



جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا

كلية الدراسات العليا والبحث العلمي

كلية علوم الإتصال – قسم الصحافة والنشر



صحافة المحمول و انعكاساتها على الممارسة الإعلامية

دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة

خلال الفترة 2015-2017 م

Mobile journalism and its Reflection on Media Practicing

"A Study on a Sample of Arab Journalists in UAE" (2015 – 2017)

بحث لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإتصال (الصحافة والنشر)

إشراف البروفسور

إعداد الطالبة

بدر الدين أحمد إبراهيم

سناء يوسف محمد شاهين

1439هـ - 2018م

إِسْتِهْلَال

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(إِنَّا فَتَحْنَا لَكَ فَتْحًا مُبِينًا (1) لِيَغْفِرَ لَكَ اللَّهُ مَا تَقَدَّمَ مِنْ ذَنْبِكَ وَمَا تَأَخَّرَ وَيُتِمَّ نِعْمَتَهُ عَلَيْكَ وَيَهْدِيَكَ

صِرَاطًا مُسْتَقِيمًا (2) وَيَنْصُرَكَ اللَّهُ نَصْرًا عَزِيمًا (3) . صدق الله العظيم

سورة الفتح، الآيات (1،2،3)

إهداء

إلى أُمي معلّمتي الأولى "متعها الله بالصحة والعافية"

و إلي روح والدي الطاهرة "أسأل الله أن يسكنه فسيح جناته مع النبيين والصديقين والشهداء وحسن أولئك رفيقا"

إلى زوجي العزيز كمال سعيد الذي عاونني وشجعني، إلى أخواني عبد النبي وعبد الحي وعمار وأخواتي رجاء

وأُميرة ، وإلى أستاذي بحر العلم والعطاء البروفسور بدر الدين أحمد إبراهيم، كما أهديه إلى كل زملائي

وزميلاتي وكل من عاونني في أداء هذه الدراسة مع

خالص الشكر وجزيل التقدير

شكر و عرفان

الشكر لله مستوجب الحمد والشكر ،الكريم المنان، ذو الفضل والنعم الذي أعانني علي إجراء هذه الدراسة ، وأسأله تعالى أن يتقبلها عملا صالحا ويجعلها علما نافعا وصدقة جارية ، والحمد له تعالى الذي هيا لي من منابع نعمائه أولئك نفر من الأساتذة الأجلاء الذين كانوا الزاد المعين والدافع القوى وراء إنجاز هذه الدراسة وبلوغها مراحلها النهائية بفضل توجيهاتهم العلمية ومساندتهم المعنوية.

وأخص بالشكر أجدله لمعلمي بحر العلم والعطاء البروفسور بدر الدين أحمد إبراهيم صاحب القدر المعلى في هذا الجهد الذي لم يضمن علي بخبرته الكبيرة فكان خير معلم و موجه حتي بلغت الدراسة مرحلتها النهائية. كما أزجي الشكر الجزيل لرفيق دربي الأستاذ الفاضل كمال سعيد علي الذي تعجز الكلمات حقا عن شكره لتشجيعه الدائم لي للاستمرار في النهل من بحور العلم دون توقف.

والشكر أجدله لمعلمي الدكتور معتصم بابكر المستشار الإعلامي بوزارة الداخلية بدولة قطر ، الدكتور عباس مصطفى صادق بـ "مؤسسة أبوظبي للإعلام" ،الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة بجامعة العين للعلوم والتكنولوجيا ، الدكتور محمد الأمين موسى بكلية الدار الجامعية بدبي، الدكتور عبد المولي موسى بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وأختي التوأم الدكتورة رجاء يوسف شاهين الأستاذ المشارك بجامعة المجمعة بالمملكة العربية السعودية، لتوجيهاتهم القيمة وآرائهم التي أسهمت في إثراء هذه الدراسة و ضبط مسارها .

والشكر موصول للأستاذ سامي الريامي رئيس تحرير جريدة الإمارات اليوم ، والأستاذة مني أبو سمرة رئيس تحرير جريدة البيان، المدرب الإعلامي غلين مولكاهي، المدرب الإعلامي إيفو برووم ، الأستاذ عبد الحفيظ جعوان مراسل قناة العربية من فلسطين ، الأستاذ الإعلامي حامد رعب بتلفزيون أبوظبي والأستاذ عادل الرواتي بإذاعة الجزائر. كما أتقدم بجزيل الإمتنان لجميع افراد أسرتي الكبيرة والصغيرة ، و أزجي جزيل الشكر للإخوة والأخوات بالمكتبة العامة في دبي، مكتبة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ،مكتبة جامعة أمدرمان الإسلامية.

الباحثة

المستخلص

تحقق صحافة المحمول إنتشارا واسعا وسريعا في القطاع، وأصبحت بديلا للعمل الصحفي والإعلامي التقليدي في مؤسسات اعلامية كبرى بالعالم، فيما لا يعلم علي وجه التحديد أثرها وانعكاساتها علي ممارسة المهنة. وهو الجانب الذي يهتم به هذا البحث الذي يحمل عنوان: "صحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الاعلامية" دراسة علي عينة من الإعلاميين العرب تم إختيارهم بطريقة عمدية غير منتظمة من الاعلاميين العرب العاملين بمؤسسات إعلامية بدولة الإمارات العربية المتحدة، وإختيرت هذه المؤسسات بطريقة عشوائية في إطار عمدي. خلال الفترة من 2015م- 2017م . يشتمل البحث علي جانبين نظري وعملي تم تقديمهما عبر خمسة فصول، يضم كل منها ثلاثة مباحث، تقدم توصيفا واقعيا لصحافة المحمول مفهومها وممارسة، بالتركيز علي تعريف صحافة المحمول، وطرق ممارستها، وأساليب التغطية بإستخدام المحمول، والدوافع وراء توجه الإعلاميين لاستخدامها، والمهارات المطلوبة لإنجازها، وكشف إنعكاساتها علي الممارسة الإعلامية. كما تضمنت أدبيات البحث خصائص وسمات صحافة المحمول ونشأتها وتطورها في العالم والدول العربية وأوضحت مرتكزات ممارسة صحافة المحمول وأخلاقياتها. مستخدمة في ذلك المنهج الوصفي والتاريخي.

خلصت الدراسة إلى نتائج، أثبتت إن لصحافة المحمول دور إيجابي في تطوير أداء الإعلاميين لمهامهم العملية ، وفي الوقت ذاته لا تخلو من سلبيات تتعلق جلها بأخلاقيات الممارسة الإعلامية ، كما أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول تمثل المرحلة الأولى من الصحافة الذكية. وفي ضوء النتائج أوصت الباحثة بعدد من التوصيات منها : ضرورة استخدام صحافة المحمول و الإستفادة من مزاياها العديدة في تطوير أداء المهنة بالإضافة إلى ضرورة التحقق والتدقيق في محتوى صحافة المحمول، للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي وإنتشار الأخبار الكاذبة، كما أوصت بتعزيز قدرات الإعلاميين وتأهيلهم في مجال صحافة المحمول، وأوصت ضرورة إجراء مزيد من الدراسات والبحوث حول "الصحافة الذكية" التي تعد "صحافة المحمول" أولى مراحلها.

Abstract

Mobile journalism "Mojo" is rapidly spreading in this sector and has become a substitute for the practice of traditional journalism in major media organizations around the world, while it is not particularly aware of its impact and influence on the practice of the profession. This study, entitled "Mobile Journalism "Mojo" and its Implications for Media Practice", study of a sample of Arab journalists randomly selected from Arab journalists working in media organizations in the United Arab Emirates. During the period " 2015 - 2017". The research includes theoretical and practical aspects. It includes five chapters, each of which contains three topics. It provides a realistic description of the concept and practice of the mobile press, focusing on the definition of mobile journalism, Effects on media practice. The research publications included the characteristics and characteristics of mobile journalism, its origin and development in the world and Arab countries, and explained the basics .and ethics of mobile journalism. Use descriptive and historical approach

The study found that the mobile journalism plays a positive role in developing the performance of media professionals in their practical tasks, and negative aspects related to the ethics of the practice of media work

In light of the results, the researcher recommended a number of recommendations, including the importance of using "Mojo" and benefit from its many advantages in developing the performance of the profession and the importance of the review the content of the mobile journalism to reduce the phenomenon of disinformation and dissemination of false news, and also recommended strengthening the media capacity and rehabilitation in the field It recommended further studies and research about "Smart journalism", which "mobile journalism " its early phase

قائمة الموضوعات

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	الآية	أ
2	الإهداء	ب
3	الشكر و التقدير	ج
4	مستخلص البحث	د
5	مستخلص البحث باللغة الإنجليزية(Abstract)	هـ
6	فهرس الموضوعات	و
	الفصل الأول: الإطار المنهجي	
7	المقدمة	2
8	أسباب ودوافع إختيار موضوع الدراسة	3
9	أهداف البحث	4
10	مشكلة البحث	5
11	تساؤلات البحث	5
12	منهج البحث	7-6
13	أدوات جمع البيانات	8
14	مجتمع البحث	10-9
15	مصطلحات البحث	14-12
16	الدراسات السابقة	21-14
17	النظريات الموجهة للبحث	27-21
18	صعوبات البحث	27
	الفصل الثاني: الإعلام الجديد و تقنياته	
19	المبحث الأول: الإعلام الجديد المفهوم والخصائص و الأنواع	48-30
20	المبحث الثاني: التقنيات الحديثة وانعكاساتها علي الإعلام الجديد	68-49
21	المبحث الثالث: نشأة الهواتف وتطورها	90-69
	الفصل الثالث: صحافة المحمول	
22	المبحث الأول: صحافة المحمول- المفهوم و الأنواع	115-93
23	المبحث الثاني: صحافة المحمول النشأة و التطور	137-116
24	المبحث الثالث: أساليب التغطية الإعلامية في صحافة المحمول	158-138
	الفصل الرابع: مرتكزات ممارسة صحافة المحمول	
25	المبحث الأول: الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول	181-161
26	المبحث الثاني: تطبيقات صحافة المحمول	199-182
27	المبحث الثالث: ممارسة صحافة المحمول	222-200
	الفصل الخامس : الدراسة التطبيقية	
28	أولا: نبذة عن واقع الإعلام في دولة الامارات العربية المتحدة	228-225
29	ثانيا: مجتمع الدراسة	229
30	ثالثا: عرض وتحليل الإستبانة	295-234
31	رابعا : النتائج و التوصيات	300-296
32	المراجع و المصادر	325-303
33	الملاحق	

قائمة الجداول

الرقم		الصفحة
1	الجدول رقم (1) يوضح نسبة الذكور والاناث للعينة	236
2	الجدول رقم (2) النسبة المئوية لأعمار العينة	237
3	الجدول رقم (3) المستوى التعليمي للعينة	239
4	الجدول رقم (4) طبيعة عمل افراد العينة	240
5	الجدول رقم (5) الخبرة العملية	242
6	الجدول رقم (6) المؤسسة التي يعمل بها افراد العينة	243
7	الجدول رقم (7) نتائج معامل الثبات والصدق الذاتي	244
8	الجدول (8 - 9) مفهوم المحمول من وجهة نظر أفراد العينة	245-246
9	الجدول رقم (10-11) إنتاج ونشر وعرض التغطيات الصحفية	251-252
10	الجدول رقم (12-13) نوع التغطية الصحفية	254-255
11	الجدول رقم (14-15) أشكال التغطية الصحفية و تحريرها	258-259
12	الجدول رقم (16-17) دوافع ومبررات إستخدام المحمول في الصحافة	262-263
13	الجدول رقم (18-19) الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول	267-268
14	الجدول رقم (20-21) التحديات التي تواجه صحافة المحمول	271-272
15	الجدول رقم (22-23) سلبيات صحافة المحمول	276-277
16	الجدول رقم (24-25) مميزات صحافة المحمول	280-281
17	الجدول رقم (26-27) إنعكاساتها صحافة المحمول على ممارسة المهنة	284-285

قائمة الأشكال

الرقم	الموضوع	الصفحة
18	الشكل (1) يوضح نسبة الذكور والاناث للعينة	236
19	الجدول رقم (2) النسبة المئوية لأعمار العينة	237
20	الجدول رقم (3) المستوى التعليمي للعينة	239
21	الجدول رقم (4) الخبرة العملية	240
22	الجدول رقم (5) مكان العمل	243

الفصل الأول

الإطار المنهجي

المقدمة :

تحدث تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات تحولات ضخمة في مجال العمل الإعلامي وطرق ممارسته، ويتجلى هذا الأمر بوضوح في المحمول وتطور تطبيقاته ما أفضى إلى ظهور صحافة المحمول. التي باتت تحقق إنتشارا سريعا وسط الإعلاميين المحترفين والهواة علي حد سواء حتي أنها أضحت الخيار المفضل لدي الكثير منهم.

تبلورت فكرة البحث من خلال ملاحظات الباحثة التي تعمل في المجال الإعلامي بدولة الإمارات بأن صحافة المحمول تحقق انتشاراً سريعاً بين الإعلاميين المحترفين والهواة علي حد سواء، فيما لاتزال العديد من التساؤلات تبحث عن إجابة بشأن هويتها ومفهومها، والطرق والأساليب المناسبة لممارستها، وانعكاساتها على المهنة وممارسيها وعلي مستقبل العمل الإعلامي وأخلاقياته في ظل التغيرات التي فرضتها والتحولات التي أحدثتها في مجال الممارسة الإعلامية .

إنطلاقاً من هذا الواقع فإن صحافة المحمول تعد ظاهرة تستحق الدراسة، خاصة وأن مؤشرات عامة ترجح بأن تقود صحافة المحمول إلى تغييرات مهمة في العمل الإعلامي وطرق ممارسته، مما يكون لها انعكاساتها علي قطاع الإعلام وشروط ممارسة المهنة. فضلا عن أن صحافة المحمول من الموضوعات البكر التي تعاني شحا في المراجع والدراسات.

أسباب ودوافع إختيار موضوع البحث:

هناك عدة دوافع جعلت الباحثة تهتم بدراسة صحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الإعلامية أبرزها أن صحافة المحمول تعد ظاهرة حديثة، تحقق إنتشارا سريعا وملحوظا علي المستويين العالمي والعربي، فيما لا يعرف مدى تأثيرها و إنعكاساتها علي مستقبل الإعلاميين المحترفين وعلى المهنة وأخلاقياتها وأساليب ممارستها مما يستوجب التصدي لها بالبحث العلمي لكشف الحقائق المرتبطة بهذه الجوانب والتي تمس في مجملها واقع الإعلام ومستقبله.

بالإضافة إلى أهمية مواكبة التطورات والمستجدات التي يشهدها القطاع الإعلامي والتعرف علي تأثيراتها علي القطاع والعاملين فيه. وما تحدثه صحافة المحمول من تغيرات مؤثرة في مجال العمل الإعلامي و طرق ممارستها. فضلا عن شح البحوث والدراسات العلمية التي تتناول صحافة المحمول.

كما يأتي البحث استجابة لتوصيات خبراء و أكاديميين بضرورة إجراء بحوث علمية حول صحافة المحمول للتعريف بها، ودراسة أبعادها وانعكاساتها علي أداء المهنة. وبناء علي كل ما سبق، تتطلع الباحثة إلى التعريف بماهية صحافة المحمول ورصد وجهات النظر العلمية والمهنية حول مفهومها، والكشف عن دوافع استخدامها، مدى إمكانية اعتبارها نوعا صحفيا جديدا وحديثا، الوقوف علي مجالات إستخدامها والتحديات التي تواجهها، التعرف علي مزاياها وسلبياتها، مدى اعتماد الإعلاميين عليها في تغطياتهم الإعلامية، والتعرف علي إنعكاساتها علي أدائهم لمهنتهم.

تتضمن الدراسة قسمين رئيسيين هما: أولا: الإطار النظري الذي يستعرض بالتفصيل أدبيات الدراسة التي تناولت الإعلام الجديد كمدخل لصحافة المحمول، ومن ثم صحافة المحمول، المفهوم، والخصائص، ومراحل النمو والتطور، كما يتضمن التغطية الصحفية في صحافة المحمول، وما يتضمنه من متطلبات وشروط، الي جانب تطبيقات صحافة المحمول. كما تناولت الدراسة الضوابط الأخلاقية والمهنية

لممارسة صحافة المحمول. ثانيا : الدراسة التطبيقية التي تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة ونتائج الدراسة والتوصيات والمراجع والمصادر .

أهمية البحث :

تم اختيار موضوع البحث الذي يتناول صحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الاعلامية نظرا لأهميته التي تتضح في مختلف جوانب هذا البحث وأبرزها: حداثة موضوع البحث، وندرة البحوث التي تناولت صحافة المحمول رغم أهميتها علي مستوى العالم والوطن العربي علي حد سواء، حيث لا تزال المعلومات شحيحة بشأن صحافة المحمول، ولا يعرف الكثير عن ماهيتها وخصائصها ونشأتها وتطورها و انعكاساتها علي ممارسة المهنة.

يكشف البحث التغيرات التي تفرضها صحافة المحمول علي مهنة الصحافة، وشروط العمل في هذا المجال، ومستقبل الإعلاميين التقليديين إزاء التغيرات التي ستفرضها علي بيئة العمل.

يستمد البحث أهميته من أهمية الصحافة في حياة المجتمعات وتأثيرها اليومي والمباشر علي المواطنين. كما يكتسب أهميته كونه يقدم للصحفيين شرحا وافيا حول طرق وأساليب إنتاج الأخبار عبر الأجهزة المحمولة التي تعد خيار ٧٠% من مستهلكي الأخبار والمعلومات في عصرنا إذ يعتمدون عليها في البحث عن الأخبار.

أهداف البحث:

تسعى الباحثة من خلال تناولها لصحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الاعلامية الي تحقيق الاهداف التالية:

١. التعريف بصحافة المحمول ومدى اعتبارها نوعا صحفيا حديثا
٢. تقويم مدى استفادة الإعلاميين العرب من إمكانيات المحمول في أداء مهامهم الاعلامية.

٣. الكشف عن التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي والمفاهيم الجديدة التي ادخلتها إلى مجال العمل الإعلامي ؟
٤. الكشف عن التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في أساليب ممارسة المهنة؟
٥. التوصل إلى نتائج وتوصيات تمكن الإعلاميين من الاستفادة القصوى من مزايا وإمكانيات المحمول في التغطيات الإعلامية.
٦. إثراء المكتبة العربية، خاصة وإن هذا البحث يعد من البحوث القليلة التي تصدر لدراسة صحافة المحمول.

مشكلة البحث:

يمر القطاع الإعلامي بتغيرات سريعة ومهمة في تاريخه منذ بداية القرن الحادي والعشرين بفضل التطور التكنولوجي في قطاعي المعلومات والاتصالات، والذي قاد إلى إبتكار أجهزة محمولة (الهاتف الذكي والكومبيوترات اللوحية الذكية) ذات إمكانيات متعددة ، سرعان ما لفتت إليها أنظار الإعلاميين فشرعوا في استخدامها. ويشكل هذا التوجه ظاهرة جديدة، لم يشهدها الإعلام من قبل، مما دفع الباحثة للتقصي والبحث حولها. ويمكن صياغة مشكلة هذا البحث ومركزه الرئيس في التالي: ما هي صحافة المحمول؟ وما انعكاساتها علي الممارسة الإعلامية؟ وما التغيرات التي أحدثتها في بيئة العمل الصحفي وما تأثيرها علي مستقبل العمل الصحفي وأساليب ممارسة المهنة .

تساؤلات البحث :

١. ما مدى إعتبار صحافة المحمول نوعا صحفيا حديثا ؟
٢. ما إنعكاساتها صحافة المحمول علي أداء الإعلاميين ؟
٣. ما مدى التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في أساليب ممارسة المهنة؟
٤. ماهي المفاهيم الجديدة التي أدخلتها صحافة المحمول إلى مجال العمل الإعلامي ؟

٥. ما انعكاس صحافة المحمول علي مستقبل الإعلاميين المحترفين وبقائهم في المهنة؟

٦. ما التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي ؟

٧. ما الدوافع وراء استخدام الإعلاميين العرب لصحافة المحمول ؟

٨. إلى أي مدى إستفاد الإعلاميون العرب من مزايا المحمول " في ممارسة مهامهم الإعلامية؟

٩. ماهي التحديات التي تواجه صحافة المحمول ؟

١٠. ما مزايا صحافة المحمول ؟

١١. ما سلبيات صحافة المحمول ؟

فرضيات البحث :

في إطار السعي لإيجاد حل لمشكلة البحث وتحقيق أهدافه يسعى البحث للإثبات الفرضيات التالية:

١/ يفترض البحث أن صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث تمثل المرحلة الأولى لـ"صحافة الذكية"

٢/ هناك دلالات إحصائية تؤكد ضعف إستفادة الإعلاميين من صحافة المحمول

٣/ يوجد تأثيرات كبيرة لصحافة المحمول علي أداء الإعلاميين.

منهج البحث : يعرف المنهج اصطلاحاً بأنه :عبارة عن مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات التي يستعين بها الباحث في تنظيم النشاط الانساني الذي يقوم به من أجل البحث(مصطفى السيد،٢٠٠٢،ص٦) وقد وظفت الباحثة اكثر من منهج علمي للوصول الي تقييم وتحليل دقيق لمشكلة البحث، حيث استخدمت المناهج التالية:

أولاً: المنهج الوصفي التحليلي :

يركز علي وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة وتستهدف تصوير وتحليل وتقويم

خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المعلقة بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الاحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول علي معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في اسبابها أو الحكم فيها أو بهدف تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة اخرى من الظواهر (سمير محمد حسين، ١٩٧٦م، ص ١٢٣) وقد استخدمته الباحثة للأسباب التالية:

١. تعتبر هذه الدراسة في إطارها العام من نوع الدراسات الوصفية التي تقترض الرجوع إلى هذا المنهج.

٢. الاستفادة منه في وصف مفهوم وخصائص صحافة المحمول ومميزاتها وسلبياتها

٣. بإعتباره منهجا مناسباً لكشف أساليب الممارسة حيث تستفيد منه الباحثة في

كشف إنعكاساتها صحافة المحمول علي اداء المهنة

٤. لإرتباط هذا المنهج بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف و الآراء وتحليلها

وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، اما بتصحيح هذا الواقع، أو

تحديث أشكاله، أو تطويره، وهذه الاستنتاجات تمثل فهما للحاضر ويستهدف

توجيه المستقبل.

٥. التعرف علي مجتمع الدراسة وخصائصه، والبحث في إستخدامات المحمول

الإعلامية بهدف التوصل إلى توصيات ومقترحات تساعد في تطويرها مستقبلاً.

ثانياً: المنهج التاريخي

استخدمت الباحثة المنهج التاريخي الذي يشير إلى تصنيف ما مضي من وقائع

وأحداث، ويحللها ويفسرها علي أسس علمية ومنهجية دقيقة بقصد التوصل إلى

جذور القضية، بحيث تساعد علي فهم الماضي بالإضافة لفهم الحاضر والتنبؤ

بالمستقبل. وقد استخدمته الباحثة في رصد مراحل تطور المحمول و نشأة وتطور

صحافة المحمول.

أدوات جمع البيانات:

للإحاطة بموضوع الدراسة ومعالجة كافة جوانبها وصولاً إلى نتائج وتوصيات قيمة بشأنها فقد استخدمت الباحثة عدد من أدوات جمع البيانات وفقاً لطبيعة البحث وأهدافه وما يطرحه من تساؤلات، ونستعرض هذه الأدوات فيما يلي:

١/ الملاحظة

يكتسب الإنسان الكثير من المعارف والمهارات نتيجة الملاحظة لسلوك الآخرين، ولكن لا يعتمد على الملاحظة بوصفها أسلوباً علمياً لجمع البيانات بشكل منظم ومنهجي ودقيق بحث تقدم نتائج صادقة وثابتة للملاحظة. (عبد الحميد، ١٩٩٢م، ص ١٢١) يقصد بها في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب. واستفادة الباحثة من هذه الأداة في تكوين فكرة البحث وموضوعه كما استخدمتها في تأكيد و نفي معلومات حول موضوع الدراسة.

٢/ المقابلة

تعرف بأنها محادثة هادفة (سمير محمد حسين، ١٩٧٦م، ص ١٢١) وتتنوع المقابلة بتنوع استخداماتها، ووظيفتها، وأسلوبها، وجمهورها. أجرت الباحثة عدد من المقابلات، مع بعض المتخصصين وأصحاب الخبرة العملية والعلمية في مجال صحافة المحمول، بغرض الاستفادة من آرائهم في إثراء الجانب النظري والتحليلي للبحث، و في التشخيص و المعالجة الكلية لمشكلة البحث وأهدافها وتساؤلاتها. و إنطلاقاً مما ذكر، تم صياغة الأسئلة التي تم توجيهها إلى أشخاص تم اختيارهم بعناية لإجراء المقابلة معهم وبعد ذلك تم الإتصال بهم لإجراء المقابلة والحصول على المعلومات المطلوبة.

٣/ الإستبانة: questionnaire

وهي إحدى الأدوات الرئيسية في العلوم الاجتماعية لجمع البيانات في إطار المسوح ميدانية التي تتخذ من الجمهور مفردات بحثية تستطلع رأيها أو تتعرف علي مواقفها بشأن قضية وأحداث محددة. (اللبان، عطية، ٢٠١٢م، ص ١١٢). إستخدمت الإستبانة في التعرف علي صحافة المحمول، استخداماتها من جانب الصحفيين العرب بدولة الإمارات، واكتشاف مميزات، سلبياتها والتحديات التي تواجهها وانعكاساتها على ممارسة المهنة.

٤/ البيانات الثانوية :

إعتمدت الباحثة علي المصادر والمراجع والكتب والدوريات العربية رغم شحها مما إضطرها لترجمة من مراجع إنجليزية متصلة بموضوع الدراسة من الناحية النظرية والمعرفية، كما استفادت من أطروحات الدراسات العليا في المجالات المتصلة بالبحث الحالي. (حجاب.محمد: ٢٠٠٦، ص ١٤١) الي جانب مقالات لمتخصصين في مجال صحافة المحمول والجوانب المتصلة بها في إثراء البحث بالمعلومات والحقائق حول صحافة المحمول.

مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه المجتمع الأكبر أو مجموعة من المفردات التي يستهدف البحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة وفي هذه الدراسة فإنها تتمثل في الإعلاميين العرب . (عبد الحميد.محمد: ٢٠٠٠، ص ١٢٠)

عينة البحث :

تعد عملية إختيار العينات في البحث العلمي، من الخطوات الأساسية التي تسهم في جمع البيانات والمعلومات، عن مجتمع الدراسة الأصلي، الذي تجري عليه عملية البحث، ومن ثم تحليل النتائج وتعميمها. وقد إستهدفت الباحثة بطريقة عمدية غير منتظمة، الإعلاميين العرب، وتم إختيارهم من العاملين بمؤسسات إعلامية بدولة الإمارات العربية المتحدة، وإختيرت هذه المؤسسات بطريقة عشوائية.

أسباب إختيار العينة:

يشكل الإعلاميون العرب بدولة الإمارات، مجتمعاً مصغراً للصحفيين العرب في الدول العربية ، حيث يعمل المئات منهم، بمؤسسات إعلامية عربية وأجنبية بالدولة ، مما يجعلها مجتمعاً مناسباً لإجراء هذا البحث. كما جاء الإختيار، نسبة للإنتشار الواسع للمحمول في أوساط الإعلاميين بالإمارات، بإعتبارهم جزء من سكان الدولة، التي تحتل المركز الأول عالمياً من حيث إنتشار استخدام الهواتف الذكية(صحيفة البيان، ٢٠١٥). وإلى جانب ذلك :

- تمثل هذه العينة تخصصات صحفية وإعلامية مختلفة من مستخدمي المحمول، مما تمثل إطاراً واسعاً للبحث ويرسم صورة تقريبية لمجتمع الدراسة ككل.

- تقيم الباحثة بإمارة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة مما يمكنها من الإلتقاء بالعينة وتوزيع الإستبانة وجمعها بسهولة.

الإطار الزمني للبحث:

يغطي هذا البحث الفترة الزمنية من ٢٠١٥ - ٢٠١٧ م ، وجاء إختيار الباحثة لهذه الفترة الزمنية للأسباب التالية:

١/ تمثل هذه الفترة مرحلة تحول مهمة في تاريخ الصحافة بتوجهها نحو الأجهزة المحمولة

٢/ بدأ خلال الفترة إن يكون لصحافة المحمول انعكاسات علي ممارسة المهنة .

٣/ ترسخت خلال هذه الفترة العديد من مشاريع البني التحتية المتطورة لاستخدامات الهاتف المحمول بالدول العربية ومنها دولة الإمارات كما انتشر استخدام الهواتف الذكية في جل التعاملات الحياتية بالمنطقة خاصة في مجال الإعلام.

الإطار المكاني :

اختارت الباحثة (دولة الإمارات العربية المتحدة) كإطار مكاني للدراسة، وذلك للأسباب التالية:

١/ توجد بها عدد من المدن الإعلامية التي تضم عشرات المؤسسات الإعلامية العربية، يعمل بها مئات من الإعلاميين العرب ، وبذلك فهي تمثل مجتمعا مصغرا لتجمع الإعلاميين العرب، ما يجعله المكان الأمثل لإجراء هذا البحث الذي يستهدف الإعلاميين العرب.

ب/ تتم معظم المعاملات في دولة الإمارات عبر الأجهزة المحمولة حيث تستخدم في كافة التعاملات الحكومية والخاصة، وهو نهج تتبعه الدولة منذ تبنيها لنظام "الحكومة الذكية" الذي تم إطلاقه عام ٢٠١٣م، كأول دولة عربية تطبيق هذا النظام ، معتمدة في ذلك علي بنية تحتية قوية لشبكة الاتصالات النقالة، فضلا عن "إن ٩١% من سكانها يمتلكون هواتف ذكية، ويستخدم ٨٤% منهم الإنترنت من خلال الجهاز النقال"، كل ذلك يمهد الطريق لنمو وتطور الصحافة ووسائل الإعلام الرقمية النقالة.

ج/ تستضيف دولة الإمارات العربية المتحدة سنويا العديد من المؤتمرات والمناسبات الكبرى التي يتوافد إليها خبراء في مجال الإعلام ومترسين في صحافة المحمول من مختلف دول العالم وبذلك فهي مكانا مناسباً للقاء بهم و الإستفادة من آرائهم وتوجيهاتهم لأثراء هذا البحث.

ج/ جاء الاختيار بسبب إقامة الباحثة بدولة الإمارات.

مفاهيم و مصطلحات:

(إن تحديد المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع الدراسة، أمر ضروري، فدلالة الكلمات الرمزية غالبا ما تتسم بالمرونة إلى درجة كبيرة، وقد يساء فهم الكلمات التي تنقل فكرة واحدة. فقد يواجه البحث ظاهرة معينة أو موقفا أو حدثا ولا يجد كلمة تحمل المعنى الحقيقي لوصف هذه الظاهرة، لهذا كان من الضروري إن يحدد الباحث المعنى الذي يقصده من الكلمات التي يستخدمها تحديدا دقيقا). (حسين.سمير: ١٩٧٦، ص ١٢٣) وفيما يلي نسرّد بعض مفاهيم ومصطلحات الدراسة التي تحتاج إلى التوضيح:

١. المحمول: لغويا : المحمول اسم مفعول من حمل ، محمول علي الأكتاف:

مرفوع، المحمول اصطلاحا: اجهزة الاتصالات التي تحمل باليد كالهواتف والكومبيوتر اللوحي. المعنى الإجرائي: المحمول أو الاجهزة المحمولة : أينما وردت في هذا البحث فإنها تتصرف لتشمل (الهاتف الذكي smart phone والكومبيوترات اللوحية الذكية Tablets)

٢. صحافة المحمول: مصطلح يقصد به الصحافة التي تستخدم (الهاتف الذكي

والكومبيوتر اللوحي)

٣. انعكاسات : المعنى اللغوي: المفرد انعكاس ، انعكس "فعل" ، ينعكس "

مفعول" ، انعكس الشيء عليه: ظهر أثره عليه. المعنى الإجرائي : ظهر أثره عليه

٤. نفوذ المعنى اللغوي : السلطان والقوة ، المصدر نفذ، ويقال: فلان ذو نفوذ:

اي ذو سطوة. المعنى الاصطلاحي : مصطلح تقني شائع الإستخدام في البيئة الرقمية، يقصد به الشخصيات أو المؤسسات التي تحظى بمتابعة أعداد

غفيرة من الناس مما يكسبها قوة وسطوة في المجتمع الرقمي. المعني الإجرائي: يتفق مع المعني الاصطلاحي

منصة : لغويا : كرسي مرتفع أو سرير يعد للخطيب ليخطب، أو للعروس (منبر) ، يقابله بالإنجليزية platform ، منصة إعلامية : Media platform . المعني الاصطلاحي : أي وسيلة تجمع طرفين ببعضهما مثال شخصين يلتقون عبر الهاتف المحمول إذ هو منصة. المعني الإجرائي : موقع أو موضع يمكن من خلاله نشر المحتوى الإعلامي مثل (المحمول)، (المواقع الإلكترونية)

المحتوى: لغويا : أحتوى الشيء/ أحتوى علي الشيء ضمه واشتمل عليه. الاصطلاحي : المضمون ويقابله بالإنجليزية content ، يضم كلمات وصور وصوت وحقائق وأفكار. وجاء إستخدامه في البحث بمعني المضمون الإعلامي الذي يتم عرضه في المواقع الإلكترونية أو المحمول

٥. الممارسة الإعلامية : لغويا : هي طريقة العمل أو طريقة يجب إن يتم بها العمل . المعني الاصطلاحي : مزولة المهنة . المعني الإجرائي: مطابق للمعني الإجرائي

٦. التطوير: في اللغة هو مصدر الفعل طور، يطور، تطويرا فهو مطور، ويعني التعديل والتحسين إلى ما هو أفضل. تطوير منتج: إضافة مواد إضافية إلى جزء الحالي من المنتج . وأينما وردت كلمة تطوير في هذا البحث نقصد بها النمو الإيجابي أي الإنتقال من حال إلى حال أفضل.

٧. الذكاء: لغويا: سرعة الفهم وتوقده أي سرعة الوصول إلى الهدف . وهو مصطلح يشمل القدرات العقلية علي التحليل والتخطيط وحل المشاكل. المعني الإجرائي يتفق مع الإصطلاحي ويقصد به الذكاء الإصطناعي: أي قدرة الآلة أو الجهاز، على أداء بعض الأنشطة التي تحتاج إلى ذكاء.

٨. موجو MOJO : لغويا : عبارة انجليزية وهي إختصار لكلمتي Mobile Journalism وهو مصطلح يقصد به صحافة المحمول حيث أخذ الحرفين الأول والثاني من كلمة "موبايل" والثالث والرابع من "جورنالزم" أي صحافة الموبايل(المحمول). وهو المعني الإجرائي المستخدم في هذا البحث، كما تطلق كلمة MOJOS علي الإعلاميين الذين ينجزون مهامهم العملية باستخدام المحمول.

الدراسات السابقة:

رغم النمو الذي تحققه صحافة المحمول عربيا وعالميا، إلا أن الباحثة لم تجد إلا نذراً يسيراً من الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث والراجح أن السبب في ذلك يعود إلى حداثة تجربة صحافة المحمول علي مستوى العالم. وقد حرصت الباحثة علي الاطلاع علي هذه الدراسات بغية التعرف علي معلومات حول القضية البحثية وكيفية بحثها، بإعتباره أمراً يثري فكرها من الناحيتين النظرية و المنهجية، و تمكنت الباحثة من التعرف علي إيجابيات هذه الدراسات والوقوف علي سلبياتها وبعض الجوانب التي تحتاج إلى مزيد من البحث والتدقيق، وتتمثل هذه الدراسات في الآتي:

أولا الدراسات العربية:

الدراسة الأولى بعنوان: "استخدام الهواتف المحمولة في تعزيز الوصول إلى المحتوى الرقمي العربي: دراسة لمتطلبات النشر الا سلوكي ومقوماته" ورقة بحثية قدمت في مؤتمر المحتوى العربي في الإنترنت التحديات والطموحات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ،الرياض ،في الفترة من ٥-٧ أكتوبر ٢٠١١م. (السيد، أمانى، ٢٣، ٢٠١١)

مشكلة البحث: تمثلت استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي للتعرف علي مجتمع الدراسة وخصائصه. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف علي مدى توفر مقومات إستخدام الهواتف المحمولة في بث المحتوى لدي مؤسسات صناعة المحتوى الرقمي العربي ، ورصد أسباب التباطؤ في إستخدام المحمول في بث المحتوى لدي مؤسسات صناعة المحتوى الرقمي العربي ، كما تهدف إلى تحديد المشكلات التي تنجم عن إستخدام الهاتف المحمول في بث المحتوى الرقمي وأساليب التغلب عليها، واثارة الوعي بمميزات النفاذ للمحتوى الرقمي العربي من خلال الهاتف المحمول ومتطلباته. توصلت إلى إن المحتوى العربي المتاح عبر الهواتف المحمولة لايزال ضعيفا وأوصت بالمزيد من الدراسات في هذا الجانب لتوفير المحتوى الرقمي وتعزيز فرص الوصول بتطوير خدمات الإنترنت في المنطقة العربية.

مقارنة البحث مع الدراسة السابقة: تلتقي الدراستان في إستخدام الهواتف المحمولة في توصيل المحتوى رغم اختلاف نوعية المحتوى في كل منهما حيث تهتم الدراسة بالمحتوى العربي بشكل عام فيما يهتم البحث الحالي بالمحتوى الإعلامي علي وجه الخصوص. يتفق البحثان علي أهمية توظيف الهواتف الذكية في تعزيز الوصول إلى المحتوى.

موقف الدراسة الحالية والإضافة العلمية المرجوة : يمثل هذا البحث امتدادا للدراسة السابقة في إستخدامات المحمول. و تطبيق لأحد توصياتها الدعاية إلى إجراء مزيد من البحوث والدراسات حول إستخدامات المحمول. الدراسة السابقة تناولت إستخدام الهواتف المحمولة في تعزيز الوصول إلى المحتوى الرقمي. فيما تتناول الدراسة الحالية صحافة المحمول وانعكاساتها علي أداء المهنة.

الدراسة الثانية: بعنوان " الممارسة المهنية الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها" دراسة ميدانية علي عينة من الصحف والإعلاميين في المملكة العربية السعودية دراسة

مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، قسم الإعلام، ٢٠١٠م. هدفت الدراسة إلى وصف واقع الممارسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية والعوامل المؤثرة فيها، إلى جانب التعرف على رؤية قيادات العمل الإعلامي لمستقبل الممارسة الإعلامية في الصحف السعودية. تنتمي الدراسة إلى نوعي البحوث الكيفية والكمية، وقد خلصت إلى إن الصحف السعودية مستقرة مهنيًا وتقنيًا ولكن هناك تجاوزات أخلاقية وتدني في مهارات الكتابة، كما أشارت إلى إن الصحف السعودية تعتمد على خمسة أساليب رئيسية وهي أسلوب المجاملة، الوصف، المقارنة، النقد، التسويق وترويج الأفكار المواقف والخدمات. (الجمعية أحمد، ٢٠١٠، ٢٦).

مقارنة البحث مع الدراسة السابقة: تركز هذه الدراسة على دراسة واقع الممارسة المهنية الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها في المملكة العربية السعودية، وقد استفاد البحث الحالي منها في التعرف على العوامل التي تؤثر على ممارسة مهنة الصحافة.

موقف الدراسة الحالية و الإضافة: يختلف البحث الحالي عن الدراسة السابقة في المشكلة والهدف حيث تتمثل مشكلة البحث في التعرف على صحافة المحمول وانعكاساتها على الأداء مهنة الصحافة

الدراسة الثالثة: دراسة ميدانية بعنوان: "التأثيرات الإعلامية للتكنولوجيا المستخدمة في بيئة العمل الإعلامي، بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية العمانية ، رسالة ماجستير، غير منشورة ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، (العبدى إبراهيم، ٢٠٠٣، ص ١٢٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التكنولوجيا الحديثة على العاملين في المؤسسات الإعلامية العمانية، حيث أجرى الباحث دراسة استكشافية وصفية لتحديد

تأثير التكنولوجيا علي العاملين في صحيفتي " عمان، والوطن)، وتم توزيع إستثمارات الإستبانة علي العاملين بالصحيفتين مجال الدراسة في أبريل ٢٠٠٢م وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: وجود عدد من المخاطر المحيطة بالعاملين في المؤسسات الإعلامية العمانية، خاصة المتعاملين مع تكنولوجيا الحاسب الآلي، وضرورة سن التشريعات التي تنظم العمل في المؤسسات الإعلامية العمانية بغرض الحفاظ علي صحة وسلامة العاملين بها، بما يعكس الغياب الإداري بهذه النقطة، وكذلك غياب الضمانات الإعلامية التي توفرها المؤسسات الإعلامية العمانية للصحفيين العاملين بها.

مقارنة البحث مع الدراسة السابقة: تناولت الدراسة السابقة تأثيرات التكنولوجيا الحديثة علي العاملين في المؤسسات الإعلامية في سلطنة عمان، أما البحث الحالي فيتناول إنعكاساتها المحمول وصحافته علي الأداء الإعلامي. تتفق الدراستان في ضرورة سن مزيد من موانئ الشرف التي من شأنها تنظيم ممارسة المهنة. **موقف الدراسة الحالية والإضافة:** تختلف هذه الدراسة عن سابقتها في المشكلة والهدف حيث إن مشكلة البحث في الدراسة الحالية تتمثل في التعرف علي صحافة المحمول وانعكاساتها علي مزولة المهنة. و بالتالي فإنها تتناول مجالا جديداً لم تتناوله الدراسة السابقة.

الدراسة الرابعة: بعنوان: " التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة ، رسالة ماجستير، مركز الدراسات الإعلامية بجامعة ويلز. هدفت الدراسة إلى الربط بين التطور والتقدم وحدث تغيير في ثقافة وعقلية الأشخاص الذين يزاولون المهنة ويتعاملون مع التكنولوجيا، بإعتبار إن التقدم والتطور لا يتحققان في صحافة بمجرد إمتلاكها للتكنولوجيا فقط. اعتمدت الدراسة علي المنهج المقارن في المقارنة بين الصحف العربية التي تصدر في الإمارات مع تلك التي تصدر باللغة الإنجليزية،

وتوصلت إلى نتائج أهمها: تبني الصحف اليومية التسعة الصادرة في دولة الإمارات العربية المتحدة للتكنولوجيا الحديثة في مجالات العمل الإعلامي كافة، كما أكدت إن التدريب المسبق للعاملين الذين سيستخدمون التكنولوجيا في صناعة الصحف يمثل ضرورة، وإن التكنولوجيا خفضت من تكاليف ونفقات العمل الإعلامي بدرجة كبيرة. (راشد إبراهيم، ١٩٩٩، ص ٦٧)

مقارنة البحث مع الدراسة السابقة: تتناول صناعة الصحافة في الإمارات ودور التكنولوجيا في تطويرها وخلصت إلى أن التطور لا يتم بإستخدام التكنولوجيا فقط ما لم يواكبه تطور في العقلية التي تدير هذه التكنولوجيا ، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في إن التطور يتم عبر التكنولوجيا ومستخدميها وذلك عبر التدريب والتأهيل لهم.

موقف الدراسة الحالية والإضافة: تتناول الدراسة السابقة دور التكنولوجيا في صناعة الصحف ، مستخدمة في ذلك المنهج المقارن فيما تتناول الدراسة الحالية صحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الإعلامية، بإعتبارها إحدى مستحدثات التكنولوجيا، مستخدمة المنهج الوصفي ، وبذلك فإن الدراستان تختلفان في الهدف ومشكلة البحث.

الدراسة الخامسة: بعنوان: "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي الممارسات الإعلامية في الصحافة العربية : دراسة ميدانية علي الصحف الإماراتية" - بحث منشور ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام جامعة القاهرة هدفت الدراسة إلى التعرف علي الممارسات الإعلامية في الصحافة العربية وطبيعة تأثيرها بالوسائل التكنولوجية الحديثة، ومدى إفادته منها. تنتمي الدراسة للبحوث الاستكشافية و الوصفية .إعتمدت علي منهج المسح فضلا عن استخدام المنهج الإحصائي في تحليل البيانات والأرقام للتعرف علي الواقع الفعلي لهذه الاستخدامات. توصلت إلى

نتائج أهمها: وجود علاقة إرتباطيه إيجابية بين استخدامات تكنولوجيا الإتصال الحديثة و الممارسات الإعلامية في صحف الدراسة. وإن تكنولوجيا الإتصالات ساعدت علي تطوير أداء مهام صحفية. (بخيت السيد، ١٩٩٩، ص٥٤)

موقف الدراسة الحالية والإضافة العلمية المرجوة: تعتبر الدراسة السابقة موجه مهم للدراسة الحالية. تتفق الدراستان من حيث منهج الدراسة الوصفي، وتختلفان من حيث مشكلة البحث والأهداف. تناولت الدراسة السابقة تأثير تكنولوجيا الاتصال بشكل عام علي الممارسة الإعلامية، فيما الدراسة الحالية تهتم بانعكاساتها التي تحدثها تقنية محددة وهي المحمول وصحافته علي أداء المهنة.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: بعنوان: Mobile phones and The News

تناولت الدراسة الهاتف المحمول واستخداماته في مجال الأخبار بالتطبيق علي ثلاث قنوات تلفزيونية بالمملكة المتحدة، مستخدمة منهج الوصفي التحليلي ، وخلصت إلى أهمية المحمول في تطوير النشرات الإخبارية، وتوسيع نطاق التغطيات الإعلامية، وأكدت إن القنوات الثلاث استخدمت لقطات المحمول التي ترد إليها من صحافييها، أو من الهواة رغم ضعف جودتها نظرا لقيمتها الخبرية .وأكد ضمن نتائجها إن استخدام المحمول في إعداد ونشر الأخبار لايزال ضعيفا رغم أهميته. (Hadland Adrian, Athers,2017,p24)

مقارنة البحث مع الدراسة السابقة: تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في اتباعه المنهج الوصفي ، وتختلف معها من حيث مشكلة البحث والاهداف حيث تناولت الدراسة السابقة ، النشرات الإخبارية التي تبث عبر المحمول من جانب ثلاث محطات لتلفزة بالمملكة المتحدة وهي (BBC)، (channal4(1tv) . فيما تناولت الدراسة الحالية صحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الإعلامية

موقف الدراسة الحالية والإضافة: اختصرت الدراسة السابقة علي النشرات الإخبارية التي تبث عبر المحمول، فيما أهملت بقية الأشكال الإعلامية لصحافة المحمول ، وبالتالي يعد البحث الحالي إمتدادا لها حيث يشتمل علي الأشكال الأخرى لصحافة المحمول وهي الخبر والتقرير والتحقيق والحوار والقصة الخبرية، ما يجعل البحث الحالي يتميز عن هذه الدراسة من حيث شموله علي الأشكال الرئيسية للتعطية الإعلامية في صحافة المحمول، كما يتميز عنها في تناوله لانعكاساتها صحافة المحمول علي الممارسة الإعلامية.

الدراسة الثانية: ورقة بحثية بعنوان:

closer To The story: Accessibility and mobile Journalism

تناول البحث استخدام صحافة المحمول في التلفزيون، وهدف إلى التعرف علي مدى قدرة صحافة المحمول علي تحقيق التواصل السهل مع الأشخاص المستهدفين بالمقابلات الإعلامية، والتقرب أكثر من القصة الخبرية. وخلصت الدراسة إلى أن الإعلاميون الذين يستخدمون المحمول تمكنوا من الإقتراب من الأشخاص والقصص والموضوعات الإعلامية أكثر من زملائهم الذين يستخدمون أدوات صحفية تقليدية. كما أكد إرتياح الناس عند التحدث إلى الإعلامي الذي يعمل بمفرده مستخدما جهاز محمول وهو شعور لم يتحقق لهم عند التعامل مع الطاقم التلفزيوني المكون من شخصين أو أكثر. و أثبت البحث الميداني إن ٣٣.٥٠ ٪ من العينة المبحوثة وافقت علي التحدث إلى صحفي يستخدم هاتف محمول ويعمل بمفرده فيما وافق ٢١ ٪ منهم التحدث مع طاقم التلفزيون.

مقارنة البحث مع الدراسة السابقة: تتفق الدراسة السابقة مع البحث الحالي في اتباعه المنهج الوصفي التحليلي، كما تتفقان في أهمية إستخدام صحافة المحمول في إجراء الحوارات والقصص الإعلامية. الدراستان تؤكدان الحاجة إلى تشريعات قانونية

لضبط عمل صحافة المحمول. وتختلف معها من حيث مشكلة البحث والأهداف حيث تناولت الدراسة السابقة.

موقف الدراسة الحالية والإضافة: ركزت الدراسة السابقة علي إجراء الحوارات المصورة والقصص الإعلامية بإستخدام المحمول، وبالتالي فهي تناولت جانباً واحداً مما يتناوله البحث الحالي، ويعتبر البحث الحالي أكثر إتساعاً وشمولاً من الدراسة السابقة إذ يتناول صحافة المحمول وانعكاساتها علي الأداء المهني وبالتالي فإن المشكلة البحثية مختلفة وكذلك الأهداف.

استفادة عامة من الدراسات السابقة:

١. صياغة منهج الدراسة وأدوات بياناتها، وإحكام صياغة أداة الإستبانة
٢. التعرف علي التطور التاريخي للمحمول (الهاتف الذكي والكومبيوتر اللوحي) وصولاً إلى الإستخدامات الإعلامية
٣. ساعدت الباحثة في تقديم رؤية جديدة لخصائص صحافة المحمول من خلال التعرف علي خصائص المحمول والإنترنت والإعلام الجديد التفاعلي
٤. التعرف علي مهام وأخلاقيات الأداء المهني الإعلامي والعوامل المؤثرة فيها.

النظريات الموجهة للبحث:

تعد المقاربات النظرية والمنهجية في علوم الإتصال بمثابة القاعدة الرئيسة التي يقوم عليها البحث العلمي فعلي الرغم من إن معظم هذه النظريات منبثقة عن علمي الإجتماع والنفوس إلا أن ذلك لم يحل دون توظيفها في دراسة وتحليل الظواهر والمشكلات في علوم الاتصال، وقد تطورت نظريات الاتصال عبر التاريخ الإنساني في ظل المحاولات التي بذلها الباحثون لدراسة وتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصر تكوينها ودورها، ولا توجد نظرية إعلامية واحدة متفق علي كيفية عملها أو تأثيرها علي الجمهور بين الباحثين، وإنما هنالك عدد من النظريات التي

تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره تسهم في توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة، وتجسد تطبيقات وسائله في المجتمع. تكمن أهمية النظريات في أنها تسهم في دراسة المتغيرات وتسهم في وضع وضبط فروض وتسؤلات الدراسة. فالنظرية عبر فروضها وأفكارها ينبغي إن توظف في خدمة وتطوير البحث لذلك ينبغي توخي الدقة عند إنتقاء النظريات ذات الصلة بموضوع البحث.

فيما يلي نشير الي أهم النظريات التي يمكن تطبيقها علي البحث :

أولاً: نظرية ثراء وسائل الإعلام **Media Richness Theory** والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي. وهي ترى إن فعالية الاتصال يعتمد علي القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر علي الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدي تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً.

وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة علي حل الغموض الذي يواجه الجمهور، وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم علي الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة بإستخدام وسيلة اتصالية معينة.^(عبد الواحد. رضا: ، ص ٥٥)

وقد قام بوضع هذه النظرية كل من ريتشارد دافت Richard L. Daft وروبرت لينجيل Robert H. Lengel، و استخدمت لتصنيف وتقويم وسائل إتصالية معينة، مثل المكالمات الهاتفية والمؤتمرات المرئية والبريد الإلكتروني. فعلى سبيل المثال، المكالمات الهاتفية لا يمكن من خلالها نقل إشارات إجتماعية مرئية

كالإيماءات، لذا فهي وسيلة إتصالية أقل ثراءً من المؤتمرات المرئية، والتي تسمح بدرجة ما لمستخدميها بنقل الإيماءات، وفسرت النظرية إن وسائل الإتصال الشخصية الأكثر ثراءً تحظى بفاعلية أكبر من وسائل الإعلام الضعيفة الأقل ثراءً عندما يتعلق الإتصال بقضايا مبهمة.

أهمية النظرية: تساعد في دراسة معايير التفاضل والاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لقوتها وتدرجة تأثيرها وتحاول النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور وشرح التأثيرات والاستخدامات الإعلامية.

فروض ومرتكزات النظرية: تفترض هذه النظرية فرضين رئيسيين هما:
الفرض الأول: تمتلك الوسائل الإعلامية والتكنولوجية قدرا كبيرا من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها ومن ثم تستطيع هذه الوسائل التغلب علي الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث الثراء الإعلامي وهي (رد الفعل قدرتها علي نقل الإشارات المختلفة بإستخدام تقنيات حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي علي الوسيلة، إستخدام اللغة الطبيعية)

تطبيق النظرية علي البحث:

- يستفيد البحث من هذه النظرية في التعرف علي قدرة صحافة المحمول علي تحقيق الثراء المعلوماتي وتسهيل عملية فهم الأحداث التي تغطيها صحفيا للجمهور. سيما وأن صحافة المحمول هي صحافة تستخدم وسائط متعددة في تقديم المحتوى الإعلامي.

