

أطروحة

مقدمة لنيل شهادة

دكتوراه الطور الثالث LMD

في: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

العنوان

صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة وأدوار مستخدميها
- دراسة تحليلية لموقع الجزيرة الإلكتروني -

Media Content Industry in the new environment and the Roles of its Users

-An analytical study of al-Jazeera's website -

تحت إشراف الأستاذة:

نعيمة براردي

إعداد الطالب:

غرابي عبد السلام

تاريخ المناقشة: 2021/11/30

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة:

| الصفة | المؤسسة | الرتبة العلمية | الإسم واللقب |
|----------------|-----------------------------|----------------------|-----------------|
| رئيساً | جامعة محمد بوضياف - المسيلة | أستاذ التعليم العالي | غزال عبد الرزاق |
| مشرفاً ومقرراً | جامعة محمد بوضياف - المسيلة | أستاذ محاضر أ | براردي نعيمة |
| ممتحناً | جامعة محمد بوضياف - المسيلة | أستاذ محاضر أ | سيفون باية |
| ممتحناً | جامعة محمد بوضياف - المسيلة | أستاذ محاضر أ | بوثرة رضوان |
| ممتحناً | جامعة قاصدي مرباح - ورقلة | أستاذ محاضر أ | تومي فضيلة |
| ممتحناً | جامعة الحاج لخضر - باتنة 1 | أستاذ محاضر أ | جاب الله رمزي |

- السنة الجامعية: 2021/2022 -

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء



إلى كلِّ من
قرأ هذا الجُهد المتواضع،
فثمنه،
أو انتقده،
أو أضاف عليه،
ليستفيد الجميع،
مع بالغ التقدير...



شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ



جزيل الشُّكْر والإمتنان والتقدير

للمحترمة الأستاذة المشرفة،

**لما منحته لي من وقت وجهد وتوجيه وإرشاد وتشجيع،
وهكذا تفعل دائماً مع جميع طلبة التدرّج وما بعده،**

كلّ الشُّكْر والتقدير للمحترمين:

أعضاء لجنة التكوين بالدكتوراه،

والسّادة أعضاء لجنة المناقشة،...

كلّ الإمتنان لجميع أساتذة وأستاذات

قسم علوم الإعلام والاتصال

بجامعة محمد بوضياف - المسيلة

مع بالغ التقدير...



المُلخَص:

تبحث هذه الدراسة التحليلية الإستكشافية في طبيعة وواقع التحولات الجديدة في صناعة

المضامين الإعلامية وتداعيات البيئة الرقمية والتكنولوجية الحديثة عليه، من خلال تتبع مسارات الإتجاه الحديث للتفاعل السبراني، ورصد إفرزاته سواءً على المستوى الأكاديمي أو المهني المتعلق بالأدوار المختلفة للمستخدمين، أين أصبح هذا الأخير يُساهم في صناعة المحتوى الإعلامي.

ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام منهج المسح الإعلامي على الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة الفضائية www.aljazeera.net مُعتمداً على وصف تحليلي مركب يجمع بين النوعي والكمي بما يتناسب ودرجة التداخل بين الجانب الوظيفي والممارسة

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها وجود اتجاهات ايجابية لدى الموقع تجاه استخدام بعض الأشكال التي تحفز المستخدمين على المشاركة في إنتاج مضامين صالحة للنشر، تسجيل فوارق دالة إحصائياً في إستخدامها لمضامين المستخدمين قياساً على النوع الإجتماعي، النطاق الجغرافي، نوع ونمط ومجال المحتوى. كما تم تسجيل توجهات إيجابية بخصوص توظيف آليات التفاعلية في الموقع، وكشفت أنّ التفاعل والحوار الذي يتم من خلال وعاء اتصالي سيبراني مستقل يكون أكثر ثراءً وقوة من التفاعل الذي يتم عبر الوعاء التقليدي، وأنّ التفاعل الذي يتم عبر الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية والمنصات المتصلة به يتصف بقوة التفاعل وإثراء تفاعلات الرأي، كما كشفت الدراسة عن توجهات المؤسسة وأنّ مضامين المستخدمين المشارك بهتُساهم في تأكيد هذه المضامين والرفع من نسبة موثوقية منتبجي المؤسسة. كما كشفت أنّ مؤسسة الجزيرة لا تزال متمسكة بالتقاليد الخاصة بحراسة البوابة وهوما يوحى بالشعور بالقلق من تأثيرات صحافة المواطن خاصة فيما تعلق بإمكانية التعرض للمساءلة الأخلاقية والقانونية.

وقد خرجت الدراسة بجملة من التوصيات التي تخدم إمتداد النقاش الأكاديمي والإعلامي المرتبط بتحوّلات البيئة الجديدة، ونأمل أن تُوفّر نتائج هذه الدراسة رؤية هامة للبحوث المستقبلية خاصة فيما يتعلّق بتحصيل معايير واضحة للتوافق في الممارسات والأخلاقيات ممّا يساعد على الرقي بالقيمة الإحترافية للمؤسسات الإعلامية وعلاقتها بصحافة المواطن.

الكلمات المفتاحية: الصناعة الإعلامية؛ المضامين الإعلامية؛ البيئة الجديدة؛ المستخدم، الموقع

الإلكتروني؛ قناة الجزيرة الفضائية.

Abstract:

This exploratory analytical study examines the nature and reality of new transformations in the media content industry and the implications of the modern digital and technological environment, by tracking the paths of the modern trend of cyber interaction, and monitoring its secretions both academically and professionally related to the different roles of users, where the latter has become a contributor to the media content industry.

To achieve the research objectives, the media survey method was used on al-Jazeera's website www.aljazeera.net based on a composite analytical description combining quality and quantitative in proportion to the degree of overlap between the functional aspect and practice.

The study found a number of results, most notably: positive attitudes on the site towards the use of certain forms that motivate users to participate in the production of publishable content, recording statistically significant differences in their use of user content relative to gender, geographical scope, type, style and field of content. Positive attitudes have also been recorded regarding the use of interactive mechanisms on the site, and revealed that the interaction and dialogue that takes place through an independent cyber communication vessel is richer and stronger than the interaction that takes place through the traditional vessel, and that the interaction that takes place through the satellite island's website and related platforms is characterized by the power of interaction and enrichment of interactions of opinion, as well as The study revealed the organization's orientations and that the contents of the users participating in it contribute to confirming these contents and raising the reliability of the organization's followers. She also revealed that al-Jazeera remains committed to the tradition of gatekeeping, which suggests concern about the effects of citizen journalism, particularly with regard to the possibility of moral and legal accountability.

The study came up with a number of recommendations that serve to extend the academic and media debate related to the transformations of the new environment, and we hope that the results of this study will provide an important vision for future research, especially with regard to the achievement of clear standards of compatibility in practices and ethics, which helps to promote the professional value of media organizations and their relationship to the citizen's journalism.

.Keywords : Media Industry; User Generated Content; Cyber space; User; Web Site; Al-Jazeera News Channel.

مُقَدِّمَة:

شَهَدَ الْعَالَمُ ومنذ نهايات القرن العشرين تطوّرات سريعة شملت كلّ المجالات خاصّة ميدان الإعلام والاتّصال بوصفه اليوم أحد أهمّ مؤشّرات التطوّر والرقّي الحضاري للأمم، وهذا بفضل الجمع بين تكنولوجيّتيهما وهو ما أدّى إلى ظهور مجال عمومي افتراضي للوسائط المتعددة التي سمحت بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة كالنصوص والصور والأصوات والبيانات والرسومات والفيديو وغيرها، هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط التفاعليّة المتعدّدة، ودفع المتلقّي لإستخدامها في وقت كان استعماله يقتصر على تلقّي مخرجات وسائل الإعلام التقليديّة، وهذا في ظلّ بحث المستخدم نفسه عن فضاءات أفضل للتعبير والاتّصال، وكان في مقدّمها وسائل ومنصّات وتطبيقات التّواصل الاجتماعي كأحد أشكال الإعلام الجديد، والتي باتت ترسم له علاقته بالبيئة المحيطة وتحدّد نمط وشكل مشاركاته الاجتماعيّة والسياسيّة والثقافيّة.

وَأَقْد سَاهَمَت التطوّرات الحاصلة على مستوى أجيال الشبّكة العنكبوتيّة بالتأثير على وظائفها وكيفيات العمل بها، وجعلتها أكثر إنتاجيّة وقدرة على الإندماج مع التّطبيقات المستحدثة وأكثر إنتاجيّة وديناميكيّة وديمقراطيّة وتفاعليّة ونتاجت أشكال جديدة للاتّصال والتّواصل وبناء المضامين والرسائل الإعلامية المتعدّدة، فمنذ إتاحتها للعموم بعدما كانت حكراً على المؤسّسات العسكريّة، عمل الإنترنت على تبوؤ أولويات الباحثين والدّارسين في شتى المجالات التي تأثرت باختراع القرن الذي "أتاح لأيّ شخص، في أيّ وقت وأيّ مكان، أن يقوم بالتعبير عن رأيه ومشاعره حيال أيّة قضية". إذ لم تعد الانترنت هي القضية فحسب، بل أصبح حاضنة مواقع التّواصل الاجتماعي التي وُجدت لتعزّز التّواصل بين المتّصلين بها كأيّ نوع آخر من أدوات الاتّصال، إلّا أن المطاف انتهى بها لتكون الشّغل الشّاغل للباحثين والسياسيين والحكومات والمؤسّسات وكافة القطاعات والتصنيفات، خاصّة مع توطين أدوار صحافة المواطن.

وَقَدْ وَاجَهَت وسائل الإعلام بأنواعها تحديّات عصيبة فرضتها البيئة الجديدة للاتّصال خاصّة مع ظهور أنواع جديدة من الصّحافة، وتغيّر صناعة المضامين الإعلامية، التي يساهم في صناعة محتوياتها المستخدم نفسه. فالفضاءات البديلة خلقت جماعات افتراضيّة تكوّنت حولها مشاغل مشتركة سياسيّة وإجتماعيّة وفنيّة ورياضيّة ومهنيّة وغيرها تنطلق من إيديولوجيّات متعدّدة، وفرض الإعلام الرقمي الكثير من التّحدّيات تزامناً مع تغيّر الإتّجاهات من متلقّي للمعلومات والأخبار إلى منتج وصانع لها في سياق البيئة التّفاعليّة التّشابكيّة وفي نفس الوقت مواجهة تحديّات تأثير إقتصاديّات الإعلام.

إِنَّ مُصْطَلَحَ صِنَاعَةِ الْمَضَامِينِ الإعلاميّة أخذ بالتطوّر المتواتر في التعريف والمفهوم والإستخدام منذ تسعينات القرن الماضي، فبعدما كان نقلاً للخبر والإثارة الصّحفيّة أصبح له سياسات وخطط ووظائف

إستشراقية لتحقيق أهداف مختلفة، وأصبحت البيئة الإعلامية الجديدة أداة تعمل على توضيح المفاهيم من خلال إحاطة الجمهور المستخدم والمتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية وبمختلف الوسائط في أيّ مكان بالعالم بما يسهم في تأصيل شيوع المعلومة والرقّيّ بالوعي الجمعي ونشر الإدراك للقضايا المتنوعة، وتسيير فهم وإدراك المتلقي للقضايا المعاصرة وبناء قنوات وتوجهات معيّنه، وتنوير المستهدفين لتكوين رأي صائب في الموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة. فالمتتبع لمخرجات وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية اليوم من تقارير وتغطيات ميدانية وأخبار آنية وغيرها من المواد الإخبارية، يلاحظ زيادة اعتماد هذه الوسائل على المضامين التي ينتجها الأفراد الهواة القريبون من الحدث وتضمينها في ساسبتها، وهو ما يسهم في توسيع مجالات ومناطق وأنواع تغطيتها لما يحدث في العالم، وتحديد أجندتها، ورفع نسب المشاهدة والمتابعة.

ويظهر أنّ الدور الحالي لوسائل الإعلام والإتصال يتمحور حول التنمية بمختلف أشكالها خصوصاً مع ظهور الفكر المستدام حيث أصبح الإعلام الجديد رهان أساسي، لذا أصبحت مسألة التحوّل السبراني في أولويات الأجندة الإعلامية، وكما أن الرسالة الإعلامية تساعد في بناء وفهم الظروف المحيطة وإحداث تأثير في الأبعاد الزمكانية المختلفة فإنّ البيئة الإلكترونية الحرّة المتمكّنة لها نفس الخصائص التآثيرية وأكثر، وهنا يبرز الدور الأساسي والإستشراقي لصحافة المواطن في مختلف الشؤون الداخلية والخارجية في إيضاح الرؤى والمعلومة وتوجيه الخطاب الإعلامي المدجّن بمحتوى مضامين المستخدمين.

وتؤكد أغلب الدراسات الإعلامية العربية والغربية مدى التفاوت الكبير في صناعة المضامين بين إعلام الدول المتطورة والدول النامية أو السائرة في طريق النمو، وهذا تبعاً لتفاوت وتباين خصائص واقتصاديات توطين البنى التحتية، ويرجع هذا بالدرجة الأولى إلى تفاوت الهوية بين المجتمعين وعلى مختلف المستويات خاصة من ناحية النضج الذي بلغه الإعلام الغربي عموماً، بالإضافة إلى احترافية ونضج القائمين على العملية والمستفيدين من مخرجاتها. إلا أنّ المتفق عليه أنّ صحافة المواطن وتطبيقاتها وتفاعلاتها نقلت الإعلام والإتصال إلى آفاق غير مسبوقه وأعطت المستخدمين المستخدمين فرص إستثنائية وفاعلة أكثر للتأثير والتأثر عبر الحدود بحرية وبقيود و رقابة نسبية، كما غيرت من إحدائيات وجوهر النظريات والمقاربات الاتصالية المعروفة وأوقفت احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها أو يتوقعها منظري وخبراء الإعلام والاتصال. وهو تأثير ينمو يومياً بشكل متسارع ومتزايد وبصفة غير مسبوقه، وقد قطعت صحافة المواطن أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً متجاوزة للدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وخلقت مجال تفاعلي إفتراضي عمومي في

سياق أكثر ثراءً من المجال الواقعي، وهذا بإعادة تحيين وتدعيم عنصر التّواصل والتفاعل بين جميع أفراد المجتمع وجعله عالمي للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافيّة في صنع وإنتاج الخبر ونشره بأقصى سرعة والتفاعل والمشاركة في حلّ الأزمات خاصّة ما يترتّب منها بالإنسانيّة.

وتمثّل هذه الدّراسة محاولة للبحث في مفهوم المضامين الذي ينتجها المستخدمون زمن

الوسائط الجديدة وشبكات التّواصل، ورصد التّطورات الحاصلة على مستوى الإعلام وتداعيات البيئة الرقمية والتكنولوجيّة الحديثة عليه من خلال الاتّجاه الحديث للنشر الإعلامي لمضامين المستخدمين وصحافة المواطن، والبحث عن مقاربة توفيقية بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن في ظلّ التنافس والتكامل على مستوى البيئة السّبرانيّة وعلى المستوى المهني المتعلّق بالأدوار المختلفة للمستخدمين وكيفيات تبنّي وسائل الإعلام لهذه المضامين، وأشكالها وأطرها، وأسباب وعوامل تبنّيها كمصدر إعلامي خبري في الأجندة الإعلاميّة.

وقد تمّ تقسيم دراستنا إلى ثلاثة فصول: فصل منهجي، فصل نظري، وآخر ميداني تطبيقي.

وقد اشتمل **الفصل الأوّل** المتعلّق بالبناء المنهجي على الخيارات المنهجية الأساسيّة للدّراسة، حيث قمنا بتحديد الإشكالية وتساؤلاتها المركزية المرتبطة وفروضها، بالإضافة إلى الأسباب الذاتيّة والموضوعيّة لاختيار الموضوع، أهميته وأهدافه، وعرض أهمّ المفاصل المنهجية المتبعة في إجراء الدّراسات التّطبيقية، حيث استعرضنا منهج الدّراسة وأدوات جمع البيانات ومجموع طرق صدق الأدوات وثباتها والأساليب الإحصائية المعتمدة، ومجالات الدّراسة، ومجتمع البحث والمسالك الاجرائية المُنْتَهجة لتحديد عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات منها، كما قمنا بتحديد المصطلحات المفاهيم المفتاحية للدّراسة، وصرّحنا بالصّعوبات التي واجهتنا لانجازها، وعرض بعض الدّراسات السابقة رغم ندرتها، سواء التي لها علاقة بالمقاربة النظرية لدراستنا أو التي لها علاقة بموضوع البحث واستنباط نقاط التشابه والاختلاف مع بحثنا، وسرد أوجه الإستفادة منها.

أمّا **الفصل الثاني** المتعلّق بالإطار النظري فقد تمّ تقسيمه إلى ثلاثة محاور رئيسة مرتبطة ومرتبّة من حيث الزّمن والوظيفة والتي ارتبطت بصحافة المواطن، حيث تناول المحور الأوّل تأصيل وسرد لأطوار تطور تكنولوجيا المعلومات، تكنولوجيا الإتّصال، والعلاقة بينهما، ووصف لثورة المعلومات التي تشكّلت نتيجة التزاوج بين الوسائل والرّسائل، ممّا أدّى لتشكّل مجتمع المعلومات الذي تشكّلت به معالم صحافة المواطن. أمّا الحور الثاني فقد تناولنا كرونولوجيا تطور الويب، والتغيّرات الحاصلة الشبّكة العنكبوتية والتي أدّت إلى انبثاق الويب 2.0 وأثّرت على الوظائف والتّقنيّة وكيفية العمل ممّا ساعد على تنميط صحافة المواطن وتركيز التّفاعلية والإنتاجية بالشكل الذي هي عليه الآن، وتغيّرت المفاهيم التّقنية، كما تمّ توليد أدوات للإعلام الاجتماعي بفضل الابتكارات والتطبيقات والبرامج

المتعاقبة ساهمت في انتشار المضامين المنتجة من طرف المستخدم خاصة عبر التطبيقات والشبكات الإجتماعية التي تلقى نسب عالية من الإستخدام والتوظيف.

وفي سياق مرتبط بالفصل الثاني خصّصنا المحور الثالث لمقترب المضامين التي يصنعها المستخدم حيث تطرّفنا لتمفصلات مصادر المعلومات الصحفية عبر كامل أطوار تطوّر الإتصال البشري، مراحلها، أشكالها، وصولاً لمساقات البيئة الجديدة التي تترأسها صحافة المواطن كأحد أبرز أشكال الإعلام الإجتماعي الذي غصنا في ماهيته وخصائصه، كما فصلنا سياق صحافة المواطن، نشأتها، مفهوماها، سماتها، خصائصها، أنواعها، أنماطها، أشكالها، ثم الولوج لعرض أشهر فضاءات الإعلام الإجتماعي، وفي سياق نفس المحور من الفصل الأخير حاولنا التفصيل في المحكّات المعيارية لتشكل المضامين بداية من التّاريخ، المفهوم، الأهمية، مروراً بالتّغيرات التي رافقت تطوّر المفهوم، وأبرز التّحوّلات ذات الصّلة بصناعة المضامين في البيئة الجديدة، مروراً بالمداخل النظرية لدراسة صناعة وإنتاج هذه المضامين، ورصد أدوار المستخدمين وتفاعلاتها مع أدوات التشبيك في الفضاء العمومي الإفتراضي وافرزاتها على تغذية الإعلام، وتسجيل تأثيرات هذه المضامين على كلّ من المؤسّسات الإعلامية والعمل الصحفي، ومواطن التّقارب والتّكامل والتّوافق بينها وبين الإعلام التقليدي، واتجاهاتها المستقبلية.

أما الفصل الأخير والمتعلّق بالإطار التطبيقي فقد تطرّفنا فيه لإعطاء تعريف مُختصر ومركّز لموقع عينة الدّراسة والتي تمثله قناة الجزيرة الفضائية، ثمّ عرض نتائج التّحليل الكميّ (عرض نتائج الدّراسة) لكلّ شهر منفصل عن الشّهر الذي يليه وهذا طوال الفترة الممتدّة لثلاثة أشهر، مع تدعيم العرض بالجدول التكرارية والرّسوم البيانية، بعدها تمّ التطرّق للتّحليل الكيفي للدّراسة (تحليل نتائج الدّراسة) حيث تمّ تمحيص وتفسير النّاتج في سياق نواتج ومخرجات مسارات البحث ذات العلاقة بالتّراكمات النظرية السابقة، وتوظيفها في عملية الاستدلال في صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة وأدوار مستخدميها في الموقع الإلكتروني محلّ الدّراسة، كما تضمّن هذا الفصل عرض النّاتج العامّة المتحصّل عليها من خلال كلّ من التّحليلين الكميّ والكيفي من جهة، وعلى ضوء التّساؤلات والفرصيات من جهة أخرى، ثمّ إنهاء بحثنا بخاتمة وتقديم توصيات مركّزة على ضوء النّاتج المتوصّل إليها، آمليّن أن تُلحق دراستنا المتواضعة بمزيد الإضافات والدّراسات والأبحاث لتغذية النّقص الحاصل في مثل هذه المواضيع المستحدثة لتحقيق التّراكم المعرفي الذي به نفيّد ونستفيد.

خطة الدراسة

مقدمة

البناء المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة

2- أسباب اختيار الموضوع

3- أهمية وأهداف الدراسة

4- منهج الدراسة و أدواتها

4-1- منهج الدراسة

4-2- أدوات جمع البيانات

4-3- صدق الأداة وثباتها

4-4- المعالجة الإحصائية

5- مجال الدراسة

6- مجتمع البحث و عينة الدراسة

6-1- مجتمع البحث

6-2- عينة الدراسة

7- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

8- صعوبات الدراسة

9- الدراسات السابقة

9-1- عرض الدراسات السابقة

9-1-1- الدراسات التي لها علاقة بالمقاربة النظرية للبحث

9-1-2- الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث

9-2- نقاط التشابه والاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة

9-3- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة

I - تكنولوجيا الإتصال ومجتمع المعلومات كحاضنة لصناعة المضامين

I - 1- تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة

I - 1-1- مفهوم التكنولوجيا وأنواعها

أولاً- مفهوم التكنولوجيا

ثانياً- أنواع التكنولوجيا

I-1-2- مفهوم تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة والفرق بينهما

أولاً- مفهوم تكنولوجيا المعلومات

ثانياً- مفهوم تكنولوجيا الإتصال

ثالثاً- الفرق بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصال

I - 1-3- التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة

I-1-4- وظائف وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة

أولاً- وظائف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في حياة الفرد

ثانياً- خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة

I-1-5- منظومة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة

I - 2- مجتمع المعلومات

I-2-1- مفهوم مجتمع المعلومات

I-2-2- خصائص مجتمع المعلومات

I-2-3- مبادئ مجتمع المعلومات

I-2-4- مؤشرات مجتمع المعلومات

I-2-5- الفرق بين مجتمع المعلومات والمجتمع التقليدي

I-2-6- إفرزات مجتمع المعلومات

II - أجيال الويب وتطبيقاتها ودورها في صناعة المضامين

II -1- أجيال الويب: المفهوم، النشأة، التطور

II -1-1- الويب 2.0

II -1-1-1- نشأة الويب

II -1-1-2- مفهوم الويب 2.0

II -1-1-3- خصائص الويب 2.0

II -1-2- الويب 3.0: المفهوم، المكونات، المميزات

II -1-2-1- مفهوم الويب 3.0

II -1-2-2- مكونات الويب 3.0

II -1-2-3- مميزات الويب 3.0

II -1-3- العلاقة بين أجيال الويب

II -2- الابتكارات التكنولوجية التي ساهمت بانتشار التفاعلية وصناعة المضامين

II -1-2- جهاز الآيبود (iPod)

II -2-2- الهواتف الذكية (Smartphones)

II -2-3- الأجهزة اللوحية (Tablets)

II -2-4- أنظمة الترفيه المنزلية (Home Theater System)

II -3- البرامج والمفاهيم التقنية التي ساهمت بانتشار التفاعلية أو صناعة المضامين

II -1-3- الحوسبة السحابية (Cloud Computing)

أولاً- نشأة الحوسبة السحابية

ثانياً- مفهوم الحوسبة السحابية

ثالثاً- أهمية الحوسبة السحابية

رابعاً- خصائص الحوسبة السحابية

خامساً- نماذج من الخدمات السحابية

سادساً- سلبيات الحوسبة السحابية

II -2-3- التّعهد الجماعي (Crowdsourcing)

أولاً- نشأة التّعهد الجماعي

ثانياً- مفهوم التّعهد الجماعي

II -3-3- المشاع الإبداعي (Creative Commons)

أولاً- مفهوم المشاع الإبداعي

ثانياً- أنواع رخص المشاع الإبداعي

III - مصادر المعلومات ودورها في صناعة المضامين

III -1- مصادر المعلومات الصّحفية

III -1-1- مراحل تطور مصادر المعلومات

أولاً: المرحلة قبل التقليدية "مرحلة ما قبل الورق"

ثانياً: المرحلة التقليدية "مرحلة مصادر المعلومات الورقية المطبوعة"

ثالثاً- المرحلة غير التقليدية "مرحلة مصادر المعلومات الالكترونية"

III -1-2 أشكال مصادر المعلومات

أولاً- مصادر المعلومات التقليدية

ثانياً- مصادر المعلومات الإلكترونية

ثانياً-1 الإنترنت كمصدر للمعلومات

ثانياً-1-1 الإنترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية للفرد

ثانياً-1-1 الإنترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية

III -2 صحافة المواطن كأحد أبرز أشكال الإعلام الاجتماعي

III -2-1 الإعلام الاجتماعي ماهية والخصائص

أولاً- ماهية الإعلام الاجتماعي

ثانياً- خصائص الإعلام الاجتماعي

III -2-2 صحافة المواطن (Citizen Journalism)

أولاً- صحافة المواطن النشأة والمفهوم

أولاً-1 نشأة صحافة المواطن

أولاً-2 مفهوم صحافة المواطن

أولاً-3 تسميات صحافة المواطن

ثانياً- خصائص وسمات صحافة المواطن

ثانياً-1 خصائص صحافة المواطن

ثانياً-2 سمات صحافة المواطن

ثالثاً- صحافة المواطن الأنواع والأنماط

ثالثاً-1 أنواع صحافة المواطن

ثالثاً-2 أنماط وأشكال صحافة المواطن

رابعاً- أشهر منصات التواصل الاجتماعي

رابعاً-1 موقع يوتيوب (YouTube)

رابعاً-2 موقع فيسبوك (Facebook)

رابعاً-3 موقع تويتر (Twitter)

رابعاً-4 موقع انستغرام (Instagram)

III -3 التحولات في صناعة المضامين الإعلامية السبرانية وأدوار مستخدميها

III-3-1- المضمون الذي ينتجه المستخدم:التاريخ، المفهوم، والأهمية

III-3-2- تطوّر مفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدمين

III-3-3- أبرز التحوّلات ذات الصلة بصناعة المضمون

أولاً- التحوّل في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة

ثانياً- التحوّل في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإلكترونية

ثالثاً- التحوّل نحو التنوّع في مصادر المعلومات

رابعاً- التحوّل في المفاهيم الإدارية الإعلامية

خامساً- ظهور تحوّلات إيجابية وأخرى سلبية في الممارسات الصحفية

سادساً- التحوّل في طبيعة إدارة العمل الصحفي

سابعاً- حدوث تغيير في طبيعة الأدوات المنهجية المستخدمة

ثامناً- إعادة قراءة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في إطار إستراتيجي جديد

III-3-4- المداخل النظرية لدراسة صناعة وإنتاج المضمون الإعلامية في البيئة الجديدة

أولاً- مدخل صحافة المواطن Citizen Journalism

ثانياً- مدخل صحافة المشاركة Participatory Journalism

ثالثاً- مدخل صحافة المصادر المعتمدة على الجماهير Crowdsourcing Journalism

رابعاً- مدخل الصحافة التعاونية collaborative journalism

خامساً- مدخل حراسة البوابة الإلكترونية Online gatekeeping

سادساً- مدخل بناء الأجندة الإلكترونية Online Agenda-Building

سابعاً- المداخل النظرية المعنية بمفهوم المضمون التي ينتجها المستخدم UGC

III-4- التحوّلات في صناعة المضمون وتأثيرها على العمل الصحفي

أولاً- أطر الصراع والتكامل بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية

أولاً-1- الإتجاه المناصر

أولاً-2- الإتجاه المعارض

أولاً-3- الإتجاه المتوافق

ثانياً- صحافة المواطن بين مواجهة وسائل الإعلام التقليدية والإتجاهات المستقبلية

ثانياً-1- التحدّيات والعقبات التي تواجه صحافة المواطن

ثانياً-2- مواجهة وسائل الإعلام التقليدية لصحافة المواطن

ثانياً-3- الإتجاهات المستقبلية لصحافة المواطن

الإطار التطبيقي للدراسة

I- التعريف بعينة الدراسة

I-1- نشأة قناة الجزيرة الفضائية

I-2- أهداف إنشائها

I-3- مصادر تمويل قناة الجزيرة

I-4- السياسة الإعلامية للقناة

I-5- أسباب شهرة قناة الجزيرة

I-6- الحرية الإعلامية لقناة الجزيرة

II - عرض وتحليل النتائج

II-1- أولاً: عرض نتائج الدراسة

II-1-1- الفترة الممتدة من الأربعاء: 01 جانفي 2020، إلى الجمعة: 31 جانفي 2020

II-1-2- الفترة الممتدة من السبت: 01 فيفري 2020، إلى السبت: 29 فيفري 2020

III-3- الفترة الممتدة من الأحد: 01 مارس 2020، إلى الثلاثاء: 31 مارس 2020

II-2- ثانياً: تحليل نتائج الدراسة

II-3- ثالثاً- النتائج العامة للدراسة

II-4- رابعاً- النتائج على ضوء التساؤلات والفرضيات

خاتمة، وتوصيات

البناء المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

مَعَ تَزَايُدِ التَّقْنِيَّاتِ الْحَدِيثَةِ لِلِاتِّصَالِ وتعاظم تطبيقاتها في مجال الإعلام، بدأت تظهر أنواع جديدة من الصحافة ساهمت في تغيير معالم صناعة المضمّامين الإعلامية، سواءً تعلق الأمر بطبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو الوسائل التي يتمّ الإعتماد عليها لتوصيل المضمّامين، وضمن هذا السياق الجديد بدأ الجمهور/المستخدم يلعب الدور المحوريّ في العمل الإعلامي، حيث لم يعد متلقياً فقط بل مُنتجاً ومشاركاً، كما بدأت وسائل الإعلام بأشكالها وأنواعها وانتماءاتها بالتجاوب مع هذه التحوّلات سواءً عن طريق البحث عن سبل جديدة لتوصيل مُحتواها الإعلاميّ المهنيّ، أو إفساح المجال للجمهور للمساهمة في صناعة محتواها الإعلامي عن طريق صحافة المواطن التي ينتجها المستخدم نفسه UGC عبر مختلف منصّات وشبكات الإعلام الاجتماعي التي فرضها الواقع كمجال إعلامي جديد مختلف إطلاقاً عن النسخة التقليديّة سواءً في نطاق المؤسسة أو الممارسة. وهو ما يساهم في دعم مكانة المؤسسة معنوياً ومادياً ويثري مضمّامينها، ويتلاءم في نفس الوقت مع طبيعة هذه التّطوّرات الجديدة في صناعة المضمّامين، ويمكنها في نفس الوقت من استيعاب الأنواع الصحفية والإعلامية المستحدثة.

وَبِنَاءً عَلَى مَا تَمَّ طَرَحُهُ، فَإِنَّ إِشْكَالِيَّةَ دِرَاسَتِنَا تَتَمَثَّلُ فِي التَّسْأُولِ الرَّئِيسِيِّ التَّالِي:

كيف يساهم مُستخدمي البيئة الجديدة في صناعة المضمّامين الإعلامية للموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائيّة، وما هي أدوارهم؟

وَتَسَعَى هَذِهِ الدِّرَاسَةُ لِلِإِجَابَةِ عَنِ أَسْئَلَةٍ رَّئِيسِيَّةٍ وَأُخْرَى فَرَعِيَّةٍ تَنْبَثِقُ مِنَ الْإِشْكَالِيَّةِ

العامّة، وهي:

- هل يوفرّ الموقع الإلكتروني للجزيرة الوسائط المتعدّدة لنشر المادّة الخبريّة، وهل يمثّل فضاء مفتوح لشبكات التّواصل؟
- هل يوظّف الموقع الإلكتروني للجزيرة مُخرجات صحافة المواطن؟، وماهي أبرز الأشكال التي يتمّ توظيفها لتحفيز مُستخدمي الموقع على المساهمة في إنتاج المضمّامين؟
- ماهي مجالات مساهمات المُستخدمين ونطاقاتها الجغرافية؟
- ماهو توقيت استخدام الموقع الإلكتروني للجزيرة لمضمّامين المُستخدمين؟
- ماهي الأنماط الخاصّة لمساهمات المُستخدم في صناعة المضمّامين الإعلامية للجزيرة؟ وما هي أهمّ الديناميّات الاتّصاليّة المتاحة في فضاء التّفاعل مع مضمّامين المُستخدمين التي شاركها الموقع الإلكتروني للجزيرة؟
- مامدى موضوعيّة الجزيرة اتجاه مضمّامين المُستخدمين التي تشاركها وما أساليب ذلك؟

- ماهي أدوار تفاعلات المستخدمين على مضامين المستخدمين التي شاركها الموقع الإلكتروني للجزيرة؟

- ماهي اتجاهات الجزيرة قياساً على مضامين المستخدمين التي وظفها موقعها الإلكتروني؟

- هل نجح الموقع الإلكتروني للجزيرة الإخبارية في توظيف مضامين المستخدمين كمنصات إعلامية في البيئة الجديدة؟

كَمَا تَسَعَى دِرَاسَتَنَا لِاخْتِبَارِ صِحَّةِ الْفَرَضِيَّاتِ التَّالِيَةِ:

- **الفرضية الأولى:** التّحدّيات والرّهانات المطروحة تفرض وبقوة وجود صحافة المواطن واعتماد الصحفي المهني عليها:

□ **المؤشر الأول:** إنتشار وشيوع المعلوماتية وتوفّر النفاذ إلى الشبكة؛

□ **المؤشر الثاني:** إستحالة تغطية الصحفي المهني لكل الأحداث والوقائع المختلفة.

- **الفرضية الثانية:** وفّرت الجزيرة فضاءً ديناميكياً مفتوحاً لبروز مضامين المستخدمين:

□ **المؤشر الأول:** الإتاحة للمستخدمين أشكال لتضمين مساهماتهم ضمن منصاتها؛

□ **المؤشر الثاني:** نشر الجزيرة لمضامين المستخدمين سواءً بالمشاركة المباشرة أو بالإرسال.

- **الفرضية الثالثة:** يمثّل الفيسبوك وتويتر ويوتيوب أكثر منصات الشبكات الاجتماعية الشخصية التي تغذي شبكة الجزيرة:

□ **المؤشر الأول:** عدد استخدامات الجزيرة للمنصات الثلاث مقارنة بالشبكات الأخرى؛

□ **المؤشر الثاني:** عدد وأشكال التفاعلات المتعلّق بكلّ من الفيسبوك وتويتر ويوتيوب من طرف

المستخدمين مقارنة بالمنصات الأخرى.

- **الفرضية الرابعة:** مضامين المستخدمين تشكّل مصدراً هاماً لزيادة واستخدام المستخدمين للجزيرة الفضائية ومنصاتها:

□ **المؤشر الأول:** العدد المتزايد للتفاعل عبر مختلف الأشكال التي شاركتها الجزيرة؛

□ **المؤشر الثاني:** جودة ونوعية محتوى مضامين المستخدمين المقدمة عبر الجزيرة.

- **الفرضية الخامسة:** هناك علاقة ارتباطية بين اتجاه الموقع الإلكتروني للجزيرة من حيث الخط

الإفتتاحي والانتماء السياسي، وبين محتوى ونوع الإعتماد على المضامين التي ينتجها المستخدم:

□ **المؤشر الأول:** مشاركة المحتوى الاجتماعي الذي يخدم سياستها في الغالب؛

□ **المؤشر الثاني:** تفعيل أجندة مراقبة المحتوى وهذا بالحذف أو الحجب للتفاعلات الخارجة والمسيئة.

2- أسباب إختيار الموضوع:

إنّ عمليّة اختيار موضوع البحث عمليّة قاصدة تستند في انبثاقها إلى جملة من الأسباب التي تدفع بها إلى أرضية من الإلمام النظري و الرّؤية المنهجية التي تسندها وتوجهها، ويرجع اختيارنا لموضوع دراستنا إلى مجموعة من الأسباب الذاتية و الموضوعية أهمّها:

2-1- الأسباب الذاتية: ومنها:

- الميول الشخصية نحو مخرجات الإعلام الجديد مؤثراته وتأثيراته؛
- الإيمان الشخصي بالتيار الاجتماعي والإعلامي القائم على إيجاد مقاربة توفيقية بين النظريات النقدية الكلاسيكية (Frankfurter Schule) ومخرجات عصر التكنولوجيا ومجتمع المعلومات؛
- الإهتمام الخاص بصحافة المواطن والإعلام البديل الذي سعى إلى خلق مجال جديد للصحافة والإعلام والمثاقفة والنقد، وبلورة فضاء معرفي وابستمولوجي مستحدث أسس لانعطاف نظري وفعلي لكل سياقات الثقافة والإعلام؛
- إشباع الفضول العلمي من خلال معرفة وقياس توجهات القناة في ظلّ مصادر الخبر غير المسبوقة؛
- الإلتزام بالتفاعل مع مخرجات و قضايا العصر الراهن، والإدراك بأنّ من شأن الإعلام الجديد خلق مفاهيم وتصورات وآفاق جديدة عبر مختلف السياقات والمخيل الإعلامي والاجتماعي والثقافي والسياسي، وتفعيل أدوارها والإرتقاء بها كفاعلة رئيسية في مختلف الجوانب؛
- الرغبة الشخصية في المساهمة في توفير أرضية نظرية وابستمولوجية لموضوع الدراسة في ظلّ الحيز السيبراني والإيكولوجيا الاتصالية الراهنة.

2-2- الأسباب الموضوعية: ومنها:

- القفزات السريعة التي عرفتها مختلف الوسائط الالكترونية خاصة منها الانترنت والهاتف المحمول بعد أن أدخل عليها أحدث تقنيات نقل المعلومات وهو ما خول لها أن تنضمّ إلى قائمة مصادر المعلومات لتشكل بذلك نوعاً منفصلاً عن تلك المصادر التي تعود عليها الجمهور/ المتلقّي،...؛
- تزايد الإشكاليات التي طرحها دخول الموجة الرقمية حيث أضحت تشكل انشغالاً محورياً لدى الباحثين ومنظري الإعلام وكذا الساسة والاقتصاديّين الذين ضاعفوا من اهتمامهم بهذا القطاع الحيوي (الإعلام) سعياً منهم للاستفادة من تطوره قدر المستطاع؛
- التحدّيات الجديدة التي فرضها الإعلام الإجتاعي على رجال الإعلام في حدّ ذاتهم إذ أنه فتح الأبواب على مصراعيها أمام كلّ ما هو تقني إلكتروني، وكلّ ما هو جديد دون مراعاة لخصوصية الوسائل والتشريعات الإعلامية؛

- حداثة الموضوع حيث يُعتبر هذا البحث من البحوث العلمية الجديدة التي تُعنى بدراسة وجه آخر من أوجه الإعلام الجديد وهو الوجه الذي يمثل نقطة تماس رئيسية بين الصحفي المهني والصحفي المواطن.

- رُفص الدراسات التي تتناول هذا الموضوع بالفدر الكافي من التحليل رغم أهميته البالغة، وهذا سواءً على المستوى العربي أو الأجنبي، مقارنة مع الديناميكية المتنامية التي تشهدا المسائل المرتبطة بالنّت وافراراتها؛

- محاولة الالتزام بالمساهمة في تغطية النقص الإمبريقي بخصوص إشكالية دور صحافة المواطن في الديمقراطية وخلق فضاءات الحرية والنقد وصناعة الخبر، حيث لا يزال هذا المجال يفتقر للبحوث الإمبريقيّة واسعة النطاق والكافية للإجابة على الإستشكالات والرهانات والممارسات والإفرارات على الواقع الصحفي المهني ومؤسساته؛

- السعي لإثراء المكتبة الجامعية والبحثية بمواضيع تتناول ظواهر جديدة في علوم الإعلام والاتصال، نظراً للحاجة الملحة للمنظومة للمزيد من الدراسات الحديثة في موضوع مُخرجات النّت وما أحدثته هذه التقنية من ظهور وسائل وطرق إعلامية جديدة ومن أبرزها صحافة المواطن.

3- أهمية وأهداف الدراسة:

3-1- أهمية الدراسة:

- تستقي هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع ذاته، إذ أنّ هذا الأخير يعتبر ولغاية الآن من المواضيع الجديدة المتعاطم دورها بالنسبة لوسائل الإعلام، حيث يُعنى بدراسة الحالة التي آل إليها الإعلام بعد بروز بدائل لمصادر وتقنيات وأشكال الخبر في الإعلام بالعصر الرّاهن، وبالتالي فهي تحاول معالجة صلب أحد مواضيع النقاش الأكثر جدّة وراهنية في أدبيات بحوث الإعلام والاتصال بصفة خاصة وبحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة عامة، والمتعلقة بأدوار الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل واستنبات فضاءات عمومية افتراضية بديلة، والذي يكتسب أهمية خاصة في ظلّ تشجّج الفضاء الإعلامي التقليدي وترهّل الفعل السياسي الكلاسيكي وتآكل مسالك الاهتمام الجماهيري بالشواغل العمومية وعزوف مختلف الشرائح الاجتماعية عن المشاركة المدنية والسياسية، إضافة إلى الأعطاب الوظيفية التي لحقت بالأنظمة الديمقراطية وهيمنة النزعة البيروقراطية والتكنوقراطية عليها سواءً في المنطقة العربية أو على المستوى الدولي؛

- موضوع الدراسة من البحوث العلمية الحديثة التي تُعنى بدراسة التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال واتجاهات القائمين بالاتصال نحو التحوّل الجذري نحو هذه التكنولوجيات الحديثة وبالتالي تُعتبر إضافة جديدة في سلسلة الدراسات التي تناولت زوايا الإعلام الجديد وقضايا صحافة المواطن؛

- إن هذه الدراسة تركز على طبيعة المضامين واتجاهاتها والإستملالات المتضمنة فيها والصّور والإيموجي ومصادرها وغيرها... ، وهو ما يعطي قيمة أكبر لدراسة المضامين شكلاً ومضموناً، وهو ما يشكّل عاملاً حاسماً في التعرف على شخصيّة واتجاهات المؤسسات الإعلامية وخطّها الافتتاحي التحريري؛

- الحرص على ربط التطبيقات الحديثة في مجال صناعة المضامين الإعلامية من قبل المستخدمين بإطاراتها النظرية ومقارباتها البحثية الحديثة المتعلقة بصحافة المواطن وصحافة المشاركة والصحافة البديلة وغيرها من المفاهيم النظرية الحديثة؛

- تظهر الأهمية أيضاً في ما أحدثته الإنترنت من نقلة نوعية في عالم الصحافة والتي تشمل تغييرات جذرية في النوعية والإدارة والتأثيرات على العمل الصحفي وإدارتها وكذا تأثيرها على العمل ومستوى الأداء المهني ومصادر المعلومات؛

- تستأثر الدراسة بدلالة خاصة كونها تُعالج دور تكنولوجيا الإتصال والمعلومات بعدتها التّواصلية والتفاعلية في عملية توفير إمكانيات التعبير للمواطن ودمقرطة حقّه في الظهور والمشاركة والنقد والتعبير، وكذا دورها كفضاءات سوسيوثقافية في استنبات فضاءات عمومية افتراضية تُسهم في تعزيز الحرية وتوسّع من القدرة على تجاوز العوائق السّوسيوثقافية والرمزية، وتتيح إمكانية البروز الاجتماعي داخل هذا الفضاء وتحفز من المشاركة التي تسهم بدورها في إعادة تشكيل نمط جديد من الفعل الثقافي الاجتماعي السياسي للمواطن؛

- رصد تأثير تحولات الفضاء الإعلامي وتعامل القائم بالاتصال معها وخلالها؛

- تُعتبر هذه الدراسة مبادرة متواضعة تبحث في مفهوم الفضاء العمومي الافتراضي الجديد، حيث أنها تقدّم رؤية نظرية ومنهجية عملية ملائمة لمقاربة تشكّل واستنبات هذه الفضاء في الحيز السيبراني وتحديد منطلقات تحركها واشتغالها باعتبارها ظاهرة سوسيوثقافية قابلة للاستنبات داخل الفضاء السيبراني عند توافر شروطها، وعليه تكتسي الدراسة أهمية إجرائية و معرفية خاصة يمكن الاستفادة منها في تحليل بعض الظواهر والأنساق والسياقات التي ترتبط بالفضاءات العمومية الافتراضية ومواطن استيلاها داخل الحيز السيبراني. ويعتبر حقل بحوث الفضاء العمومي الافتراضي حقل معرفي جنيني ظهر منذ نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات من القرن الماضي، حيث تستهدف بحوثه دراسة دور مخرجات ونواتج الوسائط الاتصالية الجديدة في خلق فضاءات عمومية داخل الحيز الافتراضي وصياغة نظريات جديدة حول هذه الظاهرة ومعرفة ما إذا كانت هذه الفضاءات الافتراضية مجرد إعادة إنتاج لواقع قديم كان ولا يزال موجود ضمن البيئة الاجتماعية الواقعية؟، أم هو امتداد عضوي لا وجود له في الواقع؟، أم حيزاً هجيناً تشكّل من مجموعة مركبة و متفاعلة من الأنساق التقنية والثقافية والرمزية؟

- يُمكن إدراج هذه الدراسة ضمن حقل الإعلاميات الاجتماعية والذي يُعدّ أحد الحقول المنهجية التي تُقارب استخدامات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال ومداخل تأثيراتها وتفاعلها مع السياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية؛(1)

كما أشار إليها آخرون بوصفها جزء من البحوث السوسيوثقافية التي تبحث في سياق تكامل وترابط الوسائط التكنولوجية الاتصالية مع المساقات الاجتماعية و الثقافية والرمزية وتشكيل هاته الأخيرة لاستخدام التكنولوجيايات والتأثيرات البيئية الناتجة عن ذلك.(2)

وتعرف الحقول العلمية المذكورة اهتماماً متزايداً و ديناميكية تصاعديّة، وهذا ما يترجمه ارتفاع عدد البحوث و الدراسات في هذا المجال ومساهمته في تحقيق القيمة المضافة والتراكم الضروريين لفتح آفاق بحثية و مسارات نظرية جديدة داخل العلوم الاجتماعية عموماً وعلوم الإعلام والاتصال خصوصاً؛

- تبرز أهمية الدراسة في أنها تندرج ضمن أبحاث الاتصال الواسطي وهو الحقل المعرفي الذي يدرس أنساق التفاعلات و التبادلات الاتصالية التي تتم بوساطة الحاسوب والإنعكاسات والأبعاد الاجتماعية والثقافية المتصلة بها والمترتبة عنها؛

- كما تظهر أهمية الموضوع من الناحية الإبتيمولوجية والنظرية، حيث يمكن إدراج الدراسة ضمن أدبيات التيار المعارض للمدرسة النقدية المناهضة للتطور التكنولوجي والحدثة ، وهو أمر يغفل ويتناسى الدور المتعاظم للنّت والمجال العمومي الإفتراضي الجديد وشبكات التّواصل وبذلك تكتسي دراستنا أهمية مضافة للنقاش الإبتيمولوجي الحاصل؛

- إشتراط مستقبل الصحافة التقليدية ووظيفة الصحفي المهني والقائم على الإتصال في ظلّ المجال الافتراضي الجديد من خلال تأثير تعامل المستخدمين مع بعضهم البعض من جهة، ومع المؤسسات الصحفية من جهة أخرى. وإلقاء الضوء على تجربة رواد الإعلام ومعرفة توجهات الصحفي المواطن تجاه الإعلام الجديد، وكيفية تعامله مع هذه التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وما تقدّمه هذه الأخيرة من امتيازات وتسهيلات للعاملين المهنيين.

(1)- Kling, Rob : What is Social Informatics and Why Does it Matter?. Hampton Press, New Jersey, 1999, p27

(2)- S, Sawyer & H, Rosenbaum:Social informatics in the information sciences"Current activities and emerging directions".Informing science, 03(02), 2000, p89

3-2- أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة لتحقيق عديد الأهداف، ومنها:

- تسليط الضوء على صحافة المواطن ومدى اعتماد المؤسسات الإعلامية عليها كمصدر للمعلومات ودوافعها؛
- التعرف على طبيعة الموضوعات التي تجذب المؤسسة الإعلامية، أنواعها، ومدى الثقة في اعتمادها على صحافة المواطن كمصدر من مصادر الخبر؛
- تتبع التحوّلات الجديدة في صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية وأدوار المستخدمين، وتحديد أبرز المقاربات النظرية التي اهتمت بتحليل الجوانب المتعلقة بالمضامين التي ينتجها المستخدم؛
- محاولة تفسير واقع المضامين الإعلامية التي ينتجها مستخدموا المواقع الإعلامية العربية وتحديد طبيعة العوامل المؤثرة في تشكيلها، وتوصيف الأشكال المختلفة لإعلام المواطن التي يعتمد عليها القائم بالاتصال وأهمّ العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال في استخدام المضامين التي ينتجها المواطن، وهذا من خلال معرفة كيفية توظيف الموقع الإلكتروني محلّ الدراسة لأدوات وخدمات إعلام الشبكات؛
- فهم دور المواطن المستخدم في خلق المضامين الخبرية الصالحة للنشر للمؤسسات الإعلامية وآليات استغلالها وتشكلها داخل الفضاء السبراني وديناميتها الخاصة وتأثيراتها الراهنة؛
- التعرف على الوضعيات المركبة والخاصة لتفاعل المستخدمين داخل المنصات الإجتماعية الواسائطية ومدى تأثيرها في الفضاء الإخباري للمؤسسات الإعلامية. وهذا من خلال الكشف عن تمثّلات التفاعل الشبكي، وفهم سيرورة وكيفيات توظيف مختلف آلياته التواصلية والتعبيرية. وهو ما يحيل إلى فهم ديناميكية التفاعل السبراني الاجتماعي والثقافي الرمزي الذي تقوم به صحافة المواطن ضمن المنصات المختلفة، والكشف عن خصوصياتها ودورها كقاعدة استيعاب شاملة لكل شرائح المجتمع دون إقصاءات بُنيوية؛
- سبر طوبولوجيا التفاعلات الافتراضية التي تتم بين المستخدمين أنفسهم داخل فضاء منصات التواصل ومعرفة مدى اعتمادها لأطر النقاش العقلاني والحجاجي كمسلك حوارى ومدى تبني الطرائق العقلانية لشروط النقاش والحوار الفاعل؛
- مقارنة فهم دور الإيموجي كلغة رموز سوسيوثقافية جديدة وسيرورة إشتغالها كحيز لإنتاج المعنى التعبيري والتجسيدات الرمزية، وكآلية لخلق التصوير الحسي لدى مجموعات النقاش؛
- رصد أهمّ العوائق و الصعوبات التي تعترض مراقب البوابة الشبكي لمخرجات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة وغموض استخدامها بفعالية والكشف عن أعراض الفجوة الرقمية واعتلالاتها؛

- الكشف عن أهمّ أوجه الاستفادة من الانترنت في مجال الإعلام ومنها السّعي لتأكيد إشباع جملة من الإحتياجات التي تفرضها طبيعة العمل الإعلامي؛
- معرفة اتجاهات المؤسسة الإعلامية من خلال توظيف المضمون الذي تصنعه صحافة المواطن؛
- إبراز التّحدّيات التي تواجه الإعلام التقليدي في ظلّ ثورة التّكنولوجيا وصحافة المواطن؛
- تهدف الدّراسة في شقّها التطبيقي إلى إعطاء صورة عامّة عن استراتيجيّات المؤسّسات الإعلاميّة في الحفاظ على خطّها الافتتاحي واتجاهاتها في ظلّ تغير ديناميكيّة الخبر والوسيلة والمصدر وحتى الإِتجاه؛
- تُعتبر هذه الدّراسة إمتداداً للنّقاش الأكاديمي والإعلامي المرتبط بالتّصورات القائمة حول صناعة الأخبار، لذلك فهي تسعى لطرح رؤية ترقى بتحصيل معايير مُحدّدة للتّوافق في الممارسات والأخلاقيات ممّا يساعد على الرقيّ بالقيمة الإحترافية للمؤسّسات الإعلاميّة وعلاقتها بصحافة المواطن، وقد تساعد نتائج الدّراسة وتوصياتها في تطوير وتحسين توظيف المؤسّسات الإعلاميّة لمُخرجات وخدمات المُستخدمين.

4- منهج الدّراسة و أدواتها:

4-1- منهج الدّراسة:

- يُعرّف المنهج العلمي بأنّه عبارة عن (مجموعة من العمليّات والخطوات المتسلسلة التي يتبعها الباحث بغية إنجاز بحثه والوصول إلى نتائج ملموسة). (1)
- وعرّفه قاموس أكسفورد البريطاني (Oxford Dictionary) بأنّه (سيرورة منتظمة من الإجراءات التي تشمل الملاحظة الهادفة وصياغة الفرضيّات (hypotheses formulation) والقياس (measurement) والتّجريب الإمبريقي (experiment) وعملية اختبار الفرضيات). (2)

(1) - Angers, Maurice : Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. CEC, Montréal, 1997, p58

(2)-Oxford University Press: Oxford Dictionaries. British and World English, United Kingdom , 2016, p136

كما عرفه قاموس العلوم البيولوجية البريطاني على أنه (مسلك مخطط ومنظم للتفاعل مع مشاكل الواقع من خلال فحصها وإنتاج المعرفة حولها، والتحقق من المعارف المنتجة سابقاً (previous knowledge) وإعادة دمجها وتأهيلها، ويتبع المنهج العلمي سلسلة من الخطوات التي من شأنها تقييم صحة أو جدوى الفرضيات الأولية من خلال البحث والمتابعة والتجريب كشرط قبلي للوصول إلى استنتاجات دقيقة). (1)

وقد تمّ تمثّل المنهج العلمي (مجموعة من الإجراءات العملية (practical procedures) التي تنتظم ضمن سيرورة مركبة تشمل الأجهزة المفاهيمية والمقتضيات النظرية والتقاليد الاستيمولوجية التي تتفاعل مع الظواهر محلّ البحث وتستهدف فهمها في سياقاتها). (2)

حيث يجمع المنهج العلمي بين المظاهر الإجرائية والمظاهر المفاهيمية، إذ أنه يؤطر مسلكية الباحث و يعينه على تدبير وضبط أبعاد إشكاليته البحثية وفرضياتها. (3)

ويرتبط اختيار المنهج العلمي بخصوصيات الإشكالية محلّ الدراسة ومساقاتها البحثية التي تناسب معها، وكذا مجتمع البحث والأهداف المحقّقة من الدراسة.

وبما أننا بصدد تحليل مضمون موقع إلكتروني، فإنّ دراستنا تتدرج ضمن البحوث الوصفية باعتبارها ملائمة لمقاربة موضوعنا ومن أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، حيث تقوم هذه الأخيرة على (الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معيّن بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدّة فترات، من أجل التعرّف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات في فهم الواقع و تطويره). (4)

ويعتبره آخرون (محاولة منظمة لتقرير وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي يخصّ جماعة أو بيئة معينة، كما أنه يهدف إلى الوصول لبيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل خصوصاً في الأغراض العلمية). (5)

(1) -Biology-Online Dictionary.Scientific method.October 2008..https://www.biology-online.org/dictionary/Scientific_method. Retrieved: 20/04/2020

(2) - SOCIAL SCIENCE COLLECTION GUIDES:Quantitative Methods in Social Research.
<https://pdf.wecabrio.com/social-science>,Retrieved 20 April 2020.

(3)-Boudon, Raymond:La Place du désordre"Critique des théories du changement social". Presses Universitaires de France, Paris, 1984, p124

(4) - عليان مصطفى، غنيم محمد: أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيقية العملية. ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص41

(5) - عبد الرحيم، درويش: مقدمة إلى علم الإتصال. مكتبة نانسي دمياط، مصر، 2006، ص 122

ويهتمّ المنهج الوصفي بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها أو إصدار تعميمات بشأنها، ويقوم على قاعدتين هما:

- التجريد: الذي هو تمييز الظاهرة كمّاً وكيفاً بغرض إظهارها أو تحديدها بصورة أوضح؛
- التعميم: الذي يعني إصدار الحكم على الظاهرة في إطار الفئة أو العينة التي تمت دراستها. (1)

وتهدف البحوث الوصفية إلى عرض صورة دقيقة لملاح الظاهرة التي يهتم الباحث بدراستها حتى يتيسر إدراكها وفهمها فهماً دقيقاً بتبيين العناصر التي تتكوّن منها وارتباط بعضها ببعض ودور كلّ منها في أداء وظيفتها. (2)

كما أنّ البراديجم (Paradigme) المتبع هو البراديجم الوظيفي والذي يتمثّل في مقارنة وظائف الإعلام الجديد في المجتمع السبراني ككلّ عضويّ وتفهم مختلف عناصره تبعاً للوظيفة التي تؤدّيها، حيث يقترح هذا البراديجم على الباحثين المهتمّين بمخرجات التكنولوجيا الجديدة أسلوب جديد للتناول والمعالجة وتتمثّل في دراسة الاستخدامات المستعملة من طرف المواطن ومعاينة مدى الرضا المحقق منها وإشباعاته.

وفي سياق دراستنا، تمّ تطبيق أسلوب المسح و الذي يُعرّف على أنه: (الطريقة العملية التي تمكّن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكوّنة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية). (3)

(1)- عمر، السيد: البحث الإعلامي. ط3، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص179

(2)- إبراهيم، مجدي: موسوعة المناهج التربوية. مكتبة الأنجلوالمصرية، القاهرة، 2000، ص40

(3)- أحمد، بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص

وقد استخدمنا المسح الافتراضي (online survey) أو ما يُعرف أيضاً بالمسح السيبراني (cyber-survey)، إذ أنه تحت تأثير مجموع التحوّلات التّقنيّة التي طالت وسائط الاتّصال والإعلام، ظهرت أنساق معقّدة من الظواهر التي يصعب أحياناً مواكبتها وفهمها، والتي فرضت مراجعة مستمرّة للمنظومة المنهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية حتى تتمكّن من إعادة تكييف وإنتاج إطارها الإجرائي والمنهجي الذي يؤهلها لتحقيق الفهم الذي تتوخاه بخصوص مقارنة الظواهر التي إستولدتها تكنولوجيات الإعلام والاتّصال بشكل خاص، وهو الأمر الذي أدّى إلى تسريع وتيرة تبني المسوح الافتراضية وكذا اللجوء لإجراءات أخرى مثل الإستمارة الإلكترونية.

ضمن هذا المعنى، فقد دفعت محاولة الاستيعاب المنهجي للتحوّلات الرّاهنة على مستوى الظواهر الإنسانية والاجتماعية التي تتولّد داخل فضاء العوالم السيبرانية، إلى ظهور مسار تحوّل من منهجي انتهى بتبني المسوح الافتراضية (online survey) كمحاولة للوصول إلى استيلاء تدبير منهجي مُحكم للظواهر السيبرانية ذات الأبعاد الاجتماعية والإنسانية.

4-2- أدوات جمع البيانات:

تعدّ عملية جمع البيانات عملية منظمة إجرائياً تضمّ طرائقاً متعدّدة تستهدف في مجملها جمع المعلومات من واقع الظواهر المستهدفة بالدراسة والبحث للحصول على صورة كاملة ودقيقة، وكمّ كاف من الإستبصارات الضروية لتأكيد أو دحض الفرضيات واستنتاج العلاقات والترابطات وبناء التّوقّعات. (1)

وتُعتبر الأداة الوسيلة التي تشكل نقطة الاتّصال بين الباحث والمبحوث التي تمكّنه من جمع المعلومات عن المبحوثين. (2)

وتُملّي علينا طبيعة الدّراسة ومقتضياتها النظرية والإجرائية وخصوصية مجتمع البحث الذي يوجد ضمن الفضاء السيبراني، إستخدام أداة تحليل المضمون.

(1)- رجاء، دويدري رجاء: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. دار الفكر، دمشق، 2002، ص 42

(2)- جودت، شاكّر: البحث العلمي في العلوم السلوكية. المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2007، ص 23

وباعتبار أنّ المنهج عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبناها الباحث في ضبط أبعاد، مساعي، أسئلة وفرضيات البحث. (1)

وعليه فقد تمّ الإستعانة في هذه الدراسة بأداة تحليل المضمون باعتبارها: (أداة قادرة على الوصول إلى نتائج وتوقعات علمية وبحثية جيدة في الوقت الذي فشلت فيه بعض أدوات التحليل الأخرى في الوصول إلى نتائج). (2)

إنّ إستخدامنا لتحليل المحتوى جاء انطلاقاً من كونه الأكثر ملائمة لموضوع الدراسة المصوبغ بصبغة إعلامية إتصالية أكثر منها إجتماعية، وقد شاع استخدام " تحليل المحتوى" كمنهج في دراسة الإتصال، والغرض الأساسي من وراء إستخدام هذا المنهج يكمن في إخراج عملية قراءة المادّة الإعلامية المطبوعة افتراضياً في دراستنا من نطاق الحدس الذاتي والإنطباع الشخصي في فهمها، أي إبعاد تدخل ذاتية الباحث قدر المستطاع في هذه العملية.

ويُعرّف أيضاً على أنه "طريقة أو أسلوب يعتمد فيه المحلّل مجموعة من الضوابط والقواعد العلمية المنظمة والمحدّدة، وترمي إلى معرفة أغراض نصّ ما من حيث شكله ومضمونه الظاهر ووصفه كمياً وموضوعياً، وتحديد مدى اتفاق تلك الأغراض أو تعارضها مع أفق توقّع محلّل النصّ وتجنّب الإعتماد على التّأويل الفردي في إنجازها". (3)

(1)- alexis, stan : mass communication theories and research. Edition john wiley and sons, new york, 1981, p72

(2)- إحسان، محمد حسين الأسس العلمية للبحث الاجتماعي. دار الطليعة، بيروت، 1986، ص52

(3)- عبد الحميد، محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. دار الشروق، جدة، 1983، ص136

وبالتالي فقد كان الهدف الرئيسي من هذا الإستخدام هو الحرص على أن يكون التحليل:

- موضوعياً: من خلال إتباع خطوات علمية دقيقة تسمح بالوصول إلى النتائج نفسها بتغيير القائم بالتحليل، والإبتعاد عن التعامل مع المادة الإعلامية الافتراضية بما تمليه الميول والإنطباعات الشخصية؛

- شاملاً: يضمن للباحث إمكانية إقامة مسح كامل لكل ما إحتوته مادة التحليل منهجياً ومنظماً بإتباع قواعد وخطوات مضبوطة تسمح بالتحليل المنظم (1)

- كميّاً: إذ أنّ تحليل المحتوى يُمكن من رصد المعطيات الميدانية واستغلالها في فهم وتفسير الظاهرة والتعبير عن النتائج والعلاقات تعبيراً كمياً دقيقاً يُمكن من تحديد علاقة الظاهرة موضوع الدراسة بأسبابها تحديداً بيّناً وواضحاً. (2)

ويُقصد بهذا المصطلح في مناهج البحث الإعلامي (الأسلوب الذي يهدف إلى الوصف

الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للإتصال، ويهدف المضمون إلى بيان الدوافع والأهداف التي يرمي إليها الكاتب الصحفي أو المتحدث عن محتويات كتاباته أو أحاديثه ومعرفة مدى تأثير محتوى المادة الصحفية في الإتصال بأفكار الناس والتأثير في اتجاهاتهم وميولهم نحو الأحداث) (3)

كما يُعرّف تحليل المحتوى على أنه: (أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم و الكمي للمحتوى أو المضمون الظاهر من مواد الإتصال المكتوبة أو المسموعة والمرئية). (4)

(1)- Altheide, D:Qualitative media analysis. Thousand Oaks, California, 1996, p 123

(2)- Downe, B:Content analysis " Method, applications, and issues ".Macmillan, New York, 1992, p13

(3)-Bereson, bernard : content analysis in communication research, glencoe Free press, USA, 1952, p 67

(4)- حمزاوي، زين العابدين: أساسيات في تقنيات ومناهج البحث. مطبوع جامعي، جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، وجدة، المغرب، 2010، ص27

ويرى البعض أن هذا التعريف هو الأشمل والأوضح كونه يؤكد على الخصائص التالية: (1)

- تحليل المحتوى لا يُجرى بغرض الحصر الكمي لوحدته التحليل فقط، وإنما يتعداه لمحاولة تحقيق هدف معين؛

- أنه يقتصر على وصف الظاهر وما قاله الإنسان أو كتبه بصراحة فقط دون اللجوء إلى تأويله؛

- أنه لم يحدد أسلوب إتصال دون غيره، ولكن يمكن للباحث أن يطبقه على أية مادة مكتوبة أو مصورة؛

- أنه يعتمد على الرصد التكراري المنظم لوحدته التحليل المختارة. (2)

وإذا كان الكم هو السمة الغالبة على تحليل المحتوى لأنه يعتمد على العد والقياس، إلا أنه لا يمكن الفصل بين التحليل الكمي والكيفي، لأن جمع كم هائل من المعلومات لن تتحقق منه الفائدة دون التحليل الكيفي. (3)

فالتحليل الكمي يساعد على تقديم المعلومات في شكل جداول وهو ما يؤدي إلى سهولة الإطلاع عليها وفحصها بواسطة التحليل الكيفي بهدف اكتشاف العلاقات والمساهمة في النتائج والإجابة عن تساؤلات البحث والتأكد من الفروض عن طريق الربط بين المعلومات التي تم التوصل إليها في الجانب النظري بالبيانات والمعطيات الميدانية للكشف عن الأهداف الحقيقية للمحتوى وما حققته المادة الإعلامية المطبوعة موضوع التحليل من دور في مجال ما أو ما بها من عيوب تقف عائقاً أمام تحقيق هذا الدور الذي يتطلب التغيير أو التطور. (4)

والجدير بالذكر أنه لا يوجد تاريخ دقيق لبدايات تحليل المحتوى، وإنما تم تقريب بداياته إلى سنة 1930، عندما كان هارولد لاسويل (Harold Lasswel) وزملاؤه في مدرسة الصحافة في كولومبيا بأمريكا، وفي عام 1940 م كان هناك استخدام منظم للمنهج في بحوث الصحافة بعد الدراسات التي قدمها كل من Harold Lasswel و N.Fonder من خلال المعارف الخاصة بدراسة الدعاية في جامعة " شيكاغو Chicago" ثم توالى الدراسات المرتبطة بتحليل المحتوى كمنهج علمي، وإن كان هناك اختلاف واضح في تصنيفه، فهناك من يعتبره أسلوباً وآخر يراه أداة والبعض يقول أنه منهج. (5)

(1) - الوفاي، محمد: مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2011، ص 79

(2) - الطائي، حميد أبو بكر: مناهج البحث العلمي. دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص 123

(3) - P, Emmert & L, Barker : Content analysis "Measurement of communication behavior. Longman, New York, 1989, p 213

(4) - إبراهيم ، خيرى علي: المواد الاجتماعية في مناهج التعليم بين النظرية والتطبيق. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص 24

(5) - حسين، سمير: تحليل المضمون. ط 3 ، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص 82

وإن كان استخدام تحليل المحتوى في البداية قاصر على الدراسات الصحفية فقد اتسع مجاله ليشمل الكتب والمجالات والمراسلات والمحادثات والخطب السياسية والصور والأفلام السّمايئة والتلفزيونية ثم تطوّر ليصبح منهاجاً في مجالات علم الاجتماع وعلم النفس والأنثروبولوجيا الإجتماعية والتربّية والإدارة العامّة وعلم السياسة. (1)

إضافة إلى ما تقدّم فإنّ "الظواهر الإنسانية ومهما كانت دقة القياسات الكميّة المستعملة في قياسها ستظلّ محتفظة ببعدها الكيفي، فعندما نتحدّث مثلاً عن درجة الرضا عن العمل، أو درجة النزعة المحافظة لدى مجموعة بشرية ما، أو الازدهار في دولة ما، وهي كلّها ظواهر لها قياسات حسابية، فإنّ المصطلحات المستعملة هي من طبيعة كفيّة، وتعود إلى حقائق إنسانية لا تستجيب أبداً للقياسات الكميّة التي تمّت تهيئتها من أجل ذلك. (2)

فالرضا والنزعة المحافظة والازدهار مصطلحات تشير أصلاً إلى تقدير الواقع، ويبقى الحساب ليس أكثر من مجرد تكميم". (3)

وقد تمّ استقاء نموذج استمارة تحليل المحتوى من التّحديد الإجرائي للسّمات الإتصاليّة لصحافة المواطن والتي تعبّر عن أهمّ التّحوّلات التي مسّت الإعلام بسبب اندماجه في بيئة الويب. تمّ تفتيت هذه السّمات إلى مجموعة من المؤشّرات قابلة للملاحظة، ليخلص الباحث إلى تصميم نموذج أولي لـ "استمارة تحليل محتوى" حيث حاولنا اختيار الفئات المناسبة للبحث، وما يعطي أبعاد لقياس قيمة ومحتوى المادة موضوع التّحليل، علماً أنّ استخدام فئات كثيرة ومتفرّعة قد يؤدي إلى تشابك الموضوع وتداخله وصعوبة قراءة نتائجه، لذا تم اختيار ما نراه مناسباً ويتماشى مع البحث ويعزّز نتائجه.

وتُعرّف فئات التّحليل على أنّها: (مجموعة من التّصنيفات أو الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بنسبة مُمكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التّحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور). (4)

(1) - عبد الباقي زيدان: قواعد البحث الاجتماعي . ط2 ، مكتب القاهرة الحديث، القاهرة، 1974 ، ص 279

(2) - Deslauriers Jean Pierre: recherche qualitative " guide pratique". Mcgraw hill education Montréal, 2003, p142

(3) - حسين، سمير: مرجع سابق، ص88

(4) - Ahuvia, A : Traditional, interpretive, and reception based content analyses "Improving The ability of content analysis to address issues of pragmatic and theoretical concern". Social Indicators Research, 30(05), 2001, p141

وقبل الشروع في الدراسة قمنا بعرض النموذج الأولي لـ "استمارة تحليل المحتوى" على مجموعة من الأساتذة والباحثين في تخصصات مختلفة في: علوم الإعلام والاتصال، علم النفس، تكنولوجيا التعليم، من ذوي الاختصاص والدراسة لغرض تحكيم الاستمارة و تقويمها وإثرائها وتقدير درجة شمولية فقراتها وملاءمتها لما وُضعت من أجله ووضع أي ملاحظات يرونها مناسبة. وتمت العملية مع الأساتذة التالية أسماؤهم:

| الجامعة | التخصص | الرتبة | الأستاذ (ة) |
|--|-----------------------|---------------------|----------------------|
| جامعة محمد بوضياف - المسيلة/ الجزائر | علوم الإعلام والاتصال | أستاذ محاضر قسم (أ) | ولد جاب الله سعاد |
| جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم/ الجزائر | علم النفس | أستاذ محاضر قسم (أ) | عباسة عز الدين |
| جامعة قناة السويس/ مصر | تكنولوجيا التعليم | دكتوراه | محمد حسين عبد الفتاح |

وبناءً على ملاحظاتهم المسجلة وتوجيهاتهم قمنا بالتعديلات المطلوبة من تنقيح وضبط

انتظامها، لتأكيد الصدق المنطقي الإستدلالي لمحتوى الأداة.

وقد احتوت استمارة بحثنا على 82 سؤالاً، موزعة على 15 محور رئيسي، تم تصميمها انطلاقاً من المنظومة النظرية والابستمولوجية المتبناة في البحث بمختلف مساراته و تقاطعاته، حتى تجيب عن الإشكالية الرئيسية للبحث وتساؤلاته الفرعية، وكذا التحقق من صدق الفرضيات، وهذا حسب النموذج التالي:

أولاً - فئات الشكل

وهي فئات تهتم بالأنماط والقوالب الشكلية التي قُدمت من خلالها المادة الإعلامية وتجب عن

سؤال: كيف قيل؟ (1)

□ الإطار المرجعي العام لمنصات التواصل للجزيرة الإخبارية والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها:

- Blogs: المدونة عبارة عن موقع إلكتروني يتضمن منشورات مُرتبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم.
- Facebook: هو موقع للتواصل الاجتماعي قائم على تبادل الآراء والأفكار، وعناصر المحتوى.
- Twitter: هو خدمة تدوين مجانية عبر الشبكات الاجتماعية، يسمح للأعضاء المسجلين بنشر مشاركات قصيرة يُطلق عليها تغريدات.
- YouTube: هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.

(1) - طعيمة رشدي، أحمد: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية" مفهومه، أسسه، استخدامه". دار الفكر العربي، القاهرة،

- Instagram: هو أحد تطبيقات التّواصل الاجتماعي يُستخدم لإلتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، وتعديلها، ثمّ مشاركتها.
- لا توجد: منصّات أخرى غير المذكورة أعلاه.
- الإطار المرجعي الخاص للوسائط التي يستخدمها المستخدم:
- Blogs: المدوّنة عبارة عن موقع إلكتروني يتضمّن منشورات مُرتّبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم.
- Facebook: هو موقع للتّواصل الاجتماعي قائم على تبادل الآراء والأفكار، وعناصر المحتوى.
- Twitter: هو خدمة تدوين مجانيّة عبر الشّبكات الاجتماعية، يسمح للأعضاء المسجّلين بنشر مشاركات قصيرة يُطلق عليها تغريدات.
- YouTube: هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.
- Instagram: هو أحد تطبيقات التّواصل الاجتماعي يُستخدم لإلتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، وتعديلها، ثمّ مشاركتها.
- WhatsApp: هو تطبيق يتمّ تحميله يقوم على استخدام الإنترنت لإرسال الرسائل النصيّة والصوتية والصور ومقاطع الفيديو.
- أخرى: مضامين أخرى غير المذكورة بالتقسيمات السابقة.
- الأنماط العامة لمساهمات المستخدم :
- نص مكتوب: النصّ المكتوب هو هو سرد مكتوب بالحرف في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.
- صورة: هي سرد مكتوب بالصورة في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.
- تسجيل صوتي: هو سرد مكتوب بالصوت في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.
- تسجيل مرئي: هو سرد بالصوت والصورة أو بالصورة فقط في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.
- Icon: هي رموز تعبّر عن شعور وحالات ووضعيّات وكيانات مختلفة تستخدم في التّواصل الاجتماعي.
- Icon + نصّ: هي إرفاق الرمز التّصويري بنصّ كتابي.
- وسم/ Hashtag (#): الوسم أو Hashtag عبارة عن وضع علامة (#) قبل كلمة معينة من أجل زيادة المشاركة في موضوع معين قابل للنقاش.
- إستطلاعات رأي: وهو وسيلة فنّيّة، هدفها تقصّي فئة أو مجموعة من الأفراد بهدف التعرف على توجّهها حيال قضايا معينة.

- أخرى: مضامين أخرى، غير المذكورة في التفصيلات السابقة.
- أشكال تفاعلات المستخدم على المحتوى:
- الإعجاب (موافق، أحببته، الضحك، الإنبهار، الحزن، الغضب،..) هو نظام متبّع على مواقع التواصل الإجتماعي يسمح للمستخدمين بالتعبير عن موافقتهم للمحتويات التي يصادفونها ، ويعبّر عنه بشكل الإبهام.
- التعليق بنص مكتوب: ويعني وجهة النظر المدرجة في تفاعلات الشبكات الاجتماعية سواءً بالقبول أو الرفض أو النقد أو غيرها.
- التعريف بأكثر الموضوعات مقروئية: هي المحتويات التي نالت أكبر عدد من الإعجابات أو التعليقات أو المشاهدات أو المشاركات.
- المشاركة في المناقشات: هي عبارة عن حوار إلكتروني بين أكثر من طرف حول موضوع أو أكثر بغض النظر عن الإتفاق في وجهات النظر.
- إرسال ومشاركة المادة المنشورة: وتعني المساهمة في انتشار المادة المنشورة وايصاله إلى مستخدمين آخرين سواءً بمشاركتها في الصفحة الشخصية أو إرسالها للآخرين.
- المشاركة في إستطلاعات الرأي: المشاركة بالتصويت الإلكتروني، سواءً بالكتابة أو النقر.
- أخرى: أشكال أخرى خارج نطاق الأشكال السابقة.
- المضامين الإعلامية حسب النوع الإجتماعي للمستخدمين:
- ذكر: من يضع معلومات شخصية وصور تدلّ على أنه من جنس ذكر بغض النظر إن كانت صحيحة أو مزيفة.
- أنثى: من تضع معلومات شخصية وصور تدلّ على أنها من جنس أنثى بغض النظر إن كانت صحيحة أو مزيفة.
- شخصية معنوية/إعتبارية: الهيئات والمؤسسات والجماعات التي لها الحقّ في اكتساب الحقوق وتحملّ الالتزامات، وذمة مالية مستقلة شأنها شأن الأشخاص الطبيعيين.
- هوية غير واضحة: وهي الشخصية الرقمية الافتراضية غير المحددة الإنتماء الإجتماعي أو هل هي ذكر أم أنثى.
- سعة إستخدام المضامين:
- بالثواني: وهي وحدة لتقسيم الوقت وتساوي 1000 ميلي ثانية وجزء من 60 من الدقيقة.
- بالدقائق: وهي وحدة لتقسيم الوقت وتساوي 60 ثانية وجزء من 60 جزء من الساعة.
- ساعة: وهي وحدة لتقسيم الوقت وتساوي 60 دقيقة.
- أكثر: أكثر من 60 دقيقة.

□ النطاق الجغرافي للمضامين المستخدمة:

- محلية: وهي الخاصة بمنطقة من المناطق.
- جهويّة: وهي تقسيم وطني داخلي، أوسع من المنطقة.
- وطنية: وتشمل داخل الرقعة الجغرافية للدولة، وعكسها الدولية.
- إقليميّة: الإقليم هو عبارة عن رقعة من الأرض تتسم بخصائص معينة تميزها عما يجاورها من أقاليم أخرى.

• قاريّة: وتختصّ بقارة من القارات السبع، أو بعضها أو كلّها.

- دولية: وهي التي تشمل أكثر من دولة، وفي الغالب تعبر عن ما وراء الحدود الوطنية.
- عالميّة: يشمل جميع دول العالم وقاراته.

□ توقيت استخدام المضامين الإعلاميّة:

- متزامن: استخدام مضامين المستخدمين في نفس وقت نشرها من طرفهم.
- غير متزامن: استخدام مضامين المستخدمين بشكل متقطع غير متصل بوقت نشرها من طرفهم.

ثانياً- فئات المضمون:

تُعدّ فئات المضمون أو المحتوى من الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟، وهي تستهدف الإجابة عن السؤال على ماذا يدور موضوع المحتوى، وتفيد في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى. (1)

وفئات المضمون هي الفئة الأكثر استخداماً في دراسات تحليل المضمون التي تقوم بتصنيفه وفقاً للموضوعات. (2)

ويندرج تحت هذه الفئة الرئيسيّة مجموعة من الفئات الفرعيّة وُضعت لغايات البحث، وهي:

□ أساليب تفاعل المستخدمين:

- الجدّيّة: بطريقة منظمّة وموضوعيّة.
- الإمتعاض: بطريقة ممزوجة بالغضب والإغتياب والتشجيب.
- الهجوم: ردّ الفعل الممزوج بالعنف.
- التهكّم: بطريقة في غير سياق التواصل المتعارف عليه بهدف النيل من محتوى معيّن، فيكسر تواتر مسار الحديث من الجدّ إلى الهزل.

(1)- Akkerman, Sanne & Admiraal, Wilfried : Auditing quality of research in social sciences " Quality & Quantity ". Longman, New York, 2006, p34

(2)- Berg, Bruce L & Lune, Howard:Qualitative research methods for the social sciences. 8th Ed, MA Pearson, Boston, 2012, p20

- الإنسحاب: الإنصراف والتخلي.
- اللامبالاة: عدم الإهتمام.
- أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل:
- تنظيمية: إبداء تعليمات حول طريقة النقاش.
- أخلاقية: تذكير بمبادئ خلقية.
- معرفية: عرض أفكار تغذي النقاش.
- اللامبالاة: وتعني عدم الإكتراث أو التأثر أو الإهتمام.
- تفاعلات أخرى: ليس لها علاقة بهذه الأدوار.
- موضوعية المضامين المستخدمة:
- متوازنة كلياً: سليمة ومتلائمة ومضبوطة ومحسوبة بالمطلق.
- متوازنة إلى حد ما: سليمة ومتلائمة مضبوطة ومحسوبة بنسبة معينة.
- غير متوازنة تماماً: غير سليمة وغير متلائمة وغير مضبوطة وغير محسوبة بالمطلق.
- الإطار المرجعي الخاص بأنواع المضامين المستخدمة:
- سياسية: مُجمل المحتوى الذي يتناول القضايا والأحداث السياسية سواءً بين الدولة ورعاياها أو بين الدولة ودولة أو دول أخرى، أو في منطقة محدّدة.
- عسكرية: مُجمل المحتوى الذي يتناول القضايا المتعلقة بمجموعة التقنيات والنظم المستخدمة من قبل الإدارة العسكرية داخل الدولة وخارجها.
- دينية: مُجمل المحتوى الذي يتناول مجموعة من المبادئ والقيم، التي يعتنقها مجتمع من المجتمعات اعتقاداً، وقولاً، وعملاً.
- إقتصادية: مُجمل المحتوى الذي يتناول إنتاج وتوزيع وإستهلاك وتبادل السلع والخدمات.
- إجتماعية: مُجمل المحتوى الذي يتناول الحياة الشخصية للأفراد والعادات والتقاليد الاجتماعية وكل ما يعترضهما.
- صحّية: مُجمل المحتوى الذي يتناول كيفية الحفاظ على الصحة وممارساتها والتغذية السليمة.
- ثقافية: مُجمل المحتوى الذي يتناول المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والعادات والقدرات التي يكتسبها الشخص بوصفه عضواً في المجتمع.
- علمية: مُجمل المحتوى الذي يتناول المعارف التي بنيت بشكل منطقي على مُعطيات الحواس، والخاضعة لمبادئ وقوانين المنهج العلمي المتبع.
- أخرى: مُجمل المحتوى خارج نطاق التقسيمات السابقة.

□ أساليب استخدام المضامين/ المستخدمين:

• عرض المضمون: إظهار المحتوى كما هو.

• التّدعيم: استخدام محتوى معيّن لتعزيز وتشجيع وتثبيت قول أو سلوك أو فعل ما.

• التّصعيد: استخدام محتوى معيّن لتنمية الصراعات بين الافراد أو الجماعات أو الدول سواءً بالأفعال أو الأقوال.

• التّضليل: استخدام محتوى معيّن بطرق ملتوية من أجل تحقيق أهداف ما من تحويل أنظار الجماهير و إستغلال تلقّيبهم و جهلهم بالأشياء.

□ الحجج التي يستخدمها المستخدمين:

• الحجج العقلانية المعرفية: الدلائل والبراهين والإثباتات المحكمة إلى المنطق العلمي.

• الحجج الدينية: الدلائل والبراهين والإثباتات المحكمة إلى العقائد والمذاهب.

• الحجج الثقافية: الدلائل والبراهين والإثباتات المحكمة إلى السلوك المكتسب في المجتمع كالعادات والتقاليد.

• أخرى: مُجمل المحتوى خارج نطاق التقسيمات السابقة.

□ إتجاهات الجزيرة حول المضامين المستخدمة:

• عرض: نشر المحتوى بدون خلفية مهما كان نوعها.

• تأييد: هو التصريح المعلن بدعم وموافقة إتجاه المحتوى.

• معارضة: هو التصريح المعلن برفض ومعاكسة إتجاه المحتوى.

• محايد: هو التصريح المعلن بالوقوف موقف العدل والإنصاف أو عدم التحيز إتجاه المحتوى.

4-3- ثبات الأداة:

يُعرّف الثبات على أنه درجة التوافق أو التجانس بين مقياسين لشيء واحد، أو هو اتساق القياسات من خلال إعادة تطبيق أداة القياس على مجتمع من الأفراد أو الجماعات. (1)

فبعد التحديد الدقيق للفئات، قُمنّا كما ذكرنا سابقاً بعرض استمارة تحليل المضمون والتعريفات الإجرائية للفئات على أساتذة محكمين بغية التأكد من ثبات الأداة، ومن ثمّ القيام بإجراء التعديلات اللازمة على استمارة تحليل المضمون وفقاً لملاحظاتهم، أين تم التأكد من عدم تداخل فئات وصلاحياتها للتطبيق.

وقد تمّ التأكد من ثبات الأداء من خلال إعادة تحليل الفئات وإظهار الإتساق الداخلي والتأكد من درجة اتفاق المحلّلين (ثبات التحليل) من خلال تطبيق معادلة هولستي (Holsti) التالية:

$$\text{مُعامل الثبات} = \frac{\text{عدد المحكمين} \times \text{عدد تكرارات الإتفاق}}{100 \times (\text{عدد تكرارات الإتفاق} + \text{عدد تكرارات الإختلاف})}$$

وعليه كانت نسبة الثبات (0.98)، وهو مُعامل جيّد ويدلّ على درجة كبيرة من الثبات، ويُمكن من خلاله الوثوق بإستمارة تحليل المحتوى موضوع التطبيق.

(1)- Holsti, C.R : Content analysis for social science and humanities. New York, Addison, wesley, 1969, p81

4-4- المعالجة الإحصائية:

- لغرض الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:
- التوزيع التكراري (Frquency Distribution) لتلخيص البيانات المحصل عليها بشكل منظم؛
 - النسب المئوية (percentage) للتعبير بصورة مؤشر دقيق وموجز للبيانات الرقمية؛
 - معامل هولستي (Holsti) لقياس ثبات التحليل بين المحللين، والمناسب في تحليل المحتوى؛
 - المتوسط الحسابي (Means) لقياس القيمة الوسيطة الموجودة ضمن مجموعة من البيانات الإحصائية.
- $$\frac{(X_n + \dots + X_2 + X_1)}{n}$$

5- مجال الدراسة:

إنّ المجال يشير إلى المكان أو البيئة أو المنطقة الجغرافية وإلى الحيز البشري وتفاعلاتهم وعلاقاتهم، وإلى الزمن الذي يوجد فيه هؤلاء الناس الذين يتواجدون في بيئة محدّدة أو منطقة جغرافية معينة، وتسود بينهم معاملات وعلاقات تشكّل حياتهم الاجتماعية (1). ويمكن تقسيم مجال دراستنا إلى مجالين:

5-1- المجال المكاني: تتمثل حدود الدراسة المكانية في المجال الافتراضي لموقع

الجزيرة، بما فيها منصّات التّواصل المرتبطة به عن طريق رابط فتح HTTPS التالية: (*)

- مدونات الجزيرة <https://blogs.aljazeera.net/>

- صفحة الـ facebook لقناة الجزيرة: <https://www.facebook.com/aljazeerachannel/>

- صفحة الـ youtube للجزيرة: <https://www.youtube.com/user/aljazeerachannel>

- حساب twitter للجزيرة: https://twitter.com/ajanet_ar

- حساب instagram للجزيرة: <https://www.instagram.com/aljazeera>

5-2- المجال الزماني: إنحصر المجال الزمني للدراسة في الهدّة المحدّدة بثلاثة أشهر،

وتبدأ من: (الأربعاء 01 جانفي 2020) إلى (الثلاثاء 31 مارس 2020).

(1)- ناصر، ثابت: أضواء على الدراسات الاجتماعية. مكتبة الفلاح، الكويت، 1984، ص68

(*)- HTTPS: هو اختصار = Hyper Text Transport Protocol secur ، وترجمته بالعربية: بروتوكول نقل

النص التشعبي الآمن. وهو مزيج من بروتوكول نقل النص التشعبي مع خدمة تصميم المواقع TLS/ protocol لتوفير الاتصالات المشفرة وتحديد تأمين شبكة خادم الويب.

6- مجتمع البحث و عينة الدراسة:

6-1- مجتمع البحث:

يُعرّف مُجتمع البحث "Population Study" بأنه: (مجموعة من الظواهر أو العناصر أو الأفراد أو الحالات التي تُجرى عليها عملية البحث، ويحتوي مجتمع الدراسة جملة المكونات التي لها علاقة مباشرة بمشكلة البحث، والتي يسعى الباحث إلى أن يُعمّم عليها نتائج دراسته). (1)

كما يعرف على أنه (مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يُجرى عليها البحث والتقصّي. أو هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات). (2)

وبناءً على ذلك مُجتمع بحث دراستنا هي "المضامين التي يصنعها المستخدم في البيئة السبرانية".

6-2- عينة الدراسة:

تُعرف عينة البحث على أنها (مجموعة فرعية من عناصر بحث معين). (3)

وعليه فعينة دراستنا هي الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية وكذا الحسابات والصفحات المرتبطة به عن طريق رابط فتح Https، المزودة بـ Widgets (*) الخاصة بالمنصات الاجتماعية والتي تشكل فضاءات افتراضية تمثل امتداداً لموقعها الإلكتروني، وعليه تتمثل عينة بحث دراستنا كما ذكرناه سابقاً في:

– مدونات الجزيرة <https://blogs.aljazeera.net/>

– صفحة الـ facebook لقناة الجزيرة: <https://www.facebook.com/aljazeerachannel/>

– صفحة الـ youtube للجزيرة: <https://www.youtube.com/user/aljazeerachannel>

– حساب twitter للجزيرة: https://twitter.com/ajonet_ar

– حساب instagram للجزيرة: <https://www.instagram.com/aljazeera>

(1)- الوفائي، محمد: مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2003، ص152

(2)- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية" تدريبات عملية". دار القصبية للنشر، الجزائر، 2008، ص 298

(3)- محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي" القواعد و المراحل و التطبيقات". ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص46

(*) Widgets: هي تطبيقات وأيقونات مصغرة تشغل على سطح المكتب وكذا صفحات منصات التواصل الاجتماعي تؤدي وظيفة فعالة جداً يحتاج إليها كل مستخدم بشكل عام، حيث تختصر الوقت والجهد في الدخول والوصول السريع والتفاعل.

7- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

تُعتبر المفاهيم الدعامات الأساسية التي تُوجّه بوصلة أيّ ديناميّة بحثيّة وترسم تقاطعاتها المفصليّة، ولهذا عُدّت عمليّة التّحديد الإجرائي للمفاهيم خطوة جوهريّة لا يمكن تجاوزها، إذ أنّها تُسهم في إنسياب ونقل المصطلحات من التّداول العامّي إلى لحظة الضبط المعرفي، ومن مستواها المجرّد إلى مستواها الإجرائي، كما أنّ وضع المفهوم على محكّ الأجرأة يضمن لنا حركيّة خصبة ومثمرة على مستوى البحث والتفكير. وترتكز دراستنا على المصطلحات والمفاهيم التّالية:

1-1- الصنّاعة الإعلاميّة: Media Industry

لغة: الصنّاعة مُفرد صناعات وصناعات، مصدر صنّع، كلّ علمٍ أو فنٍّ مارسه الإنسان حتى يمهّر فيه ويصبح حرفة له، فنّ استخراج المواد الأوّليّة وعملها وتحويلها إلى موادّ، وهي حرفة الصّانع وكلّ علمٍ أو فنٍّ مارسه الإنسان حتى يمهّر فيه ويصبح حرفة له. حرفة الصّانع وكلّ علمٍ أو فنٍّ مارسه الإنسان حتى يمهّر فيه ويصبح حرفة له. (1)

وفي العربيّة تعني الصنّاعة حرفة الصّانع وعمله الصنّعة. (2)

ومع أنّ بعض الباحثين يعتقدون أنّ كلمة Industry تعني بالعربيّة حرفة يمارسها الإنسان في سبيل كسب عيشه، إلّا أنّ آخرين يرون أنّها تنحصر في الدلالة على الصنّاعة التحويليّة. (3)

فيما أورد ابن خلدون إيضاحاً للصنّاعة بقوله "...إن الصنّاعة ملكة في أمر عمليّ فكريّ، وبكونه عملياً فهو جسماني محسوس". (4)

أمّا اصطلاحاً فهي (نشاط إنتاجي يستخدم فيه الإنسان بعضاً من عناصر الإنتاج، مُستهدفاً إنتاج مواد جديدة، أو لجعل مواد أوّليّة موجودة أكثر نفعاً أو قيمة للإنسان). (5)

(1)- المطرزي، ناصر الدين: المغرب في ترتيب المغرب. م 2، ط1، مكتبة أسامة بن زيد، سوريا، 2010، ص 59

(2)- ابن أبي بكر الرازي، محمد: مُختار الصّحاح. دار الكتاب العربي، بيروت، 1967، ص 371

(3)- شريف، إبراهيم: جغرافية الصنّاعة. دار الرسالة للطباعة، بغداد، 1976، ص 22

(4)- وليّ الدين عبد الرحمان، ابن خلدون: مقدّمة ابن خلدون، دار القلم، بيروت، 1978، ص 399

(5)- عبد القادر، صالح: مدخل إلى جغرافية الصنّاعة. دار الشروق، عمان، 1985، ص 28

وتُعرّف هيئة الأمم المتحدة (United Nations (UN)) الصناعة بأنّها " تحويل مواد غير عضويّة أو مواد عضويّة بعمليات ميكانيكيّة أو بعمليات كيميائيّة إلى منتجات أخرى، سواءً أنجزت بآلات ميكانيكيّة تحرّكها قدرة أو أنجزت بالأيدي، وسواءً أحدث إنتاجها في مصنع أو في ورشة أو في بيت، وسواءً بيعت لتاجر جملة أو بيعت لتاجر تجزأة". (1)

كما تُعرّف بأنّها " كافة المشاريع المحقّقة للإنتاج أو الفائدة بغضّ النظر عن الحقل أو المجال الذي تخدمه". (2)

وبهذا فإنّ النشاط الصّناعي مفهوم واسع يشير إلى جملة من العمليات التي يقوم بها جماعة من الصّناع لاستخراج أو تحويل مواد أوليّة موجودة أو لإنتاج مواد جديدة بهدف إشباع رغبات الإنسان، مُستخدمين طرقاً ووسائل متنوّعة ضمن عمليّة إنتاجيّة تربط بين عناصر الإنتاج وتجمعها مكانياً. (3)

والمقصود بالصّناعة في أطروحتنا هذه "صناعة المحتوى"، ويقصد بهذا الأخير:

(كلّ ما يتعلّق بالإنتاج الفكري الإنساني من المعلومات والأفكار والخبرات التي تخزّن في مختلف وسائط العقل البشري والوسائط الرقمية والإعلاميّة والتّطبيقات البرمجية وقواعد البيانات، كما يشمل المحتوى كلّ ما يخزّن في مختلف الوسائط الورقيّة والإلكترونيّة والإعلاميّة ومحتوى الوسائط المتعدّدة والبرمجيات الإنتاجيّة، ألعاب فيديو وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني بما في ذلك المواد الخام المعلوماتيّة والإحصاءات). (4)

وبالتّالي فالمحتوى بصورة عامّة هو: (خام ومُنْتَج لصناعة النّشر والإنتاج الإعلامي والفني والتّطبيقات البرمجية بالإضافة إلى نتاج ثقافة الشّعوب وتراثها المدوّن أو المخزّن في ذاكرتها الإنسانيّة والممكن الوصول إليه).

ووفقاً لما تضمّنته أدبيّات قمّة المعلومات فالمحتوى اليوم هو عنصر أساسي فيما يعرف باقتصاديّات المعرفة، كما أنّه أحد مقوّمات مجتمع المعلومات. (5)

(1)- نبيل، حجازي: صناعة المحتوى رؤية عربية. ورقة عمل مقدّمة إلى مؤتمر الصّناعيين التاسع مسقط - سلطنة عُمان، 13 سبتمبر 2003

(2)-Berger, R : Industry 4.0 "The new industrial revolution How Europe will succeed".International, India, 2014, p41

(3)- العربي العلمي: ملحق مجلة العربي. الكويت ، عدد جانفي 2006، ص 5

(4) - علي، نبيل: الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، العدد 318، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، أوت 2005، ص 107

(5)- نبال، إدلبي: المحتوى الرقمي العربي الفرص والأولويات والاستراتيجيات. ورقة عمل ، لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ، مؤتمر الشام الدولي الثالث للمعلوماتية 4-6 سبتمبر 2005

□ التعريف الإجرائي:

يُعرّف الباحث صناعة المحتوى على أنه: كل ما يتعلّق بإنتاج المضامين التي يتمّ معالجتها وعرضها والتعامل بها بصورة رقمية أو عبر وسائط تكنولوجية حديثة وهذا بعيداً عن نموذج الاقتصاد الذي يقوم على دوافع خلق العرض والطلب لمنتجات الصناعة.

7-2-2- المضمين الإعلامية: User Generated Content UGC

7-2-2-أ- تعريف الإعلام لغةً واصطلاحاً

الإعلام مشتقّ من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعر به، ويقال أستعلم لي خبر فلان وأعلمنيه وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه، ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته. (1)

ويُعرّف الإعلام من الناحية الإصطلاحية على أنه (نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها، بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد). (2)

كما يُعرّف على أنه (اتصال علني ومنظم يوجّه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية إلى جمهور عريض). (3)

في حين يرى المختصّون في مجال الاتصال أن الإعلام هو (نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة الألفاظ أو الأصوات أو الصور بصفة عامة بواسطة جميع العلامات والإشارات التي يفهمها الجمهور). (4)

□ التعريف الإجرائي:

الإعلام حسب الباحث هو "عملية نقل وتلقّي المعلومات بطريقة هادفة".

(1) جمال الدين الأنصاري، ابن منظور: لسان العرب. ط4، ج1، دار طادر، لبنان، 2005، ص264

(2) بدوي، أحمد زكي: معجم مصطلحات الإعلام. ط2، دار الكتاب اللبناني، لبنان، 1994، ص84

(3) دليو، فضيل: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، ووسائله. دار الفجر، 2003، القاهرة، ص21

(4) عبد الحميد، محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص72

7-2-ب- تعريف المضمون لغة واصطلاحاً

المضمون (مُفرد مضامين) وهو المحتوى ومنه مضمون الكتاب ما في طيّه، ومضمون الكلام فحواه وما يفهم منه. (1)

ويُعدّ مفهوم "المضمون الذي ينتجه المستخدم – User Generated Content – UGC" من أحدث المفاهيم المرتبطة بصحافة الإعلام الجديد، وهو مفهوم يعدّ تطوراً لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الصحفية في السنوات القليلة الماضية مثل مفهوم التفاعلية Interactivity وصحافة المواطن Citizen Journalism وصحافة المشاركة Participatory Journalism.

وقد تنوّعت تعريفات الباحثين لمفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدمين، ومنها:

- أيّ مضمون ينتجه مستخدم وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم، وبشكل مستقلّ عن أيّ مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية ويستهدف مستخدمين آخرين. (2)

- أو هو (مضمون ينتجه المستخدم للمستخدم، ويُنشر بشكل إلكتروني). (3)

ووفقاً للمفهوم فإنّه بمقدور المستخدمين المشاركة في كلّ مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي سواءً في جمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار إرسالها للآخرين أو حذفها، وكلّ ما يتعلّق بسلطات ومهام حارس البوابة الإعلامي، وسواءً تمّ التعديل على هذه المضامين أو لم يتمّ، فإنّ المفهوم لا يركّز على الإجراءات المتّبعة إزاء التعامل مع هذه المضامين، بقدر ما يركّز على ضرورة إتاحة الفرصة للمستخدمين لإنتاج ونشر مضامينهم. (4)

ويؤكد المفهوم على مبادئ المساهمة الجماعية والتطوّعية والإختيارية من قبل المستخدمين، وعلى تنوّع وتعدّد جهات النظر والمعلومات والآراء المطروحة من قبل المستخدمين الذين ينتمون لفئات عمرية وجغرافية وثقافية متنوّعة، وعلى تقاسمهم وتشاركهم للمعلومات والأخبار والصّور مع غيرهم من المستخدمين. (5)

(1)- مختار عمر، أحمد: المكنز الكبير معجم شامل للمجالات والمترادفات والمتضادات. عالم الكتب للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 863

(2)- Michael J, Muin: Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping Public Opinion for the Iraq War. a research paper in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, University of Central Missouri, Department of Communication, USA, April, 2011, p37

(3)- - Burgess, Jean & Kate, Crawford :A Theory of Acute Events in Social Media. paper presented at the Association of Internet Researchers conference, Seattle, 11-13 Oct, 2011

(4)- Meikle, Graham:Media Activism and the Internet " Future Active". New York, 2002, p69

(5)- Thurman, Neil : Forums for Citizen Journalists" Adoption of User Generated Content Initiatives by Online News Media". New Media & Society, 10(1), 2008, p6

ومن بين المصطلحات المستخدمة في هذا الصدد "ProAm Professional Amateurs"، أي الهواة المحترفين، بإعتبار أن القائمين على إنتاج هذا المضمون هم من المستخدمين الهواة لمواقع الأنترنت، ولكنهم يتصفون بسمات تؤهلهم للعمل كمحترفين ومنتجين للمضامين الإعلامية في مجالات مختلفة. (1)

□ التعريف الإجرائي:

يُعرف الباحث مضامين المستخدمين على أنها "المحتوى الذي ينتجه مُستعملوا الأنترنت والشبكات الإجتماعية والذي يتمّ تصميمه خارج الأطر والممارسات المهنية".

7-3- البيئة الجديدة: Cyber space

يرجع الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر "بؤ" الذي أخذ منه الفعل الماضي "باء"، قال ابن منظور في معجمه لسان العرب: بَاءَ إِلَى الشَّيْءِ أَي رَجَعَ إِلَيْهِ، وَذَكَرَ الْمَرْجِعَ نَفْسَهُ مَعْنِيَيْنِ قَرِيبَيْنِ مِنْ بَعْضِهِمَا الْبَعْضَ لِكَلِمَةٍ تَبَوَّأَ الْأَوَّلَ إِصْلَاحَ الْمَكَانِ وَتَهَيَّئْتَهُ لِلْمَبِيتِ فِيهِ، وَالثَّانِي بِمَعْنَى النَّزُولِ وَالْإِقَامَةِ.

وبناءً على ذلك يتضح أن البيئة هي الحول والنزول في المكان، ويمكن أن تُطلق مجازاً على المكان الذي يتخذه الإنسان مستقراً لحولته ونزوله. (1)

أما البيئة في المعاجم الإنجليزية فلها مصطلحان متداخلان، وهي تعني (مجموعة الظروف أو المؤثرات الخارجية التي لها تأثير في حياة الكائنات بما فيها الإنسان). (2)

أما اصطلاحاً فبالرغم من أنه لم يكن هناك اتفاق بين الباحثين والعلماء على تحديد معنى البيئة بشكل دقيق، إلا أن معظم التعريفات تشير إلى المعنى نفسه، فقد عرّفها مؤتمر "ستوكهولم" في جوان 1972 بأنها (كل ما يتعلّق بنمط حياة الإنسان في الوسط الطبيعي والصناعي). (3)

وقد أشار بعض الباحثين إلى أن البيئة هي (نلك الإطار الذي يحيا فيه الإنسان، ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ومأوى ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من بني البشر). (4)

□ التعريف الإجرائي:

حسب الباحث فإنّ البيئة هي الوسط الذي يعيش فيه الإنسان ويؤثر ويتأثر به طبيعياً ومناخياً، مادياً ومعنوياً.

(1)- عدنان، أبو مصلح: معجم علم الاجتماع. دار أسامة، عمان الأردن، 2006، ص 117

(2)- عدنان أبو مصلح: المرجع نفسه، ص 117

(3)- عدنان أبو مصلح: المرجع نفسه، ص 118

(4)- عدنان أبو مصلح: المرجع نفسه، ص 119

وقبل استعراضنا لمختلف تعاريف ومفاهيم البيئة الإعلامية الجديدة ينبغي الإشارة إلى أنها مرادف للإعلام الجديد الذي عرّفه قاموس التكنولوجيا الرقمية High-Tech Dictionary على أنه (اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، كما أنها مرادف أيضاً للفضاء السيبراني الذي يُعبر عن مجال افتراضي من صنع الإنسان يعتمد على نظم الكمبيوتر وشبكات الانترنت وكم هائل من البيانات والمعلومات والأجهزة). (1)

وقد عرّفته الوكالة الفرنسية لأمن أنظمة الإعلام (ANSSI) على أنه: " فضاء التّواصل المشكّل من خلال الرّبط البيئي العالمي لمعدّات المعالجة الآلية للمعطيات الرقمية". (2)

ويشير المفهوم أيضاً إلى (الطرق الجديدة في الاتّصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من البشر بإمكانية الإلتقاء والتّجمّع على الأنترنت وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع). (3)

كما ينبغي التأكيد على أنه من الصّعب تحديد تعريف شامل للبيئة الإعلامية الجديدة، فهي مسألة نسبية تتوقّف على طبيعة إدراك وفهم كلّ من الدول والهيئات كلّ حسب رؤيته واستراتيجيته وقدرته على استغلال المزايا المتاحة ومواجهة المخاطر الكامنة في هذا الفضاء. ورغم ذلك يمكن إحصاء تعريفات متباينة في الأدبيات النظرية، ومنها:

- عرّفها قاموس أكسفورد البريطاني (Oxford Dictionary of English) على أنها (البيئة السيبرانية التي تنتج عن التّواصل بوساطة أجهزة الكمبيوتر ضمن منظومة شبكية كونية). (4)

- وعرّفها كلّ من الباحثين Chip Morningstar و F. Randall Farmer على أنه: " فضاء تواصل خيالي يتسم بتعقده التقني والأداتي وباحتضانه لمصفوفة من التفاعلات الإجتماعية والثقافية الثرية". (5)

(1)-The International Télécommunication Union, ITU Toolkit for CybercrimeLégislation. Geneva, 2010, P12

(2) - Joseph, S & Nye, JR: Cyber Power. Harvard Kennedy School, USA, 2010, P03

(3)- Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert : Media Now" Communication Media in the Information Age". 2th ed, Wadsworth, USA, 2000, p46

(4)- Morningstar, C & Farmer, F: The Lessons of Lucasfilm's Habitat" The New Media Reader". The MIT Press, USA, 2003, P664

(5)- Schneider, S: Expanding The Public Sphere Through Computer Mediated Communication. Massachusetts Institute of Technology, Canada, 1997, P18

كما تمّ تعريف البيئة الإعلامية الجديدة أيضاً بأنها (مجال تفاعلي كوني وديناميكي يتميز بالاستخدام المشترك للإلكترونات والطيف الكهرومغناطيسي الذي يسمح بإنشاء وتخزين وتعديل وتبادل واستخراج المعلومات داخل منظومة فائقة التطور). (1)

كما عرفها الباحث Pierre Lévy بأنه: (مفهوم جديد يحيل إلى الفضاء الذي نتج عن ظهور الشبكات الرقمية، وهو فضاء محموم بالتفاعلات والرهانات والتجاذبات الثقافية والاقتصادية، كما يحيل من الناحية التكنولوجية الاجتماعية إلى وسائط الاتصال الجديد وما سنحت به من تبادل وتدوير للمعلومات وإنتاج للمعرفة وبناء للعلاقات الاجتماعية). (2)

ويذكر أنه بعد فترة التّسعينات، أصبح مصطلح "البيئة الجديدة" مرادف لمصطلح "الفضاء الافتراضي" في الأوساط الأكاديمية والبحثية، ومرادف أيضاً لمصطلح الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web). (3)

□ التعريف الإجرائي:

البيئة الجديدة حسب الباحث هي: الفضاء الإلكتروني التفاعلي الحديث والذي يشمل عناصر مادية وغير مادية مندمجة، والمكوّن من تشابك الأجهزة الرقمية والأنظمة والبرمجيات، والمشغلين والمستخدمين.

7-4- المستخدم: User

لغة: استخدم استعمل، استخدم آلة استعملها، استخدام كلّ الإمكانيات: استغلالها، استخدام: كلّ ما يدخل في إنتاج سلعة أو خدمة سواء كان شيئاً مادياً أو معنوياً، وفي مجال الحاسوب والانترنت: هو الشخص الذي يستخدم خدمة تكنولوجيا المعلومات بشكل يومي. (4)

ويتضمن مفهوم الاستخدام على الصعيد الاصطلاحي معنيين أساسيين هما: (5)

- المعنى الأول: يُحيل على الممارسة الاجتماعية التي تجعلها الأقدمية والتكرار شيئاً مألوفاً وعادياً في ثقافة ما، ولهذا فإنّها تقترب من العادات والطقوس؛

- المعنى الثاني: يُحيلنا إلى استعمال شيء ما سواء كان مادياً أو رمزياً لغايات خاصة، وهذا ما يدفع إلى التفكير في الاستخدام الاجتماعي للعدّة التكنولوجية.

(1)- El Semary, H & Al Khaja, M: The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati Youth "Comparative Study". American International Journal of Contemporary Research, 3(11), 2013, p55

(2)- Lévy, P.:L'intelligence collective "Pour une anthropologie ducyberespace". La Découverte, Paris, 1997, p119

(3)- Taylor, A & Cokley, J: How citizen journalism websites are working in Australia" news and discussion". EJournalist - A Refereed Media Journal, 13 (2), 2013, p 23

(4)- مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط. ط5، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2005، ص 352

(5)- العياضي، نصر الدين: الرهانات الفلسفية والإبستمولوجية للمنهج الكيفي نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية. أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، أبريل 2007، ص 20

إنّ الإستخدام "L'usage" في أبسط معانيه هو: (الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة في استخدام ممارسة الفعل على التكنولوجيا والتي تدخل في سياق ممارسة ما، استهلاك، اتصال، عمل، تسلية،...). (1)

كما يُعرّف على أنه: (استعمال شيء طبيعي أو رمزي لغايات معيّنة، بمعنى إعطاء بُعد ومعنى ثقافي لجهاز مادي أو رمزي). (2)

ويُحيل الاستخدام أيضاً إلى مسألة علاقة الأفراد المستخدمين بالأشياء أو التكنولوجيا ومحتوياتها. (3)

□ التعريف الإجرائي:

يُعرّف الباحث المستخدم على أنه: القائم بعملية التصفح والإبحار وكل أشكال التفاعل التي يقوم بها الفرد عبر النّت، والتي تشمل عادات وأنماط صناعة المحتوى في الفضاء السيبراني.

6+5 -7 كل من الكلمتين المفتاحيتين "الموقع الإلكتروني Web Site" و

"قناة الجزيرة الفضائية Al-Jazeera News Channel": سيُجرى

تقديمهما بالفصل التطبيقي، وهذا لارتباطهما الدلالي الوظيفي من جهة، ومراعاة الجانب المنهجي التنسيقي الذي يتطلّب ذلك من جهة أخرى.

(1)- لحمامي، الصادق: المسألة النظرية لمفهوم الإعلام. مجلة إتحاد الدول العربية، عمان، العدد3، 2005، ص16

(2)- بوخوفة، عبد الوهاب: الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدامات. مجلة إتحاد الدول العربية، العدد 2، 2007،

(3)- Kim, Jin: User-generated content (UGC) revolution? "Critique of the promise of YouTube". PhD (Doctor of Philosophy) Thesis, University of Iowa, USA, October 2010, p35

8- صعوبات الدراسة:

واجهت الباحث عدّة صعوبات عند انجاز هذه الدراسة، منها:

- قلة الإنتاج الفكري والبحثي نظراً لحدائثة الموضوع، ونقص المراجع الأكاديمية التي تناولت موضوع الدراسة تطبيقياً، سواءً باللغة العربية أو اللغات الأجنبية، وهي في الغالب عبارة عن مقالات ومنشورات أكاديمية لا ترقى لمستوى البحث المستفيض المميّز كالرّسائل والأطاريح الأكاديمية؛
- صعوبات منهجية مرتبطة أصلاً بطبيعة الموضوع، وقد عبّر عنها أحد الباحثين بقوله (يُثير التطوّر المذهل واليومي في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات مجموعة من التّحدّيات غير المسبوقة للبحث العلمي الاجتماعي وأدواته، فمع وسائل الإعلام الجديدة وظهور الإنترنت أصبحت الكثير من المفاهيم والأطر النظريّة بحاجة إلى مراجعة، كما أنّ العيّات ووسائل جمع المادة وأدوات تحليل المضمون أو الخطاب وغيرها، باتت أمام طيف واسع من الفرص والتّحدّيات التي تتطلب أنواعاً جديدة ومبتكرة من التّفكير والإبداع). (1)

فعلى سبيل المثال يصعب تحليل موقع إلكتروني أو منصة إجتماعية ما، بسبب قابليتها للتّعديل والتّغيير والتّحيين في أيّ لحظة سواءً من طرف المسؤولين أو المستخدمين أو المتفاعلين (حذف منشور ما أو تعليق أو تعديله،...)، ومن أسباب ذلك: الخطّ الإفتتاحي، السّمة، المتابعة القضائية،... إلى غير ذلك؛

- تمثّلت أكبر الصّعوبات في العدد الهائل من التّعليقات والتّفاعلات والذي تطلّب وقت وتركيز مضاعف لأجل إحصائه وتقييمه حسب ما تقتضيه تصنيفات أداة التحليل من فئات الشّكل والموضوع.

لكن ومهماً يَكُن تبقى صعوبات البحث تمثّل الدّافع الأكبر للإنطلاق والإستفسار

والتمّحيص وجمع معلومات ومصادر ومراجع أكبر، والحفاظ على الدّافعية والحماسة، وهو ما يُشعر الباحث بالرّضا البحثي عمّا يُضيفه للمعرفة الإنسانية حتّى ولو كانت بدرجات نسبية بعيداً عن الأبحاث والنتائج المكرّرة، وهذا أساس التراكم البحثي المعرفي، وهو ما يؤكّد أنّه لا معنى لدراسة بدون صعوبات وعوائق.

(1) - محمد، شومان: الصحف الإلكترونية العربية" دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 21، أكتوبر/ديسمبر 2003، ص231

9 - الدراسات السابقة:

إنّ الأبحاث التي تُقارب ظاهرة التفاعلات في البيئة الإعلامية الجديدة من أكثر الحقول البحثية ديناميكية ونشاطاً في مسارات البحوث الإنسانية والسوسيولوجية على مستوى أدبيات البحث الغربية. (1)

غير أنّ موضوع دراستنا موضوع مستجدّ ولا تزال البحوث الجارية عليه قليلة جداً ولا ترقى لمستوى البحث المستفيض، فيما تكاد تنعدم على مستوى دوائر البحث العربي أو المحلي، وسنقوم بعرض الدراسات السابقة ضمن مسلكين، الأوّل يتعلّق بالدراسات التي لها علاقة بالمقاربة النظرية للبحث، والثاني يتناول الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث.

9 - 1 - عرض الدراسات السابقة:

9-1-1- الدراسات التي لها علاقة بالمقاربة النظرية للبحث:

أولاً: دراسات باللّغة العربية:

□ الدراسة الأولى: أمين أحمد الدهلبي، "صحافة المصدر المفتوح وتأثيراتها على الصحافة الورقية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2014.

هدفت الدراسة إلى التعرف على صحافة المصدر المفتوح، وعلى مستوى الثقة الذي يمكن أن تتمتع بها، وعلى تأثيراتها على الصحافة التقليدية.

وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح لأدبيات ظاهرة صحافة المصدر المفتوح وتحليلها. والمنهج المقارن فيما يتعلّق بعقد المقارنات بين كلّ من صحافة المصدر المفتوح والصحافة التقليدية من حيث مستوى الثقافة وسرعة الحصول على الأخبار والمعلومات وغيرها من أوجه المقارنات، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- تشير صحافة المصدر المفتوح إلى نوعية من الصحافة تقوم على التشاركية في النشر الإلكتروني، وتوكل على إنتاج الجمهور أو مشاركته في عمليات الإنتاج الصحفي؛
- مواقع الويكي (Wiki) القائمة على المشاركة الجماعية في إنتاج المعلومات هي إحدى أنماط المصدر المفتوح في شبكة الإنترنت وأشهرها Wikipédia، وWikibooks؛
- علاقة صحافة المصدر المفتوح بالصحافة الورقية هي أنّه لن يحدث تراجعاً في مكانة الصحف الورقية، وذلك من خلال التجارب التاريخية لإستمرار وسائل الإعلام مع التحديث المستمرّ في كلّ منها.

(1)-Lincoln, Dahlberg:Net-public Sphere Research" Beyond the First Phase".Electronic Networks and Democracy. 11(01), 2004, p33

□ **الدراسة الثانية: دراسة مركز تطوير الإعلام، "صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية"، القاهرة، مصر، مارس 2015.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير صحافة المواطن على مصادر وسائل الإعلام المحلية وعلى الممتهين للصحافة. وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وتمّ جمع البيانات باستخدام تحليل المضمون والمقابلة، وتم اختيار عينة عمدية من رؤساء تحرير الإعلام المحلي التقليدي (الصحف، الإذاعة والتلفزيون، ووكالات الأنباء)، واعتمدت على النظرية التشاركية.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أظهرت النتائج أنّ ثقة المبحوثين بالمواطن كمصدر صحفي لا تنفي حاجتهم للتحقق من الخبر؛
- أظهرت النتائج أنّ الإعلام الاجتماعي ككلّ وصحافة المواطن بالتّحديد، أثّرت بالفعل على طبيعة مصادر الصحفي العامل في الإعلام المحلي؛
- أظهرت النتائج أنّ المبحوثين يرون أنّ الصحفي في هذا العصر لا غنى له عن استخدام الإعلام الاجتماعي بالمطلق.

□ **الدراسة الثالثة: سماح عبد الرزاق الشهاوي، "تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي في زيادة أعداد مستخدميها على نوعية المحتوى المقدم عبر الشبكات". رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر وترويج موضوعاتها وزيادة أعداد مستخدميها على نوعية المحتوى الصحفي المقدم عبر صفحات الصحف على الفيس بوك، وقد تمثّلت عينة الدراسة في صفحتي صحيفة "اليوم السابع" وصحيفة "فيتو" على الفيس بوك، لمدة أسبوع وذلك خلال الفترة الممتدة من 23 - 29 ديسمبر 2014.

