

الإعلام الجديد ودوره في التغطية الإخبارية

د.علاء مكي الشمري

كلية الاتصال جامعة الشارقة

الامارات العربية المتحدة

الملخص :

أفرزت ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة عدة تغييرات ليس فقط في المجال الإعلامي، بل حتى في المجال السياسي والثقافي، كما جاءت بمصطلحات ومفاهيم جديدة، حلت محل مفاهيم تقليدية أو أصبحت تستعمل كمقابلة لها، فأصبحنا نتحدث عن "إعلام جديد" كمقابل للإعلام "التقليدي"، وعن "الصحفي المواطن" كمقابل للصحفي "المحترف".

وقد غيرت هذه التحولات البيئة الإعلامية بشكل عام، فتوجب على المؤسسات الإعلامية العربية أن تتبنى هذه الأشكال والممارسات الاتصالية البارزة والمضامين الإعلامية الجديدة، التي يقدمها المواطن العادي البسيط. تحاول هذه الدراسة معرفة علاقة التواصل الاجتماعي بالتغطية الاخبارية للأحداث

كلمات مفتاحية: صحافة المواطن- مواقع التواصل الاجتماعي- التغطية الإخبارية- قناة العربية الفضائية.

Abstract

The news coverage of crises mean that this material is subject to a number of alternative definitions and conflicting viewpoints at certain times.

In this case, the event will reach the state of 'crises' which could be either worthy of coverage or not. Moreover, this material would face a number of ideological and political obstacles affecting the working environment and the nature of the media coverage.

It is possible to state that there are a number of obstacles within the pursuits of media related to their coverage of the political crises and facts related to the crises itself. In

this media climate, the Arabic news satellite channels were by no means remote from covering the 25th January 2011 Egypt Revolution.

The researcher tries showing the importance of new media and their applications in the news coverage of Al Arabiya Channel of the 25 January crisis in Egypt.

Keywords: Al Arabiya Channel. new media.

مقدمة:

أسهمت منصات الإعلام الجديد وأدواتها في دعم مضمون شكل المادة الإخبارية المقدمة في الكثير من الفضائيات العربية، بل وفي بعض الأحيان فرضت نفسها كمحور أساس في بناء الخبر يصل إلى حد أن يشكل الملف الرئيسي في التغطية الإخبارية للحدث، خصوصا تلك الأخبار التي جاءت عبر تطبيقات ومواقع شبكة الانترنت المختلفة كمواقع التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك) أو مواقع بث التسجيلات (مثل يوتوب، ديلي موشون) أو منتديات النقاش الإلكتروني أو مواقع تقدم خدمات مشابهة مثل (سكايب Skype)، فضلا عن المضامين التي تصل إلى غرف الأخبار عبر مواقع القنوات التي صارت أشبه بالتحتمية في إطار التواصل والتفاعل مع المشاهدين الراغبين بالمشاركة في غرف صناعة الأخبار في القنوات والمؤسسات الإعلامية.

وبالتالي أفرزت ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة عدة تغيرات ليس فقط في المجال الإعلامي، بل حتى في المجال السياسي والثقافي، كما جاءت بمصطلحات ومفاهيم جديدة، حلت محل مفاهيم تقليدية أو أصبحت تستعمل كمقابلة لها، فأصبحنا نتحدث عن "إعلام جديد" كمقابل للإعلام "التقليدي"، وعن "الصحفي المواطن" كمقابل للصحفي "المحترف".

وقد غيرت هذه التحولات البيئة الإعلامية بشكل عام، فتوجب على المؤسسات الإعلامية العربية أن تتبنى هذه الأشكال والممارسات الاتصالية البارزة والمضامين الإعلامية الجديدة، التي يقدمها المواطن العادي البسيط.

ويمكننا القول أن الإعلام بدأ يمارس عبر القنوات الفضائية نمطا جديدا من الدبلوماسية، بعيدا عن تلك التي يمارسها السياسيون، وبات تدعى بـ "الدبلوماسية الشعبية"، التي تتم بالتواصل مع الجماهير عبر القنوات الإعلامية مدعومة بانتشار النسق المعرفي والأدوات الرقمية المستوطنة في صفحات الويب في بيئة شبكة الانترنت، التي بات عدد مستخدميها يوميا "نحو 3 مليارات و 500 مليون شخص يوميا"¹.

ولعبت منصات الإعلام الجديد دورا مميزا في مضامين نشرات أخبار القنوات الفضائية ونشر أفكارها ودورها من خلال التواصل مع اكبر شريحة اجتماعية في المجتمعات العربية من خلال الثراء في المادة الإعلامية التي يتضمنها media richness، فضلا عن قدرة الإعلام الجديد ومنصاته على تقريب المسافة بين وجهات النظر المختلفة ومد جسور بين وجهات النظر المتعددة من مرجعيات مختلفة، وتقليص الفوارق وسؤ الفهم، وإزالة الغموض، عن طريق تعدد خصائصه المسموعة والمرئية وإثارتها لاستجابات متنوعة لدى المستخدم.

نعى هذا الإعلام الذي يركز على "الفييس بوك Facebook، التويتر، اليوتيوب، والهواتف النقالة من خلال الرسائل القصيرة والصور الثابتة والمتحركة"، وبث بعض الحقائق التي كانت تدور وراء كواليس الأحداث، إذا لعب الانترنت دورا هاما في بداية القرن الواحد وعشرين دورا مميزا في تطور الحالة الاجتماعية الشعبية، وأمام هذه الوسائل الحديثة، لم تستطع الفضائيات العربية والعالمية، الناطقة بالعربية واللغات الأجنبية من الوقوف جانبا مما يحدث من سيطرة تكنولوجية الإتصال الحديثة التي تحولت إلى أيديولوجية.

يهدف هذا البحث إلى إبراز دور الإعلام الجديد فضلا عن ما يعرف بـ "صحافة المواطن" في الفضائيات العربية من خلال تغطيتها لبعض الأحداث، من خلال اعتماد تقنيات بسيطة وسهلة مثل شبكة الانترنت العالمية التي تعتبر ابرز حواضن الإعلام الجديد ومنطلقه الرئيسي، وجهاز الكمبيوتر الثابت، وتتميز صناعة الأخبار في القنوات التلفزيونية الفضائية عن باقي وسائل الإعلام في طريقة صياغتها وتقديمها للمشاهدين، إذ تتبع أشكالا جديدة ربما تختلف كثيرا عن غيرها، من خلال السعي لجذب انتباه المشاهد وإبهاره ومنع تسلل الملل إليه خلال متابعته لأخبار النشرة.

وأدمنت المجتمعات بمختلف فئاتها على متابعة نشرات الأخبار، خصوصا عبر القنوات الفضائية التي تخاطب شريحة من الجمهور تعجز عن مخاطبتها وسائل الإعلام الأخرى لأسباب مختلفة تتبع طبيعة كل مجتمع²

لذا صارت عملية البحث عن الأخبار وجمعها، وإعدادها وإعادة إنتاجها، تدخل مراحل مهمة من التطور الذي رافق ثورتي تكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية، و"زادها تعقيدا أنها تحدث في عالم ملئ بالصراعات الإيديولوجية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، تركت أثرها الواضح في العملية الإخبارية، وامتد ليشمل صياغات الأخبار وقوانينها ولغتها وأساليبها"³

وهنا لابد من الإشارة إلى حالة الانهيار في الأسماع والأنظار التي رافقت عملية إنتاج المواد في منصات الإعلام الجديد التي أضفت صبغة جديدة من الابتكار على الرغم من الأبعاد غير مأمونة الجوانب على ماهية هذه المواد ومصداقيتها.

أولاً. الإطار المنهجي والنظري للدراسة: 1. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها محاولة من الباحث للتعريف بجانب من اتجاهات ومضامين رسائل مواقع التواصل الاجتماعي في أخبار الفضائيات العربية، في عصر يشهد ثورة ضخمة في تكنولوجيا الاتصال هي جزء لا يتجزأ من الثورة التكنولوجية المعاصرة والراهنة وإحدى ثمارها. وهذه حالة مستجدة في عالم الصحافة وتشكل معضلة أخلاقية ومهنية، إذ كيف يتم التحقق من صدقية تلك المصادر التي تعتمد عليها هذه الشبكات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية، وفي نفس الوقت كيف يمكن تغطية الحدث بشكل موضوعي ومهني في غياب صحفيين محترفين أما بسبب الاعتماد المتزايد على "صحافة المواطن" أو بسبب هيمنة السلطات على مختلف وسائل الإعلام التقليدية ما يعطي صدقية للبدائل غير التقليدية من وسائل الاعلام الجديد. إذاً، الدراسة هي محاولة لاستكشاف ماهية هذه الرسائل واتجاهاتها وكيف أسهمت في تشكيل بعض الجوانب من التغطيات الإخبارية التي تتيحها القنوات الفضائيات العربية، فضلاً عن ماهية العوامل التي أدت إلى أن تأخذ هذه الأشكال مساحة وحيزاً في مضامين الأخبار خلال التغطيات التي تقوم بها المحطات الفضائية. وأخيراً، تأتي أهميتها من كونها محاولة للاستفادة من ما يمكن توظيفه من الرسائل الاتصالية لبعض منصات الإعلام الجديد في صياغة وتقديم الخدمة الإخبارية للمشاهدين من خلال رسائلهم وممارساتهم الصحفية.

2. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:
أولاً: التعرف على اتجاهات مظاهر وأشكال الرسائل التطور الذي حصل ويحصل في كفية توظيف أشكال ومظاهر التواصل الاجتماعي في مضامين أخبار الفضائيات العربية .
ثانياً: محاولة التعرف على العوامل التي أدت إلى الاعتماد على ظهورها بشكل لا يمكن إغفاله، وتحديد خصائصها وسماتها التفاعلية في الفضائيات العربية.

