبل الأفراد والذي تجسده المدونات والمواقع الاجتماعية ، وغيرها من المواقع التي يبتكر فيها المواطنون العاديين المحتوى بأنفسهم ، وهذا الاتجاه المستحدث لا شك أنه سيرفع من معدلات الشخصية و الذاتية في صناعة المحتوى ، وسيكون لكل فرد أو مجموعه إعلامه الخاص به ، فكما هو الحال في موقع iGoogle علي سبيل المثال الذي يمكن للمستخدم من خلاله أن ينشئ فضاءً إعلامياً خاصاً به و أهم تفضيلاته داخل هذا الفضاء ، سينتقل ذلك أيضاً إلى الهاتف المحمول الوسيلة الإعلامية الجديدة فيصبح لكل مستخدم تفضيلاته الإعلامية الخاصة به علي الهاتف المحمول.

السيناريو الرابع: كما اعترفت وسائل الإعلام بالانترنت كساحة جديدة للنشرة ، وبدأت تتوجه إليها ، كما هو الحال بالنسبة للصحف المطبوعه التي أصبح لدي الغالبية العظمى منها موقع علي الإنترنت ، وكما هو الحال بالنسبة لبعض الإذاعات و القنوات التي بدأت تبث محتواها علي الإنترنت ، فلاشك أنها ستتوجه بالنشر أيضاً إلي الهاتف المحمول ، خاصة مع المزايا الفريدة للهاتف المحمول و التي تجعله لا يتقيد بحدود الزمان أو المكان.

-يبقي التكامل بين وسائل الإعلام مطلباً ملحاً وخيار لا بديل عنه أمام كل شركات الإعلام التي تبغي التطور ومواكبة التقدم و الانفجار التكنولوجي و المعلوماتي الواقع ، ولدينا من الأمثلة العربية ما يبشر بالتقدم العربي في هذا المجال لدينا تجربة العربية و الجزيرة ، ولدينا أيضاً تجربة bbc Arabic ، الذي سبق وتحدثنا عنه كنموذج للتكامل في ورقة بحثية سابقة

23 خصائص صحافة الموبايل

لصحافة الموبايل العديد من الخصائص التي تمتاز بها¹:

السرعة في انتاج الخبر

السرعة في النشر والتسويق

انتاج الأخبار باقل التكاليف

¹زيد المصطاف ، صحافة الموبايل، مرجع سبق ذكره

<http://imn.iq/archives/2989/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9>

اختزال الكوادر الإعلامية

اختزال معدات التصوير والمونتاج

اغلب المواقع التي يتم فيها التصوير لا تحتاج إلى الأذونات والتراخيص التي تحتاجها الكاميرات الكبيرة

سهولة التصوير من خلال تلقائية المعالجة الصورية لعدسات الكاميرات الخاصة بالهواتف

_توثيق الأحداث المختلفة

- صناعة الأخبار

-تنمية وعي الجمهور وتنقيفه

- تقريب وجهات النظر

- تشخيص السلوكيات في المجتمع (السلبية والإيجابية)

- تسليط الضوء على مكامن الخلل في الاداء الحكومي وجذب أنظار المسؤولين اليها

24 إستخدامات صحافة الموبايل¹

لم تقتصر صحافة الموبايل اليوم على انتاج المحتوى الفيديو وإنتاج التقارير الخيرية فحسب وإنما امتدت لتصنع محتويات صورية مدجة بالمحتوى النصي (Text) أي محتوى مقروء يعتمد نشر البيانات والنسب والأرقام والمعلومات باستخدام أنماط مختلفة فهذا جانب مهم في صحافة الموبايل أما الجوانب الأخرى التي تعتمد الكاميرا في التوثيق فان مساحتها واسعة في تشخيص مواطن الخلل في الأداءات والسلوكيات المختلفة وربما الإيجابية منها للترويج لها وبث روح الوعي والتنقيف إزاء بعض الأمور في الحياة العامة ولعل منصات التواصل الاجتماعي أصبحت ميداناً لبث نتاجات صحافة الموبايل بالاستخدامات التي ذكرناها والتي أثمر البعض منها في استنهاض الرأي العام المحلي وربما العالمي إزاء قضايا معينة.

¹زيد المصطاف ، صحافة الموبايل، مرجع -<http://imn.iq/archives/2989/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9>

24 التطبيقات المعتمدة في صحافة الموبايل¹

لا يقتصر العمل في صحافة الموبايل على اعتماد تطبيقات معينة دون أخرى فهناك العديد من التطبيقات التي تدعمها اجهزة النقال الحديثة سواء التي تعمل بنظام IOS أو نظام . Android ورغم ان المعاهد والأكاديميات الدولية الخاصة بتدريب الصحفيين والهواة على إتقان صحافة الموبايل تعتمد بشكل أساسي على اعتماد الأجهزة العاملة بنظام IOS لأسباب تعود إلى ضمان دقة الصورة لكن في العموم فان التطبيقات توفر خدمات فنية جيدة منها ما هو جاهز يتم تغذيتها بالصور وتعالج المادة ذاتياً لتعطي محتوى يختصر جهد المستخدم

أما الأخرى فهي تطبيقات تعتمد على إبداع المستخدم في ربط الصور ودمجها أو تقصيرها وتصحيحها وإضافة محتويات صوتية ونصية لها إلى غير ذلك وهذا النوع من التطبيقات هي الأفضل كونها تتيح للمستخدم مساحة كافية لإظهار منتوجه حسب رؤيته الفنية والإخراجية للوصول إلى ذائقة المتلقي.

وأحياناً تكون هناك أعمال تحتاج إلى أكثر من تطبيق لإنتاجها بسبب حضور خيارات معينة وغياب أخرى تجدها في تطبيقات معينة وهذا يحتاج إلى احتراف المستخدم الذي يجب أن يطلع على جميع التطبيقات ومعرفة أسرارها وخياراتها وما يمكن أن تتيح له

24.1 الجمهور المستهدف²

يختلف الجمهور حسب نوع الرسالة التي تنتجها صحافة الموبايل فبعض الرسائل قد تكون عبارة عن مقاطع فيديو مدمجة بالصوت أو النص وتلقى انتشاراً لأهميتها أو تفاعلاً فتصبح مصدراً لتغذية شاشات التلفاز من خلال نشرات الأخبار التي تثرى بها فيكون بذلك الجمهور

وتارة أخرى تكون الرسائل مقتصرة على منصات التواصل فيكون الجمهور أما عاماً او محدداً من قبل صانع الرسالة او منتجها وفي كلا الحالتين فان هناك رسالة وهناك مستقبل كما ان هناك وسيلة لتكتمل بذلك

¹زيد المصطاف ، صحافة الموبايل، مرجع سبق ذكره

²<http://imn.iq/archives/2989/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8>

² - نفس المرجع

عناصر الاتصال الجماهيري والذي يحقق أهدافاً من خلال نوعية الرسائل التي يتحكم بمضمونها صانعيها وأيضاً الشرائح المستهدفة بالرسالة

2.2 المتخصصون في إنتاج الأخبار¹

لصحافة الموبايل متخصصون يجيدون في صناعة الأخبار من خلال ما توفره أجهزة الهاتف النقال من مفردات عديدة كالكاميرا وبرامج المونتاج والإدخال الصوتي والنصي وان تلك المفردات قد تمكن أي فرد من ان يكون صحفياً بنشر ما يصوره بعدسة هاتفه وبثه على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي مرفقاً بعبارات مكمله لمقطع الفيديو وهذا يعرف (بصحافة المواطن) وهي صحافة عشوائية تكون فيها المعلومة غير منتظمة وغير خاضعة لتصنيفات القوالب الخبرية المعروفة الخاصة بالتلفاز .

أما الصحفيون والإعلاميون الذين يجيدون كتابة التقرير الإخباري بقالب متزن ويستثمرون رؤاهم الاخبارية في التصوير وفنون المونتاج عبر الموبايل فان هذه الشريحة هم من يطلق على نتائجهم بصحافة الموبايل وفي ظل ارتفاع أسعار الكاميرات الاحترافية وتوفر أجهزة الهواتف الذكية كمقننات للجيب بما تؤمنه من عدسات وتطبيقات احترافية ربما تكون مجانية او توفره بطاقات الشحن عبر المتاجر الإلكترونية بأسعار زهيدة فان صحافة الموبايل أخذت بالانتشار سريعاً خصوصاً بين طلبة الجامعات والصحفيين والهوات كونها تؤمن انتشاراً اوسع للمعلومة وتحقق احلام الشباب في ركوب موجة الاعلام بأقل الجهود والتكاليف عبر مواقع التواصل الاجتماعي

2.3: الاستخدامات الإعلامية والصحفية للوسائط المحمولة :

تطرح ورقة بعنوان "الإعلام المحمول .. التقارب بين الإعلام والاتصالات المحمولة سؤالاً أساسياً حول تأثير تكنولوجيا المعلومات المتنقلة على التقارب بين وسائل الإعلام .وأشارت إلى حدوث تقارب بين الوسائط المحمولة والاتصالات الجواله والإعلام التقليدي .وبالمقارنة، فإن الجمهور قد اعتاد على الدقة الجودة في الإعلام التقليدي كالجرائد والمحطات التلفزيونية، وهو بذلك ينتظر هذه المزايا في الإعلام المحمول² .

¹زيد المصطاف ، صحافة الموبايل، مرجع سبق ذكره

<http://imn.iq/archives/2989/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8>

²وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي مرجع سبق ذكره ص 197

وقد يؤدي عدم تحري الدقة في الإعلام المحمول إلى تجنبه تماما من قبل المتلقين، فإن اهتمام الناس بوسائل الترفيه زادت من ألفتهم لوسائل الإعلام المختلفة، وقابليتهم لتلقي المعلومات من تلك الوسائل، وأحيانا ما تتحكم اهتماماتنا بنوع وسيلة الإعلام المستخدمة، كما أن الحصول علي المعلومات بسرعة هي أولوية عند معظم الناس. إلا أن المغالطة في المعلومات قد تجعل المستخدم يتجنب بشكل كامل ذلك الموقع غير الصادق أو تلك القناة غير الدقيقة، ويبحث عن بديل يراه أقرب إلى الصدق والدقة . وتناولت دراسة Stig Nordqvist تأثير الجوال علي الإعلام والتحديات الاعتيادية للعمل الصحفي. وتوقعت الدراسة - وقتذاك - أن القراءة الإلكترونية من خلال الجوال ستؤثر بشكل كبير علي السوق تحديدا بعد إصدار الجيل الثالث المتميز بأجهزة مرنة ومتعددة الألوان وسهلة التوصيل ولها ذاكرة وطاقة كبيرة للبطارية وتنوع كبير في المحتوى وأشارت الدراسة إلى أن تعود استخدام الجوال في القراءة الإلكترونية يحتاج بعضا من الوقت، وهذا الوقت ضروري حتى يكتمل نضج الخدمة، واستيعاب الناس كيفية استخدامها ولن تزال التكنولوجيا تواصل طريقها في التطور والتقدم حتى يتخلى المستهلكون عن تردددهم في استخدامها ويشرعوا في التعامل معها على نطاق أوسع، لأن هذا هو التلقي المجتمعي الطبيعي مع كل ما هو مختلف في الأدوات التقليدية وليس مألوفا من الأدوات . ومن المفيد أن تستثمر الشركات الإعلامية هذا الوقت المتوقع لانتشار تكنولوجيا المحمول، كما أن من الواجب عليها الاستعداد والتأهل لتوظيف هذه التكنولوجيا في عملها الإعلامي قبيل انتشار وتداول أدوات القراءة الإلكترونية في أيدي المستهلكين وصيورتها جزءا من حياتهم اليومية المعتادة .

وتنظر دراسة حول دور الجوال في صناعة الإعلام إلى المحمول باعتباره آلة رقمية¹، ووسيلة ثقافية تستخدم في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك الإعلامي. فارتباط الصناعة الثقافية بالجوال يعمل على تغيير وسائل الإعلام وتطويرها وتوفير ساحات للتلاقي مع وسائل جديدة. وتعرف هذه العملية باسم الوساطة الإعلامية Mass mediatizing، والتي لا تهتم فقط بتوزيع المضمون بل تهتم أيضا بنقله من الاستراتيجية والأنظمة الإعلامية وإظهاره بلغة جديدة وتشكيل ودمج المحتوى (المضمون) (الثقافي الشخصي في ممارسات اجتماعية و إستهلاكية وتبحث هذه الرسالة ثلاث تبعات لاستخدام الجوال وسيطا إعلاميا :

تحول وتغير منتجات ومقاييس الإعلام النمطي ودمج قائمة المضامين وتحول مفاهيم المستخدمين عن إمكانات ومحتوى الإعلام الجوال . وهذا النظام التصوري يتصور وجود ظاهرة التداخل بين النطاقين العام والخاص .

الانتقال من التواصل الاجتماعي إلى الاستهلاك الاجتماعي وتخطي الهوية الإدارية والممارسات الاستهلاكية لوسائل الإعلام . كما أن المزايا المعروفة لأجهزة الجوال الكلاسيكية التقليدية تستخدم الإعلام المحمول وسيلة

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي مرجع سبق ذكره ، ص 199

للمناقشة مؤثرة في الممارسات الاجتماعية (تقديم الهوية، الاندماج في مجموعات، دعم الروابط الفعالة، الوصول للتحكم الشخصي .. وهكذا). وهذا يتعلق بقدرة المستخدم على إنتاج محتوى إعلامي وتجهيز الأماكن والأجهزة المستخدمة وهذا ما يسمى بالإعلام الشخصي. وفي هذا المجال فالإعلام الشخصي قادر على عرض وجهة النظر الشخصية أكثر من الإعلام الرقمي . ويوفر استخدام محتوى الإعلام الجوال نقط التقاء بين أجهزة الجوال

، ويدعم الإعلام الشخصي (يسمح للتعبير عن الهوية الشخصية للفرد عن طريق برامج إعلامية)، والمناقشات الإعلامية (تساعد على عرض وتبادل ودعم المعتقدات والشعائر الاجتماعية)، ويمكن فهم ذلك لى أنه أداة لربط وسائل التكنولوجيا بالممارسات الاجتماعية .

على أنه أداة لربط وسائل التكنولوجيا بالممارسات الاجتماعية . تلعب الأمور الشخصية والجمالية دورا فعالا لتحقيق ما يسمى بأنماط الحياة الإعلامية . ومن المهم تفعيل التقارب بين الإعلام الشخصي ووسائل الإعلام الأخرى من حيث المشاركة ، والتواصل وإنشاء قنوات إعلامية مستقلة عن الإعلام الموجه المقيد بضغوط إقتصادية وسياسية ويلعب الجوال دورا هاما في تطوير المشاركة بين الإعلام الشخصي ووسائل الإعلام الأخرى، ويدعم التقارب والالتقاء بين مزايا كلٍ منها كما هو موضح في كل من العمليتين التاليتين :

تسجيل مستخدمي المحتوى الناتج من الإعلام الجوال لتطوير الإعلام الشخصي¹

تسجيل محتويات الوسائط المتعددة وتبادل الاتصالات الشخصية، كما هي الحال في الماركات المسجلة أو المحتويات المرخصة مثل النغمات أو الخلفيات . وهذا يشكل الإطار الرئيس لاعتماد وسائل الإعلام على الجوال وعالجت ورقة ديفيد كاميرون استخدام الإعلام المحمول في المناهج الجامعية لدراسة الصحافة) ، باعتبار الهواتف المحمولة منصة الإنتاج الإعلامي، لما تتضمنه من إمكانات التسجيل الصوتي والمرئي فضلا عن اتصالها بشبكة الإنترنت . ويلاحظ أنه بات هناك عدم وضوح في التمييز بين الاستهلاك والإنتاج بفضل إمكانات الهواتف المحمولة وتطوير ثقافة الإنتاج غير المهني . ولهذا أصبحت الهواتف المحمولة أداة هامة في تطوير هذا النموذج الصحفي .

قد تغيرت دورة حياة العمل الصحفي بفضل توافر إمكانات الإنتاج الإعلامي عبر المحمول في أيدي الجمهور، وهو ما ساهم في ظهور شكل جديد من أشكال التغطية السمعية/ البصرية للأحداث الإخبارية، وصار الجمهور قادرا على نشر هذه الصور والمواد الفيديو بسلاسة وسرعة وتداولها في جميع أنحاء العالم . وبدت ملامح هذا

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 200

التغير في دورة الأخبار التقليدية واضحا في مشهد دعوة وكالات الأنباء جماهيرها للمساهمة المنتظمة بمحتوى هواتفهم النقالة في نقل الأحداث المهمة فور وقوعها، كما أصبحت الجماهير أكثر تقبلا للصور المشوشة والصوت رديء الجودة كعنصر من عناصر التغطية الإخبارية الرئيسية .

وناقشت دراسة كاترين فيركلاس¹ ديناميكية دور الجوال في تعزيز استخدام وتبادل المعلومات في إنتاج إعلام المواطن) ، كما بحثت اتجاهات استخدام الهاتف الجوال بالتركيز على البرامج التي تجعل بث المحتوى أكثر سهولة، وعرضت الإمكانيات الحالية والمحتملة لاستخدامات الهاتف الجوال في تعزيز إعلام المواطن وحرية تبادل المعلومات، من إمكانات التقاط صور وإنتاج مواد الفيديو وتسجيل مواد صوتية وإرسال رسائل SMS فضلا عن الولوج إلى الإنترنت واستخدام خاصيتي البلوتوث Bluetooth والواي فاي Wifi . كما توقعت المزيد من اختراق الجوال معظم الأنشطة اليومية من الحصول على المعلومات إلى التعبير عن الرأي، وأيضا في الإنتاج والاستخدام الإعلامي

إستهدفت دراسة سلوى حسن البنا التعرف إلى أسباب ودوافع استخدام الشباب خدمة الرسائل القصيرة SMS عبر القنوات الفضائية والإشباع التي تعود عليهم من هذا الاستخدام ، واستخدمت أداتي الاستبيان وتحليل المضمون .ورأت الباحثة أن استخدام رسائل SMS في المجال الإعلامي سلاح ذو حدين، حيث يمكن عن طريقها خدمة

أكثر من طرف في العملية الاتصالية .وبالنسبة للمشاهد أو المستقبل ..يمكن أن تمكن من التفاعل البناء مع المضمون المقدم وإكسابه شعورا بالإيجابية والنشاط . كما أنها تعود بفائدة على المضمون المقدم أو الرسالة الإعلامية، بمختلف وجهات النظر والاتجاهات، وبالتالي يجذب التعامل معها أكبر عدد من المشاهدين للارتقاء بالمضمون المقدم وبالذوق العام واحترام

عقلية المشاهد، وهذا يكسب شعبية أكبر للوسيلة وغيرها . هذا كله فضلا عن العائد المادي الذي سيعود على القناة باستخدام هذه الرسائل الجانب السلبي من استخدام رسائل SMS؛ فيتلخص في أن القنوات توظف هذه التقنية التفاعلية لحض الشباب على المزيد من الإرسال إليها في مسابقات وسحوبات وخدمات معينة، لأهداف مادية بحتة، كما أنها تلهي الشباب بأشياء وهمية غير نافعة مثل الدردشة غير البناءة في "شريط الشات"، وتزيد من انتشار ثقافة الاستهلاك غير المسؤولة، خاصة مع ما أكدته الدراسة من نتائج تشير إلى دوافع الكبت العاطفي والجنسي التي تسيطر التي تسيطر على الكثير من الشباب المواطنين على استخدام هذه الرسائل

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 201

إستهل الباحث جمال الرزن ورقته البحثية) بسؤال مهم :عندما يتسلح أي مواطن بمجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (آلة تصوير رقمية، حاسوب محمول، مسجل صوتي صغير، هاتف جوال عالي الجودة (وينزل إلى الميدان ويتجه صوب الحدث يقتنص الأخبار، فهل تمكنه تلك التقنية الذكية من التحول إلى صحفي؟ وإذا حظي بسبق صحفي؛ فهل يجرده مثل هذا السبق من صفة "المواطن الصحفي"؟

وتجيب الورقة عن هذه الأسئلة بالتأكيد على أن صحافة المواطن تمتاز بمجموعة من القواعد من المواقف التصحيحية لدور الصحافة أكثر من كونها نمطا به مجموعة من القواعد الصارمة، وكأنها تسعى إلى إعادة الاعتبار والتمسك بسلة المثل التي تبشر بها الديمقراطية وكيف أن المواطن بإمكانه أن يقرر مصيره ويحدد مستقبل أبنائه، ويختار نوعية الحياة التي يريدتها، ومن خلال مشروعها لإنقاذ الديمقراطية تريد صحافة المواطن إنقاذ الاتصال والإعلام من آليات التوظيف، حيث يبرز دور صحافة المواطن في تفعيل دور النقد الذاتي داخل مهنة الصحافة وتوسيعه وهو أمر لا يستهان به، وذلك حتى يوفر الصحفي المواطن لنهجه نوعا من المشروعية والاعتراف داخل الجسم الصحفي التقليدي الذي يعتبر أن الصحفي إنسان فوق الخطأ والنقد والعقاب

وحاول عبد العزيز قبلان¹ فهم الدور الذي يلعبه الفراغ في اللجوء إلى استخدام وسائل والاتصال الجماهيرية أو اللجوء إلى النشاطات الأخرى لقضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري، ومعرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في هذه العملية وتحديد العوامل المؤثرة في هذا الاستخدام والكشف عن الظروف النفسية والاجتماعية والجسدية

واستخدم الباحث أداتي الاستبيان وتتبع المذكرات اليومية للمبحوثين، بالمقابلة أو ملء المبحوث للمذكرة بنفسه. وبرزت عدة مؤشرات في نتائج الدراسة، منها تأتي الزيارات والمكالمات التليفونية في المرتبة الخامسة في الاستخدام بأوقات الفراغ، حيث تستغرق 59 دقيقة من يوم المبحوثين، ويبدو من الدراسة أن هذا الاستخدام لم يندرج في إطار الأنشطة الإعلامية والاتصالية . ويلاحظ الباحث أن مشاهدة التلفزيون هي النشاط الأكثر ممارسة من النشاطات الإعلامية والاتصالية، يليها تصفح الإنترنت، وتأتي قراءة الجرائد والمجلات في المرتبة الثالثة

. كما بينت الدراسة أن تصفح الإنترنت يشترط أن يكون المرء في حالة نفسية وجسدية جيدة مقارنة بمشاهدة التلفزيون الذي يعد "أسهل" وسيلة لقضاء وقت الفراغ .

¹وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 202

ويرى حسن عامر في ورقة بعنوان "نماذج تمويل المواقع والصحف الإلكترونية أن المحمول يمكن أن يكون وسيلة لدر دخل مادي على الصحافة الإلكترونية عبر خدمتين": الاشتراكات "المتابعي خدمات إعلامية محددة سواء بالاطلاع المباشر أو تلقي الخدمات عبر الهاتف المحمول كما في صحيفة فينننشال تايمز والواشنطن بوست ومجموعة صحف مارودوخ، أو من خلال "بيع المحتوى الإعلامي لشركات المحمول" والتي يمكنها توظيفه وتسويقه عبر التطبيقات المختلفة .

تناول حسنين شفيق الهاتف المحمول¹ باعتباره وسيلة إعلامية جديدة، منافسة للوسائل الأخرى السابقة الظهور، وأكد أن المحمول يقوم بكل وظائف الوسائل، الإعلامية الأخرى كما تناولتها نظريات الإعلام، مثل: الإخبار، الإعلام والتعليم، ترابط المجتمع ونقل تراثه، وظيفة الترفيه، الرقابة، الإعلان والترويج، تكوين الآراء والاتجاهات ..ولاحظ الباحث أن المحمول غير طريقة الاتصال الشخصي وجعلها لا تتقيد بمحدود المكان والزمان ولا تشترط الاتصال المواجهي، فالمكالمات المرئية سهلت التواصل الذي لا يتطلب إلا توافر خدمات الإنترنت G3 و G4 للقائمين بالاتصال، وأن الإعلانات على المحمول يمكن أن تتفادى مشاكل الإعلانات التليفزيونية، وأنه يعد مستقبلا لانتشار "تليفزيون المحمول". وأوضحت الدراسة أن الهاتف المحمول يسجل انفرادات صحفية عالمية من خلال لمواطنين الصحفيين، وأن الرسائل القصيرة لها العديد من الاستخدامات الإعلامية .وتوقع أن يكون "تليفزيون المحمول" من الاستخدامات الأكثر انتشارا في المستقبل . وتطرق دراسة حول "أوجه اختلاف الإنترنت المتنقل) إلى أوجه الاختلاف بين التصفح عبر الإنترنت من خلال المحمول والتصفح عبر الحاسب الآلي الشخصي . إذ توجد عدة معوقات في تصفح الإنترنت عبر المحمول أهمها صغر الشاشة وصعوبة القراءة عليها، وضعف أو انعدام الشبكة في مناطق كثيرة . وتطرق الدراسة إلى علاقة التصفح عبر الوسائط المختلفة بالنشاط التدويني المصغر Microblogging ، كما لاحظت تأثير عاملين في تصفح الإنترنت عبر المحمول :أولهما ارتفاع كلفة التصفح عبر الإنترنت وهو ما يجعل المتصفح يميل إلى الضغط على الروابط التي تظهر في أعلى شاشة الموبايل وهو ما يظهر جليا تأثير الوسيلة في اختيارات المستهلك .أما عن العامل الثاني فهو بحث المستهلكين دوما عن المعلومات التي تتعلق بمحيطهم الجغرافي المحلات التجارية، وهو ما يمكن أن يؤثر في سوق التجارة عبر الإنترنت .

ووفقا لدراسة أعدتها شركة TM capital الأمريكية حول استثمار العلاقة بين الشبكات الاجتماعية والوسائط المحمولة ، يلاحظ توسع المستهلكين في استخداماتهم لوسائل الإعلام الاجتماعية علي هواتفهم النقالة إلى درجة أصبح من الصعب قياس معدلات التبني .وفي نوفمبر من العام 2010، استضافت شبكة فيس

¹وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 203

بوك للتواصل الاجتماعي حدثا خاصا بوسائط الهاتف النقال، حيث أعلنت أن لديها مايقرب من 200 مليون عضو نشط يستخدمون منتجاتها للهواتف النقالة بمعدل أعلى من

العام السابق) 65 مليون). وقد أعلنت شبكة الفيس بوك أن جمهور مستخدميها عبر الهواتف النقالة أكبر من قاعدة مستخدمي هواتف الآيفون والهواتف التي تعمل بنظام تشغيل Android، وأن نشاط مستخدمي الفيس بوك هؤلاء يعادل ضعف نشاط مستخدمي سطح المكتب¹. وبهذا يمكن الاستفادة من المعلومات الإحصائية التي توفرها الشبكات الاجتماعية عن مستخدميها للوصول إلى المستهلكين عبر الهواتف المحمولة . وتمحورت دراسة جاكو سينيسالو حول الدور المحتمل للجوال كقناة وسيطة خلال إدارة علاقات العملاء، لأنه يمثل بيئة متعددة القنوات . ورغم الاستفادة الحتمية لكلٍّ من العميل والشركة جراء استخدام الجوال في إدارة علاقات العملاء، إلا أنه يندر استخدامه حتى تاريخ هذه الدراسة . والمثير للدهشة أن الجوال له إمكانات خاصة واستثنائية ف التواصل مع العملاء مقارنة بقنوات التواصل الأخرى، بالإضافة إلي أن استخدام الجوال في التواصل يوفر المال والوقت حيث إنه يمكن بسهولة استبدال التواصل عبر الجوال بالمقابلات الشخصية.

وتقدم هذه الدراسة نقاطا رئيسة للشروع في الاستخدام الفعلي للجوال وسيطا في إدارة علاقات العملاء، وتأمل أن يزيد تشجيع المديرين، بغض النظر عن مجال إدارتهم، للنظر فيما إذا كان يمكن أن تتوفر لشركاتهم قيمة مضافة من أي نوع جراء استخدام الهاتف الجوال في إدارة العلاقات مع العملاء .

وتناولت ورقة بيدرو مونتيريو أوجه الاختلاف في الصحافة "الدفترية" على الأجهزة اللوحية tablets ، وذكر الباحث عدة أوجه للاختلاف على مستوى الشكل والمضمون والتي تعكس اختلاف الوسيلة وضرورة تمتع القائم بالاتصال بمهارات خاصة، وكانت أهمها :

صناعة أخبار يمكن قراءتها ومشاهدتها ولمسها : إذ تحوي أغلب أجهزة الكمبيوتر اللوحية شاشة كبيرة تتيح للمستخدم الإبحار باستخدام أصابعه، واستهلاك الأخبار من خلالها لا يكون بمجرد القراءة أو متابعة الصور، لأن القراء يتوقعون من استخدام الأجهزة اللوحية أن تقودهم إلى أعماق القصة باستخدام الوسائط المتعددة . ملاحظة أن الدفتر " tablet" ليس موقعا على الإنترنت : ولكنه ليس أيضا مجرد نسخة ملف pdf من الصحيفة المطبوعة، ويعتمد تصميم "الدفتر" على اكتشاف توازن

¹وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 204

مثالي بين المتعة البطيئة للقراءة وثراء الخبرة الذي يمكن أن يقدمه المحتوى الرقمي، كاستفادة من الفرص الرقمية، مثل: الروابط hyperlinks للكلمات والكلمات الدلالية tags ، واستخدام القوائم المنبثقة popup menu للمزيد من المعلومات .

طلب مهارات خاصة لفريق نشر "الطبعة الدفترية" في صالات التحرير¹، منها ضرورة وجود "صحفيين بصريين" يرسمون - مع المحررين - "اسكتش" النسبة لا تقل عن 20% من المقالات، ويديرون انسياب المقالات وآلية الإبحار من أحدها للآخر، كما يتوجب أن يضم الفريق صحفيين لديهم مهارات في التعامل مع الصوت والفيديو والتصوير الفوتوغرافي لإنتاج مثل ذلك المحتوى .

واستهدف تقرير مركز مساعدة وسائل الإعلام الدولية (الإجابة عن السؤال :

كيف يبدو مجتمع الإعلام العالمي عبر وسائط الإعلام المحمولة؟ وكيف تمكن ثورة المحمول المواطن من مطالبة الحكومات بالمزيد من الانفتاح والمساءلة؟ وبات الأمر حقيقة وليس مجرد تساؤلات عندما ساهمت ثورة المحمول في نجاح ثورات تونس ومصر وما تبعها من اضطرابات في شمال إفريقيا وبقية الدول العربية، وكيف ساهم تحرير التكنولوجيا في مواجهة الأجهزة القمعية .

والسؤال الثاني في إطار النظرية السلطوية : كيف ستسعى الحكومات إلى السيطرة على تدفق المعلومات عبر الوسائط المحمولة؟ وهو السؤال الذي صادف واقعا أيضا عندما واجهت حكومة حسني مبارك اندلاع التظاهر ضده في ثورة 25 يناير بإغلاق شبكات الاتصال المحمول عبر التحكم في البنى التحتية، وهو ما يمثل معضلة"الديكتاتور" أمام حرية تدفق المعلومات .ولكن تمثل هذه التكنولوجيا المحمولة سلاحا ذا حدين، فكما أنها تمكن النشطاء من إيصال صوتهم تحت الحكم الاستبدادي، فإنها في الوقت نفسه قد تعتبر أداة مراقبة للنشطاء كما حدث من قبل في "الثورة الخضراء" المجهضة بإيران(2008م) عندما تعقبت الشرطة النشطاء عبر أجهزتهم المحمولة . ورأت الدراسة أن التطور التكنولوجي في استخدام الإنترنت عبر الجوال ناتج عن الجهود الاجتماعية من قبل المستخدمين والجهود التقنية من قبل الخبراء، وقد يطالب الطرفان بدعم السياسات العامة لهم وتشجيع الاستثمارات، ومن الحمق محاولة توجيهه أو التحكم في هذا التطور .. فكيف يمكنك السيطرة على الثورة؟ .

وخصصت مجلة Rhodes Journalism Review الصادرة عن جامعة رودس بجنوب إفريقيا عددا خاصا حول علاقة الجوال بالإعلام) ، وتصدر الغلاف العنوان التالي على صيغة سؤال " :هل معك ال"موجو" Mojo الخاص

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 206

بك"؟ وهو مصطلح مركب من كلمتي المحمول Mobile والصحافة Journalism) أو الصحفي Journalist)، ويقصد بها وسيط.

25 إنتاج الصحافة المتنقلة¹ mobile media

اعتبرت المجلة أن الجوال يمثل تحديا كبيرا أمام الصحافة الإعلامية، فبينما يسعى كل صحفي لتحقيق طموحه بإدراك سبق صحفي أو عرض الأحداث مباشرة أسرع من منافسيه، نجد أن الجوال يتسبب بذلك الطموح في هزيمة أعتق المؤسسات الصحفية والإخبارية، بما قد يفقدها قدرا كبيرا من جمهورها لصالح الإعلام المحمول الأسرع وصولا .

وأشارت المجلة إلى أن سرعة التطور التكنولوجي في سوق المحمول يعمل على توسيع المجال وزيادة الفرصة لجذب اهتمام المشاهدين وتقديم المعلومات وأسر انتباههم بشكل أكبر، فقد أتاحت التكنولوجيا الحالية مثل التكنولوجيا اللاسلكية والهواتف الذكية إمكانية إدخال بيانات تتناسب وخواص الجوال، حيث يمكن عرضها في كل مكان. ففي الدول المتقدمة والمنظمات الدولية؛ تعتمد المنظمات الإخبارية علي الجوال في جمع وعرض المعلومات، بل وفي تصميم الإعلانات الخاصة بها أيضا .

وهذا يثبت أن إمداد الجماهير بالمعلومات من خلال الهواتف الذكية smart s والمواقع له عدة مزايا، منها السرعة في التحميل والنقل الحصري للمعلومات والأخبار. فقد تعني البيئة التنافسية بين مقدمي الخدمات تقليص الكلفة، هذا الجمع بين الدخل المحصل في الدول المتقدمة وبين التوصل إلى أجهزة متطورة يعني أن الدول المتقدمة تجذب وتدعم استخدام الجوال في الصحافة الإعلامية وتحديث تغييرا في إنتاج وتوزيع الصحافة² .

تعرض دراسة كورية³ حول "المجال العام للإعلام المحمول) لاختلاف إمكانات الهواتف المحمول عن الكمبيوتر الشخصي، والتي تجعل الأول مؤهلا تماما لمشاركة الشخص في المجال العام، وتخلق مفهوما جديدا للمجال العام لجيل الإنترنت القادم. وتأتي الدراسة على خلفية زيادة الحراك العام والمشاركة السياسية في كوريا الجنوبية، أبرزها (في عام 2008) مشاركة أخبار كأس العالم لأندية كرة القدم والاحتجاجات الشعبية على أضواء الشموع. وأصبح من الممكن تقديم تصور عن دور هذه المشاركات الفردية في خلق حالة من الوعي الجماعي، أو على حد تعبير (" لقد أصبحت الهواتف الذكية ظاهرة ستغير وجه المجتمع الحديث." ولاحظت الدراسة حضور

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره ص 207

² نفس المرجع

³ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ص 211

استخدام الموبايل في الممارسات الديمقراطية التي تأثرت بعمليات التطور التقني، كما تعرضت لإمكانية تحول الهاتف المحمول وسيلة إعلام عامة public media ، ودور التكنولوجيا في تطوير المجتمعات، حيث تبدو التكنولوجيا وكأنها تتطور بمعزل عن المجتمع ثم يضطر الإنسان للتكيف معها، وتناولت الدراسة المعنى السياسي للفضاء الإلكتروني، وتحول الديمقراطية المباشرة إلى الديمقراطية التمثيلية، وتحليلاتها في العصر الإلكتروني الذي مهد التكنولوجيا لممارسة الديمقراطية عن بعد .

وبعد مقارنة بين المحمول والكمبيوتر الشخصي، خلصت الدراسة إلى أن الهاتف المحمول مؤهل لأن يصبح منصة الفضاء الإلكتروني العام من منطلق ثلاث أفكار :تقويم الهاتف المحمول كأهم أداة للتواصل الاجتماعي بسبب سهولة التنقل والتفرد، يتفوق الهاتف المحمول على الكمبيوتر الشخصي بأنه أكثر عمومية للأفراد، وأخيرا لأنه بيئة خصبة لدفع المشاركة في الشأن العام .

وضحت الدراسة أن التحولات الكبيرة في وسائل الإعلام بعد الثورة تتمثل في استعانة القنوات الفضائية بإنتاج الإعلام الاجتماعي، وعلى سبيل المثال انتقال برنامج "البرنامج" الساخر لباسم يوسف من اليوتيوب إلى فضائية أون تي في VON T ثم إلى قناة CbC. وبهذا يستطيع كل حامل - موهوب - لتليفون محمول ذي مواصفات وإمكانات مناسبة أن يكون "منتجا" ومشاركا في الإعلام الاجتماعي، وستتلاشى مع الوقت الحدود الفاصلة بين وسائل الإعلام الرئيسية وصحافة المواطن والإعلام الاجتماعي.

قدمت منظمة "موبايل أكتيف" عددا من الأدلة لاستخدام الهواتف المحمولة في التغيير الاجتماعي¹، من بينها "دليل استخدام الهاتف الخليوي لإشراك المجتمع المدني"، حيث تستخدم الهواتف المحمولة في شتى أنحاء العالم لجمع المال في سبيل القضايا الاجتماعية، كتقديم الإغاثة في حالات الكوارث، والتخفيف من الفقر، ودعم الأبحاث السرطانية، وإنقاذ الحيوانات المهملة، ودعم بقية الحاجات البشري.

وأشار الدليل إلى ارتفاع كلفة تنظيم حملة لجمع الأموال عبر الهواتف المحمولة، ورغم ذلك يتطور الهاتف المحمول في مجتمعنا المعاصر بطريقة تسهل على المرء استخدامه في حياته اليومية . فلما كانت الهواتف المحمولة أجهزة محمولة ومتوفرة في كل مكان، لم يحتف بها كأداة للاتصال وحسب، بل للتجارة أيضا، فتجدر الإشارة إلى أن هذه الهواتف بدأت تستعمل في عدة أماكن من العالم، أداة لتسديد المدفوعات، سواء في المتاجر، أو عند آلات البيع، أو عدادات مواقف السيارات، من خلال إقامة الشراكات بين شركات المحمول الوطنية ومختلف المؤسسات المصرفية .

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، نفس المرجع ص214

ويبرز تفرد المحمول في جمع الأموال بالأماكن التي لا يكون فيها الكمبيوتر بمتناول المانح وذلك في الحفلات الموسيقية والمهرجانات السياسية، والأحداث الرياضية، حيث يتم جمع الأموال بعدة صيغ منها: الرسائل القصيرة، تحميل رنات خاصة، استخدام الرموز القصيرة

كما صاغت عدة منظمات دليلا عمليا للنشطاء لحماية هوياتهم على الإنترنت وأثناء استخدام الهواتف المحمولة، ففي الوقت الذي أصبحت فيه التليفونات المحمولة أدوات قوية للنشطاء، قد تكون في الوقت ذاته وسيلة لتتبعهم من السلطة، كما حدث واستخدمت السلطات المصرية نوعا من التكنولوجيا يمكنهم من تحويل التليفونات إلى أجهزة استماع في محيطهم عن بعد، حتى لو كانوا مغلقين في ذلك الوقت

- يتجلى التقارب/الاندماج الإعلامي¹ في وسيط المحمول والوسائط المتنقلة بصفة عامة، وهناك صلة كبيرة بين الوسائط المحمولة والعمل الصحفي بشقيه المهني وغير المهني، وساهم المحمول في تطوير العمل الصحفي وتكامله وكان منصة الإنتاج الإعلامي في انفرادات صحفية غابت عنها الأدوات الاحترافية .

- يتطلب النشر الإعلامي عبر المحمول استحداث مهارات إعلامية جديدة في القائمين بالاتصال، كما يحتاج المحتوى لمعالجات خاصة وتصميم يتناسب والوسيط المحمول واللوحى وتقنيات اللمس الحراري .ومن المتوقع أن تؤثر تلك الوسائط في مستقبل الصحافة نحو المزيد من الرقمنة والتفاعل .

- يلعب الهواتف وخاصة الذكية دورا هاما في الفعاليات السياسية والاجتماعية، يعزز النشاط الاتصالي عبر المحمول الديمقراطية، ويلعب دورا في التفاعل مع المجال العام، وتزيد الوسائط المحمولة من استهلاك الأخبار .

- يتفرد المحمول بعلاقة خاصة مع الإنسان حيث إنه الوسيط الاتصالي الوحيد دائم الصلة به، وقد يكون المحمول أقل جودة في بعض الخصائص، ولكنه يصبح الأهم في أوقات تغيب فيها بقية الوسائل والوسائط الإعلامية .

- تلعب الهواتف وخاصة الذكية دورا هاما في الفعاليات السياسية والاجتماعية، يعزز النشاط الاتصالي عبر المحمول الديمقراطية، ويلعب دورا في التفاعل مع المجال العام، وتزيد الوسائط المحمولة من استهلاك الأخبار .

تتعدد الاستخدامات الإعلامية للمحمول إما عبر المواطنين أو النشطاء أو الإعلاميين، فضلا عن توظيف المؤسسات الإعلامية للمحمول ضمن أنشطتها الإعلامية، فعلى سبيل المثال توظف الفضائيات المحمول في استقبال الآراء والتصويت في البرامج الفضائية عبر رسائل SMS دون الحاجة إلى الاتصال بالإنترنت، استقبال

¹ وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي نفس المرجع، ص216

الاتصالات في برامج التوك شو، تزويد المواطنين بأرقام لخدمات خاصة مثل الفتاوى والتواصل مع نجوم وعلماء الفلك، إتاحة المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في الوسائط المحمولة، وعبر الاتصالات التليفونية، استخدام مقدمي البرامج التليفزيونية المذيعين (لأجهزة الآي باد في متابعة المستجدات المرسله من فريق الإعداد .

ووجدت المحطات الإذاعية متنفسا لها بعد تدني استخدام أجهزة الكاسيت والاستعاضة عنها باستخدام الكمبيوتر وأجهزة mp3، وأصبحت معظم أجهزة الهاتف المحمول تستقبل المحطات الإذاعية، فضلا عن قيام المواطنين بالمشاركة في البرامج الإذاعية عبر رسائل sms والاتصال المباشر عبر المحمول .

أما على صعيد الصحافة الورقية والإلكترونية؛ فهناك عدد من الاستخدامات للوسائط المحمولة، منها:

عمل نسخ مخففة من المواقع الإلكترونية والصحف الورقية لتطبيقات خاصة لبعض الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية .

إرسال خدمات الأخبار العاجلة على الموبايل، في ضوء تغير مسار تدفق المعلومات، فقد كان القارئ يبحث عن محتوى، وقد أصبح المحتوى بفضل التكنولوجيا هو الباحث عن القارئ (المستخدم (ويصل إليه "ديليفري" عبر عدة وسائل /وسائط .

26 استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي المحترف وصحافة المواطن .

كما يستخدم الإعلاميون الوسائط المحمولة في العمل الصحفي، فإن المواطنين الصحفيين هم الأكثر توظيفاً للوسائط المحمولة في نشر المحتوى الصحفي غير المحترف عبر المشاركة الفورية بالصور والفيديو والتعليقات والملاحظات في الشبكات الاجتماعية، والبث الحي للفعاليات والأحداث المختلفة من الوسائط المحمولة إلى مواقع البث الحي على شبكة الإنترنت، فضلا عن الاتصال بالخدمات والاستعلام عن المعلومات السياسية مثل أماكن الدوائر الانتخابية، كما حدث بمصر في الاستفتاءات والانتخابات التشريعية الأخيرة.

ووجدت الدراسة أن هناك تزايدا كبيرا في ظاهرة توظيف الموبايل إعلاميا من وسائل الإعلام التقليدية واستخدامه إعلاميا واتصاليا من قبل المواطنين، وساهم ثراء استخدامات الوسائط المحمولة وسهولتها كوسيلة في بروز عدد من الظواهر الإعلامية والاجتماعية، فقد تغير مفهوم الإعلام وأصبح مرادفا لأي وسيط ينقل المعلومة.

وتعتبر البنية التحتية المؤهلة لانتشار الإعلام المتنقل متطورة ولكن استخدامها أقل من جودتها نظرا لعدة عوامل تعوق تبني المستهلك لهذه التكنولوجيا منها ارتفاع سعر خدمات الإنترنت عبر الموبايل، ارتفاع أسعار الهواتف الذكية، وهي أمور يمكن أن تقلصها المنافسة بين شركات المحمول كما يحدث الآن في الشركات المزودة للإنترنت عبر التليفون الأرضي، إذ تمنح جهاز المودوم مجانا مع توصيل الخدمة، كما أن بعض شركات المحمول في الخليج)72(تمنح أجهزة محمولة مجانا مع خط التليفون لا يمكن إلغاؤه لمدة عام .

على الرغم من أن الموبايل ارتبط بعمليات توزيع الأخبار باعتباره منصة نشر يتم من خلالها توصيل الأخبار لملايين المستخدمين الذين باتوا يتلقون الرسائل الإخبارية القصيرة أو يتصفحون الإصدارات الرقمية عبر هواتفهم الذكية أو يشتركون في تطبيقات تم تصميمها خصيصا لهم، إلا أن الموبايل ارتبط أيضا بإنتاج الأخبار من خلال مفهوم صحافة الموبايل Mobile Journalism أو استخدام الموبايل في إعداد الأخبار Mobile Reporting حيث يستخدم الصحفيون هواتفهم الذكية في التقاط الصور والفيديوهات وإجراء المقابلات المصورة ، فضلا عن إمكانية تقديم بث حي من الموبايل إلى الوب مباشرة Live Mobile - To - Web ونشر العناوين الموجزة على الإعلام الاجتماعي، وهي الممارسات التي تزداد أهميتها مع الأحداث التي تتطلب تغطية لحظية مثل الانتخابات ، ويطلق على الصحفيين الذين يقومون بهذه المهام اختصارا Mojos أي صحفيي الموبايل Mobile Journalists

وقد ساعد في نمو هذا النمط من إنتاج الأخبار، التطور الكبير الذي لحق بالهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، سواء من حيث جودة كاميراتها أو سرعة أنظمتها، فضلا عن إصدار التطبيقات المتخصصة التي تساعد الصحفيين ليس فقط في تسجيل الصوت والفيديو وكتابة النصوص، وإنما تحرير تلك المواد أيضا مثل تطبيقات Vericorder، وهي التطورات التي أثرت على بنى غرف الأخبار وابتكار ما يسمى غرف الأخبار المرتكزة على تغطية الموبايل Mojo - Focused Newsroom والتي تعتمد علي محررين ميدانيين يستخدمون الموبايل في التغطية بشكل كامل، ومحررين في مقر الغرفة يقومون بعمليات التحرير والإعداد النهائي والبث، وهو النمط الذي يصلح إلى حد كبير في النماذج التي تعتمد على المواطنين الصحفيين

وهناك تطبيقات عديدة قد تساعد صحفيي الموبايل في عملهم والتقاط الصور والفيديو بكفاءة، ومنها Camera + و Pro HDR لالتقاط الصور، و Isaidwhat و PCM Recorder لتسجيل المقاطع الصوتية، و Filmic Pro لتسجيل الفيديو وكذلك st Video1 لتحرير مقاطع الفيديو و Bambuser للبث الحي، وهي التطبيقات المهمة لإعداد مواد صالحة للنشر وبجودة مناسبة تساعد الصحفيين في جمع المعلومات أثناء عملهم الميداني وتقديم تغطية لحظية للأحداث¹ ما ظهرت بعض المبادرات التي تعاون صحفيي الموبايل في عملهم، مثل موقع

¹فاطمة الزهراء عبد الفتاح ،. الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار مرجع سبق ذكره ، ص 54

Journalist Apps الذي أطلقته الصحفية الأمريكية Lindseymastis ويجمع كافة التطبيقات التي تساعد الصحفيين على التغطية باستخدام الهاتف المحمول ومعلومات ونصائح عنها، فضلا عن تصنيفها سواء حسب نوع الموبايل ونظام تشغيله أو حسب الوسيط (صور - صوت - فيديو وعلى نفس الصعيد، أصدرت كلية بيركلي لدراسات الصحافة العليا بجامعة كاليفورنيا دليلا ميدانيا لصحفي الموبايل، تتضمن مراجعات Reviews للأدوات والتطبيقات التي قد يستخدمونها على هواتف آبل الذكية Iphones مع تقديم تقييم لكل منها وفق جودتها وملائمتها للعمل قد أثبتت العديد من الأحداث أهمية هذا النوع من التغطية خاصة للحوادث الطارئة مثل تمرد الشرطة ضد رئيس الإكوادور وإنقاذ 33 شخصا من عمال المناجم بتشيلي، وهي التغطية التي تزداد كفاءتها مع استخدام الشبكات الاجتماعية خاصة تويتر سواء في عمليات النشر السريع، أو إنشاء هاشتاج لتجميع أي معلومات أخرى يرغب آخرون في مشاركتها¹

27 صحافة التشاركية Participatory Journalism:

تباينت المسميات التي استخدمها الباحثون والمهنيون لوصف الدور الجديد الذي بات المستخدمون يلعبونه بالعملية الاتصالية في ظل التقنيات الجديدة التي مكنتهم ليس فقط من التعقيب على المواد الصحفية وإبداء إعجابهم بها أو مشاركتها، وإنما أيضا المساهمة في إنتاجها، وهو الدور الذي سماه البعض المحتوى المنتج بواسطة المستخدم User Generated Content أو صحافة المواطن Citizen Journalism أو ما سمي Prodsusage في تعبير جمع بين الإنتاج Production والاستخدام Usage، ولكن تم صياغة مصطلح أكثر شمولاً تضم كافة تلك الممارسات وهو الصحافة التشاركية Participatory Journalism والذي يعبر عن اندماج الناس في عمليات الإنتاج المستمرة بغرفة الأخبار والتي تتسم بالتعاونية Collaborative والتجميع Collective معا، وهو ما يمكن أن يتم من خلال التقارير Reports والمقالات Articles والمراجعات Reviews، هذا بالإضافة للمدونات ونقاشات المنتديات والتعليقات، فضلا عن الأشكال الأكثر حداثة مثل التدوين المصغر Micro - Bloggin والشبكات الاجتماعية Social Networking Sites كما باتت الصحف تدعو الجمهور للمشاركة في موضوعات بعينها عبر هاشتاج معين Hashtags ومنصات التدوين المباشر Live Blogging فضلا عن الاستعانة بأنماط للمحتوى تعتمد على مساهمات الجمهور Crowdsorce مثل دعوتهم لتحديد مناطق انقطاع الكهرباء أو تقييم الخدمات على خريطة Crowd Map، وهي الأساليب التي تعظم من دور الجمهور في إنتاج الأخبار، بل إنه أصبح بإمكان الأفراد تنفيذ وإنتاج الإصدارات المطبوعة من خلال تطبيقات أونلاين مجانية مثل ARTHR الذي يقدمه نادي الصحف Newspapers Club وهو مؤسسة تأسست عام 2009 - Ga1 - atory Journalism: Guarding Open

¹فاطمة الزهراء عبد الفتاح ،. الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار مرجع سبق ذكره ، ص 54 .

B. Singer, et. Al., Participing Ltd, 2011, p. 2. Edition, Blackwell Publis
لمساعدة الأشخاص العاديين في إنتاج الصحف المطبوعة بطرق سهلة وسريعة. وقد سبق أن وضع JD Lasica قائمة بالأنماط التي يمكن اعتبارها نوعا من الصحافة التشاركية والتي قسمها إلى خمسة مستويات، الأول مشاركة الجمهور في التدفق الإخباري بالمنصات الصحفية، والتي شملت مدونات الصحفيين Staff Blogs ومنتديات النقاش Discussion Forums والمقالات والصور والفيديوهات وغير ذلك من المساهمات المنتجة بواسطة القراء، أما الثاني فهو مواقع الأخبار والمعلومات المستقلة، والثالث المواقع الإخبارية التشاركية التي تقدم أخبارها بشكل كامل عبر إسهامات المستخدمين، فيما يتمثل المستوى الرابع في المواقع الشبكية التي تضم مدونات ومنتديات ومقالات يكتبها المستخدمون، ويتم عرضها جميعا في واجهة موحدة بحيث يمكن التفاعل معها وتقييمها، وأخيرا يضم الخامس مواقع الإذاعة الشخصية والتي تعبر عن قنوات مصورة أو راديو التي ينشئها الأفراد كما أجرى Domingo & Et. Al. دراسة شملت 16 موقعا إخباريا من تسع دول وقامت برصد 17 طريقة تستخدمها الصحف للحصول على مشاركات الجمهور Participatory Features استخدمتها تلك المواقع، والتي تم تقسيمها إلى ثلاث مجموعات، المجموعة الأولى تضم الطرق المتصلة بإنتاج الأخبار News Production - Related Spaces وتشمل دعوة الزوار لتقديم مشاركتهم بالفيديو أو الصوت أو الصورة، تقديم أفكار للقصص، إجراء مقابلات مفتوحة مع صناع الأخبار، تخصيص مساحة لمدونات المواطنين، تخصيص مساحة لنشر القصص التي ينتجها المواطنون، اتباع أسلوب يعتمد على الجمهور في انتقاء الموضوعات التي ينتجها المواطنون، وكذلك اتباع أسلوب يعتمد على الجمهور لترتيب المحتوى الصحفي.

مجموعة الثانية تتمثل في المساحات الخاصة بالتعليق والنقاش Commentary And Debate Spaces والتي تشمل التعليقات على الموضوعات المنشورة والتي ينتجها الصحفيون أو المواطنون، تتبع التعليقات المنشورة بمدونات خارجية، المنتديات الجماهيرية والمفتوحة لأي موضوع، المنتديات الخاصة بالقصص الصحفية، وأخيرا الاستطلاعات. أما المجموعة الثالثة فتتعلق بالتشبيك الاجتماعي Social Networking Features وتتضمن صفحة للتعريف بالمستخدم Profile Page، اعتماد نظام للنقاط يرتبط بسلوك المستخدم على الموقع Karma System، إضافة وسوم تتصل بالمستخدم، وأخيرا روابط تعزيز المحتوى على المواقع الاجتماعية. وإذا كانت تلك الأنماط ترتبط بحد أدنى من التعليم والمعرفة الرقمية، فقد انتقلت الصحافة التشاركية إلى مستوى أكثر انتشارا مع إنشاء منصات للنشر تتلقى تقارير المواطنين عبر اتصالاتهم على رقم معين، حيث يتم الرد عليهم بشكل آلي عبر تقنية الاستجابة التفاعلية الصوتية Interactive Voice Response IVR، بحيث يتمكنون من تسجيل شكاوهم صوتيا، ثم يقوم فريق من الصحفيين المتخصصين بإدارة تلك التسجيلات وكتابتها ونشرها مصحوبة بتلك التسجيلات، وهو ما فتح آفاقا واسعة أمام مشاركة الأميين وسكان المناطق

النائية والناطقين بلغات محلية، وهو ما تم تطبيقه عبر شبكة Cgnetswara التي تغطي قضايا سكان منطقة جوندانا بوسط الهند.