وكانت أهمّ النتائج أنّ الصحف الإلكترونية المصرية استطاعت توظيف شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والموضوعات المختلفة، وأصبحت تمثّل مصدراً مهماً لزيارات المستخدمين إلى الصحيفة، كما أنّ بعض الأخبار لم تعد تحتوي على أية أجزاء أو تفاصيل بل عبارة عن عنوان وسطر واحد أو سطرين فقط.

ثانياً: دراسات باللغات الأجنبية:

□ الدراسة الأولى: باللغة الفرنسية

- Michel de Montaigne, " L'utilisation d'internet dans la presse écrite francophone africaine: le cas du Burkina Faso", réalisé par Cyriaque Pare mémoire de diplôme universitaire de recherche DUR, présenté en 1999 à l'université, Bordeaux. France

تناول الباحث في إشكالية دراسته المعنونة بـ "استخدام الإنترنت في وسائط الإعلام

المطبوعة الإفريقية الناطقة بالفرنسية: حالة بوركينا فاسو"، ثورة المعلومات التي جاءت على خلفية تكنولوجيا الاتصال والإعلام ورقمنة المعطيات تحمل في طياتها تغييرات في العديد من القطاعات والتي من بينها قطاع الإعلام. فالكثير من المحللين أقرّوا بأنّ ممارسة مهنة الصحافة قد عرفت في الآونة الأخيرة جملة من المستجدات سواء تعلّق الأمر بجمع أو ببثّ المعلومة مروراً بمعالجتها، وهذا ينطبق على جميع وسائل الإعلام السّميّة منها والسّميّة البصريّة والمكتوبة، وتعدّ الانترنت وشبكات الاتّصال الجديدة الأرضيّة الصّلبة للعصر الذهبي والتقدّم الاقتصادي والاجتماعي. وبالتالي فالباحث أراد معرفة ما إذا كان محترف في الصحافة الناطقة باللغة الفرنسيّة في إفريقيا وخاصة الصحافة المكتوبة يستخدمون تكنولوجيايات الاتّصال الحديثة في عملهم اليوميّ. ولمعالجة هذه الإشكاليّة وضع الباحث عدّة تساؤلات منها:

- هل الصّحفيّون (الفاعلون الأساسيون في العمليّة الإعلاميّة) مستعدّون للاستفادة من الانترنت؟ وماذا ينتظرون من هذه التّكنولوجيا؟؛

- هل بإمكان الانترنت مساعدة الصّحف الإفريقية على تحسين مردودها المالي الذي هو شرط أساسي في بقائها؟؛

- هل ستقوم التّكنولوجيايات الحديثة بتكريس اللامساواة في الوصول إلى المعلومة في إفريقيا؟.

وقد ارتكزت منهجيّة هذه الدراسة على مراجع، تقارير، دراسات متخصصة، مواقع متعلّقة

بالمعلومات العامّة والمتخصّصة في عالم التّكنولوجيايات الحديثة، ومقابلات مع الصّحفيّين ومسؤولي البرمجة لمعرفة الوضعية الحالية ورهانات ثورة المعلومات بالنسبة للصحافة المكتوبة عموماً وبالنسبة للصحافة الناطقة باللغة الفرنسيّة في إفريقيا بصفة خاصّة.

ومن ناحية أخرى، سبر آراء في وسط صحافة بوركينا فاسو، وقد كان هذا السّبر موجّهاً لخمس من أصل سبعة جرائد رئيسيّة في المنطقة ولخمس صحفي في منطقة Ouagadougou.

و توصلت الدراسة إلى عديد النتائج منها:

- أن الأنترنت وتطور شبكات الإتصال الحديثة خلقت مجتمع جديد يسمى بمجتمع المعلومات، حيث قلبت قطاع الإعلام بخلق طرق جديدة لجمع ومعالجة وبتّ المعلومات؛
- أن الفرص المتاحة من قبل الويب (تعدّد الوسائط، التفاعلية، الأنية، الكمّ الهائل من المعطيات..) غيرت من العمل الميداني الصحفي؛
- لم يعد الصحفي (في الصحافة المكتوبة) مقيّدًا بالمكان عند التحرير، فقواعد البيانات على الأنترنت وفرت له مصادر معلومات متعدّدة؛
- صار بإمكان الصحفي الوصول إلى جمهور عريض وموزّع في كلّ أقطار العالم، وبفضل التفاعل الموجود في الأنترنت صار بإمكان الصحفي الإتصال بهذا الجمهور بطريقة أسرع وأفضل، خاصة وأنّ القارئ لم يعد يكتفي بدوره السلبي في تلقّي المعلومات بل صار يعبر عن رأيه في كلّ القضايا والأمور التي تهّمّه.

□ الدراسة الثانية: باللّغة الفرنسيّة

-Florence Le Cam, "Les journalistes et internet : usages et attitudes:

construction d'un questionnaire et entrevues qualitatives de validation "

Mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'université Laval

Canada, pour l'obtention du grade de maitre des Arts (MA) en novembre

2000.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة المعنونة بـ " الصحفيون والإنترنت الاستخدامات والمواقف:

بناء استبيان ومقابلات التحقق من الجودة"، حول الصحفيين الكيبكيين les Québécois الذين يحاولون تنويع وسائط بثّ المعلومات قدر المستطاع خاصة بعد ظهور الصحف الإلكترونية والمجالات الإلكترونية بممارساتها الإعلامية الجديدة. وأمام هذه المنافسة زرعت جرائد الصحافة المكتوبة التقليدية الأنترنت في قاعات التحرير وعملت على تطوير استراتيجياتها وخلقت لنفسها مواقع ويب. وفي خضمّ هذا كلّه على الصحفيين تسيير دخول الأنترنت إلى ممارساتهم اليومية من ناحية ومن ناحية أخرى عليهم التّحكّم في تنويع وسائط بثّ المعلومات، مع ضرورة اكتساب الإرادة في تحسين ظروف العمل ووسائل تبادل المعلومات والاستفادة قدر المستطاع من الخدمات العديدة التي يقدّمها الأنترنت.

وهي دراسة استكشافية اعتمد فيها الباحث على مقارنة انتشار المبتكرات كخلفية نظرية لدراسته على اعتبار أنّ الانترنت يعدّ من المبتكرات التكنولوجية الحديثة التي غزت قاعات التحرير الصحفية في كامل دول العالم وخاصة في الكيبك Québec. وقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤلات الآتية:

- ما هي خدمات الانترنت الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين؟
 - هل يستطيع الصحفيون التكيف مع هذه التقنية الجديدة؟
 - هل لاستخدام الانترنت انعكاسات على الممارسة المهنية للصحفيين؟
 - هل خلقت هذه التقنية مخاوف بخصوص مستقبل مهنة الصحافة؟
- وكانت نتائجها حصيلة الإجابة بنعم لكل الأسئلة الرئيسية والفرعية.

□ الدراسة الثالثة: باللغة الإنجليزية

- Lewis Kaufhold, "Thinking about Citizen Journalism". 2009. School of Journalism, University of British Columbia, Canada.

هدفت الدراسة المعنونة بـ "التفكير في صحافة المواطن"، إلى تحديد مدى مشاركة

صحف المجتمع (الصحف اليومية الصغيرة، النصف أسبوعية، الأسبوعية)، في أشكال صحافة المواطن وإنتاج الأخبار التشاركية، وفهم كيفية تغلب رؤساء تحرير صحف المجتمع على التحديات المهنية التي تطرحها صحافة المواطن.

وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتمّ جمع البيانات باستخدام المقابلة، وتم اختيار عينة عمدية قوامها 29 من كبار المحررين في صحف المجتمع في جميع أنحاء ولاية تكساس، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة).

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- يرفض عدد من المحررين فكرة صحافة المواطن بشكل رئيسي، ويرى هؤلاء المحررين أنّ مشاركة المواطنين لا تتفق أساساً مع عملية إنتاج الأخبار، وذلك لأسس فلسفية؛
- يرفض عدد من المحررين مفهوم صحافة المواطن، حيث يعتبرونها غير قابلة للتطبيق في المقام الأول؛
- أثبتت النتائج أنّ بعض من المحررين معارضون، والبعض الآخر مؤيد لاستخدام صحافة المواطن وذلك لأسس عملية.

□ الدراسة الرابعة: باللغة الإنجليزية

- Ed Semary, "The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism". 2013. School of Journalism. University of British Columbia. Canada.

هدفت الدراسة المعنون بـ "مصداقية صحافة المواطن والصحافة التلفزيونية التقليدية"،

إلى البحث في تقييم مصداقية الصحافة التلفزيونية التقليدية وصحافة المواطن باستخدام مقياس المصداقية والذي يتألف من 12 عنصراً، وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية حيث استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، وتمّ جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، وتم اختيار عينة احتمالية قوامها 298 من مستخدمي وسائل الإعلام الإجتماعي، و93 من الصحفيين المواطنين، خال شهر ديسمبر 2012، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أنّ مصداقية الصحفيين المواطنين في صحافة المواطن أعلى من مصداقية مراسلي التلفزيون؛
- كما بيّنت النتائج أنّ علاقة صحافة المواطن والصحافة التقليدية لها سمتان هما، التنافسية والتكاملية؛
- تزيد مصداقية وسائل الإعلام التقليدية على حساب مصداقية وسائل الإعلام الجديدة، وذلك من خلال خبرة ذوي المهارات العالية من المراسلين والمحررين وكذلك عمق التغطية الإخبارية المقدمة من خلال تحليل الأحداث ومجريات الأمور.

□ الدراسة الخامسة: باللغة الإنجليزية

-Ali Ahmad,"Is Twitter a useful tool for journalists?. Journal of Media Practice, 12 (04), August 2010, PP145-155.

في هذه المقالة المعنونة بـ "هل تويتر أداة مفيدة للصحفيين؟" يحاول الباحث تسليط الضوء على الإنعكاس النقدي حول مسألة ما إذا كان تويتر أداة مفيدة للصحفيين، وهذا استناداً إلى المراقبة الدقيقة لصحيفة الجارديان الأمريكية، من خلال التركيز على تغطيتها لاحتجاجات مجموعة العشرين وغيرها من الأنشطة وهذا بمختلف مراحل سنة 2009، وقد أدّى لاستنتاج أنّ التغريد مفيد للتسويق والبحث وهو يكمل الدور التقليدي للصحفيين كمحقّقين ومقدّمي معلومات وأحداث إخبارية في الوقت المناسب، وهو ما يعزّز دور المؤسسات الصحفية فيما يتعلّق بدورها تجاه الإيديولوجية السائدة للرأسمالية المعاصرة.

ويستنتج الباحث أنّ التغريد سيُساهم في هدم البناء المهيم رغم ابتعاده عن الخطاب الإعلامي الدقيق والميزات الصحفية، وربما (يسأل الباحث) "الأمر يدعو لطرح سؤال عكسي لا يقل أهمية وهو إذا ما كانت الصحافة ستصبح أداة مفيدة لتويتر أم لا؟"

9-1-2- الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث:

أولاً: دراسات باللغة العربية:

□ الدراسة الأولى: محمود يوسف أحمد اللوح، "اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاسها على أدائهم المهني" دراسة ميدانية في محافظات قطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2008.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات، ومدى تقنهم بها وعلى أنواع صحافة المواطن، وعلى مستوى الأداء المهني، وأهمّ التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المحققة جراء اعتمادهم صحافة المواطن كمصدر للمعلومات. وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح، وفي إطاره تمّ توظيف أسلوب مسح أساليب الممارسة، كما اعتمد الباحث على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام، والقائم بالاتصال (حارس البوابة)، وتمّ جمع البيانات باستخدام أداتي صحيفة الاستقصاء، وتم توزيعها على عينة عشوائية بسيطة، قوامها 306 مفردة من الصحفيين الفلسطينيين في محافظات قطاع غزة، خلال الفترة الممتدة بين: 2018/02/28 و 2018/03/28. وأداة المقابلة المعمقة، وتم مقابلة 4 صحفيين.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- يعتمد الصحفيون على صحافة المواطن بسبب السرعة في نقل المعلومات والأخبار دون معيقات بنسبة 81.20 %، ودوافع اعتمادهم على صحافة المواطن يرجع إلى الثقة فيما تقدّمه من معلومات وأخبار بنسبة 88.50 %؛
- أنّ أهمّ أنواع صحافة المواطن التي يعتمد عليها الصحفيين الفلسطينيين كمصدر للمعلومات، احتل Whatsapp المرتبة الأولى لشبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 85 %، واحتلّ تطبيق Facebook المرتبة الأولى لتطبيقات الهاتف الذكي بنسبة 88.80 %؛
- انعكست صحافة المواطن على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين بشكل عالٍ بنسبة 44.80 %، ودرجة تفاعلهم مع الأخبار عالية بنسبة 32.40 %؛
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة مستوى أداء الصحفيين الفلسطينيين المهنيين وبين درجة انعكاس صحافة المواطن على أدائهم المهنيّ.

وبناءً على هذه النتائج، خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات:

- ضرورة التزام الصحفيين بأخلاقيات النشر، وتوخي الدقة والموضوعية عند نشر المعلومات، والتأكد من مصادر الأخبار التي يستقيها من أنواع صحافة المواطن لكسب وزيادة ثقة الجمهور؛

- ضرورة وضع ميثاق شرف خاص بصحافة المواطن يسترشد به الصحفيين الفلسطينيين، ويشتمل على مجموعة من المبادئ والمعايير الأخلاقية والمهنية وحقوق النشر والخصوصية؛
- توصي الدراسة بضرورة تعميم ونشر الصفحات الرسمية للإعلاميين المستخدمين لصحافة المواطن للجهات الرسمية ذات العلاقة، وخاصة جمهور القراء وزملاء المهنة.

□ **الدراسة الثانية: هاني نادي عبد المقصود** " اتجاهات الشباب المصري نحو المشاركة في إنتاج المضمون في صحافة الشبكات" مداخلة المؤتمر العلمي السنوي الـ 21 لكلية الإعلام جامعة القاهرة، من 26-28 ماي 2015.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو المشاركة في إنتاج المضمون في صحافة الشبكات، والتعرف على مدى مشاركة الشباب في إنتاج المضمون في مواقع الصحف على الشبكة.

وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الإستقصاء، وتم اختيار عينة قصدية قوامها 450 مفردة من الشباب المستخدم للإنترنت في كل من (المنيا، القاهرة، المنصورة)، وعينة الدراسة (اليوم السابع، بوابة الأهرام، بوابة الوفد)، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- تضع الصحيفة قيوداً على الشباب عند نشر مضامين في مواقع الصحف، وهي أنه لا يتم نشر أي مشاركة قبل مراجعتها بنسبة 27.78 %؛
- أسباب عدم مشاركة الشباب بنشر مضامين في مواقع الصحف عينة الدراسة أن الصحف لا تهتم بتلك المضامين بنسبة 24.40 %؛
- تتيح الصحف للشباب المشاركة بنشر موضوعات أو صور أو فيديوهات أو تسجيلات حول الأحداث بنسبة 58 %.

□ **الدراسة الثالثة: إيمان محمد حسني عبد الله** " تعليقات المستخدمين في الصحف الإلكترونية وصلاحياتها لتكوين الرأي العام المصري في المداولات العامة"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

هدفت الدراسة إلى تحقيق هدفين هما: استكشاف ما إذا كانت تطبيقات الـ(UGC) صالحة لتكوين الرأي العام في المداولات المصرية العامة بالتطبيق على تقنية تعليقات المستخدمين، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمقارن وأداة تحليل المضمون لرصد وتحليل المواد الصحفية حول الجولة الأولى من محاكمة الرئيس الأسبق حسني مبارك في الفترة من تاريخ: 2011/05/24 إلى 2012/06/24.

وكانت أهم النتائج: جاءت مواد الرأي بنسبة 75.60% من إجمالي التعليقات خلال فترة الدراسة ثم إضافة معلومات بنسبة 17.50% ثم تصحيح بيانات بنسبة 03.01% ثم إضافة حلول بنسبة 01.50% ثم إضافة روابط بنسبة 01.30% وإضافة تفسيرات لما ورد في المادة بنسبة 01.00%، وذلك يوضح أنّ معظم التعليقات كانت للتعبير عن الرأي وأنّ نسبة 38.70% من التعليقات يتفق في الرأي مع الموضوع ونسبة 40.70% يعارض المادة ونسبة 07.80% محايد، كما جاءت الموضوعات السياسيّة في الترتيب الأوّل.

وجاءت النتائج لتؤكد مصداقيّة صحافة المواطن ودورها في تكوين الرأي العام الذي يؤخذ به في المداولات العامّة وصناعة القرار السياسي.

□ **الدراسة الرابعة: نرمين نبيل الأزرق، "الإستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصّحف المصريّة بين تحقيق الحقّ في الإتصال وتطبيق أخلاقيّات المهنة: دراسة لإشكالات وضوابط اتّخاذ القرار لدى القائم بالإتصال"**، رسالة ماجستير، كليّة الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

هدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف الأشكال المختلفة لإعلام المواطن التي يعتمد عليها القائم بالإتصال وأهمّ العوامل المؤثّرة على القائم بالإتصال في استخدام المضامين التي ينتجها المواطن، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي للقائم بالإتصال في المواقع الصحفيّة التّالية (اليوم السّابع، الأهرام، الوفد، الأخبار، المصري اليوم، الشروق، الحرّيّة والعدالة). وأجريت مقابلات متعمّقة مع 20 صحفي بمواقع الصّحف عيّنة الدراسة منهم مسؤولين ومحرّرين.

وكانت أهمّ النتائج: جاءت أكثر أشكال صحافة المواطن استخداماً فايس بوك وتويتر، ثم مقاطع الفيديو سواء أرسلت للصحيفة أو موقع يوتيوب، كما أوضح الصحفيّون أهميّة التعليقات التي تأتي على ما تنشره الصحيفة من مقالات وأخبار حيث أنّها أصبحت جزء لا يتجزأ من مهمّات المواطنين، وكانت أهمّ مميّزات الاستعانة بإعلام المواطن أنّها تتيح الوصول لأكبر عدد من الأخبار ومن مناطق متنوّعة، وكانت أهمّ الضوابط التي يتبعها الصحفيّين الإبتعاد عن أيّ إساءة للمعتقدات والمقدّسات الدنيّة وعدم الإعتماد على المشاركات غير القانونيّة.

□ **الدراسة الخامسة: أميمة أحمد رمضان** استخدام الصّحف المصريّة لأدوات الإعلام الجديد

وانعكاساتها على العمل الصّحفيّ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.

هدفت الدراسة إلى التّعرف على استخدام الصّحف المصريّة لأدوات الإعلام الجديد

وانعكاساتها على العمل الصّحفيّ وذلك من خلال مسح ميدانيّ لعينة عمدية من القائمين بالإتصال المستخدمين لتلك الأدوات قوامها 120 مفردة موزّعة بالتساوي على القائمين بالإتصال في الصّحف المصريّة القوميّة والحزبيّة والخاصّة، وهي الأهرام والأخبار والجمهورية والوفد والأهالي والأحرار والمصريّ اليوم واليوم السّابع والدستور، وتمّ استخدام أداة الإستبيان لجمع البيانات المطلوبة.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ أهمّ أشكال التّفاعل بين الصّحفيّين والقراء هي: تلقّي تعليقات القراء

عبر صفحات الفيس بوك بنسبة 77.59% وتلقّي رسائلهم عبر البريد الإلكتروني بنسبة 71.80%

وقراءة تعليقاتهم على الصّفحات الشّخصيّة ثم استقبال مكالمات هاتفية ثم رسائل قصيرة ثم تعليقات

القراء على المدونة الشّخصيّة للصّحفيّ ثمّ التّواصل عبر مكالمات الفيديو على Skype.

ثانياً: دراسات باللّغات الأجنبيّة:

□ **الدراسة الأولى: باللّغة الإنجليزيّة**

- **José van Dijck**, "Users like you? Theorizing agency in user-generated content". Media Culture Society, Article, School of Journalism, University of British Columbia, Canada, 03(05), 2012, PP.119-151

هدفت الدّراسة المعنونة بـ "المستخدمين مثلك؟ التّظهير في المحتوى الذي يولّده

المستخدم". إلى توضيح التّأثيرات التي مارسها الأدوات الاتّصاليّة الجديدة على المجتمع، وتتمثّل هذه

القنوات في موسوعة ويكيبيديا Wikipedia وموقع Youtube وموقع My Space والتي يقوم الأفراد

بإنتاج محتواها.

وتوصّلت الدّراسة إلى العديد من النّتائج أهمّها: أنّ منتجات ما يُطلق عليها وسائل الإعلام

الشّخصيّة أصبحت جزءاً متزايداً من الحياة اليوميّة وقد ظهر ذلك في مضمون عدّة برامج تلفزيونيّة

اعتمدت على بثّ لقطات الفيديو المنزليّة الطّريفة، كما توصّلت إلى أنّ موقع يوتيوب غطّى حوالي 60

% من سوق مشاركة الفيديو عام 2016 ويتمّ تنزيل 100 مليون مقطع فيديو من الموقع و65000

مقطع فيديو جديد يتمّ تحميله يومياً على الموقع.

□ الدراسة الثانية: باللغة الإنجليزية

- Alfred Hermida and Neil Thurman, "How the British news media are struggling with user-generated content". Article, School of Journalism, University of British Columbia, Canada, 03(05), 2008, PP.114-139

هدفت الدراسة المعنونة بـ " كيف تعالج وسائل الإعلام البريطانية المحتوى الذي ينتجه المستخدمون" إلى التعرف على طرق استعانة مواقع الصحافة البريطانية بمضامين المستخدمين، حيث قام الباحثان بتحليل مضمون هذه المواقع وإجراء مقابلات متعمقة مع المسؤولين عنها. وكشفت الدراسة عن تزايد مساهمات المستخدمين على هذه المواقع بشكل لافت للنظر، سواء في صورة تعليقات أو مدونات أو السماح بنشر قصصهم الإخبارية، كما كشفت عن تمسك القائمين على هذه المواقع بالتقاليد الخاصة بحراسة البوابة، وقيامهم بتقوية وغرلة المضامين التي ينتجها المستخدمون، فمن بين 118 مدونة وجدت على هذه المواقع لم تسمح سوى لـ 12 منها للمستخدمين بالتعليق على ما ينشر فيها، دون المرور على بعض المحررين لمراجعتها، كما أعرب هؤلاء المسؤولين عن تشكيكهم في القيمة الصحفية والتجارية لهذه المضامين، وبشعورهم بالقلق من تأثيرها على سمعة مؤسساتهم، وإمكانية تعرضها لمساءلات قانونية، ولكنهم من ناحية أخرى يرون أن زيادة مساهمات المستخدمين يمكن الاستفادة منها في زيادة الولاء للمؤسسة.

□ الدراسة الثالثة: باللغة الإنجليزية

- Adam De Torres. "See you on Facebook or Twitter? The use of social media by 27 news outlets". Article, School of Journalism, University of British Columbia, Canada, 2013, PP. 45- 73

هدفت الدراسة المعنونة بـ "نراكم على الفيسبوك أو تويتر؟ استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل 27 منفذاً إخبارياً"، إلى اختبار مدى استخدام وكالات الأنباء الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لجمع المعلومات، ومعرفة إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر تؤدي دوراً رئيساً في صناعة الخبر المحلي. وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتمّ جمع البيانات باستخدام صحيفة تحليل المضمون والمقابلة، وتم اختيار عينة قوامها 500 من التغريدات، ووسائل الأخبار المحلية التي نشرتها 27 وكالة أنباء محلية، في 9 مناطق من دول مختلفة على موقعي تويتر، وفيس بوك، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- فيس بوك وتويتر هما أكثر التطبيقات استخداماً للصحافة الحديثة، نظراً للخصائص المتوفرة بهما، وعدد المشاركين فيهما.
- الرسائل المنشورة في موقع فيس بوك كانت أكثر جاذبية من موقع تويتر، كما أن المواضيع التي نشرت في موقع فيس بوك ارتبطت بمصدر الخبر.
- تطبيقات التواصل الاجتماعي تتميز بالسرعة في نشر الخبر والمعلومة واستقبالها والإرتباط بها، من خال تقنية رمز الهاشتاغ المتاحة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع تويتر وفيس بوك.

□ الدراسة الرابعة: باللغة الإنجليزية

- Chung.D.S,"Profits and Perils –Convergence–".The International Journal of Research into New Media Technologies.13(01), 2007, PP.43-61.

صنفت الدراسة المعنونة بـ "الأرباح والمخاطر - مقارنة- " الصحفيون إلى أصوليون puristes وتقليديون حذرين cautions traditionalistes ومبدعين innovateurs وهم الراغبون بشكل طوعي بالإنفتاح من المضامين التي ينتجها المستخدم، حيث أجرى مقابلات مع منتجي المواقع الحائزة على جوائز في الصحافة الإلكترونية لمعرفة تصوراتهم في الأشكال التفاعلية التي توفرها على المواقع الإعلامية والعوامل المؤثرة في تبنيها. وقد أظهر الصحفيون اهتماماً بالاستفادة من هذه الأشكال إلا أنهم أعربوا عن وجود بعض المشكلات التي تحول دون استفادتهم منها، مشيرين إلى أن الصحافة الإلكترونية تمرّ بمرحلة انتقالية تتسم بالصراع بين القديم والجديد، لكنهم لم يتوقعوا أن تتبنى هذه المواقع الأشكال التفاعلية بشكل كامل.

□ الدراسة الخامسة: باللغة الإنجليزية

- Axel, Bruns,"Journalists and Twitter:How Australian News Organisations Adapt to a New Medium".ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia, 05(01), 2012, PP.46-73.

جاء في الدراسة المعنونة بـ "الصحفيون وتويتر: كيف تتكيف المؤسسات الإخبارية الأسترالية مع وسيلة جديدة"، أن تويتر طور حضوراً مرئياً بشكل متزايد في الصحافة الأسترالية خاصة من ناحية مناقشة الأخبار، حيث بدأ العديد من الصحفيين في استكشاف نهج يمكن التحكم فيه لدمج أخبار صحافة المواطن لتويتر في عملهم، وتبحث هذه المقالة في وضع المؤسسات الصحفية

على تويتر خلال حدثين سياسيين رئيسيين في استراليا يتعلّقان بانتخابات حزب العمال في جوان وجويلية 2010، حيث جرى الحفاظ على مكانة بارزة في الشبكة الإعلامية فقط بالتنسيق مع المستخدمين الذين أثروا النقاش والمساهمات.

وخلصت الدراسة إلى تتمين الأدوار الرائدة للتغريد في تغطية ما لا يمكن أن تقوم به الأخبار الصحفية الاسترالية، خاصة من ناحية الأخبار العاجلة لتغطية المزيد من الأخبار العاجلة، وكذا لتغطية المزيد من الأحداث المتوقعة في السياسة وغيرها من المجالات، وهذا ما جعل الصحفيين الأستراليين والمؤسسات الإخبارية يعملون على ترسيخ أنفسهم في هذه الوسيلة كمصادر رئيسية للمعلومات، واستنتج الباحث أنّ طابع ورؤية تويتر مدفوعة بالشخصية الفردية وليس البصمة المؤسسية، حيث لاحظ أنّ المؤسسات الإخبارية الأسترالية غابت بشكل واضح على الأقل في الحالتين اللتين تمّ النظر فيهما ممّا جعل المصادر المهنية بشكل عام تبدو أقلّ وضوحاً وأقلّ أهمية، وبدا واضحاً أنّ هناك فرق بين الصحفيين المهنيين والجمهور الهواة، الأمر الذي يتحمّم إجراء المزيد من البحوث لاستكشاف نشاط الصحفي المواطن على تويتر خاصة ما يتعلق بالأخبار العاجلة والأحداث الكبرى.

□ الدراسة السادسة: باللغة الإنجليزية

-Hassan Ahmed Abusharifah. "The Usage of Al-Arabiya and Al-Jazeera News Channels of Twitter to Disseminate Breakdown News". Article.2019. Teaching Assistant of Electronic Journalism, Faculty of Arts, Jazan University.JPRR. 2019, PP.18-31.

هدفت هذه الدراسة المعنونة بـ "إستخدام قنوات الأخبار(العربية والجزيرة) لتويتر لنشر الأخبار العاجلة"، إلى التّحقّق في نوع المحتوى المستخدم في التغريد الذي يغذي الأخبار العاجلة في كل من قناتي العربية والجزيرة الإخباريتين، وتستكشف الدراسة العلاقة بين نوع الأخبار وإعادة التغريد وتأثير التفاعل بين المحرّرين والجمهور على نوع من الأخبار المقدّمة في الشرق الأوسط. وقد استخدمت الدراسة تحليل المحتوى الكميّ لتحليل 500 تغريدة تمّ جمعها من كلّ من العربية والجزيرة، من حسابات شخصية قدرها 250 حساب، في الفترة من 1 إلى 28 فيفري 2019.

وقد أشارت النتائج إلى أنّ قناة الجزيرة نشرت تغريدات حول الأخبار السياسية أكثر من العربية، وأنّ كلّ من القناتين تعتمدان على تويتر في جذب اهتمام الجمهور، خاصة نشر التغريدات السياسية التي تحصل على أكبر عدد من الردود والتعليقات أكثر من أيّ نوع آخر من الأخبار. كما أشارت النتائج إلى وجود ارتباط قويّ بين نوع الأخبار وعدد التغريدات.

□ الدراسة السابعة: باللغة الإسبانية

- Araceli Castello Martinez. "El uso de Twitter como canal de informacion y conversacion por parte de los medios convencionales". Article. Universidad Jaime I , Espana. Anuario Electronico de Estudios en Comunicacion Social "Disertaciones", 08(01), 2015, PP.93-121

هدفت الدراسة المعنونة بـ "تويتر كمصدر معلومات للأحداث غير المتوقعة- تتبّع الهاشتاغ في حالة #ArdeValencia"، إلى تقييم محتوى التغريدات لقياس إمكاناتها كمصدر معلوماتي للأحداث غير المتوقعة. ولهذا الغرض ومع تقنيات التحليل الكمي والنوعي للمحتوى، تم تحليل التغريدات المرتبطة بهاشتاغ #ArdeValencia، وهي تسمية تشير إلى حرائق الغابات في جويلية 2012 في فالنسيا (إسبانيا)، والتي أحرقت 50,000 هكتار.

وأشارت النتائج إلى أنه لا يتم نشر سوى القليل من المعلومات الحصرية، ومع ذلك من الشائع تكرار الآراء والبيانات التي سبق نشرها في وسائل الإعلام التقليدية. من هذا المنظور فإن قيمة تويتر كمصدر للمعلومات مشكوك فيها، ولكن يمكن أن تعمل كميزان حرارة بيئي. وفي هذا الصدد يتضمن ما يقرب من نصف التغريدات تعليقات وانتقادات ضد حكومة فالنسيا من أجل خفض الميزانية في مجال الوقاية من الحرائق. وبهذا المعنى يتم الاعتماد على استخدام الهاشتاغ كأداة لمصادر المعلومات رغم أن أغلب التغريدات تأتي من مستخدمين مجهولين وهو ما يمثل 35.7% من الحالات، فإن الطريقة الفعالة لتحديد أماكنهم هي مراقبة جميع التغريدات المرتبطة بالهاشتاغ الذي يشير إلى الحدث بغض النظر عما إذا كانت تأتي من جهات فاعلة مجهولة أو محددة. قد يكون هذا الاستنتاج مثيراً للاهتمام بالنسبة للصحفيين الذين اعتادوا على تجنب المنشورات المجهولة. فعلى الرغم من أن التغريدات تنشر بشكل متقطع كما هو الحال في النقاش حول #ArdeValencia، إلا أنه يبدو من المستحسن إضافة مراقبة الهاشتاغ إلى أدوار الصحفي المهني.

وفيما يتعلق بالفرضية الثالثة، يتأكد تكرار المعلومات والآراء المتعلقة #ArdeValencia، مما يقلل من تنوع المعاني. ويتجلى ذلك بشكل خاص في افتراض النقد. حيث أن معظم المعلقين يدورون حول فكرتين هما: التشكيك في مسؤوليات الرئيس الذي لم يزر المنطقة المحترقة، وإدانة تخفيضات حكومة فالنسيا لوسائل مكافحة الحرائق.

واستنتجت الباحثة على أنه وبالرغم من أن تويتر يمكنه إعادة إنتاج الأخبار بعيداً عن الروتين الإنتاجي لوسائل الإعلام الرئيسية، إلا أنه يسمح أيضاً بفتح النقاش أمام الجهات الفاعلة في المنتديات الرسمية، سواء كانت مصادرها مجهولة أو معروفة والتي يمكن للصحفي استخدامها كمصدر للمعلومات.

9-2- نقاط التشابه والاختلاف:

يُمكن تحديد نقاط تشابه واختلاف الدراسة الحاليّة مع الدراسات السّابقة في النقاط التّالية:

أولاً- موضوع الدّراسة

- اختلفت الدّراسة الحاليّة عن جميع الدّراسات السابقة في أنّها تناولت صناعة المضامين في البيئة الإعلامية الجديدة حيث تناولت مختلف أدوار المستخدمين وأشكال صناعة المحتوى للموقع الإلكتروني للجزيرة ومنصّات التّواصل المرتبطة به، وهذا بشكل معمّق من التّحليل. واتفقت مع الدّراسات السّابقة في أنّها تناولت إفرازات صحافة المواطن وتطبيقاتها وانعكاساتها؛
- اختلفت هذه الدّراسة عن معظم الدّراسات السّابقة في أنّها تبحث في المسألة بغضّ النظر عن الموضوع إن كان سياسي أو إجتماعي أو اقتصادي أو غيرها، في حين أغلب الدّراسات السّابقة ركّزت في البحث في موطن واحد من مواطن الموضوعات السّابقة؛
- اختلفت هذه الدّراسة عن الدّراسات السّابقة في أنّ هذه الأخيرة ركّزت على الجانب المتخصّص في المواضيع المدروسة وغالبيتها تناولت الطابع الخبري فقط ، في حين تشعبت دراستنا لدراسة كلّ أشكال مساهمات المستخدم بما فيها النّصيّة والصوريّة (الإيموجي Emoji)، وغيرها من الأشكال الحديثة، في حين تشابهت معها في بعض الأشكال.

ثانياً- نوع الدّراسة

تقع هذه الدّراسة ضمن الدّراسات الوصفيّة، وهي بهذا تتشابه مع جميع الدّراسات السّابقة.

ثالثاً- منهج الدّراسة

تشابهت دراستنا مع البعض من الدّراسات السّابقة في استخدامها للمنهج التّحليلي الوصفي القائم على المسح الإفتراضي (online survey) أو ما يُعرف أيضا بالمسح السيبراني، في حين أنّ غالبية الدّراسات السّابقة اعتمدت منهج المسح الإعلامي الواقعي، وكذلك المنهج المقارن.

رابعاً- أدوات الدّراسة

اتفقت الدّراسة الحاليّة مع عدد قليل من الدّراسات السّابقة في استخدامها لأداة تحليل المحتوى والملاحظة، واختلفت مع عدد كبير من الدّراسات التي استخدمت المقابلة واستمارة الإستقصاء.

خامساً- مُجتمع وعينة الدراسة

- تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة وهم المستخدمين لصحافة المواطن، وعينة الدراسة هو موقع إلكتروني لفضائية إخبارية، في حين كان مجتمع الدراسة في أغلب الدراسات السابقة هم الصحفيون العاملون في وسائل الإعلام الورقية؛
- تتفق أيضاً دراستنا مع بعض الدراسات السابقة في تناولها مؤسسة صحفية عربية، وتختلف مع غالبيتها في تناولها مؤسسة صحفية غربية (أمريكية، أوروبية، إفريقية، أسترالية).

سادساً- مدة الدراسة

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها حددت مدة أطول من الدراسات السابقة والمحددة بثلاثة أشهر، في حين إكتفت الدراسات السابقة بمدة أقل من ذلك وفي الكثير من الأحيان لا تتجاوز الأيام القليلة.

سابعاً- الدرجة العلمية للدراسة

كل الدراسات السابقة هي عبارة عن رسائل ماجستير أكاديمية أو مقالات منشورة في مجلات عالمية، في حين دراستنا مصنفة ضمن درجة البحث الأكاديمي المستفيض لدرجة الدكتوراه.

9-3- أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة:

كشف إطلاعنا على الدراسات السابقة عن قلة الأبحاث التي اهتمت بتناول الأبعاد الثلاثة التي تربط بين المقاربات النظرية الحديثة المتعلقة بالأنواع والأشكال الجديدة من الصحافة والعمل الصحفي، وبين التطبيقات الحديثة المستخدمة في مجال توصيل المحتوى الإعلامي وبين أدوار المستخدمين في صناعة هذا المحتوى، وبما يساعد في دراسة ظاهرة إعلامية جديدة لها تأثيراتها على صناعة العمل الإعلامي بمجمله رغم إجراء معظم الدراسات السابقة (في أغلبها) في بيئات مغايرة للبيئة العربية والتي تتشكل فيها الأدوار التي يقوم بها مستخدمو منصات التواصل بصناعة المضامين الإعلامية بعوامل أخرى ناجمة عن الواقع الذي يعيش فيه الإعلام الغربي، وهو ما يقتضي استكشاف أبعاده.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة وجدنا أنها خلصت إلى مجموعة من النقاط أهمها:

- أن مجتمع المعلومات ولید تطوّر شبكات الاتصال الحديثة قلب قطاع الإعلام بخلق طرق جديدة لجمع ومعالجة وبتّ المعلومات؛
- أن منتجات الإعلام الإجتماعي عموماً وصحافة المواطن خصوصاً، أثرت على طبيعة مصادر الصحفي الوطني والعالمي وأصبحت جزءاً متزايداً من الحياة الصحفية المهنية اليومية؛
- أن ما يُنتج المستخدم يلعب دوراً مهماً في تحديد نوع وشكل المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام المختلفة. وبهذا فهو يقوم بالدور الفاعل في ترتيب الأولويات؛
- لمصادر الأخبار دوراً مفصلياً في إبراز القضايا السياسية والإقتصادية والإجتماعية وغيرها وفي حجم التغطيات، وعليه فإنّ إن الفرص المتاحة من قبل الويب المتميز بتعدد الوسائط، التفاعلية، الآنية، الكمّ الهائل من المعطيات،... وغيرها، غيرت من العمل الميداني الصحفي، حيث أصبح من غير الممكن عدم استخدام الإعلام الإجتماعي وأشكال مساهمات المستخدمين؛
- لايزال الإعلام الجديد يمرّ بمرحلة انتقالية تنسّم بالصراع بين القديم والجديد، رغم تبنى الإعلام التقليدي لأشكال التفاعلية بشكل متعاضم؛
- يُعتبر الفيسبوك وتويتر ويوتيوب من أكثر التطبيقات استخداماً للصحافة الحديثة، سواء تعلق الأمر بمنصاتها الخاصة أو مصادر مشاركات المستخدمين، وهذا نظراً للخصائص المتوفرة، وعدد المشاركين، وسهولة الإستخدام؛
- النقاش والتفاعل مع مُخرجات المستخدمين التي تشاركها المؤسسات الإعلامية في منصاتها الإلكترونية تثيري الموضوعات أكثر وتحقق أكبر مدى من المقروئية، كما أنها تتيح الوصول

- لأكبر عدد من الأخبار ومن مناطق متنوّعة، ممّا يؤدي إلى تزايد مصداقية وسائل الإعلام التقليديّة على حساب وسائل الإعلام الجديدة؛
- إنقلبت مهمّة القائم بالاتّصال من حراسة البوّابة التقليديّة إلى مراقبة البوّابة الإلكترونيّة حيث يعتمد الصّحفيون المتمرّسون على ضوابط عديدة للإبتعاد عن الإساءة للمعتقدات والمقدّسات الدّينيّة وحجب المشاركات والتّفاعلات غير القانونيّة؛
- رغم مساهمات المستخدمين في زيادة الولاء للمؤسّسات الإعلامية إلاّ أنّ طابع التّشكيك في القيمة الصّحفيّة والتّجاريّة لهذه المضامين، وبالشّعور بالقلق من تأثيرها على سمعة مؤسّساتهم، وإمكانية تعرّضها لمساءلات قانونيّة، لايزال يأخذ الطّابع الأكبر من توجّهات المسؤولين المهنيّين.

وقد ساعدت وأفادت هذه الدراسات الباحث في جوانب عدّة، منها:

- وضع التّصوّر العام للدراسة وتوتيد إحداثيّات الموضوع ووضع المقاييس الخاصّة بالعوامل المتعلّقة بالدراسة؛
- تحديد إشكاليّة البحث وتوصيف متغيّراته والتّحقّق من مدى أهمية الدّراسة وصياغة الأهداف والتّساؤلات والفروض، وتحديد أدوات قياسها والإجابة عن التّساؤلات وتحقيق أهداف البحث؛
- التّعرّف على المناهج والأدوات المستخدمة واختيار المنهج وأداة الدّراسة؛
- المساهمة في تحديد مجتمع الدّراسة وعيّنتها؛
- الاستفادة في بناء الإطار المعرفي من خلال مراجعة الجانب النظري لهذه الدّراسات والتّعرّف والإطّلاع على المراجع المفيدة فيها؛
- الاستفادة من الدّراسات السابقة في مناقشة النتائج ومقارنتها مع الدّراسة الحاليّة؛
- أخذ صورة مُسترجعة وواضحة عن طبيعة العمل البحثي ومنهجيّته بشكل عام.

الإطار النظري

للدراسة

أحدثت تكنولوجياً المعلومات والاتصال ثورة شاملة في جميع الميادين، وأصبحت السرعة وكثرة الابتكارات وتنوعها من أبرز السمات التي طبعت مختلف نواحي الحياة خاصة الإعلام والاتصال، فقد شكّل اندماج الإعلام بشبكة الانترنت ظاهرة إكتساب الإعلام سمات العصر وخصائصه إفراز نمط جديد يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله وتأثيراته الواسعة النطاق عن ما سبقه، وأصبحنا نعيش في عصر إعلامي جديد له بالغ الغايات وعمق التأثير وقوة التوجيه جعلت منه حجر الأساس في منظومة المجتمع، إذ جعلت التغييرات الحاصلة المشهد الإعلامي في متناول الجميع بعد أن كان محتكراً على فئة محدّدة، وصار المحتوى الإعلامي أكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور متجاوزاً القيود التقليديّة وأفرزت البيئة الجديدة عدّة أشكال إعلامية متنوّعة في الأنماط والأنواع والتطبيقات، كما أتاح الجيل الثاني للإنترنت إمكانية النشر والتفاعل والبتّ بشكل مستقلّ عن المؤسسات الإعلامية التقليديّة وحوّل المستخدمين إلى منتجين للرسائل الإعلامية وحقّق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده بل تخطّى بهم إلى مرحلة المرسل فائق النشاط في إطار يؤطّره مجتمع المعلومات، إذ مكّن التطور الحاصل للأفراد العاديين من إنتاج مضامين إعلامية حتى وإن لم يكونوا صحفيين مهنيين ونشرها على الشبكة العالمية، والقنوات التلفزيونية والإذاعية ووكالات الأنباء، فالإنترنت الواسع للوسائل والبرامج والتطبيقات والفضاءات والأجهزة الحديثة وسهولة استعمالها من طرف الأشخاص، أدّى إلى قيام المواطنين بصناعة مواد ومضامين إعلامية تنافس في الكثير من الأحيان مخرجات الوسائل الإعلامية المهنية التقليديّة، لذلك لجأت هذه الأخيرة إلى استخدام هذه الإمكانيات غير المسبوقة إمّا بالتعاون مع هؤلاء الهواة مباشرة أو بمشاركة محتوى مضامينهم، وقد أفرز هذا الأمر جملة من الجدل البحثي والأكاديمي حول طبيعة العلاقة بين صحافة المواطن والإعلام التقليدي، بين من يعدّها منافساً له وآخر بديلاً عنه، في حين أشار وجهات نظر أخرى إلى ضرورة إيجاد دعائم تكامل بين النمطين من خلال جعل مخرجات هذه الصحافة مصدراً للمعلومات من قبل العاملين المهنيين على الرغم من التحديات التي تواجه صحافة المواطن، خاصة منها المفاهيمية، الاقتصادية، القانونية والأخلاقية.

بناءً على ما سبق سننتاول في هذه الفصل مختلف المداخل التي أدت لتبلور صناعة المضامين في البيئة الجديدة سواء التي تعلق منها بالسياقات التكنولوجية أو البنائية أو الوظيفية، منتبّعين مختلف المسارات بدءاً بالتفصيل في أطوار الثورة المعلوماتية والاتصالية الحديثة ودور التكنولوجيا وتأثيراتها وانعكاساتها على المفاهيم والاستخدامات، خاصة من ناحية الإرتقاء بالبنية

السيمائية للويب التقليدي القائم على أحادية إنتاج المحتوى إلى 2.0 ذو المصادر الفتوحة والذي خلق مجتمع معلومات له خصائص ومكونات ومحددات ومكّنه من إنتاج وإعادة إنتاج المضامين الإعلامية وأبرز العديد من التغيرات في بيئته الجديدة، إلى ويب 3.0 المعبر عن مستقبل شبكة الويب العالمية والحامل لمفهوم جديد هو لامركزية شبكة الويب واستقلالها عن الشركات الكبرى المسيطرة، متمحصين إسقاطات الإعلام الإجتماعي، تطبيقاته وأدوات، ومختلف الابتكارات، البرامج، الوسائل،..التي ساهمت في ارتقائه وانتشاره، وأشهر فضاءاته، لنخرج أخيراً في قضايا اعتماد وسائل الإعلام على مخرجات صحافة المواطن وتوظيفها في أجندها الإخبارية وهو ما يحيلنا إلى الخوض في كرونولوجيا مصادر المعلومات والتحوّلات في صناعة المضامين الإعلامية وأدوار مستخدميها. مستشرفين آفاق التحوّل، عقبات، تحديات، صحافة المواطن.

-I

تكنولوجيا الإتصال
ومجتمع المعلومات
كحاضنة
لصناعة المضامين

شهد عالمنا المعاصر تقدماً تكنولوجياً وعلمياً متسارعاً ونمواً مذهلاً للمعرفة الإنسانية بلغ حدّ الانفجار، وهذا بفضل تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطوراتها وتأثيرات الثورة الرقمية في نمط الحياة الإنسانية على مختلف الأصعدة، حتى سمي عصرنا الحالي بعصر "الثورة المعلوماتية"، ارتبطت به أنشطة وتدابير وممارسات إنتاجاً ونشراً وتنظيماً واستثماراً، طبقت في وسط اجتماعي سمي بـ "مجتمع المعلومات" القائم على إنتاج المعلومات، وأنشطة البحث والجهود الإبداعية والتأليف الموجه لخدمة الأهداف التثقيفية والتعليمية.

في هذا الباب سنتناول السياقات المجتمعية كإحدى محددات صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة، وهذا من خلال التفصيل في قضايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، المفهوم، الأنواع، التطور التاريخي، الوظائف والخصائص، المنظومة التقنية، ثم الناتج الاجتماعي لهذا التطور والتمثل في مجتمع المعلومات، مفهومه، خصائصه، مبادئه، مؤشرات، إفرزاته، والفرق بينه وبين المجتمع التقليدي.

1 - 1 - تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة :

1-1- مفهوم التكنولوجيا وأنواعها:

أولاً- مفهوم التكنولوجيا:

يُعتبر مفهوم التكنولوجيا من المفاهيم التي ناقشها الكثير من الباحثين والمفكرين واختلفوا في نظرتهم لها وهذا راجع لاختلاف تخصصهم ونظور خصائص التكنولوجيا نفسها، مما أفرز عدم وجود تعريف دقيق ومحدد للمصطلح، لكن المتفق عليه أن ماهية التكنولوجيا قديمة قدم الاختراعات البشرية، فقد اعتبرت وسيلة من الوسائل التي اكتشفها الإنسان منذ تطويعه البدائي للطبيعة، وبعدها أصبحت أداة يستعملها لخدمته ومساعدته لقضاء حاجياته المتنامية، ثم تطوّر استعمالها وعمّ إلى درجة أصبحت في غاية الأهمية في حياته العامة والخاصة وهذا ما جعلها المسؤولة عن معظم التغيرات التي تحدث داخل المجتمع المعاصر.

هذا من حيث المضمون، أما من حيث اللفظ ذاته فقد استعمل حديثاً، حيث ورد في بعض المصادر أن أول ظهور لمصطلح التكنولوجيا "Technology" كان في ألمانيا عام 1770 وهو مركّب من مقطعين "Techno" وتعني في اللغة اليونانية "الفن" أو "صناعة يدوية" و "Logy" وتعني "علم" أو "نظرية" وينتج عن تركيب المقطعين معنى "علم صناعة المعرفة النظامية في فنون الصناعة والعلم التطبيقي". (1)

وبنظور حاجيات الإنسان المجتمعية وممارساته اليومية والمتنوعة أدى هذا إلى تطوّر مفهوم التكنولوجيا وتعدّدت تعريفات الباحثين والمفكرين لها. (2)

ومن تعريفاتها ما أورده الباحثان Sazali, A.W., & Raduan, C. R "كلّ التقنيات التي تتصل بالمبادئ العلمية والاكتشافات فضلاً عن العمليات الصناعية ومصادر القوة وطرق النقل والاتصال الملائمة لإنتاج السلع والخدمات، ويرى على أنها لا تعنى فقط بوصف العمليات الصناعية ولكنها تتبّع تطوّرها، معنى ذلك أنها تكشف عن أسلوب الإنسان في التعامل مع الطبيعة والتي من خلالها يدعم استمرار حياته". (3)

(1) - دليو، فضيل: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال"المفهوم، الاستعمالات، الآفاق". دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 19

(2) - دليو، فضيل: المرجع نفسه، ص 21

(3) - Sazali, A.W., & Raduan, C. R : The Inter Firm Technology Transfer in Malaysia " A Holistic Approach". VDM Verlag Publishing, Germany, Saarbrucken, 2011, p29

أما "عبد العاطي السيد" فإنه يستلهم مفهومها من تعريف أوغبرن "OGBURN" على أنها: دراسة الوسائل الفنية التي تشمل كل موضوعات الثقافة المادية وهي لذلك تتضمن كل ما يقدمه العالم الطبيعي من أسرار مادية. (1)

ويُعرفها "François Russo" بأنها: (مجموعة من العناصر تمزج فيما بينها وهذه العناصر هي : تدوين القوانين، الشرح، التركيب، الاقتراح. وهي تظهر كوسيلة لرفع الإنتاجية ووضع موارد العلم في خدمة التقدم وترقية الإنسان). (2)

في حين يعرفها "محمود علم الدين" بأنها علم الفنون والمهن. وقد ظهر استخدام لفظها في العصر الحديث خاصة بعد ظهور الثورة الصناعية أين أخذت الآلة مكانها البارز في مجال الإنتاج الصناعي. (3)

كما عرفها "أسامة بن الخولي" بأنها : مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج السلعة أو تقديم خدمة في إطار نظام إجتماعي واقتصادي معين. (4)

ويحدد الباحث "زاهر أحمد" مفهوم التكنولوجيا في ثلاث مفاهيم أساسية:

- التكنولوجيا كعملية (Technology as a process): تعني التطبيق الدقيق والمنظم للمحتوى العلمي أو المعلومات بهدف أداء محدد يؤدي في النهاية إلى حلّ مشكل معين؛
- التكنولوجيا كمنتج (Technology as a product): أي محصلة تطبيق الأساليب العلمية التي تسهم في إنتاج الآلات، الفيلم مثلاً كمادة خام وآلة العرض هما نتاج للتطبيق التكنولوجي، أو بعبارة أخرى يُمكن القول أنها تعني الأدوات والأجهزة والمواد الناتجة عن تطبيق المعرفة؛
- التكنولوجيا كمزيج بين المنتج والعملية (Technology as a mit of processand product): عملية الاختراع تصاحبها عملية إنتاج حتمية، فمثلاً جهاز الكمبيوتر هو أداة تطبيق الأفكار ويصاحبه دائماً تطوّر في إنتاج البرامج وتوسّع كبير فيها وبالتالي لا يمكن فصل التكنولوجيا كأسلوب أو عملية عنها كمنتج. (5)

(1) - دليو، فضيل: المرجع السابق، ص 22

(2) - أبو شنب، جمال: العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية وحتى الآن. الإسكندرية دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 81

(3) - محمود، علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 17

(4) - الهاشمي، مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2004، ص 45

(5) - عبد الباسط، محمد: استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج التلفزيوني والإذاعي "دراسة تطبيقية وميدانية"، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005، ص 82

وعلى هذا الأساس ومن خلال التعريفات السابقة يمكن القول أنّ كلمة التكنولوجيا بصفة عامّة تشير إلى الوسائل والآلات والمعدّات التي يستخدمها الإنسان لتلبية حاجاته وتوجيهه في شؤون الحياة. وتشمل جانبيين:

- الجانب المادي: المتمثّل في الآلات والأجهزة والمعدّات والتّقنيّات وغيرها؛
- الجانب العلمي: المتمثّل في الأفكار والمعارف.

ويُرجع الإهتمام بالتكنولوجيا في العصر الحالي إلى العوامل التّالية:

- معدّل النمو الاقتصادي يعتمد على معدل التطور التكنولوجي؛
- الإهتمام المتزايد بتطوير مختلف الأجهزة والمعدّات وإعطاء مساندة كبيرة للأبحاث في هذه المجالات؛
- التقدّم في الآليّة "Automatisation" أدّى إلى شيوع البطالة ومن ثمّ يجب البحث عن أعمال جديدة وتدريب العاملين الجدد على الآلات الحديثة. (1)

ثانياً- أنواع التكنولوجيا:

للتكنولوجيا أنواع عديدة ومختلفة الأوجه، وحسب "أرتود ليتل" "Artaud Lital" فإنّ

للتكنولوجيا ثلاثة أنواع رئيسيّة:

- **تكنولوجيا المفتاح (دقيقة):** هي متقدّمة جدّاً لكونها مؤسّسة على أبحاث علميّة متطوّرة، وهي بهذا الحال بحاجة إلى أفراد ذوي تكوين عالٍ وأموال ضخمة؛
- **تكنولوجيا مبتكرة (فتيّة):** هي تكنولوجيا حديثة النشأة أو قيد التجربة؛
- **تكنولوجيا الأساس:** وهي التكنولوجيا العاديّة والتي لا يمكن بدونها أن تكون صناعة، وبالمقارنة بينها وبين التكنولوجيا الأولى والثانية فهي تعتمد على معلومات تقنيّة أساسيّة وليست حديثة. (2)

كما يُقسّمها "Yadwiga forwier" إلى ثلاثة أنواع، حسب الآتي: (3)

- التكنولوجيا المتطوّرة؛

- التكنولوجيا المتوسطة؛

- تكنولوجيا الأساس.

(1)- الهادي، محمد: نحو مستقبل أفضل لتكنولوجيا المعلومات في مصر. المكتبة الأكاديمية، مصر، 1995، ص48

(2)- bussenau, C, & pertel , M: Economie et gestion de l'entreprise. Unibert, paris, 1995, p117

(3)- Yadwiga, Forwies: Economie internationale. Bauchier, quebec, Canada, 1995, p257

1-1-2 - مفهوم تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصال الحديثة

والفرق بينهما:

أولاً- مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

لم تحضى تكنولوجيا المعلومات كغيرها من المصطلحات الجديدة "خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد" بتعريف موحد بل تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعاً لرؤى المتخصصين والمهتمين بهذا المجال، لذا سنتطرق إلى أهم التعريفات التي تمت صياغتها.

يرى الدكتور "محمود علم الدين" أنه: (إذا كانت المعلومات هي بيانات أو حقائق تمّ معالجتها ويمكن تخزينها، استرجاعها وتشكيلها، فإنّ تكنولوجيا المعلومات تصبح هي مجموعة الأدوات والأنظمة والتقنيات والمعرفة المطورة لحلّ المشاكل التي تتصل باستخدام المعلومات). (1)

مُضيفاً: (...إنّ جوهر تكنولوجيا المعلومات يتركز حول استخدام الحاسبات الإلكترونية والاتصالات عن بعد (السلكية واللاسلكية) لخلق تشكيل وتوزيع التّوير والترفيه ويشكّل أكثر تقنيّة حصاد الوسائل الموظّفة لكي تجمع بشكل منظم وتعالج وتخزن وتعرض وتبادل المعلومات دعماً للأنشطة الفكرية). (2)

وبدورها ترى الباحثة "فاطمة الزهراء محمد عبده" أنّ تكنولوجيا المعلومات هي الأجهزة والوسائل المستخدمة لتسيير إنتاج ومعالجة وتداول المعلومات وتدفّقها وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفعالية مثل الأجهزة السّميّة البصريّة والمصغرات الفيلميّة وآلات التّصوير والاستنساخ، التّلكس والبريد المصوّر، الهواتف والحاسب الإلكتروني. (3)

في حين يُعرّفها قاموس "ماكميلان" Macmillan بأنها: (حيازة، معالجة، تخزين، وبتّ معلومات ملفوظة، مصوّرة، ثنائيّة أو رقميّة بواسطة مزيج من الحاسوب الإلكتروني، والاتّصالات السلكيّة واللاسلكيّة، يعمل على أساس الإلكترونيات الدقيقة). (4)

وقد برزت تكنولوجيا المعلومات كتكنولوجيا مستقلة بواسطة مزيج تكنولوجيا معالجة البيانات والاتصالات السلكية واللاسلكية، فالأولى تزود بمقدرة على معالجة وتخزين المعلومات والأخيرة هي الحامل لتوصيلها، هذا المزيج والتّصاغر قد تمّ إحداثه بما أتيح له من المكونات الإلكترونيّة الدقيقة وتجهيزاتها المعقّدة. (5)

(1)- علم الدين، محمود: تكنولوجيا المعلومات ومستقبل صناعة الصحافة. دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص104

(2)- علم الدين، محمود: المرجع نفسه، ص105

(3)- زكريا الرمادي، أماني: المكتبات العربية وآفاق تكنولوجيا المعلومات. دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2006، ص8

(4)- Dennis longiey et Michel Shain: Dictionnaire de la technologie de l'information. Macmillan presse, 2em edition, london, 1985, p33

(5)- Chun, C : Modeling the Technology Transfer to Taiwan from China. International Research Journal of Finance and Economics, 07, 2007, p49

في حين يُعرفها توم فورستي "Tom Forsty" بأنها: (العلم الجديد القائم على جمع وتخزين واسترجاع المعلومات، أو هي: علم معالجة المعلومات خاصة بواسطة الحاسبات الإلكترونية واستخدامه للمساعدة في توصيل المعرفة في الحقول الفنية والاقتصادية والاجتماعية). (1)

أما روجر كارتر " Roger Carter " فيقول بأنها: (... نتاجاً متناسباً للتلاحم والتكامل بين كل من تكنولوجيا الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصال). (2)

وتُعرف أيضاً على أنها: (الأنظمة والأدوات المستخدمة لتلقي وخرن وتحليل ونقل المعلومات في جميع أشكالها وتطبيقاتها في كل جوانب حياتنا الشاملة المكتب، المجتمع، والمنزل). (3)

ووفق تعريف اليونسكو UNESCO^(*) فإن تكنولوجيا المعلومات هي: (مجالات المعرفة العلمية والتقنية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول معالجة المعلومات وتطبيقاتها، إنها تفاعل الحاسبات والأجهزة مع الإنسان ومشاركتها في الأمور الاجتماعية والاقتصادية والعلمية). (4)

كما يُنظر إليها على أنها: التقنيات والعمليات والنظريات ذات العلاقة بجمع المعلومات وتخزينها واسترجاعها وبتبثها، ولهذا فهي تضم التقنيات الدائرة حول الاتصالات السلكية واللاسلكية وحقول المعرفة الناشئة عنها كالذكاء الاصطناعي والتخصصات الأخرى القائمة). (5)

- (1) - عماد مكاي، حسن: تكنولوجيا المعلومات والاتصال. مرآز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2002 ، ص13
- (2) - Roger, Carter : "information technologie"made simple books". without places, london , 1991, p8
- (3) - مفتاح، دياب :تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الفرد والمجتمع. المجلة العربية للمعلومات العدد 1، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1998، ص24
- (*) - منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)
- (4) - صامويل صون، وآخرون: نظم وشبكات المعلومات، ترجمة شوقي سالم. دار البحوث العلمية، الكويت، 1986 ، ص17
- (5) - البياني، دياس خضير : الاتصال الدولي العربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق. دار الشروق، الكويت، 2006، ص28

ويُمكن تعريفها أيضاً على أنها: (الحصول على المعلومات الصوتية والمصورة والرقمية والتي يتمّ تجهيزها وتخزينها وبيئها باستخدام مجموعة من المُعدّات الميكروإلكترونية الحاسبة والاتصالية عن بُعد). (1)

ومن هذا المُنتلق يُمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات رغم أنها متعدّدة إلا أنها تشترك في أنه يتمّ مزجها لتخدم حاجات ثورة المعلومات، وهذه التكنولوجيا تشمل تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني، الاتّصالات السلكية واللاسلكية، التكنولوجيا المسموعة والمرئية، الطباعة كلها جزء من تكنولوجيا المعلومات. وهي إدخال أو تطبيق الأدوات والتقنية المتصلة بعلم المعلومات في حلّ مشكلات النظم مثل الحاسب الإلكتروني ووسائل الاتّصال والوسائط المصغرة. (2)

وهي ليست أداة إستهلاكية أو تسلية وإنما هي الوسيلة الوحيدة للبقاء في مجتمع القرن الواحد والعشرين وهي تتكوّن من العرض والتجهيزات مثل أجهزة الكمبيوتر ومكوناتها وأجهزة الاتّصالات وصناعة الإلكترونيات، أمّا الجانب الثاني فهو الطلب على تطبيقات المعلومات. (3)

كما تشير إلى الوسائل المستعملة لإنتاج، معالجة، تخزين، استرجاع، وإرسال المعلومة، سواءً كانت في شكل كلامي "صوتي"، أو كتابي أو صورة. (4)

وعليه ومن خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات تساعد في الحصول على المعلومات والرسائل سواءً كانت في شكل صوت أو صورة أو نص مكتوب فنستقبلها ثم نقوم بالردّ عليها عن طريق مجموعة من الوسائل أو بالأحرى المُعدّات. (5)

- (1)- محمد صالح، أحمد: الإنترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء. دار الأمين للنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص25
- (2)- انجي، هارتلي: التكنولوجيا المتطورة وآفاق المستقبل ترجمة مصطفى عبد الرؤوف، الدار العلمية للنشر والتوزيع، لبنان، 2000، ص236
- (3)- Michel, Paguin: gestion des technologies de l'information .les édition agence dare, canada, 1990, p17
- (4)- Pearson, J : Information and Communications Technologies and Teacher Education in Australia. Technology, Pedagogy and Education, 12(01), 2003, p47
- (5)- أحمد الشامي، سيد حسب الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ للنشر، الرياض، 1998، ص 569

وبعد التطرق لماهية تكنولوجيا المعلومات يجب التطرق لتكنولوجيا الإتصال الحديثة مع تبيان العلاقة بينهما.

ثانياً - مفهوم تكنولوجيا الإتصال: (Communication Technology)

تُعرّف تكنولوجيا الإتصال بأنها "الحصول أو اكتساب ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات الرقمية والنصية واللاسلكية والصوتية من خلال مجموعة من الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر". (1)

وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن تكنولوجيا الإتصال تتعلق بمجموعة التقنيات المستخدمة في معالجة ونقل المعلومات، خاصة الإعلام الآلي والإنترنت والعمل التعاوني عن بعد، والإدارة الإلكترونية، وغيرها من الدعائم الإلكترونية المساعدة في عمليات الإتصال. (2)

ويشمل مفهوم تكنولوجيا الإتصال على فكرة تطويع التكنولوجيا في نقل وتناول المعلومات من حيث إنتاجها وحيازتها وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها وعرضها وتوزيعها بالطرق الآلية وبواسطة وسائط اتصال متفوقة. (3)

(1) - حسين حافظ، أسماء: تكنولوجيا الإتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني والمعلوماتي والرقمي. الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص12

(2) - Michel, Kalika : Management et tic. Liaison, Paris, 2006, P37

(3) - ردمان، عبد المالك: تطوير تكنولوجيا الإتصال وعولمة المعلومات. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005، ص

ومن منظور إتصالي تُعرّف التّكنولوجيا على أنّها: " مجموعة التّقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النّظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يُراد توصيله من خلال عمليّة الاتّصال الجماهيري أو الشّخصي أو الجمعي أو الواسطي، والتي يتمّ من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصوّرة أو المرسومة أو المسموعة المرئيّة أو المطبوعة أو الرّقميّة من خلال الحاسبات الإلكترونيّة، ثمّ تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثمّ عمليّة نشر هذه المواد الاتّصاليّة أو الرّسائل أو المضامين مسموعة كانت أو مرئيّة أو مكتوبة ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها وتداولها، وقد تكون تلك التّقنيات يدويّة أو آليّة أو إلكترونيّة أو كهربائيّة حسب مرحلة التّطور التاريخي لوسائل الاتّصالات والمجالات التي يشملها هذا التطور". (1)

في حين يعرفها آخرون بأنّها "مجموع الوسائل والإجراءات التّقنيّة التي ينتجها مجتمع ما في زمن ما، بغرض إرسال المعلومات والبيانات والمعطيات - بكلّ أحجامها وأشكالها- بين جهة مرسله وجهة مستقبله لذلك الإرسال، فشأنها شأن تكنولوجيا المعلومات بين تحتيّة وشبكات ماديّة متداخلة ومتكاملة لكنّها تحتكم إلى عناصر رخوة وبرمجيّات عالية الدقّة تمكّن من التوصل بين أطراف الشّبكة وتعمل على المرونة بين باعث الرسالة -كلمة كانت أو صوتاً أو صورة- وبين طرف آخر مستقبل لها". (2)

ويّجّه بعض الباحثين المتخصّصين إلى تحديد مفهوم التّكنولوجيا الاتّصاليّة وفقاً لنظرة شموليّة متكاملة، متضمّنة كلاً من مصطلحات التّكنولوجيا، المعلومات، المجتمع معاً حيث يرون أنّها وسيلة ضروريّة لإنجاز المهام وتيسير تحقيق أهداف الحياة الإنسانيّة طبقاً لقيم كلّ مجتمع وتلبية رغبات الأفراد، وهذا يعني أنّ تكنولوجيا الاتّصال تتضمّن جوانب ثقافيّة وتأثيرات مجتمعيّة ولا تقتصر فقط على الجانب التّقني فهي جزء متكامل في مصفوفة اجتماعيّة أكبر. (3)

ومن خلال تحليل التعريفات والمفاهيم السّابقة لكلّ من تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتّصال يُلاحظ أنّ تكنولوجيا المعلومات لم تعد فقط تعني التّكنولوجيا المستخدمة في المعالجة تشكيلاً وإنتاجاً وتخزيناً واسترجاعاً، بل تجاوزتها إلى أن تكون مستوعبة لعمليّة نقلها و توصيلها إلى الجمهور المستهدف، كما يُلاحظ أنّ تكنولوجيا الاتّصال لم تعد تعني فقط التّكنولوجيا المستخدمة في نقل المادّة من نقطة إلى أخرى أو عمليّة التوصيل فقط، بل تعدّت ذلك إلى المعالجة والإنتاج والتّشكيل للمعلومات التي نقوم بتوصيلها.

(1)- المخلافي، فيصل: المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات. المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005، ص

(2)- اليحياوي، يحي: العرب وشبكات المعرفة، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2013، ص93

(3)- Abramson, B: Internet Globalization Indicators. Telecommunications Policy, 01(24), 2000, p70

ثالثاً- الفرق بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصال

لقد فرقت وثيقة "التعليم التفاعلي وإستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمدارس" التي أصدرتها وزارة التعليم العالي في كوبا عام 1998 بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصال على النحو التالي: (1)

- تكنولوجيا المعلومات هي المصطلح المستخدم لوصف مفردات التجهيزات والمعدات وبرامج الكمبيوتر "البرمجيات" التي تسمح لنا بالنفاذ، الاسترجاع، التخزين، التنظيم والتشكيل والعرض التقديمي للمعلومات بواسطة وسائل إلكترونية. ومن أمثلتها المساحات الضوئية، الحاسبات الإلكترونية، تجهيزات العرض وقواعد البيانات، برامج الجداول الإلكترونية والوسائط المتعددة؛

- أما تكنولوجيا الإتصال فهي المصطلح المستخدم لوصف تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي يمكن السعي إلى المعلومات من خلالها والنفاذ إليها عبرها ومن أمثلتها الفاكس، المؤثرات التلفونية، الإنترنت... وغيرها.

ويرى بعض الباحثين أن "تكنولوجيا الإتصال هي رافد لتكنولوجيا المعلومات على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف وأداتها الأساسية بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته التي تستهلك طاقته الحسابة في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية، أما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري Direct interaction بين الإنسان والآلة أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر كما هي الحال في أجهزة الإعلام أو من خلال شبكات البيانات Data Communication Network التي تصل بين الكمبيوتر وآخر أو بينه وبين وحداته الطرفية peripherals". (2)

بينما يرى آخرون أن: "تكنولوجيا الإتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة، على أساس أن ثورة تكنولوجيا الإتصال قد سارعت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة لتفجر المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفق". (3)

(1)- النجار، حسن رضا:تكنولوجيا الاتصال، المفهوم والتطور. أبحاث مؤتمر البحرين الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين جوان، 2009، ص495

(2)- حسين الحافظ، أسماء: تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي. الدار العربية للنشر، القاهرة، 2005، ص13

(3)- علي، نبيل: العرب وعصر المعلومات. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2016،

ومن جهة توصل أحد الباحثين إلى أن:تكنولوجيا المعلومات نتيجة تقارب أو تلاحم بين كل من التكنولوجيا المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال، وقد حدث هذا الاندماج أو التقارب التكنولوجي نتيجة التطور الحاصل لكل عنصر من عناصر التكنولوجيا المعلوماتية من جهة وتكنولوجيا الاتصال من جهة أخرى، وهذا ابتداءً من الجيل الخامس للكمبيوتر.(1)

والواقع أن تعريف تكنولوجيا المعلومات ينطوي على معنى هذا التزاوج، إذ ينصّ في إحدى صيغته على أنه "اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر، وبتّها باستخدام توليفة من المعلومات الإلكترونية ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد".(2)

وهكذا فإنه لا يمكن الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطوّرت إليه نظم الاتصال فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وهو ما نلمسه واضحاً في حياتنا اليومية، ممّا جعلنا نلج عصرًا جديدًا للمعلومات و الاتصال الذي عرف ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من مميزات السرعة في الحصول على المعلومات ونشرها بأقصى سرعة ممكنة.

وقد أسفر هذا التزاوج بين كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسعينيات القرن الماضي عن ظهور ما يعرف حاليًا بالاتصال متعدد الوسائط "Multi media" الذي يركّز على تطوّر الحاسبات، وتستند الثورة التكنولوجية الاتصالية الرأهنة على ركائز رئيسية عديدة تشمل الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تضمّ التلغراف، الهاتف، التلكس، الطباعة عن بعد، الراديو، TV، وأجهزة الاستشعار عن بعد، والأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية والألياف البصرية وأشعة الليزر،... وغيرها، وقد أسفر هذا التداخل عن ظهور ما يسمّى بالطريق السريع للمعلومات Super Highway.

(3).information

وعليه يُمكن القول أنه لم يعد من الممكن اليوم لاسيما في ظلّ ما تشهده نظم الاتصال ونظم المعلومات من تطوّرات متسارعة ومذهلة التفريق بين المجالين، وهذا ما أدى إلى بروز مصطلح شاع استعماله وهو مصطلح " التكنولوجيا الحديثة للاتصال والمعلومات "وهذا نتيجة للتداخل والتلازم الكبيرين بين كل من تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات من جهة، وللتعبير عن مدى خصوبة وقابلية التطور المذهلتين لهذا المجال من جهة أخرى.

(1)- شريف اللبان، درويش:تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية.ط2، الدار المصرية، القاهرة، 2015، ص102

(2)- رايس، مراد : مجتمع المعلومات أسسه ومتطلباته المادية والبشرية. مطبعة الرويغي، الأغواط، الجزائر، 2008 ، ص

1-3- التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات

الحديثة:

في هذا الجانب سنحاول التطرق للتطور التاريخي الذي عرفته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من خلال التعرّض لأهمّ المراحل التاريخية المشكّلة لمسار هذا التطور، فقد عرفت هذه التكنولوجيا - قبل أن تكون في شكلها الذي هي عليه اليوم- عدّة مراحل تاريخية أو ثورات متوالية، وكل ثورة من هذه الثورات قدّمت وسيلة أو وسائل يُمكن من خلالها إحداث تغييرات كبيرة في الفكر الإنساني وفي تنظيم المجتمع وتراكم الرّصيد الحضاري للبشرية، وكما انتقلت البشرية من عصر الصّيد المشنّت إلى عصر الرعي المترحّل فعصر الزراعة المستقرّة ثمّ عصر الصناعة المتحضّرة وصولاً إلى عصر ما بعد التّصنيع الحالي "عصر المعلومات والمعرفة" بكلّ تطلّعاته إلى الكون الفسيح، فقد توالى بمثل ذلك ثورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لترافق ذلك الصّعود الإنساني في مدارج الرقي، بحيث شكّلت كلّ ثورة من هذه الثورات مرحلة فاصلة في تاريخ تطوّر الاتصال الإنساني إذ دفعت به إلى الأمام نحو مزيدٍ من النّقدّم وذلك وفقاً للتتابع الآتي: (1)

- **ثورة الإتصال الأولى:** بدأت ثورة الإتصال الأولى عندما ظهرت "اللغة" لتعبّر في صياغة عبقرية عن رغبة الإنسان في بناء إطار موحد للتّفاهم وتقاسم المعاني المشتركة، وبالتالي كانت ثورة الإتصال الأولى هي ثورة اللغة؛
- **ثورة الإتصال الثانية:** بدأت عندما ظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط لحفظ وتسجيل المعاني البشرية المشتركة وإنقاذها من النسيان والضّياع؛
- **ثورة الإتصال الثالثة:** بدأت عندما ظهرت الطّباعة في القرن الخامس عشر ميلادي، حيث أتاحت اللغة المكتوبة-لأوّل مرّة- قدراً كبيراً من الانتشار والذّبوع يتجاوز الدائرة المحدودة لأنشطة النسخ اليدوي بمعرفة الخطّاطين، وينطلق بها إلى الأفاق الواسعة لأنشطة الطّباعة الآليّة بواسطة المطبعة؛
- **ثورة الإتصال الرابعة:** بدأت معالم هذه الثورة في القرن التاسع عشر ميلادي من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية والتلغراف والهاتف والتّصوير الضوئي والفتوغرافي والسّينما وظهور الإذاعة والتلفزيون في النّصف الأوّل من القرن العشرين حيث صاحب كلّ من الثورات نظام جديد من تكنولوجيا الإعلام والمعلومات؛ (2)

(1)- الفيصل، عبد الأمي: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص18

(2)- محفوظ، محمد: تكنولوجيا الاتصال "دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال". دار المعرفة الجامعية،

مصر، 2005، ص22

فكانت هذه المرحلة من أهمّ منجزات هذا العصر التي أفرزتها ثورة العلم والتكنولوجيا، وأطلق عليها العديد من الباحثين بأنها ثورة الاتصال الخامسة فكان الهاتف أهمّ وسيلة اتصال انتشرت في بداية القرن العشرين، وتلاه التلفزيون في منتصفه والإنترنت في أواخره، ولم يكن مخترع الهاتف يتصوّر بأنّ جهازه سيكون واسطة المحادثة بين أنحاء العالم كافة في أيّ مكان بهاتف جوال (Mobile) يمكن ربطه بالحاسوب لغرض الاطلاع على محتويات الإنترنت.(1)

وعندما قدّم عالم الاتصال "مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan" فكرته عن "القرية الكونية Global Village" (*) في المرحلة التي أعقبت عام 1900 كانت فكرته تتضمّن الاتصالات عن بُعد التي ستصل أجزاء العالم من أجل إتاحة المعلومات لكافة الشعوب، وقد تمّ عرض مفهوم القرية الكونية للمرة الأولى في كتابه المعنون بـ:

"المجرة غوتنبورغ The_Gutenberg_Galaxy الصادر سنة 1962،

ولهذا يمكن القول بأنّ المقولة التي أطلق عليها هذا العالم الاتصالي في عام 1924 إسم عصر الاتصال الإلكتروني قد تحققت بل تحققت رؤية هذا الخبير الإعلامي الذي يرى أن انتشار وسائل الاتصال الجديدة وشيوع استخداماتها قد حولّ العالم إلى قرية إلكترونية عالمية صغيرة وشهد العالم منذ ذلك الوقت نمواً مطرداً لعصر المعلومات الإلكتروني بشبكاته المعلوماتية العملاقة وتدفعها.(2) - ثورة الاتصال الخامسة: هي التي بنت النصف الثاني من القرن الـ 20 — عشرين، حيث تفوّقت مبتكراته الاتصالية على كل مبتكرات العصور السابقة وذلك بموجب الاندماج التاريخي بين ظاهرتي تفجّر المعلومات والمعرفة وثورة الاتصال، ويتمثّل مظهر هذا الاندماج في بروز الحاسب الآلي كوسيلة اتصال رائدة وفريدة ومتميّزة.(3)

(1) - مكاي، حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص

(*) "The term global village is closely associated with Herbert Marshall McLuhan, the Canadian communications theorist and literature professor hailed by many as a prophet for the 20th century. McLuhan's mantra, "the medium is the message," summarized his view of the influence of television, computers, and other electronic information sources in shaping society and modern life. By 1960, he had delineated his concept of the "global village," and by 1970, the public had embraced the term and recognized the idea as both exhilarating and frightening. As a 1970 Saturday Review article noted, "There are no boundaries in a global village. All problems will become so intimate as to be one's own...."

(2) - الدرازي، شذى : الإنترنت ثورة المعلومات والثقافة والتعليم. مجلة آفاق الثقافة والتراث العلمي والنشاط الثقافي،

الإمارات، سبتمبر 2017، عدد 16، ص38

(3) - الماواس، عصام : المدخل في الاتصال الجماهيري. الكتاني للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص39

وأصبح أشهر وسيلة إتصال رقميّة رافقت هذا التطور أو مايسمى بثورة العصر الرقمي وكان الكمبيوتر هو الشجرة التي تجسد الإتصال وتتفرّع عنها الثمار المختلفة متجلية في وسائل الإعلام والاتصال الأخرى. (1)

- **ثورة الإتصال السادسة:** يبدو أننا في زمن ثورة إتصاليّة سادسة تبلورت في شبكات المعلومات "Information Networks" مكّنت من رصف الطّريق السّريع للمعلومات "Information super high way" وقد مثّلت شبكة الإنترنت "Internet" النّموذج الأمثل لشبكات المعلومات واستحققت لقب شبكة الشبكات لما تضمّنته من عدد مهول من الشبكات المترابطة، كما أنّها مثّلت تلخيصاً لكافة فاعليّات وسائل الإتصال بما توفّره من قدرة على الجمع بين كافة الأشكال الاتصاليّة (النصّيّة والصوتيّة والمرئيّة)، والقدرة على الجمع بين كافة الأنواع الاتصاليّة (الإعلاميّة الإتصاليّة والمعلوماتيّة). (2)

وعلى الرّغم من القدرات الفائقة لشبكة الإنترنت مقارنةً بكافة وسائل الإتصال التي سبقتها، إلا أنّها تمثّل الطّريق غير الممهّد مقارنةً بالفاعليّات الطموحة المأمولة للطّريق السّريع للمعلومات، ذلك الطّريق الذي قرّرت الدول الصناعيّة السّبع في اجتماعها في بروكسل عام 1995 إنشاءه من خلال الرّبط بين نظم المعلومات في كلّ الدّول المتقدّمة باستخدام شبكة عملاقة من الألياف الضوئيّة بتكلفة تزيد عن الألف مليار دولار "تريليون دولار". وبالتالي فإنّ ما تطرحه فاعليّات شبكة الإنترنت في عالم اليوم يمثّل النّموذج المصنّغ لما سيكون عليه المستقبل القريب مع فاعليّات الطّريق السّريع للمعلومات المتمثّلة في القدرة على الجمع بين كافة الأشكال والأنواع الاتصاليّة ونقلها إلى كافة أرجاء العالم بسرعات عالية عبر بنية تحتيّة من التّجهيزات التّكنولوجيّة المتقدّمة والبرمجيّات فائقة الذّكاء، الأمر الذي سيؤدّي إلى تجاوز الطّريق لوظيفة نقل المعلومات، والانتقال إلى وظيفة نقل المعرفة. وهذا ما يؤكّد أنّ ثورة الإتصال السادسة مازالت ملامحها تتكشف يوماً بعد آخر وهي ثورة المعرفة. (3)

(1)- لعقاب، محمد : مجتمع الإعلام والمعلومات"ماهيته وخاصيته". دار هومة، الجزائر، 2003، ص66

(2)- محفوظ، محمد : تكنولوجيا الإتصال"دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الإتصال". دار المعرفة الجامعية،

الأردن، 2005، ص23

(3)- John, P & Sutherland, R : Teaching and learning with ICT " new technology, new pedagogy Education ". Communication & Information, 04(01), 2004, p106

1-1-4- وظائف وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الحديثة:

أولاً- وظائف تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في حياة الفرد:

إنّ الإنتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في وقتنا الحاضر أدّى إلى زيادة التفاف الجماهير حولها والاستفادة ممّا قدّمته من خدمات اتّصاليّة وإعلاميّة في شتى الميادين، وممّا لا شكّ فيه أنّ هذه الوظائف تختلف من وسيلة لأخرى ولكنها تعمل من أجل هدف واحد هو خدمة الإنسان وتسهيل طرق عيشه في البيئة الاجتماعيّة، وتختلف ميادين الاستفادة من هذه التكنولوجيا من ميدان إلى آخر فنجد:ميدان التّعليم، الإعلان، التّسليّة التّرفيهيّة، التّوثيق،... وغيرها، ومن بين هذه الوظائف التي جاءت بها تكنولوجيا الإتصال والمعلومات نذكر:

- **وظيفة التّوثيق:** تلعب تكنولوجيا الإتصال والمعلومات ممثّلة بالحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التّصوير الرقميّة دوراً كبيراً في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الإتصال والإعلام، وهذا يتناول البحوث والدراسات الأكاديميّة والتّطبيقية والعملية والمعلومات المتخصّصة في فروع الإعلام وتبنيها لعمليات التّجميع ووضع النّظم والأساليب الفنيّة الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه ثمّ الإعلام عنه ليتحقّق الاستخدام الأمثل لهذا الرّصيد الفكري؛(1)
- **تعمل تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تقديم المعلومات (Information) المتعدّدة والمتنوّعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أنّ الإتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجاً للتطوّر غير المسبوق في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات الذي استفاد منه الإتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها حيث غطّت كلّ المجالات، نتيجة للخصائص التي تميّزت بها تكنولوجيا الإتصال والمعلومات وأهمّها سعة التخزين؛(2)**
- **تعمل تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على الزيادة في سرعة إعداد الرّسائل وفي القدرات العاليّة من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة"من مطبوعة إلى مرئيّة ومن مرئيّة إلى مطبوعة" وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطّي حاجزي الزّمان والمكان؛(3)**
- **ظهور الحاسب الشّخصي والتوسّع في استخداماته، ويتيح هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواءً للاستخدام الشّخصي أو إمكانيّة الاستفادة من المعلومات التي تقدّمها شبكات المعلومات، كما يحتوي الحاسوب الآلي على كمّيّة كبيرة من المعلومات يمكن استرجاعها بسرعة فائقة**

(1)- حمدي، محمد الفاتح حمدي: تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير. مؤسسة أنوز الحكمة للنشر

والتوزيع، الرباط، 2001، ص11

(2)- محمد، عبد الحميد: الإتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص52

(3)- حمدي، محمد الفاتح حمدي: المرجع نفسه، ص 12

مثل برامج النشر المكتبي والشخصي وقواعد البيانات والفاكس والبريد الإلكتروني، كما أصبحت أداة ووسيلة اتصال حيث يُمكن للحاسب الآلي عبر خطوط الهاتف الاستعانة بالمودم "Modem" والاتصال ببعضها وهو ما يُطلق عليه أنظمة الحاسب الإلكتروني التي تتضمن: النصوص المتلفزة، البريد الإلكتروني، عقد الندوات عن بعد وتبادل المعلومات والأحداث العلميّة بين المراكز والمعاهد العلميّة على نطاق عالمي واسع، وأيضاً التحكم والاستكشاف، وذلك من خلال برامج تسمح للطلاب بإجراء تجارب وتصميم المواقف وتحليل المتغيرات؛(1)

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتمّ الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات والبريد الإلكتروني والحوارات، ومع آخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميّزهم سمات خاصّة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته بدءاً من الصّدقات الجديدة مع آخرين من ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهذه الثقافات ذاتها والإبحار خلالها بما يلبي حاجات الفرد؛

- وفي إطار الوظيفة السابقة تنشأ ما يسمّى بالمجتمعات الافتراضيّة *communités Virtual* التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقيّة لهؤلاء الأفراد مثل مناقضة العنصريّة؛(2)

- تُقَمّ تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتّسعت دائرة التّعليم المفتوح أو التّعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات وتقديم المحاضرات من خلال الانترنت؛

- تمنح أنظمة (Télé-Tox) للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال فرصة متابعة الأخبار والأحداث وملخصات الكتب وبرامج القنوات وأهمّ عناوين الصّحف والمجّلات المطبوعة على شاشة التّلفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهي قابليّة التّحويل؛

- هناك اختراعات جديدة يبدو أنّها ستغيّر من شكل التّسليّة المنزليّة بشكل أكبر من الإنقلاب الذي حدث نتيجة الانتقال من الفوتوغراف إلى الرّاديو في النّصف الأوّل من القرن العشرين ومن ذلك: الفيديو كاسيت، أقراص الفيديو، ألعاب الفيديو، الفيديو الرقمي "DVD"؛(3)

(1)- شارّ البكري، إياد: تقنيات الاتصال بين زمنين. دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص25

(2)- عبد الحميد، محمد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص53

(3)- مويت الفيصل، عبد الأمير: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006،

- بجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الإنترنت، تقوم الآلاف أو مئات الآلاف من المواقع الأخرى التي تقدّم الخدمة الإعلامية حول الوقائع والأحداث التي تتمّ في بقاع كثيرة من العالم والكتابة عليها في إطار الخدمة الإعلامية التقارير الإخبارية والتعليقات المتكاملة لهذه المواقع؛(1)
- وظيفة الإعلان والتسويق والدعاية والدعوة: أصبح لها صدى كبير لدى المُعلنين والدعاة وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقّق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول إليها.(2)

ثانياً- خصائص تكنولوجيا الإتصال والمعلومات الحديثة:

تمتاز تكنولوجيا الإتصال والمعلومات بكثير من الخصائص التي تجعلها جذابة جداً لاستغلالها من طرف الأفراد في مختلف المجالات، وهذا ما نلاحظه من خلال ازدياد اعتماد الدول عليها يوماً بعد يوم. حيث راح كلّ باحث يحدّد لهذه التكنولوجيا الخصائص المتعلقة بها وفق نظريته وتوجّهاته واختصاصه.

وقد إعتبر العديد من الباحثين أنّ سمات مجتمع المعلومات هي نفسها سمات تكنولوجيا

الإتصال والمعلومات والتي لخصها فيما يلي:(3)

- أنّ المعلومات غير قابلة للاستهلاك أو التحوّل أو النفثت لأنها تراكميّة بحسب التعريف، وأكثر الوسائل فعاليّة لتجميعها وتوزيعه، وقوم على أساس المشاركة في عملية التجميع والاستخدام العام والمشارك لها بواسطة المواطنين؛
- أنّ سرّ الواقع الاجتماعي العميق لتكنولوجيا المعلومات، هو أنّها تقوم على أساس التّركيز الذهني؛
- أنّ قيمة المعلومات هي استبعاد عدم التأكّد "أي استبعاد الشك"، وتنمية القدرة الإنسانيّة على اختيار أكثر القرارات فعاليّة؛

(1)- ردمان الدناي، عبد المالك : تطوير تكنولوجيا الإتصال وعولمة المعلومات. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005، ص 58

(2)- عدلي، عاطف:الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي" الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ". ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 74

(3)- Florian, L & Hegarty, J : ICT and Special Educational Needs " A Tool for Inclusion".

Open University Press, United Kingdom, 2004, P 23

- هيمنة صناعة المعلومات على البناء الصناعي؛
- المنفعة المعلوماتية، من خلال إنشاء بنية تحتية معلوماتية تقوم على أساس الحواسيب الآلية المتاحة للمجتمع في صورة شبكاتونوك للمعلومات.
- أيضاً من خصائصها أنّ هذه التكنولوجيا صُمّمت لتسهيل الاتصال في اتجاه واحد وأنّ قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبياً وهي في ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق: البريد، التليفون، الاتصال الشخصي، Email، الاستبيان، وهي البحوث التي عادة ما تحصل على استجابات فردية أيضاً وليست جماعية، وبعبارة أخرى أنّ هذه التكنولوجيا رغم ميلها للإنتشار والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد يغلب عليها الطابع الفردي وليس الجماعي. (1)
- ومن جهة أخرى حدّد آخرون أهمّ خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فيما يلي: (2)
- **تقليص الوقت والمكان:** فالتكنولوجيا تجعل كلّ الأماكن متجاوزة إلكترونياً كما تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزّنة والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة كما هائلاً من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات أو نقلها؛
- **إقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام؛
- **النكّاء الإصطناعي:** أهمّ ما يميّز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكّم في عملية الإنتاج؛
- **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحّد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين وكذا مُنتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات ببقية النشاطات الأخرى.
- ويرى باحثون آخرون أنّ تكنولوجيا المعلومات تمتاز بما يلي: (3)
- **خاصية التمييع والسيولة:** فالمعلومات لها قدرة هائلة على الصياغة، فمثلاً يمكن تمثيل المعلومات نفسها في صورة قوائم أو أشكال بيانية أو رسوم متحركة أو أصوات ناطقة؛
- **قابلية الاندماج العالية للعناصر المعلوماتية:** فيمكن بسهولة تامة ضمّ عدّة قوائم في قائمة واحدة، أو إضافة ملفّ معيّن لقاعدة بيانات قائمة؛

(1)- محمد، عبد الباسط: استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج التلفزيوني والإذاعي، دراسة تطبيقية وميدانية. المكتب

الجامعي الحديث، مصر، 2005، ص 88

(2)- شطاح، محمد : البحث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيا الجديدة. المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر،

معهد علوم الإعلام والاتصال العدد 15 جانفي - جوان 1997 ، ص 257

(3)- رايس، مراد: مجتمع المعلومات أسسه ومتطلباته المادية والبشرية. مطبعة الرويغي، الأغواط. الجزائر، 2008، ص 30

- لا تتفد مع الإستهلاك: فهي تنمو مع زيادة استهلاكها؛
- سهولة النسخ: حيث يستطيع مستقبل المعلومة نسخ ما يتلقاه من معلومات بوسائل يسيرة، وإن كان ذلك يتعارض في بعض الأحيان مع حماية الحقوق الفكرية للآخرين؛
- اللاتزامنية "Asynchanization": وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني تُرسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة إلى وجود المستقبل، أي أن الفرد ليس مقيد بوقت محدد، وإنما يمكنه إرسال واستقبال الرسائل في الوقت الذي يناسبه وليس على المشاركين استخدام النظام في آن واحد؛(1)
- القابلية الحركية "Mobility": وتعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان ثم نقلها إلى الآخر، أي يمكن لمالك هذه الوسائل استخدامها في أي مكان من تنقله مثل الهاتف النقال المدمج في ساعة اليد، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.
- قابلية التحويل "Convertibility": هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية، والتي ظهرت مقدماتها في الأنظمة الفرنسية.(2)
- قابلية التوصيل "Connectivity": تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنوع أكبر من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع وذلك عن طريق وضع معايير فنية لهذه الأجهزة يتم الاتفاق عليها بين هذه الشركات؛
- الشبوع والانتشار "Ubiquity": وتعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، فكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، ونلمح ذلك في التليفون مثلاً، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية وفي رأي ألفن توفلر " Alvin Toffler " أن: (المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرقاً لتوسيع النظام الجديد للاتصال).

(1) - Xiaobin, L: Information and Communication Technology in Education " Getting Chinese Connected for Learning". International Journal of Information and Communication Technology Education (IJICTE), 2013 01(09), p03

(2) - علم الدين، محمود: الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال. دار الشروق، القاهرة، 1997، ص49

وهناك فريق آخر يحدّد خصائص تكنولوجيا الإتصال والمعلومات فيما يلي:

- **التفاعلية "Interactivity"**: تُطلق هذه السّمة على الدّرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثيراً على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويُطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية "Interactive Communication".

وهي تفاعلية بمعنى أنّ هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع فرد ما أن يأخذ منها موقع شخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويُطلق على القائمين بالإتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر. وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من مننديات الإتصال والحوار الثقافي المتكامل والمنفاعل عن بعد ممّا يجعل المتلقي متفاعلاً مع وسائل الإتصال تفاعلاً إيجابياً. (1)

- **الاجماهيرية "Demassification"**: ما يؤخذ على وسائل الإتصال الحديثة تحوّلها من توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل إلى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية أكثر تخصصاً، وتشير الدلائل إلى أنّ رؤية "مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan" الخاصة بوحدة العالم والحياة في قرية عالمية والتي حققتها نهضة وسائل الإتصال الجماهيري خلال عقد الستينات قد أصبحت في حاجة إلى إعادة النظر في عقد التسعينات والقرن الواحد والعشرون، حيث تتجه وسائل التكنولوجيا الحديثة إلى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، لكونها خبرات مشتركة كما يرى "ماكلوهان" وبذلك نشهد سقوط العقل الجماعي حيث تنشر وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة التي توصف بأنها غير جماهيرية، بل ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية. (2)

والاجماهيرية هنا تعني أنّ الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجّه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة التحكم في نظام الإتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

(1)- الحديثي، مؤيد: العولمة الإعلامية. الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص54

(2)- عبد النبي، عبد الفتاح: تكنولوجيا الإتصال والثقافة. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص132

- **التدويل أو الكونية والعالمية "Globalization"**: إتجه التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن القدرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم ، فوجود وسائل الإعلام والاتصال لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات والإعلام متخطياً الحدود الجغرافية عابراً فوق الحدود الوطنية. (1)

- **التعقيد وكثافة الإستخدام**: تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة، وهي بذلك تأخذ صبغة احتكارية، حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ السائد في المجتمع.

- **الإحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها**: إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حالياً في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدماً بل أيضاً في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها، وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي. (2)

(1)- عبد النبي، عبد الفتاح: المرجع السابق، ص135

(2)- نبيل، علي: العرب وعصر المعلومات. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2013،

1-1-5- منظومة (عناصر) تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة:

لتكنولوجيا الإتصال والمعلومات ستة عناصر، هي: (1)

أولاً- الشق المادي "Hardware": ويتألف من:

- تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية "Computer Hardware"؛

- التحكم الأوتوماتيكي "Automatic Control"؛

- تكنولوجيا الإتصالات "Communication".

ثانياً- الشق اللامادي "Software": ويتكوّن من:

- البرمجيات "Software"؛

- هندسة المعرفة "Engineering Knowledge"؛

- هندسة البرمجيات "Engineering Software".

بينما يميّز "روجر كارتر Roger Carter" بين ثلاثة جوانب رئيسية لتكنولوجيا المعلومات: (2)

- الجانب الأول: تكنولوجيا تسجيل البيانات وتخزينها "Recording and storing Data"؛

- الجانب الثاني: تكنولوجيا تحليل البيانات "Analizing Data"؛

- الجانب الثالث: تكنولوجيا توصيل البيانات "Communicating Data".

وقد تطوّرت هذه التكنولوجيات ومرّت بمراحل عاكسة التطوّر التكنولوجي العام مُستخدمة أنماط من

الوسائل: (3)

- المرحلة الأولى: الوسائل اليدوية "Manul Methods"؛

- المرحلة الثانية: الوسائل الميكانيكية "Mechanical Methods"؛

- المرحلة الثالثة: الوسائل الإلكترونية وميكانيكية "Electromechanical Methods".

وهناك من يقسم منظومة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ثلاث فئات رئيسية:

- تكنولوجيا إنتاج المعلومات على اختلاف أشكالها؛

- تكنولوجيا تجهيز وتشغيل المعلومات واسترجاعها؛

- تكنولوجيا الاتصال والإرسال واستقبال البيانات. (4)

(1)- علم الدين، محمود: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص

110

(2)- علم الدين، محمود: المرجع نفسه، ص 110

(3)- زكرياء الرمادي، أماني: المكتبات العربية وآفاق تكنولوجيا المعلومات. دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2006،

ص75

(4)- زكرياء الرمادي، أماني: المرجع نفسه، المكتبات العربية وآفاق تكنولوجيا المعلومات، ص7

وبالنسبة لآخرين، فإنّ تكنولوجيا المعلومات تشتمل على: (1)

- الحاجات الإلكترونية التي تقوم بتجهيز المعلومات وتخزين كميات ضخمة منها واسترجاعها بسرعة ودقّة وفاعليّة؛

- الاتّصالات التي تستطيع توزيع المعلومات وبتّها بسرعة كبيرة لأشخاص مختلفين ومتعدّدين بصرف النظر عن الأماكن التي يقومون فيها؛

- التّصوير المصغّر الذي يسمح بتصغير الأحجام المتضخّمة من المعلومات في حيّز ومساحة صغيرة جداً. وبصفة عامّة فإنّ الإطار العام لمنظومة تكنولوجيا الاتّصال والمعلومات يشمل على المكونات الرئيسيّة التالية:

- العناصر الداخليّة لمنظومة تكنولوجيا المعلومات؛

- شبكة العلاقات التي تربط منظومة تكنولوجيا المعلومات بما هو خارجها من تكنولوجيايات وفئات اجتماعيّة ومنظومات اجتماعيّة؛

- عناصر البنى التّحتيّة لمنظومة تكنولوجيا المعلومات.

إنّ العناصر الداخليّة لمنظومة تكنولوجيا المعلومات تعتبر بمثابة الرّكيزة الأساسيّة لهذه المنظومة، والتي اندمجت في شبكة الإنترنت وتتكوّن من ثلاثيّة:

أولاً- العتاد "Hardware":

تعدّ الحاسبات الآلية "أجهزة الكمبيوتر" من أهمّ المنجزات العلميّة ذات الإفادة البالغة في مجال بناء وتصميم نظم المعلومات الحديثة، فهو يحقق لها مزايا السرعة والدقّة والثقة والصلاحية ويترتب عليها جميعاً الكفاءة العالية في الأداء كما يقوم الحاسب الإلكتروني بإجراء العمليّات الحسائيّة المعقّدة التي يصعب أدائها، بالإضافة إلى القدرة الهائلة على تخزين كمّ هائل من المعلومات بطريقة منظمّة بحيث يسهل استرجاعها في أوقات ضئيلة للغاية كما يستطيع إنجاز كافّة المهام الأخرى التي يقوم بتنفيذها نظام المعلومات، ومنها تحقيق أمن وسلامة البيانات والضمان الكامل ضدّ فقدانها أو تلفها، وقد مرّت الحاسبات الإلكترونيّة خلال تطوّرها بالمراحل الآتية: (2)

- ظهور الجيل الأوّل من الحاسبات عام 1946 من خلال العلماء "جون موشلي" و"كارت" و"جولد شياني" وهو الحاسب، ثم تكوّنت شركة لإنتاج الحاسبات على المستوى التّجاري بإسم "Univac"؛

- ظهور الجيل الثّاني من الحاسبات الإلكترونيّة في أوائل السّتّينات بعد استخدام عناصر الترانزستور في بناء دوائر الأجهزة الحاسبة كبديل لاستخدام الصمّامات المفرّعة "Vacuum Tube"؛

(1)- علم الدين، محمود: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتّصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1990. ص105

(2)- علي، نبيل: العرب وعصر المعلومات. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2003،

- أدى استخدام الدوائر الإلكترونية "Integrated Circuits" إلى ظهور الجيل الثالث من الحاسبات الإلكترونية عام 1969؛
- ظهور الجيل الرابع من الحاسبات خلال عقد السبعينات، بعد أن تطوّرت الدوائر الإلكترونية المتكاملة بسرعة كبيرة، وبعد تطويع المواد فوق الموصلة وأشباه الموصلات الحرارية "Semiconductor"؛
- ظهور الجيل الخامس في بداية الثمانينات، ويُطلق عليه الحاسب الشخصي "Computer Personnel"، وهو يتمتع بصغر الحجم وسهولة التشغيل والربط من خلال وسائل الاتصال العادية مثل النّلفزة والهاتف.

ويمكن تلخيص توجهات تطوّر شقّ العتاد في القائمة التالية: (1)

- التوجّه الأوّل: نحو الأصغر والأسرع والأرخص والأسهل استخداماً؛
- التوجّه الثاني: من المركزية والتلاحق إلى اللامركزية والتوازي، ويقصد بها مركزية الذاكرة (ذاكرة وحيدة)، ومركزية المعالجة الحسابية والمنطقية (وحدة معالجة وحيدة)؛
- التوجّه الثالث: حدّة التنافس بين الكمبيوتر الشخصي والكمبيوتر الشبكي، حيث تدور المعركة حالياً بين فريقين، أحدهما يتبنّى فكرة أن يكون الحاسب الشخصي PC هو أداة المستخدم للنفاذ إلى شبكة الإنترنت، ويتزعم هذا الفريق شركة مايكروسوفت "Microsoft Corporation"، وفريق آخر تتزعمه شركة صن ميكروسيستمز "Sun Microsystems" تتبنّى فكرة الكمبيوتر الشبكي "Computer – NC:network" ويتسم بالبساطة بلا وحدات تخزين أو نظم تشغيل معقدة، كمبيوتر يتعامل مع الإنترنت مباشرة باعتبارها مستودع معلوماته؛
- التوجّه الرابع: نحو ملحقات طرفية أكثر تنوعاً وكفاءة تتجاوز ثنائية لوحة المفاتيح والفأرة، ملحقاته تتعامل مع النصوص والرّسوم والصّور والموسيقى والكلام وشاشات عرض ثرية الألوان لتلبية مطالب فنون التشكيل وكذا ملحقات التعامل مع نظم الواقع الخيالي.

ثانياً- البرمجيات "Software":

- ولا يقتصر الأمر على برامج الكمبيوتر فقط بل تشمل أيضاً الدراسات والمخططات والتصميمات وما شابهها، ويشمل كذلك محتوى الموسيقى والأفلام والنصوص والتسجيلات المسموعة والمرئية. وتنقسم بدورها إلى ثلاثة فروع رئيسية: (2)

(1)- نصر مهنا، محمد:مدخل إلى الإعلام والتكنولوجيا والاتصال في عالم متغيّر. مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2005،

(2)- أحمد، عبد الحكيم أحمد: تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين. مكتبة إين سيناء، القاهرة، 2001، ص 37

- برمجيات التحكم في تشغيل الكمبيوتر وشبكة الاتصال: وهي تناظر آلات التشغيل ووسائل الإنتاج في الصناعات التقليدية، وتشمل أساساً نظم التشغيل كنظام "وينداوز Windows" الشهير، ونظم التحكم في شبكات نقل البيانات؛

- أدوات برمجية: وتشمل لغات البرمجة وأدوات زيادة الإنتاجية، من نظم تنسيق الكلمات، وقواعد البيانات، وبرمجيات العرض وأدوات تصميم الرسوم، وتحرير الموسيقى وغيرها؛

- البرامج التطبيقية: وتغطي من منظور الثقافة مجالات أساسية عدة هي: الوسائط المتعددة، النشر الإلكتروني، ونظم خدمات المعلومات ومعالجة اللغة آلياً.

ثالثاً- الإتصالات: لقد ارتقى هذا العنصر من كونه عنصراً مكملاً إلى دور الشريك الكامل، وقد حولته شبكة الإنترنت وطريق معلوماتها الفائقة السرعة من مجرد وسيلة للاتصال إلى وسيلة لنقل منتجات صناعة الثقافة، وأهم توجهات هذا العنصر: (1)

- رقمنة في كل اتجاه (شبكات رقمية، معدّات اتصال رقمية، هواتف رقمية...) وهو ما أدى إلى توسيع نطاق الخدمات الهاتفية وتنوعها؛

- الانتقال من كابلات النحاس إلى الألياف الضوئية؛

- انتشار المعدّات النقالة من هواتف محمولة وحواسيب جيب، وكتب ومذكرات إلكترونية؛

- اندماج خدمات الهواتف مع خدمات الفاكس، والبريد الإلكتروني، والبحث عن المعلومات والإبحار في الإنترنت.

وفي عام 2000 توسّع مفهوم تكنولوجيا المعلومات ليشمل ليس فقط الحاسوب، والاتصالات بل أيضاً هناك مكوّن آخر هو إلكترونيات المستهلك، وهو عبارة عن أجهزة إلكترونية تستخدم لتلبية رغبات وطلبات الناس والتي تشمل التلفزيون ومسجلات الديسك الليزرية وأجهزة الستيريو، والصوت... وغيرها، فبالإضافة إلى شركات الحاسوب والاتصالات المختلفة مثل: APPEL، IBM، DIGITAL وغيرها، يُمكن إضافة شركات أخرى تنتج الإلكترونيات مثل SUNNY - KAAK وغيرها.

وتغيّر الوسائط المتعددة Multimedia غير من توجه تكنولوجيا المعلومات ممّا أدى إلى فسح الطريق أمام إلكترونيات المستهلك للإستخدام، حيث أصبح الناس يتوقعون مشاهدة الصور والصوت جنباً إلى جنب مع المعلومات والنص. (2)

(1)- قندلجي، عامر: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. الوارق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 89

(2)- حسنين، شفيق: الإعلام الجديد الإعلام البديل" تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية". دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2010، ص 93

1 - 2 - مجتمع المعلومات

يأتي مجتمع المعلومات بعد مراحل متعدّدة مرّ بها التاريخ الإنساني، وتميّزت كلّ مرحلة بخصائص ومميّزات حيث شهدت الإنسانية من قبل تكنولوجيا الصيّد ثم تكنولوجيا الزراعة وبعدها تكنولوجيا المعلومات والتي رسمت الملامح الأولى لمجتمع المعلومات، هذا الأخير تميّز بالتركيز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، والمادّة الخام الأساسيّة به هي المعلومة، والتي يتم استثمارها بحيث تولّد المعرفة، معرفة جديدة. وهذا عكس المواد الأساسيّة في المجتمعات الأخرى، حيث تنضب بسبب الاستهلاك، أمّا في مجتمع المعلومات فالمعلومات تولّد معلومات، ممّا يجعل مصادر المجتمع المعلوماتي متجدّدة ولا تنضب. (1)

الأمر الذي يفسّر أهميّة المعلومات ومكانتها كأهمّ مادّة أوليّة على الإطلاق، وهو ما يجعل المجتمع الجديد يعتمد في تطوّره بصورة أساسيّة على هذا المورد وشبكات الاتّصال والحاسب، ويتميّز بوجود سلع وخدمات معلوماتيّة لم تكن موجودة من قبل، إلى جانب اعتماده بصفة أساسيّة على التكنولوجيا الفكرية أي تعظيم شأن الفكر والعقل الإنساني بالحاسب والاتّصال والذكاء الاصطناعي ونظم الخبرة. (2)

1-2-1 - مفهوم مُجتمع المعلومات:

"يقصد بمجتمع المعلومات Information Society جميع الأنشطة والتدابير، والممارسات المرتبطة بالمعلومات، إنتاجاً، ونشراً، وتنظيماً، واستثماراً، ويشمل إنتاج المعلومات، أنشطة البحث والجهود الإبداعية والتأليف الموجه لخدمة الأهداف التعليميّة والتّقنيّة". (3)

وقد اعتبر العديد من الباحثين مجتمع المعلومات كوسط اجتماعي أفضل للمعلومات وهو مجرد مجتمع رأسمالي، تعتبر المعلومات فيه سلعة أكثر منها مورداً عاماً. أي أن المعلومات التي كانت أساساً متاحة بالمجان من المكتبات العامة، والوثائق الحكومية أصبحت أكثر تكلفة عند الحصول عليها خصوصاً بعد اختزالها في النظم المعتمدة على الحاسب. وهذه النظم مملوكة في معظمها للقطاع الخاص، ويتم التعامل معها على أساس تجاري من أجل الربح. (4)

(1)- زياب، أحمد: الأمن وحرب المعلومات. دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص5

(2)- الهوش، محمود: التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات نحو استراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات. دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص13

(3)- Alain, Ralletm :la fracture numérique, une faille sans fondement Réseau. Humanitary Sciences and Education, 22(127), 2004, p81

(4)- بدر، أحمد: التكامل المعرفي لعلم المعلومات والمكتبات. دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص52

وتمّ تعريفه أيضاً على أنه: "دائرة متّحدة تهتمّ بالأوضاع العامّة من حشود وروابط ومصادر متنوّعة تتشكّل ما بين المؤسّسات والأفراد لرعاية اهتمامات المجتمع حول توفير وتبادل المعلومات والمعرفة الهادفة إلى سرعة الحصول على المعلومات وزيادة المعرفة". (1)

1-2-2- خصائص مجتمع المعلومات:

يُعدّ كل مجتمع معلومات فريد من نوعه والأوضاع المحيطة به مختلفة، ممّا تعقّد على الباحثين تحديد المؤشّرات النهائيّة والمعايير التي تصلح لأن تكون قياساً لمجتمع المعلومات، وحدّد بهذا الشأن "ويليام مارتن" خمسة معايير في كتابه "مجتمع المعلومات": (2)

- **المعيار التكنولوجي:** حيث أصبح فيه تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسيّة؛
 - **المعيار الاجتماعي:** حيث يتأكّد دور المعلومات كوسيلة لترقية مستوى المعيشة وانتشار الوعي بالحاسوب والمعلومات، وإتاحة الفرصة للعامّة والخاصّة للحصول على المعلومات على مستوى عالٍ من الجودة؛

- **المعيار الاقتصادي:** هنا تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي، سواء كمورد أو كخدمة، أو كسلعة ومصدر للقيمة المضافة، ومصدر لخلق فرصة جديدة للعمالة؛
 - **المعيار السياسي:** حيث يفترض أن تؤدّي حرية المعلومات إلي تطوير وبلورة العملية السياسيّة وذلك من خلال انتهاج الديمقراطية وإشراك الجماهير في تسير دواليب الحكم والحياة العامّة؛
 - **المعيار الثقافي:** ويظهر ذلك من خلال الاعتراف بالقيم الثقافيّة للمعلومات كإحترام الملكية الفكرية والحرص على حرمة البيانات الشخصية.

ويصف البعض الآخر مجتمع المعلومات من خلال التركيز على ستّة عناصر تتمثّل في تبادل المعلومات كسلع اقتصادية، وأنّ قوى العمل تتمثّل في المعلومات الوفيرة الضخمة، وزيادة الارتباطات المتبادلة بين تكنولوجيا المعلومات والمؤسّسات، وأنّ تحتلّ المعرفة العلميّة مكانة خاصّة، وانتشار تكنولوجيا المعلومات عبر المجتمع، وتشكّل البيئات الاجتماعيّة من خلال أو بواسطة وسائل الإعلام. (3)

(1)- James, Beniger : the control revolution technological and economic origins of the information society. journal of American studies, london, Harvard university, 03(11), 2006, p36

(2)- السيد، ياسين: المعلوماتية وحضارة العولمة "رؤية نقدية عربية". دار النهضة للطباعة والنشر، القاهرة، 2001، ص15

(3)- الخليفي، طارق: معجم مصطلحات الإعلام انجليزي عربي. دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص160

1-2-3 - مبادئ مجتمع المعلومات:

- اعتمد مؤتمر القمة العالمي لمجتمع المعلومات عدة مبادئ يركز عليها قيام مجتمع المعلومات العالمي الذي يتجه نحو التنمية المستدامة، المجتمع الذي يستطيع فيه كل فرد استحداث المعلومات والمعارف والنفاذ إليها واستخدامها وتقاسمها وأهم هذه المبادئ: (1)
- دور الحكومات وجميع أصحاب المصلحة في النهوض بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية؛
 - البنية التحتية للمعلومات والاتصالات وهي من أهم عناصر قيام مجتمع المعلومات؛
 - النفاذ إلى المعلومات والمعرفة من خلال تعزيز تبادل المعارف وإزالة الحواجز التي تعترض سبل النفاذ العادل إلى المعلومات الموجهة إلى الأغراض الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية؛
 - يتاح لكل شخص فرصة اكتساب المهارات والمعارف لفهم مجتمع المعلومات والاقتصاد القائم على المعرفة مع استعمال تكنولوجيا المعلومات في جميع مراحل التعليم؛
 - الحفاظ على أمن الشبكات والحفاظ على الخصوصية وحماية المستهلك وإشاعة ثقافة عالمية للأمن السيبراني؛
 - استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأداة هامة للإدارة الرشيدة إلى جانب توفر بيئة دولية ديناميكية تمكينية تدعم الاستثمار الأجنبي المباشر وتنقل التكنولوجيا والتعاون الدولي؛
 - للحفاظ على التنوع الثقافي واللغوي والمحتوى المحلي مع احترام الهوية الثقافية في مجتمع المعلومات لا بد من استعمال وسائط الإعلام بطريقة تتم على الشعور بالمسؤولية وفقاً للمعايير الأخلاقية والمهنية.

1-2-4 - مؤشرات مجتمع المعلومات:

يُمكن النظر إلى مؤشرات المجتمع الجديد من ثلاث زوايا أساسية هي:

أولاً- سمات تكنولوجيا المعلومات:

وتشمل ما يلي: (2)

- الاتصالات الإلكترونية الدقيقة المطورة منذ منتصف الأربعينات؛
- تحويل البيانات من بيانات تناظرية إلى بيانات رقمية، وبالعكس باستخدام مودم؛
- الشروع في استخدام البرامج الحاسوبية عالية التطوير لتطوير المحتوى متعدد الوسائط وتبديلها بلغات البرمجة غير المتطورة وهي لا تسمح إلا بإعداد نصوص ورسوم بيانية بسيطة؛
- التقارب التكنولوجي بين نظم الحوسبة ونظم الاتصالات السلكية واللاسلكية باستخدام تطبيقات معتمدة على مودم/Modem؛

(1)- حجي، أحمد: التعليم الجامعي المفتوح عن بعد. القاهرة، عالم الكتب، القاهرة، 2017، ص39

(2)- الوردي، زكي: المعلومات والمجتمع. الوراق، عمان، 2015، ص 47

- تطوير المحتوى القائم على الإنترنت باستخدام سمات وخصائص سمعية بصرية متعددة الأبعاد ومتحركة؛
- توصيل البيانات بوسائل متعددة الأبعاد (المؤتمرات المرئية، بث البرامج الإذاعية والتلفزيونية بواسطة الإنترنت متعددة الأوجه: البريد الإلكتروني، الهاتف،...).

ثانياً- سمات المجتمع :

- إنّ نظام توصيل المعلومات والذي يشمل عناصر سكانية ومؤسسية أدى إلى ظهور عدد من السمات المجتمعية والاقتصادية العصرية، يُمكن إدراجها فيما يلي: (1)
- أصبحت الاتصالات فعّالة وفعليّة ويمكن إجراؤها بالاتّصال المباشر وبالتّفاعل في الوقت الحقيقي؛
- بدأت أساليب جديدة في عقد الصّفقات من خلال التّجارة الإلكترونيّة والتّسويق العابر للحدود؛
- أصبح الاقتصاد الجديد يركّز على إنتاج وتداول وتوزيع السلع والخدمات القائمة على المعلومات والمعارف؛
- أصبحت الأنسجة الاجتماعيّة الجديدة تتناول مسائل التّواصل الافتراضي بواسطة الإنترنت والتّفاعلات الاجتماعيّة والبشريّة العابرة للحدود وتقديم الخدمات مباشرة في الوقت الحقيقي.