ثالثاً: التعرف على اتجاهات ومظاهر مضامين الرسائل التي تضمنتها "صحافة المواطن" في قناة "العربية"

3. نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المسحية الوصفية (Descriptive Survey) بوصفها تسعى إلى وصف ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال تحليل مضمون نشرات إخبارية .

4. أسئلة الدراسة:

تنطلق الدراسة للإجابة على ثلاث أسئلة رئيسية، هي :

1. ما هو دور الإعلام الجديد في التغطية الإخبارية لقناة "العربية" لأزمة 25 يناير المصرية ؟
2. ما هي أهم أشكال وقوالب الإعلام الجديد الأكثر استخداماً في قناة "العربية" ؟
3. ما أهم العوامل المؤثرة في التغطية الإخبارية ؟

5. مجتمع الدراسة:

يستهدف مجتمع البحث منصات الإعلام الجديد التي وظفتها قناة "العربية الفضائية" لاستقبال رسائل ومساهمات المشاهدين.

6. عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على 46 نشرة إخبارية من التي تعرض في الساعة الثامنة مساءً بتوقيت السعودية.

7. وحدة التحليل:

اعتمد الباحث الموضوع الكلي كوحدة تحليل يتم القياس على أساسها. وبموجب هذه الوحدة جرى التعامل مع المادة الخيرية بوصفها تكراراً، والصورة أو المادة الفيلمية تكراراً، والشخصية التي تجري مقابلتها بأي من الوسائل تكراراً، وهكذا. أي أن التحليل اتجه إلى أن يكون تحليلاً وصفيًا للمضمون.

8. الصدق والثبات :

لغرض التأكد من صلاحية الأداة المستخدمة في هذه الدراسة لقياس ما وضعت من أجله فقد طبق الباحث إجراءات الصدق والثبات عليها قبل تطبيقها النهائي على عينة الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

أ- صدق الأداة:

لغرض التحقق من صدق أداة التحليل قام الباحث بعرض استمارة التحليل الخاصة بمضمون النشرات الإخبارية محل الدراسة، مع توضيح الفئات التي تضمنتها، على مجموعة من المحكمين من أصحاب الاختصاص والخبرة في ميدان الدراسة للتعرف إلى صدق المحتوى والاتساق الداخلي لفقراتها ومدى مواءمتها لأهداف الدراسة، ولتحكم على قدرتها على قياس ما وضعت من أجل قياسه وقد أبدى المحكمون جملة من الملاحظات التي تتطلب تعديل أو حذف أو إضافة بعض الفقرات إلى الصيغة الأصلية لاستمارة التحليل. وقد كانت نسبة الاتفاق بين المحكمين 85%. وقد اخذ الباحث بجميع ما اتفق عليه المحكمون عند هذه النسبة من تعديلات لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي الذي اعتمد في عملية التحليل.

ب- ثبات الأداة:

المقصود بالثبات "ضرورة الحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل او وقت التحليل"⁴ ولغرض الوصول إلى ذلك قام الباحث بما يأتي:

أ. إعادة التحليل من قبل الباحث بعد مرور ثلاثة أسابيع، وجاءت نسبة الثبات (87%) بين التحليل الأول والثاني للباحث.

ب. أشرك الباحث باحثاً آخر للقيام بتحليل العينة ذاتها مستعينا بالتعريفات الإجرائية. وبعد انجاز جميع التحليلات طبق الباحث معادلة هولستي لقياس الثبات، وكانت النسبة (89%) بين الباحث والباحث المشارك.

8. الوسائل الإحصائية:

استخدم الباحث عدد التكرارات والنسب المئوية لتحديد ترتيب الفئات الرئيسة والفرعية، إذ إن أعداد التكرارات والنسب المتحققة كانت كافية لتقدير أهمية كل فئة مقارنة بالفئات الأخرى مع اعتماد نظرية هولستي الإحصائية التي اعتمدت في استخراج نسب وتقديرات الصدق والثبات.

9. الإطار النظري والدراسات السابقة:

اعتمدت هذه الدراسة على جوانب من مرتكزات نظرية الأطر الإعلامية في تحليل مضمون التغطية الإخبارية من خلال الموقع الذي تحتله القصة الخبرية في الصحيفة، وكذلك وجود رموز أو إشارات تشير إلى أهمية القصة الخبرية، واستخدام العناصر الشكلية التي أنتجت وعرضت فيها القصة الخبرية، وتواجد القصة في العناوين.

فضلا عن أن التأطير يتضمن بالضرورة الاختيار والإبراز، وذلك لتعزيز مشكلة معينة، أو تفسير متفق عليه، أو تقييم أخلاقي، أو معالجة للموضوع، وفي السياق نفسه فإنَّ استبعاد واستثناء معلوماتٍ أو جوانب معينة من الموضوع يعتبر من أدوات الإطار.

دراسة إبراهيم يعزیز: توظيف وسائل الإعلام التقليدية لمضامين «الصحفيين المواطنين»، نحو تعزيز مشاركة الجماهير في مضامين وسائل الإعلام.⁵

يحاول الباحث في دراسته التركيز على ظاهرة الاندماج بين مضامين الصحفيين المحترفين و"الصحفيين المواطنين"، في مختلف وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية ولاسيما الفضائيات.

أهم نتائج الدراسة: إن البيئة الإعلامية حاليا أصبحت تأوي الصحفي المواطن والصحفي المحترف، وتضعهما على قدم المساواة أحيانا، رغم الرفض الشديد الذي لازال يعلنه بعض الصحفيين المحترفين وبعض الأكاديميين الإعلاميين. فهذه البيئة الإعلامية الجديدة، غدت تجمع بين مضامين الصحفيين الهواة والمحترفين دون ترك فرصة الخيار لأي طرف منهما. فلا الصحفي المحترف كان يتوقع أو يرغب أن ينافس مواطن هاو، ولا هذا المواطن كان يتوقع أن يتحول الصحفي الذي كان يزوده بالمضامين، إلى مستهلك ومنتج لمضامينه التي ينتجها ويرسلها.

دراسة علي بخيت:⁶ الإعلام الجديد صحافة المواطن 2015

في كل الظروف و الحوال بالمعلومة تقوم هذه الفلسفة على مبدأ استغلال بين الوسائل المحوسبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول لأكبر عدد ممكن من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة العلم بأقل تكلفة و أقصر طريقة و أسرع نقل للمعلومة زمنيا.

من بين أهداف الدراسة: التعرف على صحافة المواطن كأداة جديدة برزت على الساحة الإعلامية. إبراز السياقات التاريخية التي أدت إلى ظهور هذا النوع من الإعلام والعوامل التي ساعدت على ذلك. ويرى الباحث المرحلة الحاسمة في بروز صحافة المواطن كانت مع تفجيرات لندن 2005 التي مثلت فرصة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة.

ومن بين أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة:

بداية تراجع الرقابة "حارس البوابة" أتاحت صحافة المواطن هامشا كبيرا من الحرية، مما أدى إلى جلب أعداد متزايدة من الأفراد والمستخدمين، خاصة الذين لم تتح لهم الفرصة لإيصال آرائهم و أفكارهم ومشاكلهم للآخرين.

دراسة جمال الزرن، "صحافة المواطن": المتلقي عندما يصبح مرسلًا. 2009⁷

يناقش الباحث في دراسته الانفجار التاريخي لمنظومة الخبر وصناعته يوجد تشكيك من العديد من الصحفيين التقليديين في قيمة الإضافة التي قد تحدثها صحافة المواطن وفي نزاهة ومصداقية ما ينشره على شبكة الإنترنت هذا الجيل من "الصحفيين الجدد".

وتهدف هذه الدراسة إلى عرض نشأة وتطور ظاهرة صحافة المواطن في المشهد الاتصالي الحديث، وذلك من خلال بيان خصائصها الفكرية والاجتماعية.

ومن بين اهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

من خلال مشروعها لإنقاذ الديمقراطية تريد صحافة المواطن إنقاذ الاتصال والإعلام من آليات التوظيف والاحتكار. ويصبح ذلك ممكنا من خلال تفعيل الجدل والحوار الديمقراطي حتى يتمكن الناس، كل الناس

-من تحديد مستقبلهم الفردي والجماعي بكل حرية وشفافية.

10. المفاهيم :

الإعلام الجديد

هنا لابد للباحث من التعرض لتعريفات الإعلام الجديد New Media ، كمدخل وتمهيد ومن بينها تعريف قاموس (Lester Dictionary) الذي عرف الإعلام الجديد بأنه: مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة، التصوير الفوتوغرافي، الصوت والفيديو.⁸

استقر الوضع عند الكثير من الباحثين الإعلاميين على إطلاق مصطلح "الإعلام الجديد" على مجموعة من التقنيات والتطبيقات الحديثة التي تتصف بالتواصل الشبكي المتداخل وسهولة الوصول والدخول والتفاعلية والتنوع الغزير في المحتوى وتعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح سعة الانتشار والتحرر من المكان، وتلقى إقبالاً كبيراً من الجمهور في استخدامها والاستفادة منها، وأهم هذه التقنيات والتطبيقات ما يأتي عن طريق الإنترنت خاصة في تطبيقاتها العامة والتفاعلية.⁹

أما "صحافة المواطن" فيتم تشخيصها عند البعض على أنها إعلام المواطن أو عملية التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل ومنصات إعلام الجماهير وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين.