- كما يستفيد منها في التعرف علي المحمول وصحافته كوسيلة إتصال جماهيرية ومدى تمتعها بخصائص اتصالية فعالة في توصيل المحتوى الإعلامي، ومدى

إستخدامها والإعتماد عليها من جانب أفراد العينة في ظل ما تتمتع به من تطبيقات وتقنيات اتصالية حديثة.

• معرفة مدى قدرة المحمول وصحافته علي إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي

ثانيا: نظرية الإنتقالات أو الحتمية التقنية:

التعريف بالنظرية: قدم هذه النظرية مارشال ماكلوهان بمسمى وسائل الإتصال كامتداد للحواس في الستينات، وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الإتصال وتأثيراتها علي المجتمعات الحديثة، فالاختراعات التكنولوجية هي التي تؤثر في المجتمعات وينعكس ذلك في التنظيم الإجتماعي والحواس الإنسانية، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لن يكون بالإمكان فهم التغيرات الإجتماعية والثقافية التي تطرأ علي المجتمعات أي أن التغيرات والتحولات الإجتماعية والثقافية تقودها التطورات في الوسائل التكنولوجية وإن تحولات المجتمع ترتبط بطبيعة وسائل الإتصال أكثر من ارتباطها بمضمون الرسائل التي تنبث عبر تلك الوسائل. (مكاوي. حسن والسيد. ليلي: ٢٠٠١، ص ٢٧٤-٢٧٨)

يقول ماكلوهان إن إستخدام تقنية اتصالية جديدة يؤدي تدريجيا إلى خلق بيئة حضارية جديدة وإن كل تقنية اتصالية تحتوى علي سابقتها فالكتابة تحتوى علي الكلام والطباعة تحتوى علي الكتابة والتلغراف يحتوى علي الطباعة والإذاعة تحتوى علي الهاتف والتلفزيون علي السينما وهكذا، وقد وضع ماكلوهان قانونا إفتراضيا في العلاقة بين الوسائل الإعلامية الجديدة والتقليدية يوضح ما يحدث عند ميلاد وسيلة إعلامية جديدة، وحدد أربع وظائف محتملة لتلك الوسيلة في مقابل الوسائل التقليدية وهي: (المحارب. سعد: ٢٠١١، ص ٣٩-٤١)

١. إنها تقوم بتجديد الوسيلة القائمة أو تقلل بشكل كبير من أهميتها.
٢. إنها عند تفعيلها بأقصى طاقة تعمل علي موازنة الوسيلة القائمة
٣. إن الوسيلة الجديدة تلغي الوسيلة القائمة أو تقلل بشكل كبير من أهميتها.

٤. إنها تفيد وسيلة تقليدية غابت أو تراجعت أهميتها بصورة كبيرة قبل ظهور الوسيلة الجديدة

أهمية النظرية: تقدم هذه النظرية منظور علمي لتفسير التاريخ الإنساني من خلال تطور الإتصال وظهور الوسائل الاتصالية في كل مرحلة حيث كان لكل مرحلة نتائج عميقة سواء كان ذلك علي مستوى الفرد أو المجتمع وتعكس مراحل تطور الإتصال من خلال: المرحلة الأولى (عصر الإشارات والعلامات)، المرحلة الثانية (عصر التخاطب واللغة) المرحلة الثالثة (عصر الكتابة)، المرحلة الرابعة (عصر الطباعة)، المرحلة الخامسة (عصر الإتصال الإلكتروني) وتفسر التاريخ الإنساني من خلال التطورات في الحقل الاتصالي عبر مراحل وعمليات إمتداد وتوسع وتبدل قدرات الإنسان الاتصالية التراكمية حيث إن كل وسيلة اتصالية جديدة تحدث تغيرا في كامل النظام الاتصالي دون أن تمحو الوسيلة القديمة. (M.L.Defleur&S.J.Ball-Rokeach:1989,p19)

كما تتمثل قيمة هذه النظرية في بلورة أهمية تحول المجتمعات وفق الطبيعية التاريخية التي تفترض حتمية التحول وهي تعد من أكثر نظريات الإتصال إنتشارا ووضوحا في ربطها بين الرسالة الإعلامية والوسيلة والتأكيد علي أهمية الوسيلة في تحديد نوع الإتصال وتأثيره حيث أعتبر ماكلوهان إن الوسيلة هي الرسالة وأنه لا يمكن النظر إلى مضامين وسائل الإعلام بمعزل عن التقنيات التي تستخدمها وسائل الإتصال والإعلام لأن التقنيات تؤثر علي مضمون الرسالة.

فرضيات ومرتكزات النظرية : تعتمد هذه النظرية علي ثلاثة افتراضات أساسية هي:

١. وسائل الإتصال هي إمتداد للحواس: ويعني ذلك إن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر عبر إستخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، ويقول مارشال ماكلوهان إن (مضمون) وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليها بشكل مستقبل عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها فالكيفية

التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران علي ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال فحينما ينظر ماكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفا اطلق عليه (الحتمية التكنولوجية).

٢. الوسيلة هي الرسالة: بمعنى إن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات وإن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تقنيات الوسائل الإعلامية فالموضوعات، والجمهور الذي توجه له مضمونها يؤثران علي ما تقوله تلك الوسائل، وإن بناء الوسيلة مسؤول عن مقدرتها في توصيل المضمون.

٣. وسائل الإتصال الساخنة ووسائل الإتصال الباردة: يقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا إيجابيا في المشاركة والمعايشة والاندماج فيها ومن ثم تحافظ علي التوازن وتثير خيال الفرد بإستمرار، أما الوسائل الساخنة فهي لا تحتاج من المستقبل أي جهد للمشاركة فهي لا تحافظ علي إستخدام التوازن في الحواس وتقدم المعني جاهزا.

تطبيق النظرية علي البحث: يتمثل تطبيق هذه النظرية علي البحث في الجوانب التالية:

١. الجانب النظري ما يتعلق بالتطور المرحلي لتكنولوجيا الإتصال يعتمد علي رؤية مالكوهان في تفسير التطور الحضاري عبر التاريخ بتطور أدوات الإتصال وإن كل مرحلة تاريخية بدأت بظهور وسيلة إتصال جديدة ولم تنته إلا ببداية مرحلة أخرى إستجبت بفضل ظهور وسيلة إتصال جديدة.

٢. إنطلاقا من فكرة ماكلوهان بأن الوسيلة هي الرسالة، فإن نجاح إستخدام صحافة المحمول يعتمد علي مهارات التعامل مع المحمول كوسيلة إعلامية ذات مزايا عديدة مما يؤدي إلى توظيف أمثل لصحافة المحمول .

٣. الاستفادة من النظرية في قراءة وتتبع تطور المحمول من وسيلة اتصال إلى وسيلة إعلامية تنتج وتنتشر وتعرض مضامين صحفية بمنصتها أو بوسائل الإعلام الأخرى.

٤. تعكس النظرية تكيف وتعايش وسائل الإعلام التقليدية مع البيئة الإعلامية الجديدة في ظل الإستخدام (الانتشار) الجماهيري لهذه التقنية. وما دام الحديث عن مستقبل وربما الأجدى إعادة طرح جدلية (حتمية التكنولوجيا) وهي نظرية تقول ضمن محاورها بأن التقنية تملك قوة تلقائية لتغيير المجتمعات، فإن تبني وسائل الإعلام التقليدية لتقنية لا يمكن فصله عن مثل هذه المعادلة المعقدة بطرفيها المجتمع و التقنية. (عيساني، رحمة: ٢٠١٣، ص ٥٠-٦٧)

صعوبات البحث :

واجهت الباحثة صعوبات في سبيل إكمال هذا البحث في صورته النهائية أهمها :
عدم توفر الدراسات والمراجع حول صحافة المحمول، مما إستغرق وقتاً وجهداً طويلاً
جداً في البحث عن المعلومات من خلال ترجمة نصوص من مراجع أجنبية وهي بدورها تواجه شحا في هذا المجال.

مدخل :

يتناول هذا الفصل في مبحثه الأول، الإعلام الجديد مفهومه، وخصائصه، وميزاته، ووظائفه، وأنواعه، ويسرد في هذا الإطار مجموعة من الرؤى النظرية التي إهتمت بتقريب المفهوم وكشف مداخله الأساسية واتجاهاته.

كما يتناول التغييرات التي أحدثها الإعلام الجديد في قطاع الإعلام ، وكيف إنتقل به الي نوع جديد في أساليب السرد وعرض المحتوى، كما يوضح عدد من التسميات التي عرف بها الإعلام الجديد ويوضح اسباب تعددها.

ويتناول في المبحث الثاني، التقنيات الحديثة وكيف أنها وانعكاساتها ويعرض خلالها التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال والإعلام و يوضح التقنيات المؤثرة علي صناعة الصحافة الحديثة ومن ضمنها المحمول " الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي".

ويسرد الفصل الثالث : نشأة المحمول (الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي) وتطوره ويعرض في هذا الإطار البدايات الاولى للاتصال عبر الهاتف باعتباره الدعامة التي أسست للنقلة الكبرى في تقنيات الاتصال، والتي يمثلها المحمول بمزاياه العديدة وخصائصه وسماته الفريدة، كما تناول المبحث مراحل تطور المحمول " الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي " إلى أن أصبح وسيلة إعلامية و منصة لوسائل الإعلام الأخرى.

المبحث الأول

الإعلام الجديد المفهوم والخصائص و الأنواع

مرت الصحافة بالعديد من التجارب في استخدام التقنيات الحديثة، منذ ستينات القرن العشرين حين بدأت الصحف في استخدام أنظمة الجمع الإلكتروني، وفي السبعينات بدأ تحرك القائمين على صناعة الصحافة، نحو استخدام أنظمة النشر الإلكتروني في إنتاج صحفهم، مع بداية دخول الحواسيب إلى المؤسسات الصحفية بالولايات المتحدة الأمريكية في نهايات الستينات.

وأظهرت النماذج الأولى، التغييرات التي طرأت على القطاع، وكانت تلك علامات مبشرة بتكوين نظام إجتماعي جديد للمعلومات، وحفظها ونشرها وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها، أو نشرها بشكل يختلف عن كل ما صدر منذ صدور أول صحيفة، فتحوّلت "الصحيفة" جريدة أو مجلة" إلى نظام معلومات إلكتروني (علم الدين: ١٩٩٠م، ٩٥)

واستخدمت في مرحلة أولية أنظمة الفيديو تيكس، والتلكتكست أعقبتهما مرحلة انطلاق كبرى في تسعينات القرن العشرين تمثلت في النشر الإلكتروني الذي أحدث نقلة في عمل الصحف وإعداد مضامين، تنشر في شكل رقمي وتحمل على أوعية إلكترونية. (ناجي: ٢٠١٦، ٨٩)

وتزامن ذلك مع انتشار الشبكة الدولية للمعلومات "الإنترنت" وخروجها من إطار الإستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة إلى الاستخدامات العامة في سنة ١٩٨٥. وهي الخطوة التي غيرت فعل الأخذ والعطاء في كثير من المعاملات وتوزيع المعلومات إلى فعل افتراضي، عبر "شبكة كومبيوتر عالمية تربط ملايين من أجهزة الكومبيوتر في العالم، وتسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم.

وبرزت الإنترنت كوسيلة إتصالية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال . (الشهرى، فايز، ٢٠٠٥، ٢١) وقادت ثورة معلوماتية و إتصالية ، وتقديم شكل جديد من أشكال التواصل الجماهيري الثنائي الإتجاه غير الخاضع للرقابة (فلحوط، ١٩٩٩، ٨)

ورغم إن شبكة الإنترنت قد دخلت إلى المنطقة العربية متأخرة مقارنة بالغرب، حيث كانت البداية عام ١٩٩١م في تونس، إلا إن المنطقة باتت تحرز تقدما من حيث إتساع انتشاره، ووفقا لتقرير (سيرفس بلان الشرق الأوسط) فإن انتشار الإنترنت في العالم العربي يعد أعلى من معدله العالمي بواقع ٤٠,٢%. بينما توقع تقرير اقتصاد المعرفة العربي الذى تعده شركة "أورينت بلانيت للأبحاث". إن يبلغ عدد مستخدمي شبكة الإنترنت نحو ٢٢٦ مليون مستخدم بحلول العام ٢٠١٨م. ونستقرأ مما سبق إن قطاع تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات والحاسبات الإلكترونية سيواصل ثورة التغيير والتحول في قطاع الإعلام، الذي جاء بإعلام جديد أحدث نقلة نوعية في أدواته ووسائله واستخداماته، وحطمت قيود إعلامية فأصبح الإعلام أكثر إنفتاحاً على المجتمع.

ولم تعد رسائله حكرا على المؤسسات الحكومية، ولم يعد الفرد مجرد مستقبل لها كما كان في السابق، بل أصبح دون تكلفة أو جهد كبير صانعا ومرسلا لها هو الآخر، وجزء من شبكات تفاعلية ضخمة وميسرة الاستخدام، هي أدوات الإعلام الجديد.

مصطلح الإعلام الجديد:

يتكوّن المصطلح من كلمتي الإعلام و الجديد، أما الإعلام فهو يكتسب معنى اصطلاحى معروف أتفق عليه أغلب خبراء الإعلام، ويعني نشر الأفكار ويعتمد في الأساس على الاتصال. أما كلمة الجديد، فتعني في اللغة صار الشيء جديداً، الجديد من أجله جدد، وجدد ما لم يكن موجودا في عهد سابق، جدد الشيء: صيّرهُ

جديداً. جديد عكس قديم، أو لم يكن موجودا واستحدثه وصّيره جديداً. وجاء في المعجم الإعلامي الجدة أو الحالية في الخبر، تعني إن يكون الخبر جديداً، والجديد هنا بمعنى الحديث الذي لم يكن للمجتمعات الإنسانية سابق عهد به سواء من الناحية المادية تكنولوجيا أو من الناحية الاجتماعية والثقافية حيث أحدث تحولات كبيرة في المجتمعات الإنسانية.

مفهوم الإعلام الجديد:

تعددت مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجيا مختلفة. ويرجع التعدد إلى اختلاف الجوانب التي يركز عليها كل باحث في دراسته للإعلام الجديد في إطار الإحاطة بالمفهوم وصياغة هويته.

وقد جاءت جهود باحثين في الغرب أمثال كروسبي ونيغرو تي وفيدلبر بتفسيرات وآراء ثرة حول المفهوم. ورغم أنها انطلقت من مداخل متباينة، إلا أن جميعها أُنْفَقَ على أن الإعلام الجديد هو خلاصة الثورات الثلاث التي مر بها العالم، وهي ثورة المعلومات، وثورة الاتصال، وثورة الحاسبات الإلكترونية. (الرحباني: ٢٠١٢، ٤٠)

فهو إذاً نتاج "إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". الذي أفضى بدوره إلى حالة تماهي بين الوسائط الإعلامية. وهو أكثر انفتاحاً وحرية من سابقه التقليدي، "إعلام بلا بوابات حراسة" ولا يسيطر عليه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل هو متاح لكافة أفراد المجتمع طالما تمكنوا وأجادوا أدواته.

وينظر إليه على أنه إعلام "بديل" في إطار علاقته بالإعلام المسيطر، وكوسيلة للتمثيل الذاتي بالنسبة للمجتمعات المحلية، وكشكل مهجن للإعلام السائد قبله، يتحدى علاقات السلطة والرقابة الراسخة. وبذلك فهو منافس خطير للإعلام التقليدي، سهل، رخيص، سريع، إنساني كما يصفه الباحث السعودي الدكتور سلمان العودة. وانبثقت عن الإعلام الجديد مفاهيم جديدة لم تكن رائجة في الإعلام التقليدي أبرزها:

١. الإتصال المزدوج، والاتصال الثنائي، حيث يتم تبادل رد الفعل من المتلقي.
٢. التفاعلية ومشاركة المتلقي في العملية الإعلامية، مشاركة تتجاوز حد التلقي والتفسير والإحساس بالتمكين من الوسيلة والمحتوى، من خلال المشاركة وصور التحكم في بناء المحتوى واختياره.
٣. حرية المتلقي في الاختيار من خلال تعدد البدائل في المحتوى والعرض والتقديم والإفادة من مصادر المعلومات المتعددة والمتاحة في صور مختلفة.
٤. أشكال جديدة من وسائل الإعلام وهي ما يطلق عليها الوسائل الجديدة أو الوسائل التفاعلية. (عبد الحميد: ٢٠٠٧، ٢)

ويجسد الإعلام الجديد المعني الذي أظهره تحليل تأثير تكنولوجيات المعلومات والاتصال على الحياة اليومية، والذي يؤكد إن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة، بل أيضا في الفضاء الإلكتروني وتسمى هذه المجتمعات مجتمعات "افتراضية". (بيلي: ٢٠٠٩، ١٢)

كما عكس المصطلح في بداياته، التطور التقني في استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة بالإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الإنترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات علي الشبكة العنكبوتية. (حسونة: نسرين، ٢٠١٤، ٥)

ويأخذ الإعلام الجديد هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، لا في الوسيلة ولا في التطبيقات، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والاصوات". (صادق: ٢٠٠٨، ٢٩-٣٠)

ويوضح الدكتور عباس مصطفى صادق " بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية individuality والتخصيص customization ،وهما تأتيا ن نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. (صادق: ٢٠٠٨، ٣٤)

وتشكل التفاعلية والكيفية أهم ما يميز الإعلام الجديد عن القديم، فالكيفية هي طريقة بثّ مواد الإعلام التي تعتمد على دمج الصوت، والنص، والصورة، واستخدام الحاسوب كجهازٍ رئيسيٍّ في عمليات الإنتاج، أما التفاعلية فهي الفرق الذي أحدثته هذه الوسائل في المجتمع وبين الناس، وهي من أهمّ ميّزات الإعلام الجديد. أما القوة الصاعدة للإعلام الجديد فهي تتمثل في كونه سيحفر وسيخلق مفاهيم جديدة للأشكال الإعلامية ومحتوياتها. (Davis, Owen:1998,9)

من تعريفات الإعلام الجديد:

- إنه إعلام تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، وقد تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد.
- وهو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

وعرفه ليستر: " بأنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. وهو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة. أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي و تتيح للجمهور إن يشارك براه. (خير :٢٠٠٩)

فالإعلام الجديد ليس بثا أحاديا وتلقيا إجباريا مثلما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون في الوقت ذاته بالرأي. إعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة. يقوم على اسس تختلف عما سبقه وتشمل الرقمية، التفاعلية، التشعبية، الفردانية، التخصيص، الجماهيرية وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات.

يجب علينا إن نقر بأن تغييراً كاملاً مس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجيا وتطبيقاً، كما إن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبقة تأخذ مكانها الآن، وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة وإن حالة جديدة هي وسائل الإعلام حسب الطلب تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري.

يجسد الإعلام الجديد المعني الذي اظهره تحليل تأثير تكنولوجيات المعلومات والاتصال على الحياة اليومية والذي يؤكد إن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة، بل أيضاً في الفضاء الإلكتروني وتسمى هذه المجتمعات مجتمعات "افتراضية". (بيلي وبينتير: ٢٠٠٩، ٣١)

إعلام جديد بتسميات متعددة:

تتعدد التسميات التي تطلق على الإعلام الجديد لتعبر بجلاء عن تعدد محاولات وصفه وتعدد الخصائص والوسائل والمزايا والتطبيقات الإعلامية التي ينفرد بها. فهناك تسميات اتخذت من التقنيات الحديثة منطلقاً لها، مثل الإعلام الإلكتروني والإعلام الشبكي والإعلام الرقمي أو Digital journalism. وهناك تسميات اعتمدت على وصف حالة العطاء والاستجابة مثل الإعلام التفاعلي والإعلام الاجتماعي، أو الإعلام البديل لوسائل الإعلام المسيطرة، كما يسمى بإعلام المعلومات: كونه تطوراً لتكنولوجيا المعلومات وتزواج بين الحاسوب والاتصال. (الخليج: ٢٠١٧) وإعلام الوسائط المتعددة: وذلك لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

مداخل نظرية حول مفهوم الإعلام الجديد

يقدم باحثون ومهتمون بشأن الإعلام الجديد مجموعة من الرؤى النظرية لتقريب المفهوم وكشف مداخله الأساسية واتجاهاته. ومن أهم الذين بحثوا في مجال الإعلام الجديد، نيجروبونتي (Negroponte)، كروسبي (Crosbie)، ديفيس وأوين

(Davis and Owen)، مانوفيتش (Manovich) وفيدلر (Fiddler) ونستعرض

فيما يلي لهذه المداخل:

أولاً: مدخل نيغروبونتي:

يحصّر نيكولاس نيغروبونتي مؤسس معمل الإعلام الجديد في ماساشوستس (Negroponte) الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: استبدال الوحدات المادية بالرقمية أو البتات بدل الذرات bits not atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات في شكل الكتروني وليس فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات التي يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة بدلاً من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة. (Negroponte, 2011)

أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة Digital Addressability فهو يلبي الاهتمامات الفردية، ومن ناحية أخرى يلبي الاهتمامات العامة أي إن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم. أما الميزة الأكثر أهمية هي أن الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة والكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعاً.

ثانياً: مدخل كروسبي

يشترك فين كروسبي vin crosbie مع نيغروبونتي في الأفكار نفسها، ويشير إلى إن الإعلام الجديد يضم مزايا الإتصال الشخصي والجماعي، ويتجاوز سلبياتهما ويضيف مزايا جديدة تتمثل فيما يلي:

- إن الرسائل الفردية تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر
- إن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها درجة الاسهام المتبادل نفسه في هذه الرسالة. ويرى كروسبي إن قوة الإعلام مستمدة من اتحاده مع

شبكات الإنترنت ما جعل كل فرد مشارك أو مرسل أو مستقبل يحظى بفرص متساوية من درجات التحكم.

ثالثاً: مدخل ديفيس وأوين:

تجاوز "ريتشارد ديفيس" و "ديانا أوبن" في كتابهما (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) مدخلي نيغروبونتي وكروسي، بالتخفيض من التماهي بين الإعلام الجديد والتقليدي، وجاء هذا عبر توزيع صيغ الإعلام الجديد ضمن ثلاثة أنماط:

١. الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة وفق هذا التصنيف، فإنه يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في وسائل الإعلام، وظفت في بعض برامجها التكنولوجيا الجديدة مثل الكمبيوتر والشبكات المختلفة وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها مثل برامج الحوارات الحية Talk Show و الفقرات الصباحية من Good Morning America على القنوات التلفزيونية.

٢. الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل التي تعمل على منصة الكمبيوتر مثل الصحف الإلكترونية، والخدمات الإعلامية على الهاتف النقال

٣. الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وفيه يذيب الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي، ومثال لذلك النسخ الإلكترونية للصحف الورقية.

رابعاً: مدخل بافلك للإعلام الجديد:

بالنسبة لجون بافلك Pavlik: "إن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييراً راديكالياً في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما إنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها.

ويرى بالضرورة توفر خارطة طريق Road map وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وآثار تكنولوجيات الإعلام الجديد، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم

وظائفها الأساسية وهي الإنتاج Production، والتوزيع Distribution والعرض play والتخزين. (صادق: ٢٠٠٩، ٣٢)

أ/ نظام الإنتاج:

يقصد بنظام الإنتاج، التكنولوجيات المستخدمة في جمع ومعالجة المعلومات، وتشمل أجهزة الكمبيوتر، التصوير الإلكتروني، الماسحات الضوئية لم تصنع فقط طرائق جديدة لجمع وتفسير المعلومات، وحل المشكلات بشكل أسرع، كما حلت هذه التكنولوجيا محل العمالة البشرية ومثلت تهديدا خطيرا للخصوصية وأثارت تساؤلات حول من يملك المعلومات. (Pavlik, New Media Technology)

ب/ نظام التوزيع:

تكنولوجيات التوزيع، هي تلك المتصلة بعمليات العرض أو الحركة المعلومات الإلكترونية، وهي تشمل النظم الرئيسية التالية (البث الهوائي، تكنولوجيا الاتصالات الأرضي، كوابل الاتصال مثل (تلفزيون الكيبل)، الاتصال بالأقمار الصناعية، الاتصال اللاسلكي) هذه التكنولوجيات جعلت المعلومات متاحة بسرعة، وجعلت وسائل الإعلام أكثر عملية، لكنها في ذات الوقت أسهمت في عدد من الإشكالات الاجتماعية، مثل قرصنة المعلومات.

ج/ نظام العرض:

يعني به مجموعة التكنولوجيات المستخدمة في تقديم المعلومات إلى المشاهد أو المستهلك، وهي تشمل مجموعة من الأجهزة المخصصة في عرض المعلومات الإلكترونية في أشكال مختلفة، مثل الصورة والنص والفيديو أو الوسائط المتعددة وشاشات العرض المسطحة وشاشات الهواتف. هذه الأجهزة سهلت الوصول إلى أكبر قدر من المعلومات.

د/ نظام التخزين:

هي الوسائل المستخدمة في استضافة المعلومات في انساق الكترونية، بما يشمل الأسطوانات الليزرية بأنواعها المختلفة التي مكنت من تخزين كميات ضخمة من المعلومات في مكان محدود. إلى جانب ملقمات الفيديو التي تمكن من بناء محطات تلفزيون بلا أشرطة ويمكن تخزين كميات ضخمة من مواد الفيديو عليها.

خامسا: مدخل مانوفيتش:

ويرى الباحث ليف مانوفيتش Manovich إن فهم طبيعة الإعلام الجديد يحتاج لتجاوز الفهم السائد الذي يحدد بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات، وضرورة النظر إلى الدور التكميلي للكمبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي أحدث تغييرات هائلة في طبيعة الإتصال.

والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة أيضا، فكل أشكال الجرافيك وأنواع الرسم، والصور والمؤثرات والأصوات والنصوص أصبح تتم بواسطة الكمبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج و الاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق، وهي استخدام الكمبيوتر ووسائل الإعلام، ونظم الإتصالات (Manovich,2001,p40)

ويحدد مانوليتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد كالتالي: التمثيل العدد / حالة الانتقال/ حالة الأتمتة/ القابلية للتغيير / الترميز الثقافي ويقول مانوفيتش إن التمثيل العددي يتمثل في الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام أما حالة الانتقال فهي تعني إن الكيانات الإعلامية، يمكن أن تتدمج بين بعضها البعض، بينما تحافظ على صفاتها المتفردة أو الخاصة، وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد. ومن هنا تأتي حالة الأتمتة والقابلية للتغيير، إذا يخضع الإعلام أولا للمعالجة الحسابية بواسطة الكمبيوتر، وثانياً يخضع لحالة القابلية للتغيير وتكون الاجسام الإعلامية في حالة تنوع. (Manovich:2001,35)

التمثيل العددي:

طالما تمت معالجة الصورة والصوت رقمياً، فإن كل أجهزة الإعلام تصبح معالجة بالكمبيوتر. ويتضمن دمج الوسائط بين بعضها البعض مما مكن من توليد نموذج الوسائط المتعددة.

حالة الانتقال:

يمكن للمكونات الإعلامية إن تكون في حالة وحدات منفصلة، وفي الوقت نفسه يمكن إن يتم تجميعها معا دون إن تفقد هوياتها الخاصة. مثلاً: يمكن معالجة صورة ما بدمجها في عدة طبقات، كل طبقة تحتوي قسماً منفصلاً عن الصورة، كما يمكن معالجتها لاحقاً بتفكيك الطبقات ذاتها بدون تأثير عليها، وكذلك الحال بالنسبة إلى الصوتيات والفيديو والرسومات المتحركة وغيرها.

حالة الأتمتة:

تخضع جميع وسائل الإعلام الجديدة، بشكل ما، إلى حالة أتمتة في كل أو بعض عملياتها، ومثلاً مواقع الإنترنت الدائمة التجدد والحركة، التي تستجيب لطلب المستخدم أو الزائر.

القابلية للتنوع:

إمكانية إنتاج نسخ مخصصة ولتلبية حاجة الفردانية أو بإضفاء الطابع الشخصي عليها وحالة التنوع هذه يمكن إن تشمل: (صادق: ٢٠٠٤، ٤٢)

إمكانية فصل المحتوى، فقد تنشر صحيفة طبعتان، واحدة ورقية، وأخرى للإنترنت والنسخة على الإنترنت قد تكون مفصلة وفقاً لرغبة القارئ. كما تشمل إمكانية التعديل في الصور والرسومات والصفحات أو تحريكها أو خلق عوالم افتراضية أو ثلاثية منها. بالإضافة إلى إمكانية التحديث: للمعلومات فضلاً عن التخصيص

والتفاعلية: وهما نتيجة من نتائج حالة التنوع التي تمكن المستخدم من الاختيار. (Manovich:2001,35)

سادسا: رؤية بوتلر Bolter وجرسين Grisin

ينظر بوتلر وجرسين، إلى تكنولوجيات الإعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة، أو الإصلاح التي يطرحانها كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الإعلام الجديدة، ويقولان إن فكرة الإصلاح هي المنطق الأساس الذي تجدد من خلاله تكنولوجيات الإعلام الجديدة وسائل الإعلام السابقة. ومن ثم وضعنا نظريتهما حول الإعلام الجديد ضمن إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الآنية والتشعبية وحالة تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الإعلام.

يضع بوتلر وجروسين منطق المعالجة ضمن سياق تاريخ مرتبط بتطور جميع اجهز الإعلام كل واحدة على حدة، وإصلاح نفسها لنفسها. ومن الأمثلة التي توضح نظريتهما عملية الإصلاح التي تحدث بين التلفزيون والإنترنت، فالإنترنت أسست نموذجها بناء على خبرات تلفزيونية في التعامل مع المشاهدين، ثم عاد لاستخدام استراتيجيات جديدة هي من خبرات الإنترنت، مثل استخدام النوافذ واستخدام أدوات التحريك وغيرها. (Bolter and Grusin:2000,23)

سابعاً: مدخل الحالة الانتقالية للإعلام:

يجسد حقيقة إن الإعلام كان دائما وسيظل في حالة انتقالية وإن كل أجهزة الإعلام كانت جديدة عندما ظهرت واستخدمت لأول مرة. وهو يركز في نصه على بناء فكرة الجودة في الإعلام من سياقاتها التاريخية. وإن لحظة الانتقال من أجهزة ونظام سابق، إلى إعلام جديد، لم تعرف حتى الآن بشكل كامل، ويقدم نماذج لأدوات مألوفة مثل الهاتف والفتوغراف كبدائيات جديدة غير مسبوقة، كمشروع عودة لتعميق الفهم التاريخي لأجهزة الإعلام التي احدثت انقلابا في طريقة عيش الإنسان.

هناك مذهبان لتحديد هوية الإعلام الجديد:

يسمى المذهب الأول بمذهب الأسس الجوهرية ويميل هذا المذهب أو المنهج الى رؤية الهويات على إنها مستقلة ومستقرة وذات جوهر حقيقي وهذا بدوره يعطي هوية مستقلة لوسائل الإعلام المجتمعية. أما المذهب الثاني فيسمى بمذهب العلاقي وهو يرى إن الهويات تعتمد على بعضها البعض بشكل متبادل وتتجاهل وجود الجوهر (الحقيقة). (أولجا: ٢٠٠٩، ٢٦)

الإعلام الجديد خصائصه ومميزاته

يستمد الإعلام الجديد غالبية خصائصه وسماته من الإنترنت، ويتأثر بتقنياته فضلا عن تقنيات الأجهزة التي يظهر من خلالها سواء كانت كمبيوترات أو أجهزة محمولة. وليس ذلك بالغريب فالإعلام الجديد نشأ في بيئة الإنترنت عند تحوله إلى وسيلة اتصال جماهيري بظهور شبكة الويب ٢، وعلى شبكة الإنترنت رسمت ملامح نموه وتطوره، فهي إذا علاقة متجذرة ومتداخلة إلى حد بعيد.

ما كان للإعلام الجديد إن يحقق الانتشار الواسع لولا الإنترنت، فضلا عن نجاحه في تخط قيود الرقابة وقوانين المطبوعات والنشر حتى "أصبح المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكا للجميع، وفي متناول الجميع أكثر سرعة في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء. وبأقل التكاليف، وبذلك فتحت آفاقا عديدة وأصبح أسهل وأقرب لمتناول المواطن. (سلمان: ٢٠٠٨، ١٠).

كل هذه التحولات جعلت نفوذ الإعلام الجديد يتنامى في المجتمع، ويكتسب خصائص ومميزات غير مسبقة أبرزها:

١/ الفورية Immediacy:

(النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت). (الشريف: ٢٠٠٠، ٦٩)

٢-**التفاعلية:** قدرة وسيلة الإتصال على الإستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. كان لها الفضل في تحول الإعلام إلى إعلام ذي اتجاهين من المرسل للمستقبل ومن المستقبل للمرسل. (حداد: ١٩٩٩، ٢٦٧) ويتبع تقنية النص المترابط أو الفائق Hypertext. وقد مكنت من التعرف على ردود فعل القارئ حول المادة المنشورة. ٣

٣-**اللا جماهيرية أو التفتيت:** ويقصد به: تقديم منتج إعلامي يلبي الاحتياجات والاهتمامات الفردية لكل قارئ، والتخلي عن التعامل مع جمهور الوسيلة الإعلامية ككتلة واحدة. (تريان: ٢٠٠٨، ١٣٧)

٤-**قابلية التحريك MOBILITY:** إمكانية تنقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل. مثل الكمبيوتر المتنقل، الهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، التليفون المدمج في ساعة اليد.

٥-**سهولة التعرض:** يزداد إقبال الجماهير على الوسائل التي يقل فيها الجهد لفهم وإستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لذلك تتيد الصحف الإلكترونية مزايا تسهيل عملية التعرض لها، من خلال الإلتزام بصياغة تحريرية مميزة لمضامين الصحف الإلكترونية، إضافة إلى استخدام لغة ميسرة ووسائط متعددة)

٦-**النشر في مساحات واسعة:** وتستمد وسائل الإعلام الجديدة هذه السمة من الطبيعة الخاصة لشبكة الإنترنت، إذ تتيح هذه الشبكة النشر الواسع للمضامين.

٧-**إمكانية التحديث updating**

وتشير إلى تقديم خدمات إخبارية آنية وتحديثها مما يتيح لجمهورها الإحاطة بالتطورات المختلفة للأحداث.

٨-**استخدام الوسائط المتعددة:** يتيح استخدام الوسائط المتعددة مثل النصوص، الصور الثابتة والمتحركة، الأصوات، الرسوم الثابتة والمتحركة والمؤثرات السمعية و

البصرية للوسيلة الإعلامية تقديم محتوى يلبي احتياجات المختلفة للمتلقين. (صلاح: ص ١٧١)

٩-العالمية: الكونية: حيث أصبح بيئة الاتصال بيئة عالمية، تجاوز الحدود الجغرافية واختراق الدول والقارات دون رقابة أو موانع أو رسوم. (الشريف: ٢٠٠٠، ٧٢) وبالتالي إمكانية متابعتها في أي مكان ومن أي بلد.

١٠-قلة التكلفة: لا يحتاج الإعلام الجديد إلى الأموال الطائلة التي يتطلبها توفير المباني والورق والمطابع وغيرها من مستلزمات الطباعة، ومتطلبات التوزيع والأعداد الكبيرة من العمال والموظفين والمحررين. (عارف: ١٩٩٧، ١٣)

١١-إندماج الوسائل: أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد، إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالآخرى. فأصبح من الممكن الإبحار في الإنترنت عبر جهاز التلفزيون، كما إن جهاز الكمبيوتر أصبح يستخدم كجهاز إستقبال لبرامج التلفزيون والراديو، ويجمع المحمول بين كل هذه الوسائل في منصة واحدة. (إسماعيل: ٢٠١١، ٢٠)

معرفة فورية بعدد القراء والزوار: تقوم كل مواقع شبكة الإنترنت بالتسجيل التلقائي لكل زائر يومياً، مما يوفر إمكانية تسجيل أعداد قرائها يومياً ، كما تقوم بعض البرامج بتسجيل اسم وعنوان أي زائر ، فتتوفر بذلك إحصاءات دقيقة عن القراء. (علم الدين: ٢٠٠٤، ١٣٣)

١٢/ تعدد خيارات التصفح: بما يلبي الاحتياجات الاتصالية للأفراد من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقاً لما تطلب، وهي التي يطلق عليها Newspaper-on-Demand، كما يطلق عليها الصحف الافتراضية، وهي الصحف التي تتحدد المواد التي تنشرها بناء على الحاجات الاتصالية الخاصة بقرائها.

١٣ / الترابط والتشبيك: حيث يتم ربط نصوص مختلفة من مصادر ومواقع متعددة في مساحة مكانية واحدة، وذلك من خلال برامج خاصة بالكمبيوتر.

أدوات وأشكال الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد له أدوات ضرورية من خلاله يتم الدخول إلى عالمه وأهم تلك الأدوات:

- جهاز حاسب إلى "كمبيوتر" أو محمول "هاتف ذكي أو الكمبيوتر اللوحي"

- إشترك في خدمة الإنترنت

ويستفيد الإعلام الجديد، من أنظمة النشر الحديثة و البث الرقمي بكافة أشكاله الثابت والمحمول، و الشبكات الرقمية ومنصات الإنترنت، التي تتيح اندماج المحتوى الرقمي الثلاثي (Triplay) أو الرباعي Quadro.

وسط هذه البيئة التقنية والإعلامية المتناغمة، ينمو إعلام جديد هو إعلام المحمول "الهاتف والكمبيوترات الذكية" بالتزامن مع تطور شبكات وأنظمة بث الهاتف بنظام 4G,3G وتطور مزايا الهواتف والأجهزة الذكية وسرعتها وقدرتها علي الاستيعاب والتخزين وتطور مشغلات الملتيميديا والتلفزيون الذكي ونظام المحتوى الرقمي المنزلي DLNA . وعليه يمكن تقسيم الإعلام حسب التقنيات التي يعتمد عليها إلى أربعة أنواع هي: (صادق: ٢٠٠٤، ٣٣)

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت ONLINE وتطبيقاتها

- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة

- الإعلام الجديد القائم على منصة الوسائل التقليدية

- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر offline

وفيما يلي نستعرض أمثلة للأنواع الأربعة من وسائل الإعلام الجديدة:

أولاً: الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت ONLINE و تطبيقاته

وهو جديد كلياً بصفاته وميزاته غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتتولد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها ومن امثلته:

أ/ مواقع الشبكات الإجتماعية: وهي مواقع تستخدم للتواصل بين الأفراد والجماعات كما تستفيد منها مجتمعات العمل بكافة أشكالها، انتشرت بين الناس بشكل مذهل نهاية عام ٢٠٠٧م. بسبب ما تتيحه من إمكانيات في استخدام الوسائط المتعددة، والتشارك في ملفات الصور والفيديو والنصوص مما أسهم في نقل الأخبار ومستجدات الاحداث بشكل لحظي وتفاعلي بين الناس وأبرز هذه المواقع:

فيس بوك: موقع للتواصل الاجتماعي، نشأه مارك زوكربيرج في عام (٢٠٠٤)، يستفيد منه للصحفيين في الوصول إلى أشخاص مهتمين بموضوع يطرحه، أو العثور على أفكار للموضوعات أو مقاطع فيديو أو صور. كما يمكنه بث تقاريره من ميدان الحدث مباشرة عبر الموقع.

موقع ماي سبيس MySpace: هو أكبر موئل في شبكة الإنترنت للتشبيك الاجتماعي للأصدقاء، يحتوي على محرك بحث خاص ونظام بريد إلكتروني داخلي، يتيح التواصل مع الآخرين.

* **واتس اب Whats App:** تطبيق للتراسل الفوري، يسمح بتبادل الرسائل باستخدام وسائط إعلامية متعددة. وأضاف التطبيق في عام ٢٠١٧ م لنسخته العاملة على نظام (أبل) إمكانية اضافة مرشحات (فلتر) بشكل داخلي للكاميرا.

* **يوتيوب:** متخصص في بث مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، كما يسمح لمستخدميه بإضافة التعليقات على مقاطع الفيديو وإعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية الفيديو من وجهة نظرهم.

فليكر Flickr: موقع يستفيد منه الصحفيين في الحصول على الصور باعتباره متخصص في هذا المجال ويسمح بمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها

تويتر:

تم إطلاقه عام ٢٠٠٦. يسمح بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى ١٤٠ حرفاً للرسالة الواحدة، يتيح لمستخدميه تبادل التغريدات مع أصدقائهم، ويوفر خدمة التدوين المصغرة، وإرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة.

ب/ المدونات:

المدونة هي موقع إلكتروني يجمع عدد من التدوينات تظهر مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدون وهي بمثابة مفكرة أو ساحة طرح آراء شخصية. إذ تسمح المدونات لقرائها بالتعليق على ما يطرحة المدون من رؤى وأفكار وموضوعات بشكل آني دون قيود. (الحمامي: ٢٠٠٧، ١٢)

ج/ Wiki الويكي :

هي مواقع تتيح للأشخاص المشاركة في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، ومن أفضل الأمثلة في هذا الخصوص هو موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية. (ريان: ٢٠١٢، ٣٣)

د/ بود كاست:

خدمة تتيح ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدوياً، فالمستخدم الذي يملك تطبيقاً على جهاز Apple iTunes ، يمكنه الاشتراك في الخدمة لأي موقع يريد، بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة ثم يقوم iTunes بتحميل الملفات أوتوماتيكياً في حال توفرها.

هـ/ وسائل الإعلام الإلكترونية

تعتبر وسائل الإعلام الإلكترونية عن مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، وتعتبر عن المجتمع الذي يصدره ويتوجه إليه. وهو يشترك مع الإعلام بشكل عام

في الأهداف والمبادئ العامة بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجيا جديدة. (الغريب: ٢٠٠١، ٧٥) . يطلق على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب، الهواتف الذكية، الشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد. وتعددت وسائله وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلاً مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل ما يلي:

أ/ الصحف الإلكترونية: ب/ الإذاعة الرقمية ج/ التلفزيون الرقمي:

ثانياً: وسائل الإعلام القائمة على منصة الوسائل التقليدية:

ويشمل هذا النوع الصحف والإذاعة والتلفزيون التقليدي والتي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب وأنشأت مواقع الإلكترونية مكملة لعملها وتستخدم شبكات التواصل الإجتماعي للتفاعل مع الجمهور. وبذلك تخطت هذه الوسائل الإعلامية الطرق القديمة التي كانت تتبعها في النشر أو البث وتأتي هذه الجهود في إطار تغيير الخدمة ذات الاتجاهين.

ثالثاً: الإعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر OFFLINE

يتم تداول هذا النوع، أما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، العروض البصرية والعباد الفيديوي، الكتب الإلكترونية.

رابعاً: الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة

يحقق هذا النوع نمواً متسارعاً وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على المحمول "الهاتف الذكي والكومبيوتر اللوحي" هذه الأجهزة أصبح وسيلة في العمل الصحفي تتزايد أهميتها يوماً، وقادت في النهاية إلى ظهور ما بات يعرف بصحافة المحمول والتي تعرف إختصاراً بـ (MOJO) ". (جابر: ٢٠١٦، ٥)

المبحث الثاني

التقنيات الحديثة وانعكاساتها علي الإعلام الجديد

إرتبط تطور الصحافة والإعلام في العصر الحديث بالتطورات المتلاحقة في قطاعي المعلومات والاتصالات الذي يعد من أسرع القطاعات نمواً وتطوراً واستحداثاً للتقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، التي توظف لمعالجة المضمون أو المحتوى، الذي يراد توصيله بعملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، وتبادلها ، لذا فإن فهم التطورات التي تمر بقطاع الإعلام يستوجب بالضرورة فهم التطورات في القطاعات الداعمة له "الاتصال والمعلومات". (البيان: ٢٠٠٠، ١٠٣)

التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال والإعلام

وهناك عدة اتجاهات سردها الباحثون في تفسير وتحديد التطور التاريخ لتلك الوسائل كما يلي:

الاتجاه الأول: يتمثل في قراءة الملامح الأولى لوسائل الاتصال عبر تتبع بداياتها في العصور البدائية الأولى حين استخدمت الإشارات والاتصالات الشخصية ما يسمى بعصر "الإعلام الفطري البدائي" . ثم توالى الفترات التاريخية وتوالى تطور الاتصال، وفي خضم الثورة التكنولوجية الحديثة تطورت وسائل الإعلام من حيث الأجهزة والمعدات وظهرت أشكالاً جديدة. وصولاً إلى تكنولوجيا الوسائط المتعددة "الاتصال التفاعلي" حيث يتحدث علماء الاتصال والإعلام عن المراحل التي شهدتها حسب معايير مختلفة ، ويتم تقسيم مراحل تطور الاتصال وفقاً للتقنيات والوسائل والفروق بينهما وهنا تظهر بوضوح نظرية الحتمية التكنولوجية وهي تتمثل في المراحل الأولى وتجسد مقدرة الإنسان الأول علي استخدام أنظمة ووسائل الاتصال المختلفة من المرحلة الشفهية أو مرحلة ما قبل التعلم ثم مرحلة العلامات والإشارات

باختلاف أشكالها التي تعد حسب بعض المرجعيات العلمية في الاتصال الحقبة الأولى من تاريخ الاتصال الإنساني، ثم عصر التخاطب واللغة، ثم حقبة الكتابة بكل مراحلها " التمثيل الرسومي أو الكتابة التصويرية، الأنظمة الصوتية أو الكتابة علي أساس النطق ثم الكتابة الهجائية" وغيرها حتي عصر اختراع الطباعة علي الحروف المعدنية المتحركة في (١٤٤٥م) علي يد العالم الألماني يوحنا جوتنبرج، حيث بدأ النشر الجماهيري للكتب والصحف والمجلات وتحققت ديمقراطية الاتصال والثقافة، ومن ثم عصر الاتصال الجماهيري الذي شهد استقرارا وانتشارا لأجهزة ووسائل الاتصال الجماهيري خاصة الإتصالات السلكية واللاسلكية والإلكترونية، وصولا إلى مرحلة الاتصال التفاعلي والاندماج بين وسائل الإعلام . (علم الدين: ٢٠٠٠، ١٤٣)

وفي ذات الإتجاه هناك من يعتمد علي أن الاتصال والإعلام قد مر بمراحل وتطورات عدة تتمثل في المراحل الآتية :

١/ المرحلة الأولى: وتعرف بالثورة الأولى المرحلة الشفهية الكلية وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية فيها الكلمة المنطوقة ثم سادت فيها طرق اتصال الرموز والإشارات

٢/ المرحلة الثانية: المرحلة الكتابية حيث عرف الإنسان اللغة المكتوبة ونمت فيها طريقة اتصال تعتمد علي الكتابة اليدوية

٣/ المرحلة الثالثة : المرحلة الطباعية فيها عرف الإنسان الطباعة والحروف الطباعية المتحركة المسبوكة (١٤٤٥م)

٤/ المرحلة الرابعة: المرحلة الإلكترونية وقد شهدت بداية الإتصالات السلكية واللاسلكية مع استخدام التلغراف عام ١٨٤٤م ولكن هذا العصر الجديد خلق واقعا مغايرا لعالم الصحافة المطبوعة، فقد حمل معه أبعادا أخرى لمنظومة العمل الصحفي والإعلامي تمثلت في بث الإشارات المسموعة والمرئية وظهور التليفون والتصوير الفوتوغرافي والفيلم السينمائي.

٥/ المرحلة الخامسة : المرحلة التفاعلية وهي مرحلة الاتصال التفاعلي، مع دخول أول حاسب إلى عالم التشغيل عام ١٩٤٦م واستخدامه الفعلي كوسيلة اتصال، ثم ظهور الإنترنت حيث لجأ المؤسسات الصحافية إلى الإنترنت كوسيلة اتصال، فبرزت في عالم الصحافة المطبوعة العديد من التقنيات الإلكترونية الجديدة والأجهزة في جمع المعلومات عن طريق الحواسيب والهواتف النقالة والحاسبات التي تستخدم أقلاماً معدنية للتعامل مع شاشاتها وهناك من يتناول هذه المرحلة سادسة بعد عصر الإعلام والاتصال الجماهيري بمسمى عصر الإنترنت والاتصال التفاعلي. (المزاهرة: ٢٠١٤، ٥١-٥٥)

ويتناول دكتور فضيل أهم نقاط تطور وسائل الاتصال من خلال الآتي:

١. الثورة الاتصالية الأولى: وهي بدأت بظهور المطبعة (جوتنبرج ١٤٤٥م).

وهي تمثل الحد الفاصل الفعلي بين العصور القديمة والعصور الحديثة.

٢. الثورة الاتصالية الثانية: بدأت بظهور وكالات الأنباء أولى الوكالات (هافاس

(١٨٣٥

٣. الثورة الاتصالية الثالثة: بظهور المخترعات السمعية والبصرية الحديثة

(سينما، تلفاز، فيديو، حاسب إلى) ثم توجت بالأقمار الصناعية

٤. الثورة الاتصالية الرابعة : في أواخر السبعينات ظهرت وسائل جديدة تولدت

عن الربط بين الهاتف والتلفزيون والحاسب الآلي والفيديو أدت في الثمانيات

إلى ما يسمى بوسائل الاتصال الجديدة الناتجة عن تطور الأقمار

الاصطناعية والكوابل والفاكس والفيديو تكست والأقراص المضغوطة تمثلت

أهم تطبيقاتها في الجمع بين الإعلام الرقمي والهاتف والإنترنت. (دليو: ٢٠١٠،

(٤٩-٤٢

وقد أتاح قطاع تكنولوجيا الاتصال، التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة،

التي توظف لمعالجة المضمون أو المحتوى، الذي يراد توصيله بعملية الاتصال

ال جماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، ، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان الى اخر، وتبادلها. (البلان:٢٠٠٠، ١٠٣)

وعلي مر التاريخ شهد قطاع الصحافة والإعلام، العديد من التجارب في استخدام التقنيات الحديثة، ابرزها أنظمة الجمع الإلكتروني في ستينات القرن العشرين، وفي السبعينات من القرن، بدا تحرك القائمين علي صناعة الصحافة ، نحو استخدام أنظمة النشر الإلكتروني، ثم أنظمة الفيديو تيكس والتلتيكس في مرحلة أولية سبقت مرحلة انطلاق كبرى في تسعينات القرن العشرين تمثلها مرحلة النشر الإلكتروني التي أحدثت نقلة في عمل الصحافة وكيفية أعداد مضامينها، وتزامن ذلك مع انتشار "الإنترنت" وخروجها من إطار الاستخدامات الحكومية و الجامعية المحدودة إلى الاستخدامات العامة. (علم الدين:١٩٩٠، ٩٥)

وتمثل تأثير قطاع تكنولوجيا المعلومات علي الإعلام في توفير سبل ، إقتناء المعلومات واختزانها وتجهيزها في مختلف صورها، سواء كانت مطبوعة أم مصورة أم مسموعة أم مرئية أم ممغنطة أم معالجة بالليزر، وبثها باستعمال مجموعة من الأوعية الإلكترونية، وأجهزة الاتصال عن بعد. وقد مهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات. (بوكتان:٢٠٠٠، ٦٩-٧٢) وهكذا فقد أدى التطور التكنولوجي في قطاعي "الاتصالات والمعلومات" إلى ظهور وسائل وتطبيقات جديدة، أطلق عليها البعض "التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال - NTIC " وهي كل ما ترتب على الاندماج، بين تكنولوجيا الحاسب والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق

يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا. (الموسى: ٢٠٠٠، ١٢٨)

تكنولوجيا جديدة لإعلام جديد

خيارات عديدة أصبحت متاحة أمام الصحفيين، فيما يتعلق بعملية جمع وتخزين ونقل المعلومات والبيانات والوسائل الإعلامية على نطاق واسع، وبدرجة فائقة من الدقة والسرعة. وأتاحت أجهزة الاتصالات الحديثة، فرص لتوفير معلومات وبيانات حديثة للجماهير، وسرعة إعداد النشرات والرسائل الإخبارية وتخطيط الحملات الإعلامية وتنفيذها، وإعداد بيانات مسح اتجاهات الجماهير.

وتتجلى فوائد التكنولوجيا في إزالة الفوارق بين وسائل الاتصال ووسائل الإعلام، وخلق روابط بين الأدوات السمعية والبصرية، والاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية، الامر الذي أفضى إلى حالة تماهي بين وسائل الاتصال والإعلام، وهو ما يعرف باسم (التليماتيك) التي تعني التزاوج بين الاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية. (سميس: ١٩٩٢، ٢٧١) حقق هذا التزاوج والتفاعل نتائج مهمة صحفياً، وأبرزها التوسع في التغطية الاخبارية (توفلر ١٩٩٠، ٣٧)، وبروز نمط اتصالي جديد يجمع بين سمات الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري. (عبد الرحمن: ١٩٩٦، ٣٩)

انعكاسات التكنولوجيا الحديثة علي الأداء الصحفي

تضع التكنولوجيا تأثيراتها علي ممارسة العمل الصحفي في أكثر من جانب نرصد منها ما يلي:

- علي صعيد المنتج الإعلامي: ساعدت في تحسين دقة وجودة المنتج الإعلامي، وإضافة جاذبية لعروض المحتوى عبر تقنيات التصوير المجسم 3D ورسوم الحركة ANIMATION واستخدام الألوان ووسائل الإيضاح وغيره

- آليات العمل : طورت الوسائل التي يستخدمها الصحفيون في جمع الأخبار وإنتاج المحتوى الإعلامي، والأجهزة الرقمية أصبح تتميز بسهولة الاستخدام والنقل، بالإضافة إلى زيادة سعة الخزن STORAGE وسرعة نقل البيانات DATA ، بالإضافة إلى تقليل كلف الإنتاج وأسعار هذه الوسائل أصبح في المتناول

- سهولة الاستخدام: تعلم الصحفيون مهارات متعددة لإدارة استخدام الأجهزة الرقمية يستطيعون من خلالها التعامل مع الوسائل الجديدة، مثل الإنترنت والنشر الإلكتروني ومنصات عرض المحتوى، وكذلك الهواتف المحمول، التي تمثل أكثر الوسائل الرقمية حداثة.