ثالثاً- السمات الاجتماعيّة - الاقتصاديّة: (2)

- في خضمّ التحولات السّابقة ظهر ما يسمّى بالرقاقة البشريّة حيث أنّ المعلومات تتدفّق إلى الأفراد والمؤسسات دون حواجز جغرافيّة أو زمنيّة، كما أصبح الاتّصال مباشر وبالوقت الحقيقي، وهو ما جعل البشر والمؤسسات جزءاً لا يتجزأ من نظام المعلومات؛
- مرّت معايير الإدارة بتغيّر هيكلي شمل عمليّات اتّخاذ القرار التّفاعلي الاجتماعي والصّفقات التّجاريّة، الخدمات العامّة، وهو ما يتطلّب إدارة رشيدة للشؤون الاجتماعيّة والاقتصاديّة والسياسيّة مع إعادة تقسيم الأدوار وتوزيع المسؤوليّات بين الأفراد والمؤسسات؛
- التّماسك الاجتماعي والبعد الإنساني اللذان ظهرا في مجتمعات بلا حدود، نتيجة التّطوّرات في طرق الاتّصالات، وهو ما أدى إلى ظهور كيانات متعدّدة الجنسيّات وخصائص المواطنة الشبكيّة. كما أثّرت العولمة وأنشطة تحرير الأسواق على الإنتاجيّة على الصّعيد المؤسسي ومدى قابليّة الدّول للتّنافس في بيئة عابرة للحدود، فالقوّة العاملة النّاشئة تستلزم ظهور مفاهيم جديدة للعمل "العمل عن بعد"؛
- ظهور مفهوم التّعليم المستمرّ الذي أصبح قابلاً للتّطبيق من خلال نظم التّعليم عن بعد والتّعليم المباشر والتّعليم المفتوح؛

(1)- Taylor, F: The Computer in the School. Teacher College Press, New York, 2005, p63

(2)- البدانية، دياب: الأمن وحرب المعلومات. دار الشروق، عمان، 2002، ص321

- بُرُوز التَّفَاوُت الإِجْتِمَاعِي والإِقْتِسَادِي من خِلال الفجوات النَّاشِئة في مِجال المَعْلُومَات والمَعَارِف، وَهُوَ مَا يَشْكَلُ خِطَرَ التَّحْدِي الجَدِيد لِلدَّوَل النَّامِيَّة؛

- تَحَوُّل تِجَارَةِ تَبَادُل المَعَارِف وَالْمَوَارِد إِلَى أُسْلُوب حَيَاة لَدَى الْأَفْرَاد وَالْمَوْسَّسَات وَذَلِكَ مِنْ خِلال نِظَام المَعْلُومَات القَائِم عَلَى الْإِنْتَرْنِت وَالتَّوَاصُل الْإِفْتِرَاضِي بِوَأَسْطَةِ الْإِنْتَرْنِت وَالتَّعَاوُلَات الْإِجْتِمَاعِيَّة وَالبُشْرِيَّة الْعَابِرَةَ لِلْحُدُود، وَتَقْدِيم الخِدْمَات مَبَاشِرَةً فِي الْوَقْت الْحَقِيقِي. (1)

1-2-5 الفرق بين مجتمع المعلومات والمجتمع التقليدي:

ذَهَبَ الكَثِير من الْعَامِلِينَ فِي الْبِيئَةِ الرَّقْمِيَّة لِمَجْتَمَعِ المَعْلُومَات إِلَى تَحْدِيدِ مَعَالِمِ أُسَاسِيَّةٍ لِلْبِنْيَةِ التَّحْتِيَّةِ الَّتِي تَشْكَلُ جَوْهَرَ هَذَا المَجْتَمَعِ الجَدِيدِ، عِبْرَ مَجْمُوعَةٍ مِنْ الخِصَائِصِ الَّتِي تَمَيِّزُهُ عَنِ المَجْتَمَعِ التَّقْلِيدِي، وَتَسَاهِمُ هَذِهِ الخِصَائِصُ فِي تَرْسِيخِ السَّمَاتِ المُمَيِّزَةِ لِمَجْتَمَعِ الجَدِيدِ كَمَا أَنَّهَا تَقُومُ فِي الْوَقْتِ نَفْسِهِ بِتَوْفِيرِ المِنَاحِ المُنَاسِبِ لِسِيَادَةِ الْإِنْتِشَاطَةِ الَّتِي تَسْرِي فِي كِيَانِهِ الرَّقْمِي. وَلَكِي تَتَّضِحَ أَمَامَنَا الصُّورَةُ الْحَقِيقِيَّةُ لِهَذَا المَجْتَمَعِ سَنَحَاوِلُ مَنَاقِشَةَ أَهَمِّ هَذِهِ الخِصَائِصِ بِحَيْثُ تَتَّحَدَّدُ مَعَالِمُهُ وَتَتَبَيَّنُ لَنَا طَبِيعَةُ التَّرْبَةِ الَّتِي أُرْسِيَتْ فِيهَا رِكَائِزُهُ الجَدِيدَةُ:

أ- **إِنْفِجَارُ المَعْرِفَةِ:** يَرَى الْعَدِيد من الْبَاخِثِينَ أَنَّ المَعْلُومَاتِ المُنْتَجَةَ فِي الْحَقْبَةِ المَعَاوِرَةِ أَكْثَرَ أَهْمِيَّةٍ مِمَّا أُنتَجَ فِي كُلِّ تَارِيخِ الْبُشْرِيَّةِ، عَلِمًا أَنَّ المَعْلُومَاتِ تَتَزَايِدُ بِمَعْدَلَاتٍ كَبِيرَةٍ نَتِيجَةَ التَّطَوُّرَاتِ الْحَدِيثَةِ الَّتِي يَشْهَدُهَا الْعَالَمُ، وَهَذَا نَتِيجَةُ بَزُوعِ التَّخْصِصَاتِ الجَدِيدَةِ وَتَكَامُلِ المَعَارِفِ الْبُشْرِيَّةِ وَنُمُوِّ الْقُوَى المُنْتَجَةِ وَالمُسْتَهْلَكَةِ وَالمُسْتَفِيدَةِ مِنْ المَعْلُومَاتِ. وَلِهَذَا الْإِنْفِجَارُ المَعْرِفِي مَظَاهِرٌ، فَقَدْ أُحْدِثَتْ التَّكْنُولُوجِيَا تَغْيِيرَاتٍ فِي وَاقِعِ النَّاسِ الْيَوْمِ وَصَارَتْ تَتَحَكَّمُ وَتَتَدَخَّلُ فِي كُلِّ شَأْنٍ حَيَاةٍ حَتَّى أَنَّ قُوَّةَ الدَّوَلِ فِي المَسْتَقْبَلِ سَتَكُونُ رَهْنًا بِجُودَةِ المَعْلُومَاتِ المَتَاحَةِ لَهَا بَعْدَ أَنْ تَحَوَّلَ مَحْوَرُ الْإِهْتِمَامِ مِنَ الطَّاقَةِ إِلَى المَعْلُومَاتِ. (2)

وَمِنْ أَبْرَزِ مَظَاهِرِ تَفَجَّرِ المَعْلُومَاتِ مَا يَلِي: (3)

- المَكْتَبَاتِ الرَّقْمِيَّةِ وَالشَّبَكَاتِ، فَبَدَلًا مِنْ أَنْ تَرُصَّ المِلايِينَ مِنْ الكُتُبِ بِطَرَقِ عَشْوَائِيَّةٍ فِي أَمَاكِنٍ مَتَفَرِّقَةٍ وَمَسَاحَاتِ شَاسِعَةٍ أَصْبَحَ بِالْإِمْكَانِ تَخْزِينُهَا عَلَى أَقْرَاصِ ضَوْئِيَّةٍ مَعَ إِمْكَانِ أَنْ يَكُونَ مَحْتَوَى هَذِهِ الكُتُبِ فِي صُورَةٍ صَوْتِيَّةٍ أَوْ فِي شَكْلِ صُورٍ ثَابِتَةٍ أَوْ فِيدِيُو أَوْ غَيْرِهَا، إِضَافَةً إِلَى النُّصُوصِ المَكْتُوبَةِ المَعْرُوفَةِ فَبَدَلًا مِنْ أَنْ يَذْهَبَ المَسْتَعْمِدُ إِلَى المَكْتَبَةِ تَصْبَحُ هَذِهِ الْأَخِيرَةُ بِكُلِّ مَا فِيهَا مِنْ مَعْلُومَاتٍ هِيَ الَّتِي تَسْعَى إِلَى الشَّخْصِ؛

(1)- لعقاب، محمد:مجتمع الإعلام والمعلومات ماهيته وخصائصه، . دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص78

(2)- عبد الباسط، محمد: استخدام تكنولوجيات الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيون. المكتب الجامعي الحديث، القاهرة،

2005، ص291

(3)-Sergeeva, O:Interactive simulator as a tool for improving the teaching mathematics process of students with intellectual disabilities. Humanitary Sciences and Education, ,03(07), 2013, p82

- تجمع خيوط التكنولوجيا في أيدي عدد قليل من الدول أو المؤسسات العملاقة مما أتاح لها ذلك التحكم في صناعة المعلومات وتشغيلها واختزانها واسترجاعها وامتلاكها للقنوات التي تمرّ عبرها هذه المعلومات.

- أتاحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة للإنسان خدمات عديدة منها قواعد البيانات وبنوك وشبكات المعلومات وكذا شبكة الانترنت؛

- زيادة حجم الإنتاج العالمي من الصناعات الالكترونية.

ب- زيادة أهمية المعلومات: في مجتمع الإعلام والمعلومات المعاصر ازدادت أهمية المعلومات وأصبحت المعلومة تتدخل في كل الأنشطة والصناعات، كما تمثل المادة الخام لمواد كبيرة من قطاعات المجتمع المعاصر. ونتيجة لذلك أصبح يُنظر للمعلومات كمورد أساسي يُمكن أن يباع ويشترى، كما في قواعد البيانات الالكترونية أو في الجرائد والمجلات أو التقارير، فامتلاك براءة الاختراع أو معلومات يمكن أن تفوق قيمته قيمة امتلاك مصنع، ومن هنا يمكننا القول أنّ المعلومات تمثل ثروة في حدّ ذاتها. (1)

ج- بزوغ المبتكرات التكنولوجية لمعالجة المعلومات: لقد ظهرت في الحقبة المعاصرة مبتكرات جديدة لمعالجة المعلومات أكثر تطوراً من سابقتها وتتمثل أساساً في الكمبيوتر والأقراص المضغوطة.

د- نموّ المجتمعات والمنظمات المعتمدة كلياً على المعلومات: يتميز هذا المجتمع أيضاً بظهور منظمات تعتمد كلياً على المعلومات مثل مؤسسات الجرائد والبنوك وشركات التأمين؛ (2)

ويلاحظ أنّ انفجار تضخم هذه المنظمات قد بدأ في الظهور في نفس الوقت الذي شهد بدايات الثورة المعلوماتية المعاصرة، وقد أصبحت هذه المنظمات تعتمد على تكنولوجيا المعلومات بعدما كانت تعالج المعلومات يدوياً.

هـ- تعدّد فئات المتعاملين مع المعلومات: أوجد مجتمع المعلومات المعاصر فئات كبيرة تتعامل مع المعلومات وتشتغل بها مثل: (3)

- العلماء والفنانون والمصمّمون وغيرهم ممن يقدرّون على خلق وإنتاج معلومات جديدة؛
- العاملون في نقل وتوصيل المعلومات والمعارف مثل عمال البريد والإعلاميين؛
- العاملون في تخزين المعلومات واسترجاعها كمبرمجي الكمبيوتر وأخصائيي المعلومات وأمناء المكتبات؛
- المهنيّون من محامين وأطباء ومحاسبين الذين يقومون بتقديم خبراتهم وحصيلتهم المعلومات التي اكتسبوها لمتعاملينهم نظير مقابل ماديّ؛

(1)- Wong, E. and other : Insights into Innovative Classroom Practices with ICT " Identifying the Impetus for Change ". Educational Technology & Society, 1(11), 2008, p29

(2)- Libraries and Information Centres; Activities and Management (n.d.)

ww.vub.ac.be/BIBLIO/meuwenhuysen/courses/chapters/libraries.pdf (342 Boxes), Retrieved 20/07/2019

(3)- Oyelude, A & Subair, R : Libraries, Archives and Information centres in Rural Community Development. Nigerian Journal of Information Science Review, 21(01), 2003, p68

- المديرون وأصحاب الخبرات التي تشتغل في الأمور المادية والمحاسبية والتخطيطية والتسويقية والإدارية أي الذين يسعون باستخدام المعلومات إلى إيجاد الأنظمة المنتجة ذات الكفاءة مع أقل تكلفة ممكنة؛
- إن أهمية المعلومات لا تقتصر على النقل فقط بل تسهم في عملية اتخاذ القرارات الرشيدة.

و- **الإستغناء عن الورق في تسجيل المعلومات:** تزداد بصفة مطردة كميات المعلومات المنتجة على أوعية غير ورقية كالأشرطة والأقراص الممغنطة وأسطوانات الفيديو والأقراص الضوئية وغيرها من الأشكال غير التقليدية. (1)

ي- **السعة الاستيعابية المفتوحة:** يميل مجتمع المعلومات إلى جعل فضائه الرقمي إطاراً شاملاً يستوعب كافة أنشطة الاتصالات الدائرة في بيئته بحيث لا يفتقر أي مستخدم فيه إلى أية أداة اتصال تقع خارج نطاق سلطته التقنية.

م- **السمة المفتوحة:** يمتاز الفضاء المعلوماتي بكونه مفتوحاً أمام ورود أي مجهز للخدمات الرقمية دون وجود أية محددات وبكلفة منخفضة عند مقارنتها بالتكاليف المطلوبة لتنفيذ النشاط نفسه على أرض المجتمع التقليدي، وتضفي هذه السمة على المجتمع الرقمي خاصية تعدد الاختصاصات في بيئة متنوعة مع توافر فرص كبيرة للاستثمار تقع خارج قدرة المؤسسات الصغيرة.

ن- **غياب المركزية:** يميل مجتمع المعلومات إلى إزالة جميع أشكال الامتيازات الفردية التقنية أو التنظيمية من داخل كيانه كي يكون قادراً على التكيف مع متطلبات السمة المفتوحة السائدة في كيانه، ويضمن إغلاق جميع الأبواب أمام نقاط الاختناق التي قد تنتج بسبب وجود سلطة فردية تقع عائقاً أمام سريان أنشطته اللامركزية.

ك- **السريان الدائم:** يوفر الفضاء المعلوماتي بيئة تسمح للبيانات والكائنات المعلوماتية بالانتقال بين المستخدمين وبين الآلات والأدوات الرقمية المختلفة بصورة دائمة، وتعدّ سمة السريان الدائم صفة ملازمة لكل من السمة المفتوحة وغياب المركزية حيث تتدفق البيانات والمعلومات بصورة مستمرة في الشبكات الموجودة ضمن مجتمع المعلومات، كما يمكن تبادل الخدمات مع مستخدمين آخرين في الشبكة ذاتها أو في شبكات أخرى. فالأتممة الشاملة لم تكن لتقوم أصلاً دون أن يسبقها تطوير وارتقاء العناصر والنظم الفرعية، بصورة تسمح بتكاملها في هيئة منظومة متكاملة. (2)

(1)- لعقاب، محمد: مجتمع الإعلام والمعلومات ماهيته. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص89

(2)- بدر، أنور: التكامل المعرفي لعلم المعلومات والمكتبات. دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص54

- ر - سيادة الصبغة الاقتصادية: تعدّ السمة الاقتصادية نتيجة حتمية للبيئة المفتوحة التي يوفرها مجتمع المعلومات بعد أن ألغى الحدود المكانية والزمنية التي تقف عائقاً أمام السريان الحرّ للنشاط الاقتصادي في المجتمع التقليدي، فقد شدّت العولمة أزر مجتمع المعلومات بعد أن وفّرت له الخلفية المفاهيمية التي زادت من خصوبة بيئته في مجال الإقتصاد. ثمّ برز مفهوم الإقتصاد العالمي من الاحتكاك ضمن بيئة الانترنت لكي يزيد من تعزيز القدرات الاقتصادية التي يتمتع بها المجتمع الجديد.
- ز - تزايد الاهتمام بمسألة الأمن: إنّ تمييع الحدود المكانية وسيادة الفضاء المفتوح مع غياب المركزية وعدم وجود مرجعية تمسك بزمام أركان السلطة داخل الفضاء المعلوماتي، جعل المجتمع أكثر عرضة للتهديدات المعلوماتية التي قد تعصف بالكثير من مركزاته الحيوية. يُضاف إلى ذلك وجود ثغرات أمن معلوماتي نتيجة لتنامي الخبرات لدى المستخدمين وتقدم التقنيات الرقمية بسرعة كبيرة تساهم بتعميق المخاطر المحتملة للتهديدات أو الهجمات المعلوماتية. من جهة أخرى فإنّ السريان الدائم للبيانات والمعلومات من مصادر مجهول المصدر بات يحتمّ على المقيمين في مجتمع المعلومات تبني معايير أمنية محكمة لضمان عدم تسلل الفيروسات الحاسوبية أو قرصنة المعلومات فيعوثون بها. (1)

1-2-6- إفرزات مجتمع المعلومات:

لقد كانت النقلة الحضارية إلى مجتمع المعلومات نقلة نوعية ومثيرة في مسار التقدّم البشري، غير أنّ إفرزات المجتمع الجديد أخذت اتجاهاً، اتجاهاً إيجابياً لا بدّ من استثماره واتّجاه سلبي ينبغي فهمه ومعالجته:

أولاً- الإفرزات الإيجابية لمجتمع المعلومات: (2)

- ثورة المعلومات أدت إلى تعدّد مصادر المعلومات بأشكالها وتشعب موضوعاتها وتداخلها وظهور تخصصات جديدة، فجاءت تكنولوجيا المعلومات لربط العالم في مجتمع معلوماتي واحد؛
- حاجة الإنسان المعاصر للمعلومات المطلوبة بسرعة كبيرة ودقة مناسبة وشمولية على اختلاف موقعه الجغرافي؛
- حدث تطوّر هائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من حيث كمية تخزين المعلومات وسرعة معالجتها واسترجاعها، فمن حواسب الصمامات إلى حواسب الترانستر ثم السيلكون إلى الأقراص المكتنزة، ثمّ جاءت أقمار الاتصال والألياف البصرية، ثمّ شبكات المعلومات التعاونية، ابتداءً من الشبكات المحلية والإقليمية إلى الإنترنت؛

(1)- محمد، عبد الهادي: مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007، ص38

(2)- Callison, david : school Library media activities. In education module, France, 2003, p27

- أصبحت المعلومات بمثابة سلعة تُسوّق، ومورداً أساسياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإدارية والعلمية والسياسية وتحولت المجتمعات الصناعية إلى مجتمعات معلوماتية وأصبحت المعلومات هي المواد الأولية؛
- ظهور الذكاء الاصطناعي المرتبط بالحواسب الإلكترونية التي يعتقد العديد من الباحثين أنها ستحل محلّ الإنسان في القيام بالعمليات الإبداعية؛
- ساعدت تكنولوجيا المعلومات في ظهور نظم متكاملة للمعلومات على مستوى المؤسسات والنظم والشبكات بأشكالها؛
- ظهور علم جديد هو علم المعلومات يؤكد على التعامل المتطور مع مصادر المعلومات العلمية والبحثية وتوثيقها، واختيار المناسب منها للتخزين والمعالجة ومن ثمّ استرجاعها في الوقت المناسب.
- كما يرى بعض الباحثون المتفائلون بثورة المعلومات أنها خلقت مجتمعاً واعداً لديه العديد من المزايا والإيجابيات، ففي مجال الشغل يرى المدافعون عن هذه الثورة أنها: (1)
- تخلق مناصب شغل لإنتاج الآلات الجديدة؛
- كلما توسّعت سوق المنتجات الجديدة قلّ سعرها وازداد الاستهلاك؛
- ستظهر نشاطات جديدة استجابة لظهور حاجات جديدة؛
- كما يؤكد بعض الباحثين أنها الثورة التي ستمكّن الجميع من الاستفادة منها في كلّ المجالات سواء تعلّق الأمر بالتعليم أو التجارة أو الشغل أو التسلية والترفيه، أو ترقية الديمقراطية والحوار، وغيرها من الامتيازات.
- تطوّر علم "التحكّم الآلي" أو "السيبرنتيك" وهذا يوجّه المجتمعات نحو مزيد من الإعلامية والمعلوماتية والحوسبة في صلة باكتساح الالكترونيات؛ (2)
- تطوّر علم التحكّم الآلي" أو "السيبرنتيك" و توجّه المجتمعات نحو مزيد من الإعلامية والمعلوماتية والحوسبة واكتساح الالكترونيات. (3)
- لذلك يجب إيجاد الوسائل الكفيلة بسدّ هذه الفجوات ولن يتمّ ذلك من خلال استلاب المعلومات ممّن لديهم الكثير منها وإعطائها لمن لا يملكونها، لأنّ ذلك ليس ضرورياً في توزيع المعلومات وإنما من خلال البحث عن الطّرق التي تتيح لجميع أفراد المجتمع الاقتراب من المخازن الشاسعة المتاحة للمعلومات وتحفيّنها على الاعتراف منها بأقصى ما يستطيعون.

(1)- Stock, Wolfgang:Handbook of Information Science.Gruyter Saur, Berline, Boston, 2013, p8

(2)- لعقاب، محمد: مجتمع الإعلام والمعلومات ماهيته وخصائصه.دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص109

(3)- النقري، معن: المعلوماتية والمجتمع، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2001، ص66

وهو ما يستدعي أيضاً من الدول النامية مجهودات مخططة حتى تؤدي هذه العملية ثمارها ولا سيما من زاوية تأسيس البنى التحتية للمعلومات وإعداد الكوادر والخبراء اللّازمين لعملية نقل المعرفة وتداولها ونشرها بين مختلف الفئات الاجتماعية. (1)

والملاحظ أنّ كمية المعلومات التي أنتجت في السنوات الأخيرة من القرن العشرين فقط، أكثر من تلك التي أنتجت في خمسة آلاف سنة مضت، وأنّ تطبيقات العلم وتكنولوجيا المعلومات تزيد 14 % كل سنة وتتضاعف باستمرار، وظهرت تقنيات جديدة لإنتاج الثقافة حيث تسيطر الثقافة الإلكترونية التي جاءت من صلب تقنيات المعلومات وأنتجت منتجات ثقافية جديدة مثل الصّحف الإلكترونية والكتاب الإلكتروني. (2)

وفرضت ثورة المعلومات نفسها كأحد خيارات التنمية الشاملة، فحدثت تغييرات في عمل وسائط الاتصال وتحوّلات كبيرة نشأت عن ثورة المعلومات خصوصاً من الناحية التكنولوجية التي تمثّل فيها تكنولوجيا المعلومات حلقة مهمة في مسلسل تطوّر وسائط الإتصال بعد التلّكس، الهاتف، الإذاعة والتلفزيون. وقد صحبها إنشاء شبكات معلومات ضخمة تجمع بين الصورة والصوت والنص المكتوب والمعلومات البيانية. (3)

كما يُنظر إلى ثورة المعلومات على أنّها مجموعة متغيّرات أحدثتها تقنية المعلومات وأهمّ متغيّرين فيها: تقنيات الاتصال الحديثة وأجهزة الحاسوب التي تقوم بمعالجتها والتي لا يمكن الفصل بينهما لأنّ أساسهما تواصل العلم والمعرفة. (4)

(1) - الهادي، محمد: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص 21

(2) - أبو عرفة، عدنان: مقدمة في تقنية المعلومات. دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 153

(3) - السعيد، إبراهيم: المكتبة الجامعية وتحديات مجتمع المعلومات. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2009، ص 361

(4) - ردمان، عبد المالك: الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 56

ثانياً - الإفرازات السلبية لمجتمع المعلومات

أبرز مجتمع المعلومات مخرجات سلبية، منها: (1)

- تغييب القيم الأخلاقية شيئاً فشيئاً، واتجاهها إلى الزوال على المستوى المؤسسي والفردي؛
- توجيه الرأي العام والسيطرة على اتجاهاته الفكرية؛
- التوزيع الجغرافي غير المتناسب للمعلوما، ففي الوقت الذي تتوفر فيه كل أنواع المعلومات في منطقة محدّدة من العالم، يوجد فقر شديد للمعلومات في مناطق أخرى؛
- السيطرة على المعلومات وأمنية المعلومات وقرصنة المعلومات وفيروسات الحواسيب، أصبحت من الأمور التي تقلق الدول النامية والصناعية؛
- الحواجز اللغوية، خاصة وأن معظم المعلومات هي ليست بلغات الدول النامية؛
- حجب أنواع مختلفة من المعلومات تحت ذرائع وحجج اجتماعية وسياسية ودينية، مما قد يؤثر سلباً في وصول الباحثين الحقيقيين إلى المعلومات البحثية المطلوبة؛
- استخدام تكنولوجيا المعلومات كمظهر حضاري وأصبح الدافع هو المباهاة الإعلامية أو الاجتماعية أكثر منها إنتاج معلومات والوصول إلى المعرفة مع قلة أو ضعف القوى العاملة الفنية؛
- تسطيح العقل البشري نظراً لاعتماده على مسألة الذكاء الاصطناعي، ورغم الملامح الممتلئة لمجتمع المعلومات تبقى السمة المميزة لهذا المجتمع هي تزايد أهمية المعلومات عمّا كانت عليه، ويبقى مشكل تنظيم المعلومات والمعرفة من المشاكل الرئيسية لمجتمع ما بعد الصناعة.

كما يؤكد الكثير من الباحثين أنّ المشكلة الأساسية التي يجب أن نهتم بها فيما يتعلّق

- بالمعلومات هي سوء توزيعها Mal distribution أو توزيعها على نحو غير مناسب. (2)
- وفي حين يتّسم بعض سكان العالم بزيادة المعلومات يوجد فقر شديد في المعلومات لدى سكان آخرين، ولا يقتصر سوء توزيع المعلومات فيما بين أقاليم العالم أو دوله فقط. (3)
- وهو ما يُسمّى بالشرخ المعلوماتي أو الفجوة المعلوماتية "Digital Divide". (4)

(1)- الهوش، محمود أبو بكر: التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات" نحو إستراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات".

دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص79

(2)- الصادق، رابح: تاريخ نظريات الاتصال. ط3، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005، ص87

(3)- مكايي حسن، عماد: تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات ط3، الدار المصرية، مصر، 2014، ص34

(4)- لعقاب، محمد: مرجع سابق، ص100

ويُوجد التّفاوت في المعلومات أيضاً داخل كلّ دولة، حيث يمكن أن نلاحظ فجوات عديدة في حجم المعلومات المستخدمة ونوعيتها من جانب الأفراد داخل المجتمع الواحد. كما تتجمّع خيوط تكنولوجيا المعلومات في أيدي عدد قليل من الدّول تلك الدّول التي تتحكّم في صناعة المعلومات وتشغيلها واختزانها واسترجاعها وتمتلك القنوات التي تمرّ عبرها هذه المعلومات. (1)

إنّ مجتمع المعلومات لا يعترف بالتقسيم التقليدي للعالم شمال وجنوب بل يقسمه تقسيماً جديداً: من يملك المعلومات ومن لا يملك من يستفيد منها ومن لا يستفيد. والقسم الأوّل هو الذي يعيش في مجتمع المعلومات هذا والقسم الثاني هو المهمّش عنه تهميشاً، حتى أنّه يمكن القول أن 20% من الدّول مستفيدة من مزايا ثورة المعلومات على المستوى الدولي بينما هناك 80% تعيش على هامشه، وهي نفس النسبة التي تحكّم كل دول العالم وهذا ما يسمّى أيضاً مجتمع العولمة أو مجتمع التّلكث الغني. (2)

هذه الثّورة المعلوماتية تتسارع باستمرار أسرع من خطى الحياة بحيث تجعل المرء يلهث وراءها وفي نفس الوقت قلّصت الوقت للاستمتاع بها، كما أنّها قلّصت عدد الوظائف المتوفّرة فمنذ عام 1978 إلى غاية 1997 أي خلال 20 سنة فقدّ 43 مليون فرد أمريكي وظيفته في أمريكا وحدها، بالإضافة إلى هذا فإنّ الباحثين يوضّحون أنّ الكمبيوتر سوف يجمّد الناس في مقاعدهم وفي بيوتهم لأنّه سيغنيهم عن الحركة والتّقلّب. (3)

إنّ هذه الثّورة تخترق الأسرار العليا الوطنيّة فقد استباححت حرّيات الدّول النامية بحيث يمكن القول أنّه ليس هناك أسرار عليا لهذه الدّول أمام تقنيات ثورة الاتّصال من أقمار تجسّس أو مراكز تنصّت أو شبكات ومحطّات إختراق وتوظيف هذه المعلومات والإمكانات الهائلة للتّهديد المباشر للأمن الوطني والقومي للدّول النامية والتي لا تملك عنه من معلومات سوى ما تبتّه وسائل الإعلام ممّا يشكل ضغوطاً واضحة وملموسة على صنّاع القرار السّياسي لهذه الدّول ويفقدهم أوراق المناورة التي يحتاجونها في عملهم السّياسي. (4)

فالعلاقة المتطوّرة بيننا وبين الآلات تعزّز وتُغني حيلتنا ولكنها أيضاً تفقرها، فالثّورة الميكرو الكترونيّة تقوم بتغيير العديد من الآلات والأجهزة التي تستعملها كل يوم مثل الراديو والحاسب الآلي وآلات الطّباعة، وهي إمّا أنّها تزيد من مسافة البعد بيننا وبين فهمها واستيعابها، وإمّا أنّها تسهّل التّعليم وتحفّز على الإبتكار والإبداع. (5)

(1) - مكايي حسن، عماد: مرجع سابق، ص35

(2) - لعقاب، محمد: مرجع سابق، ص101

(3) - محمد لعقاب: مرجع سابق، ص107

(4) - ردمان، عبد المالك: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص56

(5) - شرف، عبد العزيز: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال. دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998،

عموماً يُقال أن التكنولوجيا ليست خيراً خالصاً كما أنها ليست شراً صريحاً وكل تكنولوجيا لها ضررها كما أن لها فائدها، وأي تكنولوجيا لا تصلح في كل الظروف ولا في كل مجتمع والتكنولوجيا الجديدة في وسائل الاتصال قد تسدّ نقض التكنولوجيا القديمة ولكن لا يمكن أن تعوّضها، وتدفع البيانات بسرعة قضية رئيسية لدى بعض الدول ويعرفها البعض بالبحث الإلكتروني للبيانات والمعلومات عبر الحدود السياسية وتعدّ هذه القضية من بين القضايا التي ظهرت مع تعقد شبكات الاتصال عن بعد بالانترنت ومن بين القضايا المثارة حول تكنولوجيا الاتصال موضوع السيادة الوطنية للبلدان، ومفهوم التدفق الحر للمعلومات، وحماية القيم والمبادئ والأخلاق والخصوصية الشخصية. وتكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن أن تقضي تقنياً على معظم أساليب الحياة التقليدية الراهنة كما توجد مسائل غامضة تتعلق بحقوق النسخ والنشر بالانترنت تستدعي وضع قوانين وتشريعات خاصة بحماية التلاعب بحقوق الملكية الفكرية. (1)

(1)- العامري، أسامة: إتجاهات إدارة المعلومات. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص218

– II

أجيال الويب
وتطبيقاتها
ودورها في صناعة
المضامين

مع بداية نهاية الألفية السابقة وبداية القرن الواحد والعشرين برزت للتداول مفاهيم تقنية عديدة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة كالـ: الشبكات الاجتماعية، الويكي، المدونات، مواقع المفضلات، البودكاست، مواقع تبادل المحتوى، وغيرها... وترجع شهرة هذه الخدمات والتطبيقات إلى التغييرات الجذرية التي أدخلتها رابطة الشبكة العالمية (W3C) (*) على بنية النّت من جهة، وعلى طريقة عملها وتفاعل المستخدمين معها من جهة أخرى. الأمر الذي حولها إلى مجال أكثر ديناميكية تفاعلية وديمقراطية من أي وقت سابق، فقد نتج عن إرتقاء الويب 1.0 إلى مراتب أعلى الإنتقال من نموذج اتصالي إلى نموذج اتصالي آخر، وتحول طريقة توفير المعلومة التي كانت تستند على محاكاة طريقة عمل وسائل الإعلام الجماهيرية التي سبقت ظهور الإنترنت، حيث يتكفل مرسل واحد بإرسال المحتوى إلى عدة مستقبلين (One To Many)، تحول إلى نظام يعمل بنموذج اتصالي ينتهج طريقة أكثر ديمقراطية و تفاعلية وتعقيداً يستطيع فيه المستقبل أن يتحول إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل، كما تستطيع مجموعة كبيرة من المستقبلين أن توفر محتوى معيناً لمجموعة أخرى من المستقبلين (Many To Many).

في هذا الباب سنتناول: السياقات الشبكية وتطبيقاتها كحاضنة لصناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة، وهذا عبر الخوض في مفهوم الويب 2.0 وتقنياته، خصائصه، الابتكارات التكنولوجية والبرامج التقنية التي ساهمت بانتشار التفاعلية وصناعة المضامين، تطبيقاته وأدواته المختلفة التي ساهمت في الوصول إلى التفاعلية المثلى مع الجمهور، وبعده الويب 3.0 كأحد التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الويب والمستحدثة في مجال تكنولوجيا المستقبلية، والتي تعتمد على الذكاء الصناعي في عمليات التصنيف والبحث وإدارة مواقع الويب التي حولت صفحات ومواقع الويب من مجرد مجموعة صفحات ثابتة أو صفحات ديناميكية تعتمد على اجتماعية المعلومات، إلى قواعد بيانات تقوم بفهرسة ما يتم وضعه فيها من بيانات والتوفيق بينها وبين مرادفاتها، ومن ثم إمكانية توزيع تلك المعلومات لاستخدامها في مختلف المجالات، كما نخرج للفرقة بين هذه الأجيال المتعاقبة للويب 1.0، 2.0، 3.0.

(*) - رابطة الشبكات العالمية (World Wide Web Consortium): منظمة دولية لوضع معايير شبكة الأنترنت، وهي منظمة على شكل رابطة (كونسورتيوم) تتشكل من أعضاء وموظفون متفرغون يعملون معاً لتطوير معايير الويب. موقعها على الويب هو: <http://www.w3.org>

|| -1- أجيال الويب: المفهوم، النشأة، التطور.

|| -1-1- الويب 2.0

|| -1-1-1- نشأة الويب

يُمكن النظر لنشأة الويب 2.0 عبر مدخلين رئيسيين:

أولاً- المدخل التقني:

بعد اختراع الويب (World Wide Web (WWW بتاريخ 13 مارس 1989 على يد عالم الفيزياء البريطاني "تيم بيرنرزلي" Tim BERNERS-LEE الذي كان أحد الباحثين في المعهد الأوروبي لأبحاث الطاقة النووية، ظهر المتصفح الأول لشبكة الانترنت و الذي كان يسمح بعرض المواقع و الكتابة فيها، فكان بإمكان أي شخص تعديل صفحات المواقع إن كان يملك صلاحية فعل ذلك، بينما كان تحرير محتويات الموقع لا يتطلب معرفة لغة HTML (*) فقد كان المتصفح يعرض واجهة بسيطة لفعل ذلك. (1)

استمرّ تطوير الانترنت على جميع الأصعدة فتطوّرت المتصفّحات باستمرار، و تطوّرت معها التقنيّات ولغات البرمجة في علاقة تكاملية تبادلية، ممّا أدّى لتطوير المضامين التي وفّرتها مواقع الويب، فظهرت أشكال واستخدامات جديدة ومنتالية للويب.

حتّى مطلع الألفية الثالثة كانت خدمات الويب ومواقع عمله وفق صيغة أحادية "مُرسل (Webmaster) مجموعة مستقبلين (Visitors)، وذلك لطبيعة التكنولوجيات ولغات البرمجة الموجودة آنذاك، والتي كانت تتمثل أساساً في لغة الـ HTML، حيث كانت مواقع الويب عبارة عن صفحات ثابتة نادراً ما يتمّ تحديثها، تحتوي في أحسن الحالات نصوص وصور و فيديوهات أو ملفات فلاش تعمل بطريقة بدائية جداً، حتّى أنّ إعادة تحميل جزء صغير من الصفحة يتطلب إعادة تحميل الصفحة بأكملها.

خلال السنوات الخمس الأولى من الألفية الجديدة، بدأت موجة الويب 2.0 والتي شكّلت نتيجة استخدام مجموعة من التكنولوجيات والتطبيقات التي كانت موجودة أصلاً، خاصة تطبيقات الأجاكس (Ajax)، وهو تطبيق يوفر تجربة تفاعلية أكثر غنى، حيث يقلل من حالات العودة للسيرفر، فيمكن المستخدم من تحميل أجزاء معينة فقط من الصفحة (الأجزاء التي طرأ عليها تغيير أثناء تصفّح الموقع)، كمثل على ذلك المواقع التي تقدم خدمات إخبارية عاجلة، فبمجرد ظهور الخبر يتم تحيين الجزء من الصفحة المخصّص للأخبار العاجلة، وهكذا.

(*) لغة ترميز النصّ الفائق أو التّشعبي (HyperText Markup Language)، وهي لغة ترميز تستخدم في إنشاء وتصميم صفحات ومواقع الويب.

هناك تطبيقات أخرى أيضاً ساعدت على ظهور الويب 2.0 نذكر منها:

- الجافا ويب ستارتر (Java web start) التي تسمح باستخدام التطبيقات المبنية على الويب (Web based applications)؛

- لغات الـ (CSS) (*) والـ (XHTML) (**) وأدوات نقل المحتوى مثل الـ (RSS) (***)،

وكل تلك التطبيقات كانت السبب الرئيسي في ظهور ما يسمى بالويب 2.0.

ثانياً- المدخل التجاري: بدأ الانتشار التدريجي لشبكة الويب خلال فترة التسعينات، وبدأ ظهور شركات كبيرة على الشبكة مثل: شركة MSN . موقع eBay المتخصص في البيع بالمزاد على الشبكة، وموقع Amazon المتخصص في البيع على الشبكة وموقع Yahoo.

بدأت الشركات تتجه نحو الويب باعتباره سوقاً جديداً وواعداً للاستثمار، حيث استثمرت الملايين ووظفت أعداداً كبيرة من الموظفين، مراهنه على مجموعة خدمات وابتكارات لتقدمها لزبائنها على الشبكة، أطلق على هذه الشركات اسم "شركات الدوت كوم" (Dot-com enterprises) نسبةً لمجال عملها وتموقعها في سوق الانترنت.

ومع طرح أسهم تلك الشركات في البورصة وتحقيق النجاح، ارتفعت قيمة أسهمها لمستويات جد عالية أغرت الكثيرين للاستثمار وضخ المزيد من الأموال قصد جني المزيد من الأرباح لكن المستقبل الذي كان ينتظر تلك الشركات كان معاكساً للتوقعات، إذ لم تكن لدى أصحاب شركات الدوت كوم رؤية واضحة حول كيفية وخطط جني الأرباح التي ارتفعت بفعل المضاربة.

بدأت مئات الشركات تفلس وتخرج من السوق تبعاً، من أشهرها Pets.com المتخصصة في بيع منتجات الحيوانات الأليفة و أطعمتها. وبدأ مسلسل ما سمي فيما بعد "فقاعة الدوت كوم" (Dot-com bubble) سنة 1995 وبلغ ذروته في 10 مارس 2000. لتنفجر الفقاعة سنة 2001 أين خسر المستثمرون ملايينهم وتم تسريح الموظفون. (1)

أصبحت الانترنت الويب مكاناً غير مفضل للاستثمار والعمل في نظر الكثيرين، لكن ما لبث أن بدأت موجة جديدة من الشركات التي بدأت تستثمر في الويب، مقدّمة خدمات جديدة و مفيدة وبسيطة في نفس الوقت، حيث بدأت هذه الشركات في تقديم جيل جديد من الخدمات على الشبكة، ليست معقدة و منفرعة، كما كانت خدمات شركات الدوت كوم بل كانت بسيطة لا تحتاج لجيش من الموظفين لتسييرها، فالشركة كانت تبدأ

(*) - Cascading Style Sheet: CSS لغة توصيفية تقوم بمنح موقع الويب شكله الجمالي وتصميمه الفريد الذي يميّزه عن غيره من المواقع.

(**) - Extensible Hypertext Markup Language: XHTML، لغة الترميز التشعبية الموسعة وهي لغة تمكّن من كتابة صفحات الويب مشكّلة في الأصل كلاحق للغة ترميز النص الفائق.

(***) - Really Simple Syndication: RSS، خدمة خدمة RSS هي خدمة لمتابعة آخر الأخبار بشكل مباشر وبدون الحاجة إلى زيارة الموقع.

(1)-Antoniou, G:A Semantic Web Primer. The MIT Press, Cambridge, London, England, 2008,

بمجموعة لا تتجاوز عشرة أشخاص في أغلب الأحيان بل هناك عدّة شركات بدأت بشخص واحد لا غير. (1)

كان الإستثمار في هذه الشّركات ضئيلاً للغاية فبعضها بدأ بـ 1000 دولار وأخرى بـ 10000 دولار كما هناك من بدأ بـ 100000 دولار حسب طبيعة الفكرة و التّحدّيات المتوقّعة لتحقيقها. لكن قلّة الموظفين والاستثمار مكّن هذه الشّركات من الصّمود والمناورة على عكس شركات الدّوت كوم (com). (*)

أتاحت الشّركات الجديدة خدماتها على الشّبكة للمستخدمين للمشاركة في صنع محتوياتها و تعديلها بينما يستفيد الموقع من زوّاره الذين يحسنون أداءه وموقعه على الشّبكة، واعتمدت الشّركات الناشئة على طرق جديدة مجّانية في الغالب للتّسويق والإعلان ممّا وفّر لها الكثير من الجهد والمال والوقت وزاد من شعبيّتها، فالشّركات الجديدة تعتمد على تسويق الأفراد لخدماتها عن طريق التّواصل مع أصدقاتهم و كذا نشر الرّوابط الخاصّة بالمواقع التي يفضلونها، كما تفرض الكثير من الشّركات على مشتركها الجدد دعوة أصدقاتهم ومعارفهم للموقع قبل إتمام عمليّة التّسجيل، قصد ضمّ أعضاء جدد والإشهار للموقع الجيل الجديد من الخدمات التي تقدّمها هذه الشّركات وهو ما يعرف بالويب 2.0 حالياً. (2)

II -1-1-2- مفهوم الويب 2.0

لا يوجد تعريف متّفق عليه لمفهوم الويب 2.0 ، فهو يشير عادة إلى مجموعة كبيرة من التّغييرات التي طرأت على الشّبكة العنكبوتية والتي أثّرت على وظائفها وكيفيّة العمل عليها، فجعلتها أكثر تفاعليّة، أكثر إنتاجيّة، أكثر قدرة على الاندماج مع التّطبيقات المستحدثة باستمرار، وأكثر قدرة على العمل عبر المنتجات التّكنولوجية (كميبيوترات مكنيّة ومحمولة، هواتف محمولة، أجهزة لوحية، منصّات ألعاب منزليّة أو محمولة، قارئات كتب إلكترونيّة، إلى غير ذلك).

ويمكن النّظر إلى 2.0 من عدّة زوايا، فمن جهة هو عبارة عن تطوّرات تقنيّة أدخلت على عمل الشّبكة العنكبوتية عبر دمجها مع تكنولوجيّات مختلفة، ومن جهة أخرى هو تغيّر في طبيعة عمل الويب وسلوكها، بحيث ينتج عن هذا التّغيير أشكال جديدة من الممارسات و طرق الاستفادة منها.

وقد ظهر مصطلح الويب 2.0 على لسان Dale DOUGHERTY نائب مدير شركة أوريلي (O'Reilly) خلال نقاش بين شركته وشركة "Media Live" لتكنولوجيا المعلومات بتاريخ 6 أكتوبر 2004 بسان فرانسيسكو. (3)

(1)- Crespo, A: Digital libraries and Web 3.0. The CallimachusDL approach. Computers in Human Behavior, London, 2011, p27

(*)- Company

(2)- Ding, L : Characterizing the Semantic Web on the Web. A Paper Presented in the proceedings of the 5th International Semantic Web Conference, 5-9 November, 2006, Athens GA USA.

(3)- Ferrara, A: Data Linking for the Semantic Web. International Journal on Semantic Web and Information Systems.2011, 7(3).p 46

ويُعرّف بعض الباحثين الويب 2.0 على أنه "مصطلح يشير إلى مجموعة التقنيات الجديدة و التطبيقات التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية". (1)

ورغم كل ما يثار حول مفهوم الويب 2.0 وعدم الاتفاق حول تعريف دقيق له فإن هناك شبه إجماع على اشتغال الويب 2.0 على كل ما هو جديد مُبدع وخلق على الشبكة سواء كان موقعا أو تطبيقاً أو خدمة تتوفر فيها شروط معينة لتدخل تحت مسمى الويب 2.0، ومن هنا تمّ جمع مجمل التحسينات التي أدخلت على الويب، خدماته ومواقع وكذا طريقة التعاطي مع محتوياته تحت عنوان واحد هو الويب 2.0، وأي موقع ويب 1.0 بإمكانه أن ينتقل إلى الويب 2.0 وذلك بمراعاة شروط معينة، كما أنّ هناك مواقع تجمع بين خصائص كل من الويب 1.0 والويب 2.0 دون أي إشكال. (2)

II - 1-1-3- خصائص الويب 2.0

إنّ الويب 2.0 ليس اختراعاً جديداً بل هو امتداد طبيعي وتطوير عادي للويب 1.0 و طريقة عمله لا غير، لكن هذا يفرض تساؤلاً كبيراً و جوهرياً حول الكيفية والمعايير التي نصنّف من خلالها مواقع الويب إلى مواقع ويب 1.0 أو ويب 2.0.

لتسهيل هذه المهمة وضع خبراء ومبرمجو الويب عدّة معايير يجب توفّرها في الموقع ليصنّف ضمن الويب 2.0 لكن قبل هذا يجب أن نوضح أولاً خصائص الويب 2.0 كشبكة، أي ككل متكامل وليس كأجزاء (مواقع وتطبيقات).

إنّ الويب 2.0 نتج عن اندماج عدة تطبيقات (موجودة أصلاً) مع بيئة الويب، فكّما استخدم موقع ما أكبر عدد من تلك التطبيقات في بنيته ومنظومة عمله، كلّما كان هذا الموقع أكثر قرباً ليصنّف ضمن مواقع الويب 2.0 والعكس فمواقع الويب 2.0 تفاعلية، تشاركية، آنية التحيين، أكثر قدرة على العمل كتطبيقات ويب، تسمح للمستخدم بإنشاء حساب على الموقع نفسه وإدارة حسابه وبالتالي تحقيق الاستفادة القصوى من خدمات الموقع. (3)

وبهذا يُعتبر الويب 2.0 نقلة نوعية في ميدان تداول المعلومات وتغيير في نوعية العلاقة التي تربط المستخدم بالبيئة المعلوماتية، ويتميّز الجيل الثاني من الويب بعدة مميّزات أهمّها: (4)

(1)- Isaias, P : Towards Learning and Instruction in Web 3.0" Advances in Cognitive and Educational Psychology". Springer, New York, 2011, p41

(2)- خليفة، محمود: ويب 2.0 ، مكتبات 2.0 . ورشة عمل خدمات المعلومات في البيئة الرقمي، ورشة عمل، سلطنة عمان، 24-25 أكتوبر، 2008

(3)- عبوب، محمد أمين: صحافة المواطن "من متلقي الى منتج للمضامين الإعلامية". مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، عدد 08 ، سبتمبر 2015 ، ص221

(4)- Rajiv, Manohar: Web 2.0 in Agriculture Education. International Conference on AGRICULTURE EDUCATION & KNOWLEDGE MANAGEMENT, 24-26 August, 2010, Agartala (Tripura), India

- الإنقزال من قاعدة البيانات العالمية لمنصة العمل التعاوني الذي يساهم فيه الكل، فبعدما كان المحتوى واقعاً تحت سيطرة شركات إنتاج المعلومات وتوزيعها ونشرها أصبح المحتوى تشاركي (Content Collaboration)، فقد تمّ الانتقال بالويب من طابعه السيمائي الجامد إلى طابع تفاعلي تشاركي.
- توفير قدر عالي من التفاعلية مع المستخدم وتمثّل هذه التفاعلية بشعور المستخدم عند استخدام أحد تطبيقات الويب 2.0 ، وكأنّه يقوم باستخدام أحد تطبيقات سطح المكتب على جهازه.
- القدرة على نشر المحتوى في أشكال عديدة: صور، أشرطة الفيديو، التعليقات، تقييم ونشر المحتوى...، عبر وسائط متعدّدة، والقدرة على التحكم في المحتوى وخصوصياته.
- الثقة بالزوّار: بما أنّ من مميزات الويب 2.0 سابقة الذكر هي قدرة المستخدم على إنتاج المحتوى فإنّ هذا يستلزم إعطاء الثقة الكاملة للمستخدم للمساهمة في بناء هذه الخدمة، فالمواقع التشاركية مثلاً تمنح المستخدم الثقة الكاملة في استخدام أنظمتها وإدراج أيّ محتوى يرغب بإدراجه، مع وجود مراقبة بعيدة من قبل مجموعة من المستخدمين.
- دعم الاتّصال: تقوم تطبيقات الويب 2.0 بجعل الاتّصال أسهل في مجتمع الانترنت، فهي تربط بين المواقع، وبعضها وتجمع الأفراد في شبكات اجتماعية مثل: الفيسبوك، تويتر،...، كما تربط بين تقنيات الانترنت وتقنيات عالم المحمول، فيقوم الويب 2.0 بدعم الاتّصال التفاعلي.
- الترابط: معظم مواقع الويب 2.0 تنمو وتزدهر بفضل الترابط بينها، ويكون هذا الترابط بين المواقع عن طريق الوصلات التي تربط المواقع ببعضها أو الوصلات والنصوص النشطة التي توجد في المقالات والمحتويات المختلفة.
- السّماح للمستخدمين بتعديل المعلومات من خلال الإضافة والتّغيير أو طلب الحذف من على قاعدة بيانات الموقع، وهذا لا يعني إتاحة التلقّي فقط بل بمعنى إتاحة التفاعل مع المحتوى وتقييمه وكذا المشاركة في إثرائه، فالجهة الرّاعية له تجعل تطبيقاتها متاحاً للجميع (Open source).
- مشاركة المستخدم في المحتوى: في السّابق كانت الويب عبارة عن منصة للقراءة فقط، فالمحتوى الموجود على الويب كان يقوم بتحريره أطراف تابعين لشركات أو جامعات أو مؤسسات خاصّة أو حكوميّة، ولم يكن المستخدم العادي للإنترنت قادراً على المساهمة في المحتوى المنشور، أمّا في الوقت الحالي فقد أصبح بإمكان المستخدم الإضافة والتّعديل على محتويات مواقع الويب بكلّ سهولة.
- بالإضافة إلى أنّ هذه المواقع تدعم مشاركة المستخدم فإنّها تقوم أيضاً بإثراء خبرة المستخدمين والاستفادة منها في آن واحد، بجانب ما توفّره الخصائص من قيم أخرى مثل الانفتاح (Openness) والحرية للمستخدم (Freedom) بجانب الذكاء الجمعي (Intelligence Collective)، وهذا كلّه يمكن رصده من خلال دعم مشاركة المستخدم كغاية أساسية للويب 2.0.

II -1-2- الويب 3.0: المفهوم، المكونات، المميزات.

II -1-2-1- مفهوم الويب 3.0

يُطلق على الويب 3.0 (Web 3.0) مصطلح الويب الدلالي Symantec Web وذلك لاعتماده على معاني ودلالات الكلمات، فهو يعتمد بشكل أساسي على الذكاء الاصطناعي في عمله وإدارته، كما يُطلق عليه الويب الذكي Intelligent Web لاعتماده على تكنولوجيا الذكاء الصناعي، وأيضاً ويب البيانات Web of Data لاعتماده على تحويل بيانات الويب إلى لغة تفهمها الآلة. وقد بدأ العلماء في التفكير في الجيل الثالث من الويب وإحدى هذه الأفكار هي ما يسمى بالويب اللغوي Semantic Web وهو أحد المقترحات التي ستجرى محاولة تطبيقها في الجيل الثالث من الانترنت. (1)

ويُعدّ تيم بيرنرز لي " Tim Berners-Lee " أوّل من صاغ مصطلح الويب الدلالي Symantec Web، وقد دخل مفهوم الويب 3.0 لأول مرة في أوساط الجمهور في عام 2001 م، والتي وصفت هذا المصطلح كمكان، حيث يمكن للآلات قراءة صفحات الويب بقدر قراءة البشر. (2)

والويب 3.0 هو مصطلح مستخدم لوصف مستقبل شبكة الويب العالمية، وذلك بعد تقديم " الويب 3.0 " الذي يعبر عن ثورة الويب الحديثة، وأصبح كثير من العاملين في المجال التقني والصناعي يستخدمون مصطلح " الويب 3.0 " ليشيروا إلى الموجة المستقبلية لإبداع الإنترنت، وتختلف الرؤى بشكل متفاوت حول المرحلة التالية من ثورة الويب، حيث يعتقد البعض أن ظهور التقنيات مثل الويب الدلالي (الويب الذي يعتمد على فهم معاني الكلمات) سيغير طريقة استخدام الويب، وسيؤدي إلى احتمالات جديدة في الذكاء الصناعي، فهو يحاول تحويل دور الآلة من مجرد عارض للمدخلات التي أدخلها المستخدم إلى فهم المعلومات التي أدخلها المستخدم، وبالتالي تكون أكثر إنتاجية، ويعتمد في البحث على اللغة الطبيعية، والتنقيب عن المعلومات ومترادفاتهما، والتعلم الآلي، مستخدماً تقنيات الذكاء الاصطناعي، أو الويب الذكي. (3)

(1)-Isaias, P:Towards Learning and Instruction in Web 3.0. Advances in Cognitive and Educational Psychology, Springer, New York, 2012, p65

(2)- Wikipedia.(2013). Semantic Web. Retrieved from:

http://en.wikipedia.org/wiki/Semantic_Web#cite_note-18. Retrieved on: 10/08/2019

(3) -Zhang, Yang : The Development of Web and Library Reference Service-from Web 1.0 to Web3.0". Sci-Tech Information Development & Economy, 01(18), 2009, p97

وبالرغم من أن متصفح الويب 3.0 يبحث عن الروابط بين المستندات، فإنّ متصفح الويب 0.3 يبحث من خلال الروابط (المستندات) في شبكة المفاهيم، ويجب أن يكون المتصفح على وعي بما وراء مستندات الويب وخدمات الاستعلام.(1)

ويُساعد الويب 3.0 على تقليل المهام البشرية والقرارات، ويتركها للآلة من خلال توفير المحتويات المقروءة من قبل الآلة على الويب، ويحتوي الويب 0.3 على مكونين رئيسيين:

- الأول: التكنولوجيا الدلالية والتي تمثل معايير مفتوحة يُمكن تطبيقها في مقدّمة الويب؛
- الثاني: بيئة الكمبيوتر الاجتماعية والتي تسمح بالتعامل البشري مع الآلة وتنظيم عدد كبير من مجتمعات الشبكة الاجتماعية.

وببساطة يمكن للويب 3.0 أن يوضّح الأشياء بطريقة يفهمها الكمبيوتر حيث أنّ الهدف

الرئيس منه هو جعل الويب مقروءاً من قبل الآلة وليس فقط من قبل الإنسان.(2)

وهناك عدّة تعريفات للويب 3.0، ولكن عادة ما يتم تعريف الويب 0.3 كمصطلح، والذي تمّ صياغته بمعاني مختلفة لوصف تطوّر استخدام شبكة الإنترنت والتفاعل بين عدّة مسارات منفصلة، ويشمل ذلك التطوّر تحويل شبكة الويب إلى قاعدة بيانات، وهي خطوة تمكّن من الوصول إلى المحتوى من العديد من التطبيقات دون الدخول إليها، والاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، والويب الدلالي، والويب جغرافي المكان.(3)

كما يعرف على أنه "تقنية الويب التي تشتمل على المستندات أو أجزاء من المستندات، تصف العلاقات الصريحة بين الأشياء (المعلومات أو المواقع)، وتحتوي على معلومات دلالية تمّ تجهيزها خصيصاً لتفهمها برمجيات البحث والتصفح، وهي تعتمد على مبدأ البيانات المشتركة، فعندما تعرف معلومة معينة، يمكنك ربطها بمعلومات أخرى تتماثل مع المعلومة الأولى أو تشرحها أو تفسرها أو تحددها، بشرط أن تحدّد علاقة الربط. أي أنّ الويب الدلالي عبارة عن تبادل البيانات من خلال أكواد وصف العلاقة بين المعلومات، ثمّ معالجة هذه البيانات بشكل منطقي استدلالي تحليلي، كما أنه عبارة عن رؤية تقوم على ربط البيانات في الملفات والمستندات المنشورة على شبكة الويب بطريقة معينة تستطيع معها البرامج وأجهزة الكمبيوتر استخدامها، ليس فقط من خلال عرضها على المستخدم ولكن من خلال ميكنة ودمج وإعادة استخدام البيانات عبر تطبيقات متنوعة.

(1)- Naik, U: Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. The 6th International CALIBER, Allahabad University, India, 2008

(2)- Umesha Naik, D shivalingaiah, Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0, International CALIBER -2008, University of Allahabad, Allahabad, February 28-29 March 2008.

(3)- Java Jazz Up (2007). A Better way to Learn Programming. Retrieved from: <http://www.javajazzup.com/issue3/page59.shtml>, Retrieved on : 10/09/2019.

ويصف الويب 3.0 تطوّر استخدام الويب والتفاعل الذي يشمل تحويل الشبكة من مستعرض للمعلومات ومنشئ للمحتوى بداخلها إلى قاعدة بيانات، ويكون الويب 3.0 أقرب إلى القراءة والكتابة البشرية ولكن على الويب، وعلى هذا يمكن تعريف الويب 3.0 على أنه محتوى ذا جودة عالية. (1) ويرى أحد الباحثين أنّ "الويب 3.0 يهدف إلى وجود محتوى صفحات الويب ذات المعنى، وخلق بيئة تمكّن مستخدمي الويب من التحوّل بين صفحات الويب بسهولة، والقيام بمهام معقّدة بمساعدة الآلة، حيث تقوم بمهام الذكاء الصناعي دون الدخول في برمجياته.

ويرى الباحث أنّ "الويب 3.0 يحول الويب إلى قاعدة بيانات ديناميكية تعمل في إطار الذكاء الصناعي لتيسير عمليّات البحث، والوصول بكفاءة ويسر إلى المعلومة والمعلومات ذات العلاقة بها، ويعطي مثالا: عند قيام أحد الأشخاص بالدخول على حسابه الخاص بموقع اليوتيوب Youtube ، ويقوم بالبحث عن فيديو لتعليم برنامج المودل Moodle مثلاً، ثم يحصل على مجموعة من النتائج ويقوم باستعراضها وفتح بعض الوصلات بها، وعقب الانتهاء يخرج منها، وفي وقت آخر عند دخول هذا الشخص على حسابه الخاص يقوم برنامج اليوتيوب Youtube بفتح مجموعة الوصلات التي تتناول نفس الموضوع الذي قام بالبحث عنه من قبل والوصلات المشابهة لها، وبالتالي فهذا النوع من الويب يبحث عن مترادفات ما تمّ البحث عنه، ويعرضها على المستخدم فور دخوله على حسابه الخاص مباشرة، وبالتالي يحاول ذلك النوع من الويب تسهيل الأمور بشكل كبير. (2)

كما يقوم هذا النوع من الويب بجمع معلومات عن شخص من أكثر من موقع، واستدعائها في موقع واحد، وعلى سبيل المثال عند قيام أحد الباحثين بالعديد من الأبحاث والدراسات في أحد المجالات، فيمكن للموقع القائم على الويب 3.0 من تجميع أعمال ذلك الباحث في مكان واحد. وليس هذا فقط بل أيضا يقوم بعرض جميع ما تمّ تجميعه على جميع المهتمّين بهذا العالم، فإذا اهتمّ أحد الباحثين بأحد أعمال هذا العالم يقوم الموقع بعرض باقي الأعمال التي قد غفل عنها ولم يطلع عليها، أو لم يعلم بوجودها أصلاً. (3)

(1)-Ferrara, A, and All : Data Linking for the Semantic Web. International Journal on Semantic Web and Information Systems. 07(03), 2011, p51

(2)-Floridi, L, (2010). Web 2.0 vs. The Semantic Web: A Philosophical Assessment. Retrieved from: <http://www.uhra.herts.ac.uk:8080/xmlui/.../903250.pdf>. Retrieved on: 13/02/2019.

(3)-Guha, R, et al. (2003). Contexts for the Semantic Web. Retrieved from:

<http://www.jmvidal.cse.sc.edu/library/guha04a.pdf>. Retrieved on: 02/06/2019.

وقد صُمِّمَت لغة التَّمييز الممتدَّ لوصف بنية المستند أكثر من محتواه، وتعتبر أداة رئيسية تهدف إلى تحسين كلِّ من محتوى وبنية المستندات، وتحسين استرجاع المعلومات عبر الويب. (1)

- إطار وصف المصدر RDF (Resource Description Framework):

وهو أسلوب يوسِّع من إمكانيات لغة XML ، ويوفِّر إطار وصف المصدر، كما أنه وسيلة متجانسة وموحَّدة لوصف موارد الإنترنت وطلب المعلومات منها بدءاً من صفحات النصوص والرسومات إلى ملفات الصوت ومقاطع الفيديو، ويساعد على التوافق التركيبي المتبادل، ويمثِّل الطبقة الأساسية لبناء الويب الدلالي. (2)

ويناسب إطار وصف المصدر RDF نشر قواعد البيانات على الويب، وعندما نضعها على الويب، لا بدَّ أن نخصِّص لكلِّ شيء في قاعدة البيانات تعريفاً مناسباً لوظيفته، بحيث يستطيع الآخرون التحدُّث عنه واستخدامه ببسر وفهمه أيضاً. وتستطيع البرامج الذكيَّة البدء في توفيق البيانات مع بعضها البعض، ومن ثمَّ استخدام الجزء الواحد في أكثر من سياق وفقاً لطريقة توظيفه. كما تُعدُّ لغة إطار وصف المصدر RDF لغة بسيطة للتعبير عن نماذج المعطيات Data Models التي تشير إلى المصادر وعلاقتها ببعضها البعض. (3)

ومن المعروف أنه بالرغم من بساطة لغة إطار وصف المصدر RDF إلا أنها غالباً ما تكون غير مفهومة داخل لغة ترميز النصوص الفائقة HTML وتحتاج إلى ملفات أخرى لقراءتها مثل CSS. (4) ومن خلال إطار وصف المصدر RDF يُمكن وصف دلالات المحتوى والروابط بشكل واضح ودرجة البنية بين العناصر، وذلك في شكل نموذج بيانات. (5)

(1)-Marshall, C. & Shipman, F. (2003). Which Semantic Web?. ACM Digital Libreray. United Kingdom. Retrieved From: <http://www.csd.tamu.edu/.../ht03-sw-4.pdf>. Retrieved on: 05/09/2019.

(2)-P.Mika, Ontologies:A unified model of social networks and semantics, In Proc. 4th International Semantic Web Conferences (ISWC05), pages 522-536, 2005.

(3)- Deborah L. McGuinness."Ontologies Come of Age", In Dieter Fensel, Jim Hendler, Henry Lieberman, and olfgang Wahlster, editors. Spinning the Semantic Web: Bringing the World Wide Web to Its Full Potential. MIT Press, 2002.

(4)-Aghaei, S and all : Evolution of the World Wide Web " from Web 1.0 to Web 3.0". International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT), 03(01), 2013, p112

(5)-Vrandecic, D. and all : The DILIGENT knowledge processes.Journal of Knowledge Management, 09(05), 2005, p89

- مُخطّطات إطار وصف المرجع RDF Schema:

هو أشبه بمعجم لوصف خصائص وصفوف مصادر إطار وصف المصدر RDF ومعانيها، كما يوفر وصفاً مسبقاً للمصدر، وهو النمط الأساسي لنظام RDF إلى جانب أنه يصف طبقات وخصائص المصادر في نموذج RDF الأساسي، كما يوفر إطاراً منطقيّاً بسيطاً لاستنتاج أنواع المصادر. (1)

ويرى " أنطونيوس وهيرميلين (Antoniou, G & Harmelen, F) "أنّ مخطّطات إطار وصف المرجع هي عبارة عن لغة تصف خصائص وفئات مصادر RDF ، مع دلالات تعميم التسلسلات الهرميّة لتعميم هذه الخصائص والفئات". (2)

- لغة مراجع وصف الويب (OWL(Ontology Web Language):

تهتمّ هذه التقنيّة بتحويل المحتوى من محتوى عادي يفهمه البشر فقط إلى محتوى يفهمه كلّ من البشر والآلة معاً، ومن ثمّ تفهم مواقع الويب ومحركات البحث ودلالاته، وتقوم مواقع الويب المبنية في ضوء الويب 3.0 بتحليل المحتوى وعمل العلاقات بين المصطلحات، وبذلك يمكن البحث عن مفهوم بدلالة مفهوم آخر مرادف له، ويكون ذلك في ضوء نظريّات الذكاء الاصطناعي، ويمكن من خلال مراجع الوصف وضع رمز معيّن ذي معنى محدّد لجميع المصطلحات، ولذلك عند البحث عن ذلك الرمز الدالّ فإنّه يقوم باستعراض جميع المصطلحات التي تتميز بذلك الرمز، وهي لغة تضيف مفردات أكثر إلى لغة RDF لوصف الخصائص والصفوف، حيث تصف العلاقات بين الصفوف ومدى استقلالها عن بعضها، كما تضيف وصفاً أغنى للخصائص (مثل المرادفات). (3)

- المنطق والبُرهان Logic and Proof:

هو نظام الاستدلال الآلي المقدم في بداية مقدّمة بنية تبويب البيانات للوصول لاستنتاجات جديدة، وباستخدام مثل هذا النظام يُمكن للمستخدم أن يقتصر العمل الذي يقوم به في حالة وجود مصدر معيّن يلبي طلباته. (4)

(1)-Isaias, P: (2012), Towards Learning and Instruction in Web 3.0- Advances in Cognitive and Educational Psychology. Springer, New York, p83

(2)- Antoniou, G & Harmelen, F : The MIT Press "A Semantic Web Primer". Cambridge, England, 2008, p35

(3)-A Maedche, B. Motik, and L. Stojanovic, Managing multiple and distributed ontologies in the Semantic Web, VLDB Journal, 12(04), 2003, p31

(4)-A Kalyanpur, B. Parsia, E. Sirin, and J. Hendler, Debugging unsatisfiable classes in OWL ontologies, Journal of Web Semantics, 03(02), 2005, p46

SPARQL Protocol - بروتوكول سباركل ولغة استعلام إطار وصف المصدر :and RDF Query Language

هو عبارة عن بروتوكول ولغة استعلام لمصادر الويب الدلالي، ومصادر إطار وصف المصدر RDF، وتسمح هذه اللغة للمستخدمين بكتابة استعلامات عمومية غير مبهمّة، كما تقوم هذه اللغة بالاستعلام داخل قواعد البيانات، واسترجاع البيانات المخزنة ومعالجتها، ويكون البحث في نظام ثلاثي، حيث يبحث في الارتباطات والتباينات والبحث الاختياري، وتسمح هذه اللغة بالاستعلام بوضوح دون غموض، ويمكن من الاستعلام المتعدد بشكل محسوب لجمع البيانات ويسمى بالاستعلام المتحد.

وتعبّر هذه اللغة عن استعلامات الصياغة في الجداول، وتهدف إلى إنشاء واجهة مستخدم بسيطة تسمح للمستخدمين ببناء استعلامات في RDF، وتمكن المستخدم من بناء استعلام إطار وصف المصدر RDF، كما يمكنها بناء استعلامات أكثر تعقيداً للمستخدمين الأكثر خبرة وفق احتياجاتهم مشتملة على متغيرات متنوعة، وكل هذه الاستعلامات لا يمكن تخصيصها إلا من خلال بروتوكول (1).

- الثقة Trust:

هي الطبقة النهائية للعناوين التي يدعمها الويب 3.0، ولم يحقق هذا المكون تقدماً بعيداً عن رؤية السّماح للمستخدمين بوضع أسئلة عن مصداقية بيانات الويب، وذلك من أجل تأكيد توفير جودتها والثقة بها (2).

(1)-Rajiv, Manohar Lal : Web 2.0 in Agriculture Education. International Conference on AGRICULTURE EDUCATION & KNOWLEDGE MANAGEMENT, August 24-26, 2010, Agartala (Tripura), India.

(2)- Naik, U:Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. The 6th International CALIBER. Allahabad University. August 01-04, 2008, Agartala (Tripura), India

Web 3.0 Advantages: 3.0 مميزات الويب 1-2-3-11

يتميز الويب 3.0 بالعديد من المميزات التي تجعله يتفوق على أجيال الويب السابقة له، فهو يساعد على تحسين خدمة الويب من خلال العمل بدلا لية البحث، كما يقوم بالتعامل الذكي مع مصادر الويب ومستنداته، فهو يبحث عن الكلمات ومرادفاتها من خلال وضع المعارف والمصطلحات في قواعد بيانات، ومن ثم استدعاء المعلومات التي تم تسجيلها بسهولة ويسر، ومن مميزات الويب 3.0 مايلي: (1)

- التعامل بمنطقية مع البيانات، ومحاولة محاكاة العقل البشري؛
- تطوير عمليات البحث بحيث تبحث عن الكلمات ودلالاتها؛
- توظيف كل من بيئتي عمل الويب 1.0 والويب 2.0 والاستفادة من مميزات كل منهما؛
- إمكانية الحديث المستمر وبشكل آلي؛
- توظيف إمكانيات الذكاء الصناعي في خدمة العمل داخل إطار عمل الويب 3.0.

ويشير آخر إلى أهمية الويب 3.0 المتمثلة في: (2)

- تحسين عملية البحث؛
- تحسين تصنيف البيانات؛
- تسهيل تطوير المفردات؛
- تحسين نشر المعلومات المنتقات؛
- تكامل المعلومات (البيانات ومخططاتها)؛
- مزج البيانات وتجسيدها؛
- التوليف الآلي للويب؛
- خبرة العثور على المعلومات؛
- آلية الإجابة عن الأسئلة.

(1)- Olken, F. (2009). Semantic Web Research: Applications & Tools. CENDI Semantic Web Workshop. Retrieved from: http://www.cendi.gov/.../11-17-09_cendi_nfais_Olken.pdf. Retrieved on: 05/09/2019.

(2)-Berners-Lee, T: The Semantic Web. Scientific American, USA, 2001, p126

II-1-3 - العلاقة بين أجيال الويب The Relationship Between Web Generation

من المسلم به أنه لا يمكن عمل أيّ جيل من أجيال الويب إلّا بعد اعتماده على الجيل السابق له حيث يمثل بالنسبة له قاعدة عمل لا يمكن الخروج عنها، وبذلك يكون التطور في شكل متصل ومترايط وذا أساس علمي وعملي، إلّا أنه يجب التفرقة بين أدوار كلّ جيل من أجيال الويب وذلك على النحو التالي: (1)

- الويب 1.0: يعتمد على مشاركة البيانات، ويتعامل مع البيانات الخام دون التدخل في مرادفاتها، ولا يسمح للمستخدم بالموقع المبني على الويب 1.0 سوى استعراض محتويات الموقع فهو موقع ثابت Static، ويتمّ مشاركة مساحات النصوص الفائقة بحيث يُمكن لأيّ عدد من المستخدمين من الدخول إلى الوصلات التي يشير إليها الموقع؛

- الويب 2.0: يعتمد على اتصال المستخدمين، وعمل بيئات تعاون اجتماعية افتراضية عبر الموقع والذي غالباً ما يكون مخصّصاً للتواصل الاجتماعي، ويشارك المستخدمون في بناء المحتوى، وما على الشركة المصمّمة للموقع إلّا أن تقوم ببناء بيئة عمل تساعد المستخدمين على بناء أنشطتهم وتفاعلاتهم ومحتواهم العلمي وفقاً لما يرونه مناسباً في ضوء رغباتهم وميولاتهم؛

- الويب 3.0: يعتمد على ذكاء الاتصال وتكنولوجيا الذكاء الصناعي، حيث يحاول ذلك النوع من الويب تحويل البيانات إلى قاعدة بيانات يمكن الرجوع إليها في سياقات متعددة، وفقاً لنمط البحث، كما يحاول تحويل البيانات إلى لغة تفهمها الآلة مثل البشر ومن ثمّ التعامل معها بحرية أكثر، فتتعامل مع مرادفات الكلمات ومشتقاتها ومكوناتها وبالتالي تعمل بشكل أكثر ذكاءً، وتكون معلوماتها دلالية، ويعتمد على قواعد البيانات الموزعة.

(1)- Webschool (2013), Web Service Tutorial, Webschool.com. Retrieved from:

<http://www.w3schools.com/WebServices/default.asp>. Retrieved on:05/02/2020

II -2- الإبتكارات التكنولوجية التي ساهمت بانتشار التفاعلية وصناعة المضامين.

II -2-1- جهاز الآيبود (iPod):

جهاز الآيبود من آبل (Apple)، هو أحد أكثر قصص النجاح في تاريخ الأجهزة الإلكترونية، وقد ظهر أول جهاز آيبود في أكتوبر 2011 كأول مشغل صوت رقمي من إنتاج آبل، بسعيتين 5 و10 جيغا.

استمرت الشركة في إصدار الآيبود في صيغ مختلفة طيلة السنوات المقبلة، فظهر الآيبود المتوافق مع الويندوز في 2002، ثم تلاه الجيل الثالث سنة 2003، وهي السنة التي شهدت ظهور متجر iTunes الموسيقي الذي احتوى على أكثر من 200 ألف أغنية، حيث باع المتجر مليون أغنية في أسبوعه الأول فقط K، استمر نجاح الآيبود بظهور iPod Mini في 2004. ثم الـ iPod Shuffle و iPod Nano ونسخة الآيبود المخصصة لتشغيل الفيديو والصور على التوالي، كل ذلك في سنة 2005. (1)

وقد شهدت سنة 2006 صدور تحديثات جديدة على النسخ الماضية، غير أن شهر سبتمبر 2007 شهد قفزة نوعية في إصدارات الآيبود، حيث صدر الآيبود بشاشة لمسية (iPod Touch) والذي جاء بعد 8 أشهر من ظهور هاتف الآيفون من آبل، والذي قلب حينها كل موازين سوق الهواتف الذكية التي كانت خاضعة للسيطرة الكليّة لنوكيا، تواصل تحديث أنواع الآيبود خلال السنوات التالية بمعدل تحديث كل سنة. (2)

قدّرت نسبة استحواذ الآيبود على سوق مشغلات الصوت الرقمية Digital Audio Players (DAPs) سنة 2006 بـ 76% من حجم المبيعات العالمية، وهو ما أدّى إلى نمو سوق مشغلات الوسائط المحمولة Portable Media Players (PMPs) التي تتميز بقدرتها على تشغيل تشكيلة متنوعة من ملفات الوسائط المتعدّدة. (3)

(1)- Sloan, Paul: What's next for Apple "Business 2.0" ?. Californie, États-Unis , 2006, p68

(2)- Brent, S: Apple's 21st century walkman, Fortune, 2008, p113

(3)- Vence, D: Ad campaign, simplicity drives sales of Apple iPod. Marketing News, 38(20), 2007, p17

قد يبدو للوهلة الأولى أنّ جهاز الأيبود بعيد تماماً عن مجال الإعلام الاجتماعي، غير أنه يعدّ في حقيقة الأمر أحد أهم عوامل ظهور تكنولوجيا البودكاست، فكلمة Podcast كما هو ظاهر مشتقة من iPod و Broadcasting حيث تمّ تحويل اللفظتين لتشكيل Podcast وذلك من طرف الصحافي Ben HAMMERSL حسب الـ BBC.(1)

إنّ قدرة الأيبود على قراءة ملفات الـ MP3 خاصّة ساعدت على ظهور البودكاست، حيث يمكن تحميل الملفات الصوتية يدوياً أو أوتوماتيكياً، وهي الخاصية التي يوفرها تطبيق الـ iTunes، ومع ظهور الأيبود المخصّص للفيديو فإنّه أصبح من الممكن الإستدراك في البودكاست المخصّصة للفيديو أيضاً، كما أنّ تزويد الأجيال اللاحقة من أجهزة الأيبود بالقدرة على الاتصال بشبكات الـ WiFi جعل من السهل تحميل الملفات الصوتية دون الرجوع لأجهزة الكمبيوتر.(2)

من جهة أخرى فإن متجر iTunes ساهم بشكل كبير في ظهور المتاجر الإلكترونية بشكلها الحالي، وذلك على مختلف المنصات المحمولة، و حتى المتاجر الخاصة بمتصفحات الويب كمتصفح كروم (Chrome Store) من Google، بل أنّ متاجر التطبيقات انتقلت حتّى إلى شاشات التلفزيون الذكية كأجهزة Smart TV من Samsung، والتي ستحوز بدورها على متجر تطبيقات خاص بها (Samsung Apps).(3)

كما أنّ جهاز iPod Touch المزوّد بنفس نظام تشغيل هاتف الـ iPhone له القدرة على تشغيل الألعاب ثلاثية الأبعاد عالية الجودة (مقارنة مع الألعاب المخصّصة للهواتف الذكية)، وهي الألعاب التي أصبحت تتّجه نحو مزيد من الاجتماعية لتتكامل مع الألعاب المتوفرة على الشبكات الاجتماعية، لترسم فهماً أفضل للألعاب الاجتماعية (Social Games) وهي الألعاب التي توفر تجربة لعب اجتماعية يمكن أن تكون متعدّدة المنصات (هواتف محمولة، منصات ألعاب، أجهزة كمبيوتر، ألعاب مبنية على متصفحات الويب أو الشبكات الاجتماعية،...).(4)

(1)- Smith, Steve : iPod's Lessons, This Week in Consumer Electronics. Media and technology 19(15), 2004, p12

(2)- Bulik, B.S: The iPod economy. Advertising Age, 75(42), 2015, p20

(3)- Stone, R: iPod Nation, Newsweek, 04(44), 2010, P42 p42

(4)- Bulik, B.S: Ibid, p21

II -2-2- الهواتف الذكية (Smartphones) :

لقد أصبح الهاتف المحمول اليوم أحد أهم وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، حيث حدث دمج بين كونه وسيطاً إعلامياً يوفر تجربة إعلامية غنية، وبين كونه أحد أهم وسائل الاتصال الحديثة، حيث تعتبر الهواتف الذكية أفضل مثال عن التزاوج الحاصل بين تكنولوجيا الحواسيب وتكنولوجيا شبكات الاتصال المختلفة.

قبل أن نعرّف الهواتف الذكية لابد أن نميّز أولاً بين سبعة أنواع رئيسية من الهواتف المحمولة:

- **الهواتف المحمولة (Mobile phones):** وهي هواتف تسمح بإجراء المكالمات وإرسال واستقبال الرسائل القصيرة فقط كهاتف نوكيا 1100. (1)

- **الهواتف المحمولة منخفضة الكلفة (Low-end mobile devices):** وهي أجهزة تسمح بالإضافة للمكالمات والرسائل القصيرة ورسائل الملتيميديا بالإبحار على الويب، غير أنها توفر متصفحات ويب بسيطة للغاية، ذاكرة جدّ محدودة وكاميرا بسيطة، وهي موجهة لصنف معين من المستهلكين. (2)

- **الهواتف المحمولة متوسطة الكلفة (Mid-end mobile devices):** وهي أجهزة تتوفر على شاشات متوسطة، متصفحات ويب تدعم HTML مع الجيل الثالث أحياناً، بالإضافة إلى كاميرا ذات إمكانيات متوسطة، مشغل ملتيميديا، ذاكرة قابلة للزيادة عن طريق بطاقات الذاكرة، مع إمكانية تنصيب بعض الألعاب والتطبيقات. تتميز هذه الأجهزة بوجود نظام تشغيل غير معروف عادة. (3)

- **الهواتف المحمولة عالية الكلفة (High-end mobile devices):** وهي هواتف محمولة من طراز عالي، لكنها ليست الأفضل في السوق، حيث تتوفر على كاميرا جيّدة، شاشة كبيرة نادراً ما تكون متعدّدة اللمس (Non-Multitouch) بالإضافة إلى ميزات أفضل من الهواتف متوسطة الكلفة، كالإتصال بشبكات الواي فاي/WiFi، وحجم ذاكرة كبير نسبياً، لكنها لا تقف في صف واحد مع الهواتف الذكية. (4)

(1) - Yuan, Y & Dettlor, B : Intelligent mobile crisis response systems. Communications of the ACM, 48(02), 2005, p97

(2)- Palen, L & Liu, S: Citizen communications in crisis : Anticipating a future of ICT-supported participation. Communication présentée à la CHI Conference, ACM Press, San Jose, New York, USA, 2007, p729

(3)- Pathak, A & Hu, Y & Zhang, M & Bahl, P & Wang, Y : Enabling automatic offloading of resource-intensive smartphone applications. In ECE Technical Reports, Purdue University, TR-ECE-11-13, May 2011

(4)- Kumar, K & Lu, Y : Cloud computing for mobile users " can offloading computation save energy". Computer, 43(02), 2010, p52

- **الهواتف الذكية (Smartphones):** وهي أفضل الهواتف المحمولة المتوفرة في السوق حيث توفر إمكانيات كبيرة جدًا مقارنة بالأنواع السابقة. (1)
- ويصعب تعريف الهواتف الذكية لأن مفهومها يتجدد باستمرار، فالهواتف منخفضة التكلفة أيضاً كانت تعدّ هواتف ذكية قبل عقد من الزمن، لكن يمكن أن نقول أن الهواتف الذكية هي "الهواتف التي تتميز بوجود نظام تشغيل متعدد المهام Multitasking Operating System ومتصفح ويب جدّ متطور، واتصال واي فاي (Wifi) ، ودعم للجيل الرابع والخامس من الشبكات المحمولة، بالإضافة لمشغل ملتي ميديا ذو إمكانيات عالية". (2)
- كما تتوفر على أغلب المميّزات التالية: (3)
- نظام التّموّج العالمي (GPS) Global Positioning System أو نظام تمّوج عالمي معزّز Assisted Global Positioning System (A-GPS)؛
- جهاز استشعار (Digital Compass)؛
- كاميرا فيديو (عالية الجودة ، ومع دعم تصوير الفيديوهات عالية الدقة بصيغ 720p و 1080p وحتى تصوير المقاطع ثلاثيّة الأبعاد 3D Stereoscopic؛
- مَنفذ لتوصيل الهاتف بالتلفزيون والكمبيوتر ومختلف الأجهزة؛
- بلوتوث (دعم للبلوتوث 3.2 و حتى 7.0 مع دعم البلوتوث ستيريو A2DP؛
- شاشة لمسيّة (Touch Screen) ذات دقة عالية؛
- دعم أفضل للألعاب ثلاثيّة الأبعاد عن طريق 3D Video Acceleration؛
- جهاز Accelerometer والذي يسمح بسرعة تدوير اتجاه الشاشة عند تغيير طريقة الإمساك بالهاتف. بالإضافة للخصائص السابقة أصبحت الهواتف الذكية اليوم تتمتع بأنظمة تشغيل جديدة كلياً، كما أن المعالجات (Processors) المستخدمة اليوم أضحت أكثر قوّة، مع دخول المعالجات الثنائيّة ورباعيّة النواة (Dual-Cores & Quad-Cores) سوق المعالجات المخصّصة للهواتف المحمولة. (4)

(1)- Bird, D & Ling, M & Haynes, K: Flooding Facebook - the use of social media during the Queensland and Victorian floods. The Australian Journal of Emergency Management, 27(01), 2012, p33

(2)- Constandache, I and all: energy-efficient Localization for mobile phones. A Paper Presented in the proceedings of the International Semantic INFOCOM, Rio de Janeiro, Brazil, 7-10 January 2018

(3)- Carroll, A & Heiser, G : An analysis of power consumption in a smartphone. In Proceedings of the 2010 USENIX Annual Technical Conference, USA, Boston, June 2010

(4)- Smith, A and all : (2015). U.S. Smartphones use in 2015 report. Retrieved from: http://www.pewinternet.org/files/2019/03/PI_Smartphones_0401151.pdf. Retrieved on: 03/05/2020

كما تتوفر الهواتف المحمولة الجديدة على ذاكرة وصول عشوائي RAM بسعات عالية، و هو ما يسمح بتعدد المهام على الهاتف الذكي، زيادة على حجم الشاشة الذي تجاوز 5 بوصات وهو ما ينفى التوقعات التي أطلقها الكثير من خبراء الهواتف المحمولة في السنوات الماضية من أن الهواتف المحمولة تتجه نحو التصغير، فتطور المعالجات و أنظمة التشغيل جعل الهواتف الذكية توفر تجربة استخدام غنية للمستخدم، تستلزم شاشة ذات حجم كبير ودقة عالية. (1)

وتلعب الهواتف الذكية دوراً كبيراً في دعم وتطوير خدمات التطبيقات الإجتماعية، فتوفر الاتصال بالانترنت يسمح باستخدام التطبيقات المبنية على الاتصال بالويب (Web Based Applications) والتي أضحت اليوم أحد أهم سمات سوق تطبيقات الهواتف المحمولة.

فتوفير الشبكات الاجتماعية و المدونات التقنية والمؤسسات الإعلامية لتطبيقات مخصصة للهواتف المحمولة الذكية أصبح اليوم أكثر من ضرورة، فالهواتف المحمولة بأنواعها تمثل اليوم نسب كبيرة من حجم الإبحار العالمي على الويب بعدما كانت منخفضة في سنوات سابقة. (2)

وبالإضافة إلى التطبيقات الاجتماعية، تعدّ الهواتف المحمولة أحد أهم دعائم صحافة المواطن، من خلال الإمكانيات الكبيرة التي توفرها من ناحية سهولة النقاظ الصور أو مشاهد الفيديو و مشاركتها عبر الفيديو أو حتى توفير بث الفيديو على المباشر عبر التطبيقات كتطبيقي Ustream و Qik مع القدرة على إجراء مكالمات صوتية أو مكالمات فيديو عبر تطبيقات كتطبيق Skype و Google Talk، بينما يوفر تطبيق تويتر الخاص بالهواتف الذكية مثلاً القدرة على تغطية الأحداث المختلفة عبر نشر التغريدات (Tweets) مباشرة للمتتبعين على الموقع أو المدونة. من جهة أخرى فإن توفر تشكيلة جد واسعة من التطبيقات المحمولة التي تخدم بشكل أو بآخر العمل الإعلامي، قد ساعد و بشكل كبير على تحسين ظروف عمل الصحفيين سواء كانوا مراسلين أو محررين. (3)

(1)-Vinet, F:Le risque crue, diagnostic et gestion " Lavoisier Volontaires Internationaux en Soutien Opérationnel Virtuel, VISOV (2015)". Guide d'utilisation des médias sociaux en gestion d'urgence (MSGU) pour améliorer la connaissance la situation et l'aide à la décision. Paris, France.

<http://www.visov.org/guide-msgu/>. Récupéré le 11 mai 2020

(2)- Radio France International RFI (2017). Au Népal, une semaine après le séisme, le décompte macabre se poursuit. <http://www.rfi.fr/asiapacifique/2min/20150503-nepal-seisme-decompte-macabre-hausse-sindhupalchowk-/>. Récupéré le 11 mai 2020

(3)- O'Hara, K and all:Collecting and sharing location-based content on mobile phones in a zoo visitor experience. CSCW, 16(03), 2007, p23

II - 2-3- الأجهزة اللوحية (Tablets):

الأجهزة اللوحية هي أحدث تطوّر في مجال الأجهزة المحمولة، انطلقت على مدى واسع مع ظهور جهاز الأيباد (iPad) من آبل، والذي أدّى إلى ظهور هوس عالمي بهذا النوع من الأجهزة الذي يجمع بين مميزات الهواتف الذكية من جهة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة من جهة أخرى، حيث توفر الأجهزة اللوحية تجربة إبحار مثالية على الويب، بينما تنتقل بمطالعة الكتب الإلكترونية إلى مستوى غير مسبوق من التفاعلية، حيث توفر إمكانيات كبيرة عن طريق شاشتها متعددة اللمس، التي تمكّن المستخدم من الانتقال بين المواد المتاحة، تصغير و تكبير الصفحات بطريقة جذابة و سهلة للغاية. (1)

ورغم أنّ الأجهزة اللوحية لا تمتلك نفس الإمكانيات التي تتوفر عليها الكمبيوترات المحمولة إلا أنّ هناك اتجاهاً متعاظماً لمزيد الاعتماد على تلك الأجهزة التي تلائم احتياجات المحترفين والطلّبة وكذا المستخدمين العاديين، ومن خلال ما ذكرنا نستطيع أن نستنتج الدور الكبير الذي أضحت تلعبه الأجهزة اللوحية مثلها مثل الهواتف الذكية في تطوير التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعمل على مزيد من الدمج بين الأجهزة المحمولة وأجهزة الكمبيوتر، وهو الأمر الذي تبلور في أنظمة التشغيل الجديدة لكلّ من غوغل، آبل وميكروسوفت وغيرها والتي تحاول تلك الشركات أن تجعلها قريبة إلى حدّ كبير من كونها أنظمة تشغيل متعددة المنصّات، عبر توفير دعم متبادل بين أنظمة التشغيل المحمولة والمكتبية. (2)

(1)-Lopez, F and all :Mobile learning technology based on iOS devices to support students with special education needs. Computers & Education, 61(05), 2013, p79

(2)- Sad, S & Goktas, O:Preservice teachers' perceptions about using mobile phones and laptops in education as mobile learning tools. British Journal of Educational Technology, 45(03), 2014, p611

II -2-4- أنظمة الترفيه المنزلية: Home Theater System

قد تبدو أنظمة الترفيه المنزلية بعيدة تماماً عن مجال الفضاء التفاعلي، غير أنه وفي حقيقة الأمر فإن تلك الأنظمة والتي تتمثل أساساً في: منصات الألعاب، أجهزة السينما المنزلية، شاشات التلفزيون والمشغلات الرقمية وغيرها، تبدو اليوم أقرب من أي وقت مضى من أن تصبح جزءاً لا يتجزأ من عالم الإعلام الإجتماعي وصحافة المواطن.

فأجهزة التلفزيون المزودة بالانترنت اليوم، لم تعد تبدو كمنتجات معقدة وكمايئة للغاية، حيث توفر أجهزة التلفزيون الذكية اليوم مثلاً الكثير من الخصائص الاجتماعية، كتصفح الشبكات الاجتماعية، استخدام خدمات الـ VoIP كخدمة Skype الإطلاع على البريد الإلكتروني، التسوق الإلكتروني، الفيديو حسب الطلب وغيرها. كما أن استخدام التطبيقات الإلكترونية المشابهة لتلك الموجودة على الهواتف الذكية أصبح اليوم أمراً واقعاً بالفعل. (1)

فيما توفر منصات الألعاب الحديثة كمنصة Xbox 360 إمكانية اللعب عبر الانترنت، مع لاعبين في شتى مناطق العالم عبر خدمة Xbox Live وليس فقط مع مستخدمي منصة الـ Xbox وإنما مع مستخدمي أجهزة الكمبيوتر الشخصية أيضاً، فتجربة الألعاب الإلكترونية أصبحت اليوم نشاطاً اجتماعياً تعززه القدرة على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية وبروتوكول الصوت عبر الإنترنت

(1)-Venkateswara, B & Navaneetha, K:Improved tablet production by modified granulation techniques, International Journal of research in pharmacy and life sciences, ijrpls, 2(02), 2014, p225

(2)- Alexander, E and all : Avetisova Playing Online Games " Flow Experience". PsychNology Journal, 02(03), 2014, p269

|| -3- البرامج والمفاهيم التّقنيّة التي ساهمت بانتشار التّفاعليّة و

صناعة المضامين

|| -3-1- الحوسبة السّحابيّة (Cloud Computing):

تعدّ الحوسبة السّحابيّة من أهمّ التّكنولوجيات الدّاعمة لعمل شبكة الانترنت اليوم، فالإتجاه السّائد الآن للعمل على الشبكة هو العمل على السّحابة (On the cloud)، وهو أمر أخذ بالانتشار بدءاً بتطبيقات الويب المختلفة، مروراً بالخدمات التي توفرها الشبكات الاجتماعيّة و أخيراً و ليس آخرأ، استضافة المواقع والملفات في مجال حلول المؤسّسات.

أولاً- نشأة الحوسبة السّحابيّة:

بدأ استخدام مصطلح من رمز السّحابة الذي كان يتم استخدامه في كثير من الأحيان لتمثيل الإنترنت في خرائط ورسوم بيانيّة، وكما هو الحال مع العديد من التقنيات الجديدة الأخرى، فإن ذلك يعني أشياء مختلفة لأفراد مختلفين. (1)

ولم تكن المكتبات ومراكز المعلومات في منأى عن الاستفادة من هذه التقنيات فاتّجهت بعض المكتبات إلي الاشتراك في مشاريع الحوسبة التي توفرها بعض المؤسّسات التجاريّة والخدميّة التي تخصّص خدماتها للمكتبات.

ثانياً- مفهوم الحوسبة السّحابيّة:

لقد تعدّدت التعبيرات العربيّة المترجمة التي يمكن أن تتّسع لهذا المصطلح، فهي السّحابة الحوسبيّة أو الغمامة الحوسبيّة، أو السّحابة الإلكترونيّة، أو الحوسبة السّحابيّة. والمصطلح الأخير هو الأكثر شيوعاً في أديّات تكنولوجيا المعلومات، وتتعدّد تعريفات الحوسبة السّحابيّة كغيرها من المفاهيم التّقنيّة المستحدثة في السنوات الأخيرة، وجاء هذا التعدّد ارتباطاً بتعدّد وتنووع تطبيقاتها، ولعلّ أكثر هذه التعريفات شمولاً "مصطلح يشير إلى المصادر والأنظمة الحاسوبيّة المتوافرة تحت الطّلب عبر الشبكة والتي تستطيع توفير عدد من الخدمات الحاسوبيّة المتكاملة دون التقيّد بالموارد المحليّة بهدف التيسير على المستخدم، وتشمل تلك الموارد مساحة لتخزين البيانات والنّسخ الاحتياطي والمزامنة الدّائميّة كما تشمل قدرات معالجة برمجية وجدولة للمهام ودفع البريد الإلكتروني والطباعة عن بعد، ويستطيع المستخدم عند اتّصاله بالشبكة التّحكّم في هذه الموارد عن طريق واجهة برمجية بسيطة تُبسّط وتجاهل الكثير من التّفصيل والعمليات الدّاخلية". (2)

(1)- Mohamed, M and all: Enhanced data security model for cloud computing in Informatics and Systems (INFOS). 8th International Conference, 3-6 July 2015

(2)- Pankaj, S & Inderver, C: A Secure Data Transfer Technique for Cloud Computing. THAPAR UNIVERSITY, Patiala, Punjab, India, 10-15 August, 2014

كما تُعرّف الحوسبة السحابية على أنها "تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة ومساحة التخزين الخاصة بالحاسوب إلى ما يسمّى السحابة، وهي جهاز خادم يتمّ الوصول إليه عن طريق الإنترنت، بهذا تتحوّل برامج تكنولوجيا المعلومات من منتجات إلى خدمات، و تعتمد البنية التحتية للحوسبة السحابية على مراكز البيانات المتطورة والتي تقدم مساحات تخزين كبيرة للمستخدمين كما أنها توفر بعض البرامج كخدمات للمستخدمين. وهي تعتمد في ذلك على الإمكانيات التي وفرتها تقنيات ويب 2.0". (1)

إلا أن التعريف الذي يبدو أنه جمع كل العناصر هو تعريف المعهد الوطني الأمريكي للمعايير والتقانة NIST (National Institute of Standards and Technology) والذي يعرفها على أنها: " نموذج لتمكين الوصول الدائم والملائم للشبكة بناءً على الطلب والمشاركة بمجموعة من موارد الحوسبة (الشبكات، الخوادم، وحدات التخزين، التطبيقات والخدمات) والتي يمكن نشرها وتوفيرها بسرعة مع بذل أقل جهد من قبل الإدارة أو التفاعل مع مجهز الخدمة". (2)

ثالثاً - أهمية الحوسبة السحابية:

للحوسبة السحابية بالغ الأهمية في حياتنا، ومنها: (3)

- تجعل من جهاز الحاسب مجرد محطة عبور للوصول إلى الخادم المستفيد من التعامل مع بياناته؛
- توفير مساحة تخزينية للمعلومات عالية الجودة؛
- إتاحة الوصول إلى المعلومات وسهولة استرجاعها في أيّ وقت ومن أيّ مكان تتوافر فيه شبكة الانترنت؛
- إنتفاء الحاجة إلى عمل نسخ احتياطية للمعلومات المخزنة على الحواسيب الشخصية أو أجهزة التخزين الخارجية كالأقراص أو الفلاش وغيرها؛
- إتاحة معظم البرمجيات التشغيلية والتطبيقية وبصورة مجانية (في أغلب الأحيان) مما يوفر على المستفيد التكلفة والوقت والصيانة؛
- توفر عملية المشاركة بالمعلومات بين المستفيدين وسهولة تداولها وتناقلها عبر شبكة الانترنت بغض النظر عن حجم تلك المعلومات وأشكال ملفاتّها؛
- توفر للمستفيد إمكانية معالجة معلوماته عن بعد والمتعلقة بإنشاء الملفات أو حذفها أو إجراء التعديلات عليها أو تحديد مستويات الإطلاع عليها، إضافة إلى إجراءات التنظيم في حفظها وتخزينها.

(1)- ليث سعد، حسين: تطبيقات الحوسبة السحابية العامة في المنظمات "نموذج مقترح للمنظمات التعليمية العراقية". مجلة

تنمية الرافيدين، ملحق العدد (11)، المجلد(34)، 2012، ص 47

(2)- مرام، مكاوي: الحوسبة السحابية "هل تغلب الميزات السحرية على الهواجس الأمنية؟". مجلة القافلة، العدد 60 لشهر

فيفري 2013، ص 35

(3)-M. Ali, S & Khan, U & Vasilakos, A, V:Security in cloud computing " Opportunities and challenges". Il Inf. Sci, 305, 2015, p373

رابعاً - خصائص الحوسبة السحابية:

من الخصائص الأساسية للحوسبة السحابية مايلي: (1)

- خدمة ذاتية بناءً على الطلب On-Demand self service: يُمكن للمستهلك من جانب واحد توفير قدرات الحوسبة مثل: وقت الخادم، والتخزين الشبكي حسب الحاجة تلقائياً وبدون الحاجة إلى التفاعل البشري مع مزود الخدمة، فهي خدمة تُباع بناءً على الطلب، وتحسب عادةً بالدقيقة أو الساعة، أو بالميجابايت (Megabyte) (*)؛

- الوصول الواسع للشبكة Broad Network Access: تمكّن المستخدم من الوصول إليها من خلال أجهزة و آليات قياسية مثل: الهواتف المحمولة، والحواسب اللوحية tablets والحواسب المحمولة laptops، ومحطات التشغيل. لذا فهي خدمة مرنة حيث يُمكن أن يتوفّر للمستخدم الكثير أو القليل من الخدمة كما يشاء وفي أي وقت زمني أي نوع من أنواع أجهزة الاتصال.

- حزمة الموارد Resource pooling: يتم تجميع موارد الحوسبة السحابية لخدمة العديد من المستهلكين باستخدام نموذج متعدّد المستأجرين multi-tenant model مع مختلف الموارد المادية والافتراضية المخصصة بشكل ديناميكي وإعادة تخصيصها طبقاً لطلب المستهلك، وهناك شعور باستقلالية الموقع من حيث أنه ليس للعميل أي سيطرة أو معرفة بالموقع الدقيق للمصادر المقدمة، ولكن يكون قادراً على تحديد الموقع على مستوى أعلى من التجريد abstraction مثال ذلك: الدولة، أو المقاطعة، أو مركز المعلومات data center.

- قياس الخدمة Measured service: تسيطر وتعظم نظم السحاب تلقائياً استخدام الموارد من خلال الاستفادة من القدرة على قياس metering مستوى معين من التجريد المناسب لنوع الخدمة والدفع مقابل أقل أو بقدر ما تحتاجه المكتبة أو المنظمة، مثال ذلك: التخزين، المعالجة، عرض النطاق الترددي، وحسابات المستهلك النشط، ويمكن مراقبة استخدام الموارد المسيطر عليها والمذكورة، وتوفير الشفافية بالنسبة لكل من المورد والمستهلك على حدّ سواء ومستهلك الخدمة المستخدمة.

- تقليل الإنفاق: من أهم مزايا هذا النوع من التكنولوجيا أنها توفر الكثير من التكاليف والوقت الذي يمكن أن تتفقه المؤسسة بالمقارنة ما إذا قامت بتخزين بياناتها بالطرق التقليدية، فهي لا تحتاج إلى شراء الخوادم الضخمة وتكبّد عناء صيانتها وتأمينها، حيث توفر الشركات المتخصصة في هذا المجال كل ذلك كما تقدّم خطط أسعار مناسبة للميزانية والمتطلبات مثل الدفع مقابل الاستخدام أو بصورة شهرية أو سنوية. (2)

(1)- Zhang, J & Schiffman, S: Securing elastic applications on mobile devices for cloud computing. IJICTE, 13(06), 2016, p127

(*)- ميجابايت MB: كلمة تتكون من مقطعين Mega وتعني مليون (6 أصفار) و byte هي وحدة قياس لسعة التخزين في الحاسوب.

(2)- Fernandes D and all : Security issues in cloud environments " a survey".|| Int. J. Inf, 13(02), 2017, p151

خامساً- نماذج من الخدمات السحابية:

تُوجد العديد من الخدمات السحابية المتاحة على شبكة الانترنت، ومنها:

▫ خدمة google drive: ظهرت هذه الخدمة في أبريل 2012، حيث تتيح للمستخدم القيام بتخزين ملفاته المختلفة على الخوادم الرئيسية في google، وبذلك يستطيع المستخدم الولوج إلى ملفاته وإضافتها عليها وإجراء التعديلات المتنوعة والمشاركة بها في أيّ زمان ومكان من خلال شبكة الانترنت، كما تؤمّن شركة Google الأمن والخصوصية لهذه الملفات حيث لا يستطيع الوصول إليها إلا من يملكها أو يكون مخول للوصول إليها، ويعتبر google drive امتداد لخدمة google docs والتي تتيح تحرير المستندات والنصوص ومعالجتها والقيام بالعديد من الإجراءات عليها.

ويُقدّم google drive الخدمات، منها: (1)

- إنشاء مجلّد والتّعريف به والقيام بتفعيله واستخدامه؛

- عمل عروض تقديمية وإجراء التعديلات والتنسيقات عليها ؛

- إمكانية عمل نموذج للاستبيان الإلكتروني وتوزيعه إلكترونياً وتلقّي الإجابات من المشاركين في الاستبيان؛

- عمل جداول البيانات والتحكّم فيها وتخزينها وحفظها والمشاركة بها مع الآخرين، كما يمكن الرجوع إليها

في أيّ زمان ومكان وإجراء التعديلات عليها؛

- القيام بعمل المستندات والتحكّم بالتّعدّلات والإجراءات المتنوعة من خلال شريط الأدوات الذي يظهر أعلى

الشاشة، كما يمكن مشاركة الملفات مع الآخرين، ويمكن للمستخدم التحكّم في خصوصية الملفات من خلال

تحديد من يمكن أن يشارك ويحرّر، أو فقط الإطّلاع على الملف أو يمكن أن لا يسمح لكلّ أو لبعض

الأشخاص الوصول للمستند، وكلّ هذا يتمّ طبقاً لإدارة المستخدم لمستنداته؛

- يمكن إنشاء رسم في google drive، وإجراء التنسيقات المتنوعة؛

- التحكّم بإعدادات التّحميل من خلال نافذة الضّبط؛

- يُوفّر إمكانية البحث عن أشخاص للمشاركة بالملفات والمستندات معهم، كما يوفّر إمكانية تكوين

المجموعات والنقاشات عن بعد معهم ؛

- توفّر أيقونة الإعدادات العامة كاللّغة و المنطقة و الزّمن و مؤشّرات التّحديث وغيرها، كما توفّر إمكانية

استخدام اختصارات لوحة المفاتيح للقيام بالتّطبيقات المتنوعة؛

وغيرها من الخدمات التي يمكن للمستخدم الاستفادة منها في أيّ زمان ومكان.

(1)- Balasaraswathi, V & Manikandan, R: Enhanced security for multi-cloud storage using Cryptographic data splitting with dynamic approach. International Conference on Advanced Communication Control and Computing Technologies (ICACCCT), San Francisco State University, USA, 10-15 March 2016

- **خدمة الباحث العلمي Google Scholar**: وتشمل نوعين من الخدمات السحابية، هما: (1)
- **خدمة دعم الناشرين Publisher Support**: وهي خدمة تعزز سهولة الوصول الى المحتوى الرقمي المنشور في مختلف التخصصات العلمية ومن جميع أنحاء العالم. وتعمل هذه الخدمة بالتنسيق مع الناشرين لاستعراض المعلومات العلمية للأبحاث والأطروحات والمسودات والملخصات والتقارير الفنية من جميع التخصصات وجعلها قابلة للبحث على Google و Google Scholar وبذلك تمثل هذه الخدمة مصدراً مهماً من مصادر المعلومات لكل مكتبة أو باحث؛
- **خدمة الباحث العلمي للإستشهادات المرجعية Google Scholar Citations**: حيث توفر هذه الخدمة للمؤلفين طريقة بسيطة لتتبع الاستشهادات المتعلقة بمقالاتهم، وتمكنهم من التحقق من هذه الإستشهادات وحسابها باستخدام المقاييس البيوميترية والرسوم البيانية، كما تمكن الباحثين من:
 - عرض نتائجهم الفكري للعامة من خلال البحث عن اسم الباحث؛
 - إضافة مجموعات من المقالات ذات الصلة، وليس مادة واحدة فقط في المرة الواحدة، وتحسب مقاييس الاقتباس الخاص بالمؤلف وتحديثها تلقائياً؛
 - تمكن المؤلف من اختيار ما لديه من المواد التي تم تحديثها تلقائياً أو مراجعة التحديثات أو لتحديث المواد الخاصة به يدوياً في أي وقت.
- **خدمة بوابة البحث Research Gate**: وهي تمثل موقع ويب لشبكة اجتماعية وأداة تعاون مجانيّة موجهة للباحثين في جميع التخصصات العلمية، وتوفر تطبيقات سحابية وشبكية متنوّعة منها:
 - البحث الدلالي (بحث لمخصات كاملة)؛
 - تبادل الملفات؛
 - تقاسم قاعدة البيانات للمنشورات مثل EndNote، مُنديات، مناقشات منهجية، مجموعات... وغيرها؛
 - باستطاعة المشتركين أيضاً إنشاء مدونة خاصة بهم في الشبكة.
- **خدمة Drop Box**: هي عبارة عن موقع خارجي يستضيف الملفات وله العديد من الفوائد والمزايا، ويعمل على تقديم خدمات سحابية خاصة بالمستخدم على الانترنت تسمح له بحرية التخزين للملفات وأيضاً عمل مزامنة لمختلف ملفاته بين مختلف الأجهزة والوسائط المختلفة الحديثة، كما يمكن استخدام هذه المساحة الممنوحة كأبي مجلد عادي على جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستخدم نفسه.

(1)- Chen, Xiaotian : Google Scholar's Dramatic Coverage Improvement Five Years after Debut.

Information World Review, 36(04), 2010, p222

سادساً - سلبيات الحوسبة السحابية

- بالرغم من عديد مزايا الحوسبة السحابية إلا أنها لا تخلو من بعض السلبيات التي قد تشكل عائق خطيرة تحدّ من انتشارها، فقد لا توفر السحابة جميع الخدمات التي يحتاج إليها المستفيد، وبشكل عام هذه بعض التحدّيات التي تواجه منظمات الأعمال عند تبني أنموذج الحوسبة السحابية: (1)
- الأمن: إنّ الحوسبة السحابية تستند على مجهّز الخدمة بشكل تامّ وما يوفره من مستوى أمني مثل تشفير المعلومات ووضع السياسات والإجراءات للوصول الى السحابة وهذا يؤدي إلى إثارة مجموعة من الأسئلة مثل:
 - هل ستكون البيانات آمنة؟
 - من يستطيع الوصول إليها؟
 - هل تؤدي البرمجيات الخبيثة وعملية التصدي لها إلى إلحاق الضرر في البيانات والتطبيقات الموجودة على السحابة؟...؟
 - الموثوقية والتوافقية: إنّ الكثير من المنظمات والمؤسسات لديها تخوف من تبني حلول الحوسبة السحابية بسبب اعتماد هذه الحلول على شبكة الأنترنت، وهذا يؤدي إلى إثارة مجموعة من الأسئلة مثل: هل يمكن أن تلبّي الحوسبة السحابية احتياجات منظمات الأعمال في العمل 24 ساعة وعدم حصول توقف في الخدمة؟
 - السيطرة: وتعني أنّ المنظمة عندما تتبني الحوسبة السحابية فإنّها سوف تصبح تحت رحمة مجهّز الخدمة الذي يمكن أن يتسبّب للمنظمة بجملة من المشاكل حالما يتمّ تشغيل الملفات والبيانات والعمليات في البنية التحتية الخاصة به مع احتمال توقف الخدمة لسبب أو لآخر ممّا يضطرّها للبحث عن حلّ بديل؛
 - إتفاقيات مستوى الخدمة: تتضمن اتفاقات مستوى الخدمة التفاهم المشترك حول نوعية الخدمات والأولويات والمسؤوليات والضمانات بين مقدّم الخدمة السحابية والمستفيد، وقد لا يوفر الكثير من مجهّزي الخدمة السحابية مستويات جيّدة من هذه الاتفاقيات، وهو ما يتعارض مع المتطلّبات الأساسية لتحوّل المؤسسات الكبيرة إلى خدمات الحوسبة السحابية.

(1)-Linthicum, David: Cloud Computing and SOA Convergence in your Enterprise. Pearson Education, Inc ,USA, 2016, p27

II -3-2- التّعهيد الجماعي (Crowdsourcing)

أولاً- نشأة التّعهيد الجماعي:

قبل التطرّق لنشأة هذا المفهوم يجب أن نشير إلى أنّ الترجمة الحرفيّة إلى اللّغة العربيّة تنقصها الدقّة، فخصوصيّة اللّغة الانجليزيّة تمكّن من نحت المفاهيم والمصطلحات بسلاسة عكس اللّغات الأخرى، وهنا تجدر الإشارة إلى أنّ مشكل التّرجمة هذا لا يقتصر على العربيّة فقط، ففي اللّغة الفرنسيّة تم اعتماد المفهوم الإنجليزي حرفياً.

وقد ظهر مفهوم التّعهيد الجماعي لأول مرّة في مقال لـ Jeff HOWE بعنوان " صعود التّعهيد الجماعي، The Rise of Crowdsourcing" في عدد جوان 2006 من مجلّة " وايرد" (Wired). حيث تحدّث في مقاله عن هذا المفهوم الجديد عندما ذكر مثلاً عن Claudia MENACHE وهي مديرة مشروع في المتحف الوطني للصحة بواشنطن، كانت تعمل على مشروع معرض صور حول الصحة، حيث أرادت أن تستعين بمصور محترف غير أنّها واجهت مشكلة في الحصول على الموارد الكافية لاقتناء الصور التي تحتاجها الأمر الذي استدعى البحث عن حلول أخرى، حتّى عثرت على موقع iStockphoto الذي مكّنها من الحصول على صور احترافية التقطها هواة بقيمة دولار واحد للصورة الأصليّة. (1) قد تبدو القصة عادية جدّاً، غير أنّها في الواقع تلقى الضّوء على توجّه جديد تعرفه الأعمال على الانترنت وهو الإعتتماد المتزايد على الجمهور لإبداء رأيه أو المساهمة في بعض الأعمال المقترحة.

ثانياً- مفهوم التّعهيد الجماعي:

يُشير مفهوم التّعهيد الجماعي إلى الاستعانة بالجمهور لإنشاء المضامين، الإجابة على أسئلة المستخدمين الآخرين، أو تطوير أداء مواقع الويب. ويمكن للمواقع من خلال تجميع الموارد التي يوفرها جمهورها، أن تقدّم سلعاً أو خدمات بتكلفة منخفضة. (2) الفكرة الرئيسيّة من التّعهيد الجماعي هي الاستفادة من الذكاء الجماعي للجمهور لإنجاز المهام المرتبطة بأعمال الشّركات التي تستخدم هذا المفهوم الجديد في العمل، حيث يقوم الجمهور بالعمل الذي تقوم به الشّركة في العادة أو توكله لطرف ثالث لينجزه لها، كما أنّها تتيح لأصحاب الشّركات توسيع قاعدة المواهب التي يعتمدون عليها، بالإضافة إلى توفيرها فهماً أعمق لما يريده المستخدمون. (3)

(1)-Poetz, M & Schreier, M: "The value of crowdsourcing" Can users really compete with professionals in generating new product ideas?". Druid Summer Conference, Université de Strasbourg, France, 2009, 15 Novembre 2009

(2)- Agerfalk, J & Fitzgerald, B: "Outsourcing to an unknown workforce3exploring opensourcing as a global sourcing strategy". MIS Quarterly, 32(02), 2008, p389

(3)-Asheim, B: "Differentiated knowledge bases and varieties of regional innovation Systems Innovation. The European Journal of Social Science Research, 20(03), 2007, p225

II -3-3- المشاع الإبداعي (Creative Commons)

أولاً- مفهوم المشاع الإبداعي:

المشاع الإبداعي Creative Commons هي منظمة غير ربحية تمكن من مشاركة واستخدام الإبداع والمعرفة من خلال أدوات مجانية، حيث تقدم رخصاً بسيطة وموحدة تسمح بسهولة تغيير شروط الملكية الفكرية من "جميع الحقوق محفوظة" إلى "بعض الحقوق محفوظة"، ولا تعتبر رخصة المشاع الإبداعي بديلاً عن حقوق الملكية الفكرية وإنما تعمل جنباً إلى جنب معها. (1)

ظهرت منظمة المشاع الإبداعي في محاولة للدمج والتوفيق بين مفهومي حقوق الملكية الفكرية وشبكة الانترنت، فحقوق الملكية الفكرية ظهرت قبل اختراع الانترنت بفترة طويلة جداً، وبما أن الانترنت توفر مجموعة هائلة من المعلومات والمواد التعليمية والثقافية والتي تصعب الاستفادة منها في ظل حقوق الملكية الفكرية المتعارف عليها، وبما أن العمل على الانترنت ينطوي على الكثير من الأعمال التي قد ينظر إليها على أنها ممارسات عادية كالنسخ والتعديل وإعادة النشر، أصبح من الضروري إيجاد معادلة تضمن التوازن بين الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية وتعميم الفائدة المرجوة من استخدام الكم الهائل من المعلومات التي توفرها الانترنت. (2)

ثانياً- أنواع رخص المشاع الإبداعي:

تقدم منظمة المشاع الإبداعي "الإبداعي" أربعة أنواع رئيسية لرخص المشاع الإبداعي^(*)، وهي كالتالي: (3)

- نسب المصنّف (Attribution): أي نسب المصنّف لمؤلفه؛
- الترخيص بالمثل (ShareAlike): يُمكن للأخريين إنشاء أعمال مشتقة من العمل الأصلي بشرط نشر أعمالهم بنفس رخصة العمل الأصلي؛
- غير تجاري (NonCommercial): وتعني منع استخدام الأعمال المرخصة لأغراض تجارية؛
- منع الإشتقاق (NoDerivatives): يُمنع تعديل العمل الأصلي أو إنشاء أعمال مشتقة منه، فيما يبقي المجال لإعادة نشر العمل كما هو بدون تعديل.

(1)- Astruc S, and All. 2014. Focus sur: les Creative Commons Montpellier: Agropolis International, 2p. (Collections Fiches pratiques). Disponible à: <http://ist.agropolis.fr/les-formations/tutoriels/item/creative-commons>. Page consultée le: 04/06/2020

(2)- Dedieu, L, Fily, M : **Rendre publics ses jeux de données scientifiques en 6 points**. Montpellier (FRA), CIRAD, 6 p, 2015. Disponible à : <http://url.cirad.fr/ist/rendre-publics-ses-donnees>. Page consultée le : 04/06/2020

(*)- You can find more information on the well curated website of : www.Creativecommons.Org. where all the licences descriptions stem from. And here: <http://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp1300040>.

(3)- **Rapport de l'OCDE, "Giving Knowledge for Free: The Emergence of Open Educational Resources"**. Retrieved from: www.oecd.org/edu/ceri/38654317. Retrieved on: 13/05/2020

- ومن خلال هذه الشروط الأربعة يقدّم موقع منظمة المشاع الإبداعي الرّخص التالية: (1)
- **نسب المصنّف (CC BY):** تتيح هذه الرّخصة للمرخص له: توزيع، دمج، تعديل، والبناء على العمل الخاضع للرّخصة حتى لأغراض تجارية، بشرط أن يشير للمصدر.
 - **نسب المصنّف/التّرخيص بالمثل (CC BY-SA):** تتيح هذه الرّخصة للمرخص له: توزيع، دمج، تعديل، والبناء على العمل الخاضع للرّخصة حتى لأغراض تجارية. بشرط أن يشير للمصدر ويحتفظ بنفس الرّخصة التي اعتمدها المصدر.
 - **نسب المصنّف/منع الإشتقاق (CC BY-ND):** تسمح هذه الرّخصة بإعادة التّوزيع التّجاري وغير التّجاري، بما أنّ المضمون لم يتم تغييره بأيّ شكل من الأشكال، مع نسبة العمل لمصدره.
 - **نسب المصنّف/غير تجاري (CC BY-NC):** تتيح هذه الرّخصة للمرخص له: توزيع، دمج، تعديل، والبناء على العمل الخاضع للرّخصة لأغراض غير تجارية فقط، بشرط أن يشير للمصدر ولا يُشترط نشر العمل بنفس رخصة المصدر.
 - **نسب المصنّف/غير تجاري/التّرخيص بالمثل (CC BY-NC-SA):** تتيح هذه الرّخصة للمرخص له: توزيع، دمج، تعديل، والبناء على العمل الخاضع للرّخصة لأغراض غير تجارية، بشرط أن يشير للمصدر ويحتفظ بنفس الرّخصة التي اعتمدها المصدر.
 - **نسب المصنّف/غير تجاري/منع الإشتقاق (CC BY-NC-ND):** تعتبر هذه الرّخصة الأكثر تشدّدًا، فلا تتيح للمرخص لهم باستعمال المواد المحفوظة بناءً عليها إلّا تحميل المصنّف وتوزيعه لأغراض غير تجارية دون أيّ تعديل مهما كان، مع الإشارة طبعًا لصاحب العمل.
- وقد أصبح استخدام رخص المشاع الإبداعي شائع جدًّا، خاصّة في أوساط المدوّنين و المنظّمات غير الربّحية، وحتى الكثير من المبدعين كالمصوّرين الفوتوغرافيين و مصمّمي الجرافيكس وغيرهم، فيما لا يزال هناك عمل كبير ينبغي القيام به لحثّ المؤسسات الكبرى التي تنتج موادًا ومحتويات إبداعية يمكن استخدامها لتطوير المجال التّعليمي والتّقافي، أو لنشر ثقافة المشاركة لتعزيز الإبداع والابتكار، فالمؤسسات الإعلامية الكبرى لا تزال لحدّ الآن متردّدة في ترخيص محتوياتها برخص المشاع الإبداعي إلا فيما ندر، رغم أنّها تستفيد من الأعمال التي ينشرها العديد من رواد الانترنت تحت نفس الرّخص. (2)

(1)- Creative Commons (n.d.a). History. Disponible à :

<http://creativecommons.org/about/history>(Page consultée le 29 juillet 2014).

(2)- HEISE, Christian (2014). CC-BY dominates under the Creative Commons licensed journals in the Directory of Open Access Journals (DOAJ), Hybrid Publishing Lab. Disponible à :

<http://hybridpublishing.org/2014/02/cc-by-dominates-under-the-cc-licensed-journals-in-the-directory-of-open-access-journals-doaj/>, Page consultée le : 03/06/2020

يبقى الإستثناء الوحيد في مجال الصحافة هو ما قامت به مؤسسة الجزيرة، عندما أتاحت لأول مرة مقاطع فيديو مُرسلة من الأشخاص بالجودة التلفزيونية العادية عن حرب غزة تحت رخصة المشاع الإبداعي "نسب المصنّف"، والتي تتيح التعديل على المواد المرخصة واستخدامها للأغراض التجارية وغير التجارية حتى للفنّوات التلفزيونية، بشرط واحد هو الإشارة للمصدر والحفاظ على شعار "Logo" القناة ضمن الفيديوهات المرخصة.

وقد استمرت شبكة الجزيرة في الإعتماد على نفس الرخصة في نشر فيديوهات عن أحداث مايسمى بالرّبيع العربي على موقعها الإلكتروني^(*)، بينما تعتمد نفس الرخصة على حسابها على موقع فليكر (Flickr)^(**).