وراجت تسميات مرادفة لصحافة المواطن (citizen journalism) وللإعلام الجديد (new media) مثل "صحافة التطوع"¹⁰، "الصحافة الشعبية"، "صحافة الهواة (amateur journalism) "إعلامنا أو نحن الإعلام" (we media)¹¹، والصحافة القائمة على النقاش (conversation journalism)، ويسمها (أندرو ليونارد Andrew Leonard) بصحافة المصدر المفتوح (open source journalism)¹² وتتعدد صحافة المواطن بين مواقع أدلة الانترنت، مثل مواقع التصنيف والأدلة التي تتمثل أساسا في محركات البحث الكبيرة المعروفة، وجهات متخصصة في الأخبار، وبين صحافة المواقع الشخصية أو الصحافة الفردية وصحافة مواقع التعليق، وصحافة مواقع الحوار أو المشاركة. ورغم وجود نسبة هامة من الصحفيين المحترفين الذين يمارسون "صحافة المواطن" (كالتدوين، أو الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، أو حتى الوكالات الإخبارية الخاصة بالأفراد والمجموعات الصغيرة) إلا أن غالبية الممارسين لها هم من المواطنين العاديين، أي أنهم هواة وغير محترفين، وتشير كل هذه التسميات إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو المستخدم، بإنتاج مضامين إعلامية ونشرها عبر وسائل وتطبيقات الاتصال الجديدة، أو إرسالها للقنوات والمؤسسات الإعلامية لتقوم بنشرها. وفي كل الأحوال فإن "صحافة المواطن" جاءت لتعبر عن نوع من "صحافة الجمهور"، بغض النظر عن انتمائه أو اتجاهاته أو ميوله أو معتقداته، صحافة يمارسها الجمهور أنفسهم وينقلونها لنظرائهم عليها تجد صدى مناسباً¹² ("of the people, by the people as well as for the people")¹³، وهو دور يؤديه المواطن الذي يلعب دورا فعالا في عملية جمع وتصنيف وتحليل وصياغة المعلومات والأخبار مع حضور التشكيك وبشكل شبه دائم من العديد من الصحفيين التقليديين في قيمة الإضافة التي قد تحدثها صحافة المواطن، وتقابل صحافة المواطن البديلة (alternative journalism) الصحافة السائدة (media mainstream).

ثانيا.العوامل المؤثرة في صياغة واعداد مضمون الأخبار:

إن البحث في كيفية قيام وسائل الإعلام بتشكيل وصياغة مضمون الأخبار، يجب أن يكون عبر الوقوف على توضيح القيم المهنية والمعايير والضغوط المؤثرة على صياغة مضمون الأخبار وتشكيله بتباين المجتمعات والإطار التنظيمي الذي تعمل فيه المؤسسة الإعلامية¹⁴، ويرجع ذلك إلى أن للإعلام العربي مرجعية تتكون من السياقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية التي تجري فيها الأحداث وتنتج فيها المعلومة، بالإضافة لأهمية الحدث وضخامته والآثار والنتائج

المرتبة عليه، كما أن الجمهور المعني به يشكل ركنا قويا من خلال اهتماماته ومصالحه، وكذلك موقف الوسيلة الإعلامية من الحدث،

لكن هذه الأبعاد والمرجعيات في الأخبار ترتبط بعلاقات متحركة تعود إلى طبيعة التناقضات في المصالح والأفكار¹⁵ لذلك قد لا يؤخذ بها بشكل قطعي بسبب تسييس مضامين الأخبار لصالح الحكومات ذات الصلة بالبيئة التي تنشأ منها الوسيلة الإعلامية، أوفي أحيان أخرى يكون السبب في الجهات الداعمة والممولة لها¹⁶.

لذلك قد تكون العوامل المؤثرة في الأخبار مرتبطة سلفا بالمصالح الراهنة والاعتبارات والأهداف السياسية الآنية هي المرجعية الحقيقية لمضامين الأخبار والتي يمكن توضيحها في:

1. السياسة الإعلامية:

وهي التي ترسم الخطوط العريضة للعملية الإخبارية، وهي مجموعة المبادئ والقواعد التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها مضمون الرسالة¹⁷.

وبالتالي فهي تمثل إستراتيجية وسيلة الإعلام¹⁸ التي ترتبط بالتوجه الأيديولوجي للوسيلة الإعلامية، الذي يرسم واقع ممارسات العاملين في الوسيلة الإعلامية¹⁹.

ويمكن توضيح أهم العناصر التي تشكل ملامح السياسة الإعلامية كالآتي:²⁰

أ.المبادئ: وهي الأهداف العامة التي يعتمدها الإعلامي كإطار أيديولوجي لخطته.

ب.المعايير: وهي القياسات التي يعتمدها الإعلامي لتحديد الإطار العام للرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون، ومدى تطابقها مع السياسة العامة.

ت.القواعد: وهي الأسس التي تركز عليها السياسة الإعلامية عند التخطيط والتنفيذ، ومدى مطابقتها مع أسس السياسة العامة والبيئة الاجتماعية.

ومن أهم خصائص السياسة الإعلامية:²¹

أ. الرسائل الإعلامية لها طبيعة مميزة، وهذا يفرض على المؤسسات المعنية مسؤولية اجتماعية وأخلاقية تستلزم ضوابط ذاتية لا نجدها في مؤسسات أخرى.

ب.الإنتاج الإعلامي يتطلب إتاحة نوع من حرية الاختيار وإمكانات مادية وبشرية.

ت.يتطلب العمل الإعلامي السرعة والفورية لتغطية الأحداث ومواكبة مستجدات العصر.

ث.عائد الإنتاج الإعلامي هو الفكرة والرأي و القناعة والمعلومة وهذا يفرض الإبداع والابتكار.

وبالتالي فإن "كانت هناك عملية انتقاء لعدد من الأحداث التي تغطيها القناة إخبارياً، فهي عملية فكرية أيديولوجية، تعطي للقناة طابعها الخاص وتبرز سياستها الإعلامية"²² تتمثل في عملية تهيئة المشاهد لتقبل محتوى الرسالة والتفاعل معها، لتحريك عواطفه ومخاطبة مشاعره بشكل يبدو وكأنه غير مفتعل²³ والتمكن من إقناعه لتأكيد وإثبات كل ما ورد في العمليتين السابقتين، لأن أي فشل في ذلك سيشكل عائقاً أمام وصول معنى مضمون الأخبار للمشاهد بالشكل المطلوب والمخطط له.²⁴

2. القيم الإخبارية:

يبقى مفهوم القيم الإخبارية مثاراً للجدل المعرفي، لعل ذلك يرجع إلى أن الخبر ينطلق من أبعاد متعددة انسجماً مع الدور الوظيفي الذي تلعبه الأخبار اتجاه المجتمعات في المعرفة والثقافة، فضلاً عن توجهات الجمهور وهو المعنى الأول بالعملية الإعلامية.²⁵

القيم الإخبارية بشكل عام تمثل المعيار الذي يمارس بموجبه المحترفون جمع الأخبار وانتقائها، وتحويلها إلى موضوع للإطلاع والمعرفة²⁶ ليس بشكل فردي، بل أنها صارت متعارف عليها²⁷ من خلال العوامل التي توفر الحس الانتقائي للأخبار، بمعنى أن القيم ليست قواعد مكتوبة أو مقننة، بل إنها تفهم عن طريق الممارسة المهنية.

وبذلك تشكل القيم الإطار الصريح أو الضمني، الذي يجعل القائم بالاتصال قادراً على إدراك الأخبار الأكثر أهمية، ومنحها فرص الظهور عبر وسائل الإعلام.²⁸

3. مصادر الأخبار:

خلال قيامه بإعداد وتحرير الخبر ربما يقع الصحفي في هنات، أو يكون معرضاً لارتكاب جملة من الأخطاء، وهي كثيرة ومتنوعة نذكر منها ما يتعلق بمصدر الخبر تحديداً:²⁹

أ. عدم التأكد من مصادر الخبر، أو التلاعب بمعلوماته لصالح احد أطراف الأزمة.

ب. احتكار مصدر الخبر، واعتماد شهادات المرسلين الذين يفرضون رأيهم وكأنه حقيقة.

ت. اختيار الخبر ومعالجته في النشرات من خلال زاوية محددة على حساب المضامين الأخرى.

ث. الاجتزاء في المقابلات بجمل مقتطعة من التصريحات بشكل ينزعها عن ظروفها الأصلية.

ج. الترجمات غير الدقيقة من لغة أجنبية، أو عرض خاطئ لتسلسل الأحداث أو زمنها.

ح. عدم وجود إلمام كافي من قبل المرسلين بخلفية الحدث.

خ. أخذ المعلومة من مصادر مضللة تبتغي غايات خاصة.

وتقسم مصادر الأخبار بحسب إنتاجها وتوفرها إلى الآتي:

● **المصادر الذاتية (الداخلية):** وهو ما يعتمد فيها التلفزيون على كوادره في الحصول على الأخبار مثل المندوبين أو المراسلين الخارجيين، فضلا عن المصادر السرية والحصرية الخاصة بالقناة.

● **المصادر الخارجية:** وهي وكالات الأنباء والاتفاقات الخاصة والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف والنشرات والوثائق وتصريحات المسؤولين والبيانات الرسمية وغيرها من المصادر. ومن أهم المصادر الخارجية:

- **وكالات الأنباء العالمية:** تتكفل بجمع الأخبار والصور والموضوعات من مختلف مناطق العالم، وتنقلها عبر شبكة من المراسلين في دول العالم، وقد تتلاعب الوكالات في مضامين الأخبار في بلدان العالم الثالث وذلك من خلال قيامها بدور وضع الأجندة وتشجيع فكرة السبق الصحفي.

- **التبادل الإخباري:** الذي يتم باستخدام البث الإلكتروني عبر الأقمار الاصطناعية أو شبكات المايكرويف، أو عن طريق الشحن الجوي مما أفضى إلى انخفاض قليل في نسبة الاعتماد على الوكالات العالمية، كذلك نمو الوكالات الوطنية والتي بدأت توفر بدائل للإمداد بالأخبار.

- **رصد المحطات والصحف:** تشكل الإذاعات مصدرا للأخبار في التلفزيون، وتحسب له أهمية كبيرة في أوقات الأزمات بشكل عام، وبخاصة عندما يصبح البلد في حالة طوارئ، فقد تكون هذه الإذاعات هي المصدر الوحيد للأخبار، بالأخص في الساعات الأولى من اندلاع الأزمة، لذا فمن الضروري رصد المحطات والصحف لما يمكن أن يوفره ذلك من معلومات.