وهكذا فالمفهوم يشير بشكل عام إلى قدرة الجمهور¹، وكذلك العاملين بغرف الأخبار بغير صفتهم الرسمية، على التأثير في المحتوى الإخباري، سواء عبر صناعته هو نفسه، أو المساهمة في ذلك، أو حتى توجيهه، فالصحافة التشاركية Participatory Journalism تعبر عن المبادرات المتنوعة التي اتخذتها وسائل الإعلام علي مدار الساعة والتي تدفعهم² للاعتماد على مصادر المعلومات التقليدية كالوكالات والمصادر الرسمية ، ولكن ذلك لم يمنع المؤسسات الصحفية من الاتجاه قدما في تدشين منصات للجمهور للتواصل Community Liaison Boards وإنشاء شبكة من المدونين مع تشجيع مراكز الإعلام المتخصصة لتدريب الأفراد العاديين على تغطية الأخبار الثانوية واستخدام أدوات رواية الخبر الرقمية، ليصبحوا جزءا من هذه العملية ومصدرا للأفكار والأخبار، بما يمنح المحررين والجمهور الفرصة ليعبروا عن الأحداث دون إملاء وجهة نظر الصحيفة بشأنها عليهم. ولعل تلك التطورات قد عززت من مفاهيم ثنائية اتجاه تدفق المعلومات Bidirectionality In Information Flows حيث يمكن للجمهور التواصل مع الصحفيين عبر التعليقات والمحتوى الذي ينتجوه يضيفونه بأنفسهم ، كما أنها نقلت مهمة المحرر من كتابة Writing القصة الخبرية إلى توجيهها Guiding عن طريق خلق الروابط بين المحتوى لبناء صورة أكبر في عقل القارئ، وهي الروابط التي تحتوى على قصص قد لا تكون المؤسسة الإخبارية هي منتجها بالضرورة، بل قد ينتجها الناس أنفسهم، حيث أصبحت القصة الإخبارية عبارة عن حزمة من المصادر المترابطة التي تحوي الصور والكلمات والفيديوهات والتغريدات والتدوينات غيرها، فلم تعد القصة الإخبارية على الوب مجرد صفحة Web Page ولكنها تلك الروابط The Story Is

فقد أثبتت العديد من الأحداث أن على المؤسسات الصحفية التقليدية إعادة النظر في علاقتها بجمهورها الذي بات يساهم في إنتاج الأخبار وليس استهلاكها فقط، ففي الأحداث الكبرى مثل أحداث تسونامي ديسمبر 2004 وتفجيرات لندن في يوليو 2005 تصدرت الصور التي التقطها الأفراد عبر كاميراتهم الرقمية وهواتفهم المحمولة الشاشات التلفزيونية، وعقب ساعات من تلك التفجيرات تلقت هيئة الإذاعة البريطانية 1000 صورة و20 فيديو و4000 مادة نصية و20 ألف رسالة إلكترونية، ما دفع رئيس الأخبار بالهيئة آنذاك ريتشارد سامبروك للقول بأن الأحداث الضخمة تثبت أن العامة يمكنهم تقديم معلومات أكثر مما يمكننا إذاعتها لهم، ما يعني أن الجمهور بات "شريكا" في تغطية الأخبار، وهي الشراكة التي أثرت في تشكيل فرق لإنتاج الإخباري بهيئة الإذاعة البريطانية وسكاي نيوز وغيرها من المؤسسات التي أضافت وظائف لفترة هذا التدفق من المحتوى المنتج بواسطة المستخدمين User Generated Content وتوزيعها، بل إن ال"بي بي سي" لديها فريق

¹فاطمة الزهراء .عبد الفتاح ،. الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار. مرجع سبق ذكره ، 2016 . ص 57

² نفس المرجع ، ص 59

يتكون من نحو 20 فردا وفترة هذا النوع من المحتوي والتفاعل مع الشبكات الإجتماعية ويرى Nic Newman, Et.AI (2012) (أن وسائل الإعلام المؤسسية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز دورها في إنتاج الأخبار وتوزيعها، وأن نشاط الأفراد المرتبطين عبر هذه الشبكات أو ما سماه السلطة الخامسة The Fifth Estate طور حالة من التآزر Synergy مع الإعلام التقليدي المؤسسي، حيث إن كلا منهما يبني على الآخر ويتجاوب مع الآخر في بيئة أخبار جديدة New News Ecolog Distribution وليس لمشاركة الجمهور AudienceParticipation على نفس الصعيد، يشير الواقع إلى أن إشراك الجمهور في عمليات إنتاج الأخبار أظهر بقوة إشكاليات التدقيق والتحقق، والتي تم الاعتماد فيها أيضا على آليات تشاركية فيما يعرف بأسلوب التدقيق المفتوح Open Verification من خلال الجمهور الذي يشارك بشكل جمعي في تعديل المحتوى وتدقيقه، إلا أن ذلك لم يمنع المؤسسات الصحفية من البحث عن طرق أخرى مشاركات الجمهور، سواء التي يقصدون إرسالها للصحيفة، أو ينشرونها في الفضاء الإلكتروني بشكل عام وتمثل مصدرا ثريا للأخبار، وهو الأمر الذي دفعها للتفكير في تطوير تطبيق تكنولوجي¹

يساعد في التأكد من صحة ما ينشره الإعلام الاجتماعي² (Application Of Social Media Verification) . كما قامت مجموعة من المؤسسات المهنية والبحثية بإطلاق مبادرات لمساعدة الصحف على عمليات التحقق، إذ أصدر المركز الأوروبي للصحافة ضمن مبادرته لصحافة الطوارئ Emergency Journalism Initiative دليلا لتدقيق المصادر في العصر الرقمي باسم Verification Handbook والذي ركز على الأخبار والمعلومات التي يتداولها مستخدمو الإنترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية بشكل خاص، لاسيما في الأحداث الضخمة أو الطارئة والتي تشهد تدفقا واسعا للأخبار والصور والفيديوهات التي ينتجها ويتداولها الجمهور . كما أنشأ معهد بيونتر الأمريكي قسما خاصا على موقعه الإلكتروني بعنوان "نأسف للخطأ" Regret The Error والذي يختار بعض القصص الإخبارية ويعيد النظر في مدى دقتها مع توضيح منهجيات وأدوات هذا التدقيق، بما يرسخ ما يسميه المعهد حرفة التدقيق (The Craft Of Verification) كذلك تأسست بعض المشروعات النوعية الرامية لتدقيق الأخبار والمعلومات المنشورة بشأن قضية أو منطقة معينة مثل مشروع Africa Check وهو منظمة غير ربحية أنشأتها مؤسسة وكالة الأنباء الفرنسية AFP Foundation) مؤسسة غير ربحية لتطوير الإعلام تابعة للوكالة عام 2012 وتسعى للتحقق مما تنشره الشخصيات العامة عبر القارة السمراء وبيان حقيقته، ويتضمن الموقع قسما خاصا لمهارات التحقق Fact Check

¹ فاطمة الزهراء عبد الفتاح، . الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار . ص 62

² نفس المرجع ص 61

نتهي للقول أن الموبايل أصبح عماد الصناعة الإعلامية . بحيث أصبح جهاز كالكاميرا . يغني عن الميكروفون وعن كاميرaman . ليصبح جهاز إنتاج مباشر لصورة لتغطية الخبر بصفة مباشر . ويجهز المجال نوع جديد لصحافة عرفت بصحافة المواطن

المبحث الثالث : الصحافة الذكية

تمهيد : عرفت الصحافة الرقمية في مسارها عدة تطورات بفعل الطفرة التكنولوجية ، إذ أن الإختراعات التقنية والتعامل مع المضامين بإتقائية ، جعل من إنتاج المضامين أمرا معقدا ، يستلزم تعدد الوسائط وتناسبا مع منصات الإستقبال

قد يحدث مصطلح الصحافة الذكية، التباسا في المعنى عند بعض المتأخرين، حيث يفهم أن الصحافة كمنشآت وعمل، قد أصبحت ذكية، مقارنة بالصحافة التقليدية الأقل ذكاء. إلا أن هذا الاعتقاد مردود هـ؛ لأن إقتزان الذكاء –مجازا- بالآلة أو بالأشياء هو لتقريب الفهم، في وصف قدرة غير معتادة في الأداء. ومثال لذلك (الذكاء الإصطناعي) الذي يوصف بأنه، قدرة آلة أو جهاز ما، على أداء أنشطة تحتاج إلى ذكاء، مثل: الإستدلال الف والإصلاح الذاتي. أصبح المصطلح شائعا في عصرنا على سبيل المثال (المدن الذكية)، (الحكومة الذكية) التي يقصد بها تحول الخدمات الحكومية إلى الأجهزة الذكية ،

تشكل الصحافة الذكية¹، بداية عصر جديد في مجال الإعلام يحمل تغيرات مفتوحة على كل الاحتمالات في المستقبل، لارتباطها بوسيلة حيوية قابلة للتجدد والاستحداث يوما بعد الآخر، بوصفها (أجسام قابلة للتنوع في الشكل والقدرات، مما يكسب الصحافة الالذكية بعدا جديدا، ويكرس لسمات خصائص مرنة، تتكيف مع تغيرات محتملة في أشكال الوسيلة الذكية التي نشأت في تسعينات القرن الماضي نتيجة التقارب بين قطاع تكنولوجيا الاتصالات والهواتف المحمولة، والوسائط المتعددة، والإنترنت. الصحافة الذكية (ليست معطى ساكنا ومنهي البناء. إنها عرضة للتجديد والتطور، وتخضع لديناميكية التغيير الذي تصنعه الابتكارات التكنولوجية والاستخدامات الاجتماعية التي يؤطرها السو. إن التسابق في مجال) الصحافة الذكية (وإن كان قد بدأ بالهواتف الذكية، إلا أن احتمالات استبدالها بأخرى ذكية في المستقبل تظل قائمة، ولربما تعمل معها جنبا إلى جنب، فالجمال موعود بتغيرات عديدة على صعيد الوسيلة سيما وأن قطاع الذكاء الاصطناعي يعمل على تطوير تقنيات إنترنت الأشياء، إلى جانب التطور في مجال الهواتف الذكية، سيما مع ظهور تقنية الجيل الخامس من شبكات الاتصال. هذه الجهود تصنع مزيجا متناغما بين أكثر من تكنولوجيا لتوصيل الرسالة كالإنترنت والحاسوب والأقمار الصناعية والشبكات الإلكترونية. فيما تتواصل جهود الذكاء الاصطناعي لابتكار وسائل ذكية أكثر حداثة من الهواتف الذكية يمكن استغلالها في قطاع الإعلام، ما يعني أن مصطلح الصحافة الذكية هو الأوفق في توصيف واستيعاب حالة التغيير التي تصيب الوسيلة في المستقبل. معها تتسع مظلة الصحافة الذكية لتشمل

¹شاهين ، سناء يوسف . "الصحافة الذكية : المفهوم وآفاق المستقبل :مرجع سبق ذكره 36.67.66

وسائل جديدة محدثة، هذه التوقعات، تتوافق مع توقعات شركة مايكروسوفت بأن تحل تقنية الواقع المعزز مستقبلا محل الهواتف الذكية والتلفاز، لن يكون هناك داع لكل هذه الأجهزة، بإمكان الناس إجراء المكالمات والتواصل النصي ومشاهدة الأفلام ولعب الألعاب عبر أعينهم. تحدث هذه التطورات، أثرا وتغيرا في مجال الإعلام، وتكسبه خصائص إضافية من خلال التجربة الجديدة عبر الأشياء، وفي ذات الوقت تفرض تحديات جمّة، إذ أنه يتهدد لاستيعاب هذه التطورات بما يوائم البيئات فما حققته الصحافة التقليدية، من تقدم وانتشار خلال سنوات طويلة، تتجاوز الصحافة الذكية في سنوات قليلة، لارتباطها بالأجهزة الذكية سريعة الانتشار وفقا للإحصاءات تاريخيا تقف الوسيلة دوما وراء التغييرات الثورية التي تحدث في مجال الإعلام، فهي المحرك الرئيس لعملية التحول والانتقال من مرحلة إلى أخرى، حيث قاد ابتكار الورق والمطبعة إلى ظهور الصحافة الورقية، ثم ظهرت الإذاعة بفضل ابتكار تقنيات الصوت، واستقبل العالم التلفزيون بفضل تطوير كاميرات الفيديو وتقنيات الصورة، كما برزت الصحافة الإلكترونية بفضل الكمبيوتر ولحقت بهم أجهزة الاتصال الذكية لتعلن عن ولادة الصحافة الذكية، على ذات المنوال الذي تحقق في وسائل الإعلام السابقة، وهناك جانب آخر مهم حيث يلاحظ أن ابتكار وسيلة إعلامية جديدة يرافقه دوما ظهور نوع صحفي جديد يحمل سمات وخصائص تلك الوسيلة، ويراعي طبيعة جمهورها. هناك إذا ارتباط راسخ بين النوع الصحفي والوسيلة يجعلنا نصنف أنواع الصحافة وفق وسائلها، مثال لذلك: الصحافة التي تبث عبر التلفزيون، تسمى صحافة تلفزيون، وعبر الإذاعة فهي صحافة إذاعية، وعبر الصحف، فهي صحافة ورقية وعبر الكمبيوتر الصحافة الإلكترونية، ومن ثم فإن الصحافة التي تستخدم أجهزة الاتصال الذكية في جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها يمكن تسميتها ب صحافة الأجهزة الذكية أو الصحافة الذكية، بغرض التخفيف وهو فعل جائز في اللغة العربية كما أوضحت سابقا. فيما تتكسب صفة الذكاء لاعتبارات منها سرعة إنتاجها ونشرها، وانخفاض تكلفتها، مع ذلك تحدث تغيرا حقيقيا في مفاصل العملية الإعلامية، معها تحولت الصحافة من سيطرة الحكومات والنخب إلى المشاركة الشعبية في إنتاجها، مع مزيد من حرية التعبير والاهتمام بالمجتمع؛ بذلك فهي تختلف عن الأنواع الأخرى. وليس خافيا أن الهواتف الذكية الوسيلة أسهمت في تغير طريقة النخب الحاكمة وصناع القرارات في إطلاق الأخبار والتصريحات والتفات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دون انتظارهم للقاءات مرتبة مع صحفيين. تجسد الصحافة الذكية معالم مرحلة جديدة تعبر عن الحالة الانتقالية لوسائل الإعلام، من مرحلتها التقليدية، إلى مرحلة الإعلام الجديد، المرتبط باستخدام الأجهزة المحمولة الذكية ما يؤكد أن¹ وخلافا لما كان سائدا في وسائل الإعلام التقليدية، فإننا أمام وسيلة الهواتف الذكية والكمبيوترات اللوحية لم تبتكر بغرض الاستخدامات الصحفية، لكن الصحافة نجحت في استقطابها، وتوظيف تطبيقاتها لخدمة أهدافها. هكذا تبرز الصحافة الذكية كنوع صحفي جديد يكتسب اسمه ليس فقط من وسيلته بل من قدرته على التكيف والانتقال من وسيلة تقنية إلى أخرى مهما تنوعت هذه الوسائل وتعدد في المستقبل

¹شاهين ، سناء يوسف . "الصحافة الذكية : المفهوم وآفاق المستقبل :مرجع سبق ذكره ص 68

فأن النوع الصحفي المنتج من خلال هذه الأجهزة الذكية يأخذ مسمى الصحافة الذكية أنه ذكاء يجسده الفعل والقدرات. وترى الباحثة أنه يمكن مناقشة مفهوم الصحافة الذكية من زوايا أخرى لتقريب الفهم والاستدلال على أنها نوع صحفي جديد، نتج عن الممارسة الإعلامية عبر الهواتف الذكية وهو اعتقاد يعد مقبولا، بالنظر إلى ما يأتي: أولا: طبيعة الرسائل الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة، فهي، صحافة تميل إلى الإيجاز غير المخل في طرح المحتوى بما يتناسب مع طبيعة الوسيلة ومستخدميها، ولا تعترف بقوالب الكتابة والقواعد القديمة للعمل الصحفي، ويغلب ها شكل الفيديو والبث المباشر. يقول الصحفي نيك غارنيت، مراسل راديو لايفي يوركشير، أن استخدام الهواتف الذكية أحدث تغييرا في طريقة تغطية الأحداث مستشهدا بالتغطية الصحفية لأعمال الشغب التي شهدتها مدينة مانشستر في عام 2011م، حيث سهلت الهواتف الذكية عملية إعداد ونشر تقارير إخبارية بسرعة وأمان من عمق الأحداث. ثانيا: سرعة النشر: ومتابعة تطوراتها لحظة بلحظة جعل الخبر يتفكك من قيود الالتزام بعناصر وإجابات للأسئلة الخمسة، إذ يكفي أن يجيب على سؤال واحد منها ليأخذ طريقه إلى النشر عكس ما كان يحدث في الصحافة التقليدية التي تشترط الإجابة على الأسئلة الخمسة أو أغلبها على الأقل

ثالثا: كل مراحل التغطيات الصحفية من إعداد للمحتوى وتحريره وعرضه تتم على منصة واحد وهي ميزة غير مسبوقة في الأنواع الصحفية الأخرى، فالصحافة التلفزيونية مثلا تستخدم كاميرات الفيديو في تصوير مقاطع مرئية، لتشاهد عبر شاشات التلفزيون، والإذاعة تستخدم الميكروفون لتظل على جمهورها عبر جهاز الراديو، والصحافة الورقية، تستخدم القلم، والتسجيل والورق والصورة الفوتوغرافية لتنشر بعدها عبر صفحات الجريدة. وكذلك الحال بالنسبة لصحافة الإنترنت التي تستخدم وسائط متعددة، لتظل على جمهورها عبر الكمبيوتر أو الاب توب. رابعا: التنقل الحر بالوسيلة "mobility" اتاحت للصحفي التنقل بوسيلته، وبث الأخبار والتغطيات الصحفية بسرعة من أي مكان دون التقييد بالحضور إلى مكتبه بالمؤسسة وفي أي زمان دون التقييد بساعات محددة للنشر. خامسا: تجاوزت قيود الارتباط بحدود الوسيلة الضيقة (صحافة، إذاعة، تلفزيون) إلى فضاء أرحب تتماهى فيه الوسائط الإعلامية. سادسا: إمكانية تحديد الموقع عن طريق تقنية جي بي أس GPS، ممايسهل التواصل مع المصادر والمؤسسات الإعلامية. سابعا: عززت قيم إعلامية مثل: التفاهة، واتاحت مشاركة المستخدمين في صناعة المحتوى الإعلامي مما أدى إلى: توسيع نطاق التغطيات الصحفية لتشمل مناطق لم تغطيها شبكة المراسلين، وكسر الحصار المفروض على وسائل في حالات منعها من نقل الحدث أو إغلاق مكاتبها كما حدث مع الجزيرة. بفضل كاميرات المستخدمين تدفق العشرات من مقاطع الفيديو والصور من مناطق لم تطالها كاميرات الصحفيين المحترفين. مما أسهم في توثيق الوقائع بعيدا عن هيمنة الجهات الرسمية أو المؤسسات الإعلامية التي تنتمي لها.

2 الفرق بين صحافة الموبايل والصحافة الذكية¹

في إطار مناقشة مفهوم الصحافة الذكية نا أن نجيب سؤال رئيس، هل الصحافة الذكية هي نفسها صحافة المحمول؟ أم أن ثمة فرق بينهما؟ الواقع أن الإجابة على هذا السؤال يتطلب فلسفة مبنية أدلة قوية تعزز إعتقادنا بأن صحافة المحمول ما هي إلا المرحلة الأولى من الصحافة الذكية ومن بعدها تتوالي المراحل تبعاً لما تجود به قطاعات الذكاء الاصطناعي، وتكنولوجيا المعلومات، ووسائل الاتصالات من وسائل حديثة. فالصحافة في أصلها نشاط معرفي قائم على وسيلة، تكتسب منها سمات وخصائص، تتغير، تنمو، وتتطور تحت تأثيرها. تظل الصحافة صحافة مهما تعدد الوسائل أما النوع فهو المتغير في هذه المعادلة التي تبرز الصحافة الذكية كنوع صحفي جديد، وهو نوع مرن لن يظل رهينة وسيلة محددة مثل المحمول ولربما أنفك هذا الارتباط من أساسه في المستقبل رغم ذلك فإن فهم الصحافة الذكية وتطوراتها المستقبلية يفرض علينا في البدء فهم صحافة المحمول واستيعاب مفهومها²

3 أنواع الصحافة الذكية يمكن تصنيفها إلى نوعين رئيسيين: . النوع الأول: ينتج عبر الأجهزة الذكية، وينشر في منصات إعلامية عديدة بما فيها وسائل الإعلام التقليدية، وهذا النوع ينشط خلال المرحلة الأولى من عمر الصحافة الذكية. . النوع الثاني: ينتج عبر الأجهزة الذكية لبيث عبر الأجهزة الذكية، وهو النوع الذي يتوقع أن يسيطر على الساحة الإعلامية مستقبلاً. الصحافة الذكية وآفاقها المستقبلية فيما يواصل الصحفيون، إنتاج ونشر مهامهم الإعلامية عبر الهواتف الذكية، يتوقع أن تشهد تقنيات عرض المحتوى الرقمي، تحولاً في الفترة المقبلة، ما يؤدي إلى انحسار محتمل في استخدام الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي كمنصات لتصفح الأخبار والمحتوى الصحفي. ويدعم هذا التوقع، مؤشرات بحوث تجرى في مجال الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، يتوقع أن يحدث تطوراً في أساليب عرض المحتوى الرقمي، في هذه المرحلة سيتخلى المستخدمون عن هذه الأجهزة، وينتقلوا إلى أنواع جديدة كالساعات الذكية، والنظارات الذكية، وما تجود به التكنولوجيا من ابتكارات في مجال الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء. هذا ما تبشر به بحوث واختبارات تعكف ها شركة مايكروسوفت، وفيسبوك، وجوجل وآبل، إلى جانب ابتكاراتها في مجال تصنيع نظارات للواقع المعزز. والسؤال الذي يفرض نفسه إذا كانت هذه التطورات، ما المصطلح الذي يعد الأنسب للصحافة عندما تغادر منصة المحمول إلى أشياء أخرى

¹ شاهين ، سناء يوسف . "الصحافة الذكية : المفهوم وآفاق المستقبل مرجع سبق ذكره ص 70

² نفس المرجع ص 71

توقع الباحثة أن تتوسع مظلة الصحافة الذكية - في المستقبل القريب، لتشمل أنواعا جديدة محدثة، تتحفنا بها التطورات التقنية المعنية بالابتكار في مجال الأجهزة الذكية والاتصالات. وجميع ما يأتي من هذه التحولات يجوز إدراجه في مظلة الصحافة الذكية.

وتأتي التوقعات، من واقع قراءة ومتابعة ما يجري في الحقول العلمية المرتبطة بالأجهزة الذكية، والاتصالات، وهي تتوافق تماما مع توقع شركة مايكروسوفت المتخصصة في برمجيات الحاسوب، بأن تحل تقنية الواقع المعزز مستقبلا محل الهواتف الذكية والتلفاز وأي شيء يحتوي على شاشة، حيث أنه لن يكون هناك داع لكل هذه الأجهزة، فسيكون بإمكان الناس إجراء المكالمات والتواصل النصي، ومشاهدة الأفلام، ولعب الألعاب عبر أعينهم

الذي نعيش فيه. أما في المجتمع المترابط المؤلف من أشخاص لا يستقرون في مكان ويكثرون من السفر والترحال في جميع أنحاء العالم، فيمكن لعاصمتنا الاجتماعية أن تتسع من خلال شبكات شخصية واسعة جدا تمتد عبر العالم أجمع

4المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن والتحديات المستقبلية التي تواجهها¹

إن الفرص التي يتيحها إعلام صحافة المواطن ترتبط ارتباطا مباشرا بالمسؤولية الاجتماعية، فصحافة المواطن تعزز

التربط والتكامل مع أفراد المجتمع، بما يتيح فضاء عاما صالحا لتبادل الحوار والتلاقي والتواصل، وتشكيل جسد عام دون اعتبار للفروق الاجتماعية "Social Differences" التي تكون بينهم. وهنا يعمل إعلام صحافة المواطن عبر مجموعة من الأدوات كالمدونات والمنتديات ومواقع الشبكات الاجتماعية، باعتبارها منبرا لتوفير بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء، خاصة من جانب الفئات العمرية الشابة تجاه مختلف القضايا. وقد بدأت الصورة تتغير قدوم هذا الوافد الجديد، فصار هناك مجال للرأي والرأي الآخر، وبات الإنسان العربي يسأل نفسه بعد التعرض لهذه الوسائل: ماذا يقول الطرف الآخر؟ وتمتد يده بحثا عن الوسيلة التي تمثل وجهة نظر الآخر، فيتعرض لها ويتبادل المناقشة مع أقرانه عن مختلف القضايا التي تمهه. ويرى الكثير من الباحثين أن هذه الإعلامية الجديدة، الظاهر لها آثار اجتماعية كبيرة سلبية وإيجابية على المجتمعات العربية، بما تقدمه من أنماط ومضامين

¹ مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية ،مرجع سبق ذكره ص 97

المبحث الرابع :استخدامات صحافة المواطن في وسائل الإعلام

تمهيد

لطالما كان المجال الإعلامي مجال محتكر من طرف وسائل إعلام أساسية متجهة إتجاه واحد من الصحفي إلي أجهزة إرسال إلي أجهزة إستقبال إلي شاشة المشاهد ، في حين أصبح بإمكان المواطن إنتاج المعلومة وتغطيتها فمنحت كبريات المؤسسات الإعلامية كا **cnn . alarabya .aljazeera** إمكانية إرسال مواد إعلامية مباشرة

1 صحافة المواطن¹

يعتبر العام 1999م، المحطة المهمة لانطلاق مفهوم صحافة المواطن حينما أنشأ نشطاء في مدينة سياتل الأمريكية حركة تعرف بـ(Indymedia) رداً على اجتماع منظمة التجارة العالمية الذي عقد هناك آنذاك حيث سعى هؤلاء الناشطون لإنشاء نموذج لوسائل إعلام بديلة لكسر احتكار وسائل الإعلام التي لم تعط نشاطهم الوقت الكافي من التغطية حيث كانوا يحتجون على أن يخصص لهم 60 ثانية فقط لتغطية احتجاجهم ونقل أفكارهم ضد تلك المنظمة ومنذ ذلك الحين، شهدت هذه الحركة نمواً متسارعاً حتى انتشرت بشكل سريع جداً، وتم إنشاء فروع لها في أكثر من 200 مدينة في جميع أنحاء العالم، وكان لوسائل الإعلام الجديد فضل كبير في انتشار هذا النوع الجديد من الصحافة التي تعتمد على ما ينقله المواطن من معلومات. ونظراً لهذا التقدم والانتشار، ظهرت حركات ومنظمات مشابهة أسهمت في التأثير بشكل كبير في مسار الأخبار ونقل المعلومات، ومن تلك المنظمات منظمة (OhmyNews)؛ وتعرف بـ"كل مواطن هو مراسل" في كوريا الجنوبية التي أصبحت ذات شعبية ونجاح واسع، أسسها أوه يون - هو يوم 22 فبراير 2000م، والتي يمثل 40% من أعضائها من الصحفيين والمحرفين والبقية من المواطنين الذين يكتبون حوالي 20% من المحتوى، ويقدر عدد أعضائها ما يقارب 50.000 وكان لهذه المنظمة الفضل في تغيير البيئة السياسية المحافظة في كوريا الجنوبية.

¹أسامة عبد الرحمان النصر ، صحافة المواطن والتغيير السياسي ، مجلة الديبلوماسية، ع53، معهد الأمير سعود الفيصل لدراسات الدبلوماسية، 2011، ص30

وظهر مصطلح "صحافة المواطن: "Citizen Journalism" (في التقرير التأسيسي الذي أعده كل من We Media: How : Chris Willis و Shayne Bowman (سنة 2003م، والذي حمل عنوان) : audience are shaping the future of news in information

(ويرى الباحث الجزائري) الصادق رابح¹ (أن هذا المصطلح يلتقي في كثير من مضامينه مع مصطلح آخر روج له Jay Rosen (قبل ظهور الانترنت، وهو "الإعلام المدني) "Civic Journalism؛ حيث يشير إلى إعلام يميل إلى المحلية والتشارك والجماعية، ويهدف إلى التأكيد على المسؤولية في ممارسة السلطة .ولأن هذا النشاط لم يظهر إلا منذ سنوات قليلة، لقي الكثير من التسميات والمصطلحات فمن "صحافة المواطن"، إلى "إعلام النحن"، إلى "الصحافة التشاركية"، إلى "صحافة الجمهور"، إلى "الإعلام التشبيكي"، إلى "الإعلام التعاوني"، إلى "الإعلام ذو المصدر المفتوح".

وبحسب شاين برومان و كريس ويليس (فإن صحافة المواطن هي " :نشاط للمواطنين يلبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية.

2.2 تجليات صحافة المواطن²:

يرى الباحث Chris Anderson أن بداية تجليات صحافة المواطن كانت مع ظهور ما يعرف بـ "الصفحات الشخصية " على الانترنت كفضاء للتعبير عن الذات، ثم ظهور نموذج مركز الإعلام المستقل، وهو عبارة عن شبكة من المواقع التي أنشئت سنة 1999م بهدف تنظيم الحركة المناهضة للعوامة دون اللجوء إلى وسائل الإعلام التقليدية، ومع بداية سنة 2000 بدأت الكثير من المدونات في الظهور، لتليها بعد مدة قصيرة أول المواقع الإعلامية "شديدة المحلية". لكن مع ظهور "Web 2.0" سارعت وسائل الإعلام التقليدية إلى الولوج إلى هذا العالم والأخذ بالممارسات التي تتخذ من "التشارك" شعارا لها، أ خيرا وحسب

- بلغ عدد مستخدمي موقع قوقل بلس 50 مليون مستخدم حيث بدأ الموقع في عام 2011 ويعد الموقع الأسرع نموا في عدد المستخدمين مقارنة بفترة بدء الموقع حيث أعلن الموقع عن انضمام 10 ملايين مستخدم خلال أسبوعين فقط.

¹لونيس ، باديس . "صحافة المواطن و إعادة تشكيل مفهوم الجمهور"، مجلة الحكمة، المجلد4، ع10.2012، ص245

²نفس المرجع، ص245

- مواقع بث الصور وتسجيلات الفيديو: ويعتبر اليوتيوب أكبر المواقع المختصة في بث تسجيلات الفيديو وأشهرها على الإطلاق، كان قد بدأ بصعوبة نتيجة تكاليف البرمجة والاستضافة، وأصبح اليوم موقعا لا يمكنك السيطرة عليه ومتابعة كل ما ينشر فيه، أسسه موظفين سابقين في paybal بعد رغبتها بمشاركة مقطع فيديو صور في حفلة. أطلق الموقع عام 2005 و في أقل من عامين اشترته غوغل بمبلغ 1.65 مليار دولار وهو مبلغ أكثر من رائع لجهد استمر عامين فقط. مع قدرتك على تحميل عدد لا نهائي من مقاطع الفيديو القصيرة والتي يتم تحميلها بزمن سريع، أصبح يوتيوب أداة الفيديو الأسرع تأثيرا ونقلا للأحداث للملايين عبر العالم

وقد أدت الشعبية الكبيرة لهذا الموقع إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى ومنبرا للإعلانات الترويجية، إذ يؤسس الموقع لمفهوم إعلامي جديد هو ما يطلق عليه الترويج المتقاطع cross promotion بصفقات تبادل منافع وتوزيع مقاطع الفيديو عبر الانترنت . وتشير بعض المصادر إلى أن هناك 100 مليون فيديو تتم مشاهدتها يوميا عبر اليوتيوب، كما يتم منه نزال 13 ساعة من التسجيلات كل دقيقة .وفي سنة 2010م فاق عدد التسجيلات المشاهدة ملياري تسجيل، وتم بث 24 ساعة تسجيل كل دقيقة

.أما فيما يخص مواقع نشر الصور فلعل أشهرها موقع "فلكر" Flickr (الذي يعتبر نموذجا لأحد أهم تطبيقات صحافة المواطن في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلا حيا لوكالات الأنباء، مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن وفي أحداث "تسونامي". تم تطوير هذا الموقع في سنة 2000م بواسطة شركة "الودي كورب" Ludicorp (في كندا، والتي اشترتها فيما بعد شركة "ياهو" مع موقع فلكر.

أشار أحد أهم الرواد فيما يعرف بصحافة المواطنين¹ journalismjens zciti الى هذا التوجه الجديد من الصحافة الذي سيغير العالم. وذكر دان جيلمور dan jilmor- وهو صحافي سابق في صحيفة ewsNose Merury Jan S ثم تحول الى نظام الإعلاميات الشخصية ويعد أحد روادها وأبرز المدافعين عنها - أن الفارق الكبير من الصحافة التقليدية وصحافة المواطنين هي أن الأولى تعتمد نظام المحاضرات التي تلقى، بينما الثانية تعتمد على نظام المحادثة والحوار. وأشار جيلمور في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي عقد بسيول في كوريا الى أن صحافة المواطنين هي مرحلة متطورة وأفضل من الصحافة التقليدية، لأنها تتيح فرصة امام الجمهور الذي مل من الاستماع الى المحاضرات الى أن يشارك فيها، بدل ان يظل صامتا ويتلقى

¹صلاح عبد الحميد ،. الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، دار الأطلس ، 2018 ص 90

المعلومات من طرف واحد وأضاف بأنه ليس مهما رأى المؤسسات الإعلامية التي تقف ضد هذا الطرح الجديد، لأن هذه الصحافة الجديدة مستمرة ومتنامية وتستقطب مزيدا من المتابعين

ويضيف جيلمور أن على المحررين والصحافيين أن يستفيدوا من هذا المنهج الجديد في الإعلام، وبتابعتهم لمثل هذه المواقع فإن ثقافتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا لأن الفرصة ستكون متاحة للتعرف على حوارات الناس وهمومهم واتجاهاتهم وافكارهم. وتضع هذه المواقع وسائل الإعلام في وضع أشبه ما يكون مأزق، حيث يتم طرح قضايا وموضوعات في مثل، هذه المواقع، فلا تجد الصحافة التقليدية بدا الا الدخول فيها والتجاوب معها، وهذا يرفع من مستوى الشفافية لدى وسائل الإعلام التقليدية في تناول موضوعات جديدة ما كانوا ليتناولونها، او مناقشة آراء وموضوعات قائمة ما كانوا ليفسحوا المجال اليها ويعترف كبار التنفيذيين الإعلاميين بالتغير الكبير الذي تحدثه صحافة المواطنين على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية. فقد ذكر أوكاير وشيشتر ' chechterS &Conor O مؤسسي إحدى الشركات الإعلامية isionvlobalG الى أنه لسنوات وعقود كان الصحافيون هم الذين يملون ما ينشر على الجمهور من موضوعات وقضايا، ولكن مع الإتجاهات الجديدة لم يعد هذا المفهوم سائدا، فقد أصبح المواطن العادي يأخذ دورا جديدا ليقول كلمته ويفصح عن رايه. لقد انتقلت القوة الإعلامية الى ايادي جديدة: هي ايادي المواطنين الذين يمتلكون امكانية الاتصال عبر الإنترنت. ويرى أوكاير وشيشتر أنه من الأفضل لوسائل الإعلام التقليدية ألا تعادي مثل هذه المواقع بل تحاول أن تدمجها في أهدافها الإعلامية. ويجب أن تتنازل وسائل الإعلام عن مفهوم السيطرة الكاملة على الإعلام والمعلومات حتى لاتفقد السيطرة على هذا المجال

وفي محاولات جادة من قبل بعض المؤسسات الإعلامية لإستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة - صحافة المواطنين - فقد سعت بعض هذه المؤسسات الى ادماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات اخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الإعلامية التقليدية. ويتم في ذلك دمج الخدمة الإعلامية المتاحة من خلال صحافة المواطنين من أخبار وصور فوتغرافية وصور تلفزيونية في مجمل الخدمة الإعلامية التي تقدمها هذه المؤسسات. وهذه محاولة من هذه المؤسسات للإستفادة من واقع إعلام قائم، وخدمة إخبارية متاحة. كما أن هذا - بلا شك- يعطي إدراك وشرعية لمثل هذه الجهود التي يقوم بها مواطنون عاديون في خدمة الشأن العام،

مما يفرز مزيدا من الديناميكية في العلاقة بين الإعلام والجمهور. وكانت مثل هذه الخطوات قد وجدت حماسا من قبل مؤسسات إعلامية كبرى مثل شبكة التلفزيون الأمريكية BSC ومحطة التلفزة البريطانية CBB من خلال فتح المجال أمام الجمهور من المشاهدين والمستمعين ومن قراء مواقعها الألكترونية في

إبداء آرائهم ومقترحاتهم تجاه ماتبثه هذه المحطات. وتنطلق هذه النوايا من مبدا الشفافية الإعلامية، اي إتاحة المجال لإبداء آراء صريحة وشفافة عن التغطيات الإعلامية والبارمج الجماهيرية في هذه المحطات. وتمثل هذه الخطوات من قبل المؤسسات الإعلامية محاولات جادة لتغيير مفهوم الإتجاه الخطي من الأعلى الى الأسفل، واستبداله بالإتجاه الثنائي الذي تتكافأ فيه الفرص بين القائمين على الإعلام والجماهور العام المتابع لهذه الوسائل

تشير استطلاعات الرأي الى تنامي الإهتمام بمتابعة الإعلاميات الشخصية sgblo عبر الإنترنت. ففي استطلاع قامت به شبكة التلفزيون NNC وصحيفة aydTo AUS ومعهد جالوب palluG اشار الإستطلاع الجماهيري الى تنامي هذه الظاهرة في أوساط الشرائح الشابة. فقد وصلت نسبة من يتصفح الإنترنت بدرجة منتظمة من الشرائح العمرية الأكبر ٣٣٪، ومن هؤلاء ٢٨٪ يتابعون الإعلاميات الشخصية sgblo.. وفي المقابل فإن ٩١٪ من الشرائح العمرية الأصغر يتصفحون الإنترنت، ومن هؤلاء توجد نسبة ٤٤٪ يتابعون الإعلاميات الشخصية

وقد تولد لدى السياسيين اهتمام بتوظيف هذه الوسائل الجديدة - الإعلاميات الشخصية - في خدمة رسائلهم السياسية ومحاولاتهم الالتفاف حول الحصار الذي تطبقه وسائل الإعلام التقليدية على بعض الساسة الناشطين. كما يرى بعض الساسة أن هذه الوسائل هي أوعية نشر اضافية يجب توظيفها للوصول الى الجماهور العام او جماهور خاص على وجه التحديد في خطوات لمزيد من التواصل بين السياسيين والمواطنين كما أن هذه الإعلاميات الشخصية أصبحت محطات يتم فيها تجاوز وسائل الإعلام التقليدية التي ربما تكون موجهة من قبل شركات علاقات عامة لتمرير رسائل معينة. وقد تكون وسائل الإعلام في بعض الأحيان أدوات لتمرير رسائل علاقات عامة

لدول او شخصيات او مؤسسات، ولكن النشر من خلال الإعلاميات الشخصية يعطي رأيا آخر في بعض القضايا والموضوعات ويعكس اتجاهات مخالفة لما قد تبثه وسائل الإعلام التقليدية. ويرى بعض الناشرين أن هذه الإعلاميات الشخصية هي ايجابية وسلبية في نفس الوقت، فهي ايجابية لأن محتوياتها تستقطب اهتمام شرائح كبيرة من الناس، ولكنها سلبية لتعذر وجود آليات واضحة لتقنين رسوم اشتراك نظير هذه الخدمة المجانية التي تتيحها اذا كان هناك توجه لمثل هذا الإجراء

تري التعريفات من قبل الباحثين الإعلاميين الذين اهتموا بتعريف صحافة المواطن¹، على التطبيقات الإعلامية المستخدمة، فكلتعريف يشير إلى وجود أرضية جديدة لهذا الإعلام، فهذا الإعلام الجديد حسب مجموعة من التعريفات، يطلق عليه الإعلام الرقمي "Digital Media"، انطلاقا من بعض التطبيقات التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، مثل التلفزيون الرقمي وخلافه، أو رة الواضحة إلى أي وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر 9، كما أن الإشارة هناك من الباحثين من يطلق عليه الإعلام التفاعلي "Interactive Media"، وذلك انطلاقا من حالة التفاعل بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين، وصحافة الإنترنت، وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة. كما يطلق عليه البعض الإعلام الشبكي "Media Networking" الحي، لأنه يعتمد على خطوط الاتصال المباشرة، ويرى هؤلاء الباحثون مفهوم الإعلام الجديد من خلال التركيز على تطبيقات الإعلام في الإنترنت وغيره من الشبكات، يرويه امتدادا لشركات الاتصالات وأطلق عليه البعض إعلام المعلومات "Information Media" للدلالة على الاندماج بين أجهزة الكمبيوتر ووسائل الإعلام والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية. وسماه البعض بإعلام الوسائط التشعبية "Hyperlinks Medi" وذلك من خلال التشابك وإمكانية خلق شبكة من المعلومات المتصلة ببعضها بوصلات تشعبية، ويذهب بعض الباحثين إلى إطلاق مفهوم الإعلام الجديد على اعلام الوسائط المتعددة "Multimedia"، وذلك من خلال الاندماجات الخاصة بين النص والصورة والفيديو

ويسميه كريسانتون، الأكاديمي في دراسة الإعلام بجامعة "ناير" ب الإعلام البديل، أي البديل عن الإعلام الرئيس، الرسمي أو الحكومي ويجادل أتون إن هذا الإعلام لا ينفصل عن الحياة الاجتماعية، والسياسة ولا حتى عن الأيديولوجيا. وهو إعلام فردي ينطلق منأسفل إلى أعلى، يمثل نبض الناس، ويعبر عنهم عن همومهم. والإعلام الجديد في معناه البسيط، يعني مشاركة المواطن في تحرير الخبر أو متابعته أو كتابة تقرير بشأنه، فقد يلتقط شخص ما صورة تعبر عن حدثا، أو يكتب خيرا صحفيا لم يتمكن صحفي محترف من الوصول إليه أو تحريره، وقد تعتمد الصورة أو الصور لصنع عنصر الصدفة ووجود الشخص في مكان الحدث في وقت مناسب لالتقاط الصورة، كذلك يعتمد الأخبار المكتوبة على رغبة الشخص في تقصي الحقيقة والبحث عن خبر أو موضوع ذي أهمية للصحيفة، وما إن تتلقف صحيفة إلكترونية الصور أو الأخبار التي أرسلها شخص هاوي وغير محترف للعمل الصحفي، حتى تبادر بسرعة إلى نشرها والانفراد بها. وقد حدث ذلك كثيرا في أنحاء مختلفة في العالم، ليس على ذل مستوى حادثة محلية بسيطة تم عددًا محدودًا من الناس، بل على مستوى أحداث جسام هزت العالم وتناقلتها وسائل الإعلام العالمية، مثل الثواني الأخيرة قبل احتراق طائرة، أو غرق باخرة أو حادث قطار، أو غير ذلك منالأمثلة. وفي أحيان يرة تشتري الصورة الملتقطة صدفة أو

¹مصري، ياسين آدم بساطي. "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية، مجلة الحكمة، ع 6 ص 85

كثاخير الذي يحقق سبقا، ووسائل إعلام ذات أسماء كبيرة ومصداقية عالية وبحسب . آراء مختصين في الصحافة الإلكترونية "Electronic Journalism" ، صارت وسائل الإعلام التي تعتمد على التفاعل مع الجماهير، تتبع ما يعرف بالاستراتيجية المحلية الدولية "Local & International Strategy" ، حيث بين الأحداث والأخبار المحلية والدولية التي تم تناولها يبعيون مواطنين عاديين شهدوا تلك الوقائع أو عاشوها تخرج ومروا بها، بل كانوا بمثابة شهود عيان عليها.

ومن وجهة نظر علماء اجتماع درسوا هذا الموضوع، فإن هذا النوع من لتفاعل الإعلامي هو وسيلة النشر للعامة، ووسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى ، إضافة إلى كونه وسيلة للنشر والشهرة والحصول على المال أيضا ومن الملاحظ أن جميع التعريفات التي أطلقها الباحثون على مفهوم الإعلام الجديد، تركزت على شبكة الإنترنت وتطبيقات الحاسب الآلي، الأمر الذي يمكن القول معه أن الإعلام الجديد ما هو إلا حالة من حالات التطور في وسائل الإعلام التقليدية، وتحويلها إلى وسيلة إعلامية تفاعلية، في ظل تطورات تقنية الحاسبات الآلية ووسائل اتصال والإعلام .

2.3 خصائص صحافة المواطن¹ : هنا كمجموعة من الخصائص والسمات التي ميزت صحافة المواطن عن الإعلام التقليدي، يمكن إجمالها في الآتي:

تميزت ظاهرة الإعلام الجديد بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الإنترنت محصورة في دائرة رجوع الصدى للمحتوى الذي يتم بثه أو نشره من خلال المواقع الإعلامية الإلكترونية، التي تعبر عنها أشكال تفاعلية كثيرة مثل أرسل تعليقا و ، تواصل معنا ، و سجلالزائرين وغيرها. انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات والمجموعات البريدية، ولكن تتيح لم و حرية الممارسة الإعلامية للجسم المطلقة، إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع الفيديو التشاركية "Participatory video sites" ، والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا "Wikipedia" ، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية. جسدت هذه المرحلة انقلابا لنموذج الاتصال التقليدي، بما يسمح للفرد العادي بإيصال ته إلى منيريد، في الوقت الذي يريد، بالطريقة التي يريد، متعددة رسال الاتجاهات "Multiple Directions" وليس من أعلى إلى أسفل، وفق النموذج الاتصالي القديم. إن واقع صحافة المواطن وأنماط الإعلام" ، الجديد "patterns of new media" ، يمثل انقلابا واضحا من جانب المستخدمين والجمهور معا بشأن المحتوى المنتج، فلم يعد الاهتمام مقتصرًا على وى المؤسسي، ولكن تجاوز ذلك

¹ مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية مرجع سبق ذكره

إلى المحتوى المنتج من قبل المواطنين أو المهتمين، وهذا خير دليل على بروز ذلك الاتجاه، حيث برزت أهمية عدد من المدونات والمواقع الاجتماعية لما تقدمه من محتوى قد لا يكون موجودا عند غير ه من وسائل الإعلام الأخرى. وقد تهيأ لصحافة المواطن واقع جديد، وعوامل عديدة أدت لنشأتها ونشاطها وتوسيع آفاقها، منها سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في تنفسه، الوقت وتحفيز الأفراد لأن يكونوا أكثر فاعلية للحصول على المعلومات. ويساهم هذا التطور النوعي إ في نشاء مجتمعات متعددة "Multiple Communities"، وإن كان يغلب عليها الطابع الافتراضي، إلا أنها تؤدي الوظائف والأدوار التي تقوم بها المجتمعات الفعلية، وذلك بالإضافة إلى أنه ومن خلال هذه المجتمعات يتم تشارك الاهتمامات والاحتياجات بين الأفراد، عبر الإعلام الاجتماعي

جاءت ظاهرة إعلام المواطن على شبكة الإنترنت لتسمح بالتبادل الثقافي في مختلف المجالات بسهولة ويسر، لذلك تعد تلك الشبكة ه بالنموذج الأمثل الذي يجسد العولمة "Globalization" بكل ما تحمله من معنى. وإلى جانب العوامل والمؤثرات التقنية وتطور تكنولوجيا الاتصالات المتنوعة، أضحت المتغيرات السلوكية والفكرية، التي مثلت سمات للفتات العمرية في مرحلة الشباب، ذات حدي أثر ظاهر في توسع حجم الارتباط بتكنولوجيا الاتصالات المختلفة، وهي كما يبدو متغيرات متداخلة أستطاع

إعلام المواطن أن يحقق لثورات الربيع العربي "Arab spring Revolutions" تنظيما للأفراد الذين لم يكن بمقدورهم أن يحققوا هكذا إنجاز من دون العمل في شكل جماعات منظمة يجمعها هدف واحد، صحيح أن هذا التنظيم لم يكن مضبوطا بشكل كبير إلا أنه وفر الحد الأدنى من التنظيم الذي يكفل تحقيق الإنجاز توفير كم كبير معلومات التي تساهم بشكل كبير في تشكيل الآراء والتفاعل بين أفراد الجمهور. توفير إمكانيات التفاعل بين جماهير الثورة في مختلف البلدان العربية، وهو ما ساهم في وبناء لآراء التي تسهم تك في توجيه الثورة باتجاه غاياتها النهائية.

ما هي الشبكات الاجتماعية؟ ومن هم المواطنون الصحفيون؟ يشير مصطلح الشبكات "Social Networking" إلى المواقع الإلكترونية التي يتواصل فيها المستخدمون مع بعضهم البعض، وقد يتضمن ذلك المشاركة في تحديث المواد المدونات أو تبادل مواد الفيديو أو تبادل الصور أو أي شكل آخر من أشكال التعاون. وينمو الكثير من هذه المواقع بسرعة ، فعلى سبيل المثال فإن أكبر مواقع الشبكات شديدة الاجتماعية وهو الفيس بوك Facebook نما بنسبة 200% في العام 2013 م ، وهو متمدد ليتفوق على موقعي ياهو Yahoo وغوغل Google ويصبح أكبر موقع على شبكة الإنترنت

إن الجمهور الإلكتروني "E-Public" والنشطاء أو الفاعلين مع أدوات الإنترنت الجديدة ومستخدمي عالم الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، ليسوا كتلة واحدة من البشر، الذين يتفقون في سلوكياتهم وتوجهاتهم، وإنما فئات وشرائح اجتماعية وفئوية وطبقية مختلفة ومتعددة، ويمكن أن نحصرها في سبع فئات للصحفيين المواطنين تتفاعل فيما بينها وهم:

المنشئون:- وهم الذين يقومون بتدشين المدونات أو وضع مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت أو كتابة مقالات إلكترونية

المتحدثون: Speakers - وهم الذين يقومون بالتحديثات على المواقع الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر وغيرها.

النقاد Critics :- وهم الذين يدلون بأرائهم على المنتديات و يقيمون المنتجات المطروحة إلكترونيا.

الجامعون Collectors :- وهم الذين يستخدمون خدمة بث RSS ويصوتون إلكترونيا حول عدد من الموضوعات والقضايا.

المنضمون:- وهم الذين يزورون المواقع الاجتماعية باستمرار ويملكون صفحة شخصية على هذه المواقع.

المتفرجون¹ Spectators :- وهمقراء المواقع الاجتماعية والمدونات والمنتديات

غير النشطاء Non-active :- وهم لا يقومون بأي من السلوكيات السابقة .

إن أهم ما يميز النشطاء أو الفاعلين مع أدوات صحافة المواطن، هو حرصهم على التعبير عن أنفسهم بحرية تامة، وبالطريقة التي تحلو لكل واحد منهم، وقضاء أغلب أوقاتهم أمام أجهزتهم المتصلة بالإنترنت، التي غالبا ما تكون في منازلهم، لسهولة الاتصال ون وقت محدد دأو نظام معين يجد من استعمالهم للإنترنت. وذلك إلى جانب أنهم غالبا ما يكونون معارضين أو ساخطين "Dissidents or Disaffected" على الأوضاع السياسية أو الاجتماعية الموجودة في الواقع، لذا فإنهم يجدون في أدوات الإنترنت الجديدة متنفسا لهم للتعبير عن تلك الآراء المعارضة. كما أنهم باتوا أكثر حرصا على التمكن من ردة التعامل مع الإنترنت بصفة عامة وأدوات الإنترنت الجديدة لإيصال رسالتهم بشكل سريع وسهل. وهم غالبا ما يلجؤون إلى التشقّف والتعرف بشكل مستمر على مجريات الأمور في الساحة المحلية والعالمية، لمواكبة كافة التطورات والتعبير عن آرائهم فيها. علما أن الكثير منهم لا

¹مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية مرجع سبق ذكره ص 88

يرجو من نشاطه الكسب المادي، وإنما هدفه سياسي هو عرض وجهة نظره والتعبير الأعنها، واستمالة الناس نحوها لتأييدها. وهذه الفئة لا تجعل من المستوى التعليمي أو العملي أو الحالة الاجتماعية عائقا في سبيل التعبير عن آرائها وتوضيح مواقفها من القضايا المختلفة .

والشباب كأكثر الفئات المستخدمة والمستفيدة هم أساس تطور صحافة المواطن، حيث أثمر هذا النوع من الصحافة وسطا تفاعليا لدى الشباب، أنتج العديد منالمواقع والمدونات على مستوى العالم، أستخدم في إنشائها آخر التقنيات المتاحة، ودمجت فيها أشرطة مرئية وملفات عرض وتسجيلات وروابط ووسائط رقمية Digital Tools ، باستخدام برامج حديثة كال موفي مايكر وال أوداسيتي وال ساوند سلايد بلاس . ومشاريع الإعلام الاجتماعي التبادلي "Social Media Exchange" ، أي ما رف برنامج ويب 2.0 الذي تركز عليه معظم البرامج والمواقع الاجتماعية كالفيسبوك Face book والهلي Hy5 والمالي سبيس Myspace. وهذهالمواقع والمدونات كانت الأساس لانطلاق مشاريع الصحافة الإلكترونية التي تتعلق بصحافة المواطن عبر شبكةعالمية واحدة هيالإنترنت، مما دفع العالم الإلكتروني لتطوير تطبيقاته المختلفة، وأهمية أن يكون الصحافي الإلكتروني بالشبكة بشكل متواصل، متصلا وكيفية الإفادة منالوسائط الإلكترونية، وتطويع الهاتف للتبليغ عما تقوم به من خلال موقع مثل تيوتر، أو مثلا كيفية استغلال مواقع كالفيسبوك والمالي سبيس للترويج لسلعة ما، أو لدعم قضية اجتماعية وحتى سياسية

محتوي ومضمون صحافة المواطن: يتضمن صحافة المواطن مزيجا من النصوص السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الفكرية، العلمية والخ... المكتوبة، واللقطات المصورة الفوتوغرافية، مقاطع الفيديو، الرسوم المتحركة، الرسوم البيانية، الرسوم التوضيحية والنصوص الصوتية والموسيقية وغيرها، تتفاعل جميعها مع جمهور منشتى بقاع العالم، لنتحول إلى حقبة جديدة من الإعلام تفاعلي والمجتمعي "Interactive and Community Media".

2.4 أسباب تنامي ظاهرة صحافة المواطن¹: تناول الكثير من الباحثين والأكاديميين أسباب تسارع وتيرة نمو ظاهرة الإعلام الجديد بالشرح والمناقشة والتحليل، ونكتفي هنا بإيراد بعض منها بشكل موجز:

الحالة الاقتصادية والاجتماعية بالغة السوء التي تعاني منها غالبية وبالعبية، من فقر وبطالة وجهل الشع وأمراض الخ..

¹مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية ،مرجع سبق ذكره ص

الحياة السياسية المزرية والممارسة غير الرشيدة لسلطة التي وصل إليها حال الأنظمة العربية، والمطاردة والتنكيل بالمعارضين، وتزوير الإرادة الشعبية، وفساد الطبقة الحاكمة، وظهور مشاريع التوريث المستفزة للجماهير... الخ

حالة الإحباط الناتجة عن التخلف والفساد والفقر التي تعاني منها الأمة في كل مجالاتها.

تنامي الشعور بالقدرة على التغيير، لاسيما بعد ربيع الثورات العربية

الإرادة والعزيمة القوية للتغيير، وهو ما عبر عنه الشارع العربي وهويسير مطالباً بحريته

3إعلام صحافة المواطن والإعلام -التقليدي : Citizen Journalism & Old Media

قد قلبت وسائل الإعلام الجديد، وتحديدًا صحافة المواطن وشبكات الإعلام الاجتماعي مثل الفيس بوك، اليوتيوب، التوتتر، المدونات. الخ، مفهوم الإعلام رأسًا على عقب، وأسقطت كثيرًا من النظريات، أو على أقل تقدير غيرتها كليًا، حيث كان المفهوم الأساسي للإعلام هو قيام المؤسسات الإعلامية في المواد الإخبارية والمعلوماتية للجمهور، أما الآن فالجمهور أصبح هو من يعطي الجمهور، بل هو من يعطي وسائل الإعلام أيضًا. وقد زاد هذا العطاء فيما يبدو حتى بدأ يخرج وسائل الإعلام التقليدي، وحصل ذلك في عدة حوادث، لعل من أبرزها حادثة السيناتور الأمريكي "Trent" ترنت لوت ، حيث توجهت انتقادات المدونين ليس إلى الألفاظ العنصرية التي أطلقها رئيس كتلة الأغلبية في Lott مجلس الشيوخ الأمريكي، بل بالدرجة الأولى إلى وسائل الإعلام التقليدية، وعلى رأسها كبريات قنوات التلفزة الأمريكية مثل CBS و CNN وغيرها، التي تجاهلت ما حدث وتكتمت عليه، ولكن ذلك لا ينفع في عصر الإعلام الجديد الذي تناقلها وسلط الضوء عليها، حتى تفاعل مع ذلك الرئيس الأمريكي بوش نفسه، وأضطر لإطلاق تصريح ينتقد فيه لوت، وهو التصريح الذي نقله الإعلام التقليدي في محاولة لتدارك الأمر وإثبات الوجود، ولكن بعد أن قعت في و حرج كبير. وكانت صحيفة الاندبندنت "The Independent" البريطانية قد ذكرته أثناء إعصار تسونامي فإن وسائل الإعلام لم تتابع موقع الحدث مباشرة فقط، بل أيضا كانت تهتم بمتابعة المواطنين القادمين من هناك، للحصول على شهاداتهم وما التقطوه بآلات تصويرهم الخاصة

ويعتبر البعض تمزيق وسائل الإعلام الرقمية¹ لأساليب استهلاك وتوزيع المعلومات التقليدية، لا أكثر من مجرد

¹مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية ،مرجع سبق ذكره ص95

إعادة تنظيم اقتصادي توقع الفوضى في شركات الإعلام على المدى القصير، وتخلق فرصا تجارية جديدة للجيل التالي من شركات الإعلام الضخمة، وستحلوفا لهذا السيناريو، شركات مثل غوغل وإم إس إن وياهو " Google, and Yahoo MSN " محالصحف الإذاعة والتلفزيون المحلية وناشري المجلات المحلية، كبواب مهيمن يتحكم جارينا الإعلامية. ولكن فكرة الهيمنة بت فكرة بالية تجاوزها الزمن في المجتمع المترابط المتواصل، وقد أصبح الأفراد يمارسون سيطرة لم يسبقلها مثل على كيفية حصولهم على المعلومات ووقت حصولهم عليها والأشخاص الذين يريدون مشاركتهم إياها

. ومن هذا المنطلق، فإن الإعلام قمي يوقع تمزيقا كبيرا في مصالح أي مؤسسة التي تقوم على أساس السلطة والسيطرة. وقد كان ما نعرفه، والمعلومات التي نستطيع الحصول عليها، تعتمد في وقت من الأوقات على المكان

الذي نعيش فيه. أما في المجتمع المترابط المؤلف من أشخاص لا يستقرون في مكان ويكثرون من السفر والترحال في جميع أنحاء العالم، فيمكن لعاصمتنا الاجتماعية أن تتسع من خلال شبكات شخصية واسعة جدا تمتد عبر العالم أجمع

4المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن والتحديات المستقبلية التي تواجهها¹⁰

إن الفرص التي يتيحها إعلام صحافة المواطن ترتبط ارتباطا مباشرا بالمسؤولية الاجتماعية، فصحافة المواطن تعزز

التربط والتكامل مع أفراد المجتمع، بما يتيح فضاء عاما صالحا لتبادل الحوار والتلاقي والتواصل، وتشكيل جسد عام دون اعتبار للفروق الاجتماعية "Social Differences" التي تكون بينهم. وهنا يعمل إعلام صحافة المواطن عبر مجموعة من الأدوات كالمدونات والمنتديات ومواقع الشبكات الاجتماعية، باعتبارها منبرا لتوفير بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء، خاصة من جانب الفئات العمرية الشابة تجاه مختلف القضايا. وقد بدأت الصورة تتغير قدوم هذا الوافد الجديد، فصار هناك مجال للرأي والرأي الآخر، وبات الإنسان العربي يسأل نفسه بعد التعرض لهذه الوسائل: ماذا يقول الطرف الآخر؟ وتمتد يده بحثا عن الوسيلة التي تمثل وجهة نظر الآخر، فيتعرض لها ويتبادل المناقشة مع أقرانه عن مختلف القضايا التي تمهه. ويرى الكثير من الباحثين أن هذه الإعلامية الجديدة، الظاهر لها آثار اجتماعية كبيرة سلبية وإيجابية على المجتمعات العربية، بما تقدمه من أنماط ومضامين

¹⁰ مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية ،مرجع سبق ذكره ص 97

الفصل الثاني : العمل الإعلامي والسوشيال ميديا

✓ المبحث الأول : عمل غرف الأخبار في ظل الطفرة

التكنولوجية

✓ المبحث الثاني : إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في

الإعلام

✓ المبحث الثالث : أخلاقيات العمل في ظل إستخدامات مواقع

التواصل الإجتماعي

المبحث الأول: عمل غرف الأخبار في ظل الطفرة التكنولوجية

تمهيد :

إن نواة صناعة الأخبار ، عي غرفة الأخبار التي يسعر عليها فريق من المخترفين التقنين و الصحفي للإخراج المضامين الإعلامية علي مختلف القنوات الإعلامية المتاحة ، والتي عرفت تغيرات جذرية نتيجة التحولات التكنولوجية ، التي جعلت العمل الإعلامي متداخل وصار علي الصحفي التحكم في المونتاج مع إمكانية البث الفوري للأنباء ومشاركتها دون التنقل لصالات التحرير

1 مفهوم غرف الأخبار

غرفة الأخبار هي المكان المركزي الذي يعمل فيه الصحفيون—المراسلون والمحررون والمخرجون مع غيرهم من فريق العمل لجمع الأخبار لنشرها في صحيفة أو صحيفة على الإنترنت أو مجلة، أو لإذاعتها في المذياع أو التلفاز أو عبر الكابلات تشير بعض المنظمات الصحفية لغرفة الأخبار بأنها غرفة المدينة. ويمكن استخدام مفهوم "غرفة الأخبار" اليوم من قبل بعض ممارسي العلاقات العامة، كمثلي الشركات والمنظمات، بهدف خلق أو التأثير على "وسائل الإعلام" الخاصة بهم¹.

2التغيرات التي طرئت علي غرف الأخبار

خلصت دراسة حول حالة التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية في العام 2019 التي أجراها المركز الدولي للصحفيين إلى أنّ الصحفيين في جميع أنحاء العالم يتجهون إلى التكنولوجيا الرقمية بشكل متزايد للتمكن من مواجهة التحديات الصعبة المتمثلة بانتشار المعلومات الخاطئة والهجمات والإعتداءات التي يتعرض لها المراسلون. وتبيّن أنّ هناك ارتفاعاً في استخدام أدوات تقصي الحقائق والتحقق على وسائل التواصل الاجتماعي، في حين تقوم العديد من غرف الأخبار بتأمين اتصالاتها لحماية الصحفيين ومصادرهم. ويستخدم الصحفيون أيضاً العديد من التقنيات والمنصات الجديدة لإشراك جمهورهم بشكل أفضل وكسب ثقتهم.²

¹غرف الأخبار ويكيبيديا

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%BA%D8%B1%D9%81%D8%A9_%D

² دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية . شبكة الصحفيين الدوليين 2021/10/28

https://badislounis.blogspot.com/2020/03/blog-post_28.html

وحدّثت هذه الدراسة الجديدة لعام 2019 ووسّعت الدراسة السابقة حول حالة التكنولوجيا التي أجراها المركز الدولي للصحفيين عام 2017، والتي أكدت أنّ الصحفيين يكافحون من أجل مواكبة الثورة الرقمية. وفي هذا السياق، كشفت الدراسة الجديدة زيادة ملحوظة في اعتماد وسائل الإعلام على التكنولوجيا والتقنيات الرقمية خلال العامين الماضيين.