(*)- www.aljazeera.net

(**)- www.flickr.com/photos/aljazeeraenglish/sets

- III

مصادر المعلومات الإلكترونية

والتحوّلات في

صناعة المضامين

وسائل الإعلام وفي بحثها عن الخبر ونشر المعرفة تتوَعّت مصادرُها، وقد شكّل الجمهور إحدى قنواته، وقد أدرك الإعلام التقليدي المعطيات الرّاهنة التي فرضها التدفّق الكثيف للمحتوى عبر الفضاء السيبراني، ممّا حتمّ عليه التّأقلم خاصّة مع الإنكماش التدرّجي لسوق الإشهار الذي كان ولا يزال يمثّل مورداً تمويلياً رئيسياً، فالتّسارع الرهيب للتطوّرات التّقنيّة خلق واقعاً جديداً غير مسبوق بالكامل يتبارى فيه الجميع من أفراد وشركات ومؤسسات وهيئات لكسب معركة الإنتشار والشعبية والتي تعني في الغالب تحقيق مكاسب ماديّة ومعنويّة.

وقد أصبح الإبداع والإبتكار مطلوب اليوم في العمل الصحفي الإعلامي أكثر من أيّ وقت مضى، خاصّة مع تشكّل كيانات إعلاميّة افتراضية موازية تنافسها على مصادر الخبر والنشر والسبق الصحفي، وهو الأمر الذي فرض على المؤسسات الإعلامية التّعاطي مع الواقع الجديد والإندماج ليس فقط باستخدام أدوات وتطبيقات النّت بتوظيفها والإستفادة منها إلى أقصى حدّ، بل وبالإستعانة بصحافة المواطن وتوظيفها في الإخبار.

في هذا الباب سنتناول مختلف قضايا مصادر المعلومات الصحفيّة، مراحل تطوّرها، أشكال المصادر التقليدي منها والإلكتروني، أهميّتها بالنسبة للفرد من جهة وللمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، مختلف تبلورات الإعلام الإجتماعي ماهيته وخصائصه، مركزين على صحافة المواطن باعتبارها أبرز أشكال الإعلام الإجتماعي، مفهومها، مختلف تسمياتها، خصائصها، سماتها، الأنواع، الأنماط والأشكال، وأشهر فضاءات الإعلام الإجتماعي

وفي سياق متّصل سنحلّل في موضوع التّحوّلات في صناعة المضامين الإعلامية وأدوار مستخدميها، بدايةً من التّاريخ وتطور المفهوم والأهميّة، إلى رصد أبرز التحوّلات ذات الصّلة بصناعة المضامين الإعلامية في البيئة الإعلامية الجديدة، تعريجاً إلى توصيف المداخل النظريّة لدراسة صناعة وإنتاج هذه المضامين، وكذا استخلاص تأثيرها على العمل الصحفي من جهة وعلى المؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، من خلال تشخيص مواطن الصّراع والتّكامل بين صحافة المواطن والصحافة التقليديّة، التّحدّيات والعقبات التي تواجه صحافة المواطن، واتّجاهاتها المستقبلية.

||- 1- مصادر المعلومات الصحفية:

تعتمد المؤسسات الإعلامية على العديد من المصادر لتزويدها بما تحتاجه من المواد الإعلامية التي تنشرها، وتأتي وكالات الأنباء ضمن مجموعة أهم المصادر التقليدية التي ظلت تعتمد عليها الوسائل الإعلامية لفترة طويلة إلى غاية دخول وسائل توزيع حديثة أوصلت المؤسسات الإعلامية مباشرة بالمصدر وتجاوزت من خلالها المصادر التقليدية.

إن المؤسسات الإعلامية تقوم بوظيفة أساسية في المجتمعات المدنية المعاصرة وهي توفير المعلومات لأفراد المجتمع، وقد أخذت مسألة "مصادر الأخبار" الحيز الأكبر من الإهتمام نظراً لما يشكله المصدر من أهمية في تشكيل المادة الإخبارية خاصة أنه يمثل العنصر البارز في عناصر العملية الاتصالية التي حظيت باهتمام واسع من قبل الباحثين، إذ يُعتبر أول عنصر من عناصر العملية الاتصالية المكونة من أربعة عناصر أساسية: مصدر، رسالة، مستقبل، رجوع الصدى.

وتبدو أهمية المصدر من كونه العنصر الذي تنشأ من خلاله الرسالة، وهناك العديد من المتغيرات المتعلقة بالمصدر تأتي في مقدمتها المصدقية والدقة، ويختلف المصدر كعنصر من عناصر العملية الاتصالية طبقاً لمستوى العملية الاتصالية فالمصدر في الاتصال بين إثنين هو الفرد، وفي الاتصال الجماهيري هو المؤسسة الإعلامية. (1)

وفي عصر تقنيات الاتصال الحديثة أصبحت الآلة أو الجهاز هي المصدر، ونشهد الآن مع تقنيات الاتصال التفاعلية أن المتلقي أصبح نفسه المصدر، ويفرق الباحثون في الاتصال الإعلامي عادة بين المصدر والمؤسسة الإعلامية، فالمصدر طبقاً لما يراه البعض هو شخص، مؤسسة، حزب سياسي، مرشح، يسعى من خلال المؤسسة الإعلامية لإيصال رسالة إلى الجمهور المستهدف.

ومن ناحية أخرى أصبحت الوسيلة نفسها هي المصدر كما قال بذلك مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan "مقولته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة"، فطريقة تلقي وإدراك وتأثير الرسالة الإعلامية يتأثر بشكل كبير بالوسيلة "المصدر" الإعلامية التي يتلقى الفرد عبرها الرسالة. (2)

ولقد مارست المؤسسات الإعلامية "صحف، إذاعة، تلفزيون، وكالات أنباء" ولفترة طويلة دور الوسيط بين المتلقي ومصادر المعلومات فيما عرف بحارس البوابة، فالمؤسسة الإعلامية تقوم بالتدخل بحجب المعلومات التي يفترض أن يعرفها العامة وتمرير ما تعتقد أنه يخدم مصالحها، فعملية الانتقاء والاختيار التي تمارسها المؤسسات الإعلامية للتحكم بما بما تعرضه للمتلقين من أخبار أثار الكثير من الأسئلة حول دور الوسيط ونزاهته في خدمة الجمهور، فالمؤسسة الإعلامية في المجتمعات المدنية المعاصرة يفترض أن تعمل لخدمة

(1)- بن حال، محمد: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع "التجربة السعودية". ندوة "الإعلام السعودي سمات

الواقع واتجاهات المستقبل"، المنتدى الإعلامي الأول، جامعة الملك سعود بالرياض، 01-04 مارس 2003

(2)- خوجة، أشرف فهمي: الصحفيون ومصادر الأخبار. دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007،

الجمهور لكن الواقع يشير إلى عكس ذلك، فأصحاب المصالح السياسيّة ورؤوس الأموال هم الذين يضعون أجندة الوسائل الإعلاميّة ويتحكّمون فيما يصل إلى الجمهور من أخبار ومعلومات من مصادرها المختلفة، وبذلك أصبحت عمليّة وصول الجمهور لمصادر الأخبار تتحكّم فيها المؤسّسة الإعلاميّة. (1)

ومع ظهور تقنيّات الاتّصال الحديثة وانتشارها في العقد الأخير من القرن المنصرم يبدو أنّ المعادلة تغيّرت، فقد فرضت تقنيّات الاتّصال الحديثة واقعاً جديداً في مفهوم المصدر كما عرفناه في الأدبيّات الإعلاميّة، واقعاً تجاوز من خلاله المتلقّي المؤسّسة الإعلاميّة "الوسيط" ووصل مباشرة إلى المصدر، كما أنّ المصدر نفسه تجاوز المؤسّسة الإعلاميّة "الوسيط" ووصل مباشرة إلى المتلقّي، وقد شكّلت ظاهرة قنوات توزيع المعلومات الحديثة تحدياً لوسائل الإعلام التقليديّة لكن الوسائل التقليديّة استطاعت استيعاب التقنيّات الحديثة واستفادت منها في ترسيخ مكانتها وزيادة انتشارها.

إنّ الفكرة الإخباريّة هي أساس العمل التحريريّ الإعلاميّ اليومي، وتظهر مدى قدرة الإعلاميّ الإبداعيّة إضافة إلى مدى متابعته للأحداث، ولكي نفهم طبيعة الفكرة الصحفيّة لا بدّ وأن نعرف المادّة الخام الأساسيّة التي تعالجها الصحافة يوميّاً وذلك من خلال رصد الممارسات الصحفيّة اليوميّة داخل قاعات التحرير. ومن نتائج دراسات تحليل مضمون الصّحف التي أكّدت أنّ المحرّر الصحفيّ في عمله اليوميّ يستمدّ أفكار مادّته الصحفيّة التي يقوم بعد ذلك بتغطيتها واستكمال معلوماتها ثمّ تحريرها من خلال المكونات الأساسيّة التي تتشكّل المواد الخام للعمل الإعلاميّ وللمحتوى الصحفيّ وهي: الأحداث، الأفكار، القضايا أو الإشكاليّات، الآراء، الشخصيات المعروفة،... وغيرها. (2)

وتعرّف المصادر الإخباريّة بأنّها "الإشارة إلى الأداة التي يحصل من خلالها الصحفيّ على الخبر الصحفيّ، وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار المسؤولين والشخصيات الرّسميّة أو نجوم الحياة الاجتماعيّة أو كبار الشخصيات التي تزور البلد وغيرها من المصادر الحيّة، وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والوزارات وغيرها". (3)

(1) - أبو زيد، فاروق: فن الخبر الصحفي. ط4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص90

(2) - علم الدين، محمود: أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين. ط2، القاهرة، 2009، ص130

(3) - ايريس، أنطوان: شبكات الإعلام ط2، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2005، ص26

||| -1-1- مراحل تطوّر مصادر المعلومات:

مرّ تطور مصادر المعلومات بثلاث مراحل أساسية هي:

أولاً: المرحلة قبل التقليدية "مرحلة ما قبل الورق": (1)

- إنّ المعلومات وُجِدَت منذ أن بدأ الإنسان في تسجيل أفكاره ومعارفه، وفيها سجّل تجاربه وخبراته على أوعية بدائية استطاع أن يطوّعها لتحقيق أهدافه، ومن هذه الأوعية أو المواد:
- جدران الكهوف: حيث استخدمها الإنسان لتسجيل أفكاره برسوم بدائية؛
 - قطع اللّحاف: وهو الجزء الأسفل من سعف النّخيل؛
 - الألواح الطينية أو الرّقم الطينية: استخدمها السومريون لتسجيل كتاباتهم الخاصة بهم وهي الكتابة المسمارية؛
 - ورق البُردي: وكانت تسمّى قراطيس، وهو اشتقاق من الكلمة اليونانية Chartes وقد اخترعه المصريون القدماء كمادّة صالحة للكتابة استمرت سنين طويلة قبل وبعد الميلاد؛
 - الرقوق: جلود الحيوانات؛
 - الشمع؛
 - أكتاف البعير؛
 - العاج؛
 - الحرير؛
 - عظام الحيوانات؛
 - ألواح الخشب: يحفر عليها بواسطة آلة مدبّية؛
 - الحجارة والحصى، وغيرها من المواد الأخرى.
- كما نجد ما ذكرته الكتب الموسوعيّة من أنّ شعراء العصر الجاهلي وغيرهم من الكتّاب كانوا يعلّقون أشعارهم وأفكارهم على أسدال الكعبة على أوعية تتفق مع ما تحتوي عليه الأشعار والأفكار. (2)

(1)- النوايسة، غالب: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة إلى الكتب المرجعية. دار صفاء

للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص49

(2)- عبد الوهاب، محمد: مراكز المعلومات الصحفية. الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 1996، ص61

ثانياً: المرحلة التقليدية "مرحلة مصادر المعلومات الورقية"

المطبوعة⁽¹⁾:

وهي المرحلة التي اخترع فيها الورق كمادة صالحة للكتابة، وتشير الدراسات التاريخية بأن الصين هي مصدر الكتاب الورقي الأول على اعتبارها أول موطن للورق؛ ولم تتعزز صناعة الكتاب إلا بعد ظهور الطباعة، وشهدت هذه الفترة التي تلت غوتنبورغ^(*) Gutenberg تطور هذه الصناعة بشكل كبير ونموً هائلاً في عدد عناوين الكتب المطبوعة والجرائد، ولأزال هذا التطور والنمو مستمران حتى يومنا هذا. وقد أدى هذا كله إلى تحويل المطبوعات إلى وسيلة إعلامية جماهيرية بدلاً من كونها وسيلة تستخدم في التبشير الديني فحسب، حيث عرفت هذه المرحلة أيضاً ظهور الدوريات والمخطوطات كمصادر رئيسية للمعلومات.

ثالثاً- المرحلة غير التقليدية "مرحلة مصادر المعلومات الإلكترونية":

في هذه المرحلة اخترعت مصادر متطورة قادرة على استيعاب ثورة المعلومات وذلك بفضل التطور العلمي وتكنولوجيا المعلومات وثورة الاتصالات عن بعد، إذ غيرت هذه الوسائل في نقل المعلومات للكثير من أوعية المعلومات التقليدية الورقية. فعرفت الوسائل السمعية والبصرية والمصغرات الفيلمية، واستطاع الإنسان أن يحول المعلومات إلى أشرطة وأسطوانات مُمغنطة وأقراص متراصّة وقواعد بيانات وشبكات معلومات، وقد كفلت هذه الوسائل السيطرة على المعلومات وسرعة استرجاعها واستخدامها بالقدرة وفي الوقت والشكل المناسب.⁽²⁾

(1)- النوايسة، غالب: المرجع السابق، ص51

(*)- نسبة للألماني يوهان غنزفلايش تسر لادن تسوم غوتنبورغ "Johannes Gutenberg" (1398 م - 1468 م)

مُخترع الطباعة الحديثة سنة 1447، مُطوّراً بذلك علم الطباعة الذي اخترع قبل ذلك بسنة 1234م بكوريا.

(2)- جرجيس، حاتم . بريع، قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري. مركز الإسكندرية للوسائط

الثقافية والمكتبات، مصر ، 1998 ، ص6

III - 1-2 - أشكال مصادر المعلومات:

إنّ العملية الإخبارية هي الكلمة الصحفية المعادلة لكلمة البحث، وتعني جمع البيانات والحقائق المتعلقة بالأحداث الجارية والقضايا المعاصرة. وبالمعنى الصحفي هي فنّ ومهارة وصناعة جمع المعلومات للإستخدام الفوري. (1)

إنّ نوعية المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الصحفيون في الحصول على المعلومات والأخبار هي معيار مرتبط بدرجة فعالية الصحفي وحركته داخل المجتمع، وتعبير عن جهوده الذاتية في بناء العلاقات مع المصادر الإخبارية. لذا ورد في النتاج الفكري أكثر من أساس لتقسيم مصادر المعلومات إلى فئات أو أشكال أو أنواع مختلفة. وحتى وإن اختلفت وتعددت هذه التقسيمات فإنها في النهاية تتجه إلى هدف واحد هو التعريف بهذه المصادر، ومن هذه التقسيمات نجد من قسمها إلى: (2)

- مصادر معلومات حسب الموضوع: فمثلاً في قسم الأخبار المحلية يتوجّه صحفيوه إلى مصادر الأخبار المحلية كالوزارات، رئاسة الجمهورية، وفي الأخبار الاقتصادية يتوجّه الصحفيون إلى الأبحاث والتقارير الاقتصادية وأسعار العملات، وفي قسم الرياضة يعتمد الصحفيون على الأندية الرياضية، اللاعبين والمدربين وأبطال الرياضة وهكذا؛
- مصادر معلومات حسب طريقة الإخراج؛
- مصادر معلومات حسب بُعد المعلومات عن المصدر.

وهناك من قسمها أيضاً إلى: (3)

- مصادر أولية: وهي أول وثائق تُنشر من قبل مؤسسات حكومية أو شخصيات رسمية وقد تكون تصريحاً أو تقريراً أو بحثاً لغرض التفسير والكشف عن حدث قديم بحاجة إلى إيضاح للرأي العام؛
- مصادر ثانوية: وهي معلومات من مصادر ثانوية استندت إليها المؤسسة الإعلامية لعدم تمكنها من الحصول على معلومات جديدة.

(1) - نصر، حسني: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص92

(2) - النوايسة، غالب: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة إلى الكتب المرجعية. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص37

(3) - عبد الجبار، حسين: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر. دار أسامة للنشر، عمان، 2009، ص59

كما يوجد من قسّمها إلى مصادر مطبوعة ومصادر وثائقية ومصادر مهنية. (1)

ويوجد تقسيم آخر صنّف مصادر المعلومات الصحفية إلى: (2)

- مصادر مباشرة: وهي تلك التي يستقي منها الصحفي معلوماته مباشرة من مصادر رسمية أو من أشخاص طبيعيين يدلون بتصريحاتهم إزاء مسألة معينة؛
- مصادر غير مباشرة: وذلك عندما يستقي الصحفي المعلومة من شخص يكون هو بدوره قد استقى المعلومة من مصدر مباشر؛
- مصادر معرفة: عندما يستعمل الصحفي عبارات تدلّ مباشرة على مصدره سواءً كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً؛
- مصادر غير معرفة: عندما يستعمل الصحفي عبارات عامة متحاشياً ذكر مصدره؛
- الإشاعات: وهي الأخبار غير المؤكدة التي يلجأ إليها الصحفي في غياب مصادر رسمية تُثبت أو تنفي هذه الأخبار.

(1) - الهوش، أبو بكر: دراسة في نظم وشبكات المعلومات. مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص21

(2) - Mohand Saïd, Belkacem : le guide du cyberjournaliste. BMS édition, Alger, 2001, p44

ومن التّقسيمات الأكثر اتّفاقاً لأغلب اجتهادات باحثي ومفكرّي الإعلام والاتّصال، وشيوعاً في الأوساط الإعلاميّة، مايلي:

أولاً- مصادر المعلومات التقليديّة:

أ- الصّحفي نفسه: أينما يكون الصّحفي عليه تشغيل نواميس الإستشعار الصّحفيّة، سواءً عند حديثه مع الأصدقاء والجيران وغيرهم أو من خلال مروره مثلاً على أحد المناطق وهو مسافر، فالصّحفي يربط بين ما يراه وما يسمعه وبين هموم المجتمع، على اعتبار أنّ واجبه الأوّل هو الاهتمام بجميع قضايا الشّئون العامّة.

وعلى الصّحفي أن يتدرّب على التّطلّع الجيّد إلى كلّ شخص والتعمّق في كلّ أمر من الأمور التي يبحثها أو يراها أو يسمعها، لأنّ هذا التعمّق يفتح له الأبواب المغلقة وراء الأخبار ويكشف النقاب عن أمور يصلح بعضها لتطويره إلى موضوع صحفي صالح للنّشر وجدير بأن يستمتع به الجمهور. (1)

كما يجب على الصّحفي أن يكون موهوباً في فنّ مخاطبة النّاس وفي القدرة على إقامة الصّدقات الجديدة والعلاقات المتنوّعة وكسب ثقة مصادره، إضافة إلى موهبة الأسلوب الصّحفي الذي يمكنه من صياغة الخبر بحيث يضمّنه أكبر عدد من المعلومات في أقلّ عدد من الكلمات. (2)

فضلاً عن الإقدام وحبّ المغامرة وخوض التّجارب فالصحافة هي مهنة التعب والعرق وأمامها تزول الأخطار، والصّحفي النّاجح لا يملّ البحث وراء المجهول سعياً لتقديم كلّ ما هو جديد للقارئ فهو دائم التّرحال والسّفر أو على الأقلّ على استعداد لذلك. (3)

كما يتوجّب على الصّحفي أن يكون محبّاً لغيره لأنّ هذا الشّعور هو الذي يدفعه إلى مساعدة الآخرين وتخفيف آلامهم والوقوف إلى جانبهم ما داموا على حقّ، هذا عن الصّفات الطّبيعيّة أمّا الصّفات المكتسبة فأهمّها الدّراسة والتّسلّح بالعلم، فالموهبة وحدها لا تكفي ولا بدّ في عصر التّخصّص الدقيق أن يكون الصّحفي على دراية بالمجال الذي تخصّص فيه، بحيث تمكّنه ثقافته العامّة والمختصّة من مناقشة مصادره الإخباريّة بدلاً من أن يتحوّل إلى مجرد مستمع، وهو ما يخوّل له القدرة على التّعامل مع التّقنيّات الجديدة من شبكات المعلومات والحاسبات الآليّة والكاميرات الرقميّة. (4)

ب- خدمات الطّوارئ: إنّ الكثير من الأخبار تردّ عبر أحد المصادر التّاليّة: أقسام الشّرطة ودوائر الأمن المختلفة، المطافيّ والحماية المدنيّة، الإسعاف والمستشفيات، حرس الحدود والموانئ، لذلك على الصّحفي تأسيس علاقة منتظمة مع هذه الجهات بما يضمن له الحصول على الأخبار والمعلومات مباشرة.

(1)- الحماصي، جلال الدين: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي. ط2، دار المعارف ، مصر، 1998، ص142

(2)- أبو زيد، فاروق: فن الخبر الصحفي. ط4 ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000 ، ص 107

(3)- هربرت، سترنز: المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سمية أبو سيف سمية الدار الدولية للنشر والتوزيع القاهرة، 1999 ، ص53

(4)- مذكور، مرعي: الصحافة الإخبارية. دار الشروق للنشر، القاهرة، 2012، ص12

ج- المصادر الشخصية: إنَّ الصَّحفي الجيّد يجب أن يرتبط بشبكة من الإتصالات الشخصية، ومن عوامل تطوير وصيانة هذه الشبكة أجندة الهواتف الخاصة به، فعليه أن ينميها يوماً بعد يوم ويحاول أن يضمّن بها الأرقام الخاصة وأرقام الهواتف المنزلية والنقالة. فكّما اتّسعت شبكة العلاقات كلّما زاد الوارد من الأخبار، فهي تضمّ سياسيين ومسؤولين وأفراد عائلاتهم ومنظمات حكومية وغير حكومية ومديري مكاتب المسؤولين وموظّفين في المؤسسات المهمّة.

ويلاحظ أنّ الكثيرين من مصلحتهم تسريب الأخبار التي قد تكون صحيحة لأسباب عدّة منها: "إشباع الرغبة في الشعور بالأهميّة، الانتقام لمظالم شخصية تعرّضوا لها، الإيمان بحقّ المجتمع في معرفة ما يقولون أو الدعاية لأفكارهم ونشاطهم السياسي. كالشخص الذي يتولّى وظيفة عامّة أو حكوميّة وتأتي المادّة الإخبارية على لسانه ويصرّح بها للصحيفة أو للمندوب الصّحفي الذي يقتصر دوره هنا على النقل". (1)

وفي المقابل هناك بعض المصادر تختلق أخباراً غير صحيحة، وقد تستخدم الصحافة في إعلانها لتحقيق أغراض شخصية أو سياسية أو تجارية ما. فالعلاقة بين الصّحفي والمصدر عامل من عوامل توجيه الأخبار لأنّ هذه العلاقة تقوم أساساً بين طرفين متناقضين أحدهما وهو المصدر صاحب القرار أو المعلومة يريد الاحتفاظ أحياناً بسريّة المعلومات أو توصيلها إلى الجمهور بشكل معيّن، والطرف الثاني وهو الصّحفي الذي يريد الوصول إلى الحقيقة كلّ الحقيقة وأن ينشرها كما هي. (2)

وتتأثر العلاقة بين الصّحفيين ومصادر الأخبار والمعلومات بعوامل عديدة قد تختلف من مجتمع إلى آخر، وقد حدّد الباحثين هذه العلاقة الأساسية من خلال ثلاث مستويات:

- **المستوى الأوّل:** وهو الذي يعبر عن حالة الاستقلال الكامل بين النّظم الاجتماعية المختلفة ومنها الصحافة الحرّة فلا يوجد هناك تأثير للمصادر على الصّحفي. ويتسم تدفق المعلومات في هذه الحالة من المصدر إلى القائم بالاتصال أو الإعلاميّ بكونه رسمياً بدرجة كبيرة.

- **المستوى الثاني:** وهو الاعتماد المتبادل بين المصدر والصّحفي حيث تتدفق بعض الأطر المرجعيّة لكليهما ويشتركان في بعض الأهداف من العمليّة الاتّصاليّة، وقد يشتركان معاً في بعض الأدوار أو القيم التي تفرضها الأدوار أو المسؤوليات.

فالصّحفي قد يحتاج إلى أخبار أو موضوعات لمجرّد النّشر والمصدر يقدّمها له لإرضائه حيث يتفان في الكثير من القيم والأفكار.

- **المستوى الثالث:** يمثّل علاقة التبعية أو الاعتماد الكامل على المصدر، وبالتالي تتمّ سيطرة المصدر

(1)- عبد النبي، عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص169

(2)- عبد النبي، عبد الفتاح: المرجع نفسه، ص104

على القائم بالإتصال. ويُشير هذا المستوى إلى قوّة المصدر حيث تتمّ عملية الإمداد بالأخبار بوصفها وظيفة يومية أو دورية للصحافة فقط، وهنا تحدث حالة التوحّد في الأهداف بين وسائل الإعلام والسلطة كما هو معروف في المجتمعات السلطوية.

وهذه العلاقة في المستويات الثلاث (الإستقلال، الإعتماد المتبادل، التوحّد أو التبعيّة) بين المصدر والصحفي، تعكس تأثيرات المصدر في اتجاهات الصحفي نحو المحتوى أو مضمون المادة الإعلامية. (1)

وبالتالي فإنّ العلاقات الطيبة مع المصادر هي استثمار للمستقبل، فمع مرور الوقت تتسع دائرة المعارف من حيث العدد والنوعية وعندئذ تتدفّق الأفكار والموضوعات في هدوء ويسر. (2)

ويُمكن إرجاع نجاح المصادر في احتواء الصحفيين إلى عدد من العوامل هي: (3)

- إلى الحقيقة القائلة بأنّ الصحفيين يميلون إلى تبني القيم الخاصة بالمصدر كإطار مرجعي لهم؛
 - إلى المحاولة المستمرة للصحفيين إلى تجنب الصّراع وميلهم لقبول قيمة الإجماع من أجل الصّالح العام؛
 - أنّ الصحفيين في موقعهم أقرب إلى المصادر منهم إلى زملائهم أو الجمهور.
- د- **شهود العيان:** هم أشخاص عاديون تصادف أن شهدوا أحداثاً غير عادية، فالمصدر قد يكون شخصاً لديه معلومات يحتاجها الصحفي من أجل قصة إخبارية أو من أجل خلفيّة لقصة إخبارية. فشاهد العيان يتمتّع بمصداقية عالية لدى الجمهور لأنّه جزء منه فهو يقدم رواية فورية لما جرى، ويجب توخي الحذر في التّعامل معهم لأنهم غالباً ما تسيطر عليهم الصدمة النفسيّة، الرّغبة في الظهور، ربّما تصفية حسابات شخصيّة أو المخاوف من التورط في القضية.
- لذا يتوجّب على الصحفي التّعامل بحيطه مع ما يقوله شاهد العيان وأن لا يعتمد على رواية واحدة، كما يتوجّب على الصحفي أن يشرح للجمهور أين كان الشاهد بالضبط وما علاقته بما جرى وأن يتذكّر تسجيل أسمائهم وأرقام هواتفهم فقد يحتاج إلى المزيد من التفاصيل. (4)
- هـ- **وكالات الأنباء:** هي مؤسسات تتخصّص في جمع وتوزيع الأخبار على المشتركين في الخدمة مقابل اشتراك مالي محدّد، عادة ما كان يتم توصيل أخبار تلك الوكالات عبر البرقيات وحالياً فإن معظمها يبث أخباره عبر الأقمار الصناعية أو الانترنت إلى غرف الأخبار مباشرة.

(1) - خوجة، أشرف فهمي: الصحفيون ومصادر الأخبار. دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010.

ص64

(2) - ليونارد، راي تيل. رون، تيلور: مدخل إلى الصحافة "جولة في قاعات التحرير". ترجمة حمدي عباس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص92

(3) - السيد، سعيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون. عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2004، ص45

(4) - مينتشر، ميلفن: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون. ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998

ص145،

وتعمل هذه المؤسسات في خدمة وسائل الإعلام، أي أنها تقدّم خدماتها للمحترفين وليس للجمهور ممّا يزيد من المعايير المهنية على أداؤها. وهكذا أصبح بإمكان المؤسسة الإعلامية تلقي الأخبار الخارجية عن طريق الاشتراك بوكالات الأنباء الأجنبية وكذلك تلقي الأخبار الداخليّة عن طريق الاشتراك بوكالة أو وكالات الأنباء العالميّة. (1)

كما أنّ تعاون الوكالات المحليّة مع الوكالات العالميّة أمكن إيجاد نوع من التيسير للحصول على الخبر من مصدره، مع تأكّيده بمصادر أخرى متنوّعة حتى أنّنا نرى الوكالات العالميّة والمحليّة تتفق على خبر معيّن يشغل بال الرّأي العام.

و- **أجندة الأحداث المتوقّعة:** ويسمّى أيضاً "ملف الأحداث المقبلة" فهو مستودع المذكرات والرّسائل والبرامج والبلاغات المتعلّقة بأحداث مقبلة، وغالبًا ما يغطّي في بعض وسائل الإعلام أحداث الثلاثة أشهر التّالية، فقد أصبح من السّهّل الإعداد المسبّق لأجندة بالأحداث المتوقّعة أو المقرّرة.

وتوفّر تلك الأجندة أداة مثاليّة للتّخطيط وتجنّب المفاجآت فهي تقدّم قائمة أوليّة بالأخبار قبل بداية اليوم أو وقوع أيّ أحداث وهي تحتاج إلى تأسيس بنية أساسيّة عبر:

- المعلومات الواردة من الاتّصالات الشّخصيّة؛

- المعلومات الواردة من المراسلين الميدانيّين وفي المناطق النائية؛

- المعلومات التي ترد في الصّحف وعلى الانترنت أو عبر البيانات الرّسميّة؛

- توفير قائمة بالتّواريخ المهمّة مثل الذّكرى السنويّة لحدث مهمّ، ويمكن استعراض مدى التّغيير بعد

مرور سنة على حدوثه. (2)

ي- **أرشيف المعلومات:** وهو كلّ ما يتمّ جمعه في ملفّات سواء كانت تضمّ: (3)

- وثائق مهمّة حكوميّة أو غير حكوميّة؛

- الدّوريات، الكتب، النّشرات والمجلّات.

في الإذاعة والتّلفزيون يضمّ الأرشيف الأشرطة أو التّسجيلات التي قد تكون من إنتاج المؤسسة نفسها أو تمّ شراؤها لغرض الإنتاج البرامجي، وهي وثائق مهمّة خاصّة إذا كانت تكشف عن وقائع مجهولة وهامّة في الوقت نفسه، فقد تُغيّر هذه الوثائق كثيرًا من المعلومات الرّاسخة على أنّها حقائق في حين أنّها عكس ذلك تمامًا. (4)

(1)- ميننشر، ميلفن: المرجع السابق، ص23

(2)- محمود، شفيق: وكالات الأنباء رؤية جديدة. دار المعارف، القاهرة، 1994، ص34

(3)- إبراهيم، عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص170

(4)- مذكور، مرعي: الصحافة الإخبارية. دار الشروق للنشر، القاهرة، 2002، ص42

م- الأحداث السابقة: من المهمّ عدم نسيان الموضوعات ذات التأثير الكبير في الجمهور لمجرّد مرور فترة زمنية على حدوثها، مثل متابعة تنفيذ خطة إسكان متضرّرين من زلزال حدث خلال الشّهر الماضي. فهذه التّفنّية تضيف بُعداً أخلاقياً للعمل الصحفي لأنها تثبت بأنّ العمل الصحفي ليس فقط ملاً فراغ لكنّه يسعى لتحقيق تحسّن حقيقي لمستوى المعيشة وبالتالي تزيد من مصداقيّة الوسيلة لدى الجمهور، والكاتب الصحفي الذي يربط بين أحداث اليوم والأحداث القريبة والبعيدة يستطيع أن يضمن موضوعاً صحفياً ناجحاً. (1)

ن- المنافسون: متابعة أخبار وتحركات المؤسسات الإعلامية الأخرى في المنطقة نفسها توفر مصدراً مهمّاً للأفكار والأخبار، فربّما يتمكّن الصحفي من تغطية حدث قام المنافسون بتغطيته لكن أغفلوا زاوية من زوايا يعتبرها الجمهور مهمّة. (2)

ي- المقابلات الصحفيّة: المقابلة هي إحدى الوسائل الأساسيّة للحصول على المعلومات في وسائل الإعلام كلّها، فالهدف النهائي من أيّ مقابلة هو نيل معلومات تصنع أخباراً ولا يتحقّق ذلك الهدف إلّا بالإعداد الجيّد عبر ما يلي: (3)

- إختيار الضيف المناسب؛

- إتباع أسلوب المقابلة المناسب مع طبيعة الخبر؛

- إجراء البحث المعلوماتي اللازم؛

- صياغة الأسئلة بحرص، حيث يجب تجنّب بعضها، كما يجب الاستماع بحرص إلى إجابات الضيف.

ر- البيانات الصحفيّة: تعتمد الشّركات والمؤسسات الكبرى والمنظّمات الدوليّة إلى إصدار بيانات للنّشر الصحفي تضمّ الرواية الصحفيّة التي ترغب الجهة التي أصدرت البيان في أن تصل إلى الجمهور، تقوم هذه الجهات بإرسال بياناتها بصورة دورية عبر البريد العادي إلى المؤسسات الصحفيّة. وتوفر هذه البيانات مادة سهلة لبعض الصحفيين، وهذا لا يعني أنّه يتوجّب على الصحفي تجاهل هذه البيانات، ولكن عليه نشر الحجج الخبريّة الرئيسيّة في البيان منسوبة إلى مصدرها.

ز- المؤتمرات الصحفيّة: المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشّخصيات العامّة في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين محلّ دراسة أو مناقشة قضية تهّم الرّأي العام، والمؤتمرات الصحفيّة يقدّمها كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرّؤساء أو الرّعماء حين تكون حاجة عاجلة لشرح سياسة معيّنة أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرّأي العام. (4)

(1)- الحماصي، جلال الدين: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي. ط2، دار المعارف، مصر، 1998،

(2)- إسماعيل، إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق دار الفجر للنشر، مصر، 1998، ص45

(3)- جرجيس، حاتم بريع، قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري. ط2، مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 2004، ص31

(4)- نصر، حسني. عبد الرحمان، سناء: التحرير الصحفي في عصر المعلومات "الخبر الصحفي". دار الكتاب الجامعي للنشر،

إنّ المؤتمرات الصحفية مثلها مثل البيانات الصحفية هي معلومات يراد نشرها، الفرق أنّ المؤتمرات الصحفية تفتح المجال لطرح الأسئلة وعلى الصحفي أن يكون إنتقائياً أي أن لا يحضر كلّ المؤتمرات، بل عليه أن يختار ما يعتقد أنه يقدّم معلومات جديدة أو فرصة حقيقية لطرح الأسئلة، فيمكن للصحفي أن يجعل من المؤتمر مصدراً حقيقياً للأخبار، خاصة إن تمكن من طرح سؤال يغيّر مجرى الحديث ويخلق خبراً حقيقياً. (1)

ك- القصاصات الصحفية: يُعتمد عليها بشكل أساسي في المؤسسات الإعلامية المختلفة ويتم الحصول عليها من المؤسسة نفسها أو من وسائل الإعلام الأخرى المحلية والخارجية، من الكتب والنشرات ومطبوعات الهيئات المختلفة. فالصحيفة هي المصدر الأول لهذه القصاصات، ولذلك تُؤخذ قصاصة لكلّ مادة تحريرية في هذه الصحف وفي حالات كثيرة تُؤخذ نسخ من القصاصة الواحدة لتحتفظ كل نسخة في ملف موضوع معين إضافة إلى الكتب السنوية التي تصدرها المؤسسات والدول عن مختلف أوجه النشاط فيها خلال العام، وتزخر بمعلومات وبيانات قيمة ولها أهميتها الكبرى بالنسبة للعمل الصحفي. (2)

ل- الصور: الكثير من الصور تعادل أحياناً المئات من الكلمات والعبارات المكتوبة والمطبوعة، فهي معبرة عن الموقف المطلوب وتركز الضوء عليه صحفياً بشكل يكاد يكون أبلغ وأفعل من الكلمة المكتوبة. إنّ الصورة تُضفي على الخبر أو التعليق أو التحقيق الصحفي أو المقال صفة الحضور والمعاشة، بالإضافة إلى أنّها ثروة فنية ومادية ذات قيمة متزايدة، وتحصل المؤسسات الإعلامية على الصور من مصادر مختلفة في مقدمتها: (3)

- الصور التي ترد إلى المؤسسة عن طريق الاشتراك في الوكالات المتخصصة؛
 - الصور التي يلتقطها مصوّر المؤسسة الصحفية في المناسبات المختلفة؛
 - الصور التي تلتقطها المؤسسة من الأفراد أو من الهيئات المختلفة لأكثر من سبب؛
 - الصور التي يمكن أن تحصل عليها المؤسسة عن طريق التبادل مع المؤسسات الإعلامية الأخرى.
- م- الصحف المحلية والأجنبية:** في كثير من الأحيان تنفرد بعض المؤسسات الصحفية المحلية أو الأجنبية بنشر خبر هام أو وثيقة خطيرة قد تنقلها عنها مؤسسة صحفية أخرى أو توسّع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة، فقد تنشر موقفاً سياسياً عبّرت عنه افتتاحية صحيفة أو مجلة عامة أو خاصة أو حزبية أو الدولة أو الهيئة التي تتبع لها هذه المؤسسة. (4)

(1)- أبو زيد، فاروق: فن الخبر الصحفي. ط4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص113

(2)- ريتش، كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية. ترجمة عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، فلسطين، 2006، ص124

(3)- الحمامصي، جلال الدين: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي. دار المعارف، مصر، 1965

(4)- سعيد، محمد السيد: إنتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون. عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1996، ص23

وعلى هذا الأساس فإن الصحف والمجلات تعتبر مصدراً هاماً من مصادر الأخبار. (1)

ط- الإذاعات المحلية والأجنبية: تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدراً هاماً من مصادر الأنباء

وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة إلى الإشراف الحكومي، حيث تعبر الإذاعة عن التوجهات الرسمية للدولة. ولأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار قامت المؤسسات الكبرى بإنشاء " قسم الاستماع " الذي يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة لاستقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم. (2)

ويستفيد قسم الأخبار من " قسم الاستماع " في الأفراد أحياناً بأخبار هامة، وفي إغناء الأخبار ومعرفة وجهات النظر والمواقف المتعددة من الحدث الواحد، الأمر الذي يُمكن المحرر من تقديم قطعة خبرية موسعة وشاملة. (3)

وتخضع المادة المنلقة عن طريق الإذاعة لإعادة صياغة تناسب القارئ بدلاً من المستمع، على أن تذكر المؤسسة الإعلامية المصدر الذي استقت منه هذه المواد. (4)

ظ- المواد السمعية والبصرية: وهي تعبر عن كافة المواد والوسائل والأوعية والأجهزة التي قد تستخدم في التعامل والتعبير عن المعلومات، وتعتمد بشكل رئيسي على السمع والبصر أو كليهما معاً في إدراك هذه المعلومات التي يُطلق عليها تسميات عديدة منها المواد غير المطبوعة، الأوعية أو الوسائط المتعددة.

ويمكن تقسيم هذه المصادر إلى أربعة أنواع أساسية تمثل مختلف أنواع مصادر المعلومات اللائحة باستثناء الوسائل المحوسبة وهي كالآتي: (5)

- المصادر المسموعة كالتسجيلات والأشرطة الصوتية الخاصة بالمقابلات واللقاءات الصحفية وخطب وتسجيلات الشخصيات المهمة؛
- المصادر المرئية كالصور والرسومات بمختلف أنواعها والخرائط الطبيعية والتاريخية والعسكرية؛
- المصادر المسموعة مرئية: كالأفلام المتحركة الوثائقية والعلمية.
- المصغرات: هناك المصغرات العلمية "الميكرو فيلم"، والمصغرات البطاقية "المايكرو فيش" التي تضم وثائق تاريخية أو مقالات مفيدة.

(1)- أبو زيد، فاروق: فن الخبر الصحفي. ط4 ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000 ، ص141

(2)- ميلفن، مينتشر: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون. ترجمة أديب خضور. المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998، ص26

(3)- مذكور، مرعي: الصحافة الإخبارية. دار الشروق للنشر، القاهرة، 2002 ، ص62

(4)- النوايسة، غالب: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة إلى الكتب المرجعية. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص23

(5)-Yves, Agnès. Hammachi, Saïd : manuel du journalism. Édition Media Plus, Constantine,

وإجمالاً يُمكننا تقسيم المصادر التقليدية للمعلومات الصحفية كالآتي: (1)

- **المحيط السياسي:** المنتخبين، الإدارات الحكومية، مجلدات القوانين والأنظمة؛
- **المحيط العسكري:** بكل إدارته: شرطة، درك، جيش... وغيرهم؛
- **المحيط القضائي:** بما في ذلك من تقارير قضائية، العدالة والمحامين وغيرهم؛
- **المحيط الإقتصادي والاجتماعي:** إنَّ الجزء الكبير من الانشغالات الجماعية موجودة داخل المجتمع وضمن جماعته المختلفة، وهي مركزة على العمل والإنتاج واستغلال الثروات؛
- **المحيط الخدماتي:** بما أنَّ هذه الخدمات مقدّمة للمواطن بالدرجة الأولى فهي من أهمّ مصادر المعلومات لأنَّ أغلب القطاعات الخدمائية يحدث فيها يوميًا أحداث تنصّر أخبار المؤسسات الإعلامية كمشاكل النقل، الأوبئة، مشاكل البيئة الحادة... وغيرها؛
- **المحيط الثقافي الترفيهي:** لأنَّ منتجي البرامج الترفيهية والثقافية دومًا يبحثون عن أقلام صحفية تواكب ما يقومون به؛
- **المحيط الجمعي:** بالرغم من أنَّ هناك العديد من الجمعيات التي لا تملك المعدّات الكافية لتحقيق أهدافها إلاَّ أنها تعدّ في الكثير من الأحيان مصدرًا لا يُستهان به من المعلومات.

ثانياً- مصادر المعلومات الإلكترونية

ثانياً-1- الإنترنت كمصدر للمعلومات

لم يكن لدى مكتشفي ومطوّري الإنترنت منذ أوّل ظهور لها في الستينيات من القرن الماضي أن يتوقّعوا تطوّر تطبيقات الإنترنت إلى ما هي عليه الآن. فكما هو الحال لكلّ وسائل الإعلام الأخرى فدوافع مخترعي ومطوّري التّلفزيون كانت من أجل استخدامه في التّعليم ولم يتصوّروا أن يطوّر استخدامه ليصبح وسيلة التّرفيه الأولى في جميع المجتمعات البشرية الآن، والأمر نفسه مع الأقمار الصناعية فأهداف مطوّريها الأساسية كانت لأغراض الاتّصالات العسكرية إلاَّ أنها تعدّدت وتنوّعت في الوقت الرّاهن.

إنَّ الإنترنت كوسيلة اتّصال نمت وتطوّرت بسرعة مذهلة خالفت كل توقّعات مخترعيها وأصبحت في فترة وجيزة أمّاً ليس فقط لوسائل الاتصال وإنّما لوسائل الإعلام أيضاً، وأصبحت هي الهاتف، التّلفزيون والصحيفة والراديو بالنسبة للفرد العادي، كما أنها أيضاً وسيلة للتّرفيه والحصول على

المعلومات. (2)

(1)- أنطوان، ايريس: شبكات الإعلام. عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001، ص36

(2)- سيد حسي، فاروق: الإنترنت شبكة المعلومات العالمية. هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص59

كما أنّ الإنترنت أتاحت الفرصة لكلّ من الأفراد والمؤسسات في نقل الآراء والمعلومات بحريّة كاملة متجاوزة كثيراً من أنظمة وقوانين النّشر التي كانت تخضعها الدّول أو المستثمرين في مجال النّشر على وسائل الإعلام، فأصبح عالم النّشر أكثر ديمقراطيّة. (1)

ويُمكن النظر للإنترنت كمصدر للمعلومات من ناحيتين: (2)

- النّاحية الأولى: مصدر للمعلومات الإخباريّة بالنّسبة للفرد العادي؛

- النّاحية الثّانية: مصدر للمعلومات بالنّسبة للمؤسسات الإعلاميّة.

ثانياً-1-1- الإنترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية للفرد:

تأخذ الإنترنت كمصدر للمعلومات الإخباريّة للفرد العادي، سبعة أشكال هي: (3)

- الوصول إلى مواقع وسائل الإعلام التّقليديّة التي لها مواقع على الإنترنت مثل مواقع الصّحف والمجلاّت والقنوات التّلفزيونيّة والإذاعيّة مثل ، قناة الجزيرة وإذاعة BBC ، صحيفة الواشنطن بوست... وغيرهم؛
- استخدام الكمبيوتر للقيام بعملية اختيار الأخبار للفرد عبر المواقع المتعدّدة على الشّبكة؛
- بروز الصّحف الإلكترونيّة كشكل من أشكال الصّحافة الحديثة والتي ليس لها طبعات ورقية ولها قراء لا يُستهان بعددهم وأصبحت بعض وسائل الإعلام التّقليديّة تنقل عن تلك الصّحف بعض المواضيع التي تنشرها؛
- كذلك ظهر ما يسمى بـ " إذاعات الإنترنت " وأصبح في متناول الفرد العادي إمكانية إنشاء إذاعة خاصّة به على شبكة الإنترنت بتكلفة زهيدة وبحريّة نشر كاملة، كما أنّ القنوات التّلفزيونيّة استجابت لهذا التّطور وأصبح من الممكن أن يتم مشاهدة أغلب القنوات التّلفزيونيّة من خلال شبكة الإنترنت، مع وجود خاصيّة اختيار المواضيع وال فقرات المناسبة التي سبق وأن قامت تلك القنوات ببثّها خلال البثّ الاعتيادي وكذلك الحصول على النّصوص الكاملة لبعض البرامج؛ (4)
- برزت المنتديات الحواريّة على شبكة الإنترنت كمصدر إعلامي جديد أفرزته طبيعة التّقنيّة الاتّصاليّة التّفاعليّة للإنترنت، فأصبح بمقدور أيّ فرد أو جماعة أو منظمة إنشاء أو إدارة منتدى إعلامي تفاعلي يتمّ فيه طرح القضايا والآراء والأخبار حول الدّول ومواقفها السياسيّة وطرح المواضيع الدّينيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة وغيرها من المواضيع التي يرغب كلّ فرد بنشرها باستخدام أسماء فعليّة أو وهميّة في أكثر الأحوال.

(1)- سعود بن خالد، محمد: مصادر المعلومات الإعلاميّة بين التّقليد والواقع " التجربة السعوديّة ". جامعة الملك سعود الرياض، السعوديّة، 2013، ص123

(2)- حسنين، شفيق: الإعلام التّفاعلي ثورة تكنولوجيّة في نظم الحاسبات والاتّصالات. دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006، ص55

(3)- مصطفى صادق، عباس: الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتّطبيقات: الشروق للنشر، والتوزيع، الأردن، 2008 ، ص59

(4)- المخادمي، عبد القادر: النظام العالمي الجديد للإعلام الأسس والأهداف. ط2 ، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006، ص151

وهكذا أصبحت هذه المنتديات منابرًا إعلامية ومصدراً من مصادر المعلومات والأخبار الحديثة التي لها جمهور عريض من مستخدمي الشبكة، حيث توفر السبق الإعلامي في كثير من الأخبار المحلية وشجعت كثيراً من الوسائل التقليدية على طرح مواضيع كانت تُعتبر في يوم من الأيام من المحظور تناولها في تلك الوسائل. (1)

- كذلك أظهرت تقنية الانترنت مصدراً جديداً من مصادر المعلومات هو المجموعات البريدية، التي أتاحت للمشاركين بها نشر وتوزيع المعلومات والأخبار ذات الاهتمام بطريقة سريعة، مع العلم أن بعض تلك المجموعات تتيح الفرصة للباحثين عن المعلومات من الاستفادة من تلك الرسائل والأخبار العالمية التي تحتويها تلك المجموعات، كما أن البريد الإلكتروني يستخدم كوسيلة توزيع.

- بنوك المعلومات الدولية كأحد أهم مصادر المعلومات على مستوى العالم، حيث يوجد أكثر من بنك معلومات يحتوي على آلاف الملايين من السجلات تغطي جميع المواضيع التي تهتم وسائل الإعلام ليس على مستوى الأخبار فقط ولكن على مستوى المواضيع الأخرى التي من الممكن استخدامها كمعلومات وبحوث تهتم القراء في جميع المجالات. (2)

ثانياً-1-2- الانترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية:

لقد استفادت جميع قطاعات العمل الإعلامي من تقنيات المعلومات الحديثة وبالأخص الصحف في الجوانب الإخبارية، وتظهر هذه الاستفادة بشكل واضح في عمليات سرعة نقل المعلومات وتقنيات الحفظ. فقد حلّ مسجل الصوت محلّ القلم والورقة بالنسبة للمحررين والمراسلين العاملين في الصحف، وكيف أن الإتصالات اللاسلكية حلّت محلّ الاتصال السلكي في مثل الهاتف النقال وهواتف الأقمار الصناعية، كما أن التقنيات الحديثة ساعدت الصحفي على بناء قصته الإخبارية وإضافة الصور والجرافيك لحظة كتابته لها دون الحاجة للاستعانة بالأقسام الفنية.

ففي بعض الحالات تكون المقابلة عبر البريد الإلكتروني مع المصدر الإخباري هي الوسيلة الوحيدة للحصول على أقوال المصدر، ويتميز البريد الإلكتروني كمصدر للحصول على الأخبار في أنه يمنح المصدر الوقت الكافي للتفكير بالردّ ويعفي المحرر من تدوين الملاحظات والدقة في الاقتباسات.

أمّا عيوبه فتتمثل في عدم الفورية في المقابلة وغياب أسئلة الاستفسار والمتابعة لما يقوله المصدر. (3)

ففي الصحافة التقليدية يجمع الصحفيون الأخبار من أيّ مصدر متاح بما في ذلك تقارير وكالات الأنباء، تقارير الشرطة، الأخبار الرياضية والمؤتمرات واللقاءات والأحاديث العامة والشخصية، كما أنهم يجرون المقابلات ويقومون بالأبحاث لخلفية موضوعاتهم ويأخذون الصور الضرورية ثم يكتبون موضوعاتهم، وإذا ما تسنى لهم فإنهم يتابعون ما كتبوا بالإضافة والتحليل.

(1)- المخادمي، عبد القادر: النظام العالمي الجديد للإعلام الأسس والأهداف. ط2 دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006، ص164

(2)- محمد نصر، حسني: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص115

(3)- محمد نصر، حسني: المرجع نفسه، ص116

أمّا صُحُفِيُّو اليوم فإنهم يجدون سهولة في التّعامل مع قواعد البيانات على سبيل المثال وقدرتهم على استخدام أدوات التّحقّق من المعلومات من المصادر المختلفة على الانترنت والتي ما كانت متوفّرة في الماضي. فالأمر الذي يجب يقوم به الصّحفي اليوم هو الرّبط بين الصّورة والنّص والفيديو والصّوت، فهذه الصّحافة تعمل على نقل الجمهور من حالة المشاهد إلى المشارك ومن الشّعور بالقهر من المعلومات التي تصلهم إلى الشّعور بالقوّة من هذه المعلومات.

إضافةً إلى المدونات التي ساهمت هي الأخرى في إمداد الإعلاميين بكمّ ضخم من المعارف والمعلومات المهمّة، فالمدونات عبارة عن كرّاسات رقمية مباشرة قد تكون شخصية أو جماعية، عامّة أو خاصّة تقترح محتويات نصيّة، صوتيّة، تصويريّة أو حتى مقاطع فيديو.

وتنفرد الانترنت بخاصيّة أساسيّة تجعل منها أداة محوريّة في توسيع فضاء حركيّة الأفراد ولو افتراضياً وتجاوز العقبات التّقنيّة للوصول إلى المعلومات. فهي أداة لخلق مرجعيّات ثقافيّة جديدة إذ تمنح بعض الجماعات والأفراد إمكانيّة استثمار فضاءات عموميّة لتطرح بها دلالات جديدة غنيّة وتجديديّة، وخير مثال على ذلك النمو المتسارع منذ البداية لظاهرة الشّبكات الاجتماعيّة كنتيجة للقاء والتّناغم بين التّكنولوجيات الرقمية من ناحية والمجتمعات التي تمنح الفرد مكانة مركزيّة من ناحية ثانية، ومن ناحية أخرى أتاحت مختلف شبكات التّواصل الاجتماعيّ للصّحفيين العديد من الوسائط الإعلاميّة الجديدة التي ساهمت بشكل أو بآخر في تزايد مصادر المعلومات.(1)

(1)- الصادق، رابح: قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الرقمية الحديثة مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع3، 2006، ص86

III -2- صحافة المواطن كأحد أبرز أشكال الإعلام الاجتماعي

III -2-1- الإعلام الاجتماعي الماهية والخصائص:

أولاً- ماهية الإعلام الاجتماعي:

قبل الحديث عن الإعلام الاجتماعي في سياق دراستنا، لا بدّ أن نوضّح أنّ هناك عدّة تسميات قريبة من مفهوم الإعلام الاجتماعي، وغالبًا ما يجري الخلط بينها في مختلف الدراسات، وهي: الإعلام الجديد، الإعلام البديل والإعلام الاجتماعي.

فالإعلام الجديد (New Media) يشير إلى نوع جديد من الإعلام يتبنّى وسائل جديدة في عمله، أو يُمكن أن يدمج بين الجديد والقديم، أي أنّه مرتبط بالتطوّرات التّقنيّة على مرّ الزمن، وكما يقول عباس مصطفى صادق في كتابه "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتّطبيقات" فإنّه توجد عدّة مداخل نظريّة لفهم الإعلام الجديد، فهناك من الخبراء من يقول أنّ الإعلام الجديد بدأ مع ظهور الـ CNN والبتّ عبر الأقمار الصناعيّة، وهناك من يربط ظهوره مع ظهور الانترنت، وهناك من يربط ظهور الإعلام الجديد بالويب 2.0، فمفهوم الإعلام الجديد إذاً يجب أن ننظر له في سياقه الزمّني، فالجديد اليوم سيصبح قديماً بعد فترة معيّنة وهكذا. (1)

أمّا الإعلام البديل (Alternative Media) فهو مفهوم يشير لأشكال بديلة عن الإعلام السائد (الإعلام الجماهيري) ليست إلكترونيّة بالضرورة، أمّا الدراسات العربيّة ركّزت في بدايات تناولها لمخرجات الإعلام الاجتماعي (المدوّات خاصّة) على هذا المفهوم كثيراً، وأفرط الكثيرون في التفاؤل بمدى قدرة المدوّين الشباب على خلق إعلام بديل عن الإعلام التقليدي، لكن ذلك النّمودج فشل فشلاً ذريعاً عندما أثبتت الثورات العربيّة أنّ الإعلام التقليدي يُمكن أن يعمل جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام الاجتماعي، عندما تراجعت المدوّات أمام المدّ الهائل للشبكات الاجتماعيّة. (2)

إذاً فمفهوم الإعلام البديل ليس دقيقاً لوصف التطوّرات الإعلاميّة التي أتى بها نموذج الويب، يتبقّى إذاً مفهوم الإعلام الاجتماعي والذي يعتمد في الأدبيّات الغربيّة للدّلالة على نتاج التّزاوج الذي حصل بين التّطبيقات الحاسوبية والشبكة العنكبوتية العالميّة، فيمكن أن نقول أنّ مفهوم الإعلام الاجتماعي هو الترجمة الفعليّة أو المنتج النهائي لتطوّرات استخدامات الأنترنت (الويب 2.0) كمادّة خام والموجّه للمستخدم النهائي.

(1)- الحيدري، عبدالله: الإعلام الجديد النظام والفوضى. المؤتمر الأول: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعام جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2016

(2)- وليد محمود، خالد: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. دار مدارك للنشر، بيروت، 2011،

ومن المفيد أن نشير أيضاً إلى أن مفهوم الإعلام الاجتماعي (Social Media) لا يشير فقط إلى كل ما له صلة مباشرة بالإعلام، فالكثير من الخدمات المصنفة ضمن الإعلام الاجتماعي بعيدة تماماً عن روح الإعلام، إلا أن هذا لا يمنع تماماً الاستفادة منها في العمل الإعلامي (خدمة خرائط Google "Google Maps" مثلاً).

كما أن الإعلام الاجتماعي الذي سنشير له في دراستنا لعلاقته بصحافة المواطن ليس هو الإعلام المتخصص في المجال الاجتماعي، فصفة الاجتماعية فيه تعود لكيفية عمله وليس لناحية المواضيع التي يتعرض لها.

إنّ الإعلام الاجتماعي هو المنتج النهائي للويب 2.0 والموجه للمستخدم العادي، ويمكن أن نشبه العملية بنظام تشغيل الكمبيوتر، فالويب 2.0 هو بمثابة قلب النظام الذي يسمح بالقيام بمختلف العمليات، أما خدمات ومواقع الإعلام الاجتماعي فهي بمثابة الواجهة الجرافيكية وجملة التطبيقات التي تعمل على نظام التشغيل والتي بفضلها نستطيع أن نتفهم و ننتقل كمستخدمين عاديين ضرورة اقتناء نظام تشغيل معين.

وقد بدأت الأشكال الأولى للإعلام الاجتماعي بلظهور مع صعود نجم المدونات بحرب العراق 2003، واستمر ظهور خدمات الإعلام الاجتماعي وفق نسق تصاعدي بالموازاة مع التطورات الكبيرة التي طرأت على مجالات عدة أهمها: الترفيه الرقمي، الأجهزة المحمولة، وسوق التطبيقات بمختلف أنواعها. (1)

وقد سار التطور المتسارع لأدوات الإعلام الاجتماعي وفق هيكلية معقدة مترابطة الأطراف، فكلّ تطور هو نتيجة مباشرة أو غير مباشرة لتطور سابق، والتطور الناشئ تنتج عنه أشكال جديدة تعتمد عليه بدورها لتحقيق الانتشار والنجاح. وهكذا فإنّ خدمات الإعلام الاجتماعي عموماً إنتشرت وفق نموذج معقد تتربط أجزاءه مع بعضها البعض، فيستفيد كل جزء من نجاح الآخر وفق خصائص معينة.

غير أنه لا يمكن القول أنّ الإعلام الاجتماعي تجاوز مرحلة النشأة لأنه في الواقع لم تتبلور معالمه النهائية لغاية الآن، فهو يضمّ كل ما هو جديد شعبي وخلّاق، وكل الصّفات السابقة نجدها اليوم في العديد من الأدوات والخدمات التي تظهر يومياً سواءً كخدمات جديدة كلياً أو كإندماج لتكنولوجيات وخدمات موجودة سلفاً لتحقيق إشباع أو تلبية متطلّبات مستحدثة. (2)

(1)- غيطاس، جمال: الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات "الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح"، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي، كوالالمبور، ماليزيا، 03 مارس 2011

(2)- Swasy, A & All : Traditional reporting more Credible than citizen news. Newspaper Research Journal, 36(02), 2015, p228

إنّ الإعلام الاجتماعي هو تجسيداً لأشياء كثيرة ومتنوّعة، ويمكن أن تنتج محتوياته انطلاقاً من أشياء مختلفة وبطرق متنوّعة، ومن أبسط تعريفاته "هو كلّ تلك المحتويات التي تنتج من قبل الجمهور الذي يتلقاها هو نفسه، أي من الجمهور إلى الجمهور". فهو يشتمل على أمور كثيرة جداً و متداخلة مع بعضها البعض، تتميز بالابتكار وتعتمد على الجمهور في إنتاجها و تطويرها. (1)

ثانياً- خصائص الإعلام الاجتماعي:

يتميز الإعلام الاجتماعي من حيث الخدمات والمواقع بالتالي: (2)

- **المشاركة (PARTICIPATION):** حيث تشجّع تلك المواقع الأفراد والمستخدمين بما تقدّمه على المشاركة في صنع محتوياتها عن طريق الإضافات والردود التي تسهم في زيادة محتواها ومن ثمّة تدعم نموّ وتطورّ الموقع ممّا يجعله مرجعاً مهماً للمهتمين، كما تساهم في فكّ العزلة عن المستخدمين الذين كانوا في السابق غير قادرين على المشاركة في صنع محتويات وسائل الإعلام التقليديّة، وعلى هذا فهي تطمس الخطّ الفاصل بين الجمهور ووسائل الإعلام؛

- **الإنفتاح (OPENNESS):** تعتبر هذه الخاصيّة مكملّة للخاصيّة السابّقة، فمواقع وخدمات الإعلام الاجتماعي تتميز بالإنفتاح على ردود فعل المستخدمين ومشاركاتهم، فنتيح لهم حرية الردّ والتعليق وتقييم المحتويات وكذا تبادل المعلومات بكلّ حرية وشفافيّة، ومن النادر أن يضع الموقع حواجز أمام المستخدم إلّا إذا تعلّق الأمر بحقوق الملكية الفكرية أو بعض البيانات الشخصية وهما أمران يثيران الكثير من الجدل؛

- **المحادثة (CONVERSATION):** وتعني هذه الخاصية أنّ الإعلام الاجتماعي يعمل في اتجاهين على عكس الإعلام التقليدي الذي يجمع المعلومات ثم يبيّنها في اتجاه واحد إلى جمهوره، فمواقع الإعلام الاجتماعي تقدّم وتتلقّى المعلومات من مستخدميها في شكل أشبه بالمحادثة؛

- **الجماعة (COMMUNITY):** يتيح الإعلام الاجتماعي ومواقعه للجماعات التشكّل والتواصل بفاعليّة، فالمستخدمون الذين يتقاسمون اهتمامات مشتركة يستطيعون الالتقاء والتجمّع بسهولة كبيرة حول قضاياهم أو اهتماماتهم وشخصياتهم وبرامجهم المفضّلة، كالمجموعات المتواجدة على الفيس بوك مثلاً، أو مجموعات Google groups أو نوادي المعجبين والأقسام الخاصّة على المنتديات الإلكترونية (Forums)؛

(1)- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. دار مدارك للنشر، بيروت، 2011،

(2)-KEMPF, Olivier: Introduction à la Cyberstratégie. Economica, Paris, 2012, P9

- **التّرابط (CONNECTEDNESS):** معظم الخدمات التي يوفّرها الإعلام الاجتماعي تنمو وتتطوّر بفضل التّرابط بينها وبين مواقع أخرى عن طريق الوصلات التي تربط المواقع ببعضها أو الوصلات التي توجد في المقالات والمحتويات المختلفة، فالمواقع تسمح بعرض محتوياتها لدى مواقع أخرى عن طريق إتاحة روابط نحوها، وهو ما يعتبر دعاية مجانية للموقع من قبل مرتاديه. فالإعلام الاجتماعي يُشجّع على التّعاون بين المواقع حتى المتنافسة منها لتقديم أفضل خدمة ممكنة، وهذا لا يتمّ إلا بتشجيع التّرابط بين المواقع لأنّ انغلاق الموقع على نفسه من جهة أخرى وعدم إتاحتها للروابط سيؤثر سلباً على سرعة انتشاره وتقبّله من طرف المستخدمين.

والملاحظ أنّ الإعلام الاجتماعي لم يأتِ بنموذج اتّصالي جديد يقوم على أساس مجموعة مُرسلين ومستقبلين يتبادلون الأدوار بينهم في كلّ حين فحسب، بل أتى بمقاربات جديدة فيما يخصّ تفاعل المستخدم مع المحتوى من جهة، و تفاعل المستخدمين مع بعضهم ومع صانعي المحتوى من جهة أخرى. وهو الأمر الذي يأخذنا إلى نقطة أخرى ذات أهمية بالغة وهي وصول التّفاعلية الرقمية إلى مستوى جديد تماماً وعلى نحو مغاير للمنى الذي سلكته الدّراسات الاستشراقية وتوقّعات خبراء التّقنية وحتى كتاب سيناريوهات أفلام الخيال العلمي الذين سارت جلّ توقّعاتهم في اتّجاه واحد، وهو أنّ مستقبل التّفاعلية سيكون بين الإنسان و الآلة لا غير. (1)

III -2 -2 - صحافة المواطن (Citizen Journalism):

لقد أفرزت تكنولوجيا الإعلام الجديد ظواهر إعلامية جديدة، كما أفرزت مصطلحات وتعابير أضيفت إلى القاموس الإعلامي المهنيّ والأكاديميّ، باعتبارها أحد مسارات إنتاج تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات والثّورة الرقمية. (2)

وما يثير الإنتباه بروز مصطلح "صحافة المواطن" التي نشأت في إطار ما عُرف بالإعلام الجديد، بوصفها ظاهرة معقّدة ومركّبة تولّدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الطّروف والعوامل المتعلّقة بالتطوّر التّكنولوجي الهائل في مجال الإتّصال كشكل جديد من أشكال الممارسات الصحفية غير المهنية، ونتاج حتمي للثّورة المعلوماتية والتّكنولوجية الجديدة. (3)

(1)- Muin, Michael: Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping Public Opinion for the Iraq War. a research paper in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, University of Central Missouri, Department of Communication, April, 2011.

(2)- Seungahn, N and all : Citizen journalism practice increases civic participation. Newspaper Research Journal, 38(01), 2017, p71

(3)- القيسي، جمال: الأخبار في الصحافة الالكترونية. دار الفجر والنفائس للنشر والتوزيع، بغداد، 2013، ص59

ويُعدّ مصطلح "صحافة المواطن" تسمية حديثة في المشهد الصحافي على المستوى الدولي الغربي والعربي، وهو يشير إلى تيار جديد تمّ تشكّله من الإعلام الجديد وتكنولوجيا الإتصال، ونتيجة لاحقة لنقد متواصل لواقع الصحافة التقليديّة، وامتداداً لحالة من العمل الصحافي البديل المعبر عن تطّعات المجتمعات لأنماط جديدة. (1)

أولاً- صحافة المواطن النشأة والمفهوم:

أولاً-1- نشأة صحافة المواطن

هناك إختلاف حول نشأة صحافة المواطن ، حيث لا توجد إجابات متفق عليها بين جميع الباحثين والممارسين لهذه الصحافة، فهذا البرفسور ستوارت إيلاري^{Stewart Ilani} ، الباحث في صحافة المواطن، في "كتابه صحافة المواطن منظور عالمي" يرى أنّ تحديد اللحظة التاريخيّة التي بدأ فيها مصطلح صحافة المواطن يظهر في الخطاب العام هو أمر مستحيل، كما أنّ البحث عن تعريف مثالي لصحافة المواطن ليس سهلاً لكنّه يقود إلى اقتفاء أثر ظهورها الأوّل. (2)

وفي ذات الوقت، يُرجع بعض الباحثين تاريخ صحافة المواطن لانتخابات الرئاسة في الولايات المتّحدة الأمريكيّة عام 1988 بين المرشّحين جورج بوش الأب^{George H. W. Bush} "ومايكل دوكاكيس^{Michael Dukakis}" ، عندما بات للمواطن دور في تحريك الإعلام وتزويده بالأخبار عقب شكوك أثّرت حول مدى مصداقيّة أخبار محطات التلفزة في تلك الفترة، إلى جانب الانتقادات التي دعت لإشراك المواطن في الحملات الانتخابيّة وعدم تكريس ساعات البثّ للمرشّحين فقط كما كان الحال وقتها. (3)

ومع ذلك يرى بعض الباحثين أنّ صحافة المواطن هي ببساطة الصدفة التي جعلت من المواطن قادراً على توثيق حدث ما وقع أثناء تواجده في المكان، ومع وسائل التّواصل التكنولوجيّة والمتاحة للجميع استطاع هذا المواطن أن يتحوّل إلى مراسل من الميدان ناقلاً المعلومات للفضاء الإلكتروني. (4)

(1)- شقرة، علي: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي". دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص26

(2)- Vastly, Rebecca: "New media, new politics" Political learning efficacy and the examination of uses of social network sites for political engagement". Unpublished Ph.D. theses, Michigan State University, Michigan, 2011, p37

(3)- Deuze, Mark: The Changing Context of News Work. Liquid Journalism and International Journal of Communication .Monitorial Citizenship, 4(02), 2008, p53

(4)- Papacharissi, Zizi: The Virtual Sphere "The Internet as a Public Sphere". Media and Society, 27(09), 2002, p15

لكن الحقبة الجديدة للصحافة لوحظت جلياً بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 ، وبرزت أكثر مع موجة تسونامي "Tsunami" التي ضربت جنوب آسيا في ديسمبر 2004 ، حيث أصبحت صحافة المواطن ميزة بارزة في المشهد الإعلامي كتوجه ملحوظ للتقارير الشخصية بصيغة ضمير المتكلم، من خلال الفيديوهات المسجلة بواسطة الكاميرات الشخصية والصور الملتقطة بواسطة الهواتف وآلات التصوير التي تم نشرها على الإنترنت عبر المدونات وصفحات الويب الشخصية لمواطنين عاديين شاهدوا الحدث.(1)

ومنهم من يرجع بداية ظاهرة "صحافة المواطن" في الولايات المتحدة الأمريكية مع ظهور المدونات، خاصة مع تزايد دورها وأهميتها بين عامي 2002-2003 مع إطلاق وسائل اتصال جديدة مثل: الفيس بوك واليوتيوب، حيث خلقت مناخاً جديداً للحصول على المعلومة والصور.(2) لكن المرحلة الحاسمة في بروز صحافة المواطن كانت مع تفجيرات لندن 2005 أين مثلت فرصة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة، فمعظم الصور والتسجيلات إنقطها هواة نقلوها فيما بعد إلى الصحف والتلفزيونات عبر موقع فلكر "Flickr" وقد حصلت الـBBC مثلاً على 20000 ألف رسالة إلكترونية، و1000 صورة، و 20 فيلماً تصويرياً.(3)

ومن هنا يظهر أنه كان للأحداث العالمية المؤثرة دور بالغ الأهمية في انتشار ظاهرة صحافة المواطن، حيث سعت جميع وسائل الإعلام بما فيها المحطات العالمية ووكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية إلى معرفة ونقل المشاهد الأولى لحصولها، وهذا ما يُعرف بتفرد المؤسسة الإعلامية بالخبر أو السبق الصحفي، وإن كان منقولاً عن العامة بطريقة تفتقد إلى الكثير من المعايير المهنية لكنها الوحيدة الشاهدة على خبر مهم لا يمكن تجاوزه، ونذكر من أهم تلك الأحداث العالمية التي رافقتها صحافة المواطن:

- الأزمات السياسية في العديد من بلدان أمريكا الجنوبية.

- المظاهرات والإحتجاجات ضد سياسات الحكومات والأنظمة.(4)

(1)- Lewis, Seth & Lasorsa, Kaufhold: Thinking about Citizen Journalism: Perspectives on Participatory News Production at Community Newspapers. Paper presented at The International Symposium on Online Journalism, At Austin, Texas, 18 April 2009

(2)- El Smary, H, & Al Khaja, M: The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati Youth. American International Journal of Contemporary Research, 03(11), 2013, p55

(3)- Taylor, A & Cokley, J: How citizen journalism websites are working in Australia " news and discussion". Refereed Media Journal, 13(02), 2013, p23

(4)- Taylor, A & Cokley, J: Ibid, p24

أولاً-2- مفهوم صحافة المواطن:

يُشير مصطلح صحافة المواطن إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن العادي كفرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته ونشره عبر تقنيات اتصالية متعدّدة. ويُمكن لهذا المضمون أن يكون نصياً أو مسموعاً أو بصرياً، أو يكون متعدّد الوسائط، وفي الغالب ينشر عبر تطبيقات الإنترنت الاتصالية كالمدونات ومواقع بث الفيديو، أو المواقع الإجتماعية ومنتديات المحادثة الالكترونية، كالموسوعات التشاركية. ويُمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الإعلام التقليدية كالقنوات التلفزيونية أو الإذاعية وعبر المواقع الالكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة عامّة. (1)

ويُعرّف أحد الباحثين مفهوم صحافة المواطن بأنها: "نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مدّ الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة، وموثوق بها، ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية". (2)

ويعرّفها آخرون بأنها: "الصحافة التي تستخدم الأدوات التكنولوجية الحديثة مثل: مواقع التواصل الإجتماعي، والمدونات، والتي يقوم على إدارتها المواطنون أو الصحفيون المبتدئون، أو الذين لم يجدوا لهم فرصة عمل في المواقع الأخرى، وهي لا تخضع إلى معايير التراخيص وقوانين النشر". (3)

ويقول (جاي روزن) (Jay Rosen): "إن فكرة صحافة المواطن تتحقّق عندما يستخدم عامّة الناس المعرفين بالجمهور الأدوات الصحفية التي بحوزتهم، ليخبروا أناساً آخرين بأحداث مهمّة، تلك هي صحافة المواطن". (4)

وحسب مارك غايس Mark Glaser: "الفكرة من وراء صحافة المواطن هي إمكانية استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة وشبكة الانترنت العالمية من طرف ممّن لا لم يحصلوا على أيّ تدريب صحفي مهني، وذلك لغرض الخلق والزيادة والتأكد من حقائق الإعلام بمفردهم أو بالتعاون مع آخرين". (5)

(1)- Aubert, A & Nicey, J : Citizen photojournalists and their professionalizing logic. Digital Journalism, 03(04), 2015, p553

(2)- Carpenter, S: How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources. Journalism & Mass Communication Quarterly, 85(03), 2008, p532

(3)- Carpenter, S & Kanver, D: "Journalistic expertise" A communicative approach". Communication and the Public, 02(03), 2017, p101

(4)- Carr, J & Barnidge, M: Cynics and skeptics: Evaluating the credibility of mainstream and citizen journalism. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2014, 91(3), p461

(5)- Goode, L : Social news, citizen journalism and democracy. New Media & Society, 11(08), 2009, p1289

وعليه فصحافة المواطن هي الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحيّة مستخدماً كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية، وهي تحمل معنى إمكانية أي شخص أن يكون صحفياً ينقل رأيه ومشاهداته للعالم أجمع دون حاجة لأن يكون مُجاز في الإعلام، أو أن ينتمي لمؤسسة إعلامية لإيصال صوته للعالم. (1)

ويُعرفها الباحث بأنها "كل ما يقوم به المواطن العادي من مشاركة العامة في الوظائف الصحفية بالنشر وتقديم موضوعات وأخبار بمختلف أنواعها وأشكالها (نص، صورة، مقطع فيديو، مقطع صوتي،...) باستخدام شبكة الإنترنت، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع الدردشة والمدونات دون الإلتزام بالقيم والمعايير المهنية في عملية النقل".

كما نرى أن تباين التعريفات حول صحافة المواطن أوقع الكثير من الباحثين والمهتمين في اختلافات نتيجة لتباين مداخلهم وخلفياتهم العلمية، واختلاف الفترات الزمنية لتطور هذا النوع من الإعلام وعدم تبلور مكوناته الأساسية التي تستند إلى معايير خاصة وعامة تتعلق بدرجة وعي وتقنية المجتمع، وعليه تبقى مظاهر صعوبة التوصل إلى تعريف شامل كامل حال جدل بين الباحثين والمهتمين والصحفيين.

أولاً-3- تسميات صحافة المواطن

لا يزال يُشار إلى "صحافة المواطن" باستعمال مصطلحات متنوعة كمترادفات لها، مثل: الصحافة التشاركية، الصحافة البديلة، الإعلام البديل، صحافة الهواة. (2)

وقد استعملت كليمنسيا رودريغز "Clemencia Rodriguez" مُصطلح "إعلام المواطن" سنة 2001 ، وكان دان جيلمور (Dan Gillmor) صاحب مصطلح "الصحافة الشعبية" والذي طرحه ضمن كتابه "نحن وسائل الإعلام: الصحافة الشعبية من الشعب وإلى الشعب"

"Journalism by the People, for the People We the Media" سنة 2004 ، عندما أكد على أن الأخبار لم تعد محاضرة بل أصبحت محادثة. (3)

(1) - عباس، مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت. مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 03 فيفري 2005 ، ص17

(2) - Reich, Z: Journalism as bipolar interactional expertise. Communication Theory, 22(04), 2012, p41

(3) - الفلاحي ، حسين: التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد" نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة". دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2016 ، ص100

أي لم يعد مُرسلاً فقط يُرسل ما يريد دون أن يعرف مدى رسالته ووقعها على المتلقي. (1)
كما اصطلح عليها هاكيت وكارول Hackett and Carroll سنة 2006 بـ "الإعلام الديمقراطي"، في حين استعمل دومان وويليس (Dowman and Chris Willis) سنة 2003 مصطلح "صحافة التشاركية". (2)

ويُعتبر أندرو ليونارد "Andro Leonard" أوّل من أطلق تعبير صحافة المصدر المفتوح Open source journalism التي تتكوّن مادّتها من قبل القراء، حيث نشر فكرته في مقال له في 1999 على موقعه Salon.com على خلفيّة استخدام الكاتب جون انجل "John Ingle" ردود وتعليقات القراء على مقال عن الإرهاب السيبراني cyber terrorism نشره في موقع سلاش دوت "Slashdot" ثمّ أعاد نشره في مجلّة "Jane s Inteligece Review" مُعتمداً على تعليقات القراء كما قام بمنحهم حقوقاً ماديّة. (3)

وعليه يُمكن القول أنّ صحافة المواطن مصطلح إعلامي واتّصالي في الوقت نفسه، وهو على المستوى التاريخي مصطلح حديث النشأة وغير مستقرّ على المستوى المفاهيمي، فنحن أمام انفجار مصطلحي يصعب حصر تمثّلاته ورواده وتحديد أدبيّاته، لكن أمام هذا التداخل في المصطلحات فإنّنا نلاحظ إجماعاً على تبنّي مرجعيّات مصطلح "صحافة المواطن" وهو المصطلح الأكثر حضوراً في أدبيّات الأطراف النشيطة في هذا المجال، وتوافقاً ضمناً على دلالة هذه المفردة الجديدة في قاموس الإعلام والاتّصال التي يمكن حصرها في اعتمادها على: (4)

- شبكة الإنترنت فضاءً للنشر والتعبير عن الرأى؛
- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطيّة.

(1)- Papacharissi, Z: Toward new journalism(s). Journalism Studies, 16(01), 2015, p28

(2)- الفلاحي ، حسين: مرجع سابق، ص100

(3)- Stuart, Allan: Citizen Journalism and the Rise of Mass Self-Communication "Reporting the London Bombings". Global Media Journal Australian Edition, 01(01), 2007, p8

(4)- Prado, P : Mapping citizen journalism and the promise of digital inclusion "A perspective from the Global South". Global Media and Communication, 13(02), 2017, p88

ويرى الباحث أنه ورغم أنّ هذا النوع من الصحافة خطى خطوات كبيرة واستفادت منه الصحافة التقليدية ولاقى قبول لدى المتلقّي يتجاوز أحياناً سمعة الصحافة المهنية، إلا أنه لا يجب المبالغة كثيراً بإطلاق تسمية "صحافة المواطن" على هذا النوع من الممارسة، لأنّ صحافة المواطن لم ترتقي بعد إلى أن تصبح "صحافة" بمعنى الكلمة، كون الصحافة التقليدية لها أسس علمية وشروط مهنية وقوانين تحكمها وتضبطها، وهذا ما تفنّده صحافة المواطن حتى هذه اللحظة، حيث لا تزال في طور التكوين والتشكّل، ولم تثبت بعد وتستقر كما استقرت الصحافة التقليدية. بالإضافة إلى أنّ الأمر يتعلّق بالتقنية أكبر من الممارسة فصحافة المواطن هي عبارة عن تكنولوجيات تم استخدامها وتدويرها لتصبح وسيلة اتصال، وفي سياقها أستخدمت كنوع من أنواع الممارسة الصحفية.

كما أنّ مصطلح "الصحافة" يُطلق على الممارسة التقليدية المهنية والمضبوطة، وهو في الغالب يتّصل بالصحافة الورقية (أي الجرائد والمجلات)، وعليه يمكن إطلاق مصطلح "أخبار المواطن" أو "فضاء المواطن" أو "مساهمة المواطن" بدلاً من صحافة المواطن، واعتبار عملية الإخبار التي يقدمها المواطن عند نقل حدث معيّن عبر الفضاء السبراني مصدراً جديداً من مصادر الصحافة التقليدية التي تقوم بدورها اتّجاه المواطنين بتفسير الحدث واتّباع الطّرق المهنية في إخراجه بشكل من أشكال مواد التحرير الإخباري، لأنّ "مساهمة المواطن" تقف غالباً عند نقل الحدث فقط أمّا الصحافة التقليدية فتقدّم ما بعد الحدث وتفسّره وتنقله للمجتمع بصورة متكاملة، فالاتّجاه الحديث السائد في الصحافة التقليدية ليس فقط تقديم السّبق الصحفي، وإنما أيضاً التفسير للأخبار والتحليل وهو الأمر الغائب غالباً في "صحافة المواطن".

ثانياً - خصائص وسمات صحافة المواطن:

ثانياً-1 - خصائص صحافة المواطن

من الخصائص الرئيسية لصحافة المواطن ما يلي: (1)

- كل مواطن هو باحث عن المعلومة وكل شخص بإمكانه أن يتحوّل إلى مصدر للأخبار والمعلومات: مثل: المدوّتون، متصفّحو الإنترنت، المواطنون، الصحفيون، والجمعيات الأهلية.
- التحوّل من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير: حيث تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى المجموعة، وتقوم صحافة المواطن بقلب المعادلة، والإعتماد على نشر المعلومة من الكلّ إلى الكلّ، وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين؛

Professional journalism on citizen " - Örnebring, H: Anything you can do, I can do better (1) . International Communication Gazette, 75(01), 2013, p37"journalism in six European countries

- سياسة تحرير مختلفة: تعتمد صحافة المواطن على سياسة تحرير خاصة، فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة ولها صلة بالأحداث الموضوعية، وأن تتميز بأقصى قدر من السبق؛
- المشاركة الشخصية: تعتبر الديمقراطية المتحركة عملاً فردياً تطوعياً غير خاضع لتوجهات منظمات معينة، بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافاً للوسائل الإتصالية التقليدية؛
- أنهت صحافة المواطن احتكار الصحافة التقليدية للأخبار والسبق الصحفي: وأصبح المواطن العادي يسبق الصحفي التقليدي في نقل الأحداث؛
- تتميز صحافة المواطن من خلال أدبياتها بنقد وسائل الإعلام التقليدية: وتأكيد مقدرتها على القيام بالوظائف والأدوار ذاتها بشكل مختلف على مستوى المنهج والخلفية، فصحافة المواطن لا تسعى للربح وذلك انطلاقاً من رفضها للخلفية المؤسسية ورهانات اقتصاد السوق؛
- ميدان الصحافة والإعلام لم يعد حكراً على الصحافة التقليدية: بل دخلت إليه صحافة المواطن، مما سيصنع تنوعاً كبيراً في الموضوعات والأخبار، خاصة أن صحافة المواطن لديها الجرأة بتناول الأحداث من وجهة نظر المواطن وليس من وجهة نظر السلطة أو الحكام؛
- صحافة المواطن وفرت فرص كبيرة للتحرر من الإعلام الداخلي أو الموجه: وكذلك ملاحقة المعلومات في أي وقت وبكل سهولة ويسر؛
- توفر صحافة المواطن بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء ووجهات النظر المتنوعة: خاصة من جانب الشباب تجاه مختلف القضايا العامة والحساسة؛
- صحافة المواطن تؤدي دوراً رقابياً حاسماً: في الدول التي تنعدم فيها حرية الصحافة. (1)

ثانياً-2- سمات صحافة المواطن

- تتشابه الوسيلة الجديدة مع وسائل الإعلام التقليدية من حيث الوظيفة، حيث تتطوي على توصيل الأخبار والشؤون الجارية ولكن لها اختلافات فريدة عن وسائل الإعلام التقليدية، ومن الملامح الرئيسية للأخبار في عصر صحافة المواطن مايلي: (2)
- الفورية: وتشكل عاملاً كبيراً في صحافة المواطن، حيث القدرة على تحديث الأخبار دقيقة بدقيقة، وهذا يجعل الإنترنت وسيلة مثالية لنشر الأخبار والأحداث، كما يمكن أن تنشر بلغات مختلفة والتعديل عليها بشكل سريع لعدة مستويات مختلفة من الجمهور من حيث التعلم والفهم؛

(1)- Netzley, S & Hemmer, M : Citizen journalism just as credible as stories by pros, students say. Newspaper Research Journal, 33(03), 2012, p50

(2)- Linder, A & Meyer, E: Professional journalists in "citizen" journalism. Information, Communication, & Society, 18, 2015, p555

- **عولمة وسائل الإعلام:** وتظهر عولمة وسائل الإعلام أكثر في صناعة الأخبار، حيث كانت تنقل الأخبار ببطء ولعدد محدود من الجمهور وفي منطقة جغرافية محدودة، حيث غيرت صحافة المواطن الوصول للأخبار فأصبحت المعلومات تصل للمتلقين بسرعة وفي مختلف أنحاء العالم في نفس الوقت، وقد استفادت صناعتنا الصحف والتلفزيون والراديو من عولمة الأخبار والمعلومات؛

- **الوسائط المتعددة:** وتشير إلى التكامل بين أشكال وسائل الإعلام المتعددة بما في ذلك النصوص والموسيقى والكلمات المنطوقة والفيديو والرسوم التوضيحية، والصور الثابتة لتوصيل الرسائل؛

- **التفاعلية:** وتعدّ التفاعلية الأكثر شيوعاً وتمييزاً لصحافة المواطن، حيث توجد درجة عالية من التفاعل بين المرسل والمستقبل لدرجة تقارب الإتصال المباشر، حيث يتبادل القائم بالإتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الإتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين؛(1)

- **الملفات الصوتية وملفات الفيديو:** تتيح التقنيات الجديدة تضمين مقاطع صوتية كمعينات للمواد النصية، ويمكن الاستماع إليها بالنقر على أيقونة تحميل أو تشغيل مقاطع الصوت؛

- **المحتوى الديناميكي:** محتوى الأخبار أصبح أكثر سهولة وديناميكية في بيئة الإعلام الجديد، حيث يمكن للجمهور الحصول على الأخبار عند الطلب وفي الوقت الفعلي، ولم يعد الجمهور بحاجة لأن ينتظر أخبار المساء أو لصحيفة اليوم التالي لمعرفة التطورات؛

- **ترشيح المحتوى (الفلتر):** صُممت شبكة الإنترنت لتسهيل الوصول إلى المعلومات، حيث نستطيع الحصول على كميات لا تصدق من البيانات في أيّ وقت وفي أيّ مكان، لكن الوصول إلى كلّ هذه المعلومات قد ينطوي على مشاكل، خاصة عندما يتعلّق الأمر بمواد بذيئة أو منافية للأخلاق، وهنا تأتي أهمية أدوات ترشيح المحتوى (الفلتر) والتي قد تكون برامج أو أجهزة معينة تمنع محتوى كلمات أو صور معينة؛

- **النصوص التفاعلية:** النصّ التفاعلي عبارة عن كلمات وعبارات وكائنات رسومية تبرز بشكل ما لكي تتيح للمُبحر أن يعرف أنه يمكنه الحصول على مزيد من المعلومات حول كلمة أو عبارة معينة، وهذه المادة الإضافية لا تظهر حتّى يسأل القارئ عنها، والأسلوب المعتاد هو النقر بالفأرة على الكلمة البارزة، وتساعد الروابط التي تتضمنها القصص الخبرية عبر الإنترنت بالجمهور في معرفة المزيد عن تاريخ الموضوع والقضايا ذات الصلة؛

(1)-Holt, K & Karlsson, M:Random acts of journalism? " How citizen journalists tell the news in Sweden". New Media & Society, 17(11), 2015, p1799

- **التخصيص:** الأخبار في البيئة الرقمية الإلكترونية يمكن تخصيصها أو شخصتها بطريقة لم تكن ممكنة في وسائل الإعلام التقليدية، فالعديد من مستهلكي أخبار الإنترنت يحصلون على الأخبار التي يفضلونها كأخبار الرياضة، أو أخبار منطقة بعينها في العالم؛
- **مجموعات الأخبار والقوائم البريدية:** تُعرف أيضاً بمجموعات النقاش، وهي رسائل تنشر علنياً وتكون متاحة لأي شخص يقرأها ويجب عليها أيضاً، حيث تزود القوائم البريدية القراء بطيف واسع من المناقشات المفصلة، وتتميز بأنها متخصصة في مجالات بعينها كالتعليم والبيئة والسياسة ويتم الاشتراك فيها بسهولة عن طريق البريد الإلكتروني؛
- **الأخبار المؤرشفة:** وتعدّ أهم مزايا الأخبار عبر الإنترنت، حيث يسهّل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الإتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة ذاتها؛(1)
- **قواعد البيانات التجارية:** وهي أحد أهم فوائد عصر الكمبيوتر والإنترنت، من خلال إنشاء قواعد بيانات قابلة للبحث من قبل الشركات والمؤسسات الاقتصادية؛
- **صيغ مرنة للتوصيل:** تتيح التقنية الرقمية لوسائل الإعلام الإخبارية تحرير وتنسيق المعلومات من مصدر واحد للمحتوى لتستخدم لوسائل إعلام متعددة مثال: مقطع فيديو رقمي لحدث ما يمكن أن يُتاح للجمهور في نفس الوقت عبر شاشات التلفزيون، ومن خلال مواقع الأخبار عبر الإنترنت بواسطة بث الفيديو عبر الإنترنت، ومن خلال الصّحف الإلكترونية؛
- **السّعة اللّامحدودة:** تتميز صحافة المواطن بإمكانيات غير محدودة من المساحة والوقت مقارنةً بوسائل الإعلام التقليدية التي تقيد الصّحفي بمساحة الأعمدة الصّحفية أو الصّفحات أو بدقائق البثّ على الهواء؛
- **الوصول:** يستطيع كلّ فرد أن يتّصل بالإنترنت، حيث قضت شبكة الإنترنت على الأعباء الماليّة للطباعة والتّوزيع، فأصبح الكثير من النّاشرين قادرين على الدّخول في مجال صناعة الأخبار دون وضع مسألة الطباعة في الاعتبار؛
- **البحث عن طريق الإنترنت:** إستطاع الصّحفي من خلال الإنترنت البحث عن التقارير التي تفيده على نطاق واسع في عمله، خلافاً لما كان يقوم به بالطريقة التقليدية وهذا بالبحث عن القصة من خلال قراءة قصاصات وأعداد صحف من أرشيف الصّحيفة؛

(1)- Fico, F & Zube, P : Citizen journalism sites as information substitutes and complements for United States newspaper coverage of local governments. Digital Journalism, 01(01), 2013, p153

- الوصول العالمي: لا يمكن لأي وسيلة شعبية أن تضاهي الإنترنت في وصولها عالمياً، فالوصول العالمي هو القوة الأكثر تمييزاً للإنترنت، حيث تقوم المواقع الإخبارية بنشر أخبار العالم على صفحاتها عبر موقعها الإلكتروني.(1)

وعليه فالمحتوى الإخباري في عصر صحافة المواطن يتمتع بالعديد من السمات، ومن هذه السمات نذكر مايلي:(2)

- زيادة المحتوى البصري: يرصد جون بافليك "John V. Pavlik" في كتابه " الصحافة والإعلام الجديد "مجموعة من التغيرات التي طرأت على محتوى وسائل الإعلام التقليدية نتيجة التقنيات الرقمية، وهي:

- زيادة المحتوى البصري؛
- قابلية المحتوى للتصفح وتحكم المستخدم؛
- أصبح المحتوى طبقياً و ذو مستويات متعددة، حيث يشتمل على سبيل المثال: الصور المتحركة، الصوت، الأجسام ثلاثية الأبعاد، الفيديو، النص، الرسوم؛
- قابلية المحتوى للتخصيص: وإمكانية أن يُرسل وفقاً للعديد من العوامل المتنوعة التي تتضمن تفضيلات المستخدم والأذواق والموقع؛
- أكثر تشاركية: الإنترنت جعل من الأخبار: تشاركية، إجتماعية، متنوعة؛
- أكثر تفاعلية: تمتلك أخبار الإنترنت بعض المزايا مثل: إمكانية البحث في محتوياتها والتحديث المستمر وربطها بمواقع خارجها، كما أنّ أخبار الشبكة تفاعلية عبر تغذية راجعة فورية عن طريق البريد أو إجراء مقابلات عبر الإنترنت؛
- أكثر مصداقية: الجمهور يهتم بما يثق فيه، وحينما لا يثق الجمهور بوسائل الإعلام يبحث عن بدائل، ومن أهم البدائل المهمة لوسائل الإعلام التقليدية هي المصادر الإخبارية عبر الإنترنت. وعليه عندما يشك الجمهور في وسائل الإعلام التقليدية فإنه من المتوقع أن يقلل من استخدامه لها ويزيد من استخدامه لوسائل الإعلام غير التقليدية، لذلك فإنّ التعرض لأخبار الإنترنت في وجباتهم الإعلامية مرتبط بشكهم في نظائرها التقليدية؛

(1)- Fengler, S: Hold the news media accountable "A study of media reporters and Media critics in the United States". Journalism & Mass Communication Quarterly, 80(04), 2013, p 821

(2)- Farinosi, M & Treré, E: Challenging mainstream media, documenting real life and sharing with the community: An analysis of the motivations for producing citizen journalism in a post-disaster city. Global Media and Communication, 10(01), 2014, p79

- **التنوع:** يؤكد جون بافلنك "John V. Pavlik" على أن الإعلام الجديد قام بتغيير طبيعة رواية القصة والمحتوى الإعلامي عموماً إلى الطريق الإيجابية والجذابة خاصة لدى الشباب مثل التدوين الصوتي "Podcast"، كما تتنوع طرق ومصادر المعلومات في عصر الإعلام الجديد، حيث يمكن لكل شخص أن يكون ناشر أو صحفي.

ثالثاً - صحافة المواطن الأنواع والأنماط

ثالثاً - 1- أنواع صحافة المواطن:

يُعتبر جوزيف دانيال لاسيكا "J.D.Lasica" الناشط والمراقب للفضاء الإلكتروني من الأوائل الذين وضعوا تصوراً مفاهيمياً لإعلام المواطن أو التشاركي، وذلك من خلال مقال Online Journalism Review نشره على موقعه سنة 2003 م، حيث يُصنّف الباحث مواقع إعلام المواطن في ستة فئات رئيسية هي: (1)

- **مواقع المؤسسات الإعلامية التقليدية:** التي تضم عناصر تشاركية، مثل: مدونات الصحفيين والتي تمنح القراء فضاءً تعبيرياً للتعليق على مضامينها؛
- **مواقع إخبارية مستقلة:** يمكن أن تضم تحقيقات ذات نوعية جيدة مقرونة بعمليات بحث ولقاءات أو افتتاحيات خفيفة؛
- **المواقع الإخبارية التشاركية بالكامل:** حيث يقوم مواطنون بتزويدها بنسبة كبيرة من المضامين مثل Ohmynews، Indymedia... وغيرهما؛
- **المواقع التساهمية والتعاونية:** التي تدمج بين واجهات المدونات ومنتديات الحوار، وتشتمل على آليات وظيفية لتسهيل التصنيف والتنظيم الآلي للمضامين؛
- **وسائل إعلام أخرى خفيفة:** خاصة بقوائم البريد الإلكتروني، والنشرات الإلكترونية؛
- **مواقع البث والتوزيع الشخصي Personal Broadcasting:** سواء تمثل الأمر في مضامين فيديو، أو صوت... أو غيرها.

(1)- Chung, D& Carpenter, S: "Journalistic role conceptions and sourcing Practices" A study of U.S. citizen journalists". Journal of Social Science, 29(01), 2013, p66

- وفي سياق مرتبط أشار الباحث برنارد باسكويري "Bertrand Pecquerie" إلى وجود أربع فئات من الإعلاميين المواطنين أو التشاركيين، الذين يتقاسمون القليل من الروابط فيما بينهم، وهم: (1)
- الإعلاميون الذين يقومون بإرسال تحقيقاتهم المصورة أو الفيديو إلى وسائل الإعلام التقليدية (المشاركة في الوسائط الإعلامية التقليدية)؛
 - الفئة التي تقوم بإنتاج مضامين موجهة بصفة خاصة إلى مجموعات محلية أو افتراضية، وهو ما يظهر أنه يتناسب مع المواقع الإخبارية المستقلة التي أشار إليها Lasica؛
 - الإعلاميون الذين يناضلون من أجل قضية ما والتي غالباً ما تكون سياسية؛
 - فئة المدونين التي تريد الدخول في حوارات مع إعلاميين محترفين وغير محترفين.
- ويرى آخرون أنه يمكن تقسيم الصحفي المواطن إلى ثلاثة أنواع: (2)
- المواطنون العاديون: الذين يمارسون العمل الصحفي بدون خبرة ولا دراية، ولا يعتمدون على أية معيار من معايير الصحافة؛
 - النشطاء الصحفيون: لديهم خبرة بسيطة حول المعايير المهنية ولكن ليس الدراية التامة، ويلتزمون إلى حد ما بالمعايير المهنية والأخلاقية؛
 - النخب من نشطاء صحافة المواطن: وهم يشبهون الصحفيين العاديين الذين لهم مرجعية ويعملون في مؤسسات صحفية، ويمكن الاعتماد عليهم لأنهم يطبقون المعايير المهنية الصحفية.

(1) - Campbell, V: The importance of citizenship " Theoretical issues in studying citizen journalism in international context". Comparitive perspective. Palgrave Macmillan, 2017, p193

(2)- Berger, G: Empowering the youth as citizen journalists "A South American experience". Journalism, 12(06), 2011, p710

ثالثاً - 2- أنماط وأشكال صحافة المواطن:

من أنماط صحافة المواطن الأكثر تداولاً، نذكر: (1)

- وسائل الإعلام الاجتماعية (Social Media): وتسمى أيضاً الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة ومن أشهرها: Facebook ، Twitter ، MySpace؛

- مواقع بث الفيديو: وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة podcasting أو مرئية أو كليهما معاً، ويمكن تحميلها ومشاهدتها مثل: YouTube ، MayVidio؛

- المدونات الإلكترونية: هي مواقع إلكترونية يمتلكها أفراد غالباً ومؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة يقترب معظمها للأسلوب الصحفي، ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيبى ويمكن للقراء التعليق عليها؛

- المواقع الإخبارية التساهمية: وهي مواقع شبيهة بالصحف الإخبارية ولكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة، ومن أشهرها موقع ohmynews الكوري؛

- مواقع التحرير الجماعي: وهي مواقع تعتمد على برمجيات (wiki) التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي يتيح إمكانية التعديل والتفحيح، وشهرها موسوعة ويكيبيديا (Wikipedia).

وهناك من ينمط صحافة المواطن إلى الأشكال التالية: (2)

أ- المدونات "Blog": من الناحية اللغوية هي اشتقاق من لفظتي Web log أو مذكرة الويب، وهي صفحات ويب ينشرها أفراد للتعبير عن آرائهم في شتى المجالات، غير أن استعمالها الآن لم يعد مقتصرًا على الأفراد فقط، بل تعداه للمؤسسات والهيئات المختلفة التي أضحت بدورها تستخدم المدونات كملحقات لمواقعها على الشبكة نظراً لسهولة استخدامها مقارنةً بمواقع الويب، فقد أصبح من المؤلف اليوم أن نجد في مواقع المؤسسات المختلفة قسماً مخصصاً لمدونة الموقع التي تنشر أخبارها، بينما توضع العروض والخدمات المختلفة في أقسام أخرى؛

وقد انتشرت المدونات بكثرة سنة 2003 كأحد التدايعات الإعلامية لحرب العراق، حيث اشتهرت خلال تلك الحرب مدونة "Salam Pax" والتي يكتبها شخص عراقي من بغداد، وكان يتحدث فيها عن يوميات الحرب في بغداد لدرجة أن صحيفة الغارديان البريطانية "The Guardia" أعادت نشر مواضيعها بكاملها نقلاً عنه،

(1)- Mortensen, T& Keshelashvili, A: Dear citizen photojournalists: Who are you? Studying the motivations and values of citizen photojournalists. Photographies, 2015, 08(02), p155

(2)- Kin, Y & Lowrey: Who are citizen journalists in the social media environment?. Digital Journalism, 03(02), 2015, p303

وقد أصبح فيما بعد معلقاً منتظماً بالصحيفة.(1)

وتشترك المدونات في الخصائص التالية:(2)

- صفحات إلكترونية تحتوي معلومات تُعرض بأسلوب المحادثة، حيث تُرتب المواضيع تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم؛

- وصلات إلكترونية نحو مواقع و أخبار أخرى على الويب، تكون مصحوبة عادة بتحليل للمدونين.

- معظم المدونات تُوفّر رابطاً يُمكن الزوار من التعليق على محتوى المدونة؛

- يُمكن إنشاء المدونات مجاناً عبر منصات التدوين وأشهرها: Wordpress.com ، Tumblr.com ، Blogger.com

- كما يُمكن للمستخدم ترقية مدونته عن طريق الحصول على مساحة استضافة واسم نطاق مدفوعي الأجر، ممّا يوفّر للمدون إمكانات أكبر على صعيد التحكم في تصميم قالب المدونة وكذا الكثير من الإضافات الإحتوائية الأخرى، زيادة على الحصول على ثقة أكبر من المستخدم الذي لا يتعامل بالتأكيد مع محتويات المدونات المجانية كما يتعامل مع مثيلاتها المدفوعة الأجر.(3)

ب- الشبكات الإجتماعية "Social Networks": هي عبارة عن مواقع ويب تمثّل بُنيته الأساسية شبكات من المستخدمين الذين يرتبطون فيما بينهم وفق أنظمة معينة، يُمكن أن تكون: شبكات محلية، إقليمية أو دولية، كما يمكن أن تتشكّل المجموعات وفق اعتبارات أخرى كالأهتمامات والهويات المشتركة أو وفق تقسيم قطاعي وظيفي كما هو الحال مع شبكة LinkedIn مثلاً.

من هذا المنطلق يمكن القول أنّ الشبكات الاجتماعية تتشابه في الكثير من النقاط، فيما تختلف في طبيعة نشاط كلّ منها وكذا في بعض الجزئيات التي تتميز بها كلّ شبكة اجتماعية عن مثيلاتها لتشكل نقطة قوتها التي تمكّنها من المنافسة، فكلّ الشبكات الاجتماعية تمكّن المستخدم من إنشاء حساب وتعديل بياناته متى أراد ذلك، وكذا نشر المحتوى عبر حسابه وتبادل ذلك المحتوى مع بقية المستخدمين.

وتتميّز الشبكات الاجتماعية بخصوصية تميّزها عن الأشكال الأخرى وهي أنّ نجاح الشبكة

الاجتماعية لا يرتبط بالضرورة بمدى جودة الخدمات التي تقدّمها بقدر ما يرتبط بعدد مُستخدميها، فنجاح الشبكة إذاً يرتبط بعلاقة طردية مع عدد المشتركين بغضّ النظر عن نوعية الخدمات.

المثال الأبرز هنا هو مثال المنافسة بين MySpace و Facebook التي انتهت لصالح الأخير بعدما

كان الأوّل هو المسيطر على الساحة، فموقع Facebook تخطى MySpace رغم أنّ الأخير كان يقدم

خدمات بدت جذابة للوهلة الأولى، كالموسيقى والمواد الترفيهية عموماً، فيما بدأ Facebook بسيطاً للغاية

(1)- Thorsen, E & Allan, S: Citizen journalism " Global perspectives". Peter Lang, New York, USA, 2014, p43

(2)- Goode, L: Social news, citizen journalism and democracy. New Media & Society, 11(08), 2009, p1289

(3)- شريطي، مراد فوزي: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 ، ص128

حينها ويفتقد للكثير من الجماليات.

إنّ الشبكات الاجتماعية أنت نموذج "اقتصادي- إعلامي" جديد غير مسبوق، من خلال النقاط التالية: (1)

- ليس المعقد هو الأفضل بالضرورة، فالتوجه الحالي هو البساطة في كل شيء؛
- نجاح الأعمال على الويب يعتمد على درجة انتشارها والتفاعلات التي يتبادلها مستخدموها، ومن هنا فانتشار الخدمة بمجرد إطلاقها للجمهور هو العامل الحاسم في نجاح المشروع أو فشله، لأنّ الأعمال الآن تنتشر بطريقة شبكية أكثر من أيّ وقت مضى؛
- المستخدم هو صانع المحتوى ومتلقّيه في نفس الوقت؛
- إنّ "إنفاق مبالغ طائلة على الإشهار" سيصبح شيئاً فشيئاً ممارسة تدعو للكثير من الدراسة والتأمل، ففريق صغير أو حتى شخص واحد كفيل بإدارة حملة ترويجية اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية ناجحة.

ج- التدوين المصغر "Microblogging": هو خدمة تقدّمها بعض المواقع والشبكات الاجتماعية، بحيث يُمكن من خلالها للمستخدم أن يُنشئ حساباً على الموقع ينشر عبره المحتويات التي يريدّها ويتفاعل مع بقية المستخدمين.

ومواقع التدوين المصغر تهدف لجعل مستخدميها يضعون أكبر قدر من المحتويات عبر تحديد ما يمكنهم وضعه على الشبكة، فهي تعتمد إجراءات مضبوطة في كمية وحجم وعدد ما يُمكن وضعه على الموقع، وحتّى في ذلك التشجيع على المزيد من الإبداع لاختيار الأفضل فقط، ومن أشهر مواقع التدوين المصغر حالياً هو موقع Twitter (2).

د- الويكي "Wiki": هو أحد الخدمات التي ظهرت نتيجة تطوّر تفاعل المستخدمين، وهو موقع مصمّم بطريقة تمكّن المستخدمين النهائيين من إضافة مواد أو تغيير المواد الموجودة أو حتى حذفها، فيمكن للمستخدمين العمل على محتوى معيّن بطريقة تشاركية وتحيين محتويات الويكي الذي يستخدمونه. كما يمكن أن يكون هناك مشرف على الويكي ليضمن استمرار تواجد الموقع، بالإضافة إلى بعض الصلاحيات الأخرى التي تهدف للحفاظ على الموقع بصورة عامّة، ومن أشهر مواقع الويكي هو موقع Wikipedia المملوك لشركة بنفس الاسم. (3)

(1)- Kazienko, P & Kajdanowicz, T: Multidimensional social network and its application to the social recommender system. IEEE Trans, 41(04), 2011, p745

(2)- Owen, R & Humphrey, P: The Structure of Online Marketing Communication Channels. Journal of Management and Marketing Research, 02(02), 2010, p249

(3)- نوبي، حسن ثورة المعلومات والعلاقات الاجتماعية. الجمعية السعودية لعلم العمران، الرياض 2015، ص 17

هـ - مواقع مشاركة المحتوى "Content Sharing Websites": هي مواقع توفر لمستخدميها إمكانية رفع المحتوى على خوادم المواقع نفسها ومشاركة تلك المحتويات مع المستخدمين الآخرين أيضاً. كان نوع تلك المحتويات، ومن هنا فإنّ مواقع مشاركة المحتوى تختلف فيما بينها من حيث تخصص كل موقع في مجال معيّن، فموقع الـ YouTube مثلاً يختصّ بمشاركة الفيديو، تماماً كمواقع: Vimeo ، Ikkbis ، DailyMotion . أمّا موقع فليكر "Flickr" مثلاً فيختصّ بمشاركة الصور، بينما يتخصص موقع Scribd بمشاركة الملفات المكتوبة، في حين يختصّ موقع SlideShare بعروض الشرائح كعروض PowerPoint (1).

وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ مواقع مشاركة المحتوى انتشرت بشكل كبير بحيث أصبحت الآن تتخصص في الجزئيات شيئاً فشيئاً، كما أن الكثير منها بدأت في تقديم أدوات وتطبيقات تعمل على الويب عبر الموقع نفسه لتساعد المستخدمين على صناعة المحتويات الخاصة بهم. من ناحية أخرى فإنّ انتشار الهواتف المحمولة الذكيّة "Smartphones" أدّى إلى تطوير أداء مواقع مشاركة المحتوى من جهة، وإلى ظهور تطبيقات تؤدي وظائف مشابهة لوظائف مواقع مشاركة المحتوى من جهة أخرى، كتطبيق Instagram والذي هو تطبيق لإضافة المؤثرات على الصور، ويعتبر من أكبر التطبيقات تحميلاً، وهو مجرد مثال فقط على ما يبدو أنه سيكون تغييراً في عادات استخدام الشبكات الاجتماعية تماشياً مع الملامح العامّة للمرحلة المقبلة التي ستكون بحسب الكثير من الخبراء "محمولة" بامتياز عبر الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية.

و - مواقع المفضّلات "Bookmarking Websites": هي مواقع ويب توفر خدمة تفضيل الروابط تماماً كما يفعل زرّ تفضيل الروابط الموجود بكلّ متصفّحات الويب (2). وتمكّن مواقع المفضّلات المستخدم من إنشاء حساب خاص به ليتمكّن من تفضيل روابطه المهمّة على الويب، وهو الأمر الذي يمكنه من الوصول إلى تلك الروابط "المفضّلة" انطلاقاً من أيّ جهاز كمبيوتر أو هاتف نقال موصول بالشبكة أينما كان، وبالتالي فهو لن يحتاج جهازه الخاص لأنّ مفضّلاته محفوظة على موقع المفضّلات الذي اشترك فيها.

كما يُمكن للمستخدم أن يشارك بقيّة المستخدمين روابطه المفضّلة أو يجعلها خاصّة به فقط "سريّة"، فمشاركة المفضّلات تمكّن المستخدمين من الوصول إلى أفضل القصص الموجودة على الويب، حيث أنّ القصص تُرتّب بحسب عدد التفضيلات التي حصلت عليها، وهو ما يلعب دوراً في ضبط الأجنحة الإعلامية بطريقة أكثر ديمقراطية ممّا يعطي الفرصة للقصص التي يعتم عليها الإعلام عادةً لتبوء المكانة الإعلامية

(1)- Graham, M & Zook, M: Augmented Realities and UnevenGeographies: Exploring the Geolinguistic Contours of the Web. Environment and Planning A, 45(01), 2013, p79

(2)- Zeller, F& O'Kane, J: A Subjective User-Typology Of Online News Consumption. Digital Journalism, 02(02), 2014, p216

التي تستحقها. (1)

ي- البودكاست "Podcast": هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تُدرج فيه دون الحاجة لزيارته في كل مرة و تحميل المحتوى يدوياً. فالمستخدم الذي يملك تطبيقاً على جهازه كتطبيق Apple iTunes مثلاً، يمكنه الاشتراك في خدمة الـ Podcast لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم الـ iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكياً. (2)

وقد أضحت تكنولوجيا الـ Podcast اليوم شكلاً مهماً من أشكال العمل الإعلامي البديل و حتى الرسمي، فالكثير من الأفراد اليوم يتوجهون للبودكاست لإيصال أفكارهم عن طريق الصوت أو الصوت والصورة معاً، و ذلك نظراً لانخفاض تكلفة الحصول على الكاميرات و المعدات الموجهة للاستخدام في العمل السمعي البصري من جهة، وتحسن جودة الاتصال بالانترنت من جهة أخرى مع انتشار الانترنت ذات التدفق السريع غالباً، وتوسع استخدام شبكات الجيل الرابع والخامس، و شبكات الـ WiFi، و الـ WiMAX. (3)

المؤسسات الإعلامية أيضاً توجهت للاستثمار في البودكاست في إطار سعيها لخدمة جمهورها وكسب رضاه، خاصة وأنّ هذا الأخير ونظراً لتعدد نظام الحياة وانشغاله الدائم، أصبح لا يجد في الغالب الوقت لمتابعة برامج المفضلة والمداومة عليها في وقت محدد. كما أنّ انتشار الهواتف الذكية و قبلها أجهزة الـ iPods ساهم في دعم التوجه الجديد نحو البودكاست كأحد أشكال تلقي المحتوى المسموع أو السمعي البصري. (4)

(1)- Sandra, Jean: Using web 2.0 to locate expertise.Proceedings of the conference of the center for advanced studies on Collaborative research, Universiti Kuala Lumpur, Malaysia, 3-4 October 2017

(2)- Razmerita, L & Kirchner, K: "Personal knowledge management" The role of Web 2.0 tools for managing knowledge at individual and organisational levels". Emerald Group Publishing Limited, 33, 2008, p1023

(3)- Larson, S: "Serial" podcasts and humanizing the news". The New Yorker, 20 February 2015. Retrieved From : <http://www.newyorker.com/culture/sarah-larson/serial-podcasts-humanizing-news>. Accessed:11 August 2020.

(4)- Razmerita, L & Kirchner, K: Ibid, p1023

كما قسم أحد الباحثين صحافة المواطن إلى الأنماط التالية: (1)

- **مواقع أدلة الأنترنت** Index and Category Sites: هنا يقدم نوع من الصحافة في مواقع التصنيف والأدلة التي تتمثل أساساً في محرّكات البحث مثل google و yahoo وجهات متخصصة في الأخبار مثل Newsindex أو حتى مواقع لأفراد مثل Paperboy أو جهات للتسويق مثل Moreover. وهذه المواقع تصنع مادتها الإخبارية من الخدمات التي تقدّمها للمستخدمين وتوفّر وصلات إلى مواقع الأخبار الرئيسية المختلفة، هذه الوصلات تخضع للتنظيم الدقيق والتصنيف الذي يتمّ بواسطة فريق من الصحافيين المتخصصين؛

- **صحافة المواقع الشخصية** Personal websites: تقع صحافة المواقع الشخصية أو الصحافة الفردية أو صحافة Blog ضمن هذا التصنيف، وأقوى التجارب في هذا المجال موقع "Drudge Report" الذي بادر فيه محرّره Matt Drudge بنشر ما سمّي وقتها فضيحة كلينتون مونيكا "scandal Lewinsky" كأول جهة يُنشر فيها الخبر؛

- **صحافة مواقع التعليق** Meta and comment sites: وقد نشأ أساساً في المواقع التي تناقش ما يرد في أجهزة الإعلام الأخرى أيّاً كانت، وتعمل كرقيب على وسائط الإعلام Media Watchdog مثل موقع Media Channel و Freedom Forum؛

هذه المواقع تستفيد من مزايا الإنترنت كوسيط اتصالي مفتوح مما يمكن الجمهور من مناقشة القضايا المختلفة مع آخرين متشاركين في الرأي أو متعارضين، وهي تسمح للقراء بتحميل نصوصهم، يقول كاواموتو "Kawamoto, K": "إنّ هذا النوع من الحوار يمكن أن يكون غنياً بالمعلومات المفيدة، فيما عمل منظّمو النقاش أو الموقع من المشار كين في صياغة أفكارهم ومراجعة منظورهم الخاص للأمور وبهذا يكون منتدى لتطوير أفكارهم بما يُمكنهم من الاستماع إلى ما يقوله الآخرون، ويردّون على وجهات النظر المختلفة"؛ (2)

- **صحافة مواقع الحوار والمشاركة** Share and Discussion Sites: وهي توفر مجالاً رحباً لتبادل الأفكار، وتركز في أغلب الأحيان على بلد أو جالية أو موضوع معيّن مثل الأنشطة ضدّ العولمة أو أخبار الكومبيوتر. ولا تعتمد مواقع النقاش والمشاركة على جهاز تحريري، ولا توفر مادة صحافية خاصّة ولكنها موثّل لساحات الحوار ومكان لتمازج خدمات الأخبار والربط بمواقع إخبارية أخرى، وعادة يكون هذا النوع متخصصاً في بلد ما أو في موضوع معيّن له جمهور خاص.

(1)-Deuze, M: "The web and its journalism" considering the consequences of different types of newsmedia online". New Media & Society, 05(02), 2013, p213

(2)- Kawamoto, K: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism. Littlefield Publishers Inc, Oxford, England, 2015, p35

رابعاً- أشهر منصّات التّواصل الإجتماعي:

رابعاً-1- موقع يوتيوب (YouTube)

انطلق موقع مشاركة الفيديو الأوّل على الصعيد العالمي في 15 فيفري سنة 2005 على يد ثلاثة من موظّفي PayPal السّابقين وهم: Chad HURLEY، Steve CHEN، وجواد كريم.(1)

لكن الموقع لم ينطلق فعلياً إلاّ بعد أن تلقّى تمويلًا من Sequoia Capital في نوفمبر 2005 فكانت انطلاقة الفعلية في ديسمبر 2005 حيث أصبح Chad HURLEY المسؤل التّفيذي الأوّل للشركة بينما أصبح Steve CHEN رئيس قسم التّكنولوجيا في شركة يوتيوب.

يتيح يوتيوب محتوياته للجميع كما بإمكان أيّ كان إضافة مقاطع فيديو للموقع بعد التّسجيل به، كما يمكن مستخدميه المسجّلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتها للمفضّلة ضمن صفحاتهم الشخصية أو إرسالها للأصدقاء، كما بالإمكان أيضاً إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أو المنتديات، ويتيح عرضها على أشهر الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك، ماي سبيس، تويتر وغيرها.(2)

يعتمد اليوتيوب في قراءة ملفات الفيديو على تقنية (Adobe Flash) كما أتاح إمكانية إضافة ومشاهدة مقاطع فيديو عالية الجودة ضمن مشغّل ذو شاشة عريضة (Wide screen) لتوفير مشاهدة قريبة من المشاهد السينمائية بالإضافة إلى تضمينه في الأجهزة المحمولة كالهواتف النّقالة وأجهزة الملتيميديا المحمولة التي تتيح الإتصال بالإنترنت عن طريق (Wi-Fi) كجهاز (iPod Touch) على سبيل المثال.

في 9 أكتوبر 2006 اشترى عملاق الانترنت Google موقع يوتيوب مقابل 1.65 مليار دولار في ثاني أكبر صفقة له بعد صفقة الاستحواذ على DoubleClick سنة 2007 التي أصبحت فيما بعد Google AdSense حيث انتقلت من الويب 1.0 إلى الويب 2.0.

أبرمت اليوتيوب العديد من اتّفاقات الشراكة مع الشركات المزوّدة بالمحتوى كـ BBC - CBC - Warner Music Group - NBA - Sony Music Group - Universal Music Group وغيرهم.