- **المراسلون:** صار المراسلون في الميدان منتجين للخبر، كونهم من يقوم بأعمال صياغة معلومات الخبر، وإنتاجهم للأخبار هو أول المقاييس الموضوعية، التي تمثل مدى الالتزام أمام المتلقين، ويشكل وجود المراسلين في الميدان بصحبة طاقم التصوير المصدر الأبرز للقصة الإخبارية التي يقومون بتغطيتها سواء من حيث المعلومات أو التطورات الإخبارية الخاصة بها.

- مصادر المعلومات الخفية (المعلومة السرية): قد لا تسند بعض المعلومات والحقائق المتعلقة بالأحداث إلى مصادر معينة، بمعنى "أن يكون العزو غير واضحاً أو ضمناً، فتشير الوسيلة الإعلامية إلى المعلومة المقدمة من خلالها على شكل (علمت القناة، أو أفادت مصادرنا... أو خاص، الخ)، أو أنها تتجاوز تماماً المصدر في خلال صياغتها لنص الخبر، مثل: مصدر مخول أو مختص، مصدر رسمي، مصادر محددة أو معينة ومنها دبلوماسية، ومصادر المؤتمر، ومصادر استخبارية، وغيرها.
- قد يطلب المصدر ذاته عدم الإفصاح عن هويته، كون المصدر هنا لا يرغب في زج نفسه في معارك مع الأطراف الأخرى، وقد يكون اعتماد المصادر الخفية لأسباب تتعلق بحقوق والتزامات مالية. وقد يراد تمرير المعلومة عمداً، ما يعرف بالتسريب لخلق رأي عام وإشغاله في قضية معينة.
- مصادر أخرى: ومنها البيانات الصحافية والمقابلات والضيوف وشهود العيان، وأطراف الصراع التي تسرب بشكل عمدي الأخبار لخلق تأثير نفسي على الخصوم أو لتحقيق عنصر المفاجأة.
- منصات الإعلام الجديد: وهي المصادر التي وفرتها تطورات تكنولوجيا الاتصال، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، أو المواقع الإلكترونية والمدونات.

ثالثاً: أشكال وسائل ومنصات الإعلام الجديد New Media Tools:

بشكل أو بآخر استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي إظهار الصور الحقيقية للأشياء من خلال عرض الأخبار مدعومة بالصور أو من خلال مشاركة الفيديوهات وأيضاً عن طريق مشاركة التجارب الحية مع الآخرين.

ولا يمكن للحديث عن الإعلام الجديد أو الموازي وصحافة المواطن أن يكون موضوعياً أو منطقياً دون ذكر أبرز منصات، وهي أصبحت من أهم سماته وخصائصه، وبالتالي فإن هناك العديد من أنماط وأشكال تطبيقات صحافة المواطن التي يستخدمها الجمهور حالياً في الدول العربية وفي الدول الأخرى، وفيما يأتي تتعرض الدراسة إلى أهم هذه الأشكال والمنصات الرئيسية للإعلام الجديد:

أ. المواقع الإلكترونية Websites:

وهي من أقدم أدوات الإعلام الجديد، مساحات الكترونية مبنية ومصممة على أساس اختصاص ونوع الموقع الإلكتروني، ومنها:

- مواقع المعلومات والمعرفة (محركات البحث الكبيرة).
- مواقع المؤسسات الإعلامية.
- مواقع الكترونية شخصية.
- الصحف الإلكترونية.
- صحافة المواطن.

وهذه الأخيرة هي التي تبحت الدراسة في جوانبها، ويمكن تصنيفها إلى الأتي:

ب. المدونات الإلكترونية (blog):

وهي كلمة اشتقت من "إدغام كلمتين اثنتين هما web و log"³⁰ وقد وضع هذا المصطلح (weblog) الكاتب الأمريكي (John Barger) في ديسمبر 1997 م، للإشارة إلى المواقع التي تمكن الأفراد من نشر آرائهم"³¹

ويقصد بها كذلك الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على عناصر ومواد منشورة تتضمن نصوص، صور، وأفلام فيديو مرئية أو مسموعة، ويمكن لأي زائر أو قارئ أن يبدي تعليقا حولها، لكونها متحررة من الضبط والمراقبة إلى حد كبير، وقد يكون التدوين بالنسبة إلى الكثير من الأفراد شكلا من أشكال تحقيق الذات.

لكن المدونات أخذت تيارا آخر في السنوات الأخيرة، يضم مواد متعددة، نصوص إبداعية، رؤية نقدية وفلسفية، قراءات للأحداث، شهادات وتجارب فردية، وآراء حول مختلف القضايا.

ولا أدل على ذلك أكثر ما شهدته إيران بعد الانتخابات الرئاسية التي فاز بها 'أحمدي نجاد' والتي أثارت موجة من المظاهرات للمعارضين له، والذين تمت تعبئتهم عبر المدونات التي أصبحت تلعب دورا كبيرا في تحريك الشارع الإيراني، خاصة في ظل المراقبة الصارمة التي كانت مفروضة على وسائل الإعلام، أصبحت المدونات الإلكترونية تلعب دورا كبيرا سيما الأحداث وتفاقمها.

وإلى ذلك نجد اليوم بعد أن أصبح ممكنا الكتابة بالحروف الفارسية، مما جعل الحكومة تفرض رقابة صارمة على الانترنت، وبالخصوص على المدونات ومواقع الشبكة الاجتماعية.

ت. مواقع بث تسجيلات الفيديو:

مواقع تقاسم تسجيلات الفيديو، وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويثونها، ومن أبرز هذه المواقع، موقع يوتيوب (YouTube)، وتشير بعض المصادر أن "هناك أكثر 100 مليون فيديو تتم مشاهدتها يوميا عبر يوتيوب"³²، كما يتم منه إنزال 13 ساعة من التسجيلات كل دقيقة³³.

وفي سنة 2010م فاق عدد التسجيلات المشاهدة 20 بليون، ويتم بث 24 ساعة تسجيل كل دقيقة، كما أن ما نشر من تسجيلات عبر الموقع في 60 يوما، يفوق ما تنتجه أكبر ثلاث شبكات أمريكية في 60 سنة"³⁴ كما تشير مصادر أخرى إلى أن 700 مليار فيديو تم نشرها في 2010م، أما موقع "daily motion" فقد تمت مشاهدة مليار فيديو شهريا"³⁵ كذلك اشتهر العديد من المواقع ومن بين أهمها موقع "my video" المملوك من طرف شركة غوغل (Google).

وقد كان لمواقع بث تسجيلات الفيديو والبودكاست تأثيرا كبيرا في المجال السياسي، خاصة أن البث عبر الانترنت يتم بسرعة أكثر من التدوين، نظرا لأن التسجيل والتصوير والبث لا يتطلب مهارات كبيرة. أما بخصوص موقع اليوتيوب YouTube، فإن 48 ساعة فيديو يتم رفعها إلى موقع اليوتيوب كل دقيقة، وهذا يعني أننا لو أردنا مشاهد جميع المقاطع التي رفعت خلال يوم واحد فسنحتاج 8 سنوات من المشاهدة المتواصلة، كما أن زوار الموقع يشاهدون أكثر من 3 مليار مقطع فيديو كل يوم³⁶ أي نحو ثلاثة أضعاف موقع "daily motion".

بالإضافة إلى أن مدة مقاطع الفيديو في اليوتيوب التي يتم مشاهدتها من داخل موقع الفيسبوك في اليوم الواحد تساوي زمن 150 سنة³⁷

ث. مواقع التشبيك الاجتماعي (social Networking sites):

هي المواقع التي تجعل من العلاقات والتواصل بين الأصدقاء ممكنا على صفحاتها، أو حتى بين زملاء المهنة أو الدراسة التي يرغب الفرد أن يتواصل معهم في مجتمعات الانترنت الافتراضية، وهي مواقع تسمح للمستعملين بامتلاك صفحة شخصية يمكن أن تكون صريحة أو ضمنية، ونشر ما يرغبون من مضمين (صور، تسجيلات، نصوص، إلخ). وقد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل، تؤكد أن نموها السريع وانتشارها الحالي يشير أنها تقنيات الاتصال السائدة حاليا لكثير من الناس.

اشتهر موقع موقع "فيسبوك Facebook" بحسب إحصائيات استعمال الانترنت سنة 2014 م فإن عدد متابعي موقع فيسبوك تجاوز المليار³⁸، وقد اشتهرت كذلك مواقع أخرى مثل "تويتر Twitter"، و"لينكد إن LinkedIn" و"إنستغرام Instagram"، و"سناپ شات snap chat" وغيرها.

ج. منتديات المحادثة الالكترونية (discussion groups أو Online Forums):

يقصد بالمحادثة الالكترونية كل حوار، نقاش، دردشة، أو حديث يتم بين شخصين، أو بين شخص ومجموعة أشخاص بواسطة التقنيات الالكترونية المختلفة عبر شبكة الانترنت، إما بالنص، وإما بالصوت والصورة أو كليهما معا، وعبر هذه الفضاءات يلتقي عدد من المتحدثين ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، من حيث الديانة والثقافة والعرق والجنس، وفيها يتجادبون أطراف الحديث حول مختلف الموضوعات الثقافية والسياسية والاجتماعية، وغالبا ما تقسم إلى مجموعة أبواب أو أقسام.

ح. مواقع البث الإذاعي والتلفزيوني عبر الانترنت:

وهذه المنصات تعتبر جديدة، إذ أصبح بمقدور مستخدمي الانترنت الإطلاع على البرامج التلفزيونية والإذاعية المختلفة عبر الانترنت ومن دون الحاجة إلى استخدام جهاز المذياع أو التلفاز، بل أن بعض الفضائيات صارت تولي مواقعها الإخبارية أهمية بالغة من خلال نشر أخبار السبق الصحفي أولا في هذه المواقع.