وفي التفاصيل، أجرى المركز الدولي للصحفيين بالتعاون مع جامعة جورج تاون، الدراسة بـ14 لغة وتلقى أكثر من 4100 ردّ من الصحفيين ومديري الأخبار في 149 دولة. وتمّ تقسيم الإجابات والردود إلى ثماني مناطق في العالم: شرق/جنوب شرق آسيا، أوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق، أوروبا، أميركا اللاتينية/منطقة البحر الكاريبي، الشرق الأوسط/شمال أفريقيا، أميركا الشمالية، جنوب آسيا، وأفريقيا جنوب الصحراء الكبرى.

وتظهر الدراسة أنّ المؤسسات الإخبارية التقليدية تتحول إلى غرف أخبار مختلطة لأنها تضمّ منصات رقمية، كذلك فإنّ صحافة البيانات في ارتفاع، وتمثل وسائل الإعلام الرقمية الصغيرة الآن غالبية غرف الأخبار.

ومع ذلك، هناك عدد قليل من الشركات الناشئة الرقمية الجديدة في سبع من المناطق العالمية الثماني. ولا تستعين غرف الأخبار بعدد كافٍ من الموظفين المتخصصين بالتكنولوجيا أو تقدّم التدريب المناسب الذي يطلبه الموظفون، لكنّها تنوّع مصادر إيراداتها، إذ لم تعد الإعلانات تشكّل مصدر الإيرادات الأعلى لأكثر من نصف غرف الأخبار. وبينما لا تزال نسب الاشتراكات والعضوية قليلة، فإنّ معظم مديري الأخبار يتوقعون أن تزيد الاشتراكات خمسة أضعاف على الأقل في المستقبل القريب.

بالنسبة للموظفين، تلعب النساء دورًا في غرف الأخبار أقوى بكثير من أي وقت مضى، ويحظين بنصف المناصب الإدارية في أربع مناطق: أوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق، أميركا الشمالية، أوروبا، أميركا اللاتينية. ومع ذلك، في المعدّل المتوسط، يتمّ توظيف النساء اللواتي يتمتعن بمهارات رقمية بنسبة أقلّ من نظرائهن الذكور.

وبينما يواصل المشهد الإخباري العالمي تغييره، يتقدّم الصحفيون وغرف الأخبار التي يعملون بها. بالطبع، لا تزال هناك طرق للمضي قدمًا، ولكن إذا كانت التحسينات التي جرت خلال العامين الماضيين تعتبر مؤشّرًا، فهذا يعني أنّ الاتجاه إيجابي، على الرغم من التحديات الهائلة التي تواجه الإعلام.

وخلصت الدراسة إلى الاتجاهات الرئيسية التالية:

التحديات¹ يزيد استخدام الصحفيين للتكنولوجيا خلال تعاملهم مع القضايا الملحة التي تواجه وسائل الإعلام اليوم.

- أكثر من ثلثي الصحفيين وغرف الأخبار يقومون بتأمين اتصالاتهم، ما يعدّ تحسناً كبيراً مقارنةً بالعام 2017. استخدم أقل من نصف الصحفيين تقنيات الأمن السيبراني قبل عامين. وتضاعفت نسبة غرف الأخبار التي تؤمن اتصالاتها في أميركا الشمالية ووصلت إلى 82٪، فيما بقيت أوروبا في المقدمة بنسبة 92٪. وتبيّن أنّ الطريقة المفضلة لتأمين الإتصالات هي تطبيقات المراسلة المشفرة، فيما تتبع ربع غرف الأخبار الأخرى تدابيراً أمنية أخرى.²
- يستخدم أكثر من نصف الصحفيين الأدوات الرقمية بانتظام للتحقق من المعلومات وتقصي الحقائق. من بين المهارات التقنية الـ 16 التي قمنا بمسحها خلال الدراسة، تبين أنّ التحقق من الحقائق الرقمية هو الأكثر شيوعاً.
- خصصت ثلث المؤسسات الإخبارية موظفين ليقوموا بتقصي الحقائق. وشاركت 44٪ من غرف الأخبار و37٪ من الصحفيين في أنشطة خاصة بالتحقق من المعلومات وتقصي الحقائق خلال العام الماضي.
- أكثر من ضعف الصحفيين يستخدمون أدوات التحقق على وسائل التواصل الاجتماعي اليوم كما كان الحال قبل عامين. فقد استخدم 11٪ فقط من الصحفيين أدوات التحقق على وسائل التواصل الاجتماعي في العام 2017. وحاليًا، يقول ربع الصحفيين إنّهم يستخدمون هذه الأدوات بشكل أسبوعي، فيما أكد أكثر من ثلث مديري الأخبار أنّهم يستخدمون هذه الأدوات

¹ دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية. شبكة الصحفيين الدوليين، مرجع سبق ذكره

² نفس المرجع

تبدل معظم المؤسسات الإخبارية جهودًا لمكافحة المعلومات الخاطئة وبناء الثقة.

- يقول مديرو الأخبار أكثر من الصحفيين إن المعلومات الخاطئة تشكّل مشكلة كبيرة. يشعر خمسة وسبعون في المئة من المديرين بالقلق إزاء تأثير المعلومات الخاطئة على الأخبار، في حين يقول أقلّ من نصف الصحفيين إنّ المعلومات الخاطئة تؤثر على عملهم اليومي.¹
 - يقول مديرو الأخبار إنهم يعرضون المزيد من القصص التي تعنى بالمصلحة العامة ويستشهدون بمزيد من المصادر لزيادة ثقة الجمهور. تقوم أكثر من 60% من غرف الأخبار بإعداد تقارير تُعنى بالمصلحة العامة وتستشهد بمزيد من المصادر لاكتساب الثقة. وتفصل نصف غرف الأخبار التقارير الإخبارية عن مقالات الرأي بشكل أفضل من قبل.
 - المؤسسات الإخبارية في أميركا الشمالية وأفريقيا جنوب الصحراء الكبرى هي الأقل اهتمامًا ببناء ثقة الجمهور. يعتبر 37% من مديري الأخبار في أميركا الشمالية أنّ بناء الثقة يمثل تحديًا كبيرًا، مقارنة بنسبة 29% في العام 2017. وسجّلت إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى 29%. أمّا في أوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق، حيث كانت نسبة المخاوف بشأن المعلومات الخاطئة الأقل عام 2017 بنسبة 21 %، فزادت بأكثر من الضعف مسجّلةً 48% في عام 2019.
- فيما ترتفع نسبة غرف الأخبار التي تستخدم الطرق التقليدية والتقنيات الرقمية معًا، لا تنال نسبة عمل المؤسسات المحصورة بالعمل الرقمي ثابتة.
- تزيد نسبة غرف الأخبار المختلطة مع تراجع غرف الأخبار التقليدية. ارتفع عدد غرف الأخبار المختلطة في جميع المناطق بالعالم من عام 2017 إلى عام 2019. فما يقارب نصف غرف الأخبار في ستة من ثماني مناطق عالمية اليوم مختلطة بين تقليدية ورقمية. حتى في جنوب آسيا، حيث كانت تُسيطر المؤسسات التقليدية قبل عامين فقط، تهيمن فيها الآن غرف الأخبار المختلطة.²

د دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية . شبكة الصحفيين الدوليين مرجع سبق ذكره

² نفس المرجع

- الأمر المفاجئ في الدراسة هو أنّ زيادة غرفة الأخبار الرقمية فقط ثابتة أو تتراجع في كل المناطق باستثناء شرق/جنوب شرق آسيا، مما يشير إلى إطلاق عدد من الشركات الناشئة على الإنترنت. في سبع من ثماني مناطق، انخفضت نسبة غرف الأخبار الرقمية فقط أو بقيت ثابتة منذ العام 2017. وسُجّل أكبر انخفاض في غرف الأخبار الرقمية في أميركا الشمالية (من 33% إلى 22% من غرف الأخبار) وأوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق (من 55% إلى 45% من غرف الأخبار).

1.2 غرف الأخبار التي تتوسع هي الصغيرة.

- بينما تواصل معظم غرف الأخبار خفض عدد الموظفين، زاد حجم ما يقارب نصف المؤسسات الإخبارية التي تضمّ 25 موظفًا أو أقل خلال العامين الماضيين. ومعظم هذه المؤسسات رقمية.
- معظم غرف الأخبار صغيرة. تضمّ أكثر من نصف غرف الأخبار عشرة موظفين أو أقل يعملون بدوام كامل. وتعدّ المؤسسات الإخبارية الرقمية فقط هي الأصغر، حيث تستعين 75% منها بما يصل إلى 10 موظفين بدوام كامل.
- يُعتقد أنّ غرف الأخبار الأصغر تبلغ عن الأخبار المحلية مثلها مثل المؤسسات الإخبارية الكبرى. تغطي عشرون بالمئة من غرف الأخبار الصغيرة الأحداث المحلية، مقارنة بنسبة 10% من غرف الأخبار الكبيرة (التي تضمّ أكثر من 26 موظفًا). على الصعيد العالمي، يبلغ 15% من غرف الأخبار عن الأخبار المحلية بشكل حصري.

تُهيمن التقارير حول الحكومة والسياسة على الأخبار، لكن مواضيع غيرها تثير الاهتمام.

- في حين أن الحكومة والسياسة هما الموضوعان الأكثر شيوعًا في الأخبار، إلا أنّ حوالي ثلث الصحفيين يقومون الآن بتغطية القضايا الخاصة بالتعليم والاقتصاد والصحة. أكثر من نصف الصحفيين في جميع أنحاء العالم يغطون القضايا السياسية والحكومية، مما يجعلها من أكثر الأخبار نشرًا، يليها التعليم (33%)، والاقتصاد (32%) والصحة (32%). والصحفيون في أميركا الشمالية هم الأقل إبلاغًا عن التعليم والاقتصاد. فيما يعتبر الصحفيون في أوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق الأقل تغطية للسياسة.
- تغطي الإذاعات مواضيع متخصصة. تغطي 42 في المئة من الإذاعات التعليم و43 في المئة الصحة، مقابل ما نسبته 27 في المئة من المواقع التي تغطي هذه المواضيع.

- يعدّ حوالي ثلث الصحفيين التقارير الاستقصائية، على الرغم من أن 12٪ فقط يعرفون أنهم صحفيون استقصائيون. من المرجح أن يشارك الصحفيون في المؤسسات الإخبارية المطبوعة في التحقيقات الاستقصائية أكثر من الصحفيين في غرف الأخبار الأخرى. الصحفيون من جنوب آسيا (33٪) هم الأكثر احتمالاً أن يعدّوا تقارير استقصائية، والصحفيون من شرق/جنوب شرق آسيا (17٪) هم الأقل احتمالاً لإعداد هكذا تقارير.

2.2 تحجز النساء تقدماً ملحوظاً في غرف الأخبار في أربع مناطق من العالم.

- تشغل النساء نصف أو أكثر من المناصب الإدارية في غرف الأخبار في أربع من المناطق الثماني التي قمنا بمسحها: أوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق، أميركا الشمالية، أوروبا وأميركا اللاتينية/الكاريبي. في المتوسط، تشغل النساء ثلث الوظائف الإدارية على مستوى العالم، لكنّ الاختلافات الإقليمية واسعة. في المقدمة: أوراسيا/الاتحاد السوفيتي السابق بنسبة 62٪، تليها أميركا الشمالية بنسبة 56٪، أوروبا بنسبة 51٪ وأميركا اللاتينية/منطقة البحر الكاريبي بنسبة 49٪. في المراتب المتراجعة: الشرق الأوسط/شمال إفريقيا بنسبة 29٪ و جنوب آسيا، حيث تشغل النساء 25٪ فقط من الأدوار الإدارية.¹
- غالبية الصحفيين في أوروبا وأميركا الشمالية هم من النساء. تمثل النساء 56٪ من الموظفين في غرف الأخبار في أميركا الشمالية و 51٪ في أوروبا. في المتوسط، تمثل النساء 40٪ من الصحفيين في غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم. المناطق التي تضم أقل عدد من النساء هي جنوب آسيا، حيث تشكل النساء 26٪ فقط من الصحفيين، تليها منطقة الشرق الأوسط/شمال إفريقيا بنسبة 29٪.
- عندما يتم تعيينهن، تكون النساء أقل امتلاكاً للخبرة الرقمية مقارنة بالرجال. حوالي ربع النساء لم يكن لديهن خبرة رقمية مقارنة بـ 15٪ من الرجال عند تعيينهن. تتمتع 48 في المئة من النساء بخبرة بمهارتين رقميتين أو أكثر مقارنة بنسبة 55 في المئة من الرجال.

¹ دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية. شبكة الصحفيين الدوليين، مرجع سبق ذكره

2.3 لا توظّف غرف الأخبار المزيد من المتخصصين في التكنولوجيا.

- لا يزال الخبراء التقنيون قليلون في غرف الأخبار. 4٪ فقط من موظفي غرف الأخبار هم من المهنيين التقنيين مثل مطوري المحتوى، بزيادة بنسبة 2٪ عن العام 2017.
- يحمل مديرو غرف الأخبار والصحفيون شهادات في مجالات متعلقة بالتكنولوجيا في عام 2019 أكثر قليلاً مما كانوا عليه في عام 2017. يحمل 12٪ من مديري غرف الأخبار و 8٪ من الصحفيين شهادات في مجالات متعلقة بالتكنولوجيا، مقارنة بنسبة 5٪ قبل عامين.
- يتم توظيف المزيد من الصحفيين الذين يملكون مهارات إنشاء محتوى رقمي، لكن قليلين منهم لديهم خبرة متقدمة مثل المعرفة بالأمن السيبراني أو التحليلات. ارتفعت نسبة الصحفيين الذين تم توظيفهم من ذوي الخبرة في استخدام الأدوات الرقمية والفيديو من 33٪ في عام 2017 إلى 43٪ في عام 2019. ومع ذلك، لا يزال القليل منهم في عام 2019 يتمتعون بخبرة رقمية متقدمة. عند تعيينهم، كان 19٪ منهم يتمتعون بمهارات التحليل، بينما اكتسب 7٪ مهارات الأمن السيبراني.¹
- واحد وعشرون بالمئة من الموظفين يشغلون أدوارًا رقمية مثل محرر وسائل التواصل الاجتماعي ومنتج المحتوى الرقمي. هذه النسبة ثابتة تقريبًا مقارنة بعام 2017. تستمر مهارات الكتابة وإعداد التقارير الأساسية والأمور المرتبطة بها في السيطرة على العصر الرقمي.²

2.4 تستغرق غرف الأخبار وقتًا في ملء الوظائف بينما يجهد الصحفيون للعثور على عمل.

- حتى مع قيام العديد من غرف الأخبار بتسريح الصحفيين، لا يمكنها العثور على أفضل الصحفيين الموهوبين والحفاظ عليهم. تجد 55٪ من غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم صعوبة في توظيف الصحفيين والاحتفاظ بهم. في أميركا الشمالية، يقول 28٪ فقط من مديري غرف الأخبار إنّ هذا الأمر يشكل تحديًا.

¹ دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية. شبكة الصحفيين الدوليين مرجع سبق ذكره

² نفس المرجع

- أصبح العمل الحر سائداً فيما يخسر المزيد من الصحفيين وظائفهم. فقد حوالي 40 في المئة من الصحفيين وظائفهم بسبب التخفيضات في الميزانية أو إعادة تنظيم وهيكله العمل. في الوقت نفسه، أفاد 70٪ أنهم قد عملوا لحسابهم الخاص في مرحلة ما من حياتهم المهنية.

يعتقد معظم الصحفيين أنّ الأدوات الرقمية نقلت معظم نواحي عملهم نحو الأفضل

- يعتقد أكثر من ثلثي الصحفيين ومديري الأخبار أن الأدوات الرقمية لها تأثير إيجابي على عملهم. يقول المليون على هذه الدراسة بأغلبية ساحقة إنّ هذه الخدمات الرقمية تعمل على تحسين جودة الأخبار ومشاركة الجمهور. وتعتقد نسبة أقل أنّ الأدوات الرقمية تزيد من الإنتاجية.
- إرتفع استخدام الصحفيين لتطبيقات المراسلة لإشراك الجماهير، كما أنّها تجاوزت استعمال تويتر. يشارك أكثر من ثلثي الصحفيين (69٪) جماهيرهم أسبوعياً على الأقل من خلال تطبيقات المراسلة الفورية، وتتجاوز هذه النسبة الـ 63٪ من الصحفيين الذين يستخدمون "تويتر" والمدونات الصغيرة الأخرى بشكل أسبوعي.
- تعتمد غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم على أشكال مختلفة لتوزيع محتواها. تنشر ثلثا المؤسسات الإخبارية المحتوى بأربعة أشكال على الأقل، وهي زيادة كبيرة مقارنة بنسبة 40٪ التي سُجّلت في عام 2017. ويستخدم الصحفيون الذين يغطون الأخبار المحلية أوسع مجموعة من الأدوات والمنصات للتفاعل مع المتابعين.

2.3 يطالب الصحفيون بتدريب متقدم أكثر مما تقدمه غرف الأخبار

- يطلب الصحفيون تدريباً أكثر تقدماً مما تقدمه غرف الأخبار التي يعملون فيها. يريد تسعة وسبعون في المئة من الصحفيين المشاركين في هذه الدراسة تدريباً متخصصاً بتحليل البيانات، بينما يوفره 35 في المئة فقط من غرف الأخبار. يعتقد الكثير من الصحفيين وبنسبة أكبر من مديري الأخبار أن صحافة البيانات لها تأثير إيجابي على عملهم ويرى 65٪ من الصحفيين أن صحافة البيانات تساعد في جذب الجماهير وتحسين الجودة وزيادة الإنتاجية، مقارنة بـ 55٪ من المديرين.¹

¹ دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية. شبكة الصحفيين الدوليين مرجع سبق ذكره

- يفضل الصحفيون التدريب المكثف أكثر من المبادرات القصيرة الأمد. يعتبر 57% من الصحفيين أنّ ورش العمل العملية التي تستمرّ لأيام عدّة هي الأكثر فعالية، في حين أنّ 41% فقط من غرف الأخبار تقدم هذا النوع من التدريب. ويتفق الصحفيون والمديرون بشكل أساسي على المستوى المناسب من التدريب عبر الإنترنت، الذي يؤيده 17% من الصحفيين و 22% من مديري الأخبار.

2.4 تتباين آراء الصحفيين وأصحاب العمل حول التدريب المتخصص المطلوب في غرفة الأخبار

- في حين تقدم غرف الأخبار التدريب الذي يتمحور غالبًا على إنتاج الفيديو والصوت، يتوق الصحفيون لمزيد من التدريب على مواضيع مثل الأمن السيبراني والبودكاست وأدوات التثبيت من الحقائق وتشجيع العمل على وسائل التواصل الاجتماعي. هناك طلب كبير على استخدام وفهم الذكاء الاصطناعي، حيث أنّ 42% من الصحفيين يريدون التدرّب على الذكاء الاصطناعي بينما تقدّمه 5% فقط من غرف الأخبار.

2.5 تنوع غرف الأخبار مصادر تمويلها بحيث لم تعد الإعلانات تشكّل أكبر مصدر إيرادات

لغالبيتها

- يقول أربعة وخمسون في المئة من مديري غرف الأخبار إنّ الإعلانات لم تعد تشكّل المصدر الأكبر لإيراداتهم. كما أنّهم يعتمدون على المساهمات والمنح الخيرية، والتمويل الحكومي، والمحتوى المدعوم، والاشتراكات المطبوعة، وتبرعات الجمهور، والاشتراكات/العضويات عبر الإنترنت.
- تعتمد المؤسسات الإخبارية التي لا تبغي الربح على الأعمال الخيرية والإعلانات الرقمية المصوّرة بشكل متساوٍ للحصول على التمويل. كشف ستة وثلاثون في المئة من مديري غرف الأخبار التي لا تبغي الربح أنّ الإعلانات الرقمية المصوّرة تشكّل مصدر إيرادات مهم، والنسبة نفسها أشارت إلى أنّ المساهمات الخيرية تشكّل مصدر تمويل رئيسي. بشكل عام، نجد تنوعًا أكبر في مصادر الإيرادات بين المؤسسات غير الربحية، بما في ذلك المحتوى المدعوم (28%) والخدمات المدفوعة (24%) والتمويل الحكومي (20%).

3 غرف الأخبار الذكية ، آخر مستجدات صناعة الخبر

لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي تقود التحولات في صناعة الإعلام والاتصال فحسب، بل باتت تؤسس لإرساء قواعد وأنماط ومعايير غير مسبوقة في تكوين المجتمعات البشرية، وما يترتب على ذلك من تشكيل للهوية

الرقمية والشخصية الرقمية على مستوى الأفراد وعلاقتهم من جهة، وعلى مستوى القوى الجديدة أو الإمبراطوريات الرقمية الناشئة والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى.¹

ثمة تحديات تواجه كبرى المؤسسات الإعلامية التقليدية في محاولة الإجابة على الأسئلة التالية: ما هي انعكاسات تلك التطورات على غرف الأخبار في البيئات الإعلامية التقليدية؟ وكيف يمكن لتلك المؤسسات أن تواكب الجديد؟ وكيف تقود عمليات التحول بسلاسة تَبني على ما هو موروث وأصيل من القواعد المهنية الصحفية في المحافظة على المصداقية والدقة، مع استيعاب ما هو قادم من ثورة في تغيير قواعد صناعة الإعلام؟

لعله من المهم أن نستعرض أبرز عمليات أو مظاهر التحول التي أوجدتها "الصحافة الرقمية" في محاولة استيعاب ما هو جديد في تلك الصناعة، وكيف يمكن أن نؤسس لغرف إخبارية ذكية تتجاوز الوظائف التقليدية.

- المعلومة في العوالم الرقمية.. ما العمر الافتراضي لبقائها حية أو متفاعلة؟ وكيف يمكن طمرها أو إعادة إحيائها؟

خلافًا لما هو متداول في غرف الأخبار التقليدية من وجود أطر زمنية مرتبطة بضرورة إنهاء النشرة الإخبارية في وقت بعينه مما يؤثر بشكل كبير على تحديد العمر الزمني للنشرة في مجال التداول والمشاهدة والتفاعل، فإن تلك الأنماط المحددة بالزمن لم تعد تستحوذ على انتباه المشاهد أو المتفاعل كما كانت في السابق، خصوصًا في ما يتعلق بالمواد الخبرية، إذ ثمة تحول مهم في طرق وآليات الحصول على المعلومة وكيفية استهلاكها أو تحديد صلاحية فاعليتها. لتوضيح ذلك، من منا يمكنه أن يشاهد نشرة أخبار الأسبوع الفائت، بينما المحتوى في العالم الرقمي لم يعد له "انتهاء للصلاحية"؟.. أي أننا اليوم أمام تحدٍّ أو لنقل فرصة لإعادة التفكير في إنتاج محتوى لا يموت. لكن يبرز تحدٍّ من نوع جديد يتمثل في إبقاء المحتوى متفاعلًا دون ضياعه أو إخفائه عن قصد أو دون انتباه.

ثمة تحولات جذرية تشهدها محركات البحث تؤسس لمنظومات مذهلة في إتاحة فرص تتجاوز البحث عن الأشياء المجردة؛ إلى البحث عن العلاقات المتعدية بين الأشياء.²

إذا كانت محركات البحث لدى غوغل اليوم تعد من أهم مرجعيات البحث في الإنترنت والتي يعتمد عليها الصحفيون والمنتجون والعاملون في الغرف الإخبارية، فنحن أمام جيل جديد من محركات وخوارزميات البحث تقودها إمبراطورية الفيسبوك الناشئة بمواصفات وإمكانيات ونتائج قد تكون مفاجئة وصادمة. ففي الوقت

¹ خالد طه غرف الأخبار الذكية. 2021/10/28

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/233>

² نفس المرجع

الذي تستطيع أن تبحث فيه عن الأشياء المجردة في غوغل، يتجاوز الفيسبوك ذلك في إمكانية البحث عن العلاقات المتشكلة بين الأشياء والأشخاص، بل يذهب بعيدا في إمكانية البحث عن العلاقات الناشئة عن العلاقات، والمعلومات عن المعلومات والعلاقات معا. ولتبسيط الفكرة، يمكننا اليوم مثلا أن نبحث عن الصحفيين العاملين في شبكة الجزيرة الذين قرؤوا كتابا ما والموجودين في بقعة جغرافية معينة ونتعرف إلى مدى إعجابهم أو تفاعلهم مع الكتاب، أو نبحث في طبيعة العلاقات بين مجموعات معينة وأشياء أخرى مع توصيف للمكان والزمان والمحيط بأبعاده المختلفة..

3.1 جمع الأخبار (News Gathering)

يعتمد جمع الأخبار بالشكل التقليدي على وكالات الأنباء والمراسلين والصحفيين المنتشرين في أرجاء المعمورة، لكن هذا الأمر لم يعد كافيا لتغطية الأحداث بسبب تسارع إيقاعها. ومع ظهور منصات التواصل الاجتماعي وانتشار مفهوم المواطن الصحفي، تحولت تلك المنصات إلى واحدة من أهم وسائل جمع الأخبار ومتابعة تفاعلاتها وتداعياتها، فأصبح تويتر منافسا حقيقيا لوكالات الأنباء، بل تعدى في كثير من الأحيان سرعة نقل الخبر ورصده وتفاعل الجمهور معه. اليوم أصبح معظم الشخصيات العامة والمسؤولين والهيئات الرسمية الحكومية وغير الحكومية يغردون مباشرة دون الحاجة إلى التصريح عبر وكالات الأنباء أو المؤسسات الإعلامية. أما على صعيد شهود العيان وإثراء المحتوى من المواطنين، فنحن اليوم أمام كم هائل من المواد والمحتوى بأشكاله المختلفة (نصوص وصور وفيديوهات) يتجاوز حجمها في الساعة الواحدة ما تنتجه مجموع المؤسسات الإعلامية التقليدية في عشرات السنين.

وبناء عليه، فإن ما نراه من فرص في جمع الأخبار ورصدها عبر منصات التواصل الاجتماعي سيشكل العمود الفقري في الصناعة الخبرية والإعلامية، خصوصا في طرق وأساليب التعاطي مع المعلومات الضخمة وإخضاعها للتحليل والنقد والتوظيف. كما ستشهد الغرف الإخبارية الذكية أنماطا جديدة في بيئات العمل تتطلب مواكبة فاعلة للتعاطي مع هذا الكم الهائل والمتزايد من المعلومات في ما يتعلق بتأهيل الكوادر البشرية وتوظيف الأدوات وتغيير منظومات العمل.

- إنتاج المحتوى بأشكاله المختلفة¹

¹خالد طه غرف الأخبار الذكية. 2021/10/28

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/233>

تتداخل اليوم لغة الصورة الثابتة والمتحركة (الفيديوهات) مع النص المرئي والمسموع بشكل غير مسبوق، حتى أصبحت المؤسسات والصحف لا تقتصر على إنتاج محتوى مقروء، بل دخلت في صناعة المحتوى المرئي والمسموع، والعكس صحيح أيضا. ويعود الفضل في ذلك إلى ما أتاحتها الوسائط والتقنيات الجديدة من سهولة الإنتاج والنشر والتوزيع. غير أننا اليوم نشهد ميلاد أشكال وأنماط جديدة في صناعة المحتوى الرقمي، تتداخل فيها العناصر مجتمعة من صوت وصورة ونص ومؤثرات حسية لا تحتاج إلى أن تكون القصة الخبرية فيها منتجة بشكل خطّي، بل بدأت تتشكل أنماط وقوالب جديدة في إنتاج قصص خبرية بطريقة ليست خطية (Non-Linear)، أي أن القصة الخبرية بشكلها الجديد يمكن أن تجذبك لو بدأت بها من آخرها أو وسطها أو أولها. وبهذا ستشهد غرف الأخبار الذكية نقلة نوعية أو طفرة في صناعة ما يسمى "MultiMedia storytellin"

3.2 التحقق والتثبيت

في ظل الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي في جمع الأخبار ونقلها ورصدها، بات لزاما على الغرف الإخبارية إنشاء طرق وآليات للتحقق والتثبيت من الأخبار والصور والفيديوهات القادمة من المواطن الصحفي أو من مصادر مجهولة. وهنا، لا بد من الإشارة إلى ضرورة تعاون وتشارك الصحفيين بما يملكونه من قدرات ومهارات النقد الصحفي ومراعاة السياسة التحريرية، مع الاستفادة من التقنيات والأدوات وطرق البحث والتحري المتجددة.

3.3- النشر والتوزيع

لم تسهّل منصات التواصل الاجتماعي آليات النشر والتوزيع فحسب، بل شكلت أنماط جديدة في طرق استهلاك المحتوى والتفاعل معه.. فعلى سبيل المثال، جمع الشريط الإخباري على الفيسبوك ما بين الأخبار من المؤسسات الإعلامية والأخبار من الأصدقاء والأشخاص والمواد الدعائية، في ترتيب زمني متداخل غير خطي. كما أن قواعد النشر والانتشار والتفاعل باتت خاضعة بشكل كبير لأصحاب المنصات، فامتلاك مئة مليون متابع أو معجب لا يعني بتاتا أنني يمكن أن أصل إليهم جميعا في نفس الوقت، كما أنه لا ينطوي على أي نوعية من الملكية لهذا الجمهور. وفي الوقت الذي كانت فيه شركات الاتصالات (ساتلايت، كبلات.. إلخ) مجرد وسيط ناقل للمواد، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي المالك للجمهور، وهي من يحق لها إيصال المحتوى كيفما تشاء. ولعله من اللافت أن دور منصات التواصل الاجتماعي في عمليات التوزيع تجاوز -بمراحل بعيدة- التوزيع التقليدي في الانتشار الأعمى، إلى المعرفة التفصيلية بالجمهور المستهدف، مع القدرة على تطويع الزمان والمكان والحال في إيصال المحتوى، إلى جانب تحديد الفئات المستهدفة بدقة.

3.4- التفاعل مع الجمهور¹

من أبرز التحديات التي تواجه الإعلام التقليدي اليوم، القدرة على الانتقال من الخطاب الفوقي المستعلي الذي تَعَوَّد على الحديث باتجاه واحد؛ إلى ممارسة جديدة تنطلق من فكرة المشاركة والتواصل باتجاهين، أو ما يسمى التفاعل مع الجمهور والاستماع له بدرجة عالية من الاحترام والمهنية، في ما يطلق عليه خدمة الجمهور، وعدم الاكتفاء بنشر المحتوى دون معرفة رجع الصدى والاستجابة الفاعلة في السماح لوجهات النظر المختلفة مع الدخول في حوار مباشر مع الجماهير.

اللافت أن شبكات التواصل الإجتماعي تجاوزت مرحلة التواصل باتجاهين إلى تواصل متعدد الاتجاهات، ومكنت المستخدم من تجاوز المؤسسة الصحفية في الحضور الرقمي والتواصل مع الجماهير بشكل مباشر دون الحاجة إلى الحضور عبر القنوات الإعلامية التقليدية.

انعكس ذلك على تشكيل ما يمكن أن نسميه "المتفاعل الذكي" في مقابل المشاهد السلبي، فالجمهور الرقمي لم يعد يستسيغ التوجيه والخطاب المصمت، بل أصبحت أدوات النقد والتحليل والمقارنة ومن ثم إمكانية المشاركة والرد، تُخرج في كثير من الأحيان كبرى المؤسسات الإعلامية.

وهكذا، فقد بات لزاماً على الغرف الإخبارية الذكية أن تتعاطى مع "شريك ذكي" تفهم احتياجاته وتدرك واقعه وتحترم عقله. مع ضرورة الانتباه إلى سرعة تطور قدرات هذا "المتفاعل" يوماً بعد يوم على صعيد الذوق والحس الصحفي والسلوك الرقمي المعقد.

- المعلومات الإحصائية وتغيير أدوات القياس ومعاييرها

بينما لا تستطيع القنوات التلفزيونية الفضائية معرفة معلومات إحصائية رئيسية كعدد مشاهدي القناة مثلاً، تقود شبكات التواصل الاجتماعي طوراً غير مسبوق في تقديم معلومات إحصائية تفصيلية لا تتوقف عند حدود معرفة أعداد المشاهدين وطرق المشاهدة ونوعيتها ووقتها، بل يمكن تحديد مدد المشاهدة بالثواني ومع من تشاهد وماذا شاهدت سابقاً وماذا تشاهد الآن. الأمر يذهب إلى أبعد من ذلك بكثير في معرفة الجمهور الذي يمكن أن تحدد فيه وبدقة غير معهودة أدق التفاصيل حول المكان والزمان والحالة الشخصية، كما تستطيع قياس مدى التأثير

¹خالد طه غرف الأخبار الذكية. 2021/10/28

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/233>

والارتباط والتفاعل وشدة الانتباه للقارئ أو المشاهد أو المتفاعل. وتكمن الطفرة الجديدة بهذه العوامل في إمكانية قياس ورصد ومتابعة كل شيء.. نعم كل ما لم يخطر على بالنا من قبل.¹

فإذا كانت العوامل التقليدية تتيح قياس جزء بسيط من المعلومات في الماضي، فإن الغرف الإخبارية الذكية تستطيع أن تقيس وترصد الماضي والحاضر "الآني"، كما أنها تعمل على التنبؤ بالمعلومات المستقبلية. قد نتفاجأ إذا علمنا أنه بمقدورنا اليوم أن نعرف كم عدد من سيشاهد برنامجاً ما، أو من سيقراً مقالا ما ونسبة دقة تتجاوز 90%- صحافة الخوارزميات وبناء قواعد البيانات

يشير مصطلح "خوارزمية" إلى نوع من البرمجيات الحاسوبية مبنية على مجموعة من الفرضيات والحسابات والمعادلات التي تنفذ تعليمات بناءً على مدخلات ثابتة أو متغيرة. وأهم ما يميز هذه البرمجيات قدرتها الهائلة على التعامل مع البيانات الضخمة، وقدرتها على النمو والتطور الذاتي.

تلعب الخوارزميات اليوم دوراً محورياً في صناعة الإعلام على مستوى النشر والتوزيع، خصوصاً لدى محركات البحث في الإنترنت، لكن الأمر أصبح أكثر استخداماً في منصات التواصل الاجتماعي في تحديد توصيل المحتوى إلى المستخدم بشكل تلقائي أو انتقائي.

من جهة أخرى، أصبح من الصعب مواكبة ومتابعة الكم المتزايد من المعلومات يدوياً دون الحاجة إلى مساعدة الحواسيب في عمليات الرصد والمتابعة والتحليل، الأمر الذي يمكّن غرف الأخبار من متابعة ورصد ملايين النشطاء والفاعلين، والاستفادة المتجددة في السبق الصحفي على مستوى الروايات الخبرية الجديدة أو الزوايا الخبرية من خلال رصد ومتابعة ارتدادات الخبر وتفاعلاته من جهة، وإمكانية قياس معدلات الارتباط والتأثير من جهة أخرى.²

وتجدر الإشارة إلى أن وكالة أنباء أسوشيتد برس (AP) تنتج ما يزيد عن 3500 تقرير أو قصة كل ثلاثة أشهر، معتمدة على الخوارزميات. وهذا الرقم مرشح للوصول إلى 4500 قصة، أي ما مجموعه 18 ألف قصة في السنة.

لعل التحول اللافت والمهم في ما هو قادم في عالم الصحافة، هو ضرورة الانتباه إلى أهمية انتقال الغرف الإخبارية اليوم من مجرد منتج للمحتوى إلى مقدّم لخدمات إخبارية وإعلامية ذكية تركز بشكل رئيسي على إدارة الحوار،

¹خالد طه غرف الأخبار الذكية. 2021/10/28

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/233>

²نفس المرجع

وبناء أو تشكيل مجتمعات رقمية تستطيع من خلالها تعزيز الثقة والمصداقية، وتتمكن من زيادة معدلات الارتباط والاستحواذ على انتباه عقل الإنسان وقلبه.

ننتهي للقول أن عمل صناعة الأخبار يعتمد بالأساس علي تكنولوجيا رقمية في إنتاج الخبر وتوزيعها حيث عملت كبريات المؤسسات الإخبارية علي تجهيز غرف أخبارها بتجهيزات متطورة لضمان التغطية الإخبارية المتعددة الوسائط والمنصات لتلبية حاجات القراء والمتابعين

المبحث الثاني : إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في الإعلام

تمهيد : إن الإعلام لطالما إحتاج مجال النشر فالمجلات و الدوريات مكلفة من حيث الطبع والنقل في حين أصبح مواقع التواصل الإجتماعي ، فضاء لنشر الإعلامي لجمهور محدد ، فأصبحت مواقع كتويتز أنستغرام . ويوتوب وفيسبوك أصبح أبرز المنصات

1 سهولة إنشاء المادة الإعلامية. بعد التطور المذهل في قطاع الاتصالات أ¹صبح بمقدور كل إنسان وبكلفة قليلة أن يمتلك هاتفًا محمولًا به آلة تصوير متقدمة ذات كفاءة، فأصبح كل منهم مشروع إعلامي في مكانه، وأصبح في وضع يمكنه من أن يرصد كل حدث ويوثقه ويقدمه كحدث إخباري إعلامي وينقله لغيره، ويمكنه أيضا وبمجهود بسيط أن يقوم بعمل قريب من عمل البرامج التليفزيونية فيجمع اللقطات ويعلق عليها أو يقوم بعمل إحصائي استطلاعي ليجمع أكبر عدد من الآراء حول قضية معينة ليقدم بها وجهة نظر لأناس لا يصل صوتهم إلى القنوات الإعلامية الرسمية أو لا يراد أن يصل منهم هذا الصوت، وبالتالي نشأ جيل جديد من الإعلاميين الهواة الذي استطاعوا أن يجعلوا من أنفسهم محطات تليفزيونية قادرة على تقديم مادة إعلامية قوية ومؤثرة.

فكما تيسر صنع المادة الإعلامية بأقل التكاليف وبأدنى جهد ووقت ممكنين تيسر أيضا -نتيجة التقدم المتسارع وغير المحدود- تيسر أيضا نشر المادة الإعلامية وتيسر انتشارها بأسرع من كل تصور، فكان لظهور القنوات الفضائية الخاصة التي لا تخضع بالضرورة أو بالكلية لكل ضوابط السلطات الحاكمة وخطوطها الحمراء أثر كبير في تطور هذا الإعلام البديل وكان للمواقع التي يمكن وضع فيها المواد المسجلة كموقع اليوتيوب الأثر الأكبر في النشر وكان لمواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك وتويتز -وخاصة بعد دخول الانترنت إلى كل بيت بل إلى كل هاتف- الأثر الأهم في الانتشار، فتحققت المعادلة الهامة فانتشرت المواد الإعلامية الغير رسمية والبعيدة عن الضوابط الحكومية انتشارا بالغا وأدى ذلك إلى تغيرات كبيرة في الرأي العام لم يكن له سبب سوى ظهور هذا الإعلام البديل وتفوقه أحيانا كثيرة على الإعلام الرسمي.

هو أحد الشبكات الاجتماعية المشهورة التي أصبحت تستخدم في مجال العمل الإعلامي²، نظير الخدمات التي أصبحت تقدمها للصحفيين خاصة في مجال الحصول علي الأخبار والمعلومات ، من بين المزايا المتعلقة بهذا

¹براهيم ، علي حجازي. الإعلام البديل. دار المعزز للنشر و التوزيع، 2017،ص311

²بوعزيز بوبكر ،مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك ، مجلة أفاق للعلوم ، جامعة زيان عاشور الجلفة

الموقع نجد أن أدوات الصور والملاحظات التي تمكن المستخدمين من إنشاء محطات مشتركة لصورهم والإحتفاظ بمدونة شخصية مفتوحة علي المستخدمين الآخرين، كما يتيح الفاييسبوك للصحفيين فرصة الاتصال بزملائهم حول العالم أنشأ بات وبيبل ميتشل مجموعة علي الفيسبوك باسم الصحفيون وال فيسبوك عندما أدركوا أنهم صادفوا صحفيين كثر من مناطق أحرى بخلاف أدوات الاتصال بشبكة الحاسبات التي تعمل في زمن حقيقي لا تعمل شبكة الفيسبوك في مجال الأخبار الجديدة غير أنها تنفع مع ذلك كواسطة للوصول إلي مصادر الخبر والمعلومات حول أشخاص ضاعوا في أحداث جديدة بأن تكون مادة خبرية

وفي هذا السياق أعلنت شركة الفاييسبوك عن إطلاق خدمة جديدة للصحفيين بإسم news wire هذه الخدمة كما يدل اسمها شريط الأخبار ينشر تحديثات فورية من مصادر متعددة الأخبار مباشرة فور حصولها وقد قامت فيس بوك كذلك بإبرام شراكة مع وكالة الأنباء الرائدة في مجال اكتشاف وتأكيد صحة الفضاء الإلكتروني story ful لتزويد نيوز واير بأخبار دقيقة ومؤكدة

وتتمحور هذه الأخبار حول الأخبار العاجلة، الترفيه، الطقس، الرياضة، الأخبار التي تنشر من قبل أشخاص يكونون واجهة أهم الأحداث في العالم مثل الكوارث الطبيعية أو الانتخابات، الثورات والأحداث الرياضية وغيرها

يقول أندي ميشيل مدير الأخبار والعلاقات الإعلامية في فيس بوك في تدوينه علي الموقع أن صفحة نيوز واير ستقوم بجمع ونشر محتوى صالح للاستعمال الإخباري، تمت مشاركته بشكل عام من قبل أشخاص أو مؤسسات ويعبر ميشيل أن الأخبار أصبح لديها جمهور كبير علي فيسبوك حيث يمكن للصحفيين استخدامه في تقاريرهم ويؤكد قائلاً نحن متحمسون لتوطيد العلاقات مع المؤسسات الإعلامية والصحفيين في الأيام القادمة أكبر من أي وقت مضى

من جهة أخرى تعتبر ¹ story full في تدوينه خاصة للإطلاق نيوز زاير أنه بسبب نشر حوالي 650 ألف تحديث في الدقيقة الواحدة علي الفاييسبوك أصبح الموقع مثير للاهتمام وينمو بشكل سريع

وتعتبر شركة الفاييس بوك أنها بالمساهمة في التحقيق من صحة الصورة ولأخبار المنشورة تأمل بأن تصبح الواجهة الجديدة ولأداة الفعالة لفرق أخبار والصحفيين، وأن تساهم بنشر المحتوى الأصيل نيوز واير والقصص الإخبارية المميزة كذلك نقول هذه الشركة أن هذه الخدمة تثبت أن الفيس بوك هو في الوقت

¹ بوغزير بوبكر، مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك، ص 179

مصدر وجهة للأخبار وأنها ستظهر قدرة story ful علي إبراز قصص مثيرة من العالم وبشكل سريع حيث تقوم بمتابعة هذه القصص عبر فريقها الصحفي لتأكد من صحتها قبل نشرها علي صفحة نيوز واير هكذا يمكن للصحفيين استخدام هذه المعلومات والأخبار وهم علي دراية تامة بأنه قد تم التحقيق من مصداقيتها

2تويتر والعمل الإعلامي :

يلخص أحد أساتذة الإعلام أبرز خصائص الإعلام الجيد، كما ينطبق علي تويتر ، بالتفاعل بين المصدر والمتلقي وتحول المتلقي إلي ناشر ، وأنه إعلام متعدد الوسائط ، واندماجه مع مخرجات الإعلام لتقليدي وسهولة الاستخدام ويزيد عليه أخر سرعة الاتصال والقيمة المعلوماتية وضمان وصولها ، ما أنتج مساواة داخل المجتمع في الاتصال فمواقع التواصل الاجتماعي علي غرار تويتر تجاوز الدور الإخباري لوسائل الإعلام حققت الأهم بخلق التواصل والتفاعل والمشاركة بين الناس لمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة ونقلت إلي أفاق غير مسبوقه ، وأعطت مستخدميها فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود ولم تقتصر قوة الموقع علي خاصية التفاعل التي تتبعها بالسماح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل الأدوار العملية الاتصالية ولكنها أخذت أيضا ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشمل علي النصوص والصور والملفات الصوت ولقطات الفيديو ما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا وتحول التويتر إلي ساحة إعلامية جديدة وموثره لا تخضع لدور الرقيب إلا بشكل نسبي محدود فساهم ذلك في ظهور خطابات إعلامية وثقافة غير تقليدية وبروز نماذج مثيرة للجدل تطرح تغريداتها بين الحين والآخر

ولعل الشئ الذي يميز تويتر هو أن المشارك فيه لا يحتاج إلي مهارات كتابية عالية ولا متوسطة فكل ما يحتاجه أن يكون لديه رأي أو موقف ليسجله عبر حملته القصيرة تعبيرا عن فرصة أو تأيده أو نقده

وينطوي تويتر بوصفه أداة للصحفيين والمنظمات الإخبارية علي طاقات كبيرة ، مع أن التواصل إلي الطريقة المثلي للاستخدام التدوين المصغر لأغراض الصحفية يغدو عملية معقدة بعض الشئ فعند التركيز علي طاقته الكاملة يبدو التويتر أنه المصدر الأمثل لنقل الأخبار والمعلومات ساعة وقوعها في مطلع عام 2009، عندما كان أحد مستخدميهم أول من ينقل مع صورة مرسله حادث الهبوط الإضطرابي لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية علي سطح نهر الهد سون يوم 18 جانفي

لقد أحدث التويتر¹ تطورا كبيرا في حياة الأفراد علي مستوي الشخصي والاجتماعي والسياسي وجاء ليشكل عالما إفتراضيا يفتح المجال علي مصرعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف اطوارها خاصة الإعلامية منها للإبراز الآراء والمواقف في قضايا والموضوعات التي تعتم بحرية غير مسبوقه فهو مفتوح لكل توجه ومشاع لكل الناس وتحول مع غيره من المواقع إلي وسيلة إعلام يعتمد عليها كثيرون في استقاء الأخبار ومعرفة ما يجري في العالم وفرض نفسه منافسا جديدا وجديا لوسائل الإعلام التقليدية ولعب دورا لا يمكن تجاهله في نشر الأخبار وتبادل المعلومات متجاوزة الرقابة التي تمارسها العديد من الحكومات علي وسائل الإعلام التقليدية

ويقدم غريغ لينش منتج المشاريع الخاصة وتطبيقات الأخبار في صحيفة واشنطن بوست فهما خصصا للمواقع الاجتماعية بقوله ستبقي هي المصدر الأساسي فهما خاصا للمواقع الاجتماعية بقوله ستبقي هي المصدر الأساسي للأخبار عند المستخدمين طالما هي جزء من الروتين اليومي للجمهور فالإعلام الاجتماعي إلية للتواصل اليومي ، ومن هنا يستمد قوته وإستمراريته

ولعل من بين التي شجعت علي زيادة الاتصال علي تويتر هو محدودية المنافذ الإعلامية التقليدية وعدم استفادة الكثير منها بالقدر الكافي السقف المرتفع لحرية الإعلام حيث يبالغ البعض منها في الحيلة والحذر

ويوفر التويتر للعاملين في مجال صحافة المواطن الناشئة حول العالم جمهورا في اللحظة التي يتلقون فيها الخبر ويمكنهم حتي من تحقيق سبق صحفي علي وسائل الإعلام الكبرى ولم تتأخر موءسسات إعلامية كبري علي غرار صحيفة نيويورك تايمز أو شبكة CNN في استعمال موقع تويتر واستخدامه لمتابعة الاتجاهات وتطور الأخبار وإرسال التحديثات الإخبارية الآتية والعناوين الرئيسية إلي متابعيها وتفخر صفحة تويتر في صحيفة نيويورك تايمز بامتلاك ما يزيد عن 200 ألف متابع وعندما لا يعمل تويتر لتنمية الأخبار ساعة وقوعها أو لتطوير أفكار الأخبار جديدة ومثيرة يمكن له أن يعين الصحفيين في جهد العمل الذي تنطوي عليه إدارة المقابلات الصحفية فإذا لم تحظر في أذهانهم أسئلة مثيرة للاهتمام أو أداة صلة فبمقدورهم أن يطلبوا أسئلة من متابعيهم علي شبكة تويتر فالقراء قد يكونوا أكثر اهتماما في قراءة المقالات التي تجيب مباشرة علي ملك الأسئلة التي يتوقون إلي طرحها ويسهل تويتر كدالك المقابلات العامة واستطلاعات الرأي دالك أنه في مقدور الصحفي أن يطرح سؤالا كتحديث سريع ثم ينتظر الإجابات الواردة من متابعين ومستخدمين آخرين يتصادف وجودهم علي الشبكة

¹بوعزيز بوبكر ،مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك، مرجع سبق ذكره ص 180

هو موقع إلكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات لأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلي مجموعات ، وتقاسم الصور وأشرطة فيديو ، وفي مقدور مستخدمي هذه الشبكة تكليف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال نظام لغة تأثير النص الفائق مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى

وتمكن هذه الشبكة الصحفيين من الحصول علي معلومات حول الأشخاص الذين يكتبون عنهم بمراجعة صفحاتهم علي شبكة ماي سبايس هذه الأخيرة التي يمكن أن تكون موقعا جيدا للحصول علي أفكار لنصوص كثيرة الاهتمام والبحث في مقالات حول الموسيقيين ، فيما أن ماي سبايس يتيح للموسيقيين تخزين ملفات صوتية ذات إمتداد أم تري في موقعهم كي يمكن الإستماع إلي عزفها وهناك طرق عديدة يمكن للموسيقيين تمكن من استخدام وفقها هذا التطبيق بدء بصياغة أفكار وإنجاز البحوث والترويج للمقالات وحشد القراء ، فيمكن لصحفيين أن ينشرو باستخدام خدمة المدونات في ماي سبايس خلاصات لمقالم في الملف الشخص وتزويدها بوصلات إلكترونية تحيل علي الراغبين بنصوصها الكاملة ومن خلال الجمع ابين موقع المدونة وخدمات النشر يستطيع الصحفيون إرسال تنبيهات إلي كل من يرغبون في قائمة الأصدقاء حول ما ينشرونه من معلومات جديدة ، ويمكن بالطبع استخدام خدمة النشرات لمنح القراء رؤوس أقلام عن المحتويات الجديدة من دون تطبيق خدمة التدوين علي الإطلاق وهناك طريقة أخرى لترويج للمقالات علي شبكة ماي سبايس وذلك بواسطة تخزين وصلاتها الإلكترونية في صندوق أو مربع ودرجة علي واجهة ملفات التعريف بملامح المستخدمين كي يتمكن القراء من الانتقال إليها مباشرة بدلا من الدخول إلي المدونة الموجودة في ملفات الصحفيين وقبل أن يصل المقال إلي درجة الاكتمال ويغدوا جاهز لترويج عبر نشرة أو المدونة يمكن لشبكة ماي سبايس أن تكون أداة قيمة للبحث ، مثلما يبحث أرباب العمل في صفحات الشبكات الاجتماعية للمستخدمين المحتملين من أجل تفصي خلفياتهم وسوابقهم ، يمكن لصحفيين أن يحصلوا المعلومات حول الأشخاص الذين يكتبون عنهم بمراجعة صفحاتهم علي شبكات ماي سبايس مع أنه لا ينبغي إعتبار كل المعلومات الملتفظة من الشبكات الاجتماعية حقيقية 100/ بطبيعة الحال

ويمكن أن يكون ماي سبايس² كذلك موقعا جيدا للحصول علي أفكار لنصوص كثيرة الاهتمام والبحث في مقالات حول الموسيقيين تخزين الملفات صوتية ذات امتداد أم بي تري في موقعهم كي يمكن الاستماع إلي عزفها

¹بوعزيز بوبكر ،مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك، مرجع سبق ذكره ص163

²نفس المرجع ص164

يحتفظ الكثير من الفنانين بصفحات مفصلة في ماي سبائس تتضمن عادة سير ذاتية كاملة وقوائمهم بجولاتهم الفنية ومدوناتهم الخاصة ولذلك يحسن بالصحفيين المختصين في مواضيع التسلية أن يراجعوا مواقع الفرق الموسيقية في شبكة ماي سبائس بصورة متقنة عندما يكتبون عن تلك الفرق

4 حدود العلاقة بين الصحفي ومصادر الأخبار الحديثة¹

يمثل الصحفي أو القائم بالاتصال و حدة التحليل الأصغر في الإجابة علي الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية ويعتبر أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية ، وهذا المفهوم يمتد ليشير إلي كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع

وقد فرض هذا المفهوم منذ أصبح إنتاج الرسالة الإعلامية يتجاوز حدود الفرد أو الجماعات الصغيرة وأصبح يعتمد علي تنظيم جملة من الأدوار والمواقع التي تسهم في هذا العمل

وفي الحقيقة يقصد بعملية إنتقاء الأخبار البحث عن جدارة الإخبارية للأنباء لتحرير مايجب أن يختار وما يجب ان يهمل وأي أنباء تحتل مكانة بارزة وأي الأخبار جديدة بالعناوين الضخمة وإذا أن الأنباء الرئيسي تكون له الصدارة في الصفحة الأولى ويبرز بخطوط عريضة وتضفي عليه جميع عناصره للإبراز في عملية إنتقاء الأخبار من مصادرها من أعقد المراحل التي يمر بها الخبر الصحفي

من جهة أخرى تعتبر عملية وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقات بين قائم بالاتصال الصحفي ومصادر الأخبار والمعلومات داخل المجتمع خاصة في زمن المتمدنيا الاجتماعية ، أمرا صعبا نوعا ما ، لماذا ذلك أن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن لأن نلاحظها وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بغض النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم ، ولا يمكن تصنيف العلاقة في إطار الاعتماد المتبادل بينهما في كل الأحوال أو التقرير بسيادة تأثيرها علي الآخر في بعضها ولكن كل ما يمكن ملاحظته إن هذه العلاقة لا يعبرها مظهرها عن جوهرها في معظم الأحوال ، إن العلاقة القائمة بين الصحفي والمصدر تشكل عاملا هاما في توزيع الأخبار فهذه العلاقة تقوم أساسا علي بين طرفين متناقضين ، أحدهما هو المصدر صاحب القرار أو المعلومة ، يريد الاحتفاظ أحيانا بسرية المعلومات أو توصيلها لناس بشكل معين والطرف الثاني وهو الصحفي يريد الوصول إلي الحقيقة وينشرها كما هي ومع هذا التناقض يجد الصحفي نفسه في وضع محير فالنصيحة التي يتلقاها عندما يبدأ حيلته المهنية هي أن يكون علي علاقة وطيدة ،لمصادر الأخبار ، لأن الصحفي ماهو إلا مجموعة مصادر ه تجمد مهنيا في الوقت نفسه نجد أن الاقتراب الشديد من المصدر ومحاوله إيجاد علاقة متوازنة تعد صعبة بسبب

¹ بوعزير بوبكر ، مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك، مرجع سبق ذكره ص 165

التناقض المشار إليه أنفاً وبالتالي فيما أن تكون علاقة وثيقة وتابعة تمكن الصحفي من الحصول علي المعرفة بالسرعة المطلوبة ، وإما علاقة استقلال وعداء مستقر ، في كلا الحالتين قديحدث التوجيه وتعريف الأخبار الذي نحن بصدد بحثه

وحيث يمكن أن تثار أسئلة الخاصة¹ بدور الصحفي كوكيل عن جمهور من جانب أو مروج لشخصية المصدر وأفكاره من جانب آخر أو الأسئلة الخاصة بأهداف المصدر من إمداد الصحفي بأخبار أو معلومات وهل تدخل في إطار دعم الحقوق الخاصة بالمعرفة والعلم والإعلام والاتصال بجمهور المتلقي أو دعم المركز أو الدور الخاص بالمصدر أو الفكرة والمبدأ الذي يدعمه ويسانده ، وتظهر أهمية هذه الأسئلة إذا ماتم تصنيف المصدر في فئة أصحاب السلطة أو القوي المؤثرة في المجتمع أو فئات النخبة أو أصحاب المصالح

وكذلك الأسئلة الخاصة باتفاق أو اختلاف الأطر المرجعية أو المعايير التي تباناها كل من القائم بار الاتصال أو الصحفي والمصدر واتفاقهم في النهاية علي وصول الأخبار والموضوعات إلي الجمهور لأسباب قد تختلف باختلاف الأطر والمعايير الثقافية

15 الإعلام الجديد وقفة عند الإطار المفاهيمي²:

يشير مفهوم الإعلام الجديد بحسب قاموس ليستر إلى أنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو وبالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح المعالم للإعلام الجديد بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر إلا أن الحقيقة المؤكدة أن كثيرا من الاشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعدادا متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد "الانترنت" التي قامت بدمج الوسائل الاتصالية المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، وغيرت كثيرا من المفاهيم الإعلامية التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديميين، كما أدت إلى تغير الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية، كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة ورجع الصدى.

¹ بوغزير بوبكر ، مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك، مرجع سبق ذكره ص 184

² شمس ضيات خلفلاوي. "الإعلام الجديد : قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة" مجلة علوم الإنسان والمجتمع

ظهر مفهوم الإعلام الجديد ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي ييثر أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاجا وتوزيع المضامين الإعلامية

ومن المهم الإشارة إلى أن "الجدة" التي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جدة نسبية، بمعنى أنه ربما يكون جديدا اليوم ولا يكون جديدا في الغد، أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديدا بالأمس. ومن هنا ندرك أن بعض منظري مفهوم الإعلام الجديد مثل "جيتلمان وبنجري" قد أصلا لظهور الإعلام الجديد ابتداء من ظهور التلغراف عام 1740م، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام.

فالمفهوم بالرغم من دقة وصفه بالجدة إلا أن هناك خلافا لفظيا ولغويا على مدلولاته، وهذا لا ينفي أن هناك واقعا جديدا للإعلام ظهرت فيه أشكال متعددة من الرسائل الاتصالية والوسائل الإعلامية التي تختلف تماما عن مرحلة ما قبل الانتشار الجماهيري لشبكة المعلومات الدولية.

والواقع أن مفهوم الإعلام الجديد new media ليس جديدا للغاية، وليس وليد اللحظة. فكما أشار "دينس مكويل" أن مصطلح الإعلام الجديد كان يطلق منذ الستينات الميلادية على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون الكابل، وكان المصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصال حديثة وبالمثل، فإن الباحثين "لايفرو وليفنجستون" وجدتا صعوبة في تعريف (الإعلام الجديد)، وبدلا من تعريف المصطلح تعريفا موضوعيا جامعا، قدمت وصفا للإعلام الجديد من خلال ثلاثة محاور تميزه عن الإعلام القديم . وهذه المحاور هي:

المحور الأول: تقنيات الاتصال الجديدة (مثل الأقمار الصناعية والكمبيوتر والهواتف النقالة وغيرها .

المحور الثاني: النشاطات والممارسات والاستخدامات التي توفرها هذه التقنيات .

المحور الثالث: العلاقات الاجتماعية والتنظيمات والتشريعات التي تظهر من حول هذه الوسائل الجديدة . وفي النهاية اقترحت الباحثان أن أهم ما يميز الإعلام الجديد هو الخصائص التالية:

- التواصل الشبكي المتداخل، بحيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي .

- سهولة الوصول والدخول من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين .

-التفاعلية وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، ويتفق الكثير من الباحثين أن هذه الخاصية هي من أهم ما يميز الإعلام الجديد، نظرا لأنها تكاد تكون معدومة في الاتصال الجماهيري التقليدي

-التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية .

-تعدد الاستخدامات وخاصة الإنفتاح على كل ما هو جديد موضوعيا وفنيا في محتوى وشكل المواد الإعلامية

-وأخيرا، سعة الانتشار والتحرر من المكان وعدم إرتباط الإعلام الجديد بمنطقة جغرافية محددة ، أي أنه يتخطى

حواجز المكان الجغرافي.

وحاليا استقر الوضع عند الكثير من الباحثين الإعلاميين على إطلاق مصطلح الإعلام الجديد على مجموعة من

التقنيات والتطبيقات الحديثة التي تتصف بالصفات المذكورة أعلاه، وتلقى إقبالا كبيرا من الجمهور في استخدامها

والإستفادة منها . وأهم هذه التقنيات والتطبيقات ما يأتي عن طريق الإنترنت خاصة في تطبيقاتها العامة والتفاعلية مثل الأخبار الإلكترونية *online news* وتطبيقات الإرسال الإذاعي والتلفزيونية (مثل تقنية اليوتيوب *YouTube*) وكذلك المنتديات، ومجموعات النقاش، واستخدام محركات البحث، ومواقع التواصل الاجتماعي، والشبكات الاجتماعية، مثل فيس بوك *Facebook* وتويتير *Twitter*، وكذلك مواقع الألعاب الإلكترونية الجماعية .

وأهم ما يميز هذه الوسائل أنها يمكن أن توصف بأنها وسائل اتصال شخصية *personal media* لأنها تعطي المستخدم القدرة على السيطرة والتحكم في شكل ونوعية ومحتوى وتوقيت الاتصال الذي يرغب المشاركة به.

5.1 خصائص الإعلام الجديد :بالإضافة إلى الخصائص المذكورة سابقا، فإن الإعلام الجديد يتميز أيضا بالخصائص التالية:

-تكنولوجيا الإعلام الجديد¹ غيرت أيضا بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل active يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه . إن كثيرا من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري توضح

أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباها كبيرا لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدي التلفزيون مثلا قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالبا ما تكون متابعة سلبية Passive بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلا منهم سيتذكر ذلك .الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.

أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباها كبيرا لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدي التلفزيون مثلا قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالبا ما تكون متابعة سلبية Passive بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلا منهم سيتذكر ذلك .الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة

- تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضا إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل .فجريدة "نيويورك تايمز" مثلا أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى عدة مراكز طباعة في نفس الوقت وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها بل أنه يمكن قراءتها مباشرة على الانترنت (com.nytimes.www)

-التلفزيون والإنترنت اندمجا أيضا بشكل شبه كامل، فجهاز التلفزيون أصبح يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون وفي نفس الوقت الإبحار في الإنترنت وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التلفزيون والراديو .شركات الكابلات التلفزيوني

¹شمس ضيات خلفلاوي ،. "الإعلام الجديد : قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة" ،مرجع سبق ذكره ، ص292

أصبحت تعتمد على الأقمار الصناعية في بث برامجها. وهكذا نجد أن جميع وسائل الإعلام الجماهيري الحالية أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر

- خاصية أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشرا وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك أيضا على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يحظر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق.

-الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

- تفتيت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الالكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون

- غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.

-مركزية الإعداد المصدر: (مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى. أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور

إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة. نظرية "حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوين" وهي ترى أنه على طول الرحلة

الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما

. الإعلام الجديد¹ هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة

. تفتيت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

. غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد.

خصائص الإعلام الجديد بالارتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، الاستجابة، في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك مركزية الإعداد (المصدر): مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى. أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها

لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور. إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة. نظرية "حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوين" وهي ترى أنه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى

¹شمس ضيات خلفلاوي، "الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة"، مرجع سبق ذكره ص 295

أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي

تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يغيئها تماما.

وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية، هي: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده، والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال، والمعايير المهنية للقائم بالاتصال، ومعايير الجمهور. وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

المحتوى، الرسالة: أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وتكلفة منخفضة جدا. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

التوزيع الوسيلة: (في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بني تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فأنا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم

بالإضافة إلى ذلك فإن التوسع الحالي في التواصل عبر الطرق اللاسلكية وبشكل خاص باستخدام الهواتف الجواله يمثل فرصا كبيرة بهذا الصدد نظرا لمعدلات إختراقه العالية، إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الإنترنت عريضة النطاق.

المتلقي: ¹ في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله . محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله . استرجاعه بسهولة.

¹شمس ضيات خلفلاوي، "الإعلام الجديد : قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة"، مرجع سبق ذكره ص 297

الاستجابة: في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جدا أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيدا من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح ذلك المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك

بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية. باختصار شديد فإن الإنترنت اليوم بكل تلك المزايا والخصائص التي تمت الإشارة إليها أصبحت تتربع على قمة هرم وسائل الاتصال. لقد حولت الإنترنت العالم ليس فقط إلى "قرية عالمية" ولكن إلى قرية إلكترونية صغيرة يمكن لمواطنيها القيام بالكثير من الأمور وهم في أماكنهم أو أثناء تجوالهم، وذلك عبر الاستخدامات المتعددة للإنترنت. هذه الخاصية الفريدة المتمثلة في القدرة على تجاوز حدود الزمان والمكان وفتح باب المشاركة في المعلومات والمعرفة أمام الجميع منح الإنترنت بعدا إنسانيا تشاركيا من خلال ما يعرف اليوم بشبكات التواصل الاجتماعي.

5.2 العوامل المساعدة على بروز ظاهرة الإعلام الجديد :

وراء بروز ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي : العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر :تجهيزاته وبرمجياته، تكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشبابة (الإنترنت) التي تشكل حاليا. لكي تصبح وسيطا يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى :المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام :صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات .

العامل الاقتصادي¹ المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسرار حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسرار في تدفق المعلومات .وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها . أي المعلومات . سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوما بعد يوم . بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازيه من جانب آخر .

العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاهر بالصراعات والتناقضات . وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا، وساحة ساخنة للصراعات العالمية الإقليمية و المحلية

16 الإعلام الحديث تكامل أم تنافس مع الإعلام التقليدي

شهدت صناعة المعلومات والاتصالات في ظل انتشار التكنولوجيا الرقمية تطورا وتوسعا ملحوظا في قطاع الهواتف المحمولة، وما صاحبه من تغيرات اجتماعية واقتصادية ناجمة عن التبني الواسع الانتشار لاتصالات الهواتف المحمولة، فقد أصبح الهاتف المحمول أكثر من وسيلة اتصال أو امتداد للخطوط الأرضية، وإنما أصبح وسيلة لوسائط إعلامية متعددة بشكل جيد، فقد اتضح من بعض الدراسات أن مستخدمي الهاتف لا يريدونه فقط لإجراء اتصالات وإنما أيضا للإستفادة من الوسائط الإعلامية المتعددة الملحقة به .

وقد ظهرت هذه الإستفادة بشكل واضح في عام 2006 بظهور الجيل الثالث من الهواتف المحمولة التي تعمل على نقل مواد مرئية بدرجة عالية من النقاوة وبالتالي يمكن استخدامه يوميا يسجل ويحرر ويدون الأحداث والقصص اليومية، وأيضا القدرة على استقبال البث التلفزيوني بالإضافة إلى أن الجيل الثالث سيمكن مستخدميه من الاتصال بشكل أسرع مع شبكة الانترنت، والتي سهلت من إرسال وإجراء المعاملات البنكية والتسوق وخدمات تنزيل المواد السمعية والبصرية.²

وإمكانية بث المعلومات من خلال الهاتف المحمول نشأت الخدمات الإخبارية التي تقدم من خلال التطبيقات اللاسلكية (wireless application protocol WAP) وهذه التطبيقات اللاسلكية تعد المعبر إلى عالم

¹ لصوان ، كافية . "تحديات و خصوصيات التشريع الإعلامي في ظل ممارسات الإعلام الجديد"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، ع12، 2014، ص91

² إبراهيم ، علي حجازي. التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، مرجع سبق ذكره ص 114

جديد من البيانات المتحركة مثل خدمات خاصة عن الطقس، الرياضة، الأخبار، التسوق، التسلية، الترفيه، الخدمات المصرفية، أخبار البورصة (كل ذلك يتم توافره من خلال الهواتف المحمولة. وأشار مستخدمي المحمول بشكل مكثف أن جمعا كبيرا من المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت أصبحت شديدة الاهتمام بالهاتف المحمول، وتبث إليه موادها على مدار الساعة على سبيل المثال مواقع شبكات التلفزيون العالمية (NEWS-ABC، FOX، CNN- وبالنسبة للدول العربية نلاحظ تلك الظاهرة ولكنها محدودة وليست منتشرة في كل الدول العربية ومن هذه الشبكات التلفزيونية (العربية- الجزيرة - أبوظبي - دبي -Ibc) وغيرها من القنوات الأخرى المتخصصة في الدراما والترفيه.

عام 2015، ظهرت على الإنترنت 11.5 مليون وثيقة مسربة¹ من إحدى شركات المحاماة في بنما تحمل تفاصيل حول عمليات غسل أموال وتهرب من الضرائب يعود بعضها إلى سبعينيات القرن الماضي. الوثائق التي ظهرت على موقع ويكيليكس الذي يتيح للمستخدمين نشر وثائق سرية دون الكشف عن هوياتهم، كانت مادة لواحد من أهم التحقيقات الاستقصائية في التاريخ.

أكثر من 400 صحفي حول العالم تعاونوا سويا في استقصاء تفاصيل تلك المستندات المسربة في عمل جماعي استمر لمدة عام، نُشر في الوقت نفسه في 80 دولة، وهو ما كشف الغطاء عن عمليات غير قانونية لغسيل الأموال تورط فيها 140 سياسيا في أكثر من 50 بلدا، بعضهم على مستوى الزعماء، مما فتح الباب لتحقيقات موسعة في 90 دولة، وسط اهتمام كبير من الناس وصل حد المظاهرات في بعض الأحيان.

هذا الإنجاز كان يصعب كثيرا تحقيقه لولا وجود وسائط اجتماعية على الإنترنت أتاحت ظهور تلك الوثائق والعمل عليها بهذه السرعة وإتاحتها لملايين الناس في نفس الوقت، بفضل مساحات حرة ومرنة للنشر والتفاعل والعمل الجماعي.

تعتبر الوسائط الاجتماعية أحد أهم تجليات الجيل الثاني من الويب (Web 2.0) الذي كان له التأثير الأساسي في إلغاء نموذج "حراس البوابة" القديم، حيث كانت وسائل الإعلام المتحكمة في الرسائل التي تصل إلى الجمهور والتي حل محلها نموذج جديد قائم على الحوار بين وسائل الإعلام والجمهور والمصادر.

¹ الصحافة الاستقصائية في عصر السوشيال ميديا <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/304>

إلى جانب أدوات البحث التقليدية مثل غوغل، باتت المواقع الاجتماعية على اختلاف أشكالها وأغراضها أدوات جديدة للبحث عن الناس وفيما ينشرونه من محتوى يفيد في العمل الصحفي بعد التحقق منه. واستخدام إمكانات البحث على تويتر أو فيسبوك أو إنستغرام أو يوتيوب يأتي بنتائج مختلفة تماما عما يمكن أن يحصل عليه الصحفي من البحث على محركات البحث التقليدية.

كذلك بات بإمكان الصحفيين ممن يعملون في مؤسسات صحفية أو بشكل مستقل؛ نشر ما ينتجونه من تحقيقات استقصائية عبر المدونات أو الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك والوصول إلى القراء في أي مكان من العالم بسهولة وتكلفة زهيدة، والاستعانة برود أفعالهم لاستكمال القصة أو تعديلها.

يقول مؤلف كتاب "نحن الميديا" دان غيلمور الذي عمل صحفيا استقصائيا لفترة من حياته: "بعد كل قصة استقصائية جيدة، يتلقى الصحفي عادة مكالمات تخبره بأن القصة عظيمة، ولكن فاتك كذا وكذا". ويوضح غيلمور أن أفضل نتيجة من تحقيق استقصائي قد تأتي عبر الإعلان أن القصة يتم العمل عليها، و"الكثير مما سيأتي عبر حشد المصادر سيكون بلا قيمة، والبعض حتى سيقودونك إلى الطريق الخاطئ، ولكن في الوقت ذاته الكثير من الأدلة ستأتي عبر هذه الطريقة".

كما يمكن للصحفيين اليوم العمل بشكل جماعي ومنظم على الإنترنت بفضل أدوات سهلة ومتاحة مثل تطبيق "سلاك" ومجموعات فيسبوك، وتطبيقات الحوسبة السحابية مثل غوغل درايف، وهي الأدوات التي تتيح للصحفيين التواصل وتنظيم العمل خاصة في التحقيقات الاستقصائية التي تتطلب قدرا عاليا من التواصل في غرفة الأخبار.

6.1 المراقبة وحشد المصادر¹

في 2009 حصلت صحيفة الغارديان البريطانية على قرابة نصف مليون وثيقة ذات صلة بمصرفات وإنفاق أعضاء البرلمان البريطاني خلال 4 سنوات. كانت هذه فرصة ممتازة لمعرفة الكثير عن التجاوزات التي ربما حدثت في تلك المصرفات، ولكن العدد الكبير للوثائق قاد الصحيفة إلى فكرة الاستعانة بالقراء من أجل فحص وتدقيق تلك الوثائق، وهي الدعوة التي لبّأها أكثر من 27 ألف قارئ للصحيفة على الإنترنت فأنجزوا تلك المهمة.

¹ الصحافة الاستقصائية في عصر السوشيال ميديا <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/304>

ما فعلته الغارديان يسمى "حشد المصادر" (crowdsourcing)، وهو دعوة الناس للمشاركة في مهمة صحفية مثل جمع الأخبار، جمع أو تحليل البيانات، عن طريق دعوة موجهة أو مفتوحة للمشاركة في التجارب الشخصية أو المستندات وغيرها بالاستفادة من تطبيقات الويب الاجتماعي، وهي الطريقة التي تستخدمها منذ سنوات مؤسسات إعلامية عديدة حول العالم من أجل الاستفادة من الجمهور كمصدر للمحتوى بشكل منظم، وهو ما أسفر عن الكثير من الإنجازات الصحفية. ويتم استخدام طرق وأدوات عديدة للتفاعل مع الجمهور وإشراكه مثل مجموعات فيسبوك ومواقع استطلاعات الرأي مثل سيرفي مانكي وغيره.

يقول المحاضر في الصحافة الرقمية بجامعة برمنغهام سيتي بول برادشو: "إن أراد المحرر استخدام صحافة حشد المصادر، فهذا يتطلب علاقة قوية كفاية بين الصحفي ومجتمعه". برادشو كان من أوائل الصحفيين الذين استعانوا بالوسائط الاجتماعية على الإنترنت لحشد الناس، حيث أطلق عام 2009 موقعاً أطلق عليه اسم "ساعدني لأتقصى"، وهو الموقع الذي أنشئ من أجل مساعدة الناس والصحفيين على تقصي إجابات أسئلة ذات علاقة بالاهتمام العام، وكان وسيلة لإنجاز العديد من التحقيقات الاستقصائية الناجحة آنذاك.

طريقة أخرى للاستفادة من محتوى الجمهور وهي بمراقبة نشاطهم العفوي على المواقع الاجتماعية، وإعادة استخدام هذا المحتوى والعمل عليه والتحقق منه هو ما يسمى "تنضيد المحتوى" (content curation). وتوجد الكثير من الأدوات المدفوعة والمجانية التي تساعد في عملية المراقبة الدائمة هذه، مثل قوائم تويتر وتطبيق تويت دك، وتطبيق "IFTTT" الذي يتيح صنع وصفات من المهام ذات الصلة، وتطبيق Buzz Sumo وغيرها الكثير.

نخلص للقول أن الفايسبوك والتويتر، واليوتوب أصبحا لأبرز قنوات توزيع المعلومة لنشر وإعادة النسر والتعليق

علي المضامين والأحداث والحوار مع المتابعين

المبحث الثالث : أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل إستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد : إن العمل الإعلامي مضبوط بقوانين رادعة وأخلاقيات درسها الصحفيون في المعاهد الإعلامية في حين أن الدول حاولت أخلقة الإعلام الرقمي خصوصا الحفاظ علي الملكية الفكرية و القضاء علي الأخبار المغلوطة

يجمع المتخصصون بوسائل الاتصال الجماهيرية¹ على أن لكل مهنة في المجتمع أخلاقيات وسلوكيات تعبر في مضمونها عن ((العلاقات بين ممارسيها من ناحية والعلاقات بينهم وبين عملائهم من ناحية ثانية، وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه من ناحية ثالثة وهذه الأخلاقيات والسلوكيات قد تكون متعارفاً عليها، وقد تكون مبادئ ومعايير يضعها التنظيم المهني للمهنة.

ونعني بالأخلاقيات المهنية، أن على العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية ومنها الصحافة ((أن يلتزموا في سلوكهم تجاه أنفسهم وتجاه الأخوين وتجاه جماهيرهم بمبادئ وقيم أساسية. والالتزام بهذه المبادئ والقيم الأساسية نوع من الواجبات الشخصية، أي أنه التزام شخصي يقع على كل واحد منهم بصفة شخصية ليكون سلوكاً سليماً وأخلاقياً، وتعرف الدكتورة سامية مُجد أخلاقيات المهنة (قيم الممارسة) بأنها ((مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات الوسائل الاتصالية، وكذلك الاتجاهات الفعالة والدعاوى المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والإنجاز. ومن الأمثلة على قيم الممارسة: الفكرة النموذجية التي تتمثل في -الالتزام بالموضوعية- في أعداد الأنباء، والدعاوى المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملائمة لتحقيق مهام اتصالية ذات نوعية خاصة، والدعاوى الخاصة بتحديد مقاييس المسلسلات التلفزيونية الجيدة.

وإذا كان ثمة فرق ما بين الأخلاقيات والممارسة، فإن الأخلاقيات عبارة عن قواعد موضوعية تعبر عن السلوك المهني المطلوب من القائمين بوسائل الاتصال الجماهيرية الالتزام بها، وتبقى هذه الأخلاقيات عديمة الفائدة ما لم تترجم إلى واقع عملي ملموس خلال الممارسة المهنية للصحفيين أو تأدية الواجبات المناطة بهم، مثل إجراء المقابلات الصحفية أو تغطية المندوبين للمؤتمرات الصحفية وإعداد الرسائل الإخبارية وفي هذا الجانب يقول

¹ مُجد عبود مهدي ، أخلاقيات العمل الصحفي - المفهوم والممارسة ، مجلة أهل البيت ع3،

الدكتور حسن عماد مكاوي ((أن أخلاقيات الممارسة المهنية تأتي عن طريق حق التعبير والكلام، وحق طباعة الأخبار ونشرها.. وتصبح عديمة الجدوى بدون حق الحصول على المعلومات.

فيما يرى مُجد سيد فهمي المتخصص في الإعلام والاجتماع أساساً أخلاقياً قيماً للممارسة الصحفية تعبر عن ((وجود معايير سلوكية وقواعد اخلاقية تنبع من قواعد المهنة ذاتها، ومن متطلبات نجاح العمل المهني التزام الممارس بهذا النظام الأخلاقي أو الدستور المهني المتفق عليه صراحةً.

وانطلاقاً من هذا الفهم فإن الكثير من الصحفيين العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية توجه إليهم انتقادات مختلفة أساسها أنهم يفتقدون الاهتمام بالسلوكيات الأخلاقية، ومن ثم يفتقدون التزامهم المعنوية نحو السلوكيات الأخلاقية والتمسك بها على الرغم من أن هناك إستثناءات تشمل الكثير من العاملين في ميدان الصحافة لا تنطبق عليهم هذه الانتقادات مما يتطلب الاهتمام بهذا الجانب.

1 مفهوم الأخلاقيات¹ تتعدد تعريفات الأخلاقيات بشكل كبير وتختلف من مجتمع الي آخر مع العلم انها من التعريفات المطاطة والنسبية أحيانا من وجهة نظرنا ولكنها في الوقت نفسه من المفاهيم الجديرة بالاهتمام والتمحيص. وتعني كلمة الأخلاقيات، الآداب العامة التي يجب أن يلتزم بها كل ممارس للعمل الإعلامي والثقافة والترفيه المفيد الذي يراعي المعادلة الصعبة بين تحقيق صالح الفرد وصالح المجتمع وإلقاء الضوء على الممارسات غير المسؤولة من جانب بعض الإعلاميين، حتى يمكن تجنبها تحقيقا لخير المجتمع ورفاهيته.

حيث عرفت دائرة المعارف البريطانية الأخلاقيات، على أنها "النظام الذي يتم وضعه لتوضيح القواعد المتعلقة بممارسة مهنة بعينها بما يحقق صالح المجتمع والأفراد، ويحقق الممارسة السليمة لهذه المهنة، علاوة على أنه يساعد في تحقيق أهدافها الرشيدة، ويشمل ذلك النظام موثيق الشرف التي تحكم الممارسة وحدودها بين الصواب والخطأ".

1.1 القيم الأخلاقية

القيم شيء مختلف تماما عن العادات والتقاليد، لأنها من الأمور الفطرية التي فطر الناس عليها ولم يصنعها البشر، والدليل علي ذلك إنها لها طابعا عالميا إنسانيا يجعلها فوق الزمان والمكان. فالبشر جميعا متفقون - إلا من شذ

¹عامر ، فتحي حسين. إعلام بدون أخلاق : قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي. العربي للنشر والتوزيع، 2019 ص24

منهم - علي أن الصدق قيمة لا يجوز التهاون فيها، والأمانة قيمة ليس من حق أحد أن يجري عليها شيء من أشكال التغيير، والعدل قيمة لا تقبل التجزئة أو المساومة بشأنها، وهذا شأن بقية القيم المعنوية الأخرى.

والقيم الأخلاقية انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الناس في سياق ثقافي معين وفي فترة زمنية محددة، وحينما تغير الأسلوب التقليدي لتفكير الناس من ذلك الأسلوب الذي يضعون فيه القيم المعنوية فوق كل إعتبار ويعتبرونها غاية في ذاتها يريدون الوصول إليها في سلوكهم العام والخاص، إلى ذلك الأسلوب من التفكير الذي يضع الإشباع المادي واللذي فوق كل اعتبار، إنهار سلم القيم التقليدية وضاعت القيم المعنوية.

وبالطبع فإن هذا الخلل الذي أصاب البنية الأخلاقية للمجتمع المصري يحتاج إلى جهد كبير من كل ما يعينهم مستقبل هذا المجتمع. فيلعب الإعلام دورا مؤثرا وإيجابيا في تغيير سلوكيات مجتمعيه عديدة، تؤصل معها ممارسات وعادات حسنة، فالإعلام الإيجابي الواعي يمكنه عبر خطة مدروسة ومنظمة أن يجابه الكثير من العادات السلبية والموروثة، باعتبار الإعلام رسالة نبيلة ومسئولية أخلاقية تدعم منظومات القيم التي تؤثر علي تماسك المجتمع¹

2تعامل الإعلامي مع المواطنين

يأتي في مقدمة هذه المبادئ الأخلاقية عدم اختراق خصوصية المواطن العادي، فلكل منا حياته الخاصة التي يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير طالما انك لا تتصدر العمل العام.

الخوض في الحياة الخاصة من الإعلاميين هو أمر يعرض من قام به للوقوع تحت طائلة القانون ويحظر الميثاق العالمي لحقوق الإنسان الصادر في عام 1948 التدخل في حياة الفرد الخاصة بحياته واسرته وبيته ومراسلاته وأي اعتداء على شرف الإنسان وسمعته، وأن أي فرد له الحق في الحماية القانونية ضد هذا التدخل والإعتداء. وقد تبالغ بعض الصحف في نشر الفضائح التي تضر بسمعة البلاد في مقتل وتضرب بأمنه وسلامته عرض الحائط مثل قيام صحيفة اليوم السابع بتاريخ 24 ابريل بنشر صفحتين كاملتين تعرض فيه قضية تبادل الزوجات والفضائح والجرائم التي تحدث بين عدد من الأزواج والزوجات علي صفحات الفيس بوك وكان هذا تصرف غير مسئول بالمرّة وكان لا بد ان تحاسب الجريدة من قبل المسؤولين علي الصحافة سواء الهيئة الوطنية للصحافة او نقابة الصحفيين.

1.3 السياسات التحريرية الأخلاقية:

¹ عبد العزيز خالد الشريف. أخلاقيات الإعلام. دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، 2014، ص 91

ومن أهم مبادئ السياسات التحريرية الأخلاقية: الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير إعلامية، وتجنب التحريف والتشويه أو ذكر أنصاف الحقائق أو إخفاء بعض المعلومات أو الجوانب المهمة، والتمييز بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأى واستنتاج والإنصاف والتوازن ومعاملة كل الأطراف بشكل متساو وعرض كل وجهات النظر واحترام كل الأطراف في التعبير عن آرائها واسناد الحقائق إلى يشترط في اعتبار المادة إعلامية فاحشة ما يلي:

- أن تستميل فكرتها الاساسية الغريزة الجنسية وتحرض عليها أو تعتمد عليها¹.
- أن يكون ما نشر أو اذيع مستهجنًا من جانب المجتمع ومعاييره.
- أن يكون العمل خاليا تماما من أية قيمة اجتماعية أو علمية أو فنية.
- نشر ما يسيء إلى الذوق العام مثل الألفاظ الهابطة أو المسفة والتي تحمل إهزاءات جنسية أو يمكن أن تسيء إلى الدين.
- عدم مراعاة آداب² نشر الجريمة والتوسع في نشر تفاصيل الجرائم الشاذة والغريبة والجنسية في شكل مبالغ فيه وفي إطار من الإثارة والتضخيم.
- عدم مراعاة الذوق والآداب العامة، ونشر الصور غير اللائقة والمنافية للآداب، مع الاستعانة بالعناوين المضللة والمنيرة، والتي لا علاقة لها بالموضوع المصاحب.
- الترويج للدجل والخرافة وقصص الجان والشعوذة واللجوء إلى المشايخ لإبطال الأعمال وغيرها من الممارسات التي تتناقض مع أهداف المجتمع وتوجهاته نحو نشر قيم احترام المعرفة العلمية.
- استخدام لغة صحفية ركيكة وغير ملائمة ومتردية وأكثر شعبية تتنافى مع الذوق العام والآداب.
- تخصيص أبواب كاملة للأخبار المجهلة وعدم توثيق المعلومات، ونشر أخبار مشوهة عن المشاهير في المجالات السياسية والفنية والاقتصادية والرياضية في المجتمع وإثارة الشبهات حولهم لصنع صور ذهنية غير حقيقية عنهم، دون إسناد لمصدر معلوم أو محدد.

¹ عامر ، فتحي حسين. إعلام بدون أخلاق : قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي. مرجع سبق ذكره ص 62

² عامر ، فتحي حسين. المسؤولية القانونية و الأخلاقية للصحفي. العربي للنشر والتوزيع ص 17

3.2 أخلاقيات العمل الصحفي

يوجد ارتباط وثيق بين المادة 19 من الاعلان العالمي احقوق الانسان واخلاقيات الصحافه واذا كان الاعلان العامب لحقوق الانسان يفرض علي الدول التزام ادبي فهو بلقي بمسئوليه ادبيه علي العاملين في مجال حريه الراي والتعبير بوجه خاص وان تطور هذا الالتزام من ادبي الي قانوني في العهد الدولي للحقوق المدنيه والسياسيه فبالتالي انعكس ذلك علي العاملين في مهن الراي وعلي راسها الصحفيين وفرضت المادة 19 من العهد التزامات محدده وفق شروط قانونيه محدده في مجتمع ديمقراطي يلتزم بها الصحفي التزام كامل وظهرت المادة 19 بصوره واضحه في جميع موثيق الشرف المهنيه التي اقرتها الجماعه الصحفيه في دول العالم بعد اقراره العهد الدولي للحقوق السياسيه وهي من المواد القليله في العهد الدولي التي تفرض قيود علي ممارسه الحق الفرق بين موثيق الشرف، ومدونات السلوك يوجد في كل مهنة او حرفة اخلاقيات مهنيه او ميثاق اخلاقي والقصد من هذه الاخلاقيات هو الارتقاء بأداء الممارسين لهذه المهنة، وكذلك لسد الثغرات التي لم يستطع القانون «لسبب او لآخر» ان يغطيها او يستوعبها، ومن المهم ان نعلم مهما بلغت دفته، وشموليته، لن يستطيع ان يحد من الممارسات الخاطئة التي يرتكبها الاشخاص خلال ادائهم لمهامهم لذا تبرز الحاجة الي وجود اخلاقيات في كل مهنة، وتبرز كذلك الحاجة الي ان يتفق الممارسون لتلك المهنة على هذه الاخلاقيات حتى تصبح كالعرف او الميثاق الاخلاقي الذي يحتكمون اليه وهناك مهن عريقة ولها باع طويل في التنظيم «كالطب والمحاماة» استطاعت ان تضع لها «بشكل عام» اخلاقيات واضحة ومتفقا عليها بين ابناء هذه المهنة. الاخلاقيات فيها نوع من الشعور بالمسؤولية ومراعاة لطبيعة المجتمع ولطبيعة المادة الإعلامية المراد نشرها او منعها. موثيق الشرف هي مجموعه من المعايير الاخلاقيه التي يقرها اعضاء المهنة ويلتزمون بها اديبا في أدائهم اليومي. أما مدونات السلوك فهي قواعد تضعها مؤسسات العمل لضبط تصرفات العاملين بها ويعاقب من يثبت مخالفتها¹.

3.3 تبني وسائل الإعلام لأخلاقيات الدعاية² :

من الدراسة الموضوعية كقيم مهنية للصحافة نجد انه الى أي مدى تغلغت أخلاقيات الدعاية في الإعلام ، والآثار المترتبة على ذلك ، وقد أوضح فيدلر أن الناس في العصر الحالي لم تعد قادرة على التفكير لوحدها ، وذلك لأنشغالها في البحث عن الرزق وأشباع حاجاتها الأساسية ، عن البحث عن الحقيقة بين وسائل الإعلام وأصبحت جماهير غير مبالية ، أي يمكنها تلقي أي شيء منه هذه الوسائل. من خلال التحليل الدلالي وتحليل المضمون لوسائل الإعلام نجد التالي : شيوع الكذب ، وبتر الحقائق وقلبها ، وتلوين الأحداث لأسباب أيولوجية

¹عبد العزيز خالد الشريف. أخلاقيات الإعلام. مرجع سبق ذكره ، 2017 ص 50

²حسين ، إبراهيم السيد. أخلاقيات الإعلام وقوانينه . مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2015، ص128

وشخصية ، وترصد شاهيناز طلعت وأحمد بدير عددا من الأساليب الفنية التي تستخدمها الدعاية ، وتستعين بها وسائل الإعلام وهي :

- استخدام الصورة الذهنية أو الأنماط.

-استبدال الأسماء والمصطلحات العاطفية بأخرى محايدة .

- الاختيار بين مجموعة كبيرة من الحقائق .

- الكذب المستمر مع التكرار الذي يؤدي الى إصاقه بذهن المتلقي .

- التعريض والغمز وتضمين الكلام لآتهامات دون مخاطرة قوله صراحة .

- تقديم الرأي على أنه حقيقة .

وللمهنة الصحافية¹ خصوصية كبيرة تختلف عن باقي المهن الأخرى كونها تخاطب العقول بمختلف مستوياتها، فهي الكلمة المطبوعة الموثقة والمقررة التي تطالع القراء كل يوم بمختلف أنواع المقالات والأعمدة والتحقيقات والأخبار، فضلاً عما تحتويه الجريدة من أبواب ثابتة وغير ثابتة وترجمة وتقارير وغيرها من الفنون الصحفية المختلفة.

وتؤدي مهمة الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص خدمة اجتماعية كبيرة لكونها تتضمن شروطاً وخصائص عدة أتفق عليها عدد من العلماء والدارسين المتخصصين، وهي:

- للمهنة أهداف مجتمعية، أي بمعنى أنها تقوم من اجل إشباع أو مواجهة احتياج مجتمعي وتستمد شرعية وجودها من إحساس الناس بضرورة القيام بنشاط معين من شأنه أن يشبع لهم احتياجاتهم.

- تستند المهنة إلى أسلوب علمي ومواكبة التقدم العلمي.

- للمهنة قاعدة معرفية تستند إلى العلم، أي قاعدة من المعرفة العلمية والنظريات والقوانين والمبادئ العلمية لفهم المشكلة وتحديد الحل المناسب لها.

¹محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت ، ع3 ، ص 198

- يمارس العمل المهني متخصصون مهنيون، وتعني أنه في ممارسة المهنة يقع العمل الأساسي على عاتق أفراد وهيئات متخصصة لها من الصلاحيات والكفاءة والقدرة العلمية ما يمكنها من فهم المشكلة والتعامل معها.

- وجود أساس أخلاقي قيمى للممارسة، كالمواثيق والقواعد الأخلاقية والسلوكية المتفق عليها.

اعتراف المجتمع بالمهنة وتحملها لمسئولياتها تجاه الأفراد والجماعات والنظم في المجتمع الأمر الذي يضيف عليها شرعية وجودها وممارستها.

ويشترك العاملون في الصحافة بأخلاقيات متعارف عليها في جميع أنحاء العالم، وتدعمها دساتير أخلاقية تضعها التنظيمات المهنية في كل مجتمع.

ويضع خبراء الإعلام لأخلاقيات المهنة¹ خمس دوائر أخلاقية يعمل في إطارها الصحفيون تسمى دوائر المتغيرات الأخلاقية الخمس التي تتطلب منهم اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة المواقف التي يتعرضون إليها.. كما يمكن أن نطلق على هذه الدوائر الأخلاقية القيم التي يحتكم إليها حارس البوابة في انتقاء الأخبار ويستند إليها في ممارسة المهنة.

وتتمثل هذه المتغيرات بخمس دوائر متداخلة ومتتالية تبدأ بدائرة صغيرة في الوسط، وتتوالى الدوائر الأخرى المحيطة بها على مسافات متساوية، ويقف كل صحفي داخل هذه الدوائر جميعها، وعليه أن يخرج بسلام وأن يتخذ قراراً عقلانياً سليماً يحدث به التوازن المستهدف.

فالدائرة الأولى في الوسط تمثل الأخلاقيات الخاصة التي يتمسك بها كل صحفي على حدة، أما الثانية المحيطة بالأولى فتمثل المبادئ الأخلاقية التي تضعها كل مؤسسة صحفية للعاملين فيها كإطار سياسي أخلاقي تحدها لنفسها، أما الدائرة الثالثة المحيطة بالثانية فأنها تعبر عن أخلاقيات المهنة ككل، أي أنها تعبر عن السلوكيات التي تحكم كل من المهن الاتصالية الجماهيرية كالنقابات الصحفية وجمعيات الناشرين وغير ذلك.

أصبح نطاق الاهتمام بأخلاقيات الإعلام أكثر اتساعاً مع ظهور الإعلام الجديد ودخول أطراف جديدة ومؤثرة في المحتوى من عموم مستخدمي الشبكة من غير الإعلاميين.

¹ محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة، مرجع سبق ذكره ص 199

ويرى البعض أن ثورة الإعلام تقتضي ثورة في أخلاقيات الإعلام¹. من هؤلاء ستيفن وارد، هو أستاذ ومدير مركز جورج سي.. تيرنبول في بورتلاند، أوريجو، والمركز هو قاعدة بورتلاند من مدرسة الصحافة التابعة لجامعة ولاية أوريجون، وكان وارد، أول أستاذ في لأخلاقيات الصحافة في المركز ومؤسساً لمركز أخلاقيات الصحافة في مدرسة الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة ويسكنسون- ماديسون. كما كان مدير مدرسة الدراسات العليا للصحافة في جامعة كولومبيا البريطانية في فانكوفر، كندا وهو الرئيس المؤسس للجنة الاستشارية لأخلاقيات الرابطة الكندية للصحفيين. وفي مقال له تحت عنوان «لماذا نحتاج تغييراً جوهرياً في أخلاقيات الإعلام وليس العودة إلى القواعد الأساسية؟» في موقع «ميديا شيفت» لاحظ وارد أن «العديد من الناس يتقبلون حقيقة ثورة الإعلام ولكنهم ينكرون ما يستتبعه هذا الواقع، أي ثورة في أخلاقيات الإعلام. وعندما يتعلق الأمر بالأخلاقيات يصبح محافظين حتى لو كنا تقدميين في تعليمنا وممارستنا».

وهو يطالب بممارسات جديدة تنسجم وتتواءم مع الوسائل الجديدة والرموز والقواعد الموجودة للأخلاقيات، مستنكراً تناول مبادئ الصحافة الحالية كأنها حقائق أبدية، ما يعني ظاهرياً عدم وجود تغير في معناها، وتطبيقها أو أهميتها ونتائجها.

من هذه الأخلاقيات ما يلي²:

الحقيقة:

يجب على الصحفيين الإلكترونيين السعي بإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وفي سياقها وعلى أكمل وجه

الإنصاف والعدل:

يجب على الصحفيين الإلكترونيين عرض الأخبار بإنصاف وحيادية وإضافة قيمة أساسية على ما هو مهم وذو علاقة.

الصدق:

¹ جريدة الإتحاد ، أخلاقيات الإعلام المعاصر بين التغيير الجذري والتمسك بالتبسيط، 2013

<https://www.alittihad.ae/article/79945/2013>

² عامر ، فتحي حسين. الصحافة الإلكترونية : الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع، 2018، ص 211

يجب على الصحفيين أن يقدموا الأخبار بصدق وشرف وأن يتجنبوا تضارب المصالح وأن يحترموا كرامة وذكاء الجمهور.

الاستقلالية:

يجب أن يدافع الصحفي عن استقلاليته ويدفع الذين يسعون إلى التأثير عليه والسيطرة على مضمون خبره.

ويشخص الواقع الحالي بالقول إن أخلاقيات الإعلام تمر الآن، مثل الإعلام بحالة اضطراب. ويوضح «للتعامل مع الاضطراب الحالي، نحتاج إلى أخلاقيات إعلام راديكالية وليس إعادة تدوير للقواعد الأساسية، نحتاج إلى إعادة اختراع أخلاقيات الإعلام من الأساس. والتقدم التدريجي والمجزأ ليس كافياً».

4التغيير الجوهرى فى اخلاقيات الإعلام كما يراه وارد يتمثل فى ثلاثة مجالات¹: رؤية جديدة لطبيعة أخلاقيات الإعلام، ثم أخلاقيات تطبيقية تحكم الممارسات الإعلامية، وثالثاً أخلاقيات الإعلام العالمى، أى المبادئ والمعايير يجب أن تعرف أو تحدد عالمية الوسيلة الإعلامية من حيث الوصول إليها والتأثير بها. ويؤكد وارد أن «الأخلاقيات الإعلامية التى تنتبها تؤثر على كيفية رد فعلنا على الأسئلة الصعبة، ونحن فى حاجة الى عقلية تسمح لنا بربط وتحسير القديم والجديد، للاحتفاظ بما هو قيم من الماضى وتقبل الطرق القيمة والجديدة للاتصال»، مشدداً على أن الأخلاقيات الجديدة تتعلق بشكل أساسى بغرف الأخبار المتكاملة والمدججة ومفاهيم جديدة فى كيفية استخدام الصحفيين لوسائل الاعلام الاجتماعية وأن هذه الأخلاقيات يجب أن تعد نفسها بشكل جذري لعصر عالمي. فى حين أن أخلاقيات الأمم كانت غير عالمية أو ضيقة وكانت مجموعة من القواعد لخدمة الجماهير المحلية، أو على الأكثر، خدمة أمة «ولكن اليوم، والصحافة تصل عبر الحدود. ودور الصحفي يحتاج إلى تفسير عالمي. نحن بحاجة إلى إعادة التفكير فى الكيفية التى ينبغى تغطية وسائل الإعلام العالمية للقضايا العابرة للحدود من الحروب إلى تغير المناخ. وينبغى أن نكون جذريين فى طرق الابتكار الأخلاقى، متوخين بذلك أخلاقيات إعلام عالمية لعالمنا المترابط».

إلى ذلك، يقول وارد «إذا علمنا الطلاب انطلاقاً من عقلية جذرية، نحن نقدم لهم خدمة. وإذا علمناهم من عقلية المحافظين فنحن نفعل لهم شراً. نحن بحاجة لمساعدة الجيل القادم، من صحفيين متعددي الوسائط على تطوير روايتهم الخاصة بهم والأطر الأخلاقية التدريجية لعالم الإعلام والتي ينطوي عليها مستقبلهم

¹جريدة الإتحاد ، أخلاقيات الإعلام المعاصر بين التغيير الجذري والتمسك بالتبسيط، 2013

<https://www.alittihad.ac/article/79945/2013>

طوّرت شركات التواصل الاجتماعي¹، على مدى السنوات الماضية، كثيراً من قواعدها في عرض المحتوى، وتحديدًا بعد دخول العنصر الإعلاني الذي استلزم جذب أكبر قدر من الجمهور وإبقائه عليها أطول فترة ممكنة. هذا الإجراء كان بغرض واحد، هو إعطاء الفرصة للشركات لعرض أكبر قدر من الإعلانات المدفوعة. وهكذا، استحدثت خوارزميات جديدة لعرض المحتوى، تتماشى مع المعطى السابق منطلقاً من فهم سلوك المستخدمين تجاه المحتويات المختلفة، وبناء على ذلك تقوم بعرض المحتوى الذي يتناسب مع السلوك ومع تفضيلات المستخدمين بشكل عام.

السؤال الأخلاقي الجوهرى الذي تطرحه الخوارزميات هو قدرتها على التحكم في طبيعة المعلومات المتدفقة للجمهور، لا سيما أنها تتغير بشكل دائم، ولا توجد شفافية من قبل الشركات في عرض آليات عملها. على هذا الأساس، أصبح للخوارزميات القدرة على تحديد الجمهور الذي سيتلقى محتوى الوسيلة الإعلامية بناء على عوامل مركّبة ومعقدة.

يقودنا ذلك لطرح سؤال آخر حول مدى تأثير اهتمامات الصحفيين أنفسهم بما يتعرضون له يوميًا من محتويات على منصات التواصل الاجتماعي. فالصحفي، كغيره من المستخدمين، يقوم في بعض الأحيان بممارسة تحيّزاته الشخصية عند تصفحه لمنصات التواصل، وهو التحيّز الذي تستوعبه الخوارزميات، وتقوم بناءً عليه بعرض المحتوى الذي يتناسب معه؛ أي تفضيلات الصحفي من مواضيع.

قد يؤدي الأمر إلى أن يدخل الصحفي "غرفة صدى" تبقية بعيدًا عن الاطلاع على اهتمامات الجمهور المختلفة في بعض الحالات، وبالتالي إعداد القصص وفقاً لتلك الاهتمامات. فكيف يمكن للصحفي أن يأخذ "المسافة" عند تحليله لاهتمامات الأفراد على منصات التواصل؟

يرى البعض أن "الترند" أو الوسوم الأكثر تداولاً تفي بالغرض بعض الشيء في إعطاء لمحة عامة عن اهتمامات الجمهور، إلا أنها، هي أيضاً، لم تسلم من التدخلات التي تجعلها غير واقعية بالضرورة. فمن عمليات التلاعب بالوسوم والتغريد من الحسابات الوهمية "Bots" يتصدر وسم على ما يصنف أنه أكثر تداولاً ويختفي آخر عبر هذا التلاعب، أو ما أصبح يُعرف بالذباب الإلكتروني. فهل فعلاً تعكس الوسوم الأكثر تداولاً ترتيب القضايا التي يهتم بها الرأي العام؟ وهل يمكن للصحفي التسليم بهذا المعطى في بناء قصته الصحفية؟

¹مُخَدَّ خماسية . الاخلاقيات الجديدة للصحافة في العصر الرقمي. معهد الجزيرة للإعلام 7 جوان 2021

وفي هذه النقطة، يرى "مايك أناني"، أستاذ الصحافة في جامعة كاليفورنيا الغربية USC، أنه ولغاية البدء بعملية تقييم أخلاقي لعمل الخوارزميات، يجب وضع إطار عمل يمكنه فهم وتحليل الديناميكيات التي تعمل الخوارزميات وفقها؛ سعيًا لفهم الإشكاليات الأخلاقية التي تطرحها على العمل الإعلامي. ولأن الخوارزميات تتميز بتغيرها المستمر، فإنه يجب وضع آلية عمل يمكنها التعامل مع تلك التغيرات ومراقبتها، ومن ثم الخوض فيها تحليلًا للخروج بقواعد تقييم طريقة التعامل معها بشكل أخلاقي.

4.1 الشفافية كـ "موضوعية جديدة"¹

مع دخول الإنترنت وما تبعه من إنشاء لمنصات تواصل اجتماعي، انتشرت، بشكل هائل، المواقع والصفحات الإعلامية التي تدعي أنها تمارس صحافة رصينة، بينما في الواقع أن كثيرًا منها بعيد عن العمل الصحفي الرصين وقريب من العمل الدعائي أو توظيف العمل الصحفي لغايات تجارية بحتة.

وهكذا، اختلط على الجمهور المنصات الصحفية المهنية الرصينة مع تلك التي تمارس عملاً دعائيًا مغلفًا بلبوس صحفي، فضلًا عن كم الأخبار الزائفة التي تنتشر أكثر من الأخبار الصحيحة في كثير من القضايا. إنه خلط ساهم في تراجع ثقة الجمهور بالمؤسسات الصحفية ككل، وانعكس سلبيًا على المؤسسات الصحفية المهنية.

ولتدارك هذه الأزمة، تقترح أستاذة الصحافة في جامعة سيتي في لندن، جين سينغر (3)، أنه على المؤسسات المهنية أن تمارس شفافية أكبر مع جمهورها حول أساليب عملها، لا سيما مع دخول خاصية التفاعلية مع الأخبار خلال العقد الأخيرين. أول المقترحات هي أن يفسر الصحفيون القرارات الأخلاقية التي يتخذونها خلال عملهم على القصص الصحفية، لإشراك الجمهور والمساهمة في تنقيفه بالمعايير المهنية الإعلامية، إضافة إلى فتح نقاش عام حول الممارسات المهنية الصحفية مما يساعد الجمهور على الحكم بشكل أفضل على المحتوى الذي يتابعونه.

كما تقترح سينغر، ضرورة اعتراف المؤسسات بالأخطاء التي ترتكبها والاعتذار عنها وتوضيح الأسباب وراءها مما يساهم في فهم الجمهور لشكل العمل واستيعاب الخطأ. لكن اقتراح سينغر، يختلف معه مارسيل بروريزما (4)، الذي يرى أن ممارسة مؤسسات الإعلام المهنية هذا النوع من الشفافية والمكاشفة، سيقوّض مصداقيتها بسبب وقوعها في الأخطاء، وهو ما سيجعل الجمهور متشككًا بشكل دائم من كل ما تنشره وسائل الإعلام، وأن كل مادة إعلامية ستبقى حقيقة مؤقتة لا يمكن البناء عليها. طرح "بروريزما" يثير نقطة لها وجاقتها؛ ففي الوقت الذي تمارس فيه تيارات سياسية واقتصادية حملات تضليل ممنهجة هدفها تقويض قيمة الصحافة ككل، تظهر حساسية

¹مُحَدِّدٌ خماسية . الاخلاقيات الجديدة للصحافة في العصر الرقمي. مرجع سبق ذكره 7 جوان 2021

إبقاء ثقة الجمهور بآخر ما تبقى من المؤسسات الصحفية الرصينة، ومحاولة تقويض تلك المهنية في عيون الجمهور ربما ستدق مسمارًا جديدًا في نعش المصدقية الصحفية.

5 معايير التعامل مع المحتويات في مواقع التواصل الاجتماعي¹

غير أن التعامل مع المحتوى دون ضوابط استنادًا على معايير أخلاقية واضحة، قد يؤدي إلى وقوع الصحفي في انتهاكات مهنية عميقة، بدءًا من الوقوع في فخ الترويج لأخبار زائفة، أو الآلية المستخدمة للوصول للمحتوى، وصولًا لمرحلة تهديد سلامة الأشخاص منتجي المحتوى في حال تم استخدامه بشكل غير مهني. هل ثمة معايير موضوعية تضمن التوازن في عرض المحتوى لا سيما الذي يحمل وجهات نظر حول قضية معينة؟

لذا، فإن التعامل مع المحتوى الذي ينتجه المستخدم، يحتاج من المؤسسات الصحفية وضع معايير مهنية توضح نطاق تعامل الصحفيين معه، والكيفية التي يستخدمونها بها، بشكل يضمن التزامهم بمبادئ الصحافة المهنية كضمان نقل الحقيقة وعدم إلحاق الأذى والتوازن في عرض وجهات النظر وغيرها.

وتعرض ورقة بحثية درست طريقة تعامل الصحفيين العاملين في الغارديان البريطانية مع المحتوى الذي ينتجه المستخدم UGC، أبرز التحديات المهنية والأخلاقية التي تواجه الصحفيين عند تعاملهم مع هذا النوع من المحتوى، وتتطرق للنقاشات المهنية والأخلاقية التي تدور في غرفة أخبار الغارديان عندما يتعلق الأمر بالتعامل مع محتويات المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي.

ختامًا، فإن التحول الرقمي الذي شهدته الصحافة، وارتباط عملها، بشكل كبير، مع منصات التواصل الاجتماعي، خلق مجموعة من التحديات الأخلاقية الجديدة والأصيلة التي لا يوجد لها تنظير كافٍ في أدبيات الأخلاقيات الصحفية. لقد أفضى ذلك إلى خلق حاجة ملحة لوضع قواعد أخلاقية جديدة للتعامل معها، انطلاقًا من المعايير الأساسية للعمل الصحفي الأخلاقي.

ولأن هذه التحديات، تتميز بتغيرها السريع وتطورها بشكل متسارع، فإنه يستلزم من المؤسسات الصحفية إنشاء آليات ديناميكية متطورة تضمن بقاء الممارسات الصحفية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية خلال مواكبتها للتطورات التقنية والتحريرية التي تشهدها طريقة إنجاز وعرض القصة الصحفية.

¹ محمد خماسية . الاخلاقيات الجديدة للصحافة في العصر الرقمي. مرجع سبق ذكره 7 جوان 2021

تتطلب هذه التطورات نقاشًا مستمرًا داخل غرف الأخبار حول العالم، لضمان الحفاظ على قيمة الصحافة المهنية كمصدر أساسي للحقيقة، وضمان استمرار ثقة الجمهور بها في عصر اختلطت فيه المفاهيم وأصبحت الحقائق "وجهة نظر".

نتهي إلى القول أن القوانين الدولية حاولت أخلقة العمل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي دون التمكن من ذلك نظرا لصعوبات تحديد المسؤوليات فيما خففت القوانين الأضرار الناتجة عنها

الفصل الثالث :تطور المواقع الإلكترونية الإعلامية في ظل تكنولوجيات الإعلام والإتصال

المبحث الأول : تطور المواقع الإعلامية الإلكترونية

المبحث الثاني : تطور المواقع الإلكترونية لصحف

المبحث الثالث : التحولات في إنتاج المعلومة في المواقع الإعلامية

المبحث الرابع : : تحليل للخدمات المتوفرة لعينة من المواقع الإلكترونية الإعلامية

-المبحث الأول تطور المواقع الإعلامية الإلكترونية

تمهيد : أصبحت الصناعة الرقمية معقدة تحتاج لتقنين ومتخصصين في تحرير المعلومة الرقمية ، فيما يعرف بالمواقع الإلكترونية ، الإخبارية التي تضم النصوص والقصص الخبرية ، مدعمة بفيديوهات وأساليب تفاعلية بمثابة واجهة للمؤسسات الكبرى للإعلام

1 مفهوم المواقع الإلكترونية¹ :

المواقع الإلكترونية أو ماتسمي بالإنجليزية web sites يتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب

يعرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم تسمى ملقم وتحتوي معظم مواقع الويب علي صفحة رئيسية كنقطة بداية ، تتصل الصفحة الرئيسية بصفحة رئيسية بصفحات أخرى باستخدام إرتباطات تشعبية وبنية تنقل .

ويكون للموقع عنوان مخصص وخاص url يميزه عن باقي الموقع علي الشبكة العنكبوتية ، والوصول إلي الموقع لا يحدد لا بزمان ولا بمكان ، وقد نجد بالموقع مواقع أخرى فرعية وأن جودة التصميم الموقع ومنه الواجهة يعطي الإنطباع الأول الجيد عن الموقع ويشد المستفيد للمتابعة

ويعرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم تسمى ملقم وتحتوي معظم مواقع الويب علي صفحة رئيسية كنقطة بداية ، تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام إرتباطات تشعبية وبنية تنقل

¹ مُجَّد فلحي ، . النشر الإلكتروني : الطباعة و الصحافة الإلكترونية و الوسائط المتعددة ، . دار المناهج للنشر و التوزيع،

ويكون للموقع عنوان محدد وخاص به Url يميزه عن بقية مواقع علي الشبكة العنكبوتية ، والوصول إلى الموقع لا يحدد لا بزمان ولا بمكان وقد نجد بالموقع مواقع أخرى فرعية ، وإن جودة تصميم الموقع ومنه الواجهة ، يعطي الإنطباع الأول الجيد عن الموقع ويشد المستفيد عن المتابعة

ويعرف الموقع الإلكتروني أيضا علي أنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو الرقمية المرتبطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل تكون محملة في حاسوب من نوع خادم server ويحتوي كل موقع علي صفحة الرئيسية Moin page توصل إلى صفحات أخرى

1.1 قسمت الصفحات الإلكترونية إلى :

مواقع رسمية :official sites

وهي مواقع تحت إشراف الدولة والمؤسسات الرسمية كالمواقع الحكومية إضافة لمواقع الجامعات و الأحزاب والنقابات والجمعيات الرسمية المدعومة من أحد الأطراف الدولة ، تكون محتوياتها حسب نشاطها وتمتاز أكثر بالتعريف بأهدافها ونشاطها وطموحاتها

مواقع خاصة special sites

وتمتاز هذه المواقع بالحرية ، إذ يستطيع أي شخص عرض أفكاره وميوله وتوجهاته سواء كانت ذات قيمة ومصداقية أو مجرد مغالطات ، كما قد تكون مواقع لا تمت للقيم الإنسانية والأخلاق بأي صلة بسبب عدم وجود هيئات تراقب محتواها

مواقع تجارية¹ comercial sites

هي مصممة لتسهيل علي الزائر للعثور علي مايريد بعدة طرق ، ويقدم له معلومات تفصيلية عنها مع الصور ويسمح بشرائها مباشرة مع وجود خيارات متعددة فيما يخص الدفع وغالبا ما تكون عن طريق بطاقات الإئتمان

مواقع إرشلدية :demostration sites

¹مُحَمَّد. فلحي ، النشر الإلكتروني : الطباعة و الصحافة الإلكترونية و الوسائط المتعددة مرجع سبق ذكره ،ص136

وهي مواقع ضخمة تعرف بأدلة البحث العلمي علي الشبكة ، ومن نظيراتها محركات البحث الدليل yahoo ومحرك البحث ياهو google وعدد آخر من هذه المواقع وتضم داخلها مساحات لدعاية والإعلانات

مواقع تعليمية educationels sites:

هي تابعة للجهات والمؤسسات التعليمية ، تم إنشائها من أجل التعريف بها ووصفها ، أو لغاية إستغلالها في الخدمات العلمية والإدارية للطلاب والباحث من خلال دراسة عن بعد من أرصدة مكثباتها أو خلق التفاعلية علي المواقع

مواقع إخبارية new sites :

تحمل هذه المواقع في صفحاتها الإخبارية التحليلات المتجددة يوميا وهي في إستمرار دائم ، وغالبا ماتكون تابعة للقنوات التلفزيونية وخاصة الإخبارية منها أو وكالات الأنباء ويكون وراء هذه المواقع كتاب متربصون بكل جديد فضلا عن المواقع الإعلامية المتعددة .

ويقسم المركز الدولي لصحفيين المواقع الإلكترونية إلي عدة أنواع ، أهمها المواقع المرتبطة بصحف أو قنوات تلفزيونية أو محطات تلفزيونية أو محطات إذاعية ، والمواقع المستقلة غير المرتبطة بأي منظمة إخبارية والتي تتوفر فقط علي شبكة الأنترنت ، وهذه المواقع تنتج تقاريرها بنفسها ، ولا تنشرها إلا علي شبكة الأنترنت ، أو كتقارير لوكالات الأنباء .

أما النوع الثالث من المواقع فهو ما يسميه المركز التقريبية ويضم وسيلتين أو ثلاثة من وسائل الإعلام ، مثل محطة تلفزيونية وصحيفة علي سبيل المثال ، وهذا يسمح لأنواع وسائل الإعلام المختلفة با الاستفادة من مزايا بعضها البعض وإكمال بعضها الآخر ، كما يوفر الوقت والجهد ، وغالبا ما تضم هذه المواقع أيضا محتوى من منظمات إخبارية ذات ملكية مشتركة

وتمثل النوع الرابع من المواقع ، بحسب المركز الدولي لصحفيين ، في مواقع لتجميع الأخبار التي لا تقدم أي تقارير أصلية في الغالب تعتمد علي تجميع القصص الإخبارية من المصادر الأخرى مثل وكالات الأنباء

يقول المركز إن النوع الرابع هو المواقع الإلكترونية المحلية التي تركز علي مناطق جغرافية محددة مثل مدينة أو حتي حي ، حيث يكون جمهور المتلقين محدودا للغاية أما النوع الخامس والأخير فهو مدونات وهي مواقع

يدور جدل حول ما إذا كان بالإمكان اعتبارها مواقع إخبارية تمثل صحافة الحقيقة أم لا بحسب ما يقوله المركز في أحد تقاريره الأمر الذي يدفع باتجاه ضرورة التمييز بين ما يطبق عليه صحيفة إلكترونية وبين الموقع الإخباري الإلكتروني وعدم الخلط بينهما وقد حددت مجموعة من الفوارق التي سنوردها فيما يلي :

طبيعة النشأة¹ :

أصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداءً على الورق بصورة التقليدية كأبي صحيفة عادية ، لكن القائمين عليها إرتأوا لمجاعة لغة العصر ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الأنترنت ، وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية في بدايتها الأولى كانت نسخة طبق الأصل كربونية عن الصحيفة التي تصدر بطبعتها المختلفة ورقياً وتوزع بصورة إعتيادية

أما الموقع الإخباري الإلكتروني فقد نشأ نشأة الأولى على الأنترنت وليس له أصل ورقي ، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الامتناهية المسماة فضاء الأنترنت

طاقم العمل :

في الصحيفة ، أغلبهم مجموعة من الفنانين الذين ينصب جل إهتمامهم إن لم يكن كله على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني

أما الموقع الإلكتروني فيختلف فيه الأمر تماماً عن الصورة السابقة ، ويتسع فريق العمل داخله ليشمل مكونات غرفة الأخبار بما تحتويه من علي أقل تقدير رئيس تحرير ، محررين ، صحفيين ، مدققي اللغة والمعلومات ، مصنفي المواد وقسم الملتيميديا ، الذي يوفر الصور المصاحبة للمواد المنشورة

ومن تحديث الأخبار : يرتبط زمن تحديث الأخبار في الصحيفة الإلكترونية ، غالباً ، بدورية صدور الصحيفة سواء كانت يومية أو أسبوعية ، أما بالنسبة للموقع الإخباري الإلكتروني فهو دائم الصراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها ومن المصادر الموثوقة بعد أن تأخذ دورة النشر الإعتيادية وقتها قبل أن تظهر لجمهور المستخدمين

¹ محمد فليحي ، النشر الإلكتروني : الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة ، مرجع سبق ذكره ، 2014 ص 137

تعمل المواقع الإلكترونية كذلك علي بث ما يعرف با الأخبار العاجلة بصورة تجعلها تتفوق علي التلفزيون والإذاعة وفيما يتعلق بزمن النشر قياسا إلي زمن حدوث الخبر ، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع أن تنشر مايسمي الخبر العاجل بمجرد الإنتهاء من كتابته ، أو بعبارة أخرى تسمح بكسر دورة إنتاج الخبر العادي ، الذي يمر تقريبا بخمسة مراحل قبل أن يظهر لمستخدم النهائي علي شاشة الحاسب الإلكتروني¹ .