لكن كلّ هذه الاتّفاقيات لم تمنع ظهور بعض المشاكل لعلّ أبرزها كان في مارس 2007 عندما رفعت (Viacom) دعوى قضائية على Google و YouTube حيث اتّهمتاهما بسرقة حقوق ملكية أعمال فنانيها ومنتجيهما وطالبتها بتعويض قدره مليار دولار من مجمل الأضرار، ممّا اضطرّ YouTube لحذف أكثر من 100.000 فيديو مخالف لحقوق الملكية الفكرية.(3)

(1)- Borghol Y, Ardon & Carlsson, Eager: The untold story of the clones: Content-agnostic factors that impact youtube video popularity. In: Proceedings of the 18th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining, Qatar, 10-13 August 2012

(2)- Figueiredo, F & Almeida, JM: On the dynamics of social mediapopularity.A youtube case study. ACM Trans Internet Technol (TOIT), 14(04), 2014, p25

(3)- DOOLEY, J & IVERSON, D: Brief History of YouTube. Web Journal of Mass Communication Research, 42, 2012, p63

لكن مشاكل يوتيوب مع حقوق الملكية ظلت مستمرة حيث يلجأ المستخدمون لطرق ملتوية للتحايل على الموقع، على سبيل المثال يحاول الموقع تجنب تحميل الأفلام الكاملة والبرامج التلفزيونية عن طريق منع المواد التي تزيد مدتها عن 10 دقائق أحياناً، لكن المستخدمين يلجئون لتقسيم المواد لعدة أجزاء ثم يجمعونها مع بعضها.

في أكتوبر 2007 أعلن يوتيوب عن خدمة جديدة لمكافحة المحتويات التي تخالف حقوق الملكية الفكرية هي خدمة يوتيوب لتعريف الفيديو (YouTube Video Identification) والتي تمكن أصحاب المحتويات من حفظ حقوقهم الفكرية عن طريق تحميل نسخة كاملة من أعمالهم نحو هذه الخدمة، لتتولى البرامج التعرف على الفيديوهات المحملة والمشباهة للنسخة الأصلية لصاحبها، عندها يمكن لصاحب المحتوى إما أن ي حذف الفيديو المخالف أو يسمح ليوتيوب بالإبقاء عليه وإضافة إعلانات عليه ليتقاسم العائدات مع الموقع. (1)

هذا وأطلق اليوتيوب في جانفي 2009 نظاماً جديداً للشركاء في الولايات المتحدة الأمريكية لجعل ملفات الفيديو الخاصة لهم متاحة للتحميل والشراء، حيث يسمح هذا النظام بالاختيار بين خمسة تراخيص للعموميات الخلاقة (Creative Commons) كما بإمكانهم تحديد الأسعار وعلى المشترين المرور خلال صفحة Google Checkout التي تستخدم بيانات حساب Google الخاصة بهم. (2)

لكن ورغم كل هذا تبقى بعض العراقيل التي تعيق تطور الموقع، منها على سبيل المثال كثرة عدد المتصفّحين وقلة عدد المشاركين. فقد أكدت العديد من الإحصائيات المتتالية المتخصصة في أبحاث الانترنت، أنّ نسبة مستخدمي موقع يوتيوب الذين يقومون بتحميل (Upload) ملفات الفيديو على الموقع هي 0.16 % فقط من مجموع المستخدمين، وهي نسبة جدّ ضئيلة لكن البعض يبدي تفاؤلاً باعتبار الموقع يجتذب مئات الملايين من الزوار. (3)

ومن هنا يتضح أنّ اليوتيوب دخل التاريخ من أوسع أبوابه تماماً كما دخل حياة ملايين الملايين في جميع أنحاء العالم وذلك من خلال استخداماته ومحتوياته التي يضيفها المستخدمون عبر العالم. ويبدو أنّ أكثر الجوانب التي كان للموقع آثاره الكبيرة والواضحة عليها الجانب الاجتماعي والفني، حيث أصبح الكثيرون ممن يبحثون عن الشهرة يتوجهون لليوتيوب باعتباره من أكبر الوسائل الإعلامية التي تُتيح لأيّ كان الظهور وتمنحه الفرصة للوصول إلى الملايين، وهي الطريقة التي سمحت للكثير من الفنانين والفرق الموسيقية والجمعيات والمؤسسات بالتعريف بأنفسهم في بداية مشوارهم وتجاوز أشواط كثيرة نحو الشهرة.

(1)- Paveau, M: Technologie discursive" Technologies discursives". 21 janvier 2013.

<http://technodiscours.hypotheses.org/?p=277>, Consulté en : 05 avril 2020

(2)- Goliot-Lété, A & Vanoye, F: Précis d'analyse filmique. Armand Colin, Paris, 2012, p47

(3)- Maingueneau, D: Genres de discours et web "existe-t-il des genres web". Armand Colin, Paris, 2015, p74

لكن وفي المقابل تحوّل في الكثير من الأحيان لقناة لترويج الفضائح والابتزاز خصوصاً في المجتمعات المحافظة، فعلى الرغم من سياسة الموقع الرافضة لوضع المواد الإباحية مثلاً إلا أنّ هناك الكثير من الصّعوبات التي تواجه مسيري الموقع، منها مثلاً اختلاف ثقافات المستخدمين. فالمسموح في ثقافة معينة قد يكون مرفوضاً تماماً في ثقافة أخرى، كما يُعتبر عامل اللّغة من المواضيع التي تصعب التحكم في كل ما يوضع على الموقع، بالإضافة إلى أنّ شكاوي المستخدمين بخصوص المواد الموضوعية على الموقع ليست حلاً جذرياً للنزاعات.

ويسمح الموقع أيضاً للمستخدمين بالتطرق للمواضيع السياسيّة وهي المواضيع التي تثير غالباً الجدل بين المستخدمين، بل ويصل الأمر أحياناً لشنّ حملات من الشكاوى لدى الموقع لحذف المواضيع والفيديوهات التي قد تصبح موضع جدل، خصوصاً إذا تعلّق الأمر بمعاداة السّامية والقضايا الساخنة كالقضية الفلسطينيّة أو العراقيّة أو موضوع الحرب على الإرهاب والقضايا المتّصلة بصراع الحضارات أو الأديان. (1)

لقد أصبح اليوتيوب منفذاً ومنتفساً للكثير من المعارضين الذين يعانون من التّهيش أو القمع من قبل سلطات بلدانهم، فامتلاً الموقع بمشاهد تعذيب المعارضين وانتهاك حقوق الإنسان، ولا يمكن إغفال استخدامات اليوتيوب في الثورات ومنها العربيّة على سبيل المثال، وبدون الخوض في التفاصيل يكفي أن نقول أنّ يوتيوب شكّل قنوات تلفزيونيّة بديلة ووسيلة للتوثيق وأداة فعّالة للحشد والتأييد. وبالرغم من كلّ ما ذكر يبقى اليوتيوب أحد أهم منصّات صحافة المواطن والإعلام التفاعلي، وقد اختارته مجلة تايم الأمريكيّة سنة 2006 كأهمّ اختراع في القرن الواحد والعشرين، وهذا لدوره في إعطاء الفرصة لزوّاره مجاناً لإنتاج المضامين وعرض مواد فيلمية على الموقع. كما امتدحت المجلة مستخدمي الموقع لأنهم بادروا حسبها إلى: "تولّي دفّة الإعلام الجديد الذي لا يعرف أيّ حواجز أو عوائق جغرافيّة وتقديم المواد الضّروريّة لعرضها في الموقع". (2)

(1)- Ahmed, M & Spagna, S : A peek into the future: predicting the evolution of popularity in user generated content. In: Proceedings of the sixth ACM international conference on Websearch and data mining, Qatar, 10-13 August 2012

(2)-Chatzopoulou, G & Sheng, C: A First Step Towards Understanding Popularity in YouTube. In INFOCOM IEEE Conference on Computer Communications Workshops, IEE, USA, 05 October 2010

رابعاً-2- موقع فيسبوك (Facebook):

يُعتبر الفيسبوك اليوم أشهر شبكة اجتماعية في العالم، إذ يحتل المرتبة الأولى عالمياً على عرش الشبكات الاجتماعية، وقد بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد "مارك زوكربيرغ" "Mark ZUCKERBERG" الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم. وكانت فكرته تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج. (1)

وبالفعل جسّد فكرته هذه التي رأت النور في 4 فيفري 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحاً كبيراً، ففي غضون أسبوعين بدأ نصف تلامذة بوسطن بالمطالبة بالانضمام لشبكة الفيسبوك لأنّ الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط، فاستعان زوكربيرغ بصديقيه Dustin MOSKOWITZ و Chris HUGHES لبناء الفيسبوك الذي استطاع في غضون 4 أشهر أن يضيف 30 شبكة لكليات أخرى. بفضل هذا النجاح انتقل مؤسسو الموقع إلى Palo Alto التي أصبحت فيما بعد المقر الرسمي للفيسبوك. وانضمّ خلال تلك الفترة مساعد مؤسس شركة (Napster) إلى "زوكربيرغ" حيث قام بجلب أول مستثمر في الفيسبوك وهو Peter THIEL أحد مؤسسي شركة PayPal الشهيرة في مجال المعاملات المالية عبر الشبكة، وكانت قيمة الاستثمار نصف مليون دولار. (2)

حاولت Friendster وهي الشركة المالكة للموقع الذي يحمل نفس الاسم وهو موقع تعارف يضمّ ملايين المستخدمين أن تستحوذ على الفيسبوك مقابل 10 ملايين دولار في منتصف 2004 لكن زوكربيرغ رفض الصفقة. في سبتمبر 2005 انفتحت الشبكة على طلبة المدارس الثانوية وفي أكتوبر من نفس السنة أتاح فيسبوك لمستخدميه تبادل الصور مما أكسبه شعبية كبيرة، وتوالى الاستثمارات وعقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه وزيادة طاقة استيعابه التي امتدّت لتشمل شبكات الأعمال قبل أن تفتتح أخيراً على الاستخدام العام في سبتمبر 2006 حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريداً إلكترونياً أن ينضمّ للفيسبوك اليوم، أصبحت الفيسبوك يضمّ عدد من المستخدمين النشطين يقارب عددها عدد سكان الدول التي تشهد نمواً سكانياً مطّرد، وقد بلغ في شهر أبريل من سنة 2012، 900 مليون مستخدم. فلو كان الفيسبوك دولة فسيكون ثالث أكبر دول العالم سكاناً قبل اليابان وروسيا ونيجيريا. (3)

إستخدام الفيسبوك بسيط حيث يتيح لمستخدمي الموقع إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم وتسجيلاتهم وكذا الروابط التي يودّون مشاركتها عبر الموقع.

(1)- Kirkpatrick, D: "The Facebook effect" The inside story of the company that is connecting the world". Simon & Schuster, New York, 2010, P7

(2)- وائل، مبارك. خضر، فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع. السودان، الخرطوم، 2011، ص61

(3)- Gonzales, A & HancockT: "Mirror on my Facebook wall" Effects of Facebook expo-sure on self-esteem". Cyberpsychology, Behavior & Social Networking, 01(14), 2011, p80

حيث تنشر أخبار المستخدم وأصدقائه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره ومدى خصوصية أو إتاحة محتوياته للغير.

ويعتمد الفيسبوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين والمطورين ابتكار وتطوير تطبيقاتهم الخاصة على الموقع وإتاحتها للمستخدمين العاديين وذلك بدءاً بأبسط الاختبارات الترفيهية وصولاً إلى أعقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع وبقية المواقع الخدمية الأخرى كاليوتيوب، تويتر، وغيرهما من تطبيقات الإعلام الاجتماعي.

ولم تقتصر شهرة ونجاحات الفيسبوك على الشبكة فقط بل امتدت لكل المجالات، فقد دخل القطاع الاقتصادي و الخدماتي كوسيلة ناجحة للتسويق، كما دخل المجال الاجتماعي و السياسي بقوة من خلال المجموعات الكثيرة التي وجدت فيه ضالتها حيث يسمح بتجميع المستخدمين حسب اهتماماتهم وانتماءاتهم من خلال شبكات الدول أو حسب اهتماماتهم و ميولاتهم. فأصبح من الشائع اليوم حدوث تظاهرات يتم التحضير لها والدعوة لحضورها عبر الموقع (1)

ورغم لعبه أدوار رائدة ومنها أدواره الثورات ومنها ما أصطلح عليه بالربيع العربي، إلا أنه وجهت له انتقادات باعتباره يحمل مخاطر تسريب معلومات شخصية عن طريق بعض التطبيقات المخادعة التي يمكن للقرصنة وضعها، إلا أن هذا لم يمنع الملايين من التسجيل في الموقع ووضع معلوماتهم وصورهم الشخصية عليه بدءاً بالمجموعات "المتحررة" وصولاً إلى "المحافظة"، ومن جهة أخرى تسعى الكثير من الشركات لمعرفة بعض المعلومات التي ينشرها رواد الموقع كأسماء الكتب، الأفلام أو الموسيقى المفضلة وذلك لأغراض تسويقية، فهي تعطي فكرة عن أكثر الأفلام مثلاً أو الموسيقى الرائجة لدى فئة عمرية معينة، فالموقع يسمح لتلك الشركات -المعلنة على صفحاته- بالحصول على بعض المعلومات التي لا تعبر على درجة كبيرة من الخصوصية - كنوع الموسيقى والأفلام المفضلة أو النجوم والمنتجات المفضلة - بينما يمتنع عن تسريب خصوصيات الأفراد.

لكن وبالرغم من الجدل الكبير الذي يُثار حول الفيسبوك إلا أنه يعدّ اليوم إحدى أيقونات الويب والإعلام الجديد، حيث غير جذرياً مفهوم الإعلام وعلاقته بجمهوره الذي أصبح يصنع الحدث وينقله ويعلق عليه، كما أتاح الفيسبوك عدّة خصائص وميزات لمستخدميه لإرضاء واشباع حاجاتهم الاجتماعية، النفسية، والإعلامية، وهذا ما تكشفه يومياً مختلف الدراسات والأبحاث والتي تجمع على الأثر الكبير للشبكات الاجتماعية خاصة على جميع فئات المجتمع خاصة الشباب والطلبة (2)

(1)- رفعت، مصطفى: الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية. دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،

مصر، 2018، ص29

(2)- حجازي، إبراهيم: التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد. دار معتر للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص36

رابعاً-3- موقع تويتر (Twitter):

موقع تويتر عبارة عن شبكة اجتماعية وخدمة للتدوين المصغر (Micro-blogging) تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات (Updates) وتدوينات مصغرة لا تتجاوز 140 حرفاً. ظهر في مارس 2006 على يد كل من Jack DORSEY، Biz STONE، و WILLIAMS Evan وأُتيح للجمهور في جويلية 2006. وقد أُطلق خدمة تويتر شركة Obvious بسان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم Twitte وذلك في أبريل 2007، وفي أبريل 2008 أُطلق تويتر خدمته الخاصة باليابان بالاشتراك مع Digital Garage. (1)

ويُتيح تويتر لمستخدميه إمكانية الحصول على صفحة خاصة على شكل twitter.com/username " وهو الأمر الذي يسهل كثيراً إيجاد الصفحة والوصول إليها، كما انفتح الموقع على خدمات أخرى بإضافة ميزات مثل البريد الإلكتروني Gmail وخدمة البحث، كما أُطلق تويتر موقع Explore المخصّص للتطبيقات الخارجية التي تتفاعل مع الموقع (Third party applications) وكذا أداة جديدة تسمى Twitter Blocks والتي تقدّم مخطّطاً ثلاثي الأبعاد للمستخدم وأفراد شبكته. (2)

ويُستخدم تويتر عموماً لأحد الأغراض التالية: (3)

- الحديث عن الحياة الخاصة: وقد انطلق في الأصل لتحقيق هذه الغاية، حيث نجد أنّ نسبة كبيرة ممّا ينشر عبره هي عبارة عن يوميات للمستخدمين بكل تفاصيلها فالكثيرون يستخدمونه كمذكرات يومية مقتضبة؛
- التواصل مع الآخرين: وذلك باستخدامه كخدمة لإرسال الرسائل بين الأعضاء ودون سرية؛
- إرسال رسائل قصيرة SMS مجانية: يلجأ البعض لتويتر لإرسال الرسائل القصيرة لأصدقائهم مجاناً وذلك بتشغيل خدمة الإخطار الآلي عبر الرسائل القصيرة، وبمجرد ما يرسل أحد المستخدمين رسالة للموقع يتم تحويلها للهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة مجاناً، غير أنّ الخدمة غير متاحة إلّا في بعض الدول؛
- المتابعة المباشرة للملتيقات والأحداث المختلفة: مع تطوّر التدوين وانتشار شبكات الـ (Wi-Fi) أصبح الكثيرون يستغلّون الموقع لتغطية الملتيقات والمعارض وبعض الأحداث الأخرى عن طريق التدوين المصغر خاصة الأخبار والمعلومات التي لا تحتاج للكثير من التفاصيل.

(1)- Mistry, V: Criticalcare training:Using Twitter as a teachingtool.British Journal of Nursing, 20(20), 2011, p130

(2)- KAYE, J. & LILLIE, A:A Long Term Deployment and Iteration of a Twitter Visualization. ACM Press, Austin, 2012, P14

(3)- WENG, J & YAO, Y:Event Detection in Twitter. In 5thInternational AAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM), 20 August 2011

- استخدامه كملحق للمدونات: يُستخدم تويتر هنا كإضافة على المدونات الشخصية، في حالة استخدام تطبيقات مضافة Widgets، وذلك لكتابة مواضيع سريعة أو أخبار عاجلة و حصرية (Scoops)؛

- استخدامه لنشر الروابط: يُستخدم الموقع هنا لنشر الروابط حيث يصبح خدمة شبيهة بالخدمات التي تقدّمها المواقع المتخصصة مثل Google Bookmarks، حيث يضع المستخدمون عادةً عنواناً لما يتحدّث عنه الرابط ثم يتم وضع الرابط الذي غالباً ما يتم تقليص طوله حتى يتسع له حجم التحديث (140 حرفاً) وذلك عبر تطبيقات تقدّمها مواقع مثل tinyurl.com و bit.ly المتخصصة في تقليص طول روابط و عناوين الإنترنت. وهذه الطريقة تستخدمها أيضاً كبريات القنوات والوسائل الإعلامية العالمية لعرض آخر أخبارها، حيث تضع العنوان ورابطاً نحو الخبر الكامل على موقعها؛

- إستجواب ومناقشة شبكة الأصدقاء: حيث يستخدم الموقع كأداة سريعة لطرح الأسئلة والحصول على الإجابات والمناقشات بطريقة آنية، كما يمكن إضافة الصور لتويتر عن طريق خدمات مضافة أبرزها خدمة Twitpic.

وكما هو واضح على سلوك مستخدمي الإنترنت بتميز الإبحار على الشبكة بالسرعة والحركة والتفاعل وهي منيزات يوفّرها تويتر بامتياز، فالمستخدم للإنترنت لا يقرأ غالباً المواضيع الطويلة لذلك ينصح الخبراء بالألّا تتجاوز المقالات والأخبار على الويب 300 كلمة في الغالب حتى يقرأها المستخدمون الذين يشكل الشباب والمراهقون نسبة كبيرة منهم.

وقد جاء تويتر بمفهوم جديد للتدوين ونقل الأخبار على الشبكة وهو التدوينات التي لا تزيد عن 140 حرفاً، وهو بذلك يحاول الإبعاد عن الإطناب والرتابة المملتين لغالبية المُبحرين على الشبكة، وقد عرف تويتر شهرته عن طريق مستخدميه كما عرفها عن طريق كبريات المؤسسات الإعلامية في العالم التي أضفى على خدماتها طابعاً جديداً يتسم بالسرعة الكبيرة في نقل المعلومة والأخبار العاجلة دون إغفال أي خبر، فالمتتبع لتحديثات الوسيلة الإعلامية عبر تويتر يتحصّل على آخر الأخبار أولاً بأول ضمن تصميم بسيط عكس التصاميم المعقّدة لمواقع القنوات نفسها التي غالباً ما تغرق في الإعلانات والصور والفيديو التي تترك المتلقّي وقد تصعب عليه متابعة أو العثور على كلّ ما يوجد على الصفحة الواحدة. (1)

(1)- Connolly, Amy, J: The Use and Effectiveness of Online Social Media in Volunteer Organizations. A dissertation of Doctor of Philosophy, Department of Information Systems & Decision Sciences, College of Business University of South Florida, USA, July 2014, p37

ومن المحطات التي ساهمت في انتشار تويتر والتعريف أكثر به "الانتخابات الرئاسية الأمريكية" سنة 2009 حيث استعمله فريق المرشح الديمقراطي "باراك أوباما" لبث رسائله التي تتبّعها 150 ألف مستخدم للشبكة، كما استخدم الموقع أيضاً من طرف الشركات العملاقة ومنها شركة (Apple) للإعلان عن العديد من منتجاتها. (1)

وقد دخل تويتر وبقوة في تغطية النزاعات والصراعات ففي الجانب العربي مثلاً تحركت قناة الجزيرة بكثافة على الموقع لنقل آخر الأخبار عن فلسطين مثلاً، فيما نشطت مجموعات المدونين خاصة على موقعي "الجزيرة توك" و"غزة توك" للردّ على دعاية الكيان الصهيوني. (2)

وبالرغم من كل الصعوبات التي واجهت تويتر خصوصاً مشكل الإنقطاعات، إلا أنه استطاع أن يكسب ثقة ملايين المستخدمين في كل المجالات من أفراد ومؤسسات إعلامية وخدماتية واقتصادية، وتمكّن من إيجاد مكانة مرموقة بين كبريات شركات التقنية وكذا الشبكات الاجتماعية المختلفة. إلا أنه يبقى أمامه عوائق وتحديات كبيرة أبرزها توفير مداخل إعلانية للموقع للوقوف في وجه محاولات الاستحواذ عليه من طرف كل من شركتي Facebook و Google. (3)

رابعاً-4- موقع انستغرام (Instagram):

وهو عبارة عن خدمة تواصل اجتماعي ومشاركة صور ومقاطع فيديو، تابعة للشركة الأمريكية المملوكة لشركة Facebook وقد تم إنشاؤها بواسطة "كيفن سيستروم" و"مايك كرايجر" وتم إطلاق هذا التطبيق عام 2010 م حصرياً على أجهزة Apple ومن ثم تم إصداره لأجهزة Android وذلك بعد عام ونصف، ويتيح هذا التطبيق للمستخدمين بتحميل الصور ومقاطع الفيديو التي من الممكن تعديلها باستخدام عوامل التصفية والترشيح المختلفة الموجودة في التطبيق، ويتم تنظيم الصور باستخدام العلامات ومعلومات الموقع، ويمكن للمستخدم أن يُشارك منشوراته في الحساب علانية كما يمكنه أن يخصصه فقط مع المتابعين الموافق عليهم مسبقاً، وكذا الإعجاب بصور الآخرين ومتابعتهم، وقد أضاف تطبيق Instagram خدمة المحادثة والقدرة على إدراج صور أو مقاطع فيديو مختلفة في منشور واحد بالإضافة إلى إضافة القصة أو القصص بصفة مماثلة لمنافسها الرئيس Snapchat وتلك القصص تتيح للمستخدمين بنشر الصور ومقاطع الفيديو بشكل متسلسل، ويمكن الوصول لهذه القصة من قبل الآخرين لمدة 24 ساعة. (4)

(1) - Innocent, Chilwa: Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of "Biafra" online discourses . International Journal of Sociology, 23(03), 2016, p46

(2) - خليفة، إهاب: حروب مواقع التواصل الاجتماعي. العربي للنشر والتوزيع، دمشق، 2012، ص 54

(3) - جاسم الزبيدي، منذر: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي. دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013،

(4) - Al-Bahrani, Abdullah: Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics Classrooms. Journal of Economic Education, 66(01), 2014, p67

||| -3- التحوّلات في صناعة المضامين الإعلامية السبرانية وأدوار

مُستخدميها

شهد عالم الصحافة "التقليدية والإلكترونية" عديد التغيرات والتحوّلات التي مسّت صلب العمل الصحفي، سواءً في عملية جمع وتحضير الأخبار ونشرها أو إدارة العمل الصحفي، أو في طبيعة الأطراف المشاركة في العملية الإعلامية. وقد انعكست هذه التغيرات على علاقة الصحفي كمنتج للمعلومة والخبر بالجمهور كمستهلك ومتلقّي، فلم يعد الصحفي هو منتج المعلومة والخبر والرأي فقط، ولم يعد الجمهور متلقّ سلبي لها، بل أصبح مشاركاً فاعلاً في العملية الإعلامية، وهو ما استتبع معه ظهور تحوّلات كبيرة مسّت جميع عناصر عملية الإتصال وأثرت بهويّة ورسالة الإعلام وأدواره وممارساته.

||| -3-1- المضمون الذي ينتجه المستخدم: التاريخ، المفهوم،

والأهميّة

من أحدث المفاهيم التي إرتبطت بصحافة "الإعلام الجديد" مصطلح "المضامين التي ينتجها المستخدم" "User Generated Content" "UGC"، وهو مفهوم يعدّ تطوراً لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الإعلامية في السنوات القليلة الماضية، مثل مفهوم التفاعلية Interactivity، وصحافة المواطن Citizen Journalism، وصحافة المشاركة Participatory Journalism. ومع إنتشار وتزايد أهميّة ومكانة وسائل الإعلام الجديد، بدأ هذا المفهوم يحظى بإهتمام الباحثين، بإعتباره يعكس تحوّلًا جذرياً في المفاهيم التقليدية للإعلام، وطبيعة العلاقة بين المشاركين والمستهدفين من العمل الإعلامي. (1)

وقد دفعت عدّة عوامل باتجاه انتشار هذا المفهوم، ومن بينها: (2)

- تصاعد أهميّة الإنترنت لتمتعها بالعديد من السمات التي تمكّن المستخدمين من إنتاج مضامينهم بأنفسهم ونشرها بيسر وسهولة؛
- الإعتماد المتزايد على الرقمنة في العمل الإعلامي؛
- سهولة التّواصل والاندماج بين الأجهزة المستخدمة في إنتاج هذه المضامين؛
- إنتشار مساهمات المستخدمين في ساحات ومنتديات الإنترنت والمدونات والمواقع المختلفة، وعبر الوسائل التفاعلية المتنوّعة؛

(1)- Von, walter & Quiring, O:the transformation of the Media Sector "An Interdisciplinary Discourse of its Economic and Social Implication".Paper presented at the 15th Biennial Conference of the International Telecommunicaton Society, Berlin, Allemagne, 4 september 2004

(2)- THURMAN, NEIL:Forums for citizen journalists? " Adoption of user generated content initiatives by online news media". New Media & Society, 10(01), 2015, p32

- تصاعد التنافس بين المؤسسات الإعلامية لشراء أكثر المواقع إستضافة لمضامين المستخدمين، خاصة المظلات توفر العديد من الأشكال التفاعلية التي تسمح للمستخدمين بتقاسم وتشارك المعلومات مع بعضهم البعض.

وقد برزت أهمية مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدمون في أعقاب بعض الأحداث العالمية

البارزة والكوارث الكبرى مثل كارثة إعصار تسونامي "Tsunami" نهاية 2004، وهجمات لندن London attack سنة 2005، وأحداث لبنان سنة 2006 (حرب تموز، أو العدوان الإسرائيلي على لبنان)، حيث لعب المواطن العادي دوراً مهماً في تغطية هذه الأحداث سواء كشاهد عيان أو كصحفي أو كناشر للمعلومة والصورة والفيديو... وغيرها، وباستخدام تقنيات بسيطة مكنته من منافسة أكبر الوسائل الإعلامية التقليدية، وتحقيق بعض الإنجازات الصحفية التي لم تيسر لهذه الوسائل، وقد دفع نجاح مثل هذه التجارب لبعض المؤسسات الإعلامية البارزة لإعطاء مساحة إهتمام أكبر للمضامين التي ينتجها المستخدم وتضمينها تغطيتها الإعلامية. (1)

وفي دراسة عن استخدام أبرز مائة صحيفة أمريكية للإنترنت أشارت إلى أن: 58% من هذه الصحف تستعين بالصورة التي ينتجها المستخدم، و18% منها تستفيد من لقطات الفيديو، و15% تنشر مقالاتهم، و58% منها توظف بشكل أو بآخر المضامين التي ينتجها المستخدم، و57% منها تسمح للمستخدمين بالتعليق على المقالات، و10% تحرص على ربط مضامينها بوسائل التشبيك الإجتماعي التي تتيحها الإنترنت مثل الوسوم Tags، و67% من هذه المواقع تقدم رؤيتها لأكثر المحتويات جماهيرية وإرسالاً ومشاركة وتعقيباً وقراءة ومشاهدة وطباعة وتدويناً، و92% منها تتضمن أشكالاً متنوعة من العلامات المرجعية التي تربط مضامين المستخدمين بمواقع أخرى مثل Facebook، و20% توفر مجالاً للدردشة، و40% ترسل مواداً عبر الرسائل القصيرة بالهاتف النقال SMS. (2)

وتتواجد المضامين التي ينتجها مستخدم وسائل الإعلام الجديدة على المواقع الإعلامية وغيرها في عدة أشكال منها: مقاطع الفيديو وقصاصات الصور والقصص الإخبارية والتبليغات الإخبارية والملفات والصور والأفلام التي يتم تبادلها فيما بينهم، والتعليق على المقالات والصور والأفلام والمدونات والبودكاست والمواقع العامة التي تقوم على مشاركة جماعية والويكيز Wikis، والتغريدات Twitters والمصادر ذات المساهمات المفتوحة مثل Wikipedia وYouTube وحجرات الدردشة والنقاش وجماعات الأخبار والإستطلاعات والمسوح وغيرها. (3)

(1)- Ghose, Anindya & Sang, Pil Han: An Empirical Analysis of User Generated Content and Usage Behavior on the Mobile Internet. ManagementScience, 57 (09), 2015, p1676

(2)- Ludwig, Stephan & Mike Friedman : "More Than Words" The Influence of Affective Content and Linguistic Style Matches in Online Reviews on Conversion Rates". Journal of Marketing, 07 (01), 2016, p90

(3)- SINGER, JANE & ASHMAN, IAN: Comment Is Free but Facts Are Sacred "User-generated content and ethical constructs at the Guardian". Journal of Mass Media Ethics, 24(01), 2015, p07

ومن الأشكال الجديدة التي استحدثتها بعض هذه المؤسسات الإعلامية لتحفيز المستخدمين على المساهمة في إنتاج مثل هذه المضامين وتزويدها بالصور والقصص والفيديو: (CNN's I-Report) و (ABC's i-Caught) و (Fox News Channel's U-Report) و (MSNBC's FirstPerson) ومسميات أخرى مختلفة مثل: "قل كلمتك" "Have Your Say"، فيديوهات صحفية، ممثل القراء، كُن مراسلاً، كُن شاهداً، أنا الشاهد، ساهم معنا، ساهم في إعلام مواطنة، شارك بقصصك، تغطية الأحداث كشهود عيان، ودعوة المستخدمين للقيام بمهام صحفية News Tips، وخاصة في حالة وقوع أحداث غير عادية، فضلاً عن إنتشار المواقع التي تعتمد أساساً على المستخدمين في تزويدها بمضامينها، وكذلك المواقع الصحفية التي تعتمد بالكامل على الصحفيين المواطنين مثل Ohmy News الكورية. (1)

وقد تنوّعت تعريفات الباحثين لمفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدم، منها أنه "أيّ مضمون ينتجه مستخدم وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم، وبشكل مستقلّ عن أيّ مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية، ويستهدف مستخدمين آخرين". أو هو "محتوى يُنتجه المستخدم للمستخدم، ويُنشر بشكل إلكتروني". (2) ووفقاً للمفهوم فإنه بمقدور المستخدمين المشاركة في كلّ مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي، سواءً بجمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتّخاذ قرار إرسالها للآخرين أو حذفها، وكل ما يتعلّق بسلطات ومهام حارس البوابة الإعلامي، وسواءً تمّ التعديل على هذه المضامين أو لم يتمّ فإنّ المفهوم لا يركّز على الإجراءات المتّبعة إزاء التّعامل مع هذه المضامين بقدر ما يركّز على ضرورة إتاحة الفرصة للمستخدمين لإنتاج ونشر مضامينهم. ويُؤكّد المفهوم على مبادئ المساهمة الجماعية والتطوّعية والإختيارية من قبل المستخدمين، وعلى تنوّع وتعدّد وجهات النّظر والمعلومات والآراء المطروحة من قِبل المستخدمين الذين ينتمون لفئات عمرية وجغرافية وثقافية متنوّعة، وعلى تقاسمهم وتشاركهم للمعلومات والأخبار والصور مع غيرهم من المستخدمين.

ومن بين المصطلحات المستخدمة في هذا الصّدد "ProAm Professional Amateurs" أي "الهواة المحترفين"، باعتبار أنّ القائمين على إنتاج هذا المضمون هم من المستخدمين الهواة لمواقع الأنترنت، ولكنهم يتّصفون بسمات تؤهّلهم للعمل كمحترفين ومنتجين للمضامين الإعلامية في مجالات مختلفة. (3)

(1)- Deuze, Mark & Bruns, Axel: Preparing for an Age of Participatory News. Journalism Practice, 01(03), 2014, p26

(2)- Williams, Bruce & Carpini, Michael X: Monica and Bill All the Time and Everywhere "The Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment". American Behavioral Scientist, 47(09), 2004, p15

(3)- Balasubramaniam, N: User-generated content, Swiss Federal Institute of Technology, Zurich, Switzerland, 2009, p47

وللمضامين التي ينتجها المستخدمون أهمية كبيرة في العمل الإعلامي، فهي تزود المؤسسات الإعلامية بمصدر من المعلومات والأخبار يقوم بإنتاجها فريق عمل جماعي تطوعي، يرغب في تطوير وإثراء المهنة ومشاركة المعلومة والخبر والحدث والصورة مع الآخرين.

كما تفيد هذه المضامين في تشكيل رأي عام جماعي فاعل ونشط، واكتشاف وتنمية المواهب الإعلامية لدى المستخدمين وتحويلهم من مستقبلين سلبيين إلى ناشطين فاعلين في صناعة الأحداث وفي بناء الأجنحة الإعلامية، وتزود المؤسسات الإعلامية بشهود عيان متعددين للأحداث وبما يمكنها من تنويع مصادر موضوعاتها الإعلامية، وتبرز أهمية هذه النوعية من المضامين أكثر في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الكبرى، وكذلك في الحالات التي تفرض فيها السلطات حظراً على وسائل الإعلام التقليدية، مثل دور Twitter في تغطية الأحداث التي أعقبت الانتخابات الإيرانية، بالإضافة لذلك فهي توفر مضامين صادرة عن مصادر مستقلة لا تنتمي في الغالب لجهات تجارية أو سياسية أو متحيزة لجهة معينة دون غيرها، فضلاً عن قلة الجهد المبذول في إنتاجها بفعل مساعدة الأجهزة الإلكترونية في جمع مادتها وتحريرها وإرسالها وتخزينها واسترجاعها بسرعة وسهولة وبتكلفة يسيرة، مع إمكانية تخصيص "شخصنة" إنتاجها وشكلها وأسلوبها وفقاً لإهتمامات ورغبات المستخدمين. (1)

ومع تزايد أهمية الاعتماد على هذه النوعية من المضامين بدأت المؤسسات الإعلامية في تدريب صحفييها على كيفية الاستفادة منها وصياغة سياسات توضح حقوق وواجبات كل من المؤسسة والمستخدمين، وكذلك صياغة أدلة إرشادية لتعريف المستخدمين بكيفية إرسال مضامينهم الإعلامية والمبادئ التي يجب الالتزام بها. وهو ما انعكس على تطوير الأداء المهني للمستخدمين، وعلى زيادة حرص هذه المؤسسات على التأكد من صحة ودقة المضامين التي ينتجها المستخدمون سواء تعلق الأمر بوجود أخطاء معلوماتية أو ضعف في أسلوبها أو في قيمتها الإخبارية، كما بدأت بعض المؤسسات الإعلامية بسنّ نظم وإجراءات محددة لمتابعة عملية إنتاج المضامين الإعلامية على مواقعها، وتخصيص فرق عمل لذلك مع تطوير عمليات التعاون بين الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية، ومع تطور البرمجيات الخاصة بتطوير المحتوى "Content Management Systems" نقص كمّ الجهد الذي يبذله المشرفون على المواقع الإعلامية في التعامل مع هذه المضامين، وتضاعفت قدرتهم على التعامل بشكل فوري وشخصي وآلي ومعيارى ومنمّط مع الرسائل والتعليقات التي يرسلها المستخدمون، مما يسّر عملية تنظيم وتوزيع وتخزين واسترجاع المضامين الإعلامية. (2)

(1)- Neuberger, C: Weblogs und Journalismus "Konkurrenz, Ergänzung oder Integration. Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet". Media Perspektiven, 02(02), 2007, p98

(2)- Paulussen, Steve and Ugille : User Generated Content in the Newsroom" Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism". Westminster Papers in Communication and Culture, 05(02), 2008, p43

III - 3 - 2- تطوّر مفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدمون

بالرغم من التطوّر الكبير في مجال صناعة المستخدمين للمضامين إلا أنّ وسائل الإعلام التقليديّة قد شهدت من قبل حالات مماثلة من التعاون بين الجمهور وبين هذه المؤسسات في إنتاج مثل المضامين، ومن أشهرها بريد القراء والردّ على استفسارات الجمهور.

غير أنّ هذه الظاهرة شهدت تحولات كبيرة خاصّة مع تزايد الاعتماد على الإنترنت سواءً من قبل المستخدمين أو من قبل وسائل الإعلام لتمتّعها بسمات وخصائص لا تتوافر في البيئة الإعلاميّة التقليديّة وعلى رأسها خاصيّة التفاعليّة، وهي الخاصيّة التي مثّلت البداية الحقيقيّة لمفهوم المضامين التي ينتجها المستخدمون، وقد حظيت باهتمام العديد من الباحثين لعدّة سنوات، سواءً في تحديد مفهومها أو أبعادها أو تأثيراتها على العمل الإعلاميّ والصّحفي، وخلصت معها إلى قلّة الأشكال التفاعليّة المتوافرة على المواقع الإعلاميّة والحاجة لتطويرها بما يسمح بمشاركة أكثر من قبل المستخدمين في إنتاج مضامين صالحة للنشر. وقد تحوّل الاهتمام في السّنوات الماضية إلى الحديث عمّا يُعرف بصحافة المواطن Citizen Journalism أو الصحافة القاعدية Grassroots Journalism، وهو المفهوم الذي دعا إليه "دان جليمور Dan Gillmor" عام 2004.

وعلى إثر هذه الدّعوة ظهرت عدّة تيارات بحثيّة تدعو إلى الاهتمام بهذه الأنواع الجديدة من الأشكال الصحّفيّة، وإلى إحداث تغييرات جذريّة في الممارسات الصحّفيّة والإعلاميّة المتبّعة في وسائل الإعلام التقليديّة، وهذا بما يساعد على الاستفادة من هذه النّوعية الجديدة من الصحّافة وضرورة تخليّ الصحّفيين عن سلطتهم المطلقة في التّعامل مع كلّ مراحل إنتاج المضامين الصحّفيّة والإعلاميّة، والسّماح بمشاركة المستخدمين في بعض مراحل هذه العمليّة سواءً في عمليّة إنتاجها أو إدارتها، وأن تتخلى الصحّافة عن الصّورة التقليديّة لتدفق الأخبار والمعلومات، وأن تتبنّى توجّه أفقي من أسفل لأعلى، لإستيعاب المضامين التي يوفّرها الإعلام الجديد، مع البحث عن سبل جديدة لزيادة مساحة الإستفادة المتبادلة بين وسائل الإعلام التقليديّة والإلكترونيّة، بين الصحّفيين المحترفين والمستخدمين الهواة (1)

وقد شاع مصطلح صحافة المواطن وإعلام المواطن في الأدبيّات المتعلّقة بدراسة سوسيولوجيا العمل الصحّفي، وهو مصطلح يشير إلى المبادرات التي يُمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام من أجل تعزيز ودمج مستخدمي وسائل الإعلام وخاصّة الإلكترونيّة في مجال صناعة الأخبار. (2)

(1)- Singer, Jane B:Contested autonomy "Professional and popular claims on journalistic norms". Journalism Studies, 08(01), 2007, p85

(2)- Paulussen, S:Online News Production in Flanders "How Flemish Online Journalists Perceive and Explore the Internet's Potential". Journal of Computer-Mediated Communication, 09(04), 2007, p51

وقد ركزت الدراسات الأولى على كون صحافة المواطن تمثل بديلاً للصحافة المهنية التقليدية أكثر من تركيزها على وسائل دعم كل منهما للآخر، وأجريت عدة دراسات وصفية حول إعلام المواطن وتأثيره المفترض على الصحافة المهنية وظاهرة التدوين ونماذج الصحافة البديلة التي يقوم عليها مواطنون هواة. (1)

وعلى الرغم من أنّ هذه الدراسات كشفت عن وجود نماذج بديلة للنموذج المتبع في الصحافة التقليدية والقائم على التوجه الرأسي من أعلى لأسفل في صناعة الأخبار، إلا أنها أيضاً كشفت عن أنّ تأثير صحافة المواطن وصحافة المدونات على الممارسات المتبعة في الصحافة المهنية لا يزال محدوداً. (2) وقد أسفرت مراجعات هذه الدراسات عن الدعوة لتغيير المنطق الأساسي لصحافة المواطن، والتراجع عن النظر إليها على أنها تشكل تهديداً للصحافة المهنية التقليدية، بقدر ما تمثل شكلاً جديداً من العمل الصحفي وتعبير عن توجه جديد في عالم الصحافة والإعلام، وعن رغبة متزايدة من قبل المستخدمين بالمساهمة في صناعة الإعلام والأخبار، وأنّه من الأفضل النظر لهذه النوعية الجديدة من الصحافة على أنها تكمل عمل الصحافة التقليدية ولا تتعارض مع دورها. (3) وتمثل انعكاساً للتطورات الحاصلة في مجال الصحافة الإلكترونية، مع النظر في التحديات التي تفرضها على الصحافة كهوية ومهنة ودور، وكذلك لتأثيراتها على احتكار الصحفيين لمجال ممارسة المهنة الصحفية وأخلاقياتها. (4)

ومع تصاعد هذه الدعوات من جهة وتزايد المضامين الإعلامية التي ينتجها المستخدمون من جهة أخرى، بدأت تظهر عدة مبادرات تسعى للتركيز على كيفية دعوة وسائل الإعلام لإدراج المضامين التي ينتجها المستخدم في عملية إنتاج الأخبار وتزايد إهتمام الدراسات الصحفية بها، فعلى سبيل المثال تم تحليل مضمون مبادرات صحافة المواطن في أبرز مواقع الصحافة البريطانية الإلكترونية. (5)

(1)- Kim, E-G & Hamilton J: Capitulation to Capital! "OhmyNews as Alternative Media". Media & Society, 28(04), 2006, p45

(2)- Paulussen, Steve & Ugille, Pieetr : User Generated Content in the Newsroom "Professional and Organizational Constrains on Participatory Journalism. Communication and Culture . "University of Westminster, 05(02), 2008, p25

(3)- Lasica, J : Blogs and Journalism Need Each Other. Nieman Reports.57(03), 2003, p79

(4)- Hermida, Alfred & Thurman, Neil : A Clash of Cultures: The integration of usergenerated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites".2008, http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl_frmr.html

Accessed : 11 February 2020

(5)- Bruns, Axel : Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond " From production to Produsage". Peter Lang, New York, 2008, p36

كما أُجريت دراسة حول طرق استخدام الصحافة النصفية السويدية والبريطانية لمساهمات المستخدمين في مواقعهم، وكذا دراسات ترصد تطور صحافة المشاركة من منظور دولي، وهذا بدراسة الخصائص البنائية والتنظيمية لمشاركة المستخدمين في أبرز المواقع الصحفية في ثمانية دول أوروبية وأمريكا. (1)

وقد خلصت الموجة الأولى من هذه الدراسات المتعلقة بحالة ووضعية المضامين التي ينتجها المستخدمين على مواقع المؤسسات الإعلامية البارزة إلى وجود تطور في طريقة تبنيها وتعاملها مع هذه المضامين، غير أنها لاحظت تردد وحذر العاملين في هذه المؤسسات إزاء إفساح المجال بصورة أكبر للإستفادة من هذه المضامين، وأنه في حالة إستخدامها فإن ذلك يتم في حده الأدنى من حيث الكم والنوع، ومن حيث الشكل يتم عرضها بصورة مختلفة عما يحدث مع المضامين التي ينتجها الصحفيون المحترفون، وإن تشابها فقط في إستخدامهم للصور التي ينتجها المستخدمين والمتعلقة بتغطية الأخبار العاجلة. (2)

وتكشف مراجعة نتائج الموجة الأولى من هذه الدراسات على أنها توصلت لنتائج متسقة مع النتائج التي خلصت إليها الدراسات التي أجريت حول إستخدام الصحافة الإلكترونية للأشكال التفاعلية على مواقعها، إذ كشفت عن قلة تواجد هذه الأشكال بفعل تأثير عدد من العوامل العامة المرتبطة بسياق وطبيعة عمل الصحافة الإلكترونية. (3)

وبعدها بدأت تظهر بعض الدراسات التي تعنى بدراسة السياق العام المحيط بإنتاج المضامين التي ينتجها المستخدمين، وتأثير العوامل المهنية والاجتماعية وعوامل السوق على مشاركة المستخدمين في الأقسام الإخبارية الإلكترونية التابعة للمؤسسات الإعلامية، فمثلاً تم دراسة تأثير العوامل التنظيمية على مشاركة المستخدمين في حجرات الأخبار، ودراسات أخرى إهتمت بمعرفة تصورات المشرفين عن أبرز المواقع البريطانية إزاء المضامين التي ينتجها المستخدمين وتأثير العوامل القانونية والإقتصادية والإنسانية والتكنولوجية على مدى تبني مواقعهم لها، وخلص لوجود صراع لديهم فيما يتعلق بأدوارهم كحراس بوابة وتصوراتهم حول مشاركة المستخدمين في إنتاج هذه المواقع. (4)

(1)- Domingo, D, and al :Four dimensions of journalistic convergence "A preliminary approach to current media trends at Spain".Paper presented at the 8th International Symposium on Online Journalism, University of Texas, Austin, 11 March 2007

(2)-Hermida, A, & Thurman, N:Comments Please "How The British News Media is Struggling With User-Generated Content".In 18th International Symposium on Online Journalism, University of Texas, Austin, 11 March 2007

(3)- Paulussen, S: Former Reference, p26

(4)- Allan, Stuart & Thorsen, Einar : Citizen journalism " Global perspectives". Peter Lang New York, 2009, p17

وبالرغم من أهمية المضامين التي ينتجها المستخدمون ودورها في إثراء المواقع الإعلامية سواءً الخبر أو الرأي أو التحليل أو الصور وغيرها، فإنّ الدراسات الأولى التي أجريت حول مواقف وتصوّرات الصحفيين والمؤسسات الإعلامية إزاء هذه المضامين تكشف عن جملة ملاحظات من بينها:

- أنّ عدداً كبيراً من المواقع الإعلامية الإخبارية لا تتضمن أشكالاً تستحثّ المستخدمين على المساهمة في إنتاج مضامين إعلامية أو التفاعل معها، فقد أظهرت بعض الدراسات عن المؤسسات الإعلامية في أربع دول أوروبية، محدودية الخدمات الإخبارية الإلكترونية التفاعلية على مواقعها، ومحدودية استخدامها للمضامين التي ينتجها المستخدم؛⁽¹⁾

كما كشفت دراسة أخرى عن قلة تواجد المدونات على موقع صحيفة the Guardian واستمرار ممارساتها للدور التقليدي لحراسة البوابة؛⁽²⁾

- بالرغم من وجود مؤشرات حول أهمية المضامين التي ينتجها المستخدم، ووجود رغبة متزايدة من قبل المستخدمين في المساهمة في إنتاج مضامين إعلامية فإنّ معظم المؤسسات الإعلامية لا تزال تتجاوب ببطء مع هذه التطوّرات ولا تزال مترددة في تبني موقف محدّد إزاء التعامل مع هذه المضامين، وهو ما يشير لوجود مخاوف هذه المؤسسات على هويتها وعلى قدرتها بالتحكم فيما تنتج؛⁽³⁾

- تقتصر مشاركة المستخدمين في هذه المواقع على إرسالهم ردود أفعال عما يُنشر بالفعل، ولا تتعداه للمشاركة الحقيقية في إنتاج مضامينها؛

- لا يرغب الكثير من القائمين بالاتصال ومنتجي المضامين الإعلامية في المواقع الإلكترونية بالتخلّي عن مهامهم التقليدية من حيث التحكم في عملية إختيار ونشر المضامين الإعلامية، كما أنّهم غير راغبين في تخويل هذه المهمة للمستخدمين، ومن ثمّ فهم يتجاهلون هذه المضامين ولا يوفّرون لها مساحة على مواقعهم ويقلّلون من أهميتها الإعلامية ويغالون في تأثيراتها السلبية على العمل الصحفي وأخلاقيات المهنة، وإنّ ظهرت دراسات أخرى وجود تحوّل في مواقف الصحفيين والمؤسسات الإعلامية إزاء الترحيب بمضامين المستخدمين، غير أنّ ثمة عوائق مجتمعية وتنظيمية ومهنية تقف أمام فتح المجال لها بشكل أكبر؛⁽⁴⁾

- أظهرت بعض الدراسات وجود حاجة ماسة لأنّ تغير المؤسسات الإعلامية من طرق تواصلها مع الجمهور، بحيث تتبنّى أكثر مفهوم الإتصال القائم على الحوار والمشاركة؛⁽⁵⁾

(1)- Matheson, D: Weblogs and the Epistemology of the News "Some Trend in Online Journalism". New Media & Society, 06(04), 2002, p445

(2)- Hermida, A, & Thurman, N: Former Reference

(3)- Gillmor, D :We the media "Grassroots journalism by the people, for the people". Sebastopol O'Reilly, Californie, 2004, p112

(4)- Singer, J, B: The Socially Responsible Existentialiste". Journalism Studies, 07(01), 208, p03

(5)- Witt, Leonard: Constructing a Framework to enable an open source revention of journalism. First Monday. Newspaper Research Journal, 11(06), 2006, p163

- وجّهت بعض الدراسات إنتقادات لبطء استخدام المؤسسات الإعلامية للتقنيات التفاعلية على مواقعها، وانتهاجها مواقف مترددة فيما يتعلّق بتطوير علاقتها بالجمهور بشكل تفاعلي عبر مواقعها، وإن تباينت طرق تعامل هذه المواقع مع هذه المضامين ما بين السماح بالنشر المباشر لها "وهم قلة"، وما بين مرور هذه المضامين بمراحل تحريرية مماثلة لتلك التي يتعرّض لها ماينتجه الصحفيون المحترفون بل وأكثر تشدداً، باعتبار أنّها تأتي من أطراف غير محترفة ولا تدين بالولاء للمؤسسة ولا تستوعب سياستها التحريرية بشكل صحيح؛

وقد أشارت دراسات أخرى إلى أنّ النسبة الغالبة من هذه المضامين تتعرّض للكثير من التعديلات للتأكد من سلامتها من ناحية المعلومات والحقائق واللغة والأسلوب وخلوها من الأخطاء ومن التعدي على حقوق الآخرين، ومن إلزامها بمبادئ وسياسة المواقع التي تستضيفها وخلوها من ما من شأنه أن يعرضها للمساءلة القانونية والأخلاقية. (1)

- أشارت هذه الدراسات لبعض العوامل التي تحدّ من نشر مواقع المؤسسات الإعلامية للمضامين التي ينتجها المستخدمين، ومن بينها: (2)

- الإعتبارات القانونية الخاصة، حيث بإمكانية مساءلتها عمّا قد ينشره المستخدمين على صفحاتها؛

- الخسائر المادية التي قد تتكبدها في حالة وقوع بعض المخالفات؛

- العوامل الإقتصادية المرتبطة بتكلفة متابعة هذه المضامين ومراجعتها وتأثيرها على سمعتها ومكانتها

ومصداقيتها، بالإضافة للجهود المبذول في متابعة ما يرسله المستخدمين للتأكد من قيمته الصحفية وجودة أسلوبه؛

- بالرغم من تزايد رغبة المستخدم في إنتاج مضامين صالحة للنشر إلا أنّ سلوكه الإستهلاكي لمضمون وسائل الإعلام لم يتغيّر، ففي دراسة فنلندية وجدت أنّ عدداً قليلاً من المستخدمين يساهمون في تزويد المواقع بمحتوى إعلامي، فهم يتلقون أكثر ممّا يشاركون بنشاط، ولا تزال رغبتهم في التفاعل في الفضاء التديني محدودة. (3)

(1)- Paulussen, Steve & Ugille, Pietr: "User Generated Content in the Newsroom" Professional and Organizational Constrains on Participatory Journalism". Communication and Culture University of, 05(02), 2008, p26

(2)- Papacharissi, Z: "The Blogger Revolution Audiences as Media Producers" Content Analysis of 260 Blogs in M, Tremayne (ed), Blogging." Citizenship and the Future of Media, 06(03), 2007, p29

(3)-Hujanen, Pietikainen: "Interactive Uses of Journalism Crossing Between Technological Potential and Young People " News Using Practices". New Media and Society, 03(01), 2014, p179

||| -3 -3 - أبرز التحوّلات ذات الصلة بصناعة المضامين

أفرزت صناعة المضامين في البيئة الإعلامية الجديدة عديد التحوّلات، منها:

أولاً- التحوّل في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة:

منذ ظهور النّت بدأ البعض يتحدّث عن نهاية مصطلح الجمهور التقليدي Audience والدّعوة لإستبداله بمصطلح المستخدمين User، بإعتباره يتّجه مباشرة للمعنيّين بالتّواصل مع هذه المواقع والجمهور الفعلي لها، وباعتباره يتّصل مباشرة بالأفراد الذين يقومون بالفعل بتغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها، وباعتبار أنّ العلاقة بين الجمهور والوسائل الجديدة لم تعد قائمة على التلقّي بمعناه الكلاسيكي أي عبر المشاهدة والإستماع والقراءة، بل على الإستخدام النّشط عبر سلسلة لامتناهية من العمليّات (النّسخ، الطّبع، الإرسال، المقالات، إعادة نشر الموضوعات على الشّبكات الإجتماعيّة والتعليق عليها وتصنيفها وتوصية الآخرين بتصفحها،...)(1).

فمصطلح الإستخدام هنا (Usage/Use) يختلف بهذا المعنى عن مصطلح التلقّي (Reception)، فمستخدم الوسائل الإعلاميّة الجديدة يختلف في سماته وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع من ناحية علاقته المركّبة بهذه الوسائل الجديدة، كما أصبحت الدّراسات الإعلاميّة الحديثة تنظر للجمهور كمنتج وصانع للفعل الإتصالي، وعلى أنّه مستخدم حرّ ومستقلّ في تحركاته وتفاعلاته مع الآخرين، وأن احتياجاته الذاتيّة هي التي تحدّد غالباً إستهلاكه للمضامين الإعلاميّة، ومن ثمّ تعدّدت المصطلحات المستخدمة في وصف عمليّة تحوّل الجمهور من عملية التلقّي إلى فعل التّأليف عبر إنتاج مضامين متنوّعة في البيئة الإلكترونيّة مثل "إعلام النّحن، وإعلام الجماهير وإعلام المواطنين، والإعلام الإجتماعي،...". في ظلّ الحديث عن ظاهرة الجمهور المؤلّف، والذي أصبح يتمتّع بسلطة جديدة تتمثّل في إعادة تبويب المواد الإعلاميّة وإدراجها في فئات من ابتكاره. كما بدأ الإهتمام بمصطلح المستخدم كبديل عن مصطلح الجمهور، وكذلك بمصطلح "المتواصل Communicatee"، حيث يتمّ تعريف "المتواصل" بأنّه الشّخص الذي وقع عليه الفعل الإتصالي، وأنّه يقوم بدور مساوٍ للفعل الذي يقوم به المتّصل Communicator.(2)

(1)- BEAM, RANDAL A : The Social Characteristics of U.S. Journalists and Their "Best Work". Journalism Practice, 02(01), 2008, p06

(2)- BIVINGS GROUP: The Use of the Internet by America's Newspapers.18 December 2008.
http://www.bivingsreport.com/2008/ the-use-of-the-internet-by-americas-largest-newspapers-2008-edition, Accessed 17 June 2020

ثانياً- التحوّل في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإلكترونية:

حيث بدأ الحديث عن مراقبة البوابة Gatewatching كبديل عن مصطلح حراسة البوابة Gatekeeping باعتبار أن دور المشرفين على المواقع الإلكترونية يتمثل غالباً في مراقبة ومتابعة وإدارة ما ينشر على المواقع أكثر مما يتعلّق بحالات المنع والحذف والإضافة، إذ لم يبقوا يمارسون الدور التقليدي لحارس البوابة، بقدر ما يقومون بتسهيل تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها، كما أصبحت علاقتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعلية ومشاركة وديمقراطية في إنتاج المضمون، أكثر من كونها علاقة ذات اتجاه رأسي، يكتفي فيها الجمهور بتلقّي ما يملى عليه. (1)

ثالثاً- التحوّل نحو التنوّع في مصادر المعلومات:

حيث لم تعدّ المعلومة والخبر والرأي حكراً على طرف ما دون غيره، بل أصبح بمقدور الجميع المساهمة في إنتاج المضامين المختلفة، حيث ظهرت أطراف أخرى بمقدورها أن تمارس سلطة مماثلة تقريباً للسلطة التي تمارسها وسائل الإعلام في البيئة التقليدية، مع تنوّع وتعدّد الفرص التي تتيحها الإنترنت من أجل سماع أصوات متنوّعة ومتعدّدة ومتباينة في ساحة مفتوحة. (2)

رابعاً- التحوّل في المفاهيم الإدارية الإعلامية:

ومن أبرز ملامحها: (3)

- غموض التفرقة بين المنتجين والمستهلكين، خاصة بعد زيادة إنتاج المستخدمين لمضامينهم الخاصة في وقت بدأت فيه المواقع الإعلامية تخصص أقساماً خاصة لذلك في صورة مدونات ومنتديات وتجمّعات إلكترونية وتعليقات، وغيرها، وهو ما أثار نقاشاً حول كمّ المنتج والمقروء والمستهلك من هذا المنتج، وحول ما تمثّله هذه المضامين من توفير موارد ماديّة للمؤسسات الإعلامية، ومن إمكانية الاستفادة منها في زيادة رقعته الإعلانية، وتسويق المؤسسة وسمعتها ومنتجاتها عبر شبكة الإتصالات التي ينخرط فيها المستخدمين عبر التدوين والتعليقات ومشاركة الملفات والبرامج مفتوحة المصدر والبودكاست ومحركات البحث والشبكات الإجتماعية وبرامج الويكي "Wiki" والوسوم "Tag".

وبينما تقوم الإستراتيجيات السابقة على افتراض أن وسائل الإعلام تمثّل المصدر الوحيد للخبر والمعلومة، يقوم النموذج الجديد على تعدّد المصادر، ممّا يستدعي معه التخلّي عن الإدارة الفوقية، والسعي لتوظيف شركاء آخرين ضمن هذه الإستراتيجية، ومراجعة المفاهيم التي تقوم على تكديس عدد كبير من الجمهور السلبي حولها دون الاستفادة منه في زيادة مدخلاتها، وكذلك مراجعة مقولة أن الإعلانات هي

(1)- Williams, Bruce & Carpini, Michael: Monica and Bill All the Time and Everywhere "The Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment". American Behavioral Scientist, 47(09), 2004, p21

(2)- Williams, Bruce & Carpini, Michael: Ibid, p23

(3)- Project for Excellence in Journalism (2009) "State of the News Media: An annual report

On American journalism". 13/02/2009, <http://www.stateofthemediamedia.org/2009/index.htm>, Accessed 10 June 2020

"المصدر الوحيد للدخل"، واستحداث مفاهيم تعكس هذا الواقع الجديد مثل مفهوم الوسائط المولدة لمضامين المستخدم "Consumer Generated Media"، ومفهوم الخلق أو الإبداع المشترك "model Co-creation"؛

- بدأت بعض المؤسسات الإعلامية والترفيهية تتخوف من زيادة رغبة المستخدمين في إنتاج المضامين الخاصة بهم، وتعتبره تهديداً لها، فهم منافسين جدد ولا يقل تأثيرهم عن تأثير التطورات التكنولوجية المتسارعة أو المنافسين التقليديين.(1)

خامساً- ظهور تحولات إيجابية وأخرى سلبية في الممارسات الصحفية:

حيث تساعد هذه المضامين في إثراء وإغناء الحوار العام والنقاش الجماعي وتنشيط الحياة الديمقراطية في المجتمعات، وإعادة صياغة مفهوم صناعة الأخبار واستحداث فنون توصيل صحفية جديدة وتوسيع دائرة تغطية الأحداث، وإدراج مصادر جديدة وتوسيع دائرة المشاركين في جمع وتحرير وإنتاج الأخبار.(2)

كما أنها تساعد في زيادة درجات التعاون بين المشرفين على المواقع الإعلامية والمستخدمين، وإحداث تغييرات في إدارة عملية حراسة البوابة، وتغيير شكل إنتاج المضامين عما سبق، بحيث تنشر مشفوعة بالوسائط المتعددة، ويتم توزيعها عبر شبكة واسعة النطاق من الإتصالات، وبما يزيد من قدرتها على تشكيل رأي عام إزائها، وفي المقابل أسفرت هذه الظاهرة على ظهور مضامين ناتجة عن سياق غير مؤسسي، وغير ملتزمة بالتقاليد المهنية التقليدية، وبخروج بعضها عن أخلاقيات العمل الصحفي، واختلاطها بالمواد الإعلانية في الكثير من المواقع الإعلامية.(3)

سادساً- التحول في طبيعة إدارة العمل الصحفي:

حيث لم يعد الإتصال بين منتجي المضامين الإتصالية والمستخدمين ذا اتجاه خطي واحد، بل أصبح تعددياً ودائرياً وشبكيًا، كما زاد معدل التواصل بين المستخدمين وبين المشرفين على المواقع عبر أدوات متنوعة ومتعددة، كما قلّت الضغوط التقليدية الخاصة بالوقت والمساحة عما كان من قبل، وكذلك لم يعد الصحفي حارس بوابة فقط، بقدر ما هو مراقب ومدير للحوار الذي يساهم فيه المستخدمين.(4)

(1)- Bowman, S & Willis, C: The future is here, but do news media companies see it?. Nieman Reports, Journalism Studies, 59(04), 2005, p6

(2)- Bergstom, Annika: "The Reluctant Audience" Westminster Papers in Communication and Culture." Journalism Studies, 05(02), 2008, p63

(3)- Bowman, S & Willis, C : Ibid, p8

(4)- Haas, Tanni : "From Public Journalism to the Public's Journalism" Rhetoric and reality in the discourse on weblogs". Journalism Studies, 06(03), 2005, p59

وقد طرحت هذه التحوّلات عدّة تساؤلات جديدة:

حول الدّرجة المسموح بها للمستخدمين للمشاركة في إنتاج مضامين المواقع الإعلامية؟. وطبيعة الدّور الذي يمكنهم القيام به؟. وإلى أيّ مدى يمكن الإستعانة بهم في المراحل المختلفة من العمليّة الصحّفيّة؟. وهل ستُطبّق على إنتاجهم نفس المعايير المطبقة على إنتاج الصحفيين المحترفين؟. وحدود حرّيّة المستخدمين؟. وطرق تحفيزهم للمشاركة المتواصلة؟. ومدى حرّيّة ولاء وإخلاص المستخدم لموقع دون آخر؟. والمبادئ والأسس التي يجب أن تحكم العلاقة بين الموقع الإعلامي وبين المستخدمين؟. وكذلك طُرحت تساؤلات حول هويّة المؤسّسات الإعلامية، وهل تتماثل مع المواقع الأخرى القائمة على استضافة مضامين المستخدمين؟. فالمؤسّسات الإعلامية لديها بالفعل ما تبيّه وتشره، بينما المواقع الأخرى مثل YouTube ماهي إلّا أوعية فارغة، وبقاءها يعتمد على المستخدمين، بينما يتوافر بهذه المؤسّسات طاقم إعلامي خاص قادر على إنجاز المهمة بنفسه، وكذلك طرحت تساؤلات حول الدّرجة المسموح بها في مراقبة المضامين التي ينتجها المستخدم، وتعديل هذه المضامين؟(1)

سابعاً- حدوث تغيّر في طبيعة الأدوات المنهجية المستخدمة

فبينما كانت الدّراسات السابقة تنطلق من تصوّر سلبي للجمهور باعتباره مُستهلكاً للمضمون مُستخدمة أدوات منهجية تعكس هذا التّصوّر مثل أداة الـLogfile، والـCookie، والـEye Tracking، بدأت الدّراسات الحديثة باستخدام الكثير من الأدوات التي تجمع ما بين دراسة محتوى المواقع الإلكترونيّة وقياس اتجاهات وتصورات المستخدمين المشاركين في إنتاج المضامين، والقيام بمعايشة إثنوجرافية ومقابلات متعمّقة واستبيانات مع القائمين على إدارة محتوى المواقع الإلكترونيّة مع الإستفادة من الأدوات التي توفرها البيئّة الإلكترونيّة مثل المسوح الإلكترونيّة، مع إمكانيّة استخدام وسائل أخرى مثل تحليل الخطاب والدراسات التجريبيّة والتحليليّة.(2)

(1)- Hermida, A, & Thurman, N: Former Reference

(2)- Paulussen, Steve & Ugille, Pieter: "User Generated Content in the Newsroom" Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism". Westminster Papers in Communication and Culture, 05(02), 2011, p82

ثامناً- إعادة قراءة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في إطار إيستمولوجي جديد

بالمقارنة بين رؤيتين، تتبنى الأولى تصوّر يرى أنّ السبب وراء هذا البطء هو تحكّم ذهنيّة النّشر الورقي في وسائل الإعلام التي إنتقلت للبيئة الإلكترونيّة وسعيها لحماية وسائل الإعلام التقليديّة من إمكانيات التنوّع والتعدّد والإفتاح التي تتيحها هذه الوسائل الجديدة، وباعتبار أنّ الإعلام الجديد يمثّل تهديداً صريحاً للإحتكار التقليدي لهذه الوسائل، وحرص هذه المؤسّسات على المحافظة على النموذج الإتصالي التقليدي القائم على النخبويّة والأحاديّة. (1)

وهو ما يعكس في قلة توظيفها لأشكال التفاعليّة المتوافرة في البيئة الإعلاميّة الجديدة وذلك في مقابل رؤية جديدة للإعلام ووظائفه الثقافيّة والسياسيّة، تقوم على تصوّر تعدّد المنتجين في صناعة المضامين الإعلاميّة وعلى ضرورة تبني قيم التفاعليّة والتعدديّة والافتتاح والحوار بين كلّ الأطراف المعنيّة بالعمل الصحفي.

III - 3 - 4- المداخل النظرية لدراسة صناعة وإنتاج المضامين

الإعلاميّة في البيئة الجديدة.

تعدّدت المداخل النظرية التي طرحت في مجال صناعة الإنتاج والمضامين الإعلاميّة الإلكترونيّة، والتي يُمكن الإستفادة منها في تحليل واقع صناعة المضامين التي ينتجها المستخدمون، وتتلخّص هذه المداخل في:

أولاً- مدخل صحافة المواطن Citizen Journalism

وهو مدخل يُعنى بتحليل الدور البارز الذي يلعبه المواطن العادي والمستخدم لتكنولوجيا الإتصال والإنترنت في التّواصل مع الآخرين، وفي القيام بدور إعلامي من خلال جمع المعلومات والأحداث ونشرها بوسائل متنوّعة من بينها المدوّتات والمواقع. وقد تزايد الحديث عن هذه النوعيّة من الصّحافة بدايةً تراجع توزيع الصّحف في العالم ونموّ ظاهرة الصّحافة المجانيّة وتراجع العائدات الإعلانيّة للصّحافة المطبوعة بجميع أصنافها، وفي ظلّ التفتّت والتّراحم الذي تشهده السّوق الإعلاميّة بفعل تسابق القنوات التلفزيونيّة على استقطاب الجمهور، في وقت تتراجع فيه العائدات الإعلانيّة لوسائل الإعلام، وفي وقت زاد فيه الإعتماد على الحوسبة والرّقمنة والتّشبيك في الإتصالات الدّائرة بين الأفراد والمؤسّسات، كما زاد الإعتماد على الإنترنت كمصدر للأخبار والترفيه، خاصّة مع تمّتها بقدرات تفاعليّة فائقة وبقدرة هائلة على إضفاء طابع شخصي على عمليّة استخدامها، وعلى عمليّة تقاسم وتشارك المعلومات بين مستخدميها والذين ينتمون لفئات إجتماعيّة وثقافيّة متنوّعة.

(1)- Sweetser, K & Golan, G: "Intermedia agenda setting in television" Advertising, and blogs during the 2004 election". Mass Communication & Society, 01(03), 2011, p203

ومن بين المصطلحات المستخدمة في هذا الصدد مصطلح صحافة المواطن Citizen Journalism وصحافة المجتمع المدني Civil Journalism، الصحافة القاعدية Grassroots Journalism، الصحافة المشاركة Participatory Journalism، الإعلام التشبيكي Networked Journalism، الصحافة ذات المصدر المفتوح Open Source Journalism، الإعلام التعاوني Collaborative Journalism، الإعلام العمومي، الإعلام المتدفق، والإعلام القائم بذاته Stand-alone (1).

وصحافة المواطن هي صحافة متنوعة سواءً من ناحية الشكل أو الإمكانيات أو طبيعة الملكية، وقد أثارت إهتمام الكثير من الباحثين لمقدرتها على تحفيز المشاركة العامة في الحياة الديمقراطية عند دمجها بوسائل الإعلام، ولتميزها عن الصحافة العامة بعدم تسولها للآراء من قبل جماعة معينة ودعوتهم للحديث والنقاش في موضوع محدد، ولسامحها للمستخدمين بإدراج تعليقاتهم وقصصهم ضمن الموضوعات التي تطرحها وفي المجالات التي يرغبون بالمشاركة بها. (2)

وقد طرح الباحثون الذين اهتموا بدراسة صحافة المواطن عدة مقاربات نظرية لدراستها من بينها: (3)

أولاً- 1- مقارنة Chris Anderson: والتي تختصر إعلام المواطن في خمسة نماذج هي:

- الصفحات الشخصية على الإنترنت؛
- نموذج مركز الإعلام المستقل (تنظيم وتغطية الحركة المناهضة للعولمة دون اللجوء إلى وسائل الإعلام التقليدية)؛
- المدونات؛
- المواقع الإعلامية شديدة المحلية Hyperlocal Media؛
- المشاريع الإعلامية التي تعتمد على الترابط المتكامل، وتوجد بين الجمهور القديم والإعلاميين المحترفين؛

(1)- Aubert, A & Nicey, J: Citizen photojournalists and their professionalizing logic. Digital Journalism, 03(04), 2015, p557

(2)- Bosshart, S & Schoenhagen, P: Amateurs striving for news production " Can they compete with professional journalism? ". Communication Sciences, 13(02), 2013, p140

(3)- Gilliland, Nikki : New and creative examples of user-generated content, February 7, 2019. Available from: <https://econsultancy.com/creative-examples-usergenerated-content-marketing/>, Accessed on: 07 March 2020

أولاً-2- مقارنة تُصنّف مواقع إعلام وصحافة المواطن في ستّة فئات رئيسية:

- مواقع المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تضمّ عناصر تشاركية (مثل موقع CNN، وBBC، ...)
- مواقع إخبارية مستقلة تنشر تحقيقات ولقاءات وغيرها من الفنون الصحفية؛
- المواقع الإخبارية التي تقوم على المواطنة التشاركية بالكامل مثل موقع OhMyNews وIndymedia؛
- المواقع التي تقوم على المساهمة الجماعية والتعاونية والتي تدمج بين واجهات المدونات ومنتديات الحوار، وتشتمل على آليات وظيفية لتسهيل عملية التصنيف والتنظيم الآلي للمضامين؛
- وسائل إعلام أخرى خفيفة (thin media)، القائمة على استخدام القوائم البريدية الإلكترونية والنشرات الإلكترونية في التواصل؛
- مواقع البث والتوزيع الشخصي Personal Broadcasting سواءً المتمثلة في مضامين تسجيلية أو صوتية؛

ثانياً- مدخل صحافة المشاركة Participatory Journalism

بالرغم من ظهور مصطلح صحافة المشاركة منذ سنوات عديدة إلا أن الباحثين لم يتوصلوا بعد لتحديد دقيق لأبعاده، وإن كانوا يعنون به العمليات الإدارية والتحريرية والتقنية التي تسمح بالاستفادة من مساهمات القراء ونشرها في المخرجات الإعلامية، وهو مفهوم جديد يعبر عن التوجه المتزايد من قبل الجمهور للمشاركة في صناعة المضامين الإعلامية، كما يعبر عن وجود ميول متنامية لدى المؤسسات الإعلامية إزاء إفساح مجال المشاركة أمام الجمهور للمساهمة في تزويدها بالخبر والمعلومة والرأي وغيرها. وقد ظهرت الدراسات الأولى المتعلقة بصحافة المشاركة عام 2004 ببريطانيا، ومن بينها دراسة أجريت عن اتجاهات الصحفيين الإلكترونيين إزاء صحافة المشاركة، والتي خلص فيها إلى قلة المواقع الصحفية التي تستضيف مدونات، وتلك التي تسمح للمساهمين بالتعليق على ما ينشر بها من آراء، وإلى استمرارها بالقيام بالممارسات التقليدية لحراسة البوابة، فنسبة 80% من المساهمات التي يقدمها القراء يتم تحريرها وتعديلها وفقاً لسياسات المؤسسة الإعلامية، وإن أظهر الصحفيون اتجاهات متباينة إزاء رؤيتهم لصحافة المشاركة، فبينما قالوا أن مضمونها يفتقر لحرفية ومهنية التغطية الصحفية التقليدية، أبدوا من جهة أخرى بعض التقدير لأهمية المضامين التي ينتجها المستخدمين وإمكانية الاستفادة منها كمصدر للقصص الصحفية وتقديم تغطية متنوعة وعميقة للأحداث، وكأسلوب يزيد من ولاء وانتماء الجمهور للمؤسسة، وإن أكدوا على ضرورة إلزامها بالتقاليد والممارسات الصحفية المعروفة. (1)

(1)- Borger, M & Van, Hoof : Expecting reciprocity "Towards a model of the participants perspective on participatory journalism". New Media & Society, 18(05), 2015, p711

وفي ظل تنوع المسميات التي أطلقت على صحافة المشاركة، بدأ يظهر مصطلح "المحتوى القائم على الإستخدام" كبديل، وتم تطويره من خلال عدة مسوح كشفت عن تزايد الإستفادة من المضامين التي ينتجها المستخدمين بنهاية 2006 مع زيادة عدد المدونات وتزايد نسبة السماح للتعبير على ما يُنشر، وتدرجياً بدأت تزداد نسبة قبول المصطلح إتساعاً خاصة مع تزايد تخصيص المواقع الإخبارية لمساحات على صفحاتها لمدونات المستخدمين، وهي خطوة أُعتبرت بمثابة تحول كبير عن نماذج النشر التقليديّة، بإعتبارها تقدّم نافذة من الأخبار والآراء من وجهة نظر المستخدمين خاصة مع سماح بعض الصحف البريطانيّة مثل The Times، و The Guardian للمستخدمين بالقيام بأدوار أكبر مثل تحرير موادهم بأنفسهم، على أن يتم ذلك وفقاً لسياسة هذه المؤسسات في وقت لا تزال يغلب على هذه المساهمات الطابع النصّي أكثر من الطابع الخاص بالصورة والفيديو وغيرها.

ومن المقاربات المطروحة في مجال دراسة صحافة المشاركة، تقسيمها إلى مستويات من

بينها: (1)

- **الشخصنة في مقابل الإنتاج** customization versus production: إذ بينما تُسفر عملية المشاركة في الإنتاج على نشر موضوعات وصور وأخبار وفيديوهات وغيرها، فإنّ شخصنة المضمون وفقاً لإهتمامات المستخدمين لا يؤدي إلى قيامهم بمجهود فعلي، حيث يكون بمقدورهم التحكم في المضامين من خلال عدّة تقنيّات خاصة؛

- **محتوى المشاركة** إذ تتنوع محتويات المشاركة ما بين معلومات وترفيه، ومشاركة خاصة وأخرى عامة، ومضمون قائم على موضوعات عامّة وجماهيرية وآخر قائم على موضوعات شبه شخصية وحياتية، وثالث قائم على معلومات وأخبار، ويسمح المضمون الأخير للمستخدمين بالقيام بمساهمة أكثر فعالية في العمل الصحفي؛

- **النموذج المتبع في إنتاج وإدارة عملية المشاركة من قبل الجمهور** فهو إما مركزي أو لامركزي، إذ بينما تختار المؤسسة الإعلامية في النموذج الأوّل كل المضامين وبدون تعاون كبير بين المستخدمين، فإنّ النموذج الثاني يقوم على جهد جماعي من مستخدمين مختلفين.

ثالثاً- مدخل صحافة المصادر المعتمدة على الجماهير Crowdsourcing Journalism

وهي شكل من التغطية الجماعية، تتمّ فيها التغطية بمساهمة عدد من المستخدمين وبمعاونة وإدارة محرّر مركزي وباستخدام بعض البرامج التي تسمح لهؤلاء المستخدمين بإدراج صورهم ولقطات الفيديو الخاصة بهم وتعليقاتهم بشكل آلي وفوري وتختلف هذه التغطية عن التغطية التقليديّة

(1)- Niekamp, R: Opportunity lost: Blogs on local TV station web sites. Electronic News.01(03),

2007, p150

في أنّ المعلومات التي يتمّ تجميعها تتمّ من خلال وسيط آلي مثل الموقع الإلكتروني، وهي تعتمد على استخدام آلة ردّ متّصلة بالهاتف، حيث تتطلّب المؤسّسة من القراء إقتراح فكرة قصص أو إرسال صور عن الأحداث في مجتمعاتهم، وتتضمّن هذه النوعيّة من الصّحافة تطبيقات إلكترونيّة تساعد في عمليّة الجمع والتّحليل والنّشر لتقارير القراء في نفس الوقت، ومن أمثلتها موقع Accident Watch، وموقع GasBuddy.com، ويستخدم هنا مصطلح pro-am journalism كتعبير يجمع بين مساهمات الهواة والمحترفين professional and amateur.(1)

وبينما لم تنجح صحافة المواطن كثيراً في تغيير طبيعة العمل الصحفي، فإنّ هذا النوع الجديد من الصّحافة يتوقّع أن يسفر عن بعض التّغييرات، فهذه النوعيّة من الصّحافة لا تتطلّب نوعيّة معيّنة من المواطنين لكي يكونوا صحفيين ولا تشترط تفرّغهم للعمل الصحفي، فكل ما يقوم به المستخدم هو لعب أدوارهم التّقليديّة كشهود عيان على الأحداث اليوميّة وتزويد هذه المواقع بما يُستجدّ من أحداث، مع مرور ما يرسلونه عبر القنوات الصحفيّة التّقليديّة.(2)

وتُثير هذه النوعيّة من الصّحافة آراء مؤيّدّة وأخرى معارضة لها، فالمؤيّدون يرون أنّها تسمح للمستخدمين بالمساهمة في تغطية الأحداث والتّطوّرات التي تهتمّ بها وسائل الإعلام في إطار من الشّفاقيّة والانفتاح، كما تساعد في تقديم تغطية صحفية مميزة تغوص في قاع المجتمعات المحليّة. بينما يرى المعارضون أنّها لا تفي بالمتطلّبات الصحفيّة وتفقر للحرفيّة لإعتمادها على ممارسين هواة للعمل الصحفي، كما أنّها عرضة للتّحيّزات الشّخصيّة والسياسيّة ولا تتمّ إلاّ بناءً على ما يراه هؤلاء الهواة مهمّاً للنّشر، أو مجرد تلبية لرغباتهم في المشاركة، كما لا يمكن التّحقّق من معلوماتها بشكل مباشر.(3)

(1)- Hermida, Alfred & Thurman, Neil: "A Clash of Cultures" The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". Journalism Practice, 02(03), 2008, p49

(2)- Aitamurto, T: "Crowdsourcing as a Knowledge Search Method in Digital Journalism " Ruptured Ideals and Blended Responsibility". Digital Journalism, 04(02), 2015, p284

(3)- Howerton, L: "Training citizen journalists " The news industry's responsibility? ". 19 April 2005, at http://www.poynter.org/article_feedback/article_feedback_list.asp?id=81098. Accessed 12 Mai 2020

رابعاً- مدخل الصحافة التعاونية Collaborative journalism

يسعى مفهوم الصحافة التعاونية إلى صياغة علاقة جديدة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتغيير المفهوم التقليدي للجمهور في ظلّ تصوّر يرى أنّ مساهمة الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية لا تقلّ من إمكانية إحتفاظ المؤسسات الإعلامية بسلطتها التقليدية، وأنه لا بدّ من طرح تصوّرات تسمح بالإستفادة من مساهمات المستخدمين في العملية الصحفية والإستجابة للتغيرات التي جلبتها التكنولوجيا الحديثة والتي تسمح للمستهلكين بلعب أدوار جديدة كمنتجين للمضامين، في وقت يتقوّض فيه الشعار التقليدي للصحافة "نحن نكتب، وأنت تقرأ".⁽¹⁾

ويستند منظور الصحافة التعاونية على التفرقة بين المضامين المقدّمة من قبل الجمهور في إطار صحافة المشاركة في مقابل الصحافة التعاونية collaborative journalism ، في ظلّ تصوّر يرى ضرورة منح المستخدم فرصة للمساهمة والمشاركة في إنتاج صحافة مهنية، بإعتبار أنّ مستقبل الصحافة يرتبط بمدى إستخدامها للمضامين التي يقدّمها المستخدم، ومدى إبتكارها لنماذج تساعد على الدمج بين الصحافة التقليدية والصحافة التعاونية القائمة على مساهمات المستخدمين وعلى الإستفادة من الإمكانيات التي توفرها الإنترنت، لكن مع الحفاظ على المعايير المتبعة في البيئة التقليدية بما فيها علاقتها بالمستخدمين.⁽²⁾

ومن المقاربات المطروحة في هذا الصدد ما طرحته بعض الدراسات من تفرقة بينهما، فالصحافة التعاونية تقوم بتغطيتها الصحفية عبر الإنترنت من خلال مجموعة متفرقة وغير منظمة من المستخدمين أو من خلال جماعة منظمة بشكل مؤقت أو عفوي حول حدث معيّن على الإنترنت، بينما ما يتمّ إنتاجه في المؤسسات الإخبارية المعروفة يقوم على عمل منظمّ من قبل مجموعة متعاونة وضمن فريق عمل له آلياته. وبينما يتمّ تنظيم المحتوى في الصحافة التعاونية من أسفل لأعلى فإنّه في صحافة المشاركة يتمّ التّحكّم فيه من أعلى لأسفل، وفي إطار مؤسسة إعلامية لها آلياتها وطرقها في التّحكّم في قنوات مشاركة المستخدمين في صناعة المضامين.⁽³⁾

(1)-Brabham, D.C: Motivations for Participation in a Crowdsourcing Application to Improve Public Engagement in Transit Planning. Journal of Applied Communication Research, 40(03), 2014, p316

(2)- Bowman, S & Willis, C: Previous reference, p11

(3)- Candea, S. & Krüger, U: Oligarchization and data feudalism in cross-border journalism: A critical analysis of global non-profit investigative networks. Conference abstract, Journalism across Borders Conference, Technical University Ilmenau, September 26-28 2018. Retrieved from <https://www.tu-ilmenau.de/mw/conference/program>. Retrieved: 17/05/2020

وبينما تتوزع مهام القيام بالرقابة على المضمون بين المستخدمين في الصحافة التعاونية فإنها تتم في إطار صحافة المشاركة ضمن مؤسسات إعلامية لها قواعدها وهيكلها التحريرية، وبينما تمارس الوسائل الإعلامية الكثير من الضوابط للتأكد من جودة العمل الإعلامي، فإن الكثير من المواقع التي تسمح بنشر مضامين من قبل المستخدمين لا تمارس مثل هذه الضوابط. (1)

خامساً- مدخل حراسة البوابة الإلكترونية Online gatekeeping

إهتمت دراسات كثيرة بالإستفادة من الرؤى النظرية التي طرحها مفهوم حراسة البوابة، وبيان أوجه التشابه والاختلاف في التعامل مع المضامين التي ينتجها المستخدمين على الإنترنت وفقاً لهذا المفهوم، وقد خلصت معظم هذه الدراسات إلى وجود حالة من التردد في السماح للمستخدمين بالمساهمة في القيام بالمهام التقليدية لحراسة البوابة مع سعي معظم المؤسسات الإعلامية للحفاظ على ممارساتها التقليدية لحراسة البوابة في البيئة الإلكترونية، حيث أعرب الصحفيون عن مخاوفهم من تأثير فتح البوابات الإلكترونية لمضامين المستخدمين على أخلاقيات المهنة وعلى ممارساتها التقليدية وإن أظهرت هذه الدراسات مجرد ميول متنامية لدى الصحفيين نحو استخدام هذه المضامين بشكل أو بآخر، ولكن في ظل تساؤلات لاتزال مطروحة حول قيمتها وجدارتها الصحفية. (2)

ومن المقاربات التي طرحها الباحثون لقياس إتجاهات الصحفيين إزاء المهام الجديدة لحراسة البوابة في البيئة الإلكترونية مقارنة المتصل "Continum"، حيث تم تصنيف الصحفيين لثلاث فئات: (3)

- **المُبدعون:** وهم الصحفيون الذين يرحّبون بدمج السمات التفاعلية ضمن المواقع الإخبارية؛
- **الأصوليون:** الذين يقفون على الطرف الثاني من المتصل وينتهجون طريقة الإتصال الأحادي من طرف ما إلى عدة أطراف؛
- **التقليديون:** الحذرون الذين يترددون في القبول بالمستخدمين كطرف مُساهم في عملية حراسة البوابة.

(1)- Wall, M: Mapping citizen and participatory journalism" In newsrooms, classrooms And beyond". Journalistic Practice, 11(03), 2017, p137

(2)- Bruns, A : Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback " new challenges for Journalism". Brasillian Journalism Research, 10(02), 2011, p127

(3)- Charles, A: Interactivity"New media, politics and society". Peter Lang, Oxford, 2012, p51

سادساً- مدخل بناء الأجندة الإلكترونية-Building Online Agenda

وهو مدخل نظري تمّ تطويره في إطار دراسات وضع الأجندة، وهي الدراسات التي توضح دور وسائل الإعلام في إبراز القضايا التي تهتمّ الجمهور. ويفترض مدخل بناء الأجندة وجود عدّة قوى تشكّل أجندة وسائل الإعلام، وهو يهتمّ بالطريقة التي تتفاعل فيها الصحافة مع المؤسسات الأخرى في المجتمع من أجل صناعة القضايا التي تهتمّ الجمهور، ومن بين المقاربات المطروحة في هذا الصدد ماتمّ طرحه من مستويات في بناء الأجندة وهي: المستوى الفردي، الروتيني، التنظيمي، مستوى ما وراء وسائل الإعلام، والمستوى الإيديولوجي. وفي إطار هذه المقاربة يمكن دراسة الجمهور بإعتباره أحد القوى الخارجية أو ما سمّي بما وراء قوى وسائل الإعلام extra-media force، والتي تتمثّل في الحكومة ومؤسسات العلاقات العامة والمصادر الإخبارية ذات النفوذ وجماعات المصالح ووسائل الإعلام الأخرى، ويركّز هذا المدخل على عملية وضع الأجندة ومدى قدرة الجمهور على التأثير في بناء الأجندة. (1)

وبينما يتمّ إعتبار الجمهور أحد مصادر القوى المشكلة لبناء أجندة وسائل الإعلام الإلكترونية، فإنّه نادراً ما كان يتمّ إعتباره مصدراً للتأثير الخارجي على أجندة وسائل الإعلام التقليدية، حيث يتواصل الصحافيون مع مستخدم لا يرونه ولا يسمعونه، ويتمّ الحوار بينهم في إتجاه واحد وفي إطار سياق عمل يتأثر بشكل كبير بمصادر الأخبار وبالمتخصّصين وبالعلاقات العامة. ومن ناحية أخرى أظهرت عدّة دراسات أنّ الصحفّيين العاملين في البيئة الإلكترونية أكثر إدراكاً ومعرفة بإهتمامات المستخدمين من الصحفّيين العاملين في البيئة التقليدية، نظراً لتواصلهم وتفاعلهم المستمرّ مع الجمهور، وأنّه بمقدورهم ترجمة هذه التفضيلات في إطار سعيهم لبناء الأجندة. (2)

(1) - Althaus, S & Tewksbury, D : Agenda setting and the “new” news:Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times.Communication Research, 29(04), 2002, p199

(2)- Boczkowski, P: The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. Journal of Communication, 54, 2004, p198

سابعاً- المداخل النظرية المعنوية بمفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم UGC

تعتمد هذه المداخل على عدة مقاربات تمّ طرحها في إطار الدراسات التي إهتمت بتحليل الجوانب المتعلقة بمفهوم التفاعلية، وهو المفهوم الذي أشارت عدة دراسات إلى قلة تواجده على المواقع الإخبارية، ومنها تقسيم التفاعلية إلى عدة أبعاد: (1)

٦ من المستخدم للمستخدم؛

٦ من المستخدم لوثيقة ما؛

٦ من المستخدم لنظام.

ويقوم هذا النموذج على أن التعليق على المواقع الإخبارية يسهل ليس فقط الإتصال بين المستخدمين (من مستخدم لآخر)، بل يمكن أيضاً المستخدمين من خلق مضامينهم الخاصة بهم، ويعكس هذا التصور مستوى التحكم في إتجاهات الإتصال (إتجاه واحد في مقابل إتجاهين) وحالة التفاعل ما بين مستخدم وآخر، وطبيعة المستخدم (نشط أو سلبي)، وكذلك طبيعة التفاعلية في حالة التواصل ما بين المستخدم والوثيقة. وفي السنوات القليلة الماضية بدأت الدراسات تهتمّ بطرح مقاربات لدراسة المضامين التي ينتجها المستخدم من عدة مناظير مثل المنظور الثقافي بمقارنة دور المستخدم كمتلقٍ ومشارك، والمنظور الإقتصادي بمقارنة أدوار المستخدمين كمنتجين ومستهلكين، ومنظور علاقات العمل بمقارنة إنتاج المضامين من قبل الهواة والمحترفين. كما طرحت مقاربات تعتمد على مدخل الإستخدامات والإشباع في صورته الجديدة المتوافقة مع طبيعة الإعلام الجديد والتي تؤكد على تعمّد متصفح الإنترنت البحث عن محتوى محدّد لإشباع حاجات محدّدة لديهم، وهو تصور يخالف التصور السابق القائم على أن إستهلاك الجمهور لمضامين الوسائل التقليدية يتمّ من باب الروتين والتعود وبدون وجود دوافع محدّدة، ونموذج تدفق المعلومات في وسائل الإعلام الجديدة New Media Information Flow Model وهو نموذج يفسّر كيفية تدفق البيانات في البيئة الإعلامية التقليدية و الجديدة، ونموذج الإتصال الإلكتروني القائم على التفاعل الديناميكي بين القائمين بالإتصال Communicators والمحتوى والقنوات الإلكترونية Online Media والجمهور Audience، في علاقاتهم بالسياق الاجتماعي والسياسي والإقتصادي والثقافي والنظم التشريعية والإقتصادية المرتبطة بالإتصال الإلكتروني. (2)

(1)-McMillan, S.J: A Four-Part Model of Cyber-Interactivity.New Media and Society, 04(04), 2007, p279

(2)-McMillan, S.J: Ibid, p28

||| -4- التحوّلات في صناعة المضامين وتأثيرها على العمل

الصحفي

عالم الاجتماع الإسباني مانويل كاستلز "Manuel Castells" يصف فهم التحوّلات في المجتمع الالكتروني بالتحديات الحادة، ويرى أن التاريخ أثبت أنه "أيما توجد هيمنة، تظهر مقاومة من نوع ما، وهذا ينطبق على تدفق المجتمعات الالكترونية". (1)

وهذا ينطبق أساساً على صحافة المواطن، حيث حازت هذه الأخيرة على مساحة عالية من اهتمامات الباحثين والصحفيين والكتاب، لما لها من تأثيرات على مناحي حياة المجتمعات المعاصرة، كما أن ارتباط هذا الحقل بعلوم إنسانية واجتماعية شتى جعل من دراسة انعكاساته على السلوك الإنساني جذاباً للمهتمين بالحقل، فالتفاعل الشبكي يتقاطع مع دوافع الاستخدامات والإشباعات وعلوم التسويق ودراسة سلوك المستهلك، كما يرتبط ارتباطاً وثيقاً للبشر فيما يتعلق بعلوم الإتصال بأنواعه، وإلى جانب ذلك كله ينال التواصل السيبراني حيزاً وفيراً من علوم التكنولوجيا وما يتصل بها.

في هذا الباب سنتناول صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام التقليدية، وحقبة الدور الذي تلعبه خاصة وأنها تعتمد على وسائل رقمية متحررة من الأنساق الفكرية والأيدولوجية النمطية، لذلك وجب إبراز إشكاليات هذا النوع الجديد من الصحافة وتحليل خصائصه، مميزاته وعيوبه، وكذا استقصاء مآلاته ومدى تأثيره وتوافقه وتناfre مع دور الإعلام التقليدي بوسائل الإعلام التقليدية وبعلم الاجتماع ونظرياته المتعلقة بالسلوك المجتمعي.

أولاً- أطر الصراع والتكامل بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية.

إن التطور المتلاحق لتكنولوجيا الإتصال والإنترنت وكذا البرمجيات خاصة البرامج مفتوحة المصدر جعلت من الصعب تماماً استشراق المستقبل أو تحديد سيناريوهات مقنعة لتطور إعلام المواطن وشكل العلاقة بين إعلام المواطن ووسائل الإعلام التقليدية. فبينما يثور خلاف كبير حول طبيعة العلاقة ما بين صحافة المواطن والإعلام التقليدي، ظهرت ثلاثة توجهات رئيسية لرسم رؤية لطبيعة تلك العلاقة، وبالتالي إمكانية تحديد مستقبل هذه الظاهرة المتمثلة في صحافة المواطن، وهذه الاتجاهات على اختلافها واتفاقها هي كالتالي:

(1)- Bentley, C: Citizen Journalism " Back to the Future". Cambridge Press, Royaume-Uni, 2008,

أولاً- 1- الإتجاه المناصر:

وهو الإتجاه الذي يُبالغ في الاحتفاء بالآثار الإيجابية للإعلام الجديد وإعلام المواطن، وينظر إليه باعتباره ليس فقط وسيلة للتعبير الحرّ عن الآراء وممارسة حقّ الاتصال وتحقيق الديمقراطية والرقابة الشعبيّة، بل باعتباره وسيلة للتغيير الاجتماعي وتمكين الفئات المهمّشة وتحقيق العدل والمساواة، ودعم مشاركة المواطنين في القضايا العامّة الداخليّة والخارجيّة، وهنا يتحدث أنصار هذا الاتجاه عن إعلام المواطن كسلطة خامسة تتفوّق على السلّطة الرّابعة في عدم خضوعها لسطوة الإعلان والاحتكارات الإعلاميّة، أو رقابة حارس البوابة وقدرته أيضاً على التّشبيك مع القضايا الدوليّة، وإيجاد رأي عام معلّم يُمكن أن يدعم فرص تحقيق السّلام بين أطراف متصارعة. (1)

ويؤمن أنصار هذا الاتجاه أيضاً بأنّ الإعلام الجديد وإعلام المواطن سيحلّ محلّ الإعلام التّقليدي، أي أنّ العلاقة بين الطّرفين هي علاقة صدام وإحلال، وستتلاشى بمقتضاها الفروق بين إعلام المواطن والإعلام الاحترافي القائم على التخصّص المهني، حيث سيمارس جميع المواطنين الإعلام جنباً إلى جنب مع الصّحفيين والإعلاميين المحترفين. (2)

ويقول الباحث لويس سالتر "Louis Salter": "إنّ الصّحافة كما نعلم قد تكون في الواقع شكلاً انتقاليّاً ، فقد ظهرت في إطار الصراعيين إمكانات الديمقراطية (إن لكلّ فرد الحقّ في ممارسة ذلك)، والقدرة التكنولوجيّة للقيام بذلك، وقد أدّى التطوّر التكنولوجي للإنترنت إلى إزالة الحواجز التي تحوّل دون النّشر والسّماح لمزيد من الناس بممارسة الصّحافة...". (3)

ويؤكد الباحث نفسه أنّ الفكرة القائلة بأنّ الصّحافة هي حقّ من حقوق الإنسان، ويضيف أنّ هذه الفكرة ليست جديدة ، وأنما لها جذور قويّة في نموذج الديمقراطية الأمريكيّة، حيث ظهرت العديد من المبادرات منذ 1644م، والتي ترى أنّ الصّحافة حقّ من حقوق الإنسان، ولكن في المقابل وُجدت الحجج القانونيّة في الولايات المتّحدة عام 2006 فيما يتعلّق بتطبيق القانون في كاليفورنيا "Californie" لحماية الصّحفيين المدوّنين، ويخلص هؤلاء إلى ضرورة الحرص على استمرار عمل صحافة المواطن وتشجيعها بعيداً عن مخاوف الصّحفيين المحترفين والمؤسّسات الإعلاميّة الكبرى، فمن المهمّ أن يعمل إعلام المواطن والإعلام التّقليدي جنباً إلى جنب من أجل تحقيق الديمقراطيّة والحدّاة. (4)

(1)- المريني، عبدالعزيز المزيني: نحو الشفاهية الجديدة "الكتاب من السحر التّقليدي إلى إغراء التواصل الإلكتروني". المجلة العربيّة، السّعودية، العدد 425 ، ماي 2012 ، ص 14

(2)- عاشور ، أحمد: نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التّقليدي. 2012/01/14، مقالة الكترونية على موقع: <http://www.arageek.com/new-media-vs-old-media.html>. تمّ الإسترجاع بتاريخ: 2020/07/18

(3)- Salter, L: Independent Media Centres and the Law " Some Problems for Citizen Journalism"

.Peter Lang, New York, 2009, p175

(4)- Salter, L: Ibid, p175

ويُركّز أصحاب هذا الإتجاه على إيجابيات صحافة المواطن المتعاضمة، ومنها: (1)

- سرعة الوصول إلى الحدث؛
 - قدرة التأثير على الرأي المحلي والوطني والعالمي؛
 - سرعة إنتشار المعلومات؛
 - كثافة تفاعل المستخدمين والجمهور مع المعلومة التي تعدّ العمود الفقري للحدث؛
 - الكلفة الماليّة البسيطة والمجانّيّة غالباً في إنتاج المادّة الإعلاميّة.
- ومن هنا فإنّ الرّؤية المحتفية بصحافة المواطن ترى أنّ هذا النوع من الصّحافة يمثّل نموذجاً لسيادة نوع جديد من الحوار يقوم على التّبادل، وأنة بديل لنموذج المحاضرة أو الإلقاء الذي تتّبعه وسائل الإعلام التّقليديّة في التّواصل مع الجمهور وتتميّز بقلّة تكاليف توزيعها، كما تتيح لغير المحترفين فرصة التّعبير عن أنفسهم، وهو ما لا توفره وسائل الإعلام التّقليديّة، كما تتّسم بأنّها وسيلة ذات طابع ديمقراطي سواءً من حيث أعداد المشاركين في إنتاجها أو من حيث تعدّد المضامين التي تطرحها، كما تساعد صحافة المواطن القائمة على التّدوين السياسي في توسيع وإضفاء الطابع الثّوري على الممارسة السياسيّة، وتتيح فرصة لغربلة المضامين الإعلاميّة بشكل جماعي مثملاً هو الحال في مواقع Digg، Newsvine، Wiki.

وتساعد في تقاسم وتشارك المضامين مثل الـ Youtube، كما تخلق أجندة من الأولويّات المتباينة عمّا هو سائد في وسائل الإعلام التّقليديّة، وكذلك تحفّز الكثير من المؤسّسات على استخدام الجمهور كمصدر للمعلومات فيما يعرف بـ: مصادر الحشد "Crowd-sourcing". (2)

أولاً- 2- الإتجاه المعارض:

يُعارض فكرة إعلام المواطن ويؤكّد على ضرورة الإحتراف والمهنيّة، ويطعن في دقّة ومصداقيّة المحتوى الذي يقدّمه إعلام المواطن، ويدلّل على ذلك بمئات الوقائع التي ارتكب فيها مدوّنون انتهاكات لحقوق الملكيّة والخصوصيّة، وعدم الدقّة وترويج الشّائعات، وقد نظر القضاء في كثير منها، ويتهمّ البعض على إعلام المواطن بالقول أنّه "دعاية مواطن"، حيث يسيء البعض استخدام وسائل الإعلام الجديد في التّرويج لنفسه وتجارته بدون رقيب. (3)

(1)- Jarvis, J : Networked journalism. Retrieved from Buzzmachine,

<http://buzzmachine.com/2006/>

07/05/networked-journalism/. Retrieved:07/03/2020

(2)- Carpenter, S:How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources.Journalism & Mass Communication Quarterly, 85(03), 2008, p537

(3)- وليد محمود، خالد:شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. دار مدارك للنشر، بيروت، 2011،

ويعتقد أصحاب هذا الاتجاه "وأكثرهم من الإعلاميين وأساتذة الجامعات" أن تكنولوجيا الاتصال وتطور الإنترنت قد أتاحت فرصاً كبيرة لمشاركة الجمهور في إنتاج وتداول المحتوى والتفاعل مع وسائل الإعلام والتعبير الحرّ عن الآراء، لكن هذه الإمكانيات والفرص لا تبرّر أن يحلّ الهواة مكان المحترفين، أو أن تغلق كليات ومعاهد الإعلام تحت دعوى أنّ ممارسة الصحافة والإعلام حقّ من حقوق الإنسان، فالتخصّص مطلوب ولا بديل عن الإحتراف في إنتاج وتداول الأخبار ومناقشة القضايا العامّة، صحيح أنّ الأحداث والأخبار قد تقع أمام شهود عيان قد يتمكنون من نقل الحدث والتقاط مقاطع فيديو ونشرها بشكل فوري، كما حدث في تغطية انفجارات قطارات لندن " London Attacks Terrorist" في جويلية 2005 ، وفي غيرها من الأحداث المهمّة، لكن تظلّ هناك حاجة ماسّة للإحتراف لضمان الدقّة وشمول التغطية الإخبارية وتقديم أكثر من وجهة نظر، خاصّة أنّ شاهد العيان قد يقدّم الحدث من وجهة نظره فقط، أو من الزاوية والمكان الذي شاهد فيه وقوع الحدث. (1)

ولا يُطالب أنصار الاتجاه الثاني بحظر نشاط المدوّنين أو سنّ قوانين ضدّ إعلام المواطن، بل يطالبون بأنّ يقتصر نشاط المدوّنين على تبادل الأخبار والآراء الخاصّة، والابتعاد عن منافسة الإعلاميين والمؤسّسات الإعلاميّة، ويجادل أصحاب هذا الاتجاه بأنّ الإعلاميين هم مواطنون مثل بقية المواطنين، وقد عملت المؤسّسات الإعلاميّة التقليديّة على مدار تاريخها في خدمة المواطنين ومفهوم المواطنة، وبالتالي لا داعي لإيجاد تمييز بين المواطنين على أساس أنّ فريقاً منهم يعمل بشكل محترف في مهنة إعلاميّة، بينما الآخرون يعملون في مهنة أخرى ومن حقّهم تماماً المشاركة في إنتاج وتداول المحتوى الإعلامي، ولكن ضمن الأطر القانونيّة والقواعد المهنيّة ومواثيق الشرف الإعلاميّة التي تنظّم بيئة العمل الإعلامي. (2)

وفي سياق متصل ركّز أصحاب هذا الاتجاه على سلبيّات صحافة المواطن، والتي من

بينها: (3)

- عدم معرفة جزء كبير من المواطنين الصحفيين لأساسيات الإعلام كعلمٍ وضعيٍّ (تطبيقي)؛
- قلة ثقافة عدد لا يُستهان به من المواطنين الصحفيين؛
- تحيّر المواطنين الصحفيين في عملهم لقضايا وإيديولوجيات وبيئات ينتمون لها؛
- الحماسة التي تغلب الموضوعيّة في عملهم؛
- عدم دقّة المعلومات الواردة، وتضاربها في أحيان عدّة.

(1)- Lievrouw, L: Digital Media and Society Series. Polity Press, London, 2013, p42

(2)- Lievrouw, L: Ibid, p43

(3)- Gilmour, D : We the media " Grassroots journalism by the people for the people". Sebastopol, California O'reilly, California, 2004, p22

كما أشار عدد من الباحثين المناصرين لهذا الإتجاه إلى بعض الإنتقادات التي يُمكن أن تُوجّه لصحافة المواطن، ومنها: (1)

- أنّ المواطنين الصحفيين فشلوا في تعريف مبادئهم تعريفاً علمياً، كما فشلوا في جعله جزءاً من العمل الإعلامي الروتيني المستمر؛
- المواطنون الصحفيين بالغوا لدرجة التطرّف في أفكارهم، ووضعوا أنفسهم كمنافسين ومحاربين للإعلام الأكاديمي؛
- إنّ هذا النوع من الصحافة يعتمد على الإستسهال لإرضاء الجمهور المحلي لكونه إعلاماً شعبياً، وإرضاء الممولين الذين بدؤوا يتحكّمون بمؤسّسات هذا الإعلام؛
- هذا النوع من الصحافة أخرج الصحفي عن دوره الأساسي الذي يحتمّ عليه أن يكون محايداً في عمله، لا مشاركاً في مجريات الأحداث وحلولها؛
- أنّ المواطن الصحفي يحصل على فهم سطحيّ لمواقف المواطنين وآرائهم بحكم عدم خبرته، ممّا يحيلنا إلى مادة إعلامية رديئة في المحصلة.
- وركّز آخرون على جانب يتمثّل في تأثير "صحافة المواطن" على الدور التقليدي للصحفي المهنيّ، ومن إفرازاتها: (2)

- أصبح للجمهور قدرة متزايدة على معالجة الأخبار *curate* وتأطيرها *framing*؛
- تراجع أدوار الصحفي المنظم *regulator* التقليدي والوسيط *moderator* للخطاب العام؛
- أصبحت الشبكة الاجتماعية الافتراضية تحدّد ما يستهلكه الفرد من أخبار "أنا أقرأ ما ينشره الآخرون"؛
- الميديا الاجتماعية عملت على إنتزاع الأخبار من سياقها الأصليّ؛
- تراجع أدوار الميديا التقليديّة كحارس بوابة كلما إلتجأ مُستهلكو الأخبار إلى العائلة والأصدقاء والمعارف لإبلاغهم *alert* حول مضامين تهمّمهم.

(1)- Paulussen, Steve & Heinonen, Ari: Doing it together: Citizen participation in the professional news making process. Observatorio (OBS*), 01(03), 2007, p55

(2)- Anden-Papadopoulos, K & Pantti, M : Amateur images and global news. Intellect Books. United States, 2011, p65

وتعتبر هذه النقطة الأخيرة النقطة الحاسمة التي أثرت أكثر على وسائل الإعلام التقليدية بداية تراجع الرقابة و أفول حارس البوابة "gate keeper"، ويبدو أن صحافة المواطن قد سلبت سلطة القائم بالاتصال وقوّضت أركان نظريته، فأصبح من غير الممكن التحكم في مضامين وسائل حارس بوابة الإعلام الحديثة، و من غير الممكن أو من الصعب جداً ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية. ولذلك فإن الحرية التي لم يتمتع بها القائم بالاتصال والصحفي في وسائل الإعلام التقليدية قد توفرت و أتيحت بشكل كبير للجماهير المستعملة و المنتجة في نفس الوقت لمضامين وسائل الإعلام الجديدة، ولهذا فإن عملية النشر في نمط صحافة المواطن عكس ما كان من قبل مع الصحافة التقليدية القائم على نموذج "الغريبة والتقييم ثم النشر" إلى نموذج "النشر ثم الغريبة والتقييم"، وبالتالي فصحافة المواطن لا تملك عقبات النشر والعرقلة التي كانت مع الإعلام التقليدي، وهو ما جعل وسائل الإعلام الجديدة قادرة على مراوغة حراس بوابة الإعلام التقليدي، أي أن الجمهور يتوجه مباشرة للخبر و يتحصل على المعلومة دون المرور على الصحفي، ويقوم بنشرها دون المرور على وسائل الإعلام التقليدية، وتوزيعها دون المرور على دور النشر والمطابع. (1)

وعليه فالوساطة التي كانت بين الجمهور ووسائل الإعلام قد ألغيت بفعل انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة في أوساط الجماهير بشكل كبير، كما تم إزالة الوساطة بين المحترفين والجمهور، فالأدوار التي كانت تقوم بها الصحافة الاحترافية كحارس البوابة و كمغربل للأخبار (agenda-setter) و محدد الأولويات (gatekeeper) وُضعت على المحك نظراً لأن مصادر الصحافة الأولية أصبحت متاحة للجمهور، وبالتالي فإن الجمهور المتلقي قد تخلص تقريباً من كل أنواع الوساطات التي كان يقوم بها حارس البوابة، سواء كان صحفياً أو رئيس تحرير أو ناشر أو طابع وغيرهم، وهو ما شكّل إحدى محددات النظرة المتخوفة من صحافة المواطن. (2)

وعلى ذلك فإن الرؤية الناقدة لمفهوم وأدوار صحافة المواطن تستند على عدة أبعاد منها: (3) - **البعد الاقتصادي:** حيث تثير المضامين التي ينتجها الهواة مخاوف المعلنين (من عرض إعلاناتهم إلى جانب مضامين مقرصنة أو إباحية أو عنصرية أو تتضمن قذفاً أو تشهيراً...)، كما أن تزايدها يؤدي إلى ارتفاع التكاليف المرتبطة بتخزينها وتوزيعها.

(1)- Blaagaard, B: Shifting boundaries: Objectivity " citizen journalism and tomorrow's Journalists ". Intellect Books. United States, 2013, p48

(2)- DAHLGREN, P: Media Logic in Cyberspace: repositioning journalism and its publics". Observatorio (OBS*), 03(03), 2005, p63

(3) - Bowman, Shayne & Willis, Christ : We Media: How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at the American Press Institute, Hypergene, United States. 15/04/2015. Retrieved from: <http://www.hypergene.net/>. Retrieved: 03/05/2020

- **البُعد القانوني:** حيث يثير الإعتماد على هذه النوعية من الصحافة قضايا متعلّقة بحقوق التّأليف والملكيّة والحقّ في الخصوصيّة وشروط الإستخدام وغيرها ومدى إلتزامها بالقواعد والقوانين، فضلاً عمّا قد تتسبّب فيه من خسائر ماليّة ومعنويّة في حال إنتهاكها لهذه القواعد، كما تنتقد صحافة المواطن من زاوية إفتقادها للتعدديّة وغلبة النّقل من بعضها البعض، واعتمادها المبالغ فيه على وسائل الإعلام، ممّا يقلّل من التنوّع في الآراء ووجهات النّظر، وكثرة موضوعاتها السّطحيّة، وكذلك إفتقار مضامينها للمصداقيّة والدقّة، ولتعرّضها للآخرين بالتّشهير والقذف، وإلتصافها بالتحيز وعدم تبنّيها لآليّات موضوعيّة سواءً في غربلة المضامين أو إنتقاء المعلومات والحقائق أو في التّحقّق من مصداقيّة المعلومات وسلامة أسلوبها، وتقديمها لعروض ماديّة لبعض المتعاونين معها في مقابل التّصويت لمضامين وشخصيّات معيّنة دون سواها.

وفي نفس سياق هذه الرؤية، يرى باحثون آخرون أنّ الأدوار التي يقوم بها المواطنون

الصّحفيّون تجعلهم في مواجهة أخطار جمّة منها: (1)

- تعرّضهم لأعمال انتقاميّة في ردود فعل على ما يقومون به من أنشطة نقل الأخبار؛
- المضايقات وأعمال التّرهيب التي تواجههم قد تصل إلى حدّ الاغتيال، أو التّهديد بالقتل؛
- الإعتداءات الجسديّة والاعتقالات والاحتجاز التّعسّفي والمراقبة، والملاحقة القضائيّة.

(1)- Castells, Manuel: "The Rise of The Network Society" The Information Age. Economy, Society and Culture Malden ". 2nd, Manuel Castells Publishing, USA, 2009, P45

أولاً - 3 - الإتجاه التوافقي:

ينطلق أصحاب هذا الاتجاه من فرضية أنه لا توجد وسيلة إعلام تقليدية لا تعتمد على تكنولوجيا الاتصال والإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وبالمثل لا وجود لمدون أو ناشط على الإنترنت لا يستخدم وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن فرص التعايش وربما التعاون بين الطرفين ممكنة ومطلوبة، ويقول دان جيلمور "Dan Gillmor": "لقد تغيرت أمور كثيرة جداً، لكن المقدمة المنطقية الأساسية التي ينطلق منها اتجاه "نحن الإعلام" لم تتغير، وأعتقد أننا نعيش الأيام الأولى لشيء في غاية الروعة وربما مخيفة قليلاً، وهو عصر قد نستطيع فيه نحن البشر أن نستعيد السيطرة على الأخبار، أنا لا أقصد بكلامي هذا الإيحاء بأن الهواة سيحلون محل المحترفين، ولا أريد أن يحدث ذلك، فنحن نريد نظاماً إيديولوجياً مزدهراً لكل من الفريقين". (1)

ويرى بعض الباحثين أن صحافة المواطن ليست إعلاماً بديلاً يُغني عن الوسائل التقليدية أو منافساً لها، وإنما هو أداة مكملة للإعلام التقليدي، وأي مؤسسة إعلامية لم تستثمر في هذا النوع من صحافة المواطن، ستفقد لا محالة الكثير من جماهيرها، ولهذا يندر في الوقت الراهن وجود مؤسسة من مؤسسات الإعلام غير منخرطة في عملية التوسع على هذا الطريق الذي خلقته الوسائل الرقمية ويتم التحرك فيه باتجاهين بين المؤسسات الإعلامية ومستخدميها. (2)

إن علاقة صحافة المواطن بالصحافة الورقية - وإن كان هناك تراجعاً في مكانة الصحف الورقية - تبقى واضحة من خلال التجارب التاريخية لاستمرار وسائل الإعلام مع التحديث المستمر في كل منها في علاقتها بالأخرى. (3)

ويرى آخرون أن العلاقة بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية علاقة تكاملية، ولا أحد يستطيع إلغاء الآخر، حيث تعتمد صحافة المواطن على الصحافة التقليدية في إثبات مصداقية المواطن الصحفي، وأيضاً الصحافة التقليدية تعتمد على صحافة المواطن كونها تتميز بعدد كبير من المواطنين المرسلين، وبالتالي تأخذ عنهم المعلومات ولكن بما يتوافق مع المعايير المهنية للصحافة. (4)

(1)- Carr, J & Barnidge, M: Cynics and skeptics: Evaluating the credibility of mainstream and citizen journalism. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2014, 91(03), p461

(2)- Chung, D & Nah, S: Conceptualizing citizen journalism USA. Journalism, 19(12), 2018, p16(96)

(3)- جيلمور، دان: الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع. ترجمة نيفين نور الدين، الدار الدولية لاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010، ص16

(4)- Platon, S. & Deuze, M : Indymedia journalism: A radical way of making, selecting and sharing news. Journalism, 04(03), p341

كما يؤكدون أنّ علاقة صحافة المواطن بالصحافة التقليدية، هي علاقة تكاملية وليست تنافسية أو بديلاً عنها، وإن كان هناك جزء من صحافة المواطن قد يشكّل بديلاً في المستقبل، من خلال المواطنين الذين يقومون بنشر الأخبار مع مرور الزمن أصبحوا صحفيين ولديهم الخبرة، وأصبحوا يتعاملون مع صحافة المواطن بمهنية وهم جزء ضئيل من الممارسين لصحافة المواطن. (1)

ويعترف كبار التنفيذيين الإعلاميين بالتغيير الكبير الذي أحدثته صحافة المواطن على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، وفي محاولات جادة من قبل بعض المؤسسات الإعلامية لاستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة، سعت هذه المؤسسات إلى إدماج جهود بعض المواطنين الذين يملكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الإعلامية التقليدية.

وتبلورت علاقة المؤسسات الإعلامية بصحافة المواطن في 07 جويلية 2005. رغم أنّ الكثير لم يدركها في حينها يوم حدوث تفجيرات الأنفاق في لندن، فقد أغرق مواطنون شاهدوا الحدث الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون بأعداد هائلة من الصور والتسجيلات والتقارير التي تصف ما حدث، حينها هرعت وسائل الإعلام إلى الاعتماد على هذه المواد الهامة وعرضها للجماهير في كامل أنحاء العالم. (2)

هكذا تحلّ علاقة التعاون والمشاركة بين الإعلام التقليدي وإعلام المواطن محلّ علاقة الصدام ومحاولة نفي الآخر، ويعمل الطرفان من أجل تقديم الحقائق وكافة وجهات النظر بدون رقيب أو حارس بوابة، وبدون أن يتدخل أيّ منهما في حرية الآخر، وطريقة عمله بهذه الصيغة التي يدعو إليها الإتجاه الثالث.

ويمكن طرح سؤال: كيف يتحقق التكامل بين صحافة المواطن والإعلام التقليدي؟

فتكون الإجابة: إن تحقيق صيغ التعاون والمشاركة بين إعلام المواطن والإعلام التقليدي يتطلب من الطرفين تقديم بعض التنازلات وتعلّم بعض المهارات الجديدة، لعلّ في مقدّمها أن يتعلّم المدوّتون بعض قواعد العمل الصحفي الخاصة بتحرّي الدقة قبل النشر مع إحترام قوانين حماية الخصوصية، والملكية الفكرية، وكفالة حقّ الردّ لمنقديهم، علاوة على الإلتزام بقواعد ومكوّنات السلوك في تغطياتهم الإعلامية. وفي المقابل على الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية أن يتنازلوا عن بعض الامتيازات وفي مقدّمها حقّ الصحفي في الحفاظ على سرية مصادره، فهذا الامتياز لا بدّ أن يتمتّع به أيضاً المدوّتون، ولا بدّ أيضاً أن يتعامل الإعلاميون المحترفون باحترام مع المدوّتين ونشطاء إعلام المجتمع. (3)

(1)- Carpenter, S: "U.S. online newspaper and online citizen journalism publications" A comparison of content diversity". *New Media & Society*, 12(07), 2010, p1071

(2)- Carpenter, S & Kanver, D: *Journalistic expertise: A communicative approach*. *Communication and the Public*, 02(03), 2017, p201

(3)- Tumber, A: *Democracy in the Information Age: The role of the Fourth Estate in cyberspace*.