خ. النشر عبر مجموعات الهواتف الذكية المرتبطة بالانترنت:

مثل مجموعات الـ What's App أو الـ Viper وغيرها من المجموعات التي تتبادل في ما بينها الرسائل النصية والفيديوية والصورية، كما يمكن لها أن تتضمن أخبارا ومعلومات يمكن تبادلها على مدار اليوم.

د. مواقع الويكي Wikis:

وهي مواقع الكترونية تتميز بخصوصية وإمكانية التعديل والإضافة على محتوياتها، فضلا عن إمكانية النشر المستمر.

ذ. مواقع مشاركة الصور Sites Photo Sharing:

وهي مواقع الكترونية توفر خدمات تسمح من خلالها بتبادل الصور الفوتوغرافية أولا بأول بين أعضاء هذه المواقع والأصدقاء والمهتمين، ومن أمثالها موقعي Flickr و Picasa.

ر. خدمة RSS :

هي كذلك خدمة تمكن للمشتركين من تلقي رسائل، وهي خدمة لمتابعة آخر الأخبار بشكل مباشر وبدون الحاجة إلى زيارة الموقع ، وتقدم خدمة RSS عنوان الخبر، ومختصر لنص الخبر، ووصلة أو رابط لنص الخبر الكامل على الموقع، بالإضافة إلى عدد التعليقات الموجودة، وهذا الاختصار يدل على Really Simple Syndication، وهي تعني تلقي ميسر جداً، حيث يقوم الموقع بتلقيم الأخبار إلى عميل RSS مباشرة بدون تدخل من المستخدم ، مما يوفر الوقت والجهد.

رابعاً. منصات الإعلام الجديد في قناة العربية:

مع مواكبة الصحافة للأحداث والقصص بشكلٍ لحظي خاصةً في البيئة المحلية المحيطة، صار من الضروري أن يستحدث الصحفيون أدواتاً وأساليباً تستوعب سرعة تراكم العديد من وسائل الإعلام التي صممت وامتلكت تطبيقات صحافة المواطن التفاعلية، وأصبحت تخصص صحفيين وجزء من موظفيها لتأطير وتنظيم المضامين التي تحصل عليها من المتلقين، مثل البي بي سي التي لديها أكثر من 12 صحفي ينظمون مساهمات الأفراد ومضامينهم، رغم وجود معارضة من طرف البعض بفعل بعض العقبات الثقافية، وبفعل نظرة الصحفيين المحترفين لصحافة المواطن بحجة افتقادها للمهارة والتقنيات المهنية³⁹ كما قامت محطة "سي إن إن" بشراء موقع "آي ريبورت" I Report، بقيمة 750 ألف دولار أميركي بعد أن رأت أن من الاستحالة تغطية كوارث "تسونامي" في عام 2004، و"تفجيرات لندن" في عام 2005، حيث كان من الصعب الحصول على صور ومشاهد ولقاءات من أماكن الحدث⁴⁰.

وفي سياق مع نظيراتها بادرت قناة العربية قبل ذلك بفترة إلى خلق "منتدى الفيديو" لتمكين مستخدم موقعها من أن يصبح مراسلاً تلفزيونياً في موقع الحدث الذي يتصافد وجوده فيه، لاستضافة مدونات الجمهور، وقامت بتقسيمها إلى فئات على طريقة التويب الصحفي أسمتها "أقسام المدونات".

بالإضافة إلى ذلك قامت "العربية" في السنوات الأخيرة باستخدام مكثف لتطبيقات الاتصال الجديدة، بهدف تطوير تغطيتها للأحداث الجارية في مختلف مناطق العالم، خاصة تلك التي لا تتوفر فيها مكاتب أو مراسلين "للعربية"، أو أن مراسلها وصحفيها يواجهون ضغوطات من حكومات تلك البلدان، وبذلك تحقق توطيد علاقاتها بالجماهير، فهي تتيح لهم إمكانية التعبير بحرية ودون قيود، وتفسح لهم المجال لنشر ما يرغبون به من مضامين وصور وتسجيلات. وصارت

"العربية" تعتمد على مجموعة من التمثيلات المشتركة لمجموعة الأفراد وذلك من أجل أن تكون عملية الاتصال منسجمة ومتناسقة وحاملة لذكاء جمعي.

وبرز اعتماد قناة "العربية" على مضامين الإعلام الجديد خلال نشراتها الإخبارية في مشاهد نيسان الأخضر في الانتفاضة الإيرانية سنة 2009 عندما قامت الحكومة الإيرانية بتزوير نتائج الانتخابات الرئاسية التي جرت في يوم 12 يونيو 2009 التي أدت إلى فوز أحمددي نجاد، والتي شهدت احتجاجات مليونية شهدتها مدن إيران الكبرى كطهران وأصفهان وشيراز بعد الإعلان في 13 يونيو عن فوز محمود أحمددي نجاد بولاية ثانية في بعد حصوله على نسبة 63% والتي شكك المعارضون في نزاهة الانتخابات، وتحدثوا عن أعمال تزوير واسعة قد شابتها، وعلى إثر ذلك خرج مئات الآلاف من الإيرانيين رجال ونساء وشيوخ مطالبين بعدم الاعتراف بنتائج الانتخابات، وقامت السلطات الإيرانية باعتقال المئات من الإصلاحيين على خلفية التظاهرات، وقد أعلن الإعلام الرسمي الإيراني عن مقتل العديد من المدنيين في يوم 16 يونيو وحده، وبالتالي قامت "العربية" بتقديم منبر للجماهير في ظل الحصار الإعلامي الممارس من طرف أنظمتهم وحكوماتهم لإيصال أصواتهم للعالم الخارجي، ونقل ما يحدث من مجازر وانتهاكات.

وفي مطلع سنة 2011م في مصر، كانت نسبة ما تبثه قناة "العربية" من أخبار و تسجيلات وتقارير تعتمد على ما يلتقطه الأفراد من تسجيلات وصور تنقل جوانبا من الأزمة المصرية وتطوراتها.

واختارت "العربية" مفردات خطابها في تطبيقات وسائل الاتصال بشكل خلق تيار من الموافقين والمناصرين لها والمناوئين لها في الوقت نفسه، لكن في كلتا الحالتين فقد وظفت "العربية" مواقع الاتصال الاجتماعي بشكل حاسم أورثت من خلالها المتلقي قنوات "إيجابية أو سلبية" تجاه الحدث الذي يدور في البقع الساخنة من الأرض.

في ظل هذه الحالات يعتبر أفراد تلك المناطق مصدرا هاما للمعلومات والأخبار حول مختلف الأحداث، ولذلك فإن ما يصورونه وما يسجلونه بهواتفهم النقالة وكاميراتهم، وما ينشرونه عبر حواسيبهم وعبر شبكة الانترنت بخدماتها وتطبيقاتها المختلفة، يعد مصدرا صحفيا ثميناً ويشكل مادة إعلامية لا يمكن الحصول عليها من أطراف أخرى في بعض الأحيان.

ولعل استجابة قناة "العربية" لرغبات واهتمامات الشعوب العربية من جهة، وتوطيدها لعلاقتها مع عنصر الشباب من خلال توظيف تقنيات الاتصال الجديدة من جهة أخرى، هو ما جعلها تحقق نجاحا ملحوظا في وسط بيئة إعلامية تعج بالفضائيات.

خامسا. التطبيقات التي توظفها قناة "العربية":

أ. البريد الإلكتروني: وهو تقنية اللا تزامنية (asynchronies) التي تسمح بتبادل الرسائل ومختلف المضامين الإعلامية (صور، تسجيلات فيديو، نصوص) على شكل ملفات مرفقة. وتعتمد "العربية" على البريد الإلكتروني لتلقي مختلف رسائل المشاهدين في مختلف البرامج المباشرة والمسجلة منها على حد سواء.

ب. صفحة القناة عبر "الفيسبوك": (<http://facebook.com/al-Arabiya> channel) بالإضافة لخدمة <http://facebook.com/AlHadath> وهي مستعملة بكثافة في بعض البرامج، خاصة البرامج الحوارية المباشرة، وتمكن الصفحة من تلقي الأسئلة والتعليقات مباشرة من جمهور المشاهدين، وغالبا وحتى في الأخبار يعمد المذيعون ومقدموا البرامج على تذكير المشاهدين بعنوان القناة على "الفيسبوك".

ت. صفحة القناة عبر "التويتر" و twitter.com/AlHadath: وهذا الموقع كذلك يسمح للجماهير بالتفاعل مع "العربية" والعربية الحدث والتعليق حول مختلف البرامج والمواضيع.

ث. الموقع الإلكتروني الرسمي العربية. نت (www.alarabiya.net): وهو موقع إخباري مرتبط بقناة "العربية" يقدم على مدار الساعة الجديد من الأخبار في عالم السياسة والرياضة والمجتمع مع تركيز خاص على العالم العربي، ويحتوي الموقع على عدة خدمات تفاعلية تسمح بمشاركة الجماهير.

ج. استخدام مضامين موقع "يوتوب": تستخدم "العربية" موقع الـ YouTube في الغالب للحصول على تسجيلات حول الأحداث في بعض المناطق، بالخصوص تلك التي لا تملك فيها مراسلين أو أنها تتعرض لل منع والضغطات، ففي هذه الحالات تجد قناة "العربية" نفسها مجبرة على الاعتماد على هذا الموقع، لتحقيق تغطية شاملة للأحداث.

ح. خدمة "أنا أرى" مخصص لتلقي تسجيلات ومشاركات الجمهور: وهو رابط في موقع قناة "العربية" أنشئ خصيصا لتلقي التسجيلات الفيديوية المصورة، فضلا عن إمكانية مشاركات المشاهدين في كل المواضيع.