- الجمهور: علي صعيد الجمهور ومستهلكي المحتوى الاخباري، فان الرقمية قد غيرت نمط الاتصال وجعلت المتلقي اكثر فاعلية وديناميكية من خلال الدور الذي أصبح يضطلع به سواء في المشاركة بإنتاج المحتوى أو من خلال إعادة نشره.

وشمل التغيير أيضا سلوك الجمهور وتعامله مع الوسائل الرقمية التي استقطبت إهتمام الشباب الذي أصبح يفضلونها علي الأجهزة الاخرى. الرقمية زادت من حدة التنافس بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الجديدة وفرضت علي الوسائل التقليدية واقعا، باتت معه ملزمة بتطوير وسائل الإنتاج والعرض لتكون قادرة على تلبية حاجات الجمهور ومتناسبة مع سلوكه. (جابر: ٢٠١٦، ١٦-١٧)

الانعكاسات علي الوسيلة - التقارب و الاندماج الإعلامي

بفضل التقنيات الحديثة، نشأت حالة من التقارب والتشابك بين قنوات الإعلام المختلفة بلغ حد الاندماج، وتقلص الحدود الفاصلة بين الوسائل وما في ذلك من أبعاد تكنولوجية وإقتصادية وثقافية، الأمر الذي أثر في الممارسات والمحتوى الصحفي، ويعمل التقارب والتكامل التقني علي تغيير نماذج الأعمال التقليدية، في

اعداد المحتوى "الإرسال الإذاعي، الإعلام المطبوع والاتصالات والتي بقيت دون تغيير أساسي لسنوات طويلة . كما يساهم هذا التكامل في تحفيز الابتكار الذي يعزز القيمة وإن كان يؤدي في بعض المجالات إلى تدمير هذه القيمة.

وهو الإهتمام الذي نبع من التحولات الجذرية في طرق التخطيط والعمل داخل المؤسسات الإعلامية التي أحدثها هذا الإتجاه الاندماجي الذي سهلت تطورات التكنولوجيا حدوثه مثل رقمته المحتوى، والتكامل بين المكونات ، والجمع بين أكثر من أداة في جهاز واحد متعدد المهام . (عبد الفتاح :٢٠١٦،)

فالخدمة التي كانت تقدم عبر وسيط واحد كالإذاعة أو الصحف يمكن أن تقدم من خلال طرق متعددة ومتنوعة، وهو ما يعني أن العلاقة الاحادية "تقديم خدمة وحيدة عبر وسيط وحيد " ستندثر. (Kopecka:2011,3)

وقد أدرك المهتمون بشان الصحافة و الأكاديميون تأثير التغيرات التقنية علي الإعلام بل أن وليام بالي William paley رئيس شبكة CBS الأمريكية استخدم مصطلح الاندماج في خطاب له عام ١٩٨٠، أشار فيه إلى ما سماه "إندماج آليات توصيل الاخبار والمعلومات" كما قدم نيكولاس نيغروبونتي طرحا عام ١٩٧٩م يقوم علي ثلاث دوائر متداخلة متمثلة في صناعة الإذاعة والصورة المتحركة صناعة الحاسب وصناعة الطباعة والنشر والتي تنبئ بأن يكتمل التشابك بينها قبل حلول عام ٢٠٠٠م. (Gordon:2003,57-73)

ويمكن القول أنه خلال الثمانينيات أصبح مفهوم الإندماج محل إهتمام الباحثين الذين لاحظوا إندماج تقنيات الإعلام القديمة في أشكال رقمية واتصالية جديدة مع تنبؤهم بظهور تقنيات إعلامية إندماجية جديدة. (عبد الفتاح :٢٠١٦،)

ويمكن الإشارة إلى أن الاتجاهات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال تتجسد في ما يلي :

١/ المزج بين أكثر من وسيلة اتصالية على سبيل المثال استخدام الهاتف مع

الفاكس مع الأقمار الاصطناعية

٢/ المزج بين وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات ما يعرف بتكنولوجيا الاتصال التفاعلي أو الاتصال متعدد الوسائط على سبيل المثال المزج بين الهاتف والحاسبات الإلكترونية

٣/ المزج بين التلفزيون والحاسبات الإلكترونية (بدر: ٢٠٠٦، ١٨٢)

وبناءً عليه فإن تساؤل الفروق بين وسائل الاتصال بات حقيقة ما يؤكد تقارب مجالات وتقنيات كانت منفصلة تاريخياً هي المعلوماتية والاتصالات والوسائل السمعية البصرية وقد حاولت وسائل الاتصال في ظل هذا الاندماج أن تتحول وتطور من أدائها للتوافق مع الواقع الجديد، ما أحدث تحولات كبيرة في قطاع الإعلام ، إذ جاءت ، المعلومات بحالة التزاوج و الاندماج بين صناعات كانت مختلفة في السابق، وهى الحاسب الآلي ووسائل الإعلام ونظم الاتصالات.(شفيق: د.ت، ١٦٢) نتيجة للتطور الذي حدث في مجال الاتصال، أصبح وسائل الاتصال شديدة التنوع في محتواها، وفي أشكالها، ومؤسساتها ولم تلغ وسيلة الأخرى إنما حدث إدماج لبعض الوسائل مع بعضها حيث يؤدي هذا الاندماج إلى نتائج ثقافية واجتماعية كبيرة.(البكري: ٢٠١١، ١٨٢)

التقنيات الحديثة المؤثرة علي الإعلام الجديد

أولاً: الإنترنت يفقد ثورة الإعلام الرقمي

تعرف الإنترنت أو الشبكة الدولية للمعلومات بأنها "شبكة كومبيوتر عالمية تربط ملايين من أجهزة الكومبيوتر في العالم، تسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم . كما تشير كلمة "إنترنت" إلى جملة المعلومات المتداولة عبر الشبكة وأيضاً إلى البنية التحتية التي تنقل تلك المعلومات عبر القارات، وتعمل هذه الشبكة وفق أنظمة محددة تعرف بالبروتوكول الموحد.

وحققت الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية ، من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الإتجاه غير الخاضع

للرقابة، كما حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال. (الشهري: ٢٠٠٥، ٢١)

ويقول الدكتور محمد الأمين موسى أحمد الأستاذ المشارك بكلية الدار الجامعية بدبي أن "الإنترنت أحدث ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية ، بالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع Site ، جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية Conventional Media إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب ، صحيفة، مجلة، وكالة أنباء، سينما، إذاعة، تلفزة) ، وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور من تجربة التواجد التقليدي (الورق . الشاشة . المذياع . التلفاز).

أما الدكتور الصادق رابح فيقول " نتيجة ظهور الإنترنت فإن الشبكات الجديدة للاتصال تغير بعمق في طرائق البحث عن الاخبار وإنتاجها وتوزيعها ، والواقع أن الثورة الرقمية قد أعادت تشكيل الواقع ورؤيتنا له.

وشكل بيئة مثالية لنمو وتطور الصحافة الإلكترونية بكافة أشكالها نتج عنها (تغير في صناعة المضامين الإعلامية ،سواء من حيث المساهمين فيها أو أشكالها، أو الوسائل التي يتم الإعتماد عليها في توصيل هذه المضامين). (موسى: ٢٠١٥، ٢١)

مكونات العملية الاتصالية بعد ظهور الإنترنت

وشهدت العملية الاتصالية التي كانت تتم عبر وسائل الإعلام التقليدية (المرسل والرسالة والمتلقي والوسيلة والتغذية المرتدة غير الفورية) تغيرات جوهرية بعد ظهور الإنترنت فأصبح أكثر ديناميكية وتفاعلية وفق التالي: (إسماعيل: ١٩٩٨، ٦٨)

أولاً: المرسل: بعدما كان المرسل الوحيد الذي يمتلك مهارات إعداد الرسالة

الإعلامية فقد ظهر إلى جانبه بفضل الإنترنت ووسائل الاتصال الحديثة (المواطن

(الصحفي)، الذي بإمكانه أن يرسل صحيفة الكترونية أو ينشر صحيفة علي الويب أو محطة اذاعية في موقع علي الإنترنت، و بإمكانه أن يرسل معلومات وصور ومقاطع فيديو لأي موقع الالكتروني أي أن المرسل تحول إلى متلق، فيما أصبح بإمكان الجميع ان يكون مرسلا (الاشخاص أو مؤسسات) عبر الإنترنت. (العياضي: ٢٠٠٤، ١٥١)

الرسالة : تغير شكل الرسالة وتحريرها وصناعتها ومضمونها، فالوسائط المتعددة بكافة استخداماتها إندمجت في شاشة الحاسوب بشكل يمكن مطالعة الأخبار، وأي موضوع عن طريق قراءة النص والاستماع إلى الصوت ومشاهدة الصور والفيديو التي تعبر عن مضمون النص الاصلي في ان واحد. (الفلحي: ٢٠٠٥، ١٦)

ينظر إلى الإنترنت باعتبارها صاحبة الفضل في شيوع حالة اليسر الاتصالية والوفرة المعلوماتية واتاحة التفاعلية خاصة مع ظهور الجيل الثاني من الشبكة العنكبوتية العالمية ويب 2.0 وهي " نظام من مستندات النص الفائق المرتبطة ببعضها وتعمل في الإنترنت، ويستطيع المستخدم، تصفّح هذه المستندات، باستخدام متصفّح "ويب"، وكذلك التنقّل بين هذه الصفحات، عبر وصلات النص الفائق، وتحتوي هذه المستندات على نص صرف وصور ووسائط متعددة. وتشكل الإنترنت الدعامة التقنية التي تجعل الويب أمرا ممكنا

ثالثا الوسيلة: لم تعد تكتفي بمخاطبة حاسة واحدة أو اثنين من حواس المتلقي، حيث اتاح لها الإنترنت مزايا الوسائط المتعددة مما مكنها من مخاطبة الحواس الانسانية ومدركاته العقلية

رابعا: المتلقي أصبح بإمكان المتلقي أن يكون المشارك في صناعة الرسالة الإعلامية وليس متلقيا فقط.

التغذية المرتدة (رجع الصدى): جاء الإنترنت بخاصية التفاعلية الآنية بين المرسل والمتلق وهي من المزايا التي ساهمت في تعزيز قيمة المشاركة بالرأي والنقاش الفوري مع مرسل الرسالة حول المضمون ما نشره.

وإذا تجاوزنا البعد التقنية، نجد أن الويب 2,0 قد مكن المؤسسات الإعلامية من تجديد ممارستها وفتح لها آفاقا علي المستوى المقروئية أو العائدات الإعلانية، كما أتاح للمستخدم الانتقال من موقع المستهلك السلبي إلى المشارك الفاعل في صناعة المضامين الصحفية وإن بدرجات متفاوتة بين مجموع الوسائط الصحفية الإلكترونية. (راج: ٢٠١٤، ٣٥)

وكان لهذه الخطوة انعكاسات على الممارسة الصحفية التي أصبح ببساطة ذات اتجاهين من مرسل إلى مستقبل والعكس، وأنهت بذلك سنوات من هيمنة وسائل الإعلام على صناعة المحتوى الإعلامي. وتنتظر مؤسسات صحفية لهذه المشاركة بعين الريبة وتعتبره، مهددا للمعايير المهنية، وتشكيك في مدى مصداقية هذه الخيارات الجماعية. (راج: ٢٠٠٧، ٢٢٣-٢٢٦)

ويوفر الويب 2.0 ،عددا هائلا من الخدمات الرقمية، التي يمكن أن يستفيد منها الصحفيون، وهي كالتالي:

١/ البريد الإلكتروني :

هو برنامج لتبادل الرسائل الإلكترونية بسرعة فائقة، ومن أشهر مواقع الايملات الهوتميل والجي ميل.

٢/ المجموعات الإخبارية: Internet News Group Usenet

وهي مجموعة من الأشخاص تناقش من خلال الرسائل المتبادلة إلكترونيا عبر الإنترنت الآف الموضوعات ذات الإهتمامات المشتركة. (شاهين.بهاء: ١٩٩٩، ٤٩)

٣ / شبكة الإخباريات : Usenet News

هي أحد أكثر استخدامات الإنترنت شعبية، وتستخدم بروتوكولات نقل إخباريات الشبكة الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية و إسترجاعها وإرسالها و الاستعلام عنها. وتقدم الشبكة لوحة الإعلانات وغرف الحوار.

٤/ التراسل الفوري : خدمة لتبادل البيانات والمعلومات متعددة الوسائط إلى جانب التحوار عبر الإنترنت بين شخص وآخر. ومن أشهر برامجه إيمو emo ، yahoo messenger

٥/ محركات البحث: برامج تتيح للمستخدمين البحث عن موضوعات ضمن مصادر الإنترنت ومن أشهرها google و yahoo_ وهكذا فإن التطورات التي تشهدها شبكة الإنترنت تحتم علي وسائل الإعلام ضرورة التغيير للتكيف معها، والاستفادة منها ، فمن مصلحة هذه الوسائل التحكم في

التقنيات الجديدة، لتكون قادرة على الاستجابة لأنماط الجديدة لاستهلاك المضامين الاخبارية القائمة علي التفاعل والتحوار باعتبارهما سمتان غالبتان على المواقع الاخبارية الناجحة. (رابح: ٢٠٠٧، ٢٢٩)

ويشير تقرير نادي دبي للصحافة إلى أن من أهم تلك التغيرات التي حدثت لوسائل الإعلام هو تحول نمط التدفق الإعلامي من نمط تدفق في اتجاه واحد One to Many إلى نمط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many

واعتباره نمطا جديدا يضاف إلى أنماط التوزيع التقليدية، وإلى نمط التوزيع حسب الطلب الذي جرى تقديمه مؤخرا. ويرى التقرير أن نمط التوزيع الجديد يسمح بتوزيع كل من المحتوى المهني (الذي تمثل قضية حقوق الملكية الفكرية قضية حيوية بالنسبة له) بالإضافة إلى ذلك المحتوى الصادر عن المستخدمين والذي يتراوح إنتاجه ما بين النص العفوي وتقنية الفيديو الصادرة عن كاميرا رقمية رخيصة الثمن

الإنترنت مجاناً للجميع

تسعى منظمة صندوق الاستثمار لتنمية الإعلام MDIF أميركية، وهي غير هادفة للربح، إلى بناء مشروع يهدف إلى تزويد سكان جميع مناطق العالم، حتى النائية منها، بإمكانية الوصول المجاني إلى محتوى الإنترنت، مستخدمة الأقمار الصناعية. وأطلقت منظمة ، التي تتخذ من نيويورك مقراً لها، اسم أوترنت Outernet، على المشروع الذي يتضمن مئات الأقمار الصناعية الصغيرة يتم إطلاقها في مدار منخفض حول الأرض، لتتولى عملية استقبال البيانات من عدة مئات من المحطات الأرضية وإعادة نشرها حول العالم.

تهدف المنظمة توفير البث في اتجاهين بين المستخدم والأقمار الصناعية في مرحلة مستقبلية من المشروع. وسيتضمن محتوى الإنترنت، القابل لتصفحه عبر شبكة أوترنت، أخباراً من منصات إعلامية مختلفة، ومعلومات من مواقع إلكترونية مثل ويكيبيديا، وتطبيقات مثل تطبيق الخرائط مفتوح المصدر Open Street Map، إضافة إلى الموسيقى والألعاب والأفلام، بجانب دورات تعليمية مجانية.

وقالت المنظمة، عبر الموقع الرسمي للمشروع outernet.is، إن توفير محتوى الإنترنت دون وسائل الرقابة الحكومية التقليدية لنحو أربعة ملايين مستخدم جديد، سوف يساعد في بناء المستقبل، وذلك بواسطة المعرفة التي سيحظى بها هؤلاء المستخدمين عبر الاطلاع على كم المعلومات الذي يفقدونه حالياً.

ثانياً : الحاسب الآلي " الكمبيوتر

يشمل مفهوم توظيف الكمبيوتر في العمل الصحفي كل تقنية أو برنامج، أو وسيلة تستخدم تكنولوجيا الحاسوب، أو التقنيات المنبثقة عنه، كالإنترنت في عملية جمع وتحليل الأخبار الصحفية . ويطلق علي توظيف الكمبيوتر في العمل الصحفي

باللغة الانجليزية مصطلح KAR وهي اختصار COMPUTER ASSISTED REPORTING

وقد تطور علم توظيف الكمبيوتر في العمل الصحفي ليشمل العديد من وسائل التقنية المساعدة للصحفي في عمله كبرامج تنظيم المصادر والعلاقات، وبرامج قواعد البيانات، وبرامج التحليل الاحصائي وبرامج استطلاعات الرأي ووسائل الحماية الإلكترونية كتشفير الملفات والتخفي علي شبكة الإنترنت ويمكن من خلالها تحقيق ما يلي: (منير: ٢٠١٠، ٢)

١. جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة
 ٢. تخزين المعلومات بشكل منظم يسهل معه استرجاعها
 ٣. معالجة المادة الصحفية تحريراً، وإخراجها وتجهيزها للطبع،
 ٤. نشر المادة الإعلامية (الموسوي: ٢٠١١، ٣١ - ٣٢).
- "إن الدور الذي تلعبه الحاسبات في مجال الإنتاج الصحفي مشهود للعيان في وقتنا الحالي، اذ يمكن القول انها أصبح تدخل في العملية الانتاجية بشتى مراحلها بداية من عملية تجميع المعلومات وبثها إلى الصحيفة وانتهاء بعملية نشر المعلومات الصحفية ونقلها وتداولها". (اللبان: ٢٠٠٠، ٢٣)

ثالثاً: : الوسائط المتعددة Multimedia

و تعني إندماج عناصر (النص ، الصوت ، و الصورة الثابتة ، والفيديو في عرض واحد) لرواية قصة بهدف التأثير على المتلقي.

و تصبح الوسائط المتعددة تفاعلية، عندما يعطى المستخدم التحكم في أسلوب العرض و انتقاء المعلومات التي يرغب فيها، وتصبح الوسائط فائقة، عندما تزود داخل محتوى العرض بوصلات لربط العناصر خلالها بما يمكن المستخدم من الإبحار في العرض . (حجازي: ١٩٩٨، ١٢)

وانطلاقاً مما سبق فإن الوسائط المتعددة هي مجموعة من عناصر الاتصال والعرض، وهي تجسد ملامح نظرية ثراء وسائل الإعلام في قدرة الوسائط المتعددة علي حل الغموض الذي يواجه الجمهور، وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية فهم الرسالة، مستفيدة من النظام الرقمي digital الذي سمح بتواجد الكلمة المكتوبة و الصوت و الصورة الثابتة أو المتحركة في وعاء الكتروني واحد، و بالتالي إنتاج رسائل إعلامية متعددة الوسائط. (الجندي: ٢٠١٠، ٦١)

فالوسائط المتعددة أحد التقنيات التي ساهمت في حدوث حالة التقارب والاندماج بين وسائل الإعلام . ونفوذها يتزايد بشكل كبير، في الإعلام الجديد باعتبارها عناصر مسيطرة علي شكل المحتوى الرقمي، وغدت غرف الاخبار متعددة الوسائط، جزءا من مفردات الممارسة العملية في الإعلام المعاصر نسبة لدورها المؤثر في العملية الإعلامية، مما يستوجب استعراضها بشئ من التفصيل في هذا المبحث . ورغم أن المفهوم السائد للوسائط المتعددة هي اندماج العناصر الخمس (النص، الصوت، الصورة الثابتة، الفيديو، الجرافيك) . لكن لا يمكن الحسم بأن هذه المجموعة من العناصر، ستظل هي السائدة والمسيطرة علي الدوام، فلربما تفاجئنا الابتكارات التقنية بعنصر جديد يضاف لحزمة العناصر الحالية أو يقصدها جميعا ويصبح هو المسيطر، وهو أمر متوقع في ظل ما يشهده القطاع التقني من تطورات متسارعة .

عناصر الوسائط المتعددة و هي: (شفيق: ٢٠٠٥، ٦٩)

١ / النص

ونعني به النصوص المكتوبة والمنطوقة ويعتبر المكون الأكثر شيوعا في برامج الوسائط المتعددة. ومعظم مستخدمي الكمبيوتر لديهم خبرة في إدخال ومعالجة النصوص. والتي تتم باستخدام لوحة المفاتيح Key Board. (T.M & K.E Vogel: w.d, 3)

النص الفائق أو النص التشعبي hypertext

هي نصوص يتم تزويدها بروابط تنقل المستخدم إلى أجزاء نصية أخرى، غير تلك التي يستعرضها، سواء كانت هذه الأجزاء في نفس المستند، أو في مستند آخر محفوظ في مكان مختلف (شفيق: ٢٠٠٥، ٨٣). ويتحول النص، إلى نص تشعبي، بعد إضافة الروابط إليه، إذ تتمثل وظيفتها في الربط ما بين مختلف المواقع التي تحتوي عليها النصوص التشعبية ، بمجرد النقر علي الرابط حتي ينتقل مباشرة إلى النص التشعبي الذي يشير إليه هذا الرابط. (حسن: ٢٠١٤، ١٥٥)

ويعتبر النص الفائق هو أساس التجول في شبكة الانترنت والتنقل بين الكلمات المتصلة أو مع صور أو موسيقى أو فيديو عن الطريق البحث البسيط والبحث المتقدم. (أنولا: ٢٠٠٤، ٤٦)

٢ / الصوت الرقمي sound

هو تسجيل الصوت باستخدام التضمين النبضي المشفر والإشارات الرقمية. وتشمل هذه الأنظمة عملية التبديل التناظري الرقمي وعملية التبديل الرقمي التناظري، والتخزين الرقمي ومكونات المعالجة واللبث. ويستخدم كارت الصوت لتحويل الصوت من تماثلي كما نسمعه في الراديو مثلا إلى رقمي (ADC) وبالعكس.

ويتميز الصوت الرقمي بإمكانية تخزينه واسترجاعه وبث إشاراته من دون أي تدني في مستوى جودة الصوت، فضلا عن فوائده في التسجيل والمعالجة والإنتاج الكمي والتوزيع للمواد الصوتي. ويفضل ألا تزيد مقاطع الصوت الرقمي في التغطية الخبرية عن دقيقتين كحد أقصى.

٣ / الرسوم الإيضاحية Graphic

• الجرافيكس: هي (تعبيرات تكوينية بالخطوط والأشكال تظهر في صورة رسوم بيانية خطية، أو دائرية، أو أعمدة، بالصور وقد تكون خرائط مسارية تتبعية، أو رسوما توضيحية، أو رسوما كاريكاتيرية أو رسوما منتجة بالحاسب، ويمكن

إدخالها إلى الحاسب باستخدام الوحدات الملحقة به، وتخزن بحيث يمكن تعديلها وإسترجاعها. (الطوبجي: ٢٠١٠، ٩٩) . وهناك العديد من البرامج الرائدة في هذا المجال أشهرها برنامج إيلستريتر Adobe Illustrator الذى يتيح إنشاء وتحرير رسومات يسهل تصديرها إلى شبكة الإنترنت. (Nian:2004,15)

٤/ الصور الثابتة الرقمية still image

و نعني بها الصور التي يتم التقاطها بالكاميرات الفتوغرافية وهي لقطات ساكنة لأشياء حقيقية يمكن عرضها لأية فترة زمنية و تلعب الصور دورا مهما في التغطيات الاخبارية إذ يتم الإعتماد عليها لشرح أفكار أو لعرض معلومات ولزيادة متعة المشاهدة وتغني الصورة في أحيان كثيرة عن الاف الكلمات، وقد تؤخذ الصور أثناء عملية الإنتاج من كتب ومراجع ومجلات عن طريق المساح الضوئي وتنتقل إلى الكمبيوتر بحجم صغير أو كبير. ويتم إعداد أو مونتاج الصور عبر برامج متخصصة في هذا المجال أبرزها: برنامج الرسم Paint و برنامج فتوشوب FOTO SHOP ومن أهم صيغ الصور هي: GIF/ TIFF/ PCX/ BMP .DIB

٥/ الفيديو الرقمي DIGITAL Video

تعد صور الفيديو من أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيرا في العملية التفاعلية، إذ يمكن أن تحتوي علي كل العناصر من نص، وصور ثابتة، وصوت، فضلا عن الصور الحية المتحركة، يتم اعدادها باستخدام كاميرا يتم تزويد الحاسوب بها أو عن طريق الهواتف الذكية أو نقل أشرطة الفيديو إلى الحاسوب بعد عمل رقمنة لها وأهم نسق في هذا المجال Av1 .

٦ / : الرسوم المتحركة Animation

هي (سلسلة صور ثابتة يتم عرضها في تعاقب زمني يؤدي إلى وهم الحركة، و يتم إنتاج صور متحركة باستخدام سلسلة إطارات مرسومة يمثل كل إطار منها لقطة) (شفيق: ٢٠٠٧، ١٠١) . وقد تكون هذه الرسوم المتحركة بسيطة مثل تحريك النص أو دخول النص إلى الشاشة والخروج منها. وهناك شكلان أساسيان من الرسوم المتحركة (بسيوني: ٢٠٠٥، ٩٨)

أ/ تحريك الأجسام وهو مبني علي تحريك النصوص والأجسام في الشاشة دون تغيير في شكلها، وهذا النوع سهل التنفيذ ويوجد في جميع برامج الوسائط المتعددة

ب/ الرسوم الثنائية الأبعاد وثلاثية الأبعاد

مواقع الإعلام الإجتماعي : social Media

برزت وسائل الإعلام الإجتماعي، وهي (فيس بوك، تويتر، واتساب، اسناب، انستغرام) علي سبيل المثال لا الحصر، كأحد أقوى المنافسين للصحافة الإحترافية الرقمية ، ولفتت هذه المواقع النظر إليها بعد أن سبقت وسائل الإعلام المحترفة في نشر تفاصيل العديد من الأحداث المهمة في العالم ، وحسنت فعلت وسائل إعلام إحترافية حينما استقطبت هذه المواقع لتستفيد منها في نشر مضامينها الصحفية وكمصادر للمعلومات.

حيث اختارت غالبية الوسائل الإعلامية الرقمية فتح حسابات لها في فيس بوك وتويتر وغوغل بلس، ويساند هذا الإختيار إحصائية حول معدلات انتشار هذه المواقع، ففي يونيو عام ٢٠٠٧ تجاوز عدد مشترك فيس بوك ملياري مستخدم، فيما بلغ عدد مستخدمي تويتر ٣٢٠ مليون مستخدم ، ومستخدمي انستغرام (٣٥٠ مليون) وجوجل بلس خمسمائة مليون مستخدم .

ويبدو أن وسائل الإعلام الاجتماعي ماضية في تنويع دورها الإعلامي خاصة شركة فيس بوك التي أعلنت في مايو ٢٠١٧م، عن نجاح تجربة جديدة تخوضها بهدف

توصيل الإنترنت إلى المناطق النائية باستخدام طائرات بدون طيار، أطلقت عليها اسم "أكويلا" Aquila . وسبق وصرحت فيس بوك بانها وجدت طريقة جديدة لتحديد الأخبار الوهمية ومنعها من الظهور للمستخدمين فيما تخوض توتير تجربة شبيها لكنها لم تكتمل بعد. وأوضح الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة في ورشة تدريبية بمركز تريم للتدريب الإعلامي "ان الصحفيين يمكنهم الإستفادة من مواقع التواصل في الحصول علي الأخبار ومتابعة تطورات الأحداث بمناطقهم ، ولكن بشيء من الحيلة، محذرا من مغبة تبني ما ينشر في هذه الوسائل ،مما قد يكون له اثر سيء علي سمعة المؤسسات الإعلامية المحترفة، وأكد أن المعلومات يجب إسنادها إلى مصادرها في تلك المواقع حفاظا علي المصداقية والدقة وهي قيم إعلامية تكرس المؤسسات الإعلامية المحترفة جهدها عبر سنوات لتحقيقها"

رابعا: الهاتف المحمول والكمبيوتر اللوحي:

هو نظام يتيح للإنسان أن ينقل معه وثائقه ومصادره ومعلوماته واتصالاته فلم تعد قدرة الإنسان فيما تستطيع ذاكرته البشرية المحدودة أن تحمله ولا عقله المقيد - ولا نقول المحدود - أن يتصدى له، بل أصبح قدرته على النفاذ إلى مصادر المعلومات عندما يحتاجها وعلى توفير الوسائل العملية لحل ما يصادفه أو يعرض عليه من مشكلات، وهكذا أصبح للإنسان رفيقان: كمبيوتر نقال Portable Computer وهاتف نقال Portable Phone الأول يحمل له ملفاته وبرامجه والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان.

و قد سمحت التطورات التقنية الأخيرة بزيادة أنواع الأجهزة المحمولة التي توفر الإتصالات البيانية لاسلكيا عبر الإنترنت ذات النطاق العريض والتي تتميز بمعالجات مركزية أسرع وبإمكانية الارتباط بأجهزة واي -فاي للإتصال الشبكي الاسلكي بالمحتويات الرقمية للإنترنت ،وشاشات عريضة تعمل باللمس (haptic) وتتمتع بوظائف نظام التموضع العالمي عبر الأقمار الصناعية (GPS) وتعتبر

أجهزة أمثال (BLACK BERRY) وآيفون أمثلة علي نجاح المحتوى الذي يمكن الاستمتاع به بواسطة الأجهزة المحمولة). وأهمية الهاتف النقال للصحافة لم يعد محل جدل. وتشكل الهواتف الذكية حاليا (٢٠١٦) ما نسبته ٣٧% من كافة اشتراكات الهواتف الجوال، وهذا يعني أن العديد من المستخدمين لم يتحولوا بعد إلى تقنية الهواتف الذكية الغنية بالمزايا ودعم الإنترنت).

و بذلك يصبح الهاتف المتنقل بشكل متزايد وسيلة قوية للاستهلاك الإعلامي في المنطقة العربية كما في باقي دول العالم). وهذا يعني ان هناك استخدام مؤثر للهاتف في المنطقة العربية يمكن ان يبني عليها الكثير من القرارات المتعلقة بالصحافة وكيفية الاستفادة من هذه الهواتف في تقديم خدماتها وتحقيق أهدافها.

إلى جانب التطورات الهامة التي عرفتتها شبكات الاتصال، فإن شبكات الهاتف الجوال مرت هي الأخرى بمراحل هامة منذ ظهورها في أواخر الستينات، ففي المرحلة الأولى التي امتدت إلى أواخر الثمانينات ظهر الجيل الأول للهاتف الجوال الذي يعتمد علي انظمة تناظرية، أما الفترة الثانية فتميزت بظهور نظام اتصالات.

بحسب معطيات تقرير الإتصالات المتنقلة من إريكسون المنشور في يونيو ٢٠١٦، فمن المتوقع ازدياد إجمالي حركة البيانات بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ حوالى ٤٥ في المئة بسبب زيادة عدد الاشتراكات بالهواتف الذكية من جهة - خاصة الهواتف الذكية التي تدعم تكنولوجيا LTE - وزيادة معدل إستهلاك البيانات للمشارك الواحد من جهة أخرى.

و ينتج عن ذلك زيادة عشر مرات في معدل الحركة الإجمالي لجميع الأجهزة بحلول نهاية العام ٢٠٢١. وأن ينمو استخدامات الهواتف الذكية ١٢ مرة بين العامين ٢٠١٥ و ٢٠٢١، وسيهيمن بث الفيديو على ٧٠% من حركة البيانات المتنقلة.

حيث توفر شبكات الجيل الخامس لمستخدمي الشبكات مزايا الفعالية والمرونة عندما يتعلق الأمر بتقديم خدمات الصحافة. (بيرجيندال: ٢٠١٦).

المبحث الثالث

نشأة الهواتف وتطورها

فيما كانت أوروبا تعيش حالة توتر وحروب وشقاق تم الإعلان عن أول هاتف في تاريخ البشرية عام (١٨٧٦) كجهاز يحقق التواصل والتقارب بين الناس، مهما ابتعدت المناطق الجغرافية. فأصبح أحد أهم الإنجازات الإنسانية المؤثرة في تاريخ العالم، ودعامة راسخة لابتكارات عديدة توالى تباعا على قطاع الإتصالات وصناعة الهاتف.

وقد ساد لسنوات طويلة اعتقاد خاطي بأن مخترع الهاتف، هو العالم البريطاني جراهام بيل، إلى أن أعترف مجلس الكونغرس الأمريكي رسمياً في عام ٢٠٠٢ م، بأن المخترع الإيطالي، أنطونيو ميوتشي، هو المخترع الحقيقي للهاتف، وذلك بعد مرور ١١٣ عاماً على وفاته عام ١٨٨٩ م.

وجاء أعترف مجلس النواب الأمريكي رسمياً بتاريخ ١١ يونيو ٢٠٠٢ م ، بأن ميوتشي هو أول مخترع لفكرة الهاتف وذلك في قرار المجلس رقم ٢٦٩. وهذا يعني أن ألكسندر غراهام بيل اختراع الهاتف بناءً على فكرة وجدها في نموذج من نماذج اختراعات أنطونيو ميوتشي .

إلا أنه يحسب للعالم غراهام بيل أنه من حول الفكرة إلى ابتكار عملي عام ١٨٧٦ ميلادية، وقد ظهر الهاتف في بدايته كجهاز ارسال بسيط وجهاز إستقبال بأسلاك بينهما. وانحصر استخدامه علي بعض الأشخاص، ثم أخذ بالانتشار شيئاً فشيئاً.

وذلك بالتزامن مع تطور الهاتف نفسه إلى جهاز يعلق علي الحائط، كان ذلك في عام ١٨٨٢ ،حيث كان يتكوّن من حامل لسماعة المستقبل وعمود، ويتم من خلال العمود الاتصال مع مزوّد الخدمة الذي يحول المكالمة إلى الجهة المطلوبة .

في عام ١٩١٩ تم اختراع الهاتف الذي يقوم بالاتصال بالرقم المطلوب مباشرة دون الحاجة لوجود محوّل المكالمات. ثم تطور شكل الهاتف بإبتكار أول هاتف متنقل في عام ١٩٢٤، و في عام ١٩٢٨ تم اختراع الهاتف الذي يمكن حمله كاملاً بيد واحدة أي أن سماعة المتحدث وسماعة الإذن بنفس الذراع.

الهاتف الشمعدان

يعد النموذج الأول في سلسلة تطور الهواتف و سمي "الشمعدان" نسبةً لتشابهه في الشكل بالشمعدان الذي تثبت عليه الشموع. يتكون هذا النوع من الهواتف من جزأين متصلين بسلك أحدهما لاستقبال الصوت والآخر لإرساله. وقد حقق انتشاراً واسعاً خلال الفترة ما بين ١٨٩٠ و ١٩٣٠ ثم اندثر تدريجياً بعد اختراع هاتف جديد يدمج الجزأين معاً.

الهاتف الدائري

يتكون من الجسم الرئيسي للهاتف مثبت به قرص دائري وسماعة متصلة به عبر سلك يتم من خلالها التحدث وسماع الطرف الآخر في آن واحد. تم تزويده في عام ١٩٣٧ بقرص يصدر صوت الجرس عند قدوم أي مكالمة. لاحقاً تم استبدال القرص الدائري بأزرار عام ١٩٦٣م. وظلت الهواتف في السنوات الأولى مقتصرة في الغالب على المكاتب الكبرى والهيئات الحكومية والخاصة ثم انتشرت تدريجياً حتى أصبح في كل مدينة حول العالم مركز واحد على الأقل يستقبل راغبي التحدث في الهاتف مقابل الدفع عن كل دقيقة.

هاتف بخاصية الرد الآلي

يستطيع المتصل عبر خاصية الرد الآلي بالهاتف، ترك رسالة صوتية للطرف الآخر في حال عدم الإجابة على اتصاله، في بداياته، كانت العملية تتم بوضع شريط تسجيل بالجهاز، يتم تغييره، أو استبداله كلما امتلأ بالرسائل، ثم تطور إلى التسجيل الرقمي.

هاتف بخاصية كاشف المتصل

وفر جهاز كاشف المتصل على مستخدميه عناء التعرف على المتصل وحفظ أرقام هواتف كل من يعرفونهم. وفي مرحلة لاحقة تم تزويده بذاكرة، تتحكم في عدد الرسائل الموجودة عليها بأزرار خاصة كما يمكن ترك رسالة على الهاتف المحمول بكل سهولة ودون الحاجة إلى جهاز خاص.

الهاتف المحمول البدايات و التطور

يمكن القول بأن سبعينات القرن العشرين، هي الفترة التي تحققت خلالها نقلة نوعية في صناعة الهواتف، عندما تمكن الأمريكي مارتن كوبر الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو من اختراع أول هاتف محمول في العالم عام ١٩٧٣ أطلق عليه اسم (ديناتاك) تم طرحه في الأسواق العالمية بعد مرور عشر سنوات تقريباً. يعمل الجهاز عن بعد دون الحاجة إلى الأسلاك فيما بينها، حيث يتم إرسال الموجات الكهربائية عبر الهواء عن طريق أجهزة الميكروويف المثبتة في مساحات معينة.

ويعيب هذا الجهاز ارتفاع سعره آنذاك، وثقل وزنه إذ بلغ كيلو جرام، لكنه كان بديلاً جيداً لهواتف السيارات التي تحتاج لمصدر للطاقة وأجهزة متعددة يتم تركيبها داخل جسم المركبة. يقول كوبر "لقد كانت التكلفة باهظة والرحلة طويلة"، لكنني لم أضع نصب عيني سوى رؤية تكنولوجية على المدى البعيد.

هناك أفكار بسيطة للاتصال المتحرك سبقت ابتكار (ديناتاك) باستخدام الراديو، عرف هذا النموذج في ثلاثينات وأربعينيات القرن العشرين، ارتبط استخدامها بالمركبات البحرية، خاصة في سواحل نيويورك وغيرها. حيث استخدمت أنواع بدائية لخدمة قطاعات محدودة كالعسكرية والأمنية. (Lawrence:2006,wp)

و قد عرف (المحمول) أيضاً بالهاتف اللاسلكي، كونه لا يرتبط بسلك مع قاعدته. مما التجول به في مساحة لا تبعد كثيراً عن قاعدته. وبعد اكتشاف نظام البث لا

سلكي ، أمكن التنقل بسماعة الهاتف اللاسلكية ضمن نطاق ضيق نوعاً ما. بعدها ظهرت اجهزة الرسائل النصية (البيجر) وهو جهاز صغير ينقل البيانات على شكل نص بين المستخدمين علي غرار فكرة الفاكس .

وفي بداية تسعينيات القرن العشرين، دخلت عدة شركات إلى مجال صناعة الهواتف النقالة ،منها ساجم الفرنسية وسيمينز الألمانية. ومن بعدهم شركة نوكيا الفنلندية والتي أصبحت لعقد من الزمان تحتل المرتبة الأولى في صناعة الهواتف النقالة وبرمجياتها، وبحسب لها أنها أول شركة أصدرت هواتف نقالة بدون هوائي بارز عن إطار الهاتف.

وفي سنة ١٩٩٦م أطلقت شركة موتورولا هاتف "موتورولا ستارتاك" الذي يعتبر بداية لظهور الهواتف صغيرة الحجم. ثم دخلت كل من شركة "جوجل" و " أبل" مجال صناعة الهواتف المحمولة، وأصبح التنافس على أشده بين تلك الشركات. في هذه الأجواء ابتكر ستيف جوب المهندس بشركة أبل ، نظام اللمس على الشاشة للتحكم بالهاتف للمرة الأولى في تاريخ الهواتف.

الإنترنت المتنقل يطور استخدامات الهاتف المحمول

إنّ تاريخ تطور الهاتف المحمول، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتطور أنظمة الاتصالات من جهة، وتطور صناعة الكمبيوتر من جهة أخرى. كما اكتسب مزايا جديدة بعد اقترانها بخدمة الإنترنت وأنظمة الاتصالات المتنقلة التي كانت سببا في تحوله من مجرد جهاز للاتصالات، والخدمات الاتصالية البسيطة، إلى وسيلة اعلامية واسعة الانتشار ومنصة لوسائل الاعلام الرقمية. ويمكن أن نرصد مراحل تطور الهاتف المحمول فيما يلي:

نشأة وتطور الهاتف المحمول

مع مرور الوقت ، تطورت الهواتف لتصبح أصغر حجماً وأقل وزناً، وتم إزالة الهوائي منها تماماً. وازداد قطر الشاشة كما شهدت تغيرات عديدة ومتلاحقة من حيث

التقنية. ويعزى التحديث السريع في تقنيات الهاتف وتطوير مزاياه، إلى المنافسة الكبيرة بين الشركات المختصة بتصنيع الهواتف.

ظهور الهاتف الذكي

أنتج التطور التقني في مجال الهواتف، نسخة حديثة من المحمول عرفت بالهاتف الذكي (Smart Phones) تحتوي على خلايا تكنولوجية متطورة مقارنة بالخلايا التي كانت تُستخدم في النسخ القديمة من الهواتف الخلوية السابقة، تضم تطبيقات متطورة، تحوّل وسائل الاتصال القديمة إلى وسائل اتصال حديثة قادرة على تعزيز الربط بين الأفراد حول العالم.

تعريف مصطلح الهاتف الذكي

ويشير مصطلح الهواتف الذكية إلى : أجهزة رقمية ، تجمع بين فكرة عمل الهواتف العادية، وأجهزة الحاسوب، مما يساهم في القيام بأكثر من نشاط، أو وظيفة في وقت واحد، لذلك تم وصفها بالذكية .

ترتبط الأجهزة الذكية، بشبكات لاسلكية عبر بروتوكولات مختلفة مثل بلوتوث، أن أف سي، واي-فاي، جيل ثالث وغيرها، التي يمكن أن تعمل إلى حد ما بشكل تفاعلي وبشكل مستقل. على نطاق واسع يعتقد أن هذه الأنواع سوف يفوق عددها أي أشكال أخرى من الحوسبة الذكية والاتصالات في وقت قصير جدا.

وضمن هذه المجموعة يأتي الهاتف الذكي الذي يتيح الاتصال بالإنترنت ، بالإضافة إلى الخدمات الهاتفية المعتادة، كالرسائل القصيرة، الاتصال، الكاميرا، ذاكرة لحفظ المعلومات ، شاشة لمس، أو شاشة عادية، بالإضافة إلى التطبيقات الموجودة على المتجر، والمثبتة على الجهاز.

أول هاتف ذكي في العالم

ابتكرت شركة IBM في عام ١٩٩٢م أول هاتف ذكي في العالم ، عرف باسم "سيمون" تم طرحه للجمهور بعد عامين من اطلاقه في معرض "كمديكس" . وكان

ذلك ايذانا بالتوسع في خدمات الهاتف مستفيدا من الإنترنت وتوافقه مع تكنولوجيا الحاسوب التي تتيح برمجيات وتطبيقات متقدمة.

ومن بعده طرح هاتف ستارتاك عام ١٩٩٦ كأول هاتف يمكن غلقه بطريقة الثني نصفين "Flip Phone" مثل الصدفة. وهو أول هاتف يُقدم فكرة التنبيه بالاهتزاز كبديل للنغمات وأول هاتف يستخدم بطاريات الليثيوم (time magazine,2014,p17)

وفي العام ذاته أطلقت شركة نوكيا الهاتف الأول في سلسلة هواتفها وأسمته "Communicator"، يعد هذا الهاتف أول هاتف ذكي بالمعنى المعروف في ذلك الوقت، لإضافته ميزة تصفح الإيميل والإنترنت ،كما انه أول هاتف يحمل لوحة مفاتيح كاملة. ثم أنتجت نوكيا نسخة مطورة من الهاتف باسم Nokia 5110 5110 ، تميز بسعره المنخفض مما أسهم في انتشار بين الناس.

وفي عام ١٩٩٧ وضعت شركة "إريكسون" أولى ملامح هاتف متعددة الوسائط ،تعارف الناس عليه لاحقا باسم "الهاتف الذكي" نسبة لما يقدمه من خدمات متعددة عبر تقنيات حديثة وتطبيقات وبرامج سهلة الاستخدام وذلك بابتكارها لجهاز بينلوب Penelope ثم الحقته بجهاز R380. في عام ٢٠٠٠م طورت شركة "إريكسون" أول هاتف ذكي يجمع بين الاتصال الصوتي ووظائف المساعد الرقمي واستخدام شاشة اللمس، وكان يعمل على نظام التشغيل سيمبيان Symbian OS. وشهد العام نفسه سلسلة من أنواع الهواتف ذات الخصائص والمميزات الرقمية ،ومنها جهاز Palm Treo P800 بالم تريو ، من شركة سوني إريكسون، وقد أضاف هذا المنتج ميزات جديدة لسوق الهواتف الذكية، بما في ذلك مشغل MP3 وشاشة لمس

ملونة (Wendy Sheehan, 2003,84)

أول هاتف يسمح بالتقاط الصور

يعود فضل إبتكار أول هاتف مزود بالكاميرا في العالم إلى فيليب خان، بدأت الفكرة في عام ١٩٩٧م في شمال كاليفورنيا. و في ١١ يونيو من ذلك العام، نفذ فكرته والتقط أول صورة لمولده في غرفة الولادة، ثم نقل الصورة لاسلكيا إلى أكثر من ألفي شخص في جميع أنحاء العالم. اتبع خان طريقة مبتكرة بتوصيل كاميرا رقمية بالهاتف الخليوي (اللاسلكي) وشرع في إضافة بعض التعليمات بلغة البرمجة مستخدما جهاز كومبيوتر محمول بالمستشفى وتم إرسال الصورة في وقت التقاطها مباشرة.



وظفت شركة شارب التقنية فكرة خان وأنتجت في عام ٢٠٠٠م أول هاتف محمول في العالم يسمح بالتقاط الصور وانحصر توزيعه في البداية باليابان، وبعد سنوات وصل إلى السوق الأمريكية، ثم انتشر في كل مكان (Kith Wilson, 2017, p42) لم تكن جودة الهاتف الذي يحمل أسم Sharp J-SH04 عالية إذ بلغت دقته ٠.١ ميغا بكسل، إلا أنها كانت نوعاً ما مقبولة بمقاييس عام ٢٠٠٠م. هاتف شارب كان قد سبقه هاتف سامسونج SCH-V200 في كوريا بعدة أشهر، وكان مزوداً بكاميرا

أيضاً ولكن لا يمكن التقاط صور بعيدة أو مشاركتها ولا بد من تحميلها سلكياً للكمبيوتر، لذا يعتبر هاتف شارب صاحب السبق كأول هاتف مزود بكاميرا رقمي.

أول هاتف ذكي بخصائص حماية متقدمة

صنف هاتف بلاك بيري "Blackberry 6210" الذي تم إطلاقه عام ٢٠٠٣ م، كأول هاتف يقدم خصائص حماية متقدمة ، وميزات جديدة مثل برامج المحادثة والاستماع إلى المكالمات من السماعة الخارجية.

أول هاتف بشاشة لمس

ابتكرت شركة LG أول هاتف مزود بشاشة لمس عرف باسم LG KE850 Prada ، تم إطلاق الهاتف في عام ٢٠٠٦ م أي قبل الآيفون بعام واحد.

أول هاتف يدعم شبكات الجيل الرابع

أطلقت شركة HTC عام ٢٠٠٨ م، أول هاتف ذكي يعمل بنظام أندرويد . كما أطلقت سامسونج هاتف Samsung-Ite أول هاتف يدعم شبكات الجيل الرابع أو LTE ذات السرعات العالية، ومع ذلك لم يحقق في بداياته مبيعات تذكر، ربما لقلة الأماكن التي يتوفر بها الشبكة

يحتوي علي ميزات الكمبيوتر وغيرها من الميزات غير المرتبطة أصلا مع الهواتف، مثل نظام التشغيل، وتصفح الإنترنت وتشغيل تطبيقات البرمجيات.

وتبارت الشركات في انتاج هواتف ذكية بميزات تفوق ما أنتج في الساحة عاما بعد الاخر وكان التميز دائما يكمن في التطبيقات التي تتوافق مع هذه الهواتف، و في عام ٢٠٠٩ م قامت شركات بإنشاء مخازن التطبيقات الخاصة بها على شبكة الإنترنت، ومنها متجر Ovi من نوكيا، ومتجر ويندوز لشراء تطبيقات الهواتف والبلاك بيري.

وفي عام ٢٠١٢ أعلنت شركة "أبل" عن وصولها الى ٢٥ مليار تحميل من متجرها، وظهرت إصدارات عديدة من جهاز الآيفون حتى وصل الى الاصدار الرابع. عامي

٢٠١١ و ٢٠١٢ تمثل مستقبل الهواتف الذكية حيث إزدادت الشاشات حجماً والمعالجات سرعة وتعدد الوظائف والتطبيقات الشركات المصنعة (صحيفة الأنباء، ٢٠١٢، ص ٦٢)

ايفون يقدم مزايا اعلامية

يعد هاتف iPhone الذي أنتجته شركة أبل Apple في عام ٢٠٠٧م، المفضل بالنسبة للاستخدامات الصحفية حيث يجد الصحفيون فيه مزايا والتطبيقات التي يتم انزالها من متجر الخاص بشركة أبل وتتميز هذه التطبيقات بالجودة العالية ونظام تشغيل مميز يتبع لنظام ماك العاشر، وقد أصبحت شركة أبل تستخدم هذا النظام فيما بعد، وتقوم بتطويره من أجل أجهزتها المختلفة التي تعمل بشاشة اللمس

أنواع أخرى من أو الذكية

إلى جانب الهواتف هناك أنواع أخرى من أو الذكية، يعتقد أن عددها يمكن ان يفوق أي أشكال أخرى من الحوسبة الذكية والاتصالات في وقت قصير جدا نذكر اهمها وهي :

الحاسوب اللوحي (Tablet Computer): هو جهاز حاسوب لوحي صغير الحجم، سمي بـ (الحاسوب اللوحي)، حيث أنه يحتوي على لوحة الشاشة فقط. وتقوم بعض الشركات الصانعة للحواسيب اللوحية بإضافة قطع أخرى لهذه الحواسيب غير الشاشة، كالقلم الرقمي، كما قد تضيف مع الشاشة لوحة مفاتيح قابلة للتركيب والإزالة. أشهرها أنواعها جهاز الآيباد (iPad): بدأت شركة أبل (Apple) العالمية في انتاجه لأول مرة في أبريل من عام ٢٠١٠م وفي ذات العام أطلقت نسخة أخرى تدعم تقنية الـ (G3)، بالإضافة للواي فاي. تتوفر به العديد من التطبيقات التي تشغل الوسائط المتعددة، وغيرها. كما يحتوي الآي باد على متجر إلكتروني، يستطيع المستخدم أن يشتري منه ما يحتاجه من التطبيقات الإضافية.

ومن امثلة أو الذكية :

- الساعة الذكية [مثل فيتبيت - سورج (Fitbit - Surge) أو الساعة الذكية من سامسونج - جير ٢ (Samsung - Gear 2 Smart Watch)].
- الأطواق الذكية [مثل رازر - ريفلز نوبو (Razer - Reveals Nabu) أو من LG طوق اللياقة]. سلاسل المفاتيح الذكية [مثل مفاتيح Prestigio].

أنظمة الاتصالات المتنقلة ودورها في تطور خدمات الهاتف المحمول

يرجع تاريخ أول ظهور لأنظمة الاتصالات المتنقلة في الثمانينيات من القرن الماضي ١٩٨٢م. وقد قدمت التجربة الأولى في المؤتمر الأوروبي للاتصالات والبريد CEPT ، وقد تم تحديدها من قبل المعهد الدولي الأوروبي لمعايير الاتصالات السلكية واللاسلكية ETSI ، التي باشرت بتطبيقها في بداية عام ١٩٩٠م بالاعتماد علي تقنية GSM إذ بدأ النظام بالعمل فعليا عام ١٩٩٢م. وتم تركيب أول شبكة لنظم الاتصالات المتنقلة في ألمانيا. وقد إستند الجيل الأول لهذه الأنظمة إلى استخدام تقنية الاتصالات التماثلية، وهي التقنية نفسها المستخدمة في أنظمة الراديو التماثلية التجارية. وأكثر ما يميز هذا الجيل ان السعة المستخدمة كانت كبيرة نسبيا. بسبب السعات الترددية القليلة التي تدعمها التقنية، لذا قد استخدمت من قبل فئات قليلة من المجتمع كرجال الأعمال أو القادة الكبار.

الجيل الثاني للاتصالات المتنقلة

تطورت الاتصالات المتنقلة بشكل ملحوظ نتيجة للحاجة المتزايدة إليها، ولا سيما بعد دخول أنظمة الجيل الثاني إلى العمل في مطلع عام ١٩٩٠م. إعتمدت هذه التقنية علي البث الرقمي ، وتقنية الـ GSM عام ١٩٩١م ، تقنية كاشف رقم المتصل، كما عالجت الـ GSM بعض المعطيات مثل الفاكس وخدمة الرسائل القصيرة. وأرسلت أول رسالة نصية في العالم في عام ١٩٩٢. إلا أن هذا الجيل من الهواتف لم يكن

ملائماً لاستعراض صفحات ويب وتطبيقاته. و تحسنت التغطية، وأصبح التجوال الدولي متاحاً، وأصبحت الهواتف المحمولة أصغر حجماً وأقل سعراً.