Available at : <http://dx.doi.org/>. Retrieved: 13/05/2020

أما على المستوى المؤسسي فيجب على المؤسسات الإعلامية أن تتقبل وجود شركاء أصغر، ولكنهم أكثر حفاظاً على التعددية والتنوع، ولاسيما بعد أن نجحت صحافة المواطن بكل أشكالها في إحداث زوابع إعلامية وسياسية انتهت بثورات عديدة في الدول العربية، كما أنها لعبت دوراً محورياً وأساسياً في نقل واقع المجتمعات العربية، وكشف المستور فيها، وفي كشف الانتهاكات والتجاوزات العديدة. وعليه فإن دورها الهام في التغطية الإعلامية لمختلف الأحداث والوقائع يجعل من الضروري على وسائل الإعلام التقليدية 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، وأن توظف بشكل فعال جماهيرها المختلفة لتحسين تغطياتها الإعلامية، خاصة في البيئة العربية التي تشهد قيوداً وانغلاقاً إعلامياً. (1)

ويمكن أيضاً أن نبرز مناطق التوافق بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن، من خلال ملامسة نقاط التوافق بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي، وهذا بوصف صحافة المواطن محتواة بطريقة أو بأخرى في الإعلام الإلكتروني، وفي هذه النقطة يقول أحد الباحثين " ... ومن هذا المنطلق إن التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي، وصحافة المواطن تنحصر في بعض النقاط ، كما يلي: (2)

- إن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينات من القرن الماضي، وبدأت الخدمات التفاعلية مثل نيويورك تايمز " The New York Times"، يو أس آ توداي " Today USA" وغيرهما من الصحف الأوسع انتشاراً؛

- العلاقة بين الإعلام التقليدي، والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر، حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي، ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات؛

- تُعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر صحافة المواطن أسرع في التداول اعتماداً على شبكة الإنترنت، والأسرع انتشاراً نظراً لتخطي حاجز الحدود الزمنية، والمكانية بالنسبة لصحافة المواطن؛

- أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، التلفزيون، الإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع؛

- عدم خضوع صحافة المواطن لضوابط يعطيها الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي، وهي حرية التعبير والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما أحدث فرقاً شاسعاً في أعداد

(1)- أحمد عاشور ، نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي ، مقالة على موقع :

<http://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html>، تم الإطلاع بتاريخ: 2019/10/02

(2)- Allan, S: Citizen journalism " Global perspectives". Peter media, New York, 2012, P63

- مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي وقنوات الإعلام التقليدي حتى وان كانت إلكترونية؛
- هيئات الأنترنت الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية ، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية؛
 - مبدأ التكلفة هو هدف إقتصادي لا يمكن إغفاله، فصحافة المواطن تتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي؛
 - الرقابة دائماً ما تكون سبباً مفضلاً لتناقص الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية؛
 - تتميز صحافة المواطن عن وسائل الإعلام التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى، أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي، وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي وقنوات الإعلام التقليدي.

ويؤكد باحثون على أن الصحافة التقليدية هي أساس العمل الصحفي، بخلاف الصحافة الإلكترونية أو صحافة المواطن أو الصحافة المتخصصة، وأن الصحافة التقليدية هي الإطار الجامع لكل هذه الأنواع الصحفية، ويرجع ذلك إلى أن صحافة المواطن تحتاج إلى منابر رسمية، وبالتالي تمسك صحافة المواطن بالصحافة التقليدية من أجل المصداقية والمهنية التي تتمتع بها الصحافة التقليدية، ويمكن للإعلام التقليدي والإعلام الجديد السير جنباً إلى جنب والاستفادة من مزايا الآخر وتطوير الأداء والاستفادة من التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات لمواكبة كل ما هو جديد.

ويرى الباحث أن علاقة صحافة المواطن بالصحافة التقليدية هي علاقة تكاملية، وإن كان هناك تراجعاً في مكانة الإعلام التقليدي، وذلك من خلال التجارب التاريخية لإستمرار وسائل الإعلام مع التحديث المستمر في كل منها في علاقتها بالأخرى، وأن صحافة المواطن ليست إعلاماً بديلاً يُغني عن الوسائل التقليدية أو منافساً لها، وإنما هو أداة مكملة له، وأي مؤسسة إعلامية لم تستثمر في هذا النوع من الإعلام ستفقد لا محالة الكثير من جماهيرها.

وعليه تبقى العلاقة بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية تفاعلية اتصالية، كما أن صحافة المواطن لم ترتقي بعد إلى أن تصبح صحافة بمعنى الكلمة لافتقادها لأسس وشروط وقوانين تحكمها وتضبطها، وإن كان هناك اجتهادات من قبل حكومات بعض الدول لضبط هذا النوع من الصحافة. وبذلك يمكن القول أن العلاقة بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن في معظمها هي علاقة تعاون وتكامل، وحتى وإن كان هناك صراعاً خفياً ولكنه لن يصل إلى حد إقصاء أحدهما للآخر.

والملاحظ اليوم أنّ وسائل الإعلام التقليديّة أدركت أهميّة "صحافة المواطن" لتنفيذ للجمهور، ولهذا اتّجهت نحو الاستفادة من خدمات "صحافة المواطن" على نحو ملموس وواقع متعاظم، ومن إفرازاتها: (1)

- تسارع التطور نحو المنصّات الاجتماعيّة والمحمولة وتراجع التكنولوجيّات المكتبيّة desktop Internet؛
- منصّات التّواصل الاجتماعي أصبحت لها دور في البحث عن الأخبار والتّفاعل حولها والنّقاش لدى مختلف شرائح المجتمع؛
- تنامي المنصّات الاجتماعيّة كإبوابة نحو الأخبار؛
- صحافة المواطن أصبحت وسيط بين المجتمع وأخبار المؤسّسات الإعلاميّة؛
- إرتفاع مستوى حصول مؤسّسات الإعلام التقليديّة على أخبار سريعة وفوريّة، والأهمّ من ذلك والذي يخدم هذه المؤسّسات هو تغذيتها بأخبار ومعلومات مباشرة وغير خاضعة للرقابة؛
- تنامي الاستهلاك متعدّد الأنشطة multitasking أو تنامي الاستهلاك على شاشات ومنصّات أخرى، مثل استخدام مواقع متّصلة بالشبكات الاجتماعيّة لمحطّة ما أثناء مشاهدتها؛
- أصبح التّفاعل (تقاسم الإخبار، النّقاش، نشر صور عن الأخبار الجارية،...) من أهمّ طرق إثراء مخرجات وأخبار وسائل الإعلام التقليديّة ورفع نسبة المشاهدة والإستماع والقراءة والإبحار، وهو ما سمح برصد الإتجاهات والإهتمامات العامّة ووضع الأجندة الإعلاميّة وهو ما يخدم تعزيز الولاء للمؤسّسة الإعلامية كيفما كان شكلها ونوعها.

(1)- Kaufhold, K & Valenzuela, S & De Zúñiga, H : Citizen journalism and democracy " How user-generated news use relates to political knowledge and participation". Journalism & Mass Communication Quarterly, 87, 2010, p516

ثانياً- صحافة المواطن بين مواجهة وسائل الإعلام التقليدية والإتجاهات المستقبلية:

ثانياً-1- التحديات والعقبات التي تواجه صحافة المواطن:

عالم الاجتماع الإسباني كاستلز مانويل Castells Manuel يصف فهم التحولات في المجتمع الالكتروني بالتحديات: "... إن صحافة المواطن تواجه مجموعة من التحديات التي تحول دون قيامها في كثير من الأحيان بدور الإعلام البديل عن الصحافة التقليدية ، ومن بين هذه التحديات: (1)

□ **التحدي المفاهيمي "المصادقية":** حيث أن المعلومات الناشئة عن هذه الصحافة تكون أقل دقة وصحة نظراً لأنه لا يمكن التثبت من صحتها وفق الأسلوب التقليدي الذي يعتمده المحررون في الصحف وشبكات التلفزيون، فهناك الكثير من الشكوك التي تحوم حول مصادقية مُعطياته وغياب الشمولية عن تغطياته وافتقاره للموضوعية؛

□ **التحدي الإقتصادي:** الذي يواجه كل إعلام ذو طبيعة تشاركية، فالطابع غير المعروف للمضامين التي ينتجها الهواة تجعلها تثير مخاوف المعلنين، حيث يمكن أن يجد هؤلاء إعلاناتهم معروضة إلى جانب مضامين مقرصنة أو إباحية أو عنصرية أو بها قذف أو تشهير؛

□ **التحدي القانوني:** أو ما يتعلق بحماية حقوق المؤلفين، فرغم استعدادها لسحب أي مضمون لا يحترم حقوق المؤلف إلا أننا نلاحظ العديد من المتابعات القضائية في هذا المجال؛

□ **التحدي الأخلاقي:** فيما يخص حماية الأفراد من الاتهامات الباطلة أو التشهيرية خاصة إذا كانت عمل جماعي، لأنه يصعب التعرف على أصحابه؛

كما يمكن التمييز بين عديد العقبات الذاتية والعقبات الخارجية من حيث التأثير على صحافة المواطن وممارستها لدورها الحقيقي في المجتمع، ومنها: (2)

□ **العقبات الذاتية:** وتتمثل في:

- **نقص المهنية:** مما يؤدي إلى الوقوع في الكثير من الأخطاء، والتي تؤدي إلى عرقلة الدور الفعال لصحافة المواطن عن إحداث التغيير أو إيصال الحقائق؛

(1)- Smith, D & Lee, P: 2012. A code of ethics for citizen journalism. Retrieved

from:http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no32/a_code_of_ethics_for_citizen_journalism.pdf.

Retrieved : 11/03/2018

(2)-Hermans, L & D'Haenens, L: Internet in the Daily Life of Journalists "Explaining the use of the Internet by Work-Related Characteristics and Professional Opinions". Journal of Computer-Mediated Communication.15(01), 2009, p143

- **ضعف الثقافة الإجتماعية:** وانخفاض الإطلاع، والاهتمام بالثقافة الرقمية، وغياب ثقافة القراءة؛
 - **نقص وعي المواطن:** في بعض الأحيان حول دوره الفعال والمؤثر في إحداث التغيير الإجتماعي والإقتصادي والسياسي والثقافي من خلال ما يقوم بتقديمه أو توثيقه من معلومات قد تكون على درجة كبيرة من التأثير في بعض الأحيان، لذلك من الضروري إلتزام المواطن الصحفي بالقيم والأخلاق بعيداً عن التجارة بمستقبل وحياة البشر، وهذا يعني نقل الحقيقة بموضوعية وعدم الانحياز إلى جانب على حساب الآخر، والابتعاد عن التكهّنات والآراء الشخصية المتعصبة لفكر أو إيديولوجية معينة.

□ **العقبات الخارجية: وتمثل في:**

- **محاولة بعض المؤسسات الإعلامية تشويه صحافة المواطن وتحريفها عن مصداقيتها:** فيما تقوم بتقديمه من محتوى إعلامي منسوب إلى المواطنين الصحفيين كشهود عيان مأجورين، يقومون بتقديم ما تمليه عليهم هذه الشركات وبما يخدم مصالحها؛
 - **ممارسة بعض أشكال الضغط:** المادّي (السجن، الطرد، التعذيب،...)، أو المعنوي (التربيع، الترهيب،...)

- **الرقابة:** دائماً تشكل عنصر إعاقة على حرية وصول الخبر، وفي المجال الإلكتروني تشكل قضية حجب المواقع كنوع من ممارسة الرقابة الإلكترونية التي تمارسها الدول ضدّ دول أخرى، أو تمارسها الدولة داخلياً مسار جدل واختلاف حول أحقيته بالنسبة للدول، إذ إنه يعيق العمل الصحفي في كثير من الأحيان، وبالتالي يفرض القيود على مزاوله المواطن لصحافته الخاصة، ويعيق إيصال محتواه الرقمي للعالم، وكل ذلك يندرج تحت مسميات غامضة أو مطّاطة كالصالح العام والمصلحة القومية والحفاظ على الوحدة الوطنية، والأمن القومي والمقومات الأساسية للمجتمع أو حماية النظام العام. وكمثال عن ذلك: فرض الرقابة في بعض الدول على الأخبار والصور والبيانات التي ترى السلطة أنها سرية، وأن إفشائها يضرّ بالأمن القومي أو الصالح العام والنظام الاجتماعي من دون تحديد للمقصود بهذه التعبيرات أو حدودها؛(1)

- **التدخل في أسلوب معالجة المحتوى الصحفي الذي يقدمه المواطن الصحفي والتعامل معه كمادة** خام تتيح إمكانية تسييسها بالشكل الذي يشوّه مضمونها والمتصل بأحداث أو قضايا معينة؛
 - **التحديات التكنولوجية:** والتي لها أثر كبير على مستوى صحافة المواطن، كضعف البنية التحتية وانخفاض مستوى الاتصالات وارتفاع ثمنها ومحدودية انتشار الإنترنت، حيث في الكثير من البلدان النامية مثلاً يستمرّ العمل بتدفقات ضعيفة على الرغم من تطوّر الإنترنت.

(1)- Mortensen, T: Comparing the Ethics of Citizen Photojournalists and Professional Photojournalists " A Coorientational Study". Journal of Mass Media Ethics, 29(01), 2014, p53

ثانياً -2- مواجهة وسائل الإعلام التقليدية لصحافة المواطن

يرى الغالبية من الباحثين والأكاديميين أنه على الإعلام التقليدي أن يقوم بنوع من مراجعة الذات وإلا فالنتيجة أنه سيفقد المكانة التي كان يحتلها حالياً لصالح صحافة المواطن، وأن على المؤسسات التقليدية أن تلجأ إلى تعديل الأساليب الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم والتغيرات التكنولوجية، ومن ثم رغبات الجمهور وفق ذلك، وإلا فإنها سوف لن تكون قادرة على مواكبة التطورات التقنية المتلاحقة التي تميز صحافة المواطن. (1)

ويرى الباحث أن من أهم سبل مواجهة وسائل الإعلام التقليدية لصحافة المواطن:

- الإهتمام بالمحتوى المقدم للجمهور؛
- الاستفادة من إمكانيات التكنولوجيا التي تقدمها شبكة الإنترنت، وتدعيم معلوماتها من خلال الصوت، والصورة، والفيديو وغيرها على منصات التواصل خاصتها؛
- زيادة استثمار شبكات التواصل الإجتماعية من خلال عمل صفحات خاصة بها؛
- القيام بدورات تدريبية للصحفيين لتأهيلهم للتعامل مع صحافة المواطن، ومواكبة آخر التطورات التكنولوجية الحاصلة؛
- الإهتمام أكثر بالقضايا الإنسانية التي تهتم الجمهور؛
- التوجه إلى إستخدام الأشكال الصحفية التي تقدم تحليلات وتفسيرات أكثر عن الموضوعات التي تطرحها صحافة المواطن؛
- الإلتزام بالمعايير المهنية التي تفتقدها صحافة المواطن مثل: الموضوعية، الدقة، النزاهة، التوازن، الحياد... وغيرها؛
- التأكد من مصادر الأخبار من أكثر من مصدر، وأن تُعرّف المصادر في الخبر؛
- المحافظة على سلامة اللغة والمفردات في الخبر؛
- عدم الانحياز والخلط بالرأي، وإلتزام الموضوعية.

ثانياً-3- الإتجاهات المستقبلية لصحافة المواطن

أدت صحافة المواطن إلى بروز تحولات في المشهد الإعلامي الجديد يُمكن وصفه بالهرم الإعلامي المقلوب، وذلك من خلال بروز ظاهرة توزيع جديد للأدوار داخل المشهد الصحفي، وهو دور بارز سائر نحو النجاح والتطور في أداء أدواره المختلفة، وسينجح أكثر من خلال توافر العديد من العوامل يأتي في مقدمتها: (2)

(1)- Qiu, J : Virtual censorship in China " Keeping the gate between the cyberspaces".

International Journal of Communications Law and Policy, 04, 2000, p13

(2)- Robinson, S: Journalism as process " The organization implications of participatory online news". Journalism & Communication Monographs, 13, 2009, p181

- إدراك المواطن لدوره الفعّال والمؤثر في إحداث التغيير الاجتماعي، والإقتصادي، والسياسي، والتّقافي عبر صحافة تلتزم بالقيم، والأخلاق المهنيّة؛
- إيمان المواطن الصّحفي بدوره في فضح الجرائم والإضطهادات التي يتعرّض لها الآخريّن في المجتمع بحياديّة، تُجبر الحكومات على تغيير سياساتها القمعيّة أو الدكتاتوريّة التي تسلب وتنتهك حقوق المواطنين؛
- أن تكون تغطية صحافة المواطن نابعة من مشاكل المجتمع ذاته، وتغطي كل أفرادهِ بعيداً عن الاختلافات الإيديولوجيّة والدينيّة وغيرها من الأخلاقيّات التي تدمّر حياديّة العمل الصّحفي، وتصنع التشوّهات التي تصيب جوهر المجتمع الإنساني؛
- الجرأة في تناول الأحداث من وجهة نظر المواطن وليس من وجهة نظر السّلطة أو الحكّام؛
- لكي تسير صحافة المواطن نحو المستقبل بخطى ثابتة، لا بد من القضاء على الفوضى ولغة البذاءة التي تسود عالمها النّاشئ، لتقديم نماذج إصلاحيّة جديرة بالإقتداء، وأن يعتبرها المواطن صحافة مكتملة للصّحافة التّقليديّة لا منافسة لها، وسيكون التّفاعّل الإيجابي بينهم صورة من صور تطوير الأداء المهني لخدمة الوطن والمواطن؛
- صحافة المواطن نجاحها وازدهار مستقبلها ينبع من كونها صحافة شعبيّة نابعة من المواطنين أنفسهم، وهذا يفرض على المواطن ضرورة الوعي التّقافي بمقدار الحريّة على الانترنت، والتي جعلته قادر على إيصال صوته إلى مجتمع أكبر يستطيع أن يتضامن معه ويتفهم قضاياها.

وعندما يُؤمن المواطن بأنّه فرد فاعل،

ستتقدّم صحافة المواطن،

وتأخذ مكانها الريادي في حمل شعلة العلم والتّقافة والإعلام،

ويتمّ ترسيخ قواعد مهنيّة وأخلاقيّة يلتزم بها مواطنون صحفيّون،

يرفضون لغة الشّتائم والإهانات والإتهامات التي لا أساس لها من الصّحة،

والقائمة على الإنفعالات والحساسيّات والأحقاد،

والتي تهدم البناء التّقافي للمواطن.

الإطار التّطبيقي للدراسة

عَرَفَ المَشْهَدَ الإِعلامي العربي بعد ما سُمِّي بـ "الرَّبِيع العربي" بروز قنوات فضائية قديمة وأخرى جديدة في كلِّ شيء، السياسة، التوجّه، التقدّم، هذه القنوات الفضائية صعّدت موجة الثورات العربيّة ورفعت سقف مطالب الحريّات، فنشأت قنوات فضائية ذات توجهات عقائدية ومذهبية (سنية، وهابية، شيعية، مسيحية...)، وقنوات سياسية تابعة إمّا للفلول أو للأنظمة الجديدة. كما تم إنشاء قنوات أجنبية إخبارية وسياسية لكن بلسان عربي.

وقد صاحب هذا العدد الهائل من القنوات الفضائية ضعف أغلبها في توصيل الرسالة الإعلامية السامية فطغى خطاب الكراهية بأنواعه على المشهد الإعلامي العربي وترتبت عنه آثار مأساوية خطيرة، فكانت النتيجة ميلاد فوضى غير خالقة في المنطقة العربية تُعتبر فسحة الحرية التي كشفت عنها شبكة قنوات الجزيرة وهو السبب الرئيسي الذي أكسب دولة قطر تميّزاً عن سواها من دول المنطقة، لكن يبقى ما قدّمته قنوات الجزيرة للمشاهد العربي أهم بكثير مما قدّمته لقطر، إذ استطاعت الشبكة الإعلامية خلق إعلام عربي مستقلّ (بالظاهر) متأثر بالنموذج الأمريكي ينقل للمواطن العربي الخبر بمستوى كبير من الحيادية (المفترضة) وهو الذي أَلَفَ النموذج التقليدي في الاتصال السياسي للتلفزيون الذي استأثرت به القنوات الرسمية. أهل هذا الوضع الشبكة الإعلامية لأن تصبح في ظرف سنوات قليلة أكبر قناة إخبارية عربية من ناحية الانتشار؛ حيث تجاوز عدد متبّعيها 54 مليون مشاهد، وكان ذلك سبباً قوياً في انطلاق قنوات فضائية أخرى بهدف منافستها، ولعلّ سرّ نجاح القناة يكمن في كونها ترجمت ميل وسائل الإعلام العربية الجديدة نحو الخروج من بوتقة الضعف في اختيار المعلومة للمشاهد العربي. (1)

(1)- Khanfar, Waddah: A historic moment in the Arab world. TED Conference. Retrieved from: http://www.ted.com/talks/wadah_khanfar_a_historic_moment_in_the_arab_world.html. Date retrieved: 05/02/2019

I- التعريف بعينة الدراسة:

- تمثلت عينة الدراسة في الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية، وهي مؤسسة عربية إعلامية إخبارية، وقد راعينا عند اختيار العينة لإسقاطها على دراستنا المواصفات التي تحقق ذلك ومنها:
- مكانة المؤسسة الإعلامية حيث يعتبر موقع الجزيرة الإلكتروني ومنصاتها الاجتماعية المرتبطة به من أفضل المواقع تفصيلاً، وهذا حسب إحصائيات أليكسا "Alexa Internet" (*) وكذا مؤشر Google page Rank (**). سواءً تعلق الأمر بصلاحيّة اندماجه مع الأجهزة المحمولة أو عدد الصفحات المفهرسة أو عدد المتابعين والروابط نحو الموقع وعدد التفاعلات ومعيار الوصول للمعلومات؛
 - مدى تأثير عينة الدراسة على الساحة الإعلامية العربية والغربية والعالمية؛
 - مدى توفر عنصر التفاعلية مع المحتويات التي تقدّمها المؤسسة المختارة على منصات التواصل، وكذا إتاحة إمكانية إنشاء حسابات للمستخدمين؛
 - إتاحة المحتوى تحت رخصة المشاع الإبداعي، وتوفير أدوات التغذية الإخبارية في شكلها البسيط، وكذا استفادتها من الـ Widgets الخاصة بالمواقع الاجتماعية وأيضاً الخدمات المضافة. وهو ما يلامس مؤشر Twitalyzer (***) وعوامله المتمثلة في: عدد المتابعين، عدد المراجع والاستشهادات التي يعتمدها الموقع، عدد مرات إعادة النشر، وكذا مؤشر Klout (****) لقياس تأثير الآراء والقدرة على ابتكار المحتويات التي تخلق التّجاوب والتفاعل من قبل الجمهور الحقيقي والمفترض.

(*)- هو موقع إلكتروني تابع لشركة Amazon، متخصص في إحصائيات وترتيب مواقع الأنترنت، يقع مقرّه الرئيسي في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية.

(**)- وترجمته العربية "ترتيب الصفحات" في محركات البحث وهي خوارزمية ترتيب ظهور الصفحات في محرك البحث Google، هذه الخوارزمية تعمل على تحليل الروابط للحصول على ترتيب النتائج في محركات البحث وقياس أهمية الروابط. (***)- وهو مقياس تحليلات الويب لتويتر، وتعني بالمقام الأول بقياس تفاعلات المستخدمين، كأن يقيس عدد المتابعين، عدد التعليقات، عدد الردود... إلى غير ذلك.

(****)- هو موقع إلكتروني وتطبيق على الهاتف النقال يستخدم إحصاءات الشبكات الاجتماعية لترتيب مستخدميها طبقاً لتأثيرهم على مستخدمي هذا الشبكات من خلال "درجة كلوت"، وهي قيمة رقمية بين 1-100، تتابع كلوت أنشطة المواقع التالية: Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Foursquare, Wikipedia, Instagram، في مسيرتها لقياس التأثير الخاص بالمستخدمين والمحتوى الذي يشاركونه.

I-1- نشأة قناة الجزيرة الفضائية:

إن فكرة إنشاء قناة فضائية عربية تنطلق من قطر (*) أطلقها أمير قطر حمد بن خليفة آل ثاني الذي أخذ يُنضج فكرته مع عدد من المختصين بشئون الإعلام من القطريين والعرب، حيث كلف في بادئ الأمر أحد الإعلاميين العرب الذي كان يُجري معه مقابلة صحفية بإعداد خرائط لإنشاء محطة فضائية. (1)

غير أن الباحث مفيد الزبيدي يذكر بأن " فكرة إنشاء قناة الجزيرة بدأت في ذهن فريق من المعدّين والمذيعين والفنيين الذين تركوا أعمالهم في شبكة BBC العربية في لندن بعد أن حرمت السعودية هذه الشبكة من استخدام قنوات قمر أوربت الفضائي "lunar orbit" إثر بثها مواداً أساسية شملت لقاء مع المعارض السعودي المعروف والمقيم بلندن "محمد المسعري" فسارعت الحكومة القطرية لتقديم الدعم المالي لمشروع القناة الجديدة والبالغ 140 مليون دولار عام 1996. وعلى مدى خمس سنوات بشرط أن تحقق استقلالها من الإعلانات التي تبث عبرها". (2)

والراجح هو أن الفكرة التي بدأت لدى أمير قطر، الذي لم يكن قد مرّ على تولّيه الحكم آنذاك سوى ستة أشهر والذي بادر إلى القيام بعدة خطوات إصلاحية في قطر (**)، كان من ضمنها "إصدار صحف جديدة وإنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون ودعم دائرة النشر والمطبوعات والوكالة القطرية للصحافة والمجلس الوطني للآداب والفنون إلى غير ذلك من الإصلاحات. (3)

فبعد إغلاق هيئة الإذاعة البريطانية "British Broadcasting Corporation BBC" (***)، تمّ التّعاقد مع عدد من العاملين ثم صدر المرسوم الأميري رقم 1 بتاريخ: 1996/02/28، القاضي بإنشاء المؤسسة العامة القطرية للقناة الفضائية، والتي سميت بقناة الجزيرة في قطر، في إشارة إلى أن عملية البث التي تجري من قطر لاتعني تبني القناة لوجهة نظر الحكومة القطرية، ويرى بعض العاملين في مركز القناة في الدوحة أن تسمية "الجزيرة" تحمل إشارة إلى شبه جزيرة قطر التي يعتبرها أهلها عبارة عن جزيرة تحيط بها المياه. (4)

(*)- تُذكر بعض المصادر بأن المسؤولين القطريين كانوا يفكرون بإنشاء صحيفة كبيرة على غرار جريدة الحياة السعودية التي تصدر من لندن، إلا أن الفكرة تغيرت فيما بعد إلى قناة فضائية هي قناة الجزيرة الفضائية كما هي اليوم.

(1)- الزبيدي، مفيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2002، ص 10

(2)- الزبيدي، مفيد: قناة الجزيرة "كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي". دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 2003، ص 34

(**)- تولّى أمير قطر حمد بن خليفة آل ثاني الحكم إثر إنقلاب أبيض ضد والده في شهر جوان 1995.

(3)- الزبيدي، مفيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2002، ص 11

(4)- الدويك، سوسن: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية "قناة الجزيرة العربية كحالة". الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 15

(***)- هي هيئة إعلامية مستقلة مقرها المملكة المتحدة، تأسست عام 1922، أما قبل ذلك فكان اسمها شركة الإذاعة البريطانية، تأسست على يد مجموعة من الشركات الخاصة عام 1923 تضم الهيئة الآن شبكة من القنوات، ومؤسسات الإنتاج.

بدأت قناة الجزيرة الفضائية في قطر بثها لأول مرة بتاريخ: 1996/11/01 لمدة 6 ساعات يومياً على القمر الصناعي العربي ARABSAT II-A والقمر الصناعي (Eutelsat(W2)، لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية على غرار القنوات الفضائية الإخبارية العالمية المعروفة مثل CNN، BBC، Euronews وغيرها. (1)

وتعدّ الجزيرة من الناحية الإدارية مؤسسة مستقلة، إذ لا توجد جهة تُشرف عليها ولا تربطها صلة بتلفزيون قطر (2)، فالجزيرة لها وضع خاص يختلف عن القنوات الفضائية الحكومية وغير الحكومية، فقد أنشأتها مؤسسة لها استقلالها الذاتي بتمويل من دولة قطر التي يقتصر دورها على التمويل دون الإشراف أو الإدارة، ولا تربطها أية علاقة بتلفزيون قطر أو وزارة الإعلام القطرية. (3)

وقد نجحت القناة خلال فترة قصيرة من عمرها في تحقيق إنجازات إعلامية باهرة على المستويين العربي والعالمي، وازدادت مكانتها مع أحداث 11 سبتمبر 2001. وتغطيتها لحرب أفغانستان والبث الإخباري المتواصل على مدى 24 ساعة إلى العالم، بحيث وصلت إلى المشاهد الأمريكي والأوروبي وتحولت إلى صوت الشرق الأوسط في الغرب، وحظيت باهتمام كبير من قبل القنوات الفضائية الغربية مثل CNN، CBC، MSNBC. التي تابعت شرائطها عن القاعدة وطالبان وتقريرها الإخبارية وتغطيتها للمعارك في أفغانستان. (4)

قناة الجزيرة من القنوات التي تستخدم الحرف العربي في تصميم شعارها في انحياز واضح إلى الخطّ العربي، واللون الذهبي الذي هو إشارة إلى رمال الجزيرة العربية، كما أنه معادل موضوعي لقيمة الذهب الذي يوحى بالرّصانة والقيمة والخلود. وتلتزم الجزيرة بنفس الشعار في قنواتها المتخصصة الجديدة، حيث أنها لم تتنازل عن شعارها الأم بل وضعت داخل إطار شبكي وأضافت أدناه اسم القناة المتخصصة، وهكذا لم تفقد الجزيرة الرّبط بين الشعار الرئيسي والشعارات الفرعية، وهو الهدف الثاني المتمثل في خلق شجرة عائلية للشعار الرئيسي. (5)

(1)- Barkho, Leon : News from the BBC, CNN, and Al-Jazeera " How the Three Broadcasters Cover the Middle East". Hampton Press, New Jersey, 2010, p31

(2)- Zayani, Moahmed : Al Jazeera and the Vicissitudes of the New Arab Mediaspace. Pluto Press, London, 2005, p13

(3)-Lynch, Marc : Voices of the New Arab Public " Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today". Columbia University Press, New York, 2006, p 37

(4)- Zayani, Mohamed & Sahraoui, Sofiane : The Culture of Al Jazeera " Inside an Arab Media Giant". McFarland & Company, North Carolina, 2008, p24

(5)- جاسم، محمود: أنواع قنوات الجزيرة الفضائية ومراكزها. 3ع، 2002/09/14، جريدة الوطن الكويتية، الكويت، ص26

مصادر أخرى تؤكد بخصوص النشأة أنه وبعد التعرّض لضغوط سعودية قرّرت إدارة BBC البريطانية إغلاق قناة BBC العربية وتسريح طاقمها، هذا الطّاقم وجد عند الحكومة القطرية أن ذلك رغبة في إنشاء قناة للأخبار على شاكلة BBC في المهنية والحرفية مع إضفاء طابع عربي بخصوص معالجة الأخبار.

بتاريخ 21 فيفري 1996 وقّع أمير قطر "حمد بن خليفة آل ثاني" على مرسوم أميري يتمّ بموجبه إنشاء قناة إخبارية عربية، تمّ اختيار اسم "الجزيرة" له دلالة على الجزيرة مؤسسة قطرية مستقلة مقرّها الدوحة. (1)

كما نصّ المرسوم على كون القناة عربية متخصصة يتركز نشاطها في بثّ الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها من مواضيع الساعة، خدمة إعلامية عربية الإنتماء عالمية التوجّه شعارها "الرأي والرأي الآخر". وهي منبر تعددي ينشد الحقيقة ويلتزم المبادئ المهنية في نشر الوعي العام بالقضايا التي تهّم الجمهور بالإضافة إلى طموحها لأن تكون بين الشعوب من خلال توجّهها المتمثّل في عالمية الأخبار وعدم استثناء أيّ منطقة جغرافية من تغطية القناة سواءً بإنشاء مكاتب إقليمية أو مراسلين محليين. (2)

بدأت قناة الجزيرة البثّ بميزانية وصلت إلى 651 مليون دولار، جاءت بعد الانفتاح الذي عرفته دولة قطر مع وصول حمد بن خليفة آل ثاني للحكم، في إطار إصلاحات عدّة عرفت توسيعاً لها من الحرية، فكانت قناة الجزيرة كنتيجة للتّزواج العاقل بين الثورات النفطية والتّوق للديمقراطية. (3) كما استفادت الجزيرة من أفول نجم BBC العربية، وتوق المشاهد العربي لمتابعة قنوات ناطقة بالعربية تكون في مضمونها حاملة لهمومه ناقلة لأرائه، مدافعة عن قضاياها في مضمونها، وفي شكلها مهنيًا وحرفيًا. (4)

لقد بدأت قناة الجزيرة بثها بمدة 06 ساعات يوميًا، وفي أوائل عام 1997 ازدادت ساعات البثّ لتصبح 09 ساعات يوميًا إلى أن وصلت إلى 17 ساعة في منتصف عام 1997، ثم 12 ساعة، وفي فيفري من عام 1999 بدأت تبثّ على مدى 24 ساعة يوميًا، ووصل عدد كوادرها إلى 594 شخص، ولديها أكثر من 50 مكتبًا في مدن وعواصم حول العالم، وقد نجحت القناة في وقت قصير في تحقيق انجازات إعلامية باهرة على المستويين العربي والعالمي. (5)

(1)- تصريح للإعلامي الفلسطيني والمذيع بقناة الجزيرة الناطقة بالعربية "سامي حداد" في برنامج "بلا حدود" على قناة الجزيرة الفضائية في حلقة خاصة بمناسبة الذكرى العاشرة لتأسيس مركز الجزيرة للدراسات، 2016/11/01.

(2)- الزبيدي، مفيد: مرجع سابق، ص28

(3)- تصريح للصحفي الفلسطيني والمدير العام لموقع "www.aljazeera.net" أحمد الشيخ في حلقة خاصة لبرنامج "بلا حدود" على قناة الجزيرة الفضائية بمناسبة الذكرى العاشرة لتأسيس مركز الجزيرة للدراسات، 2016/11/01.

(4)-El-Naway, Mohammed & Shawn, Powers : Mediating Conflict " Al-Jazeera English and The Possibility of a Conciliatory Media". Figueroa Press, Los Angeles, 2008, p53

(5)-Zayani, Mohamed & Sahraoui, Sofiane : The Culture of Al Jazeera " Inside an Arab Media Giant ". McFarland & Company, North Carolina, 2008, p26

وزدادت مكانتها مع أحداث 66 سبتمبر 2001 وتغطيتها لحرب أفغانستان والبيت الإخباري المتواصل على مدى 24 ساعة إلى العالم، بحيث وصلت إلى المشاهد الأمريكي والأوروبي وتحولت إلى صوت الشرق الأوسط في الغرب. (1)

وقد كان هناك العديد ممن يشككون في دوافع إنشاء القناة وظروفها بين المتقنين العرب والمراقبين، فيرى الدكتور "جلال أمين" أن الجزيرة ظاهرة مصادحة للعولمة، فهي تنتمي إلى دولة صغيرة جداً واستطاعت بسبب التكنولوجيا المصادحة للعولمة أن تسجل شريطاً لقادة القاعدة في حرب أفغانستان وتبثه إلى العالم بعد ساعات قليلة من الحصول عليه، ثم يستطرد واصفاً القناة بأنها "قناة تلفزيونية عربية بالغة التقدم فنياً وتكنولوجياً، ولكنها تدسّ من حين لآخر سُمومًا...". (2)

ويرى الدكتور "عبد الوهاب الأفندي" أن (...قناة الجزيرة ولدت من زخم الزلزال المزدوج الذي ضرب المنطقة في بداية التسعينات وتمثل في انهيار المعسكر الشيوعي وانفراط ما بقي من تضامن عربي محدود غداة أحداث الكويت 1991، وقد انهارت مسلمات كثيرة وسقطت محرّمات وانكشفت حقائق كثيرة كانت محجوبة، ومن ضمن المحظورات التي سقطت التودد لدولة الكيان فولدت الجزيرة في هذا الجو المنذر بانقلابات جوهريّة، وإن استمرّ الأوضاع على ما هي عليه هو الذي أعطى قناة الجزيرة حجمها وموقعها). (3)

(1)- عدلي العبد، عاطف: القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها. دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006، ص23

(2)- أمين، جلال: عولمة القهر "الولايات المتحدة والعرب والمسلمون قبل وبعد أحداث أيلول/سبتمبر 2111". دار الشروق، القاهرة، 2002، ص112

(3)- الأفندي، عبد الوهاب: تصفية قناة الجزيرة لتعود المياه العربية إلى مجاريها. القدس العربي، لندن، 200/10/15، ص37

I-2- أهداف إنشائها:

عندما قرّر الشيخ حمد بن خليفة إنشاء قناة الجزيرة، لم يكن لديه تصوّر في البداية عن هيكلها وعملها ولكنه أعرب عن رغبته في إنشاء قناة تقدّم صورة جديدة عن قطر وتنتقل إلى العالم الخارجي. (1)

وتتمثّل أهداف قناة الجزيرة أيضاً في إحساس المسؤولين القطريين بعدم قدرة الخدمة الإخبارية بالقنوات الفضائية العربية على مناقشة الأخبار في المحطّات الأجنبية ورغبة قناة الجزيرة في منافسة هذه المحطّات بإيجاد إعلام عربي مستقلّ ينقل للمواطن العربي الخبر "بحيادية" مع توافر الإمكانيات وضرورة تعرّف المشاهد العربي على أخبار بلده من خلال قنواته العربيّة بحكم صدقها وواقعيتها وقربها من الأحداث بدلاً من الأخبار التي تتناقلها المحطّات الأجنبية. (2)

I-3- مصادر تمويل قناة الجزيرة

كان الشيخ "حمد بن ثامر" بعد خمس سنوات من إنشاء قناة الجزيرة يأمل أن تستقلّ مادياً إلا أنّ ذلك لم يتحقّق، وظلّت حكومة الدوحة تقدّم لها الدّعم المالي، وحاولت القناة من جانب آخر أن تجد مصادر دخل مثل الإعلانات والاتّصالات الهاتفية المباشرة في إطار التوجّه نفسه للقنوات التلفزيونية الفضائية العربيّة، وتبدي القناة نوعاً من السريّة في بيان ميزانيتها، وهي تصرف مبالغ كبيرة لتغطية العناصر الأساسية في برامجها وهي التقارير الإخبارية، وإنتاج البرامج التسجيلية، والإنتاج وحده يكلف نحو 10 ملايين دولار، فضلاً عن نفقات المكاتب التي تشمل 50 مدينة في العالم. ويوضّح رئيس مجلس إدارة القناة السيّد "حمد بن ثامر"، أنّه من المؤمل أن تستقل القناة في اعتماداتها الماليّة في المستقبل القريب، وأنّها سوف تكون قادرة على تمويل نفسها بحدود ثلاث إلى أربع سنوات، وتسعى الجزيرة بعد استقلالها المادي إلى إنشاء شركة متّحدة مع أنّها تبدو خطوة صعبة لعدم إمكانيّة إيجاد موارد بديلة عن الحكومة القطريّة تساهم في هذه الشركة، وفي إطار إيجاد موارد ماليّة جديدة تعكف الجزيرة على إصدار سلسلة كتّاب الجزيرة وهي سلسلة وثائقية لأهمّ البرامج الحوارية. (3)

وقد أكّد وزير خارجية قطر "حمد بن جاسم آل ثاني" أنّ حكومته ترعى قناة الجزيرة، لكن لا يعني ذلك أنّها تدير القناة أو توجّهها ضد أيّ شخص، ولهذا تعاني الحكومة عدم ارتياح من ما تقدّمه الجزيرة واعتقادهم أنّ هذا البرنامج أو "الأصدقاء والأشقاء" يتمّ بإيعاز من الحكومة القطريّة. (4)

(1)- الزبيدي، مفيد: مرجع سابق، ص35

(2)- الدويك، سوسن: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية "قناة الجزيرة العربية كحالة". الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص695

(3)- الزبيدي، مفيد: مرجع سابق، ص38

(4)- Miles, Hugh: "Al-Jazeera" How Arab TV News Challenged the World". Abacus, London, 2005,

- تتوفر قناة الجزيرة على ترسانة من القنوات المجانية والمشفرة المتنوعة التابعة لها عددها 65 قناة حالياً، نذكر منها: (1)
- قناة الجزيرة الرياضية: متخصصة في إيصال الأحداث الرياضية للمشاهد العربي، بدأت في 2003 كقناة واحدة ثم انقسمت إلى مجموعة من القنوات في: 27 أكتوبر من عام 2005؛
 - الجزيرة موبايل: وهي خدمة التوصيل الإعلامي عبر تقنية الرسائل القصيرة SMS تقدم الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والأخبار العاجلة باللغة العربية والانجليزية؛
 - قناة الجزيرة للأطفال: بدأت بثها بتاريخ: 2005/09/09، 2005/9/9 وتعرف نفسها بأنها قناة عربية تربوية ترفيهية موجهة للأطفال بين سن 7 و 15 عاماً وإلى الأسرة عموماً؛
 - قناة الجزيرة مباشر: تم إطلاقها بتاريخ: 2005/04/15، تنقل الجزيرة مباشر الأخبار والأحداث الحية، كالمؤتمرات الصحفية التي يعقدها رؤساء الدول والندوات التي تقيمها الأحزاب السياسية وباقي الأحداث الحية الأخرى في العالم، وتعتبر الأولى من نوعها في العالم العربي؛
 - قناة الجزيرة الوثائقية: إحدى فروع شبكة الجزيرة، تم إطلاقها في: 2007/01/01، وهي قناة ثقافية متخصصة في عرض الأفلام الوثائقية. تعدّ الأولى من نوعها على مستوى العالم الناطق باللغة العربية، وتهتم بشكل أساسي بالإنسان وبيئته المعاشة والتفاعل الحاصل فيما بينهما؛
 - قناة الجزيرة الدولية: الجزيرة الانجليزية قناة إخبارية ناطقة بالانجليزية، تهدف لتغطية الأحداث في الشرق الأوسط والعالم باللغة الأكثر انتشاراً حالياً، كان من المقرر أن تبدأ البث في جوان 2006 لكن البث تأخر حتى: 2006/11/15، غيرت القناة اسمها من الجزيرة الدولية إلى الجزيرة الانجليزية قبل يوم واحد من بدء البث؛
 - الجزيرة نت: بتاريخ 02 جانفي 2011 تم افتتاح الموقع www.aljazeera.net الجناح الإلكتروني لشبكة الجزيرة، وقد استطاع الموقع في مدة وجيزة أن يصبح الأكثر تصفحاً عربياً، ليكون أول موقع رئيسي للأخبار باللغة العربية على شبكة الانترنت، وسرعان ما تربّع على القمة بين المواقع العربية ودخل المنافسة على صدارة المواقع العالمية الشهيرة.

(1)- Koutsoukis, Jason: Al-Jazeera is changing minds and hearts". Sydney Morning Herald - Business & World News Australia, Date published: 04/09/2012.
<http://www.smh.com.au/world/aljazeera-is-changing-minds-and-hearts-20110408-1d7rj.html>. Date retrieved: 03/02/2018

ويُعرّف الموقع لُغَةً على أنه مكان الوقوع. مواقع الماء: مساقطه. مواقع القتال أو الجيش: مواضعه. (1)

أما اصطلاحاً فهو "كل ما يتم الوصول إليه عبر محدّد موقع المصدر Uniform Resource Locator URL أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرض الويب Web browser. ولها أشكال مختلفة، وتم استخدام تعبير المواقع الإلكترونية للدلالة عليها". (2)

كما يعرف على أنه (مجموعة مترابطة من صفحات الويب، متاحة من خلال أجهزة الكمبيوتر عبر الإنترنت). (3)

وتم تعريف الموقع الإلكتروني "Web Site" أيضاً على أنه: (مجموعة متصلة من الصفحات على الشبكة العالمية ككيان واحد، يُدار عادةً من قِبل شخص واحد أو منظمة ويكرّس لموضوع واحد أو عدة موضوعات ذات صلة وثيقة). (4)

ويُعرفه قانون مكافحة جرائم المعلوماتية السوداني الصادر في 07 ديسمبر 2018 على أنه "مكان إتاحة المعلومات على الشبكة المعلوماتية من خلال عنوان مُحدّد". (5)

ويرى الباحث أنّ التعريفات السابقة منقوصة، وما يمكن أن نضيفه هو أنّ مواقع الويب اليوم ليست متاحة فقط عبر أجهزة الكمبيوتر بل تعدتها للعديد من الأجهزة الأخرى كالهواتف المحمولة، الأجهزة اللوحية، منصات الألعاب الإلكترونية، الساعات، أجهزة التلفزة والثلاجة وغيرها والمزودة بإمكانيةولوج للشبكة العنكبوتية.

وبحسب الباحث، فإنّ الموقع الإلكتروني إجرائياً هو "قاعدة مركزية تضم عدداً من صفحات الويب المرتبطة ببعضها البعض، والتي عادةً ما يمكن الوصول إليها من خلال الصفحة الرئيسية عبر مختلف الأجهزة".

(1)- مسعود، جبران: الرائد. م1، ط7، دار العلم للملايين، مصر، 1992، ص 282

(2)- Douglas, Ahlers: News Consumption and the New Electronic Media by the President and the Fellows of Harvard College. Harvard University, Massachusetts, 2006, P29

(3)- بيسيوني، حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأي العام. عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص73

(4)- Sto kinger, P : Les nouveaux produits d'information. Conception et sémiotique du document. Hermes Science Publications, Paris, 1999, p16

(5)- حكومة السودان الإلكترونية: قانون مكافحة جرائم المعلوماتية. بتاريخ: 2018/12/07، متاح على الرابط:

https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/events/files/s24_law_for_combating_cyberc_rime_in_sudan_ar.pdf. تم الإسترجاع بتاريخ: 2020/02/25.

ويُقدّم موقع الجزيرة نفسه كما يلي "هناك الكثير ممّا يُؤمل تحقيقه من خلال الصّيغة العربيّة الجديدة للجزيرة نت تمّ اطلاقها منتصف شهر سبتمبر 2004، فالتصميم الجديد يشكّل خطوة متقدّمة نحو بناء شبكة متكاملة لمواقع الجزيرة على شبكة النّت". (1)

لقد صُمّم الموقع الجديد ليصبح شبكة مواقع توفرّ للزوّار أربعة مصادر للمعرفة هي: (2)

- الأخبار: فهو الموقع العربي الرّئيسي للأخبار حيث يقدّم تغطية شاملة للأحداث وتطوّراتها على مدار السّاعة؛

- المعرفة: فهو موقع يقدّم الآراء ذات الأبعاد الأكثر عمقاً لما وراء الأخبار، وذلك عن طريق التّحليل والبحث العلمي للدراسات العميقة؛

- الفضائيّة: فهو الموقع الخاص بعرض ما تبثّه قناة الجزيرة ويحتفظ بسجّلات كاملة لما تنتجه في قاعدة بيانات ضخمة يتمّ توفيرها للزوّار؛

- الأعمال: فهو أداة الجزيرة للتّسويق الإلكتروني ويتمّ عبره التّرويج لبيع الخدمات الإخباريّة ومنتجات القناة عموماً.

وترتبط هذه المواقع الأربعة ببوابة توضح آخر وأهمّ ما يُنشر في كلّ موقع من هذه المواقع.

ويُعتبر موقع الجزيرة اليوم أهمّ موقع إخباري عربي من حيث عدد الزيّارات الكبيرة جدّاً، خاصّة في أوقات الأزمات التي تخصّص لها مؤسّسة الجزيرة حيّزاً هاماً من تغطيتها الإخباريّة.

إضافة إلى ذلك قامت شبكة الجزيرة بإنشاء مجموعة من المراكز نذكر منها: (3)

- مركز الجزيرة للدراسات: تأسّس المركز سنة 2006، وهو مؤسّسة بحثيّة مستقلّة تُعنى بتعميق مقوّمات البحث العلمي، وإشاعة المعرفة عبر وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتّصال، ويعرّف المركز نفسه بأنّه يساهم في الارتقاء بمستوى المعرفة وإغناء المشهد الثقافي والإعلامي، وإثراء التّفكير الاستراتيجي في العالم العربي؛

- مركز الجزيرة الإعلامي للتّدريب والتّطوير: أصبحت الجزيرة الفضائيّة منذ انطلاقتها كأول قناة عربيّة فضائيّة متخصصة في تقديم الأخبار والبرامج الحواريّة ظاهرة عصريّة في الإعلام العربي، لما تميّزت به من مهنيّة وشفافيّة وسبق صحفي، ومناراً حراً لأصحاب الفكر وصنّاع القرار والباحثين.

(1) - Barkho, Leon :News from the BBC, CNN, and Al-Jazeera” How the Three Broadcasters Cover the Middle East”. Hampton Press, New Jersey, 2010, P53

(2) -Tharoor, Ishaan:Clinton Applauds Al Jazeera, Rolls Eyes at U.S. MediaTime". Date published: 03.03.2011. Global Spin. <http://globalspin.blogs.time.com/2011/03/03/clinton-applauds-al-jazeera-rolls-eyes-at-u-s-media/>. Date retrieved: 17/05/2020

(3)- Lieberman, David:Al Jazeera English Gains Cachet in U.S. during Egypt Rallies”. USA Today. Date published:19/11/2011.http://www.usatoday.com/money/media/2011-02-07-aljazeera07_ST_N.htm. Date retrieved: 17/05/2020

وامتداداً لهذا الدور في تطوير الإعلام العربي فكرياً وأداءً، يأتي إنشاء مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير والذي يرمي للمساهمة في التطوير الإعلامي بمختلف مجالاته ومستوياته، وقد تمّ إنشاء المركز على أساس تجاري غير ربحي يحقق تخفيض رسوم الإشتراك في أنشطته ودوراته بما يشجّع على الالتحاق به وبما يغطّي نفقاته التشغيلية. كما يهدف إلى المساهمة في تطوير المؤسسات الإعلامية وتدريب منتسبيها وذلك على المستوى العربي بوجه خاص وعلى المستويين الإقليمي والدولي بشكل عام.

I-4- السياسة الإعلامية للقناة.

تعدّ قناة الجزيرة أولّ قناة عربية إخبارية متخصصة تنشأ وتدار وتمولّ خليجياً وعربياً، إلاّ أنّها ثاني قناة إخبارية باللّغة العربيّة بعد التلفزيون العربي لهيئة الإذاعة البريطانية، لذلك فهي لا تبثّ أفلام سينمائية أو مسلسلات أو أغاني على شاشتها. فهذه المواد لا وجود لها على الإطلاق لأنّها مخالفة تماماً لسياستها.

وتؤكدّ القناة حرصها على المهنيّة والموضوعيّة والمصداقيّة في تناولها للأخبار، وسماحها لكلّ الآراء بالتعبير عن وجهة نظرها دون أيّ تحييز من قبل المسؤولين أو مقدّمي البرامج، كما أنّها لا تسمح بالانحياز ولا تقف مع وجهة نظر ضدّ أخرى.

فالقناة تريد حسب ما تقول ومن خلال سياستها الإعلامية أن تصل إلى مصاف القنوات الغربيّة المشهورة، وذلك لن يتحقّق ما لم تلتزم بالمعايير المهنيّة المتعارف عليها. وطبقاً لهذه السياسة الإعلامية فإنّ الجزيرة هي القناة الوحيدة التي بثت خطابي الرّئيس العراقي الرّاحل صدام حسين أثناء الغارات البريطانيّة الأميركيّة ضد العراق أو آخر ديسمبر 1996، بعد رفض كل القنوات العربيّة الرّسمية بثّهما، وبعدها فشلت قناة CNN بالفوز بهذا السبق الإعلامي. كما كانت الجزيرة أيضاً أولّ قناة عربيّة تكرّس استمرار السّماح للإسرائيليين بالظهور على شاشتها ومناقشتهم وبثّ آرائهم ووجهة نظرهم بعد أن كانت مثل هذه الأمور من المحرّمات الإعلامية والسياسيّة على القنوات الفضائيّة الأخرى، ممّا مكّن قناة الجزيرة من أن تكون المتنفّس الرّئيسي لليهود وبعض المسؤولين الإسرائيليين^(*). (1)

(*) - الباحث وكتّل الجزائريين وكلّ الأفراد والدول والهيئات والمنظمات المقتدّة للإستعمار في أيّ بلد كان، لايعترف بما يسمّى دولة إسرائيل "מְדִינַת יִשְׂרָאֵל" ، بل يعترف بحقّ الفلسطينيّين بالإستقلال واسترجاع الأرض من الكيان المحتلّ.

(1)-Ungerleider, Neal: Egypt Now Blocking Al Jazeera Broadcasts to Much of Middle East.Fast Company. Date published: 30/01/2011. <http://www.fastcompany.com/1722354/egypt-nilesat-al-jazeera?partner=rss>. Date Retrieved: 15/07/2020

I-5- أسباب شهرة قناة الجزيرة

هناك ثلاثة عوامل كانت من أهم أسباب نجاح وشهرة قناة الجزيرة، وهي: (1)

□ **الإدارة السياسية والإعلامية:** هذا العامل كان السبب الرئيسي في شهرة قناة الجزيرة، فهي لم تكن في يوم ما قناة تجارية أو ترفيهية أو مستقلة إدارياً ومالياً عن قطر، حتى يمكن تجاهل عامل الإدارة السياسية والإعلامية، بل كانت قناة رسمية تمثل إعلاماً سياسياً قوطياً، أنشأتها الدوحة لأجل أن يكون هناك إعلام حرّ مستقل عن السيطرة البيروقراطية التقليدية قد يحقق لها أهدافاً مثمرة، كإظهار الدوحة بمظهر الدولة المتحضرة التي تحرص على وجود مؤسسات المجتمع المدني أو جني ثمار إعلامية وسياسية من خلال ما تبثه الجزيرة، أسوة بالدول العربية الأخرى التي لها نفوذ إعلامي عربي طويل لتحقيق مصالحها وأهدافها، أو أن يكون لها جهاز إعلامي رسمي غير مباشر يعمل على الدفاع عن مقومات أمنها السياسي والاقتصادي والعسكري والاجتماعي لذلك فإن وجود إدارة وعامل سياسي وإعلامي للقناة بهذه العقلية والإدارة وهذه الأهداف، كان سيضمن عبور الجزيرة للخطوة الأولى لتحقيق شهرتها ونجاحها.

□ **القسم العربي للـ BBC:** لقد أصاب القطريون عندما عملوا على استمالة بعض عناصر الطاقم العربي الذي كان يدير تلفزيون BBC بالخارج والذين عاونوا من تجربة إعلامية فاشلة تصارعت فيها جهة إعلامية بريطانية وهي BBC وجهة إعلامية أخرى محسوبة على السعودية وهي الأوربت "Orbit Communications"، ولعبت قطر دور المنقذ لطاقم BBC العربي الذي استفاد من هذا الحلم الإعلامي، فعمدت قطر على إغراءهم بالمال والامتيازات الأخرى كالسكن والعلاوات والمكافآت مقابل تحرير المواد الإخبارية والإعلامية على المستوى المهني لا القيادي.

□ **ردود الأفعال:** يعود سبب نجاح وشهرة الجزيرة إلى ردود الأفعال الرسمية وردود الأفعال

القطرية: (2)

- **ردود الأفعال الرسمية:** تعرّضت قناة الجزيرة ودولة قطر إلى العديد من ردود الأفعال السلبية والاحتجاجات خاصة من الأنظمة العربية والدولية التي شملتها بعض برامج أو تقارير الجزيرة، ولقد تلقّت الخارجية القطرية جملة من الاحتجاجات والاستنكارات الرسمية العنيفة من قبل الأنظمة العربية التي اعتبرت البرامج الحوارية استفزازية ومسيئة لها ومنقّدة لسياساتها، وتهدف إلى تفويض الأمن القومي الوحدة السياسية والوطنية والدينية والاجتماعية والعرقية لها. ولقد أعقبت ردود الأفعال أزمات سياسية بين العواصم العربية ومقاطعات سياسية زادت وتيرتها والدوحة، وتسببت في خلافات

(1)- آل شيخان الشمري، طارق: الجزيرة "قناة أم حزب أم دولة؟ دور قناة الجزيرة الإعلامي والشعبي والسياسي في العالم العربي والإسلامي والغربي". دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص23

(2)- Da Lage, Olivier : Politics of Al Jazeera or the Diplomacy of Doha "In The Al Jazeera Phenomenon". Pluto Press, London, 2005, p49

وتوترات على المستوى الإعلامي، كما شنت وسائل الإعلام العربية حملات ضدّ القناة وضدّ الدولة القطريّة وهذا يؤكّد قوة ما تقدّمه القناة من تقارير وبرامج حوارية تصبّ في صميم ما يعانيه العالم العربي.

– **رئود الأفعال القطرية:** بسبب الأزمات التي وضعت قناة الجزيرة دولة قطر فيها، حيث وُضع النظام القطري بين خيارين إمّا الرّضوخ للمطالب العربية بتقنين القناة ومراقبة محتوياتها والكفّ عن التّعريض لمقومات الدّول العربيّة وربّما إغلاقها نهائياً، أو أن تسمح الدّوحة للجزيرة بالاستمرار في عملها غير آبهة بالأزمات السياسيّة وحملات الوعيد والتّهديد، وكان الخيار الثّاني هو المقبول بالنّسبة للنّظام القطري الجديد والملائم لسياساته الجديدة تجاه المنطقة والعالم، لذلك بقي النّظام القطري يؤكّد على دعمه للقناة ولحرية الإعلام رغم أنّ هذا الإختيار فتح مرحلة جديدة من الأزمات السياسيّة طالت العلاقات مع دول الخليج والعرب. (1)

I-6- الحرية الإعلامية لقناة الجزيرة:

إنّ توافر الحرية الإعلامية في ممارسة الجزيرة لعملها ورفعها للخطوط الحمراء الخاصّة والمتعلّقة بالدّول والأنظمة والحكومات، مكّنت القناة من أن تنتهي خاتمة خطوات الانطلاق نحو الشهرة والنّجومية، وأضحت في مصاف القنوات الرّائدة في المجال الإخباري، كما أنّ الحرية الإعلامية التي وفرتها الحكومة القطرية للقناة ساهمت في هذه الشهرة والتّميّز، ويمكن أن نحلّل عنصر الحرية الإعلامية في نقطتين أساسيتين شكّلتا معاً هذا العامل، هما الحرية المشروطة والأيدولوجية السياسيّة:

– **الحرية المشروطة:** نقصد بالحرية المشروطة الحرية الإعلامية الإداريّة والتّحريرية والمهنيّة في التّعامل مع المواد الإخبارية سواءً بالكلمة أو بالصّورة، ولا يقف في طريقها أيّ عائق أو خطوط حمراء، إلّا فيما يتعارض مع الأمن القومي القطري ومقومات السياسة القطرية الخارجيّة والدّاخلية، وما عدا ذلك فإنّ للقناة حرية تفوق حرية القنوات الإعلامية الرّسميّة القطرية الأخرى، وتفوق أيضاً الحرية الإعلامية الممنوحة لأيّ وسيلة إعلامية عربيّة مرثية كانت أو سميّة أو مقروءة. (2)

– **الإيدولوجية السياسيّة:** إنّ للجزيرة هوية سياسيّة وفكريّة ودينيّة، تتمثّل في اعتناقها وعبر مقدّمي البرامج أربعة توجّهات سياسيّة وفكريّة وهي: القوميّة العربيّة والإسلام السياسي والليبرالية الغربيّة

– وأخيراً التّوجّه العربي المحافظ: وهذا التّنوع الأيدولوجي والفكري كان يخاطب المشاعر السياسيّة

(1)- الزبيدي، مفيد: مرجع سابق، ص218

(2)- Baxter, Sarah : Rumsfeld's Al-Jazeera outburst. Times Online, The Sunday Times. Date published: 27.11.2005. <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/article597096.ece>. Date retrieved: 03/12/2019

والدينيّة والفكريّة للمشاهدين العرب ويحرّك فيهم أحاسيس ومشاعر التّفاعل مع كلّ ما تبثّه القناة من مواد إعلاميّة، فكلّ صاحب توجّه يجد مُبتغاه من خلال ما تبثّه من أخبار وتقارير وبرامج حوارية سواءً كان قومياً أو ليبرالياً أو إسلامياً سياسياً أو توجّهاً محافظاً، وبهذا فإنّ الجزيرة عرفت جيّداً كيف تجذب مشاهديها وتكسب تقّتهم بدءاً من السّنوات الأولى لإنتشارها الإعلامي. (1)

(1)- Koutsoukis, Jason: Former Reference.

وَلِغَرَضِ إِجْرَاءِ وَصْفِ دَقِيقٍ وَمَوْضُوعِي وَكَمِّي لِمُضْمُونِ الدِّرَاسَةِ، قُمْنَا بِتَصْنِيفِ

محتويات الموقع الإلكتروني إلى فئات تحليل حيث تحاول كل فئة الإجابة عن تساؤلات الدراسة المتعلقة بمساهمة المستخدمين في صناعة مضامين القناة من خلال موقعها الإلكتروني ومنصات التواصل المتصلة به.

والتحليل الكمي هو ذلك التحليل المتفق عليه، ولهذا سنقوم بتحليل مضمون عينة مضامين

المستخدمين على ضوء الفئات التي تمّ تحديدها مع حساب درجة تكرارها، ليتمّ في النهاية استخلاص وصف محدّد ودقيق لها، وهذا الوصف سيكون كميّاً لأنّه يعتمد على عدد التكرارات كوسيلة للعدّ والإحصاء، وسنستخدم لذلك مقياس العدّ "Killo" K^(*) المستخدم في الفضاء الإلكتروني.

"... ويُعتبر أسلوب العدّ نظاماً للتسجيل الكميّ لوحدات المحتوى وفئاته بطريقة منتظمة

حيث يعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد يُمكن من خلال المعالجة الإحصائية لها

الوصول إلى نتائج الكمية التي تساهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة". (1)

(*)- هي كلمة أصلها لاتيني "chilioi" وكانت لا تعني العدد 1000 بالضبط، بل كانت تشير إلى عدد كبير من السنين، لكن بعد ذلك بمئات السنين، تحديداً بعد أن اقتبست الفرنسية هذه الكلمة من اللاتينية، تم إعادة توظيفها وتحديد معناها أكثر وأصبحت تعني العدد 1000 بالضبط (1k=1000) وحذت حذوها باقي اللغات ومنها الإنجليزية، وارتبطت أكثر بالبيئة الجديدة وتفاعلاتها، وصارت المعبر عن عدد المشاهدات والإعجابات والمشاركات وغيرها.

(1)- محمد، عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3، عالم الكتب، مصر، 2004، ص181

II- عرض وتحليل النتائج

II- أولاً: عرض نتائج الدراسة

1- الفترة الممتدة من الأربعاء: 01 جانفي 2020، إلى الجمعة: 31 جانفي 2020

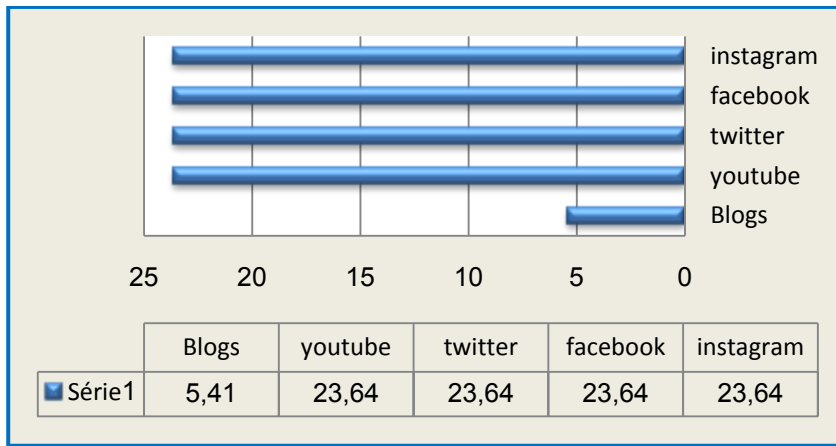
1-1- الإطار المرجعي العام لمنصات التواصل للجزيرة الإخبارية والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها:

1-1-1- عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | instagram | facebook | twitter | Youtube | Blogs | المدة |
|---------|-----------|----------|-----------|----------|------------|---------|
| | كل ساعة | كل ساعة | كل ساعة | كل ساعة | كل 24 ساعة | |
| | 02 منشور | 02 منشور | 02 تغريدة | 02 تسجيل | 11 مقال | العدد |
| 6.293k | 1.488k | 1.488k | 1.488k | 1.488k | 341 | التكرار |
| 100 | 23.64 | 23.64 | 23.64 | 23.64 | 05.41 | % |

جدول رقم (01): عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر جانفي 2020.

يُبين الجدول أعلاه عدد استخدامات الموقع الإلكتروني للجزيرة لمنصات التواصل الاجتماعي لشهر جانفي 2020 والمرتبطة بموقعها الإلكتروني aljazeera.net يومياً (خلال 24 ساعة)، ويظهر من الجدول أن الجزيرة تتبع نظام خاص موزع حسب الساعات، حيث جاء في الترتيب الأول كل من (youtube، twitter، facebook، instagram) بـ (تسجيلين، تغريدتين، منشورين، منشورين) كل ساعتين على التوالي، وبنسبة مئوية متساوية لكل منهما تقدر بـ 23.64% لكل منهم، يليهم مدونة الجزيرة (Blogs) بـ 11 مقال كل 24 ساعة، وقد حازت على نسبة مئوية تقدر بـ 05.41%.



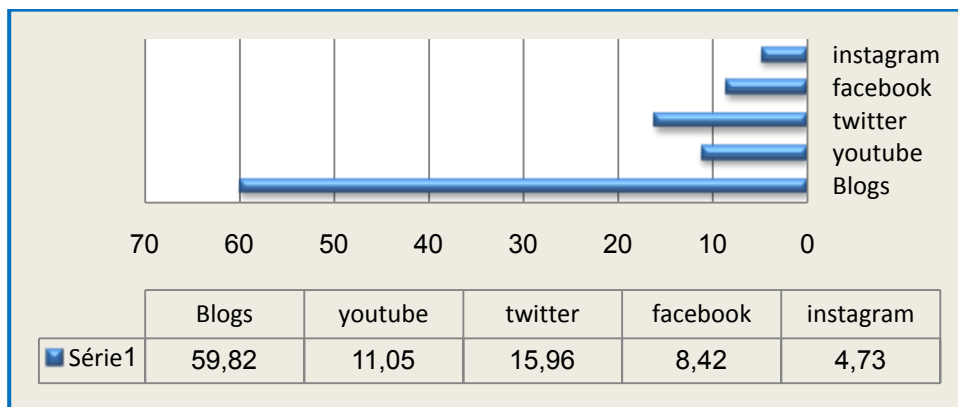
الشكل رقم (01): الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر جانفي 2020.

1-1-2- عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | instagram | facebook | twitter | youtube | Blogs | |
|---------|-----------|----------|---------|---------|-------|---------|
| 570 | 27 | 48 | 91 | 63 | 341 | التكرار |
| 100 | 04.73 | 08.42 | 15.96 | 11.05 | 59.82 | % |

جدول رقم (02): عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020.

يُوضح الجدول أعلاه عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020، والمقدرة بـ 570 مضمون متنوع حسب منصات التواصل المرتبطة بموقعها الإلكتروني، حيث حازت مدونات الجزيرة Blogs على النسبة الأكبر بتكرار 341 مرة وهو ما يمثل ما نسبته 59.82 %، يليها twitter بتكرار 91 مرة (مانسبته 15.96 %)، ثم youtube بتكرار 63 مرة (مانسبته 11.05 %)، ثم في المرتبة الرابعة جاء موقع facebook بتكرار 48 مرة (مانسبته 08.42 %)، وفي الأخير موقع التفاعل الاجتماعي instagram بتكرار 27 مرة (مانسبته 04.73 %).



الشكل رقم (02): يبين الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020.

1-2- النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر جانفي 2020:

| twitter | | | | youtube | | | | Blogs | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 11 | 05 | 19 | 56 | 9 | 14 | 09 | 31 | 00 | 00 | 80 | 261 | التكرارات |
| 12.08 | 05.49 | 20.87 | 61.53 | 14.28 | 22.22 | 14.28 | 49.20 | 00 | 00 | 23.46 | 76.53 | % |
| المجموع | | | | instagram | | | | facebook | | | | |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 25 | 31 | 134 | 379 | 03 | 04 | 13 | 07 | 02 | 09 | 13 | 24 | التكرارات |
| 04.39 | 05.44 | 23.55 | 66.60 | 11.11 | 14.81 | 48.18 | 25.92 | 04.16 | 18.75 | 27.08 | 50.00 | % |

1- ذكر

2- أنثى

3- شخصية معنوية

4- هوية غير واضحة.

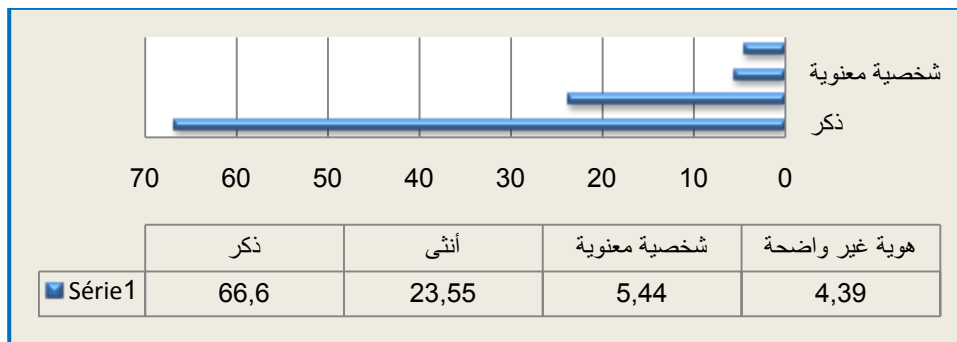
جدول رقم (03): النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر جانفي 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه توزيع النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر

جانفي 2020، حيث سجّل الـBlogs (76.53% ذكور، 23.46% إناث، في حين سجّلت كل من الشخصية المعنوية والهوية غير الواضحة نسبة مئوية صفرية). أمّا الـyoutube (49.20% ذكور، 14.28% إناث، 22.22% شخصية معنوية، 14.28% هوية غير واضحة)، وفي سياق متصل سجّل

twitter النسب التالية

(61.53% ذكور، 20.87% إناث، 05.49% شخصية معنوية، 12.08% هوية غير واضحة)، في حين سجّل موقع الـfacebook (50% ذكور، 27.08% إناث، 18.75% شخصية معنوية، 04.16% هوية غير واضحة). كما سجّل الـinstagram النسب التالية (25.92% ذكور، 48.18% إناث، 14.81% شخصية معنوية، 11.11% هوية غير واضحة). ليكون بالمجمل مانسبته 66.60% ذكور، 23.55% إناث، 05.44% شخصية معنوية، و04.39% هوية غير واضحة.



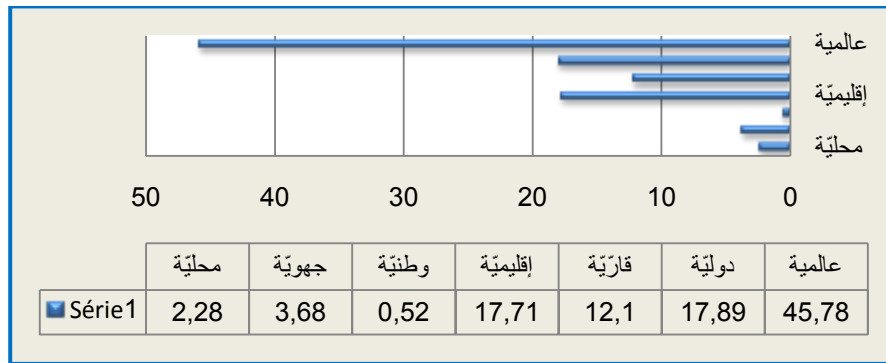
الشكل رقم (03): بيّن الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمون خلال شهر جانفي 2020.

3-1- النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | عالمية | دولية | قارية | إقليمية | وطنية | جهوية | محلية | التكرار |
|---------|--------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|---------|
| 570 | 261 | 102 | 69 | 101 | 03 | 21 | 13 | |
| 100 | 45.78 | 17.89 | 12.10 | 17.71 | 00.52 | 03.68 | 02.28 | % |

جدول رقم (04): النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُبين الجدول أعلاه تقسيماً للنطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، حيث حازت المضامين التي غطت النطاق العالمي النسبة الأكبر بـ 45.78%، يليها النطاق الدولي بـ 17.89%، ثم الإقليمي بنسبة 17.21%، ثم القاري بـ 12.10%، يليها الجهوي بنسبة 03.68%، ثم المحلي بنسبة 02.28%، وآخرها الوطني بنسبة 00.52%.



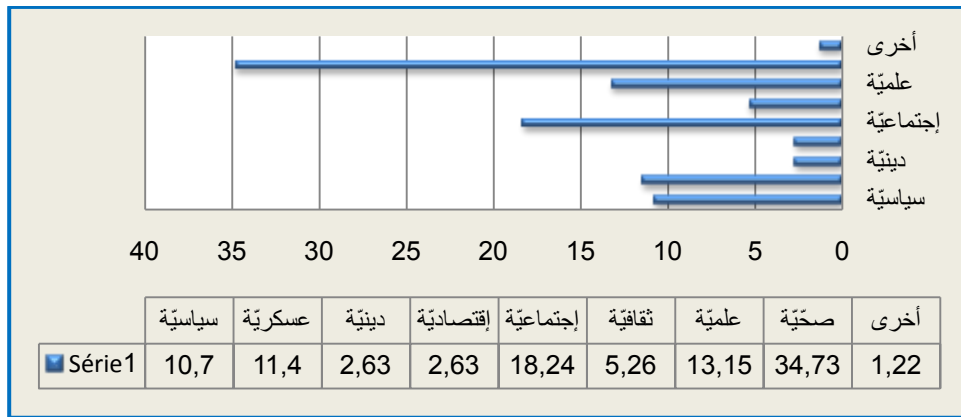
الشكل رقم (04): يبين الرسم البياني للنطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

4-1- مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | أخرى | صحية | علمية | ثقافية | اجتماعية | اقتصادية | دينية | عسكرية | سياسية | التكرار |
|---------|-------|-------|-------|--------|----------|----------|-------|--------|--------|---------|
| 570 | 07 | 198 | 75 | 30 | 104 | 15 | 15 | 65 | 61 | |
| 100 | 01.22 | 34.73 | 13.15 | 05.26 | 18.24 | 02.63 | 02.63 | 11.40 | 10.70 | % |

جدول رقم (05): مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه وصف لمجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، حيث استحوذت المواضيع الصحية على النسبة الأكبر والمقدرة بـ 34.73%، تليها الاجتماعية بنسبة 18.24%، ثم العلمية بنسبة 13.15%، ثم العسكرية بنسبة 11.40%، ثم السياسية بنسبة 10.70%، ثم كل من الدينية والاقتصادية بنسبة متساوية مقدرة بـ 02.63%، ثم الثقافية بـ 05.26%، ثم مواضيع أخرى لا يمكن تصنيفها في سياق محدد وهذا بنسبة 01.22%.



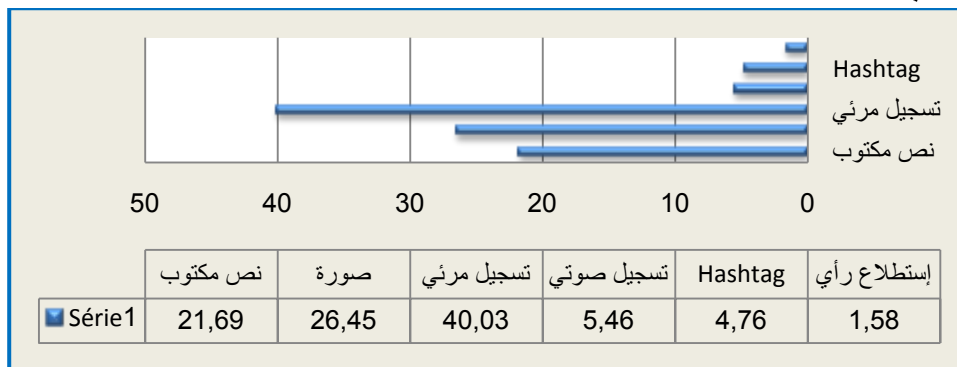
الشكل رقم (05): يبين الرسم البياني لمجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

1-5- أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | إستطلاع رأي | Hashtag | تسجيل صوتي | تسجيل مرئي | صورة | نص مكتوب | التكرار |
|---------|-------------|---------|------------|------------|-------|----------|---------|
| 567 | 09 | 27 | 31 | 227 | 150 | 123 | |
| 100 | 01.58 | 04.76 | 05.46 | 40.03 | 26.45 | 21.69 | % |

جدول رقم (06): أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه الأنماط المختلفة حسب الشكل لمساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، حيث تُظهر النتائج أنّ التسجيل المرئي حاز على النسبة الأكبر بتكرار 227 مرة، بنسبة 40.03%، تليها الصورة بتكرار 150 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 26.45%، ثم النص المكتوب بتكرار 123 مرة تمثلها نسبة 21.69%، ثم التسجيل الصوتي بتكرار 31 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 05.46%، ثم الـ Hashtag بتكرار 27 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 04.76%، يليها في الأخير إستطلاع الرأي بتكرار 09 مرات ونسبة مئوية تقدر بـ 01.58%.



الشكل رقم (06): يبين الرسم البياني لأنماط مساهمات المستخدم التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

1-6- أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر

جانفي 2020.

| Youtube | | | | | | Blogs | | | | | | |
|----------|-------|--------|----------|--------|---------|-----------|---|-------|---|-------|-------|-----------|
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| / | / | / | 7.6430 M | 31.41k | 3.135k | / | / | 6.88k | / | / | / | التكرارات |
| facebook | | | | | | Twitter | | | | | | |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 408000 | 91854 | / | 2160000 | 233476 | 4463316 | / | / | / | / | 18200 | 90488 | التكرارات |
| المجموع | | | | | | Instagram | | | | | | |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 408000 | 91854 | 608800 | 9080300K | 606285 | 4874904 | / | / | / | / | 40500 | 7600 | التكرارات |
| 02.48 | 00.56 | 03.74 | 59.80 | 03.69 | 29.73 | 16392234 | | | | | | % |

1- إعجاب

2- تعليق

3- مشاهدة

4- قراءة

5- إرسال ومشاركة المادة المنشورة

6- المشاركة في استطلاعات الرأي.

جدول رقم (07): أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر جانفي

2020.

يُبين الجدول أعلاه أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها خلال

شهر جانفي 2020، حيث تمّ تسجيل 16.392.234M شكل متنوّع بين "الإعجاب، التعليق، المشاهدة، القراءة،

إرسال ومشاركة المادة المنشورة، المشاركة في استطلاعات الرأي"، وقد حازت "المشاهدة" على النسبة الأكبر من

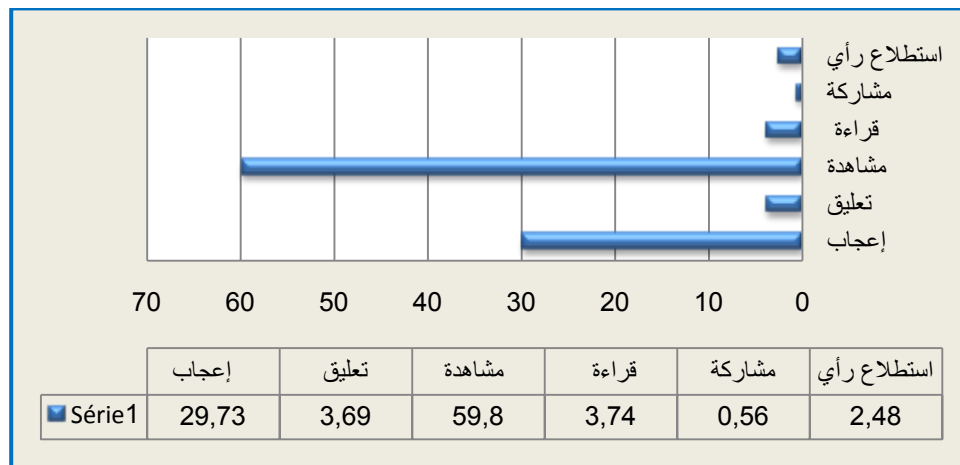
أشكال التفاعل الأخرى وهذا بتكرار 9.803M مرة، ونسبة مئوية تقدر بـ 59.80%، يليها "الإعجاب" بتكرار

4.874.904K مرة، تمثلها 29.73%، ثم "القراءة" بتكرار 60.880K مرة بنسبة مئوية 03.74%، يليها "التعليق"

بتكرار 606285 ونسبة مئوية تقدر بـ 03.69%، بعدها "القراءة" بتكرار 6.088K ونسبة مئوية تقدر

بـ 03.74%، يليها "المشاركة في استطلاعات الرأي" بتكرار 4.080 K ونسبة مئوية تقدر بـ 02.48%،

وأخيراً "إرسال ومشاركة المادة المنشورة" بتكرار 91.845K مرة ونسبة مئوية قدرت بـ 00.56%.



الشكل رقم (07): يبين الرسم البياني لأشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر

جانفي 2020.

7-1 - أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال

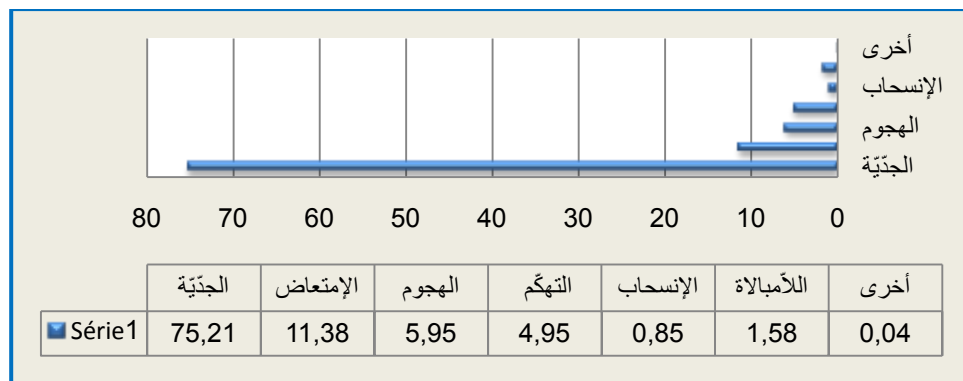
شهر جانفي 2020:

| المجموع | أخرى | الأمبالاة | الإنسحاب | التهكم | الهجوم | الإمتعاض | الجدية | |
|---------|-------|-----------|----------|--------|--------|----------|--------|---------|
| 606285 | 256 | 9.623K | 5.213K | 3.560K | 3.614K | 6.933K | 4.560K | التكرار |
| 100 | 00.04 | 01.58 | 00.85 | 04.95 | 05.95 | 11.38 | 75.21 | % |

جدول رقم (08): أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه مختلف أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي

شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، وبالبالغة في مجملها 606285 تعليق. وتُظهر النتائج اختلاف الأسلوب من تعليق لآخر، حيث حازت "الجدية" على التكرار الأكبر والمقدر بـ 456000 مرة بنسبة مئوية 75.21 %، يليها "الإمتعاض" بتكرار 69033 مرة ونسبة مئوية مقدرة بـ 11.38 %، ثم "الهجوم" بتكرار 36104 مرة ونسبة مئوية 05.95 %، يليه "التهكم" بواقع 30056 مرة وتسجيل نسبة مئوية مقدرة بـ 04.95 %، يتبعه أسلوب "الأمبالاة" بتكرار 9623 مرة بنسبة 01.58 %، ثم "الإنسحاب" بتكرار 5213 مرة بما يمثل 00.85 %، مع تسجيل تعليقات لا يمكن تصنيفها في الأساليب السابقة وقد بلغ تكرارها 256 مرة بواقع 00.04 %.



الشكل رقم (08): يبين الرسم البياني لأساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

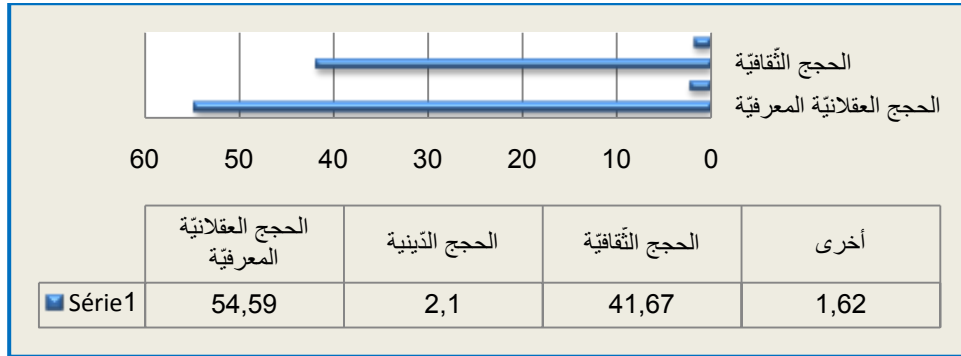
8-1 - الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر

جانفي 2020:

| المجموع | أخرى | الحجج الثقافية | الحجج الدينية | الحجج العقلانية المعرفية | |
|---------|--------|----------------|---------------|--------------------------|---------|
| 60.628K | 9.879K | 25.265K | 12.759K | 33.0994K | التكرار |
| 100 | 01.62 | 41.67 | 02.10 | 54.59 | % |

جدول رقم (09): الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، وهذا من خلال التعليقات التي مجموعها 628.60K تعليق. وتظهر الأرقام حيازة "الحجج العقلانية المعرفية" على النسبة الأكبر بتكرار 33.099K مرّة، ونسبة مئوية تقدر بـ 54.59 %، تليها "الحجج الثقافية" بتكرار 265.25K مرّة، وبنسبة مئوية 41.67 %، بعدها "الحجج الدينية" بواقع K759.12 مرّة، ونسبة مئوية تقدر بـ 02.10 %، مع تسجيل حجج أخرى خارج نطاق التصنيفات المحددة في موضوع البحث بتكرار 879.9K مرّة وهو ما يعادل 01.62 %.



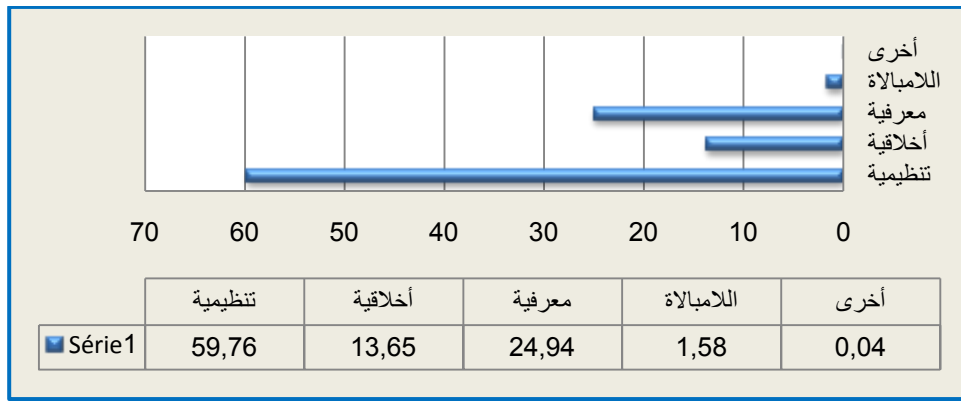
الشكل رقم (09): يبيّن الرسم البياني للحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

9-1- أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | أخرى | اللامبالاة | معرفية | أخلاقية | تنظيمية | التكرار |
|----------|-------|------------|----------|---------|---------|---------|
| 60.6285K | 256 | 9.623K | 1.51263K | 8.2759K | 3.623K | |
| 100 | 00.04 | 01.58 | 24.94 | 13.65 | 59.76 | % |

جدول رقم (10): أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُبيّن الجدول أعلاه أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، أين تمّ تعداد 606285 تعليق، حازت فيه التعليقات "التنظيمية" النسبة الأكبر بتكرار 362384 ونسبة مئوية تقدر بـ 59.76 %، تليها التعليقات "المعرفية" بتكرار 151263 مما يعني نسبة 24.94 %، ثمّ التعليقات "الأخلاقية" بتكرار 82759 مرّة ونسبة مئوية تقدر بـ 13.65 %، بعدها تعليقات "اللامبالاة" بتكرار 9623 وتسجيل نسبة 01.58 %، وأخيرا تسجيل تعليقات خارج إطار الأدوار السابقة وقد بلغ تكرارها 256 مرّة وهو ما يعادل 00.04 %.



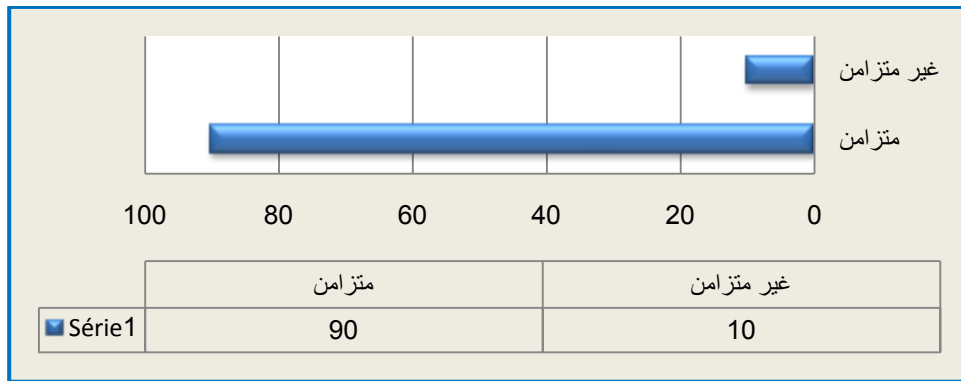
الشكل رقم (10): بيّن الرسم البياني لأدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

10-1- توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | غير متزامن | متزامن | التكرار |
|---------|------------|--------|---------|
| 570 | 57 | 513 | |
| 100 | 10 | 90 | % |

جدول رقم (11): توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر جانفي 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر جانفي 2020 والتي بلغ عددها 570 مضمون. وتظهر الأرقام أنّ التوقيت "المتزامن" أخذ النسبة الأكبر بتكرار 513 مرّة أي ما يمثّل 90%، في حين بلغ تكرار التوقيت "غير المتزامن" 57 مرّة وهو ما يعادل نسبة 10%.



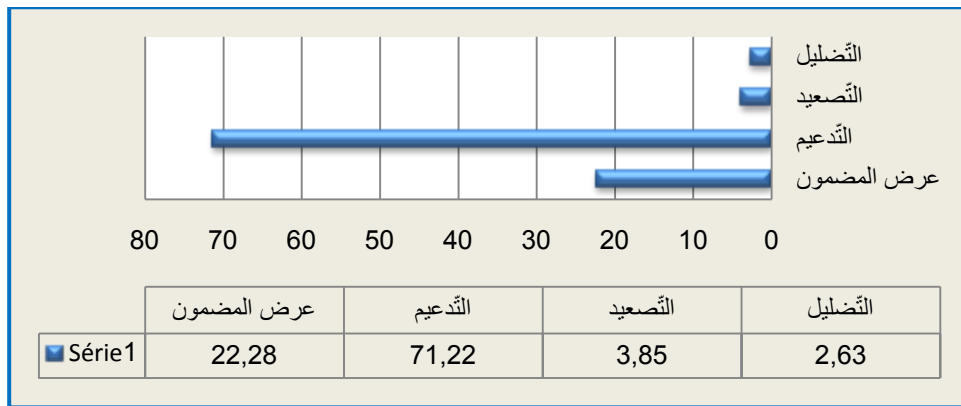
الشكل رقم (11): بيّن الرسم البياني لتوقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر جانفي 2020.

11-1- أساليب إستخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | التّضليل | التّصعيد | التّدعيم | عرض المضمون | التكرار |
|---------|----------|----------|----------|-------------|---------|
| 570 | 15 | 22 | 406 | 127 | |
| 100 | 02.63 | 03.85 | 71.22 | 22.28 | % |

جدول رقم (12): أساليب إستخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر جانفي 2020. حيث حاز أسلوب "التدعيم" على النسبة الأكبر بتكرار 406 مرة وهو ما يعادل نسبة 71.22 % ، يليه " عرض المضمون" بتكرار 127 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 22.28 %، بعده "التصعيد" بواقع تكرار 22 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 03.85 %، وأخيراً "التضليل" بتكرار 15 مرة وهو ما يعادل 02.63 %.



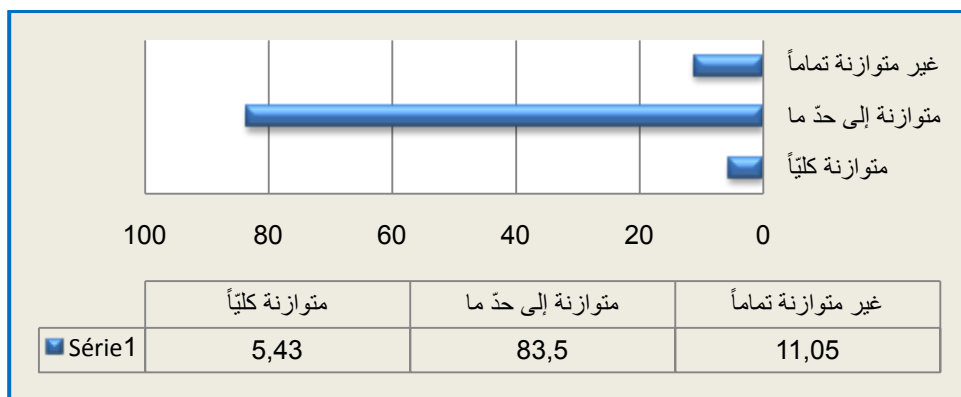
الشكل رقم (12): يبيّن الرسم البياني لأساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر جانفي 2020.

12-1 - موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | غير متوازنة تماماً | متوازنة إلى حد ما | متوازنة كلياً | التكرار |
|---------|--------------------|-------------------|---------------|---------|
| 570 | 63 | 476 | 31 | |
| 100 | 11.05 | 83.50 | 05.43 | % |

جدول رقم (13): موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

يُبيّن الجدول أعلاه تصنيف مدى موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020، والتي بلغ عددها 570 مضمون، وتُظهر الأرقام حصول "متوازنة إلى حد ما" النسبة الأكبر بتكرار 476 مرة وهو ما يمثل نسبة 83.50 %، في حين سجّلت " غير متوازنة تماماً" المرتبة الثانية بتكرار 63 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 11.05 %، تليها "متوازنة كلياً" بتكرار 31 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 05.43 %.



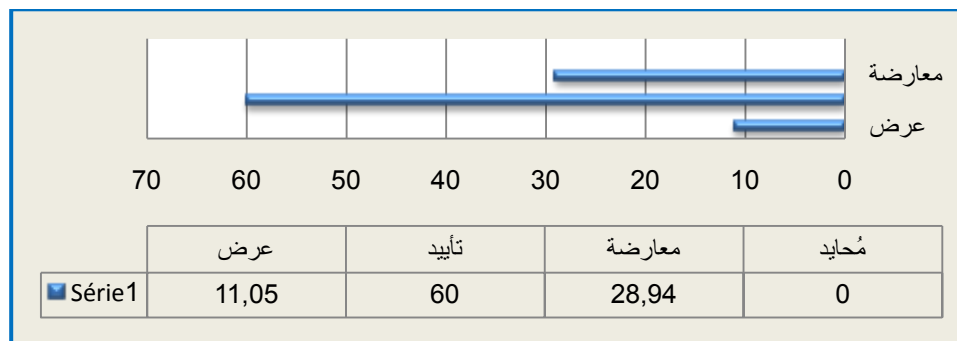
الشكل رقم (13): يبيّن الرسم البياني لموضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

1-13 - اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020:

| المجموع | محايد | معارضة | تأييد | عرض | |
|---------|-------|--------|-------|-------|---------|
| 570 | 00 | 165 | 342 | 63 | التكرار |
| 100 | 00 | 28.94 | 60 | 11.05 | % |

جدول رقم (14): اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه حوصلة اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020، والبالغ عددها 570 مضمون، وتظهر الأرقام أنّ اتجاه "تأييد" أخذ النسبة الأكبر بتكرار 342 مرّة ونسبة مئوية تقدر بـ 60%، يليه الـ "معارضة" بتكرار 165 مرّة ونسبة 28.94%، ثم "عرض" المضمون والذي تكرّر 63 مرّة وسجّل نسبة مئوية تقدر بـ 11.05%، في حين لم يسجّل اتجاه "محايد" أيّ نسبة تُذكر.



الشكل رقم (14): بيّن الرسم البياني لإتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020.

2- الفترة الممتدة من السبت:01 فيفري 2020، إلى السبت: 29 فيفري 2020.

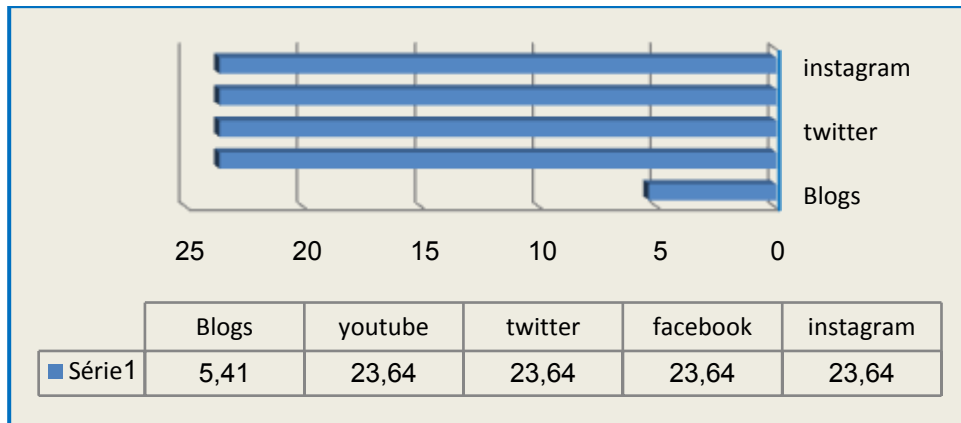
2-1- الإطار المرجعي العام لمنصات التواصل للجزيرة الإخبارية والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها:

2-1-1- عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | instagram | facebook | twitter | youtube | Blogs | المدة |
|---------|-----------|----------|-----------|----------|------------|---------|
| | كل ساعة | كل ساعة | كل ساعة | كل ساعة | كل 24 ساعة | العدد |
| | 02 منشور | 02 منشور | 02 تغريدة | 02 تسجيل | 11 مقال | التكرار |
| 6293 | 1488 | 1488 | 1488 | 1488 | 341 | % |
| 100 | 23.64 | 23.64 | 23.64 | 23.64 | 05.41 | |

جدول رقم (15): عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر فيفري 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه عدد استخدامات الموقع الإلكتروني للجزيرة لمنصات التواصل الإجتماعي لشهر فيفري 2020 والمرتبطة بموقعها الإلكتروني aljazeera.net يوميا (خلال 24 ساعة)، ويظهر من الجدول أنّ الجزيرة تتبّع نظام خاص موزّع حسب الساعات، حيث جاء في الترتيب الأوّل كل من (youtube، twitter، facebook، instagram) بـ (تسجيلين، تغريدتين، منشورين، منشورين) كلّ ساعتين على التوالي، وبنسبة مئوية متساوية لكل منهما تقدر بـ 23.64 % لكلّ منهم، يليهم مدونة الجزيرة (Blogs) بـ 11 مقال كلّ 24 ساعة، وقد حازت على نسبة مئوية تقدر بـ 05.41 %.



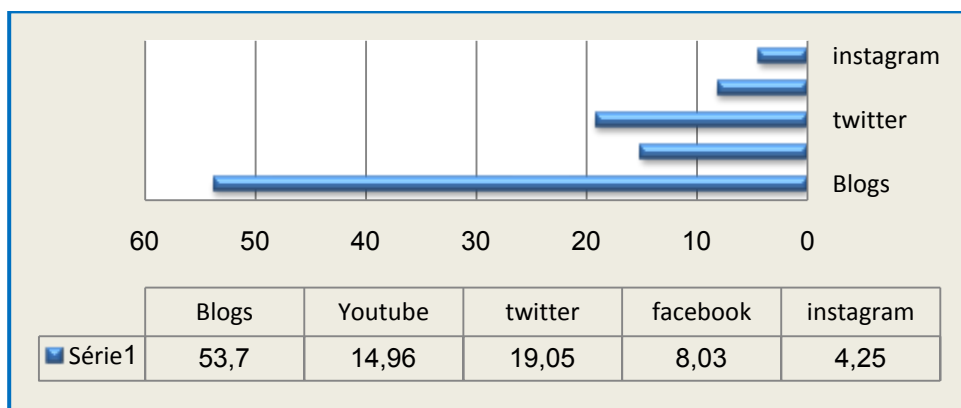
الشكل رقم (15): الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر فيفري 2020.

2-1-2- عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | instagram | facebook | twitter | Youtube | Blogs | |
|---------|-----------|----------|---------|---------|-------|---------|
| 635 | 27 | 51 | 121 | 95 | 341 | التكرار |
| 100 | 04.25 | 08.03 | 19.05 | 14.96 | 53.70 | % |

جدول رقم (16): يبين عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020.

يُبين الجدول أعلاه عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020، والمقدرة بـ 635 مضمون متنوع حسب منصات التواصل المرتبطة بموقعها الإلكتروني، حيث حازت مدونات الجزيرة Blogs على النسبة الأكبر بتكرار 341 مرة وهو ما يمثل ما نسبته 53.70 %، يليها twitter بتكرار 121 مرة (مانسبته 19.05 %)، ثم youtube بتكرار 95 مرة (مانسبته 14.96 %)، ثم في المرتبة الرابعة جاء موقع facebook بتكرار 51 مرة (مانسبته 08.03 %)، وفي الأخير موقع التفاعل الاجتماعي instagram بتكرار 27 مرة (مانسبته 04.25 %).



الشكل رقم (16): يبين الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020.

2-2- النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر فيفري 2020:

| twitter | | | | youtube | | | | Blogs | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 00 | 21 | 47 | 53 | 02 | 09 | 63 | 21 | 00 | 00 | 101 | 240 | التكرارات |
| 00.00 | 17.35 | 38.84 | 43.08 | 02.10 | 09.47 | 66.31 | 22.10 | 00.00 | 00.00 | 29.61 | 70.38 | % |
| المجموع | | | | instagram | | | | facebook | | | | |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 02 | 37 | 242 | 370 | 00 | 00 | 02 | 25 | 00 | 07 | 13 | 31 | التكرارات |
| 00.31 | 05.82 | 38.11 | 58.26 | 00.00 | 00.00 | 07.40 | 92.59 | 00.00 | 13.72 | 25.94 | 60.78 | % |

1- ذكر

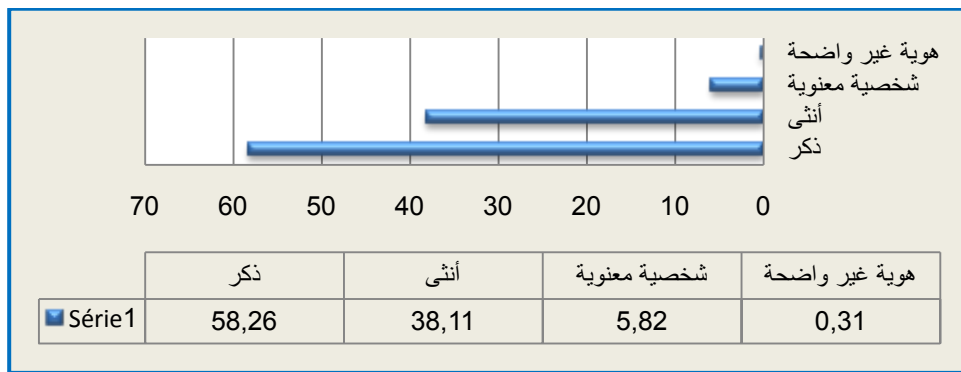
2- أنثى

3- شخصية معنوية

4- هوية غير واضحة.

جدول رقم (17): النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر فيفري 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه توزيع النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر فيفري 2020، حيث سجّل الـBlogs (70.38% ذكور، 29.61% إناث، في حين سجّلت كل من الشخصية المعنوية والهوية غير الواضحة نسبة مئوية صفرية). أمّا الـyoutube (22.10% ذكور، 66.31% إناث، 09.47% شخصية معنوية، 02.10% هوية غير واضحة)، وفي سياق متصل سجّل twitter النسب التالية (43.08% ذكور، 38.84% إناث، 17.35% شخصية معنوية، ونتيجة صفرية للهوية غير الواضحة)، في حين سجّل موقع الـfacebook (60.78% ذكور، 25.94% إناث، 13.72% شخصية معنوية، ونتيجة صفرية للهوية غير الواضحة). كما سجّل الـinstagram النسب التالية (92.59% ذكور، 07.40% إناث، ونتيجة صفرية لكل من الشخصية المعنوية والهوية غير الواضحة). ليكون بالمجمل مانسبته 58.26% ذكور، 38.11% إناث، 05.82% شخصية معنوية، و00.31% هوية غير واضحة.



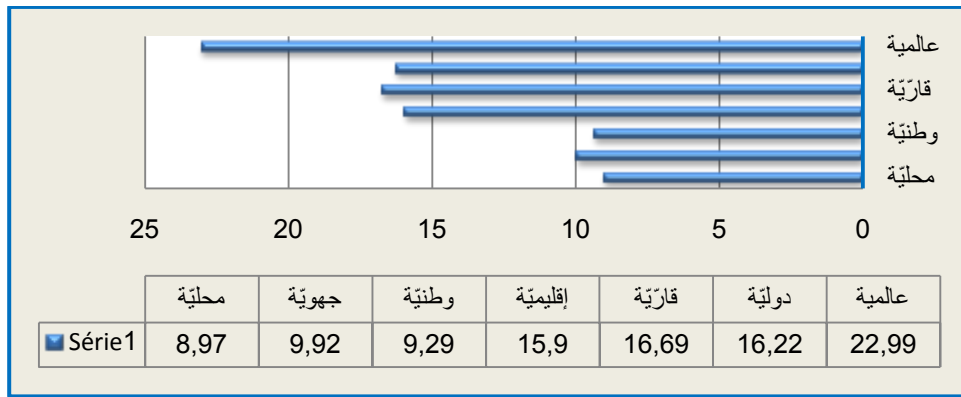
الشكل رقم (17): يبيّن الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020.

2-3- النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | عالمية | دولية | قارية | إقليمية | وطنية | جهوية | محلية | التكرار |
|---------|--------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|---------|
| 635 | 146 | 103 | 106 | 101 | 59 | 63 | 57 | |
| 100 | 22.99 | 16.22 | 16.69 | 15.90 | 09.29 | 09.92 | 08.97 | % |

جدول رقم (18): النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه تقسيماً للنطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، حيث حازت المضامين التي غطّت النطاق العالمي النسبة الأكبر بـ22.99%، يليها النطاق القاري بـ16.69%، ثم الدولي بنسبة 16.221%، ثمّ الإقليمي بـ15.90%، يليها الجهوي بنسبة 09.92%، ثم الوطني بنسبة 09.29%، وآخرها المحلي بنسبة 08.97%.



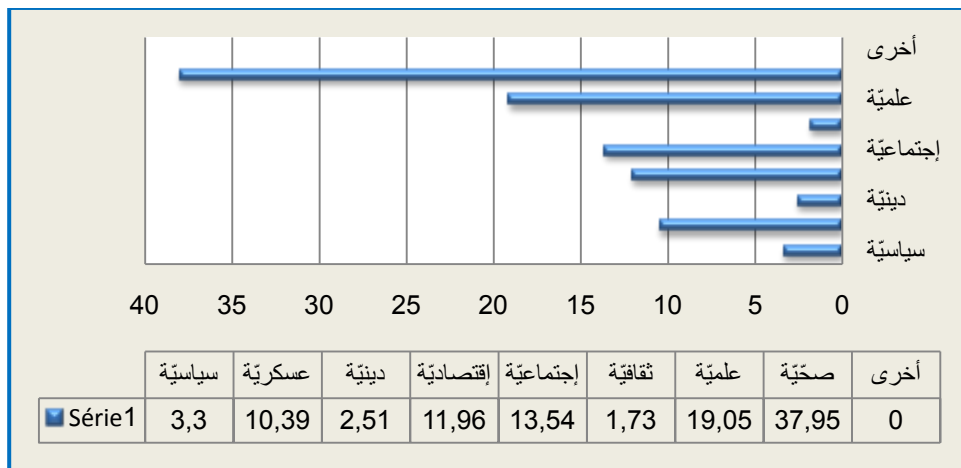
الشكل رقم (18): يبين الرسم البياني للنطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

4-2- مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | أخرى | صحية | علمية | ثقافية | اجتماعية | اقتصادية | دينية | عسكرية | سياسية | التكرار |
|---------|-------|-------|-------|--------|----------|----------|-------|--------|--------|---------|
| 635 | 00 | 241 | 121 | 11 | 83 | 76 | 16 | 66 | 21 | |
| 100 | 00.00 | 37.95 | 19.05 | 01.73 | 13.54 | 11.96 | 02.51 | 10.39 | 03.30 | % |

جدول رقم (19): مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُبين الجدول أعلاه وصف لمجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، حيث استحوذت المواضيع الصحية على النسبة الأكبر والمقدرة بـ 37.95 %، تليها العلمية بنسبة 19.5 %، ثم الاجتماعية بنسبة 13.54 %، ثم الاقتصادية بنسبة 11.96 %، ثم العسكرية بنسبة 10.39 %، بعدها السياسية بنسبة 03.30 %، ثم الدينية بنسبة 02.51 %، وأخيراً الثقافية بنسبة 01.73 %.



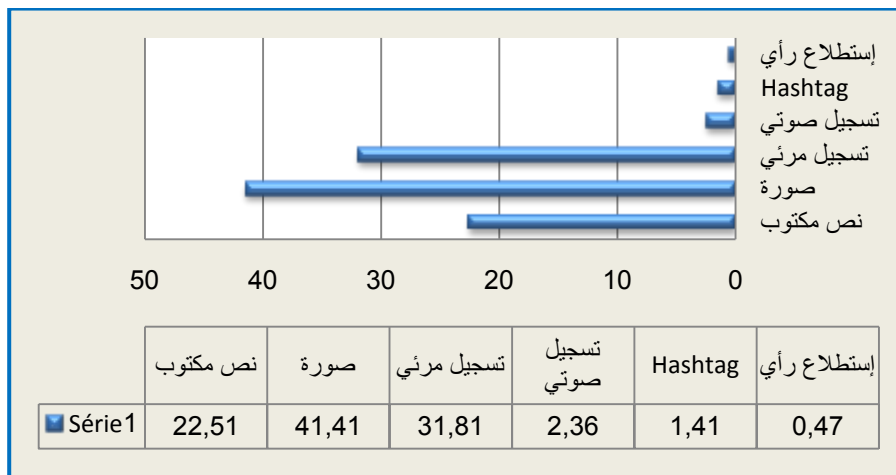
الشكل رقم (19): يبين الرسم البياني لمجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

2-5- أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | إستطلاع رأي | Hashtag | تسجيل صوتي | تسجيل مرئي | صورة | نص مكتوب | التكرار |
|---------|-------------|---------|------------|------------|-------|----------|---------|
| 635 | 03 | 09 | 15 | 202 | 263 | 143 | |
| 100 | 00.47 | 01.41 | 02.36 | 31.81 | 41.41 | 22.51 | % |

جدول رقم (20): أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه الأنماط المختلفة حسب الشكل لمساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، حيث تُظهر النتائج أنّ نمط الصورة حاز على النسبة الأكبر بتكرار 263 مرة، بنسبة 41.41 %، يليها التسجيل المرئي بتكرار 202 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ31.81%، ثم النص المكتوب بتكرار 123 مرة تمثلها نسبة 22.51%، ثم التسجيل الصوتي بتكرار 15 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ02.36%، ثم Hashtag بتكرار 09 مرات ونسبة مئوية تقدر بـ01.41%، يليها في الأخير إستطلاع الرأي بتكرار 03 مرات ونسبة مئوية تقدر بـ00.47%.



الشكل رقم (20): يبيّن الرسم البياني لأنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

2-6 أشكال تفاعلات المستخدم على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال

شهر فيفري 2020:

| Youtube | | | | | | Blogs | | | | | | |
|----------|--------|--------|----------|--------|----------|-----------|---|--------|---|-------|------|-----------|
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| / | / | / | 68125332 | 556341 | 4011300 | / | / | 625921 | / | / | / | التكرارات |
| facebook | | | | | | twitter | | | | | | |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 753320 | 846621 | / | 31110003 | 346115 | 5161100 | / | / | / | / | 25234 | 9878 | التكرارات |
| | | | | | | | | | | | 71 | |
| المجموع | | | | | | instagram | | | | | | |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 753320 | 846621 | 625921 | 99235335 | 978921 | 10200392 | / | / | / | / | 51231 | 7121 | التكرارات |
| 00.66 | 00.75 | 00.55 | 88.09 | 00.86 | 09.05 | 112640510 | | | | | | % |

1- إعجاب

2- تعليق

3- مشاهدة

4- قراءة

5- إرسال ومشاركة المادة المنشورة

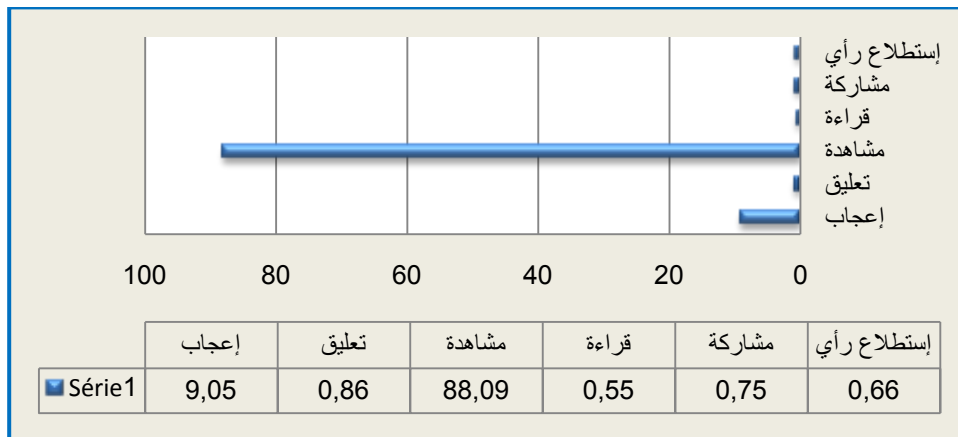
6- المشاركة في استطلاعات الرأي.

جدول رقم (21): أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر

فيفري 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر

فيفري 2020، حيث تم تسجيل 112640510 شكل متنوع بين "الإعجاب، التعليق، المشاهدة، القراءة، إرسال ومشاركة المادة المنشورة، المشاركة في استطلاعات الرأي"، وقد حازت "المشاهدة" على النسبة الأكبر من أشكال التفاعل الأخرى وهذا بتكرار 99235335 مرة، ونسبة مئوية تقدر بـ 88.09%، يليها "الإعجاب" بتكرار 10200392 مرة، تمثلها 09.05%، ثم "التعليق" بتكرار 608800 مرة بنسبة مئوية 03.74%، يليها "التعليق" بتكرار 978921 ونسبة مئوية تقدر بـ 00.86%، بعدها "إرسال ومشاركة المادة المنشورة" بتكرار 846621 ونسبة مئوية تقدر بـ 00.75%، يليها "المشاركة في استطلاعات الرأي" بتكرار 753320 ونسبة مئوية تقدر بـ 00.66%، وأخيرا "القراءة" بتكرار 625921 مرة ونسبة مئوية قدرت بـ 00.55%.



الشكل رقم (21): يبيّن الرسم البياني لأشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020.

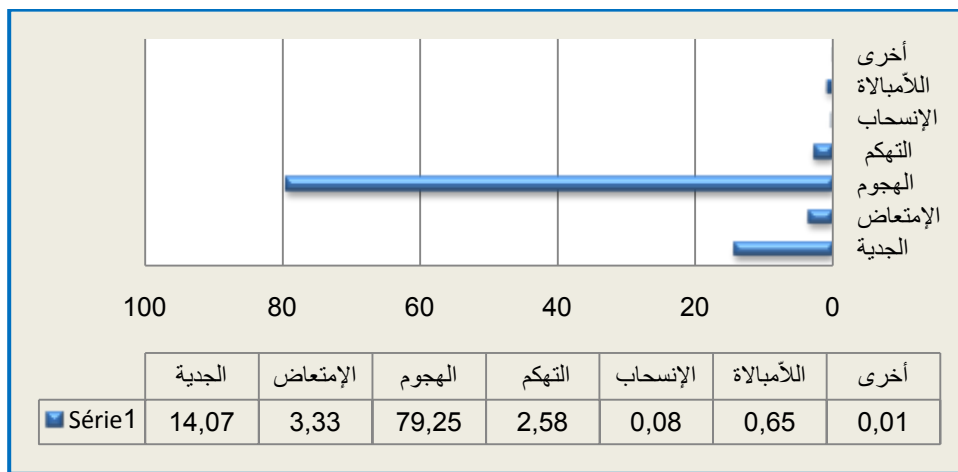
2-7- أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري

:2020

| المجموع | أخرى | اللامبالاة | الإنسحاب | التهكم | الهجوم | الإمتعاض | الجدية | |
|---------|-------|------------|----------|--------|--------|----------|--------|---------|
| 978921 | 114 | 6378 | 796 | 25354 | 775837 | 32687 | 137755 | التكرار |
| 100 | 00.01 | 00.65 | 00.08 | 02.58 | 79.25 | 03.33 | 14.07 | % |

جدول رقم (22): أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُبين الجدول أعلاه مختلف أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، وبالبالغة في مجملها 978921 تعليق. وتُظهر النتائج اختلاف الأسلوب من تعليق لآخر، حيث حاز "الهجوم" على التكرار الأكبر والمقدّر بـ 775837 مرة بنسبة مئوية 79.25 %، تليها "الجدية" بتكرار 137755 مرة ونسبة مئوية مقدرة بـ 14.07 %، ثم "الإمتعاض" بتكرار 32687 مرة ونسبة مئوية 03.33 %، يليه "التهكم" بواقع 25354 مرة وتسجيل نسبة مئوية مقدرة بـ 02.58 %، يتبعه أسلوب "اللامبالاة" بتكرار 6378 مرة بنسبة 00.65 %، ثم "الإنسحاب" بتكرار 796 مرة بما يمثل 00.08 %، مع تسجيل تعليقات لا يمكن تصنيفها في الأساليب السابقة وقد بلغ تكرارها 114 مرة بواقع 00.01 %.