خ. تطبيق خدمة "أنا أرى" على الهواتف الذكية: هو تطبيق أنشئ خصيصا لتلقي التسجيلات الفيديوية المصورة من الهواتف الذكية لمشاركتها مع مستخدمي الهواتف في نشرات الأخبار. ويتيح تطبيق "العربية والحدث" خدمة الإطلاع على آخر الأخبار العاجلة وأهم الأحداث العربية والعالمية فور حدوثها، بالإضافة إلى مشاهدة برامج القناة وتقارير أخرى ويقدم التطبيق الخدمات التالية: معرفة آخر الأخبار العربية والعالمية والتقارير والصور الواردة حول أهم هذه الأحداث، البث المباشر لقناتي العربية والحدث مع توفير خاصية البث الصوتي لمن يرغب سماع الأخبار فقط، وربط البث المباشر للتطبيق مع Apple TV أو أي جهاز متوافق مع تقنية

(Airplay)، وأخيرا التفاعل مع المقالات وإمكانية التعليق عليها ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ومتطلبات تحقيق التطبيق يجب أن تكون متوافقة مع أجهزة: iPhone, iPod touch, and iPad. ويتطلب أنظمة: iOS 7.0 أو أحدث، كما أن هذا التطبيق متوافق مع: iPhone 5 وأحدث.

أما مميزات التطبيق على الهواتف الذكية Android Mobiles فإنها تتيح معرفة آخر الأخبار والتقارير والصور الواردة حول أهم الأحداث، والبث المباشر لقناتي الحدث و العربية مع توفير خاصية البث الصوتي لمن يرغب سماع الأخبار فقط، فضلا عن التفاعل مع الأخبار وإمكانية التعليق عليها ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

د. منتديات المحادثة الالكترونية: هذه الخدمة مكنت المتابعين من الجمهور البوح للأشخاص العاملين عليها في "العربية" والتعليق حول مختلف المواضيع والأحداث الجارية. ذ. خدمة جوال العربية.نت: تسمح للمستخدمين فيها بتلقي خدمات عبر رسائل ونصوص وأخبار عاجلة بشكل دوري من طرف قناة "العربية".

ر. خدمة RSS: هي خدمة جديدة تمكن المتابعين من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على الموقع التي قام بالاشتراك بها في الخدمة، فبدلا من تصفح المواقع والبحث عن المواضيع الجديدة، فإن خدمة RSS تخطر المشترك بما يستجد من أخبار ومواضيع على تلك المواقع فور نشرها. وتشتمل الأخبار المتلقاة بهذه الطريقة في أبسط صورها على عنوان الخبر، و مختصر لنص الخبر، و وصلة أو رابط للنص الكامل على موقع منتج الخبر.

ز. خدمة البودكاست، والاستفتاءات الدورية: توفر إمكانية التسجيل مع الموقع والعضوية، التي تمكن الأفراد من تلقي رسائل وأخبار، وتجعلهم في حالة تواصل وتفاعل دائم مع القناة. س. صفحة القناة عبر "تيليجرام" [alarbiya.telegram](https://www.alarbiya.telegram): وهي خدمة تتيح أيضا مشاركة الأخبار العاجلة وأهم الأخبار كذلك الصور والفيديوهات فضلا عن الرسائل الصوتية، بالإضافة إلى خدمة [telegram me/alhadath.com](https://www.telegram.me/alhadath.com).

ش. صفحة القناة عبر "إنستغرام" www.instagram.com/alarabiya: وهي خدمة تتيح متابعة القناة ومشاركة الأخبار العاجلة وأهم الأخبار كذلك الصور والفيديوهات فضلا عن الرسائل الصوتية.

سادسا. التحليل والنتائج:

مما لا شك فيه أن الإعلام الجديد أو الموازي بكل أشكاله، قد أحدث زوابعات إعلامية وسياسية، كما أنه لعب دورا محوريا وأساسيا في نقل واقع المجتمعات (العربية وغير العربية). وعليه فإن دوره الهام في التغطية الإعلامية لمختلف الأحداث والوقائع، يجعل من الضروري على قناة "العربية" أن تطور علاقتها بهذا الشكل الصحفي الجديد، وأن يتم تبني مشاركات الجمهور

المختلفة، سواء كانت مقالات، صور، أو تسجيلات، كما ينبغي عليها أن تستغل مزيداً من التطبيقات الأخرى، كالمدونات الإلكترونية مثلًا، وأن توظف بشكل فعال جماهيرها المختلفة لتحسين تغطياتها الإعلامية، خاصة في البيئة العربية التي تشهد انخفاً وانغلاقاً إعلامياً، جعل المواطن العربي يعتصر من الداخل دون أن يشعر به أحد.

ويبدو أن القائمين على القنوات الفضائية بشكل عام ينظرون بعين الاهتمام إلى أهمية التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، وهو ما يمكن أن نستشفه من مضامين أخبار القناة التي أصبحت مؤخراً تعتمد إلى حد ما على ما يرسله الأفراد وما ينشرونه عبر مختلف المواقع والتطبيقات الإلكترونية.

إن نجاح صحافة المواطنين في السنوات الأخيرة و بروز دورها المحوري في نقل خفايا أحداث هامة بدءاً من الأحداث السياسية والعسكرية مروراً بكوارث الزلازل والفيضانات، ومن ثم تفجيرات مدريد 2005 وصولاً للاحتجاجات على الانتخابات الإيرانية 2009 والأزمات السياسية العربية في 2010 و 2011 وغيرها الكثير من الأحداث، كان سبباً رئيسياً في أن تحضر التساؤلات التي تتمحور حول مديات وجدية المنافسة بين صحافة المواطنين وسائل الإعلام التقليدي، إذ تردّد كثيراً، سواءً في أوساط الأكاديميين أو حتى عامة الناس هذه التساؤلات وغيرها في نفس المضمون أو المعنى، ولكن بالمقابل يرى الباحث أنّ صحافة المواطن وتحديدًا في قناة "العربية" استطاعت أن تكون عوناً وذراعاً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية في نقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات، إلا أن هذا العون لا يأتي حالياً من واقع تنافس وسيلة إعلامية في مقابل وسيلة إعلامية أخرى، وإنما يأتي من واقع التكامل ما بين النوعين، فلا يمكن بأي حال من الأحوال أن يحل المواطنون الصحفيون محل الصحفيين المحترفين، فصحافة المواطنين غير منضبطة وفق معايير إعلامية وتحريرية مهنية، إلا أن هذا لا يقلل من أهمية هذه الظاهرة وتنامي تأثيرها في الحراك الاجتماعي والسياسي العربي والعالم، والذي يقتضي العمل سريعاً على تشريع إطار قانوني محلي وطني يكفل ويحمي حقوق المواطنين الصحفيين.

وتعد قناة "العربية" من بين طليعة القنوات التي أدركت أهمية الإعلام الجديد وأهمية مضامينه، وهو ما جعلها تطلق عدة مبادرات للمواطنين، وتعتمد على عدة تطبيقات تفاعلية، لتحقيق تكامل و لتفعيل دورها في التغطية الإعلامية الشاملة لكل الأحداث، في الوطن العربي بصفة خاصة وفي العالم بصفة عامة، وتعزيز دورها الإخباري الاستقصائي فاسحة بذلك المجال لتبلور دور صحافة المواطن في قضايا الشأن العام لتعكس بذلك حالة من الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت، بعد أن كان العديد من الخبراء قد شككوا في إمكانية بناء مثل هذه القيمة التكاملية بين "التقليدي" و "الجديد".

قام الباحث بالتحليل باستخدام استمارة تحليل المضمون من خلال التأكيد على الفئات الرئيسية الآتية:

1. الأشكال والقوالب الفنية:

تبين من خلال تطبيق الفقرات التي تضمنتها استمارة تحليل المضمون والخاصة بفئة القوالب الفنية التي استخدمتها "العربية" اعتمدت جميع القوالب الفنية المتاحة في العمل التلفزيوني لتقديم الأخبار في نشراتها ومنها خبر أزمة 25 يناير المصرية لقد وردت هذه القوالب جميعا في استمارة تحليل المضمون كفئات فرعية، كما هو موضح في الجدول (1)

الجدول (1): ترتيب استخدام القوالب أو الأشكال لأزمة 25 يناير في قناة "العربية"

المرتبة	النسبة المئوية %	الزمن د/ثا	القالب أو الشكل	التسلسل	عدد النشرات
1	55.33	166:35	البث المباشر والفيديو	1	46
2	22.48	67:57	الشخصيات المستضافة	2	
3	16.39	49:30	التقرير	3	
4	3.06	9:19	الجرافيك	4	
5	1.38	4:17	الصورة الثابتة	5	
6	1.33	4:00	بدون شكل أو قالب	6	
	% 100	300			المجموع

بين الجدول (1) تسلسل وترتيب الأشكال والقوالب الفنية والزمن المستغرق في استخدامها بمصاحبة أخبار أزمة 25 يناير في قناة "العربية"، وبالتالي يتضح حجم التغطية الإخبارية اللازمة، والأشكال والقوالب الفنية الإخبارية التي وردت في التغطية.

ومن خلال ذلك يظهر أن البث الحي المباشر والصور المتحركة المصاحبة لقراءة المذيع للأخبار وللتعليق والتحليل قد حظيت بالمرتبة الأولى من الاهتمام وبنسبة تتعدى نصف مساحة اهتمام القناة ببقية الأشكال والقوالب الفنية، يليها بفارق واضح استضافة الشخصيات بكل أشكالها المرئية والمسموعة، ثم بالمرتبة الثالثة التقارير المعدة والمسجلة سلفا، ومعظمها كان من مراسلي

القناة من خلال مكاتبها في القاهرة وبعض المحافظات المصرية والمتبقي من مقر القناة في دبي، وكان معظمها حديثا.

وجاء استخدام الكرافيك خامسا وهو يستخدم عادة في حالات وجود معلومات مكملة للأخبار ولاستكمال النقص إن وجد في الصور المتحركة.