اعتمد هذا الجيل علي التراسل الرقمي Digital مما فتح الباب لتقديم المزيد من الخدمات مثل خدمة الرسائل القصيرة SMS ، والبريد الالكتروني، تصفح الإنترنت، وغيرها من الخدمات.

إن نجاح تقنية الجيل الثاني كان مترامناً مع نمو الإنترنت وتطوره، حيث كان من البديهي ان يقوم مشغلو الجيل الثاني بمحاولة توفير خدمة الوسائط المتعددة MMS وبعد إضافة تحسينات علي النظام تمكن المشغلون من توفير تلك الخدمات للمستخدمين وبسعات مقبولة نسبياً.

و أطلق علي عملية تناقل البيانات فيما بعد SERVICE GENERAL PACKETRADIO عرفت اختصاراً بالـ GPRS، ونتيجة للازدياد التدريجي لاستخدام حزم البيانات ولغرض تلبية حاجة المستخدمين، تم تحسين الجيل الثاني بعد إطلاق تقنية الـ EDGE التي مكنت المستخدمين من الحصول علي ساعات أكبر لتناقل البيانات بنحو أوسع.

تقنية الجيل الثالث

تم الإعلان عن بدء العمل بالجيل الثالث بصورة فعلية تجارياً في مطلع عام ٢٠٠٠م لكن هذا الاعلان لم يكن صحيحاً، لأن تلك التقنية لم تستوف شروط الأداء الجيد كافة، ولبت هذه التقنية متطلبات المستخدمين لها حتي عام ٢٠٠٥م الذي شهد تطور التقنية من 3G إلى 3.5G

والتي وفرت خدمات الصوت والصورة والمكالمات المرئية بشرط موافقة الطرفين، وكذلك الفيديو ونقل البيانات بسرعة فائقة، والبث التلفزيوني علي المحمول ومشاهدة القنوات الفضائية بكفاءة وجودة عالية، والمشاهدة حسب الطلب.

كما خدمة الفيديو حسب الطلب وخدمة الملفات الصوتية حسب الطلب، وهذه الخدمة تتيح للمستخدم مشاهدة الملفات المتعددة الوسائط حسب الطلب وفي أي وقت. وأدى الطلب المتزايد لسرعات أكبر إلى ظهور الجيل الثالث المتطور ٣. ٥ والذي دعم سرعات أكثر في إرسال البيانات Downlink تحسن معها تحميل البيانات Uplink بسرعات فاقت المليون حرف في الثانية.

شبكات الجيل الرابع

أعلن الاتحاد الدولي في أكتوبر عام ٢٠١٠ عن إستيفاء نظامين لمتطلبات الجيل الرابع وهما كل من LTE-ADVANCED WIMAX و IEEE802.16M بعد إضافة تحسينات عليه يعتمد الجيل الرابع علي ربط شبكات غير متجانسة (شبكة هاتف محمول، شبكة لاسلكية، شبكة أقمار صناعي) و يمكن للمشارك التنقل بين هذه الشبكات بكل سهولة ومن اهم مزايا هذا الجيل

- سرعة في التراسل وتحميل ملفات الفيديو والوصول إلى الإنترنت، كما توفر إمكانية التحدث وكتابة الرسائل وتبادل الملفات وتصفح الإنترنت في آن واحد. و تتميز بارتفاع مستويات الأمان في المعلومات المنقولة عبر شبكاته.

- تقديم خدمات الإتصالات اللاسلكية عريضة الحزمة Broad Band في أي مكان وزمان، وتغطية مساحات واسعة، سواء في المدن أو الضواحي أو الأرياف، كما توفر البث المتلفز الرقمي والنظام الشامل لتحديد المواقع GPS وتقنية المحاكاة الافتراضية Simulation

شبكات الجيل الخامس

يعرف الجيل الخامس تقنيا وفقا لمعايير الاتحاد الدولي باسم IMT 2020 ، أي أن المتوقع أن يتم إتاحة هذه الخدمة بحلول العام ٢٠٢٠، ويأخذ في الانتشار تدريجيا لتغطي دول العالم.

ويأتي الجيل الخامس كتطوير للجيل الرابع الحالي المستخدم في معظم دول العالم، إذ توجد عدة ميزات واختلافات في بعض الخواص بالنسبة للجيل الرابع، فعلى الرغم من عدم توفر احصائيات دقيقة عن السرعات الخاصة بالجيل الخامس، إلا أنه من المؤكد أن سرعته ستكون أكبر بأضعاف من سرعة الجيل الرابع وأن تقنية الجيل الخامس لن تخدم أجهزة الهواتف المحمولة وتدعمها فقط بل ستتعامل مع جميع أو التي تتعامل بدورها مع الشبكة العنكبوتية وإنترنت الأشياء IOT. حيث توفر اتصالا فائق السرعة بغض النظر عن مكان تواجده.

وعلى وجه العموم يستفيد الهاتف المحمول من تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية التي تستغني عن الأسلاك وتوفر خدمات الاتصالات المختلفة للمستخدمين في كل مكان بذات الميزات التي توفرها الاتصالات السلكية. ولهذا الغرض ابتكرت شبكات

شبكات اللاسلكية مثل MANs و LANs

ثم جاءت الشبكات اللاسلكية WLANs التي تعرف تجاريا Wi-Fi وهي شبكات تغطي مساحات جغرافية صغيرة ، ثم دخل إلى الخدمة نوعا آخر وهي شبكة WiMax التي تغطي مساحات جغرافية أكبر من تلك التي تغطيها شبكة واي فاي وكانت سببا بالطبع في توسع أعداد مستخدمي الإنترنت في العالم.

وفقا لإحصائيات تقدمها الشركات العاملة في مجال تقنية الاتصالات، يتوقع أن تزداد حركة تناقل البيانات عبر الهاتف بشكل ملحوظ من عام ٢٠١٣ إلى عام

٢٠١٨م بالمقارنة مع خدمات الصوت.(قصي المبارك، ٢٠١٥، ص ١٥)

شبكات الاتصال وأنظمة التشغيل العاملة في الهاتف المحمول

الشبكة الخلوية network cellular

هي شبكة اتصالات مصممة خصيصاً لتخديم أجهزة الهاتف المحمولة. وتسمح الشبكة الخلوية للمستخدمين فيها بالتجوال حيثما كانوا داخل بلدهم أو خارجه (شريطة توافر خدمة التجوال الدولي) والبقاء على اتصال مع المستخدمين الآخرين ومع الشبكة العامة عن طريق أجهزتهم المحمولة.

تقسم كل شبكة خلوية إلى مجموعة من الخلايا (ومن هنا جاءت التسمية) ويقوم مُرسل مُستقبل أو أكثر بتخديم كل خلية. وقد توسع دور الشبكات الخلوية من توفير الاتصال الهاتفي، ليشمل نقل المعطيات والصور والربط بالإنترنت وإلى غير ذلك من الخدمات الحديثة.

وهناك أنواع عديدة لأنظمة تشغيل الهواتف الذكية منها نظام سيمبيان وهو أحد الأنظمة التي تصدرها شركة نوكيا، حيث يوجد في أنظمة سوني إريكسون، ونوكيا، وسامسونج، وإل جي، وغيرها، ويعد من أكثر أنظمة الهواتف انتشاراً، وقد اشترته شركة نوكيا في عام ٢٠٠٨م، حيث اشترت نسبة ٤٨% من الحقوق، وقسم الباقي بين شركة إريكسون، وسامسونج، وباناسونيك، ولا بدّ من الإشارة إلى أنّ هناك العديد من الإصدارات للنظام، فبعضها مخصّص لأجهزة اللمس، وبعضها لأجهزة الكيبورد. بلاك بيري هو النظام الذي أصدرته شركة RIM، ويعمل على أجهزة البلاك بيري فقط، وينتشر استخدامه بكثرة في قطاع الشركات، والأعمال، والمراسلات والتواصل. **آي أو إس IOS:** هو النظام الذي أصدرته شركة أبل، حيث يتوفر على أجهزة أبل فقط مثل أجهزة الآيفون، والآيباد، ثم تطور إلى عدة نسخ، وتوفر على العديد من أو الأخرى لدى الشركة، مثل أجهزة الآيباد، والآيبوت.

ويندوز فون : هو النظام الذي أصدرته شركة مايكروسوفت، حيث يعد من أقدم أنظمة التشغيل للهواتف الذكية، فكان مسيطراً على سوق الجوالات المتقدمة والمساعدات الكفية، إلا أنّ حصة النظام بدأت في التراجع حتى وصلت لأقل

درجاتها في عام ٢٠١١م، لهذا تم إصدار العديد من الإصدارات المطورة، وهي ويندوز فون ٧، ومن أهم مميزات هذا النظام الاستفادة من خدمات مايكروسوفت، مثل الأوفيس، والماسنجر.

ويب أو إس: هو النظام الذي أصدرته شركة بالم، حيث يعمل على أجهزة بالم فقط، كما قامت شركة أتش بي بشرائها في عام ٢٠١٠م. بادا هو النظام الذي أصدرته شركة سامسونج، حيث يعمل على أجهزة سامسونج فقط، وتعدّ سامسونج ثاني أكبر شركة في العالم.

أندرويد: نظام التشغيل الأشهر للهواتف والذي يوفر خاصية تنزيل الكثير من التطبيقات على الهاتف واستخدامها بكل سهولة كما يتيح للمستخدم تحديث نظام تشغيل الهاتف كل فترة ليستمتع بمميزات جديدة تضاف إلى النسخ الحديثة منه. وهي خاصة بالهاتف الذي تختص به شركة أبل وحدها دون غيرها- بعكس نظام الأندرويد الذي توفره أكثر من شركة في الهواتف التي تنتجها- مما جعل هواتف الآيفون الأعلى سعراً حول العالم على الإطلاق

خصائص المحمول (جابر: ٢٠١٦، ص ٧٣)

- الفورية والانية
- منصة متعددة الوسائط لنشر المحتوى من خلال (رسائل نصية، رسائل الصوت، رسائل الفيديو، التواصل اللاسلكي، تطبيقات تحديد المواقع والخرائط)
- وسيلة لجمع الأخبار وإنتاج المحتوى
- خفيفة يسهل التنقل بها
- سهولة التعامل معها

وإضافة إلى ما سبق ذكره فإن من مزايا المحمول :

- أنه أداة قوية لدى الأفراد لمنع الجريمة كما ذكرت قناة السي أن أن في تقرير لها عام ٢٠٠٣م عندما التقط صبي في ١٥ من عمره صورة بهاتفه المحمول لشخص كان يعتقد أنه مخطوف مما ساعد الشرطة علي العثور عليه.
- سرعت عملية توثيق التاريخ وفي مناطق عديدة لم تكن تحظ باهتمام من قبل. ومثال لذلك الصور التي أظهرت معاملة الجنود الأمريكان السيئة للسجناء العراقيين في أبو غريب. وإلى جانب ذلك يتوفر في المحمول عدد هائل من تقنيات الوسائط والبرامج التي تتيح إمكانية جمع الأخبار ومعالجتها وعرضها عبر بث مباشرة أو تسجيلها وبثها لاحقاً، وقد ساهمت هذه الميزة في تحول المحمول إلى أداة لجمع الأخبار والمعلومات ومعالجتها ونشرها أو بثها.

انتشار الهاتف الذكي في العالم و طبيعة استخداماته

أحدث أو الذكية نقلة غير مسبوقة في مسار الصحافة ، حيث وضعتها بسهولة في متناول يد مستخدميها علي اجهزة سريع الانتشار . ووفقا لما " أكده اتحاد الإتصالات العالمي (ITU) فقد قفزت النسبة المئوية لمستخدمي المحمول في العالم النامي من ١٨% في عام ١٩٩٧ إلى ٩٧% في عام ٢٠٠٧".

وجاءت توقعات تقرير الإتصالات المتنقلة من إريكسون المنشور في يونيو ٢٠١٦، بتزايد حركة البيانات بمعدل نمو سنوي يبلغ حوالى ٤٥ في المئة بسبب زيادة عدد الاشتراكات بالهواتف الذكية من جهة - خاصة الهواتف الذكية التي تدعم تكنولوجيا LTE - وزيادة معدل استهلاك البيانات للمشارك الواحد من جهة أخرى.

وقد أدى الاتصال عبر الاجهزة المحمولة دورا هاما في توسيع نطاق النفاذ خاصة في اسيا والمحيط الهادي وأفريقيا، وزاد عدد الإشتراكات في خدمات التليفون المحمول من ٣.٨٩مليار في عام ٢٠١٢م الي ٤.٨٣مليار في عام ٢٠١٦م، أي ثلثي سكان العالم(اليونسكو التقرير العالمي ٢٠١٧/٢٠١٨)

وبدأ التأثير الإعلامي للمحمول جليا إبان الحملة الانتخابية الرئاسية في أمريكا عام ٢٠١٦ ، حيث تم استخدامه علي نحو غير مسبوق من جانب السياسيين والناخبين علي حد سواء وفقا لإحصاءات أجراها مركز بيو للأبحاث والتي أفادت بأن ما لا يقل عن ٩١٪ من الأمريكيان يستخدمون الهاتف المحمول بمختلف أنواعها فيما يستخدم ٦١٪ منهم الهواتف الذكية.

أفاد تقرير من شركة الأبحاث "إي ماركيتر E Marketer " أن شعبية الهواتف الذكية ستواصل نموها خطوة بخطوة لتمثل الغالبية العظمى من الهواتف المحمولة في جميع أنحاء العالم بحلول عام ٢٠١٨. وتشير الإحصاءات إلى الانتشار السريع لاستخدام الهواتف بالعالم. ففي عام 2015 كان هناك ١.٣ مليار هاتف ذكي قيد الاستخدام، ثم وصل العدد إلى ١.٦ مليار خلال عام ٢٠١٦م. وبلغ العدد ٤.٩مليار مستخدم في عام ٢٠١٧م.

وتكشف أرقام الإحصائيات أنه في كل ثانية يبدأ ٧ أشخاص حول العالم باستخدام الهواتف المحمولة، ٦ منهم تكون هواتف ذكية. وكل يوم يستخدم ١.٥ مليون شخص لأول مرة الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية. أي بمعدل ١٨ شخص كل ثانية. عدد مستخدمي الهواتف المحمولة ٤.٩ مليار مستخدم. عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف المحمولة ٢,٥ مليار مستخدم.

وتشكل الهواتف الذكية بنهاية عام ٢٠١٨ نحو ٥١.٧٪، من جميع الهواتف المحمولة. وستكون تلك هي السنة الأولى التي تتفوق فيها الهواتف الذكية على الهواتف التي تأتي بدون أنظمة التشغيل. وتوقع التقرير أن " تصبح الهواتف التقليدية أقلية في عالم الإتصالات" حيث أصبح الوصول إلى الإنترنت ممكنا في كل مكان. وفي الوقت نفسه، فقد بدأت أسعار الهواتف الذكية بالهبوط. وستكون الصين محركا رئيسيا في نمو معدل اعتماد الهواتف الذكية. وبالفعل تقود الصين العالم في إجمالي

مستخدمي الهواتف الذكية مع ما يقرب من ٥٢٠ مليون. وفي عام ٢٠١٨، توقع التقرير أن يبلغ عدد مستخدمي الهواتف الذكية ٧٠٤.١ مليون.

وحسب الشركة، تأتي الولايات المتحدة حاليا في المركز الثاني برصيد ١٦٥.٣ مليون مستخدم للهواتف الذكية، لكنها ستتراجع إلى المركز الثالث وراء الهند. حيث أن الهند التي كانت تضم ٧٦ مليون مستخدم للهواتف الذكية في عام ٢٠١٣، سيرتفع هذا الرقم إلى ٢٧٩.٢ مليون في عام ٢٠١٨.

تقول وكالة زينيث (Zenith) أن ٧٥% من مستخدمي الإنترنت في عام ٢٠١٧ يدخلون إلى الخدمة عبر الهواتف الذكية و اللوحات الإلكترونية، وذلك بزيادة طفيفة عن العام الحالي، حيث أن عدد الذين يلجئون إلى الشبكة من على المنصات المحمولة في تزايد على مدى الأربع سنوات الأخيرة.

ويقول سكوت سينجر وهو خبير في مجال الاستشارات الاعلانية " انه في غضون أربع سنوات، صعد إجمالي مستخدمي الإنترنت عبر الهواتف الذكية من ٤٠% إلى ٧٠% " وأضاف أن هذا التوجه نحو الهواتف النقالة هو الذي يقود إلى انتقال ملايين الدولارات المخصصة للإعلان إلى الصفقات الاعلانية عبر الهواتف النقالة مما يدعم وسائل الإعلام.

ذكرت دراسة حديثة أجرتها شركة "بايدو" الصينية أن بحلول عام ٢٠٢٠، سيكون هناك ٦.١ مليار مستخدم للهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم، وقالت الدراسة إن ٦٠% من المستخدمين ينظرون للهواتف الذكية كأداة اتصال في حين ينظر ٢٣% بأنها جزء أساسي من حياتهم، و ٨% يستخدمونه بمثابة أداة للتواصل الاجتماعي و ٩% من الناس يتعاملون معها على أنها أداة للترفيه.

انتشار الهاتف الذكي في الدول العربية و طبيعة استخداماته

بات التحول إلى استخدام أو الذكية لمعرفة ما يجري في العالم اتجاها سائدا في الدول العربية، لذلك فإنّ التحوّل الرقميّ يظل هو الخيار المفضل علي المدى البعيد.

وفي السياق اكدت دراسة أجرتها شركة "جوجل" نشرت عام ٢٠١٧م، أن الطلب على الهواتف الذكية ينمو بسرعة غير مسبقة في منطقة الخليج والشرق الأوسط. وتشير تقارير إلى أن عدد مستخدمي الهواتف المحمولة في المنطقة ٣١٣ مليون مستخدم أي بنسبة ١٢٧% من عدد السكان. فيما بلغ معدل النمو في عدد مستخدمي الهواتف المحمولة بالمنطقة ٥% سنوياً أي ١٥ مليون مشترك جديد. (جوجل، ٢٠١٧)

وبلغ عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الهواتف الذكية في المنطقة ٨٣ مليون مستخدم . ومعدل النمو في عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الشرق الأوسط من الهواتف الذكية ٤٤% أي ٢٥ مليون مستخدم جديد. ووفقاً لتقرير هيئة تنظيم الاتصالات عن الربع الأول من عام ٢٠١٤م فقد استحوذت الهواتف الذكية علي نسبة ٥٢ بالمئة من الهواتف المسجلة علي شبكات الاتصالات بالإمارات.(مجلة ارببيان بيزنس، ٢٠١٤، ص ٢٧)

بلغت نسبة الهواتف الذكية من إجمالي الهواتف المسجلة على شبكات دولة الإمارات ٨١.٥% خلال الربع الثاني من العام ٢٠١٧. وكانت النسبة في العام السابق له قد بلغت ٦٨.٩١%. ما يدل على سرعة النمو في هذا المجال .

استحوذت دولة الإمارات على المرتبة الـ ١١ عالمياً، في نسبة انتشار مستخدمي الإنترنت عبر شبكات الهاتف النقال ، بحسب تقرير اللجنة الدولية الخاصة بالنطاق العريض من أجل التنمية الرقمية خلال عام ٢٠١٥م.

وأفاد التقرير أن نسبة مستخدمي الإنترنت عبر شبكات الهاتف النقال بلغت ٨٩% من إجمالي عدد سكان الدولة. و حلت الإمارات في المرتبة الثانية عالمياً في نسبة انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين مستخدمي الإنترنت بنسبة بلغت ٨١% وذلك بعد كندا التي سجلت نسبة انتشار بلغت ٨٢%.

أوضح مؤشر الإعلام الرقمي ربع سنوي لعام ٢٠١٧، أن عدد الأجهزة الذكية المتصلة بالإنترنت بالمملكة العربية السعودية بلغ ٥٧ مليون جهاز، بنسبة ١٧٨ في المئة، وبمتوسط ١.٧٨ جهاز لكل شخص في المملكة.

وأشار التقرير إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أهم الاستخدامات في المملكة والخليج بشكل عام، وان ٧٠% من محتوى المتداول عبر شبكات التواصل الاجتماعي تأتي من دول الخليج العربي.

ويعتبر سكان دول الخليج العربي الأكثر بحثاً عن الأخبار في الشرق الأوسط، وأعلى نسب البحث كان في مملكة البحرين، وفي السعودية. وتوجد ٨٠ في المئة من الصحف السعودية على منصات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" و"تويتر". في وقت كشفت دراسة حديثة نشرتها شركة "فروت آبس" (Froot Apps) المختصر بمجال تطوير التطبيقات أن متوسط الوقت الذي يقضيه مملكو الهواتف الذكية البالغون في الوطن العربي في استخدام أجهزتهم يصل إلى ساعة يوميا.

كما أشارت دراسة أجرتها الهيئة القومية للاتصالات بالسودان حول استخدام الإنترنت للعام ٢٠١٢ إلى ان الهاتف الجوال (الموبايل) يعد الوسيلة الأكثر استخداما للاتصال بالإنترنت في الدولة، وان البيت هو مكانهم المفضل لهذا الاتصال وتصفح الشبكة العنكبوتية.

وفي الجزائر أظهر تقرير مرصد مخبر المستهلك لشركة إيريكسون السويدية، أن نسبة استخدام الهواتف الذكية بالجزائر قد ارتفع خلال سنتين (٢٠١٤-٢٠١٦) بنسبة ١٥٠ بالمائة، لينتقل من ٢٧ بالمائة في ٢٠١٤ إلى ٦٨ بالمائة في ٢٠١٦.

وأظهرت مؤشرات في مصر عن اتجاهات إيجابية لاستخدام الهواتف للهواتف المحمولة مصر خلال عام ٢٠١٧ ، حيث يبلغ معدل انتشار استخدام الهواتف المحمولة ١٠٣٪، أي أعلى بـ ٢٣ نقطة من المتوسط الأفريقي.

المحمول وسيلة وأداة إعلامية

انتقل المحمول من مجرد هاتف للمحادثات إلى وسيلة إعلامية وأداة لجمع الأخبار والمعلومات ومنصة نشر محتوى وسائل إعلامية يتم تصفحها بالمحمول، وذلك بفضل الإضافات التي أتاحتها التكنولوجيا للأجهزة من حيث تركيب الكاميرات الخاصة بالتصوير الفوتوغرافي والفيديو بدرجة عالية من الوضوح والدقة، وكذلك ملحقات التسجيل وتطبيقات التحرير لمقاطع الفيديو والصوت جعلت من هذه أو وسيلة مهمة لجمع الأخبار وفي مرحلة لاحقة إنتاج محتوى إخباري يعتمد بصورة أساسية ومستقلة علي أجهزة المحمول. (جابر: ٢٠١٠، ص ٤٥)

وهناك العديد من الأفراد -هواة الصحافة- ينتجون أعمال كاملة باستخدام المحمول، كما أن المؤسسات الصحفية والإعلامية العربية والأجنبية التي تخوض تجارب الإنتاج الكامل عبر أو الذكية، ومنها علي سبيل المثال مؤسسة أبوظبي للإعلام وقناة الجزيرة الإخبارية. وقناة "أم بي سي" التي أنتجت أعمال درامية لتلفزيون المحمول. "فالهواتف الذكية لم تعد مجرد أجهزة لإستهلاك الأخبار بل أصبحت مركزا إعلاميا مصغرا للصحفيين أيضا". (جابر. جاسم: ٢٠١٠، ص ٤٥)

وتوقع تقرير أعدته شركة أريكسون للهواتف أن أجهزة الواقع الافتراضي ستكون أكثر أو انتشارا بين الناس، إذ سوف تُستخدم من قبل مستهلك واحد من أصل ثلاثة مستهلكين بحلول عام ٢٠٢٠. (Ericsson report, 2017,32)

وإضافة إلى ما سبق ذكره فإن من مزايا المحمول:

- تعد أداة قوية لدى الأفراد لمنع الجريمة كما ذكرت قناة "السي ان ان" في تقرير لها عام ٢٠٠٣م بأن صبيا في الخامسة عشر من عمره التقط صورة بهاتفه المحمول لشخص كان يعتقد أنه مخطوف مما ساعد الشرطة علي العثور عليه.
- سرعت عملية توثيق التاريخ وفي مناطق عديدة لم تكن تحظ باهتمام من قبل. ومثال لذلك الصور التي أظهرت معاملة الجنود الأمريكان السيئة للسجناء العراقيين في أبو غريب.

المحمول منصة إعلامية

يشكل المحمول منصة، ووسيلة لعرض ونشر وبث وتوزيع الأخبار، والمحتوى الصحفي الذي تنتجه أجهزة الاعلام بكافة أنواعها (المقروءة والمسموعة والمرئية). حيث يتواجد علي منصتها كم هائل من الوسائل الإعلامية مثل وكالة أنباء "رويترز" وهيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي" كما تقدم كلاً من "الجزيرة" و"سي أن" خدمة (التلفزيون الجوال) وذلك لمشاهدة البث الحي لهذه القنوات على الهاتف الجوال، وتتيح "بي بي سي" نفس الخدمة على أجهزة الكمبيوتر اللوحي.

ويمكن تفسير الهدف من توجه وسائل الإعلام إلى منصة المحمول بأنه يأتي في إطار بحثها إلى توسيع الانتشار جغرافياً واللاحق بالجمهور الذي بدأ ينتقل إلى المحمول لمتابعة الأخبار كما تظهر إحصائيات تزايد أعداد مستخدمي المحمول في العالم.

مدخل:

خصص الفصل الثالث لصحافة المحمول، حيث يناقش في مبحثه الاول وباستفاضة، مفهوم صحافة المحمول، ويعرض للجدل الواسع الذي يدور حوله ، ويسرد اراء خبراء عرب واجانب في مجال صحافة المحمول استعانت بهم الباحثة في اطار السعي لتقريب المفهوم

كما يوضح المبحث سمات صحافة المحمول وخصائصها وانواعها والمراحل التي مرت بها فضلا عن مسمياتها ومدلولاتها. ويستشرف مستقبل صحافة المحمول واتجاهات تطورها

فيما يتناول المبحث الثاني نشأة وتطور صحافة المحمول، نشأة صحافة المحمول علي أيدي الهواة، وتطورها علي يد الصحفيين المحترفين، ، كما يعرض لنشأتها وتطورها في العالم، وفي الدول العربية.

ويعرض المبحث الثالث، التغطية الصحفية في صحافة المحمول واساليبها ومراحلها واشكالها ومصادرها مع توضيح قواعد ومتطلبات هذا النوع من التغطيات.

المبحث الأول

صحافة المحمول - المفهوم والسمات والخصائص والأنواع

ظلت التكنولوجيا علي الدوام العامل الأساسي وراء حركة التغير والتطور التي يشهدها قطاع الصحافة، وارتبطت بإبتكار تقنيات أسهمت في عبورها من مرحلة إلى مرحلة أكثر حداثة من سابقتها. ويأتي ابتكار المحمول ليشكل فتحاً جديداً يحقق للصحافة أهداف ل طال ما سعت إليها، ويأخذ بها إلى آفاق عصر جديد تكون فيه أكثر قربا من الناس وأقل تكلفة في الإنتاج كما تقدم لها طرقا حديثة في أداء العمل الصحفي ، وقد أفضى استخدام المحمول في الصحافة إلى بروز نوع حديث عرف بـ"صحافة المحمول".

يناقش هذا المبحث، مفهوم صحافة المحمول، ويسرد العديد من الآراء التي وردت في هذا الشأن، كما يوضح سماتها وخصائصها والمراحل التي مرت بها وأنواعها فضلا عن مسمياتها ومدلولاتها.

مفهوم صحافة المحمول MOBILE JOURNALISM

تعرف صحافة المحمول بأنها: شكل من أشكال وسائل الإعلام الجديدة الناشئة الخاصة بسرد القصص حيث يستخدم الصحفيون الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب اللوحي من أجل جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها. عرفت في أدبيات الصحافة العربية والغربية بـ " موجو " (MOJO) اختصارا لـ **MOBILE JOURNALISM** .

(Richardson:2012,p)

تعرف مدرسة الصحافة بمانشستر في بريطانيا صحافة المحمول بأنها "استخدام الصحفيون للأجهزة المتنقلة "الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي" في جمع الأخبار

وتحريرها وتوزيعها للمستخدمين. وسواء كانت التغطيات تجري لصالح صحيفة ورقية محلية، أو فضائية فأن صحافة المحمول أصبحت طريقة راسخة لبث الأخبار. أما شبكة الجزيرة الإعلامية في قطر فقد عرفت أنها " أنه "يقصد بها "جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز كومبيوتر لوجي. وهو اتجاه جديد في تغطية الأخبار و بثها يتوقع أن يصبح نمطا سائدا (الاريا و مرعي، ٢٠١٧، ص٢)

ورغم أن صحافة المحمول " لم يمض عليها سوى أعوام قليلة، إلا أنها أثارت اهتمام الباحثين والمعنيين الذين سعوا لإستشراف هذا النوع من الصحافة ومحاولة سبر أغوارها و البحث في آفاقها المستقبلية". (جابر :٢٠١٦، ص٣٩)

فعقدت لها العديد من مؤتمرات والنقاشات في مدن عربية وغربية، و أثير حولها جدلا واسعا بين خبراء ومهتمين بشأن الإعلام والصحافة، وقد كان مفهوم صحافة المحمول أكثر شئيا جدلا. حيث تباينت الآراء حوله و إختلفت تفسيراتهم لها. بين من يعتبرونها نوعا صحفيا جديدا ومن ينظرون إليها علي أنها أداة أو طريقة حديثة في الممارسة الصحفية باستخدام الأجهزة المحمولة، ولكل منهم وجهة نظر يبرر بها موقفه.

ولعل إحتدام الجدل حول المفهوم، أمر يبرره حداثة التجربة ، فالرؤية حوله لاتزال ضبابية وبحاجة إلى أبحاث و دراسات ومزيد من الممارسة العملية، سيما وأن صياغة المفهوم تستصحب بالضرورة واقع التجربة و الاستخدام.

ما جعل البعض يدعو للتروي ريثما تتضح التجربة، ومن أنصار هذا التيار، سيلفكا أستاذ الإعلام بجامعة ميسوري، الذي يدعو إلى منح التجربة الجديدة، مزيد من الوقت حتي تتضح الرؤية حولها بوضوح يمكننا من حسم الجدل حول مفهومها، ويوضح: ربما نواجه صعوبة في صياغة تعريف لها لأننا لسنا متأكدين حول ماذا نتحدث! مازلنا نجهل الكثير عنها.

ومن أوائل الذين تصدوا لدراسة صحافة المحمول واهتموا بتعريف مفهومها ،الباحثان الإعلاميان غوين وبروم، عبر كتابهما(صحافة الموبايل- موجو) ويعرفانها بأنها" شكل مبتكر لعملية إنتاج قصص إخبارية وسرد الأحداث باستخدام الهواتف المحمولة، وتأخذ في الغالب شكل فيديو أو تقارير صوتية أو عروض للصور SLIDESHOW مع النص وتنقل مباشرة من موقع الحدث باستخدام شبكات الإنترنت.

ويمضي الباحثان في التعريف، ويبلغا بعدا أكثر عمقا عندما يصفانها " بأنها تمثل ثورة في المجال الإعلامي أتاحت للمواطنين إنتاج محتوى مقنع يشاركون به في صناعة الإعلام عبر المنصات الإفسيرية. (Burum and Quinn:2016,p11)

وردا علي سؤال وجهته الباحثة للصحفي والكاتب الأسترالي إيفو بروم، عن ما إذا كان يعتبرها نوعا جديدا من الصحافة، أم هي طريقة أو أسلوب حديث لممارسة الصحافة، حيث قال "أنها مزيج من كليهما"، وأضاف "أصبح المحمول في عصرنا الحالي، بمثابة القلم الرقمي الذي نمارس به عملية الإنتاج والنشر الصحفي من موقع الحدث ومن أي مكان ، وهو الأداة الأكثر سهولة والأفضل في هذا المجال.

ويؤيد حديث بروم قناعات الباحثة بأن تعريف مفهوم "صحافة المحمول" لا يستقيم بمعزل عن خصائص وسيلتها وهي (المحمول) حيث تستقي صحافة المحمول الكثير من سماتها وخصائصها من وسيلتها وهي بذلك " أكثر من مجرد شكل جديد من أشكال تقديم الخدمات الصحفية، باستخدام الهاتف المحمول، أنها نوع حديث من الصحافة التي تقود التحول في مجال الإعلام، والتي تتيح الفرصة أمام المواطنين للمشاركة وممارسة عادات القراءة والكتابة الرقمية، كما تشجع علي التحول إلى المجتمعات الافتراضية التي تعتمد علي الأجهزة الذكية في أنجاز معاملاتها و مصالحها الحياتية". (Burum and Quinn.:2016,p12)

كما وجهت الباحثة السؤال نفسه والخاص بتعريف المفهوم، إلى البروفسور سيلد بنتلي أستاذ الإعلام الجديد في مدرسة الصحافة بجامعة ميسوري، فأجاب بأنه يحسبها "طريقة جديدة لمزاولة العمل الصحفي تستفيد من تطور التكنولوجيا في عمليات إرسال و إستقبال المحتوى الصحفي، غير أنها لا تحدث تغييرا جذريا في المحتوى".

أما ديفيد كامبيرون أستاذ الصحافة في جامعة شارلس أستورات بأستراليا، فقد عرف صحافة المحمول بأنها "المهام الصحفية التي تتجزأ باستخدام وسائط متعددة متنقلة. وهو توجه لا غنى عنه في عصرنا مشيرا إلى أنها تدعم مفهوم غرف الأخبار اللامركزية وتعزز حالة التماهي بين وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة، مما يستوجب علي الصحفي أن يتجهز بمهارات تمكنهم من أنجاز مهام عديدة دون مساعدة آخرين". (Cameron:w.d,p1)

وردا علي سؤال للباحثة حول المفهوم قالت مدربة الصحافة والصحفية اللبنانية ماجدة أبو فاضل "بالنظر إلى التعريف الغربي mobile journalism فهي صحافة تستخدم الهاتف المحمول في جمع ،كتابة ،تصوير ،تسجيل ،تحرير، نشر الأخبار. ويشترط فيها مراعاة أسس الدقة، والتوازن والأنصاف والإنسانية و الإستقلال والأخلاقيات".

وترى الباحثة أن صحافة المحمول، يتوفر فيها الأركان الأساسية للصحافة ، وهي الرسالة والمرسل والوسيط الإعلامي والمستقبل . فهي نوع صحفي حديث تتيح للجميع فرص المشاركة في إنتاجها، وبذلك فهي تختلف عن الأنواع الأخرى من الصحافة. وتتميز بأنها تهتم بالمجتمع و حياة الناس وأحوالهم ،أكثر من إهتمامها بالحياة الحكومية الرسمية . و هي تحدث تغير حقيقي في تحويل الصحافة من سيطرة الحكومات والنخب إلى المشاركة الشعبية وإتاحة حرية التعبير علي نحو غير

مسبوق. ووفقا لرأي الباحثة فإن صحافة المحمول تعد المرحلة الأولى مما يمكن تسميته بـ "الصحافة الذكية".

وليس خافيا أن المحمول(الوسيلة) يسهم في تغيير طريقة النخب الحاكمة وصناع القرارات في إطلاق الأخبار و التصريحات والتعليقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" في أي وقت ومن أي مكان، دون أنتظارهم للقاءات مرتبة مع صحفيين أو الإلتقاء بممثلي وسائل الإعلام في المناسبات ومثال لذلك الرئيس دونالد ترامب، والشيخ محمد بن راشد آل مكتوم حاكم دبي.

أما فريق الباحثين المشاركين في المؤتمر العالمي لتدريس الصحافة الذي أنعقد في جنوب أفريقيا، فقد خلصت جهودهم في تعريف المفهوم إلى أنها :صحافة تستخدم الهاتف الذكي في تسجيل ونشر الصورة والصوت والنصوص، ومنهم من أقترح إضافة عبارة "الهاتف وملحقاته".

بينما ركز فريق معمل صحافة المحمول في تعريفه علي الهاتف علي أنه وسيلة جديدة تستخدم للكتابة والبث المباشر والنشر. ويقول جيمس توني المحرر بجمعية الأخبار، صحافة المحمول هي التي "يستخدم فيها الصحفيون الأجهزة الإلكترونية المحمولة (الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية) في جمع وتحرير وتوزيع الأخبار للجمهور، ولا غني عنها في عصرنا الحاضر مشيرا إلى أن صحافة المحمول تأتي في سياق توجه وسائل الإعلام نحو الاندماج و إنحسار الحدود القديمة الفاصلة بينها مما يحتم علي الصحفيين تطوير أنفسهم لمواكبة متطلبات هذه المرحلة.

وسألت الباحثة، المدرب الصحفي المتخصص في صحافة المحمول، غلين مولكهاي، عن مفهومه لصحافة المحمول، هل هي صحافة قائمة بذاتها، ام أنها أداة للممارسة الصحفية، فأجاب: أنها ، القليل من كليهما. " موجو" هي منهج أو أسلوب للممارسة الصحفية، وأداة، ومنصة لوسائل الإعلام الاجتماعية.

وتستمد "صحافة المحمول " أسمها من وسيلتها وهي المحمول "الهاتف الذكي و الكمبيوتر اللوحي"، لذا فإن تعريف مفهوم صحافة المحمول لا يستقيم بمعزل عن وسيلتها (المحمول) التي تستمد منها اسمها، وتكتسب منها سمات وخصائص التي أدت إلى ظهور صحافة متنقلة، أي إنتاج القصة الخبرية ونشرها من موقع الحدث". (نصر: ٢٠١٣، ص ١٦٢)

وليس ذلك بغريب، فطالما أثرت التكنولوجيا علي الصحافة، وعلي الطريقة التي يعمل بها الصحفيون (بافلنك ، ١٩٩٩ ، ص ٥٤). و صحافة المحمول، إحدى ثمار هذا التأثير. جاءت نتيجة اندماج تكنولوجيا الاجهزة الذكية والخبرات المتراكمة في مجال صحافة الفيديو، اذ يعتقد أن صحافة المحمول، هي إمتداد لصحافة الفيديو التي شاع استخدامها منذ زمن طويل، خاصة في محطات التلفزة الصغيرة بالولايات المتحدة (Blankenship:2016,p2). وهي صحافة ناشئة، يتوفر فيها الأركان الأساسية للصحافة وهي: الرسالة، المرسل، الوسيط الإعلامي والمستقبل . تتميز عن انواع الصحافة الاخرى بأنها قريبة من المجتمع و حياة الناس وأحوالهم ، وأقل إهتماما بالممارسات الحكومية الرسمية. وبذلك فهي تحدث تحولا في صناعة الصحافة، تعنفها من سيطرة الحكومات والنخب، وتنتقل بها إلى واقع المجتمعات حيث تتيح للمواطنين المشاركة في هذه الصناعة كما تتيح حرية التعبير علي نحو غير مسبوق.

وهي من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، ومشاركة للأفكار والرؤى، بمعنى آخر أنها صحافة الوسائط الإعلامية المتعددة، التي تتواجد على مختلف المنصات الإلكترونية، وشبكات إجتماعية، وتطبيقات إتصالية، وبرامج تواصلية، أنها ثورة إتصالية دمجت بين جملة من التطبيقات والمنصات بهدف إستقطاب المستخدم عبر تقديم الكثير من الوظائف والإمكانات التفاعلية الفريدة من نوعه.

تعد صحافة المحمول نوعاً صحفياً جديداً، وسيلة إنتاجها هي وسيلة بثها وعرضها. وهي تمثل عسراً جديداً في تاريخ الصحافة، تغيرت خلاله معظم الممارسات التقليدية، تغيراً إيجابياً جعل مهمة العمل الصحفي سريعة وسهلة، حيث غيرت طريقة التغطيات الإخبارية، وسرعت عملية إنتاجها وبثها من أي مكان وقللت تكلفتها وسهلت حصول المستخدم عليها عبر الجهاز الصغير الذي يحمله في كفه شريطة أن يكون الجهاز متصلاً بالإنترنت. ومثل ما لكل وسيلة إعلامية شكل صحفي خاص بها، ومنها علي سبيل المثال "صحافة التلفزيون" و"صحافة الإذاعة"، هناك أيضاً "صحافة للمحمول"، تتفق مع غيرها من أنواع الصحافة في الارتباط الوثيق بالمنصة الإعلامية التي تظهر فيها، وتختلف معها في أنها صحافة متعددة "أن جاز التعبير" بمعنى أنها لا تنحصر في حدود وسيلتها "المحمول" فقط، بل تتعداه وصولاً إلى وسائل الإعلام الرقمية والسمعية والبصرية "الإذاعة والتلفزيون". (Pavlik: 1996,p19) وتحقق قبولاً و انتشاراً في تلك الوسائل.

مفهوم صحافة المحمول و أبعاد تطوره

أن نفوذ وسطوة صحافة المحمول مرشحة للنمو مع مرور الأيام، لتكون المسيطرة في المستقبل وستحدث تراجعاً في جماهيرية وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة والتلفزيون وستقضي علي محطات الإنتاج، وتنتهي عصر المكاتب الصحفية التقليدية و معها تختفي الطواقم الصحفية ليتولى مهمة التغطية شخص واحد.

وأن كان تاريخ وسائل الإعلام يؤكد أنه لم يحدث أن إختفت وسيلة إعلامية بسبب ظهور وسيلة جديدة فالإذاعة لم تنتهي الصحف الورقية، كما أن التلفزيون لم يقص الإذاعة عن الساحة، وكذلك الحال بالنسبة للصحافة الإلكترونية فقد ظلت وسائل الإعلام التقليدية تواصل عطاها رغم النفوذ الذي تحظى به وسط الجماهير مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. ولكن الباحثة تتوقع مستقبل مختلف لصحافة المحمول التي تعيش حالياً مرحلة الحضانة والتأقلم في بيئة وسائل الإعلام الرقمية، وهي أن صح التعبير تمارس "سياسة ناعمة" مع وسائل الإعلام الرقمي، حيث تعيش في أحضانها

خلال هذه المرحلة التي نسميها الطور الثاني من النمو أو هي مرحلة التأقلم أو التغلغل والإحلال.

وخلال هذه المرحلة تعتاد الوسائل علي صحافة المحمول و تتأقلم معا، و يستمر هذا الوضع بينما تواصل وسيلتها المحمول" في تعزز سيطرتها لتصبح الوسيلة الإعلامية الأولى، وتحدث الضعف والتهميش لبقية الوسيلة بسبب تنامي إهتمام الناس بالمحمول كوسيلة للإطلاع علي الأخبار والمعلومات، خاصة وأن جمهور المحمول هم غالبيتهم من الشباب، وهي الأجيال التي تربت علي التكنولوجيا وأعدادهم في تزايد مضطرد، فيما جمهور وسائل الإعلام التقليدية من كبار السن سينقرض مع مرور الوقت.

تعدد مسميات صحافة المحمول .. ودلالاتها

وهناك العديد من المصطلحات التي تطلق علي صحافة المحمول أو "الصحافة الذكية" ومنها: صحافة الهاتف النقال "Mobile journalism"، "صحافة الجوال"، "صحافة الموبايل"، "صحافة الهاتف المحمول"، "موجو MOJO"، إسمارت موجو "SMART MOJO" صحافة الهاتف الذكي "smart phone journalism". ويلاحظ أن بعض هذه التسميات، يعبر عن مراحل تطور استخدامات الهاتف المحمول في مجال الصحافة، وفقا لمراحل تطور "المحمول نفسه، وصولا إلى مرحلة "الهاتف الذكي" الذي أسهم في ظهور صحافة المحمول.

وسيلة واحدة لمهام عديدة :

يعتبر المحمول، وسيلة صحافة المحمول وأداتها لجمع المعلومات والأخبار وإنتاجها ونشرها وعرضها، واكتسبت صحافة المحمول مزاياها من خلال هذه الوسيلة، لذلك لا يستقيم تعريف صحافة المحمول دون إستصحاب تأثيرات الوسيلة (المحمول)

عليها. فهي وسيلة تجمع كل تلك الاستخدامات في جهاز واحد ، وتلك مزايا لم تكن تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى.

ويحسب للمحمول أنه يضع أحدث تطبيقات الإنتاج الصحفي بسهولة بين يدي مستخدميها بتكلفة زهيدة. فضلا عن مساهمته في سرعة وصول الأخبار و إنتشارها. فالأجهزة المحمولة الذكية تعد الأسرع نموا في التاريخ حيث " أكد إتحاد الاتصالات العالمي (ITU) أن النسبة المئوية لزيادة مستخدمي المحمول في العالم النامي قفزت من ١٨% في عام ١٩٩٧ إلى ٩٧% في عام ٢٠٠٧"(جريدة الاتحاد: يونيو ٢٠١٠، ص ٤٧)

و ينهض المحمول بأدوار مهمة في الصحافة علي ثلاثة مستويات

الأول : عندما يتم استخدامه من جانب الجمهور كوسيط أو منصة لمتابعة الصحافة الإلكترونية بجميع أشكالها وأنواعها، وبالتالي فإن يضيف جماهير جديدة ومتنوعة لهذه الصحافة

الثاني : عندما يتم استخدامه من جانب (الهواة و المواطنين) كوسيلة إعلامية لإنتاج المحتوى الصحفي وتبادلته عبر المدونات أو مواقع الشبكات الإجتماعية أو مواقع وسائل الإعلام

ثالثا : عندما يتم استخدامه من جانب الصحفيين المحترفين كوسيلة سريعة لجمع وتحرير المعلومات والتقاط الصور ومقاطع الفيديو ونشرها مباشرة علي المواقع الإلكترونية أو ارسالها إلى وسائلهم الإعلامية التقليدية والجديدة. (نصر.حسني:٢٠١٥،ص)

صحافة المحمول في مرحلة التأقلم في بيئة وسائل الإعلام الرقمي

وتعيش صحافة المحمول وتنمو، في بيئة رقمية منفتحة علي كل الاحتمالات التي يمكن أن تقودها التكنولوجيا في اتجاهها أو في اتجاه القطاعات المساندة لها، ومع مرور الوقت ستتضج تجربتها في هذه البيئة.

وحداثه التجربة، لم تمنعها من الاستفادة من تجارب وسائل الإعلام الرقمية التي سبقتها، كالمواقع الإخبارية علي صفحات الويب ، بل هي تعبر بتلك التجربة، إلى مرحلة يمكن أن نطلق عليها مرحلة "التمكين" لوسائل الإعلام في المجال الأثيري و التقرب من المستخدم قدر الامكان، في حله و ترحاله. أن صحافة المحمول هي مكمل للصحافة الإلكترونية، وأهم التنافس بينهما يتمثل في طريقة العرض السريع للأخبار .

و صحافة المحمول أن حسنَ توظيفها، تحقق مآثر جمة لوسائل الإعلام ومسيرتها الحديثة في المجال الرقمي. خاصة في ظل النمو الذي تحققه الأجهزة الذكية التي أصبحت الوجهة الرقمية الأكثر إرتيادا من جانب المستخدمين، وهو خيار الجيل الجديد".

و صحافة المحمول تنتجها وسائل الإعلام الرسمية كما ينتجها أناس عاديون، حيث يمكن لأي شخص لديه مهارات استخدام تطبيقات المحمول أن يفتح قناة تلفزيونية بالمحمول وينشئ تطبيق خاص به. وفي صحافة المحمول، تطغي أهمية الخبر علي جودة عرضه ووضوحه في كثير من الأحيان إذا يكفي أن تكون الصورة في الحد الأدنى من الوضوح، وهذا ما يشجع الهواة لأن ينداحوا في صناعة الصحافة.

كل التحديات التي تواجه صحافة المحمول لا تغيب حقيقة أن المحمول يقلل تكلفة إنتاج المحتوى الإعلامي و يحقق السرعة في أنجاز التغطيات الإخبارية بجودة عالية خاصة إذا تم اضيفت له معدات ملحقه. فالوقت الذي كان يستغرقه الصحفيون التقليديون قبل ٢٠ عاما في إنتاج المحتوى، ينتج خلاله صحفيو المحمول ثلاثة أضعافه.

يبدو أن مستهلك الأخبار لا يمانعون إذا كانت جودة الفيديو ضعيفة على يوتيوب أو وسائل الإعلام الإجتماعية. ولكن عندما تتحول إلى وسائل الإعلام الإحترافية فإنه يتوقع منتجات عالية الجودة صوتا وصورة. قد تكون هذه أحد أسباب التي أدت إلى

تباطؤ بعض الصحفيين في الدخول إلى هذا المجال لكن يبقى أمر قابل للتطوير بل يشهد تحسنا جيدا بفضل استحداث تقنيات الداعمة والمعدات المساعدة في هذا الشأن. (Marrouch:2014,p12)

أنواع صحافة المحمول

تنقسم صحافة المحمول ثلاثة أنواع من حيث المنتجين لها و هي:

- صحافة المحمول التي ينتجها الصحفيون المحترفون وتنتشر في وسائل الإعلام
- صحافة المحمول ينتجها المواطنون والهواة وتنتشر في مدوناتهم و وسائل التواصل الإجتماعي ومواقعهم الخاصة
- صحافة المحمول التي ينتجها المواطنون والهواة وتنتشر في وسائل الإعلام الاحترافية

سمات وخصائص صحافة المحمول:

تستمد صحافة المحمول سماتها وخصائصها من البيئة الرقمية، بوصفها شكل من أشكال الإعلام الجديد، وهي في الغالب ترتبط بخصائص الإنترنت، إلى جانب خصائص أخرى تستمدتها من الوسيلة "الأجهزة الذكية" التي تمنحها بعدا تقنيا، وهذا التزاوج (التقني - الصحفي) يمنح صحافة المحمول تميزها و يعزز فرص نموها وانتشارها خلال السنوات المقبلة. كما يجعلها الخيار المناسب للصحفيين. (جابر: ٢٠١٦، ص ٦٥)

ومن أهم تلك السمات والخصائص:

- أنها صحافة متنقلة: يمكن إنتاجها وبثها باستخدام الأجهزة المحمولة من مواقع الحدث في أي مكان في العالم في أي وقت شرط توفر خدمة الإتصال بالإنترنت
- صحافة عند الطلب: باستطاعة المستخدم الإطلاع عليها والتفاعل معها وقتما يريد، وفي أي مكان بشرط توفر الإنترنت.

- **صحافة سريعة الانتشار:** حيث تستفيد من خصائص الأجهزة المحمولة في سرعة الإرسال والعرض .

- **صحافة سريعة الإنتاج:** لا تستهلك كثير من الوقت في إنتاجها خاصة وأنها تعتمد في الغالب على البث المباشر للأحداث.

- وهناك خواص تتفق فيها مع الأنواع الأخرى من الصحافة الرقمية أو صحافة الإنترنت وهي: تعدد الوسائط / تفاعل والمشاركة / التمكين والتشبيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض/ التحديث الفوري والمستمر / الشخصية/ الحدود المفتوحة/ المرونة/ الأرشفة / توفير الوقت والجهد والمال

خصائص ومزايا تكتسبها من الوسيلة

١. **منصة وقناة:** بالإضافة إلى كونها منصة يستفيد منها القارئ في تصفح المحتوى المنشور على شبكة الإنترنت نجد أن الأجهزة المحمولة قد وظفت بشكل واسع من قبل المؤسسات والصحفيين لنشر إنتاجهم. هذه الوسيلة توفر طرقاً متعددة للنشر منها: / الرسائل النصية sms / الرسائل الصوتية / الصور / الفيديو

٢. **سهولة التصفح:** لا تحتاج إلى إجراءات وخطوات معقدة للتعامل مع الهاتف المحمول مما سهل استخدامه وتصفح محتوياته، خاصة بعد الإعلان عن شريحة " سناب دراجون ٨٣٥ " والشريحة من طراز "ميديا تيك هيليو أكس ٣٠" التي تضم أعلى رقم من المحاور موجود في المعالجات الدقيقة للهواتف الذكية، ما يعني مزيداً من قوة الحوسبة، التي تجعل الهواتف الذكية والأدوات اليدوية عموماً تقترب أكثر من الأداء الكلي للحواسيب الشخصية.

٣. **التفاعل في الوقت الحقيقي لوقوع الحدث** حيث تتيح الوسيلة "الأجهزة المحمولة" النقل المباشر لأحداث والتفاعل المباشر من جانب المستخدمين.

٤. **إمكانية الأرشفة والتخزين:** عبر بطاقات تخزين ذات سعة كبيرة، تصل إلى تيرابايت

توفر الأجهزة الذكية مزايا عديدة يمكن الإستفادة منها في أنجاز المهام الصحفية رغم أننا مازلنا في بداية- ثورة الأجهزة الذكية- التي تعبر وسيلة سهل لتسجيل الفيديو والصوت، التقاط الصور، وتحديد الموقع عن طريق تقنية جي بي أس GPS ، والتواصل مع المصادر والمؤسسات الإعلامية". (لاريا. ومرعي: ٢٠١٧، ص٤)

وتساعد الأجهزة الجواله الصحفيين في الوصول إلى جمهور أكثر تحديدا، وتمكن وسائل الإعلام من نشر فوري للأخبار ومتابعة تطوراتها لحظة بلحظة، كما أنها جاءت بأساليب حديثة لسرد القصص الإخبارية وبثها للمستخدمين. (Quinn:2009,p9).