الشكل رقم (22): يبيّن الرسم البياني لأساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

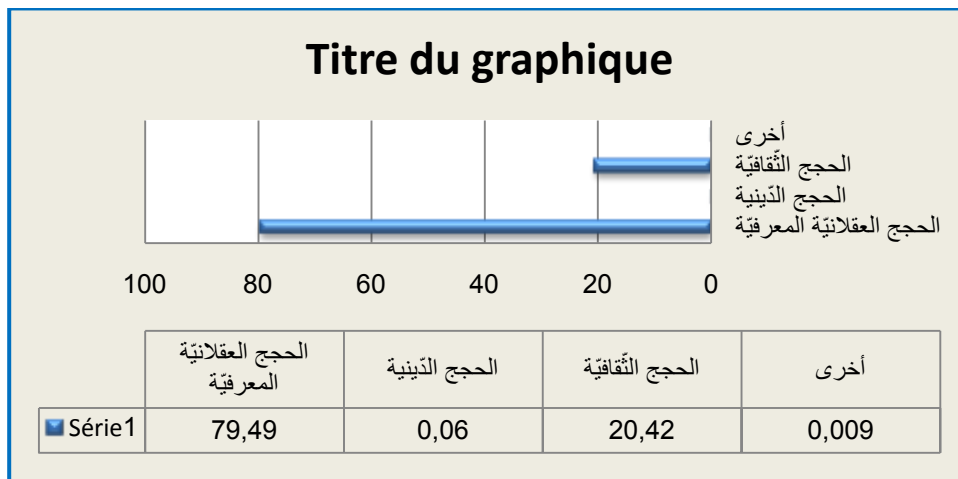
2-8- الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر

فيفري 2020:

| المجموع | أخرى | الحجج الثقافية | الحجج الدينية | الحجج العقلانية المعرفية | التكرار |
|---------|-------|----------------|---------------|--------------------------|---------|
| 978921 | 91 | 199968 | 625 | 778210 | |
| 100 | 00.09 | 20.42 | 00.06 | 79.49 | % |

جدول رقم (23): الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، وهذا من خلال التعليقات التي مجموعها 978921 تعليق. وتظهر الأرقام حيازة "الحجج العقلانية المعرفية" على النسبة الأكبر بتكرار 778210 مرة، ونسبة مئوية تقدر بـ 79.49 %، تليها "الحجج الثقافية" بتكرار 199968 مرة ونسبة مئوية 20.42 %، بعدها "الحجج الدينية" بواقع 625 مرة، ونسبة مئوية تقدر بـ 00.06 %، مع تسجيل حجج أخرى خارج نطاق التصنيفات المحددة في موضوع البحث بتكرار 91 مرة وهو ما يعادل 00.009 %.



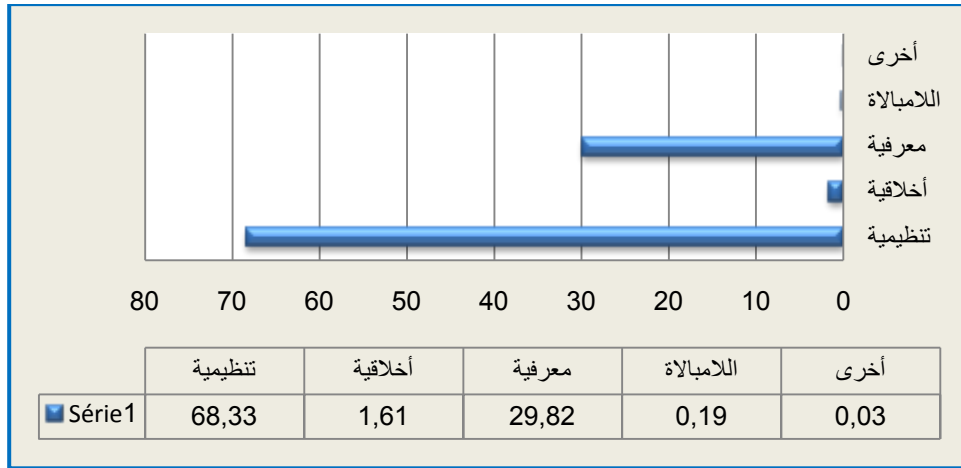
الشكل رقم (23): يبيّن الرسم البياني للحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

2-9- أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | أخرى | اللامبالاة | معرفية | أخلاقية | تنظيمية | التكرار |
|---------|-------|------------|--------|---------|---------|---------|
| 978921 | 316 | 1785 | 327924 | 15002 | 633894 | |
| 100 | 00.03 | 00.19 | 29.82 | 01.61 | 68.33 | % |

جدول رقم (24): أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، أين تمّ تعداد 978921 تعليق، حازت فيه التعليقات "التنظيمية" النسبة الأكبر بتكرار 633894 ونسبة مئوية تقدر بـ 68.33%، تليها التعليقات "المعرفية" بتكرار 327924 مما يعني نسبة 29.82%، ثم التعليقات "الأخلاقية" بتكرار 15002 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 01.61%، بعدها تعليقات "اللامبالاة" بتكرار 1785 وتسجيل نسبة 00.19%، وأخيرا تسجيل تعليقات خارج إطار الأدوار السابقة وقد بلغ تكرارها 316 مرة وهو ما يعادل 00.03%.



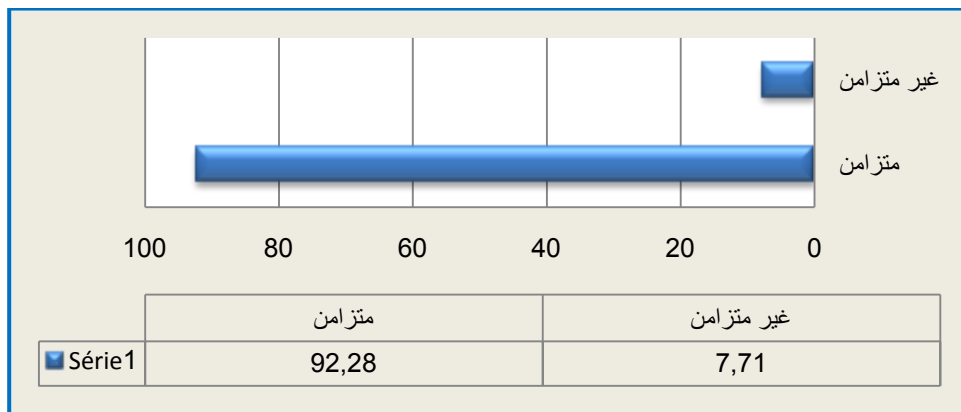
الشكل رقم (24): يبيّن الرسم البياني لأدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

10-2- توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020:

| التكرار | متزامن | غير متزامن | المجموع |
|---------|--------|------------|---------|
| 586 | 92.28 | 7.71 | 635 |
| % | | | 100 |

جدول رقم (25): توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020.

يبيّن الجدول أعلاه توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020 والتي بلغ عددها 635 مضمون. وتُظهر الأرقام أنّ التوقيت "المتزامن" أخذ النسبة الأكبر بتكرار 586 مرة أي ما يمثّل 92.28%، في حين بلغ تكرار التوقيت "غير المتزامن" 49 مرة وهو ما يعادل نسبة 07.71%.



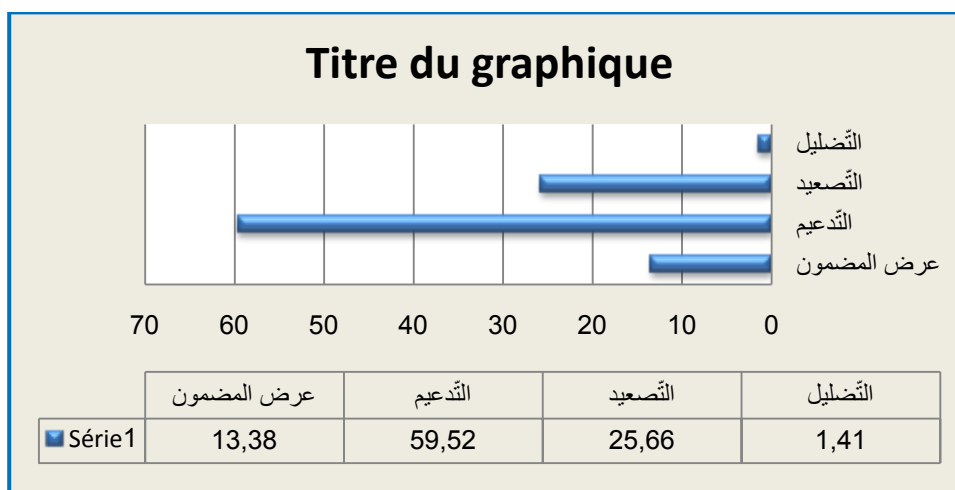
الشكل رقم (25): يبيّن الرسم البياني لتوقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020.

11-2- أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | التضليل | التصعيد | التدعيم | عرض المضمون | |
|---------|---------|---------|---------|-------------|---------|
| 635 | 09 | 163 | 378 | 85 | التكرار |
| 100 | 01.41 | 25.66 | 59.52 | 13.38 | % |

جدول رقم (26): أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020. حيث حاز أسلوب "التدعيم" على النسبة الأكبر بتكرار 378 مرّة وهو ما يعادل نسبة 59.52 %، يليه "التصعيد" بتكرار 163 مرّة ونسبة مئوية تقدّر بـ 25.66 %، بعده "عرض المضمون" بواقع تكرار 85 مرّة ونسبة مئوية تقدّر بـ 13.38 %، وأخيراً "التضليل" بتكرار 09 مرّات وهو ما يعادل 01.41 %.



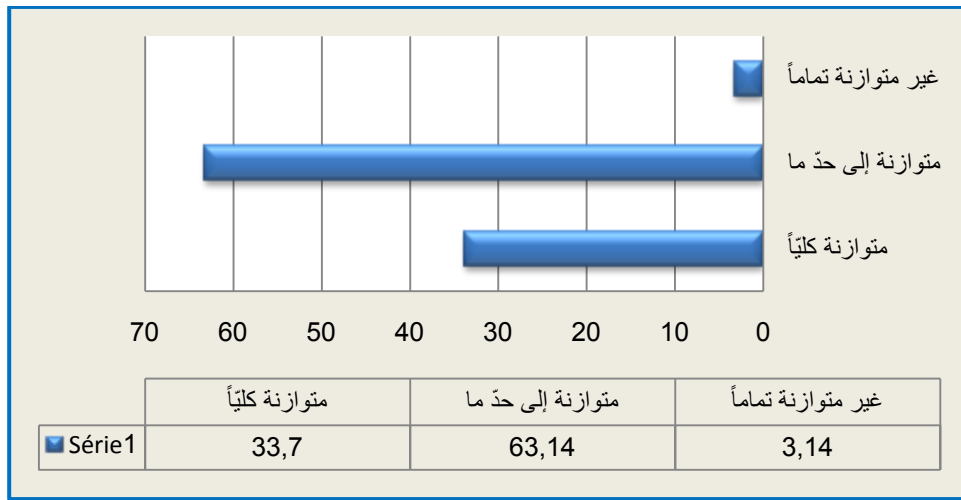
الشكل رقم (26): بيّن الرسم البياني لأساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020.

12-2- موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | غير متوازنة تماماً | متوازنة إلى حد ما | متوازنة كلياً | التكرار |
|---------|--------------------|-------------------|---------------|---------|
| 635 | 20 | 401 | 214 | التكرار |
| 100 | 03.14 | 63.14 | 33.70 | % |

جدول رقم (27): موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه تصنيف مدى موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020، والتي بلغ عددها 635 مضمون، وتُظهر الأرقام حصول "متوازنة إلى حد ما" النسبة الأكبر بتكرار 401 مرّة وهو ما يمثل نسبة 63.14 %، في حين سجّلت "متوازنة كلياً" المرتبة الثانية بتكرار 214 مرّة ونسبة مئوية تقدّر بـ 33.70 %، تليها "غير متوازنة تماماً" بتكرار 20 مرّة ونسبة مئوية تقدّر بـ 03.14 %.



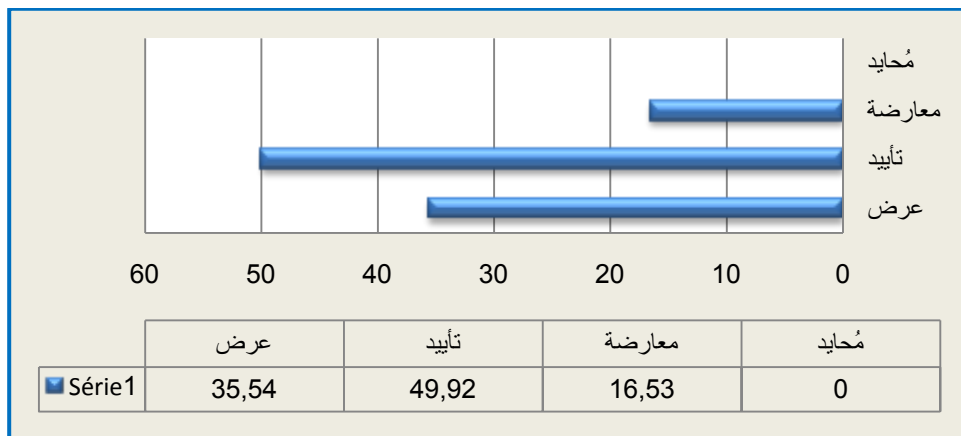
الشكل رقم (27): يبيّن الرسم البياني لموضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020.

2-13- اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020:

| المجموع | مُحايد | معارضة | تأييد | عرض | التكرار |
|---------|--------|--------|-------|-------|---------|
| 635 | 00 | 105 | 317 | 213 | |
| 100 | 00 | 16.53 | 49.92 | 35.54 | % |

جدول رقم (28): اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020.

يُبيّن الجدول أعلاه حوصلة اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020، والبالغ عددها 635 مضمون، وتظهر الأرقام أنّ اتجاه "تأييد" أخذ النسبة الأكبر بتكرار 317 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 49.92%، يليه الـ "عرض" بتكرار 213 مرة ونسبة 35.54%، ثم "معارضة" المضمون والذي تكرر 105 مرة وسجّل نسبة مئوية تقدر بـ 16.53%، في حين سجّل اتجاه "محايد" لم يسجّل اتجاه "محايد" أيّ نسبة تُذكر.



الشكل رقم (28): يبيّن الرسم البياني لإتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020.

3- الفترة الممتدة من الأحد:01 مارس 2020، إلى الثلاثاء: 31 مارس 2020

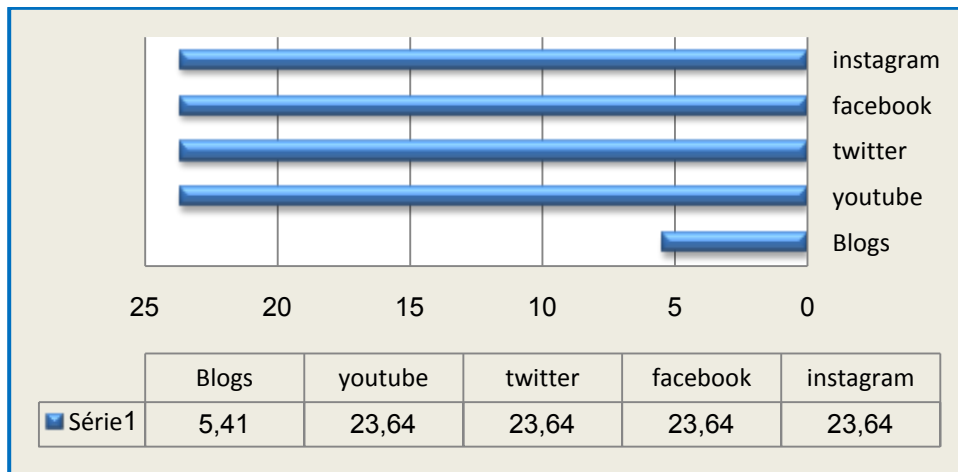
3-1- الإطار المرجعي العام لمنصات التواصل للجزيرة الإخبارية والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها:

3-1-1- عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | instagram | facebook | twitter | youtube | Blogs | المدة |
|---------|-----------|----------|-----------|----------|------------|---------|
| | كل ساعة | كل ساعة | كل ساعة | كل ساعة | كل 24 ساعة | |
| | 02 منشور | 02 منشور | 02 تغريدة | 02 تسجيل | 11 مقال | العدد |
| 6293 | 1488 | 1488 | 1488 | 1488 | 341 | التكرار |
| 100 | 23.64 | 23.64 | 23.64 | 23.64 | 05.41 | % |

جدول رقم (29): عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها خلال شهر مارس 2020.

يوضح الجدول أعلاه عدد استخدامات الموقع الإلكتروني للجزيرة لمنصات التواصل الاجتماعي لشهر مارس 2020 والمرتبطة بموقعها الإلكتروني aljazeera.net يوميا (خلال 24 ساعة)، ويظهر من الجدول أنّ الجزيرة تتبّع نظام خاص موزّع حسب الساعات، حيث جاء في الترتيب الأوّل كل من (instagram، facebook، twitter، youtube) بـ (تسجيلين، تغريدتين، منشورين، منشورين) كلّ ساعتين على التوالي، وبنسبة مئوية متساوية لكل منهما تقدر بـ 23.64 % لكلّ منهم، يليهم مدونة الجزيرة (Blogs) بـ 11 مقال كلّ 24 ساعة، وقد حازت على نسبة مئوية تقدر بـ 05.41 %.



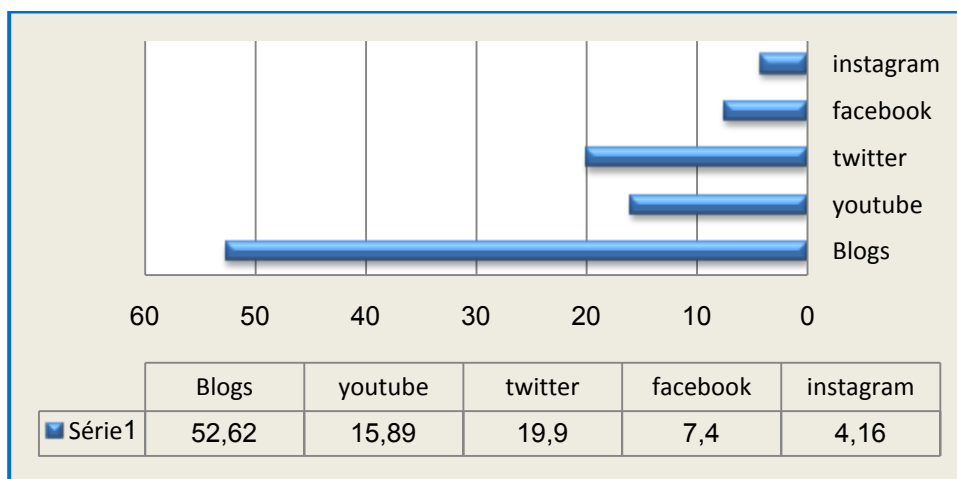
الشكل رقم (29): بيّن الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020.

3-1-2- عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | instagram | facebook | twitter | youtube | Blogs | |
|---------|-----------|----------|---------|---------|-------|---------|
| 648 | 27 | 48 | 129 | 103 | 341 | التكرار |
| 100 | 04.16 | 07.40 | 19.90 | 15.89 | 52.62 | % |

جدول رقم (30): يبين عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020، والمقدرة بـ 648 مضمون متنوّع حسب منصات التواصل المرتبطة بموقعها الإلكتروني، حيث حازت مدونات الجزيرة Blogs على النسبة الأكبر بتكرار 341 مرّة وهو ما يمثل ما نسبته 59.62 %، يليها twitter بتكرار 129 مرّة (مانسبته 19.90 %)، ثم youtube بتكرار 103 مرّة (مانسبته 15.89 %)، ثم في المرتبة الرابعة جاء موقع facebook بتكرار 48 مرّة (مانسبته 07.40 %)، وفي الأخير موقع التفاعل الاجتماعي instagram بتكرار 27 مرّة (مانسبته 04.16 %).



الشكل رقم (30): يبيّن الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020.

3-2- النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر مارس 2020:

| twitter | | | | youtube | | | | Blogs | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 00 | 11 | 54 | 64 | 00 | 07 | 35 | 61 | 00 | 00 | 80 | 261 | التكرارات |
| 00.00 | 08.52 | 41.86 | 49.61 | 00.00 | 06.79 | 33.98 | 59.22 | 00.00 | 00.00 | 23.46 | 76.53 | % |
| المجموع | | | | instagram | | | | facebook | | | | |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 00 | 23 | 208 | 417 | 00 | 00 | 12 | 15 | 00 | 05 | 27 | 16 | التكرارات |
| 00.00 | 03.54 | 32.09 | 64.35 | 00.00 | 00.00 | 44.44 | 55.55 | 00.00 | 10.41 | 56.25 | 33.33 | % |

1- ذكر

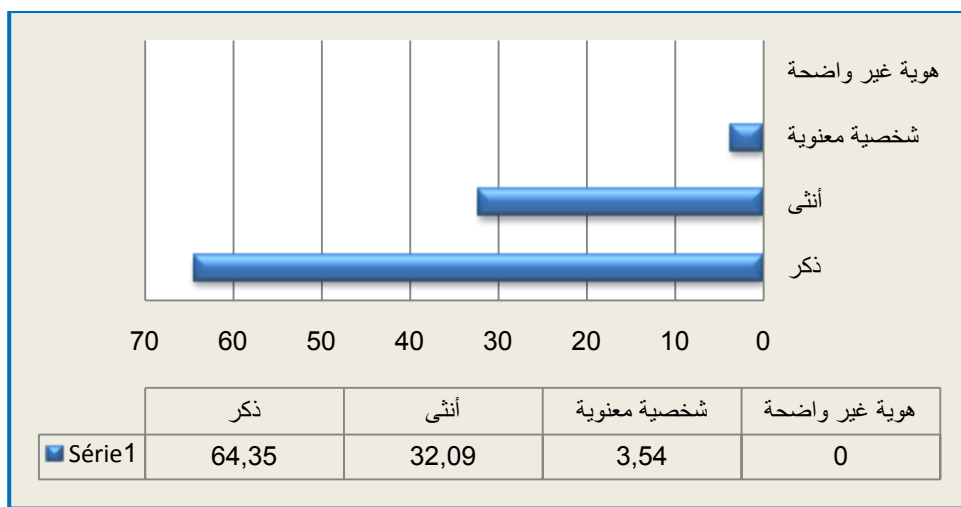
2- أنثى

3- شخصية معنوية

4- هوية غير واضحة.

جدول رقم (31): النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر مارس 2020.

يُبيّن الجدول أعلاه توزيع النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر مارس 2020، حيث سجّل الـBlogs (76.538% ذكور، 23.46% إناث، في حين سجّلت كل من الشخصية المعنوية والهوية غير الواضحة نسبة مئوية صفرية). أمّا الـyoutube (59.22% ذكور، 33.38% إناث، 06.79% شخصية معنوية، ونتيجة صفرية للهوية غير الواضحة)، وفي سياق متصل سجّل twitter النسب التالية (49.61% ذكور، 41.86% إناث، 08.52% شخصية معنوية، ونتيجة صفرية للهوية غير الواضحة)، في حين سجّل موقع الـfacebook (33.33% ذكور، 53.26% إناث، 10.41% شخصية معنوية، ونتيجة صفرية للهوية غير الواضحة). كما سجّل الـinstagram النسب التالية (55.55% ذكور، 44.44% إناث، ونتيجة صفرية لكل من الشخصية المعنوية والهوية غير الواضحة). ليكون بالمجمل مانسبته 64.35% ذكور، 32.09% إناث، 03.54% شخصية معنوية، ونتيجة صفرية للهوية غير الواضحة طوال كل شهر مارس.



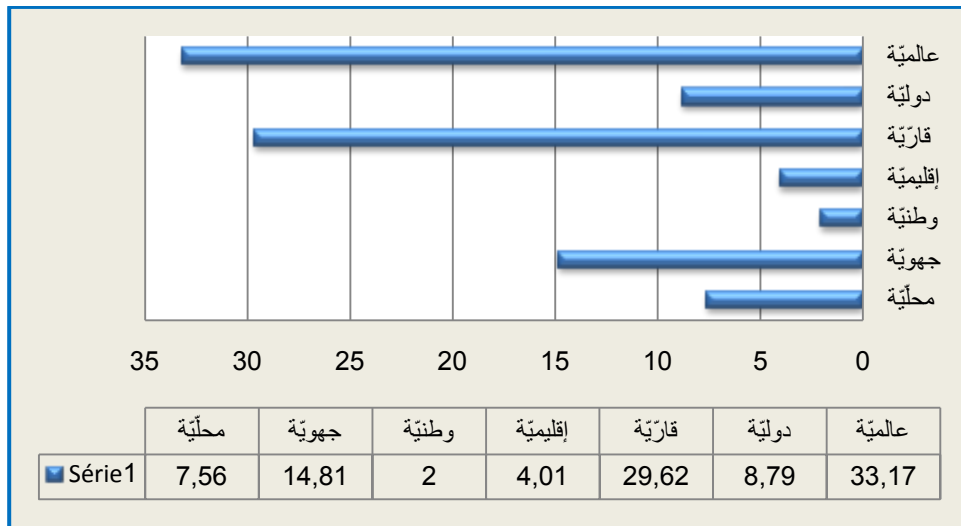
الشكل رقم (31): بيّن الرسم البياني لعدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020.

3-3- النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | عالمية | دولية | قارية | إقليمية | وطنية | جهوية | محلية | التكرار |
|---------|--------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|---------|
| 648 | 215 | 57 | 192 | 26 | 13 | 96 | 49 | |
| 100 | 33.17 | 08.79 | 29.62 | 04.01 | 02.00 | 14.81 | 07.56 | % |

جدول رقم (32): النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يوضح الجدول أعلاه تقسيماً للنطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020، حيث حازت المضامين التي غطت النطاق العالمي النسبة الأكبر بـ 33.17%، يليها النطاق القاري بـ 29.62%، ثم الجهوي بنسبة 14.81%، ثم الدولي بـ 08.79%، يليها المحلي بنسبة 07.56%، ثم الإقليمي بنسبة 04.01%، وأخيراً الوطني بنسبة 02.00%.



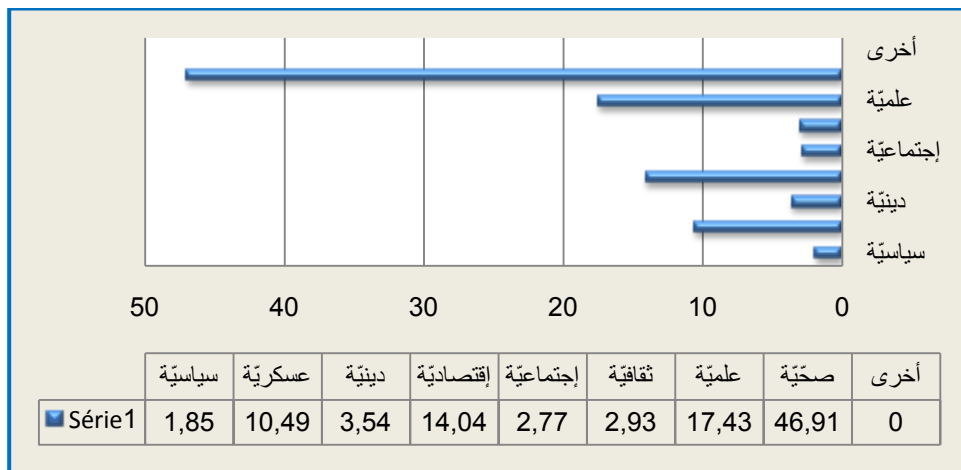
الشكل رقم (32): بيّن الرسم البياني للنطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

3-4- مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | أخرى | صحية | علمية | ثقافية | اجتماعية | اقتصادية | دينية | عسكرية | سياسية | التكرار |
|---------|-------|-------|-------|--------|----------|----------|-------|--------|--------|---------|
| 648 | 00 | 304 | 113 | 19 | 18 | 91 | 23 | 68 | 12 | |
| 100 | 00.00 | 46.91 | 17.43 | 02.93 | 02.77 | 14.04 | 03.54 | 10.49 | 01.85 | % |

جدول رقم (33): مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه وصف لمجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020، حيث استحوذت المواضيع الصحية على النسبة الأكبر والمقدرة بـ 46.91%، تليها العلمية بنسبة 17.43%، ثم الاقتصادية بنسبة 14.04%، ثم العسكرية بنسبة 10.49%، ثم الدينية بنسبة 03.54%، بعدها الثقافية بنسبة 02.93%، ثم الاجتماعية بنسبة 02.77%، ثم السياسية بنسبة 01.85%.



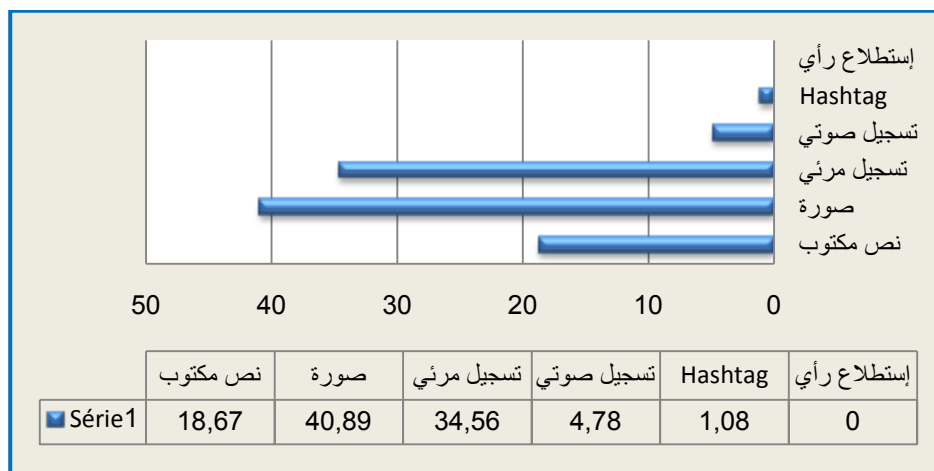
الشكل رقم (33): بيّن الرسم البياني لمجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

3-5- أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | إستطلاع رأي | Hashtag | تسجيل صوتي | تسجيل مرئي | صورة | نص مكتوب | التكرار |
|---------|-------------|---------|------------|------------|-------|----------|---------|
| 648 | 00 | 07 | 31 | 224 | 265 | 121 | |
| 100 | 00.00 | 01.08 | 04.78 | 34.56 | 40.89 | 18.67 | % |

جدول رقم (34): أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يُبين الجدول أعلاه الأنماط المختلفة حسب الشكل لمساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020، حيث تُظهر النتائج أنّ نمط الصورة حاز على النسبة الأكبر بتكرار 265 مرة، بنسبة 40.89، يليها التسجيل المرئي بتكرار 224 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 34.56%، ثم النص المكتوب بتكرار 121 مرة تمثلها نسبة 18.67%، ثم التسجيل الصوتي بتكرار 31 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 04.78%، ثم الـ Hashtag بتكرار 07 مرّات ونسبة مئوية تقدر بـ 01.41%، ونسبة صفرية لإستطلاع الرأي وغيرها.



الشكل رقم (34): يبيّن الرسم البياني لأنماط مساهمات المستخدم التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

3-6- أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر

مارس 2020:

| Youtube | | | | | | Blogs | | | | | | |
|----------|-------|--------|-----------|--------|----------|-----------|---|--------|---|-------|------|-----------|
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| / | / | / | 80634223 | 356624 | 3563364 | / | / | 701300 | / | / | / | التكرارات |
| facebook | | | | | | twitter | | | | | | |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 576632 | 65774 | / | 85653552 | 324489 | 8726630 | / | / | / | / | 26113 | 8559 | التكرارات |
| | | | | | | | | | | | 63 | |
| المجموع | | | | | | instagram | | | | | | |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | التعيين |
| 576632 | 65774 | 701300 | 166287775 | 718883 | 13152282 | / | / | / | / | 11652 | 6325 | التكرارات |
| | | | | | | | | | | | | % |
| 00.31 | 00.03 | 00.38 | 91.61 | 00.39 | 07.24 | 181502646 | | | | | | |

1- إعجاب

2- تعليق

3- مشاهدة

4- قراءة

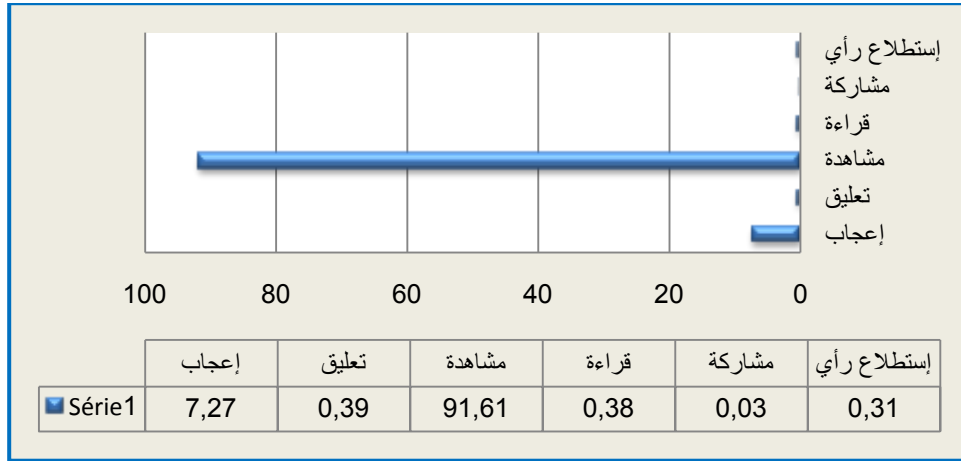
5- إرسال ومشاركة المادة المنشورة

6- المشاركة في إستطلاعات الرأي.

جدول رقم (35): أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس

2020.

يُوضّح الجدول أعلاه أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020، حيث تمّ تسجيل 181502646 شكل متنوّع بين "الإعجاب، التعليق، المشاهدة، القراءة، إرسال ومشاركة المادة المنشورة، المشاركة في استطلاعات الرأي"، وقد حازت "المشاهدة" على النسبة الأكبر من أشكال التفاعل الأخرى وهذا بتكرار 166287775 مرّة، ونسبة مئوية تقدر بـ 91.61%، يليها "الإعجاب" بتكرار 13152282 مرّة، تمثلها 07.24%، ثم "التعليق" بتكرار 718883 مرّة بنسبة مئوية 00.39%، يليها "القراءة" بتكرار 701300 ونسبة مئوية تقدر بـ 00.38%، بعدها "إرسال ومشاركة المادة المنشورة" بتكرار 65774 ونسبة مئوية تقدر بـ 00.03%، وأخيرا المشاركة في استطلاعات الرأي بتعداد 576632 ونسبة مئوية تقدر بـ 00.31%.



الشكل رقم (35): بيّن الرسم البياني لأشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020.

3-7- أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | أخرى | اللامبالاة | الانسحاب | التهكم | الهجوم | الإمتعاض | الجديّة | التكرار |
|---------|-------|------------|----------|--------|--------|----------|---------|---------|
| 718883 | 210 | 1524 | 1556 | 16552 | 62100 | 79211 | 557730 | |
| 100 | 00.02 | 00.21 | 00.21 | 02.30 | 08.63 | 11.01 | 77.58 | % |

جدول رقم (36): أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه مختلف أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020، والبالغة في مجملها 718883 تعليق. وتُظهر النتائج اختلاف الأسلوب من تعليق لآخر، حيث حازت "الجديّة" على التكرار الأكبر والمقدر بـ 557730 مرّة بنسبة مئوية 77.58%، يليها "الإمتعاض" بتكرار 79211 مرّة ونسبة مئوية مقدرة بـ 11.01%، ثم "الهجوم" بتكرار 62100 مرّة ونسبة مئوية 08.63%، يليه "التهكّم" بتكرار 16552 مرّة بنسبة مئوية 2.30%، بعده "الانسحاب" بواقع 1556 مرّة و "اللامبالاة" بتكرار 1524 مرّة ونسبة مئوية متقاربة لكلّ منهما مقدرة بـ 00.21%، مع تسجيل تعليقات لا يمكن تصنيفها في الأساليب السابقة وقد بلغ تكرارها 114 مرّة بواقع 00.01%.

3-9- أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين

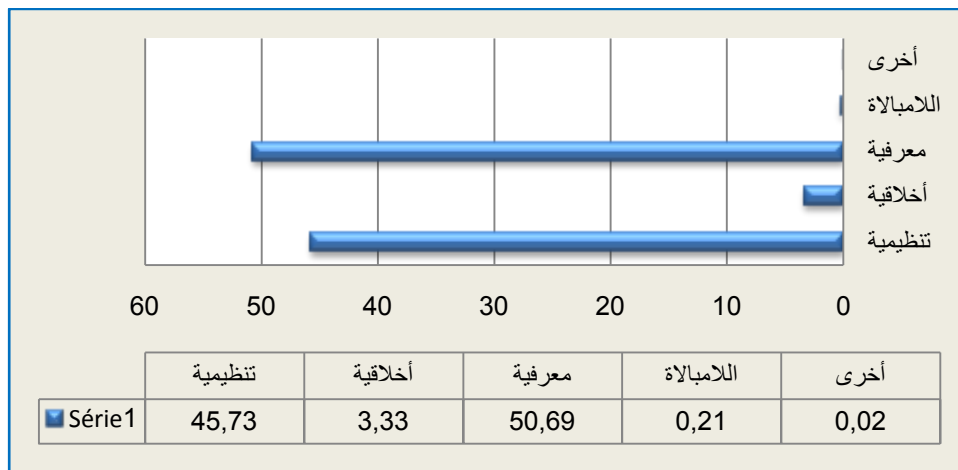
التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | أخرى | اللامبالاة | معرفية | أخلاقية | تنظيمية | |
|---------|-------|------------|--------|---------|---------|---------|
| 718883 | 193 | 1521 | 364410 | 24001 | 328758 | التكرار |
| 100 | 00.02 | 00.21 | 50.69 | 03.33 | 45.73 | % |

جدول رقم (38): أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين

المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020، أين تمّ تعداد 718883 تعليق، حازت فيه التعليقات "المعرفية" النسبة الأكبر بتكرار 364410 ونسبة مئوية تقدر بـ 50.69 %، تليها التعليقات "التنظيمية" بتكرار 328758 مما يعني نسبة 45.73 %، ثم التعليقات "الأخلاقية" بتكرار 24001 مرّة ونسبة مئوية تقدر بـ 03.33 %، بعدها تعليقات "اللامبالاة" بتكرار 1521 وتسجيل نسبة 00.21 %، وأخيرا تسجيل تعليقات خارج إطار الأدوار السابقة وقد بلغ تكرارها 193 مرّة وهو ما يعادل 00.02 %.



الشكل رقم (38): يبيّن الرسم البياني لأدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

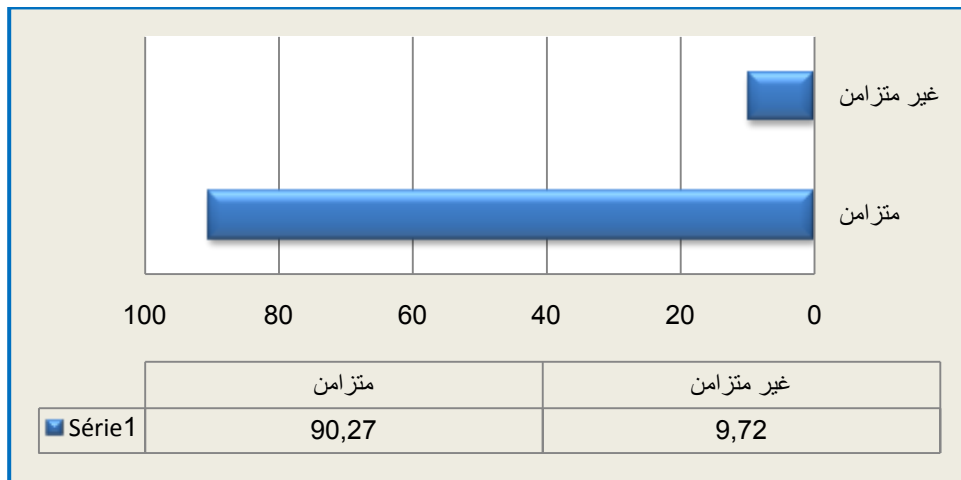
3-10- توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدمون خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | غير متزامن | متزامن | |
|---------|------------|--------|---------|
| 648 | 63 | 585 | التكرار |
| 100 | 09.72 | 90.27 | % |

جدول رقم (39): توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدمون خلال شهر مارس 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدمون خلال شهر مارس 2020 والتي بلغ عددها 648 مضمون. وتظهر الأرقام أنّ التوقيت "المتزامن" أخذ النسبة الأكبر بتكرار

585 مرة أي ما يمثل 90.27 %، في حين بلغ تكرار التوقيت "غير المتزامن" 63 مرة وهو ما يعادل نسبة 09.72 %.



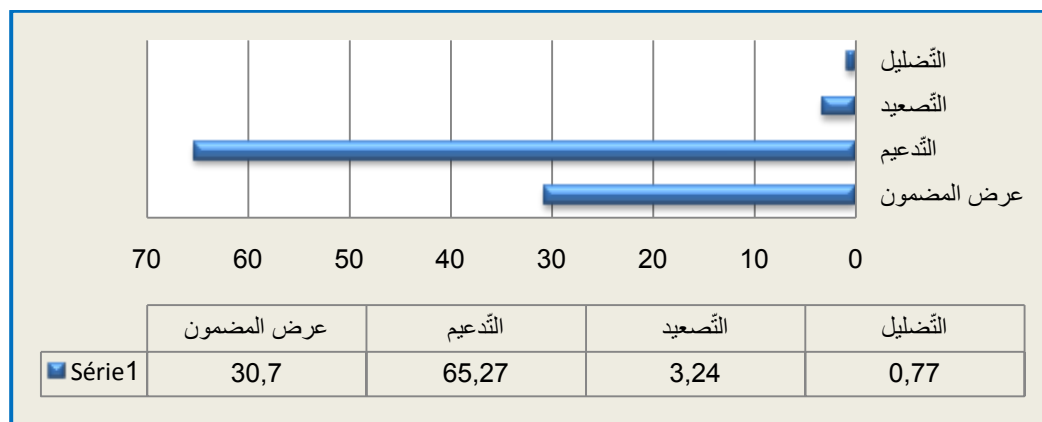
الشكل رقم (39): يبين الرسم البياني لتوقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020.

3-11- أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | التضليل | التصعيد | التدعيم | عرض المضمون | التكرار |
|---------|---------|---------|---------|-------------|---------|
| 648 | 05 | 21 | 423 | 199 | |
| 100 | 00.77 | 03.24 | 65.27 | 30.70 | % |

جدول رقم (40): أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020.

يُبين الجدول أعلاه أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020. حيث حاز أسلوب "التدعيم" على النسبة الأكبر بتكرار 423 مرة وهو ما يعادل نسبة 65.27 % ، يليه " عرض المضمون" بتكرار 199 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 30.70 %، بعده " التصعيد" بواقع تكرار 21 مرة ونسبة مئوية تقدر بـ 03.24 %، وأخيراً "التضليل" بتكرار 05 مرات وهو ما يعادل 00.77 %.



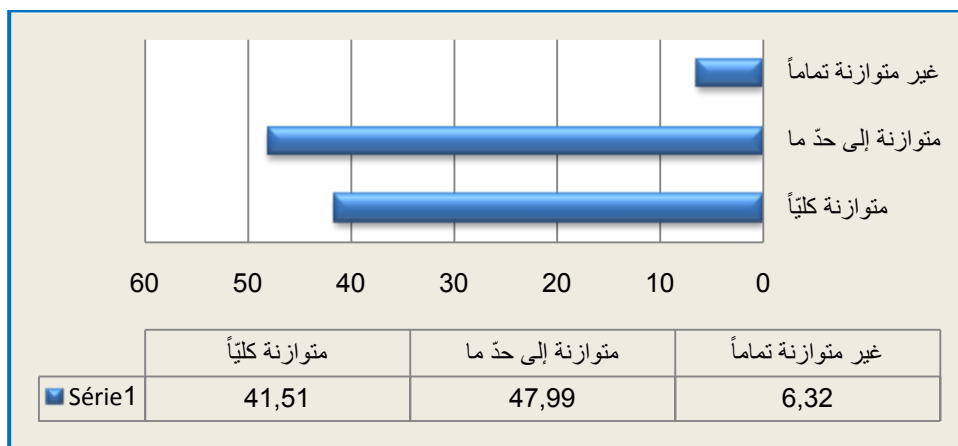
الشكل رقم (40): يبين الرسم البياني لأساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020.

3-12- موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | غير متوازنة تماماً | متوازنة إلى حد ما | متوازنة كلياً | التكرار |
|---------|--------------------|-------------------|---------------|---------|
| 648 | 41 | 311 | 269 | |
| 100 | 06.32 | 47.99 | 41.51 | % |

جدول رقم (41): موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يُوضّح الجدول أعلاه تصنيف مدى موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020، والتي بلغ عددها 648 مضمون، وتُظهر الأرقام حصول "متوازنة إلى حد ما" النسبة الأكبر بتكرار 311 مرة وهو ما يمثل نسبة 47.99 %، في حين سجّلت "متوازنة كلياً" المرتبة الثانية بتكرار 269 مرة ونسبة مئوية تقدّر بـ 41.51 %، تليها "غير متوازنة تماماً" بتكرار 41 مرة ونسبة مئوية تقدّر بـ 06.32 %.



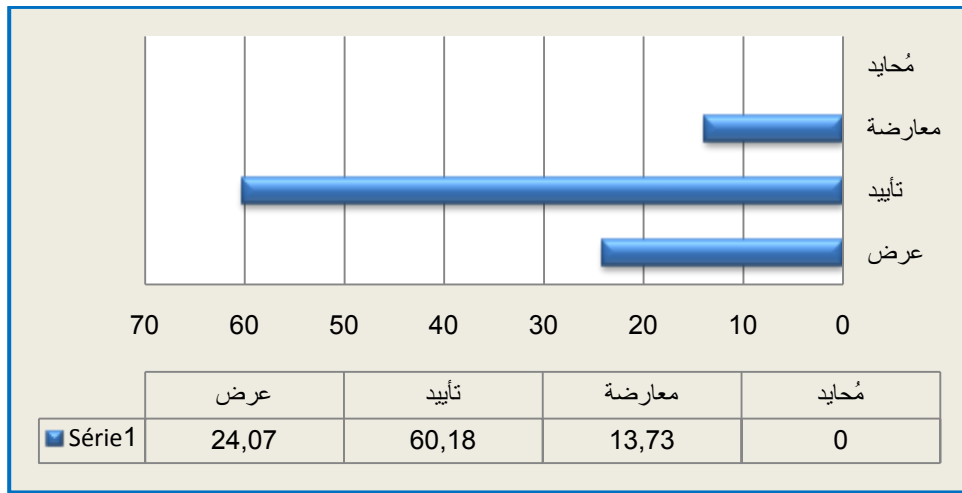
الشكل رقم (41): يبيّن الرسم البياني لموضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

3-13- اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020:

| المجموع | محايد | معارضة | تأييد | عرض | التكرار |
|---------|-------|--------|-------|-------|---------|
| 648 | 00 | 102 | 390 | 156 | |
| 100 | 00.00 | 13.73 | 60.18 | 24.07 | % |

جدول رقم (42): اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020.

يُقدّم الجدول أعلاه حوصلة اتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020، والبالغ عددها 648 مضمون، وتُظهر الأرقام أنّ اتجاه "تأييد" أخذ النسبة الأكبر بتكرار 390 مرة ونسبة مئوية تقدّر بـ 60.18 %، يليه "عرض" بتكرار 156 مرة ونسبة 24.07 %، ثم "معارضة" المضمون والذي تكرر 102 مرة وسجّل نسبة مئوية تقدّر بـ 13.73 %، في حين سجّل اتجاه "محايد" لم يسجّل اتجاه "محايد" أي نسبة تُذكر.



الشكل رقم (42): بيّن الرسم البياني لإتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر مارس 2020.

II- ثانياً- تحليل نتائج الدراسة

1- عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها:

تُظهر نتائج التحليل الكمي للجداول (01، 15، 29) أن شبكة الجزيرة الفضائية تولي اهتمام كبير لمنصات التواصل الاجتماعي وهذا في سياق التحول الإلكتروني الذي فرض نفسه على كل وسائل الإعلام لمواكبة التطور الحاصل، وأوجد ميزات استثنائية تتفوق على نشاط الإعلام التقليدي سواءً من ناحية السرعة في نقل الخبر، أو القدرة على التحليل الأعمق للموضوعات، والحضور المتزامن في أي وقت وفي أي مكان، القدرة على الربط الإلكتروني، الجانب الجمالي، وكذا المزايا التي يوفرها الفضاء الإلكتروني من الناحية الاقتصادية. ويبدو أن الجزيرة لها مسطرة إعلامية للنشر السيبراني على موقعها الإلكتروني ومنصات التواصل المرتبطة به، حيث تحافظ على تراتبية معينة للنشر الخاص بنشر الأخبار الصحفية المهنية والمحدد بنشر: 11 مقال كل 24 ساعة على مدونتها الإلكترونية، تسجيلين كل ساعة على اليوتيوب، تغريدتين على تويتر كل ساعة، منشورين على الفيسبوك كل ساعة، منشورين على انستغرام كل ساعة. وهو ما يؤكد تأثير العوامل التكنولوجية الفنية والتقنية على العمل الصحفي، فبمجرد توافر التكنولوجيا وبرامجها يساعد ذلك في إثراء الحوار والمشاركة والتواصل بشكل أكبر.

2- عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين:

تُعكس نتائج التحليل الكمي للجداول (02، 16، 30) أن الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية يولي إهتمام بالغ باستخدام المضامين التي يصنعها المستخدمين، فمع تزايد أهمية الاعتماد على هذه النوعية من المضامين بدأت الجزيرة كغيرها من المؤسسات الإعلامية العربية والغربية في تبني المضامين التي ينتجها المستخدم سواءً بالإرسال مباشرة للمؤسسة أو بإعادة النشر، واستخدام الإمكانيات التفاعلية التي توفرها مضامين المستخدمين في المشاركة في إنتاج المحتوى الإعلامي وهو الأمر الذي يرتبط في الغالب بعوامل فنية وتنظيمية وممارسات تحريرية، كما يُعدّ عامل التكلفة أحد هذه المؤثرات نظراً لمجانيته غالباً حيث لا يكافأ المستخدمون على ما يرسلونه أو ينشر بدون إذنه من مواد سواءً بشكل مادي أو معنوي، وهذا يكشف عن التوجّه الإيجابي لمؤسسة الجزيرة إزاء استخدام بعض المنصات التي تحفز المستخدمين في إنتاج مضامين صالحة للنشر وكذا تدريب صحفييها على كيفية الاستفادة منها وصياغة أدلة إرشادية توضح حقوق وواجبات كل من المؤسسة والمستخدمين وصياغة أدلة إرشادية لتعريف المستخدمين بكيفية إرسال مضامينهم الإعلامية والمبادئ التي يجب الإلتزام بها، وينطبق هذا أكثر على "التدوين" حيث يلزم المستخدم على التسجيل قبل النشر وهذا ضروري لضبط الحوار وتأكيد معلومات المستخدمين. وتراوح استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين بين الثبات والزيادة ارتباطاً بأهمية الخبر المشارك به من طرف المستخدمين.

3- النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم:

تبيّن حصيلة التحليل الكمي للجداول (03، 17، 31) وجود فروق دالة إحصائية للنوع الاجتماعي

للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال الثلاثة أشهر وهذا في الموقع الإلكتروني والمنصات المرتبطة به، فقد حصل النوع الاجتماعي "ذكر" على النسب العظمى يليه نوع "الإناث" ويرجع هذا في الغالب إلى أن معدلات استخدام الذكور للنّت عامة أكثر من معدلات الإناث، بالإضافة إلى ميل الذكور لمتابعة ومسايرة التطورات في الأحداث الجارية الأكثر أهمية، أو ربّما لمسايرة الجزيرة للتميط الاجتماعي الذي يميل الكفة للذكور طمعاً في الحصول على أكبر نسبة من التفاعل الإيجابي، وفي جانب آخر تمّ الاعتماد على الشخصيات المعنوية المتمثّل في موقع مؤسّسة ورلدميتر "Worldometer" (*) وهو موقع ويب مرجعي يوفر إحصاءات لمواضيع متنوّعة تمتلكه وتديره شركة داداكس "DADACS" المحدودة للبيانات بواسطة فريق دولي من المطوّرين والباحثين والمتطوّعين والتي تدر عائداً من خلال الإعلان عبر الإنترنت، يغطّي الموقع إحصاءات عدّة مثل: سكّان العالم، الاقتصاد، المجتمع، وسائل الإعلام، البيئة، الغذاء، المياه، الطّاقة، الصّحة من خلال استخدامه 34 لغة، وقد اكتسب الموقع شعبية كبيرة خلال جائحة فيروس Covid-19 منذ بدايتها من خلال التفصيل في مختلف الإحصائيات الموثوقة بها.

كما تمّت مشاركة عديد مضامين تقارير منظمة الصّحة العالميّة "World Health Organization" (**)

المتضمنة أحدث المعلومات والإرشادات بخصوص جائحة كورونا، عن طريق موقعها الإلكتروني، حيث تعمل المنظمة عن كثب مع الخبراء العالميين والحكومات والشركاء للإسراع في توسيع نطاق المعارف العلميّة عن هذا الفيروس المستجدّ، وتتبع خطى انتشاره وحجمها، وإسداء المشورة إلى البلدان والأفراد بشأن التدابير المتخذة لحماية الصّحة والحيلولة دون انتشاره.

في حين تمّ مشاركة نسبة قليلة من مضامين حسابات الـ "هوية غير الواضحة" والذي في الغالب تتخفي وراءه شخصيات نضالية وسياسية ارتباطاً بقيمة الخبر، ويأخذ هذا التصنيف حرص المؤسسات الإعلامية ومنها الجزيرة بمتابعة المحتوى الذي يصنعه المستخدم وهذا بإنشاء دوائر إعلاميّة متخصصة برصد الأخبار الواردة مواقع التواصل الاجتماعي تسمّى بدائرة المحتوى الذي ينتجه المستخدم "User Generated Content Department" يعمل به عديد الصّحفيين المتخصّصين، وهو ما يعكس تطوير الأداء المهني للمستخدمين وعلى زيادة حرص الجزيرة على التأكّد من صحة ودقة المضامين التي ينتجها المستخدم.

(*) - www.worldometers.info

(**) - www.who.int

4- النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة:

يُكشَف التحليل الكمي للجدول (04، 18، 32) أنّ الموقع الإلكتروني للجزيرة والمنصات المرتبطة به ينوّع في استخدام المضامين التي ينتجها المستخدم تبعاً للنطاق الجغرافي، وتظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين نطاق وآخر، ويمكن القول أنّ الأزمة الصحيّة العالمية (Covid-19) كان لها التأثير البالغ في منطقة المضمون، حيث حازت الأخبار العالمية الإهتمام الأكبر من طرف المستخدمين ويتعلّق الأمر بأخبار الوباء وتطوراتها والبحوث الجارية حوله لكشفه ووقفه، وهي أخبار في الغالب مصدرها أطباء وباحثين ومخبريين يعملون في مراكز طبية دولية، في حين كان توزيع الأخبار على المناطق الأخرى متفاوت حازت فيه أخبار النظافة واستعمال الكمامة وناذ المؤونة وتوقف الأنشطة الإجتماعية وأزمة ليبيا والحرب السورية النسبة الأكبر، تراوحت بين الكثافة في النطاق الجغرافي الدولي والقاري والإقليمي، وبين القلّة في النطاق الوطني والجهوي الخليجي والمحلي القطري والإمارات عموماً، وهذا يؤكّد مدى تأثير الأزمة الصحيّة على المستوى العالمي، وهو الأمر الذي جعل وسائل الإعلام في تنافس محموم لرصد وتوثيق الأخبار خاصة التي يصعب الحصول عليها مهنيّاً وبالتالي الإعتماد على مضامين صحافة المواطن.

5- مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة:

تُظهر نتائج التحليل الكمي للجدول (05، 19، 33) تنوّع مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة، وقد تزامنت الفترة مع الجائحة الصحيّة العالمية Covid-19 لذلك كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية نال فيها كلّ من المجالين الصحيّ والإجتماعي النسبة الأكبر من تغطيات صحافة المواطن، وهو ما يكشف أنّ الجزيرة استطاعت توظيف مضامين المستخدمين في الحصول على الأخبار والموضوعات المختلفة وأصبحت تمثّل مصدراً مهماً في مختلف المجالات الحيّاتيّة، حيث تضمّن المجال الصحيّ صور وتسجيلات عن أسواق الحيوانات بكل من الصين وتايلند، تناول الصينيين لفئران حية وحساء الخفافيش، تسجيلات وصور لسكان مدينة ووهان الصينية "武汉"، ووهان تحت الحجر الصحيّ، صور وتسجيلات تأكيد حالات أولية بفرنسا وبعض دول أوروبا عائدتين من "وهان" موطن الوباء، تزايد الإصابات والمتوفين بالصين، تقارير عن منظمة الصحة العالمية بخصوص الوباء، تطور الوباء لجائحة تصير قلق دولي عام، تقارير مسجلة ومصورة لأطباء فرنسيين وأمريكيين للبحث عن علاج أول حالة وفاة بالفيروس خارج الصين، صور وتسجيلات لإغلاق المدارس والجامعات بأغلب دول العالم ومنها دول الخليج، وفاة طبيب العيون لي وين ليانغ "Li Wenliang" بالفيروس الذي اكتشفه قبل وضعه تحت أجهزة الدعم التنفسي بعد إصابته بالفيروس، صور وتسجيلات تزايد سقوط الصينيين أرضاً. أمّا المحتوى العلمي للمستخدمين فقد تناول تقارير لأطباء وصيادلة عن طبيعة فيروس Covid-19 وكيفية التصدي له، أسباب سقوط طيور ميتة فجأة. أمّا المحتوى الثقافي فتركز حول محتويات نالت التسجيلات فيها النصيب الأكبر، وتعلّق الأمر بتسجيلات تنقيفية عن طرق تجنب انتقال الفيروس بالالتزام بالنظافة وغسل الأيدي والتباعد الإجتماعي والالتزام البيت وعدم الخروج إلّا للضرورة القصوى، والتسوق من أقرب مركز تجاري، وقد نالت هذه المحتويات انصيب الأكبر من التفاعل سواءً الإعجابات أو التعليقات خاصة وأنها قدّمت من مشاهير العالم في الرياضة

والفنّ العرب والغربيين. أمّا الإجماعي فقد نقل في معظمه أجواء الحجر وافرازاته خاصة ما تعلق بإتساع دائرة الفقر، التزاحم على المتاجر والسلع التجارية، التدريس عن بعد، تزايد الجرائم والإعتداءات، الهجرة غير الشرعية إلى أوروبا، طرد الوافدين بدول الخليج، حوادث النقل، رجل يرتدي ثعبان بدل كمامة، اغتصاب طفلة عمرها ثلاث سنوات بصورة بشعة في مصر، ردود فعل حول توقف المدارس والجامعات. في حين دار المحتوى الإقتصادي حول نقص العمالة، زيادة الفقر، شحّ الغذاء، وفاة المسنين بدور العجزة، مخاوف المصريين من جفاف النيل، تسجيلات لمستشفى ووهان الذي بنته الصين في ثمانية أيام، حرائق استراليا وصور وتسجيلات لحيوانات مفحمة، ارتفاع أسعار البنزين بعد ارتفاع أسعار النفط، آثار الإحجام الدولي عن الإقتصاد الصيني، استخدام الصين لإنسان آلي " Robot" روبوت لتكديس الأمتعة ونقل البضائع، استخدام حوامات صغيرة بدون طيار "Drone" لنقل الأدوية. وتناول المحتوى الديني تسجيلات لردود الفعل حول قيام أغلب الدول بغلق دور العبادة من مساجد وكنائس وإلغاء الإحتفالات والعروض الدينية السنوية، متطرفون هندوس يحرقون مسجداً في نيودلهي، ردود فعل حول تعرض نجل الداعية الإسلامي الراحل أحمد ديدات لإطلاق نار، عرض الشعائر الدينية، التقارب الديني. وفي سياق متصل تناول المحتوى العسكري صور وتسجيلات تحرير مصريين محتجزين في ليبيا، انفجارات في بغداد، إعلان ترامب عن مقتل زعيم تنظيم القاعدة في جزيرة العرب، تسجيلات لهجوم على فندق بالمكسيك. وفي الجانب السياسي بيل غيتس "Bill Gates" يرد على نظريات المؤامرة ونظرية صنع الفيروس، وفاة المدونة والناشطة التونسية لينا بن مهني ومطالب بجزارة وطنية، صور وتسجيلات اغتيال أبرز جنرالات إيران قاسم سليمان، شح المياه بالنيل، صور وتسجيلات احتجاجات المتظاهرين في أمريكا. في الجانب الرياضي تسجيلات لرياضيين عالميين خاصة أبطال كرة القدم حول التمارين الرياضية في إطار الحجر المنزلي، حذر وتحفظات سوق الانتقالات في الدور الألماني والأوربي، ردود الفعل حول إلغاء المباريات وإغلاق الملاعب. في حين تناولت محتويات أخرى رصد طيور نادرة مهددة بالإنقراض، زلزال يضرب جزر سانديويتش " Sandwich Islands"، صور وتسجيلات لاسترجاع الأرض حيوبتها إيكولوجيا بسبب توقف التلوث والنشاط البشري، صور وتسجيلات لحيوانات تغزو المدينة وغيرها.

6- أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة:

تَعكس نتائج التحليل الكمي للجداول (06، 20، 34) والمتعلقة بأنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال فترة الدراسة اهتمامها غالباً بالأنماط الصورية والتسجيلية (الفيديو) والنصية بنسبة أكبر، في حين نالت الأنماط الأخرى النسب الأقل، وهو ما يشير لوجود اتجاه إيجابي ذو درجة عالية في اختيار الأنماط التي تؤثر على المستخدم بشكل بالغ، فمع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي أصبح عصرنا هذا عصر الصورة بامتياز، حيث هيمنت وفرضت سيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، ورغم أنّ الصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني إلا أنّ وجود البيئة الجديدة حولتها من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية، وهذا لقوتها في إيصال الرسالة الإعلامية خاصة من ناحية استخدامها

للرؤية البصرية الممتلئة لأساس التصديق بالإضافة إلى كسرها حاجز اللغة والسنّ والمستوى العلمي والثقافي، وكذا سهولة التلقّي وإعطاء رسالة واضحة ومفهومة دفعة واحدة بدون الحاجة إلى تفكيك علاقات معيّنة. وقد دارت أغلب الأنماط من مساهمات المستخدمين والتي شاركها الموقع الإلكتروني للجزيرة حول صور وتسجيلات صوتية ومرئية ونصوص آنية وغير آنية عن واقع ما يحدث حول Covid-19 وتطوراتها الطبية وافرازاته الإجتماعية وكذا الأزمة الليبية. في حين تضمّنت الوسوم عبارات لنصرة فلسطين وتوقيف اعتداءات الكيان الصهيوني في عزّ الأزمة وكذا الأزمة الصحية والمشاكل الإجتماعية والثقافية المترتبة عنها، ومن هذه الوسوم: هاشتاغ # أنا كمان أو # Me_Too ، المجسّد لمعاناة النساء من التحرش في مصر. هاشتاغ #FreeAlaa، المطالب بالإفراج عن علاء عبد الفتاح الناشط والمدون المصري المحكوم عليه بالسجن 5 سنوات لإدانته في القضية المعروفة إعلامياً بـ "أحداث مجلس الشورى". هاشتاغ #غرق_طفل_سوري، إثر انتشار صورة طفل سوري بشواطئ تركيا ليعبّر عن أسفهم نحو ما أصاب السوريين وتدهور الإنسانية إلى هذه الدرجة. هاشتاغ #السيسي_يحتقر_الخليج، بعد بثّ قناة موالية لجماعة الإخوان المسلمين تسريبات من مكتب الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي يذكر فيها أمراء وأموال دول الخليج بشكل غير لائق. هاشتاغ # حلب_تحترق. تغريدات صحية لباراك لأوباما Barack Hussein Obama "عن الوضع. تغريدات ضاحكة عن دونالد ترامب "Trump Donald John" وتعامله مع الوضع الصحي وتهجماته السياسية على الصين. هاشتاغ "عمان تغرق". هاشتاغ #مقاطعة_هواوي، بسبب مشكلة بين مديعة قناة الجزيرة القطرية وولي العهد السعودي محمد بن سلمان. هاشتاغ #الثورة_قادمة، المنذّر بالفساد المتفشّي في مصر. هاشتاغ #حياة_السود_مهمّة_المناهض_للعنصرية_في_أمريكا. هاشتاغ #العودة_حقّي وقراري تأكيداً على حقّ الفلسطينيين المكفول في القانون الدولي بالعودة إلى ديارهم التي هجّروا منها. أمّا إستطلاعات الرأي فقد سايرت الوضع الرأهن أيضاً خاصة الصحيّ حيث جاءت في مجملها عبارة عن مسوح رأي غالبها مصمّمة من موقع موقع ورلد ميترز " والمتعلّقة برصد آراء المستخدمين حول الوضع الصحيّ.

7- أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة:

تبيّن حصيلة التحليل الكمي للجدول (07، 21، 35) والمتعلّقة بأشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة، وتظهر نتائج التحليل ارتفاع مستوى التفاعلية من خلال توظيف الجزيرة لمختلف الأشكال التي يستخدمها المستخدم وتوظيفها للوصول إلى المستخدم بأيّ صيغة كانت (التدوين 55.38%، تويتر 13.30%، اليوتوب 13.96%، الفيسبوك 07.95%، الإنستغرام 04.38%)، وبحسب الأبحاث والدراسات هناك أسباب عديدة لاتّجاه الأفراد لاستخدامها "خاصة بالنسبة للتطبيقات التي تحوز على نسبة عالية من الاستخدام نظراً لخصوصياتها الإجتماعية والتقنية المبسّطة مثل التدوين و الفيسبوك وتويتر وينيوب وإنستغرام" أهمّها التّواصل الإنساني وتكوين صداقات جديدة وهو الغرض الأصلي الذي وجدت هذه المواقع من أجله، ثمّ تشعبت الدوافع ومنها الوصول إلى الأخبار ومتابعة آخر الأحداث الجارية والمشاركة، التّسويق للعمل والربح وتحقيق المال، التّسلية، وغيرها، كما يعتبر تطبيق تويتر المنصّة

المفضلة لدى المشاهير ونجوم السنما والرياضة والساسة وقادة العالم مما يجعل تغريداتهم ذات أهمية خاصة وفاعلة سواءً من ناحية قيمة ووزن الخبر أو تأثيراتها على الجمهور المتابع والمتفاعل. وتُظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين الذي شاركته الجزيرة، حيث تأخذ المشاهدة والتعليق والإعجاب والقراءة النسب الأكبر في أشكال التفاعلات الظاهرة، وهي أشكال تعبر أكثر عن الرأي، في حين تأخذ المشاركة نسب أقل خاصة بالنسبة للمشاركة الظاهرة، كما يقل تفاعل المستخدمين في المنتديات لارتباطها بأمر تحليلية كما أنها لا تحتوي على محتوى إخباري هام في الغالب، إضافة إلى طولها النصي، وأخيراً استطلاعات الرأي، وترجع قوة التفاعل بشكل معين من غيره إلى أنها تتأثر إيجاباً وسلباً بعدد العوامل ومنها: جنس المشاركين، العمر، المستوى المادي، وضعية تدفق النت، الإنتماء السياسي والعائدي، المستوى الإدراكي، المستوى الثقافي للمشاركين،....، هذا الأخير الذي يأخذ النصيب الأكبر في تفسير ضعف نسب المشاركة في استطلاعات الرأي مقارنة بأشكال التفاعل الأخرى والتي كانت في الغالب حول جائحة Covid-19.

8- أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة:

يكشف التحليل الكمي للجدول (08، 22، 36) وجود فروق دالة إحصائياً في أساليب تفاعل

المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة، ويبدو من خلال النتائج ارتفاع مستوى التفاعلية خاصة وأنه تصادف مع فترة الأزمات حيث كانت أهم القضايا التي تم التفاعل حولها قضايا: أزمة شح التّموين بالغذاء، أزمات الحجر الصحي، الإعتداء الجرثومي للكيان على غزة، غلق المعابر المصرية، تداعيات الجوع في اليمن، معاناة العمال اليوميين في ظل الأزمة، الإتهامات الأمريكية للصين، مخلفات أزمة توقف النقل الجوي، الإحتجاجات ضد العنصرية في أمريكا، تغريدات الرياضيين ونجوم الفن،...، ومن جانب آخر تُظهر النتائج إدراك الجزيرة لدور "التفاعل" من خلال تفعيل ميزة التعليق والتفاعل الذي يصنع مضامين مرتبطة أخرى، لما له من تأثير على إثراء النقاش العام والحوار الديمقراطي، وهو ما يحيلنا إلى عامل صفات واهتمامات المستخدمين كمؤثر في إنتاج المضامين حيث أنّ فعل المشاركة والتفاعل في حد ذاته لا يعبر عن عمل عقلائي ونقاش نقدي يقوم به المستخدم فقط، بل أنه في أحيان كثيرة يكون سطحيّ أو تهكمي. كما يظهر من زاوية أخرى تمسك القائمين على الموقع ومنصات التواصل المرتبطة به بالتقاليد الخاصة بحراسة البوابة وقيامهم بمراقبة وغرلة التفاعلات سواءً كان نصّ أو صورة أو تسجيل أو إيموجي أو غير ذلك، وهذا لشعورهم بالقلق من تأثيرها على سمعة المؤسسة وإمكانية التّعرض للمساءلة القانونية، وهو ما يفسّر تعرّض المضامين التي يصنعها المستخدم للعديد من المؤثرات التي يندرج معظمها في السياق البنائي الاجتماعي والمتمثلة في التنظيم الإداري للمؤسسات الإعلامية، وطريقة إدارة العمل بالأقسام الإخبارية والمعتقدات المهنية للصحفيين المهنيين.

9- الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة:

تُظهر نتائج التحليل الكمي للجداول (09، 23، 37) والمتعلقة بأنواع الحجج التي يستخدمها

المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة تتوّع الإسقاط الحجاجي بين العقلاني المعرفي، والديني، والثقافي، وهذا ارتباطاً بأهمية المضمون الموظف، ممّا يكشف عن وجود تفاعل حقيقي رغم النظرة المترددة نوعاً ما لدى المشرفين على المضامين المشارك بها، وتعتبر نظرية الحجج (Argumentation theory) أداة فاعلة لغويّاً واجتماعياً وعقلانياً، خاصة من ناحية إقناع الآخر قبوليّة الرأي، ويستفيد المجال العمومي من توظيف هذه الأداة التي غدّت المجال الافتراضي أيضاً، خاصة مع كثرة الحقول المعرفيّة التي تتناولها (الفلسفة، المنطق، القانون، اللسانيات، العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة،...)، واستخدامه لمختلف الآليات الحجاجيّة (الإخبار، التّفسي، الإقناع،...)، والوسائل اللغويّة ومنطقيّة الدلالة (القياس المنطقي، الآيات والأحاديث القرآنية، مقولات فلسفية وعلمية، حجج واقعية،...) سواءً للتأكيد أو النفي. ومن وسائل الإقناع ووسائل لغوية ووسائل منطقية دلالية. الوسائل المنطقية الدلالية وأهم عناصرها القياس المنطقي الذي يعتبر بنية أساسية في الحجج ووظيفته الانتقال مما هو مسلم إلى ما هو مشكل. وكذلك من عناصرها الأحاديث النبوية أو الآيات القرآنية أو المقولات الفلسفية أو العلمية وحجج واقعية. الوسائل اللغوية ومن أهمها التوكيد والشرط والنفي والتكرار اللفظي والمعنوي والسجع والتوازن الصوتي والطباق وغيره.

وقد نال المحتوى الصحيّ والاجتماعيّ والسياسيّ النّصيب الأكبر، لارتباطها بالوضع العام الذي يشهده العالم والمتمثّل في جائحة كورونا أساساً، كما نالت المضامين السياسية والإقتصادية والاجتماعيّة اهتمامات المتفاعلين في سياق ترابطي مع الجائحة، وهو ما يكشف عن وجود علاقة ارتباط بين حجم المؤسّسة وبين صناعة المحتوى للمستخدمين وكذا حجم التفاعل، وكذا نوعيّة وطبقة المستخدمين المتابعين المتفاعلين، حيث تمثّل طبقة المتقّفين والباحثين والمهتمين بالسياسة الغالبية من جمهور قناة الجزيرة الفضائيّة ومنصّاتها الاجتماعيّة، وهو ما يكشف عن وجود اتجاه إيجابي من الطرفين (القناة والمستخدمين) إزاء القيام بمساهمة حقيقيّة لإنتاج مضامين صالحة للنشر وتثير التفاعل. وقد سبّبت الأزمة الصحيّة العالميّة النّصيب الأكبر من التفاعل العقلاني المعرفي المبني على أسس علميّة حيث تشير العقلانية والمعرفية إلى كلّ المكتسبات التي عقلنت جوانب من الممارسة الواقعيّة وحرّرت الفكر من ماضي المرجعيّة الضيقة لتصبح مفهوم تداولي معاصر، كما ارتبطت التفاعلات مع المضامين المنشورة بالحجج الثقافية بوصفها مفهوماً مركزياً يشمل نطاق الظواهر التي تنتقل من خلال التعلّم الاجتماعي، مشكلاً كليات ثقافيّة يلامس الجوانب الماديّة وغير الماديّة، وقد ساهم انتقال المصطلح من الإستخدام الفردي إلى الجماعي في تشعّب دلالاته وتفريخ سياقاته، كما ساهمت النّت في تصدير الثقافة وعولمتها وزيادة تشبيكها وصهرها في قالب واحد يكاد يكون متشابه. كما تمّ تسجيل نسب مقاربة مع "الحجج الدينيّة" حيث لامست نتائج الوضع الصحيّ المسارات الدينيّة المختلفة سواءً تعلق الأمر بالديانة الإسلاميّة أو المسيحيّة أو غيرها، كما أنّ اليأس من إيجاد علاج لاحتواء الجائحة زاد من مستوى الإلتزام بالوازع الديني وكذا التقرّب من روح الديانة، ويعتبر الدين نظام اجتماعي ثقافي يجمع العديد من السلوكيّات والممارسات والأخلاق والنصوص والأماكن والنظم والنّبوات

التي تربط الإنسان بالعناصر الروحانية التي ساهم الفضاء الجديد في نشرها مما ساهم في تثقيف المستخدم مهما كانت ديانتها أو انتمائه أو لغته. ورغم ارتفاع مستوى توظيف التفاعلية على الموقع الإلكتروني للجزيرة والمنصات المرتبطة به، وهذا بالإهتمام بربط المضامين المنشورة بشبكات إجتماعية متنوعة وإجراء مناقشات حيّة واستخدام معالم تفاعلية، إلا أنّ المراقب للعملية يشعر بوجود فريق متخصص يسهر على المراجعة والمراقبة والحذف والتأكد من سلامة التفاعل أخلاقياً سياسياً وتوجيهياً.

10- أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين

المستخدمين التي شاركتها الجزيرة:

تَعكس نتائج التحليل الكمي للجدول (10، 24، 38) والمتعلقة بأدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال فترة الدراسة، اتجاه ايجابي من طرف المتفاعلين إزاء مضامين قضايا المستخدمين، وهو ما يكشف وجود نظرة تحفيزية لأدوار المساهمين من طرف المؤسسة من جهة، ووجود علاقة ترابطية بين إثراء المحتوى وتوجيه الرأي من جهة أخرى. وتظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين مستوى الأدوار وكذا ارتباطها بنتائج تحليلات الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة، حيث سجلت الأدوار التنظيمية النسبة الأكبر، ويعتبر التنظيم طريقة يتم بموجبها بموجبهما التعاون الإنساني من أجل تحقيق هدف مشترك عن طريق توزيع الواجبات والتنسيق بين كافة العاملين بشكل يضمن تحقيق أقصى درجة ممكنة من الكفاية في تحقيق الأهداف المحددة في الحياة العامة، وقد جاءت في هذه الدراسة تحت معنى تحديد الأعمال وتقسيمها وتوضيح علاقة السلطات والمسئولية بين المحتوى المشارك به وعناصر التفاعل المختلفة، في سياق تحديد المسئولية، المحاسبة، التوجيه... وغيرها، ولقد ساهم هذا التفاعل في خلق شروط الهيكل تنظيمي وساعده في ذلك وجود اهتمام مشترك، وجود تفاعل تنظيمي وعلاقات ساهمت في بناءها مختلف التطبيقات، مما أدى إلى توتيد الدور التنظيمي للتفاعل ببيئة مضامين المستخدمين المشارك بها. وفي سياق متصل سجلت الأدوار المعرفية الدرجة الثانية لارتباطها بالأمر العلمية أساساً، وقد ساهم التحول الحاصل في مجتمع المعرفة إلى نشر وإنتاج والإستثمار في المعرفة الآلية وتوظيفها بكفاءة فائقة، وقد ساهم في ذلك محركات البحث وبنوك المعلومات والحاضنات الإبتكارية كالمكتبات ومراكز التوثيق وغيرها، مما أدى تغذية المصادر المعرفية وتعزيز التفاعل السبراني.

كما تم تسجيل أدوار دينية خاصة مع ارتباط الفترة بالأزمة الصحية العالمية حيث ساهمت هذه الأخيرة في حالة التدين والرجوع إلى الشعائر الدينية بعد حالة يأس العلم والبحث في إيجاد علاج دنيوي للجائحة، مما أدى إلى توفير المناخ الديني بارتفاع مؤشرات الأخلاق وأنسنة التفاعل: الدعاء، المحبة، السلام، التعايش، العدالة، إحترام الآخر. هذا مع رصد تسجيل تفاعلات لامبالية بالوضع وأخرى خارج السياق، ويظهر هنا وزن أدوار مساهمات المستخدمين من ناحية التفاعل وإثراء المحتوى وتوجيه الرأي وخلق معالم بحثية إعلامية يمكن الإعتماد عليها في أي وقت.

11- توقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم:

تُبين حصيلة التحليل الكمي للجداول (11، 25، 39) حول توقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال فترة الدراسة، وجود فروق دالة إحصائية بين الاستخدام المتزامن وغير المتزامن، وهو ما يعكس احترافية مؤسسة الجزيرة في التعامل مع المحتوى، حيث تعتبر الدوائر الإعلامية المتخصصة بما ينتجه المستخدم بمثابة راصد للسبق الصحفي على المستوى السبراني، وهو ما يكشف بدوره الإتجاه الإيجابي من طرف مؤسسة الجزيرة تجاه المضامين التي ينتجها المستخدم ومساهمتها في صناعة الخبر الإعلامي. خاصة تلك التي تتوافق وطبيعة الإنتاج المحترف وتطابقها مع المعايير التحريرية المهنية رغم اختلاف طبيعة العمل بسبب العوامل المؤسسية والتنظيمية. ويبرز من جهة أخرى دور صحافة المواطن في سدّ الثغرات التي تواجه الصحافة المهنية من ناحية التغطية الآنية والعالمية وفي كل وقت.

12- أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركها

يكشف التحليل الكمي للجداول (12، 26، 40) أن الجزيرة وفي استخدامها لمضامين المستخدمين توظف عدة أساليب يعتمد الأول على "تدعيم المضمون" الذي يخدم سياستها وتوجهاتها وقد مثّله المضامين المتعلقة بـ: الوضع الصحي، الاتهامات الأمريكية للصين، أما الثاني فيرتبط بـ "عرض المضمون" الذي سجّل نسبة أقلّ وكان محتواه حول أوضاع الحجر المنزلي، التسارع نحو إيجاد مضاد للفيروس، نقص الغذاء، كما تمّ توظيف أسلوب "التصعيد" بمشاركة مضامين المستخدمين التي تناولت الجانب الصحي والاجتماعي، وفي الأخير "التضليل" في محاولة لتميط الآراء والتوجهات وكذا استكمال الدور الإعلامي المخالف لسياسات مؤسسية منافسة حيث لامس المحتوى الجانب السياسي غالباً خاصة ما تعلق بالتدخل التركي بليبيا، أزمة اليمن، أزمة قطر،...

13- موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة:

تُظهر نتائج التحليل الكمي للجداول (13، 27، 41) ويظهر من خلال النتائج توجّه قناة الجزيرة من خلال توظيفها لمضامين المستخدمين لاختيار المحتوى الذي يخدم سياستها الإعلامية وخطها الإفتتاحي، وتكشف النتائج وجود فروق دالة إحصائية في صالح كفة "التوازن لحدّ ما"، مع تباين التكرارات خلال مدة الدراسة بالصعود التدريجي للمحتوى الذي يصنّف في خانة "متوازن كلياً" مع بقاء الفارق النسبي لصالح الأولى، وتسجيل نسبة عشرية لصالح "غير متوازن تماماً"، ويبدو أنّ الجزيرة تحاول تضمين محتويات صحافة المواطن لخدمة سياقها الإفتتاحي برصد وتضمين ما يخدم ذلك، مع الإبقاء على نسبة تغطّي شعارها "الرأي والرأي الآخر" وهو ما يشير إلى إتجاه سلبي ذو درجة عالية وتوجّه شبه أحادي من قبل المؤسسة نحو استخدام المضامين الصالحة للنشر بغضّ النظر عن الموضوعية الأصلية لمضامين المستخدمين من عدمها. والموضوعية تعني في معناها نقل الأحداث بحيادية وتجريد وبصورة متوازنة وإعطاء جميع الأطراف مساحة لإبداء الرأي، وترتكز المؤسسات الإعلامية على عديد المبادئ ومنها أنّها تقوم بإيصال الحقيقة ونقلها وهذا بتقديمها صورة صادقة لما يجري، لكن بالنسبة للإعلامي تفسير الحقيقة يتمّ عبر اختيار مدى تماسك

الخبر وتوافقه مع سياق محدد، ، وعليه فإنّ كلّ من قدرات الإعلامى، مصالحه، إيديولوجيته، إمكاناته، لفهم المواقف تؤثر في موضوعية كتاباته وتوجهاتها. ورغم أنّ نقلة البيئة الجديدة الذي يفترض أنّه لم يعد خاضع للسيطرة وفرض الأجندة، ويوفّر البديل للجماهير بعرض كافة وجهات النظر، ورغم أنّ مشاركة المؤسسات الإعلامية لمضامين صحافة المواطن دعمت أكثر التركيز على الأحداث وأنيتهما والسبق الصحفي للمؤسسات الإعلامية إلاّ أنّه يمكن القول أنّ الموضوعية تبقى ذات قيمة مزللة إذ أنّ الوصول إليها كاملة أمر مثالي وقد يستحيل تحقيقه، وقد مثّلت أخبار: جرائم النظام السوري، العدوان الإسرائيلي، الترشق الأمريكى الصينى، جرائم النظام المصرى، العشوائية في اتخاذ القرارات في الأزمة الصحية في بعض الدول العربية النصيب الأكبر من حيث الموضوعات التي تناولتها صحافة المواطن وشاركتها الجزيرة عبر موقعها الإلكتروني والمنصات المرتبطة به.

14- إتجاهات الجزيرة تجاه مضامين المستخدمين:

تَعكس نتائج التحليل الكمي للجدول (14، 28، 42) تنوع إتجاهات الجزيرة في توظيف مضامين المستخدمين خلال الفترة المحددة للدراسة، غير أنّ المنحى يتجه أكثر وبمنحى تصاعدي صوب التأييد، ثم نحو المعارضة والتأييد بنسب متفاوتة، مع إلغاء نمط الحياد في جميع المحتوى المشارك به، والملاحظ أنّ الإعلام المعولم ألغى الأبعاد المكانية والزمانية، وأصبحت كلّ وسيلة إعلامية عالمية بالضرورة وهذا بمجرد تسجيل حضورها بالفضاء الرقمي خاصة مع تنامي المنافذ الإخبارية بشكل كبير زاد من اتّساع الجمهور المتابع المفترض المفترض، ممّا يجعل من الصّعب الحفاظ على هويتها وشخصيتها، لذلك تلجأ المؤسسات الإعلامية للحفاظ على الخطّ الإفتتاحي المتوراث مع إدخال تعديلات فرضتها الرقمنة، وقد يبدو هذا من باب التخوّف لكنه يميل أكثر لاجتناب الوقوع في المجهول، وتعدّ الإتجاهات من العناصر الرئيسية المحددة لعمل المؤسسة والتي يجب حمايتها من المؤثرات الخارجية. وقد مثّلت قضايا: قوانين مجابهة الأزمة الصحية في البلاد العربية، وكذا أزمة الغذاء اليمنية، والصراع السوري، والأزمة الصحية في دول أمريكا اللاتينية، أحد أهم المحتويات التي سارت الجزيرة في توجهاتها بين العرض والتأييد والمعارضة، وقد كانت لجزيرة تعبر عن توجهاتها في الغالب من خلال بيان مكتوب مرفق بمحتوى المستخدمين المشارك به.

II- ثالثاً- النتائج العامة للدراسة

من خلال التحليل الكمي والكيفي توصلت دراستنا إلى النتائج التالية:

- كشفت نتائج الدراسة عن وجود اتجاهات ايجابية لدى الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية ومنصات التواصل المرتبطة به إزاء استخدام بعض الأشكال التي تحفز المستخدمين على المشاركة في إنتاج مضامين صالحة للنشر، وهو ما يفسر اهتمامه بربط المضامين بشبكات اجتماعية أخرى واستخدام معالم تفاعلية وتوضيح حقوق الملكية وتوفير مدونات والإنتاح على الجمهور المستخدم والإستفادة منه لخدمته وخدمتها، ورغم الاهتمام بالسماح نحو التفاعلية والتعددية إلا أن مضمون المساهمات والحوار والنقاش يعكس نوع من التوجه الإتصالي الأحادي التقليدي والإحتكاري.
- بينت نتائج الدراسة على تزايد أهمية المضامين التي تصنعها صحافة المواطن، خاصة من ناحية رفع مستوى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية، وتغذية نسبة المشاهدة ورفع نسبة التفاعل والإرتباط والولاء بالمؤسسة، وأنها في الغالب تشارك مضامين صحافة المواطن لتحسين نوعية المحتوى بقدر ما تستخدمها كوسيلة لنشر المحتوى عبر منصاتها المختلفة. إلا أن مؤسسة الجزيرة لا تزال متمسكة بالتقاليد الخاصة بحراسة البوابة (مراقبة البوابة الافتراضية) وكذا غربة المضامين ومراقبة التفاعل، وهذا من خلال الحرص على التأكد من صحة ودقة المضامين التي ينتجها المستخدمين الناتجة عن سياق غير مؤسسي وغير ملتزم بالتقاليد المهنية، وبخروج أغلبها عن أخلاقيات العمل الصحفي واختلاطها بالمواد الإعلانية في كثير من المنصات الافتراضية. وكذا حذف خاصية التعليق على المدونات في صفحاتها، وهو ما يظهر إتجاه سلبي نوعاً ما اتجاه هذا النوع من الصحافة، وفي نفس الوقت يكشف عن توجه إيجابي تجاه الحفاظ على سمعة المؤسسة والشعور بالقلق من تأثيرات صحافة المواطن على سمعة المؤسسة خاصة فيما يتعلق بإمكانية التعرض للمساءلة القانونية.
- أبرزت نتائج الدراسة على أن بعض أشكال المنصات حظيت باهتمام الموقع أكثر من غيرها، الفيسبوك، اليوتيوب، مدونة الجزيرة، وبنسبة أقل تويتر وأنستغرام، وهو ما يشير لوجود توجهات ايجابية لدى الموقع إزاء استضافة مدونات للمستخدمين، وكذا مشاركة محتوى مضامين المستخدمين الصالحة للنشر عبر مختلف المنصات. وقد أحصت الدراسة: 55.38% لمدونات الجزيرة، 13.96% لليوتيوب، 13.30% لتويتر، 07.95% للفيسبوك، 04.38% للإنستغرام.

- أظهرت نتائج الدراسة عن وجود فوارق إحصائية دالة في استخدام الجزيرة للمضامين التي يصنعها المستخدم قياساً على النوع الاجتماعي، حيث أنّ كمّ المشاركة إتجه نحو الذكور، ثمّ الإناث، ثمّ الشخصيات المعنوية وبنسبة هامشية للهويات الوهمية أو غير الواضحة وأحصت النتائج الكميّة الموزعة كما يلي: 63.07% للذكور، 31.25% للإناث، 04.93% للشخصية المعنوية، 01.56% للهوية غير الواضحة. وهو ما يعكس درجة جاهزية دائرة المحتوى الذي ينتجه المستخدم (User Generated Content Department) في التأكّد من صحة ودقة المضامين التي ينتجها المستخدم.

- أوضحت نتائج الدراسة بخصوص تحليل النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة، تتوّع نطاقات النطاقات مع التركيز على الأخبار ذات الحيز النطاقي الأكبر. حيث نال: العالمي، القاري، الدولي، الإقليمي، النسب الأكبر والمقدّرة بـ: 33.98%، 19.47%، الدولي 14.30%، 12.54% على التوالي. يليهم: الجهوي، المحلي، الوطني. بنسب: 09.47%، 06.27%، 03.93% على التوالي. وهو ما يعكس خصوصيات ووزن وحجم الشبكة سواءً على المستوى العربي أو العالمي.

- كشفت نتائج الدراسة بخصوص تحليلات مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة أنّ هنالك تنوع واضح في طبيعة ومجالات الموضوعات والأخبار التي يتم مشاركتها، يخدم الأجنحة الإعلامية المسطرة ترتيبياً لمسيرة الأحداث، حيث: حصدت المضامين الصحية النسبة الأكبر بـ 39.86%، تليها المضامين العلميّة 16.54%، ثم السياسية بنسبة 28.38%، بعدها الإجتماعية بنسبة 11.51%، ثم العسكرية 10.76%، تليها الإقتصادية 09.54%، ثم الدينية بنسبة 08.68%، ثم الثقافية 03.30%، في حين حصلت الأخبار الأخرى على نسبة 01.22%.

- بيّنت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين حجم المؤسسة وبين توافر مساهمات المستخدمين، وأنّ الأنماط التي يشارك من خلالها المستخدمين في إنتاج مضامين منشورة على موقع الجزيرة والمنصات المرتبطة به كانت: التدوين، إرسال المادة الخبرية (صورة، فيديو، مقال) عن طريق الفيسبوك، يوتيوب، أنستغرام، تويتر، أو مشاركتها من طرف الجزيرة، وقد سجلت النتائج: 20.95% للنصّ المكتوب، 36.25% للصورة، 35.46% للتسجيل المرئي/الفيديو، 04.20% للتسجيل الصوتي، 02.41% للهاشتاغ، 00.68% لإستطلاعات الرأى. وقد كان التفاعل بدرجة تنازليّة حسب الآتي: المشاهدة بنسبة 79.83%، الإعجاب 15.34%، التعليق 09.70%، القراءة 01.55%، المشاركة 01.34%، استطلاعات الرأى 01.15%. كما وجدت علاقة ارتباطية بين بعض الأنماط التي تستخدم لتحفيز المستخدمين على تزويد المواقع بالمضامين وبين

حجم وانتماء المؤسسة خاصة فيما يتعلق بربط المضامين بشبكات اجتماعية وتوافر أشكال التفاعل على الموقع والمنصات التابعة له، وبتوضيح الموقع لحقوق الملكية في المضامين المنشورة، غير أنه يقل بالنسبة لاستطلاعات الرأي مقارنة بالنص المكتوب، أو التسجيل الصوتي، التسجيل المرئي، المدونات ، رغم أن الأول له دور كبير في تحفيز المستخدمين للمساهمة في إنتاج المضامين.

- **أبرزت نتائج الدراسة عن وجود اتجاهات إيجابية بخصوص توظيف آليات التفاعلية في الموقع، وكشفت أن التفاعل والحوار الذي يتم من خلال وعاء اتصالي سبراني مستقل يكون أكثر ثراءً وقوة من التفاعل الذي يتم عبر الوعاء التقليدي، وأن التفاعل الذي يتم عبر الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية والمنصات المتصلة به يتصف بقوة التفاعل، وإثراء النقاش العام والحوار الديمقراطي، وأن قوة التفاعل تتأثر إيجاباً بعدد من العوامل منها: جنس المستخدمين، مجال القضايا، ودرجة الإنسانية. وأن هذه المضامين تستخدم كمصدر للخبر، كما أنها تستخدم من جانب آخر كمنصة للمناقشات والتعليقات الاجتماعية والسياسية، حيث أخذت أشكال التفاعل الظاهرة للرأي (المشاهدة، التعليق، الإعجاب، القراءة) النسب الأكبر في أشكال التفاعلات الظاهرة، وهي أشكال تعبر أكثر عن الرأي، في حين تأخذ المشاركة نسب أقل خاصة بالنسبة للمشاركة الظاهرة، كما يقل تفاعل المستخدمين في المنتديات لارتباطها بأمر تحليلية كما أنها لا تحتوي على محتوى إخباري هام في الغالب، إضافة إلى طولها النصي، وأخيراً استطلاعات الرأي، وفي سياق متصل تؤكد النتائج أنه ورغم تأثير التفاعل على إثراء النقاش العام والحوار الديمقراطي، إلا أنه في أحيان كثيرة يصطبغ بالطابع السطحي التهكمي. وهو ما أوضحته النتائج الكمية المقدرة بـ: 55.62 % للجديّة، 08.57 % للإمتعاض، 31.27 % للهجوم، 03.27 % للتهكم، 0.38 % للإسحاب، 00.81 % للامبالاة، 0.02 % لأساليب أخرى. إلا أن الوضع يكشف أن جمهور الجزيرة في الغالب من الطبقة المتقفة من باحثين ودارسين وأساتذة وفاعلين في الحياة السياسيّة، ويعبر عن هذا المستوى الحجاجي في التفاعل التي تميل غالباً نحو مؤشرات تعبر عن مستوى نقاش ثري يلامس مختلف المجالات، وقد أحصى التحليل الكمي للدراسة: 71.31 % للحجج العقلانية المعرفية، 01.36 % للحجج الدينية، 26.48 % للحجج الثقافية، 00.58 % للحجج الأخرى. وتكشف مراجعة مساهمات المستخدمين على الموقع الإلكتروني للجزيرة والمنصات المرتبطة به عن كثرة إنتاجهم الإعلامي وهو ما انعكس على طبيعة الأدوار التي يمكن أن يقوم بها المستخدمين بنوعهم (صناع المضامين و المتفاعلين مع مضامينهم) في إثراء المحتوى وتوجيه الرأي وكذا خلق معالم بحثية إعلامية مؤرشفة صالحة للنشر والإسترجاع في أيّ وقت، وهذا من خلال : إرسال المقالات، نشر الأخبار، والتعليقات والتعليقات على الصور والمنشورات ولقطات الفيديو، وتقييم الأخبار، والمشاركة، والتعريف بأكثر الموضوعات مقروئية والمشاركة في استطلاعات الرأي وإضافة المادة كعلامة مرجعية لأنفسهم. وأحصت نتائج الدراسة**

57.94 % للأدوار التنظيمية، 06.19 % للأدوار الأخلاقية، 35.15 % للأدوار المعرفية، 00.66 % للمبالات، و نسبة هامشية تقدر بـ 00.03 %.

- أظهرت نتائج الدراسة الإستخدام المترامن غالباً للجزيرة لمضامين المستخدمين، وهو ما يعكس بدرجة عالية احترافية المؤسسة في توظيف ما يخدم الأنية والسبق الصحفي في الفضاء السبراني، خاصة تلك التي تتوافق مع المعايير التحريرية المهنية، رغم اختلاف طبيعة العمل بسبب العوامل المؤسسية والتنظيمية، وهو ما يثبت في سياق آخر أن موقع الجزيرة موقع نموذجي وبوابة إخبارية متكاملة خاصة مع وجود منطق الابتكار والإبداع وكذا استخدام Widgets بشكل فعال مما ينتج عنه امتلاك قاعدة واسعة من المتابعين والمستخدمين ومشاركة مضامينهم يخلق التأثير على المحتويات سواءً تعلق الأمر بتفضيل محتوى أو إعادة نشره أو العمل على إشهار المؤسسة. وقد أحصت نتائج الدراسة: 90.85 % للتوقيت المترامن، و 09.14 % للتوقيت غير المترامن.

- أوضحت نتائج الدراسة أن هناك علاقة متذبذبة بين موضوعية المضامين التي يصنعها المستخدمون، وبين موضوعية المؤسسة اتجاه نشر هذه المضامين، وقد كشفت النتائج وجود فروق دالة إحصائية تعبر عن توجه متوازن لحد ما، يعبر عن تواجد مصداقية مؤسسة الجزيرة الفضائية لدى متابعيها في وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية على حساب مصداقية مضامين المستخدمين المشارك بها من طرفها في البيئة الجديدة، وذلك من خلال توظيفها للمحتوى الذي يخدم عمق التغطية الإخبارية المقدمة من خلال تحليل الأحداث، ومجريات الأمور، وقد أحصى التحليل الكمي للدراسة: 26.88 % للمضامين المتوازنة كلياً، 64.87 % للمتوازنة إلى حد ما، 06.83 % لغير المتوازنة. وهو ما يفسر التوافق والتوجه الواضح في توظيف المحتوى المؤيد لسياستها التحريرية وخطها الإفتتاحي، مع الإبقاء على نسبة هامشية من المضامين التي تراها القناة في صالح شعار (الرأي والرأي الآخر). وقد أحصت النتائج: 27.29 % لعرض المضمون، 60.44 % للتأييد، 10.96 % للمعارضة، 0.21 % للمحايد. ولهذا فهي تتجه نحو تأييد محتوى مضامين المستخدمين التي تقوم بنشرها، وأن تحليل هذه الأخبار تتوافق في طبيعة مضمون المادة الإخبارية وقد أحصى التحليل الكمي للدراسة: 25.76 % لعرض المضمون، 58.39 % للتدعيم، 16.23 % للتصعيد، 00.25 % للتضليل..

ومن هذه السياقات يمكن استنتاج أن صحافة المواطن بدون موضوعية لا يمكن أن تعود بالنفع على الصالح العام.

- كشفت نتائج الدراسة أن مشاركة وسائل الإعلام لمضامين صحافة المواطن تساهم في تأكيد هذه المضامين والرفع من نسبة موثوقيتها، حيث أن ثقة الجمهور تسجل ارتفاعاً في أخبار المستخدمين بمنصات التواصل الاجتماعي التي شاركتها المؤسسات الإعلامية مقارنة بالأخبار نفسها في معزل عنها، ويرجع هذا أساساً نتيجة الإشارة غالباً للمصدر الذي يعتبر أحد محددات مسألة الإقناع.

II- رابعاً- النتائج على ضوء التساؤلات والفرضيات

يتضمن هذا الباب نتائج الدراسة التحليلية التي هدفت إلى التعرف على صناعة المضامين الإعلامية في الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة Aljazeera.net وأدوار مستخدميه، ويتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة وفرضيات الدراسة، ومن خلال النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقييم التساؤلات والفرضيات كما يلي:

II- رابعاً-1- الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

رابعاً-1-1- الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة:

- كيف يساهم مستخدمو البيئة الجديدة في صناعة المضامين الإعلامية للموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية، وماهي أدوارهم؟

يساهم مستخدمو البيئة الجديدة في صناعة المضامين الإعلامية للموقع الإلكتروني للجزيرة إما عن طريق إرسال المادة الخبرية إلى القناة مباشرة (كما هو الحال بالنسبة للمدونات)، وإما عن طريق مشاركة شبكة الجزيرة لمحتوى صحافة المواطن المستقل على منصات الاجتماعية المختلفة. وكلاهما يخضع للرقابة والفحص والتتبع قبل الإذن بالنشر.

وتكتمل أدوار المستخدمين عن طريق الارتقاء بالعوامل الفنية والممارسات التحريرية خاصة من ناحية رفع مستوى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية، وتغذية نسبة المشاهدة ورفع نسبة التفاعل والإرتباط والولاء للمؤسسة وكذا تحسين نوعية المحتوى، كما تعتبر مضامين المستخدمين المشارك بها مصدر للمعلومات للمستخدمين والمبحرين أيضاً وليس للمؤسسة فقط، هذه الأخيرة التي تؤثر بها صحافة المواطن من ناحية أخرى أيضاً والمتمثلة في خفض الإنفاق المادي باعتبار أن مشاركة مضامين المستخدمين مجانية غالباً وهو ما يرفع عامل التكلفة في صالح المؤسسة، بالإضافة إلى تحريرها من السيطرة التقليدية.

إن تضمين مضامين المستخدمين كجزء من المحتوى الإخباري واعتمادها عليه كمصادر إعلامية وإخبارية من خلال إنتاج مضامين صالحة للنشر، تُعطي للمستخدمين فرصة التواصل مع الصحفيين العاملين والتعرف على رؤيتهم في صناعة المحتوى القابل للنشر، إثراء النقاش والحوار السياسي وإسماع الصوت الآخر، ويمكن إستعارة نظرية الفضاء العام الافتراضي وتطبيقه في هذه الحالة التي تعكس الدلالات الخاصة بالمضامين التي ينتجها المستخدم للحوار والمشاركة.

رابعاً-1-2- الإجابة عن التساؤلات الفرعية للدراسة:

- هل يوفر الموقع الإلكتروني للجزيرة الوسائط المتعددة لنشر المادة الخبرية وهل يمثل فضاء مفتوح لشبكات التواصل؟

نعم، وهذا من خلال العمل بنظام الـ Widgets الخاص بالمواقع الاجتماعية وخدماته المضافة. وهي تُولي اهتمام كبير لذلك في سياق التحول الإلكتروني الذي مسّ كل المجالات خاصة ما يتعلّق منها بالمجال الإعلامي.

- هل يوظّف الموقع الإلكتروني للجزيرة مُخرجات صحافة المواطن؟ وماهي أبرز الأشكال التي يتم توظيفها لتحفيز مستخدمي الموقع على المساهمة في إنتاج المضامين؟

نعم، وهذا سواءً بالإرسال مباشرة للمؤسسة أو إعادة نشرها، وهذا لإدراكها لأهميتها، كما يعدّ عامل التكلفة أحد أسباب توظيفها لهذا النوع الجديد من الصحافة غير الخاضع للرقابة. ومن أبرز منصّات التواصل التي توظفها في هذا الشأن: التدوين على الموقع الإلكتروني، الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، إنستغرام، دون ذكر المنصات الأخرى غير المرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها.

- ماهي الأتومات الخاصة لمساهمات المستخدمين الإعلامية للجزيرة؟ وماهي أهم الديناميات الاتصالية المتاحة في فضاء التفاعل مع مضامين المستخدمين التي شاركها الموقع الإلكتروني للجزيرة؟

تتنوّع مجالات مساهمات المستخدمين التي يشاركها موقع الجزيرة والمنصات المتصلة به لتلامس جميع المجالات، لكنها تركز بالأساس على المجال السياسي حتى ولو ارتبطت بمجالات أخرى كما هو الوضع بالنسبة لدراسة الحال التي تزامنت مع بروز قضايا صحية واجتماعية، وقد تتوّعت المجالات بتنوّع النطاقات الجغرافية للمضامين التي تشارك بها الجزيرة، بين قاري وإقليمي ووطني وجهوي وإقليمي، لكن يأخذ النطاق الدولي وقبله العالمي التركيز الأكبر وهذا يتماشى مع طبيعة مؤسسة الجزيرة ذات التغطية العالمية.

- ماهو توقيت استخدام الموقع الإلكتروني للجزيرة لمضامين المستخدمين؟

تنتشر وتُشارك الجزيرة في الغالب مضامين المستخدمين بتوقيت متزامن، وهو ما يمثل سيق صحفي إفتراضي يتكفل به فريق متخصص في الأقسام المستحدثة التي تُعنى بمراقبة محتوى المستخدمين سواء كان على مستوى مؤسسي أو شخصي.

- ماهي الأنماط الخاصة لمساهمات المستخدم في صناعة المضامين الإعلامية للجزيرة؟ وما هي أهم الديناميات الاتصالية المتاحة في فضاء التفاعل مع مضامين المستخدمين التي شاركها الموقع الإلكتروني للجزيرة؟

يُعتبر كلٌّ من: النص المكتوب، الصورة، والفيديو أكثر الأنماط التي يشارك بها المستخدمون في صناعة محتوى صالح للنشر تشاركه الجزيرة، في حين تشكل الوسوم واستطلاعات الرأي النسبة الأقل، وفي سياق متصل مثلت كلٌّ من: المشاهدة، التعليق، الإعجاب، القراءة، أكثر أشكال تفاعلات المستخدمين على مضامين المستخدمين التي شاركها موقع الجزيرة ومنصات التواصل المرتبطة به، وتقلّ في كلٍّ من المشاركة، واستطلاعات الرأي.

- مامدى موضوعية الجزيرة اتجاه مضامين المستخدمين التي تشاركها وما أساليب ذلك؟

تُوظف الجزيرة مضامين المستخدمين التي تخدم الموضوعية النسبية في الطرح، حيث تبقى على نسبة عظمى من الأطروحات المتوازنة لحدّ ما، مع ترك نسبة هامشية للإتجاهات الأخرى. وهي في الغالب تدعم المضامين التي تشاركها وتخدم في نفس الوقت خطّها الإفتتاحي.

- ماهي أدوار تفاعل المستخدمين على مضامين المستخدمين التي شاركها الموقع الإلكتروني للجزيرة؟

من أكثر أدوار التفاعل إثراء النقاش العام والحوار الديمقراطي، والتعريف بأكثر الموضوعات مقروئية والمشاركة، ورفع نسبة التتبع والإرتباط.

- ماهي إتجاهات الجزيرة بناءً على مضامين المستخدمين التي وظفها موقعها الإلكتروني؟

تعكف الجزيرة على نشر و مشاركة مضامين المستخدمين التي تخدم توجهاتها السياسية وخطّها الإفتتاحي.

- هل نجح الموقع الإلكتروني للجزيرة الإخبارية في توظيف مضامين المستخدمين كمنصات إعلامية في البيئة الجديدة؟

نعم، نجح الموقع الإلكتروني للجزيرة ومنصات التواصل المرتبطة به في توظيف مضامين المستخدمين كمنصات إعلامية في البيئة الجديدة، خاصة في تغذية الأخبار وهو ما يؤكد ثراء النقاش وتنوع الموضوعات وزيادة الارتباط بالمؤسسة من طرف متابعيها التقليديين وغير التقليديين، غير أنه وإن عبّر عن مستوى جيد ارتباطاً بالمجال العربي إلا أنه يبقى منقوص مقارنة بالمؤسسات الإعلامية العالمية الغربية مثل CNN أو BBC، أين يتم استخدام مضامين المستخدمين في تلك المؤسسات بمستوى كثيف ودقيق وأكثر تنظيمياً واحترافية، ومن ناحية أخرى (ورغم شيوع صحافة المواطن) إلا أن الغالبية من المستخدمين العرب لا يزالون متلقين أكثر من كونهم مشاركين نشطاء.

II- رابعاً-2- الإجابة عن الفرضيات:

- **الفرضية الأولى:** التحديات والرهانات المطروحة تفرض وبقوة وجود صحافة المواطن واعتماد الصحفي المهني عليها:

▫ **المؤشر الأول:** إنتشار وشيوع المعلوماتية وتوفر النفاذ إلى الشبكة؛

▫ **المؤشر الثاني:** استحالة تغطية الصحفي المهني لكل الأحداث والوقائع المختلفة.

أوضحت نتائج الدراسة صحة الفرضية الأولى حيث أنّ صحافة المواطن استطاعت ترسيخ مكانتها كنوع جديد من الصحافة، خاصة من ناحية الدور المتميز الذي تلعبه مقارنة بالإعلام القديم، بوصفها وسيلة إعلامية متطورة قياساً بما يقوم به هذا النوع الصحفي والصحافة الاجتماعية عموماً من دور إعلامي بارز، متجاوزاً إشكالات حرية الصحافة والرقابة.

- **الفرضية الثانية:** وفّرت الجزيرة فضاءً ديناميكياً ومفتوحاً ليروز مضامين المستخدمين:

▫ **المؤشر الأول:** الإتاحة للمستخدمين أشكال لتضمين مساهماتهم ضمن منصاتها؛

▫ **المؤشر الثاني:** نشر الجزيرة لمضامين المستخدمين سواءً بالمشاركة المباشرة أو بالإرسال.

كشفت نتائج الدراسة صحة الفرضية الثانية حيث وظّفت قناة الجزيرة الفضائية من خلال

موقعها الإلكتروني ومنصات التواصل المرتبطة به (موضوع الدراسة) عن توظيفها لآليات لتحفيز المستخدمين على المشاركة في إنتاج المضامين الصالحة للنشر والمشاركة خاصة ما يتعلق بالتدوين، إلا أنّ هذا التوظيف في الكثير من المرات يشمل أدوات توزيع المحتوى الذي تم بثه عبر الوسائط التقليدية للقناة.

- **الفرضية الثالثة:** يمثل الفيسبوك وتويتر ويوتيوب أكثر منصات الشبكات الاجتماعية الشخصية التي تغذي شبكة الجزيرة:

▫ **المؤشر الأول:** عدد استخدامات الجزيرة للمنصات الثلاث مقارنة بالشبكات الأخرى؛

➤ **المؤشر الثاني:** عدد وأشكال التفاعلات المتعلقة بكل من الفيسبوك وتويتر ويوتيوب من طرف المستخدمين مقارنة بالمنصات الأخرى.

عكست نتائج الدراسة عدم صحة الفرضية الثالثة فرغم اعتبار الفيسبوك وتويتر ويوتيوب من أكثر المنصات الاجتماعية استخداماً في العالم إلا أن نتائج الدراسة أعطت للتدوين النسبة الأكبر، حيث أحصت الدراسة: 55.38% لمدونات الجزيرة، 13.96% لليوتيوب، 13.30% لتويتر، 07.95% للفيسبوك، 04.38% للإنستغرام.

- **الفرضية الرابعة:** مضامين المستخدمين تشكل مصدراً مهماً لزيادة واستخدام المستخدمين للجزيرة الفضائية ومنصاتهما:

➤ **المؤشر الأول:** العدد المتزايد للتفاعل عبر مختلف الأشكال التي شاركتها الجزيرة؛

➤ **المؤشر الثاني:** جودة ونوعية محتوى مضامين المستخدمين المقدمة عبر الجزيرة.

بيّنت نتائج الدراسة صحة الفرضية الرابعة حيث وظّف الموقع الإلكتروني للجزيرة ومنصات التواصل المرتبطة به إمكانات كبيرة للتفاعل الجدي في الغالب، حيث تمّ إحصاء: 55.62% للتفاعل الجدي، 08.57% للإمتعاض، 31.27% للهجوم، 03.27% للتهكم، 0.38% للإسحاب، 00.81% للأبالات، 0.02% لأساليب أخرى، كما تمّ النقاش بمستوى عقلائي معرفي بنسبة 71.31%، و 01.36% للحجج الدينية، 26.48% للحجج الثقافية، 00.58% للحجج الأخرى. كما أحصت نتائج الدراسة الأدوار التفاعلية المختلفة بنسب متباينة توزعت كالتالي: 57.94% للأدوار التنظيمية، 06.19% للأدوار الأخلاقية، 35.15% للأدوار المعرفية، 00.66% للمبالات، ونسبة هامشية تقدّر بـ 00.03%.

وفي سياق متصل تزداد: عدد قراءات مقالات مدونات الجزيرة، عدد المشاركات للمحتوى الإخباري الذي تشاركه الجزيرة والمعبر عن مضامين المستخدمين الصالحة للنشر، عدد المشاهدات للتسجيلات الصوتية والتوثيقية لمحتوى مضامين المستخدمين المشارك به من طرف الجزيرة، عدد المتابعين والمشاركين في منصات التواصل الاجتماعي لشبكة الجزيرة، خاصة وأنّ مضامين المستخدمين المشارك بها تعالج مختلف المواضيع، وتمسّ أصناف المجتمع واهتماماتهم.

- **الفرضية الخامسة:** هناك علاقة ارتباطية بين اتجاه الموقع الإلكتروني للجزيرة من حيث الخط

الإفتتاحي والانتماء السياسي، وبين محتوى ونوع الإعتماد على المضامين التي ينتجها المستخدم:

➤ **المؤشر الأول:** مشاركة المحتوى الاجتماعي الذي يخدم سياستها في الغالب؛

➤ **المؤشر الثاني:** تفعيل أجنحة مراقبة المحتوى وهذا بالحذف والحجب للتفاعلات الخارجة والمسيئة.

كشفت نتائج الدراسة صحة الفرضية الخامسة، بخصوص توظيف الموقع الإلكتروني للجزيرة ومنصات التواصل المرتبطة به لمحتوى المستخدمين الذي يخدم سياستها وخطها الإفتتاحي، حيث كان

مؤشر الموضوعية في النشر متذبذب نوعاً ما بإتجاه التوازن النسبي بقيمة 64.87 %، كما سجل مؤشر التوجّه نسبة 60.44 % لتأييد المحتوى، ونسبة 58.39 % للتدعيم. كما أنّ المتنبّع لمسارات التعليقات والتفاعل يدرك تفعيل المؤسسة لدور حارس البوابة القائم على مراقبة وغرلة التفاعلات بمختلف أنماطها وأشكالها الافتراضية.

خاتمة

و

توصيات

لَقَدْ انْتَضَمَت دِرَاسَتِنَا حَوْلَ عِدِيدِ الْآفَاقِ الْإِشْكَالِيَّةِ الَّتِي أَفْرَزَتْهَا التَّحَوُّلَاتُ الْجَدِيدَةُ فِي صِنَاعَةِ الْمَضَامِينِ الْإِعْلَامِيَّةِ الْمُؤَسَّسَاتِيَّةِ وَتَدَاعِيَاتِ الْبِيئَةِ الرَّقْمِيَّةِ وَالتَّكْنُولُوجِيَّةِ الْحَدِيثَةِ عَلَيْهِ مِنْ خِلَالِ الْإِتِّجَاهِ الْحَدِيثِ لِلنَّشْرِ الْإِلِكْتُرُونِيِّ، وَهَذَا عَلَى مَسْتَوَى الْبِيئَةِ السَّبْرَانِيَّةِ وَعَلَى الْمَسْتَوَى الْمَهْنِيِّ الْمَتَعَلِّقِ بِالْأَدْوَارِ الْمَخْتَلِفَةِ لِلْمُسْتَعْمَلِينَ، أَيْنَ أَصْبَحَ هَذَا الْآخِيرُ (الْمُسْتَعْمَلُ) يُسَاهِمُ فِي صِنَاعَةِ مَحْتَوِيَّاتِهَا مِنْ خِلَالِ التَّفَاعُلِ السَّبْرَانِيِّ، وَلَقَدْ حَاوَلْنَا خِلَالَ جَمِيعِ مَسَارَاتِ الدَّرَاسَةِ تَكْيِيفَ مَكْتَسَبَاتِنَا النَّظَرِيَّةِ الْمَتَوَاضِعَةِ وَتَوْضِيفَ الْكِفَايَاتِ الْمُنَهْجِيَّةِ وَالْأَدَاءَاتِ الضَّرُورِيَّةِ لِلتَّحَكُّمِ فِي الْعِلَاقَاتِ الْمَتَشَابِكَةِ الْمَتَوَقَّعَةِ فِي الْمَظَاهِرِ وَالْمَدَاخِلِ وَالْمَخْرَجَاتِ عَلَى مَخْتَلَفِ الْمَسْتَوِيَّاتِ السُّوسِيُوتِقَافِيَّةِ وَالرَّمْزِيَّةِ وَالخَطَابِيَّةِ وَالِدَلَالِيَّةِ لَصَحَافَةِ الْمَوَاطِنِ فِي الْفَضَاءِ الْعَامِ الْإِفْتِرَاضِيِّ، وَحَاوَلْنَا إِجَادَ بَعْضِ الْأَجُوبَةِ الَّتِي تَقْتَرِبُ مِنَ الرَّدِّ عَلَى الْإِشْكَالِيَّةِ الْعَامَّةِ وَالْأَسْئَلَةِ الْفِرْعِيَّةِ وَافْتِرَاضَاتِهَا بِخُصُوصِ صِنَاعَةِ الْمَضَامِينِ الْإِعْلَامِيَّةِ فِي الْبِيئَةِ الْجَدِيدَةِ وَأَدْوَارِ مُسْتَعْمَلِيهَا إِسْقَاطاً عَلَى الْمَوْجِعِ الْإِلِكْتُرُونِيِّ لِلجَزِيرَةِ وَشَبَكَاتِ التَّوَاصُلِ الْمُرْتَبِطَةِ بِهِ، مِنْ خِلَالِ تَتَبُّعِ التَّحَوُّلَاتِ الْجَدِيدَةِ فِي صِنَاعَةِ الْمَضَامِينِ، وَرُصِدَ أْبْرَزُ التَّأَثِيرَاتِ وَحُجْمُ إِهْتِمَامِ الْمَوْجِعِ بِالْمَضَامِينِ الَّتِي يَنْتِجُهَا مُسْتَعْمَلِي الْمَوْجِعِ وَأَدْوَارِهِمْ، وَأَبْرَزُ الْأَشْكَالِ الَّتِي يَتِمُّ تَوْضِيفُهَا لِتَحْفِيزِهِمْ عَلَى الْمُسَاهَمَةِ فِي إِنتَاجِ الْمَضَامِينِ الصَّالِحَةِ لِلنَّشْرِ، وَكَذَا اسْتِنْتِاجَ تَصَوُّرَاتِ الْقَائِمِينَ عَلَى إِدَارَةِ الْمَحْتَوَى، وَإِلَى أَيِّ مَدَى يَتِمُّ تَطْبِيقُ هَذِهِ الْمَفَاهِيمِ الْجَدِيدَةِ عَلَى الْمَوْجِعِ. وَاسْتَهْدَفْنَا مِنْ تَفْرَعَاتِ دِرَاسَتِنَا تَكْوِينَ صُورَةٍ عَنِ وَاقِعِ مَضَامِينِ الْمُسْتَعْمَلِينَ وَالْعَوَامِلِ الْمُؤَثِّرَةِ فِي تَشْكِيلِهَا، وَطَرُقِ اسْتِفَادَةِ الْمُؤَسَّسَاتِ الْإِعْلَامِيَّةِ بِمَخْتَلَفِ أَنْوَاعِهَا وَأَشْكَالِهَا وَحَوَامِلِهَا فِي تَوْضِيفِ صَحَافَةِ الْمَوَاطِنِ لِتَحْقِيقِ التَّفَاعُلِيَّةِ وَالْإِنْتِشَارِ عِبْرَ مَنْصَآتٍ مَخْتَلِفَةٍ، وَإِلَى طَرَحِ مَوْضُوعِ بَحْثِي لِإِزَالِ جَدِيدِ فِي الدَّرَاسَاتِ الْإِعْلَامِيَّةِ عَمُوماً يَجِبُ اسْتِقْصَاءُ أْبْعَادِهِ فِي دِرَاسَاتٍ مُسْتَقْبَلِيَّةِ.