وجاءت الصور الثابتة بالمرتبة الخامسة في تسلسل استخدام قناة "العربية" للأشكال والقوالب الفنية، ثم جاءت سادسا وأخيرا فئة عدم وجود أي قالب فني مصاحب للأخبار وهو ما يمثل الوقت الذي استغرقته قراءة الأخبار العاجلة الخاصة بأزمة 25 يناير وكذلك قراءة الأخبار بلا معادل بصوري يرافق قراءة نص الخبر.

بمعنى آخر فإن قناة "العربية" وتحقيقا لعنصري الجذب والاهتمام للمتلقي جاءت معظم تغطيتها الإخبارية التي بثتها عن أزمة 25 يناير مغطاة بمعادل بصوري في معظم الأوقات التي خصصتها لتغطية الحدث، وأن الزمن الذي استغرقه بدون قالب فني أو عدم وجود معادل بصوري هو قريب من الزمن الذي استغرقته كل من فئة الصور الثابتة، وهو ما يشير إلى أن الأخبار هذه كانت مغطاة على الأغلب بصور فيديو حية من خلال النقل المباشر أو الصور الفيديوية المسجلة التي تصاحب المذيع في قراءة الخبر أو استضافة الشخصيات أو التقارير.

فئة محور الخبر:

تمثل المواضيع أو الأفكار الرئيسية التي تتضمنها سياق القصة الخبرية التي وردت في التغطية، ويؤشر حجم الزمن الممنوح لمحور الخبر مقدار التوازن في عرض نوع وطبيعة أخبار التغطية في قناة "العربية" لأحداث الأزمات وتطوراتها، وبالتالي تقدير موضوعية هذه القناة في عرضها للأحداث المختلفة، الاجتماعية، الإنسانية، الاقتصادية، الدينية، الحقوقية، البيئية، والثقافية، وعدم الاقتصار على المحور السياسي أو الأمني، حتى مع افتراض أن المحاور السياسية والأمنية تفرض نفسها على الزمن الممنوح لكل من المحاور التي حددها الباحث منذ البداية بسبب طبيعة الأحداث التي تتمثل في كونها بالأساس أحداثا تطورت إلى أزمات سياسية معقدة بامتياز ألقت بظلالها على مختلف نواحي الحياة الأخرى في المشهد العربي بشكل عام ومنها أزمة 25 يناير و30 يناير في مصر، وأحداث الأزمة السورية، وأحداث الثورة اليمنية، بل أنها امتدت إلى معظم أرجاء الوطن العربي، حتى أن تداعياتها وصلت إلى مستوى التأثير على الصعيد الدولي.

القناة موضوع الدراسة كانت اتجهت إلى الاعتماد على أطر محددة بالإطارين السياسي والأمني، لأنها تركز على مظاهر الأزمات الخارجية وليست الأطر الأخرى التي تميل إلى البحث في أسباب الظاهرة

وكيفية مواجهتها، وعلاج آثارها السلبية على المجتمع، أي أن الاتجاه العام للتغطية يبدو محايداً إلى حد ما أحياناً، ومنحازاً مع وضد في أوقات أخرى، وفي رأيي أن ذلك تحدده الأجناس والسياسات الإعلامية والتحريرية لكل قناة، ورغم ذلك فإن الوجه العام لتغطية أزمة 25 يناير في مصر كان يبدو في الكثير من وسائل الإعلام والفضائيات العربية ذو أبعاد سياسية وأمنية بالدرجة الأولى.

ويظهر في الجدول رقم (2) مقدار الزمن الذي حظيت به محاور الأخبار التي تؤكد طغيان البعد السياسي والأمني على بقية الأبعاد الأخرى في مضمون التغطية الإخبارية لقناة "العربية" خلال أحداث الأزمات المذكورة، مما ألقى بظلاله على طبيعة التغطية الإخبارية بشكل عام للحدث التي أظهرت المشكلة على أنها سياسية وأمنية من الدرجة الأولى، ويتضح ذلك من خلال الآتي:

الجدول (2):ترتيب النسبة المئوية لمحاور أخبار أزمة 25 يناير في قناة "العربية"

النسبة المئوية %	الزمن الكلي د/ثا	محور الخبر
62.39%	187.55	سياسي
19.81%	59.56	امني
6.14%	18.46	اقتصاد
4.85%	14.59	ديني
2.15%	6.48	حقوق
1.48%	4.45	بيئي
1.38%	4.15	إنساني
1.06%	3:20	اجتماعي
0.71%	2.15	ثقافي
100%	300.00	المجموع

فئة مصدر الأخبار:

توفر مصداقية المصادر في تغطية الأزمات على وجه الخصوص باللغة الأهمية، لذا يفترض أن القناة أو الوسيلة تعمل على التحقق أكثر من مرة من صحة ومصداقية الخبر، أي أن اختيار مصادر الأخبار من الوسائل الأخرى يخضع لمعايير محددة، للتمكن من الحصول على أخبار ذات مستوى وموثوقية عالية. وكان ترتيب استخدام مصادر التغطية الإخبارية للأزمة المصرية في قناة "العربية" كما هو موضح في الجدول (3) الآتي:

الجدول (3): ترتيب النسبة المئوية لمصادر أخبار أزمة 25 يناير في قناة "العربية"

التسلسل	مصدر الخبر	الزمن الكلي /د/ثا	النسبة المئوية %
1	القناة (مكاتب) (مراسلون) (ضيوف) (خاصة)	250.19	%83.39
2	وسائل إعلام أخرى	14.27	%4.75
3	وكالات أنباء	13.20	%4.40
4	مواقع تواصل اجتماعي وانترنت	12.54	%4.18
5	صحف ومجلات	9.58	%3.19
	المجموع	300.00	%100

بالنسبة لأخبار المتظاهرين في موقع فيس بوك، فقد ظهر في مجمل تغطية قناة "العربية" بعدد أخبار إجمالي يمثل 7 سبعة أخبار خلال فترة الأسبوع الأول من بعد احتدام الاحتجاجات في أزمة 25 يناير في مصر. كما هو مبين في الجدول رقم 4 .

الجدول (4): أخبار الفيس بوك لأزمة 25 يناير في قناة "العربية"

الشكل	خبر	تقرير	CLIP	جرافيك	مقابلة	أخرى	الإجمالي
العدد	4	2	2	-	1	-	9

بالنسبة لأخبار المتظاهرين في المدونات، فقد ظهر في مجمل تغطية قناة "العربية" بعدد أخبار إجمالي يمثل 8 ثمانية أخبار خلال فترة الأسبوع الأول من بعد احتدام الاحتجاجات في أزمة 25 يناير في مصر كما هو مبين في الجدول رقم 5.

الجدول (5): أخبار المدونات لأزمة 25 يناير في قناة "العربية"

الشكل	خبر	تقرير	CLIP	جرافيك	مقابلة	أخرى	الإجمالي
العدد	4	2	-	-	-	-	6

أما أخبار أزمة 25 يناير التي جاءت من بين مشاركات اليوتيوب في نشرات العربية كانت كما هو مبين في الجدول الآتي

الجدول (6): أخبار موقع يوتيوب لأزمة 25 يناير في قناة "العربية"

الشكل	خبر	تقرير	CLIP	جرافيك	مقابلة	أخرى	الإجمالي
العدد		2	2	-	-	-	4

استخدام قناة "العربية" موقع سكايب في إجراء اللقاءات لأزمة 25 يناير

جدول (7)

الشكل	خبر	تقرير	CLIP	جرافيك	مقابلة	أخرى	الإجمالي
العدد	-	-	-	-	5	-	5

جاء تسلسل الخبر ضمن العناوين الرئيسية في نشرات الأخبار قناة "العربية" في أزمة 25 يناير التي كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (8): أخبار مواقع التواصل الاجتماعي لأزمة 25 يناير ضمن العناوين الرئيسية في نشرات الأخبار في "العربية"

عدد النشرات	عدد التكرارات	عنوان رئيسي اول	عنوان رئيسي ثان	عنوان رئيسي ثالث	النسبة المئوية
46	7	3	2	2	15.21%

النتائج:

1. اعتمدت قناة "العربية" بشكل رئيسي على المصادر الخاصة بها في التغطية الإخبارية، إذ كانت النسبة عالية في هذا الجانب، وهو مؤشر واضح وجلي على أن القناة وعلى الرغم من أن بعض الأحداث التي قامت بتغطيتها كانت مفاجأة وتطورت بشكل سريع، إلا أنها استطاعت توظيف إمكانات فنية وبشرية هائلة وتشكيل فرق للتغطية الإخبارية.
2. منحت قناة "العربية" وقتاً لأخبار الأزمة تجاوز قليلاً نسبة الـ 12% من مساحة الزمن الكلية للأخبار في نشرات العينة .
3. حلت مصادر مواقع التواصل الاجتماعي والانترنت في المرتبة الرابعة من بين مصادر الأخبار وبنسبة بلغت 1.51% تقريباً، إذ اعتمدت القناة في بعض أخبارها على ما ينشره الناشطون على الفيسبوك والتويتر واليوتيوب، وتصدر الفيس بوك مواقع التواصل الاجتماعي التي استقت منها القناة أخبار الأحداث فضلاً عن موقع "العربية.نت".
4. استخدمت قناة "العربية" أفلام الفيديو التي كانت عبر مشاركات مستخدمي التطبيقات في العناوين الرئيسية لعدد من نشرات الأخبار وبنسبة بلغت 4.18% تقريباً.
5. أثبتت الدراسة أن قناة "العربية" استعانت في اللقاءات المباشرة على موقع سكايب Skype، بنسبة بلغت 10% من بين تغطيتها الأحداث في فئة البث المباشر في المناطق التي لا تتوفر فيها على مقومات النقل المباشر عبر أجهزة القناة، وهو عبارة عن برنامج يمكن مستخدميه من الاتصال صوتياً (هاتفياً) عبر الانترنت ومحادثات فيديو بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال.
6. عمدت قناة العربية على الاستعانة بخدمات دروب بوكس Dropbox في المساعدة باستقبال وتخزين فيديوات المشاركين من المشاهدين كبديل رخيص ومتوفر تعويضاً عن إرسال الفيديوهات عبر الأقمار الصناعية أو الـ Optical fiber، وهي خدمة تطبيق ويب تعمل بطريقة الحوسبة السحابية على تخزين الملفات الموجودة لدى المستخدم، كما بالإمكان استعمال الخدمة لتبادل الملفات بين أكثر من مستخدم على الإنترنت ومزامنة الملفات بين أكثر من جهاز حاسوب أو هاتف محمول.
7. جاءت الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي 7 مرات في العناوين الرئيسية لنشرات الأخبار التي شملت تغطية قناة "العربية" لأزمة 25 يناير في مصر وبنسبة إجمالية بلغت

15.21%، ما يؤكد على أهمية بعض الأخبار التي تم الاستعانة بها في التغطية الإخبارية وتصدرها النشرات بتكرارات من بين 46 نشرة شملتها الدراسة.