2 سمات المواقع الإلكترونية الإخبارية:

التغطية الصحفية الفورية :

تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد علي الأنترنت مما يتيح الحصول علي المعلومات في حينها ، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة **Breaking News** التي توفر معلومات عن الأخبار المفاجئة

التغطية الصحفية المتعمقة :

حيث تتوافر علي الأنترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناولها الموضوعات نفسها بطرق متنوعة ، مما يسمح بالتعرف علي أبعادها المتعددة ، كما يوجد العديد من الروابط **links** ، والتي تحيل المتصفح إلي مصادر ووثائق وإحصاءات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع ، فضلا عن وجود العديد من المصادر المساعدة من قواعد ومعلومات ، وموسوعات ومراجع وقواميس... إلخ ، والتي تساعد في إستكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته .

التغطية الصحفية التفاعلية :

تتيح الأنترنت إمكانية التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين ، وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية ، حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإلكترونية الحديثة للقارئ الذي أصبح بمقدوره الرد علي كل الآراء والمعلومات المنشورة

¹، فتحي حسين عامر. الصحافة الإلكترونية : الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع ،مرجع سابق ص 159.

التغطية الصحفية الرقمية¹:

توفر الأنترنت العديد من المواد الصحفية والبيانات والرسومات بشكل رقمي قابل للمعالجة والإستخدام الفوري دون الحاجة إلى إعادة إنتاجه ، كما يمكن تخزينها وإسترجاعها في أي وقت ، وهو أمر مهم في العمل الصحفي ، يوفر الجهد والوقت وكما يفتح الأفاق رحبة لأداء الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم

التغطية الصحفية متعددة المصادر :

توفر الأنترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها مميزا ، مثل الصوت ، الصورة ، الألوان ، الجرافيكس واللقطات المتحركة ، وهي أمور تفعل عملية عملية الإتصال الصحفي بين الصحيفة وقراءها ، وتنقل القارئ إلى موقع الحدث وتقربه من مصادره وأجوائه ، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من إخبار وشورح ، تفسير ، فضلا عن قدرة علي التحكم في طريقة العرض والأحجام والخلفيات و المساحات

التغطية الصحفية المتكاملة :

حيث تعج الأنترنت بمفراداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية ، فهي مصدر صحفي يزود بالمعلومات ، واداة إتصال بالمصدر مثل التليفون والبريد الإلكتروني وجماعات النقاش ، وهي وسيلة كتابة ومعالجة المعلومات ، وهي مكتبة وأرشيف ضخم ، تساعد كل هذه العناصر علي إمكانية القيام الصحفي بتغطيته متكاملة لحدث ما دون مغادرة مكتبه أو موقعه

التغطية الصحفية الداتية والإتصال بمصادره وكتابته بل ونشره

التغطية الصحفية المستمرة²

العمل الصحفي علي الأنترنت لا يتوقف ، بما يتيح تجديد للمادة الصحفية بشكل مستمر ، فضلا عن السرعة في التغطية

3 كيف نكتب في المواقع الإلكترونية الإخبارية

¹ أحمد هاشم شاهين عبد الباسط. التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية. دار العلوم للنشر والتوزيع، 2014، ص 87

² نفس المرجع، ص 88

يقول جيمس فاوست في كتابه صحافة الأنترنت لاتزال الكلمة المكتوبة هي قلب صحافة الأنترنت فالنص المكتوب هو الذي يربط عناصر أي موقع إلكتروني مثل الصور،الغرافيك،الخرائط والفيديو،كما ان هناك إختلافات بين الكتابة للمواقع الإلكترونية و الكتابة للصحافة الورقية أو المرئية وبحسب فاوست علي الصحفيين الإلكترونيين أن يتبعو المبادئ الأساسية للصحافة أولا،بما فيها الموضوعية والتدقيق والتحقق من صحة الوقائع والإستشهاد بالمصادر وإتباع القواعد النحوية والهجائية الصحيحة ومعرفة الجمهور المتلقي،ودالك في جميع الأحوال وبغض النظر عن نوعية الموقع، ووجدت الدراسة أن قراءة النص علي شاشة الكمبيوتر تتم بسرعة أقل بنسبة 25/ من سرعة قراءته في صحيفة مطبوعة،وحاليا يقرأ الناس النصوص عاي شاشات تتناقص أحجامها باستمرار،بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر المحمول المصغرة واجهزة الهواتف الذكية القراءة الإلكترونية مثل Kindle مما يجعل عملية القراءة أكثر صعوبة

كما بينت الأبحاث التي اجريت علي إستخدام المواقع أن المستخدمين يميلون لقراءة المحتوي وتفحصه بسرعة، ولاسيما حين يزورون موقعا للمرة الأولى،ولكل هذه الأسباب،يلزم عرض النص بصورة مختلفة علي شبكة الأنترنت،حيث يتوجب أن يكون أقصر وأكثر إختصارا مما هو عليه في الصحافة التقليدية المطبوعة وفيما يلي بعض النقاط التي ستزيد من قوة المحتوي في المواقع الإلكترونية وهي:

عنوان جذاب: أول شئ يجذب القارئ لموقع ماهو العنوان الرئيسي،وقد لا يهتم البعض به مع أنه يمثل أهمية كبيرة مقارنة بالمحتوي، وأهم نقطة يجب التركيز عليها عند كتابة العنوان هي أن يبرز الهدف الرئيسي.

عناوين فرعية: القارئ للمحتوي الإلكتروني يختلف عن قارئ الكتب لأنه مستخدم يتصفح بسرعة ويبحث عن الإختصار،وعندما تكون التدوينة عبارة عن فقرات متتالية ونصوص طويلة فإنه قد لا يكمل قراءتها

نوع الخط وحجمه: مع تطور مواقع الإنترنت وبرمجيات إدارة المحتوي سيكون بإمكانك تحديد نوع الخط العام للمحتوي العناوين والفقرات والإقتباسات، لذلك عليك الحرص علي أن يكون الخط واضحا وجميلا وحجمه مناسباً وفي نفس الوقت فإن كثرة تنوع الخطوط ستكون له أثر عكسي

البساطة: تعني الإبتعاد عن إستخدام مصطلحات معقدة ومبهمة والإكتفاءات بكلمات بسيطة وواضحة المعاني

أكتب في نقاط: يحتاج القارئ أن نكتب له بعض الفقرات علي شكل نقاط وخصوصا إذا كانت الكتابة من مزايا أو عوامل،سلبيات أو إيجابيات

علامات الترقيم : إستفد من علامات الترقيم لزيادة جمال المحتوي ، ولكي تختصر الجمل الطويلة سواؤ بالفواصل أو الأقواس ولا تنس نقطة في آخر السطر ، وليس عيبا بأن تقرأ في علامات الترقيم وتعرف أنواعها وطريقة وضعها صور جدابة ورسوم بيانية : الصورة تعبر أسرع من الكلمات وتعطي مساحة وراحة للقارئ وسط زحمة النصوص ، لا تتجاهل إضافة صور جدابة وواضحة زمعبرة وخصوصا التي تتحدث فيها عن إحصائيات وأرقام ، سيكون لرسوم البيانية قوة وجمالا

المساحات البيضاء والخلفية : بين الفقرات وحول الصور والرسوم البيانية ، إجعل هناك مساحات بيضاء تريح العين ويقصد بها المساحات الفارغة والهوامش كذلك ،عادة يكون اللون الأبيض كخلفية هو الأفضل ولكن لوكان لو كان لون خط فاتحا سيكون عليك أن تغير الخلفية للون الغامق ومتناسب مع لون الخط

تعرف أعداد مستخدمي الأنترنت في الوطن العربي تزايدا مهما يوما بعد يوم ، أرقام كانت سبب في إشعال فتيل حرب باردة بين عدة مواقع إلكترونية بغية الإستحواذ علي النسبة الأعلى من الزيارات ،فإذا إطلعنا علي قائمة أليكسا لأكثر 50 موقعا إلكترونيا متابعة بالمغرب سنجد أن هذه القائمة تضم بالإضافة للمواقع العالمية الشهيرة 24 موقعا مغربيا 19 منها مواقع إخبارية متنوعة بين الشاملة والرياضية والفنية بأعداد زيارات يمكن إحصائها بالملايين شهريا وهو مايدفعنا للبحث عن كيفية وصول المواقع الإخبارية لهذه الأرقام لهذه الأرقام ، ولماذا المواقع الإخبارية بالذات

4هناك أربع إستراتيجيات تستعملها هذه المواقع في زيادة أرقام زوارها وهي كالتالي :

الأخبار الكاذبة¹ :

أسهل إستراتيجيات المستعملة وأشهرها ،حيث تعرف الكثير من المواقع الإخبارية بعدم مصداقية بنشرها الأخبار الكاذبة معتمدة في سردها القصصي دائما إفتتاحيات أصبحت جد معروفة مثل : أكدت مصادر متطابقة أو مصادر موثوق بها من دون التعريف بهذه المصادر، ولا تتوقف عند هذا الحد قد تعود نفس المواقع لتكذب الخبر الذي نشرته في نفسها ،وربما تعود في مرة ثالثة وتنشر مقالا آخر عن ردود الأفعال بمواقع التواصل الإجتماعي بعد إنتشار الخبر الكاذب ، وقد تطرق موقع LEDESK في نسخته العربية لهذه الظاهرة وربطها بأسباب مادية متعلقة بالقائمين علي الإشهار الذين لا يهتمهم المحتوي ومصداقيته بقدر ما تهمهم الأرقام

¹سعودي سفيان إستراتيجيات تستخدمها المواقع الإلكترونية لزيادة عدد القراء.12 جانفي 2021

<https://ijnet.org/en/node/4295>

إستخدام حسابات وهمية علي فايسبوك :

تستخدم هذه الطريقة من قبل عديد من المواقع الإخبارية وللإكتشافها لن يتطلب منك لأمر ذكاً كبيراً ،فقط يكفي أن تقوم بزيارة سريعة لمجموعات فيسبوكية خاصة بنشطاء الأحزاب والحركات السياسية لتجد العشرات من الروابط لمواقع إخبارية منشورة من قبل حسابات تحمل أسماء وصور وفتيات ، وإذا إنقرت علي أحد هذه الحسابات ستجد حائطها ممتلئاً بروابط لنفس الموقع الإخباري مما يدل بشكل قطعي أنها حسابات أنشئت فقط لغرض نشر المحتوي المواقع ، وتنشط هذه الحسابات كدالك في المجموعات النسائية الخاصة بالطبخ والجمال والأزياء ،لتقوم بنفس المهمة وهي نشر الروابط بكثافة ، إلي أن يتم إغلاقها أو حذفها من المجموعة من قبل القيمين علي المواقع

شراء الصفحات الكبيرة علي فايسبوك أو إستعارة مساحات لنشر :

من أشهر الطرق المعروفة في عالم التلاعب بالأرقام وهي شراء صفحات كبيرة ودمجها مع الصفحة الرئيسية للموقع علي فايسبوك للحصول علي عدد كبير من المتابعين بسرعة أو شراء الصفحات الكبيرة ودمجها مع الصفحة الرئيسية للموقع علي الفيسبوك للحصول علي عدد كبير من المتابعين بسرعة ، أو شراء الصفحات الكبيرة النشيطة أو فقط إستعارة مساحات منها لنشر فيها ،بهدف تحصيل مداخيل هامة من تقديم هذا النوع من الخدمات مواقع إختصار الروابط وبيع النقرات :

تعد أقل الإستراتيجيات تكلفة ، ويعتبر ADFLY المعروف بإختصار الروابط أشهر موقع يقدم هذه الخدمة ،بحيث يقدم هذا الموقع 5 دولارات فقط مقابل كل 10000 زائر، ولكن مشكلته في مدة الزيارة التي تكون قصيرة جداً ، وهو ما يمثل مشكلة للمواقع التي تستخدمه كونها لا تستطيع الصعود في ترتيب أليكسا بسرعة بالرغم من توفرها علي عدد كبير من الزيارات¹

حتى يذيع صيت موقع إلكتروني ما ، وجب علي مديره التحلي بروح المسؤولية وتحري صدقية الأخبار التي يبثها عبر بوابته الإلكترونية، والابتعاد عن المغالطات التي قد تسبب لصورتها ودالك من أجل ضمان أكبر نسبة تفاعل لزيادة عدد القراء والمتصفحين لهذا الموقع أو دالك ومن هذا المنطلق صار لزاماً علي كل الصحفيين والقائمين علي هذه المواقع قبل نشر أي خبر طرح الأسئلة الرئيسية :

¹سعودي سفيان إستراتيجيات تستخدمها المواقع الإلكترونية لزيادة عدد القراء.12 جانفي 2021

<https://ijnet.org/en/node/4295>

4.1 من الذي سيقراً ويتعامل مع مساهمات الناس

الحصول علي مساهمات المستخدمين يمكنه أن يرتبط بتحديات حمة، من ضمنها العمليات والعلامات التجارية، إذا كلما زادت مساهمات المستخدمين كلما زادت الحاجة للقراءة والتقييم والرد علي المصادر، يجب ان يكون لدي مشاريع المعتمدة علي التفاعل المستخدم فرق عمل متخصصة لرد علي مساهمات والتعليقات لخلق إمكانيات للإرسال القصص القيمة والمعلومات المفيدة إلي غرف الأخبار

-هل ينبغي أن تكون معلومة الأشخاص علنية أم خاصة¹

بالرغم من تحمل أصحاب المواقع الإلكترونية الإخبارية مسؤوليات وتبعات ما ينشرونه، إلا أنه وجب توفير حماية خاصة لهم عندما تكثر طلبات المستخدمين حول معلومات معينة، وخاصة غدا كانت المساهمات العامة تتعلق بمواضيع حساسة، وعليه يجب توفير تقنية مناسبة وتجهيز العمليات بحيث تكون الإسهامات خاصة أو حتي المجهولة، علي سبيل المثال، يمكن المشاركة بمعلومات حساسة باستخدام خدمات أمنة، أيضا، تتلقي العديد من أدوات التغطية المواطنين تقارير خاصة يتم نشرها علنا بعد الحصول علي الموافقة من أصحاب المساهمات

من الذي يحظي بحق ملكية المعلومات التي يتم المشاركة بها أو تخزينها أو نشرها

يمكن أن يتعرض المستخدمين للإرتباك بخصوص حقوق الملكية، إلا أن الأمر أكثر أهمية هو أن يتمكن المستخدمون من معرفة نوع بالملكية الفكرية، إلا أن الأمر الأكثر الأهمية هو أن يتمكن المستخدمون من معرفة نوع الملكية المتعلقة بمساهماتهم ومعلوماتهم المرسله حالما تصل إلي المؤسسات الإخبارية ويجب ان تكون شروط الخدمة المتفق عليها بسيطة وقابلة للفهم وتعزيز ثقة المستخدم

-مامدي امن المعلومات التي يتم إدارتها وحفظها²

¹خوان مانويل كاسنوفيا خمسة أسئلة هامة ينبغي على الصحفيين طرحها لزيادة تفاعل الجمهور 25 جويلية 2015

<https://ijnet.org/ar/story/%D8%AE%D9%85%D8%B3%D8%A9>

² نفس المرجع

تدير جميع المواقع الإلكترونية الإخبارية المعلومات وتخزنها ، وحالما يتقدم مستخدم المعلومات تصبح سيرتها ونزاهتها مسؤولية مدير الموقع بناء علي درجة الخصوصية وحساسية المعلومات المدارة والمحفوظة يتم التطبيق مناهج حماية مختلفة بحيث لا يتمكن مقرصنو المواقع هاكرز والبرامج الخبيثة من الحصول علي المعلومات أو تدميرها عند التعامل مع معلومات شديدة الحساسية ، يجب التفكير مليا بإستخدام الترميز كوضع أساسي لقنوات المعلومات وجعل المصادر البيانات مجهولة

-من الذي يسيطر علي التقنية

دائما ما يكون هناك قرار صعب في التقنية عند الإختيار ما بين إنشاء التقنية داخلية أو إستخدام الحلول والخدمات المتواجدة عند تقديم التقنيات والخدمات يستحسن أن يتم التقييم فيما إذا كان بإستطاعة فريق التقني ، سواء الداخلي أو الخارجي إدارة البيانات والأداء وتأمين الحماية والخصوصية ، حقيقة أن الحلول التقنية القابلة للإستخدام بالكامل تشكل جزءا واحدا من مسؤولية المؤسسة تجاه مستخدميها

يقع علي عاتق المسؤول عن إدارة الموقع توفير المعايير المتوافق عليها مع المستخدم النهائي فيما يخص خصوصية البيانات والأمر الرقمي والملكية الفكرية وملكية المعلومات المجمعة

شهدت المواقع الإخبارية الإلكترونية تطورا ملحوظا من حيث أعدادها المتزايدة كما زادا عدد زوارها نظرا لقدرتها علي مواكبة الأحداث العاجلة والمعلومات الهامة في كافة أنحاء العالم ، لكن هذه الزيادة ينبغي أن تحافظ علي مكانتها وتحتل مركزا متقدما بين مصادر المعلومات الجمهور وإلا فقدت أهميتها ومبررات وجودها وهذا يقتضي الإهتمام بالكم والكيف زدهما بالصحفيين مؤهلين للعمل فيها يجيدون الكتابة لها والتعامل معها بمهنية عالية من خلال مراعاتهم وإحترامهم لمجموعة من المقاييس والمعايير المهنية والمجتملة في ما يلي :

-السعي لتوفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من إتخاذ قرارات مستنيرة

-السعي للحصول علي الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وعلي أكمل وجه

-الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح ، والإشارة علي كافة المواد المأخوذة عن الوسائل الإعلامية الأخرى

-تقديم الأخبار بصدق وموضوعية وتجنب تضارب المصالح وإحترام رغبات الجمهور وعناصر الأخبار

- السعي إلى فهم تنوع المجتمع ونقله للجمهور دون إنحياز أو نمطية

ومع تزايد أعداد العملاء، تتجه الشركات والمنظمات بكافة الفئات إلى البحث عن سبل لقياس مستوى الرضا لدي المتلقي وتحليل سلوكه عند استخدام الموقع الإلكتروني الخاص بهم، وقد إنتشرت مؤخرا أدوات عدة لقياس هذا السلوك أو التحرك داخل المواقع¹

5 تحليل الويب ليس مجرد تقارير للنقرات أو إعدادات الزيارات، بل الأمر يتعدى ذلك لتحليل سلوك المتصفح وطريقة وصوله لمحتوي الموقع، كل هذه البيانات يتم دراستها في الغالب لتحسين مستمر، مثل هذه الأدوات التي ترسم لك تحركات الزوار تكون في الغالب باهظة الثمن ما يكلف ميزانيات شركات كبرى الكثير من المال، ورغم ذلك تجدها تدرجه في ميزانيتها السنوية أصحاب الأعمال البسيطة أو دوو الميزانية المنخفضة يلجؤون في الغالب إلى بعض البرامج التي تساعدهم في رسم خطوط سياستهم التسويقية العريضة وفيما يلي نسلط الضوء علي بعض البرامج منخفضة التكلفة أو المجانية المستخدمة في قياس عدد المتلفين

Googel analytics

هي خدمة مجانية متقدمة من شركة غوغل تعطي إحصائيات مفصلة عن زوار الموقع، وهي الخدمة الأسهل الأكثر استخداما من قبل أصحاب المواقع الإلكترونية حيث يستخدمها 50/ من أفضل 10000 موقع علي مستوي العالم، زمن خلال هذه الخدمة يمكن معرفة من أين جاء زوار الموقع وكيف جاؤا، وما هي الصفحات التي وصلو إليها وأكثر الصفحات زيارة وتقدم المعلومات عن المتصفح المستخدم ودقة الشاشة ونوع الجهاز والمنطقة الجغرافية، والأهم من ذلك أن هذه الخدمة تقدم رسوما بيانية بطريقة مبسطة جعلتها أكثر من أدوات تحليل الواب استخداما

Yahoo web analytics

وهي أيضا خدمة مجانية ومنافسة من شركة ياهو وتعطي هذه الخدمة عمقا أكثر تحليلا من سابقتها، حيث تعطي خيارات أفضل لمراقبة الدخول، وتعطي نفس المعطيات السابقة من ناحية سلوك زائر في الموقع، وإحصائيات الزوار مع عمق أكثر يظهر هناك منافسة بين تلك الشركات للظهور بشكل أكثر كفاءة

¹فصل الصويمل كيف يحلل أصحاب «الميزانيات المنخفضة» زوار مواقعهم؟ 2011

<https://www.alriyadh.com/696525>

:¹Crazy egg

خدمة مدفوعة الأجر تصل أسعارها إلى 83 دولار في الشهر حسب عدد زيارات الموقع وتتميز بما يعرف بالخرائط الساخنة والتي تعني بتتبع انماط وأساليب الدحول علي الموقع الإلكتروني وتلخيصها في مخططات تحدد النقاط الأكثر تركيزا من قبل الزائرين للموقع باستخدام درجات متعددة وملونة من الأصفر والبرتغالي والأخضر وتستخدم هذه الخرائط في تخطيط الحملات الإعلانية عبر الأنترنت ، وتعطي هذه الخدمة من ياهو ميزات أخرى لمتابعة الزائر ، ومراقبة سلوكه مع كل نقرة ، وبالتأكيد ، فإن هذه الميزة تخدم تحليل قابلية الإستخدام للموقع وتحسين تصميم الموقع . وبإمكان المتهمين تجربة الخدمة لمدة 30 يوما بصورة مجانية .

:Compete

تعد خدمة عملاقة لتحليل الويب ، وتصل أسعارها إلى 500 دولار في الشهر ، ومقارنة بالمزايا التي تقدمها يعتبر سعرها معقولا نسبيا فهي تقدم محلل الويب إمكانية الحصول علي معلومات تحليلية لأي موقع يريده مما يفيد في تحليل المنافسين بوجه عام ، وتعتبر خدمة compete مفيدة لوضع إستراتيجيات الحملات التسويقية الإلكترونية لموقعك ، وكذلك تساعد في صنع القرار الذي يخدم الموقف ويضمن توفقه

: Googel website optimizer

هي أداة مجانية أخرى من غوجل ، تعطي تحليلا لأقسام وصفحات من الموقع ، للوصول بها إلي الوضع المثالي ، ولتحديد كيفية الحصول بها إلي الوضع الأمثل ، ولتحديد كيفية الحصول علي نقرات أكثر وتمكن محلل الويب من إختيار صفحات معينة أكثر وتمكن محلل الويب من إختبار صفحات معينة لتحسينها للمستخدمين ، وقد تغنيك عن إستخدام خدمة google Analytics من ناحية تحليل سلوك المستخدمين بإستخدام منهجيات متقدمة لقياس وتحسين موقع عن طريق إختبار a/b وتمكن من إجراء تجارب مع واجهة الموقع بنتائج قوية زمنافسة للأدوات المجانية

Kissingshts from kiss metrics

¹ فيصل الصوميل كيف يحلل أصحاب «الميزانيات المنخفضة» زوار مواقعهم؟ 2011

يصل سعرها إلى 49 دولارا شهريا تتميز بسهولةها ، وتتلخص الفكرة بتزويد محلل ويب بنموذج مخصص لملاحظات زوار الموقع بما يسهل لهم طرح تجربتهم حول الموقع والإجابة بكل سهولة عن الأسئلة المطروحة ، التي في المقابل يتحكم فيها محلل الويب ويقوم بإدارتها بكل سهولة

Qsurvey

مجانية بالكامل ، تعطي حلولا عند طرح إستطلاع لمعرفة ما يقوم به الزوار علي الموقع ، وهنا تعطي الإستطلاعات قياسات فعلية تنظم بدورها إلى خبرات مستخدمي الموقع والتي تتمحور دائما حول أربع أسئلة وهي : ماذا يفعل زوار الموقع ، وهل أكملو ، وما هو مددي رضاهم .

:¹Clicktale

يصل سعرها إلى 999 دولارا شهريا ، وهي خدمة لتحليل الويب مع إمكانيات متقدمة ، وبشكل أعمق من أدوات التحليل الويب المجانية ، تصل إلى الخرائط الساخنة ، وتقارير سلوك المستخدمين ، وتحليل حركة الفأرة ، وغيرها من السلوكيات الدقيقة والتي تعتبر مبررا لسعر الذي سيدفع فيها

6 الأسس والمعايير اللازمة لبناء المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت:

هناك مجموعة من الأسس والمعايير التي يجب الالتزام بها لبناء المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، والتي تتمثل فيما يلي :

1. بلورة السياسة الرسمية للجهة النابعة منها الموقع: فلعل من أولى المهام الواجب القيام بها عند تصميم الموقع أن يبدأ بتوضيح السياسية التي تتبناها الجهة الصادرة منها الموقع .
2. شعار الموقع LOGO: وهو الذي يقدم شخصية الموقع ويقوم بعملية ربط بصري بين المستخدم والموقع .
3. التوقعات Expectation: وذلك عن طريق التعرف على مستخدمي المواقع قبل دخولهم إليها من خلال عرض قوائم متعددة التصنيف، مع أهمية تحديد مواصفات الزوار الموقع من خلال التعرف عليهم باستخدام

¹ فيصل الصويمل كيف يحلل أصحاب «الميزانيات المنخفضة» زوار مواقعهم ؟ 2011

<https://www.alriyadh.com/696525>

معلومات التسجيل المتاحة لدخول الموقع والتي تسهم في التعرف على توجهاتهم وميولهم، بغرض توظيفها لخدمة الخريطة البرمجية للموقع¹

المعلوماتية Information: حيث أظهرت نتائج مشروع معهد Pointer Institute

Project الأهمية الكبيرة لمتن ومضامين المواقع، والتي تكون معدة خصيصاً للشبكة،

والتي تشمل: صوراً ورسوماً ومواد فيديو مرئية سواء مسجلة، أو بثها من موقع الحدث

حية عبر الموقع .

5. الصفحة الرئيسية Front Page: يأتي الإنطباع الأول لدى المستخدم عن الموقع من الصفحة الرئيسية وهذا ما يجعلها ذات أهمية خاصة، حيث إنها تؤدي الدور الرئيس الذي يؤديه غلاف المجلة أو الكتاب أو الصحيفة، لذا فإن معظم المصممين يجتهدون في الوصول إلى التوازن الصحيح بين المحتويات والتنسيق على الصفحة الرئيسية، ويرى البعض أن حجم الصفحة الرئيسية يجب ألا يزيد على 20 كيلوبايت أو أقل حتى لا يحتاج فتح الموقع إلى وقت طويل، حيث أوضحت إحدى الدراسات أن المستخدم يبني انطباعه عن الموقع خلال العشرين ثانية الأولى من فتح الموقع، وأن هذا الوقت هو كل الوقت الذي يملكه أصحاب المواقع قبل أن يتحول المستخدم لموقع آخر، كما يجب أن يراعى عند تصميم الموقع أن يخضع لنظام دقيق للتصنيف والتبويب ويتسم بالسهولة والبساطة والفاعلية ، ولقد تم الاتفاق على نقاط محددة يجب الالتزام بها للوصول لتصميم جيد للصفحة الرئيسية، وهي كالتالي:

التناسب: يجب أن تكون النصوص والصور متناسبة مع بقية أجزاء الصفحة .

الانسيابية لسهولة تنقل المستخدم من عنصر لآخر داخل الصفحة .

الاتجاه المدروس مسبقاً لعين المستخدم : وعدم تركه يتجول بعينه متخبطاً بحثاً عن مكان تستقر عينه عليه .

تنظيم بنية العناصر في شكل هرمي يتناسب مع مستوى أهميته .

¹البطريق ، غادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي. أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2017. ص 133

اختيار نظام الألوان وتنسيق النصوص والصور؛ مما يؤدي لتحديد رسالة الصفحة¹.

ولقد حددت أمنية مصطفي العناصر الأساسية في بناء نموذج للمواقع الإعلامية، وذلك في

ثلاث نقاط أساسية، وهي كالتالي:

تحديد أهداف الموقع الإعلامي .

تحديد خصائص المتلقين أو المستفيدين والتركيز على الدوافع واتجاهات الاهتمام

والتفضيل، ومهارات التعامل مع النظم الرقمية والإفادة منها، تو حديد الموارد الأساسية

والمقصود بها العناصر البشرية والمادية التي يعتمد عليها النظام في تحقيق أهدافه،

وتحديد مصادر التمويل والدعم المالي والفني، وتحديد العمليات وتوصيفها التفاعل بين

الموارد المختلفة .

ترتبط بالخطوة السابقة وهي صياغة الأسس والمعايير الخاصة بتحديد الموارد والعمليات ومقاييس التقويم ومعايير الأداء والتطوير

وهناك من أضاف عناصر قياسية تستخدم في واجهات المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت،

وأبرز هذه العناصر ما يلي :

- التجوال : ويقصد به كيفية الحصول على المعلومات من خلال الموقع، وهناك عدة طرق للتجوال داخل الموقع يمكن من خلالها للمستخدم أن يصل إلى المعلومات التي يبحث عنها داخل صفحات الموقع، ومن أمثلة هذه التقنيات التجوال بواسطة الارتباطات النصية، وهي التي تربط التجوال بواسطة الإطارات وهي التي تتيح للمستخدم تقسيم النافذة إلى مناطق منفصلة يمكن تمرير كل واحدة منها على حدة، التجوال بالأزرار، التجوال بالتحويم وهي عناصر مصممة بحيث يطرأ عليها تغيرات مرئية في أثناء تفاعل الفأرة معها، التجوال بواسطة

¹البطريق ، عادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي، مرجع سبق ذكره، ص 134

القوائم المنبثقة، والتجوالن طريق القوائم المنسدلة وهي القائمة التي تعمل على تقديم لائحة من الخيارات لنقل المستخدم إلى الصفحة المناسبة عند تحديد أحد الخيارات .

عناوين الأقسام : وهي التي تظهر بشكل واضح المواضيع التي تتحدث عنها الصفحة، وهي تمثل الروابط البنوية التي تمكن المستخدمين من الانتقال إلى الموضوع المطلوب في صفحة جديدة، ويمكن التمييز بين نوعين من العناوين :

- الأول: العنوان التحليلي : وذلك حينما يشير إلى عناصر بنّاء النص مثل مقدمة أو تعريف أو خلفية تاريخية
- الثاني: عنوان العرض¹ : وهو الذي يساعد القارئ على فهم محتوى النص الذي يعقبه.

- المحتويات النصية أو كتلة النص : وهي وحدة تقسيم وعرض المادة ونشرها في الموقع، ويتم تصميمها لتخاطب الذاكرة قصيرة المدى، ويراعى أن توضع لكل كتلة نصية جملة تكون بمثابة العنوان لها مما يحقق يسر القراءة والتصفح، والاستخدام الأمثل للموقع في عرض المعلومات واستعادتها بطريقة سهلة في بيئة الوسائط المتعددة .
وأضافت نجوى عبدالسلام عدة عناصر أخرى ينبغي مراعاتها عند تصميم المواقع الإلكترونية ، والتي تتمثل في التفيتت لوحداث صغيرة، والتوافق بحيث يتم وضع المعلومات المرتبطة بالفكرة الرئيسة فقط، والشكل الموحد بحيث يتم استخدام كلمات وعن وا ين وأشكال ترتيب ومنطق متشابه للمعلومات المرتبطة بنفس الموضوع، ومراعاة اختيار نوع الخطوط النصية وفقا للموضوعات؛ حيث

إن كل نوع خط يتناسب مع موضوعات معينة وأوضح هشام مبروك أن هناك نوعين من الخطوط:

- النوع الأول: وهو نوع الخطوط ذات الخطوط المستقيمة والحادة وهي تصلح للموضوعات السياسية والقانونية أو الجادة بشكل عام .

- النوع الثاني : الخطوط المستديرة والحواف الرفيعة وهي تصلح لموضوعات الشعر والأدب² .

4- المحتويات الرسومية : وهي التي تقوم بمهمة الرسوم على صفحة الويب، كالصور

¹البطريق ، عادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي، مرجع سبث ذكره، ص135

²تفس المرجع ص 136

والرسومات، وهي التي توضع لتحسين المحتويات النصية أو كخلفية لعناصر المحتوى . وتنقسم

الرسومات على صفحة الويب إلى قسمين :

- رسومات شعاعية: وهي التي تتكون من خطوط وأشكال .

- رسوم نقطية: وهي تتكون من مربعات ضوئية صغيرة تعرف بالبيكسلات.

5- نظام تخطيط الصفحة : ويتم من خلاله تنظيم المعلومات على الواجهة المرئية، وتسمح للمستخدمين التجوال داخل الموقع بسهولة وعرض كافة الخيارات المتاحة، وتيسر على المستخدم التعامل مع الموقع، كما ينبغي للمصممين الاهتمام بموقع العناصر الثابتة وجمع العناصر المتكررة مثل رابط الصفحة الرئيسية، ومن الجيد أن تكون المساحة البيضاء متناسبة بين العناصر، ويوصي

الاتحاد الدولي لشبكة الإنترنت بمعيار جديد لتخطيط الصفحة الرئيسية؛ حيث يقضي تقسيم الصفحة لثلاثة أعمدة : بحيث يستخدم العمودان الأيمن والأيسر لعناصر التجوال، وذلك لأن كلا الجانبين يتميز بنفس درجة الظهور المرئي ويمثل كل عمود ربع المساحة الأصلية للصفحة، ومن المهم أن يضم العمود الأيمن أهم روابط التجوال، وذلك تبعاً لحركة العين، في حين أن العمود

الأوسط يستخدم في عرض المحتوى.

- الخريطة : حيث توضح لكل تجمع مكون من 2- 9 نصوص مترابطة بموضوع معين، ويتم وضع خريطة توضح الأبواب الرئيسية في صفحة الاستقبال، وهي التي توضح المسارات التي يمكن للمستخدم أن يسلكها ليصل إلى المادة التي يسعى إليها .

- الوسائط المتعددة : والتي تعد من أهم السمات التي تتميز بها شبكة الإنترنت، ومن أبرز الوسائط المتعددة التي تتيحها الشبكة: الصور المتحركة الرقمية، والفيديو الرقمي، والأصوات الرقمية، والبث المباشر .

- عناصر التفاعل: تتيح عناصر التفاعل للمستخدم دورا فعالا؛ فبدلا من عرض البيانات بشكل جامد، يتم التفاعل مع المستخدم عن طريق طلب بيانات أو إتاحة¹

الفرصة للمستخدم لتعديل الصفحة الخاصة بالموقع، واختيار الألوان التي تناسبه والتصميم الذي يعجبه، فمن خلال هذه الخاصية يتم إحداث تغيير في جميع المكونات الرئيسة للصفحة، وذلك تبعا لأذواق ورغبات وتفضيلات المستخدمين .

- مخطط الألوان: وهي من أهم عناصر التصميم وتشكل فرقا بين التصميم الجيد والسيئ، وبدون الاستخدام الجيد للألوان لن يكون للتصميم التأثير المتوقع، ويجب مراعاة أن الألوان هي التي تحدد الطابع العام للموقع، فالألوان الحارة كالأحمر والبرتقالي يمكن أن تحفز المستخدمين، والألوان الباردة تهدئهم وتلطف مزاجهم، كما نحتاج للألوان المتعادلة كالأبيض والرمادي والأسود

العرض النصوص والصور .

- اختيار الكادر البشري المؤهل وتوزيعه على الأقسام المختلفة : حيث إن هذه العملية تتطلب خبرات مختلفة، لكل منها أدوار محددة.

- وضع ميزانية تقديرية وحساب التكاليف : حيث يتطلب إجراء عملية موازنة بين متطلبات العمل والميزانية المتاحة للموقع.

- تدبير التمويل اللازم للموقع : هناك عدة تدابير للمواقع على شبكة الإنترنت؛ فهناك مواقع تعتمد على الجهة الصادرة منها مثل: موقع النيل، ومصر الإخبارية، تعتمد على القناة الأم . وهناك مواقع تعتمد في تمويلها على الإعلانات مثل موقع قناة الجزيرة، وهناك مواقع تعتمد على الاشتراك

الشهري لبعض برامجها مثل العربية، وأخيرا هناك النظام الأخير: الدفع مقابل المشاهدة والذي يتبعه موقع LBC . التي تؤثر في مسارات الاتصال بين الأطراف المشاركة فيه، وهي كالتالي:

نموذج التوزيع Allocation: حيث يتم توزيع المعلومات بشكل متزامن من مركز • الاتصال إلى مجموعة من المستقبلين، ويشبه هذا النموذج ما يحدث في وسائل الإعلام الجماهيرية القديمة .

¹البطريق ، عادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي، ص 137

نموذج التحوار Conversation: ويقوم الأفراد خلال هذا النموذج بالتفاعل المباشر مع بعضهم البعض وذلك من خلال مركز الاتصال أو من خلال وسيط، ومن الممكن أن يقوم الأفراد باختيار من يقوم بالتفاعل معهم، كذلك يمكن اختيار الأوقات التي تتم فيها عملية الاتصال.

نموذج التشاور Consulting: ويتيح هذا النموذج نطاقا واسعا من المواقف الاتصالية المختلفة؛ حيث يقوم الأفراد بالبحث عن المعلومات في إطار قضية معينة .

نموذج التسجيل Registration: وتعد هذه المرحلة نمطا للتشاور في الاتجاه المعاكس، حيث يتم جمع المعلومات من الأطراف المشاركة في العملية الاتصالية، وقد تحدث هذه العملية دون علمهم .

وقد أكد الباحثان أن هناك انتقالا من نموذج التوزيع إلى التشاور ثم نموذج التحوار، وهذا يدل على انتقال السيطرة في العملية الاتصالية من المرسل إلى المستقبل على الرغم من وضوح عدم الدرجة التي وصل إليها هذا التحول في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت. وهذا ما أكده Xigen Li والذي أشار إلى أن المواقع الإخبارية الإلكترونية تعتمد في شكلها وتصميمها على توقعات القراء من خلال التعرف على آرائهم من خلال الأدوات التفاعلية المتاحة لديهم على الموقع، وبذلك يصبح الموقع منتجا مشترك فيه كل القراء في عملية إنتاجه وصياغته، وكذلك تنوعت أيضا مصادر المواد المنشورة من خلال هذه المواقع التي تتيح لمستخدميها المشاركة بالتعليقات أو الصور أو الفيديوهات المختلفة.

6 الخدمات الإخبارية والتفاعلية التي توفرها المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت:

ويقصد بالخدمة الإخبارية : الخدمات التي تمد المستخدم بالمعلومات سواء أكانت هذه المعلومات مرئية مثل، : النصوص أو الصور أو الرسوم المتحركة، أم مسموعة مثل المقطوعات الصوتية، أم مسموعة ومرئية مثل التقارير ولقطات الفيديو.

- خدمة الأخبار العاجلة¹ : ويقصد بها تقديم الأحداث العاجلة والطارئة من موقعها مباشرة مصحوبة بلقطات الفيديو الحية والصوت النابع من موقع الحدث، أو على أقل تقدير يتم عرضها في صورة عنوان نصي فقط مصحوب بومضات ملونة لجذب الانتباه.

¹ البطريق ، عادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي، مرجع سبق ذكره ص 140

- خدمة شريط المعلومات المتحرك Bar New : وهو شريط الأخبار المتحرك الذي يتم من خلاله تقديم أحدث المعلومات والأخبار التي ترد للموقع والتي لم تكن اكتملت قصتها وتفصيلها الإخبارية على الموقع، كما يمكن أن يكون هذا الشريط تلخيصاً لأهم العناوين الإخبارية المحلية والدولية المتاحة على الصفحة الرئيسية، ولكن يجب أن يراعي فيه عدة شروط، هي:

- التحديث باستمرار : ولا يكون وجوده بداعي التميز التكنولوجي فقط.

- سرعة عرض الأنباء : يجب أن تكون متوازنة مع حركة العين؛ فلا هي سريعة لدرجة عدم قدرة العين على ملاحقتها، ولا بطيئة مملة تجعل المستخدم في انتظار ورود هذه المعلومات .

- كمية الأخبار المعروضة : يجب ألا تكون كبيرة تجعل المستخدم يستغني بها عن بقية الصفحات أو قليلة لدرجة أن تقلل من أهميته .

خدمة تحديث الموقع¹ : تهتم المواقع بشكل عام والإخبارية بشكل خاص بتحديث موقعها

طوال اليوم ومتابعة تطوراتها أولاً فأولاً وتحديث الخريطة البرمجية للموقع باستمرار، بالإضافة إلى عرض كافة التحليلات ووجهات النظر المختلفة بالأحداث.

- خدمة الارتباطات الإعلامية: ويقصد بها ربط المستخدم بأكثر من موقع إعلامي على نفس الموقع للاستفادة من المعلومات المقدمة بالمواقع الأخرى .

- خدمة الوسائط المتعددة : ويقصد بها عرض النص مصحوباً بملقطات حية من الفيديو

والرسوم المتحركة ومواد سمعية وصور، مما يزيد من قوة العرض ويزيد خبرة المتلقي في أقل وقت

ممكن وأقل تكلفة، ولها عدة أشكال، ومنها :

¹البطريق ، عادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي، مرجع سبق ذكره ص 141

- تقديم النشرات الإخبارية الصوتية : حيث يتم تقديم النشرات عن طريق الصوت فقط؛ وذلك من خلال مشغل الصوت Real media Player .

- تقديم النشرات الإخبارية بالصوت والصورة : وبنفس الشكل المذاع على القناة؛ مما يسهل متابعتها في أي وقت والتعرف على الأحداث بشكل أعمق وأقرب

- البث الحي : وهي خدمة توفرها أيضا المواقع الإخبارية التابعة للقنوات التلفزيونية، والتي تتم عن طريق ضغطة واحدة يمكن للمستخدم متابعة القناة دون التقييد بمكان محدد يوجد به التلفزيون واستقبال الإرسال الفضائي .

- إذاعة التقارير والبرامج الإخبارية : والتي تتم أيضا من خلال المواقع التلفزيونية ومتابعة الأحداث بالإضافة للصوت والصورة علاوة على تزويده بأسطر، تبث الحلقات مشروحة بالنص .

نخلص للقول أن الإعلام الإلكتروني يعتمد على المواقع الإعلامية التي تعتمد الإنتاج الإخباري المندمج ، الذي عرف تطورات في إنتاج المحتويات خصوصا الفيديوهات الإضاحية والشاشة المتفاعلة التي تتناسب مع منصات الإستقبال المختلفة من هواتف ذكية ، تابلت . كومبيوتر

المبحث الثاني: تطور المواقع الإلكترونية لصحف

تمهيد : تحولت الصحف إلى المجال الرقمي بحثا عن الربح الإشهاري وإنتاج محتوى تفاعلي مع ضمان حرص علي التواجد الرقمي ، لضمان أوسع نطاق من التأثير ، و ضمان متابعة دائمة وضمان توفير خدمات لزبائن محددین

1 مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل الوسائط المتعددة :

تقتني المؤسسات الإعلامية المعدات التقنية الحديثة لتحقيق هدفين : الهدف الأول : يتعلق باستخدام الأمثل في إنتاج المواد الإعلامية

الهدف الثاني : يتعلق بامور تتصل بهيبة المؤسسة وإحترامها أو نفودها ويطلق علي هذه التكنولوجيا :تكنولوجيا متعددة الوسائط مما أدي إلي ظهور خدمات متنوعة ، ومتعددة لتلبية حاجيات المستخدمين من المعلومات

وقد نظر إلي الصحف الإلكترونية في البداية كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة ثم أثير النقاش حول فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية بديلا عن الصحيفة المطبوعة ،ويكمن وراء ذلك أسباب هامة منها : التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناة CNN ، وقناة الجزيرة القطرية با لإضافة إلي جذب تلك الصحف للقراء وتخطيها لمعوقات الورق ، وإرتفاع أسعاره لدا تأتي أهمية لتعرف علي التحديات التي أحدثتها الصحافة الإلكترونية الرقمية من خلال ذكر المميزات غير المتوفرة في الصحف المطبوعة نذكر منها علي سبيل المثال :

-إمكانية التفاعل مع القارئ ،فالقارئ هنا يستطيع التحوار والمناقشة وإبداء الآراء مع الكتاب والنقاد والقراء الأخرين حول نقطة مختلفة

- إمكانية الإطلاع علي الأرشيف الإلكتروني لأعداد السابقة من الصحيفة بكل يسر وسهولة عبر قاعدة البيانات الخاصة بالجزيدة ويشير غوردون إلي أن الأنترنت يمكن أن تقدم علي الأقل ثلاث قدرات تساعد في جعل الصحف الإلكترونية قوة مؤثرة وهي :

إنفتاح الأنترنت وقدرته علي الوصول للجمهور

خصائص الأنترنت بتوظيف تكنولوجياية الهايبرتيكست

برنامج RSS التي تساهم في وصول الموضوعات ذات الصلة التي يحتاجها المستخدم

ويؤيد توم فيليبس¹ الإتجاه القائل بأن قوة الصحافة الرقمية تكمن في القدرة علي دمج وسائل الإعلام المختلفة ،حيث يمكن أن تتابع أخبار العالم علي الأنترنت مع مزيد من الصور والصوت ، الفيديو ، وهذه وظيفة فريدة يمكن أن تجعل الصحافة الرقمية تأخذ وقتا كثيرا من وقت قراءة الصحيفة ووقت مشاهدة التلفزيون ،لذلك تطالب إحدي الدراسات صحفي الأنترنت بأن يولو الإهتمام أكبر بكل بكل من صحافة المواطن وصحافة الملتيميا ،لأنها ستجذبان الجمهور بشكل أكبر في ظل زيادة الإقبال علي الإعلام الإجتماعي فالصحافة الإلكترونية تعني بتغذية المحتوي بكل ماتوفره الأنترنت من خدمات ،ويصف البعض صحافة الويب بأنها صحافة حديثة ،ويري تشارلي بكيث في كتابه إنقاد الصحافة ينقد العالم أن الصحافة الإلكترونية يجب أن تأخذ أفضل ما في الصحافة المدنية ،وحركات الصحافة العامة وتزامن مع إمكانيات الشبكة فيجب الأخذ بعين الإعتبار أن صحافة الإنترنت هي صحافة الوسائط المتعددة ،وهي تمثل شكلا من الإعلام الجديد خلقتة الوسيلة ،لذلك يجب الإبتعاد عن الأسلوب القديم للوسائل الإعلامية التقليدية في تناول القصص الإخبارية ،وربما يشعر بعض الصحفيون بالخوف والإحباط من مفهوم صحافة الوسائط المتعددة ،ولكن هذا الخوف لا مبرر له ،ويمكن التغلب عليه ،من خلال إختيار قصص مناسبة ليتم تغطيتها بأسلوب الوسائط المتعددة ،وأن التعاون بين فريق من العاملين في موقع إخباري يسمح بمعالجة قصص علي قدر مناسب من التعقيد والجدية والطموح ، وهذا ما أكده الكاتب الصحفي رونالد دي ولك

فالصحافة الإلكترونية تعد بيئة عمل جدابة بالنسبة لشباب ،فهني توفر فرص العمل لجيل جديد من الإعلاميين ،من يمتلكون مهارة التعامل مع التكنولوجيا الإتصالية الحديثة ،ويفهمون كيف يوظفونها في خدمة المستقبل أو الجمهور حيث يحتاج العمل في الصحف الإلكترونية إلي محررين لديهم مهارات أساسية في التحرير ،وإعادة التحرير ،وعلي محررين الجدد أن يعرفوا كيف يدخلون المقاطع الصوتية ومقاطع فيديو في الموضوع في الموضوع ،وعليهم أن يدركو السرعة في التحرير ،حيث يتعاملون مع الأشياء بعقل متعدد المهام والتصورات ليناسب تعدد الوسائط علي الشبكة ، لأنه من المتوقع أن يتحول الصحفيون في المستقبل إلي فريق وسائط متعددة يضم الصحفي والمنتج وأخصائي فيديو وأخصائي صوت والمصمم ، مظطرين إلي إستخدام وسائط جديدة وأكثر

¹ برنيس نعيمة ،تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية ، مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة منتوري فسنطينة ، ع

يسرا في جمع المعلومات من المصادر ،كتقنية المؤتمرات عن بعد ، التي تمكن الصحفي من إجراء الحوار دون تنقل وإستخدام قوالب تحرير جديدة تناسب الوسيلة الجديدة ، حيث حلت النصوص الإلكترونية محل النصوص المطبوعة ، وحلت الكلمات التي تومض ، flash محل الكلمات المطبوعة علي الورق هذه المميزات وغيرها ،تمثل تحديا فعليا للمؤسسات الإعلامية في الإستثمار داخل شبكة الأنترنت تماشيا مع العصر الإلكتروني وتحولاته

- 2 العلاقة الوظيفية للوسائط المتعددة في العمل الصحفي الإلكتروني :

يري العديد من المختصين أن مسألة الوسائط المتعددة لايمكن حصرها فقط في تعدد مزاياها ،بل الأهم هو معرفة ،فالوسائط المتعددة ليست مجرد تقنيات جديدة يستخدمها الإنسان لتنظيم المعلومات وتوثيقها وتوزيعها ،بل هي مؤسسة لثقافة جديدة في عوالم مختلفة ،تتغير فيها علاقته بالآخرين و با الأشياء من منطلقات منها :أن التكنولوجيا هي من محددات الرئيسية للثقافة ،فالكومبيوتر والوسائط المتعددة تساهم في تغير تركيبة العلاقات الإجتماعية ،لانها تعيد صياغة وتشكيل طرق تنظيم المجموعات البشرية بإحداثها لنظم إتصالية جديدة ، وهي إحدي عوامل تغير الفضاءات الإجتماعية لأشخاص وخاصة بالنسبة لأجيال الجديدة

ويعد أكبر تأثير للوسائط المتعددة ما أطلق عليه الباحثين التقارب الرقمي Media convergence بإزالة الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية فقامت المؤسسات الإعلامية بدمج صالات التحرير بموقعها الإلكتروني ، وقامت شركات أخرى بتحويل أنشطتها إستنادا إلي خبرتها ،إد إستجابت لإحتياجات الجمهور وإختارت أن تتحول إلي محركات للمعلومات حتي لا تتخلي عن نصيبها من السوق ،ولم يكن التغير سهلا ،لانه يعني التحول من أحادية وسائل إلي هيكل الوسائط المتعددة الكاملة ،وتعدت الصحافة الإلكترونية فكرة تقارب المنصات إلي التقارب في الحرفة ليكون الصحفي قادرا علي إنتاج الصور والفيديو والتخطيط وإدارة التحكم با الألوان ،وهذا لا يقل أهمية عن الكتابة الجيدة ، وصار التصميم (تصميم المواقع) في صلب صناعة الصحافة الجديدة

فلقد تحدث الصحافة نفسها وفريقها لكي تخطو خطوة خارج خيراتها ، ومحاولة تنسيق مجموعات من الأنباء تستفيد من أشكال والإطارات الإعلامية المتاحة ،ومحاولة توظيف الفلاش للإنشاء وجهة مشتركة تحوي الرسومات والصور ، الفيديو والصوت في عرض متواصل لا ينقطع تقنيا من قبل المستخدم

فلفيديو مثلا يمنح الأخبار المزيد من¹ الإختصار بدلا من الإسهاب في الشرح المكتوب، شريطة إكماله للقصة الخبرية، وصارت التقارير غير المدعومة بالوسائط المتعددة جافة، لأن الوسائط المتعددة تجعلها حية، وهو ما يظهر مفهوم التغيير البتكر في الصحافة، والذي يعني إعتتماد أفكار وتكنولوجيايات جديدة حول كيفية توزيع الأخبار علي الجمهور

إن الوسائط المتعددة تضفي علي العمل الصحفي حيوية، مما يزيد من قوة عرض ويزيد من خبرة المتلقي فالتعدد والتنوع في التوظيف الوسائل المتعددة هدفه هو نقل الأفكار في أكثر من وسيلة، تدعم فكرة والمعني في مزيج واحد، وتعمل علي إستشارة الحواس وتنشيط العمليات المعرفية، أين تزيد حدود التفاعل الذي يعتبر الهدف الأساسي من بناء المواقع الإعلامية، والذي توفره الوسائط المتعددة وتتجه شبكة الإنترنت عن طريق البريد الإلكتروني وجماعات الأخبار والتليتيكست

والدور الصحفي هو الأخر تغير وتبدل من مفهوم الحارس إلي مفهوم الوسيط، مما حمل الصحفي مسؤوليات جديدة علي عاتقه، فعلي الصحفي أن يتعلم المزيد لأن الصحافة الإلكترونية تحتاج لعدد أقل منهم، والصحفي الشبكي يجب أن يكون أفضل من الصحفي في أي وقت مضى، لأنه يعمل مع جمهور يعتقد أنه يعرف أيضا، والمعلومات متوفرة وسهلة الوصول إليها، لذلك علي الصحفي أن يضيف قيمة مضافة إلي التقارير، ويجعلها أعمق وأكثر تكاملا علي نحو أفضل من ذي قبل، وقد نجد هنا بعض الصحفيين يعلقون علي الموضوع بإعتبار أن إدخال الوسائط المتعددة يعد تبديلا خارج نطاق مهمته ومهنته، ولكنه لو فكر قليلا وإستجاب لحتمية الواقع قليلا وإستجاب لحتمية الواقع بالتدريب علي هذه المهارات سيجد أنه بهذا يخدم رسالته، ويصل بها إلي أكبر عددمن الجمهور، ويجعلها تحظى بأكثر قدر من التفاعلية والتقدير والإهتمام منهم

3- خصائص الوسائط المتعددة علي المواقع الإعلامية : علي إعتبار مبدأ تعدد الوسائط وتنوعها وتكاملها في عرض الرسالة وفي جميع المجالات، لأن عزل هذه الخصائص الثلاث عن بعضها يخرج بها بعيدا عن المفهوم ويعيدنا إلي المفهوم وسائل الإتصال الجماهيري في الخصائص والوضائف والمنفردة لكل وسيلة وعلاقتها بالجمهور الخاص بها ويمكن تحديد هذه السمات في :

- إن إستخدامها في المواقع الإعلامية مرهون بخصائص تكنولوجيا الشبكات وحاجات المتلقين، وبذلك فإنه ليس شرطا إستعمالها مجتمعة، كما أنها ليست ضرورة للعرض والتقديم، ولكنها ميزة تميز موقعا إعلاميا عن آخر يستهدف الوصول إلي المتلقين، وفقا لحجائهم وتفضيلاتهم في التعرض للوسائل

¹برنيس نعيمة، تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ص 362،363

- يعتمد استخدام الوسائل المتعددة علي استخدام الملفات الجاهزة (صوت، صورة، فيديو) لتدعيم المعني والعمليات المعرفية، وتلبية حاجيات المتلقين، وذلك من خلال دعم النصوص بالصوت أو صور الفيديو

- يعتبر استخدام الوسائل المتعددة علي استخدام الملفات الجاهزة (صوت، صورة، فيديو) لتدعيم المعني والعمليات المعرفية، وتلبية حاجيات المتلقين، وذلك من خلال دعم النصوص بالصوت أو صور الفيديو

- يعتبر استخدام البث الحي للوسائط مثل اللقاءات الصوتية أو صور فيديو في مواقع الأحداث أساس بناء المواقع بتقنية الوسائط المتعددة

- مراعاة الخصائص الفنية في إنتاج والعرض والتقديم الخاص بكل وسيلة علي حدي

- سيادة المفهوم المؤسسي في إنتاج الوسائل المتعددة وعرضها وتقديمها علي الموقع الواحد ويتاثر ذلك بالاهداف والسياسات والأفكار والتنظيمات وعلاقتها بغرفة الأخبار والعاملين فيها

- تتطلب الإستفادة القصوي من برمجيات الوسائط المتعددة وخصائصها تعدد المهارات الصحفيين ، وتطورها تماشياً مع البيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة

- أشكال عرض المواد الإخبارية با لإعتماد علي الوسائط المتعددة :

وقد حدد الدكتور عباس مصطفى الصادق التطبيقات الصحفية للوسائط المتعددة في جملة من التطبيقات، تبعا لحصر الأشكال المختلفة لعرض المواد الإخبارية في صحافة الإنترنت، ووفق التجارب التي عرضت في موقع المؤسسات الصحفية الكبيرة في ك

- النص :يستخدم النص المطبوع لتوضيح Explain

- الملمتديا : تستخدم للعرض slow

- التفاعلية لتوضيح والمشاركة to domonstrate and engage

وينصح الصحفي الأنترنت بتوزيع هذه الأشكال علي طبقات ،بما يسمح بتقديم الأخبار في أجزاء صغيرة بدلا من تقديم معلومتها في وقت واحد، فتوزيع الطبقات يسمح لعملية الإنتاج بتدعيم عمق المعلومات، وتوسيع الخيارات أمام القارئ، وهنا نظرة عامة لبعض أهم الأشكال عرض المواد الإخبارية

- النص الطباعي يمثل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في صحافة الأنترنت
- التفاعلية القابلة لنقر: هي نسخة تفاعلية لصحيفة التقليدية، تستخدم عادة للإضافة معلومات إلى القصة الإخبارية، تدمج داخلها صور المتحركة والصوت والفيديو، وهي تجمع في بنائها الشكلين الخطي والخطي في بناء قصة
- عروض شرائح: يمكن إستخدامها لوحدها في عرض الأخبار، وذلك بدمج الصور الوصفية مع التعليق الذي يعمل معلومات إضافية، وبدلاً من وضع باقة من الصور المثيرة في مكان واحد، يجب إختيار الصور التي يمكن أن تروي قصة متماسكة، وتخلق نمودجا للمقالة الفوتوغرافية، عندما يتم إستخدامها بشكل جيد، فإنها تكون إحدي الطرق الأكثر فعالية لعرض أخبار النت
- الحكاية الصوتية: وهي وسيلة قوية جدا لرواية الأخبار عن طريق التسجيلات الصوتية
- الشرائح المصحوبة بالتعليق: وذلك بدمج التسجيل الصوتي والفيديو والصور والتعليقات الصوتية القصيرة لبناء قصص إخبارية قوية
- الإختبارات والإستطلاعات: تستخدم من أجل تخفيف القصة الإخبارية الجامدة بنشرها علي جانبها من جانبها من جهة ومن جهة أخرى، فإن القصة الإخبارية يمكن أن تروي بكاملها بتكسير أجزاء الخبر إلى أسئلة وأجوبة، وهذه طريقة فعالة جدا، لأنها تجعل القارئ متفاعلا مع المادة المنشورة
- الرسوم المتحركة: وتستخدم بصفة خاصة في القصص الخبرية الخفيفة والمواد الكاريكاتورية
- البث التفاعلي: بدأت مواقع الإخبارية بدمج مواد فيديو مع الروابط المضافة إلى الأخبار ذات العلاقة بالحدث، وهنا يتم إعادة معالجة المادة المصورة تلفزيونيا يتضمن النص، وبعض النقاط الحية والوصلات في الفيديو التي تمكن المشاهد من التنقل داخلها

3.1 الوسائط المتعددة التفاعلية¹: أين يكون كل عنصر من العناصر الوسائط المتعددة المكون للقصة الخبرية مجالا تفاعليا قابلا لنقر.