وَتُؤَكِّدُ الْعِدِيدُ مِنَ الْمَوْشُرَاتِ السَّابِقَةِ وَاللَّاحِقَةِ أَنَّ صَحَافَةَ الْمَوَاطِنِ سَتَكُونُ بِمَثَابَةِ السَّلْطَةِ الْمَسِيْطِرَةِ عَلَى وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ فِي السَّنَوَاتِ الْقَلِيلَةِ الْقَادِمَةِ، خَاصَّةً مَعَ تَسَارُعِ التَّكْنُولُوجِيَا وَتَأَثِيرَاتِهَا عَلَى بَدَايَةِ اخْتِفَاءِ الْإِعْلَامِ التَّقْلِيدِيِّ تَدْرِيْجِيًّا، بِسَبَبِ إِحْدَاثِهَا لِتَغْيِيرَاتٍ مَسَّتْ مَخْتَلَفَ الْمَسْتَوِيَّاتِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ وَالْاِقْتِصَادِيَّةِ وَالسِّيَاسِيَّةِ وَالثَّقَافِيَّةِ، بِسَبَبِ مِيزَاتِ هَذَا النَّوعِ الْجَدِيدِ مِنَ الصَّحَافَةِ (صَحَافَةِ الْمَوَاطِنِ) فِي تَأْصِيلِ هَدَفِ الْعَمَلِ الصَّحْفِيِّ بِتَوْزِيعِ الْمَعْرِفَةِ عَلَى الْجَمِيعِ، وَتَوْفِيرِ فُرْصٍ كَبِيرَةٍ لِلتَّحَرُّرِ مِنَ الْإِعْلَامِ الدَّاخِلِيِّ الْمَوْجَّه، وَكَذَلِكَ مَلَاحِقَةِ الْمَعْلُومَاتِ فِي أَيِّ وَقْتٍ وَبِكُلِّ سَهُولَةٍ وَيَسْرٍ، وَتَسْطِيحِ بِيئَةٍ لِلنَّقَاشِ وَالتَّفَاعُلِ وَطَرَحِ الْأَرَاءِ وَوُجُوْهَاتِ النَّظَرِ الْمُنْتَوَعَةِ

تجاه مختلف القضايا العامة والحساسية، وكذا أسنة الإعلام وإضفاء البعد الإنساني من خلال نشر أفكار لقصص إنسانية، و دورها الحاسم في رقابة وتوطين الحريات.

إنّ موضوع صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة مجال جديد وخصب للبحث، نظرا للديناميكية المتسارعة التي تشهدها صحافة المواطن والتفاعل الذي يخلقه بين المستخدم والمحتوى من جهة والمشاركة في صناعة المضمون الخبري للمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، وزيادة أعداد المستخدمين والولاء لنوعية المحتوى المقدم عبر المنصات، وتوظيف صحافة المواطن للحصول على الأخبار والموضوعات المختلفة، والتي أصبحت تمثل مصدراً مهما لزيارات المستخدمين، وهو ما يؤدي لتنشيط الدور الفاعل في ضبط الأجندة الإعلامية بطريقة أكثر ديمقراطية من خلال ترتيب إحصائيات التفضيلات، كما أنّ محتوى مضامين المستخدمين أضحى اليوم في انتقال متواصل ومتزامن بين شبكات المستخدمين، حيث أزيلت الحواجز التي كانت سابقاً بين صانع المحتوى والجمهور المتلقّي، وهو الوضع الذي يزداد تجسيدا كل يوم بفعل إمكانيات التواصل غير المسبوقة التي جعلت من السهل مشاركة المعارف، المعلومات، الأخبار، الخصوصية... مع الجميع، وهو ما أدى إلى رسم نمط آخر لمستقبل التواصل البشري المتغير في أنماطه ومحدّاته. ومع تزايد أهمية الاعتماد على هذه النوعية من المضامين بدأت المؤسسات الإعلامية في تدريب صحفييها على كيفية الاستفادة منها وصياغة سياسات توضح حقوق وواجبات كل من المؤسسة والمستخدمين، وكذلك صياغة أدلة إرشادية لتعريف المستخدمين بكيفية إرسال مضامينهم الإعلامية والمبادئ التي يجب الإلتزام بها. وهو ما انعكس على تطوير الأداء المهني للمستخدمين، وعلى زيادة حرص هذه المؤسسات على التأكد من صحّة ودقة المضامين التي ينتجها المستخدمون سواء تعلق الأمر بوجود أخطاء معلوماتية أو ضعف في أسلوبها أو في قيمتها الإخبارية.

والملاحظ اليوم في بيئتنا العربيّة كثرة المضامين التي ينتجها المستخدم على المواقع الإعلامية (العربية) والتي كانت مقتصرة في السابق على التعليق، وتعدّت لتلامس المشاركة وتقاسم المعلومات والأخبار وغيرها من المظاهر التي تعبّر عن حدود ممارسة المواطن لحقه الإعلامي، ويمكن إرجاع ذلك لعديد الأسباب، منها:

٦ أسباب سياسيّة: تتعلّق بفتح المناخ السياسي في الوطن العربي والذي تم إغناؤه بواسطة صحافة المواطن وكسر نمط الإتصال الفوقي القائم على توجيه الخطاب من قمة الهرم السياسي للجماهير.

- ٦ أسباب اقتصادية: تتعلق بزيادة إيرادات المؤسسات الإعلامية وكثرة مداخيلها الإعلانية مما يشجعها على الاهتمام بمواقعها الإلكترونية وتطويرها وإضافة أشكال تسمح للمستخدمين بالمشاركة في إنتاجها.
 - ٧ أسباب تكنولوجية: ومنها تقدم معظم المواقع الإعلامية العربية في تبني التكنولوجيا الحديثة في إنتاج الصحافة الإلكترونية واستخدام أدوات حديثة في تصميم صفحاتها وفي آليات عملها، وكذا شيوع استخدام النت في العالم العربي.
 - ٨ أسباب ثقافية: تتعلق بكثرة ثقافة المشاركة خاصة السياسية والثقافية مما يزيد من حجم مساهمات المستخدمين في إثراء المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل بمضامين إعلامية صالحة للنشر.
 - ٩ أسباب مهنية وتنظيمية ومؤسسية وإعلامية: ومنها عوامل خاصة بطبيعة القائمين على إنتاج المضامين الإعلامية على هذه المواقع ووجود تصور واضح لديهم حول مفهوم الصحافة الإلكترونية، وكذلك وجود فريق عمل متخصص في المجال الفني والتقني والإعلامي الإلكتروني وكذلك إدراك المؤسسات الإعلامية لأهمية النت كوسيلة لزيادة مواردها المادية وكيفية الاستفادة منها في مجال الحصول على المزيد من الإعلانات والإيرادات والتوزيع. وعوامل أخرى متعلقة بإدارة المواقع الإعلامية الإلكترونية ومنها توفير مساحة وأشكال خاصة بنشر مساهمات المستخدمين على المواقع، وتوفير الإمكانيات المادية والبشرية التي تسمح بالتوسع في استضافة المدونات وغيرها من الأشكال التي تفتح مجال للحوار بين المستخدمين والإعلاميين.
- ومهما يكن لا يمكن تعميم النتائج الخاصة بموقع الجزيرة (بوصفها مؤسسة إعلامية عالمية ومنافسة لكبريات المؤسسات الأخرى) على مواقع المؤسسات الإعلامية الأخرى سواء كانت عمومية أو خاصة، وهذا نظراً لاختلاف سياسات هذه المواقع وأساليب عملها عنها ومسئرتها الصحفية وحجم المؤسسات، كما أن هذه الدراسة تزامنت مع فترة حافلة بالأحداث الاجتماعية السياسية والاقتصادية وخاصة منها الصحية والمتمثلة في جائحة Covid-19. وعليه يمكن تسجيل قلة الاهتمام بالمضامين التي ينتجها المستخدم على بعض مواقع ومنصات التواصل الإعلامية العربية وهذا ربما يرجع لعوامل تنظيمية ومؤسسية كما أن نوعية المحتوى المقدم تبقى في كثير من الأحيان دون المستوى، وأمام كل هذه التحديات سيجد الصحفي نفسه ملزم على خوض غمار تجارب إعلامية وإنتاجية جديدة تسير روح العصر متعدد المنصات.

وَعَلَى ضَوْءِ النَّتَائِجِ الَّتِي تَوَصَّلَتْ إِلَيْهَا الدَّرَاسَةُ، يوصي الباحث بضرورة مايلي :

- ✓ العمل على تطوير ميكانزمات صحافة المواطن لما حققته من قدرة على تعزيز حرية الرأي والتعبير، وإعطائها أهمية لائقة كونها جزء لا يتجزأ من الإعلام الجديد الذي تفوق على الإعلام التقليدي واستقطب جماهير كبيرة، فضلاً عن دورها في إعطاء المواطن الشعور والحق بأنه جزء من صناعة الحدث؛
- ✓ تكثيف عمل المؤسسات حول ضرورة إطلاع ومتابعة المضمون الذي تقدمه صحافة المواطن لأنها قد تقدم الأخبار المغلوطة والناقصة، بسبب نسبية مهنية الصحفي المواطن ونقص إلمامه بقواعد وأصول مهنة الصحافة؛
- ✓ تنظيم ورش عمل تدريبية ومُنْتَقِيَاتٍ وندوات من قبل المؤسسات الإعلامية للمواطن الصحفي للإستفادة من قدراته وتمكينه على التدرّب على أصول مهنة الصحافة وأخلاقيات العمل الصحفي وحقوق النشر وخصوصياته، وكيفية التواصل الفاعل مع الجمهور؛
- ✓ ضرورة توطین ميثاق شرف مُنْفَقٍ عليه خاص بصحافة المواطن، يسترشد ويستعين به المواطن الصحفي الناشط، بحيث يشتمل على مجموعة من المبادئ والمعايير الأخلاقية والمهنية وحقوق النشر والخصوصية؛
- ✓ وضع مواثيق مهنية وشرعات تربوية أخلاقية وسلوكية تحددها المؤسسات الإعلامية، تشكل قاعدة عمل وسلوك للعاملين فيها لمواكبة تطبيقات صحافة المواطن ومُخرجاتها؛
- ✓ مساهمة الباحثين والمختصين في إيجاد آليات تساهم في التوفيق والتكامل بين مسار وسائل الإعلام التقليدية وصحافة المواطن، وتوظيف هذه الأخيرة في زيادة مصداقية الأولى، وذلك من خلال خبرة نوي المهارات العالية من المواطنين الصحفيين وكذلك عمق التغطية الإخبارية المقدمة من خلال تحليل الأحداث ومجريات الأمور؛
- ✓ السعي لتطوير صحافة المواطن ككيان مستقل له آلياته وتقنياته وممارساته، بوصفه نموذجاً جديداً ومغايراً، وكذا وجوب تطوير مختلف المؤسسات الإعلامية لآليات وأشكال جديدة تسمح لها بالإستفادة من مضامين المستخدمين ضمن جرعتها الصحفية والإعلامية التي تقدمها لجمهورها، مع تطوير شبكة اتصالات محترفة ومهنية مع مستخدميها، تمكّنها من تطوير تغطيتها الصحفية وتعزيز مكانتها الجماهيرية وتطوير مجالات الحوار والنقاش وتفعيل التعددية والتنوع والحياة الديمقراطية في المجتمع؛

- ✓ ضرورة إتاحة المؤسسات الإعلامية وسائل أكثر للمشاركة، مع تسهيل إجراءات نشر المشاركات، وإلغاء مراقبة البوابة ولو نسبياً. أي أن يشارك المستخدمون موضوعاتهم دون تعديل أو حذف مع التأكيد على سياسات نشر المشاركات القانونية والأدبية والأخلاقية؛
- ✓ ضرورة تطوير آلية التواصل بين مواقع المؤسسات الإعلامية ومنصات التواصل بينها وبين المستخدمين، من خلال توظيف الإمكانيات الإتصالية التي تتمتع بها الأنترنت في تفعيل مساهمة المستخدمين في إنتاج مضمين ترقى للنشر؛
- ✓ مراجعة وإعادة فحص مفهوم الفضاء العمومي وتفصيله الكلاسيكي في ظل مُعطيات الوسائط التكنولوجية الجديدة ومنطقها والفاعليات التواصلية الناتجة عنها؛
- ✓ توجيه اهتمام الباحثين الإعلاميين نحو إجراء المزيد من الدراسات التي عن الظاهرة موضوع البحث، مع محاولة تفسير العوامل المؤثرة في ذلك، والأخذ بالإعتبار خصوصية ووضعية المستخدمين واندماؤهم الجغرافي والقومي.

وَبِالرَّغْمِ مِنَ الْقِيَمَةِ الْبَحْثِيَّةِ وَالْإِجْرَائِيَّةِ وَالنَّظَرِيَّةِ وَالْإِمْبَرِيَّةِ لِنَتَائِجِ دِرَاسَتِنَا

إلّا أنّ هذا الجهد المتواضع

يبقى بحاجة إلى الكثير من الإضافات والتعمق والتحيين

عبر مختلف الدراسات والبحوث الجادة

في نطاق جميع المستويات الدراسية الجامعية والأكاديمية

والتي نأمل أن تسدّ ولو جانباً يسيراً

من جوانب القصور في المكتبات والجامعات العربية.

قائمة

المصادر والمراجع

1- باللغة العربية:

1-1- المعاجم والقواميس والموسوعات

- إبراهيم، مجدي: موسوعة المناهج التربوية. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2000
- ابن أبي بكر الرازي، محمد: مُختار الصّاح. دار الكتاب العربي، بيروت، 1967
- المطرزي، ناصر الدين: المغرب في ترتيب المعرب. مجلد 2، ط1، مكتبة أسامة بن زيد، سوريا، 2010
- بدوي، أحمد زكي: معجم مصطلحات الإعلام. ط 3، دار الكتاب اللبناني، لبنان، 1994
- جمال الدين الأنصاري، ابن منظور: لسان العرب. ط 4، ج 1، دار طادر، لبنان، 2005
- عدنان، أبو مصلح: معجم علم الاجتماع. دار أسامة، عمان الأردن، 2006
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. ط5، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2005
- مسعود، جبران: الرائد. م 1، ط7، دار العلم للملايين، مصر، 1992

1-2- الكتب

- إبراهيم، خيري علي: المواد الاجتماعية في مناهج التعليم بين النظرية والتطبيق. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996
- إبراهيم، عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989
- أبو زيد، فاروق: فن الخبر الصحفي. ط 4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000
- أبو شنب، جمال: العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية وحتى الآن. الإسكندرية دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999
- أبو عرفة، عدنان: مقدمة في تقنية المعلومات. دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2006
- أبوزيد، فاروق: فن الخبر الصحفي. ط 4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000
- إحسان، محمد الحسن: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي. ط 2، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1986
- أحمد الشامي، سيد حسب الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ للنشر، الرياض، 1998
- أحمد، بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
- أحمد، عبد الحكيم أحمد: تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين. مكتبة ابن سينا، القاهرة، 2001
- إسماعيل، إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. دار الفجر للنشر، مصر، 1998
- آل شيخان الشمري، طارق: الجزيرة "قناة أم حزب أم دولة؟ دور قناة الجزيرة الإعلامي والشعبي والسياسي في العالم العربي والإسلامي والغربي". دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007
- البدائية، دياب: الأمن وحرب المعلومات. دار الشروق، عمان، 2002
- البياني، دياس خضير: الاتصال الدولي العربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق. دار الشروق، الكويت، 2006
- الحديثي، مؤيد: العولمة الإعلامية. الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2010
- الحماصي، جلال الدين: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي. ط2، دار المعارف، مصر، 1998
- الخلفي، طارق: معجم مصطلحات الإعلام انجليزي عربي. دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008
- الدويك، سوسن: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية "قناة الجزيرة العربية كحالة". دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005
- الزيدي، مفيد: قناة الجزيرة "كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي". دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 2003
- الزيدي، مفيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2002
- السعيد، إبراهيم: المكتبة الجامعية وتحديات مجتمع المعلومات. دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2009
- السيد، سعيد: إنتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون. عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2004
- السيد، ياسين: المعلوماتية وحضارة العولمة "رؤية نقدية عربية". دار النهضة للطباعة والنشر، القاهرة، 2001
- الصادق، رابع: تاريخ نظريات الاتصال. ط3، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005
- الطائي، حميد أبو بكر: مناهج البحث العلمي. دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007
- العامري، أسامة: اتجاهات إدارة المعلومات. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009

- الفلاحي ، حسين: التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة". دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2016
- الفيصل، عبد الأمير: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006
- القيسي، جمال: الأخبار في الصحافة الإلكترونية. دار الفجر والنفايس للنشر والتوزيع، بغداد، 2013
- الماواس، عصام : المدخل في الاتصال الجماهيري. الكتاني للنشر والتوزيع، الأردن، 1997
- المخادمي، عبد القادر: النظام العالمي الجديد للإعلام الأسس والأهداف. ط2 دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006
- المخلافي، فيصل: المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات. المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005
- المطرزي، ناصر الدين: المغرب في ترتيب المغرب. مجلد2، ط1، مكتبة أسامة بن زيد، سوريا، 2010
- النقري، معن: المعلوماتية والمجتمع، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2001
- النوايسة، غالب: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة إلى الكتب المرجعية. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009
- الهادي، محمد: نحو مستقبل أفضل لتكنولوجيا المعلومات في مص. المكتبة الأكاديمية، مصر، 1995
- الهادي، محمد: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001
- الهاشمي، مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2004
- الهوش، أبو بكر: دراسة في نظم وشبكات المعلومات. مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2001
- الهوش، محمود أبو بكر: التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات" نحو إستراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات". دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002
- الورد، زكي: المعلومات والمجتمع. الوراق، عمان، 2015
- الوفائي، محمد: مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2011
- اليحيوي، يحيى: العرب وشبكات المعرفة. دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 2013
- أمين، جلال: عولمة القهر "الولايات المتحدة والعرب والمسلمون قبل وبعد أحداث أيلول/سبتمبر 2111". دار الشروق، القاهرة، 2002
- انجي، هارتلي: التكنولوجيا المتطورة وآفاق المستقبل. ترجمة مصطفى عبد الرؤوف، الدار العلمية للنشر والتوزيع، لبنان، 2000
- أنطوان، ايريس: شبكات الإعلام. عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001
- ايريس، أنطوان: شبكات الإعلام. ط2، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2005
- بدر، أحمد: التكامل المعرفي لعلم المعلومات والمكتبات. دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2002
- بسيوني، حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. عالم الكتب، القاهرة، 2008
- بن مرسل، أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات، الجامعية، الجزائر، 2005
- جاسم الزبيدي، منذر: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي. دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013
- جرجيس، حاتم . بريغ، قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري. مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 1998
- جرجيس، حاتم بريغ، قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري. ط2، مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 2004
- جودت، شاكرا: البحث العلمي في العلوم السلوكية. المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 2007
- جيلمور، دان: الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع. ترجمة نيفين نور الدين، الدار الدولية لاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010
- حجازي، إبراهيم: التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد. دار معتز للنشر والتوزيع، مصر، 2002
- حجي، أحمد: التعليم الجامعي المفتوح عن بعد. القاهرة، عالم الكتب، القاهرة، 2017
- حسنين، شفيق: الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية في نظم الحاسبات والاتصالات. دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006
- حسنين، شفيق: الإعلام الجديد الإعلام البديل" تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية". دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2010
- حسين الحافظ، أسماء: تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي. الدار العربية للنشر، القاهرة، 2005
- حسين، سمير: تحليل المضمون. ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2005
- حمدي، محمد الفاتح حمدي: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير. مؤسسة أنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الرباط، 2001
- حمزاوي، زين العابدين: أساسيات في تقنيات ومناهج البحث. مطبوع جامعي، جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، وجدة، المغرب، 2010

- خليفة، إهاب: حروب مواقع التواصل الاجتماعي. العربي للنشر والتوزيع، دمشق، 2012
- خوجة، أشرف فهمي: الصحفيون ومصادر الأخبار. دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010
- دليو، فضيل: الإتصال "مفاهيمه، نظرياته، ووسائله". دار الفجر، القاهرة، 2003
- دليو، فضيل: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال "المفهوم، الاستعمالات، الآفاق". دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010
- ذياب، أحمد: الأمن وحرب المعلومات. دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان، 2002
- رايس، مراد: مجتمع المعلومات أسسه ومتطلباته المادية والبشرية. مطبعة الرويحي، الأغواط، الجزائر، 2008
- رجاء، دويدري رجاء: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. دار الفكر، دمشق، 2002
- ردمان الدناني، عبد المالك: تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005
- ردمان، عبد المالك: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003
- رزيق المخادمي، عبد القادر: النظام العالمي الجديد للإعلام الأسس والأهداف. ط2، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006
- رفعت، مصطفى: الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية. دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2018
- ريتش، كارول ريتش، بكتابة الأخبار والتقارير لصحفية. ترجمة عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، فلسطين، 2006
- زكريا الرمادي، أماني: المكتبات العربية وآفاق تكنولوجيا المعلومات. دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2006
- سعود بن خالد، محمد: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع "التجربة السعودية". جامعة الملك سعود الرياض، السعودية، 2013
- سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون. عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1996
- سيد حسني، فاروق: الانترنت شبكة المعلومات العالمية. هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011
- شأر البكري، إياد: تقنيات الاتصال بين زمنين. دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003
- شرف، عبد العزيز: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998
- شريطي مراد، فوزي: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015
- شريف اللبان، درويش: تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية. ط2، الدار المصرية، القاهرة، 2015
- شريف، إبراهيم: جغرافية الصناعة. دار الرسالة للطباعة، بغداد، 1976
- شقرة، علي: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي". دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014
- صامويل صون، وآخرون: نظم وشبكات المعلومات، ترجمة شوقي سالم. دار البحوث العلمية، الكويت، 1986
- طعيمة رشدي، أحمد: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية" مفهومه، أسسه، استخدامه". دار الفكر العربي، القاهرة، 1987
- عبد الباسط، محمد: استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج التلفزيوني والإذاعي "دراسة تطبيقية وميدانية"، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005
- عبد الباقي زيدان: قواعد البحث الاجتماعي. ط2، مكتب القاهرة الحديث، القاهرة، 1974
- عبد الجبار، حسين: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر. دار أسامة للنشر، عمان، 2009
- عبد الحميد، محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004
- عبد الحميد، محمد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007
- عبد الحميد، محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. دار الشروق، جدة، 1983
- عبد الحميد، محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3، عالم الكتب، مصر، 2004
- عبد الرحيم، درويش: مقدمة إلى علم الاتصال. مكتبة نانسي دمياط، مصر، 2006
- عبد العالي، النعيمي: طرق ومناهج البحث. الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006
- عبد القادر، صالح: مدخل إلى جغرافية الصناعة. دار الشروق، عمان، 1985
- عبد النبي، عبد الفتاح: تكنولوجيا الاتصال والثقافة. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014
- عبد النبي، عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989
- عبد الوهاب، محمد: مراكز المعلومات الصحفية. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1996
- عدلي العبد، عاطف: القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها. دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006
- عدلي العبد، عاطف: الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي "الأسس النظرية والنماذج التطبيقية". ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007
- علم الدين، محمود: أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين. ط2، القاهرة، 2009

- علم الدين، محمود: الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال. دار الشروق، القاهرة، 1997
- علم الدين، محمود: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990
- علم الدين، محمود: تكنولوجيا المعلومات ومستقبل صناعة الصحافة. دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005
- علي، نبيل: الفجوة الرقمية" رؤية عربية لمجتمع المعرفة". العدد 318، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، أوت 2005
- عليان، مصطفى. غني، محمد: أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيقية العملية. ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008
- عماد مكاي، حسن: تكنولوجيا المعلومات والاتصال. مرآة جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2002
- عمر، السيد: البحث الإعلامي. ط3، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مصر، 2008
- قندلجي، عامر: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. الوارق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003
- لعقاب، محمد: مجتمع الإعلام والمعلومات ماهيته وخصائصه. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003
- ليونارد، راي تيل. رون، تيلور: مدخل إلى الصحافة" جولة في قاعات التحرير". ترجمة حمدي عباس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990
- محفوظ، محمد: تكنولوجيا الاتصال"دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال". دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2005
- محمد صالح، أحمد: الإنترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء. دار الأمين للنشر والتوزيع، مصر، 2001
- محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي" القواعد و المراحل و التطبيقات". ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999
- محمد نصر، حسني: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2003
- محمد، عبد الباسط: استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج التلفزيوني والإذاعي، دراسة تطبيقية وميدانية. المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005
- محمد، عبد الهادي: مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007
- محمود، شفيق: وكالات الأنباء رؤية جديدة. دار المعارف، القاهرة، 1994
- محمود، علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990
- مختار عمر، أحمد: المكنز الكبير معجم شامل للمجالات والمتراذفات والمتضادات. عالم الكتب للنشر والتوزيع، الأردن، 2000
- مذكور، مرعي: الصحافة الإخبارية. دار الشروق للنشر، القاهرة، 2002
- مصطفى صادق، عباس: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. دار الشروق للنشر، والتوزيع، الأردن، 2008
- مكاي حسن، عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. ط3، الدار المصرية، مصر، 2014
- مكاي، حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993
- مورييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية" تدريبات عملية". دار القصة للنشر، الجزائر، 2008
- مويت الفيصل، عبد الأمير: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006
- مينتشر، ميلفن: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون. ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998
- ناصر، ثابت: أضواء على الدراسات الإجتماعية. مكتبة الفلاح، الكويت، 1984
- نصر مهنا، محمد: مدخل إلى الإعلام والتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2005
- نصر، حسني. عبد الرحمان، سناء: التحرير الصحفي في عصر المعلومات"الخبر الصحفي". دار الكتاب الجامعي للنشر، الإمارات العربية السعودية، 2003
- نصر، حسني: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2003
- نوبي، حسن: ثورة المعلومات والعلاقات الاجتماعية. الجمعية السعودية لعلوم العمران، الرياض، 2015
- هريبرت، سترنز: المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف. الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999
- وائل، مبارك. خضر، فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع. السودان، الخرطوم، 2011
- ولي الدين عبد الرحمان، ابن خلدون: مقدمة ابن خلدون، دار القلم، بيروت، 1978
- وليد محمود، خالد: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. دار مدارك للنشر، بيروت، 2011

1-3- المجالات والجرائد والدوريات

- الأندلي، عبد الوهاب: تصفية قناة الجزيرة لتعود المياه العربية إلى مجاريها. القدس العربي، لندن، 200/10/15
- الدرازي، شذى : الإنترنت ثورة المعلومات والثقافة والتعليم. مجلة آفاق الثقافة والتراث العلمي والنشاط الثقافي، الإمارات، سبتمبر 2017، عدد 16 ، ص33-51
- الصادق، رابح: قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الرقمية الحديثة. مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع3، 2006، ص80-93
- العربي العلمي: ملحق مجلة العربي. الكويت ، عدد جانفي 2006
- المريني، عبدالعزيز المزيني: نحو الشفاهية الجديدة "الكتاب من السحر التقليدي إلى إغراء التواصل الإلكتروني".
- المجلة العربية، السعودية، العدد 425 ، ماي 2012
- براردي، نعيمة: الاعلام واشكالية الهوية الثقافية في الجزائر. مجلة مقاربات، 18(35)، 2019، ص.176-184
- براردي، نعيمة: العولمة الاعلامية والهوية في وسائل الاعلام العربية "التلفزيون نموذجاً". مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، 02(11)، 2016، ص.175-187
- براردي، نعيمة: معالجة قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية "دراسة تحليلية لصحيفتي الخبر والشروق". مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 06(01)، 2016، ص.81-90
- براردي، نعيمة: النشر الإلكتروني والبحث العلمي الجامعي "معوقاته وتحدياته". المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، 03(07)، 2019، ص.53-66
- بلعباس، عبد الحميد: البوابات الإلكترونية كمنصات لإتاحة التراث المخطوط "البوابة الجزائرية للمخطوطات بأدرار أمودجاً". المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، 02(03)، 2020، ص.185-206
- بوخروفة، عبد الوهاب: الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدامات. مجلة اتحاد الدول العربية، العدد 2، 2007
- تيميزار، فاطمة: الإذاعة في عصر المعلومات "التكنولوجيات والبدائل الجديدة". مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، 04(02)، 2016، ص.103-112
- جاسم، محمود: أنواع قنوات الجزيرة الفضائية ومراكزها. ع3، 2002/09/14، جريدة الوطن الكويتية، الكويت
- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. دار مدارك للنشر، بيروت، 2011
- زلاقي، وهيبه. فراحتية، العيد: السحابة الإلكترونية كآلية لدعم إدارة المعرفة في منظمات الأعمال. رماح للبحوث و الدراسات، 2019، 36(31)، ص.283-305
- شطاح، محمد : البحث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيا الجديدة. المجلة الجزائرية للاتصال ، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد 15 جانفي - جوان 1997
- علي، نبيل: العرب وعصر المعلومات. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2003
- علي، نبيل: العرب وعصر المعلومات. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2016
- غرابي، عبد السلام. براردي، نعيمة : القائم بالإتصال من حراسة البوابة الإعلامية إلى مراقبتها" دراسة في آلية إدارة تفاعلية المستخدمين في البيئة الإعلامية الجديدة". 8(15)، 2021، (وعد بالنشر)
- غرابي، عبد السلام. براردي، نعيمة: الإبداع الإعلامي الدعائي في عصر شبكات التواصل "بروبوغاندا الـ E-Files نموذجاً". مجلة الإنسان والمجال، 05(09)، 2019، ص.7-33
- غرابي، عبد السلام. براردي، نعيمة: الرمز التصويري من الحقة الهيروغليفية إلى عصر الإيموجي "اختلاف اللغة أم انحدار التواصل". مجلة الممارسات اللغوية، 11(01)، 2020، ص.331-351
- لحمامي، الصادق: المسألة النظرية لمفهوم الإعلام. مجلة اتحاد الدول العربية، عمان، العدد3، 2005
- ليث سعد، حسين: تطبيقات الحوسبة السحابية العامة في المنظمات "أمودج مقترح للمنظمات التعليمية العراقية". مجلة تنمية الرافيدين، ملحق العدد (11)، المجلد(34)، 2012، ص 44-63
- محمد، شومان: الصحف الإلكترونية العربية "دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 21، أكتوبر/ديسمبر 2003، ص228-243
- مرام، مكاوي: الحوسبة السحابية "هل تغلب الميزات السحرية على الهواجس الأمنية؟". مجلة القافلة، العدد 60 لشهر فيفري 2013، ص26-51
- مفتاح، دياب: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الفرد والمجتمع. المجلة العربية للمعلومات العدد 1، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1998
- نبيل، علي: العرب وعصر المعلومات. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2013
- ولد جاب الله، سعاد: المدونون هل هم صحفيون؟. مجلة التمكين الاجتماعي، 01(03)، 2019، ص.132-161
- ولد جاب الله، سعاد: الوظائف الإعلامية لمواقع الشبكات الاجتماعية "دراسة وصفية لصفحة إذاعة القرآن الكريم الجزائرية على facebook". المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، 02(03)، 2020، ص.249-273

- ولد جاب الله، سعاد: المدونات الاعلامية كيف غيرت الخصائص التكنولوجية للتدوين أساليب المعالجة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 01، 2015(08)، ص. 37-52
- يحي، تقي الدين: القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي قراءة في قيمة الرأسمال الاجتماعي الافتراضي. تاريخ العلوم، 05(01)، 2018، ص. 136-147
- يحي، تقي الدين: الشباب واستخداماته لشبكات التواصل الاجتماعي قراءة قيمة ثقافية. مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، 03(09)، 2018، ص. 74-87
- يحي، تقي الدين: واقع الرأسمال الاجتماعي الافتراضي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي رؤية قيمة. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 04(02)، ص. 213-236

1-4- الرّسائل والأطاريح الجامعية:

- براردي، نعيمة: واقع الإتصال في الإدارة المحلية ، علاقة الإدارة بالمواطن "نموذج ولاية البلدية وبلدياتها". رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2004م
- براردي، نعيمة: الإتصال بين الشرطة والمواطن ودوره في مكافحة الجريمة. أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014م

1-5- المؤتمرات والملتقيات العلمية:

- الحيدري ، عبدالله: الإعلام الجديد النظام والفوضى. المؤتمر الأول "الإعلام الجديدتكنولوجيا جديدة لعام جديد"، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2016
- العياضي، نصر الدين: الرهانات الفلسفية والإبستمولوجية للمنهج الكيفي نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية. أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 25 أبريل 2007
- النجار، حسن رضا: تكنولوجيا الاتصال، المفهوم والتطور. أبحاث مؤتمر البحرين الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 10 جوان 2009
- براردي، نعيمة: أخلاقيات القنوات التلفزيونية الفضائية الجزائرية في معالجة القضايا الاجتماعية " قضايا اختطاف الأطفال نموذجا بين الأثارة والمسؤولية". الملتقى الوطني الثالث: " الرسالة الإعلامية في الجزائر بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيلالي اليابس - سيدي بلعباس، الجزائر، 05/05/2018م
- براردي، نعيمة: العولمة الاعلامية واشكالية الهوية في المجتمع. المؤتمر الدولي الأول "الاعلام والاتصال في عصر التفاعل الرقمي"، بجامعة أبوظبي، الامارات العربية المتحدة، 19/3/2018م
- بن حال، محمد: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع "التجربة السعودية". ندوة "الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل"، المنتدى الإعلامي الأول، جامعة الملك سعود بالرياض، 01-04 مارس 2003
- عباس، مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت. مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 03 فيفري 2005
- غيطاس، جمال: الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات "الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح"، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي، كوالالمبور، ماليزيا، 03 مارس 2011
- غيطاس، جمال: الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات "الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح"، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي، كوالالمبور، ماليزيا، 03 مارس 2011
- نبال، إدلبي: المحتوى الرقمي العربي الفرص والأولويات والاستراتيجيات. ورقة عمل، لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، مؤتمر الشام الدولي الثالث للمعلوماتية 4-6 سبتمبر 2005
- نبيل، حجازي: صناعة المحتوى رؤية عربية. ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الصناعيين التاسع مسقط - سلطنة عُمان، 13 سبتمبر 2003

1-6- التصريحات:

- تصريح للإعلامي الفلسطيني والمذيع بقناة الجزيرة الناطقة بالعربية "سامي حداد" في برنامج " بلا حدود" على قناة الجزيرة الفضائية في حلقة خاصة بمناسبة الذكرى العاشرة لتأسيس مركز الجزيرة للدراسات، 01/11/2016.
- تصريح للصحفي الفلسطيني والمدير العام لموقع "www.aljazeera.net" أحمد الشيخ في حلقة خاصة لبرنامج "بلا حدود" على قناة الجزيرة الفضائية بمناسبة الذكرى العاشرة لتأسيس مركز الجزيرة للدراسات، 01/11/2016.

1-7-المواقع الإلكترونية

- عاشور، أحمد: نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. 2012/01/14، مقالة على موقع: <http://www.arageek.com/new-media-vs-old-media.html>. تم الإسترجاع بتاريخ: 2020/07/18
- حكومة السودان الإلكترونية : قانون مكافحة جرائم المعلوماتية. بتاريخ: 2018/12/07، متاح على الرابط: https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/events/files/s24_law_for_combating_cybercrime_in_sudan_ar.pdf. تم الإسترجاع بتاريخ: 2020/02/25

2- In foreign Languages

2-1- Dictionaries and Encyclopedias

- Oxford University Press: Oxford Dictionaries. British and World English, United Kingdom, 2016

2-2-Books

- alexis, stan : mass communication theories and research. Edition john wiley and sons, new york, 1981
- Allan, S: Citizen journalism " Global perspectives". Peter media, New York, 2012
- Allan, Stuart & Thorsen, Einar : Citizen journalism " Global perspectives". Peter Lang New York, 2009
- Altheide, D : Qualitative media analysis. Thousand Oaks, California, 1996
- Anden-Papadopoulos, K & Pantti, M : Amateur images and global news. Intellect Books. United States, 2011
- Angers, Maurice : Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. CEC, Montréal, 1997
- Balasubramaniam, N: User-generated content, Swiss Federal Institute of Technology, Zurich, Switzerland, 2009
- Bentley, C: Citizen Journalism " Back to the Future". Cambridge Press, Royaume-Uni, 2008
- Berg, Bruce L & Lune, Howard: Qualitative research methods for the social sciences. 8th
- Blaagaard, B: Shifting boundaries: Objectivity " citizen journalism and tomorrow's
- bussenau, C, & pertel, M: Economie et gestion de l'entreprise. Unibert, paris, 1995
- Castells, Manuel: The Rise of The Network Society" The Information Age. Economy, Society and Culture Malden ". 2nd, Manuel Castells Publishing, USA, 2009
- Charles, A: Interactivity " New media, politics and society". Peter Lang, Oxford, 2012
- Deslauriers Jean Pierre: recherche qualitative " guide pratique". Mcgraw hill education Montréal, 2003
- Douglas, Ahlers: News Consumption and the New Electronic Media by the President and the Fellows of Harvard College. Harvard University, Massachusetts, 2006
- Downe, B: Content analysis " Method, applications, and issues ". Macmillan, New York, 1992
- Downe, B: Content analysis " Method, applications, and issues ". Macmillan, New York, 1992
- Florian, L & Hegarty, J : ICT and Special Educational Needs " A Tool for Inclusion". Open University Press, United Kingdom, 2004
- Gary R, Vandenbos: dictionary of psychology. American Psychological Association, USA, 2015

- Gillmor, D : We the media "Grassroots journalism by the people, for the people". Sebastopol O'Reilly, Californie, 2004
- Gilmour, D : We the media " Grassroots journalism by the people for the people". Sebastopol, California O'reilly, California, 2004
- Goliot-Lété, A & Vanoye, F: Précis d'analyse filmique. Armand Colin, Paris, 2012
- Grawitz, M : Méthodes des sciences sociales. 8e édition, Dalloz, Paris, 1994
- Holsti, C.R : Content analysis for social science and humanities. NewYork, Addison, wesley, 1969
- Joseph, S & Nye, JR: Cyber Power. Harvard Kennedy School, USA, 2010
- Kawamoto, K: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism. Littlefield Publishers Inc, Oxford, *England*, 2015
- KAYE, J. & LILLIE, A:A Long Term Deployment and Iteration of a Twitter Visualization. ACM Press, Austin, 2012
- KEMPF, Olivier: Introduction à la Cyberstratégie. Economica , Paris, 2012
- Kirkpatrick, D: The Facebook effect" The inside story of the company that is connecting the world". Simon & Schuster, New York, 2010
- Kling, Rob : What is Social Informatics and Why Does it Matter?. Hampton Press, New Jersey, 1999
- Lévy, P:L'intelligence collective "Pour une anthropologie ducyberespace". La Découverte, Paris, 1997
- Lievrouw, L:Digital Media and Society Series. Polity Press, London, 2013
- Maingueneau, D: Genres de discours et web"existe-t-il des genres web". Armand Colin, Paris, 2015
- Meikle, Graham:Media Activism and the Internet " Future Active". New York, 2002
- Michel, Kalika : Management et tic. Liaison, Paris, 2006
- Michel, Paguin: gestion des technologies de l'information .les édition agence dare, canada, 1990
- Miles, Hugh:Al-Jazeera" How Arab TV News Challenged the World".Abacus, London, 2005
- Mohand Saïd, Belkacem : le guide du cyberjournaliste. BMS édition, Alger, 2001
- Morningstar, C & Farmer, F: The Lessons of Lucasfilm's Habitat" The New Media Reader". The MIT Press, USA, 2003
- P, Emmert & L, Barker : Content analysis "Measurement of communication behavior. Longman, New York, 1989
- Roger, Carter : information technologie"made simple books". wewithout places, london, 1991
- Salter, L: Independent Media Centres and the Law " Some Problems for Citizen Journalism" .Peter Lang, New York, 2009
- Sazali, A.W., & Raduan, C. R : The Inter Firm Technology Transfer in Malaysia " A Holistic Approach". VDM Verlag Publishing, Germany, Saarbrucken, 2011
- Schneider, S: Expanding The Public Sphere Through Computer Mediated Communication. Massachusetts Institute of Technology, Canada, 1997
- Stock, Wolfgang: Handbook of Information Science.Gruyter Saur, Berline, Boston, 2013
- Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert : Media Now" Communication Media in the Information Age". 2th ed, Wadsworth, USA, 2000
- Thorsen, E & Allan, S:Citizen journalism " Global perspectives" .Peter Lang, New York, USA, 2014
- Yadwiga, Forwies: Economie internationale.bauchier, quebec, Canada, 1995
- Zayani, Moahmed : Al Jazeera and the Vicissitudes of the New Arab Mediaspace. Pluto Press, London, 2005

- Zayani, Mohamed & Sahraoui, Sofiane :The Culture of Al Jazeera " Inside an Arab Media Giant". McFarland & Company, North Carolina, 2008
- Akkerman, Sanne & Admiraal, Wilfried : Auditing quality of research in social sciences "Quality & Quantity ". Longman, New York, 2006
- Aktouf, O: Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations "Une introduction à la démarche classique et une critique". Les Presses de l'Université du Québec, Montreal, 1987
- Altheide, D: Qualitative media analysis. Thousand Oaks, California, 1996
- Barkho, Leon :News from the BBC, CNN, and Al-Jazeera” How the Three Broadcasters Cover the Middle East”. Hampton Press, New Jersey, 2010
- Barkho, Leon : News from the BBC, CNN, and Al-Jazeera " How the Three Broadcasters Cover the Middle East". Hampton Press, New Jersey, 2010
- Bereson, Bernard : content analysis in communication research. Glencoe Free press, USA, 1952
- Berger, R : Industry 4.0 "The new industrial revolution How Europe will succeed". International, India, 2014
- Boudon, Raymond:La Place du désordre" Critique des théories du changement social". Presses Universitaires de France, Paris, 1984
- Callison, David : school Library media activities. In education module, France. 2003
- Collins, A & Halverson, R: Rethinking Education in the Age of Technology " The Digital Revolution and Schooling in America ". Teachers College Press, New York, 2009
- Da Lage, Olivier : Politics of Al Jazeera or the Diplomacy of Doha "In The Al Jazeera Phenomenon". Pluto Press, London, 2005
- Dennis Longiey et Michel Shain: Dictionnaire de la technologie de l'information. Macmillan presse, 2^{em} édition, London, 1985 Ed, MA Pearson, Boston, 2012
- El-Naway, Mohammed & Shawn, Powers : Mediating Conflict " Al-Jazeera English and The Possibility of a Conciliatory Media". Figueroa Press, Los Angeles, 2008
- Journalists ". Intellect Books. United States, 2013
- Lynch, Marc : Voices of the New Arab Public " Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today". Columbia University Press, New York, 2006
- MICHEL, J & ENRIQUEZ, E: Vocabulaire de Psychosociologie " Références et positions". Presses Universitaires de France, Paris, 2002
- Produsage". Peter Lang, New York, 2008
- Sto ckinger, P : Les nouveaux produits d'information. Conception et sémiotique du document. Hermes Science Publications, Paris, 1999
- Taylor, F: The Computer in the School. Teacher College Press, New York, 2005
- The International Télécommunication Union, ITU Toolkit for Cybercrime Législation. Geneva, 2010
- Yves, Agnès. Hammachi, Saïd : manuel du journalisme. Édition Media Plus, Constantine, 2008
- Zayani, Mohamed & Sahraoui, Sofiane : The Culture of Al Jazeera " Inside an Arab Media Giant ". McFarland & Company, North Carolina, 2008

2-3- Articles

- Abramson, B: Internet Globalization Indicators. *Telecommunications Policy*, 01(24), 2000, PP.69-74.
- Abramson, B: Internet Globalization Indicators. *Telecommunications Policy*, 01(24), 2000, P.65-81
- Agerfalk, J & Fitzgerald, B: Outsourcing to an unknown workforce3exploring opensourcing as a global sourcing strategy". *MIS Quarterly*, 32(02), 2008, PP.385-409
- Aitamurto, T: Crowdsourcing as a Knowledge Search Method in Digital Journalism " Ruptured Ideals and Blended Responsibility". *Digital Journalism*, 04(02), 2015, PP.280-297
- Alain, Ralletm : la fracture numérique, une faille sans fondement Réseau. *Humanitary Sciences and Education*, 22(127), la voisier, 2004, PP.72- 91
- Alexander, E & Voiskounsky, O & Anastasiya, A : Avetisova Playing Online Games " Flow Experience". *PsychNology Journal*, 02(03), 2014, PP.259-281
- Althaus, S & Tewksbury, D : Agenda setting and the "new" news: Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times. *Communication Research*, 29(04), 2002, PP.180-207
- Asheim, B: Differentiated knowledge bases and varieties of regional innovation Systems Innovation. *The European Journal of Social Science Research*, 20(03), 2007, PP.223- 242
- Aubert, A & Nicey, J : Citizen photojournalists and their professionalizing logic. *Digital Journalism*, 03(04), 2015, PP.552-570
- BEAM, RANDAL A : The Social Characteristics of U.S. Journalists and Their "Best
- Berger, G: Empowering the youth as citizen journalists "A South American experience". *Journalism*, 12(06), 2011, PP.708-726
- Bird, D & Ling, M & Haynes, K: Flooding Facebook -the use of social media during the
- Boczkowski, P: The processes of adopting multimedia and interactivity in three online
- Borger, M & Van, Hoof: Expecting reciprocity" Towards a model of the participants perspective on participatory journalism". *New Media & Society*, 18(05), 2015, PP.708-725
- Bosshart, S & Schoenhagen, P: Amateurs striving for news production "Can they compete with professional journalism? ". *Communication Sciences*, 13(02), 2013, PP.139-147
- Bruns, A : Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback " new challenges for Journalism". *Brasilian Journalism Research*, 10(02), 2011, PP.119-140
- Bulik, B.S: The iPod economy. *Advertising Age*, 75(42), 2015, PP.20-37
- Campbell, V: The importance of citizenship " Theoretical issues in studying citizen journalism in international context". *Comparative perspective*. Palgrave Macmillan, 2017, PP.191-213
- Carpenter, S & Kanver, D: Journalistic expertise " A communicative approach". *Communication and the Public*, 02(03), 2017, PP.197-209
- Carpenter, S: How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(03), 2008, PP.531-548
- Carpenter, S: U.S. online newspaper and online citizen journalism publications" A comparison of content diversity". *New Media & Society*, 12(07), 2010, PP.1064-1084
- Carr, J & Barnidge, M: Cynics and skeptics: Evaluating the credibility of mainstream and citizen journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2014, 91(3), PP.452-470
- Carr, J. D & Barnidge, M: Cynics and skeptics: Evaluating the credibility of mainstream and citizen journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2014, 91(03), PP.452-470
- Chen, Xiaotian : Google Scholar's Dramatic Coverage Improvement Five Years after Debut. *Information World Review*, 36(04), 2010, PP. 221-226

- Chun, C : Modeling the Technology Transfer to Taiwan from China. *International Research Journal of Finance and Economics*, 07, 2007, PP.40-61
- Chung, D & Nah, S: Conceptualizing citizen journalism USA. *Journalism*, 19(12), 2018, PP.1694-1712
- Chung, D & Carpenter, S: "Journalistic role conceptions and sourcing Practices" A study of U.S. citizen journalists". *Journal of Social Science*, 29(1), 2013, PP.65-98
- DAHLGREN, P: Media Logic in Cyberspace: repositioning journalism and its publics". *Observatorio (OBS*)*, 03(03), 2005, PP.59-72
- Deuze, M: "The web and its journalisms" considering the consequences of different types of news media online". *New Media & Society*, 05(02), 2013, PP.203-230
- Deuze, Mark & Bruns, Axel: Preparing for an Age of Participatory News. *Journalism Practice*, 01(03), 2014, PP.22-38
- Deuze, Mark: The Changing Context of News Work. *Liquid Journalism and International Journal of Communication .Monitorial Citizenship*, 4(02), 2008, PP.848-865
- Dooley, J & Iverson, D: Brief History of YouTube. *Web Journal of Mass Communication Research*, 42, 2012, PP.60-79
- El Semary, H & Al Khaja, M: The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati Youth "Comparative Study". *American International Journal of Contemporary Research*, 03(11), 2013, p53-71
- Fengler, S : "Hold the news media accountable" A study of media reporters and
- Fernandes D & B. Fernandes & Soares L & Soares, J & Gomes, V : Security issues in cloud environments " a survey". *Int. J. Inf. Secur*, 13(02), 2017, PP.113-170
- Fico, F & Zube, P : Citizen journalism sites as information substitutes and complements for United States newspaper coverage of local governments. *Digital Journalism*, 01(01), 2013, PP.150-169
- Figueiredo, F & Almeida, JM: On the dynamics of social media popularity. A youtube case study. *ACM Trans Internet Technol (TOIT)*, 14(04), 2014, PP.24-39
- GHERABI, AbdEsselem. BIRARDI, Naima: The Role of User-Generated Content in Increasing Hate Speech -State of the issue of Racism, Xenophobia and Minorities on Social Media. *Journal of Social and Human Science Studies*, 10(03), 2021, (Promise Publishing)
- Ghose, Anindya & Sang, Pil Han: An Empirical Analysis of User Generated Content and Usage Behavior on the Mobile Internet. *Management Science*, 57 (09), 2015, PP.1671-1691
- Gonzales, A & Hancock T: "Mirror on my Facebook wall" Effects of Facebook exposure on self-esteem". *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 01(14), 2011, PP.79-83
- Goode, L : Social news, citizen journalism and democracy. *New Media & Society*, 2009, 11(08), PP.1287-1305
- Graham, M & Zook, M: Augmented Realities and Uneven Geographies: Exploring the Geolinguistic Contours of the Web. *Environment and Planning A*, 45(01), 2013, PP.77-99
- Haas, Tanni : "From Public Journalism to the Public's Journalism" Rhetoric and reality in the discourse on weblogs". *Journalism Studies*, 06(03), pp, 2005, PP.38-96
- Hermans, L & D'Haenens, L: Internet in the Daily Life of Journalists "Explaining the use of the Internet by Work-Related Characteristics and Professional Opinions". *Journal of Computer-Mediated Communication*. 15(1), 2009, PP.138-157
- Hermida, Alfred & Thurman, Neil: "A Clash of Cultures" The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". *Journalism Practice*, 02(03), 2008, PP.343-56
- Innocent, Chiluwa: Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of "Biafra" online discourses. *International Journal of Sociology*, 23(03), 2016, PP.41- 63

- James, Beniger : the control revolution technological and economic origins of the information society. *Journal of American Studies*, London, Harvard university, 03(11), 2006, PP.25-46
- John, P & Sutherland, R : Teaching and learning with ICT " new technology, new pedagogy Education ". *Communication & Information*, 04(01), 2004, PP.97-110
- Kaufhold, K & Valenzuela, S & De Zúñiga, H : Citizen journalism and democracy" How user-generated news use relates to political knowledge and participation". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87, 2010, PP.515-529
- Kazienko, P & Kajdanowicz, T:Multidimensional social network and its application to the social recommender system. *IEEE Trans*, 41(04), 2011, PP.746-759
- Kim, E-G & Hamilton J:Capitulation to Capital! "OhmyNews as Alternative Media". *Media & Society*, 28(04), 2006, PP.41-60
- Kin, Y & Lowrey:Who are citizen journalists in the social media environment?. *Digital Journalism*, 03(02), 2015, PP.298-314
- Kumar, K & Lu, Y : Cloud computing for mobile users " can offloading computation save energy". *Computer*, 43(02), 2010, PP.51-56
- Lasica, J.D : Blogs and Journalism Need Each Other. *Nieman Reports*.57(03), 2003, PP.70-74
- Lincoln, Dahlberg:Net-public Sphere Research" Beyond the First Phase".*Electronic Networks and Democracy*. 11(01), 2004, PP.27-44
- Linder, A & Meyer, E:Professional journalists in "citizen" journalism. *Information, Communication, & Society*, 18, 2015, PP.553-568
- Lopez, F & Fortiz, R & Almendros, R & Segura, M:Mobile learning technology based on iOS devices to support students with special education needs. *Computers & Education*, 61(05), 2013, PP.77-90
- Ludwig, Stephan & Mike Friedman:More Than Words"The Influence of Affective Content and Linguistic Style Matches in Online Reviews on Conversion Rates". *Journal of Marketing*, 07(01), 2016, PP.87-103
- Matheson, D:Weblogs and the Epistemology of the News "Some Trend in Online Journalism".*New Media & Society*, 06(04), 2002, PP.443-468
- Meikle, Graham:Media Activism and the Internet, Future Active. New York 2002, PP.58-72
- Mistry, V: Critical care training:using Twitter as a teaching tool. *British Journal of Nursing*, 20(20), 2011, P.129-96
- Mortensen, T& Keshelashvili, A: Dear citizen photojournalists: Who are you? Studying the motivations and values of citizen photojournalists. *Photographies*, 2015, 08(02), PP. 152-196
- Mortensen, T:Comparing the Ethics of Citizen Photojournalists and Professional Photojournalists " A Coorientational Study". *Journal of Mass Media Ethics*, 29(01), 2014
- Netzley, S & Hemmer, M : Citizen journalism just as credible as stories by pros, students say. *Newspaper Research Journal*, 33(03), 2012, PPP.49-61
- O'Hara, K & Kindberg, T & Glancy, M & Baptista, L & Sukumaran, B & Kahana, G & Rowbotham, J:Collecting and sharing location-based content on mobile phones in a zoo visitor experience. *CSCW*, 16(03), 2007, PP.11-44
- Örnebring, H:Anything you can do, I can do better" Professional journalism on citizen journalism in six European countries". *International Communication Gazette*, 2013, 75(01), PP.35-53
- Owen, R & Humphrey, P:The Structure of Online Marketing Communication Channels. *Journal of Management and Marketing Research*, 02(02), 2010, PP.235-261

- Oyelude, A & Subair, R : Libraries, Archives and Information centres in Rural Community Development. Nigerian Journal of Information Science Review, 21(01), 2003, PP.66-73
- Palen, L & Liu, S : Citizen communications in crisis : Anticipating a future of ICT-supported participation. Communication présentée à la CHI Conference, ACM Press, San Jose, New York, USA, 2007, PP.727-736
- Palen, L & Liu, S : Citizen communications in crisis" Anticipating a future of ICT-supported participation". Communication présentée à la CHI Conference, ACM Press, San Jose, New York, USA, 2007
- Papacharissi, Z: Toward new journalism(s). Journalism Studies, 16(01), 2015, PP.27-40
- Papacharissi, Z:The Blogger Revolution Audiences as Media Producers"Content Analysis of 260 Blogs in M. Tremayne (ed), Blogging." Citizenship and the Future of Media, 06(03), 2007, PP.21-38
- Papacharissi, Zizi: The Virtual Sphere"The Internet as a Public Sphere". Media and Society, 27(09), 2002, PP.11-31
- Paulussen, S:Online News Production in Flanders "How Flemish Online Journalists Perceive and Explore the Internet's Potential". Journal of Computer-Mediated Communication, 09(04), 2007, PP.46-69
- Paulussen, Steve & Heinonen, Ari: Doing it together: Citizen participation in the professional news making process. Observatorio (OBS*), 01(03), 2007, PP.54-131
- Paulussen, Steve & Ugille, Pietr:User Generated Content in the Newsroom"Professional and Organizational Constrains on Participatory Journalism". Communication and Culture University of, 05(02), 2008, PP.24-51
- Paulussen, Steve & Ugille, Pieter: User Generated Content in the Newsroom" Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism". Westminster Papers in Communication and Culture, 05(02), 2011, PP.81-41
- Paulussen, Steve and Ugille : User Generated Content in the Newsroom" Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism". Westminster Papers in Communication and Culture, 05(02), 2008, PP.41-81
- Pearson, J : Information and Communications Technologies and Teacher Education in Australia.Technology Pedagogy and Education, 12(1), 2003, PP.39-58
- Pearson, J : Information and Communications Technologies and Teacher Education in Australia. Technology, Pedagogy and Education, 12(01), 2003, PP.43-65
- Platon, S. & Deuze, M : Indymedia journalism: A radical way of making, selecting and sharing news. Journalism, 04(03), PP.336-355
- Prado, P:Mapping citizen journalism and the promise of digital inclusion "A perspective from the Global South". Global Media and Communication, 135(02), 2017, PP.87-104
- Qiu, J : Virtual censorship in China " Keeping the gate between the cyberspaces". International Journal of Communications Law and Policy, 04, 2000, PP.01-25
- Razmerita, L & Kirchner, K: Personal knowledge management" The role of Web 2.0 tools for managing knowledge at individual and organisational levels". Emerald Group Publishing Limited, 33, 2008, PP.1021-1039
- Reich, Z: Journalism as bipolar interactional expertise.Communication Theory, 22(04), 2012, PP.339-358
- Robinson, S:Journalism as process " The organization implications of participatory online news". Journalism & Communication Monographs, 13, 2009, PP.137-210
- S, Sawyer & H, Rosenbaum:Social informatics in the information sciences"Current activities and emerging directions".Informing science, 03(02), 2000, pp.89-105

- Sergeeva, O:Interactive simulator as a tool for improving the teaching mathematics process of students with intellectual disabilities. *Humanitary Sciences and Education*, 2013,03(07), PPp.77-81
- Sergeeva, O:Interactive simulator as a tool for improving the teaching mathematics process of students with intellectual disabilities. *Humanitary Sciences and Education*, 03(07), 2013, PP.81-93
- Seungahn, N & Kang, N & Rachael, R & Stephanie K: Citizen journalism practice increases civic participation. *Newspaper Research Journal*, 2017, 38(01), PP.62-78
- SINGER, JANE & ASHMAN, IAN: Comment Is Free but Facts Are Sacred "User-generated content and ethical constructs at the Guardian". *Journal of Mass Media Ethics*, 24(01), 2015, PP.03-21
- Singer, Jane B: Contested autonomy "Professional and popular claims on journalistic norms". *Journalism Studies*, 08(01), 2007, PP.79-95
- Singer, J, B : The Socially Responsible Existentialist". *Journalism Studies*, 07(01), 2008, PP.02-18
- Smith, Steve : iPod's Lessons, This Week in Consumer Electronics. *Media and technology*, 19(15), 2004, PP.12-27
- Stone, R: iPod Nation. *Newsweek*, 04(44), 2010, PP.42-59
- Stuart, Allan: Citizen Journalism and the Rise of Mass Self-Communication "Reporting the London Bombings" . *Global Media Journal Australian Edition*, 01(01), 2007, PP.08-23
- Swasy, A & Tandoc, E & Bhandari, M & Davis, R : Traditional reporting more Credible than citizen news. *Newspaper Research Journal*, 36(02), 2015, PP.220-241
- Sweetser, K & Golan, G: Intermedia agenda setting in television" Advertising, and blogs during the 2004 election". *Mass Communication & Society*, 01(03), 2011, PP.197-216
- Taylor, A & Cokley, J: How citizen journalism websites are working in Australia" news and discussion". *EJournalist - A Refereed Media Journal*, 13 (02), 2013, PP.20-35
- Taylor, A & Cokley, J: How citizen journalism websites are working in Australia. News and discussion. *EJournalist - A Refereed Media Journal*, 13 (02), 2013, PP.23-59
- Thurman, Neil : Forums for Citizen Journalists" Adoption of User Generated Content Initiatives by Online News Media". *New Media & Society*, 10(01), 2008, PP.6067
- Vence, D: Ad campaign, simplicity drives sales of Apple iPod. *Marketing News*, 38(20), 2007, PP.16-31
- Vrandečić, D & Pinto, Y & Tempich, C : The DILIGENT knowledge processes. *Journal of Knowledge Management*, 09(05), 2005, PP.85-96
- Williams, Bruce & Carpini, Michael: Monica and Bill All the Time and Everywhere "The Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment". *American Behavioral Scientist*, 47(09), 2004, PP.12-30
- Witt, Leonard: Constructing a Framework to enable an open source reinvention of journalism. *First Monday. Newspaper Research Journal*, 11(06), 2006, PP.135-176
- Wong, E & Li, S & Choi, T & Lee, L: Insights into Innovative Classroom Practices with ICT " Identifying the Impetus for Change". *Educational Technology & Society*, 2008, 01(11), PP.20-42
- Wong, E and other : Insights into Innovative Classroom Practices with ICT " Identifying the Impetus for Change ". *Educational Technology & Society*, 01(11), p29
- Xiaobin, L: Information and Communication Technology in Education " Getting Chinese Connected for Learning". *International Journal of Information and Communication Technology Education (IJICTE)*, 2013, 01(09), PP.03-32
- Yuan, Y & Detlor, B : Intelligent mobile crisis response systems. *Communications of the ACM*, 48(02), 2005, PP.95-98

- Zeller, F& O'Kane, J: A Subjective User-Typology Of Online News Consumption. *Digital Journalism*, 02(02), 2014, PP.214-231
- Zhang, Yang : The Development of Web and Library Reference Service-from Web 1.0 to Web3.0". *Sci-Tech Information Development & Economy*, 01(18), 2009, PP.93-121
- Aghaei, S and all : Evolution of the World Wide Web " from Web 1.0 to Web 3.0". *International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT)*, 03(01), 2013, PP.112-131
- Ahuvia, A : Traditional, interpretive, and reception based content analyses "Improving The ability of content analysis to address issues of pragmatic and theoretical concern". *Social Indicators Research*, 30(05), 2001, PP.141-172
- Al-Bahrani, Abdullah: Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics
- Bergstrom, Annika: The Reluctant Audience "Westminster Papers in Communication and Culture", *Journalism Studies*, 05(02), 2008, PP.60-80
- Bowman, S & Willis,C: The future is here, but do news media companies see it?. *Nieman Reports, Journalism Studies*, 2005, 59(04), PP.01-19
- Brabham, D.C: Motivations for Participation in a Crowdsourcing Application to Improve Public Engagement in Transit Planning. *Journal of Applied Communication Research*, 40(03), 2014, PP.307-328
- El Semary, H, & Al Khaja, M: The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati Youth. *American International Journal of Contemporary Research* , 03(11), 2013, PP.53-62
- Farinosi, M & Tréré, E: Challenging mainstream media, documenting real life and sharing with the community: An analysis of the motivations for producing citizen journalism in a post-disaster city. *Global Media and Communication*, 10(01), 2014, PP.73-92
- GHERABI, AbdEsselem.BIRARDI, Naima: *Journal of Human Sciences- Oum El Bouaghi*. *Journal of Human Sciences- Oum El Bouaghi*, 08(03), 2021, (Promise Publishing)
- Holt, K & Karlsson, M: Random acts of journalism? " How citizen journalists tell the news in Sweden". *New Media & Society*, 17(11), 2015, PP.1795-1810
- Hujanen, Pietikainen: Interactive Uses of Journalism Crossing Between Technological Potential and Young People " News Using Practices". *New Media and Society*, 03(01), 2014, PP.125-183
- Lincoln, Dahlberg: Net-public Sphere Research" Beyond the First Phase". *Electronic Networks and Democracy*, 11(01), 2004, PP.29-51
- M. Ali, S & Khan, U & Vasilakos, A, V : Security in cloud computing " Opportunities and challenges". *Inf. Sci*, 305, 2015, PP.357-383
- McMillan, S.J: A Four-Part Model of Cyber-Interactivity. *New Media and Society*, 04(04), 2007, PP.271-291
- Media critics in the United States". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(04), 2013, PP. 818-832
- Neuberger, C: Weblogs und Journalismus "Konkurrenz, Ergänzung oder Integration. Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet". *Media Perspektiven*, 02(02), 2007, PP. 96-112
- Newsrooms. *Journal of Communication*, 54, 2004, PP.197-213
- Niekamp, R: Opportunity lost: Blogs on local TV station web sites. *Electronic News*. 01(03), 2007, PP.149-164
- Paulussen, Steve & Ugille, Pietr : User Generated Content in the Newsroom "Professional and Organizational Constrains on Participatory Journalism. *Communication and Culture*. 05(02), 2008, PP.24-41
- Queensland and Victorian floods. *The Australian Journal of Emergency Management*, 27(01), 2012, PP.30-45

- Thurman, Neil (2008) "Forums for Citizen Journalists? Adoption of User Generated Content Initiatives by Online News Media". *New Media & Society*, 10(01), PP.139-57
- Wall, M: Mapping citizen and participatory journalism" In newsrooms, classrooms". *Journal of Economic Education*, 66(01), 2014, PP.59-86
- Williams, Bruce & Carpini, Michael X:Monica and Bill All the Time and Everywhere "The Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environmen". *American Behavioral Scientist* ,47(09), 2004, PP.12-30

2-4- Conferences

- Ahmed, M & Spagna, S : A peek into the future: predicting the evolution of popularity in user generated content. In: Proceedings of the sixth ACM international conference on Websearch and data mining, Qatar, 10-13 August 2012
- Borghol Y, Ardon & Carlsson, Eager:The untold story of the clones: Content-agnostic factors that impact youtube video popularity. In: Proceedings of the 18th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining, Qatar, 10-13 August 2012
- Burgess, Jean & Kate, Crawford : A Theory of Acute Events in Social Media. Paper presented at the Association of Internet Researchers conference, Seattle, 11-13 Oct, 2011
- Chatzopoulou, G & Sheng, C: A First Step Towards Understanding Popularity in YouTube.In INFOCOM IEEE Conference on Computer Communications Workshops, IEE, USA, 05 October 2010
- Constandache, I & Gaonkar, S & Sayler, M & Choudhury, R& Cox, L: energy-efficient
- Domingo, D, and al : Four dimensions of journalistic convergence "A preliminary approach to current media trends at Spain".Paper presented at the 8th International Symposium on Online Journalism, University of Texas, Austin, 11 March 2007
- Lewis, Seth & Lasorsa, Kaufhold: Thinking about Citizen Journalism:Perspectives on Participatory News Production at Community Newspapers.Paper presented at The International Symposium on Online Journalism, At Austin, Texas, 18 April 2009
- Mohamed, M & Abdelkader, S& El-Etriby, H: Enhanced data security model for cloud computing in Informatics and Systems (INFOS). 8th International Conference, 3-6 July 2015
- Muin, Michael:Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping Public Opinion for the Iraq War. a research paper in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, University of Central Missouri, Department of Communication, 04 April 2011
- Sandra, Jean: Using web 2.0 to locate expertise.Proceedings of the conference of the center for advanced studies on Collaborative research, Universiti Kuala Lumpur, Malaysia, 3-4 October 2017
- Hermida, A, & Thurman, N:Comments Please "How The British News Media is Struggling With User-Generated Content".In 18th International Symposium on Online Journalism, University of Texas, Austin, 11 March 2007 Localization for mobile phones. A Paper Presented in the proceedings of the International Semantic INFOCOM, Rio de Janeiro, Brazil, 7-10 January 2018
- WENG, J & YAO, Y:Event Detection in Twitter. In 5thInternational AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM), 20 August 2011

2-5- Theses and dissertations

- Connolly, Amy, J: The Use and Effectiveness of Online Social Media in Volunteer Organizations. A dissertation of Doctor of Philosophy, Department of Information Systems & Decision Sciences, College of Business University of South Florida, USA, July 2014
- Kim, Jin: User-generated content (UGC) revolution? "Critique of the promise of YouTube". PhD (Doctor of Philosophy) Thesis, University of Iowa, USA, October 2010
- Michael J, Muin: Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping Public Opinion for the Iraq War. A research paper in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, University of Central Missouri, Department of Communication, USA, April 2011
- Vastly, Rebecca: New media, new politics "Political learning efficacy and the examination of uses of social network sites for political engagement". Unpublished Ph.D. theses, Michigan State University, Michigan, July 2011

2-6- Websites

- BIVINGS GROUP: The Use of the Internet by America's Newspapers. 18 December 2008. <http://www.bivingsreport.com/2008/the-use-of-the-internet-by-americas-largest-newspapers-2008-edition>, Accessed 17 June 2020
- Bowman, Shayne & Willis, Christ : We Media: How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at the American Press Institute, Hypergene, United States. 15/04/2015. Retrieved from: <http://www.hypergene.net/>. Retrieved: 03/05/2020
- Candea, S. & Krüger, U: Oligarchization and data feudalism in cross-border journalism: A critical analysis of global non-profit investigative networks. Conference abstract, Journalism across Borders Conference, Technical University Ilmenau, September 26-28 2018. Retrieved from <https://www.tu-ilmenau.de/mw/conference/program>. Retrieved: 17/05/2020
- Gilliland, Nikki : New and creative examples of user-generated content, February 7, 2019. Available from: <https://econsultancy.com/creative-examples-usergenerated-content-marketing/>, Accessed on: 07 March 2020
- Hermida, Alfred & Thurman, Neil: A Clash of Cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". 2008, http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/pp1_frmr.html
- Howerton, L: Training citizen journalists " The news industry's responsibility? ". 19 April 2005, at http://www.poynter.org/article_feedback/article_feedback_list.asp?id=81098. Accessed 12 Mai 2020
- Jarvis, J: Networked journalism. Retrieved from Buzzmachine, <http://buzzmachine.com/2006/>
- Koutsoukis, Jason: Al-Jazeera is changing minds and hearts". Sydney Morning Herald - Business & World News Australia, Date published: 04/09/2012. <http://www.smh.com.au/world/aljazeera-is-changing-minds-and-hearts-20110408-1d7rj.html>. Date retrieved: 03/02/2018
- Larson, S: Serial" podcasts and humanizing the news". The New Yorker, 20 February 2015. Retrieved From : <http://www.newyorker.com/culture/sarah-larson/serial-podcasts-humanizing-news>. Accessed: 11 August 2020.
- Libraries and Information Centres; Activities and Management (n.d.) www.vub.ac.be/BIBLIO/meuwenhuysen/courses/chapters/libraries.pdf (342 Boxes), Retrieved 20/07/2019
- Lieberman, David: Al Jazeera English Gains Cachet in U.S. during Egypt Rallies". USA

- Paveau, M: Technologie discursive. Technologies Discursives.21 Janvier 2013, <http://technodiscours.hypotheses.org/?p=277>, Consulté en : 05 avril 2020
- Project for Excellence in Journalism (2009) "State of the News Media: An annual report
- Smith, D & Lee, P: 2012. A code of ethics for citizen journalism. Retrieved from : http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no32/a_code_of_ethics_for_citizen_journalism.pdf. Retrieved : 11/03/2018
- SOCIAL SCIENCE COLLECTION GUIDES .Quantitative Methods in Social Research. <https://pdf.wecabrio.com/social-science>. Retrieved 20/04/2020
- Ungerleider, Neal: Egypt Now Blocking Al Jazeera Broadcasts to Much of Middle East.Fast Company. Date published: 30/01/2011. <http://www.fastcompany.com/1722354/egypt-nilesat-al-jazeera?partner=rss>. Date Retrieved: 15/07/2020
- Von, walter & Quring, O:the transformation of the Media Sector "An Interdisciplinary Discourse of its Economic and Social Implication".Paper presented at the 15th Biennial Conference of the International Telecommunicaton Society, Berlin, Allemagne, 4 september 2004
- Baxter, Sarah : Rumsfeld's Al-Jazeera outburst.Times Online, The Sunday Times. Date published: 27.11.2005. <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/article597096.ece>. Date retrieved: 03/12/2019
- Biology-Online Dictionary:Scientific method.October 2008..https://www.biology-online.org/dictionary/Scientific_method. Retrieved: 20/04/2020
- Khanfar, Waddah:A historic moment in the Arab world. TED Conference.Retrieved from: http://www.ted.com/talks/wadah_khanfar_a_historic_moment_in_the_arab_world.html. Date retrieved: 05/02/2019
- On American journalism". 13/02/2009, <http://www.stateofthedia.org/2009/index.htm>, Accessed 10 June 2020 Today. Date published: 19/11/2011.http://www.usatoday.com/money/media/2011-02-07_aljazeera07_ST_N.htm. Date retrieved: 17/05/2020 Accessed : 11 February 2020/07/05/networked-journalism/. Retrieved:07/03/2020
- Smith, A & Rainie, L & McGeeney, K & Keeter, S & Dugan, M :(2015). U.S. Smartphones use in 2015 report. Retrieved from:http://www.pewinternet.org/files/2019/03/PI_Smartphones0401151.pdf. Retrieved on: 03/05/2020
- Tharoor, Ishaan:Clinton Applauds Al Jazeera, Rolls Eyes at U.S. MediaTime". Date published: 03.03.2011. Global Spin. <http://globalspin.blogs.time.com/2011/03/03/clinton-applauds-al-jazeera-rolls-eyes-at-u-s-media/>. Date retrieved: 17/05/2020
- Tumber, A:Democracy in the Information Age: The role of the Fourth Estate in cyberspace. Available at : <http://dx.doi.org/>. Retrieved: 13/05/2020

فهرس المحتويات

| رقم الصفحة | الموضوع |
|------------|---|
| - | - إهداء |
| - | - شكر وتقدير |
| أ-د | - الملخص/Abstract |
| - | - مقدمة |
| - | - خطة الدراسة |
| 52-1 | البناء المنهجي للدراسة |
| 3-1 | 1- إشكالية الدراسة |
| 4-3 | 2- أسباب اختيار الموضوع |
| 8-4 | 3- أهمية وأهداف الدراسة |
| 23-8 | 4- منهج الدراسة و أدواتها |
| 11-8 | 4-1- منهج الدراسة |
| 21-11 | 4-2- أدوات جمع البيانات |
| 23 | 4-3- صدق الأداة وثباتها |
| 23 | 4-4- المعالجة الإحصائية |
| 24 | 5- مجال الدراسة |
| 25 | 6- مجتمع البحث و عينة الدراسة |
| 25 | 6-1- مجتمع البحث |
| 25 | 6-2- عينة الدراسة |
| 33-26 | 7- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة |
| 34 | 8- صعوبات الدراسة |
| 52-35 | 9 - الدراسات السابقة |
| 49-35 | 9 - 1- عرض الدراسات السابقة |
| 41-35 | 9-1-1- الدراسات التي لها علاقة بالمقاربة النظرية للبحث |
| 49-41 | 9-1-2- الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث |
| 50-49 | 9-2- نقاط التشابه والاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة |
| 52-50 | 9-3- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة |
| 213-53 | الإطار النظري للدراسة |
| 93-55 | I - تكنولوجيا الإتصال ومجتمع المعلومات كحاضنة لصناعة المضامين |
| 80-57 | I - 1- تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة |
| 59-57 | I - 1-1- مفهوم التكنولوجيا وأنواعها |
| 59-57 | أولاً- مفهوم التكنولوجيا |
| 59 | ثانياً- أنواع التكنولوجيا |
| 66-60 | I-1-2- مفهوم تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة والفرق بينهما |
| 63-60 | أولاً- مفهوم تكنولوجيا المعلومات |
| 64-63 | ثانياً- مفهوم تكنولوجيا الإتصال |
| 66-65 | ثالثاً- الفرق بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصال |
| 69-67 | I - 1-3- التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة |
| 76-70 | I-1-4- وظائف وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة |
| 72-70 | أولاً- وظائف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في حياة الفرد |
| 76-72 | ثانياً- خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة |
| 80-77 | I-1-5- منظومة (عناصر) تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة |
| 93-81 | I - 2- مجتمع المعلومات |

| | |
|---------|--|
| 82-81 | I-2-1- مفهوم مجتمع المعلومات |
| 82 | I-2-2- خصائص مجتمع المعلومات |
| 83 | I-2-3- مبادئ مجتمع المعلومات |
| 85-83 | I-2-4- مؤشرات مجتمع المعلومات |
| 88-85 | I-2-5- الفرق بين مجتمع المعلومات والمجتمع التقليدي |
| 93-88 | I-2-6- افرازات مجتمع المعلومات |
| 126-94 | II- أجيال الويب وتطبيقاتها ودورها في صناعة المضامين |
| 109-96 | II-1- أجيال الويب: المفهوم، النشأة، التطور |
| 100-96 | II-1-1- الويب 2.0 |
| 98-96 | II-1-1-1- نشأة الويب |
| 99-98 | II-1-1-2- مفهوم الويب 2.0 |
| 100-99 | II-1-1-3- خصائص الويب 2.0 |
| 108-101 | II-1-2- الويب 3.0: المفهوم، المكونات، المميزات |
| 104-101 | II-1-2-1- مفهوم الويب 3.0 |
| 107-104 | II-1-2-2- مكونات الويب 3.0 |
| 108 | II-1-2-3- مميزات الويب 3.0 |
| 109 | II-1-3- العلاقة بين أجيال الويب |
| 116-110 | II-2- الابتكارات التكنولوجية التي ساهمت بانتشار التفاعلية وصناعة المضامين |
| 111-110 | II-2-1- جهاز الأيبود (iPod) |
| 114-111 | II-2-2- الهواتف الذكية (Smartphones) |
| 115 | II-2-3- الأجهزة اللوحية (Tablets) |
| 116 | II-2-4- أنظمة الترفيه المنزلية (Home Theater System) |
| 126-117 | II-3- البرامج والمفاهيم التقنية التي ساهمت بانتشار التفاعلية أو صناعة المضامين |
| 122-117 | II-3-1- الحوسبة السحابية (Cloud Computing) |
| 117 | أولاً- نشأة الحوسبة السحابية |
| 118-117 | ثانياً- مفهوم الحوسبة السحابية |
| 118 | ثالثاً- أهمية الحوسبة السحابية |
| 119 | رابعاً- خصائص الحوسبة السحابية |
| 121-120 | خامساً- نماذج من الخدمات السحابية |
| 122 | سادساً- سلبيات الحوسبة السحابية |
| 123 | II-3-2- التّعهيد الجماعي (Crowdsourcing) |
| 123 | أولاً- نشأة التّعهيد الجماعي |
| 123 | ثانياً- مفهوم التّعهيد الجماعي |
| 124 | II-3-3- المشاع الإبداعي (Creative Commons) |
| 124 | أولاً- مفهوم المشاع الإبداعي |
| 126-124 | ثانياً- أنواع رخص المشاع الإبداعي |
| 213-127 | III- مصادر المعلومات الإلكترونية والتحوّلات في صناعة المضامين |
| 145-129 | III-1- مصادر المعلومات الصحفية |
| 132-131 | III-1-1- مراحل تطور مصادر المعلومات |
| 131 | أولاً: المرحلة قبل التقليدية "مرحلة ما قبل الورق" |
| 132 | ثانياً: المرحلة التقليدية "مرحلة مصادر المعلومات الورقية المطبوعة" |
| 132 | ثالثاً: المرحلة غير التقليدية "مرحلة مصادر المعلومات الإلكترونية" |
| 145-133 | III-1-2- أشكال مصادر المعلومات |
| 142-135 | أولاً- مصادر المعلومات التقليدية |
| 145-142 | ثانياً- مصادر المعلومات الإلكترونية |

| | |
|---------|---|
| 143-142 | ثانياً-1- الانترنت كمصدر للمعلومات |
| 144-143 | ثانياً-1-1- الانترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية للفرد |
| 145-144 | ثانياً-1-1- الانترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية |
| 175-146 | III- 2- صحافة المواطن كأحد أبرز أشكال الإعلام الاجتماعي |
| 149-146 | III- 2- 1- الإعلام الاجتماعي الماهية والخصائص |
| 148-146 | أولاً- ماهية الإعلام الاجتماعي |
| 149-148 | ثانياً- خصائص الإعلام الاجتماعي |
| 175-149 | III- 2- 2- صحافة المواطن (Citizen Journalism) |
| 155-150 | أولاً- صحافة المواطن النشأة والمفهوم |
| 151-150 | أولاً-1- نشأة صحافة المواطن |
| 153-152 | أولاً-2- مفهوم صحافة المواطن |
| 155-153 | أولاً-3- تسميات صحافة المواطن |
| 160-155 | ثانياً- خصائص وسمات صحافة المواطن |
| 156-155 | ثانياً-1- خصائص صحافة المواطن |
| 160-156 | ثانياً-2- سمات صحافة المواطن |
| 167-160 | ثالثاً- صحافة المواطن الأنواع والأنماط |
| 161-160 | ثالثاً-1- أنواع صحافة المواطن |
| 167-162 | ثالثاً-2- أنماط وأشكال صحافة المواطن |
| 175-168 | رابعاً- أشهر منصات التواصل الاجتماعي |
| 170-168 | رابعاً-1- موقع يوتيوب (YouTube) |
| 172-171 | رابعاً-2- موقع فيسبوك (Facebook) |
| 175-173 | رابعاً-3- موقع تويتر (Twitter) |
| 175 | رابعاً-4- موقع انستغرام (Instagram) |
| 189-176 | III- 3- التحوّلات في صناعة المضامين الإعلامية السبرانية وأدوار مستخدميها |
| 179-176 | III- 3- 1- المضمون الذي ينتجه المستخدم: التاريخ، المفهوم، والأهمية |
| 184-180 | III- 3- 2- تطوّر مفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدمين |
| 189-185 | III- 3- 3- أبرز التحوّلات ذات الصلة بصناعة المضامين الإعلامية |
| 185 | أولاً- التحوّل في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة |
| 186 | ثانياً- التحوّل في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإلكترونية |
| 186 | ثالثاً- التحوّل نحو التنوع في مصادر المعلومات |
| 187-186 | رابعاً- التحوّل في المفاهيم الإدارية الإعلامية |
| 187 | خامساً- ظهور تحوّلات إيجابية وأخرى سلبية في الممارسات الصحفية |
| 188-187 | سادساً- التحوّل في طبيعة إدارة العمل الصحفي |
| 188 | سابعاً- حدوث تغيير في طبيعة الأدوات المنهجية المستخدمة في دراسة طبيعة ونوعية المضامين التي ينتجها المستخدمين والظروف التي يتم إنتاجها فيها |
| 189 | ثامناً- إعادة قراءة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في إطار إيستمولوجي جديد، يحاول تفسير أسباب تلك بعض المؤسسات الإعلامية عن مسابرة التطوّرات الجديدة في المجال الإعلامي |
| 197-189 | III- 3- 4- المداخل النظرية لدراسة صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة |
| 191-189 | أولاً- مدخل صحافة المواطن Citizen Journalism |
| 192-191 | ثانياً- مدخل صحافة المشاركة Participatory Journalism |
| 193-192 | ثالثاً- مدخل صحافة المصادر المعتمدة على الجماهير Crowdsourcing Journalism |
| 195-194 | رابعاً- مدخل الصحافة التعاونية collaborative journalism |
| 195 | خامساً- مدخل حراسة البوابة الإلكترونية Online gatekeeping |
| 196 | سادساً- مدخل بناء الأجندة الإلكترونية Online Agenda-Building |
| 196 | سابعاً- المداخل النظرية المعنية بمفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم UGC |

| | |
|---------|--|
| 213-198 | III-4- التحوّلات في صناعة المضامين وتأثيرها على العمل الصحفي |
| 209-198 | أولاً- أطر الصّراع والتّكامل بين صحافة المواطن والصحافة التقليديّة |
| 200-199 | أولاً- 1- الإتّجاه المناصر |
| 204-200 | أولاً- 2- الإتّجاه المعارض |
| 209-205 | أولاً- 3- الإتّجاه المتوافق |
| 213-210 | ثانياً- صحافة المواطن بين مواجهة وسائل الإعلام التقليديّة والإتّجاهات المستقبلية |
| 211-210 | ثانياً- 1- التّحدّيات والعقبات التي تواجه صحافة المواطن |
| 212 | ثانياً- 2- مواجهة وسائل الإعلام التقليديّة لصحافة المواطن |
| 213-212 | ثانياً- 3- الإتّجاهات المستقبلية لصحافة المواطن |
| 281-214 | الإطار التّطبيقي للدراسة |
| 228-214 | I- التّعريف بعينة الدراسة |
| 219-216 | I-1- نشأة قناة الجزيرة الفضائية |
| 220 | I-2- أهداف إنشائها |
| 224-220 | I-3- مصادر تمويل قناة الجزيرة |
| 224 | I-4- السياسة الإعلامية للقناة |
| 226-225 | I-5- أسباب شهرة قناة الجزيرة |
| 227-226 | I-6- الحرية الإعلامية لقناة الجزيرة |
| 281-229 | II - عرض وتحليل النتائج |
| 261-229 | II- أولاً: عرض نتائج الدراسة |
| 239-229 | II-1- الفترة الممتدة من الأربعاء: 01 جانفي 2020، إلى الجمعة: 31 جانفي 2020 |
| 250-240 | II-2- الفترة الممتدة من السبت: 01 فيفري 2020، إلى السبت: 29 فيفري 2020 |
| 261-251 | III-3- الفترة الممتدة من الأحد: 01 مارس 2020، إلى الثلاثاء: 31 مارس 2020 |
| 271-262 | II- ثانياً: تحليل نتائج الدراسة |
| 275-272 | II- ثالثاً- النتائج العامّة للدراسة |
| 281-276 | II- رابعاً- النتائج على ضوء التساؤلات والفرضيات |
| 286-282 | خاتمة، وتوصيات |
| - | - قائمة المصادر والمراجع |
| - | - فهرس المحتويات |
| - | - فهرس الجداول والرّسوم البيانيّة |
| - | - الملاحق |
| - | - الملخص/Abstract/ Résumé |

فهرس
الجداول
و
الرّسوم البيانّيّة

1- فهرس الجداول:

| رقم الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|------------|--|------------|
| 229 | عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر جانفي 2020 | 01 |
| 230 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020 | 02 |
| 231 | النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر جانفي 2020 | 03 |
| 232 | النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 04 |
| 232 | مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 05 |
| 233 | أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 06 |
| 234 | أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020 | 07 |
| 235 | أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 08 |
| 235 | الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 09 |
| 236 | أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 10 |
| 237 | توقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر جانفي 2020 | 11 |
| 237 | أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020 | 12 |
| 238 | موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 13 |
| 239 | إتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020 | 14 |
| 240 | عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر فيفري 2020 | 15 |
| 241 | يبين عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020 | 16 |
| 241 | النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر فيفري 2020 | 17 |
| 242 | النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 18 |
| 243 | مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 19 |
| 244 | أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 20 |
| 245 | أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 21 |
| 246 | أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 22 |
| 247 | الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 23 |
| 247 | أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 24 |
| 248 | توقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020 | 25 |
| 249 | أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020 | 26 |
| 249 | موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 27 |
| 250 | إتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020 | 28 |
| 251 | عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها خلال شهر مارس 2020 | 29 |
| 252 | يبين عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020 | 30 |
| 252 | النوع الاجتماعي للمستخدمين الذين شاركت الجزيرة مضامينهم خلال شهر مارس 2020 | 31 |
| 253 | النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 32 |
| 254 | مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 33 |
| 255 | أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 34 |

| | | |
|-----|--|----|
| 255 | أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر مارس 2020 | 35 |
| 256 | أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020. | 36 |
| 257 | الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 37 |
| 258 | أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 38 |
| 258 | توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020 | 39 |
| 259 | أساليب إستخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر مارس 2020 | 40 |
| 260 | موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 41 |
| 260 | إتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر مارس 2020 | 42 |

2- فهرس الرسوم البيانية:

| رقم الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|------------|--|-----------|
| 230 | عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر جانفي 2020 | 01 |
| 231 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020 | 02 |
| 231 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدمين خلال شهر جانفي 2020 | 03 |
| 232 | النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 04 |
| 233 | مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 05 |
| 233 | أنماط مساهمات المستخدم التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 06 |
| 234 | أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020 | 07 |
| 235 | أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 08 |
| 236 | الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 09 |
| 237 | أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 10 |
| 237 | توقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر جانفي 2020 | 11 |
| 238 | أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020 | 12 |
| 238 | موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 13 |
| 239 | إتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر جانفي 2020 | 14 |
| 240 | عدد استخدامات الجزيرة لمنصات التواصل والمرتبطة بالموقع الإلكتروني لها خلال شهر فيفري 2020 | 15 |
| 241 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020 | 16 |
| 242 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020 | 17 |
| 243 | النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 18 |
| 243 | مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 19 |
| 244 | أنماط مساهمات المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 20 |
| 245 | أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر جانفي 2020 | 21 |
| 246 | أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 22 |
| 247 | الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 23 |
| 248 | أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 24 |
| 248 | يبيّن توقيت استخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر فيفري 2020 | 25 |
| 249 | أساليب استخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020 | 26 |
| 250 | موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر فيفري 2020 | 27 |
| 250 | إتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركتها خلال شهر فيفري 2020 | 28 |
| 251 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020 | 29 |
| 252 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020 | 30 |
| 253 | عدد استخدامات الجزيرة للمضامين التي أنتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020 | 31 |
| 254 | النطاق الجغرافي لمضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020. | 32 |
| 254 | مجالات مضامين المستخدمين التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 33 |
| 255 | أنماط مساهمات المستخدم التي شاركتها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 34 |

| | | |
|-----|---|----|
| 256 | أشكال تفاعلات المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر جانفي 2020 | 35 |
| 257 | أساليب تفاعل المستخدمين على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 36 |
| 257 | الحجج التي يستخدمها المتفاعلون مع مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 37 |
| 258 | أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل بالتعليق على محتوى مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 38 |
| 259 | توقيت إستخدام الجزيرة للمضامين التي ينتجها المستخدم خلال شهر مارس 2020 | 39 |
| 259 | أساليب إستخدام الجزيرة لمضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر مارس 2020 | 40 |
| 260 | موضوعية مضامين المستخدمين التي شاركها الجزيرة خلال شهر مارس 2020 | 41 |
| 261 | إتجاهات الجزيرة حول مضامين المستخدمين التي شاركها خلال شهر مارس 2020 | 42 |

الملاحق

جامعة محمد بوضياف - المسبنة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

إستمارة صدق التحكيم

تحية طيبة، وبعد:....،

تكملة للحصول على شهادة الدكتوراه في الطور الثالث LMD، في علوم الإعلام والاتصال، فرع إتصال، يشرفني أساتذتي الكرام أن أضع بين أيديكم إستمارة تحليل محتوى الموضوع محلّ الدراسة، والمعنون بـ:

صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الجديدة وأدوار مُستخدِمِها

- دراسة تحليلية لموقع الجزيرة الإلكتروني-

Media Content Industry in the new environment and the Roles of its Users

-An analytical study of al-Jazeera's websit -

تحت إشراف المحترمة

أ.د/ نعيمة براردي

الطّاب

غرابي عبد السلام

الإشكالية العامّة للدراسة

كيف يُساهم المستخدمون في صناعة المضامين الإعلامية للموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية؟

نودُّ منكم توجيهنا للفئات والوحدات الأنسب للموضوع من حيث الشّكل والمضمون... مع بالغ الشّكر والتّقدير.

.....: الأستاذ(ة):

.....: الرتبة:

.....: التخصص:

.....: الجامعة/المركز الجامعي:

البيانات الأوليّة

الإطار المرجعي العام لمنصّات التّواصل لشبكة الجزيرة الإعلامية: 1 2 3 4 5 6

الإطار المرجعي الخاص للمضامين المستخدمة: 7 8 9 10 11 12 13

طبيعة المضامين/ الوسائط التي يستخدمها المستخدم: 14 15 16 17 18 19 20 21 22

أشكال المضامين التي يتفاعل بها المستخدم: 23 24 25 26 27 28 29 30

المضامين الإعلامية حسب النوع الإجتماعي للمستخدمين: 31 32 33 34

سعة إستخدام المضامين: 35 36 37 38

النطاق الجغرافي المضامين المستخدمة: 39 40 41 42 43 44 45

توقيت إستخدام المضامين الإعلامية: 46 47

أساليب تفاعل المستخدمين: 48 49 50 51 52 53

أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل: 54 55 56 57 58

الموضوعية في إستخدام المضامين: 59 60 61

الإطار المرجعي الخاص بأنواع المضامين المستخدمة: 62 63 64 65 66 67 68 69 70

أساليب إستخدام المضامين: 71 72 73 74

الحجج التي يستخدمها المستخدمون: 75 76 77 78

إتجاهات قناة الجزيرة حول المضامين المستخدمة: 79 80 81 82

دليل الإستمارة

I- فئات الشّكل

- الإطار المرجعي العام لمنصّات التّواصل للجزيرة الإخبارية والمرتبطة بالموقع الإلكتروني خاصتها:

المربّع رقم 1 يدلّ على: Blogs

المدوّنة عبارة عن موقع إلكتروني يتضمّن منشورات مُرتّبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم.

المربّع رقم 2 يدلّ على: Facebook

هو موقع للتّواصل الإجتماعي قائم على تبادل الآراء والأفكار، وعناصر المحتوى.

المربّع رقم 3 يدلّ على: Twitter

هو خدمة تدوين مجّانية عبر الشبكات الإجتماعية، يسمح للأعضاء المسجّلين بنشر مشاركات قصيرة يُطلق عليها تغريدات.

المربّع رقم 4 يدلّ على: YouTube

هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.

المربّع رقم 5 يدلّ على: Instagram

هو أحد تطبيقات التّواصل الإجتماعي يُستخدم لإلتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، وتعديلها، ثم مشاركتها.

المربّع رقم 6 يدلّ على: لا توجد

منصّات أخرى غير المذكورة أعلاه.

- الإطار المرجعي الخاص للوسائط التي يستخدمها المستخدم:

المربّع رقم 7 يدلّ على: Blogs

المدوّنة عبارة عن موقع إلكتروني يتضمّن منشورات مُرتّبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم.

المربّع رقم 8 يدلّ على: Facebook

هو موقع للتّواصل الإجتماعي قائم على تبادل الآراء والأفكار، وعناصر المحتوى.

المربّع رقم 9 يدلّ على: Twitter

هو خدمة تدوين مجّانية عبر الشبكات الإجتماعية، يسمح للأعضاء المسجّلين بنشر مشاركات قصيرة يُطلق عليها تغريدات.

المربّع رقم 10 يدلّ على: YouTube

هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.

المربّع رقم 11 يدلّ على: Instagram

هو أحد تطبيقات التّواصل الإجتماعي يُستخدم لإلتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، وتعديلها، ثم مشاركتها.

المربّع رقم 12 يدلّ على: WhatsApp

هو تطبيق يتمّ تحميله يقوم على استخدام الإنترنت لإرسال الرسائل النصيّة والصوتية والصور ومقاطع الفيديو.

المربّع رقم 13 يدلّ على: أخرى

مضامين أخرى غير المذكورة بالتقسيمات السابقة.

- الأنماط العامة لمساهمات المستخدم:

المربّع رقم 14 يدلّ على: نص مكتوب

النصّ المكتوب هو هو سرد مكتوب بالحرف في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.

المربّع رقم 15 يدلّ على: صورة

هو سرد مكتوب بالصورة في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.

المربّع رقم 16 يدلّ على: تسجيل صوتي

هو سرد مكتوب بالصوت في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.

المربّع رقم 17 يدلّ على: تسجيل مرئي

هو سرد بالصوت والصورة أو بالصورة فقط في الموقع الإلكتروني أو منصّات التّواصل.

المربّع رقم 18 يدلّ على: Icon

هي رموز تعبّر عن شعور وحالات ووضعيّات وكيانات مختلفة تستخدم في التّواصل الإجتماعي.

المربع رقم 19 يدل على: Icon + نص

هي إرفاق الرمز التصويري بنص كتابي.

المربع رقم 20 يدل على: وسم/ Hashtag (#)

الوسم أو Hashtag عبارة عن وضع علامة (#) قبل كلمة معينة من أجل زيادة المشاركة في موضوع معين قابل للنقاش

المربع رقم 21 يدل على: إستطلاعات رأي

وهو وسيلة فنية، هدفها تقصي فئة أو مجموعة من الأفراد بهدف التعرف على توجهها حيال قضايا معينة.

المربع رقم 22 يدل على: أخرى

مضامين أخرى، غير المذكورة في التفصيلات السابقة.

- أشكال تفاعلات المستخدم على المحتوى:

المربع رقم 23 يدل على: الإعجاب(موافق، أحببته، الضحك، الإنبهار، الحزن، الغضب،..)

هونظام متبع على مواقع التواصل الإجتماعي يسمح للمستخدمين بالتعبير عن موافقتهم للمحتويات التي يصادفونها ، ويعبر عنه بشكل الإبهام.

المربع رقم 24 يدل على: التعليق بنص مكتوب

هو وجهة النظر المدرجة في تفاعلات الشبكات الإجتماعية سواءً بالقبول أو الرفض أو النقد أو غيرها.

المربع رقم 25 يدل على: التعريف بأكثر الموضوعات مقرونية

هي المحتويات التي نالت أكبر عدد من الإعجابات أو التعليقات أو المشاهدات أو المشاركات.

المربع رقم 26 يدل على: المشاركة في المناقشات

هي عبارة عن حوار إلكتروني بين أكثر من طرف حول موضوع أو أكثر بغض النظر عن الإتفاق في وجهات النظر.

المربع رقم 27 يدل على: إرسال ومشاركة المادة المنشورة

وتعني المساهمة في انتشار المادة المنشورة وإيصاله إلى مستخدمين آخرين سواءً بمشاركتها في الصفحة الشخصية أو إرسالها للآخرين.

المربع رقم 28 يدل على: نشر قصص المستخدمين ومقالاتهم

ويكون بالتصوير المباشر Your Story، أو بإعادة نشر منشورات الغير.

المربع رقم 29 يدل على: المشاركة في إستطلاعات الرأى

وهو المشاركة بالتصويت الإلكتروني، سواءً بالكتابة أو النقر.

المربع رقم 30 يدل على: أخرى

أشكال أخرى خارج نطاق الأشكال السابقة.

- المضامين الإعلامية حسب النوع الإجتماعي للمستخدمين:

المربع رقم 31 يدل على: ذكر

من يضع معلومات شخصية وصور تدل على أنه ذكر بغض النظر إن كانت صحيحة أو مزيفة.

المربع رقم 32 يدل على: أنثى

من تضع معلومات شخصية وصور تدل على أنها أنثى بغض النظر إن كانت صحيحة أو مزيفة.

المربع رقم 33 يدل على: شخصية معنوية/اعتبارية

الهيئات والمؤسسات والجماعات التي لها الحق في اكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات، وذمة مالية مستقلة شأنها شأن الأشخاص الطبيعيين.

المربع رقم 34 يدل على: هوية غير واضحة

وهي الشخصية الرقمية الافتراضية غير المحددة الإنتماء الإجتماعي أو هل هي ذكر أم أنثى.

- سعة إستخدام المضامين:

المربع رقم 35 يدل على: بالثواني

وهي وحدة لتقسيم الوقت وتساوي 1000 ميلي ثانية وجزء من 60 من الدقيقة.

المربع رقم 36 يدل على: بالدقائق

وهي وحدة لتقسيم الوقت وتساوي 60 ثانية وجزء من 60 جزء من الساعة.

المربع رقم 37 يدل على: ساعة

وهي وحدة لتقسيم الوقت وتساوي 60 دقيقة.

المربّع رقم 38 يدلّ على: أكثر.
أكثر من 60 دقيقة.

- النطاق الجغرافي للمضامين المستخدمة:

المربّع رقم 39 يدلّ على: محلية
وهي الخاصة بمنطقة من المناطق.

المربّع رقم 40 يدلّ على: جهويّة
وهي تقسيم وطني داخلي، أوسع من المنطقة.

المربّع رقم 41 يدلّ على: وطنيّة
وتشمل داخل الرقعة الجغرافية للدولة، وعكسها الدولية.

المربّع رقم 42 يدلّ على: إقليميّة
الإقليم هو عبارة عن رقعة من الأرض تتسم بخصائص معينة تميزها عما يجاورها من أقاليم أخرى.

المربّع رقم 43 يدلّ على: قاريّة
وتختصّ بقارة من القارات السبع، أو بعضها أو كلّها.

المربّع رقم 44 يدلّ على: دوليّة
وهي التي تشمل أكثر من دولة، وفي الغالب تعبر عن ما وراء الحدود الوطنية.

المربّع رقم 45 يدلّ على: عالمية
يشمل جميع دول العالم وقاراته.

- توقيت إستخدام المضامين الإعلامية:

المربّع رقم 46 يدلّ على: مُتزامن
إستخدام مضامين المستخدمين في نفس وقت نشرها من طرفهم.

المربّع رقم 47 يدلّ على: غير مُتزامن
إستخدام مضامين المستخدمين بشكل متقطع غير متصل بوقت نشرها من طرفهم.

II- فئات المحتوى

- أساليب تفاعل المستخدمين:

المربّع رقم 48 يدلّ على: الجدّيّة
بطريقة منظمة وموضوعيّة.

المربّع رقم 49 يدلّ على: الإمتعاض
بطريقة ممزوجة بالغضب والإغتيال والتشجيع.

المربّع رقم 50 يدلّ على: الهجوم
ردّ الفعل الممزوج بالعنف.

المربّع رقم 51 يدلّ على: التهكّم
بطريقة في غير سياق التواصل المتعارف عليه بهدف النيل من محتوى معيّن، فيكسر تواتر مسار الحديث من الجدّ إلى الهزل.

المربّع رقم 52 يدلّ على: الإنسحاب
الإنصراف والتخلّي.

المربّع رقم 53 يدلّ على: اللامبالاة
عدم الإهتمام.

- أدوار مساهمات المستخدمين في فضاء التفاعل:

المربّع رقم 54 يدلّ على: تنظيميّة
إبداء تعليمات حول طريقة النقاش.

المربّع رقم 55 يدلّ على: أخلاقيّة
تذكير بمبادئ أخلاقيّة.

المربّع رقم 56 يدلّ على: معرفيّة
عرض أفكار تغذي النقاش.

المربع رقم 57 يدل على: اللامبالاة

وتعني عدم الإكتراث أو التأثر أو الإهتمام.

المربع رقم 58 يدل على: تفاعلات أخرى

ليس لها علاقة بهذه الأدوار.

- موضوعية المضامين المستخدمة:

المربع رقم 59 يدل على: متوازنة كلياً

سليمة ومتلائمة ومضبوطة ومحسوبة بالمطلق.

المربع رقم 60 يدل على: متوازنة إلى حد ما

سليمة ومتلائمة مضبوطة ومحسوبة بنسبة معينة.

المربع رقم 61 يدل على: غير متوازنة تماماً

غير سليمة وغير متلائمة وغير مضبوطة وغير محسوبة بالمطلق.

- الإطار المرجعي الخاص بأنواع المضامين المستخدمة :

المربع رقم 62 يدل على: سياسية

مُجمل المحتوى الذي يتناول القضايا والأحداث السياسية سواءً بين الدولة ورعاياها أو بين الدولة ودولة أو دول أخرى، أو في منطقة محددة.

المربع رقم 63 يدل على: عسكرية

مُجمل المحتوى الذي يتناول القضايا المتعلقة بمجموعة التقنيات والنظم المستخدمة من قبل الإدارة العسكرية داخل الدولة وخارجها.

المربع رقم 64 يدل على: دينية

مُجمل المحتوى الذي يتناول مجموعة من المبادئ والقيم، التي يعتنقها مجتمع من المجتمعات اعتقاداً، وقولاً، وعملاً.

المربع رقم 65 يدل على: إقتصادية

مُجمل المحتوى الذي يتناول إنتاج وتوزيع وإستهلاك وتبادل السلع والخدمات.

المربع رقم 66 يدل على: إجتماعية

مُجمل المحتوى الذي يتناول الحياة الشخصية للأفراد والعادات والتقاليد الإجتماعية وكل ما يعترضهما.

المربع رقم 67 يدل على: صحية

مُجمل المحتوى الذي يتناول كيفية الحفاظ على الصحة وممارساتها والتغذية السليمة.

المربع رقم 68 يدل على: ثقافية

مُجمل المحتوى الذي يتناول المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والعادات والقدرات التي يكتسبها الشخص بوصفه عضواً في المجتمع.

المربع رقم 69 يدل على: علمية

مُجمل المحتوى الذي يتناول المعارف التي بنيت بشكل منطقي على معطيات الحواس، والخاضعة لمبادئ وقوانين المنهج العلمي المتبع.

المربع رقم 70 يدل على: أخرى

مُجمل المحتوى خارج نطاق التقسيمات السابقة.

- أساليب استخدام المضامين/ المستخدمين:

المربع رقم 71 يدل على: عرض المضمون

إظهار المحتوى كما هو.

المربع رقم 72 يدل على: التدعيم

إستخدام محتوى معين لتعزيز وتشجيع وتثبيت قول أو سلوك أو فعل ما.

المربع رقم 73 يدل على: التصعيد

إستخدام محتوى معين لتنمية الصراعات بين الافراد أو الجماعات أو الدول سواءً بالأفعال أو الأقوال.

المربع رقم 74 يدل على: التضليل

إستخدام محتوى معين بطرق ملتوية من أجل تحقيق أهداف ما من تحويل أنظار الجماهير و إستغلال تلقّيتهم و جهلهم بالأشياء.

جدول شارح لبعض المصطلحات الأكاديمية والبحثية المستخدمة

| المفهوم | الصفحة | in foreign language | المصطلح |
|--|--------|----------------------|--------------------------|
| علم التحكم الآلي أو مجموعة البحوث التي تتناول العلاقة بين الإنسان وغيره من الكائنات العضوية وبين الآلات، خاصة فيما يتعلق بالآليات والاتصال والتنظيم. | ب | Cybernetics | السيبرانية |
| مصطلح يستخدم لوصف الواقع الجديد الذي تُمارس فيه جملة الممارسات التي أفرزتها أنظمة وطرق الإتصال الإلكتروني، ومختلف الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال. | ج | Digital Environment | البيئة الرقمية |
| حركة فلسفية اجتماعية انطوت أفكارها على نقد كل أشكال السلطة والتسلط ونقد الحداثة والمجتمع الرأسمالي، وقد انسلخت منها بعد نظريات أخرى في مختلف التخصصات. | 3 | Frankfurt School | مدرسة فرانكفورت |
| الدراسة النقدية للمعرفة العلمية. | 3 | Epistemology | الابستمولوجيا |
| الملكة التي تؤثر على ميكانيكية التفكير فتحركها أو تعطلها، وتدفع الفرد إلى إتخاذ مواقف وأفعال لا تستند الى تعليل عقلائي أحياناً. | 3 | Imagination | المخيل |
| البحث باستخدام التجربة والتي تؤمن بأن معرفة الإنسان تستند إلى الحواس والخبرة والتجارب العملية. | 4 | Empiricism | الإمبريقي |
| مصطلح سياسي نشأ مع اتساع الثورة الصناعية والتقدم التكنولوجي، ويعني حكم التكنولوجيا أو حكم العلماء والتقنيين، وقد تزايدت قوة التكنوقراطيين نظراً لازدياد أهمية العلم ودخوله جميع المجالات خاصة الاقتصادية والعسكرية، كما أن لهم السلطة في قرار تخصيص صرف الموارد والتخطيط الاستراتيجي والاقتصادي في الدول التكنوقراطية. | 4 | Technocratic | التكنوقراطي |
| جملة العناصر التي يوظفها القائم بالإقناع في رسالته لجذب المتلقي والتأثير فيه لقبول الفكرة المطروحة والإقناع بها، وللإستمالة ثلاثة أنواع: عقلية، عاطفية، وإستمالة التخويف. | 5 | Grooming | الإستمالة |
| الوسط الذي توجد به وتعمل فيه شبكات الحواسيب الإلكترونية في العالم، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر وأنظمة الشبكات والبرمجيات وحوسبة المعلومات، ونقلها، وتخزينها، ومستخدميها من الأفراد والهيئات والمؤسسات. | 5 | Cyberspace | الفضاء السيبراني |
| إخضاع مكونات الظاهرة الاجتماعية لنماذج ونظريات واستراتيجيات الإتصال بالمطابقة والتحليل والمقاربة والتفسير. | 5 | SocioCommunicated | السوسيو تواصلية |
| بيئة انسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير والمعلومات والتبادل، يتكون أساساً من دائرة وسطية تكوّنت تاريخياً بين المجتمع المدني والدولة، وهو متاح لجميع المواطنين للتعبير عن الراي العام. | 5 | Virtual public space | الفضاء العمومي الافتراضي |
| مجموعة القوانين والقواعد العامة التي تحكم الإنتاج الفردي للنوع وتمكّنه من الدلالة، وهو نتاج لا ينفصل عن الظروف الاجتماعية والثقافية السائدة. | 5 | Pattern | النسق |

| المصطلح | in foreign language | الصفحة | المفهوم |
|-----------------|-------------------------|--------|--|
| التراكم المعرفي | Accumulated knowledge | 6 | سمة من سمات التفكير العلمي تصف الطريقة التي تتطور بها العلوم، بمعنى أن المعارف العلمية هرمية يكمل بعضها الآخر مما يحيل إلى خاصية نسبية الحقيقة العلمية وأنها لا تكف عن التطور. |
| التمثّلات | representations | 7 | أنساق تفسيرية ومعارف أولية وأحكام مسبقة وارتسامات، يوظفها الباحث لفهم العالم من حوله وتفسيره، وقد تكون معلومات رصينة وصحيحة، كم يمكن أن تكون خاطئة. |
| التفاعل الرمزي | Symbolic interactionism | 7 | نظرية تختص بدراسة الأفراد والفعل الاجتماعي واستيعاب الفرد لأدوار الآخرين والتفكير وعملياته، وتحليل الأنساق الاجتماعية للشخصية، والثقافة والنظام الاجتماعي. |
| الطوبولوجيا | Topography | 7 | علم يختص بتمثيل تفاصيل الظواهر الطبيعية أو الاصطناعية لمنطقة ما وهذا بأشكال ورسومات مميزة، يتم ذلك من واقع نتائج محصل عليها ميدانيا وهو ما يطلق عليه بعملية الرفع، أو إسقاط وتمثيل المشاريع على الميدان من خلال مخططات مرسومة سابقا أو ترسم لهذا الغرض كما تسمى هذه العملية بالتوقيع الخرائطي. |
| العقلانية | Rationalism | 7 | منحى فلسفي يدعو لإعتماد المنطق الفكري والاستدلالي كمصدر للمعرفة والتبرير وأن الحقيقة يمكن أن تكتشف بشكل أفضل باستخدام العقل والتحليل الواقعي. |
| السوسيوتقنية | Sociotechnology | 7 | دراسة العمليات المتعلقة بتقاطع المجتمع والتكنولوجيا، وهي تجمع بين الاجتماعي والتقني بشكل غير قابل للتجزئة، حيث تُعتبر جزء مهم من التصميم الاجتماعي والتقني، الذي يعرف بأنه "تصميم الأشياء التي تشارك في النظم المعقدة التي لها جوانب اجتماعية وتقنية على حد سواء". |
| الفجوة الرقمية | Digital divide | 7 | مصطلح ينتمي إلى مجتمع تكنولوجيا المعلومات والمعرفة ويشير إلى الفجوة بين الديموغرافيات والمناطق التي لديها إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وتلك التي لا تملك أو لا تستطيع الوصول إليها. |
| الديناميكية | Dynamic | 8 | مصطلح يشير إلى القوى أو الخصائص التي تحفز النمو أو التطور أو التغيير داخل نظام أو عملية. |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

▪ الملخص:

تبحث هذه الدراسة التحليلية الاستكشافية في طبيعة وواقع التحولات الجديدة في صناعة المضامين الإعلامية وتداعيات البيئة الرقمية والتكنولوجية الحديثة عليه، من خلال تتبع مسارات الإتجاه الحديث للتفاعل السبراني، ورصد إفرزاته سواء على المستوى الأكاديمي أو المهني المتعلق بالأدوار المختلفة للمستخدمين، أين أصبح هذا الأخير يساهم في صناعة المحتوى الإعلامي.

ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام منهج المسح الإعلامي على الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة الفضائية www.aljazeera.net معتمداً على وصف تحليلي مركب يجمع بين النوعي والكمي والملاحظة بما يتناسب ودرجة التداخل بين الجانب الوظيفي والممارسة، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: وجود اتجاهات إيجابية لدى الموقع تجاه استخدام بعض الأشكال التي تحفز المستخدمين على المشاركة في إنتاج مضامين صالحة للنشر، تسجيل فوارق دالة إحصائية في استخدامها لمضامين المستخدمين مقياساً على النوع الاجتماعي، النطاق الجغرافي، نوع ونمط ومجال المحتوى. كما تم تسجيل توجهات إيجابية بخصوص توظيف آليات التفاعلية في الموقع، وكشفت أن التفاعل والحوار الذي يتم من خلال وعاء اتصالي سيبراني مستقل يكون أكثر ثراءً وقوة من التفاعل الذي يتم عبر الوعاء التقليدي، وأن التفاعل الذي يتم عبر الموقع الإلكتروني للجزيرة الفضائية والمنصات المتصلة به يتصف بقوة التفاعل وإثراء تفاعلات الرأي، كما كشفت الدراسة عن توجهات المؤسسة وأن مضامين المستخدمين المشاركين بها تساهم في تأكيد هذه المضامين والرفع من نسبة موثوقية منتبهي المؤسسة. كما كشفت أن مؤسسة الجزيرة لا تزال متمسكة بالتقاليد الخاصة بحراسة البوابة وهوما يوحي بالشعور بالقلق من تأثيرات صحافة المواطن خاصة فيما يتعلق بإمكانية التعرض للمساءلة الأخلاقية والقانونية.

وقد خرجت الدراسة بجملة من التوصيات التي تخدم إمتداد النقاش الأكاديمي والإعلامي المرتبط بتحويلات البيئة الجديدة، ونأمل أن تُوفّر نتائج هذه الدراسة رؤية هامة للبحوث المستقبلية خاصة فيما يتعلق بتحصيل معايير واضحة للتوافق في الممارسات والأخلاقيات مما يساعد على الرقي بالقيمة الاحترافية للمؤسسات الإعلامية وعلاقتها بصحافة المواطن.

• **الكلمات المفتاحية:** الصناعة؛ المضامين الإعلامية؛ البيئة الجديدة؛ المستخدم، الموقع الإلكتروني؛ قناة الجزيرة الفضائية.

▪ Summary:

This exploratory analytical study examines the nature and reality of new transformations in the media content industry and the implications of the modern digital and technological environment on it, by tracking the paths of the modern direction of spruce interaction, and monitoring its secretions both academically and professionally related to the different roles of users, where the latter has become contributing to the media content industry.

To achieve the objectives of the research, the method of media survey was used on the website of al-Jazeera satellite channel www.aljazeera.net based on a composite analytical description combining qualitative, quantitative and observation in proportion to the degree of overlap between the functional aspect and practice, and the study reached a number of results, most notably: the existence of positive trends in the site towards the use of some forms that motivate users to participate in the production of content valid for publication, recording statistically functioning differences in its use of users' content relative to gender, geographical range, type, type and field of content. Positive trends were also recorded regarding the employment of interactive mechanisms on the site, and revealed that the interaction and dialogue that takes place through an independent cyber-communication vessel is richer and stronger than the interaction that takes place through the traditional vessel, and that the interaction that takes place through the satellite site and related platforms is characterized by the strength of interaction and enriching opinion interactions, as revealed by the study of the directions of the institution and that the contents of the users participating contribute to the confirmation of these contents and increase the reliability of the followers of the institution. She also revealed that Al Jazeera continues to adhere to the tradition of guarding the gate, which suggests concern about the effects of citizen journalism, particularly with regard to the possibility of ethical and legal accountability.

The study has come up with a number of recommendations that serve to extend the academic and media debate related to the transformations of the new environment, and we hope that the results of this study will provide a vision that lives up to the achievement of clear standards of compatibility in practices and ethics, which helps to raise the professional value of media institutions and their relationship with the citizen press.

• **Keywords:** Industry; User Generated Content; Cyber space; User; Web Site; Al-Jazeera News Channel.

▪Résumé:

Cette étude exploratoire d'analyse examine la nature et la réalité des nouvelles transformations dans l'industrie du contenu médiatique et les implications de l'environnement numérique et technologique moderne sur elle, en suivant les chemins de la direction moderne de l'interaction de l'épINETTE, et en surveillant ses sécrétions à la fois académiquement et professionnellement liées aux différents rôles des utilisateurs, où ce dernier est devenu contribuant à l'industrie du contenu multimédia.

Pour atteindre les objectifs de la recherche, la méthode d'enquête des médias a été utilisée sur le site web de la chaîne satellitaire al-Jazeera www.aljazeera.net sur la base d'une description analytique composite combinant qualitative, quantitative et d'observation proportionnellement au degré de chevauchement entre l'aspect fonctionnel et la pratique, et l'étude a atteint un certain nombre de résultats, notamment : l'existence de tendances positives dans le site vers l'utilisation de certaines formes qui motivent les utilisateurs à participer à la production de contenu valable pour publication, enregistrant des différences statistiquement fonctionnelles dans son utilisation du contenu des utilisateurs par rapport au sexe, et que l'interaction qui a lieu à travers le site satellite et les plates-formes connexes se caractérise par la force de l'interaction et des interactions d'opinion enrichissantes, comme le révèle l'étude des directions de l'institution et que le contenu des utilisateurs participants contribue à la confirmation de ces contenus et augmente la fiabilité des adeptes de l'institution.

L'étude a formulé un certain nombre de recommandations qui servent à étendre le débat universitaire et médiatique lié aux transformations du nouvel environnement, et nous espérons que les résultats de cette étude fourniront une vision à la mesure de la réalisation de normes claires de compatibilité dans les pratiques et l'éthique, ce qui contribue à accroître la valeur professionnelle des institutions médiatiques et leur relation avec la presse citoyenne.

• **Mots clés:** l'industrie; Contenu généré par l'utilisateur; Cyberpère; L'utilisateur; Site Web; Aljazeera Channel.