8. لعبت التكنولوجيا المتقدمة دورا كبيرا في تحقيق كفاءة أعلى في معالجة القناة لتغطية الأحداث بتقنية البث المباشر ونسبة عالية بلغت 55.33 تقريبا.

9. أثبتت الدراسة أن ثورة تكنولوجيا الاتصالات ألغت معظم أشكال الحدود والرقابة والقيود التي كانت تفرضها الأنظمة والحكومات العربية على اتصال الشعوب بعضها ببعض وبالأخص في الجانب البصري منها.

التوصيات:

- يوصي الباحث بإجراء مزيد من الدراسات والأبحاث العربية حول مدى مصداقية الممارسة الصحفية لغير المحترفين خاصة في وقت الحروب والأزمات انطلاقاً بدلاً من التعميم في عملية اختبار مدى مصداقية صحافة المواطن والقنوات التلفزيونية ككل بين جمهور المتلقين.
- يوصي الباحث بضرورة قياس مدى مصداقية مواقع الإنترنت بما تحمله من أفكار ووجهات نظر متباينة تسهم بشكل كبير في تشكيل مفاهيم الجمهور وقناعاتهم ورؤيتهم للعالم من حولهم .
- يوصي ويطلب الباحث بدراسة مدى مصداقية المضامين التي تعرضها المواقع والمدونات التي ليست لها علاقة بوسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور، وإعداد دراسات حول مدى اعتقاد مستخدمي الانترنت في مصداقية المضامين التي تقدمها المواقع والمدونات التي لا علاقة لها بوسائل الإعلام التقليدية .

خاتمة:

إنها فرصة كبيرة يمنحها الإعلام الجديد ومنصاته لدعم وتطوير الموارد البشرية العربية لأنها من تغذي المحتوى العربي، وفرصة للتنافسية التكاملية في مختلف المجالات، ورسم آفاق التنمية من خلال التفكير في كيفية التخطيط للأجيال القادمة، وبشكل الإعلام الجديد دافع كبير للتعليم والتطوير في الثقافة العامة والتخصص، وربط الصنعة بالصنعة، وتحويل الهواية للاحتراف بإعطائها الوقت الكافي لها، وفي الإعلام الجديد فرصة كبيرة للتطوير والتعلم وطرح الأفكار بكل سهولة، وهذا حتمًا طريق للنهضة والتقدم، فوجب توجيه الأجيال القادمة وتعليمها فن الاستفادة من هذه الفرص.

ومن الواضح والجلي أن هناك تغييرًا كاملاً يلمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً، كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن، وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة، كل هذا يحتاج منا إلى عمل أكبر، نحو إعلام جديد مميز، إعلام هادف، إعلام يرقى بالعقول ويفتح مدارك جديدة فيها لا أن يغلقها، إعلام يجد فيه الشباب ضالته وطموحاته، لأن منصات وتطبيقات الإعلام الجديدة منحت حرية هائلة في التلقي للمستخدم والمستهلك لرسائلها والخروج من الاحتكارات الرسمية للمعلومات والأخبار والمادة الإعلامية ككل، كما تحسن بها الأداء المهني للوظيفة الإخبارية، وأصبح هناك انفجار معلوماتي وتوفر لكل ما يراد معرفته وفهمه خارج إطار الزمان والمكان وخارج حدود الوطن الواحد إلى ما هو أرحب وأوسع من خلال إمكانية الاتصال بكل العالم وبلاستفادة من تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح open-ended على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المواد الإعلامية، وبتكاليف بسيطة للغاية.

كذلك الفرصة في تحقيق الفائدة الكبيرة من الميزة والخاصية المهمة التي يتمتع بها الإعلام الجديد وهي التفاعلية interactivity، لاسيما أن الإعلام الجديد له القدرة الهائلة في دمج المحتويات الإعلامية convergence ومعالجتها وتنسيقها وإرسالها واستقبالها وتخزينها بمرونة عالية. وأخيراً، تأتي الأهمية البالغة في وجوب بذل المحاولات تلو الأخرى للاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في استخدام وسائل الاتصال الجديدة لتحقيق مجتمع المعلومات الذي يتيح الاتصال الفعال لقطاعات الجمهور كلها، وإمدادهم بالإعلام والثقافة والترفيه.

هوامش:

1. إبراهيم بعزيز، توظيف وسائل الإعلام التقليدية لمضامين «الصحفيين المواطنين»، نحو تعزيز مشاركة الجماهير في مضامين وسائل الإعلام»، المجلة الجزائرية للاتصال العدد 22، 2014.
2. أديب خضور: الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، الصحافة العربية، قرن يأتي وقرن يمضي، دمشق، 2000.
3. اسعد عبود الخاقاني، 2002، مناهج الدراسات الإعلامية، مكتبة القيروان، الجزائر.
4. البرت ل. هستر و واي لان ج. تو: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة 1992.
5. إسماعيل علي السعد، اشرف فهمي خوخه: السياسات الإعلامية في المؤسسات الصحفية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.
6. المنصف وناس: التلفزة والثقافة والهوية، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 1، تونس، 1999.
7. الياس البراج: صناعة الأخبار العربية، صحيفة الاتحاد، اكسترا ميديا، ملحق "دنيا"، أبو ظبي، الإمارات، الأحد 10 أبريل 2011.
8. توم فنتوم: تدهور صناعة الأخبار، دار الكتاب المصري، القاهرة، 2006.
9. جمال الزرن، "صحافة لمواطن" المتلقي عندما يصبح مرسلا، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، <http://arabmediastudies.net>.
10. خالد بن عبد الله، الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 16 أبريل 2012.
11. حسام عبد القادر: "جرأة النشر وحرية تناول في الصحافة الالكترونية"، 12 ديسمبر 2009.
12. رويدة ملياني: عوامل تشكيل القيم الإخبارية من تلفزيون أبو ظبي، دراسة حالة النشرات الإخبارية، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، مسقط 22 - 24 ابريل، 2002.
13. عبد الستار جواد: صناعة الأخبار، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 2000.
14. هويدا سيد: دور الإعلام في الأزمات الدولية، مركز المحروسة، القاهرة، 2000.
15. طارق الخليفي: سياسات الإعلام والمجتمع، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، بيروت، 2010.

16. طارق الشمري: الجزيرة- قناة -أم حزب- أم دولة، دار السياسة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الكويت، 2006.
17. كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، 1989.
18. ضمياء الربيعي: (التغطية الصحفية واتجاهاتها، أطروحة دكتوراه غير منشورة) جامعة بغداد، 2010.
19. ليلى عبد المجيد: سياسات الاتصال في العالم الثالث، الطباعي للطبع والشر والتوزيع، القاهرة، 1986.
20. موسى جواد، انتصار إبراهيم، صفد حسام: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، 2012.
21. رضا النجار، جمال الدين ناجي: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي"، تونس: قمة مجتمع المعلومات، اليونيسكو، نوفمبر 2005.
22. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008.
23. فاروق أبو زيد وليلى عبد المجيد: فن التحرير الصحفي، مركز التعليم المفتوح، 2000، القاهرة.
24. عبد الفتاح عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1989.

الأجنبية:

1. Antony Mayfield: what is social media? California: I crossing, 2008.
2. Andrew Lih: " Participatory Journalism and Asia: From Web Logs to Wikipedia ", 13th Asian Media Information & Communications Centre Annual Conference: Impact of New & Old Media on Development in Asia, July 1-3, 2004.
3. Dennis mcquail, towards a sociology of mass communication, collier Macmillan .London 1984.
4. Mark Fonseca Rendeiro : Defining Alternativeness: The Meaning Alternative Journalists give to their work,(unpublished master thesis), International School for Humanities and Social Sciences, Universities van Amsterdam, 2003.
5. Paul Norris, Brian Pauling : THE DIGITAL FUTURE AND PUBLIC BROADCASTING, A research report, new Zealand broadcasting school, November 2008.
6. Shaun Sutton: "THE .MY. IN OHMYNEWS: A USES AND GRATIFICATIONS INVESTIGATION INTO THE MOTIVATIONS OF CITIZEN JOURNALISTS IN SOUTH KORE", University of Leeds, United Kingdom, September 2006.
7. Shayne Bowman, Chris Willis: We media, how audiences are shaping the future of news and information, USA: The Media Center at the American Press Institute, 2003.
8. Rachelle Goth: mainstream Media Meets Citizen Journalism: In Search of a New Model, communication and media studies thesis, Tufts University, 2007.

الانترنت:

1. www.facebook.com/press/info.php? Factsheet (28 janvier 2011).
2. www.viralblog.com/research/youtube-statistics/"(7 fevrier2011).
3. NTIC magazine, n.51, janvier 2011.
4. <http://www.worldometers.info/ar/>. موقع إحصائيات العالم.
5. <http://www.dictionary.com/browse/new-media?s=t>.