كل هذه الخصائص جعلت الوسائط المتعددة محط منافسة من قبل المؤسسات الإعلامية، في إطار التقارب بين الوسائل المتعددة لتحقيق أهداف مختلفة، أين إنتهى عصر المنافسة بين الوسائل الإعلامية، والتأثيرات التي كانت كل وسيلة تعكسها علي وسيلة التي سبقتها في إجتذاب الجماهير وتحقيق الإنتشار وتوفير الدعم المالي، وإذا كان خيار المتلقي بين الصحف المطبوعة والراديو والتلفزيون يرتبط بعوامل عديدة، منها خصائص الوسيلة والمتلقي تأثير بيئة العرض، فهذه الوسائل قد إجتمعت بتأثير مفهوم الوسائط المتعددة في بيئة واحدة لتعرض هي بيئة

¹برنيس نعيمة، تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ص364

الوسائط المتعددة التفاعلية interactive multimedia environment التي ترتبط بخصائص النظم الرقمية بصفة عامة والعرض من خلال نظام الشبكات نظم الشبكات بصفة خاصة

أهمية الإعتماد علي الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية تتمثل الأهمية فيما يلي :

- تستغل الوسائط المتعددة لتحقيق هدف من الأهداف أو كلها :
- قضاء وقت أطول مع المادة الصحفية
- إضفاء المتعة علي الموقع
- مساعدة المستخدم علي تذكر المعلومات أكثر
- تذكر الإسم والعلامة التجارية للموقع
- إعطاء المستخدم إحساسا بالترفيه

- هناك جانب إقتصادي¹ قوي في توظيف الوسائط المتعددة ، فظهرت في أوروبا خدمة الفيديو تحت الطلب حيث يشاهد المستخدم من برامج التلفزيون الشعبية المتدفقة من شبكة الأنترنت من خلال دفع رسوم مشاهدتها بالإضافة إلي رسائل آخر الأخبار ،أسعار الأسهم ، الأخبار الرياضية ،ويتم تسديد الفواتير برسالة قصيرة من الهاتف المحمول

تتيح الوسائط المتعددة لوسائل ال اعلام العربي فرصا غير محدودة لأرتقاء والمنافسة ، ليس فقط في المحافظة علي جمهورها ،بل لجذب جمهور جديد وعريض تصل إليه شبكة الويب في كافة أرجاء المعمورة ،كما أنها تساعدها في التحرر من شكلها التقليدي الذي يعبر عن محدودية الطموح والكسل الفكري والإبداعي ،ونفودها نحو مزيد من الإهتمام بالمتلقي والتفاعل معه

3.2 تحديات إستخدام الوسائط المتعددة صحفيا وتتمثل فيما يأتي :

إمتلاك المهارات والأدوات والأجهزة السمعية البصرية والمكتوبة ،ثم القدرة علي تكوين رؤية لصهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة ،تخدم الجمهور فالصحفي المعاصر يجب أن يجيد مختلف أدوات التواصل والنشر والبث بجانب التخصص والثقافة العامة والممارسة التطبيق

¹برنيس نعيمة ،تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ،ص 365

إعادة النظر في أشكال الكتابة الصحفية وقوالب التعبير الإداعي ، والإلتزام بالرؤية النقدية بدل الرؤية السردية التاريخية للكتابة التاريخية

صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية البيانات والمعلومات علي المواقع الإلكترونية ، بسبب سرعة في البث الإلكتروني وعدم تحري الدقة ، وإمكانية المتلقي من التدخل في القصة الخبرية و حصوله علي الصور مما يؤدي إلي تحويرها

إنتهاك حقوق النشر والملكية الفردية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة فرضت عملية التقارب بين الوسائل الإعلامية التي إتسمت بها الوسائط المتعددة تحديا للمؤسسات الأخبار وتهديد ثقافة الأخبار التي تفضل الفردية ، ومجموعة تفكير علي العكس الجماعي ، وتبادل المعارف وكما أصبح تقسيم الأعمال والإنتاج داخل المؤسسة الإعلامية أقل وضوحا بكثير ، كما تأكلت الحدود بين غرف الأخبار ، فتكنولوجيا الوسائط المتعددة تحدث أهم أعمد الصحافة ، وهو الصحفي المهني الذي يحدد للجماهير ما يري ويسمع عن العالم

3.3 وينصح الصحفي الأنترنت بتوزيع هذه الأشكال علي طبقات ، بما يسمح بتقديم الأخبار في أجزاء صغيرة بدلا من تقديم معلوماتها في وقت واحد ، فتوزيع الطبقات يسمح لعملية الإنتاج بتدعيم عمق المعلومات ، وتوسيع الخيارات أمام القارئ ، وهنا نظرة عامة لبعض أهم الأشكال عرض المواد الإخبارية

- النص الطباعي يمثل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في صحافة الأنترنت
- التفاعلية القابلة لنقر : هي نسخة تفاعلية لصحيفة التقليدية ، تستخدم عادة للإضافة معلومات إلي القصة الإخبارية ، تدمج داخلها صور المتحركة والصوت والفيديو ، وهي تجمع في بنائها الشكلين الخطي والخطي في بناء قصة
- عروض شرائح: يمكن إستخدامها لوحدها في عرض الأخبار ، وذلك بدمج الصور الوصفية مع التعليق الذي يعمل معلومات إضافية ، وبدلا من وضع باقة من الصور المثيرة في مكان واحد ، يجب إختيار الصور التي يمكن أن تروي قصة متماسكة ، وتخلق نمودجا للمقالة الفوتوغرافية ، عندما يتم إستخدامها بشكل جيد ، فإنها تكون إحدى الطرق الأكثر فعالية لعرض أخبار أنت
- الحكاية الصوتية : وهي وسيلة قوية جدا لرواية الأخبار عن طريق التسجيلات الصوتية
- الشرائح المصحوبة بالتعليق : وذلك بدمج التسجيل الصوتي والفيديو والصور والتعليقات الصوتية القصيرة لبناء قصص إخبارية قوية

- الإختبارات والإستطلاعات : تستخدم من أجل تخفيف القصة الإخبارية الجامدة بنشرها علي جانبها من جانبها من جهة ومن جهة أخرى، فإن القصة الإخبارية يمكن أن تروي بكاملها بتكسير أجزاء الخبر إلى أسئلة وأجوبة، وهذه طريقة فعالة جدا، لأنها تجعل القارئ متفاعلا مع المادة المنشورة
- الرسوم المتحركة : وتستخدم بصفة خاصة في القصص الخبرية الخفيفة والمواد الكاريكاتورية
- البث التفاعلي : بدأت مواقع الإخبارية بدمج مواد فيديو مع الروابط المضافة إلى الأخبار ذات العلاقة بالحدث، وهنا يتم إعادة معالجة المادة المصورة تلفزيونيا يتضمن النص، وبعض النقاط الحية والوصلات في الفيديو التي تمكن المشاهد من التنقل داخلها

4 تطور العمل الصحفي من الورقي إلى الإلكتروني

استقرت التعبيرات إذن عند حد استعمال كلمة «الصحف» للدلالة على الدوريات المطبوعة في عمومها، ولفظ «صحافة» بالكسر للدلالة على صناعة إصدار الصحف وعلى فن إخراجها، كما استقرت عند استعمال لفظ «صحافة» (بالفتح) للدلالة على مجموع الصحف وعلى الوظيفة الاجتماعية التي تقوم بها.¹

تعرف الباحثة الصحافة الإلكترونية بأنها: "الصحافة التي تستخدم التقنية الرقمية الإلكترونية وفق نظام في تقديم المادة المقروءة مدعمة بميزة الوسائط المتعددة (الصوت والحركة والصور المفعلة والفيديو) والامكانات التقنية الأخرى كالروابط التشعبية والتي تتيح للصحيفة توفير كم ونوع معلوماتي كبير عن طريق توفير مساحات تخزين كبيرة وهذا يحقق أسلوبا جذابا يشد القارئ إليها محققة أهم سمة عصرية وهي سمة التفاعلية". كما ويعرف الدكتور زيد منير سلمان الصحافة الإلكترونية بأنها: (نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني- الأنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمقومات المختلفة في التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة

4.1 مفهوم الصحافة الإلكترونية²:

¹عزمي ، محمود. مبادئ الصحافة العامة. وكالة الصحافة العربية، 2019 ص 31

²مسعودان نسمة، الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية ، المؤسسة العربية للإستشارات العلمية وتنمية

الموارد البشرية، 2018، ص58

لقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الالكترونية كالتالي :

يعرفها محمود علم الدين بأنها: " تلك الصحافة التي تستعين بالحاسب في عمليات الإنتاج والنشر الالكترونية ، بالرغم من أن هذا التعريف جاء قبل أن تظهر الصحافة الالكترونية، إلا أنه يتنبأ بظهور نوع جديد من الصحافة تقوم على الكمبيوتر في شتى عملياتها، من الإعداد إلى الإنتاج إلى التحرير، التوضيب حتى الوصول إلى إخراجها من خلال الأوعية الالكترونية .

ويعرفها سعيد الغريب النجار بأنها: تلك التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصدارات الكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة الكترونية ليست لها إصدارة مطبوعة ورقية، سواء

4.2 بيئة عمل الصحافة الإلكترونية¹ فرصا كبيرة للوصول عبر الشبكة الدولية للمعلومات الى مختلف أنحاء العالم متجاوزة الحدود الجغرافية وتتسم الصحافة الإلكترونية بالكلفة الأقل، حيث ان كلفة إنشاء موقع الكتروني للصحيفة أقل من كلفة إنشاء صحيفة، كما أن جمهورها يمتاز بأن تعليمه أعلى نسبيا من جمهور الصحف الورقية بحكم ما تحتاجه الطبيعة التقنية لها. كما ان الصحافة الالكترونية تستقطب الشباب بسبب طبيعته المتجددة والمتطورة، للصحيفة الإلكترونية سمات تشكل عاملا " مهما " في جذب المتصفحين الشباب وهي سمة التفاعلية وابداء الرأي سواء بالتعليق أو النقد أو استطلاعات الرأي العام التي توفرها مواقع الصحف الالكترونية. ومع ازدياد اتجاه المجتمع نحو الانترنت كمصدر للمعلومات في جميع أنشطة الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، أصبحت وسائل الإعلام هي الأخرى الكترونية وظهرت الصحافة الالكترونية واحدة من الأشكال الإعلامية التي تعاملت مع هذه التقنية الجديدة وسماتها المتطورة، وطبقا لما نشره الباحث الأمريكي (مارك ديويوز) حول تاريخ الصحافة الالكترونية فان أول صحيفة الكترونية ظهرت في الولايات المتحدة على الأنترنت كانت (شيكاجو تريبيون) (عام ١٩٩٢م) ، وتوالى ظهور المواقع الاخبارية والصحفية على الأنترنت، وتعتبر صحيفة (الشرق الأوسط) أول صحيفة عربية ظهرت على الانترنت في كانون الاول ١٩٩٥م، في حين تعتبر صحيفة(الجزيرة) أول صحيفة سعودية تطلق نسختها الالكترونية على الانترنت في نيسان ١٩٩٧م).

يمكننا القول بأن الصحافة الالكترونية لا تختلف من حيث المفاهيم والمضامين والأهداف عن الصحافة الورقية الا ان الاولى تستخدم وسيطا جديدا ألكترونيا قادرا على تقديم المادة المقروءة والمصورة مدعمة بالصوت والحركة

¹ موسى ، إنتصار رسمي . "الصحافة الإلكترونية : تغير و تحول مراحل و أنظمة تصميم و إنتاج الصحف و النشر الإلكتروني" الاتصال و التنمية. 2014، ع11، ص46

بطريقة مميزة وجذابة تشد القارئ إليها، كما أنها أتاحت للإعلاميين فرصة أكبر في نشر مواد لا تتحدد بمساحة معينة كالصحف الورقية بسبب اعتمادها على مساحات تخزين إلكترونية وفورت للقارئ فرصا للاستزادة من المعلومات التي يرغب فيها حيث بإمكان الصحيفة الإلكترونية نشر وفرة من المعلومات والتفاصيل باستخدام ميزة الروابط التشعبية Hyper Links والتي بمجرد النقر عليها تقود القارئ الى تفاصيل معمقة للموضوع أو مواضيع أخرى في صفحات أخرى. و نستطيع القول ان الصحف العربية الإلكترونية تعتمد في نشرها الشبكي على ثلاث تقنيات هي :

١- تقنية العرض كصورة: IMAGE وهو يتيح هذا النمط نقل صورة شكلية مصمته للصحيفة الورقية الى موقعها على الأنترنت

٢- تقنية النص المحمول (PDF) (PORTABLE DOCUMENT FORMAT)

ويتيح هذا النمط نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية .

٣- تقنية النصوص الفائقة: Hyper Text Mark Up Format

ويتيح هذا النمط وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفاد من إمكانات الأنترنت في الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو و استخدام الوسائط المتعددة. صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بما طالما أنها تصدر كانت بشكل منتظم"

هذا التعريف يركز على تعريف الصحافة الإلكترونية استنادا إلى تقسيمها لنوعين هما النسخة الإلكترونية للصحيفة الورقية، وكذا الصحيفة الإلكترونية المحضة .

4.3- مميزات الصحافة الإلكترونية :

تتسم الصحافة الإلكترونية عن مثيلتها الورقية بعدة خصائص أهمها:

- التفاعلية¹: وهي نوعان: "اتصال تفاعلي مباشر كمشاركة القراءة في غرف الحوار وخدمة المراسل التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحافة ومحريها ومراسليها وكذا اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الإلكتروني، والاستفتاءات أو القوائم البريدية، ويقصد بذلك أن الصحافة الإلكترونية ليست بثا أحاديا وتلقيا إجباريا، ولكنه ذو صبغة تفاعلية يختار فيها الملتقي احتياجاته ويشارك في الوقت ذاته في الرأي والبت، وهذا التواصل يكون عن طريق فتح باب التعليقات أو النقد وتوجيه الأسئلة، مما يساعد على تحسين مواطن القوة ومواطن الضعف في النص المنشور، كما تتيح هذه الخاصية للصحفيين تكوين علاقات جديدة تفاعلية مع صحفيين آخرين في بقاع جغرافية متعددة عبر البريد الإلكتروني .

- الديناميكية: فالصحافة الإلكترونية ليست ساكنة، وهذه الطبيعة الديناميكية هي التي تيسر إمكانية استخدام تقنية الهيرتكست (Hypertexte)، وهو نظام تقديم للنص يستطيع منه المستفيد أن يكون حرا في توجيه حركيته بطريقة تكون منطقية له بدلا من أن يكون محصورا في الشكل التساهلي المنطقي للكاتب، أي أن القارئ حسب عماد مكاوي يستطيع القفز قفزات سريعة من مكان لآخر في النص إلى آخر عن طريق روابط لينكس (Links).

- المباشرة والتحديث المستمر: يقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية Online، تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات وينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالانترنت التي تعد المباشرة والفورية أحد سماتها .

- الشبوع والانتشار: " أي أنه يخلق مساحات جديدة للنشر، فوجود الصحافة الإلكترونية يخلق مساحات جديدة للناشرين والمؤلفين معا، وذلك عن طريق إزالة الحدود الجغرافية، بحيث أن الصحافة الإلكترونية تدخل بقوة في مجال الدولية متجاوزة المحلية والإقليمية " أي أن سرعة وسهولة نشر المواد الكترونيا مقارنة بالطريقة التقليدية ساهم في انتشار الصحيفة الإلكترونية وشبوعها لدى مستخدم الانترنت بحيث تتم عملية النشر بسرعة كبيرة مقارنة بالوقت الذي يأخذه نشر وتوزيع الورقية .

- تعدد خيارات التصفح²: حيث أدى تعدد مجالات النشر الإلكتروني إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها وضائق اهتماماتها . ما تتطلع إليه من خدمات إخبارية ومعلوماتية إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد

¹ مسعودان نسبمة، الصحافة الإلكترونية، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص60

² نفس المرجع، ص64

تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقا لما تطلب، وهي التي يطلق عليها News Paper on demand

وانطلاقا من هذه الميزات التي تتسم بها الصحافة الالكترونية، يمكن استنتاج بعض الفروق الموجودة بين الصحيفة الالكترونية والصحيفة الورقية وهي :

- معظم الصحف الالكترونية متاحة للقارئ بالمجان عكس الصحيفة الورقية التي يحتاج القارئ لشرائها أو الاشتراك بها إمكانية تصحيح الأخطاء المطبعية بكل سهولة بعكس الورقية التي لا يمكن التصحيح فيها بعد النشر

- الصحيفة الورقية تعتمد في انتشارها على قوة شركات التوزيع وقد لا تصل إلى بعض البلدان لأسباب متعددة بينما الالكترونية تصل إلى كل أنحاء العالم بكل مرونة .

- حققت الصحافة الالكترونية إمكانيات النقل الفوري للخبر ومتابعة تطوراته وتعديل نصوصه في أي وقت دون انتظار حلول اليوم التالي.

- يتطلب البث الالكتروني للصحف عبر شبكة الانترنت إمكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية .

بمعنى أن الصحف الالكترونية تستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق والعدد الكبير من الموظفين والمحربين، وبالتالي أمكن إصدار صحف الكترونية بإمكانات محدودة يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، لكن الأمر يتطلب بالطبع توفير تقنية الانترنت ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات في البلد .

الصحافة الالكترونية توفر فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية وتعتمد بعض الصحف إلى بيع معلومات أرشيفها الالكتروني بينما تنشر نسختها اليومية مجانا . عكس الصحف الورقية التي يكون دوما أرشيفها معرض للتلف وغير قابل للحفظ مدة طويلة نظرا لطبيعتها الورقية .

لا توجد مشكلة في المساحة في الصحافة الالكترونية حتى تختصر الموضوع، حيث يحدث أحيانا في الصحف الورقية وهذا راجع لتقنية النص الفائق". يكون ذلك بتناول النص وبيان شتى أنواع العلاقات بين أجزاءه وبين النص ذاته

والنصوص الأخرى، فبواسطته يمكن أن ترفق الصحيفة على الخط بالعديد من الملاحق التي لا يمكن نشرها في الصحيفة الورقية تبعاً لنفس العقبات، وعلى فان حجم المعلومات التي توفرها الصحيفة الإلكترونية أهم بكثير مما توفره الصحيفة الورقية .

- تقدم الصحف الورقية خدمة التغطية الصحفية العادية وبشكل واحد . بينما تقدمها الصحف الإلكترونية في عدة أشكال وهي :

التغطية الصحفية الفورية .

التغطية الصحفية الحية .

التغطية الصحفية المتعمقة¹ (حيث تعالج عدد من المواقع موضوعاً واحداً بزوايا متعددة ويوجد العديد من الروابط التي تحيل المستخدم إلى مصادر ووثائق متعمقة حول موضوع واحد) .

التغطية الصحفية التفاعلية .

التغطية الصحفية الرقمية (حيث توفر العديد من المواد الصحفية المعالجة بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام.

التغطية الصحفية متعددة الوسائط (وذلك بعرض المادة الصحفية مصحوبة بوسائط أخرى غير النص مثل الصوت والصورة والألوان) .

التغطية الصحفية الذاتية (حيث يستطيع الصحفي القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده) .

التغطية الصحفية المستمرة .

5 - أنواع الصحف الإلكترونية :

يمكن تقسيم الصحافة الإلكترونية وفقاً لعدد من الاعتبارات :

-أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه وهي تنقسم إلى :

¹مسعودان نسيمه، الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية ، مرجع سبق ذكره ، ص65

(أ) الصحافة الورقية بدعامتها الالكترونية : هذا النوع من الصحافة هم ما نطلق عليه الصحافة على الخط أو الصحافة الالكترونية المكملة نظرا لطبيعة الوظيفة المنوطة بالانترنت تجاه الصحيفة الورقية وهو "نشر الصحيفة الكترونيا وعلى أساسه تقوم صحيفة معينة بوضع مضمونها على شبكة الواب بإصدار يومي منتظم بالنسبة لليوميات أو الأسبوعيات (10) وتكون إما :

- صحف الكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني، بالمحافظة على نفس المضمون من خلال نقل نفس المواضيع ونفس المعالجة الإخبارية، بنفس الخط الافتتاحي لها ورقيا، ويتم عرضها في صفحاتها الأولى .

والتي هي نفسها التي تكون في واجهات المحلات والأكشاك مع اختلاف في التسميات،النشر بدل التوزيع والقارئ العادي أصبح يطلق عليه المستعمل ، كما أن طبيعة العلاقة بين الصحيفة وبين القارئ باتت تفاعلية حية .

- صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي فقط .

(ب) الصحافة الالكترونية المحضة (المستقلة) : وهي الأخرى توجد في صورتين :

- صحف الكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة " و يتمتع " هذا النوع من الصحافة الالكترونية المحضة بجهاز إداري وتنظيمي وفرق عمل تقنية وطاقم صحفيين ومراسلين، بعبارة مختصرة مؤسسة صحفية تستغني عن عمليتي الطبع والتوزيع، وتستبدلها بالنشر الالكتروني . وهي شركة لها مخرجات من دفع استحقاقات كراء المقر، دفع الكهرباء ومنح أجور العمال والصحفيين وتوفير أجهزة كمبيوتر شخصية ودفع اشتراكات الانترنت، أما المدخلات فلقد كانت شبه منعدمة إلى أن تعززت بفكرة الإشهار الالكترونية هنا بالجزائر أصدر عشرة صحفيين جزائريين صحيفة باسم الجيريا . باللغة الفرنسية والانجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الانترنت ودون الحاجة إلى أموال كثيرة ومقر . ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الانترنت .

- صحف الكترونية لها إصدار مطبوع¹ ولكنها لا تشترك معه في محتواه ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية

¹ مسعودان نسيمة، الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية ، مرجع سبق ذكره،ص65

- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع : وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الانترنت وتنقسم إلى أربعة أنواع :

الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (GIF)، والذي يتبع نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الانترنت ، هي تقنية غير جديدة إضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية مثل معظم الصحف الإلكترونية الموجودة بالجزائر .

الصحف الإلكترونية التي تستخدم النص المحمول PDF هي تلك التي تتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية " وتعمل تقنية PDF على تنسيق الصفحة الذي وضعه مصمم الوثيقة أصلا أثناء تصميمه لوثيقته، كما أن ملفات PDF لا يتم إعادة تنسيقها من قبل القارئ عن طريق برنامج التصفح كما أن القارئ لا يمكن له أن يغير الخطوط التي يجويها ملف PDF، وهذا الأمر ضروري في مجال النشر والتصميم". من أمثلة هذا النوع من الجرائد الإلكترونية جريدة السفير اللبنانية .

-الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق : وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ويستفيد من إمكانيات الانترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص .

- الصحف الإلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين .

6: القضايا والرهانات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية في الوسط الإعلامي¹ :

إن الصحيفة الإلكترونية التي يتزايد حضورها ويتسع كل يوم على صعيد العالم، تفرض نمطا مهينا جديدا في كل شيء، بدءا من التحرير و انتهاءا بالوصول إلى القارئ ورجع الصدى الصادر عنه، وبالرغم من أن الصحف التقليدية مازالت تتسيد الساحة المهنية وتشهد ذروة ازدهارها منذ ظهور أول صحيفة قبل عدة قرون، إلا أن كل ذلك لا يمنع التساؤل الملح حول حجم تأثير الصحيفة الإلكترونية على القراء من خلال معرفة طبيعة العلاقة بينها وبين الصحيفة الورقية وكذا تمويلها وطبيعة الكتابة فيها ورهانات وقضايا أخرى سنسلط الضوء عليها في هذه النقطة .

¹مرعي مذكور. الصحافة. دار النشر للجامعات، 2013، ص 113

- طبيعة علاقة الصحافة الإلكترونية بالصحافة المطبوعة :

1.6 مآزق الصحافة التقليدية في مواجهة الصحافة الإلكترونية¹:

اشتدت حدة المنافسة على الجمهور في السنوات الأخيرة من جانب الصحافة الورقية من جهة، ومن جانب الصحافة الإلكترونية والمستحدثات التقنية على شبكة الإنترنت من جهة أخرى، حيث أصبحت التقنيات الحديثة على الإنترنت رمزا للحرية والفورية والاندماج والتفاعلية، وغيرها . ومن هنا أصبحت الصحافة التقليدية الورقية على اختلاف أنماطها وتوجهاتها، وتنوع وتعدد جماهيرها، تواجه عدة مآزق خطيرة، من أهمها ما يلي :

- التماثل الإعلامي في عدد كبير من هذه الصحف؛ وهو التماثل الذي نتج عن تشابه المصادر، وبالتالي تماثل المنتج الصحفي، الأمر الذي أدخل الصحافة دوامة ما يمكن تسميته السياق الإعلامي العام، الذي يستكفي فيه القارئ بمطالعة صحيفة قومية واحدة، وأخرى خاصة أو حزبية ، طبقا لاهتماماته وتجزئاته السياسية، وهو ما يجعل الصحيفة مطالبة بالتمييز عبر تفردا بمجموعة من المراسلين الخاصين بها ، وكذلك مجموعة الكتب المصاحفين الأكفاء في مجالاتهم ،الذين تستكتبهم المطبوعة بشأنها، إضافة إلى استحداث طرائق جديدة للكتابة على النحو الذي استحدثته جريدة الدستور عند صدورها

- وجود صحف عربية وأجنبية متعددة ومتنوعة متاحة أمام القارئ في أية دولة من العالم، تطبع وتوزع بالتزامن مع الصحف الوطنية، وتزاحم هذه الصحف الوطنية، وتأخذ بعض قرائها، ومن هذه الصحف التي تصدر لها طبعات في القاهرة* صحيفة Daily Star ، وصحيفة International Herald Tribune .

- ظهور وانتشار الصحافة الإلكترونية؛ إما في صورة نسخ إلكترونية للصحف الورقية أو صحف إلكترونية تأسست على شبكة الإنترنت دون أصل ورقي لها ، كصحف إلكترونية صدرت لهذا الغرض. وتعد صحيفة المراسل أول صحيفة عربية يتم إعداد مادتها التحريرية والإعلانية بغرض النشر الإلكتروني على شبكة الإنترنت دون نسخة ورقية، وهي صحيفة إلكترونية بدأت أسبوعية في الثاني عشر من أغسطس 1997م

ثم توالى الصحف الإلكترونية العربية التي من أهمها صحيفة إيلاف التي أطلقها عثمان العمير رئيس التحرير الأسبق لصحيفة الشرق الأوسط السعودية؛ ال قامت بتحديثها وتطويرها في 4/4/2002م، ويعمل العمير على إصدارها- أيضا- كصحيفة ورقية تطبع في عدة عواصم عربية، وقد نجحت هذه الصحيفة الإلكترونية،

¹مرعي مذكور. الصحافة. دار النشر للجامعات، 2013، ص 114

وأصبح لها مراسلوها في عدد من دول العالم، وكذلك قيام الشركة السعودية للأبحاث والتسويق بإطلاق جريدة إلكترونية موجهة للمرأة من مدينة دبي، ابتداء من 2005 /3/8م باسم أنصاف، إضافة إلى مواقعها الخاصة بمجلات المرأة: سيدتي، والجميلة www.ansaf.com

- المنافسة الشديدة على الجمهور من جانب القنوات الفضائية، حيث يستطيع المشاهد المصري حاليا مشاهدة 987 قناة فضائية مصرية وعربية وأجنبية، كما تستقطب هذه القنوات جانبا كبيرا من الإعلانات التي كانت تذهب إلى الصحف².

- جاذبية المستحدثات التقنية على شبكة الإنترنت ومنها، ما يطلق عليها صحافة المواطن الموجودة على مدى 24 ساعة يوميا على مدى الأسبوع، وتلغي عوامل الحدود والجغرافيا والزمن الدخول إليها متاح في كل وقت ومن أي مكان في العالم، وتتخلص إلى حد كبير من الرقابة رغم قيام دول غربية وعربية متعددة باختراق مواقع الإنترنت، وتطبيق أشكال رقابية عليها؛ بهدف الحد من حرية التعبير عبرها، وتقييد وصول الناس إليها

- لا تعاني هذه المواقع من قيود اللغة والتكلفة المادية¹ وغيرها، بجانب سهولة التنقل بين المواقع الخاصة بالصحف وبنوك المعلومات الأرشيف، والمجموعات، البريدية واستخدام الوسائط المتعددة من ملفات صوت، ومواد فيد، وي وعناصر جرافيكية تفاعلية، وصور ووثائق.. إلخ. وكذلك المنتديات الحوارية، وإذاعات الإنترنت مثل إذاعة صوت العراق، وإذاعة NBN، والإذاعات المحلية التي تخدم أحياء ومناطق صغيرة جد، وتقوم بحل مشكلات هذه التجمعات، أو رفعها إلى المسؤولين لحلها، وأيضا إمكانية الحصول على النصوص الكاملة لبعض البرامج Full Tex Transcript إلى صحافة Bloggers على الإنترنت، التي انتشرت مع الحرب الأمريكية ضد العراق بمبادرات من نشطاء معارضة هذه الحرب، ثم تطورت لتقدم قصصا وتعليقات حية على الأحداث من جانب خبراء واختصاصيين في الصحافة.

- الخدمات الإعلامية على الهاتف المحمول، منها بث حي للقنوات الفضائية، وخدمات وكالات الأنباء للمشاركين والإيميل بسرعات عالية، ووصولاً إلى قيام شركة فنلندية لخدمات المحمول بإنشاء محطة تلفزيونية، يستطيع أي شخص أن يبث عليها أية مواد عن طريق المحمول، فيما سمي بصحافة المواطنين، والخدمات الخاصة على الإنترنت أيضا- عن طريق الاشتراكات مباريات - أفلام.. إلخ.

¹مرعي مذكور. الصحافة. دار النشر للجامعات، 2013 ص 114

- الصحافة المجانية التي بدأت في الانتشار في أوروبا بشكل كبير، وبخاصة في العقد الأخير من القرن العشرين بظهور صحف إخبارية مجانية، توزع على ركاب قطارات الأنفاق المترو4، وفي المواصلات العامة الأخرى، ومحطات القطارات، والمطارات، والفنادق، والميادين العامة، وفي أماكن التجمعات الأخرى، ثم انتشر هذا النمط من الصحافة في العالم، حيث يتم تمويلها من الإعلانات، وإن كانت الفكرة في البلاد العربية قد حولت هذا النمط المهم إلى مجرد مطبوعات تجارية تتضمن إعلانات فقط، مثل: الوسيط، وبدون وسيط، وواصل.. إلخ، حتى صدرت صحيفة 24 ساعة المجانية، الصادرة من شركة المتحدون للصحافة والطباعة والنشر، كصحيفة، وليست مطبوعة تجارية، ولكنها فشلت وأصبحت تباع بسعر 50 قرشا للنسخة، وهناك مشروع لصحف مجانية أخرى قيد الصدور في مصر .

وقد أدت منافسة الصحافة الورقية المجانية للصحافة المدفوعة- ورقية أو إلكترونية إلى قيام دور الصحف في الخارج بتوزيع عدد من النسخ المجانية من مطبوعاتها في أماكن التجمعات: فنادق /مطارات /مستشفيات.. إلخ؛ للترويج لها على غرار الصحافة المجانية .

وقد أدت العوامل السابقة جميعها- بشكل أو بآخر- إلى تقليص جزء من إعلانات الصحافة الورقية المدفوعة، لصالح الوسائل الحديثة الأخرى، التي تمنح أفراد الجمهور تحكما انتقائيا في نوع المواد التي يختارونها، ويشاركون في إنتاجها في بعض الأحيان،

-طريق التواصل المتبادل للجمهور مع القائم بالاتصال، مما جعل الصحافة الورقية التقليدية تعاني معاناة شديدة توزيعا وماليا .

6.2- جهود الصحافة التقليدية للصدوم في مجال المنافسة :

أخذت الصحافة الورقية التقليدية عدة مساقات للصدوم في مضمار السباق والبقاء في مجال المنافسة؛ وذلك عن طريق ما يلي :

- تخلي الصحف الورقية عن القوالب والأشكال الصحفية التقليدية المعروفة في الكتابة، والبحث عن ما يريده الجمهور فيها هو مردوخ Murdoch صاحب إمبراطورية الصحافة في العالم، يذكر في كلمة بعنوان : My media vision أمام جمعية المحررين الصحفيين الأمريكيين أنه: لا بد من ضرورة نقل الأخبار في الشكل الذي يريده المستهلكون وأنه على أصحاب الصحف التخلي عن الأحكام المسبقة، والبدء بالتفكير حسب متطلبات القراء5،

وقد استحدثت بالفعل أنماط جديدة من الكتابة الصحفية على مستوى الشكل، والمضمون، ابتداء من الخبر الذي لم يعد مجرداً، ووصولاً إلى الحملات الصحفية، ومن هذه

3.6 اتجاهات الجديدة ما يلي :

*المقال المستطرد أو المسترسل narrative article، الذي أدخله مُجدِّد حسنين هيكل مؤخراً إلى الصحافة العربية، بعد أن شاع في الصحافة الأجنبية؛ بهدف أن تقدم الصحافة ما وراء الكلمة، وتغوص في الأعماق، ابتداء من البعد التاريخي، مروراً بالواقع التحليلي، ووصولاً إلى رؤية استشرافية للمستقبل 6. ويأخذ هذا النمط من المقالات مساحة كبيرة قد تصل إلى الصفحتين من القطع العادي للصحيفة؛ ويتضمن الخبر والتحليل والحوار واللقاء ووجهة النظر... إلخ .

*المقالات التي تأخذ شكل قصيدة النثر، وتجمع بين الشعر والحكمة والتاريخ والخبر والرأي، وأول من ابتدعها في الصحافة العربية المعاصرة الصحفي والكاتب غسان الإمام منذ منتصف الثمانينيات في القرن الماضي، في مقاله الذي استمر ينشره على مدى سنوات بعنوان: أصداف وآلئ في صحيفة الشرق الأوسط، وقد شاع هذا النمط من الكتابات الصحفية المستحدثة في أغلب الصحف والمجلات العربية العامة والمتخصصة،

اتجاه بعض المؤسسات الصحفية إلى الاندماج، أو عقد اتفاقيات مع مؤسسات أخرى في مجال الطباعة والإعلان والتوزيع والإعلام الإلكتروني؛ ابتداء من الاستفادة من الخدمات الصحفية في مجال الكتابة مثلما تتعاون مؤسسة أخبار اليوم المصرية؛ للحصول على خدمات صحفية من صحف أجنبية تنشرها بالتزامن مع هذه الصحف، وكذلك اتفاق المؤسسة نفسها مع خدمة نيت ريدير تريبيون K.R.T Direct؛ للحصول على خدمة صحفية تشمل خدمة إخبارية متميزة، ورسوماً توضيحية، وموضوعات للأطفال، حيث تستفيد من خدمات كبريات الصحف في العالم، واتفاق المؤسسة نفسها لطبع وتوزيع النسخة العربية من

صحيفة¹ Le Monde Diplomatique مجانا مع صحيفة الأخبار صباح الجمعة الأولى من كل شهر، وقد أوقفت نشر هذه الطبعة وبدأت الأهرام تنشرها، ووصولاً إلى التعاون الأكبر في مجالات متعددة، مثلما فعلت المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق، التي تنشر 16 مطبوعة عامة ونوعية ومتخصصة، ولديها شركات للتوزيع والإعلام الورقي، والإعلام الإلكتروني، والعلاقات العامة... إلخ، بتعاونها مع مؤسسات متخصصة، مثل: خدمة

¹مرعي مذكور. الصحافة. دار النشر للجامعات، 2013. ص 121

جامعة هارفارد الطبية¹²؛ للاستفادة من الدراسات الطبية التي تنجزها الجامعة، وتقديمها ما يناسبها على صفحات مطبوعات المجموعة، واتفاقها مع شركة Multi Map؛ للاستفادة من إنتاجها الخرائط الجوية والأرضية Accu Weather عن حالة الجو التي أصبحت تقدمها في نشرالشرق الأوسط يوميا في صفحة كاملة متميزة¹³ بالكلمة والشرح التفصيلي والرسم التوضيحي لها .

قيام صحف بالسعي المستمر للتأكد من جودة المادة الصحفية المقدمة على صفحاتها من حيث: انقرايتها مدى سهولة القراءة وجودتها، ودقتها، وموضوعيتها، وأخلاقياتها، ومصداقيتها، وذلك بعدة إجراءات منها :

- تخصيص زاوية يومية داخل الصحيفة بعنوان: تصويبات كتقليد مهني لتحسين الأداء، وليس لمجرد تجنب الدعاوى القضائية والمسئوليات القانونية¹⁴ ، كما تشير إلى ذلك Nenine Gatmam رئيسة تحرير صحيفة Portland Press Herald في ولاية أوريجون، ضمن بحث قدمته في ندوة عن الموضوع نفسه في معهد بوين؛ تر إذ إن اعتراف صحيفة بأخطائها، ونشر تصويبات- في العدد التالي مباشرة- لهذه الأخطاء، إنما يعطي مصداقية وموثوقية للصحيفة، وقد بدأت التجربة صحيفة The Guardian البريطانية في عام 1977 م، وتبعتها عدة صحف في العالم، منها صحيفة الشرق الأوسط، التي تنشر هذه الزاوية يوميا على صفحاتها الثانية في طبعاتها المتعددة، وفي مصر اتبعت هذا الأسلوب كل من المصري اليوم الخاصة، وصحيفة القاهرة الحكومية التي تصدر عن وزارة الثقافة .

- قيام صحف ومجلات بتعيين مراقب صحافي Ombudsman من كبار الصحفيين الأكفاء- من داخلها أو من خارجها؛- ليكون مسيء ولا عن شكاوى القراء ضد الصحيفة ، ومدى نزاتها وحياد العاملين فيها بما فيهم رئيس التحرير نفسه، ويكتب هذا المراقب عمودا في الصحيفة أو المجلة ينتقد فيه المطبوعة حال ارتكابها أخطاء مهنية أو أخلاقية؛ وذلك بهدف التأكد من أن الصحيفة لا تجري وراء الإثارة، وتلتزم بتقديم عمل صحفي مقروء وجاد ومفيد

-تطلق بعض الصحف على القائم بهذه الوظيفة السويد في عام 1809م بافتتاح أول مكتب لمراقبة الحكومة واستلام شكاوى المواطنين مسمى: المراقب الصحافي، أو محرر العامة، أو محامي القراء.. إلخ، وقد بدأت الفكرة في والتحقيق فيها، ثم شهدت اليابان أول مكتب مراقبة صحفية في صحيفة Asahi Shimbun، التي شكلت لجنة لاستلام شكاوى القراء ضد الجريدة وليس تعليقاتهم على ما ينشر فيها، وانتشرت الفكرة في الولايات المتحدة الأمريكية منذ انتقالها إليها في عام 1967 م، عندما تم تعيين أول مراقب

Ombudsman لجريدة Carrier Journa

خلفية عن تكنولوجيا الوسائط المتعددة¹

إن الحديث عن الاتصال وتقنياته المتطورة والحديثة من منظور أكاديمي علمي دقيق يحتم أولاً تحديد في أي مستوى يقع الاتصال المعنى بالبحث، فهناك من الباحثين من يتحدث عن الاتصال وفق أربعة مستويات تحليلية هي:

- مستوى الممارسات الفعلية: ويتجسد في ممارسة كل فرد للاتصال في حياته اليومية.

- ومستوى التقنيات المستخدمة في هذه الممارسات، ومستوى النظريات التي تعتمد عليها هذه النظريات وفي هذا المبحث سيتم التركيز على المستوى الثاني من مستويات الاتصال التحليلية وهو مستوى التقنيات المستخدمة في الاتصال التي تعد بمثابة الدعائم التي طورت عبر التاريخ الإنساني والنتائج المادي للإبداعات التقنية ويتجسد في تكنولوجيا الوسائط المتعددة .

-يتوافق هذا التطور في وسائل الإعلام القديمة مع الوسائط المتعددة التي جاءت بها التكنولوجيا الحديثة إذ تعد تكنولوجيا الوسائط المتعددة من أبرز ملامح الثورة الرقمية، ذات الارتباط الوثيق بالحاسب الآلي والوسائط الإلكترونية، ومفهوم الوسائط المتعددة من المفاهيم ذات الصلة الوثيقة بمجريات الحياة العصرية على جميع الأصعدة والمجالات، فهي توليفة متكاملة ومتفاعلة من النصوص والصور والرسوم الثابتة والمتحركة تخاطب جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية وتعتمد على عرض النص مصحوباً بالصوت ولقطات الفيديو الحية والصور

7- الصحافة الإلكترونية مكملة للصحافة الورقية :

أصحاب هذا الاتجاه ينطلقون من فكرة أن الصحافة الإلكترونية ما هي إلا دعامة الكترونية تعتمد الصحافة الإلكترونية عليها لتتمة عملية توزيعها من خلال النشر الإلكتروني، ربحاً للوقت والجهد والوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء .

ويتوقع أصحاب هذا الاتجاه أن تسير الصحافة الورقية مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من شبكة الانترنت سواء في عمليات التحرير أو الاتصالات أو في النشر لأعداد من

¹صفاء محمد خليل أبو جلوب ، ،توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي عينة من الصحف السودانية،2016 ، ص123

الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة. هذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو والتي يزداد فيها استخدام الحواسيب الآلية .

إن الصحافة الورقية تتمتع بالطابع الملموس الذي له أثر كبير على نفسية القارئ، لذلك فهي لم تفقد نشاطها ولا تخشى من منافسة الصحافة الإلكترونية والدليل على أنها غير مهددة بالزوال ما يلي :

- لم يقل الطلب على ورق طباعة الصحف بدليل ارتفاع أسعاره لزيادة الطلب عليه ، حيث تقدر الزيادة السنوية المالية الحالية على طلب ورق طباعة الصحف بحوالي 3% لو اطلعنا على ما يجري بالمصانع المنتجة لآلات طباعة الصحف لوجدنا استثمارات كبيرة في الأبحاث للوصول الى معدات متطورة ترتفع فيها الإمكانيات والسرعة وجودة الطباعة الملونة .

- كما أن الإقبال على الصحيفة الورقية يزداد لارتباطها بعوامل خاصة بكل بلد وكل مجتمع وعليه فان الصحافة المكتوبة يجب عليها استغلال أي تطور تكنولوجي حتى تحقق الرواج والانتشار وبالتالي تكون هذه التقنية بمثابة السند لها .

7.1- الصحافة الإلكترونية منافسة للصحافة الورقية¹ :

في إطار الجدل القائم حول العلاقة بين الصحافة الورقية والإلكترونية ذهب الكثيرون الى الحديث عن انقراض الصحيفة الورقية الى أن عبر احد علماء المستقبل الأمريكيين بقوله إننا على المدى الطويل سوف نصبح دون ورق بالطريقة نفسها التي أصبحنا فيها دون خيول ويذهب أصحاب هذه النظرة في تبرير أفكارهم الى الحديث عن الامتداد المنطقي للتاريخ الطويل للاتصال فمثلما استعملت جلود الغزلان وأوراق البردي بعد أمد طويل من النقش على الحجر في الكهوف لا بد أن تحل بكل تأكيد وسائط أخرى محل الورق هذا الأخير "الذي لم يعد الوسيط الأمثل لحفظ المعلومات ... فهو وسيط استاتيكي ساكن لا ينبض بالحياة يقتصر على الكلمات والصور وهذا المزيج من الكلمات والصور في أفضل حالاته ليس سوى بديلا رديء للرسائل السمعية البصرية

هذا إن دل على شيء إنما يدل على أن الورق لم يصبح قادرا على استيعاب التضخم الكبير في حجم الإنتاج الفكري الإنساني لذلك أوجب الأمر إيجاد حل لمثل هذا التضخم عن طريق "إيجاد وسائل أكثر كثافة لتخزين البيانات والمعلومات وإيجاد مداخل سريعة لهذه البيانات المخزنة تستطيع استيعاب أكثر من 75000 كتاب

¹ نسمة مسعودان ، الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية ، مرجع سبق ذكره 68

و50000 دورية ومليوني مصغر فيلمي ومليوني مادة سمعية بصرية وأعداد لا يمكن حصرها من التقارير العلمية والفنية .. وغيرها من المواد التي يتم إنتاجها كل عام"

هذا ما أدى الى تراجع وسائل الإعلام التقليدية وخصوصا الصحافة المكتوبة خلال الأربعين سنة الماضية وانطلاقا من هذا الواقع الذي يعكس تنامي واضح في تطور الصحافة الالكترونية وحسب شريف درويش اللبان يتوقع أن تقل خدمات الصحافة الورقية بشكل تدريجي ليزداد الاعتماد على الحسابات الرقمية للاستفادة من الخدمات الصحفية والإخبارية التي تقدم من خلال الانترنت أو من خلال الجرائد الالكترونية التفاعلية وذلك وصولا الى ما يطلق عليه اسم الجريدة تحت الطلب مع العلم بأن عدد الصحف على الانترنت ازداد بشكل ملفت للانتباه ويقدر معدل هذا التزايد بـ 1500 صحيفة سنويا .

وفي إطار هذا السيناريو ستأخذ الصحف الالكترونية في المستقبل شكلا آخر غير الشكل الحالي الذي نراه على شاشات الحاسب الآلي حيث يتوقع "روجر فيلدر" أحد خبراء مؤسسة نايت رايدر الأمريكية أن تكون جريدة المستقبل مطبوعة الكترونية تمزج المظهر التقليدي للجريدة المطبوعة بالحركة الكاملة التي تعطيها الوسائط المتعددة من لقطات الفيديو والصوت بحيث يتم استرجاعها على جهاز عرضي محمول بحجم المجلة يطلق عليه القرص الإخباري وبالتالي سيصبح إصدار الجريدة الورقية صفويا ومحدودا مثل الأسطوانات التقليدية والفونوغراف أو الذهاب إلي دور السينما الآن بينما تزدهر الجرائد الالكترونية الفورية على شاشات الحاسبات الالكترونية تمهيدا لاختفاء شكل الجريدة التقليدي، وظهور الجرائد التي يحدد الشخص محتوياتها بنفسه

بمعنى أن إصدار الجريدة الورقية أصبح تدريجيا محدودا في الوقت الذي ازدهرت فيه الجرائد الالكترونية تمهيدا لظهور صحف جديدة تجسد مبادئ جريدة القراء، أين قارئ الحرية الشاملة في تحديد محتويات الصحيفة بنفسه ولا يتوقع ازدهار هذا السيناريو إلا في مجتمعات تجاوزت مرحلة مجتمع المعلومات، الى مجتمع ما بعد المعلومات، أو الافتراضي وهذا ما لم يتحقق في مجتمع كالمجتمع الجزائري .

وفي هذا الصدد يتوقع الكاتب أحمد شبلول في كتابه ثورة النشر الالكتروني أنه وقريبا جدا وبالتحديد في عام 2010 تختفي الصحف الورقية، والأكشاك التي تباعها في الشوارع لتحل محلها أكشاك الكترونية يمكن للقارئ أن يقتني منها صحيفة الكترونية .

ويبرر أصحاب هذا الاتجاه تفوق الصحافة الإلكترونية على الورقية بعدة حجج منها¹ :

- أن الصحافة الورقية تحتاج الى تكلفة ضخمة لإنشائها بدءا بشروط الحصول على ترخيص لفتح الصحيفة وصولا الى الإجراءات التنظيمية ومرورا بالقوانين الإعلامية التي تحد من حريتها، إضافة الى ارتفاع تكاليف الورق الذي يكبدها مشقة مالية عالية .

- مشاكل الطبع والتوزيع، نظرا لكلفتيهما الجد عالية، ففي أوروبا مثلا تحتل كل من سويسرا وفرنسا المراتب الأولى في ارتفاع تكلفة التوزيع .

- تتمتع الصحافة الإلكترونية بمميزات تجعلها تتفوق على الورقية من بينها، محاولتها جلب انتباه القارئ عن طريق النص والصور والأشرطة الاشهارية مما يعزز الخبر لديه .

-الخبر يحتفظ بمجديته وأنايته .

-غياب مقص الرقيب .

-تدني مستوى مقروءية الصحافة الورقية للقارئ يفضل استخدام الانترنت من بيته أو عمله بدل التنقل إلى الأكشاك لشراء الجريدة وعن طريق الانترنت يوفر الجهد والمال أيضا .

-انخفاض في سحب الصحف بسبب مشاكل التوزيع .

-تراجع عدد المبيعات فقد أشار الاتحاد الدولي لناشري الصحف عن تراجع في عدد المبيعات سنة 1994.

- التأثير متوازن بينهما :

-هناك من الآراء ما ترى أن التأثير متساوي بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية وهذا راجع :

- الانترنت ستجعل من الصحافة تلعب أدوار مختلفة على كل المستويات.

¹نسمة مسعودان ، الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية ، مرجع سبق ذكره ، ص70

-الانترنت ستظهر متعاملين جدد (صحفيين الكترونيين من جمهور القراء) لنشر أفكارهم بما يسمى صحافة الهواة . و بالتالي فان كل وسيلة ستكون مستقلة عن الأخرى، لأنها ستكون جمهور خاص بها و مضامين متنوعة ومعالجة إعلامية مختلفة هي الأخرى .

- كما أن الصحف الورقية تستفيد من التقدم التكنولوجي الذي تشكل الانترنت أكبر حلقة به¹، لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم.

في الحقيقة أكدت الكثير من الدراسات في تاريخ التقنيات المكتوبة والمسموعة والمرئية، أن المستجدات التكنولوجية تراكمية، ولا أي بعد إقصائي بداخلها، فالجديد لا يلغي السابق ولا يتجاوزه، حتى وإن سلمنا بإمكانية التأثير في دوره أو التقليل من مكانته، لذلك لا يجب قراءة التطورات التكنولوجية في ميدان الإعلام والاتصال على خلفية من القطيعة أو التأثير السلبي، أو من وجود علاقات منافسة ولعل أبسط مثال على ذلك ما نشهده من انصهار بين المكتوب، المرئي والمسموع، لذلك فان الصحيفة الالكترونية تعتبر تطورا تاريخي جد منطقي للصحيفة الورقية هذا ما يجعلها أكثر مواكبة لتغيرات العصر و مستجداته.

يجب أن نقر بأنه بات من الصعب الحكم حاليا على اختفاء الصحافة الورقية كلية وعلى الحكم على طبيعة العلاقة بينها وبين الصحافة الالكترونية، وهذا راجع لحداثة هذه التجربة، غير أنه يجب أن نذكر أن تفوق الصحافة المكتوبة على الالكترونية شهدناه في بعض الأحيان : كما لاحظنا تفوق الصحافة الالكترونية على المكتوبة في أحيان أخرى، لذلك يصعب الحكم على طبيعة العلاقة بينهما من خلال ما تقدم يمكن لنا استنتاج بعض المشاكل والتحديات التي تعترض طريق الصحافة الالكترونية وهي:

- التحدي الذي يواجه الصحافة الالكترونية هو المصداقية، "فالصحف الالكترونية" التي نجحت بالفعل، إما أنها نوافذ لصحف أو مؤسسات إعلامية قائمة بذاتها ومشهورة،و أن خلفها شخصيات وهيئات معروفة أما تلك التي تصدر وأصحابها غير معروفين، فإنها لا تحظى بثقة الكثيرين ولا تلقى زيارات عديدة حتى وإن كانت تقدم خدمة جيدة".

هذا راجع لأن القراء تعودوا على القراءة لصحف معروفة وكتاب معروفين أما في الصحافة الالكترونية فهم في الغالب لا يعرفون الكتاب مما يجعل هذه الصحيفة تفقد مصداقيتها لدى القارئ .

¹ نسمة مسعودان ، الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ، ص71

أما الصحفي العامل بالصحيفة الإلكترونية في كثير من البلدان يفقد الهوية القانونية داخل الصحيفة التي يتعامل معها كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها القانونية أيضا، بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لغلغ موقعها الصحفي ومداهمته ومصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن الملتقي، وقد جاء على لسان عمر حسين، مدير تحرير موقع محيط، "بأن الصحفي يمكن أن يتعرض لملاحقات أمنية والفصل التعسفي والجزاءات المالية، والاضطهاد من رؤوسيه واستغلال صاحب العمل له، وحرمانه من أي حقوق تمنح لزميله في الصحافة الورقية دون أن يجد من يحميه . هذا راجع لأن موقع الجريدة الإلكترونية ليس خاضعا لأي قانون يحمي الصحفي العامل بهذه الصحيفة .

-عدم امتلاك إستراتيجية تسويقية واضحة لأسباب كثيرة أهمها عدم وضوح معالم سوق الانترنت بشكل يغري بضخ العديد من الاستثمارات ناهيك عن عدم إمكانية توقع جني الأرباح في عالم لم تشكل ملامحه بعد. ولعل هذه المشكلة تتعلق خصوصا بالبلدان النامية .

بالنسبة للصحف الإلكترونية العربية يرى الدكتور عماد بشير "أنها لا تحتوي إلا على المواد الصحفية المنشورة في النسخة المطبوعة، أي أنها لا يمكن أن تحقق سبقا صحفيا على توأمها المطبوع، وأن معظمها لا يعتمد على الوسائط المتعددة في تدعيم الخبر ماعدا الصورة الثابتة مع المواضيع الصحفية في عدد من هذه الصحف.

7.3- تأثير النشر الإلكتروني على معدات استهلاك الورق¹:

إن البريد الإلكتروني سوف يحد من التكاليف، كما أن أوجه التقدم المختلفة في بناء شبكات الكمبيوتر والبرمجيات سوف تقود الشركات ومؤسسات الأعمال الى مكاتب دون ورق، بالطريقة نفسها، التي أصبحنا بها دون خيول كما يقول أحد علماء المستقبل الأمريكيين، ولكن على الرغم من ذلك، فإن العصر الإلكتروني قد زاد في الحقيقة من استخدام الورق في بعض المجالات، ولحسن الحظ فإن عديدا من المجتمعات تقبل ورق طابعات الكمبيوتر لإعادة تشغيله مرة أخرى فالعصر الإلكتروني الحالي سوف يؤدي على المدى البعيد إلى وفر هائل في حجم استهلاك ورق الطباعة لأن هذا العصر ينبئ بظهور الصحيفة اللاورقية .

يعني ذلك إتاحة الفرصة لكل فرد ليتحصل على جهاز كمبيوتر شخصي يفيد به شتى أنواع المعلومات أيا كان شكلها، لكن ما نلاحظه هو أن هذه الرؤية مبالغ فيها نوعا ما وفي الواقع قد يزيد استخدام الحاسوب من معدل استهلاك الورق وذلك نظرا لوجود بعض المواد التي تحتاج للطباعة ولا نكتفي فيها بالعرض الإلكتروني، وإذا أردنا تحول التدريجي فلا بد من تغيير سلوك المستفيدين كلية عن طريق تغيير علاقتهم مع الواقع إلى واقع آخر هو الواقع

¹نسمة مسعودان ، الصحافة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره، ص 73

الافتراضي بحيث يكون التعامل في شتى مناحي الحياة مرتبط بعالم المعلوماتية، فيجب أن تظهر الحكومات و الإدارة الإلكترونية وكذا التجارة الإلكترونية، كما يجب أن يستقي أخباره ومعلوماته من الصحف الإلكترونية وهذا ما سيؤدي إلى اتساع دائرة النشر الإلكتروني، والذي سيؤدي بدوره إلى إحداث اهتزازاتفي النشر الورقي

فلاحظ مثلا "أن بعض الناشرين في أمريكا والغرب وعددهم في ازدياد مطرد قد تركوا - بالفعل - التعامل مع الورق كوسيط لنقل المعلومات والأفكار وألوان الإبداع واستخدموا بدلا من ذلك النشر الإلكتروني، ليوفر أموال طائلة كانت تصرف على نشر الورق، وما يصرف أو يخصم من نسب البيع في توزيع المطبوعات المختلفة في البلدان، وفي الوقت ذاته ستخفض تكلفة الكتاب أو المجلة بالنسبة لمستخدم جهاز الكمبيوتر في القراءة، وتزداد كمية التوزيع باتساع فرص الوصول إلى الشبكة من جانب مئات الألوف من القراء المحتملين(28) وهذا يدل على أن العالم حاليا بصدد التحول تدريجيا إلى النشر الإلكتروني .

ولعل الانتشار الكبير للانترنت والإقبال المتزايد عليها سوف يؤدي لا محالة الى فقدان الصحافة المطبوعة الى الكثير من المزايا التي تتمتع بها، والى اتجاه قراء الصحف الى الوسائط الإلكترونية كمصدر بديل، إضافة الى المعلنين مما يشدد من مسألة المنافسة بين النشر الإلكتروني والنشر الورقي .

1 - l'hypertexte وشروط اكتساب صفة الصحفي عبر الانترنت :

وستنطلق في هذه الجزئية الى ماهية النص الفائق وكيفية الكتابة الإلكترونية وشروط اكتساب صفة الصحفي .

الهيبرتكتست هو التعبير الوصفي لأحدث أشكال الكتابة الإلكترونية، وهو يشكل نصا الكترونيا يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص، والكلمة Hypertext يمكن ترجمتها حرفيا (النص الفائق)، وهي ترجمة غير معبرة عن صفات الهيبرتكتست، ولذلك آثرنا كتابتها بالحروف العربية كما تنطق في لغتها الأصلية .

ويشير مصطلح الهيبرتكتست حسب الدكتور محمود علم الدين الى الربط الديناميكي بين الأفكار أو أجزاء وفيرة من المعلومات في وثيقة مع الأفكار والأجزاء في وثائق أخرى مع السماح بسيطرة القارئ بالنسبة للمادة المدونة، إن القارئ مع هذه التقنية يكون حرا في متابعة الأفكار التي تقترن مع النص بواسطة التفريغ الى مواد ذات علاقة، أو تعتبر ذات طبعة تكميلية .

¹ نسمة مسعودان ، الصحافة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص 74

8- الأنواع الصحفية من خلال الكتابة الالكترونية :

لعل البحث في الأنواع الصحفية المعروفة، التي سيطرت على التعبير الإعلامي لعدة قرون، من خلال وسيلة إعلام جديدة كالصحافة الالكترونية قد يؤدي الى طريق مسدود و ذلك راجع لأن كل وسيلة إعلام جديدة تخلق فضاء إعلاميا جديدا خاصا بها، غير أنها تستعين بالأنواع الصحفية التي كانت تستعملها وسيلة الإعلام التي سبقتها، وتحاول أن تطورها وتكيفها مع خصوصيتها وفنائها الإعلامي الجديد، وتستحدث أنواعا جديدة أكثر استجابة لخصوصيتها التقنية هذا ما ينطبق على الصحافة الالكترونية التي استطاعت وحسب خصوصيتها التقنية أن تسمح ببلورة إحدى الأنواع الصحفية غير المنتشرة في الصحافة التقليدية على غرار الأنواع الأخرى وهي الملف الصحفي .