حيث يمكن لصحفي الهاتف المحمول إرسال المواد الإخبارية مباشرة إلى غرفة الأخبار بنقرة واحدة أما عبر البريد الإلكتروني أو تخزين السحابة " CLOUD STORE" أو أي تطبيق خاص بالمؤسسة كما بإمكان الصحفي إرسال المواد مباشرة إلى الجمهور والتفاعل معه عبر شبكات التواصل الإجتماعي بموازة التغطية الصحفية علي الشاشة. و بعد التدريب يمكن للصحفي القيام بأكثر من مهمة في أن واحد كالتصوير والتحرير والمونتاج والبث.

مستفيدا في ذلك من الإمكانيات والتطبيقات التي توفرها الأجهزة الذكية وما يوفره أحدث أجيال هاتف آيفون" وهو المفضل للاستخدامات الصحفية. التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة 4k، فصحافة الهاتف المحمول لم تعد مقيدة بسقف محدود من النوعية. في حين لا تزال معظم كاميرات الأخبار التلفزيونية وأنظمة التحرير تعتمد تقنية HD، توفر أجهزة الهواتف المحمولة جودة تقنية 4K.

كما توفر الهواتف الذكية إمكانية البث المباشر بشكل أبسط وأقل كلفة من خلال تطبيقات خاصة سهلت ذلك، فالوصول إلى جمهور أثناء البث هو ميزة أساسية في "صحافة المحمول" وكذلك قياس مستوى أداء المحتوى من خلال إحصائيات فورية. فخدمة البث المباشر عبر المنصات الإجتماعية أتاحت للصحفيين التفاعل مع جمهورهم أثناء البث.

تتيح صحافة الهاتف المحمول للصحفيين إستكشاف مهاراتهم وإختبار التقنيات المتوفرة ، وإكتشاف أساليب جديدة في رواية القصص الصحفية فالهواتف الذكية توفر فرصة كبيرة لتغير أسلوب إستهلاك المعلومات والتواصل.

وتكتسب صحافة المحمول العديد من مزاياه من الوسيلة المزودة بتطبيقات قد لا تجدها مجتمعة في وسيط اعلامي حتي وقت كتابة هذا البحث، فهي مزودة بتقنيات وسائط متعددة يمكن تطويرها وتحديثها بسهولة عبر تطبيقات داخل الجهاز مثل "غوغل بلاي" أو " موبايل ون ماركت" إلى جانب خفة وزنه وصغر حجمه وجودة أداءه وتعدد تطبيقاتها التي تتيح عملية المونتاج والبت الرقمي عبر الإنترنت.

ووفقاً لدراسة سوق حديثة في ستة دول (فرنسا و المانيا و إيطاليا و أسبانيا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة)، وجد أن نسبة ١٦.٩% من المستهلكين يصلون إلى الأخبار والمعلومات باستخدام الأجهزة المحمولة، سواء عبر المستعرض أو التطبيقات المنزلة أو تنبيهات الرسائل القصيرة.

كما أثبتت الدراسة أن حوالي ٥٠% من صناعة المواد الإخبارية والمحتوى الإعلامي تعتمد في الأساس على المعلومات ومقاطع الفيديو التي تنتشر وتبث عبر شبكات التواصل الإجتماعي.

أن الطلب على توصيل الأخبار باستخدام الأجهزة المحمولة في تزايد سريع، مع نمو بنسبة ١٠٧ في المائة في الوصول اليومي إلى صحافة الجوال خلال العالم الماضي فقط.[٢] فعلى سبيل المثال، موقع الجوال من نيويورك تايمز سجل ١٩ مليون حالة عرض في مايو ٢٠٠٨ مقارنة بـ خمسمائة ألف في يناير ٢٠٠٧.

صحافة محمول أم صحافة ذكية

خلصت الباحثة من خلال إستنتاجات مبنية علي حقائق ومعلومات وقراءات لواقع الممارسة الإعلامية إلى أن "صحافة المحمول" تعد المرحلة الأولى مما يمكن تسميته

بـ" الصحافة الذكية" التي تصل الي الجمهور أينما كان ووقت ما يشاء، كما انها جعلت الصحفي متنقلا، وأتاحت مشاركة الهواة في صناعة الإعلام.

وهي (صحافة ذكية) كونها تجاوزت قيود الارتباط بحدود الوسيلة الضيقة إلى فضاء أرحب يشمل كل وسائل الاعلام. وأن كانت توقعات الباحثة ترجح بأنها ستتخطى عن هذا السلوك عند بلوغها مرحلة النضج. وينظر إلى صحافة المحمول، أولاً وقبل كل شيء كجزء لا يتجزأ من منظومة الإعلام الجماهيري.

وبالنظر إلى الجوانب التاريخية المتصلة بالنشأة فقد إرتبط اسم الهاتف بـ"المحمول" في وقت مبكر من تاريخ تطوره، سرعان ما تجاوزه بإضافة مزايا أخرى عديدة ، تحول معها، من مجرد جهاز محمول، إلى ما أستخدم علي تسميته بالهاتف الذكي، ولحق به الكمبيوتر اللوحي الذكي (وقد أوضحنا في بحث سابق دلالات هذه التسمية).

وقد أحدث هذا التطور، تحولا في تاريخ الصحافة، التي باتت تستفيد من مزايا النسخة الذكية من هذه الأجهزة. وعليه فأن تحول الصحافة إلى هذه الأجهزة يمكن أن يأخذ مسمي " صحافة الأجهزة الذكية" أو اختصارا " الصحافة الذكية" بدلا عن "صحافة المحمول" والتي توي بالنسخة غير المطورة من الأجهزة الذكية، وهي سمة، مقيدة ومحددة في وصف مزايا هذه الأجهزة.

ونشير إلى أن هناك توافق علي تعريف صحافة المحمول، بأنها الصحافة التي تستخدم الأجهزة الذكية، فمن الأجدر تسميتها بـ"صحافة الأجهزة الذكية" أو "الصحافة الذكية" علي غرار "الحكومة الذكية" التي تستخدم في وصف تحول الخدمات الحكومية إلى الأجهزة الذكية "الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي" كما أن الهاتف المحمول لا يصلح للاستخدامات الصحفية المتعددة إلا في نسخته الذكية المتطورة تقنياً.

ويمكن مناقشة مفهوم صحافة المحمول -الصحافة الذكية - من زوايا أخرى لتقريب الفهم، حيث نصنف صحافة المحمول كنوع صحفي حديث، وهو رأي نحسبه مقبول بالنظر إلى تصنيف الأنواع الأخرى من الصحافة، التي طالما إرتبطت بالمنصة التي تظهر من خلالها. ومثال لذلك الصحافة التي تبث عبر شاشة التلفزيون، تسمى صحافة تلفزيون، والتي تبث عبر الإذاعة فهي صحافة إذاعية، والتي تنشر عبر الصحف، فهي صحافة ورقية.

كما أن الصحافة الإلكترونية اكتسبت هذا المسمى لأنها تظهر وتشاهد عبر الأجهزة الإلكترونية " الكومبيوترات" وعلي غرار ذلك فأن الصحافة التي تبث عبر الأجهزة الذكية، يمكن أن نسميها صحافة الأجهزة الذكية أو إختصارا بـ"الصحافة الذكية" وتكتسب الصحافة الذكية، ميزة غير مسبقة في الأنواع الأخرى، تتمثل في أنها تجمع كل مراحل إنتاجها ونشرها وعرضها في منصة واحد (الهاتف الذكي والكومبيوترات اللوحية) وهذا يجعلها صحافة متكاملة، فريدة من نوعها .

وعلي نقيض من الأنواع الصحفية الأخرى، التي تختلف أدوات إنتاجها، عن وسائل نشرها أو بثها، ومثال لذلك الصحافة التلفزيونية، التي تستخدم الفيديو في تصوير مقاطع مرئية، لتشاهد عبر شاشات التلفزيون، والإذاعة تستخدم الصوت عبر الميكروفون وتطل علي جمهورها عبر جهاز الراديو، والصحافة الورقية، تستخدم الورق والقلم والتصوير الفوتوغرافي لتنتشر عبر صفحات ورقية خاصة وبأحجام متنوعة. وكذلك الحال بالنسبة لصحافة الإنترنت التي تستخدم وسائط متعددة، لتطل علي جمهورها عبر أجهزة أخرى (كومبيوتر أو الاب توب) .

كما يمكن النظر في مفهوم صحافة المحمول -الصحافة الذكية - من خلال مفهومنا لمصطلح الصحافة نفسه، والتي عرفها المعهد الأمريكي للصحافة بأنها " نشاط يهدف إلى، جمع وتقييم، وخلق، وتقديم الأخبار والمعلومات. وهي أيضا نتاج هذه الأنشطة. وصحافة المحمول - الصحافة الذكية - معنية بهذا الدور. والواقع

أن الصحافة تبقى هي "الصحافة" محتفظة بهويتها في كل الظروف والتطورات ولكن أدائها يختلف تبعاً للوسيلة التي تظهر من خلالها، فوسائل الإتصال تبتكر وسائل جديدة بشكل مستمر من المطبعة إلى الراديو أو التلفزيون، ثم شبكة الإنترنت، الهاتف النقال. وهذه المرونة تجعلها أكثر قدرة على التكيف مع التغيير ويكسبها مسميات جديدة.

وإذا نظرنا إلى الصحافة باعتبارها، حرفة وفن وصناعة تؤدي وظائف مختلفة كالإعلام والتعليم والترفيه بجانب الإقناع والتفسير، فهذا الوصف ينطبق تماماً على صحافة المحمول-الصحافة الذكية.

وليس غريباً أن يكون لهذه الصحافة، أساليبها الخاصة في إنتاج الأخبار، وتقديمها بإيجاز يتناسب مع طبيعة الوسيلة ومستخدميها " فهي علي النقيض من النشر التقليدي لا تميل إلى العمق في الطرح، وتتميز بالسرعة في نشر الأخبار وبذلك فهي صحافة مختلفة، لها خصائصها وسماتها التي تميزها عن الأنواع الأخرى. وأكثر ما يميزها أنها غيرت مفهوم الممارس لمهنة الصحافة، وخلقت أدوار متبادلة ما بين المتلقي والقائم بالإتصال أو "الصحفي". (Alan :2014,p)

حيث جعلت المشاركة في إنتاج الأخبار والمحتوى الصحفي متاحة للجميع فلم يعد الصحفي هو منتج الخبر ولا الجمهور هو المتلقي، لقد خلق نمطاً جديداً، أتاح للجميع المشاركة في إنتاجه. كما أن التفاعلية التي تتيحها صحافة المحمول أدت إلى تكوين شكل جديد من المحتوى تشارك فيه أطراف عديدة. و إنطلاقاً من هذه الفهم ، فإن صحافة المحمول هي " نوع صحفي جديد ، وسيلتها في النشر والبت هي الأجهزة المحمولة الذكية وهي اداة إنتاجها في ذات الوقت، و يتوقع أن تصبح نمطاً سائداً، وهي صحافة المحمول سريعة في الوصول الي المستخدم المحمول في اماكن تواجدهم اينما كانوا وفي أي وقت شريطة الإتصال بشبكة الإنترنت، كما تتيح لهم التفاعل وردود الأفعال الفورية.

وربما يخشى البعض من أن مصطلح " الصحافة الذكية"، يمكن أن يحدث التباسا في المعني، يوحي بأن الصحافة كعمل وكمارسة مهنية، قد أصبحت ذكية، مقارنة بالصحافة التقليدية الأقل ذكاء. وهذا اعتقاد مردود عليه، لأن إقتران الذكاء -مجازا- بالآلة أو بالأشياء هو لتقريب الفهم، في وصف قدرة غير معتادة في الأداء. كما أصبح مصطلحا شائعا في عصرنا مثال لذلك "الذكاء الاصطناعي" الذي يوصف بأنه، قدرة آلة أو جهاز ما، على أداء بعض الأنشطة التي تحتاج إلى ذكاء، مثل الإستدلال الفعلي والإصلاح الذاتي (عبد الحميد، ٢٠٠٨م، ص ٢٧٤)

ومن جانب آخر يوصف الذكاء في الأشخاص بأنه سرعة الفهم ، أي سرعة الوصول إلى الهدف، وهي صفات وخصائص تتميز بها صحافة المحمول- الصحافة الذكية- حيث تمتاز بسرعة الوصول إلى مستخدميها في أي مكان، وأي زمان. كما أن مسمي "الصحافة الذكية" يأتي إختصارا لمسمي "صحافة الأجهزة الذكية" وليس نعتا للصحافة.

و الإختصار هنا قصد منه : التَّخْفِيفُ، تَحْقِيقُ الرَّاحَةِ لِلْمُتَكَلِّمِ وَالسَّامِعِ، تَجْوِيدُ الْكَلَامِ، الِاعْتِمَادُ عَلَى ذِكَاءِ الْعَرَبِيِّ، وجميعها أهداف تجوز بها اللغة العربية الحذف والإيجاز.

يقول السيوطي "الإختصار هو جل مقصود العرب". (السيوطي ١٩٩٠، ص ٦٦) وقد أستغني العرب ببعض الألفاظ عن بعض، رغبة في الإختصار والإيجاز، ويقول ابن يعيش: "الألفاظ إنما جيء بها للدلالة على المعنى، فإذا فهم المعنى بدون اللفظ جاز أن تأتي به، ويكون مرادًا حكمًا وتقديرًا ". (يعيش: ٢٠٠١، ص)

ويقول عبد القاهر الجرجاني عن ترك ذكر الذي ليس له داع ملح: "هو بابٌ دقيقُ المسلك، لطيف المأخذ، عجيب الأثر، شبيهٌ بالسحر، فأنتك ترى به ترك الذكر أفصح من الذكر، والصمت عن الإفادة أزيد للإفادة، وتجذك أنطق ما تكون إذا لم تتطق، وأتم ما تكون بيانا إذا لم تُبين ". (الجرجاني، ص ١٤٦)

يقول ابن جني: لا يُنكر أن يكون في كلامهم - العرب - أصولٌ غيرُ ملفوظٍ بها؛ إلا أنها مع ذلك مُقدَّرةٌ، وهذا واسعٌ في كلامهم كثيرٌ، ألا ترى أنهم قد أجمعوا على أصل (قام) (قوم)، وهم مع ذلك لم يقولوا قط (قوم)، فلا يُنكر أن يكون هنا أصول مقررّة غير ملفوظ بها". (المنصف: ١٩٥٤، ص ٣٤٨)

ويقول ابن الأنباري: "الحذف تخفيفٌ، ومع طول الكلام يناسب الحذف والتخفيف". (الأنباري: ٢٠٠٣، ص ٥٧٥) ومن أسباب الإختصار والحذف: الإِعْتِمَادُ عَلَى ذِكَاةِ الْعَرَبِيِّ، لم يكن الإختصار ليتم من دون الإِعْتِمَادِ عَلَى الذِّكَاةِ الْعَقْلِيَّةِ لَدَى الْعَرَبِيِّ مُتَكَلِّمًا وَسَامِعًا مَعًا، " (سيبويه: ١٩٨٨، ص ١٠٩) و " يُشْتَرَطُ أَنْ يَكُونَ الْمُخَاطَبُ فَاهِمًا لِّلْمَعْنَى، وَلَا يَفْهَمُ الْمُخَاطَبُ ذَلِكَ إِلَّا إِذَا كَانَ هَذَا التَّجَوُّزُ أَوْ كَثُرَ الْإِخْتِيَارُ مِنَ الْعَرَفِ اللَّغَوِيِّ؛ أَي: مِنْ سَلِيْقَةِ الْمُتَكَلِّمِ وَالْمُسْتَمْعِ مَعًا وَكِفَايَةِ كُلِّ مِنْهُمَا اللَّغَوِيَّةِ، وَهَذَا هُوَ الْجَانِبُ الْإِبْدَاعِي فِي اللَّغَةِ. (حماسة: ٢٠٠٠، ص ٨٦)

وبالإضافة إلى ما ذكرت، فهي صحافة ذكية، لسرعة وصولها إلى مستخدميها والاستجابة للطلب والتفاعل الفوري، ولكونها تستخدم الوسائط المتعددة وتحقق الاندماج بين وسائل الإعلام. وهي الصحافة التي تحقق "التنوع Variety في عناصر العملية الإتصالية بما يتفق مع حاجات ودافع المستخدم للإتصال/ التكامل Integration / قابلية التحريك أو الحركية MOBILITY / تجاوز الحدود الثقافية/ تجاوز وحدتي المكان والزمان / مركزية الإعداد المحتوى / التوزيع (الوسيلة) قليل التكلفة واسع الإنتشار / التلقي واسترجاع المحتوى في أي وقت / الاستجابة للطلب".

ويلاحظ أن جل تعريفات المفهوم ، قد حددت نوع الوسيلة بدقة، عندما أشارت إلى "الهاتف الذكي" وليس " الهاتف المحمول"، والتفسير المنطقي لذلك ، هو أن الأجهزة المحمولة، ليست كلها ذكية، هناك هواتف محمولة غير ذكية، فيما كل الهواتف

الذكية، هي محمولة. والصحافة في الواقع تستخدم الأجهزة الذكية تحديداً، لأنها الأنفع لها.

و فيما يواصل الصحفيون، استخدامهم للأجهزة الذكية " هواتف الذكي والكمبيوتر اللوحي " في إنتاج وبث الأخبار، يتوقع أن تشهد تقنيات عرض المحتوى الرقمي، تحولاً في الفترة المقبلة، ما يؤدي إلى انحسار محتمل في استخدام الهاتف الذكي والكمبيوتر اللوحي كمنصات لتصفح الأخبار والمحتوى الصحفي.

ويدعم هذا التوقع، مؤشرات بحوث تجرى في مجال الذكاء الاصطناعي، والانتقال إلى مرحلة إنترنت الأشياء، الذي يتوقع أن يحدث تطوراً في أساليب عرض المحتوى الرقمي ومنها صحافة المحمول.

في هذه المرحلة سيتخلى المستخدمون عن هذه الأجهزة، وينتقلوا إلى أنواع جديدة كالساعات الذكية والنظارات الذكية وما تجود به التكنولوجيا من إبتكارات في مجال الذكاء الاصطناعي وهو "سلوك وخصائص تتسم بها البرامج الحاسوبية تجعلها تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها".

هذا ما تبشر به بحوث واختبارات تعكف عليها شركة مايكروسوفت وفيسبوك وجوجل وآبل، إلى جانب ابتكاراتها في مجال تصنيع نظارات للواقع المعزز، يمكنها تجسيد الصور ثلاثية الأبعاد لتشاهد بالعين مباشرة. والسؤال الذي يفرض نفسه حينها، ما هو المصطلح الذي يعد الأنسب للصحافة حينها عندما تغادر منصة المحمول إلى أشياء أخرى ذكي؟.

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

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

ويدعم رأي الباحثة، تصريحات أدلى بها الرئيس التنفيذي لمجموعة إتصالات الإماراتية وقوله: «نحن على مشارف مرحلة إنتقالية مهمة، تمثل فيها التكنولوجيا الرقمية الدور الأبرز في تشكيل قطاع الإتصالات العالمي، وسيكون لثورة الأجهزة المتصلة أثر كبير في هذا القطاع. ووفقاً لأحدث التقارير المتخصصة، فإنه بين عامي ٢٠١٦ و ٢٠٢٢ من المتوقع أن ينمو عدد الأجهزة المتصلة بالإنترنت بنسبة ١٠% سنوياً، وأنه من أصل ٢٩ مليار جهاز متصل في عام ٢٠٢٢، سيكون ١٨ مليار جهاز متصل بتقنية إنترنت الأشياء، ما سيؤدي إلى حدوث نمو هائل في حجم البيانات).

مثل هذه التطورات، تمنح الصحافة بعداً جديداً أكثر تفاعلية، وخصائص إضافية تكسبها من خلال التجربة الجديدة عبر الأشياء، وفي ذات الوقت تفرض عليها تحديات جمة، إذ عليها أن تهئ نفسها لهذه المرحلة، بتطوير أساليبها في كافة الجوانب المتعلقة بعرض المحتوى، لتوائم البيئات الجديدة. سيما أن نتائج هذه الأبحاث ستعكس على أساليب تصفح الصحافة على الأقل في المرحلة الأولى.

وصحافة المحمول هي "نتاج حالة التزاوج و الإندماج بين صناعات كانت مختلفة في السابق، وهي الهاتف، والإنترنت، ووسائل الإعلام، ونظم الاتصالات، و تأكيد لما ذهب إليه ليف مأنوفيتش في مدخله لفهم الإعلام الجديد مبينا أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض، بينما تحافظ على صفاتها المتفردة

أو الخاصة وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد. (صادق
٢٠٠٨، ص ٤١)

تدعم هذه التطورات مسيرة صحافة المحمول وتبلغ بها شأواً بعيداً من حيث سرعة
التجديد و الإنتشار، ومن حيث تطور تطبيقاتها . فما حقته الصحافة التقليدية، من
تقدم و إنتشار خلال سنوات طويلة من العمل المرهق، تجاوزته صحافة المحمول في
سنوات قليلة، لإرتباطها بالأجهزة الذكية سريعة الإنتشار وفقاً للإحصاءات:

ويعزز هذا التوجه حالة التبادل السريع للمعلومات، بما يمكن صحافة المحمول من
تجاوز العوائق المكانية والزمانية التي أعاقحت حركة الإعلام القديم. كما تقوم بدور
فعال في تسهيل التفاعل الجماهيري مستفيدة من تطور قطاعي الاتصالات
والمعلومات خلال العقدين الماضيين، ولا يزال يحققان نمواً متزايداً فاق القدرة على
وضع تصور يحكم إداء هذه التكنولوجيا.

التي تتسم بالقدرة على المزج بين أكثر من تقنية إتصالية تمثلها أكثر من وسيلة
لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة كالحاسوب الإلكتروني والأقمار
الصناعية والشبكات الإلكترونية

والصحافة الذكية تتيح الفرصة لمشاركة الآخرين وهي تؤسس مع الأنواع الرقمية
الأخرى واقعا جديدا لوسائل الإعلام أكثر ديمقراطية، وحرية، وتكون متاحة للجميع
وليس سلعة يتم شراؤها من قبل عدد قليل. (توفلر: ١٩٩٠، ص ٣٧)

ويلاحظ أن التعريفات السابقة لصحافة المحمول-الصحافة الذكية- " تركز على
ربط هذا النوع من الصحافة بالوسيلة أو الوسيلة المستخدمة في جمع و إنتاج
المحتوى الإخباري ونشره ، وهي رؤية مختزلة للمفهوم ، كما يقول الدكتور جاسم
محمد الشيخ "اذ يجب أن ينظر إليها فقط من خلال الوسيلة المستخدمة في العمل
الصحفي(الهاتف المحمول) بل هي مفهوم أوسع من ذلك، يمكن ادراكه من خلال
دراسة وتحليل امرين:(جابر: ٢٠١٦، ص ٤٠)

- الأول: يتعلق باستخدامات من جانب المؤسسات الصحفية
 - الثاني: التغيرات التي أحدثته في صناعة الصحافة وممارستها وبيئة عملها.
- ويتجلى الجانب التطبيقي في تعامل المؤسسات الصحفية والصحفيين مع الأجهزة المحمولة الذكية (الوسيلة) للاستفادة من الخصائص المتوفرة فيها، وتوظيفها لصالح العمل الصحفي. فيما يتجلى التوظيف في مجالين:
- الأول: الاستفادة منه كمنصة للنشر والتواصل مع الجمهور.
 - الثاني: استخدامه كوسيلة لبث ونشر الأخبار وإنتاج المحتوى الإخباري والإعلامي بكافة أنواعه.

المرحلة الثانية المواءمة customization وإعادة التوظيف Repurposing وهي تمثل الجانب المتعلق بالإجراءات والتغييرات التي طرأت أو تلك التي أحدثتها المؤسسات الصحفية سواء في جوانبها الإدارية أو الممارسة العملية لتكون هذه المؤسسات والعاملون فيها جاهزين وموائمة لمتطلبات صحافة المحمول.(جابر: ٢٠١٦، ص ٤٠-٤١)

تعتبر صحافة المحمول- الصحافة الذكية - مرحلة جديدة في تاريخ الصحافة، تعبر بها من مرحلة الصحافة الإلكترونية، إلى الصحافة المتنقلة الذكية، الأكثر قرباً من مستخدميها ، مكاناً وزماناً ، فضلاً عن إتاحة التفاعل المباشر معهم. وهي بذلك تمثل المرحلة أو "الموجة الثانية" للصحافة الرقمية. كما أنها صحافة تميل إلى الشكل الخبري، ويستخدم فيها الوسائط المتعددة كنشرات الفيديو أو شريط مصور قصير يحتوى على عناوين الأخبار مباشرة. وتلجأ مؤسسات صحفية ومنها صحيفة "البيان" الإماراتية إلى مؤامة مضامينها الصحفية الإلكترونية لتتوافق مع طبيعة الهاتف المحمول وجمهوره.

المبحث الثاني

صحافة المحمول .. النشأة والتطور

بدأ الإهتمام الصحفي بالهاتف المحمول منذ تسعينات القرن العشرين، كوسيلة إتصال يمكن التنقل بها إلى أي مكان، وكانت تلك ميزة يحتاجها الصحفيون في وقت كان الاتصال عبر الهواتف الثابتة هو النمط السائد في أماكن العمل. كما إستفاد الصحفيون من ميزات أخرى بالجهاز كالمفكرة في تدوين الملاحظات ومسجل الصوت في تسجيل المقابلات الصحفية.

وإرتبط التطور في الاستخدامات الصحفية للهاتف، بمراحل تطور الهاتف نفسه، الذي لم يقتصر علي الخصائص المادية كالحجم والوزن والإمكانات (الكاميرا، تصوير الفيديو، تسجيل الصوت) بل طال أيضا خدمات المحتوى Mobile content services التي تحتاج إلى مدخلات "محتوى رقمي" وأدوات للعرض والتصفح.

وظهرت البوادر الأولى لهذه الاستخدامات بخدمة الرسائل القصيرة sms في ديسمبر ١٩٩٢م، واستخدمت للمرة الأولى في بريطانيا، وبعدها في فنلندا عام ١٩٩٣م. وينظر لهذه الخدمة كأحد السمات الأساسية المميزة للجيل الثاني للهواتف المحمول. (Taylor ,Vincent:2005,p74)

وفي تطور لاحق ترافق مع إطلاق الجيل الثالث من المحمول، استخدمت خدمة الرسائل متعددة الوسائط mms لترسل مختصرات والتتبيهات الخيرية لمستخدمي الأجهزة المحمولة ، وأصبحت "خدمة الرسائل القصيرة منافسة للصفحات الأولى" للصحف وفقا لرأي خالد صلاح، رئيس تحرير صحيفة "اليوم السابع" المصرية الذي توقع أن الأجيال الجديدة من الهواتف الجواله ستنافس الفضائيات والصحف كوسيط إعلامي متميز.

كما تعد الخدمة، الأكثر شيوعاً بالمؤسسات الصحفية، ومنها مؤسسة BBC البريطانية و مؤسسة "سي ان ان" الأمريكية وصحيفة Ellpais، وصحف الألمانية والسويدية. (جابر. جاسر: ٢٠١٦، ص ٤٣)

أما في الصين فإن مؤسسة يان Yunnan إلى جانب صحيفتين يوميتين بدأت في عام ٢٠٠٢م إرسال الأخبار النصية القصيرة، تبعتها بالرسائل متعددة الوسائط عبر الهاتف. وانتشر استخدام المحتوى المسجل بالهاتف المحمول ابان -الغزو العراقي في عام ٢٠٠٣م. كما التقطت كاميرات الهواتف المحمولة مشاهد مهمة خلال تفجيرات مدريد وتغطية أحداث تسونامي.

ووصل عدد المشتركين في خدماتها عام ٢٠٠٥م حوالي ٢٩٠ ألف مشترك، وكذلك الحال في كينيا وجنوب أفريقيا. أما في أوغندا فقد استخدمت صحيفة THE Daily Monitor خدمة الرسائل النصية مدفوعة الثمن لمستخدميها وعددهم في عام ٢٠١١م حوالي ٣٠ ألف مشترك. (جابر: ٢٠١٦، ص ٤٣)

وإلى جانب الرسائل النصية، توجهت العديد من المؤسسات الإعلامية ، لتقديم خدماتها الإخبارية عبر خدمة الـ "Mobile News Feeds" ، وهي خدمة تقوم على إرسال قوائم "RSS" التي تعرض أخبار المواقع الإعلامية دون الحاجة إلى زيارتها. وعرفت مؤسسات إعلامية كبرى، بتقديمها لهذه الخدمة ومنها وكالة أنباء "رويترز" وهيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي".

إن الاستفادة من المحمول صحفياً، تنامي بشكل كبير بعد ربطه بالإنترنت، وبذلك إنتقل من هاتف بإمكانيات محدودة، إلى ما يسمى بـ"الهاتف الذكي" المزود ببرامج وكم هائل من تطبيقات تؤهلها لأداء المهام الصحفية.

وبينما وسائل الإعلام تسعى لترسيخ وجودها في المجال الافتراضي عبر مواقعها الإلكترونية بالويب، كان نشاط موازي قد بدأ ينشأ باستخدام الهاتف الذكي علي أيدي هواة الصحافة من المهتمين بتوثيق الأحداث.

نشأة صحافة المحمول علي أيدي الهواة

إذا كان يحسب للمؤسسات الإعلامية، ريادتها في الاستخدامات الصحفية الأولية البسيطة عبر المحمول، فإن الفضل في نشأة صحافة المحمول وإزدهارها يعود إلى الصحفيين الهواة . فمنذ إبتكار الأجهزة الذكية، قاد الصحفيون الهواة نشاطا صحفيا واسع الانتشار، تمثل في التقاط الصور الفوتوغرافية ونقل الأحداث بالفيديو وتداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيما يعرف بـ(صحافة المواطن)، وبذلك فقد سبقوا الصحفيين المحترفين إلى صحافة المحمول.

والشاهد علي ذلك، أن الهواة استخدموا صحافة المحمول في وسائل التواصل الاجتماعي التي ظهرت عام ٢٠٠٣م (فيس بوك، ماي سبيس). فيما كان المحررين والناشرين بطيئين في النشر عبر المحمول، وفي الاعتراف بأن النشر عبر المحمول يختلف عن النشر على مواقع الويب.

ولم تنتشط وسائل الإعلام الإحترافية، في استخدام صحافة المحمول إلا في أواخر عام ٢٠٠٤م، أبان أحداث تسونامي وكان ذلك علي يد الهواة أيضا. وفي العام ذاته (٢٠٠٤) نشرت صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية أول صورة فوتوغرافية تم إنتاجها بالمحمول.

وهكذا فقد نبه الهواة الصحفيين المتمرسين ووسائل إعلام مرموقة، إلى إمكانية توظيف المحمول في تغطية الأحداث ونشرها، ووجدت تلك الوسائل نفسها مضطرة، لقبول ما انتجوه رغم ضعف جودته، بسبب القيمة الخبرية التي يحملها، ولحسن الحظ فإن جودة كاميرات الفيديو تحسنت مع مرور الوقت وأصبحت مقبولة.

وهكذا فإن صحافة المحمول قادت إلى تغير ثوري في صناعة الصحافة العالمية، تجلت ملامحها بشكل واضح في ثلاث جوانب رئيسية وهي: مشاركة الهواة في صناعة المحتوى الخبري، والتوجه نحو استخدام الهاتف المحمول في إنتاج الأخبار

ونشرها، وانتقال النفوذ من مالكي وموزعي المحتوى، إلى مستخدمي المحتوى المتصلين بشبكة الإنترنت. (Adrian:w.d,p2)

ووجدت صحافة المحمول التي ينتجها الهواة تشجيعا من وسائل صحفية مثل (Time Magazine) والتي اختارت شخصية العام ٢٠٠٦ باسم "أنت"، أي المستخدم.

وفي بداية عام ٢٠٠٥ تزايد إنتشار صحافة المحمول وظهر مصطلح (موجو MOJO) ،الذي أطلقته لأول مرة ، مؤسسة "فورت مايرز نيوز" الإعلامية الأمريكية وهي تعبير مختصر لـ (mobile journalism) وتعني صحافة الموبايل "المحمول" ،كما عرف الصحفيون الذين ينجزون مهامهم الصحفية باستخدام المحمول في الغرب علي وجه الخصوص بـ "موجوز MOJOS" اختصارا لـ (mobile journalist). بعدها لقي المصطلحان رواجاً كبيراً ، ساهمت فيه صحف شركة "جانيت" الإعلامية الأمريكية في ولاية فلوريدا " ثم إنداح المصطلحان إلى بقية دول العالم ،بما فيها الدول العربية.

وهكذا فإن صحافة "المحمول" لم تولد من رحم المؤسسات الصحفية الإحترافية، التي كان يجدر بها الظفر بقصب السبق في هذا المجال. لكنها ظلت تلقف ما تنتجه كاميرات هواتف الصحفيين الهواة. وفي السياق ذكرت صحيفة "الإنترنت" البريطانية أن قنوات التلفزيون العالمية، كانت ترسل مراسليها ومعهم المصورون التلفزيونيون، ليس إلى مواقع الأحداث، بل إلى المطارات التي تواجد فيها مسافرون قادمون من تلك المناطق أو ذاهبون إليها، علّهم يجدون لقطات جديدة يقومون بتصويرها ويسجلوا إفاداتهم وشهاداتهم على تلك الأحداث.

وعملها "تلقت وسائل إعلام تسجيلات وصور حول أحداث مهمة بالعالم، وصل إليها أصحاب هذه الهواتف المحمولة ، قبل أن يصلها الصحفيون المحترفون، ما أضر

هذه الوسائل للاستعانة بها كمصدر مرئي وتوثيقي مباشر لتلك الأحداث، وأن لم تكن بذات الإحترافية المتبعة في مؤسساتها.

لقد ساهم هواتف الهواة في تغطية أحداث بمناطق نائية ظهر بعضها في وسائل الإعلام لأول مرة. وليس خافيا دور صحافة المحمول، إبان ثورات الربيع العربي، ومبادرات الصحفيون الهواة بنقل وقائع الأحداث من الميدان ، قبل أن تصلها كاميرات المحترفين، مما إضطر وسائل إعلام محترفة للاستعانة بها، بعد التحقق من صدقها. وإعتبر ذلك إعترافا عمليا بدور الهواة في نقل الأحداث، وبناء القصة الصحفية، وكأحد مصادر الصحافة والإعلام.

ومثال لذلك، عندما إندلعت أولي تلك الثورات في تونس عام ٢٠١٠م، كانت وسيلة إعلام مهمة بالمنطقة وهي قناة "الجزيرة" الإخبارية ، تغيب عن المنطقة، بعد أن أغلق مكتبها بأمر السلطات في ذلك الوقت. لكنها تمكنت من متابعة الأحداث حتي لحظة مغادرة الرئيس بن علي عام ٢٠١١م بفضل مقاطع الفيديو التي كان يرسلها أو يحملها على شبكات التواصل الإجتماعي أناس عاديون ونشطاء في الثورة.

وتوالى إهتمام الهواة بصحافة المحمول وازداد حماسهم للمشاركة في صناعة الإعلام، فسارعوا بملاحقة الأحداث وتدوينها على هواتفهم وإرسالها أما إلى الفضائيات أو إلى اليوتيوب أو تنزيلها على مواقعهم الخاصة في الفيسبوك . وفي المقابل ، تصاعد إهتمام المؤسسات الإعلامية الدولية بالنوع الجديد من الصحافة ، وبدا ذلك جليا في أحداث تفجيرات لندن عام ٢٠٠٥م ، حيث بادرت مؤسسات إعلامية مرموقة، مثل قناة "الجزيرة" ، وBBC، وشبكة CNN، بتخصيص مكاتب ، وأقسام لمتابعة المحتوى المرسل من المستخدمين عبر الهواتف المحمولة، والتي تجاوز عددها انذاك سبعة ملايين هاتف بالعالم. كما تم تطوير برامج وتطبيقات جديدة تعزز صحافة المحمول، إيذانا ببدا مرحلة جديدة في تاريخ

الصحافة التلفزيونية. (Adrian:w.d,p2)

وتقدر إحصائية أن أكثر من نصف الصور والفيديوهات التي شوهدت على شاشات التلفزيون وفي وسائل الإعلام المتنوعة خاصة عن أحداث سوريا ومصر، كانت من إنتاج هواتف الهواة شاركوا في الأحداث أو تواجدوا في ميادينها أو بالقرب منها". (الياسري: ٢٠١٥، ص ١٨)

ويتبين مما سبق، أن دخول "الصحفي الهاوي" إلى المشهد الإعلامي بالاضافة إلى ثورة المعلومات التكنولوجية والتسارع في تطور المواقع الإخبارية الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية ، دفع مؤسسات إعلامية لتوظيف "صحافة الموبايل" أو الهاتف النقال لمواجهة التحديات التي تهدد الصناعة التقليدية للأخبار.

تطور صحافة المحمول علي يد الصحفيين المحترفين

لفتت استخدامات الهواة للمحمول ، أنظار الصحفيين المحترفين، وسرعان ما وجدوا ضالتهم في الجهاز الصغير متعدد الإمكانيات "المحمول"، فأصبح خيارهم الأمثل في إنجاز مهامهم العملية، وتعززت ثقتهم به، في أعقاب الدور الذي أدته في تغطية أحداث في مناطق كوارث وأزمات وحروب. إلى جانب التطورات المتسارعة التي يحققها من حيث وفرة التطبيقات وجودتها ما جعله وسيلة فاعلة في إنتاج الأخبار ونشرها.

وبدأ توظيف المحمول إعلاميا، ينمو وينتشر، ليفرض سيطرته علي أساليب صناعة الإعلام وتداوله مع الأخذ في الاعتبار أن التكنولوجيا بمفردها لا تملك قوة دفع ذاتية لإنجاز هذه المهام، فهي بحاجة إلى مستخدمين مدربين ولديهم مهارات جيدة للتعامل معها وتوظيفها بالشكل الأمثل.

إن تطور صحافة المحمول علي يد المحترفين ،لا يعني انهم سبقوا الهواة في تطويرها، فليس ثمة دليل علي ذلك، كما لا يعني أن الهواة لم يطوروا صحافة المحمول فهناك العديد من المحتوى الصحفي الذي تم انتاجه بالكامل عبر المحمول علي يد الهواة .

ولم يأت إهتمام الصحفيين المحترفين بصحافة المحمول، بمعزل عن رضى وقبول مؤسساتهم الإعلامية، والواقع أن العديد من وسائل الإعلام دخلت المجال ليس لقناعتها بصحافة المحمول ولكن كي لا تتخلف عن الركب، وظلت تراقب عن كثب تطور تجربتها في هذا المجال، سيما وأن صحافة المحمول تحقيق اهداف صحفية والإعلامية عديدة، بشكل أسرع مقارنة بالتقليدية، وإن كانت بجودة أقل نسبيا عما تنتجه الأجهزة الإحترافية، إلا أن تطور تقنيات الأجهزة المحمولة تضاهي الأجهزة الإحترافية

كما تنظر وسائل الإعلام بعين الاعتبار إلى الجوانب الاقتصادية المترتبة علي استخدامه، حيث تتطلع لأن تحل الأجهزة المحمولة محل معدات الإنتاج الإعلامي الثقيلة والمكلفة إقتصاديا. كما أكتشفت وسائل الإعلام، أنه بتوجهها للنشر في الهاتف الذكي، إنما تخطو في الطريق الصحيح للإلتقاء بمستخدمين يتزايد عددهم بإضطراد في المنصة المتنقلة.

وعمليا نشرت جريدة "نيويورك تايمز" علي صفحتها الأولى " في فبراير ٢٠٠٤م. وللمرة الأولى في تاريخها صورة تم التقاطها بالهاتف المحمول، توضح التوقيع الرسمي لإندماج شركتين للهواتف المحمولة وهما "سينغولار وأيه تي أند تي" AT&T Cingular اللاسلكية. ورغم أن الصورة تبدو عادية في محتواها، إلا أنها مثلت بداية لمرحلة جديدة يستخدم فيه الهاتف المحمول في جمع الأخبار الصحفية. (Quinn:2009,p7)

كما إرتبطت البدايات الأولى لتاريخ صحافة الهاتف المحمول ببث تلفزيون بي بي سي أول تقرير له تمّ إعداده كليا على جهاز الآيفون الذي أبتكر عام ٢٠٠٧، وكان التقرير حول موضوع الخصوصية في عصر الإنترنت.

بددت هذه التجارب، حالة الترقب والتردد التي انتابت وسائل الإعلام الإحترافية من تبني صحافة المحمول، وحفزت مؤسسات إعلامية ذائعة الصيت لإتخاذ خطوات

مؤثرة، كذلك التي إتخذتها صحيفة Göteborgs-Posten السويدية بتعيين أول محرر لصحافة المحمول في عام ٢٠٠٨م، كجزء من إستراتيجية تبرهن من خلالها عن إهتمامها بصحافة المحمول. ومن ثم أصبح تعيين محررين مختصين بإنتاج محتوى صحفي خاص بالمحمول توجهها دارجا في وسائل الإعلام خلال الفترة ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩.

غير أن صحيفة Göteborgs-Posten السويدية تراجعت عن قرارها وطلبت من محرريها، القيام بمهام صحفية تقليدية إلى جانب عمله في صحافة المحمول . وفي عام ٢٠١١م عينت صحيفة الجاردين البريطانية، لأول مرة صحفي مختص بمجال المحمول ،وكلفته بتكليف الأخبار للتوافق مع منصة المحمول. وقد أثبتت دراسة للناشرين الألمان أن هناك عددا قليلا من المحررين يعملون حصريا على إعداد ونشر الأخبار للأجهزة المحمولة (ولف اند هيفلد: ٢٠١٢م)

وفي عام (٢٠٠٩) قدم جيمي جوجولا مراسل تلفزيون "kob Tv" في المكسيك تقريرا مباشرا من ميدان الحدث باستخدام "ايفون" وتطبيق QIK ، وكانت تلك الخطوة إيذانا ببدء مرحلة جديدة من العمل الإعلامي بدون استخدام معدات البث التلفزيوني الخارجي التي تعرف بثقل وزنها وكبر حجمها و إرتفاع تكلفتها. (Quinn:2009,p7)

وتماشيا مع هذا التوجه، تابعت مؤسسات إعلامية كبرى أحداث مثل انفجار تيانجين في الصين عبر الهواتف الذكية، ورصدت تطورات و بثته مباشرة في جميع أنحاء العالم. كما تقدم وكالة "رويترز وقناتي "الجزيرة" و"سي ان ان" اللتان خدمة (التلفزيون الجوال) حيث يمكن مشاهدة البث الحي لهذه القنوات على الهاتف الجوال، وتتيح "بي بي سي" نفس الخدمة على أجهزة Iphone أو Ipad Touch أو Ipad.

وتؤكد دراسة أجريت عام ٢٠٠٨م ، أن ١٦.٩٪ من المستهلكين في (فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، إسبانيا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة) يتلقون الأخبار عبر الهواتف المحمولة، أو عن طريق المتصفح، أو الرسائل النصية القصيرة. وقد أصبح الهاتف

الذكي الوجهة الرقمية الأكثر إرتيادا من جانب المستخدمين، وهو خيار الجيل الجديد" حيث أن ما يقرب من نصف مشاهدات الصفحات الرقمية في العديد من الصحف تتم عبر الأجهزة المحمولة. (Mutler..2014,p9)

وما لبث أن خطت وسائل الإعلام خطوات أبعد، لتعزيز وجودها علي المنصة المتنقلة، فأطلقت عام ٢٠١٤م، تطبيقات خاصة بالهاتف المتحرك بما في ذلك News dash وأتاحة فرص لمشاركة المستخدمين في التغطيات الصحفية والإخبارية.

وهي خطوة تدعم جهود التحول إلى إعلام ذو إتجاهين . ولا شك أن الهواتف الذكية مؤهلة لهذا الدور". (Marguerite:2011,p11) ومثال آخر علي إنتشار صحافة المحمول نجده في الحشد الهائل للأخبار والصور التي تم تناقلها عبر المحمول، لحدث "انفجار بانكوك - اغسطس ٢٠١٦" حيث يتضح بجلاء أن الكاميرات تقود التغيير في المشهد الإعلامي، وأن الهواتف الذكية لها دورا رئيسيا في إنتاج الأخبار.

ويوضح تقرير مؤشر الإعلام الرقمي لعام ٢٠١٦م، دى توافر الصحف الإلكترونية بتطبيقات الهواتف الذكية. وهو مؤشر آخر علي توجه وسائل الإعلام إلى المحمول، و خضوعها لشروطه، فيما يتعلق بطبيعته وطبيعة جمهوره. وتجد تلك الوسائل أن صحافة المحمول هي خيارها الأنسب علي المنصة المتنقلة.

وفي السياق أعدت مؤسسة ABC تقريرا عن ناشري الصحف والمجلات الأمريكية والكندية لمعرفة ما لديهم من مبادرات وخطط لاستخدام المحمول في بث المحتوى، و توصل التقرير إلي التالي:

- أكثر من ٨٠% من الناشرين يعتقدون أن مستخدمي الهواتف المحمولة سيعتمدون عليها بكثرة كأداة لبث المعلومات خلال السنوات الثلاث القادمة.

- ٧٠% من الناشرين ذكروا أن الهواتف المحمولة حصلت علي إهتمام أكثر في منشوراتهم هذا العام مقارنة بأي وقت مضى، و يعتقد ثلث الناشرين ان للهواتف المحمولة تأثيرا علي عائداتهم المالية خلال السنوات الثلاث القادمة.

صحافة المحمول تدخل مرحلة إنتاج المحتوى المتكامل

يظل تطور صحافة المحمول مرهونا بتطور الوسيلة(المحمول) التي بلغت حد يمكن معه إنتاج أعمال إعلامية متكاملة، مكتوبة ومسموعة ومشاهدة، وإجراء عمليات المونتاج للصورة والصوت والفيديو. وصولا إلى غرف التحرير الذكية التي تعتمد علي الأجهزة الذكية المتنقلة، وهي مرحلة متقدمة تساند التحول بإتجاه الأجهزة المحمولة.

وطالب جولدن وسائل الإعلام التقليدية بمواكبة التطور المتسارع، أو الخروج عن القطاع. وأشار إلى حلول يمكن الإستفادة منها من قبيل "عدم الإقتصار على فئة واحدة من القراء ، وترجمة بعض المقالات والأخبار والتحليلات بلغات عدة"، معتبرا أن هذا النموذج "يمكن أن يحقق نجاحا كبيرا في دول تعيش فيها جنسيات متعددة". أما توماس جاكوب رئيس العمليات في "وان إفرا" فقد اكد علي ضرورة الإهتمام بتطبيقات الصحافة بالهواتف النقالة إذ بلغت نسبة استخدام الهواتف الذكية في الاطلاع ٧٩%، وتوقع ان يتنامى الإعتماد على الإعلام الاجتماعي خصوصا مع وجود ٢٠٠ مليون مستخدم لموقع سناب شات على سبيل المثال.

من جهته يعتقد الصحفي رادو أيريام، مراسل القسم العلمي في القناة الأيرلندية، أن صحافة "الموبايل" في مرحلة نمو ولا تزال هناك الكثير من التطورات القادمة خاصة مع تطوير تقنيات وتطبيقات جديدة للأجهزة الذكية على صعيد الفيديو والصوت".

ويشهد الطلب على تقديم الأخبار بالمحمول نموا سريعا، حيث حققت عملية الوصول اليومي إلى الأخبار عبر الهواتف المحمولة نسبة بلغت ١٠٧ في المئة في العام ٢٠٠٨. وعلى سبيل المثال، سجل موقع الجوال في صحيفة نيويورك تايمز ١٩

مليون مشاهدة في مايو ٢٠٠٨، مقارنة بنحو ٥٠٠ ألف في يناير من العام السابق له. وأكدت " دراسة أن ٨٩% من مالكي الأجهزة المتنقلة في أمريكا وعددهم ١٤٤ مليون شخص يستخدمون هواتفهم للوصول إلى الأخبار والمعلومات". كما أعلنت شركة "تايم وارنر" عام ٢٠١١م، أن المشتركين في الخدمات التلفزيونية المدفوعة بات بإمكانهم الوصول إلى تغطية مباشرة للأخبار من قناة CNN للتلفزيونية عبر المحمول المزود بالإنترنت. (Marguerite:2011.p24)

وأشارت دراسة أعدتها شركة "فروت آبس" (Froot Apps) لتطوير التطبيقات، أن ٧١% من إستهلاك الإنترنت خلال سنة ٢٠١٦م تم عبر منصات الموبايل. وتؤكد دراسة أجريت عام ٢٠٠٨م، أن ١٦.٩% من المستهلكين في (فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، إسبانيا، المملكة المتحدة، والولايات المتحدة) يتلقون الأخبار عبر الهواتف المحمولة، أو عن طريق المتصفح، أو الرسائل النصية القصيرة.

الموبايل أولا- mobile first

أخذت صحافة المحمول تتطور، حتى أصبحت قادرة على إنتاج أعمال إعلامية متكاملة، متعددة الوسائط، كما يمكن إجراء عمليات المونتاج للصورة والصوت والفيديو وبثها عبر منصات إعلامية مختلفة . وبرز مصطلح -الموبايل أولا- mobile first في الأوساط الإعلامية وتعني أن تعطى الأولوية وسرعة النشر للمحتوى الذي ينشر بتطبيقات المحمول.

وأصبح استخدام المحمول في التغطيات الصحفية، أمراً شائعاً بين الصحفيين، بل أصبح خيار العديد منهم. وبحكم أن الوسيلة تفضل دوماً شروطها على مستخدميها، فقد غير المحمول طريقة الصحفيين في رصد الأخبار وبثها، وأحدث تحولاً في بيئة العمل الصحفي وطرق إعداد وإنتاج التغطيات الإخبارية ، تبعه تغيراً في طرق النشر والبث عبر منصات إعلامية متعددة، تعد الهواتف الذكية أكثرها حداثة.

وتجدر الإشارة إلى أن تطور صحافة المحمول وبلوغه مرحلة إنتاج أعمال اعلامية متكاملة لم يؤثر سلبا علي الطريقة الأولى في بث الأخبار وهي الرسائل النصية القصيرة ،والاشعارات alert حيث كشف مسح حديث أجراه معهد "رويتزر" لبحوث الصحافة أن نسب استخدام إشعارات الأخبار شهدت زيادة ملحوظة خلال العام ٢٠١٧م مقارنة بالعام السابق له، وذلك في جميع البلدان التي شملها المسح.

ونمت إشعارات الأخبار عبر المحمول بشكل ملحوظ في العام ٢٠١٦م ، خاصة في الولايات المتحدة حيث بلغت نسبة الزيادة ٨% عن العام السابق له، فيما بلغت نسبة الزيادة، في كوريا الجنوبية (٧%) ، وأستراليا (٤%)، لتصبح طريقا جديدا مهما إلى محتوى تطبيقات الأخبار.

وبعد هذا السرد يمكن تلخيص مراحل نشأة وتطور صحافة المحمول كما يلي :

المرحلة الأولى : شهدت هذه المرحلة الاستخدامات الأولية للهاتف المحمول المتمثلة في الرسائل النصية القصيرة sms ورسائل الوسائط المتعددة smm .

المرحلة الثانية : ترافقت مع إطلاق خدمات 3G , 4G في شبكات الهواتف ودعمها من قبل الأجهزة اللوحية وزيادة حجم شاشات المحمول ودقة العرض وسعة التخزين بطريقة تمكن المستخدم من الوصول إلى الأخبار عبر هاتفه الذكي. وتطور المحمول خلال هذه المرحلة وأصبح بالإمكان إنتاج وبث محتوى صحفي متكامل بجودة HD، ونشير إلى أن صحافة المحمول خلال هذه المرحلة لم تتخلى عن استخدامات المرحلة الأولى المتمثلة في الرسائل النصية القصيرة ورسائل الوسائط المتعددة.

المرحلة الثالثة: وهي المرحلة التي تشهد تمدد نفوذ صحافة المحمول لتصبح الصحافة المسيطرة في الساحة، ونعيش حاليا بدايات هذه المرحلة التي ستتهي

عصر المكاتب الصحفية التقليدية ، ويختفي معها الطواقم الصحفية ، وتنتقل وسائل الإعلام إلى منصة المحمول ويصبح التلفاز كقطعة فنية في البيت لا أكثر .

نشأة وتطور صحافة المحمول في العالم

صحافة المحمول في أمريكا

نشرت جريدة "نيويورك تايمز" علي صفحتها الأولى " في فبراير ٢٠٠٤م، للمرة الأولى في تاريخها صورة التقطت بالهاتف المحمول، توضح التوقيع الرسمي لإندماج شركتين للهواتف المحمولة وهما "سينغولار و آيه تي أند تي" AT&T Cingular اللاسلكية. ورغم ان الصورة تبدو عادية في مضمونها، إلا أنها تمثل بداية لمرحلة جديدة يستخدم فيه الهاتف المحمول في جمع الأخبار الصحفية. (Quinn:2009,p7)

وبعد مرور خمس سنوات ونصف (٢٠٠٩) علي هذه الصورة، قدم جيمي جوجولا مراسل تلفزيون "kob tv" في المكسيك تقريراً حياً "live" باستخدام الهاتف الذكي من نوع "ايفون" وتطبيق QIK ، بدلا عن أجهزة النقل التلفزيوني التقليدية في بث تقرير حي ومباشر من ميدان الحدث. وكانت تلك الخطوة ايزانا ببء مرحلة جديدة من العمل الإعلامي بدون استخدام معدات البث التلفزيوني الخارجي التي تعرف بثقل وزنها وكبر حجمها وارتفاع تكلفتها ". (Quinn:2009,p7)

كما أعلنت تايم وارنر في يوليو ٢٠١١، أن تغطية الأخبار بشبكة "سي إن إن" و "هيدلاين نيوز" ستكون متاحة للمستخدمين على الأجهزة المحمولة عند قيامهم بالاشتراك في خدمات تلفزيونية معينة مدفوعة الأجر. وفي مارس ٢٠١٣م، أطلقت صحيفة "واشنطن بوست" تطبيقا خاصا لمستخدمي الألواح الإلكترونية tablet يعرض نسخة معدلة ومطورة من الطبعة الورقية. كما سارعت مؤسسات صحفية مرموقة بمواءمة مواقعها الإلكترونية حتي يمكن تصفحها عبر المحمول .