وتمتلك المادة الصحفية الإلكترونية قيمة تختلف كلية عن الصحافة الورقية، ففي هذه الأخيرة، يتكفل أحد الصحفيين بصياغة مادته ويحيلها إلى مسئوله المباشر لقراءتها، وترسل الى المدقق اللغوي ليصححها، وبعدها تطبع متضمنة توقيع صاحبها، خلافا للمادة في الصحيفة الالكترونية التي يتدخل عدة أشخاص في كتابتها وتعديلها وتشكيلها، بعد أن تتم الموافقة على نشرها .

هذا ما يجعل من الكتابة الالكترونية بمثابة عجيبة لينة، يعاد تشكيلها متى أراد كاتبها، لكن هذا بدوره يخلق مشكل يتمثل في عدم إمكانية معرفة أصل النص الصحفي، وأين الإضافة والتعديل، الذي أدخل عليه .

تتواجد الآن بعض التقنيات التي بدأت تفرض نفسها في الصحافة الالكترونية مثل Talkback، ويقصد بها الهامش الموجود في نهاية المادة الصحفية المنشورة، والذي يترك للقارئ قصد التعبير عن رأيه أو وجهة نظره، ولقد تزايد عدد المساهمين في التعقيب عن المواد الصحفية المنشورة على شبكة الانترنت مما رفع قيمتها، ودفع الكثير من القراء الى منحها أهمية أكبر من تلك التي يولونها الى المادة التي شكلت موضوعا للتعليق والتعقيب هذه التعقيبات طبعا تفيد الكاتب والقارئ في نفس الوقت، حيث تسمح للكاتب بإعادة النظر في موضوعاته وحتى إعادة صياغتها وفقا لطلب القارئ الذي يرضى فضوله وحاجياته .

ولعل ما يميز الكتابة في الصحافة الالكترونية إضافة الى Talkback هي Blogs أو ما يعرف بالمدونات الشخصية وقد ظهرت هذه المدونات وتكاثرت بسبب رخص تكلفتها وسهولة إنشائها عبر الانترنت .

"لكن المدونات الشخصية ليست ظاهرة جديدة ولدت بميلاد شبكة الانترنت بل كانت موجودة في الصحافة الورقية منذ عقود خلت، فالمجلات الفرنسية كانت تخصص للصحافيين والكتاب أعمدة لنشر مدوناتهم الشخصية بمناسبة سفرهم الى دول أجنبية أو قيامهم بريورتاجات".

وتدريجياً تطورت المدونات الشخصية وتحولت إلى موقع الكتروني يضم مواد متعددة، نصوص إبداعية ورؤية نقدية وفلسفية، وقراءات ذاتية للأحداث، وشهادات وتجارب فردية

9 مفهوم تكنولوجيا الوسائط المتعددة:

تعد عبارة الوسائط المتعددة من أكثر العبارات جدلاً من حيث المفهوم "MULTIMEDIA" ومن الملاحظ أن هنالك تبايناً في مفهوم ودلالات مصطلح الوسائط المتعددة إذ تذخر الأدبيات والمراجع بالعديد من المسميات للوسائط المتعددة أحياناً يطلق عليها الوسائط المتعددة وتارة الإعلام الجديد، وأخرى الوسائط المتكاملة، والوسائط الفائقة والوسائط المتعددة التفاعلية، وأحياناً الوسائط الجديدة وأحياناً الوسائط المتكاملة، ومن خلال البحث عن تعريف محدد لمصطلح الوسائط المتعددة عبر شبكة الويب والأدبيات العلمية نجد العديد من المفاهيم والتعريفات التي تتفق في معظمها على استخدام أكثر من وسيط تواصلي واحد في صياغة الرسالة، وفي استخدام الحاسوب وبرمجياته في القيام بعملية مزج الوسائط.

و تعرف الوسائط المتعددة وفقاً للبعد التقني والتطبيقات الحديثة بأنها:

جمع اثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي، بحيث يتم دمجها بما يكفي لعرضها عبر واجهة واحدة، أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة. فكلمة وسائط متعددة "ملتيميديا" (Multimedia) تتألف من شقين الأول: هو الكلمة الإنجليزية المعروفة "Mulit" أي التعدد، والشق الثاني: كلمة "Media" وتشير إلى الوسائط الفيزيائية الحاملة للمعلومات مثل الأشرطة أو الورق، والعبارة كاملة "Multimedia" تشير إلى صنف من برمجيات الحاسب الآلي والذي يوفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة مثل النص والصوت والصورة والفيديو والحركة كما تشير إلى تكامل وترابط مجموعة من الوسائط المؤتلفة في شكل من أشكال التفاعل المنظم والاعتماد المتبادل، يؤثر كل منهما في الآخر وتعمل جميعاً من أجل تحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف

9.1 المفهوم الإعلامي للوسائط المتعددة¹:

نتيجة للتطور التكنولوجي تزايد اعتماد الوسائط والمؤسسات الإعلامية على الوسائط المتعددة التي تقدم نظم إدارة المحتوى وتوفر الاستخدام الموازي لقواعد البيانات التي تشمل النصوص والصور والصوت، ما يحتم التوسع في التعليم والتدريب في برامج بيئة الوسائط الجديدة حيث يعد المدخل الأساسي إلى للتقارب في مهارات التطور التكنولوجي وقد أتاح التطور في نظم وبرمجيات الحاسب الآلي في مجال الاتصال استخدام الوسائط المتعددة في بناء الرسائل الاتصالية أو في إنتاج الملفات الخاصة بالوسائط مثل الصور والفيديو والموسيقى التي تستخدم في إنتاج الرسائل والبرامج الإعلامية، ومن هنا بدأ مفهوم الوسائط المتعددة والوسائط الفائقة في الانتشار في أدبيات الإعلام والاتصال فظهرت مفاهيم صحافة الوسائط المتعددة والإعلام المتعدد وتطور المفهوم من مجرد التعدد في استخدام الوسائط إلى فكرة الدمج بين هذه الوسائط وتكاملها وأضحنا الوسائط المتعددة في مجال الإعلام هي مزيج من المواد الإعلامية التي تعلم المتلقي بجزء أو معلومة ما، وهي وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الاتصال (صحف إذاعة، تلفزيون)

وتعرف الوسائط المتعددة في مجال الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت: هي حزمة الوسائط الإعلامية الرقمية التي تشمل النص، والصورة، بأنواعها، والصوت والرسوم، يتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة وتتفاعل مع بعضها وظيفيا في إطار نظام مؤسسي يتيح للمتلقي الوصول والتجول والاختيار الحر بجانب المشاركة في بناء المعنى، وعندما نستعيد مفهوم التكوين في تعريف الوسائط المتعددة نجد أنها تشير إلى وسائل الاتصال في الواقع التطبيقي قديما وحديثا حيث توجد الصحيفة والراديو والتلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال والإعلام ولكنها تعمل في إطار منعزل وفقا لخصائص وأهداف كل وسيلة، وما يجمعها في التعريف المعاصر هو ارتباطها بتكنولوجيا المستجدات الرقمية الحاسبات والشبكات التي فرضت المفهوم والتعريف في المجالات العلمية والمهنية والحياة العامة، لذلك نجد أن تعريف الوسائط المتعددة ارتبط بداية باستخدام الحاسب الآلي في المجالات المختلفة ثم تطور باستخدام الشبكات والمواقع وتوظيفها.

تاريخ ونشأة الوسائط المتعددة²:

¹ صفاء محمد خليل أبو جلنبو ، توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي عينة من الصحف السودانية، ص 124

² نفس المرجع ص 125

حسب آراء الباحثين من الصعوبة بمكان تحديد تاريخ بعينه لبداية ظهور الوسائط المتعددة، إذ يرى البعض أنها بدأت منذ القدم حيث كانت الحاجة للتفاهم، ما أدى إلى استخدام الصور مع النصوص في الكتابة على الألواح والصخور، سوقد ارتبط مفهوم تقنيات الوسائط المتعددة بظهور الحاسب الآلي متعدد أوعية الوسائط وظهور برامج توليفها. ويمكن تلخيص مراحل تاريخ وتطور الوسائط المتعددة في الآتي

المرحلة الأولى : مرحلة نهاية الأربعينيات حيث بدأ العلماء في تسويق الطباعة ونقل المعلومات عبر استخدام الوسائط غير المحدودة بواسطة إشارات موريس التي تعد من أكبر الإنجازات وهي تتمثل في أخذ الصور لصفحات المراجع والمجلدات وتصغيرها وتخزينها على أفلام صغيرة وفي صناعة آلات طباعة عبر استخدام الصوت البشري .

المرحلة الثانية : مرحلة الستينيات حيث بدأت ملامح الوسائط المتعددة تظهر باستخدام الحاسوب عندما بدأت صناعة الطابعات ذات القدرة على رسم الخطوط والدوائر الهندسية "Computer Graphics".

المرحلة الثالثة : مرحلة النصوص المتشعبة في نهاية الستينيات وذلك بتطوير أول نظام لإنشاء ملفات النصوص المتشعبة من خلال ربط النصوص مع بعضها البعض لتسهيل الانتقال عند المعاينة.

المرحلة الرابعة : مرحلة ظهور غرفة مشاهدة الحقيقة الوهمية "Virtual Reality" في السبعينيات في العام 1978م بمعامل الوسائط المتعددة بجامعة ميتشجان بالولايات المتحدة الأمريكية حيث تنبأ العالم نيكولاس نيجرونيتي بان تكنولوجيا الإعلام والاتصالات من صحافة وإذاعة وتلفاز سوف تتقارب كاتجاه جديد لتكنولوجيا الاتصالات مما يحتم وجود ذاكرة كبيرة ووسيلة تخزين لها القدرة على تحميل وتخزين أكبر قدر من المعلومات، وبالتالي تم تطوير أجهزة الحاسوب حتى تتمكن من الربط بين تلك الوسائط وتخزينها والتعامل معها.

المرحلة الخامسة : في العام 1984م عندما أطلقت شركة أبل ماكنتوش "apple Macintosh" جهاز أبل الذي يعد نقطة البداية للحاسب متعدد الوسائط، يتسم بخاصية التكامل بين النصوص والرسوم وله سعة تخزينية عالية في الصوت والموسيقى، وهكذا ظهر المفهوم الحديث للوسائط المتعددة في ثمانينيات القرن العشرين حيث ربط بين الوسائط المتعددة والحاسوب كأداة رئيسة لها عبر ميزتا التفاعلية والتكاملية.

9.2. أنواع وأشكال الوسائط المتعددة: بحسب آراء الباحثين تنقسم الوسائط المتعددة إلي نوعين:

النوع الأول : وهو الوسائط المتعددة التفاعلية، حيث يوفر هذا النوع من الوسائط المتعددة إمكانية التفاعل بينها وبين مستخدميها باختيار موضوع بطريقة عرض المحتويات والانتقال من موضوع إلى آخر وإيجاد أنواع مختلفة من

التفاعل بين المستخدم والبرنامج، مثل ألعاب الفيديو (Videogames)، أو الأقراص المضغوطة المتعلقة بتعلم اللغات الأجنبية مثل الـ (Tofel)، بحيث يتيح هذا النوع من الوسائط للمستخدم الانتقال بين ثنايا النصوص والتفاعل مع موجودات الوسائط المتعددة، كما أن هذا الانتقال المتفاعل يمكن أن يكون بطريقة عشوائية غير منظمة وهو ما يسمى بالنمط اللاخطي اللاتتبعي.

النوع الثاني : هو الوسائط المتعددة المترابطة الفائقة "Hyper Media"

والتي تتميز بانها تمكن المستخدم من التجوال بحرية عبر شبكة الإنترنت. ويتيح منتج الوسائط المتعددة لمن يستعمله كل البيانات الرقمية، من نصوص وأصوات وصور في آن واحد وفق نمط لا خطي ومن خاصية الدمج الإلكتروني يتضح أن المصنف السمعي البصري، وإن كان يتضمن صوت وصورة فقط أو صوت ونص ورسومات، إلا أن محتواه لا يكون في صورة مدمجة، بل يتم توليفه في شكل ملصقة من طريق الضم لا الدمج

وتقسم أنظمة الوسائط المتعددة التي تحتوي على وسيطين فأكثر اعتمادا على النوع وكيفية الربط بينها إلى ثلاثة أنواع هي أدوات وعناصر تأليف برامج الوسائط المتعددة:

يحتاج تأليف وإنتاج مشروع الوسائط المتعددة إلى طقم كامل من الأدوات التي يقوم كل واحد منها بدور محدد فهناك أدوات للتأليف، وأخرى للتصوير، ووسائل للتخزين ووسائل للعرض وتشمل أدوات تأليف الوسائط المتعددة Multimedia Authoring Tools مجموعة عناصر برمجية، كما تشمل عناصر الإنتاج عناصر مادية وأخرى برمجية " " Hardware and Software.

وتحتوي برامج الوسائط المتعددة على مجموعة من العناصر المتفاعلة والتي تعمل في منظومة متكاملة تهدف إلى تحقيق الأهداف التعليمية والتعبير عن الموضوعات بصورة أفضل، بتوظيف إمكانيات جهاز الحاسب الآلي ويمكن عرض هذه العناصر في الفقرات التالية :

النص و الصوت Sound - Voice أو اللغة المنطوقة - " Spoken Words " والرسوم "Graphics" والصور "Image" : وهي تتضمن الخرائط والصور الفوتوغرافية والرسوم الساخرة، وتستخدم الصور الثابتة بمختلف أشكالها في نقل وتوصيل المعلومات والفيديو والرسوم الثابتة والمتحركة - :

9.3 الوسائط المتعددة في الاتصال¹:

ترسم تقنيات وتطبيقات الوسائط المتعددة ملامحها بوضوح على خارطة وسائل الاتصال الجديدة ومن شبكة المعلومات الدولية الإنترنت (Internet) International Net work التي نتجت عن ثورتي الاتصال والمعلومات و تعد من أهم و أكثر المجالات الحيوية استخداما لتطبيقات الوسائط، حيث تجسد الإنترنت المجال الحيوي الفعال لاستخدامات الوسائط المتعددة بكل عناصرها فهي تعد أداة ووسيلة أساسية من وسائل الوسائط المتعددة إذ تتيح إرسال واستقبال المعلومات والبرامج والصور والرسوم المتحركة وتبادل المحادثات التليفونية، بل هي أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، التي تحقق التكامل والاندماج التقني بين وسائل الاتصال، وفي ظل التطورات الاتصالية الكبيرة التي يعيشها العالم أصبحت شبكة الأنترنت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجياية عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية .

ومن نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الإنترنت :صحافة الإنترنت أو الصحافة الإلكترونية: وهي تعد نتاج طبيعي وامتداد لإسهامات الإنترنت حيث بدأت الكثير من الصحف العالمية الاستفادة من الشبكة العالمية (الأنترنت)، لتخرج الصحافة الإلكترونية وتضيف للصحافة مزيدا من المميزات والخصائص التي جعلتها تفوق وسائل الإعلام الأخرى، ويرتبط مفهوم الصحافة الإلكترونية بمفهوم آخر أكثر وأعم وهو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات. وتعرف بأنها وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الأنترنت بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة) .

9.4- الوسائط المتعددة في الاتصال الإلكتروني المرئي المسموع : التلفزيون التفاعلي، السينما التفاعلية، التلفزيون التفاعلي:

مع بداية التسعينيات انتشرت تطبيقات النظم الرقمية "Digital System" واستخدام الإنترنت في مجال الاتصال مما أسهم في تطوير الإنتاج والعرض التلفزيوني وتدعيم مشاركة المشاهد وتجسيد الدور الاتصالي المتزامن مع العرض عبر تطوير نظام الاتصال التلفزيوني إلى اتجاهين ما أضفى على التلفزيون سمة التفاعلية .. وأصبح بمقدور

¹صفاء محمد خليل أبو جنبو ، ،توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي عينة من الصحف السودانية، ص128

متصفححي الأنترنت مشاهدة جميع القنوات الفضائية من خلال الكمبيوتر والأنترنت حيث تمنح بعض المواقع الإلكترونية إمكانية مشاهدة العديد من القنوات الفضائية من خلال تزويد جهاز التلفزيون بكارث خاص بمشاهدة الفضائيات

الإعلام الجديد "new media" أن مصطلح (الإعلام الجديد) يشير إلى تطبيقات الاتصال الرقمي والإنترنت واستخدام الحواسيب الشخصية والتطبيقات اللاسلكية للاتصالات وأجهزة المحمول في سياق التزاوج الرقمي أي هو الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية وفقا لذلك يعرف بأنه نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ والأهداف، يعتمد على الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي .

ومن أهم التعريفات التي وردت عن الإعلام الجديد تعريف اللجنة العربية للإعلام: بأنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا أو شبه آليا في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات.

وما نخلص إليه هو التأكيد على أن الوسائط المتعددة أضحت محور العملية الاتصالية بكاملها ووفقا لما سبق سرده عن مفهومها وقد يتبادر إلى الأذهان أنها ترتبط فقط بوسائل الإعلام الجديد أو الإعلام الإلكتروني، لكننا في هذا البحث نعلم على نظرية مارشال ماكلوهان في إمكانية تطويعها ومدى الاستفادة منها في الوسائل التقليدية تحديدا الصحافة الورقية، عليه يمكن ترجمة وبلورة مفهوم الوسائط المتعددة في العمل الصحفي في جميع التقنيات والأدوات الجديدة التي يستعينها بها الكادر

نتهي للقول أن التحول الرقمي أبرز أسباب التغيير في إنتاج المعلومة في صناعة الصحف التي تحولت للمواقع الإعلامية الإخبارية . مستغلة كل ماتمنحة التكنولوجيا من خيارات ومقدرة علي صبر الأراء والتفاعل و توفير خدمات عدة

المبحث الثالث : التحولات في إنتاج المعلومة في المواقع الإعلامية

تمهيد : تنطوي شبكة الإنترنت على تطبيقات إعلامية واتصالية عديدة تتيح الحصول على معلومات وافرة في الميادين كافة، وبما يمكن أن يسهم في تلبية حق الجمهور المستخدم في المعرفة، وهذه التطبيقات تتطور وتزايد بتطور تقنية الإنترنت وتزايد الخدمات التي يتيحها ومن ابرز نماذج هذه التطبيقات :

1 إذاعة الإنترنت¹ .:

توجد على شبكة الإنترنت المئات من المحطات الإذاعية سواء منها المعروفة بأسمائها أو تلك التي يديرها هواة إذ يتاح للمستخدم استقبال أعداد كبيرة من المحطات الإذاعية التي تتزايد أعدادها سريعا، وهي تنقسم بين محطات رسمية وأخرى خاصة وثالثة لا توجد إلا من خلال الإنترنت، أي لا يمكن التقاطها بالأساليب الأخرى المتعارف عليها، وراديو الإنترنت هو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم من الدولة والمؤسسات المتخصصة إلى الجمهور وموردي المعلومات، إذ تتيح الشبكة لكل فرد أن يبث برامج إذاعية من دون الحاجة إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة . البث ألتلفازي عبر الإنترنت :

ويستخدم هذا النوع تقنيات التدفق الافتراضي للإشارات الضوئية والمرئية، لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام برامج عدة، تبعا لهيئة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة البث الخاصة بالإشارات الضوئية والمرئية

التي تكون مجتمعة الملف المراد بثه، ثم يقلص حجم الملفات بعد الالتقاط ليتم تحويلها إلى هيئة العرض، ثم ترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى احد ملفات الإنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري، وتقدم بعض المحطات بثا متصلا في حين تكتفي أخرى بعرض بعض برامجها في المحطة الرئيسية بجانب معلومات عن أنشطة المحطة وبرامجها .

2 مواقع وكالات الأنباء

¹ حسين علي إبراهيم الفلاح، . الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد . مرجع سبق ذكره ص 157

حرصت معظم وكالات¹: لأنباء في العالم ولاسيما المعروفة على التواجد على شبكة تتضمن مواد إعلامية متنوعة ومعلومات وصور ورسوم ومواد فلميه، وبعض هذه الخدمات تقدم مجاناً وبعضها الآخر نظير اشتراكات مدفوعة الثمن

3 خدمة الواب :

وهو نظام يحول صفحات الإنترنت المصممة للحاسوب ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشة الهواتف المحمولة أو الأجهزة الإلكترونية الأخرى، وتتضمن التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الواب الرسائل الصوتية والالكترونية، الحوار، التصفح أو الحصول على معلومات يحتاجها المستخدم كأسعار العملات والأسهم، وحركة الطيران، والتجارة المتنقلة، فضلاً عن الدخول على الشبكات المحلية وغيرها

4 خدمة الأخبار بالهاتف المحمول : إذ يتم عبر خدمة الرسائل الهاتفية تزويد المشتركين بطيف واسع من الخدمات الإخبارية، تشمل خدمات وكالات الأنباء، وبعض الصحف اليومية، والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول، فضلاً عن إرسال واستقبال وعرض الصور والرسوم والمقاطع الصوتية والبصرية .

5 خصائص وسمات تقنية للصحافة الالكترونية²:

تختلف بيئة عمل الصحافة الالكترونية عن بيئة عمل الصحافة المطبوعة بحكم ما أوجبه الطبيعة المفتوحة للاولى والسمات الالكترونية لها، لذا برزت مجموعة من الخصائص والسمات ميزت بيئة عملها،

اهمها: - الطبيعة التفاعلية:

حققت الصحافة الالكترونية إحدى أهم سمات عملية الاتصال المعروفة وهي ضرورة معرفة وقياس رجع الصدى ومعرفة ردود افعال القراء تجاه ما ينشر او يبث لهم، واليوم تحقق الصحافة الالكترونية هذه السمة حتى يمكن ان نسميها بالصحافة التفاعلية وذلك عن طريق إشراك القارئ مع صحيفته وفتح المساحات له لإبداء الرأي

¹ الفلاحى ، حسين علي إبراهيم. الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره ص 158

² موسى ، إنتصار رسمي . "الصحافة الإلكترونية : تغير و تحول مراحل و أنظمة تصميم و إنتاج الصحف و النشر الإلكتروني" الاتصال و التنمية، 2014 ، ع11، ص 49

والملاحظات والمشاركة واستطلاعات الرأي حول ما يقرأ أو حول المواضيع التي تهمه، وبذلك فقد حققت الصحافة الإلكترونية المشاركة والتفاعلية بمستوى غير مسبوق يبدأ بالبحث عن المواضيع والأخبار ويمر بإمكانية توجيه الاسئلة المباشرة والحوارات الحية.

كما ان الصحيفة تلعب دورا في الاتصال اللحظي أو الآني مع جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد الإلكتروني وغيرها من أساليب الاتصال وهي خدمات مضافة تقدمها الصحيفة لقراءها. حيث توفر امكانية التفاعل بينها وبين قرائها باختيار الموضوع وطريقة عرض المحتويات، والانتقال من موضوع لآخر وإيجاد طرق مختلفة بين المستخدم والبرامج

- تعدد الوسائط:

وتعني مزج التكنولوجياات المسموعة- المرئية، والمسموعة، والمرئية مع تكنولوجيايات الحاسب الألكتروني، (وهذا المزج سهلته التكنولوجيا الرقمية Digital Technology وذلك لتقديم المعلومات بأفضل طريقة للعرض وقد أصبحت الصحيفة الإلكترونية بإمكانها تقديم المادة المقروءة أي النصوص مدعمة بالصوت والصورة وقد تكون الصورة مفعلة بصيغة النص التشعبي او الفيديو في ترابط وانسجام، مما زاد من القدرة المعلوماتية للصحيفة وامكانات شد وجذب القراء اليها. ويرتكز مفهوم الوسائط المتعددة على عرض النص مصحوبا باللقطات الحية من الفيديو والصور وتأثيرات خاصة مما يزيد من قوة العرض ويزيد خبرة المتلقي، وتعني ايضا عرض المعلومات في شكل نصوص مع إدخال كل او بعض العناصر التالية: المواد السمعية، المواد المصورة من الفيديو وغيره، الرسوم المتحركة،

لقطات الفيديو الحية.

وتهدف هذه التقنية الى دمج تقنية الحاسب الألكتروني والتلفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية في تقنية واحدة لتحقيق قوة عرض للصحيفة وتقديم مشوق وجذاب لها وتأثيرات خاصة مما يزيد من قوة العرض ويزيد خبرة المتلقي، وتعني ايضا عرض المعلومات في شكل نصوص مع إدخال كل او بعض العناصر التالية: المواد السمعية، المواد المصورة من الفيديو وغيره، الرسوم المتحركة،

لقطات الفيديو الحية.

وتهدف هذه التقنية الى دمج تقنية الحاسب الالكتروني والتلفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية في تقنية واحدة لتحقيق قوة عرض للصحيفة وتقديم مشوق وجذاب لها

- سعة مساحة التخزين:

أصبحت الصحيفة الالكترونية تمتاز بإمكانات معلوماتية كبيرة تقدمها للقارئ نظرا لأسلوبها الألكتروني في التخزين حيث تعتمد الأسلوب الرقمي في تخزين أشكال المعلومات وتعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما اذا كانت صوتا او صورة او نصا وتتعامل معها كملفات رقمية على حاسب او موقع الأنترنت. وقد كان المحررون في الصحافة المطبوعة يواجهون مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة اندثرت بسبب مساحات التخزين الهائلة الموجودة على المواقع يضاف لذلك تكنولوجيايات الانترنت كتقنية النص الفائق والروابط المتشعبة والتي تسمح بنشر معلومات معمقة ومفصلة عن الموضوع.

- استخدام الوسائل الالكترونية:¹

امتازت الصحافة الألكترونية باستخدام الوسائل الالكترونية التي تساعدها في توفير المزيد من المعلومات للقارئ بما يحقق عمق الاستفادة وسعة المواضيع والتحليلات وعرض الآراء والنقد التحليلي، وتستخدم وسائل الربط Links ولغة النص التشعبي Hyper Text لتحقيق هذه الاغراض والاخيرة عبارة عن تقنية تهدف الى توفير الوسائل لربط او تكامل الوثائق ذات العلاقة بموضوع معين بما يتيح للقارئ التحول في مجال متعدد الأبعاد للحصول على المزيد من المعلومات وقد عرفه فرانكلين بأنه نظام لادارة المعلومات المصاحبة Management System Association information والذي ينظم جمال المعرفة في شبكة المواقع بواسطة روابط وبما يسمح بالاتاحة والاسترجاع السريعين. مميزات الصحافة الالكترونية: للمزيد :

- الشيوخ والانتشار²: حيث أصبحت وسائل الاتصال ومنهاالصحافة تمتاز بالانتشار المنهجي حول العالم في

داخل طبقات المجتمع المختلفة على اختلاف اجناسه وثقافته.

¹ موسى ، إنتصار رسمي . "الصحافة الإلكترونية : تغير و تحول مراحل و أنظمة تصميم و إنتاج الصحف و النشر الإلكتروني" الاتصال و التنمية. مرجع سبق ذكره ،ص 50 .

² نفس المرجع ،ص51

٢- اللاتزامنية: وتعني ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للمستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين ان يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

٣- اللاجماهيرية: وتعني ان الرسالة الاتصالية من الممكن ان تتوجه الى فرد واحد او الى جماعة معينة وليس بالضرورة الى جماهير واسعة.

٤- حرية التعبير وتعزيز الديمقراطية في عصر الصحافة الالكترونية: فتح الفضاء الالكتروني للصحافة عصرا

جديدا لحرية التعبير لا تحده قيود أو حدود أو رقابة حيث أعطى مساحة أكبر للقراء لابتداء آرائهم والتعليق والنقد والكتابة، وقد أحتوت المواقع الالكترونية على مساحات لاستطلاعات الرأي العام والحوارات ومعرفة الاتجاهات وردود الأفعال وكلها أساليب عصرية مهمة لإشراك المجتمع في الحياة وتحقيق التواصل بين أفراد المجتمع ومؤسساته المختلفة وإمكانية قبول الرأي والنقد والتعليق والمشاركة في صنع القرار.

٥- التدويل أو الكونية Globalization: حيث أصبحت البيئة الأساسية الجديدة للصحافة الالكترونية هي بيئة عالمية دولية.

٦- تتميز الصحافة الالكترونية بالمسار اللاخطي، مقارنة بالصحافة الورقية ذات المسار الخطي فتتسم الأولى بالتعقيد وتعدد البدائل والخيارات كشكل من أشكال الاتصال وتميزت بتعدد مصادر المعلومات حيث لا يوجد فيها محترفون فقط بل تضم هواة ومستقلين ونشطاء في منظمات دولية وغير ذلك.

٧- العمق المعرفي: تتميز الصحيفة الالكترونية بالعمق المعرفي لأنها لاتتحدد بمساحة معينة اضافة الى تقنية تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها.

.تقنية المعالجة الفنية للمادة الصحفية وهي مرحلة التصميم والتوضيب لها.

.تقنية النشرالالكتروني للمادة او المعلومات الصحفية ونقلها وتبادلها.

6لقد أحدثت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ثورة حيث أصبحت الصحيفة مجموعة خلايا الكترونية تدار وتوجه بواسطة الحاسبات الالكترونية بالاستعانة بأشعة الليزر والألياف الضوئية، وقد استخدمت هذه التقنية بنجاح في جميع مراحل إنتاج الصحيفة، ففي مجال صف المعلومات والمواد الصحفية ازدادت الكفاءة والسرعة وحجم

الانتاج، وبالنسبة للمواد الصحفية المصورة كالصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية أصبح من الممكن ادخال النصوص المصورة الى الحاسب الالكتروني عن طريق ماسح ضوئي scanner ، بحيث تدخل الى الماكينة مع المواد المكتوبة على الشاشة حيث تتم عمليات الاخراج الصحفي بعد عمليات الجمع والتصحيح لها على شاشة الحاسب الالكتروني، حيث يتم توزيع المواد على الصفحات وتوزيع المادة الخاصة بالصفحة من صور ورسوم وفواصل وغيرها من العناصر الفنية وبذلك تم اختزال مراحل و عمليات المونتاج و الاخراج الصحفي الورقية في عملية واحدة تتم على الشاشة بعد أن كانت سلسلة طويلة من المراحل في التنضيد والتصميم والتصوير والمونتاج والفرز اللوني والطباعة الرقمية وبذلك اصبحت (نظاما“ رقميا“ متكاملا“ للتصميم والانتاج والنشر الصحفي).

6.1 وتتكون العناصر التيبوكرافيكية في النظام الالكتروني من:

١- النصوص، وتشمل: عالم الطباعة،

أ- النصوص التي يتم تنضيدها عن طريق وحدات إدخال النصوص Text Entry على أجهزة الحاسبات الالكترونية. كما أصبحت النصوص مفعلة بلغة النص الفعال.

ب- النصوص التي يرسلها المراسلون الى مقر الصحيفة من مواقع الاحداث، من خلال أجهزة الحاسب الالكتروني الشخصي المحمول.

ت- هناك نظام وسيط للأنباء News Net يسمح بجلب النصوص العربية والاجنبية من وكالات الأنباء العربية والاجنبية واستخدامها آليا دون الحاجة إلى إعادة تنضيدها مرة اخرى.

٢- الصور، وتشمل:

أ- يلتقط مصورو الصحيفة عشرات الصور يوميا، ويقدمونها الى جهاز التحرير، ليتم مسحها رقميا ومعالجتها من خلال وحدات مسح الصور scanners التي تقوم بمسح الصور ومعالجتها.

ب- تلتقط الصور من خلال الكاميرات الرقمية¹ Digital cameras وتسجل هذه الصور على قرص مغناطيسي ويتم ربطها بالحاسب لترسل الى المكان المخصص لها، ولا تستعمل الافلام الفوتوغرافية التقليدية في هذه الكاميرات او المواد الكيميائية ولا تحتاج الى عمليات المعالجة التقليدية كالاظهار والطبع.

ت- تؤخذ الصور عن طريق وكالات الانباء أو عن طريق وسيط الصور picture. net وتبث بشكل رقمي، دوغما الحاجة إلى إعادة طبعها

ث- تحفظ الصور الفوتوغرافية في الارشيف او مركز المعلومات الصحفية بشكل رقمي على وحدات تخزين مثل الاقراص الضوئية ال CD-3- العناصر الكرافيكية الأخرى :

وتتضمن الرسوم بأنواعها الثابتة والمتحركة والوسائط المتعددة والخرائط والرسوم البيانية والأشكال الايضاحية والتصميمات التي يقدمها القسم الكرافيك في الصحيفة، ويتم تصميم واخراج هذه المكونات في وحدة مرئية للصفحات ويتم دمج المتن والعناصر الجرافيكية والاعلانات معا، وبعدها يتم الحصول على بروفة للصفحات جاهزة، وبعد عمل التعديلات اللازمة تحول الصفحات ثم ترفع الى الشبكة الدولية للمعلومات

أ. عملية المونتاج الرقمي :تجري عملية المونتاج الرقمي للصفحة باستخدام برامج الحاسبة التي تقوم بعمليات التنضيد والتوضيب ونتاج الصور الظلية والخطية باستخدام مجموعة من البرامج والأوامر الرقمية . وتتميز أجهزة الحاسبات بالقدرة على ترجمة العناصر الطباعية المكونة للوحات التيبوكرافيكية المنشورة في الصفحات بسرعة فائقة ولا تحتاج عمليات طباعة الصور سوى دقائق بعكس الأنظمة التقليدية التي كانت تستغرق وقتا طويلا. كما ان المونتاج الرقمي يتميز بالدقة والوضوح حيث تبلغ درجة وضوح الصور في البوصة.

ويستخدم في ظل النظام الرقمي الحديث نظام متكامل لفصل الألوان، الأمر الذي يعطي نتائج وامكانات فنية عالية الجودة، في فصل الألوان وتركيباتها وفي إجراء المونتاج للصفحة وقد كانت تجري عملية الفرز اللوني تقليديا وفق أربع مراحل لأربعة ألوان ناهيك عن ضعف الجودة في هذا المجال، وهذه العملية لانتاجها في الصحف الإلكترونية.

¹ موسى ، إنتصار رسمي . "الصحافة الإلكترونية : تغير و تحول مراحل و أنظمة تصميم و إنتاج الصحف و النشر الإلكتروني" الاتصال و التنمية. مرجع سبق ذكره ،ص54

7 :الخدمات التي توفرها التطبيقات الإعلامية والاتصالية للإنترنت وانعكاساتها على إثراء معارف الجمهور المستخدم¹ :

تعد مواقع المعلومات والمواقع الخاصة بالتطبيقات الإعلامية والاتصالية ولاسيما الصحف من المواقع الأكثر نمواً وحركة وجذباً للجمهور المستخدم من بين مواقع الإنترنت الأخرى، ويأتي هذا نتيجة حزمة الخدمات التي توفرها تلك المواقع للمستخدمين ومنها

خدمة البحث : إذ تتيح هذه المواقع لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب، حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع أو داخل شبكة الويب، وقد يتم البحث بكلمة مفتاحيه أو بتعبير معين، وبمجرد طلب هذه الخدمة يقدم الموقع قائمة بالموضوعات المتصلة بالكلمة التي يتم البحث عنها سواء في أرشيف الموقع أو في مواقع الويب .

- خدمة النسخة المطبوعة : تتضمن هذه الخدمة عدداً من الخدمات الفرعية

التي تستهدف ربط القارئ بالصحيفة الورقية الأم، وتقديم بعض الخدمات الترويجية لها، وتشتمل هذه الخدمة تصفح عدد اليوم، تصفح عدد الأمس، الاشتراك في الصحيفة المطبوعة، تسهيل تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة، البحث في الأرشيف أي أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها صحف الإنترنت سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها أو من حيث التكلفة المادية

للمادة التي يريد المتصفح الحصول عليها .

- خدمة البريد الإلكتروني : وتختلف هذه الخدمة من موقع إلى آخر، إذ يقتصر الأمر في بعض المواقع على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل الكترونية إلى محرري الموقع، في حين توسع مواقع أخرى من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد الكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز حاسوب متصل بشبكة الويب، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يومياً للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار وخدمات ملخصة أخرى

¹حسين علي إبراهيم الفلاح، . الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره ص 160

خدمات مجموعات الحوار: وهي خدمة يقدمها الموقع للمتصفح للتعبير عن آرائهم إزاء القضايا والموضوعات التي يهتمون بها والمستمدة مما ينشره الموقع من أخبار وتقارير ومقالات ومواد صحفية أخرى، وتقدم المواقع يوميا عددا كبيرا ومتغيرا من مجموعات الحوار أو النقاش التي يمكن للمتصفح الدخول إليها وقراءة آراء الآخرين والإدلاء برأيه في الموضوع المطروح للنقاش

- خدمة رجوع الصدى¹: تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما ينشر بالموقع، وإرسال رسائل الكترونية يعلق فيها على ما ينشر، أو يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر .

- خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة: وتقدم هذه الخدمة للمستخدم عناوين أهم الأخبار التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الموقع، وهي خدمة إرشادية في المقام الأول ترشد المستخدم إلى أهم الأخبار .

خدمة خريطة الموقع: توفر هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم ولاسيما إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات خدمة الإجابة عن الأسئلة: وتتضمن هذه الخدمة إجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم إزاء طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض المواقع .

- خدمة جعل الموقع صفحة البداية للمستخدم: وهي خدمة تستهدف ربط المستخدم بالموقع ليكون صفحة البداية حينما يقوم بالاتصال بالإنترنت .

- خدمة الإعلانات المبوبة: وتشمل تقديم إعلانات السيارات والمزادات، وإعلانات الوظائف الخالية، وبيع وشراء المنازل وتأجير الشقق، وبيع السلع المختلفة، وإعلانات المشاركة في أعمال خاصة، وخدمات التسوق .

- خدمة الربط بالمواقع الأخرى²: في هذه الخدمة يقترح الموقع على المستخدم عددا من المواقع، وغالبا ما تكون هذه المواقع لها صلة بالموقع أو بينها وبين الموقع اتفاق يتم بموجبه تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين وتشمل معلومات عامة وشروط تقديم الخدمات وقواعد الخصوصية وكيفية الاشتراك في الموقع وغير ذلك، وهي خدمة

¹حسين علي إبراهيم الفلاحى ،. الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و

الإعلام الجديد. مرجع سبق ذكره ص 160

²المرجع نفسه .ص 162

تختص بتوفير معلومات ديموجرافية عن مستخدمي الموقع يمكن استخدامها في دراسة جمهور الموقع وزيادة دخله الإعلاني

- أن مجموعة الخدمات التي يتم تناولها يمكن لها أن تساهم مساهمة واضحة في توفير المعلومات في المجالات كافة، وبما يمكن أن يثري معارف الجمهور المستخدم أو الزائر لتلك المواقع

8 : سمات وخصائص التطبيقات الإعلامية والاتصالية للإنترنت التي توفر لها المساهمة في تلبية حق الجمهور في المعرفة :

هناك مزايا عديدة تنسم بها التطبيقات الإعلامية والاتصالية للإنترنت والتي توفر لها المساهمة الفاعلة في توفير المعلومات أو تهيئة سبل الوصول إليها، وبما يمكن أن يساهم في تلبية حق الجمهور المستخدم في المعرفة ومن أهم هذه المزايا :

- العمق المعرفي: تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في هذه المواقع بالعمق المعرفي والشمول، إذ تعمل هذه المواقع عبر ما تقدمه من خدمات إضافية على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد التي تقدمها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالموضوعات والقضايا المتعلقة بها .

- تعدد خيارات التصفح: إذ إن هذه المواقع لا تتوقف عند حد ما تتوافر عليه من مضامين صحفية، بل ما يمكن أن تتيحه في إمكانية الاستزادة حول ما تقدمه من مضامين عبر المستخدم غير المحدد، ووفقا لذلك فإن هذه المواقع تعمل على تقديم خيارات عريضة لمستخدميها أكثر من عملها على تقديم منتج إعلامي محدد .

- النشر على نطاق واسع: يتميز الإنترنت بقدرته على التعامل مع القضايا والأحداث العالمية على نطاق عالمي لا حدود له، لذلك فرضت هذه السمة على هذه المواقع أن تضع الأخبار والموضوعات العالمية في الصفحة التمهيدية للموقع كل يوم

- القدرة على الربط¹ بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات: إذ تتيح هذه المواقع للمستخدم أن ينتقل من متابعة معلومة ما في وثيقة ما إلى وثيقة أخرى مختلفة تماما، وقد تكون محفوظة في حاسوب آخر، كما تتيح هذه

¹ الفلاحى ، حسين علي إبراهيم. الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد. مرجع سبق ذكره. ص163

المواقع أيضا الربط بين خبرات ومعارف متنوعة للعديد من الأفراد في مجالات مختلفة من المعلومات، وهو ما يوفر مساحات شاسعة من المعرفة إنسانية المتشعبة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل مرن .

- التكيف مع الاهتمامات الفردية للمستخدم: بمعنى تقديم منتج إعلامي يمكنه أن يتكيف مع الاهتمامات الفردية لكل مستخدم، وتحقق هذه إمكانية أما من خلال إتاحة اختيارات متعددة أمام المستخدم ليختار منها، أو عن طريق ما يسمى بدفع المحتوى، إذ يتوجب على المستخدم تحديد قائمة تتضمن كل المجالات التي تهمه ثم يتولى الموقع بعد ذلك مهمة توفير هذه المواد أو المعلومات.

- الفورية في نقل الأخبار: وهي قدرة هذه المواقع على إمداد مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات الممكنة لملاحقة تطورات الأحداث، وإمكانية نقل الأخبار فور وقوع الأحداث

- التحديث المستمر للمضمون: القدرة الفائقة علي التحديث المستمر للمعلومات والأخبار والتقارير ، وملاحقة الأحداث وتطوراتها أولا بأول بالشكل الذي يجعلها قادرة علي إخضاع مادتها للمراجعة والتأكد من صحتها بأسرع وقت ممكن

- استخدام خاصية النص الفائق: إذ تتيح هذه المواقع لمستخدميها العديد من الوصلات والروابط مع نصوص ومواد إعلامية أخرى، قد تكون نصية وقد تكون سمعية أو بصرية أو كليهما معا، سواء متاحة داخل الموقع أو إحالتهم إلي مواقع وعناوين أخرى يمكنهم الإستزادة من خلالها حول الموضوع الذي يحظي بإهتمامهم أو تفضيلهم

- خاصية المرونة: أي قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات، وهو ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة ومفيدة

- التفاعلية: وتتيح هذه الخاصية للمستخدم التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين إزاء موضوعات يتناولها الموقع أو يطرحها زوار الموقع، كما تتيح التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها وإرسالها عبر البريد الإلكتروني

- القابلية للتحويل: وتتمثل بإمكانية عرض الموضوع الصحفي متضمنا الصور الحية والرسوم المتحركة والصوت، فضلا عن النصوص، وهو ما يتيح للمستخدم فرصة الاختيار من بين العناصر المختلفة، وهو ما يوفر له الحصول على القصة الإخبارية بالشكل الذي يرغب به .

-التشبيك¹ : بمعنى توفير مواقع ومحتوى لمؤسسات ومدارس فكرية متعددة، ثم إتاحتها للمستخدم، مما يوفر أرضية كافية لفهم الواقع المتغير من أكثر من زاوية .

- توسيع دائرة النشر : إذ تتيح بعض المواقع إمكانية إرسال أي موضوع من مستخدم لآخر عبر خدمة إرسال لصديق، مما يساهم في تزايد معدلات النشر للمادة الواحدة من خلال هذه الخدمة .

- إعادة إنتاج المادة: ويتم ذلك من خلال تجميع العناوين التي سبق تقديمها على الموقع حول موضوع معين أو قضية معينة عادت إلى الظهور على ساحة الحدث، ويتم تصنيف المادة الموجودة بطريقة سريعة وتكوين ملف خاص يستخدم لعرض عناوين تحيل إلى موضوعات سبق إنتاجه

-التغطية الصحفية المتميزة: إذ توفر هذه المواقع تغطيات وافية للأحداث على مدار اليوم، وهذه التغطيات تشتمل على :التغطية الصحفية الحية، والفورية، والمتميزة، التغطية الصحفية المعمقة، والمتكاملة، واللا محدودة، والتغطية الصحفية التفاعلية، والرقمية، ومتعددة

لقد أتاحت تقنية النشر الإلكتروني عبر الإنترنت ظهور نوع جديد من الصحافة يطلق عليه صحافة الإنترنت، التي تتمثل بأنها إصدارات صحيفة إلكترونية خالصة أو نسخ إلكترونية أو مواقع لصحف ومجلات ورقية تنشر عبر شبكة الإنترنت وتتكيف مع تقنياتها وتستفيد من خصائصها وسماتها. وتتضمن مواد صحفية و تغطيات ومعلومات وافرة في مجالات شتى، وتحرر هذه المضامين الصحفية باستخدام القوالب الصحفية التقليدية أو التي تتناسب مع طبيعة الأنترنت وتخضع لتحديث المستمر بحسب مستجدات الاحداث وتطوراتها، فضلاً عن إتاحتها التفاعل المستمر مع المستخدمين، ومشاركتهم الواسعة في النقاش والحوار والتعليق الفوري .

9 تصميم واجهات التطبيقات الإلكترونية والوسائط المتعددة وأهميتها²

لا بد أن يساعد التصميم الفني للتطبيق المستعمل المستخدم في المهمة التي أتى الموقع من أجلها، لذا فلا بد من وجود معايير للتصميم أو الصورة القابلة للاستخدام، حيث يركز على فعالية الصورة في المكان الموضوعه فيه على صفحة الويب أو التطبيق التقني للبرمجيات الحديثة، فيجب أن تساعد الصورة المستخدم

¹حسين علي إبراهيم الفلاحي ،. الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد. ، ص.164

²محمد ماجد كمال الدين ،. "تصميم الجرافيك و أثره على المواقع الإلكترونية و الوسائط المتعددة " مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الإنسانية. المجلد 15 ، ع 3 2015ص220

في المهمة التي جاء التطبيق من أجلها، لا أن تنازعه، ولكي نتحقق من أن التصميم أو الصورة التي صممها الفنان حققت معيار الفائدة والفعالية لا بد من طرح بعض الأسئلة المهمة:

هل التصميم يؤثر على ردة فعل المستخدم وسلوكه

عندما يتفاعل مع التطبيق؟

هل الصورة تلبى حاجة المستخدم وتساعد على أداء المهمة؟ (كالشراء مثلا (إن كان التصميم لموقع تجاري أو خدمي).

فصورة المنتج الجيدة يجب تصميمها بحيث تجعل المنتج مرغوبا فيه ومغريا للشراء، الصورة الجيدة هي ما

تدفع المستخدم مباشرة لأن يحس بالشعور الذي خطط له مهندس تجربة المستخدم، ولكي نحقق هذا المعيار لا بد من الأخذ في الاعتبار عدة عوامل فنية مهمة تؤثر إيجابيا على المستخدم للتطبيق، ألا وهي:

تأثير تصميم الجرافيك في توجيه النظر:

هذه النقطة تتناول ما يعرف بالتوجيه البصري في التطبيق ، سواء أكان موقعا أو وسيطا تفاعليا لمعدة ميكانيكية أو مركبة أو آلة أو حاسوبا، وخلاصة هذا المبدأ أن يجبر الفنان المستخدم للنظر إلى الاتجاه الذي ينبغي له أن يبدأ به أولا .

فإن كان الموقع الإلكتروني يحتوي على صور لشخصيات واقعية أو كارتونية، ينظر له الأشخاص بالصورة موضوع الحدث، لذلك يجب أن يحدد الفنان الهدف عند تصميم التطبيق، وأن يكون حريصا عند اختيار صورة معدة مسبقا، أو تصميمها بنفسه قبل وضعها بالموقع، وهل يجب أن يصمم شخصية أو يصوره نظر للأمام مباشرة أم النظر إلى أحد الإتجاهات ؟ كل واحد من هذه القرارات يؤثر على سلوك كل واحد من هذه القرارات يؤثر على سلوك المستخدم، فخدمات الويب والمواقع تعتمد على هذا المبدأ كثيرا، ويسمى أحيانا بالتواصل البصري بالعين Eye Contact، فمثلا عندما تنظر الشخصية الكارتونية أو الصورة

الفوتوغرافية لشخص بالصورة إلى زر الشراء، فعين المستخدم ستلتقي العدوى وستسير وراءهم وتنظر إلى ما ينظرون إليه

تصميم الجرافيك للتطبيقات المختلفة يرشد المستخدم¹:

يدفع التصميم المستخدم لفعل معين، والصورة أيضا المستخدمة هدفها هو أن تدفع المستخدم لفعل معين؛ كال تبرع لقضية اجتماعية مثلا، أو التفاعل مع حالة إنسانية ومن ثم التبرع. فالمحتوى وعناصر التصميم تأخذ المستخدم لهذا الدافع حقا، لذا يجب أن يحدد المصمم الدافع وراء التصميم أو الصورة المستخدمة أولا قبل اختيارها، ومن الممكن أن يكون اختيار التصميم والدافع وراءه هو عامل زخرفي نفسي يعود على المستخدم بالراحة النفسية عند استخدام التطبيق.

تصميم الجرافيك يساعد على تغيير قناعات المستخدم:

تغيير قناعات الناس : شيء ليس بالهين، فأحيانا يكون الهدف من التصميم واختيار الصورة المناسبة أو الرمز هو تغيير قناعات الناس عن شيء ما، مثلا منتجنا ليس صعبا في الاستخدام كما يعتقد الناس، أو أنه ليس ثقيلًا كما يعتقدون خطأ، أو تطبيق يشعر المستخدم أنه لن يفلح في التعامل معه لتعقيد فيه، فيقوم المصمم ببذل الجهد الكافي وعمل تصميم مميز وسهل يضع الثقة بين المستخدم والتطبيق.

التصميم الجيد يساعد على الترويج الجيد للمنتجات والتطبيقات²:

يخلق التصميم الجيد الرغبة في الشراء وامتلاك السلعة، فهناك صور لبعض المنتجات التي يستخدمها المصمم في التطبيق عندما يشاهدها المستخدم لأول مرة يرغب في أن يمتلك ذلك المنتج، لأنه شعر أنه سيحقق جزءا من أحلامه أو طموحاته. التصميم يشجع على زيادة فترة التواصل الجيد مع التطبيق:

مثال : الشبكات الاجتماعية فرضت نفسها علينا جميعا، صغيرا وكبيرا، ولها دستور ضمني غير مكتوب لكننا جميعا نعرفه من خلال التواصل والاستخدام الدائم، لذا نشارك أصدقاءنا بصور نراها رائعة، الصور التي تجعلنا نبدو على أفضل حال أمام الآخرين، ونقضي ساعات طوال في تلك المشاركات الاجتماعية، هذا هو الدستور غير المعلن للعبة الشبكات الاجتماعية، إذا كان منتجك يهدف إلى تحقيق هذا المبدأ

¹ محمد ، ماجد كمال الدين . "تصميم الجرافيك و أثره على المواقع الإلكترونية و الوسائط المتعددة، مرجع سابق ص 221

² نفس المرجع ص 222

ويستهدف هذا الجمهور يجب أن يتأكد المصمم أن التصميم الذي ابتكره يشجع المستخدمين على مشاركته مع أصدقائهم، ويظهر التطبيق في أجهى حلة

تصميم الجرافيك يساعد المستخدم على اكتشاف ميزات التطبيق:

من الضروري وضع تصور واضح عن المنتج من حيث الأهداف الرئيسية للتصميم، فإذا كان التطبيق تطبيقا علميا تراثيا وقورا، كأحد تطبيقات تعلم قواعد تلاوة القرآن مثلا ، فالتصميم يجب أن يقدم المنتج على أنه تراثي أو منفذ بحرفية شديدة، لذا يجب أن يراعى هذا عندما تصمم شكلا للتطبيق الاتجاهات؟ المستخدم، فخدمات الويب والمواقع تعتمد على هذا المبدأ كثيرا، ويسمى أحيانا بالتواصل البصري بالعين Eye Contact، فمثلا عندما تنظر الشخصية الكارتونية أو الصورة الفوتوغرافية لشخص بالصورة إلى زر الشراء، فعين المستخدم ستلتقي العدوى وستسير وراءهم وتنظر إلى ما ينظرون إليه

9.1 تصميم صفحات شبكة الانترنت لمواقع الأخبار

إن التركيز الأساسي عند تصميم الحزم متعددة الوسائط ينصب على تحميل موضوع كل حزمة على جميع الصفحات المرتبطة بذلك العنوان على سبيل المثال، إذا كان العنوان "الشرق الأوسط" يجب أن تحوي كل صفحة من هذه الحزمة بعض عناصر التصميم المشتركة، سواء كانت تلك العناصر شعارات أو عنوان رئيسي أو خطوط.. إلخ. هذا الإجراء يكون بشكل واضح كجزء من حزمة أكبر في الشرق الأوسط، ويجب أن يكون للحزمة أيضا صفات بسيطة ومشاركة بينها وبين جميع أجزائها. ومن المفضل أيضا أن تتجزأ تلك السمات بفئات أخرى مثل الخطوط الزمنية والمقالات المصورة والخرائط والرسومات والفيديو والتسجيل الصوتي.. إلخ. قد تتكون عناصر كل حزمة بأوساط مختلفة كالوميض أو /الإتاش تي إم إل /أو الرسومات البيانية. ولكن يجب على كل تلك العناصر - على اختلاف مصادرها - أن تبدو متكاملة ومتمازجة مع بعضها البعض ويجب عليها"

أيضا أن تشترك بالطواوير البصرية المشتركة.

التصميم البصري الصوري¹: (يجب على المعلومات أن تأتي كتعريف للتصميم وليس العكس . ويجب على التصميم أن يصور الموضوع بشكل واضح . يجب أن تستخدم المخططات والرسوم البيانية بأكثر قدر ممكن لتسلط الضوء على الجانب الإحصائي للحزمة وبذلك يجعلها أكثر قابلية للفهم والإثارة . بينما يجب على

¹وسام محمد أحمد. الوسائط المتعددة في الصحافة : تصميمها وإنتاجها. العربي للنشر والتوزيع، 2018، ص 138

المقالات المصورة أن تصور الجانب المسرحي والدرامي .بالإضافة إلى ذلك يمكن الاستفادة من الخطوط الزمنية لتصوير الجوانب التاريخية.

الألوان: ويحتاج أن يتماشى التصميم النهائي مع الجو العام للعنوان .على سبيل المثال ليست فكرة سديدة أن تستخدم الباستيل حين تصمم شيئاً يتحدث عن الحرب.

الوزن :إن حجم صفحات الإنترنتي إم إل والعناصر المتضمنة فيها لازالت تشكل مصدر قلق كبير .وخاصة بالنسبة للبلدان المتطورة، حيث لاتزال المودمات الهاتفية ذات سرعة الإتصال البطيئة لاتزال تستخدم بشكل واسع لذلك إنها عادة جيدة أ

منذ عرض أول فيلم صامت حتى ظهور الفيديو الرقمي تفاعل الناس كثيرا مع الصور المتحركة، فأصبح أداة قوية لتقريب مستخدمي الكمبيوتر إلى الواقع الحقيقي، وباستخدام الفيديو في مشروع الوسائط المتعددة أصبح بالإمكان تقديم الرسائل الاتصالية بشكل أكثر فعالية مما يعزز القصة الخبرية

ولقد حدثت تغيرات جذرية في العمل الصحفي، وطريقة تقديم الموضوعات الصحفية، فقد كان للمراسل الصحفي - فيما سبق- وقت كاف كي يعمل على موضوعه بطرق مختلفة تناسب طبيعة النشر في الصحف أو المجلات أو الإذاعة، إلا أن هذا الوضع تغير اليوم، حيث أصبح المحرر الصحفي يستطيع أن يقدم نفس القصة الخبرية بطرق مختلفة، سواء للطباعة أو للإذاعة أو للإنترنت ليصل للمستخدمين في وقت قياسي، فقد أدت عملية رقمنة غرف الأخبار إلى تحويل عبء العمل من قسم الإنتاج إلى غرف الأخبار حيث نمت وظيفة المحررين الصحفيين.

وأصبح العديد من صحفيي الصحف المطبوعة يكتبون الأخبار العاجلة للنشر على الويب قبل أن يكتبونها للنسخ المطبوعة، كما أصبحوا الآن يتعاملون مع الرسوم والصوت والفيديو لتقديم أشكال جديدة من التقارير الإخبارية للنشر على الإنترنت، لذلك يعتبر الفيديو هو المثال الأوضح لتغيير بيئة العمل الصحفي، حيث أصبح عدد المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت التي تستخدم الفيديو في تزايد كبير في السنوات الأخيرة، وفي دراسة عن استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية والبصرية والسمعية والرسوم المتحركة، ذكر أن 42% من أكبر 100 صحيفة على الويب اعتنوا باستخدام الفيديو في عرض الأخبار

وبإمكان بعض¹ مقاطع الفيديو أن تحدث فرقا كبيرا في مشروع الوسائط إذا اختيرت بعناية، فعلى سبيل المثال يكون ملف فيديو للرئيس أثناء إلقائه خطابا ما أكثر فائدة من جعل المستخدم يمرر الصفحة لقراءة حقل النصوص الطويلة للخطاب الذي تم تفرغ نصه كتابة

كما يعتبر الفيديو أكثر أداة واقعية لتقديم الحقائق فمع التطور الذي يحدث في عالم الصورة ومشكلات التحريف التي يقوم بها البعض مما يشكك الكثيرين في مصداقيتها يعتبر الفيديو أكثر مصداقية من الصور.

وكما في جميع الوسائط فقد حول الكمبيوتر صناعة الفيديو والأفلام بصورة كبيرة من خلال إضافة إمكانيات كان من المستحيل إنتاجها باستخدام التكنولوجيا التماثلية، وأصبحت الأفلام الرقمية والفيديو لا تتطلب الخبرة والموارد الحاسوبية الكبيرة والميزانيات الضخمة لإنتاج الوسائط المتعددة، فقد أمكن لأجهزة الكمبيوتر الشخصية بفضل التحسينات التي طرأت عليها في السنوات الأخيرة، وأيضا الكاميرات الرقمية وبرامج تحرير الفيديو أمكنت

الأفراد من إحداث فرق في إضافة الفيديو. وتتكون الأفلام والفيديو من عرض سلسلة من الصور الثابتة بسرعة، وتظهر هذه اللقطات متحركة لسببين: السبب الأول أن كل صورة تلتقط لحظة من الحركة وتسجل التغيرات التي طرأت عليه، والسبب الثاني: هو استمرار الرؤية، فالصورة تبقى في شبكية العين لمدة قصيرة بعد ذهابها، فإذا تغيرت الصورة الثابتة بسرعة كافية فإن الرؤية البصرية سوف هذه الفراغات في الوقت بين الصور، فنعتقد أن الصورة تت تملأ

وبإمكان بعض مقاطع الفيديو أن تحدث فرقا كبيرا في مشروع الوسائط إذا اختيرت بعناية، فعلى سبيل المثال يكون ملف فيديو للرئيس أثناء إلقائه خطابا ما أكثر فائدة من جعل المستخدم يمرر الصفحة لقراءة حقل النصوص الطويلة للخطاب الذي تم تفرغ نصه كتابة

كما يعتبر الفيديو أكثر أداة واقعية لتقديم الحقائق فمع التطور الذي يحدث في عالم الصورة ومشكلات التحريف التي يقوم بها البعض مما يشكك الكثيرين في مصداقيتها يعتبر الفيديو أكثر مصداقية من الصور. وكما في جميع الوسائط فقد حول الكمبيوتر صناعة الفيديو والأفلام بصورة كبيرة من خلال إضافة إمكانيات كان من المستحيل إنتاجها باستخدام التكنولوجيا التماثلية، وأصبحت الأفلام الرقمية والفيديو لا تتطلب الخبرة والموارد الحاسوبية الكبيرة والميزانيات الضخمة لإنتاج الوسائط المتعددة، فقد أمكن لأجهزة الكمبيوتر الشخصية بفضل التحسينات

¹وسام محمد أحمد. الوسائط المتعددة في الصحافة : تصميمها وإنتاجها، مرجع سبق ذكره، ص 139

التي طرأت عليها في السنوات الأخيرة، وأيضاً الكاميرات الرقمية وبرامج تحرير الفيديو أمكنت الأفراد من إحداث فرق في إضافة الفيديو.