وفي أواخر عام ٢٠١٣م استخدمت وكالة الأسوشيتدبرس الأمريكية تطبيق لبث الأخبار ومقاطع الفيديو عبر المحمول. (جابر جاسر: ٢٠١٦، ص ٤٤) فيما تجني مؤسسات إعلامية مثل نيويورك تايمز ثمار إستراتيجيتها الهادفة للتوجه إلى الرقمية خاصة منصة المحمول. حيث أعلنت المؤسسة عن زيادة كبيرة في حجم الإشتراكات بإصداراتها المطبوعة والرقمية خلال الربع الأول من عام ٢٠١٧ وصفتها بالتاريخية، إذ بلغت 3,2 مليون إشتراك.

وجاءت هذه النتائج، علي خلفية إستراتيجية للتوسع في الإصدارات الرقمية، حيث أطلقت صحيفة نيويورك تايمز، موقع إلكتروني قابل للتصفح عبر الموبايل في سبتمبر ٢٠٠٦م، وإتبعته بإصدار سبعة تطبيقات للموبايل، خلال الفترة من مارس ٢٠٠٧ إلى ٢٠١٤م، تغطي العديد من مجالات إهتمام المستخدمين، كالموضة، وسوق العقار، والانتخابات. كما أنشأت شبكة إجتماعية ضمن مواقع التواصل الإجتماعي باسم times people في سبتمبر ٢٠٠٨م.

ولعلنا نجد مثالا ساطعا علي التقدم الذي تحرزه صحافة المحمول في أمريكا والعالم، في تأسيس شبكة فوكس نيوز محطة تلفزيونية محلية تعتمد بشكل أساسي على صحافة المحمول، وتضم المحطة غرفة أخبار تتسم بالديناميكية العملية التي تتناسب مع صحافة الموبايل. كما تضم أستديو ومكاتب أنيقة لكنها تشجع أكبر عدد من الصحافيين للقيام بكل المهمات من الخارج باستخدام الأجهزة المحمولة.

صحافة المحمول في أوروبا

تعد مؤسسة "بي بي سي" الإخبارية العريقة من أوائل المؤسسات الصحفية التي استخدمت الهاتف المحمول في المجال الصحفي، عندما بثت أول تقرير لها تم إعداده كلياً باستخدام جهاز الآيفون، وهو تقرير أعده المراسل المتخصص في التكنولوجيا، ديفيد غروسمان، يدور حول موضوع الخصوصية في عصر الإنترنت.

و لاتزال شبكة بي بي سي تحرص علي تقديم الخدمات الإعلامية البسيطة عبر المحمول من قبيل خدمات الرسائل القصيرة للأخبار العاجلة، ونشرات الفيديو اليومية بجودة عالية. إلى جانب خدمة الأخبار العاجلة عبر موقع تويتر و البريد الإلكتروني، رغم تطور التجربة الإعلامية للمحمول وتحولها إلى صناعة إعلامية متكاملة.

كما يمكن تصفح الموقع الإلكتروني لشبكة بي بي سي على المحمول، و قراءة النصوص الكاملة للمقالات الإخبارية، ومشاهدة الصور المصاحبة لتلك الأخبار. إلى جانب تحميل برنامج بي بي سي إكسبرس على المحمول وتجديد المحتوى وقتما يرغب المستخدم و قراءة الأخبار بالكامل في التوقيت الذي يناسبه.

ومع مرور الوقت لم يعد مستغربا تهافت المؤسسات الصحفية والإعلامية علي صحافة المحمول، خاصة بعد أن أثبت الهاتف الذكي قدراته الكبيرة في إنجاز المهام الصحفية، و إستطاع أن يوضع خصائص الكمبيوتر في أيدي أكثر من ملياري شخص متقدما علي جميع أنواع الصناعات.

وفي نهاية عام ٢٠٠٧م أطلقت صحيفة Dagen Nyheter وهي أكبر صحيفة يومية في السويد جهاز هاتف صنع خصيصا لها بالتعاون مع شركة نوكيا ويتيح هذا الهاتف لمستخدميه تصفح النسخة الورقية من الصحيفة . (جابر.جاسر:٢٠١٦،ص٤٣) أما صحيفة الإندبنت البريطانية فقد أوقفت نسختها الورقية واكتفت بالنسخة الرقمية، حيث صدرت آخر نسخة ورقية في مارس/آذار ٢٠١٦

وخلصت دراسة نوعية ركزت على أربعة مؤسسات إخبارية في السويد إكدت أنها تعمل علي إنتاج محتوى صحفي إخباري خاص بالأجهزة المحمولة، ولا تكتفي بمشاركة محتوى واحد مع المنصات الأخرى. (Oscar:2012,p44)

في آسيا

وفي قارة آسيا يقول خبراء الإعلام ، إن الهاتف النقال صار بسرعة قياسية أداة لنشر الأخبار في القارة، ولبت التغطيات الإخبارية الهاتفية عبر شبكات البث الرئيسية لقنوات تلفزيونية مثل "الجزيرة". وأدت هذه الظاهرة إلى نشوء "صحافة المحمول" موجو".

وتجد صحافة المحمول مناخ مواتي في آسيا حيث أن غالبية السكان لديهم هواتف محمولة. ٤٣% من الهواتف المستخدمة في العالم هي في قارة اسيا مقارنة بـ ٨% في أمريكا. كما أن تطبيقات الهواتف متوفرة مجانا، ويمكن لأي (هاوي) أن يصبح

صحفي موجوس - MojOS (Stephen Quinn:2009,p14)

صحافة المحمول في الدول العربية

ظل الإعلام العربي يتابع ويراقب ويشارك بقدر محدود في صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي عموما، ثم بدأ يقدم نماذج لصحافة المحمول، وإن كانت محدودة، إلا أنها أحدثت نقلة في المشهد الإعلامي العربي، ومثلت إعراف عملي من مؤسسات الإعلام العربي بصحافة المحمول، وإنها لم تعد حكرا علي الصحفيين الهواة.

ولم يكن الصحفيون العرب أقل حماسا ورغبة من زملائهم في بقية دول العالم، لخوض غمار التجربة الجديدة، وخاصة جيل الشباب من الإعلاميين والصحفيين العرب الذين يستخدمون الهواتف المحمول عن كثب في جل معاملاتهم، وهكذا بدأت صحافة المحمول تشق طريقها في المجتمع الاعلامي العربي، وأصبح مألوفا أن يشاهد صحفيين وهم يغطون مجريات مؤتمر أو يجرون لقاءات صحفية باستخدام الأجهزة المحمول.

ووسائل الاعلام العربية وإن تاخرت قليلاً في استخدام صحافة المحمول مقارنة بمثيلاتها في الغرب فإن الآمال لا تزال معقودة علي الحراك الذي تقوده مؤسسات

عربية بالإستثمار في مجال توزيع المحتوى الرقمي عبر المحمول، وهناك حراك محدود تقوده وسائل إعلام كبرى للتحويل إلى الشكل الرقمي في صيغة بوابات الإنترنت وتطبيقات الجوال والحضور القوي على شبكات التواصل الإجتماعي. ومن خلال الملاحظة نجد أن غالبية وسائل الإعلام العربية تتبع طريقة إنتاج صيغ مختلفة لمحتوى واحد ليتم توزيعها على المنصات الإعلامية المتعددة، سواء تطبيقات خاصة للمحمول، ومواقع تواصل الإجتماعي.

وتعتقد الباحثة أن تطوير تجربة صحافة المحمول عربيا، لن تكون صعبة، وذلك بالنظر إلى واقع تجارب ناجحة تخوضها المؤسسات العربية في المجال الرقمي، ومثال لذلك مشروع الجزيرة "AJ+ عربي" الذي يعنى بالفيديو القصير على فيسبوك.

في المغرب

نجد تجارب مماثلة مثل موقع "هسبريس، علي الفيس بوك واليوتيوب والذي تجاوز عدد متابعيه على اليوتيوب ١٤٥ مليون مشاهدة منذ إنشائها عام ٢٠١٣، كما بدأ الموقع تجربة البث المباشر للقاءات الصحفية على صفحته بالفيسبوك ويوتيوب، خاصة في الإنتخابات التشريعية الأخيرة .

و في المغرب أيضا هناك مشروع "وان مينيت تيفي"، الذي يركز علي إنتاج مقاطع فيديو لا تتجاوز دقيقة واحدة، يُستخدم فيها الصور والنصوص والغرافيك واللقطات المتحركة، وتماما كتجربة "AJ+ عربي"، فكل مقاطع الفيديو تنشر على فيسبوك". (عزام، إسماعيل: ٢٠١٦، د.ص)

كما أعلنت كل من وكالة الانباء القطرية وصحيفتا البلد والسفير اللبنايتين وصحيفتا الغد والدستور الإردنيتان وصحيفة عرب نيوز السعودية عن عزمها التوسع في المواد التي تقدمها عبر الإنترنت والأجهزة المحمولة.

كما تعزز المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق إقامة منصة إلكترونية تربط جميع مزودي محتوياتها لتكوين مجتمع معلوماتي يسمح للقراء بالحصول على المعلومات في أي مكان وأي زمان. وفي دولة الإمارات العربية المتحدة تخطط صحيفة الإمارات اليوم و"إميريتس بيزنس ٧/٢٤" للتركيز على الإعلام الرقمي وتعزيز تفاعلها الشبكي. وترغب محطات تلفزيونية في لبنان أمثال مجموعة "إل بي سي" وتلفزيون الجديد الإستثمار في إنتاج محتويات عالية الوضوح " إتش دي " وتوزيع المحتويات عبر بروتوكول الإنترنت التلفزيوني إلى الأجهزة المتحركة.

في حين قامت مجموعة MBC منذ سنوات بإطلاق خدمة "شاهد. نت" مكرسة فكرة الفيديو عند الطلب video on demand، ليصبح المحتوى التلفزيوني متاحاً في كل مكان وزمان عند الطلب، وعلى مختلف المنصات الثابتة والمتحركة.

وقد كشف تقرير مؤشر الإعلام العربي للربع الأول من عام ٢٠١٧م، بأن الصحف الإلكترونية (في ١٨ دولة عربية) تستند في عملها على تطبيقات الهواتف الذكية بنظامي (اندرويد و IOS)، إلا أن معظمها لا يعد هذا الأمر ضرورياً. ووفقاً للتقرير ذاته، فإن البوابات الإخبارية بدولة الإمارات تقدمت على مثيلاتها في ١٨ دولة عربية من حيث عدد التطبيقات (أندرويد أو iOS) التي تعتمد عليها.

فيما حصلت المملكة العربية السعودية على ترتيب متأخر نسبياً (١٣- من أصل ١٨ دولة شملتها الدراسة) ما يدل على أنها لم تستثمر التقنية للحاق بالجمهور في منصة المحمول على الرغم من أن المملكة تحتل المركز الأول بقائمة أكثر الدول استخداماً للهواتف الذكية، والتي بلغ نسبة إنتشار الهواتف الذكية بها إلى ١١٨% تحتل بذلك صدارة البلدان والشعوب المستخدمة للهواتف الذكية في العالم. كما بلغ نسبة الإشتراكات في خدمة الإتصالات المتنقلة بالمملكة ٤٣.٦٣ مليون مشترك خلال

الربع الثاني من العام ٢٠١٧ وفقا لإحصائيات هيئة الإتصالات وتقنية المعلومات بالسعودية.

السودان

حل السودان في المرتبة الاخيرة وهو بذلك نموذج للفرص التي يضيعها مالكو وسائل الإعلام والصحافة، علي الرغم من أن ثلث سكان الدولة من البالغين يستخدمون الإنترنت، ويعد الهاتف الجوال الوسيلة الأكثر استخداما لتصفح الإنترنت حيث فاق عددهم مشتركيه بالخدمة ١٣ مليون مشترك وفقا لتقرير وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات. ما يعني أن الصحافة السودانية لم تستفيد من المحمول في توسيع قاعدة جماهيرها.

تونس

لم يكن الحال بأفضل من السودان، حيث حلت في المرتبة ذاتها ، رغم انها أول بلد عربي يستخدم إتصال الإنترنت، حيث تتوفر الخدمة في كافة انحاء البلاد. ولربما يعود ذلك إلى ضعف خدمات الإنترنت ذات النطاق العريض بتونس والتي لا تتجاوز ٦% .

الإمارات

تقود دولة الامارات جهود مكثفة منذ عام ٢٠٠٩م لتعميم استخدام الاجهزة المحمولة الذكية للوصول الي الخدمات في كافة انحاء الدولة وذلك في اطار توجيهها لتطبيق نظام "الحكومة الذكية"، وكان لزأماً علي وسائل الإعلام مسايرة هذا التوجه بالتواجد في منصة المحمول وإطلاق تطبيقات خاص بها في المنصة المتنقلة. يؤكد صحفيون بالإمارات التقت بهم الباحثة في دبي والشارقة أن صحافة المحمول تجد إهتمام من وسائل الإعلام في الدولة، وتحرص العديد منها علي منح محرريها خاصة بقسم (أون لاين) هواتف محمولة مزودة بخدمة الإنترنت.

وتشهد وسائل إعلام في الإمارات نقلة نوعية من حيث أساليب العمل الصحفي وطرق جمع الأخبار وتوزيعها عبر المنصات المختلفة، كما تحولت غرف الأخبار التقليدية، إلى غرف ذكية وتعتبر صحيفة الاتحاد الإماراتية نموذجا يعتد به في قيادتها لهذا التحول ، تعتبر " الاتحاد " أول صحيفة في المنطقة تستخدم نظام غرفة الأخبار الذكية بعد أن تخلصت في مرحلة سابقة من أساليب التحرير اليدوية التي تستخدم الورق. وتسهم الغرفة الذكية في تسريع التواصل بالإنترنت والأجهزة الذكية ومتابعة سير العمل عن بعد لحظة بلحظة وتحكم المحررين المسؤولين عن الصفحات وتعديلها عن بعد عن طريق أجهزة محمولة (الايپاد) . ووفقا لموقع شركة أبوظبي للإعلام والي تصدر صحيفة "الاتحاد" فان الصحيفة تعد الأولى من نوعها بالمنطقة العربية التي تعتمد تطبيقا خاصة بالساعة الذكية في مايو ٢٠١٥م، يتيح للقراء إستلام كافة الأخبار العاجلة، بسهولة وعلي مدار الساعة.

تقود مؤسسة دبي تجربة أخرى في هذا المجال وعن ذلك تقول نجلاء القاسم مسؤولة قسم تقنية المعلومات بمؤسسة دبي للإعلام إن المؤسسة أطلقت في أكتوبر ٢٠١٧م أول خدمة إخبارية من نوعها للمكوفين تتوفر علي الساعة الذكية ويتم تحويلها إلى لغة برايل.

ويقول علي الذكرى مدير تحرير الإعلام الإلكتروني في صحيفة البيان الإماراتية أن "البيان" لا تعد تقارير صحفية خصيصا للنشر عبر الهاتف المحمول وإنما يتم مؤامتها لتتناسب طبيعة الهاتف المحمول، وأضاف " أنه يتم إنتاج مضامين صحفية تناسب جميع المنصات الصحفية. وبدأت المؤسسات الإعلامية الإماراتية كمثيلاتها في العالم بالتوجه نحو استخدامات الهاتف المحمول في مجال الصحافة، لمقابلة النمو الذي تظهره الاحصاءات في إعداد مستخدمي الهاتف المحمول في العالم.

قطر

برع صحفيون بمؤسسة الجزيرة الإخبارية في مجال صحافة المحمول ، وقد قوبلت أعمالهم الإعلامية بالرضا من جانب المؤسسة ، وتم بثها فعلياً بالتلفزيون، ومن هؤلاء الصحفية نادين ديماسي.

بل أن " الجزيرة " أخذت علي عاتقها أمر تطوير هذا النوع من الصحافة، بعقد دورات تدريبية للصحفيين في مجال صحافة المحمول، مستعينة بخبرات عالمية في المجال مثل المدرب العالمي كلين ملكوهاي كما أظهرت مجلة "الصحافة" التي تصدرها المؤسسة، إهتماماً بهذا المجال، ونشرت بحوث ودراسات حوله. وأصدر مركز الجزيرة للتدريب الإعلامي للتدريب والتطوير دليل "صحافة المحمول" الذي نحسبه الأول من نوعه في المنطقة. وبذلك فقد سبقت الجزيرة العديد من وسائل الإعلام العربية في مجال صحافة المحمول.

سلطنة عمان

تخطط صحيفة الشبيبة للإستثمار في بث الأخبار عبر منصات متحركة (المحمول) بهدف تسريع توزيع محتواها كما أخذت وكالات أنباء وصحف في المنطقة تقر بإمكانيات الجيل الثالث من الأجهزة المحمولة ،في البث السريع للصور الإخبارية الملتقطة من قبل مصورين صحافيين محترفين او الجمهور .

مصر:

رصدت دراسة حديثة التحولات بإتجاه المحمول في أربع مؤسسات صحفية هي (الأهرام، المصري اليوم، اليوم السابع، البوابة). وأوضحت أن مؤسسة الأهرام تمتلك تسعة مواقع موائمة للتصفح عبر الموبايل، و ١٦ تطبيقاً للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية التي تعمل بأنظمة IOS و Android و Windows phone. بينما مؤسسة المصري اليوم، لديها ثلاثة مواقع ملائمة للتصفح عبر الموبايل، وتطبيقات للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، و ١٥ خدمة نصية ومرئية للهواتف المحمولة.

أما مؤسسة اليوم السابع، يوجد لديها سبعة مواقع إلكترونية، تتمتع كلها بنسخ للتصفح عبر الموبايل، وتطبيقان للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وسبع خدمات للرسائل الإخبارية القصيرة، ولدى "البوابة"، راديو أونلاين، موقعًا واحدًا ملائمًا للتصفح عبر الموبايل، بالإضافة إلى ثلاثة تطبيقات للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وخدمة واحدة للرسائل الإخبارية القصيرة.. (عبد الفتاح: ٢٠١٥، ص ٢١٣)

العراق:

ظهرت محاولات أولى لصحافة المحمول في العراق عام ٢٠١٢م من خلال تجربة الصحفي جواد الخفاجي مدير الأخبار بقناة السوميرية، إلا أن التجارب بدأت بالتوسع عام ٢٠١٦م بإطلاق منصة Newsroom التعليمية وموقع News roomna أول منصة لتعليم صحافة المحمول في العراق واستقطبت المنصة من خلال فيس بوك أكثر من "١٦٠٠" إعلامي عراقي وعربي.

المبحث الثالث

التغطية الصحفية في صحافة المحمول

أحدثت صحافة المحمول تغيرات في بيئة العمل الإعلامي، حيث تخلصت غرف الأخبار من الطريقة الروتينية القديمة للعمل وأسهمت في خلق مواقع ويب صديقة للجوال لتقديم الأخبار وإمكانية الاستفادة من المحمول في تحقيق ربح مادي للمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك، ولأول مرة، كان على المؤسسات الأخبائية أن تضع احتياجات المستهلكين ورغباتهم ومصالحهم أولاً، وهو أمر لم تفعله وسائل الإعلام عندما كان نموذج العمل التقليدي القديم مريحاً. (Poindexter :2016,p9)

التعريف بالتغطية الصحفية

تعرف التغطية الصحفية بأنها " الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين والمعلومات المتعلقة به والإلمام بأسبابه ومكان وقوعه ومن هم المشتركون فيه ومتى وقع وكيف وغيرها من المقومات التي تجعل الخبر صالحاً للنشر". (أبو زيد :٢٠٠٨، ص٢٥٥-٢٥٦) وتشمل في مفهومها جميع الأشكال التحريرية مثل الخبر والتقارير والمقال والتحقيق.

لم تجد الباحثة في اللغة العربية ما يعطي المعنى الذي يقصده الصحفيون، من عبارة التغطية. وقد أوضح ما راجعته من قواميس اللغة، أن كلمة "تغطية" في اللغة العربية تعطي معاني مختلفة عن ما يقصده الصحفيون.

حيث نجد شبه إتفاق بين تلك القواميس وهي: القاموس المحيط، ولسان العرب، والصاحح في اللغة، والمعجم الوجيز، والعباب الزاخر، بأن كلمة تغطية تعني الستر، فغطى على الشيء: واره واستره. وفي اللغة الإنجليزية فإن كلمة تغطية صحفية وردت في قاموس كمبريدج اللغوي بمعنى المعالجة الصحفية للأحداث the treatment of an issue by the media ، كما وردت في قاموس اكسفورد

بمعني كتابة تقارير عن الحدث: a to report on an event for television, newspaper, etc.

خطوات التغطية الصحفية

تعد عملية "جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز كومبيوتر لوحي. إتجاه جديدا في تغطية الأخبار وبثها، يتوقع أن يصبح نمطا سائدا". (لاريا،ديانا ومرعي،منتصر: ٢٠١٧، ص٢) وتتم التغطية الصحفية عبر المحمول كغيرها من التغطيات الصحفية التقليدية بثلاث خطوات رئيسية هي: (أبو الحمام: ٢٠١٠، ص٤٧-٤٨)

١/ جمع الأخبار ٢/ التحرير والمونتاج ٣/ عرض التغطيات الصحفية

أولاً: جمع الأخبار

جمع الأخبار News Gathering هي أولى المراحل العملية في التغطية وتتضمن إنجاز "مجموعة من الخطوات التي يقوم بها الصحفي بحثا عن بيانات ومعلومات وتفاصيل أو تطورات الجوانب المختلفة لحدث أو واقعة" (علم الدين، محمود: ٢٠٠٩، ص١٤٢) (و يقدم الصحفي إيفو برووم المتمرس في صحافة المحمول نصائح للصحفيين عن كيفية جمع المعلومات في صحافة المحمول وهي:

- ضع خطة إنتاج مبكرة لما تنوي تنفيذه / ركز على أداة تطوير القصة "scrab"
- حدد بدقة ما هي القصة، ما تريد أن تقوله ، من هو الجمهور المستهدف؟
- من ستقابل، وكيف يمكن الاستفادة منهم .
- ترتيب اللقطات، وأين سيتم التقاطها؟
- حدد اللقطات المطلوبة، وما العناصر الإضافية التي ستحتاجها خلال عملية التحرير؟
- حدد الخطوات اللازمة للتصوير والتحرير؟
- ضع تصور "SCRAB" لما ستنفذه من مهام: بحيث تجيب عن خمسة أسئلة صحفية إضافة إلى المحاور الخمسة المذكورة سابقا، وستشكل إجاباتها خريطة

التصوير لما تتوي المنوي تنفيذه. أشرع في إعداد خطوات للخطة، أضع ملاحظاتي على جميع العناصر اللازمة للإجابة عن أسئلة مقابلي. وهذا يؤشر إلى أي الوسائل سأستخدم، وما هو المفقود للقيام بذلك، وكيف سأسخرها للقيام بالتحريير على أفضل وجه؟.

كما يمكن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع المستخدمين من هواة صحافة المحمول في الوصول الي الأخبار والمعلومات. وفي السياق تقدم إسبينوسا أستاذ صحافة المحمول في جامعة مايور دي شيلي ومونتيا فيلا في فنزويلا نصائح للاستفادة من مواقع وتطبيقات الصحفيين الهواة في صحافة المحمول وفق التالي: (Gimenez:2011.p16)

- المدونات الصغيرة: هي طريقة جديدة لسرد الأخبار باستخدام المحمول، وهي تفيد صحفي المحمول في العثور علي الأخبار لذلك يجب أن يحرص علي التفاعل مع خدمات المدونات الصغيرة.

- تحديد عدد كلمات الخبر: يجب ان لا يتجاوز عدد كلمات وصف الخبر حدود ١٤٠ حرفاً، بما في ذلك عناوين تقارير الفيديو أو المقاطع الصوتية. و في الوقت نفسه، يجب أن تكون العناوين سهلة البحث بحيث يتمكن المشاهدون من العثور عليها بسهولة.

- استخدم تطبيق الموقع الجغرافي GPS بالهاتف المحمول: للوصول بسهولة الي موقع الحدث وتحديد مصادر محتملة لتناقش معها الحدث. كما قد يفيد الصحفي في العثور علي شهود عيان للحدث.

- استخدام وسم "هاشتاغ": في رصد ردود فعل المجتمع تجاه ما تم نقاشه من مواضيع عبر الوصم.

- التخطيط لتوزيع المحتوى المنتج: بما أننا في مرحلة الثانية من عمر صحافة المحمول التي تنشط في النشر بوسائل الإعلام "الرقمي ، التلفزيون ، الاذاعة " يجب أن تكون التغطية الصحفية عبر المحمول جاهزة للنشر في منصات إعلامية متعددة.

ثانيا: التحرير والمونتاج

تقرض صحافة المحمول نمطا جديدا في التغطية الصحفية تميل إلى الاختصار في وصف الخبر ، وهي تجسد مفهوم البلاغة عند العرب أي "ما قل ودل " أو كما شرحه الصحفي المتمرس في صحافة المحمول ملكهاي " إنتاج محتوى مقتضب، وقصير، بسرعة قصوى واسلوب يجذب المتصفحين والمستهلكين للمضامين. (ملكهاي.غيلين:٢٠١٤)

وسواء كان التحرير تقليدي "المونتاج" أو بواسطة الهواتف الذكية، فإن القصة الخبرية هي محور عملية التحرير. ولكن الفرق بينهما هو أن الصحفي يقوم بتحرير لقطات مصورة على الهاتف الذكي التقطتها بنفسه وليس من تصوير الآخرين. وتحميلها مباشرة على المواقع المستهدفة. (Burum o:2017,p19)

يتطلب إنتاج صحافة المحمول، ما يسميه ستيفن كوين، بعقلية الوسائط المتعددة أو طريقة التفكير التي تجمع بين الفيديو والصوت والنص والرسومات واللقطات. ويشير إيفو بوروم إلى أن هذا النهج المتعدد في سرد القصة الإخبارية يمكن أن يستغرق وقتا أطول قليلا كما يتطلب المهارات الصحفية التقليدية، إضافة إلى مهارة التحرير على الهاتف المحمول. وهناك اعتبارات يجب تأخذها في الحسبان، عند استخدام الاجهزة المحمولة في التغطيات الصحفية ومنها :

حجم الشاشة

يقول حسن مهليلا من خدمة بي بي سي السواحلية تكيف أسلوب الكتابة ليتناسب مع حجم الشاشة، وجعل القصص مقتضبة، والتفكير في سياق القصة قبل أن مباشرة الكتابة، فأخبار المحمول تحتاج إلى قصص قصيرة قدر الإمكان".

تبسيط الخبر

غالبية هواتف المستخدمين المحمولة ذات شاشات صغيرة، لذا، عليك اعتماد لغة بسيطة يمكن قراءتها وفهمها بسهولة. فالمفردات المباشرة تساعدك، عندما تتوجه إلى جمهور عالمي أوسع.

الاختصار والتشويق

قلل عدد الكلمات المستخدمة، إلى حوالي مئة كلمة، أي أربع أو خمس فقرات أو أقل. لا تستخدم الصفات، بل استخدم الاختصارات ، فهذه التقنيات البسيطة تساعد على جعل أخبارك قصيرة.

عنوان من سطر واحد

يجب أن تكون العناوين قصيرة ولافتة، ٣٨ حرفاً تعتبر مناسبة ومثالية، "يجب أن نلتزم بمئة وأربعين كلمة للعنوان والملخص". تذكر أنه بإمكانك اختصار العنوان والخبر عبر إزالة الصفات والنعوت واستخدام الاختصارات. كما أن استخدام الاقتباسات القصيرة تناسب الشاشة الصغيرة. لذلك، اختر الوافي والقصير، الذي يترك الأثر الأكبر.

اختيار الكلمات

أختر الكلمات بعناية لتجنب تغيير المعنى، اكتب نص مفهوم للجميع ، تجنب اللغة المبهمة، تجنب الكلمات التي يساء فهمها، "صحح الخطأ قبل أن تنشره على الإنترنت".

تحرير صحافة المحمول

ينظر إلى عملية التحرير باستخدام المحمول بأنها أبطأ مقارنة بالكمبيوتر. إلا أن المحمول يضع بين يديك العديد من التطبيقات التي لا تتوفر في جهاز آخر. وفي تجربة عملية، استخدم أحد الصحفيين ويدعي مكارثي مدونة هاتف ذكي ومحرر مستندات جوجل لكتابة القصة الخبرية أثناء تعطل قطار في إحدى المحطات، وأجرى ثلاث مقابلات، قبل أن يستأنف القطار عمله مرة أخرى، وبذلك فقد حصل علي سبق صحفي، قام بنشره قبل وصوله إلى محطته. يقول مكارثي "لو لم يكن لدي خبرة طويلة في هذا المجال لما تمكنت من إنجاز هذا العمل". وهناك بعض النصائح الأساسية حول كيفية التحرير باستخدام هاتفك الذكي يقدمها إيفو برووم وهي: (Burum:2017,p21)

- رتب هيكله القصة بطريقة تجيب علي الأسئلة المتوقعة من المستمعين، لتنجز قصة جذابة وملفتة للأنظار.
- وزع القصة على الزمن المتاح، تخلص من التفاصيل الزائدة عن الحاجة، أبدا بأقوى العناصر - الواقعية التي تستدير العاطفة، أو ملاحظات أثناء المقابلة، أو التغطية
- يكون الوضع في غاية الفعالية والتأثير إذا كان الصحفي يتوسط حالة من الشغب.
- لا تتسرع بعملية الصقل والتعديل قبل أن تجد التركيب التسلسلي للقصة.

٣٠ ثانية فيديو

يؤكد خبراء وصحفيون ممارسون لصحافة المحمول أن الزمن المثالي لمقاطع الفيديو التي تبث بالمحمول هو ٣٠ ثانية، ويمكن ان تصل الي دقيقة أو دقيقتين كأطول فترة ممكنة . و يقول الدكتور محمد عايش أستاذ الصحافة والإعلام الجديد في الجامعة

الأمريكية بالشارقة أن ٣٠ ثانية أصبح الزمن المفضل لمقاطع الفيديو بالمحمول وهو يعني تقديم المعلومة كاملة و بإيجاز شديد. وفقا لما يلي: (عائش.محمد: ٢٠١٦، ص)

- عند إجراء الحوارات: يفضل قراءة سيناريو الحوار أمام ميكرفون خارجي متصل بالهاتف الذكي، وعلى بعد ستة بوصة من فم المتحدث/ فصل الصوت عن الفيديو و إضافته على البرنامج الزمني. بإستثناء بعض الظروف الخاصة جدا.
- يجب أن لا يتجاوز سرعة قراءة النصوص ثلاث كلمات في الثانية ، والمعلومات التي ترد في الوسائط المتعددة تكمل بعضها دون تكرار لتشكل بذلك فكرة واحدة. متماسكة.

ثالثا عرض التغطيات الصحفية

نشر الأخبار News Distribution المرحلة الاخيرة، بعد أن يختار الصحفي جوهر المعلومات الاساسية ليصوغها في قالب إخباري مناسب معتمدا الدقة، والشفافية.

البث المباشر عبر المحمول

يعد البث المباشر عبر المحمول ذو تكلفة زهيدة وهي أحد أهم مزايا صحافة المحمول، إذ بات من السهل نقل الأحداث مباشرة عبر غرف الأخبار في وسائل الاعلام أو وسائل التواصل الإجتماعي لتشاهد في أي مكان بالعالم.

وتزداد قيمة البث المباشر في وقت يكثر فيه حالات التضليل الإعلامي للأحداث خاصة في مناطق الصراع والحروب، وبات البث المباشر خيار الصحفيين الباحثين عن طرق جديدة ومبتكرة لتقديم التغطيات الإخبارية المرئية كونه أقل تكلفة من البث المرئي التلفزيوني التقليدي.

حيث تنقل التغطيات الصحفية من ميدان الحدث، باستخدام المحمول ومن أي موقع والوصول إلى المئات من الجمهور عبر الإنترنت لحظة وقوع الحدث . والتفاعل معهم والإجابة علي أسئلتهم مباشرة، علي النحو الذي نشاهده في الفضائيات.

وكل ما يحتاجه الصحفي هو إتصال بالإنترنت، هاتف ذكي، تطبيق للبث المباشر وهناك خطوات تؤخذ في الاعتبار قبل البدء في البث المباشر وهي: "(لاريا.ديانا ومرعي، منتصر: ٢٠١٧، ص ٢٦)

- تأكد من جاهزية معدتك وأختبر إتصالك بالإنترنت
- حدد نقطة للخروج من الموقع عند الحاجة
- إذا كنت تبث عبر غرفة الأخبار: بلغ مكتب التكاليفات ليسهل مهمتك خاصة عند تغطية أخبار عاجلة، أما إذا كان البث المباشر عبر فيسبوك لايف، بلغ فريق الإعلام الإجتماعي أو فريق الإنترنت بأن يروج للبث ويراقبه ويساعد حتي في التفاعل مع الجمهور.

محتوى صحافة المحمول

يمكن تصنيف محتوى صحافة المحمول إلى نوعين رئيسيين وهما:

- ١/ محتوى صحفي يتم إنتاجه باستخدام المحمول لينشر خصيصا في المحمول
- ٢/ محتوى صحفي ينتج باستخدام المحمول وينشر في أي وسيلة من وسائل الاعلام

كما يمكن تصنيف محتوى صحافة المحمول وفقا للمنتجين إلى الأنواع الثلاثة وهي:

١. المحتوى الصحفي الذي ينتجه الصحفيون المحترفون
٢. محتوى المستخدمين - ويقصد به المواد الخام غير المحررة التي ترسل من قبل شهود العيان للحدث
٣. محتوى صحافة المواطن - ويقصد به المحتوى الصحفي الذي ينتجه المواطن العادي وينشره في وسائل الإعلام المحترفة.

الأشكال الصحفية في صحافة المحمول

الخبر في صحافة المحمول

إرتبط الموبايل " المحمول " بعمليات توزيع الأخبار بإعتباره منصة نشر يتم من خلالها توصيل الأخبار لملايين المستخدمين كما أرتبط الموبايل بإنتاج الأخبار أو إعداد الأخبار mobile reporting حيث يستخدم الصحفيون هواتفهم الذكية في التقاط الصور أو الفيديوهات وإجراء المقابلات المصورة .

وكشف تقرير لمعهد رويترز عام ٢٠١٦، أن عدد متابعي الأخبار عبر الأجهزة الرقمية فاق عدد متابعي التلفزيون في كل الدول التي شملها الإستطلاع ، حيث يسهل عملية الوصول الي الأخبار عبر الأجهزة الذكية ومتابعة آخر مستجداتها على نحو أكثر انتظامًا من أولئك الذين يعتمدون فقط على استخدام الحواسيب المحمولة أو الأجهزة اللوحية في إستقاء الأخبار .

كما أظهر تقرير رويترز للعام ٢٠١٧م، تصاعدا في عدد مستخدمي الهواتف المحمولة للوصول للأخبار، مقابل استخدام الكمبيوتر في عدد متزايد من البلدان. إضافة إلى نمو في استخدام إشعارات الأخبار للمحمول في العام ٢٠١٦، وخاصة في الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية، وأستراليا.

فضلا عن نمو استخدام برامج تجميع الأخبار، خاصة أبل نيوز، وسناب شات للجماهير الأصغر سنا. وقد تضاعف استخدام كلاهما في العام الماضي. وتزايد عدد مستخدمي الهواتف الذكية للأخبار داخل المنزل إلى (٤٦٪) مقارنة باستخدامها عند التنقل أو في العمل.

ويشكل الخبر المادة الغالبة في صحافة المحمول ، ويتسم بسرعة البث من أي مكان واي زمان وكذلك سرعة الإنتشار، وأهم ما يتميز به الخبر في صحافة المحمول أنه:

تقارير المحمول

يعتبر إعداد تقارير مصورة عبر الهاتف المحمول، نمطا متقدما من الإنتاج الصحفي يتناسب مع سرعة الأحداث المتلاحقة، ويلبي رغبة الصحفي في تقديم قصة صحفية مصوره تتراوح مدتها بين ٣٠ ثانية إلى ثلاث دقائق" باستخدام الهاتف الذكي iPhone واستخدام برنامج iMovie وهو تطبيق بسيط خاص بالمونتاج، من أجل تحرير القصة المصورة وإضافة التعليق الصوتي، وغيرها من متطلبات الإنتاج. ويتم تحريرها على الهاتف ومن ثم تحميلها وبثها عبر شبكة الإنترنت بالمحمول .

ويكتسب المحمول كوسيلة لإعداد التقارير أهمية خاصة في المناطق التي تفتقر إلى البنية التحتية الحديثة للإنترنت، كما أن الهاتف المحمول منخفض التكلفة عند مقارنته بمعدات إعداد التقارير التقليدية". وعلى الصحفيين المتنقلين أن يكونوا منتجين ويخدمون أدوارا متنوعة من أجل تقديم تقارير يومية عن الأفلام والفيديو والصوت.

ويقدم إيفو بوروم، بعض النصائح في هذا المجال أهمها:

أولا : المتطلبات: هاتف ذكي/ ميكروفون/ حامل للهاتف "من أجل ثبات اليد وتجنب الاهتزاز"

ثانيا التطبيقات العملية: ينصح بروم، قبل البدء في العمل ، تحديد ما نرغب في عرضه باختصار يغطي جوانب الحدث، خلال مدة زمنية تتراوح بين ٣٠ ثانية إلى ثلاث دقائق.

ثالثا هيكلية التقرير:

• بداية / منتصف يعرض كيف تتطور الأمور/ نهاية

مع مراعاة تحقيق الانسجام بين المعلومات، وسردها من خلال قصة انسانية .

رابعاً تنظيم العمل: وضع تصور للمصادر والمشاهد واللقطات التي ستصورها، والتأكد من كفاءة المعدات

خامساً الحصول علي إفادات وتصريحات : بإجراء مقابلات بالتركيز علي الجوانب الأساسية

سادساً: طول اللقطة: ولا يوجد زمن مثالي لكن يفضل أن يكون ١٠ ثواني كاملة على الأقل، ويجب مراعاة أنك ستستخدمها في المونتاج، أقترّب من المصدر ستسمع الصوت وتشعر بالقصة أكثر.

التحقيق

يوفر المحمول فرص للصحفيين لإنجاز تحقيقاتهم، وفق طرق حديثة لم يسبق أن عرفتھا الصحافة التقليدية من قبل، خاصة فيما يتعلق بعملية جمع المعلومات والبيانات عبر وسائط وأدوات متعددة. ومثال لذلك تحقيق وثائقي عن اللاجئين السوريين انجزه صحفي مصري، مستخدماً أدوات ووسائط متعددة بهاتفه الذكي و يستفيد صحفيو المحمول (mojos) من برامج جمع البيانات في الوصول السهل إلى الأشخاص عن طريق هواتفهم المرتبطة ببياناتهم الشخصية، وهو نظام يعمل به في العديد من دول العالم. إلى جانب كم هائل من تطبيقات مجانية بالمحمول، تسهل عملية التقصي في قضايا المصلحة العامة وتوسيع نطاقها بتتبع أثرها خارج حدود الدولة ، حيث أن معظم المعلومات قابلة للبحث على الصعيد العالمي. (

Burum:2017,p23)

وتستفيد التحقيقات عبر المحمول من المعلومات المتوفرة علي مواقع الشبكات الاجتماعية، وقواعد البيانات العامة، وتقارير الممارسات الحكومية الشفافة، والصور، ورسم الخرائط، والموقع الجغرافي، وأدوات المصادر المفتوحة - ومعظمها مجاناً.

ولابد عن صقل الفلسفة القديمة للصحافة بثلاثة ممارسات جديدة: وهي أن تكون "منفتحة ومنهجية وآمنة". أن يكون "منفتحة" بمعنى أن لا يتقيد التحقيق بالحدود المحلية لأن القضية يمكن أن يكون لها امتداد خارج الحدود المحلية. أما منهجية، فيقصد بها البحث عن المعلومات بطريقة فعالة، على سبيل المثال، أن تسرد التحقيقات وتطلب من الجمهور "القراء" المساعدة في استكمال التحقيقات وتزويدها بالمعلومات والوثائق والصور، وفي المقابل علي الصحفيين أن يتأكدوا باستمرار من المعلومات التي ترد اليهم بمساعدة مواقع متخصصة في هذا الشأن. أما الأمان فيقصد به حرص الصحفي علي سلامته وسلامة مصادره وتمتعه بالحماية القانونية، ويمكنه الاستفادة من منظمات توفر المشورة والدعم في مجال الأمن للصحفيين. (Ronderos. Maria:2016,p).

الحوار في صحافة المحمول

ويظهر بحث حديث أجراه معهد رويترز لدراسة الصحافة إن الأشخاص يشعرون بالإرتياح أكثر ويبدون تخوفا أقل أثناء الحديث مع صحفيين يستخدمون الأجهزة المحمولة مقارنة بفريق تلفزيوني يحمل كاميرات ضخمة.

كما نشرت صحيفة بانو كارهونن الفنلندية، في ١٤ يوليو ٢٠١٧م، تحقيقا من جزأين لمعرفة تأثير استخدام الصحفيين للأجهزة المحمولة علي فرصهم في الإقترب أكثر من القصة والحصول علي المعلومات. وبعد مقابلة ١١ صحفيا أول مرة ، وجدت كارهونن أن الصحفيين تمكنوا من الظفر بأخبار لقصص كان من المستحيل أن يحصلوا عليها باستخدام كاميرا تلفزيونية كبيرة وطواقم متعددة الأشخاص .

نصائح لإجراء الحوار بالمحمول

- ابدأ الحوار بسؤال غير مهم، ثم أ طرح سؤالا مهما، وإذا كان الشخص منفعلا، يجب أن تنتظر.

- ضع المحمول على وضع الطائرة حتى لا يحدث تشويش على الصوت

- ابدأ بالمشهد الأقرب ثم إبتعد بالتدرج ولا تأخذ اللقطات الأوسع، ثم الأقرب، لمراعاة التسلسل ويمكن الرجوع إلى الخلف خطوة للحفاظ على نفس اللقطة.
- ليس بالضرورة أن يبدأ التقرير بقطات واسعة wide shot ، من الممكن البدء بقطتين قريبتين close ups، ثم التوسع حتى نصل إلى اللقطة الواسعة wide shot

القصة الخبرية

القصة الخبرية هي نوع من أنواع الكتابة الصحفية الإبداعية ، تقديم صورة حية عن حدث وتتسم بالحيوية والديناميكية، وإحياء الطابع الإنساني للقضايا المطروحة ويحقق "الفيتشر" المتعة والفائدة. ويظهر زوايا جديدة في خبر سبق نشره ، ويبني دائما على حقائق ما يوجب أن تكون معلوماته دقيقة.

ويوفر المحمول إمكانية سرد القصص الإخبارية باستخدام تقنية الواقع الافتراضي ، التي ينظر إليها بأنها مستقبل تفاعل الصحافة مع متلقي الأخبار، حيث تتيح تقنية VR التفاعل المباشر للمتلقي مع عناصر القصة الصحفية. فيمكنه على سبيل المثال التجول في الشارع المذكور في القصة الصحفية أو الخبر حيث وقوع الحدث، كما يمكنه أيضاً معرفة معلومات أكثر بالنقر على عنصر ما داخل القصة.

ويمكن أن نحدد أهم الخطوات اللازمة لإعداد القصة الخبرية فيما يلي:

أولا التخطيط:

أ/ ضع خطة إنتاج مبكرة للقصة التي تنوي تنفيذها والإجابة علي تساؤلات التالية ما

هي القصة، ما الذي أقوله، من هو الجمهور المستهدف؟

ب/ تحديد زاوية القصة / مصادر محتملة "الأشخاص الذين ستجري مقابلات

معهم" / لقطات محتملة "أفكار للنص.

ثانيا: جمع الأخبار: وفق الخطوات التالية : بحث / العثور علي المصادر / جمع البيانات والتحقق منها .

ثالثا: التحرير والمعالجة وتتم وفق التالي:

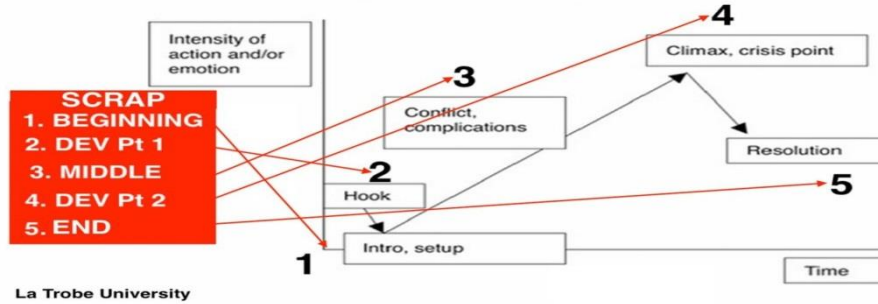
استخراج صور ثابتة من مقطع فيديو/ ترتيب اللقطات (فيديو - صور) / تحديد تسجيل الصوت / تحديد شكل الملفات / تحديد الكتابة للصورة أو الفيديو/ تحديد العناصر الإضافية التي ساحتاجها خلال عملية التحرير.

رابعا: العرض أو البث

وفيما يلي بعض النصائح الأساسية لكتابة وتسجيل القصة الإخبارية أثناء التحرير:

- أكتب بلغتك المقروءة وبوضوح وبساطة يفهمها الجميع
- أكتب بصيغة المضارع والمبني للمعلوم كي يشعر الجمهور المستهدف بالتأثير والحركة
- استخدم فكرة واحدة لكل جملة. كلمات الجمل ينبغي أن تكون بين ٥-٢٥ كلمة.
- لا تقرأ وتخبر، أخبرنا بقصة لا بخبر.
- تذكر بأن الكلمات الأولى القليلة لا تسمع في الغالب إذ ينصت الجمهور للإيقاع في القصة. وينصح إيفو بروم بوضع مسودة للرواية والسرد تحديد التوقيت والتسلسل في تركيب القصة.
- استخدام مقطعين من الفيديو (V1) و(V2) على إمكانية تحرير القصة على (V1) وإبقاء (V2) فان وجود مقطعي فيديو يساعد على تحرير وتعديل (بي رول) مبكرا، ويتيح لتنفيذ عملية قطع فائقة أثناء التحرير.

A STORY STRUCTURE



يعرف باسم تحرير رقعة الشطرنج - لوحة تدقيق الفيديو مع الرواية أو السرد. يتم ذلك بحيث يمكنك استبدال أو تقصير أو إطالة لقطات (بي رول) عندما يتم إدراجها في نهاية المطاف، وهو أمر صعب إذا تم تقطيع جميع اللقطات في مقطع فيديو واحد (V1).

V2		Wide Shot		CU1	CU2	
V1	PTC 1		Interview			PTC2
A1		Nar1		Nar2		
A2		Add	music here			

الشكل رقم (١) التحرير برقعة الشطرنج

يوضح المثال كيف يمكنك تمديد أو إطالة لقطة واسعة لتتداخل مع المقابلة، وفعل الشيء نفسه مع (CU1) أو (CU2) مما يخلق إحساساً ديناميكياً لعملية التحرير ، وقد تؤدي التغييرات على المقطع إلى تجزئة هذه التعديلات بحيث تتداخل في بداية أو نهاية المقطع، وأحياناً قد يخلق ذلك تعديلات عاجلة أكثر ديناميكياً.

تحرير (بي رول)

تسمى اللقطات الإضافية التي تترافق مع تفاصيل المقابلة (بي رول)، أو التركيب أو الأجزاء المقطعة ، وتستخدم (بي رول) لضغط وتوسيع التسلسل في اللقطات وتنسيق تسلسلها وارتباطها مع المشهد. وعند وضع (بي رول) على البرنامج الزمني، يدخل بضعة "فريمات" لما تم توضيحه أو ذكره.

تحرير الرواية (السرد)

بمجرد أن يصبح التحرير في شكله الأولي بما في ذلك اللقطات الإضافية التي تترافق مع تفاصيل المقابلة (بي رول) تصبح جاهزة لعملية القص والتحرير المثالي والنهائي. وبفضل في هذه المرحلة استخدم الخطوات التالية:

- راجع التحرير الذي أجريته وشاهده بدون إجراء أي تعديل في هذه المرحلة.
- سجّل ملاحظاتك وما هو شعورك حول كل مشهد ولا سيما مقدمة القصة.
- إرجع إلى البداية وابدأ بعملية القص النهائي، وهذا قد يتطلب:
- تقصير اللقطات لإزاحة أي فجوات لا لزوم لها وخصوصا في نهاية كلام الأشخاص.

- تنظيم عرض اللقطات من اليسار أو من اليمين في البرنامج الزمني لزيادة التأثير والعرض الصحيح.

- إضافة أو استبدال أجزاء من المقابلة أو (بي رول) في بعض الحالات، قد تحتاج إلى إعادة تسجيل الرواية. هذا قد يختلف بين الأشخاص، ولكن أكثر المحررين يبحثون عن: العاطفة - يجب أن يتضمن التحرير والقص لحظات من العاطفة.
- الإيقاع - إحداث القص في الوقت المناسب يقوي عنصر التشويق في القصة.
- ارتباط الشاشة بالقصة - فهم القصة واستمراريتها. ولأن " تدفق المعلومات " أمر مهم للغاية، فإنني أسأل دائما: لماذا أقطع أيا من المعلومات الحديثة؟ هل هذه المعلومة الحديثة صحيحة؟

توظيف الوسائط المتعددة في صحافة المحمول

استخدام الفيديو في صحافة المحمول

ينظر إلى الفيديو كمكوّن أساسي في صحافة المحمول، بشكل يجعل النص يأتي في المرتبة الثانية. ويحقق رفع مقاطع الفيديو ومشاهدتها نموا هائلا عبر "فيسبوك"

و"يوتيوب". كما يهيمن على ٧٠% من حركة البيانات المتنقلة. حيث توفر شبكات الجيل الخامس مزايا الفعالية والمرونة في تقديم خدمات الصحافة. ومقاطع الفيديو زهيدة التكلفة. ما جعل "الكثير من قاعات التحرير تستخدم مواقع تقاسم الفيديو المعروفة، مثل يوتيوب، وديلي موشن Dailymotion ، لعرض مضامينها الفيديوية مجاناً".

كما يسهم سرعة الرفع والتحميل على الهواتف الذكية في رواج مقاطع الفيديو، بالإضافة الي قدرة المحمول علي الربط بين غرفة الأخبار والمراسل في الميدان لنقل الحدث مباشرة . باستخدام تطبيق مثل سكايب ،خاصة في ظل تحسن جودة إنتاج المحمول إلى مستوى يعد مقبولا .

ويعتبر الفيديو من أقوى الوسائط تأثيرا في العملية التفاعلية، وقد يتضمن عناصر كالنص، والصور والصوت. ويتضح جليا أن الكاميرات تقود التغيير في المشهد الإعلامي، وان المحمول سيكون له في المستقبل دورا رئيسيا في إنتاج الأخبار. ويوصي فؤاد الفلوس، محرر أول بـ"وان مينيت تيفي" الإخباري بالمغرب بضرورة التركيز علي مقاطع الفيديو مشيرا إلى أن غالبية مرتادي المواقع الإخبارية من الشباب لا يفضلون قراءة المواد المكتوبة ذات النصوص الطويلة وأن هناك عزوفا عن الولوج إلى روابط مواد من هذا النوع، لذلك يبقى الرهان على دمج نص مكتوب في فيديو خلال مدة زمنية قياسية". (عزام :٢٠١٦،ص)

وكان نيكولا ميندلسون المسؤول التنفيذي بشركة فيسبوك قد رجح في يونيو ٢٠١٦. بأن يشهد محتوى وسائل الإعلام تغييراً جذرياً خلال الخمسة أعوام القادمة، ليُصبح مقتصرًا على الفيديوهات دون النصوص الخبرية.

وقال "تشهد انحسارًا للنصوص الخبرية عامًا بد عام، في مقابل تطور هائل على صعيد الصور ومقاطع الفيديو"، وأضاف: "إذا كان لديّ رهان على شيء، فسأختار الفيديوهات". غير أن تقرير صدر في نفس العام عن معهد رويترز لدراسة الصحافة

التابع لجامعة أوكسفورد، توقع استمرار هيمنة النصوص على المدى البعيد، على صعيد الأخبار على الأقل.

مميزات الفيديو الرقمي (شفيق: ٢٠٠٦، ص ١٠٥)

- يمكن نسخه دون ان تفقد النسخة الاساسية أو المنقولة جودتها
- إمكانية ضغط الفيديو الرقمي لتقليل مساحة تخزينه
- تكلفة نسخة الفيديو الرقمي مناسبة وإستخدامه لفترة طويلة لا يقلل من جودة النسخة

استخدام الصورة الثابتة في صحافة المحمول

يسهم المحمول في توثيق الأحداث التاريخية عن طريق الصورة الثابتة. حيث يحمل الناس هواتفهم اينما ذهبوا، مما يعزز فرصهم في التقاط صور إستثنائية في لحظات غير متوقعة.

وتأخذ التغطية باستخدام الصور، شكل شريط متسلسل تعرض خلاله الصور بحيث تعبر كل لقطة عن معلومة ما، وتضيف اللقطة التي تليها معلومة أخرى. وينتشر هذا النوع من التغطية في المواقع الإخبارية .

النص في صحافة المحمول

بدأت أولى الاستخدامات الصحفية للهواتف المحمولة ببث الأخبار في رسائل نصية قصيرة ورسائل البريد الإلكتروني (إيميل) وكان في بداياته أمراً معقداً ومنهكاً ومع ظهور الهاتف الذكي وشاشته التي تعمل باللمس، أصبح إدماج لوحة المفاتيح في الهواتف أمراً لا غنى عنه في التصميم الحديثة، ولذلك تحولت لوحة المفاتيح من حقيقة إلى افتراضية.

استخدام الصوت في التغطية الصحفية عبر المحمول

تتوفر بالمحمول تقنية تسجيل الصوت بدرجة وضوح عالية، تمكن الصحفيين من تسجيل الحوارات الصحفية والتصريحات الصحفية وتغطية الأحداث ميدانيا باستخدام مقاطع الصوت وتتوفر العديد من التطبيقات الخاصة بالصوت وتحسين جودته كما يمكن استخدام ميكروفون إضافي.

الصور الرقمية الفائقة Hyper pictures

وهي الصور التي يمكن أن ترتبط بأي نص أو تخطيط، أو صوت أو لقطة فيديو علي الحاسب، فعندما يضغط المستخدم علي الماوس، يتغير شكل المؤشر ليخبر المستخدم بأن تلك الصورة وصلة فائقة، وإذا نقر عليها فإنها توصله الي مايريد. (شفيق: ٢٠٠٦، ص ٨٤)

الجرافيكس Graphic في صحافة المحمول

يعتبر أساس عرض الرسومات والنصوص المتحركة وهو تقنية لتشغيل العناصر المرئية للوسائط المتعددة. أن رسم بياني واحد قادر علي إيضاح مدي تقدم أو فشل مشروع ما بسرعة وكفاءة. (عبد الحسب، محمد وعلم الدين، محمود: ٢٠٠٣، ص ١٩٦)

الصور المتحركة: Animation

يقصد بها الصور الثابتة التي يتم معالجتها كسلسلة متتالية لتشكيل حركة مفيدة تؤدي في النهاية الي عرض يشبه الفلم. (شلباية وآخرين: ٢٠٠٢، ص ٢٢) وتعد من العناصر التي تجذب المتلقي، وتزيد من قوة العرض و خبرة المتلقي. (مصطفى: ٢٠٠٣، ص ١٣٠)

استخدام الخرائط التفاعلية في صحافة المحمول

تفيد الخرائط التفاعلية عند كتابة قصة خبرية يكون المكان فيها هو المحور الرئيسي.

تقنية الواقع الافتراضي

هي تقنية تحيط بكل جوانب الحدث محل التغطية وتظهره بدقة عالية وبحجم أكثر إتساعا مقارنة بطرق التصوير السابقة، وبذلك فهي تعزز مصداقية الأخبار.

تقنية ٣٦٠ درجة

تقنية تستخدم الفيديو في تصوير بانورامي يمكنك من الالتفاف في جميع الاتجاهات في وقت واحد. كما يمكن استخدام أصبع اليد لتوجيه دون الحاجة للدوران. تفيد هذه التقنية في نقل تفاصيل مكان محل الإهتمام أو منطقة وقوع الحدث. ينظر البعض إلى أنها تجربة حديثة لنقل الوقائع كما تحدث، فيما ينظر لها آخرون علي أنها تحرمهم من فرصة التجمال أمام وسائل الإعلام.

مصادر التغطية في صحافة المحمول :

المصدر الأساسي لصحافة المحمول هو ميدان الحدث والاشخاص المشاركين أو شهود العيان في هذه الأحداث حيث يعتبر الفورية والنقل المباشر من ميدان الحدث أهم ما يميز صحافة المحمول. كما يمكنها الاستفادة من مصادر الصحفية مختلفة أهمها:

المصادر المفتوحة: open source reporting

اسلوب حديث في جمع الأخبار والمعلومات، يستند علي النموذج التعاوني، المستمد من فكرة أن القراء في المجتمع، يعرفون أكثر ولديهم إمكانية للوصول إلي مصادر أكثر مقارنة بالصحفي الفرد أو غرفة الأخبار. يفترض أنصار هذه الطريقة أن الصحفي عندما يشرك المجتمع في عملية التغطية الصحفية فإنه يتمكن من إنجاز عمله بسرعة وبعمق أكبر مقارنة بالاعتماد علي جهده الفردي فقط.

حشد المصادر: حشد المصادر (كراود سورسورسنگ) هي أحد الأساليب الحديثة التي تستخدمها الصحافة الرقمية لخلق تفاعل مع المتلقين. حيث يوزع علي المتلقي إعداد

محتوى صحفي بشأن قضية ما وهو ما يعرف بـ "التغطية الموزعة" distributed reporting. وهكذا يتم تجميع المعلومات من خلال وسائل متعددة كالصور أو الفيديو . وقد أحدثت طريقة حشد المصادر تطورا في طريقة عمل الصحفي وبناء المضمون وكذا مصادر المعلومات وطريقة التعامل مع المتلقي الذي أصبح شريكا أساسيا في تكوين المضمون الصحفي) ومن المصادر أيضا: المواطن الصحفي"/ رسائل البريد الإلكتروني / مواقع الإعلام الاجتماعي . (عايش:٢٠١٦،)

مدخل :

يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول: الممارسة العملية لصحافة المحمول، حيث يعرض طرق واساليب ممارسة صحافة المحمول كما يوضح التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي، وكيف أنها غيرت مفهوم الإعلامي وطريقة ممارسته للمهنة، كما استبدلت المفهوم التقليدي لغرف الأخبار إلى غرف حديثة ذكية. و يبرز المبحث التحولات التي أصابت صناعة المضامين، وتغير سلوك استهلاك الأخبار كما يوضح مرتكزات صحافة المحمول والدوافع لاستخدامها والصعوبات التي تواجه صحفيو المحمول.

يتناول المبحث الثاني: تطبيقات صحافة المحمول موضحا تطبيقات التغطية الصحفية باستخدام الفيديو وكيفية تحريره، إلى جانب تقنيات التغطية بالصوت والصورة الفتوغرافية، وتطبيقات التغطية باستخدام الخرائط، تطبيقات وتقنيات البث المباشر، كما يستعرض المبحث معدات إضافية خارجية تلتحق بالأجهزة المحمولة الذكية مما يسهم في تجويد صحافة المحمول.

يركز المبحث الثالث في أخلاقيات ممارسة صحافة المحمول موضحا الضوابط الأخلاقية والتشريعات المهنية التي يجب الالتزام بها.

المبحث الأول

الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول

تحظى أخلاقيات الممارسة الصحفية بأهمية قصوى علي الدوام نظرا لعمق تأثيرها علي المهنة وممارسوها وعلي المجتمع برمته، فإذا فقدت الصحافة أخلاقها فقدت قيمها وقيمتها، مبادئها وثقة الناس فيها، فأخلاقيات الممارسة الصحفية هي عروة العمل الصحفي، عماده وإطاره، و" لا يمكن أن تبلغ وسائل الإعلام مستوى رفيع برسالتها ويقوم بدورها في نقل الأنباء والآراء قيما حسنا إلا إذا توافرت في أشخاص المشتغلين بها المزايا المهنية والعلمية والخلاقية الكافية" (اليونسكو: ١٩٨٤، ص ١٤).

وبالنظر إلى الجوانب الأساسية للممارسة الإعلامية نجد أن هناك ثلاث أمور ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار عند الحديث عن أخلاقيات الممارسة الإعلامية وهي: أولا الحقيقة: التي يجب إعادة فحصها والتحقق منها، وهي جزء أساسي من أخلاقيات العمل الصحفي، وثانيا: الإستقلال عن قوى السياسة والمجتمع وعن الضغوط التحريرية أو الملكية، وثالثا: فهم العواقب المترتبة علي العمل الصحفي والإعلامي مع الأخذ في الاعتبار بأن الرسالة الإعلامية تسعى في المقام الأول إلى تحقيق أهداف مجتمعية وتنموية ولا يشكل الربح هدفا إستراتيجيا بالنسبة لها (White Aidan, 2000, p91-95).

فهي فعل معرفي وثقافي وحضاري وجسر للتواصل بين الشعوب و الحضارات. ووسائل الإعلام في إطار سعيها لبلوغ مستوى رفيع برسالتها والقيام بدورها في نقل الأنباء والآراء قيما حسنا، يستوجب عليها الاستعانة بأشخاص يتمتعون بدراية كافية في الجوانب المتعلقة بالممارسة العملية للمهنة وبالثقافة والأخلاق. (اليونسكو: ١٩٨٤، ص ١٤) و في حالة صحافة المحمول فإن الأمر يتعاضم ويصبح أكثر أهمية وخطورة لقربها من المجتمع وحياة الناس.

وإن كانت المتابعة القريبة لما يدور في المجتمعات مهمة ميزة إيجابية تحسب لصالح صحافة المحمول، فإن سوء توظيفها يضعها موضع الإتهام بالتسبب في الإنفلات الأخلاقي في الساحة الإعلامية، كما تلاحق صحافة المحمول إتهامات بأنها السبب في عودة النقاش حول أخلاقيات الممارسة الصحفية إلى الواجهة بقوة.

ورغم القناعات السائدة في القطاع الإعلامي بأهمية الالتزام بأخلاقيات المهنة، إلا أنها تعد من الجوانب المثيرة للجدل خاصة في حالة صحافة المحمول لصعوبة ضبطها. والواقع أنه لا يوجد تشريعات قانونية محددة بشأن صحافة المحمول، لكنها بالضرورة تدخل ضمن الأخلاقيات والتشريعات التي تحكم العمل الصحفي بشكل عام. وعليها أن تلتزم بمعاييره و أهمها: النزاهة/ الدقة / الحياد / الموضوعية / المسؤولية الاجتماعية/ حماية سرية المصادر/ احترام خصوصية وكرامة الآخرين /الحصول علي موافقة المصادر قبل النشر/عدم وصف الجرائم بالتفصيل /الإعتراف بالخطأ وتصويبه.

وفيما يدرك ممارسو صحافة المحمول من المهنيين أهمية الجانب الأخلاقي والقانوني عند أداء أعمالهم، فإن الإهتمام به يقل عند الهواة الذين لا يكثرثون كثيراً إلى المسائل الأخلاقية أو القانونية المتعلقة بعملية النشر والبت، حيث يعملون في الفضاء الأثيري المفتوح بحرية غير مسؤولة أحيانا. فضلا عن أن التكنولوجيات (المحمول) تستخدم في مجال الحصول علي المعلومات ومعالجتها ونقلها بدون نظرية أو ميثاق يرسم لها وظيفتها تجاه المجتمع وبقية المؤسسات، وبدون أخلاقيات ومعايير تحدد سلوكها وأدائها.

في هذه البيئة الإعلامية المستحدثة وفي ظل حرية الإنترنت، والهويات المجهولة والمواقع الشخصية، ظهرت عدة تجاوزات في الممارسة الإعلامية في مقدمتها التعدي علي الخصوصية ونشر الأخبار الخاطئة والمغرضة. (كوبيبي. حفصة، ٢٠١٥، ص ٨١) و استشرت في المجال الإعلامي نتيجة تحولات عديدة أحدثتها تكنولوجيا الإعلام

والاتصال في تقنيات وطرق الممارسة الإعلامية إنتقلت علي أثرها من طابعها التقليدي، إلى وضع جديد غير آليات العمل الإعلامي وأسقط حاجزي المكان والزمان من أجندة الاعلامي، بل غيرت مفهوم ودور الإعلامي والقائم بالاتصال في العملية الإعلامية والاتصالية.

أخلاقيات الممارسة الإعلامية :

يقصد بأخلاقيات الإعلام، المعايير أو مجموعة القواعد السلوكية التي تنظم المهنيين والتي يضعونها لأنفسهم، ويحترمونها أثناء ممارسة نشاطهم، شريطة ألا تصبح أداة للدفاع عن مصالح خاصة. (كويبي حفصة، ٢٠١٥، ص ٨١)

وقد عرفها جون هوهنبرغ John Hohenberg بأنها تلك الإلتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل الإعلامي، والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة، مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها. (جون هوهنبرغ، ١٩٩٦، ص ٥١)

أما أندرسون Anderson فيعرفها علي أنها "المعايير التي توجه عمل المشاركين في النشاط الاتصالي والتي يستخدمها الناقد في الحكم علي أخلاقيات العمل". (حمزة. عبد اللطيف: ٢٠٠٦، ص ٣٢)

ويرى أحمد مصطفى عمر أن أخلاقيات الصحافة" هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الصحفيين خلال قيامهم بأعمالهم، و إتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة المؤسسات الإعلامية ويضمن الوفاء بحقوق الجمهور، و تبني هذه القرارات علي المعرفة والحرية وتقبل النقد واحترام آراء الآخرين (عمر. أحمد: ٢٠٠٨، ص ١٠٢)

فالصحفي ملتزم اخلاقيا تجاه المجتمع، وتجاه وطنه، وتجاه الإنسانية جمعاء، يخضع لقوانين وقواعد ومبادئ أخلاقية أثناء أداء مهامه وفق إرادته ووعيه، فيرضى ضميره، ويقنع الجمهور المتلقي برسالته النبيلة. (جدي. رضوان: ٢٠١٨، ص ٢٣)

وهناك "معايير سلوكية وقواعد أخلاقية تتبع من قواعد المهنة ذاتها. في هذا الشأن يقول الدكتور حسن عماد مكاي " أن أخلاقيات الممارسة المهنية تأتي عن طريق حق التعبير والكلام، وحق نشر الأخبار وتصبح عديمة الجدوى بدون حق الحصول علي المعلومات." (مكاي. حسن: ١٩٩٤، ص ١٧٢)

فالصحافة يجب أن تراعي على الدوام حقوق الآخرين أثناء سعيها الدؤوب لتمليك الحقائق للرأي العام دون تدليس أو تضليل. كما أن فصل النشاطات الإنسانية عن المعايير الأخلاقية والإنسانية تؤدي إلى ضمور المرجعية الإنسانية و إختفائها. ((المسيري. عبد الوهاب: ٢٠٠٢، ص ٧٠)

وللجمهور أيضا معايير في تقييم كفاءة الصحفيين ومدى التزامهم بأخلاقيات ممارسة المهنة أهمها : نظرة الصحفيين أو القائمين بالاتصال إلى (الجمهور) أي الكيفية التي يخاطبون بها الجمهور، وكذلك تعاملهم مع موضوع التغطية الإخبارية، فإذا توفر هذين المعيارين، فأن الجمهور سيتجه نحو المحتوى الموثوق أكثر من أي أسم علي أساس أن هذه المؤسسة تلتزم بأخلاقيات ممارسة المهنة وتحاول نقل الحقيقة بحرية. (بن صغير. يعقوب: ٢٠١٥، ص ١٧)

مواثيق الشرف الاعلامية تضع مسار للعمل الأخلاقي

إرتبط الحديث عن أخلاقيات الصحافة بني علي قائمة من الأوامر والنواهي ومجموعة من الواجبات و الالتزامات التي يجب ان يتحلى بها الصحفي في علاقته بمهنته تصورا وممارسة، منها المصادقية، والموضوعية والحياد.

فتحت ثورة الاتصال المجال واسعا للتغيير خاصة علي مستوى أخلاقيات الإعلام كأحد اهم مداخل تشكيل مستقبل الإعلام وتحويلها إلى أداة تستعملها الشعوب في

تحقيق المعرفة والتنمية وتحقيق التوازن في صناعة الإعلام والخروج من دائرة تسويق المواد الإعلامية كسلع إستهلاكية بغية تحقيق السيطرة والغلبة. (جدي. رضوان: ٢٠١٨، ٣٥)

إتجهت الأدبيات الأكاديمية الغربية السائدة في تعريف أخلاقيات الإعلام من مدخل موانئ الشرف الإعلامية وبالإستناد إلى مرجعية "أصحاب المهنة" باسم المهنة، وإلى بعض التنظير ذي الطبيعية العقلانية البحتة. (عزى. عبد الرحمن: ٢٠١٤، ص ٨١)

وتتمثل هذه الأخلاقيات في : الموضوعية، الإنصاف، الحرية، الفصل بين الخبر والرأي، الدقة، الصدق، النزاهة، الشمولية، الحياد، احترام خصوصية الفرد، الاستقلالية، المسؤولية، الجدية، والإحتشام. وتعتبر موانئ الشرف الصحفي من أهم اليات التعديل الذاتي للعمل الصحفي، فهي موانئ تهدف إلى ضبط المهنة والتصدي لكل محاولة للتأثير عليها، تعمل موانئ الشرف الصحفي علي تعزيز هذا التوجه برسم مسار واضح للعمل الصحفي، وتوفير أرضية لكل القيم المشتركة التي تجمع الصحفيين.

يعود تاريخ أول وثيقة في هذا الشأن إلى سنة ١٩٢٦، حيث أصدرت الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف في أمريكا وثيقة عرفت وقتها بركائز الصحافة CONONS Of journalism، تم تحديثها عام ١٩٧٣م، ثم سنة ١٩٩٠، ومن ثم توالى إصدار موانئ الشرف في الدول العربية والغربية وجميعها تتفق علي قواسم مهنية واحدة (سعد عبد الرحمن، ٢٠١٤) كما وضعت عدة منظمات إقليمية و دولية ومنها منظمة الدولية للثقافة والعلوم والفنون "اليونسكو" قواعد وأخلاقيات لخلق إعلام صادق وموضوعي يهدف إلى خدمة الإنسانية.

صحافة المحمول تثير إشكاليات اخلاقية

يعد الإلتزام بمعايير المهنة ضرورة قصوى لكل من يمارس الصحافة، سيما صحفيو المحمول الذين هم أكثر قربا من المجتمعات والناس. إلا أن إلزام صحفيو المحمول (موجوس) بضوابط أخلاقية رغم أهميتها، تبدو مهمة عسيرة، لأسباب عديدة

ومعقدة أبرزها أن نسبة كبيرة من العاملين أو الناشطين في المجال، هم من الهواة ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين يمارسون المهنة بحرية دون قيود أو إنتماء لأي مؤسسة تلزمهم بضوابط ممارسة المهنة، وعن ذلك يقول الإعلامي نيل أوغستين أن صحافة المحمول قد إنطلقت ومن الصعب "إعادة المارد إلى الزجاجة مرة أخرى" مشيراً إلى صعوبة ضبط صحافة المحمول والتحكم في ممارستها.

ما يجعلها خياراً مفضلاً لكثير من المتطرفين والمارقين لنشر أفكارهم وبيئة مثالية لممارسة التدليس والتضليل الإعلامي لتحقيق مصالحهم الخاصة، وبذلك فإن صحافة المحمول جزء من واقع أسماء تقرير شبكة الصحافة الأخلاقية "عصر ما بعد الحقيقة" حيث الوقائع والرأي المستنير تراجع لحساب الدعاية والتضليل. مما يثير حالة من "الفوضى" في الساحة الإعلامية، وضعت أخلاقيات المهنة على المحك جراء السرعة في جمع المعلومة ونشرها بطريقة أنية، وتحت ضغط السرعة والأنية، وطفان المعلومات تتضاعف فرص الوقوع في الخطأ. (الحيياوي. يحي: ٢٠١٤، ص ٢٢)

و تزايدت ظاهرة التجاوزات الأخلاقية في مجال الإعلام، وتعاضمت قيمة الأخبار الصادقة الموثوقة بسبب نمو السياسات المآركة، وثورة الإتصالات التي سرعت من انتشار الأكاذيب الدعائية والأخبار المضللة. والتسابق علي السبق الصحفي والإثارة كما إستعرت المنافسة بين الوكالات والفضائيات بشكل خاص وغالبا علي حساب أخلاقيات المهنة (البياتي ياس: ٢٠١٧م، ص ٩).

فالثورة الإعلامية، مع كل صفاتها التحررية، هي في نهاية المطاف سلاح ذو حدين حيث تنتهك أخلاقيات المهنة، لأسباب عديدة ومعقدة يتعلق بعضها بالتسرع في عملية النشر قبل التحقق من الخبر ودقته. ووفقا لدراسة أجراها ارنت Arent و أندرسون Anderson فإن إمكانية تطبيق المعايير والأحكام المهنية الأخلاقية، مثل الدقة في المعلومات، قلت بسبب سرعة الإنترنت وأصبح من الصعب التأكد من دقة الحقائق والمعلومات قبل نشرها. (صالح سليمان، ٢٠٠٧، ص ٢٩٤).

وقد كشفت دراسة حديثة عن صعوبات تواجه " تطبيق أخلاقيات الإعلام التقليدي علي وسائل الاتصال الجديدة " وصحافة المحمول جزء منها، رغم أن معظم أخلاقيات الإعلام تطورت من خلال تراث الصحافة المطبوعة التي تظل الوسيلة التي تقدم للجماهير أخبار ذات نوعية. (R. Kaplar 1995, p66)

حيث فرضت البيئة الإعلامية الحديثة تحديات جديدة تختلف عن تلك التقليدية فيما يتعلق بالجوانب الأخلاقية في ممارسة المهنة، فهي نتاج تحولات عديدة أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تقنيات وطرق الممارسة الإعلامية إنتقلت علي إثرها من طابعها التقليدي إلى وضع جديد غير آليات العمل الإعلامي وأسقط حاجز المكان والزمان من أجندة الصحفي، بل وغير مفهوم ودور الصحفي والقائم بالاتصال في العملية الإعلامية والاتصالية.

يقول كريستيانز أن النصوص القديمة لأخلاقيات الإعلام تملك القليل أو لا تملك أجوبة لمشكلات والقضايا المستجدة لمهن وسائل الإعلام، فالقوانين التقليدية لأخلاقيات الإعلام في العديد من الدول فيها من القصور والنقائص ما يعجز عن التصدي للقضايا الأخلاقية التي تثيرها صحافة المحمول.

ولاتزال الآمال معقودة بأن تتمكن تكنولوجيا الإعلام من تحويل ثورة المعلومات إلى ثورة اخلاقية مهنية، عبر إيجاد آليات يمكن من خلالها لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة أن تلتزم بالمبادئ التقليدية، أو تجد لنفسها مبادئ مهنية جديدة تنظم الفضاء الإعلامي الذي ساهم في الخلط بين الأدوار التقليدية والجديدة للصحفي في صناعة المضامين الإخبارية والمساهمة في مختلف القضايا التي تهم المجتمع. (جدي. رضوان :

٢٠١٨، ص٣٢)

يزداد الأمر تعقيدا بسبب المشاركة الشعبية والمتغيرات السياسية و الإجتماعية التي يشهدها مجتمعنا العربي على وجه الخصوص. إذ "من الصعب إعادة المارد إلى الزجاجاة مرة أخرى" كما يقول الصحفي المتمرس في مجال صحافة المحمول نيل

أوغستين ويضيف إذا كنت تحصل على معلومات خاطئة يمكن الإستعانة بتطبيقات التحقق من صحة الأخبار والصور والفيديوهات المتوفرة على المحمول.

يظل التحري عن المعلومات تحديا أمام صحافة المحمول التي تقوم على مبدأ سرعة النشر مما يصعب عملية تدارك الخطأ. إلى جانب صعوبة ضبط أخلاقيات صحفي المحمول الهاوي الذي يعمل بشكل منفرد في الشوارع، ولا يوجد من يوجهه ويقول له ماذا يفعل، وحده المسؤول عن إختيار المشاهد التي يقوم بتصويرها ومن ثم تنقيحها، يدقق في كل جوانبها وصولا للمرحلة الحاسمة وهي البث أو النشر.

بالطبع فإن الأمر مختلف مع صحفيي المحمول من محترفي مهنة الصحافة، فهم لديهم وعي مسبقا بالتشريعات القانونية المنظمة لمهنة الصحافة وأخلاقياتها. فبينما "يستطيع المواطنون الهواة إستخدام الهواتف الذكية للإبلاغ عما يشهدونه، أو استغلال النشر لتحقيق أغراض غير واضحة، فإن الصحفيين المحترفين ملزمون بأخلاقيات المهنة في إستخدام هواتفهم لتقديم معلومات موثوقة مدعومة بالحقائق، ولا يستطيع الصحفي المحترف الإرتجال في وصف الحدث، كما قد يفعل الهواة. (Gimenez Valentina, p55)

وبالنظر في أدبيات الإعلام، نجد أن التجاوزات الأخلاقية قضية قديمة متجددة، فلطالما تسببت في تشويه سمعة مؤسسات اعلامية وأثرت سلبا علي صيت اعلاميين وصحفيين، سواء كانت تلك التجاوزات قد تمت عن قصد أو دون قصد لأسباب تتعلق بسرعة البث مثلا، فإن تأثيراتها تكون في الغالب كارثية خاصة في صحافة المحمول التي تتسم بسرعة الإنتشار والوصول إلى القواعد الجماهيرية فضلا عن تأثيراتها علي المهنة وممارسوها وعلي المجتمع برمته.

الجوانب الأخلاقية للتغطية الميدانية

تكتسب التشريعات الأخلاقية ومواثيق الشرف الصحفي قيمتها عندما تترجم إلى واقع من خلال الممارسة العملية للصحفيين أو تأدية الواجبات المناطة بهم، مثل

إجراء المقابلات الصحفية أو تغطية الأحداث والمؤتمرات الصحفية. حيث يستخدم صحفيو المحمول كاميرات هواتفهم في النقل المباشر للحدث أو تسجيله وعرضه في وقت لاحق، وفي كلا الحالتين فإنه محكوم بمعايير مهنية أبرزها:

- تجنب إنتهاك حرمة الشخصية
 - مراعاة القوانين والتشريعات
 - تجنب إثارة و إستفزاز مشاعر الآخرين
 - التزام الحياد في نقل الأحداث
- كما يجب أن يراعي (قول الحق وتوخي الأمانة فيما يعرضه من معلومات، والحرص علي عدم تشويه الحقائق أو السعي وراء منفعة شخصية وإحترام آراء الآخرين وخصوصياتهم وثقافات الشعوب الأخرى والمساواة والأنصاف في تبادل المعلومات وتحمل المسؤولية الإجتماعية لتعزيز قيمها الإيجابية. (أبو أصبع. صالح : ١٩٩٩، ص ٥٩)
- من أهم الحوافز العملية للسلوك الأخلاقي لدى الصحافة الأخلاقية، تعزز مصداقية المؤسسة الصحفية، وبالتالي قبولها من قبل الجمهور، هذا القبول يؤدي لا محالة إلى النجاح المعنوي و الإقتصادي.

التشريعات والقوانين:

يرتكز إصلاح وضعية الممارسة الصحفية الرقمية (بإصدار قوانين وتشريعات جديدة تكفل العمل الإعلامي على الإنترنت، وتحمي العاملين به من خلال إنشاء كيان تنظيمي جديد يرفع شأنه أو إعادة النظر في دور الكيانات المهنية القائمة فعلاً، مثل نقابات الصحفيين أو نوادي الإعلاميين في رعاية العمل الإعلامي. (اللبان شريف: ٢٠١٤، ص ٦٩).

"لكن ليس هناك حماس واسع النطاق لوضع ميثاق شرف مهني جديد. وتظل تلك القيم الأساسية - مثل الدقة و الاستقلالية والمعالجة المسؤولة للخبر - التي تطورت

على مدى الـ ١٥٠ سنة الماضية، قيما ثابتة وعلى نفس الأهمية، حتى في هذا العصر الذي تطغى عليه الرقمية.

والمطلوب حسب ما تراه شبكة الصحافة الأخلاقية، هو تأسيس شراكة جديدة مع جمهور وسائل الإعلام وصناع السياسة لإقناعهم بضرورة تعزيز الصحافة الأخلاقية، وبإمكانية استخدامها كمصدر إلهام لوضع برامج جديدة للتربية على وسائل الإتصال والإعلام.

الأخلاق قبل القانون

لابد من الإقرار بأن الاخلاق أسمى من القانون، كون القانون يحدد الحد الأدنى من معايير ومستويات أي شخص أخلاقي غالبا ما يختار أن يفعل أكثر ما يطلبه هذا القانون وأقل ما يسمح به القانون، وأن هناك فرقا كبيرا بين ما لديه الحق في أن يقوم به، وبين ما هو حق والقيام به". (جين. فريمان : ٢٠١٢، ص ١١٥)

كشفت إحدى الدراسات أن الكثير من الصحفيين العاديين (غير القادة) هم أقل ثقة في الأوليات التي تضعها مؤسساتهم، حيث أنهم (الصحفيين) يميلون إلى الرضا عن ما يقومون به إذا وجدوا أن مؤسساتهم تثنى "العمل الجيد" وفقا لما يحققه من ربح (Beam,2006,p185)

كما أنهم يعتزون بانتمائهم إلى مهنتهم أكثر من اعتزازهم بالوسيط أو المؤسسة التي يعملون بها، حيث يساهم المحيط الإجتماعي وجماعات الانتماء المهنية بدور كبير في سيورة التماهي مع المهنة التي تتيح لهم تبني الرؤية السائدة لها، ودورها والمجموعات التي تخدمها (رابح الصادق، بدون تاريخ، ص ٢٣٤) فالصحفيون ينقلون شكلا من أشكال الواقع إلى جماهيرهم ومشاهديهم، وهم في ذلك يكرسون واحدا من الدلالات الرئيسية لهويتهم المهنية، بإعتبارهم موضع ثقة الجمهور. (ميلور نهى، ٢٠١٢، ص ٢٦٠)

الحتمية القيمية في الممارسة الصحفية

للإعلام دور مؤثر في ثقافة الشعوب وأخلاقياتهم سلبا وإيجابا" (حمزة. عبد اللطيف: ١٩٦٠، ص ٢٤)، وفقا لسياسة كل مؤسسة وأهداف القائمين عليها. فالإعلام الرصين يستند علي أسس اخلاقية قيمية، كالمواثيق والقواعد الأخلاقية والسلوكية التي تضعها تنظيمات مهنية في كل مجتمع حفاظا عليه من الإنحطاط،

كما أن الإلتزام بالقيم الأخلاقية يعزز السمعة الإيجابية للمؤسسات الإعلامية ويرسخ مكانتها في المجتمع وبقي الصحفيين من العواقب القانونية الناجمة عن أخطاء النشر والتعدي علي حقوق الآخرين، وهو مبدأ تتبناه نظريات حديثة في مجال الإعلام مثل نظرية "الحتمية القيمية الإعلامية" التي تناقش إشكالية الأخلاقي والقانوني في الممارسة الصحفية، و تسوق لمبدأ "أولوية الأخلاقي علي القانوني" من منطلق ممارس المهنة لابد أن يسلك سلوكا اخلاقيا، فإذا لم يلتزم بالأخلاق وجب "الضبط" وبالتالي يتدخل "القانون" بطابعه الردعي كحل ثان لترسيخ هذا السلوك حفاظا علي حقوق الجميع.

الإرث القيمي والمعرفي والتاريخي العربي ثري بأخلاقيات الاتصال، فالنص القرآني والحديث الشريف يطرحان نظاما قيما عاليا ومتماسكا في شأن ممارسة الكلام والقضايا الأخلاقية الشائكة. بالإضافة إلى إسهامات الفلاسفة المسلمين الأوائل والمعاصرين الذين يقدمون مع هذا الإرث أسسا تمثل عقائد قانونية يمكن أن تؤسس تشريعات حضارية معاصرة في مجالي الاتصال والإعلام. (عزى. عبد الرحمن، ص ٢٤)

ووفقا لنظرية "الحتمية القيمية الإعلامية" فإن أفضل أداة في ممارسة حرية التعبير والصحافة "الانضباط القيمي" مع أنه يقربان تطور المجتمع وتعدد مصالحه تجعل من القوانين الإعلامية قوة إيجابية تحفظ حقوق الجميع، سواء كأن مصدر تلك القوانين القيمة، أو المؤسسات التشريعية التي تمثل إرادة المجتمع.

أن الاخلاق تمثل درع حماية للصحفيين لما لها من طابع التزامي ينبع من ذات الفرد، فالصحفي الملتزم بالأخلاق لا يحتاج إلى محدد القانوني لقياس رسالة إعلامية ما، طالما يدرك أنه يقدمها في قالب سامي وحضاري. أما القانون فهو الزام خارجي، يعرض مخالفه إلى عقوبات، وهو هناك من يعتقد بأن الاخلاق هي التعبير الأشمل والأقوى عن القانون، لأنها تعد قانونا داخليا وخارجيا معاً. (خشة حسن، ٢٠١٣م)

كشفت إحدى الدراسات أن الكثير من الصحفيين العاديين (غير القادة) هم أقل ثقة في الأوليات التي تضعها مؤسساتهم، حيث أنهم (الصحفيين) يميلون إلى الرضا عن ما يقومون به إذا وجدوا أن مؤسساتهم تثنى "العمل الجيد" علي حساب الإهتمام بالربح (Beam, 2006) كما أن الصحفيين يعتزون بإنتمائهم إلى مهنتهم أكثر من إعترازهم بالوسيط أو المؤسسة التي يعملون بها، حيث يساهم المحيط الإجتماعي وجماعات الإنتماء المهنية بدور كبير في سيرورة التماهي مع المهنة التي تتيح لهم تبني الرؤية السائدة لها، ودورها والمجموعات التي تخدمها. (رابح الصادق، ٢٠١٠)

وبالرغم من تماثل الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة، فإن القيود التي ترد علي كل منها تختلف عن الأخرى، وذلك تبعا لإختلاف طبيعة كل منها، ولذا فإن "القيود تتقلص حدتها مع تطور وسائل الإعلام، وإذا كانت هذه القيود تجد ما يبررها بالنسبة إلى الوسائل التقليدية، سواء من الناحية التقنية الإدارية أو من الناحية القانونية التنظيمية، فإن هذه القيود تختلف مع مبرراتها بالنسبة إلى الوسائل التكنولوجية المعاصرة وخاصة مع ظهور الشبكات كوسيلة اعلام سهلة وغير مكلفة ولا تخضع لرقابة سابقة، سواء من خلال تلقي المعلومات أو إرسالها. (الحسبان عيد، ٢٠١١، ص ٣٤٩)

تقول الدكتورة ليلي عبدالمجيد أن بعض الدول تترك للصحفيين حرية تقدير خطورة الكلمة وتأثيرها، وذلك بدون أي تشريعات تضعها، وإنما من خلال موثيق اختيارية

لأخلاقيات المهنة. بينما ترى دول أخرى أن تتضمن قوانينها الإعلامية ما يلزم الصحفيين بالحفاظ على مقومات المجتمع.

وسائل الإعلام وأخلاقيات التعامل مع الهواة

تثير صحافة المحمول تساؤلات تتعلق بكيفية التعامل مع مصادر المعلومات والمتلقين/ المستخدمين، الذين يمدون وسائل الإعلام بتغطيات للأحداث عبر كاميراتهم الخاصة. وأولئك الذين يتم اللجوء إلى خدماتهم في ظروف معينة ويتم تصنيفهم تحت فئة "اعلام المواطن" (الصادق. رابح: ٢٠١٠).

يتسأل أحد رؤساء تحرير الصحف الرقمية في هولندا عن الوضع القانوني للمتلقي أو المستخدم الذي يرسل معلومات أو أخبار إلى وسيلة إعلامية عبر البريد الإلكتروني؟ هل ينبغي إعتبره مصدراً؟ هل هو مجهول؟ جانب اخلاقي آخر أقره جميع الصحفيون في العالم وهو حماية سرية المصادر.

"وظف الصحفيون الهواة، الهواتف الذكية في تصوير احداث شهدوها في مناطق تواجدهم، وقاموا بنقلها إلى الناس في مختلف أنحاء العالم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام المحترفة حتي بات الصحفي الهاوي (المواطن) أحد مصادر الأخبار و" كسروا بذلك القاعدة العامة التي إرتكزت عليها معظم التغطيات الصحفية التقليدية، التي يتولها في العادة الصحفيون المهنيون.

وفي السياق تثار تساؤلات حول الالتزامات الأخلاقية لوسائل الإعلام تجاه الصحفي المواطن، حيث تبدى وسائل اعلام ترحيبا بالتعاون مع مراسلين خاصة في مناطق النزاعات والحروب وتستفيد من تغطياتهم للأحداث في تلك المناطق الخطرة، فيما تتغاضي عنهم حال أن أصيبوا بأي خطر.

يقول أحد الصحفيين السوريين أن موقف الصحفي نفسه يختلف حين يتحدث إلى القناة عبر منصات التواصل الاجتماعي من منطقة محاصرة، وحيث يذهب إلى مقر القناة أو مكاتبها في الدول المستقرة ليمضي هناك عقدا واضح المعالم يحتوي علي

ضمانات لحياته إذا ما هم بالتغطية في مناطق الحروب، كما يتقاضى أضعاف ما يتقاضاه المواطن الصحفي الذي يبقى مع القناة مجرد متعاون لا تلتزم إزاءه بأي مسؤولية ولا تزال قضية الإعراف بالصحفي المواطن غير محسومة حتي علي مستوى الإتحاد الدولي للصحفيين، إلا أن هناك نقابات صحفية تمنح عضويات مشاركة أو عضويات فخرية للمواطنين الصحفيين الناشطين في إنتاج مدونات او محتويات صحفية، وهو إعراف بأهمية دور المواطن الصحفي، لكن هذا يحدث غالبا في الدول المستقرة.

معايير العمل الصحفيين

يحكم العمل الصحفي معايير وعناصر أساسية، يأتي على رأسها الإلتزام بنشر الحقيقة. و الولاء للمواطنين، والتحقق من صدقية المحتوى قبل النشر وذلك إنطلاقا من حس المسؤولية، بالإضافة إلى الحياد التام وعدم إبداء الصحفي لرأيه في الموضوعات التي يقوم بتغطيتها. أن تكون بمثابة مراقب مستقل للسلطة" (بيل كوفاتش واخر، ٢٠١٣م، ص ٤٣)

تؤكد الدكتورة إجلال خليفة ضرورة مراعاة الأخلاق العامة عند صياغة الخبر أو جمعه وتعهده" من أهم العناصر التي لا بد وأن تتوافر في الأخبار، وفي كل ما ينشر أو يذاع في الصحافة بأنواعها، لأن هذا العنصر مرتبط بالحضارة الثقافية التي تسود المجتمع وبما يؤمن به الشعب من عادات وقيم أخلاقية وعرف وذوق ثقافي عام" ومن معايير المهنية الهامة ما يلي: (فهيم محمد،، ص ١٣٣)

الحياد: يقصد به عدم تضمين الخبر أي موقف شخصي من الصحفي.
الموضوعية: المقصود بها تجنب التدخل ولو عن طريق الإيحاءات غير المباشرة في الخبر. والموضوعية تعني أيضا نقل الخبر من دون إضافة أو نقصان.
النزاهة: يقصد بها عرض الخبر من دون إجترأ وتتطلب من الصحفي متابعة الخبر وتطورات

التوازن: عرض وجهات نظر أطراف الخبر دون إغفال أي من تلك الأطراف. وكذلك فإن التوازن يتطلب منح الفرصة المتكافئة للأطراف لعرض وجهة نظرها من حيث الفترة الزمنية ومن حيث الوسيلة

الدقة: تتطلب التأكد من المعلومات من أكثر من مصدر، كما تعني عدم تأويل ما يأتي في الخبر، إلى جانب التركيز في إنتقاء المفردات خلال عملية الصياغة.. فصحافة المحمول تعتمد علي السرعة والأنية، وإمكانية توزيع التغطية الصحفية في ثوانٍ معدود عبر الشبكة العالمية، مما يؤدي إلى مما يزيد الضغط علي الصحفي الذي يسعى من جانب آخر إلى تحقيق السبق الصحفي (scoop). و قد لا يكون لدى الصحفي الوقت الكافي للحصول علي رد من مصدر الأخبار محل النقد أو المعارضة قبل نشره، وهذا يخلق مشكلة، سيما إذا اختار الصحفي ترك الأخلاق جانبا لصالح " السبق (J.B Singer, 18,2-18)

احترام الخصوصية : تعد مراعاة الخصوصية من أكثر القضايا التي تشوب صحافة المحمول المتهمة بأن بعض ممارسيها، خاصة من الهواة يتعدون علي خصوصيات الآخرين.

عدم نشر الصور الصادمة أو المروعة:

في منطقة الحديدة غربي اليمن، وقعت مجزرة مروعة بمخيم للنازحين راح ضحيتها عدد كبير من المدنيين بينهم سبعة أطفال. لعرض هذه المعلومة اجتاحت صفحات وسائل التواصل الاجتماعي صور ومقاطع فيديو للغارة الجوية التي نفذتها قوات التحالف العربي، كما عرضت أشلاء الأطفال وهي ممزقة ومتفحمة، متناثرة ومختلطة بعضها البعض.

يمكن ملاحظة تحفظ الصحفيين المحترفين علي نشر هذه المواد المصورة كما وردت علي مواقع التواصل الاجتماعي لأنها مشاهد غير لائقة للتناول أمام الجمهور نظرا

للأضرار التي تسببها في نفسية المشاهدين. الموضوعات الأمنية أكثر الموضوعات حساسية في التداول الإعلامي والصحفي وذلك نتيجة لما قد يترتب عليها من مخاطر ومضايقات واعتداءات يواجهها الصحفيون المحترفون، رغم حماية القانون لهم وضمان إمكانية الوصول والحصول علي المعلومات نظريا.

في المقابل لا يقع المواطن الصحفي تحت أي مظلة حماية قانونية كالصحفي المحترف وهذا ما يعرضه قانونيا لإجراءات جزائية مختلفة فضلا عن المخاطر المباشرة التي قد يتعرض لها" (حيدر عبد اللطيف،، ص ١١)

قضايا أخلاقية

يواجه صحفيو المحمول أحيانا مشاكل اخلاقية و قانونية بسبب سرعة النشر التي تعد الطابع المميز لصحافة المحمول، فالإبلاغ الفوري عن الخبر قد يتسبب في إرتكاب أخطاء كما أن سرعة النشر تكون أحيانا علي حساب دقة الخبر .

وفي الغالب يثير الاستخدام السيئ للهواتف الذكية قضايا أخلاقية متعلقة بالتعدي علي خصوصية الأفراد حيث يستغل البعض صحفيين/ هواة الكاميرات وأجهزة التسجيل السهلة المتوفرة بهذه الهواتف في تصوير مقاطع فيديو لأفراد بطريقة سرية ومن ثم نشرها لتصل إلى الآلاف أو الملايين عبر الإنترنت.

ولا يعرف العديد من الناس أنه يتم تصويرهم أو تسجيل حديثهم نظراً لأن الهواتف الجواله صغيرة وغير لافتة. أشار المدون الأمريكي جيف جارفيس إلى هذه الظاهرة عندما كتب تحت عنوان : "الحياة دائمة في السجل" عن بعض ممارسات مستخدمي الهواتف الذكية وأشار إلى ظاهرة تصوير الرجال للنساء بطريقة سرية.)

(QUINN,2012,64)

تقترح مثل هذه الممارسات في صحافة المحمول، و يمكن التقليل من أنتشارها عن طريق توعية الصحفيين المهنيين والهواة بأخلاقيات المهنة وتدريبهم عليها حرصا علي مبادئ المهنة التي تعيش حالة تغير تفرضها المستجدات التقنية انعكست آثارها

علي المعايير الصحفية المهنية التي ظلت حتي وقت قريب مرتبطة بالمؤسسات - و انفصلت عنها بعد أن قلت سيطرتها علي عملية صناعة المحتوى وبثه. فيما تنامت القضايا المتصلة بالتجاوزات الأخلاقية لمستخدمي صحافة المحمول خاصة الهواة. حيث يعمل الصحفي الهاوي بحرية دون قيود تفرضها عليه مؤسسة اعلامية أو جهة اعتبارية. الشيء الوحيد الذي يتحكم فيه هو الوازع الأخلاقي وثقافته، لذا فقد تجد من هو ملتزم بالقيم الأخلاقية وأعراف المجتمع، ومن يمارس المهنة دون ضوابط مما يسهم في أنتشار الاخبار الكاذبة والفبركة الإعلامية ومقاطع الفيديو المفبركة. أن مشاركة الهواة جعلت صحافة المحمول أكثر عرضة للتجاوزات الأخلاقية.

الإلمام بالتشريعات :

يرتكز إصلاح وضعية الممارسة الصحفية الرقمية (بإصدار قوانين وتشريعات جديدة تكفل العمل الإعلامي على الأنترنت، وتحمي العاملين به من خلال إنشاء كيان تنظيمي جديد يرعى شؤونه أو إعادة النظر في دور الكيانات المهنية القائمة فعلاً، مثل نقابات الصحفيين أو نوادي الإعلاميين في رعاية العمل الإعلامي). (الليان. شريف: ٢٠١٤، ص ٦٩)

"لكن ليس هناك حماس واسع النطاق لوضع ميثاق شرف مهني جديد. وتظل تلك القيم الأساسية - مثل الدقة و الاستقلالية والمعالجة المسؤولة للخبر - التي تطورت على مدى الـ ١٥٠ سنة الماضية، قيما ثابتة وعلى نفس الأهمية، حتى في هذا العصر الذي تطفئ عليه الرقمية.

والمطلوب حسب ما تراه شبكة الصحافة الأخلاقية، هو تأسيس شراكة جديدة مع جمهور وسائل الإعلام وصناع السياسة لإقناعهم بضرورة تعزيز الصحافة الأخلاقية، وبإمكانية استخدامها كمصدر إلهام لوضع برامج جديدة للتربية على وسائل الإتصال والإعلام.

التوازن الأخلاقي لتحقيق السبق الصحفي وتحري الدقة

يواجه الصحفيين بين الحين والآخر إشكاليات أخلاقية بسبب الهولة في نشر الخبر لتحقيق "السبق الصحفي" والذي يكون علي حساب التحري من دقة الخبر، كما قد تقع بعض التجاوزات التي قد يكون لها تأثيرات سلبية علي الجوانب الأخلاقية، منها علي سبيل المثال تصوير أشخاص دون علمهم نظرا لصغير حجم الهواتف الجواله وكونها غير مزعجة، كما أن الهواتف المحمولة المزودة بكاميرا جعلت عملية التسجيل سهل للغاية ولا يعتقد بعض الأشخاص أنهم يتحدثون إلى كاميرا، فيما يتم تسجيل أصواتهم وبالتالي قد يصل إلى الآلاف أو الملايين عبر الإنترنت.

أخلاقيات التصوير بالمحمول

"ينقل الاعلاميون عبر كاميراتهم شكلا من أشكال الواقع إلى جماهيرهم ومشاهديهم، وهم في ذلك يكرسون واحدا من الدالات الرئيسية لهويتهم المهنية، بإعتبارهم موضع ثقة الجمهور". (ميلور نهى، ٢٠١٢، ص ٢٦٠)

وتمثل الصورة أحد الوسائط الإعلامية ذات الدلالة القوية في توصيل الوقائع كونها تعكس حقيقة ما حدث باقتضاب شديد ومن الأقوال الشائعة في أدبيات الصحافة " أن الصورة تساوي ألف كلمة" والصورة "

يتفق كثيرون من رؤية غريغورى بأن تحميل الصور ومشاركتها على الإنترنت، تعتبر بمثابة منح الأذن لاستخدامها ونشرها، إلا أن تمت الإشارة لخلاف ذلك، وفي مثل هذه الحالة يعتبر الاستخدام الحر هو (الافتراض) الأخلاقي

و صحفيو المحمول مطالبون بإستيعاب القوانين ذات الصلة بالتصوير وإصدار الفيديو بات من الأهمية بمكان في ظل تنامي الإهتمام بتصوير الأفلام ومقاطع الفيديو في المناطق العامة. وهذا يستلزم معرفة شاملة بقانون التشهير، وقوانين الخصوصية والتجاوزات ذات الصلة. كما يحتاجون إلى معرفة متى وأين يمكنهم تصوير الفيديو.

في معظم البلدان يكون من المقبول قانونا تصوير الأفلام في الأماكن العامة، ولكن ليس في الأماكن الخاصة. يوجد إرتباك حول تعريف حدود المكان العام. شارع المدينة هو من الواضح مكان عام. ولكن متى ينتهي شارع المدينة ويبدأ البيت الخاص أو مجمع الشقق؟ عند الباب؟ على البوابة؟ على الشرفة أو الشرفة؟ (QUINN,2012,66)

صحافة المحمول في مواقع التواصل الاجتماعي

ينشط هواة صحافة المحمول والمهنيون في النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشكل منصة إعلامية سريعة النمو من حيث القاعدة الجماهيرية المتابعة لها وعدد المشاركين فعليا في عملية النشر عبرها.

فضلا عن إنخراط وسائل الإعلام المحترفة في هذه المواقع نظرا لجماهيريتها الكبيرة. وصحافة المحمول في هذا المواقع أكثر حرية وإنفتاحا من تلك التي توجه إلى وسائل الإعلام الإحترافية. ما جعل العديد من الهيئات والمؤسسات الإعلامية الإحترافية إلى تطوير بنودها وموادها الخاصة بأخلاقيات ممارسة المهنة لتنتمشى والثورة الرقمية التي أفرزت تجاوزات جديدة للمهنة لم تكن موجودة في وسائل الإعلام التقليدية.

ومن هذه المؤسسات الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار The American Society of news editors التي وضعت دليلا تضمن قواعد للصحفيين الأمريكيين في كيفية استخدامهم للوسائط الاجتماعية: تم إستقاءها من المبادئ العامة التي تحكم العمل الصحفي، ويجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني، فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضى نشره في الصحيفة. كما لا ينشر علي مواقع الشبكات الاجتماعية ما يسيء إليه شخصا أو مهنيا أو ما يسيء إلى مؤسسته.

ويتحمل الصحفي مسؤولية كل ما يكتبه وأن يتفاعل مع المتلقي/المستخدم بطريقة مهنية، إذ يمكنه أن يطلع علي الأحداث ويجمع المعلومات، وعليه تفادى إثارة الكراهية أو العدوانية والتأكد من أصالة وصحة المعلومات عبر تطبيق المبدأ التقليدي

الذي يقوم علي استخدام المصادر المزدوجة كما يجب عليه أن يعترف بأخطائه بسرعة.

حرية التعبير حق أخلاقي

يتعرض الصحفيون بين الفينة والأخرى إلى القتل والسجن والتعذيب بسبب مهنتهم وتمسكهم بحرية التعبير الذي يعد حق من الحقوق الفردية التي لا يجوز أن يقتل أي شخص في العالم بسبب ممارستها. وتكشف الإحصاءات التي جمعتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو" وغيرها من المنظمات مثل لجنة حماية الصحفيين، ومنظمة "مراسلون بلا حدود"، والمعهد الدولي لسلامة الصحفيين والشبكة الدولية لتبادل المعلومات حول حرية التعبير ورابطة الدول الأمريكية للصحافة عن العدد الهائل للصحفيين والإعلاميين الذين قتلوا في أثناء أداء مهنتهم.

لتفادي وقوع مثل هذه الجرائم "إعتمدت الأمم المتحدة مجموعة من التدابير لتدعيم الأطر القانونية وآليات أنفاذ القانون الرامية إلى ضمان سلامة الصحفيين في مناطق النزاع والمناطق الخالية من النزاع علي حد سواء. "كما تعمل اليونسكو بوصفها وكالة الأمم المتحدة المتخصصة المكلفة بتسهيل حرية تداول الأفكار عن طريق الكلمة والصورة بدور هام في الدفاع عن حرية التعبير عن طريق تعزيز سلامة الصحفيين وعلي سبيل المثال تتعاون اليونسكو مع منظمة "مراسلون بلا حدود" لإصدار دليل عملي للصحفيين العاملين في مناطق النزاع يتم تحديثه بانتظام"

من ضمن الأهداف التي تسعى صحافة المحمول إلى تحقيقها إنهاء هيمنة الدولة أو الجهات الاعتبارية علي الإعلام ونقل نفوذه إلى الأفراد وهي تمضي في هذا الإتجاه بدعم كبير للصحفيين الهواة. أولئك المتهمون بعدم الاكتراث بقيود حرية التعبير ويمضون قدوما لقيادة دفة الإعلام وتغير اتجاهه بما يخدم أغراضهم التي قد تكون لصالح مجتمعاتهم أو لتحقيق طموحاتهم وأهدافهم الشخصية.

حيث بات بإمكان الفرد أن ينشئ تطبيق علي الهاتف المحمول أو محطة تلفزيونية أو إذاعية ويمارس مهامه بحرية كاملة هذا التوجه سيقضي علي المؤسسات الحكومية والرسمية خاصة وأن المحمول يتيح إنتاج محتوى إعلامي متكامل ونشره دون الحاجة إلى كاميرات التغطية الصحفية الضخمة واختصر فريق العمل الذي يضم فنيين وصحفيين في شخص واحد يتولى تنفيذ المهمة مستخدماً الهواتف الذكية مما خفضت التكلفة الضخمة للإنتاج الإعلامي التقليدي.