وتتكون الأفلام والفيديو من عرض سلسلة من الصور الثابتة بسرعة، وتظهر هذه اللقطات متحركة لسببين: السبب الأول أن كل صورة تلتقط لحظة من الحركة وتسجل التغيرات التي طرأت عليه، والسبب الثاني: هو استمرار الرؤية، فالصورة تبقى في شبكية العين لمدة قصيرة بعد ذهابها، فإذا تغيرت الصورة الثابتة بسرعة كافية فإن الرؤية البصرية سوف هذه الفراغات في الوقت بين الصور، فنعتقد أن الصورة تتحرك لإنتاج الوسائط المتعددة، فقد أمكن لأجهزة الكمبيوتر الشخصية بفضل التحسينات التي طرأت عليها في السنوات الأخيرة، وأيضاً الكاميرات الرقمية وبرامج تحرير الفيديو أمكنت الأفراد من إحداث فرق في إضافة الفيديو.

10 إنتاج الأخبار¹ News Production

يمثل اتجاه غرفة الأخبار لأي من أنماط الاندماج تحدياً للممارسات الصحفية التقليدية، فمن جانب ينحو الاندماج إلى درجة من تعدد المهارات Multi – Skilling بخلاف مفهوم التخصص السائد في الوسيلة الواحدة، حيث يكون الصحفي مسئولاً عن جمع الحقائق وإدخال المحتوى وتحرير الصور والصوت وتوصيل المحتوى عبر منصات متعددة. ومن جانب آخر، فإن الاندماج يسرع وتيرة عملية الإنتاج التي باتت ممتدة على مدار الأربع وعشرين ساعة بما تثيره من تساؤلات بشأن المعايير الصحفية والإجراءات التحريرية. ومن ناحية ثالثة، فإن الاندماج يخلق صراعاً بين الممارسات السائدة في كل منصة إعلامية حينما تعمل معاً قد كان للاندماج أثر بالغ في إعادة ترتيب شكل غرف الأخبار وبنيتها والاستعانة بنظم تقنية لإدارتها تتيح تشارك الموارد بين منصاتهما المختلفة، وإدارتها بشكل متزامن يساعد في دعم مفاهيم اللحظية والتشاركية، وهي الأمور التي ارتبطت ببني الغرف الإخبارية وهيكلها التنظيمية وإدارة مواردها البشرية

رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الإلكتروني إلا أن هناك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجه الإعلام الإلكتروني وتحد من تطوره وانتشاره ومن أهمها:

ندرة الإعلامي الإلكتروني: المزود بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام الإلكتروني بشكل محترف.

¹فاطمة الزهراء عبد الفتاح، . الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار. العربي للنشر والتوزيع، 2016. مرجع سابق ص 42

المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية:

إذ ترجح الكفة دوماً إلى صالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية والأكثر حجماً على مستوى المضمون مما قد تساهم هذه المنافسة في التخفيف من طموح وسائل الإعلام في إحتلال جزء كبير على الأنترنت

صعوبات الحصول على التمويل:

إذ يعاني الإعلام الإلكتروني من صعوبات مادية تتعلق بتمويله وتسديد مصاريفه، وإن عدم توفر دخل من قبل المواقع الإعلامية الإلكترونية يؤثر في عملية تمويله، فأغلب المواقع الإلكترونية قائمه على الاعلانات لتحقيق الربح ولكن أغلب المؤسسات والشركات لاتؤمن بالاعلانات على المواقع الإلكترونية وتشعر بعدم الثقة في الإعلام الإلكتروني.

غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني:

نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.

عدم توفر الامكانيات التقنية في بعض الدول:

مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.

الحاجة إلى السرعة في البث الإلكتروني:

والسرعة سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة أو الجهة المسؤولة عن الموقع الإلكتروني إلى النجاح أو قد تدفعه إلى الخسارة.

إنعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني: وعدم خضوعه للرقابة... وذلك أدى إلى الإساءة في استخدام تقنية الإعلام الإلكتروني وإستغلالها لعرض مواد مشبوهة ومخالفة للقوانين وايضا مخالفه للعادات والتقاليد الاجتماعية.

صعوبة التحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات: التي تحويها بعض مواقع الإلكترونية في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي . فليست كل المواقع والمدونات الإلكترونية

مصدرا للمعلومة، كما أنها يمكن أن تضعف من قوة وسائل الاعلام الحرفية، وأن تتسبب في ضعف أسلوب الكتابة واندثار أخلاقيات الكلمة.

انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة:

من خلال الانترنت وظهور الأجيال الحديثة من أجهزة الكمبيوتر المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور¹

10.1 عوائق وصعوبات تواجه الصحافة الإلكترونية بوجه عام منها:

. المقروئية² فهي لا تزال صعبة نسبيا، فالكومبيوتر لم يعد جماهيريا خاصة في الدول النامية، وسوف تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة.

. قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية، مثلها مثل معظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية و التوقيع الإلكتروني، و من المنتظر أن يتوصل الساسة التكنولوجيون و القانونيون إلى إيجاد حلول لها.

. تعاني الكثير من الصحف الإلكترونية صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها.

- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

- ندرة الصحفي الإلكتروني.

- . عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما هو الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية.

- . غياب الأنظمة واللوائح والقوانين وهو ما نحتاجه ونسعى للحصول عليه.

- . قلة عدد رواد الصحافة الإلكترونية بالمقارنة بقراء الصحف التقليدية، و ذلك نظرا لانحصارها في إطار مستخدمي الانترنت و هم قليلون رغم التزايد المستمر في عددهم.

¹ عامر ، فتحي حسين. الصحافة الإلكترونية ، ص 186

² نفس المرجع ، ص 218

- استلزام حيازة المستفيد لجهاز كمبيوتر متصل بشبكة المعلومات، مع ما يتطلبه ذلك من نفقات، و إن كان انتشار مقاهي الإنترنت بأسعار مناسبة قد قلل من أهمية النفقات، كعائق للوصول إلى شبكة المعلومات والاطلاع على ما نريده من صحف أو نشرات.

الإعلام "الجديد" والإعلام "التقليدي": الحاجة الملحة للتعايش¹

على حد قول "ليف مانوفيتش": "لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد"، فالإعلام "الجديد" ليس كله أذى ولا كله خير كما يشيع عند البعض، ونفس الأمر ينطبق على الإعلام "التقليدي"، هذا الأخير الذي استطاع على مر عقود بل على مر قرون أن يثيد منظومة قيمة قانونية وأخلاقية تشكلت بفضل التجارب المتكررة والإسهامات المتواصلة للفلاسفة، المفكرين، الإعلاميين، السياسيين وغيرهم، والغاية هي خدمة الصالح العام وتعزيز وترسيخ القيم الإنسانية الضرورية للتعايش بين الدول والمجتمعات وداخل المجتمع والدولة الواحدة. فالهدف من المبادئ العديدة التي تحكم مهنة الصحافة هو توجيه الإعلام للاضطلاع بالمهام "النبيلة" التي وجد لتأديتها، فحق له أن يسمى بالسلطة الرابعة على حد وصف "طوكسفيل" ((Tocqueville كما حق له أن يمثل سلطة لا يمكن الاستغناء عنها في ممارسة السلطات الأخرى على حد تعبير "فاروق أبو زيد

لكن من جهة أخرى، يبدو أن هذا الإعلام "التقليدي" بات بحاجة إلى التجديد والتطوير والعودة إلى الاضطلاع بمهامه "النبيلة" كون الإعلام "التقليدي" تحول في العديد من الأحيان إلى وسيلة للدعاية والتضييق على الشعوب وعضو خدمة هذه الشعوب بات وسيلة لخدمة مصالح فئة من القوم، وهو ما يبرزه ويعبر عنه كل من "جون ستابر" (John Stanber) و"شلدون رومبتون" (Sheldon Rampton) في كتابهما المعنون بـ"صناعة الكذب" الذي يبرزان فيه سلطة "اللوبيات" والتلاعب الذي يمارس من قبل الإعلام على الشعب الأمريكي.

إن الحاجة ماسة اليوم لوضع حد لسيطرة المجمعات الكبرى على الإعلام وعمولة الإعلام عبر فاعلين دوليين مختلفين (الفاعلين في مجالات التقنية، المحتوى وسوق الإعلام من خلال فسخ المجال للمواطنين والاجتهاد في خدمة الصالح العام، خصوصا وأن التطور التكنولوجي يتيح فرصا واسعة لإشراك المواطنين في إنتاج المعلومة وضمان تفاعلهم معها.

فالإعلام المنظور الذي ينبغي السعي إليه، هو الإعلام الموضوعي الهادف والنوعي الذي يشارك ويدفع إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية، وذلك لا يتأتى إلا بالجمع بين إيجابيات الإعلام "الجديد" والإعلام "التقليدي" وتجاوز

¹ نصر الدين بوزيان، الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، نحو تعايش في خدمة المجتمع، جامعة قسنطينة 3

عيوبهما أي بالجمع -حسب تقديرنا- بين ميزات الرقابة والرصانة والمسؤولية التي يتسم بها الإعلام التقليدي (المسؤولية الاجتماعية، المهنية، الأخلاقية، القانونية وغيرها، إضافة إلى أجهزة الضبط، المتابعة، فضلا عن احترام الضوابط والمبادئ الإعلامية) وميزات الإعلام "الجديد" (التفاعلية والتشاركية، الشبوع والانتشار، اللامكانية واللامكانية...)، خصوصا وأن بعض المؤشرات تفيد بإمكانية إيجاد هذا التعايش الذي يكفل نوعية ونقله في مجال الإعلام ويجنب المجتمعات الفوضى والتمرد والفتن، وهو أمر ممكن من جميع النواحي. فقد سجل الناشرون المجتمعون بـ"بانكوك" في إطار المؤتمر السنوي للجمعية العالمية للصحافة المنعقد سنة 2013 ارتفاعا معتبرا في عدد المشتركين عبر النت، سيما حالة "فينانشال تايمز" و"نيويورك تايمز"، وهو أمر يمكن العمل على تطويره لتجنب وقوع الإعلام في يد "المهمشين" أو ما سبق وصفهم بمن لا يملكون إعلام (الإعلام الجديد إعلام من لا إعلام له)، فهي بمثابة دعوة للإعلام لفسح المجال وإشراك مختلف فئات المجتمع والمساهمة في ترسيخ القيم الإيجابية في المجتمع.

كما أن نتائج أحد الدراسات التي تندرج ضمن المقارنة بين المواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية، تجعلنا ندرك الحاجة للتعايش والتكامل بين كل من الإعلام "التقليدي" و"الجديد"، فالموقع الإلكتروني تم الاعتماد عليه لنشر المواد التحريرية ومواد الرأي المختارة والقصص الإخبارية المعززة بالصور والعناوين البارزة، فيما ركزت المواقع الاجتماعية على إيصال المعلومات والأخبار أساسا.

وبالرغم من أن الدراسة السابق الإشارة إليه اكتفت بالوصف، لكن يمكن أن نستخلص منها الاختلافات الكبيرة الموجودة بين وسائل الإعلام "التقليدية" و"الجديدة" والاختلافات داخل هذه الوسائل في حد ذاتها، فخصيصيات الجديدة ليست هي ذاتها خصوصيات الإذاعة ولا التلفزيون، وخصيصيات الإعلام الاجتماعي ليست هي ذاتها خصوصيات الإعلام الإلكتروني.

ومن هنا تظهر الحاجة ماسة للتكامل والتعايش بين هذه الوسائل. فكما تم إدراك الحاجة للتعايش بين الوسائل "التقليدية" سابقا وتم التحقق من عدم إمكانية إلغاء وسيلة لأخرى (لا الإذاعة ألغت الصحافة ولا التلفزيون ألغى الإذاعة)، فينبغي أن ندرك مرة أخرى أن لا وسيلة "جديدة" بإمكانها إلغاء وسيلة "جديدة" أخرى ولا الوسائل "الجديدة" مجتمعة بإمكانها إلغاء الوسائل "التقليدية" نظرا لتفرد كل وسيلة بخصيصيات تميزها عن باقي الوسائل.

ويمكن أن نقف في هذا الإطار على العديد من النماذج كحال الصحافة الورقية والإلكترونية، فوجوده وامتعة القراءة ترتبط بالورقية فيما ترتبط سعة النشر وتنوع فرص الاستخدام والتشعب وغيرها في الورقية كما وقفت عليه العديد من الدراسات نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر الدراسة التي قام بها "غودفروي" Godefroy.

وبالنسبة للإعلام "الجديد"¹ واستنادا على الدراسة السابق الوقوف عندها والعديد من الدراسات الأخرى، نجد أن أبرز خصوصيات الإعلام الإلكتروني تقترن في الغالب بإعادة نشر محتويات الوسائل "التقليدية"، وبالإضافة إلى كون هذه الخصوصية السائدة فهي سبب نجاح أكبر الإعلام الإلكتروني في الجزائر (حالة "الشروق أون لاين" مثلا) والدول الأخرى على حد سواء. وعليه نلاحظ أن جمهور وشهرة الصحف الإلكترونية البحثية يعد هامشيا مقارنة بجمهور الصحف الإلكترونية التي لها مقابل ورقي وحتى عند مقارنتها بالصحف الورقية البحثية التي لا تملك موقعا إلكترونيا. ونفس الأمر ينطبق على التلفزيون، فلا مقابل الكتروني للتلفزيون بل يوجد فقط إعادة بث لمضامين تلفزيونية عبر الإعلام الجديد سواء عبر مواقع تابعة للقنوات التلفزيونية (ما يمثل 35 بالمائة) أو عبر "اليوتوب" (22.18 بالمائة من مضامين "اليوتوب" مستقاة من وسائل الإعلام "التقليدية" حسب دراسة للهيئة العليا من أجل نشر الأعمال وحماية الحقوق في الأنترنت)

ننهي للقول أنها أتاحت الأنترنت : عدة خيارات رقمية لنشر المعلومة وتصميمها والتفاعل معها ، ونقلها كالمواقع الإعلامية ، البوابة الإلكترونية ، الروابط ، وتصميمات كالأفوغراف . الفيديو غراف ، الملتيميديا ، الصورة التفاعلية ، لإمكانيات التفاعل وغيرها

¹، محمد فليحي النشر الإلكتروني : الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة ، المناهج لنشر والتوزيع ، 2014

المبحث الرابع : تحليل للخدمات المتوفرة لعينة من المواقع الإلكترونية الإعلامية

تمهيد : تعتبر المعلومة الإخبارية المادة الأساسية التي يحدد شكلها مدي وصولها للمتابعين ، يأتي هذا الجزء لقياس مدي تطور المواقع الإعلامية الإخبارية ، عينة الدراسة الخدمات الإعلامية الداعمة

قياس التطويرات في المحتوى في المواقع عينة الدراسة

بوابة الشروق	موقع aps		موقع TSA		التلفزيون العمومي		فئات المضمون
	ت	%	ت	%	ت	%	
	0	25%	1	25%	1	33.33	الإطلاع علي حساب خاص
	0	25%	1	0	0	33.33	حالة الطقس
	1	25%	1	25%	1	33.33	خدمات الإشهار
	0	0	0	25%	1	0	نشرات إخبارية عبر البريد الإلكتروني

تمنح المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة إمكانية الإطلاع علي حساب خاص لموقعي التلفزيون العمومي و TSA بحيث تسمح الخاصية بتلقي أخبار حصرية متنوعة باشتراك محدد كذا خدمات الإشهار الذي يسمح بالترويج في حين أن موقع TSA يمنح المتصفح نسخة للهواتف الذكية تسمح بتصفح سهل ، ويفتقر موقع التلفزيون الجزائري لذلك كما يمنح الموقعين إمكانية معرفة حالة الطقس

نجد أن بوابة الشروق تفتقر لعدة خدمات كحالة الطقس و أسعار العملات . خدمة الأخبار عبر البريد الإلكتروني وأخبار عبر حساب خاص للمشاركين وحالة الطقس. فيما يوفر الموقع خدمة الهواتف الذكية

فيما ان موقع وكالة الأنباء الجزائرية يوفر للمشاركين والمتابعين خدمات محتوى كأخر الأنباء والتغطيات الحصرية . والبرورتاجات. اللقاءات الحصرية ويوفر أيضا أخبار الطقس وأسعار العملات . وخدمة الهواتف الذكية

تمت الإشارة إلي هذه العناصر في المبحث الثاني من الفصل الثالث بحيث أن توفير خدمات إخبارية متنوعة تسمح بوصول المعلومة لأوسع نطاق خصوصا إمكانية التصفح علي مختلف المنصات كالهاتف الذكي مما يزيد التفاعل والمشاركة في صناعة المحتوى كما أن إمكانية تزويد المتابع با الأخبار عبر البريد الإلكتروني يسمح بضمان المتابعة مثلما يوفره موقع tsa كذلك توفير خدمات حيوية مثل حالة الطقس أما المضمون الخاص بالزبائن والمحتوي الحصري باشتراك تم ملاحظته لدي موقعي tsa ووكالة الأنباء الجزائرية وهو ينم عن احترافية و توفير خدمة راقية لنشر المعلومة في وقتها بالصوت والصورة و النص . والأشكال الإيضاحية الأخرى

خدمات المساعدة للمتصفحين		التلفزيون العمومي		TSA		الشروق		Aps	
الإطلاع علي مواقع إعلامية	التكرار	النسبة	ت	النسبة	ت	ت	ن	ت	ن
8	88.88%	11	84.61%	8	100%	11	85.38%		

الشبكية البرمجية	1	%12.12	%0	0%
أسعار العملات	1	%7.69	.	.
خدمة RSS	1	%6.93	.	.

تمنح المواقع عينة الدراسة خدمات أخرى للمتصفح كـ موقع التلفزيون العمومي الذي يسمح للإطلاع علي مواقع القنوات الأخرى التابعة له بنسبة 88.88% في حين أن موقع TSA يمنح الإطلاع علي مواقع الأخبار متنوعة المجالات لما لها من أهمية ، كما تمنح بوابة الشروق نفس التفصيل بالإطلاع علي مضامين متنوعة المجالات لتلبية رغبات المتابعين وضمان التغطية الإعلامية الشاملة كما ان موقع وكالة الأنباء الجزائرية يضمن تنوع إخباري شامل المجالات نذكر منها ثقافة، سياسة، رياضة ، اقتصاد وغيرها استجابة لرغبات المتابعين . ويعمل التصميم الشكلي كدليل هام للقراء والمحترفين كذلك موقع الإذاعة يمنح خيارات متعددة المضامين لمتابعيها كالخدمات الأخرى كأسعار العملات

أما الشبكة البرمجية فيوفر موقع التلفزيون الجزائري للمتابعين معرفة الشبكة البرمجية لمختلف برامجه التي يبثها ومعددي الحصة، مما يوفر علي المشاهد جهد البحث عن البرامج. أما وكالة الأنباء الجزائرية تتيح خدمة تتبع الأخبار RSS

فهذه التسهيلات أو الخدمات المساعدة للمتصفحين تحدثنا عنها في المبحث الأول من الفصل الأول

الخدمات الإعلامية التي تسهل الإطلاع علي المحتوى الإعلامي في مواقع عينة الدراسة

الخدمات الإعلامية المساعدة	التلفزيون العمومي	TSA	Aps	موقع الشروق
----------------------------	-------------------	-----	-----	-------------

خدمة المباشر	3	%21.42	0	%0	1	9.09%	2	%13.33
خدمة العاجل	1	%7.14	0	%0	0	0	1	%06.66
الإطلاع علي الأخبار المتنوعة	10	%71.42	11	%91.67	11	73.33%	11	%73.33
الأرشيف	0	0	1	% 8.33	1	6.66	1	0

يسمح موقع التلفزيون الجزائري متابعة مختلف القنوات الثلاثة بشكل مباشر عن طريق وصلات ، رغم ذلك فإن الرابط المباشر لا يعمل دائما كما يورد الموقع الخبر العاجل ، ويسمح بالإطلاع علي أخبار متموعة ما نسبته %71.42 في حين أن TSA تسمح بالإطلاع علي قائمة واسعة من الأخبار .المتنوعة يعني كل هذا بما تمنحه الأنترنت كفضاء لنشر الإخباري كما أشير له في المبحث الثالث من الفصل الثالث كذلك موقع وكالة الأنباء الجزائرية يوفر خدمة بث إخباري علي الخط والإطلاع علي الأخبار المتنوعة المضامين والمجالات نظرا لطبيعة المؤسسة المحورية في البلد من حيث إنتاج المعلومة وتوزيعها مما يجعل المواقع التي توفرها شاملة أما موقع التلفزيون الجزائري فلا يوفر أرشيف وهذا نقص في حين بوابة الشروق ، tsa ، وكالة الأنباء الجزائرية توفران هذه الخدمة الحيوية التي تسمح با لإطلاع علي مختلف الأخبار الصور والفيديوهات مما يمكن من استغلالها في الأبحاث الصحفية والعلمية والاستدلال بما حين الحاجة إليها . وقد أشير لهذه العناصر في الفصل الثالث المبحث الأول و الثالث في حين أن خدمة الخبر العاجل توفرت في موقعي الشروق والتلفزيون الجزائري نظرا لطبيعة المؤسساتين الكبيرتين في الإعلام السمعي البصري

عناصر قياس التطويرات الشكلية في المواقع الإعلامية عينة الدراسة

ن	ت	بوابة الشروق	TSA	ENTV	APS	فئات الشكل
%100	5	X	X	X	X	الروابط و الإحالات في المواقع
75%	3	X	0	X	X	خارطة الموقع
%100	4	X	X	X	X	توفر معلومات متنوعة
%100	4	X	X	X	.X	التفاعل
%100	4	إخبارية	إخبارية	إخبارية	إخبارية	نوع المعلومة المعروضة
%100	4	X	X	X	X	تحديث المعلومة

أساليب الإخراج والتصميم	مختلط	مختلط	مختلط	بوابة	5	75%
وضوح اللغة والأيقون	X	X	X	X	5	100%
نسخة الهاتف الذكية	0	1	1	1	1	0
	0	25%	25%	50%		

- جميع المواقع عينة الدراسة توفر تشعبات إخبارية للأخبار ذات الصلة تسهила للإطلاع عليها، ومعرفة تفاصيل الموضوع وهذا ما يتطابق مع ماورد في المبحث الأول من الفصل الثالث ، بحيث أن المواقع الإعلامية تنوع من المضامين لضمان أوسع متابعة

- توفر أغلبية المواقع خارطة الموقع للوصول لجميع محتويات تسهила للمتابع للإطلاع عليها و الوصول لتفرعات المواقع عينة الدراسة

- تعرض بوابة الشروق أزيد من 65 خبر متنوع بين السياسي،الثقافي ، الصحي ومقالات الرأي هذا عدي الأخبار المعروضة في الأقسام الأخرى من المواقع الأخرى المرتبطة بها والمترجمة وكذا مقاطع فيديو وأنفوغراف يتوافق مع ماورد في المبحث الأول من الفصل الثالث

تقدم البوابة الرئيسية لتلفزيون الجزائري أزيد من 40 خبر متنوع بين رياضي وسياسي واقتصادي مع أقسام خاصة بالفيديوغراف والاستخدام المكثف الأنفوغراف والملمتديا، تبسيطا للقارئ فيما يعرض موقع TSA أزيد من 73 خبر منوع بين فيديوهات وأخبار مرفقة بصور

- إن نوعية المواقع عينة الدراسة إخبارية متنوعة حيث تتميز بتحديث مستمر للأخبار فموقع التلفزيون بحدث معلوماته دوريا مع شريط أخبار وأخبار محدثة في الصفحة الرئيسية بلغات متعددة كذلك وكالة الأنباء الجزائرية لها شريط إخباري محدث دوريا و مع تحديث إخباري لصفحة الرئيسية دوريا بلغات متعددة كذلك TSA تقوم بتحديث دوري للأخبار دون وجود شريط أخبار يضمن النقل الفوري للأخبار بلغتين ، وكذلك بوابة الشروق لديها النقل العاجل للأخبار المؤثرة في الرأي العام وتحديث دوري للأخبار المعروضة بلغتين .

- بعد معاينة المواقع عينة الدراسة عمل المصممون علي الاعتماد علي أسلوب الجمع بين العرض الديناميكي للأخبار وذلك جمع الأخبار المتماثلة في تصنيف عبر قوائم إخبارية متخصصة وهذا مطابق مع دراسة wallace الذي يجعل الصحفيون في غرف الأخبار ذات مهارات متنوعة لتحكم في صناعة الخبر عبر منصات التواصل الاجتماعي ، وكذا القدرة علي النقل المباشر للحدث ومنتجته أنيا

- موقع التلفزيون الجزائري يقسم أخباره إلي تقسيمات التالية أخر الأخبار ، أخبار الوطن ، إقتصاد، ثقافة، رياضة دولي، مجتمع، صحة وجمال، تكنولوجيا و يوتوب، ويعرض باقي الأخبار في شكل عرض أفقي مرفق بصور دالة للخبر كما له تقسيم قائمة علي شكل : الرئيسية . الشبكة البرمجية . تلفزة الواب . البث المباشر للقنوات . ولغات عرض الأخبار كما لها اختصارات للوصول للقنوات المختلفة . هذا ينطبق مع دراسة كيلر keller الذي يحدد معايير التصميم والتفاعلية في الموقع بناء علي نوع الوسيلة

- موقع TSA حيث إعتد أسلوب الوحدات في العرض الأخبار مع وجود قوائم علي شاكلة :

- Politique. economie .international sport. .video. consommation culture. media . technologies مرفقة بأخبار تتناسب مع التصنيف مرفقة بصور أو فيديوهات يتناسب ذلك مع دراسة wallace التي تستدعي تكوين عالي للصحفيين لصناعة خبر شامل

- تميز موقع وكالة الأنباء الجزائرية بوجود قوائم لتقديم خدمات محددة كخدمة واج مباشر ، واج للصور. واج للفيديو. أنفوغرافيا. مجلات ملتميديا. فيه تصنيف موضوعي كالجائر . إقتصاد .دولي .رياضة مجتمع .ثقافة . جهوي. صحة .علوم . تكنولوجيا. واج ويب وفي كل قائمة تعرض الأخبار بشكل أفقي بنفس التقسيم تضم عناوين أخبار مرفقة بصور

أما بوابة الشروق فتعتمد في الصفحة الرئيسية علي علي تصميم إطار ديناميكي لعرض الأخبار ، تطلع عليها بالنقر عليها كما تضم قائمة علي شكل : الرئيسية . العالم . اقتصاد . رياضة . الرأي . جواهر ملتميديا.

منوعات . الشروق نيوز. الشروق tv.. الشروق العربي الجريدة pdf البث الحي. اختصارات اللغة كما تقسم الأخبار المعروضة إلي عرض ديناميكي للأبناء والأخبار الأكثر تفاعلا من الجانب الأيسر وبعدها عرض رأسي للأبناء لأخبار مرفقا بصور كما فيه وحدة إخبارية يسار الشاشة بعنوان الرأي فهي تتنوع ب بين القوائم الإخبارية والوحدات ، لكن البوابة بطبيعتها شاملة توفر كثير من الخيارات هذه العناصر تم تناولها في المبحث الأول من الفصل الثالث

تشترك أيضا المواقع الإخبارية عينة الدراسة بوجود وضوح اللغة والأيقونات لتوجه للأخبار معينة . حيث توفر أغلبية المواقع فئات الشكل الواجب توفرها في تصميم المواقع الإخبارية

العناصر الشكلية في المواقع الإعلامية عينة الدراسة

مدي استخدام الأنفوغراف والفيديوغراف في المواقع الإخبارية عينة الدراسة

المواقع الإعلامية الإلكترونية	إستخدام الفيديوغراف	ت	%	إستخدام الأنفوغراف	ت	%
موقع التلفزيون الجزائري	X	1	%25	X	1	%25
موقع TSA	X	1	%25	X	1	%25
موقع الشروق	X	1	%25	X	1	%25

موقع APS	X	1	%25	X	1	%25
----------	---	---	-----	---	---	-----

يستخدم موقع وكالة الأنباء الجزائرية الفيديوغراف بشكل مكثف نظرا لطبيعة العمل ، كمصدر رئيسي للأنباء حيث أن الفيديوغراف أصبح عاملا رئيسي لشرح الأنباء للقراء الطبيعيين وواجهة رئيسية للمؤسسة فهي تبين مدي دقتها وخبرتها في صناعة الخبر واحترافية الفريق الإعلامي ، أما التلفزيون لا حظنا اقتصار استخدام الفيديوغراف علي تغطية أهم التغطيات وشرح نوعية الحدث فحسب نظرا للعمل المتواصل فحضور الفيديوغراف شحيح ، أما موقع TSA فيستخدم الفيديوغراف بشكل كثيف نظرا لطبيعته الإخبارية وزيادة المتابعة ، وتبسيط الخبر للمشاهد ، فيما أن الشروق تستخدم الفيديوغراف أيضا بشكل مكثف لزيادة الإلتشار وتبسيط الخبر للمتابع والحرص علي دقة الخبر ،

تستخدم وكالة الانباء الجزائرية الأنفوغراف كأسلوب تمثيلي وإحصائي لمعالجة أخبار ذو أهمية بالغة بشكل ملخص وشارح للمتابع ، وتعمل علي ذلك بشكل واسع لترويج لخدماتها واحترافيتها كمصدر رئيسي للأنباء ، يستخدم موقع الشروق الأنفوغراف في مواقع التواصل الاجتماعي لشرح الأخبار و تسهيل فهم المتابعين ، خصوصا موقع الشروق نيوز التابع للبوابة كذلك يستخدم موقع كل شئ عن الجزائر الأنفوغراف بشكل واسع في مواقع التواصل الاجتماعي لشرح الأخبار وتقديمها بصفة دقيقة وبسيطة للمتابع تناولت مواضع تهم الرأي العام كالرياضة كذلك للأخبار الصحية والإقتصادية ووجهات نظر سياسية مما يزيد حجم المتابعة فيما أن موقع التلفزيون الجزائري يستخدم الأنفوغراف علي نطاق واسع علي موقع الفيسبوك حيث ينشر الأخبار الرياضية والصحية . الساسية والرسمية خاصة نظرا لطبيعتها كوسيلة إعلام عمومي وجهاز تابع لدولة .وكذلك تطبيق الخدمة العمومية .

عموما لجأت المواقع الإخبارية عينة الدراسة لاستخدام الفيديوغرافي و الأنفوغرافي بشكل واسع علي مواقع التواصل الاجتماعي لضمان متابعة أوسع ووجد تفاعل للجماهير كما أن السبب الرئيسي يعود لحتمية مواكبة

هذه التقنيات في صناعة الخبر مواكبة للاستخدامات الجديدة للمتابعين وكذا مستجدات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال من تابلت وهواتف ذكية فالصناعة الإعلامية أصبحت صورة خبرية . وصور سمعية بصرية دقيقة

سريعة هذا ماتم ذكره في المبحث الثالث من الفصل الثالث حيث تعرضنا فيه لمختلف المزايا التي تمنحه المواقع الإعلامية شكلا و مضمونا و التي تناولت صناعة المعلومة في غرف الأخبار المختلفة

إضافة إلى ماذكر فيه عناصر تفاعلية

الفئات	موقع entv	موقع aps	موقع TSA	موقع الشروق	ت	ن
بريد إلكتروني لتواصل مع التحرير	.	X	X	X	4	%80
إستطلاع الرأي	.	.	.	X	1	%20
البحث داخل الموقع	X	X	X	X	5	%100
التعليق ومشاركة منشور	X	X	X	X	5	%100

يمكن القول أن استخدام العناصر التفاعلية عينة الدراسة متباينة حسب طبيعة كل وسيلة وملكيته وهدفها فالوسائل العمومية تعتمد الخدمة العمومية ولا تتواصل كثير مع الجماهير رغم أنها تمنح تلك الميزة مثل التواصل عبر البريد إلا أن الاستجابة نادرة إذ يمنح التلفزيون الجزائري خاصية التعليق علي برامجيه وتوجيه ملاحظات عبر الفيسبوك عبر نشر الفيديوهات و الأنفوغراف وجميع التغريدات علي التويتر ، في حين أن المؤسسات كالشروق و tsa فتوفر الخاصية مع نسبة استجابة أعلي بحيث يستطيع المتابع التواصل علي البريد والفيسبوك . كما تتشارك أغلبية المواقع في توفير المعلومة علي مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة لضمان التأثير ومعرفة صدي ذلك لدي المتبعين ، كما توفر كل المواقع قابلية البحث عن الأخبار والأرشيف بحيث أن كلمة مفتاحية ستتيح

ملفات وبرقيات ممايسهل الإطلاع عليها ، وتوفر بوابة الشروق وحدها صبيرا للأراء حول القضايا الوطنية والدولية ويتفرد بها مما يمنحه صيغة تفاعلية فريدة لقياس الرأي عام خول القضايا الرئيسية و يتفرد بوجود مدونة خاصة بالشروق وهذا ضعف عام في هذه المواقع لقياس الرأي كما تسمح جميع المواقع علي إعادة نشر الخبر والتعليق عليه وتحليله وهذا يتماشى مع دراسة كيلير abelson .keller التي درست درجة الفعالية للمواقع الإخبارية وغرف الأخبار الإلكترونية وخصوصا مدي الإمكانيات التفاعلية وإستجابتها لحاجات ومتطلبات المستخدمين . كذلك تمكن هذه الخصائص من دراسة حجم الأثر الذي تحدثه هذه المؤسسات الإعلامية في الجمهور الرقمي المتابع . وتأثير التصميم والتقسيمات المتبعة في إنتاج الأخبار ، كما تناول بعض النقاط المبحث الثالث من الفصل الثالث إذ تمثل العناصر التفاعلية عناصر أساسية في تصميم هذه المواقع

الإجابة عن أسئلة الدارسة

الإجابة عن السؤال الجوهري الذي كان ما دور التطور التقني في وسائل التصفح في التحديات الشككية والضمنية التي عرفتھا المواقع الوطنية في سنة 2017 ، وماهي أهم التطورات التي عرفھا العمل الإعلامي الإلكتروني الوطني

واكبت المواقع الإلكترونية الإخبارية الوطنية تطورات وسائل تصفح الأخبار التي حدثت في منصات استقبال كالهواتف الذكية . اللوحات الرقمية ، الحواسيب اللوحية الشخصية بحيث عرفت تطورات في عمل المواقع الإخبارية باستحداث نسخ تفاعلية كبوابة الشروق التي حدثت نسختين من موقعها مرتين في فترة الدراسة لتحسين العرض الإعلامي الرقمي وتناسبه مع الهواتف الذكية . وكذلك موقع التلفزيون الذي استحدث نسخة حديثة تناسب الاستخدام الكثيف للموقع واستثمارا في مواقع التواصل الاجتماعي ، التويتر الفايسبوك . كما عملت علي توفير البث المباشر وشبكة برمجية مع استخدام مكثف للأنفوغراف والفيديوغراف . وأخبار متنوعة ، كما جري تطوير نسخ موقع tsa عدة مرات لتحسين واجهة التصفح مع قابلية الاستخدام علي الهواتف الذكية مع توفير خدمات متعددة مثل الإطلاع علي الصحف وموقع للخدمات المدفوعة كاريكاتيور ، وفيديوهات . صحة وتكنولوجيا . أما موقع واج فقد وفر نسخة للهواتف الذكية مع محتويات بلغات متعددة تنوعت بين الانفوغراف . الفيديوغراف . كما توفر مواضيع متنوعة وبث لشريط الأخبار

أما الإجابة عن التساؤلات :

كيف واكبت المواقع الإعلامية ظهور وسائل جديدة لتصفح الرقمي :
واكبت المواقع الإخبارية التطور التقني بتنوع النسخ خاصة بالهواتف الذكية واللوحات الذكية بحيث أغلب المواقع أصبحت مرقوة علي هذه الأجهزة المستقبلية كما طورت خدماتها بإنتاج أخبار متعددة الوسائط و استثمار مواقع التواصل الاجتماعي

- ما لتحويلات التي عرفتھا غرف الاخبار نتيجة الاندماج الرقمي والإعلامي:

لقد ألغيت عدة مهام وظهر الصحفي المتعدد المهام القادر علي منتجة المادة الإعلامية ونشرها في مكانها المخصص ، كما إستخدمت أحدث الأجهزة في إنتاج المادة الإعلامية . وإستغلت الهواتف الذكية في إنتاج الأخبار المتعددة الوسائط والتي توزع في جميع مواقع التواصل الاجتماعي . التويتر . فايسبوك . اليوتوب كما أصبحت الأنفوغراف و الفيديو غراف عماد الصناعة الرقمية الإعلامية

- ما الأغراض الإعلامية التي تستعمل فيها الأنترنت:

استغلت الأنترنت في إنشاء المواقع الإعلامية الصحفية ما عرف بمواقع الأخبار لتلفزيونات ، الإذاعة ، الصحافة الإلكترونية

- كيف أثر المستخدمين علي شكل عرض الأنباء في المواقع الإعلامية الإلكترونية:

لقد أدت كثرة الاستخدام إلي تنوع المواد الإعلامية المنتجة مالمحظ أيضا الحاجة الملحة لتطوير النسخ الإعلامية الإلكترونية ، كما استغلت الملتيميديا وآليات التوضيح علي نطاق واسع . وخاصة التفاعلية منها التي أصبح بفضلها المتلقي منتجا للأخبار

- ماهي العناصر الأساسية في تصميم المواقع الإلكترونية الإعلامية الإخبارية :

إن المواقع الإخبارية تعتمد علي عناصر أساسية للإنتاج المعلومة : كالوصلات ، الإحالات للأخبار المتماثلة . الوصلات لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، العرض الديناميكي للأنباء ، خدمات تغيير اللغة ، وصلات للمواقع المختلفة

- ما تأثير الهواتف الذكية في طرق العرض وماهي استخداماتها الإعلامية :

اعتمدت كل من tsa والشروق . التلفزيون علي ما ينتجه الأشخاص الطبيعيون في تغطية كوارث طبيعية فيما يعرف بصحافة المواطن ، كما أثرت في تحسين نسخ مواقع عينية الدراسة بقابلية تصفحها بالهواتف الذكية واستخدام الأنفوغراف والفيديو غراف المناسبين للهواتف الذكية والعناصر التفاعلية

- ما لتطورات التشريعية التي تنظم صناعة الإعلام في المواقع الإخبارية :

ظهرت تشريعات إعلامية دولية ، ووطنية : تحاول تنظيم العمل الإخباري في مواقع التواصل أو في المجال الرقمي ، إلا أن أخلاقيات الإعلام تظل أساسية في ظبط مجال إنتاج الأخبار علي النت كما أن حماية الملكية الفكرية ، تطرح إشكالية عن مستقبل العمل الرقمي الإخباري ومستقبل وسائل الإعلام الرقمية . إذ أن محركات البحث العملاقة كغوغل تحتكر بث المعلومة دون دفع مقابل للمصادر الرئيسية التي هي وسائل الإعلام مما يهدد تواجد وكالات الأنباء و باقي المؤسسات الإعلامية علي النت ، مما يستدعي ردع سرقات ملكية الأخبار ، ودفع الحقوق ، وحتى منصة فايسبوك تنهرب من دفع المليارات لوسائل الإعلام نتيجة النشر للأخبار دون إذن هذه الوسائل مما يجعلنا نفكر جديا في مثال الصناعة الإعلامية دون احترام حقوق ودفع رسوم الأخبار الحصرية

- ماهي آلية العرض المتبعة في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

تتبع المواقع الإخبارية آلية عرض تجمع بين نوع البوابة التي تقدم مجموعة مواقع إخبارية وخدمات شاملة ، ونوع الموقع العادي الذي يتضمن مواد إخبارية متنوعة كما يتشابه النوعين باستخدام الملتيميديا . والفيديوغراف ، الأنفوغراف كأساس النشر الإلكتروني الإعلامي

خاتمة

عرفت الصناعة الإعلامية الإلكترونية تطورات في الشكل والمحتوي ففي أول المد الرقمي انتقلت الصحف إلى المواقع الإلكترونية الإخبارية فمنها من يوفر نسخة مطابقة للورقي و فيه محتوى إلكتروني مستقل ، ومنه من أنشأ مواقع ذو محتوى إلكتروني كامل دون وجود ورقي ، كما ان سوق الورق أصبحت تهدد بقاء الجرائد فانتقلت إلى النشر الإلكتروني ككبري الصحف الأمريكية كنيويورك تايمز .واشنطن بوست وغيرها كما لعبت ظاهرة الاندماج الإعلامي دورا في تنوع المحتويات بين الصوت والصورة . نص . أنفوغراف . فيديوغراف .

إن التحول الرقمي فرض دخول أجهزة أخرى للإنتاج الخبر كالهواتف الذكية ، فيما يعرف بصحافة المواطن ، التي أسست لأدبيات عمل مختلفة ، سواء في نوعية الخبر وتحليله . أو في إنتاجه وظهور مصطلح صحافة الموبايل ، فيما أن التشريعات الوطنية والدولية حاولت ضبط موادها الحد و أضرارها .

وأضحت المواقع الإلكترونية الإخبارية أساس الصناعة الإعلامية الإلكترونية كواجهة للمؤسسات الإعلامية كوكالات الأنباء . الراديو . الصحف . التلفزيون ، حيث عملت علي إنتاج محتويات رقمية تميزها عن غيرها والمنافسة علي الصدارة مرفقة إياها بمواد علي مواقع التواصل كتويتر ، اليوتوب مما أوجد ثقافة رقمية والاستفادة من مداخل الإشهار والوصول إلى أكبر عدد من المتابعين .

كما استخدمت المواقع الإخبارية وسائل الإيضاح كالغرافيك و الأنفوغراف . و الفيديوغراف التي أتاحت للمتابع طريقة عرض جديدة للأخبار . تتناسب مع تطور المتصفحات . حيث أصبحت الاستجابة لحاجات المستخدمين الإعلامية أمرا ملحا

أما المواقع الإعلامية عينة الدراسة فقد اعتمدت التطوير المرهلي بصناعة رقمية معتمدة علي التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي و مضامين متنوعة الشكل والمضمون ، كما عملت علي مواكبة تقنيات التصفح وحسنت الشكل و المضمون للإبقاء علي المتابعة كما اعتمدت أساليب عمل محترفة بالبحث عن المشتركين كوكالة الأنباء الجزائرية و موقع TSA التي تعمل علي توفير مواد خاصة بالمشتركين كما توفر نشرات عبر البريد الإلكتروني ومعلومات عامة ذات طبيعة اقتصادية وخدمة عمومية . أما بوابة الشروق فهو مصدر للمعلومة متنوع رحبي مكمل لقنوات الشروق والنسخة الورقية ، فيما موقع التلفزيون الجزائري فهو يمثل إستراتيجية المجمع العمومي للانفتاح علي الجمهور والخدمة العمومية

إذ تشكل دراستنا منطلق أساسي لدراسة الصناعة الإعلامية في الفضاء الرقمي ، والتحويلات التي تطرأ عليها نتيجة الحاجة الملحة للمعلومة في ظل انتشار الواسع لتقنية الاتصالات واستخدامها فيما يتسم المجال بأنه متغير

شديد المنافسة إذ أن غرف الأخبار للمواقع عينة للدراسة .وجب تطويرها لتصبح ذكية مع صحفيين مكونين علي التحكم بالأجهزة الرقمية للإخراج صحفي مثالي .

المراجع

الكتب

- إبراهيم ، علي حجازي. الإعلام البديل. دار المعترف للنشر و التوزيع، 2017
- حسني ، إبراهيم السيد. أخلاقيات الإعلام وقوانينه . مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2015
- رايح ، الصادق. فضاءات رقمية. دار النهضة العربية، 2014.
- عامر ، فتحي حسين. إعلام بدون أخلاق : قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي. العربي للنشر والتوزيع، 2019
- عامر ، فتحي حسين. الصحافة الإلكترونية : الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع، 2018
- عامر ، فتحي حسين. المسؤولية القانونية و الأخلاقية للصحفي. العربي للنشر والتوزيع، 2014
- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين. التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية. دار العلوم للنشر والتوزيع، 2014
- عبد الحميد ، صلاح. الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، دار الأطلس ، 2018
- عبد العزيز خالد الشريف. أخلاقيات الإعلام. دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، 2014
- عبد الفتاح ، فاطمة الزهراء. الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار. العربي للنشر والتوزيع، 2016
- عزمي ، محمود. مبادئ الصحافة العامة. وكالة الصحافة العربية، 2019
- الفلاحي ، حسين علي إبراهيم. الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد : دراسات و صور في مظاهر من الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد. دار الغيداء لنشر والتوزيع ، 2014
- فلحي، مُجدّ النشر الإلكتروني : الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة ، المناهج لنشر والتوزيع ، 2014
- كنعان علي . الصحافة : مفهومها و أنواعها. دار المعترف للنشر و التوزيع، 2014
- لحسن ، عيسى محمود. وكالات الأنباء. دار الزهران لنشر والتوزيع 2010.
- مرعي مذكور. الصحافة. دار النشر للجامعات، 2013
- وسام كمال. الإعلام الإلكتروني والحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي. دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014
- وسام مُجدّ أحمد. الوسائط المتعددة في الصحافة : تصميمها وإنتاجها، 2018

ياسر عبد الرحمن خلف. وكالات الأنباء ودورها الإعلامي. دار الحندرية لنشر والتوزيع ، 2016

المقالات العلمية

إبراهيم، خالد ، نواف حازم و مُجَّد . خليل "الصحافة الإلكترونية ماهيتها و المسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها، مجلة الشريعة والقانون المجلد 25 ، ع 2011.46

أبو جلنبو ،صفاء مُجَّد خليل ،توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي عينة من الصحف السودانية،2016

أنور ياسمين أيمن ،خدمة المعلومات الإخبارية علي شبكة الأنترنت ، البوابة العربية للمكتبات والمعلومات ،ع28، 2012
برنيس نعيمة ،تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية ، مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة منتوري فسنطينة ، ع 47، 2017

البطريق ، غادة. المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي. أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2017
بوعزيز بويكر ،مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلي الفيس بوك ، مجلة آفاق للعلوم ، جامعة زيان عاشور الجلفة2019

خلفلاوي ، شمس ضيات . "الإعلام الجديد : قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة" مجلة علوم الإنسان والمجتمع ،2015

خلود العصيمي المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل ع 7 . 2019 .

رايح الصادق ،السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي وأثرهما على الممارسة الإعلامية المعاصرة، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، ع34، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2015

سامية بورقعة ، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية .مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والاتصالية مج1.ع1 2012

سعودان نسمة، الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للعلوم الإجتماعية ، المؤسسة العربية للإستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية،2018

شاهين ، سناء يوسف . "الصحافة الذكية : المفهوم وآفاق المستقبل : دراسة بيانية، لغوية، تطبيقية" غ36 2020

القول ريم،قوطلال كنزة، مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة ،مجلة كلية الفنون ،جامعة مصراته ،ع1،2015

لصوان ، كافية . "تحديات و خصوصيات التشريع الإعلامي في ظل ممارسات الإعلام الجديد"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، ع12، 2014،

لونيس ، باديس . "صحافة المواطن و إعادة تشكيل مفهوم الجمهور"، مجلة الحكمة ، المجلد4، ع201210.

مُجد ، ماجد كمال الدين . "تصميم الجرافيك و أثره على المواقع الإلكترونية و الوسائط المتعددة " مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الإنسانية. المجلد 15 ، ع 3. 2015

مُجد عبود مهدي ، أخلاقيات العمل الصحفي – المفهوم والممارسة ، مجلة أهل البيت ع3،

مصري ، ياسين آدم بساطي . "صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية، مجلة الحكمة 2015، ع 6

موسى ، إنتصار رسمي . "الصحافة الإلكترونية : تغير و تحول مراحل و أنظمة تصميم و إنتاج الصحف و النشر الإلكتروني" الاتصال و التنمية 2014

النصار أسامة عبد الرحمان ، صحافة المواطن والتغيير السياسي ، مجلة الديبلوماسي، ع53، معهد الأمير سعود الفيصل لدراسات الدبلوماسية، 2011

نصر الدين بوزيان ، الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، نحو تعايش في خدمة المجتمع ، جامعة قسنطينة مج 8 ع 1

المواقع الإلكترونية

خوان مانويل كاسنوف خمسة أسئلة هامة ينبغي على الصحفيين طرحها لزيادة تفاعل الجمهور 25 جويلية 2015.
2021/01/05

فاطمة فايز عبده قطب . إعلام الهاتف المحمول : سمات الحاضر وأفاق المستقبل

[/https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9](https://fatimahfayez.wordpress.com/2014/01/04/%D8%A5%D8%B9%D9)

2021/01/5

أخلاقيات الإعلام المعاصر بين التغيير الجذري والتمسك بالتبسيط، جريدة الإتحاد ، 2013.

<https://www.alittihad.ae/article/79945/2013/%D8%A3%D8%AE%D9%84>

خالد طه غرف الأخبار الذكية . 2021/10/28

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/233>

د دراسة جديدة حول واقع التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية . شبكة الصحفيين الدوليين 2021/10/28

https://badislounis.blogspot.com/2020/03/blog-post_28.html

زيد المصطاف ، صحافة الموبايل، 2021/2/10

سفيان سعودي إستراتيجيات تستخدمها المواقع الإلكترونية لزيادة عدد القراء. 12 جانفي 2018 . 2021/10/28

<https://ijnet.org/ar/resource/4->

غرف الأخبار ويكيبيديا

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%BA%D8%B1%D9%81%D8%A9_%D

فريق دراسات lampr مستقبل صحافة الموبايل، أكاديمية لندن للإعلام والعلاقات العامة

<https://lampr.ac/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%8>

-فيصل الصويميل كيف يحلل أصحاب «الميزانيات المنخفضة» زوار مواقعهم؟ 30 ديسمبر 2011

[/https://www.tech-wd.com/wd/2011/12/31/visitor-behavior-analysis](https://www.tech-wd.com/wd/2011/12/31/visitor-behavior-analysis)

2021/10/28.

المصطفى أسعد، صحافة الموبايل نصائح حول أبرز مراحل التصوير والمونتاج

<https://scm.bz/techsupport/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8>

2021/02/10

الملاحق

فئات الشكل

ن	ت	فئات الشكل
		إستخدام الفيديوغراف
		إستخدام الأنفوغراف
		خارطة الموقع
		أساليب الإخراج و التصميم وضوح اللغة والإيقون
		الروابط والإحالات
		العناصر التفاعلية
		نسخة الهواتف الذكية

فئات تحليل المضمون

ن	ت	فئات تحليل المضمون
		خدمة ISS
		الإطلاع عن الأخبار بحساب خاص
		حالة الطقس
		خدمات الإشهار
		نشرات إخبارية عبر البريد الإلكتروني
		الإطلاع علي مواقع متعددة
		الشبكة الاجتماعية
		أسعار العملات
ن	ت	خدمة RSS

		الإطلاع علي حساب خاص حالة الطقس
		خدمات الإشهار
		نشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني
		خدمة البث المباشر
		خدمة الخبر العاجل
		الإطلاع علي الأخبار متنوعة الأرشيف



Plate Heat Exchanger

Safe Trading Plate Heat Exchanger on Leading B2B Platform

Shanghai Jiangxing

Infos et Vidéos



Abdelkader Bensalah arrive au carré des martyrs du cimetière d'El Alia

Le: 23 Sept. 2021 - Société

Covid-19 en Algérie : 16 décès et 182 nouveaux cas

Le: 21 Sept. 2021 - Société

VIDÉO. Rocade d'Alger : chute spectaculaire d'un pylône électrique

Le: 20 Sept. 2021 - Vidéos

Mondial 2022. Niger - Algérie, changement de l'horaire du match

Le: 20 Sept. 2021 - Sport

VIDÉO. Ligue des champions : bagarre sur la pelouse de l'ES Sétif

Le: 20 Sept. 2021 - Vidéos

Enquêtes sur les incendies dans 30 wilayas : 47 suspects écroués

Le: 20 Sept. 2021 - Société

Équipe nationale : du nouveau pour les deux matchs face au Niger

Le: 20 Sept. 2021 - Sport

Championnat de Ligue 1 de football : la date de reprise repoussée

Le: 19 Sept. 2021 - Sport

Tebboune hausse le ton : l'Algérie est une « force de frappe »



La rencontre gouvernement-walis, tenue ce samedi 25 septembre à Alger, a été l'occasion pour le président de la République Abdelmadjid Tebboune de faire quelques annonces économiques et sociales, dans une...

Le: 25 Sept. 2021 - Politique

« Les conditions sont réunies pour relancer l'économie algérienne »

Mustapha Mekideche, analyste économique et expert international, revient dans cet entretien sur la situation économique en Algérie, le plan d'action du gouvernement, la diversification de l'économie algérienne, le climat des...

Le: 25 Sept. 2021 - Économie

Tebboune annonce du nouveau pour les enquêtes anti-corruption

Le président Abdelmadjid Tebboune a présidé ce samedi une nouvelle réunion gouvernement-walis où il a évoqué à nouveau le climat des affaires en Algérie, plombé par les enquêtes sur la...

Le: 25 Sept. 2021 - Politique

Publicité



Start Now

Soutenez l'information indépendante en Algérie

TSA est indépendant et souhaite le rester. Nous avons besoin de votre soutien pour assurer notre mission d'intérêt public.

Je m'abonne à partir de 1 €



Communiqués de presse



Alliance Assurances organise une opération de collecte de don de sang

Le: 22 Sept. 2021



Action solidarité du groupe Castel Algérie/ NCA Rouiba pour les sinistrés des incendies en Kabylie

Le: 14 Août 2021



COVID-19 : Alliance Assurances vaccine ses collaborateurs et partenaires avec le concours des pouvoirs publics

Le: 14 Juil. 2021



Le récit glaçant de 3 femmes rouées de coups sur une autoroute



C'est un témoignage qui fait froid dans le dos. Trois jeunes femmes ont fait l'objet d'une course poursuite sur une autoroute par une voiture de marque Seat Leon à bord duquel...

Le: 25 Sept. 2021 - Société

Publicité

Les plus lus

1 Procès d'Ali Ghediri : l'incroyable histoire de Hocine Gasmî

2 Ali Ghediri condamné à 4 ans de prison ferme

Publicité



Ensemble pour une rentrée en bonne santé

3 ENTRETIEN. Smaïn Lalmas : « L'Algérie est en situation de stagflation »

4 Tribunal militaire de Blida : le général Belkecir lourdement condamné

Publicité



salon arabesque

Tebboune : l'Algérie produira son « 1er vaccin anti-Covid dans 4 jours »

C'est désormais une réalité. Le vaccin chinois CoronaVac de la firme Sinovac sera bel et bien produit en Algérie. Le projet de fabriquer en Algérie le vaccin anti Covid-19 remonte...

Le: 25 Sept. 2021 - Politique

الجزائر

750 فردا من العصاية حاولوا العودة عبر البرلمان

الجزائر حوثة فورة واجتاحتها لخطا لمكافحة الفساد وجمعية الجزائر 97 مؤلفا بها جمعا من دول الجزائر باستثناء تونس تطالبون وراء ارتفاع الأسعار ووزارة التجارة تحمل المسؤولية أكبر رئيس الجمهورية...

2021/09/25

فصية لوج... أفضل ملف
فساد العام الفناء

طوبير وشجرات للقطر
بالكتاب المدرسي

الشيخ فرانسيس
الطبيعة مع سفيرة
وجمة

750 فردا من العصاية
حاولوا العودة عبر
البرلمان

مما لدخول
مدرسي أمن
ooredoo
موبايل الجزائر

الأكثر تقاسلا

الصحره القبرية: رئيس حكومة
اسنانيا أثير الملق أمام جمعية
الأمم المتحدة
2021/09/24

باسمين عبد العزيز تعود لمصر
وهذا أول ظهور لها بعد شفائها!
2021/09/25

هنا ما يحدث إذا دخلت طائرات
المغرب أجواء الجزائر
2021/09/24

نوفات الحالة الجوية: عودة
مرفقة لأططار عبر عدة ولايات
2021/09/25

زيادات في الأجر
2021/09/24

أربعة ضامين في عيادة
"مخاربي الصحره"
2021/09/25

تلاميذ يبدأون الموسم
الدراسي من دون كتب
2021/09/25

الحكم غريال سيشارك في كأس العالم 2022

نال حكم الساحة الدولي الجزائري مصطفي غريال، شرف إدارة مقابلات نهائيات كأس العالم 2022، وبهذا الشدد، سيحضر غريال ملق تنقمة "القبلا"...

2021/09/25

36 ألف مليارا ضاعت في استيراد الخردة الإيطالية

اقتصاد
2021/09/25



يظل العالم السائق بشيد بالجزائري إسماعيل بن ناصر

رياضة
2021/09/25

تلاميذ يبدأون الموسم
الدراسي من دون كتب
2021/09/25



الرأي

نوفات الحالة الجوية: عودة
مرفقة لأططار عبر عدة ولايات
2021/09/25

زيادات في الأجر
2021/09/24

36 ألف مليارا ضاعت في استيراد الخردة الإيطالية

اقتصاد
2021/09/25



يظل العالم السائق بشيد بالجزائري إسماعيل بن ناصر

رياضة
2021/09/25



الأكاترة البطالون ينتفضون

الجزائر
2021/09/25



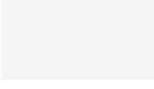
المشاكل تلاحق فيغولي مرة أخرى مع غالتسراي التركي

رياضة
2021/09/25



"وقعت لموسم واحد قابل للتجديد وهدفنا الفوز على ميموزا"

رياضة
2021/09/25



سبوتسكوت صعب بريحا بـ 100 مليون على ميموزا

اقتصاد
2021/09/25



الرأي

يوم الذكرى هو يوم الفخر الوطني!
2021/09/25

المودان- كتر استراتيجي آخر لاحتلال
حسين لفرع
2021/09/25

أين تكمن الأسماء بين الجزائريين؟
محمد سليم لالة
2021/09/25

علق المجال الجوي في وجه الطائرات
المغربية: المواقف والمسائل... والتدابير
2021/09/25

لماذا اجتماع الحكومة والولاة؟
شفيق فريك
2021/09/25

فيديوهات

أحدث فيديوهات

علق المجال الجوي الجزائري على الطيران
المغربي- خسائر بخلفها المخن
2021/09/25

إسلام سليمان- " ما نعرش غير براسي-
نهرق نعب برحنا تاني"
2021/09/25

في ذكرى صلاحة عثمان عربوات... ملك
الكوميديا
2021/09/25

صايف... سبقتا أوكمة نيمنا، نجا على
2021/09/25

مكتنمينيا

أوكيدجة يحدت فوضي بسبب استفزاز مياي

2021/09/26