عند الحديث عن أخلاقيات صحافة المحمول ينبغي أن نفرق بين ممارسي هذه الصحفيين المهنيين والصحفيين الهواة "المواطن/ المستخدم" فالصحفي المهني يعمل في الغالب تحت مظلة أخلاقيات تفرضها الهيئات الإعلامية رسمية إلى جانب أخرى تفرضها عليه مؤسسته أما الصحفي الهاوي. والواقع أنه يتحتم على كلاهما "المهني والهاوي" التشبث بالمعايير الأخلاقية.

تعتبر شبكة الصحافة الأخلاقية أن القيم المهنية للصحافة - كالتمسك بالحقائق، والروح الإنسانية واحترام الآخرين والشفافية والإقرار بالأخطاء - هي مبادئ أساسية ينبغي أن يقتاد بها الجميع، بما في ذلك مستخدمي الوسائط الاجتماعية والصحفيين المدنيين. لكن هذا السلوك لا بد أن يكون طوعاً وناتجاً عن قناعة وليس بإملاء القانون.

المبحث الثاني

تطبيقات صحافة المحمول

بات بالإمكان إنتاج التغطيات الصحفية بشكل محترف وبتقنيات حديثة عبر المحمول (الهاتف الذكي والكومبيوتر اللوحي) بفضل تطبيقات توفر ميزات يمكن توظيفها في التغطيات الصحفية وصناعة المحتوى الإعلامي الرقمي.

حيث مئات التطبيقات المتاحة بالهاتف المحمول، والتي تعين الصحفيين في أداء مهامهم العملية، فهناك تطبيقات لجمع الأخبار وتطبيقات للتحليل والمونتاج وإنتاج الوسائط المتعددة بالإضافة إلى زخم وافر من تطبيقات البث المباشر والنشر مما يحول المحمول إلى غرفة أخبار متنقلة.

ويعتبر البحث عن التطبيقات المناسبة لكل مرحلة من مراحل العمل عملاً مستمراً، لتعرف على الجديد الذي تطرحه التكنولوجيا في هذا المجال فضلاً عن عمليات تحديث تطبيقات موجودة أصلاً بالمحمول.

وقد أدى تزايد إهتمام الصحفيين بتوظيف تطبيقات المحمول في التغطيات الصحفية، إلى عقد شراكة بين جامعة بوينتر Poynter و مؤسسة نايت Knight Foundation ومعهد الصحافة الأمريكي، لإصدار فهرس أدوات وسلسلة من الندوات الافتراضية المجانية لإبراز أفضل التطبيقات و الأدوات الرقمية المتاحة، وتدريب الصحفيين على استخدامها.

ولاحظت الباحثة من خلال استطلاع للرأي أجرته وسط صحفيين عرب وغير عرب بدولة الإمارات العربية المتحدة أن غالبيتهم يمتسكون باستخدام تطبيقات تدرسوا عليها وأفوها، وليس لديهم ميول لتغييرها. وتخضع هذه التطبيقات نفسها إلى عمليات تحديث باستمرار. ويقدم المبحث بعض التطبيقات المفيد لصحفي المحمول سواء المتمرسين أو الجدد أو الراغبين في الانخراط في مجال صحافة المحمول ونوضح فيما يلي بعض هذه التطبيقات: (عزام.إسماعيل: ٢٠١٦، ص)

أولا تطبيقات التغطية الصحفية باستخدام الفيديو



Vyclone

يوفر هذا التطبيق ميزة قل ما توجد في التطبيقات الأخرى، وهي إمكانية التحرير لأربع كاميرات تصوير في نفس الوقت ومن مناطق مختلفة، سواء ضمن موقع الحدث أو في مناطق مختلفة في مدن أو بلدان متعددة، ومن زوايا مختلفة. يستخدم لإجراء المقابلات مع الأشخاص متعددين في آن واحد، أو تصوير حدث من زوايا متعددة.

تطبيق FiLMiC Pro

تطبيق يستخدم لهواتف الذكية من نوع "iOS" يسمح بالتحكم اليدوي الكامل وإمكانية مراقبة الصوت عن طريق سماعات الرأس في أثناء التسجيل. كما تجتمع عشرات الخصائص الأخرى لتجعل من FiLMiC Pro أفضل تطبيق مونتاج للهواتف المحمولة، وعلى أي نوع من المنصات الإعلامية.

تطبيق Story maker

يتيح تطبيق Story maker أو "صانع القصص" للصحفي أو المستخدم إنشاء قصة إخبارية من خلال إضافة مجموعة من الصور ومقاطع الفيديو واختيار مقطع الموسيقى المناسب بخطوات بسيطة وسهلة مع إمكانية إضافة تأثيرات مختلفة. (سيد.محمد: ٢٠١٣، ص)

وتم صمم التطبيق بحيث يتيح للصحفيين إمكانية إجراء تغطيات صحفية متعددة الوسائط للأحداث دون تكبد عناء حمل الكاميرات المحمولة ومعدات خاصة في الأزمات والكوارث والتظاهرات.

تطبيق Video licious

تطبيق متاح مجاناً ومناسب للهواتف من نوع iOS فقط، يحظى بشعبية كبيرة في صالات تحرير الصحفي بالولايات المتحدة، فهو يحل محل ساعات من المهام

المتابعة، وكذلك محل برامج المونتاج الباهظة. كما يستطيع المستخدمون ممن يفتقرون إلى الخبرة في التصوير والمونتاج، أن يرجعوا إلى فهرس الوصفات الشامل الذي يقدمه Video licious، والذي جُمع أثناء عمل صحفي حقيقي بالتعاون مع عدد من مراسلي صحيفة New York Daily News

تطبيقات تحرير مقاطع الفيديو

تطبيق iMovie

هو أحد التطبيقات التي قامت شركة Apple بتطويره علي هاتف "آيفون" بحيث يتيح للمستخدم تحرير مقاطع الفيديوهات بسهولة ودقة تصل إلى 4k علي النسخ الحديثة من "آيفون" و "آيباد برو". ويعد من أفضل تطبيقات مونتاج الفيديو. يحتوي علي تعليمات توضح مهام الأدوات وكيفية إنتاج الفيديوهات بشكل مبسط وإضافة شريط العناوين في الثلث الأدنى من الشاشة. وتسجيل صوت للفيديو و التحكم بالصوت (الاستقطاع والفصل والتكرار وتخفيض الصوت) كما يمكن استخدام وصلة **iMovie** لتعزيز مقاطع الفيديو في تطبيقات الصور وإضافة فلتر للفيديو وعناوين متحركة وموسيقى تصويرية واستخدام الحركة البطيئة. كما يتيح التطبيق تقنية الفاصل الزمني Time lapse والصورة داخل الصورة وبمؤثرات تقسيم الشاشة بالإضافة إلى إمكانية المشاركة السريعة لفيديو مصور أو مقطع منه عبر وسائط الإعلامية ووسائل الإعلام والتواصل الإجتماعي.

تطبيق سناپ سيد SNAPSEED

تطبيق متقدم للتحرير الفيديو يضم خيارا جيدا للتحرير التلقائي.

تطبيق pinnacle studio

بيناكل أستديو pinnacle studio يعد من التطبيقات الاحترافية في تحرير الفيديو علي غرار iMovie لكنه يتوافق فقط مع نظام ios بأجهزة أبل. يمكن صحفيي الهاتف المحمول من تسجيل مقاطع مصورة عالية الجودة للبث التلفزيوني.

تطبيق We video

تطبيق يعتمد علي التخزين السحابي، يعمل علي نظامي ios والأندرويد. متاح مجانا لكنه يقدم حسابات مدفوعة تسمح بولوج خاصيات تحرير متقدمة، مثل تسجيل

حركات الشاشة والشاشة الخضراء، وينشر فيديوهات خالية من العلامات المائية، وبالحصول علي دعم فني والمزيد من الوقت للنشر.

ثانيا : تطبيقات للتغطية الصحفية باستخدام الصوت

تطبيقات تسجيل وتحرير الصوت

IRig Recorder

يعتبر من أفضل التطبيقات لتسجيل وتعديل الأصوات، حيث يسمح، بتسجيل وتحسين الأصوات بفضل مجموعة الأدوات الاحترافية والسهلة التي يقدمها. يتوفر بالتطبيق المجاني ميزة التسجيل، ويعطي تأثيرًا واحدًا مجانيًا فقط لدى التسجيل في التطبيق لأول مرة، وتستطيع الحصول على كافة الخصائص والمؤثرات بسعر ٤.٩٩ دولار، تتضمن ميزة تحرير الملفات الصوتية، و ٧ مؤثرات.

• برنامج Record My Call : لتسجيل المكالمات الهاتفية مع المصادر الصحفية،

• Voice task: لتسجيل المكالمات وإرسالها لبريدك الإلكتروني.

• Sound cloud : للبحث عن مقاطع صوتية والاستماع إليها، كذلك سماع بث صوتي مباشر، وتسجيل مقاطع صوتية، فضلاً عن التحكم في التشغيل وترتيب القوائم. أ

• Tap A talk : للتعامل البسيط وتسجيل المكالمات بشكل مرن وسهل الاستخدام.

Voice Recorder Pro

تطبيق احترافي، يتيح تسجيل الصوت أو التقاط الأصوات في الميدان، يمكنه تسجيل الصوت لمدة غير محدودة ووضعه مباشرة ضمن النمط الصحيح أو تحويله إلى انماط أخرى. حيث يوفر خاصية تسجيل الصوت بأكثر من ٨٠ صيغة و تعديله عبر عدة ادوات. يعمل علي دمج مجموعة أصوات معاً، وضبطها.

يتيح إمكانية استيراد المقاطع من التطبيقات الأخرى، مثل يوتيوب، ومراقبة الصوت اثناء التسجيل، كما يتيح الاستيراد والتصدير للملف الصوتي، وإرسال المقاطع الصوتية أو مصورة إلى أجهزة أخرى عبر خدمة البلوتوث أو البريد الإلكتروني أو

الرسائل النصية أو رسائل imessage وضمن إمكانياته تحويل مقطع الصوت إلى ملف فيديو وتصديره إلى البومات الصور أو رفعه علي مواقع الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك ويوتيوب كمقطع فيديو.

مسجل بي سي ام PCM Recorder

يستخدم مسجل pcm الميكروفون الداخلي في الهاتف المحمول ويسجل الصوت بجودة عالية وفق نظام wave ويحفظ التسجيلات في بطاقة الذاكرة الداخلية. يسمح بالتسجيل لمدة زمنية غير محددة. توجد نسخة خالية من الإعلانات تحمل اسم pcm pro بكلفة بسيطة.

تطبيق COGI

تطبيق مجاني لهواتف iOS و Android، مع خصائص إضافية للإشتراكات المدفوعة وهو يحل مشكلة المراسلون الذين يعتمدون على التسجيلات الصوتية في التغطية الصحفية، ومن ثم معاناة الإستماع إلى ساعات من اللغو، بحثًا عما يصلح اقتباسه.

لهذا يقدم Cogi ميزة إضافية على مسجل الصوت المدمج في كل هاتف محمول، حيث يعترض التطبيق التسجيلات الصوتية دون أن يحفظها كلها. وإنما يمكنك في أثناء اللقاء إذا سمعت جملة أو معلومة مفيدة، أن تنقر الزر ليبدأ Cogi التسجيل بأثر رجعي من الثواني الخمس أو الخمس وأربعين السابقة (يمكن تحديد المدة في إعدادات التطبيق)، ويستمر في التسجيل إلى أن تنقر الزر مرة أخرى.

ثالثا : تطبيقات التغطية باستخدام الصور الفتوغرافية Still PHOTO

أ/ تطبيقات التقاط الصور الفتوغرافية

كاميرا +

يساعد الهاتف من نوع "آيفون" الذي ابتكرته شركة أبل، علي إتقاط صور ذات جودة عالية، المزود بخاصية التوضيح التي تعزز جودة الصورة. وعلي خلاف تقنية التصوير بالمدى الديناميكي العالي المعروفة إختصارا بـ (إتش دي ار HDR) فإن

خاصية التوضيح في CAMERA+ تتيح تصوير الأجسام المتحركة. بالإضافة إلى خاصية تكبير حتى ٦مرات مع معالجة رقمية متقدمة مع إضافة معلومات الصورة (التاريخ و الأبعاد والحجم والموقع عند التصوير وإمكانية استخدام ضوء الفلاش.

ب/ تطبيقات تحرير الصور الفتوغرافية

تطبيق أدوبي فوتو شوب اكسبريس Adobe Photoshop Express

تطبيق لتحرير الصور، يضم أدوات التحرير الأساسية سهل الاستخدام يلائم مختلف الملفات ويعتمد عدة خيارات للمشاركة.

Flickr

يتيح تحميل الصورة على الموقع، وكتابة عليها، ومشاركتها، ورؤيتها بأحجام مختلفة وبجودة أفضل. كذلك HDR camera وهو من أفضل البرامج في تحرير الصور والحفاظ على نقائها وجودتها، فضلاً عن التحكم بالمسافات "Zooming" والإضاءة.

:Pics Art

تطبيق مجاني لتعديل الصور، يعدّ التطبيق الأكثر استخداماً في مجاله وفقاً لأرقام تنزيله، يتيح تعديل الصور.

Canva

وتطبيق مجاني على "iPad". وهي أداة لتصميم الصور لمواقع التواصل الاجتماعي، سهلة الاستخدام. ومزودة بأدوات إدخال النصوص وكذلك مخزون الصور.

تطبيقات التغطية باستخدام النص

Think free office

وهو الأنسب لكتابة القصص الخبرية. ويدعم هذا التطبيق ٢٨ لغة للهواتف المحمولة، و مزود بإمكانيات عالية تعمل علي دمج تطبيقات ميكروسوفت أوفيس مع Google apps



تطبيق la writer

من أسهل تطبيقات الكتابة علي الهاتف المحمول، يعمل علي نظامي ios و android. بمثابة مجموعة أوراق بيضاء يكتب عليها، يحتوي على الكثير من القوالب، التي تساعد على تنظيم وتحسين الكتابة، يمنح المستخدم ملف متكامل لتصفح كافة المستندات الخاصة به.

تطبيق Ever Note

علاق تدوين الملاحظات العاجلة الذي طوّره شركة تحمل الاسم نفسه. يتيح للصحي كتابة نص، النقاط صورة، تحميل ملف، تبادل الملفات أو تبادل ملاحظات مع مستخدم آخر، تبقى جميع المعلومات مخزنة في حساب المستخدم حتى ولو ضاع منه هاتفه وحاسوبه.

ب/ تطبيقات تحرير النصوص

Jota text editor

يفيد في تحرير النصوص والتدقيق اللغوي وحفظ النص بعد كتابته وإمكانية البحث في جميع النصوص الموجودة على الهاتف والبريد الإلكتروني.

برنامج **Aximedia slide show** : يفيد في دمج النص مع الصور والفيديو والصوت في شريحة عرض واحدة.

تطبيقات التغطية باستخدام الخرائط

Silk.co

لصنع صورة بيانية على Silk.co يتوجب عليك تحميل ملف جدول البيانات spreadsheet، وتعريف أهم القيم المتغيرة فيها، ثم اختيار أسلوب تصوير البيانات. وما لم تختار العكس، سيتيح التطبيق كل مجموعات البيانات، ليتسنى للمستخدمين إعادة ترتيب ونشر معلوماتهم.

تطبيقات: البث المباشر

تكتسب التغطية المباشرة للأحداث أهميتها من خاصية الفورية إلى جانب أنها أكثر صدقية في نقل المعلومات من ميدان الحدث. يمكن الصحفيين ببث التغطيات الصحفية من ميدان الحدث مباشرة من أي مكان عبر غرفة الأخبار أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن أبرز التطبيقات في هذا المجال ما يلي:

REPORT – IT– LIVE

هذا التطبيق بمثابة أستوديو متنقل، يوفر للصحفيين ومندوبي الإذاعة والتلفزيون إمكانية إجراء تغطيات إخبارية متعددة الوسائط وبثها علي الهواء مباشرة بجودة عالية مع إمكانية التسجيل في ذات الوقت. وهو مثالي لإعداد التقارير الميدانية حيث يتيح مجموعة متنوعة من خيارات نقل الملفات، ويعمل التطبيق مع الهواتف الذكية العاملة بنظام آيفون أو أندرويد. كما يسمح بإدراج تسجيلات متعددة الوسائط ضمن قوائم تشغيل التقارير الحية. ومن خصائصه أنه يعمل علي مواصلة التسجيل في حالة تكون غير متصل "OFF LINE". يمكن تحميله مجانا.

live stream تطبيق

يمكنك من خلاله بث الأحداث مباشرة بجودة HD مقابل رسوم اشتراك شهري، يعمل مع نظامي الآيفون و الأندرويد للهواتف الذكية، يتم تثبيت التطبيق وإنشاء حساب مجاني عليه والدخول إلى قنواتك الخاصة.

You now تطبيق

يتيح التطبيق البث المباشر بضغطة زر واحدة، بعد إنشاء حساب في الموقع أو التطبيق بسهولة، كما أنه بمثابة منصة رائعة للتفاعل و الدردشة.

BAMBUSER

يتيح موقع BAMBUSER البث المباشر مجانا، كما يمكن تسجيل الحدث والبث في وقت لاحق.

Facebook Live

تطبيق من شركة فيسبوك، يتيح البث المباشر إنطلاقا من صفحات فيسبوك، يمكن للصحفيين أن يبثوا تقاريرهم فورا وان يحصلوا في الوقت ذاته علي إهتمام الجمهور وتفاعله.

Peri Scope

تطبيق للبث مباشر، يتم نشره على موقع "تويتر"، يتيح خاصية حفظ الفيديوهات أو البث المباشر الذي قمت به مسبقا على ملفات هاتفك دون الإستعانة بأي برامج من أي نوع. متاح للأجهزة بنظام الأندرويد و IOS. يمكن من تقاسم البث مع أشخاص آخرين و كذلك إيقاف بعض التعليقات المزعجة.

Meet Kat

تطبيق من تطبيقات البث المباشر، يدعم التسجيل عبر فيسبوك و تويتر وأيضا جوجل بلس، يتميز بواجهة رسومية، يمكن الشروع في إطلاق البث المباشر الخاص بك بعد التسجيل في التطبيق.

Qik و SKYPE

يمكن تسجيل وعمل المحادثات والمقابلات الصحفية بالفيديو عن طريق تطبيق Skype، وبثها مباشرة، كما يمكن الإستعانة بتطبيق Qik وبه خاصية تسجيل الفيديو، وفليكس واغن لتفعيل البث المباشر للفيديو من هاتفك المحمول.

ميركات MEERKAT

يمكن من خلال هذا التطبيق البث عبر تويتر ولكن ليس لديه خاصية إعادة التشغيل وهو يتيح حفظ التسجيلات في مكتبة المستخدم ولكن لا تتوفر فيه ميزة تحديد الموقع الجغرافي.

يوستريم Ustream: تطبيق للبث المباشر يسمح بجدولة البث. لديه خاصية تحديد إطار الصورة والبث المباشر والمسجل، ولكنه لا يمتلك خاصية عرض الموقع الجغرافي ويسمح بالبث عبر الفيسبوك وتويتر.

Bambuser

تطبيق يسمح بالبث المباشر علي مواقع التواصل الإجتماعي، وإدراج قناة للبث تحمل اسمه علي مواقع الكترونية أو مدونات. ويمكن لصحفيي المحمول تحديد الموقع الجغرافي للبث باستخدام نظام تحديد المواقع Gps. تتوفر فيه ميزة المحادثة "الدرشة" خلال عملية البث المباشر.

كما يمكن الاستفادة من بعض التطبيقات في عرض الأخبار والمحتوى الصحفي علي المحمول ومثال لذلك تطبيق :

StoryMap.js

أحد التطبيقات التي أنتجها معمل برمجيات نايت Knight في جامعة نورثويسترن Northwestern، يتمتع بواجهة مستخدم أكثر بساطة وتصميم أكثر جذبًا. يستخدم التطبيق في تقديم القصص الإخبارية، حيث تعرض الأخبار كسلسلة من الأحداث. وتزداد فاعليتها عند تناول الأخبار التي تجري في نطاق أماكن عدة، كما تساعد خاصية Gigapixel المدمجة في التطبيق على استكشاف الصور كبيرة الحجم.

تطبيقات أخرى مفيدة للصحفيين



تطبيق إنستغرام instagram يوفر مشاركة الفيديو والصور مع وسم هاشتاغ وروابط



تطبيق هايبرليس متخصص في التصوير بتقنية الفاصل الزمني



تويتر:

يمكن للصحفيين الاستفادة من خاصية البث المباشر "Go live"، عبر موقع تويتر في نشر المقاطع المصورة مباشرة عبر الموقع من أي مكان يتواجدون فيه، والحصول علي تفاعلات المشاهدين مباشرة. وكان الموقع قد أطلق خاصية البث المباشر للمرة الأولى في ديسمبر من عام ٢٠١٦م، بالتعاون مع تطبيق "بيريسكوب" للبث الحي. وهو متاح عبر أنظمة تشغيل "أندرويد" و "آي أو إس".

كما يمكن للصحفيين الاستفادة من خاصية الكتابة في الموقع بحد أقصى ١٤٠ كلمة، وطرح مواضيع للنقاش حولها مع المستخدمين عبر وسم الهاشتاغ " Hash tag" ورمزه هو "#". وقدّر متوسط عدد التغريدات بالموقع عام ٢٠١٦ م بحوالي ٦ آلاف تغريده في الثانية، أي حوالي ٥٠٠ مليون تغريده في اليوم



تطبيق غرافي gravie يتيح إضافة النص والرسوم البيانية إلى الفيديو



تطبيق ايفرنوت Evernote : لتدوين الملاحظات يعمل علي مزامنة النص والصوت والصور مع أجهزة متصلة بالإنترنت. ويمكن للصحفيين استخدامه لكتابة القصص ومشاركتها مع غرفة الأخبار لتحريرها



جام سناب jam snap

يضيف الصوت إلى الصور أبرز ما يميز هذا التطبيق أنه يتيح للصحفيين إضافة عدة مقاطع صوتية إلى الصورة.



سين seene

تطبيق لإنتاج صور ثلاثية الأبعاد



بيجيز Pages

يستفاد منه في معالجة النصوص يسمح بإعداد مستندات مع صور



غوغل فويس Google voice

يسجل المكالمات الواردة، يحول البريد الصوتي إلى نص

تقنية navegador

تعد تقنية navegador أحد أكثر وظائف هواتف الذكية قيمة بالنسبة للصحفيين حيث تساعدهم في الوصول بسهولة إلى موقع الأحداث ومواقع تواجد المصادر الصحفية، حيث تقدم توصيف دقيق للأماكن وتوضيح المعالم البارزة حوله وذلك عبر خرائط افتراضية يتم التقاطها بالأقمار الصناعية.

وفي الهواتف الذكية التي تعمل بنظام Android هناك أيضا خاصية تمكن الصحفيين من كتابة مكان وتاريخ التقاط الصور وكتابتها داخل الصورة وذلك بتشغيل خاصية map taq وتفعيل GPS من إعدادات الهاتف الذكي.

True caller

يمكن التطبيق من معرفة هوية المتصل قبل النقر على زر الإجابة، وكذلك يتيح للصحفيين معرفة من يملك رقمًا معينًا دون الاتصال به أو تلقي الاتصال منه، ودون أن يكون الرقم محفوظًا في ذاكرة الهاتف. شركة true Software السويدية التي طوّرتة أكدت أنه حقق نجاحًا كبيرًا بسبب انتشار مكالمات "اسبام" غير المرغوب فيها، والصحفيون عبر العالم، يجدون فيه مُعينًا على التثبت من هويات من يتصلون بهم.

Juxtapose.js

أداة أخرى مقدمة من معمل نايت، تعمل على عرض نقاط التشابه والاختلاف بين منتجين إعلاميين متقاربين، في شكل مبسط من الصور القابلة للتحريك. وهذا التطبيق طريقة فعالة لتوضيح ما ينتج عن الكوارث، أو التغييرات الكبيرة على يد البشر.

Dictionary of Journalism Study

هذا التطبيق البسيط وسهل الاستخدام يعدّ واحدا من أشهر القواميس الصحفية في منصة الأندرويد، يشتمل على عشرات المصطلحات الخاصة بمجال الإعلام. مفيد

للغاية وخصوصا لطلبة الصحافة أو الصحفيين المبتدئين، لا سيما وأنه يتجاوز دور التعريف بالمصطلحات، إلى دور مرافقة الصحفي في عمله اليوم وتقديم العديد من الإرشادات التي تسهل له عمله.

: Calendrier Sunrise

رزمة الكترونية تفيد الصحفي في ترتيب أوليات العمل و تنظيم تنظيم أفكاره وحفظها، و الحفاظ على مواعيده، طوّره مايكروسوفت، ويتواجد على كل المنصات، و يربط بين كل المواعيد الموجودة في حساب فيسبوك وغوغل وإيفرنوت وفورسكوير وغيرها، يمكن ربطه ببرنامج على الحاسوب أو حتى بحساب المستخدم على موقع الشركة.

:Google maps

متاح على جميع منصات الهواتف الذكية. يتيح للصحفيين في ٢٢٠ بلدا معرفة الأماكن التي يزورها، والوقت اللازم للوصول إليها، واستخدام الـGPS لتحديد مكانهم والمسار الراغبين في اقتفائه. ويمكن للصحفيين في بلدان معينة الاستفادة كذلك من تطبيق آخر لشركة جوجل لتجربة أكبر مع خرائطها هو google street view للحصول على مشاهد حقيقية لمجموعة من الأماكن والتعرّف عليها عن كثب، كما لو أنه يحضر فيها.

بالإضافة إلى محركات البحث المعروفة "غوغل، ياهو، هناك تطبيقات تفيد البحث عن الأخبار والمعلومات بتقنيات مختلفة مثال لذلك:

تطبيق Co Everywhere

تطبيق مجاني للهواتف المحمولة العاملة بنظامي تشغيل " iOS " و " Android " يسهل استخدام الموقع الجغرافي كفلتر لنتائج البحث في مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى معلومات محددة. كل ما عليك هو تعريف المناطق التي تضم هيئات حكومية أو شركات كبرى أو مدارس أو جهات خيرية، أو أيًا ما كان مهماً لمجال تخصصك، لتتدفق إليك المعلومات المناسبة من مواقع التواصل الاجتماعي. يظهر نفع هذه الأداة بالذات في الوصول إلى الأنباء العاجلة، أو جداول الفعاليات.

Juxtapose.js

أداة أخرى مقدمة من معمل نايت، تعمل على عرض نقاط التشابه والاختلاف بين منتجين إعلاميين متقاربين، في شكل مبسط من الصور القابلة للتحريك. وهذا التطبيق طريقة فعالة لتوضيح ما ينتج عن الكوارث، أو التغييرات الكبيرة على يد البشر.

Dr. Safety

صمم من قبل شركة trend micro الأميركية المعروفة في عالم الحماية، ومن ميزات التطبيق أنه مجاني ويحفل بخصائص متطورة منها مكافحة الفيروسات ومنع التجسس وحماية المعلومات الخاصة. ومن عيوبه أنه وحتى وقت كتابة هذا البحث، متاح فقط على منصة الأندرويد.

معدات صحافة المحمول

يعتبر الهاتف المحمول الذكي، الأداة الأساسية في صحافة المحمول، كما أسلفت الباحثة وهو مزود بالمئات من التطبيقات التي تعين علي أداء التغطيات الصحفية من الميدان مباشرة أو التسجيل ثم البث أو النشر لاحقاً. واستكمالاً لهذا الدور، ابتكرت شركات تعمل في مجال تكنولوجيا الاتصال، زخم وافر من المعدات التي تسهم في تجويد أداء الهاتف الذكي.

وهي متوفرة في المحلات المتخصصة في مجال الهواتف ومعداتّها، بأسعار تتراوح بين الزهيدة والمتوسطة والمكلفة وفقاً لنوع الأداة. وفي هذا المبحث نشير إلى أبرزها مع سرد لمزايا كل أداة وتأتي هذه الخطوة بعد أن لاحظت الباحثة حرص صحفي المحمول المحترفين علي إقتنائها من أمثال إيفو بروم وكلين مولكهاي.

معدات أساسية

جهاز إيفون :

يعد الهاتف من نوع آيفون المفضل لدي كثير من الصحفيين المتمرسين في صحافة المحمول أمثال إيفو بروم وغلين مولكهاي وأوغستين وقد أفادت نتائج دراسة إحصائية جديدة قامت بها com score أن ٤٠.٦% من مستخدمي الهواتف الذكية في الولايات المتحدة الأميركية يستخدمون هاتف آيفون.



المايكروفون والسماعات

يمكن الاستعانة بميكروفون يربط مباشرة بهاتفك، أو واجهة هاتف تساعد على وصل أكثر من ميكروفون. يساهم المايكروفون والسماعات في تعزيز جودة الصوت. ويعتبر وصلة IRIG PRO أول واجهة صوت مدمجة كاملة المواصفات ومنصة تسمح بربط المايكروفون الاحترافية بالهاتف الذكي. كما يمكن الإستفادة من أداة مثل Zoom iQ5 وهي ميكروفون يفيد في التصوير الداخلي والخارجي.



شاحن المحمول وذاكرة

يختلف عمر البطارية باختلاف الهاتف الذكي. ونظرا إلى وجود الكثير من الخيارات الخاصة بأجهزة الشحن المحمولة POWER BANK علي الصحفيين اختيار ما يناسب هواتفهم. أما للحصول علي مساحة تخزين إضافية فيمكن اللجوء إلى خدمة السحابة بالتوازي مع التزود بقرص صلب خارجي أو ذاكرة وميض flash memory أو شريحة sim



معدات التصوير (فتوغرافي - فيديو)

المقبض:

أداة لتثبيت الأجهزة المحمولة، ومنعها من الاهتزاز أو الحركة أثناء عملية التصوير



حامل كاميرا ثلاثي القوائم / حامل كاميرا يدوي / عصا سيلفي

تساعد هذه المعدات علي تثبيت الهاتف وبالتالي الحصول علي تصوير واضح وثابت دون إهتزازات تشوش الصورة. و تتضح أهمية الحامل الثلاثي بشكل خاص في تصوير المقابلات أو تصوير المراسل اثناء تحدّثه إلى الكاميرا. ويفيد جهاز "أوسمو" osmo mobile Handheld من شركة "دي جاي أي" في التقاط صور متزنة بشكل كبير حتي أثناء المشي. وهو يتضمن خاصية "النتبع النشط" active track التي تتبع أي جسم تحدده علي الشاشة أثناء التصوير. كما تؤدي أداة DJI Osmo المهمة ذاتها. أما الحامل اليدوي وعصا السلفي فهما مناسبان لتصوير المراسل أثناء وقوفه أمام الكاميرا.



ضوء للكاميرا – Flash

يمكن الاستعانة بأداة فلاش لتلحق بالهاتف المحمول مما يحسن من عملية التصوير في العتمة أو مناطق الضوء المنخفض



عدسات

للحصول علي صورة أكثر تأثيرا باستخدام خاصية تكبير وتصغير العدسة.



المبحث الثالث

ممارسة صحافة المحمول

تقود صحافة المحمول تغيرات جذرية في قطاع الإعلام، وكيفية ممارسة المهنة وطريقة صناعة المحتوى، وأدخلت مفاهيم حديثة إلى القطاع وتخلص من أخرى ظلت راسخة لسنوات عديدة، وهو تغير يتوقع أن يتواصل مع تطور صحافة المحمول واتساع نطاق استخدامها بالمستقبل، فضلاً عن تطور تقنياتها. تعد الممارسة الإعلامية من أكثر الجوانب التي شهدت تغيرات بفضل صحافة المحمول، وكان دورها بارز في هذا المجال. ولفهم هذا الدور ينبغي أولاً أن نفهم ما المقصود من الممارسة الإعلامية.

مفهوم الممارسة الإعلامية

الممارسة: هي طريقة العمل أو طريقة يجب أن يتم بها العمل. أي مزاولته و يقصد بالممارسة الإعلامية (مزاوله العمل الإعلامي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقاتمين بالاتصال من حقوق وواجبات وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط) (عبد اللطيف فرهاد، ٢٠١٦، ص ٩٤) والممارسة بالإنجليزية practicing وتعني أيضا "To Perform" ويعني إنجاز مهمة أو تأدية عمل. يقول أحمد صقر عاشور أداء الفرد للعمل، قيامه بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله.

صحافة المحمول ترسخ مفهوماً جديداً للأداء الإعلامي

أحدثت صحافة المحمول، تغيرات جذرية في مفهوم الأداء الإعلامي عما كان سائداً، من حيث الممارسين للمهنة، ووسيلة ممارستها، وأدواتها، وطرق ممارستها. كما إستحدثت مسميات وظيفية ومفاهيم جديدة في بيئة العمل، تمثل إنعكاساً تطبيعياً

لما يمكن أن نطلق عليه (البيئة الذكية) وأداتها الرئيسية المحمول (الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللوحي).

وغيرت صحافة المحمول طريقة إنتاج الأخبار واستهلاكها، وأصبح المحمول وسيلة راسخة لبث الأخبار، لا غنى عنه في عصرنا الحاضر. (WestlundOscar,2013,p128)

وأدى الاندماج التكنولوجي إلى إسقاط الحدود الفاصلة بين الصحفيين والتقنيين، و التوجه نحو تعدد المهارات في قاعات التحرير. بعد الطفرة الرقمية التي أحدثتها الثورة التكنولوجية والتطورات التي أفرزتها في طبيعة عملية الاتصال، وتحولها من إتجاه أحادي يقوم علي قطبي المرسل والمستقبل إلى عملية تواصلية من كل إلى كل كما يسميها الباحثون في حقل الاعلام والاتصال، وتعزيزا لنظرية "يروغن هابر ماس" في التواصل الفعال والخطاب التواصل فيما يسميه بالمجال العام، حيث أدى الانتشار الهائل لوسائل التواصل الإجتماعي إلى تمكين الجميع من الاشتراك في العملية الاتصالية، وأن يكونوا جزءا أساسيا في إنتاج الرسالة ضمن ما بات يعرف بـ "المواطن الصحفي" أي المواطن الذي يصبح صانعا لمحتوى الرسالة الاتصالية ونشرها من موقعه في مختلف وسائل التواصل سواء المكتوبة او المرئية أو عبر تقنية البث المباشر التي أصبحت - كما تبدو - بديلا منافسا.

ورغم تبني العاملين، خاصة فئة الشباب، بهذا القطاع للثقافة الرقمية المتعددة المهارات، فإن الصحفيين يظهرون تخوفهم من أن يتحولوا إلى مخلوقات حاسوبية فاقدة للإختيار، وذلك تحت ضغط ضرورة نقل الأخبار 24 ساعة متواصلة. وبالنظر إلى محورية الوظيفة الإعلامية في المجتمع في فقه ذاته، فإنه من الضروري فهم التأثيرات والتحديات التي تطرحها ظروف العمل الجديدة والثقافة المهنية، وتمثل التكنولوجيات الحديثة علي طبيعة العمل الاعلامي (The Economist,2009)

كما تصاعدت أهميته كوسيط لتوزيع الأخبار ومتابعتها، حتي باتت وسائل الإعلام العالمية تمنحه أولوية في إدارة منصاتها الإخبارية فيما يعرف بعصر

الموبايل أولاً Mobile First وصعدت التوقعات بان الإعلاميون الذين يستخدمون الهاتف المحمول في أداء مهامهم الإعلامية ويطلق عليهم مسمي (موجوس) Marymont : Quill,2007, p ("MOJOS" هم من سيقودون صناعة الصحافة في المستقبل) (18-21)

ويؤدي (موجو) المهام الإعلامية من تغطية للأحداث وتصوير ومونتاج وبث بمفرده في الغالب دون مساعدة زملائه، وهو سلوك حديث في المجال الإعلامي ينذر بقرب نهاية غرف الأخبار التي تضم عشرات الإعلاميين والمعدات الثقيلة والمكلفة". (Martyn Peter: 2009,p74)

فيما يزداد الطلب علي صحفيو المحمول(موجوس) لتلبية احتياجات البيئة الإعلامية الحديثة التي تتسم بتعدد المنصات ويوافي احتياجاتها لتوصيل المحتوى للجمهور على مدار الساعة من خلال غرف أخبار مدمجة، تتطلب مهارات متعددة لإنجاز مهام الكتابة والتغطية وإنتاج المواد الإعلامية لأكثر من وسيط في الوقت نفسه. (الزهران.فاطمة : ،ص٤٩)

يقول الدكتور محمد عايش أستاذ الصحافة والإعلام الجديد في الجامعة الأمريكية بالشارقة بدولة الإمارات "أن معايير العمل في الصحافة، اختلفت عن السابق، وبدأت المؤسسات الإعلامية تبحث عن ما يعرف بالإعلامي "الشامل" الذي يمتلك مهارات تقنية إلى جانب المهارات الإعلامية التقليدية، التي تمكنه من متابعة الخبر، وصياغته بطريقة احترافية وصادقة وبسيطة، تناسب النشر في منصات عديدة منها المحمول. لافتاً أن طلبة الإعلام متابعون جيدون لكل جديد في هذا المجال ويتأقلمون بسرعة مع البيئة التكنولوجية.

ويقول روث مدير تحرير بـ"شبكة فوكس نيوز" "إن صحافيي المحطة أصبحوا أسرع وأكثر إنتاجاً من منافسيهم بمحطات أخرى، وبسبب أنهم لا يذهبون للمحطة، فقد باتوا أكثر التصاقاً ومعرفة بالمجتمعات التي يقومون بتغطيتها، وفي المقابل أدت

صحافة المحمول إلى تراجع دور الإعلاميين كمصدر رئيس للمعلومات والأخبار، وزعزعت عناصر سلطة الصحافة التي تمتعت بها لعقود طويلة من الزمن.

صحافة المحمول تغير مفهوم الصحفي /الإعلامي

ظل الإعلاميون وحتى سنوات قليلة ماضية، يغطون الأحداث وينتجون المحتوى الإعلامي لصالح وسيلة إعلامية واحد فهي ام صحافة ورقية أو إذاعة أو تلفزيون" ولذلك لم يتطلب منهم إلا المعرفة بوسيط واحد، سمعي أو مرئي. وجاءت صحافة المحمول لتحدث تغيرات جذرية في بيئة العمل وطريقة ممارستها بل غيرت مفهوم الإعلامي والقائم بالاتصال في العملية الإعلامية والاتصالية التي باتت نوعا من المشاركة مع العامة من هواة العمل الصحفي.

الأمر الذي دفع مؤسسة مرموقة مثل هيئة الإذاعة البريطانية في عام ٢٠٠٥م للاعتراف وللمرة الأولى بأن الصحافة قد أضحت نوعا من " الشراكة" بين المختصين وعامة الناس. وبدأ ذلك جليا عقب المشاركة الفاعلة للهواة والمستخدمين في تغطية أحداث تفجيرات لندن في صيف ذلك العام. وتثير هذه المشاركة تحديات تمس مستقبل الإعلاميين المحترفين في ظل مزاحمة الهواة والمستخدمين لهم في مهنتهم، كما تثير تساؤلات حول هوية الإعلامي، وهل يمكن تصنيف الهواة والمستخدمين الذين يؤدون المهام الإعلامية على أنهم إعلاميين؟

الكاتب الإعلامي الأسترالي أيفو بروم يرفض تصنيف المتعاونين في صناعة الصحافة على أنهم صحفيين ويقول "هذا غير منطقي، وكأننا نقول إن أي شخص يمكن أن يصبح "رامبرانت" أو "تيتيان" بمجرد أن أمتلك برنامج رسم على أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم، أو يصبح "هيمنجواي" أو "دوستوفسكي" لأن لديهم برنامج

جيد لمعالجة الكلمات. (Ivo Burum and Stephen Quinn:2016, p 12)

ويمكن تقسم الإعلاميين الذين يعملون في مجال (صحافة المحمول) حسب طبيعية الارتباط المؤسسي، وليس حسب التخصص أو الدور الذي يقومون به كما يلي:

١. الإعلاميون المحترفون: الذين يتخذون الصحافة والإعلام مهنة لهم وهم نوعان
 - إعلاميون: موظفون بالمؤسسات الإعلامية التقليدية منها والإلكترونية ولكن عملهم يعتمد على إستخدام المحمول
 - إعلاميون يعملون لحسابهم الخاص free lancer ويتعاونون مع المؤسسات الإعلامية بالقطعة أو المنتج
٢. الإعلاميون الهواة (المواطنون) وهم نوعان:
 - هاوى: لا يحترف مهنة الإعلام، إنما يمارس عمله الإعلامي حينما يتوفر لديه الوقت أو حينما تتاح الفرصة ويكون متواجد في موقع حدث ما أو شاهد لواقعة.
 - المواطن المستخدمون للمحمول: يدلي بمعلومات أو تعليقات أو ردود أفعال حول ما تنشره وسائل الإعلام.

التحولات في صناعة المضامين الإعلامية

يمكن وصف صحافة المحمول، بأنها صحافة المستخدمين و "الهواة" بامتياز، كما هي بالطبع صحافة المحترفين. فقد منحت المستخدمين من هواة الصحافة فرصة لم يعهدها من قبل، لنقل ما يدور في مجتمعاتهم من أحداث للرأي العام. إذ بمقدور أي شخص يمتلك هاتفًا ذكيًا مزودًا بخدمة الإنترنت، أن يساهم في العملية الإعلامية بتزويد وسائل الإعلام بصور أو فيديوهات قيمة بشأن أحداث لم تحظ بمتابعة من الإعلاميين المحترفين، أما لبعدهم عن المنطقة لحظة وقوع الحدث أو أن المنطقة لا يوجد بها مراسلون. وجاءت مساهمات الهواة على نحو أدهش الإعلاميين المحترفين وتم بث تقاريرهم ومقاطع الفيديو التي أنتجوها في مؤسسات إعلامية مرموقة مثل قناة الجزيرة الإعلامية بقطر وبي بي سي.

وبفضل صحافة المحمول تعززت علاقة الإعلاميين المحترفين، بالهواة فاصبحوا من مصادرهم المهمة للوصول إلى الأخبار، كما هو الحال في سوريا التي تعيش ماسي الحرب، فالقصة في سوريا هي تلك التي تنقل للإعلام عبر المحتوى الذي يقدمه المستخدم الهاوي. استطاع المحترفون استثمار هذه العلاقة حتى "وصل الأمر إلى قيام الإعلامي المحترف بإدارة حوارات إعلامية مع ضيوف يحاورهم مواطنون "هواة".

إن مشاركة الهواة في العمل الإعلامي، أحدثت تحولات في صناعة المضامين الإعلامية نتيجة مشاركة الهواة في هذا المجال وتبعاً لتحول أدوار الإعلاميين المحترفين " إذ لم يعد 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 بتلقي ما يملأ عليه.

تكتسب المضامين التي ينتجها المستخدم UGC (User Generated Content) أهمية كبيرة في العمل الإعلامي، فهي تزود المؤسسات الإعلامية بمصدر ثري من المعلومات والأخبار.

فالأفراد ينتجون المحتوى الإعلامي بأنفسهم وينشرونه ببسر وسهولة في مواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام بعد تلاشي حالة التردد التي إنتابت محرريها إزاء نشر المحتوى الذي ينتجه الأفراد الهواة.

وبات مفهوم المحتوى الإعلامي، الذي ينتجها المستخدم User Generated Content (Content) من أحدث المفاهيم المرتبطة بصحافة المحمول، والتي تحول المستخدمين من مستقبلين سلبيين، إلى نشطاء فاعلين في صناعة الأحداث، وفي بناء الأجندة الإعلامية، كما تزود المؤسسات الإعلامية بشهود عيان عديدين للأحداث، وبما يمكنها من تنويع مصادر موضوعاتها الإعلامية.

وهو دور تفاعل معه الهواة و انخرطوا فيه، خاصة في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الكبرى، وفي الحالات التي تفرض فيها السلطات، حظراً على وسائل الإعلام التقليدية.

حيث يمارسون صحافة المحمول وينشرون بحرية أكبر، مما تفعل وسائل الإعلام التي تخضع للرقابة الحكومية في العديد من دول العالم. كما بإستطاعتهم إنشاء محطة تلفزيونية او موقع باستخدام تطبيقات المحمول. تحقق صحافة المحمول إشباع ورضى نفسي للمستخدمين بإطلاع الآخرين عن أحوالهم وأحوال مناطقهم.

وأشارت دراسة حديثة (٢٠٠٨) إلى أن ٥٨% من الصحف الامريكية الرقمية تستعين بالصور التي ينتجها الجمهور، و ١٨% منها تستفيد من لقطات الفيديو، و ١٥% تنشر مقالاتهم، و ٥٨% منها توظف بشكل ما أو آخر المضامين التي ينتجها الجمهور، و ٥٧% منها تسمح للمستخدمين بالتعليق على المقالات، و ١٠% تحرص على ربط مضامينها، بوسائل التشبيك الإجتماعي التي تتيحها الإنترنت مثل الوسم Tag.

تقول ربيكا استنجر الموظفة بالشركة "إن الجيل الذي ترعرع بوجود اليوتيوب، يريد أن يختار ماذا يشاهد. إضافة إلى أنه جيل يعرف كيف يصور ويحرر وينتج بنفسه. ليس لدي أي. شك أن هذا النوع من الصحافة هو ما سيسود خلال السنوات القادمة (Anderson. Janna Q:2008,p)

وتبعا لتقرير pew فان الهواتف المحمولة، ستكون أداة الإتصال الأولى بالإنترنت في العالم بحلول عام ٢٠٢٠م. (Anderson. Janna Q:2008,p) هذا التغير يفرض على مؤسسات الإعلامية تكوين إستراتيجية مستقبلية تحسبا لهذه التطورات، وعمليا فقد إستحدثت مؤسسات اعلامية دولية، أشكال جديدة لتحفز المستخدمين على المساهمة في إنتاج المحتوى الإعلامي وتزويدها بالصور والقصص والفيديو ومثال لذلك: (ABC's i-Caught،CNN's I-Report) و (MSNBC's First و Report)

(Person)، ومسميات أخرى مختلفة مثل قل كلمتك Have Your Say ، ودعوة المستخدمين للقيام بمهمات صحفية News Tips ، وتغطية الأحداث كشهود عيان، خاصة في حالة وقوع أحداث غير عادية (Anderson. Janna Q:2008,p).

تغير سلوك إستهلاك الأخبار

أدى "الرواج السريع للأجهزة المحمولة، إلى نشؤ نوع من المستخدمين، يفضلون المحمول على أجهزة المحمولة علي الاب توب والكمبيوتر (ديسك توب) والتلفزيون والراديو، وهو تحول يشكل تحدي أمام المؤسسات الإخبارية، لإنتاج محتوى يتناسب مع مستخدمين لديهم القليل من الشبه بقراء صحف الامس أو مشاهدي نشرات الأخبار ومستخدمي المواقع الإلكترونية". (Ivo Burum and Stephen Quinn:2016, p 11)

ومن خلال التجارب الإعلامية تبين ان انتاج محتوى المحمول يجب ان يراعى فيه عاملين مهمين وهما : أولاً: طبيعة مستخدم المحمول المتعجل، والذي يتنقل بسرعة من محتوى إلى اخر ويقرأ بطريقة المسح السريع بحثا عن ما هو مهم. وثانيا: صغر حجم شاشة المحمول، والذي لا تشجع على مواصلة القراءة لمدة طويلة.

و يوضح تقرير أعدته شركة أريكسون للهواتف عام ٢٠١٧م، إن ما يقارب ٦٠% من المشاهدين يفضلون متابعة المحتويات حسب الطلب على مشاهدة برامج التلفزيون المجدولة، وان يُشاهد ٥٠% من محتويات التلفزيون والفيديو على شاشات الأجهزة المتحركة عام ٢٠٢٠م، بزيادة قدرها ٨٥% منذ عام ٢٠١٠..

يتضح مما سبق إن الأجهزة المحمولة، لم تغير طريقة إستهلاك الأخبار فحسب، بل أيضا الطريقة التي يتم بها إنتاج المحتوى وبثه، حيث أصبحت تلك الأجهزة وسيلة راسخة لإنتاج وبث الأخبار، لا غنى عنها في عصرنا الحاضر. ومع صعود الأجيال الجديدة من المستخدمين، وإطلاق الانواع المستحدثة من الهواتف تواصل صحافة المحمول نموها وازدهارها مستفيدة من تزايد إهتمام المؤسسات الإخبارية بها نتيجة تضافر عوامل عدة منها: (نصر.حسني:٢٠١٦،ص١٦٠-١٦١)

- استخدام المحمول من قبل كل الفئات العمرية تقريبا بما فيها فئة الاطفال، حيث تشير دراسات إلى ان ثلاثة ارباع الاطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ٧-١٥ عاما في بريطانيا-على سبيل المثال- يمتلكون جهاز موبايل واحد على الأقل.

- زيادة توقعات الجماهير بسرعة نشر الأخبار وسماع القصة وقت حدوثها مباشرة. وليس خافيا ما يحدثه المحمول من تحول في نمط إستهلاك وسائل الإعلام و الإتصال والتسويق في جميع أنحاء العالم، عن ذلك يقول جوناثان بارنارد، رئيس مؤسسة زينيث للتنبؤ. " يعتبر العديد من الناس كمبيوتراتهم اللوحية وهواتفهم الذكية الملاذ الأول للبحث عن المعلومات أو الترفيه، هذا التوجه سيقود المؤسسات بإتجاه الهواتف للتواصل مع هؤلاء الناس على نحو فعال. خاصة و إن أكثر من نصف الفئة العمرية (١٦-١٩) عامًا تقضي وقتها في مشاهدة المحتوى حسب الطلب، ويتم قضاء ٦٠% من ساعات المشاهدة على الهواتف الذكية".

كل ذلك يرفع من سقف التوقعات بمستقبل زاهر لصحافة المحمول التي تركز بشكل أساسي علي الأداء الفردي، وهذا يعني أنها تتأثر بالعوامل التي تؤثر علي أداء الممارس لها، و ونعني به هنا الإعلامي و أهم هذه العوامل هي:

مرتكزات صحافة المحمول

ترتكز صحافة المحمول علي الأداء الفردي، لذلك فإن العوامل التي تؤثر علي أدائها، هي تلك العوامل المتعلقة بمن يمارسها وأهمها :

أولا: المهارات الإعلامية و التقنية

استدعى التغيير في بيئة العمل الإعلامي، تغيرا مماثلا في مهارات ممارسو المهنة. اذ بات تعدد المهارات مطلبا ضروريا لصحفي المحمول، إلى جانب التخصص في المهنة، بل هو توجه تفرضه طبيعة العمل بالأجهزة المحمولة متعددة الوسائط

والتطبيقات. يعزز هذا التوجه، جهود تحول غرف الأخبار إلى الرقمية، وصحافة المحمول جزء من هذا المشهد.

ينظر الإعلاميون لهذه التغيرات بإعجاب لا يخلو من الخوف، إذ أن طابع هذه البيئة التغير السريع في أدواتها، شديدة الصلة والتأثر بتطور وسائل الإتصال وتقنية المعلومات. وتؤكد دراسة شملت ألف وخمسمائة صحفي في بولندا وروسيا والسويد أن تعدد المهارات في الصحافة يعطي مساحة أكبر للإبداع والتميز الفردي للصحفيين. كما يسهم في زيادة الإنتاج بغرف الأخبار مع التركيز بشكل أكبر على مهارات تكيف وتوزيع المحتوى لقنوات مختلفة وفقا لـ "مولتيسكيلينغ" المتخصصة في مجال الإعلام.

وفي المقابل كشفت دراسة أجريت عن غرف الأخبار التلفزيونية في بريطانيا واسبانيا أوضحت "إن تعدد المهارات يترك للصحفيين وقتا أقل للاضطلاع بالممارسات الإعلامية التقليدية، مثل التحقق من المصادر وإيجاد المعلومات القيمة. و تظل جودة ما تنتجه صحافة المحمول مصدر القلق الحقيقي، فصحافة المحمول قد تجعل الإعلامي يمارس كل تلك المهام لكنه ليس بذات القدر من البراعة. لأن تعدد المهارات يعني تعدد المهام في الأعمال.

وتتمثل أهم مهارات صحافة المحمول فيما يلي:

١/ مهارة استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الخاصة بالتغطيات والتحرير والمعالجة.
٢/ مهارة التخطيط للقصة التي ستنتجها بهاتفك الذكي وهذا ينطبق على البث المباشر أيضا

٣/ مهارة الإختزال وكتابة نصوص قصيرة وواضحة واختيار صور معبرة.

٤/ مهارة التصوير بالفيديو و تحريره بالهاتف المحمول وهذا يتطلب مهارات من بينها:

٥/ مهارة استخدام برنامج اضافة شريط أسفل الشاشة lower third. ودمج الصوت ومؤثرات الربط والانتقال بين المشاهد

٦/ مهارة توظيف الوسائط المتعدد لإنتاج محتوى يلائم النشر في أكثر من وسيلة إعلامية.

ثانيا: التدريب و التأهيل

إن عملية جمع الأخبار وتحريرها وبثها عبر جهاز واحد "المحمول" ليست بالمهمة السهلة، خاصة وان صحفيو المحمول مطالبون بإنجاز التغطيات الإخبارية بسرعة، فالتكنولوجيا بمفردها لا تملك قوة دفع ذاتية لإنجاز هذه المهام، فهي تحتاج إلى ايدي ماهرة ومدرية، قادرة على التعامل مع المحمول وتطبيقاته والاستفادة منه لأقصى حد ممكن.

فيما تأهل آلاف الإعلاميين الذين يمارسون مهنتهم في الوقت الحاضر لعصر غير عصرهم، إذ تمت تهيئتهم للعمل في الجرائد اليومية و المجلات و وكالات الأنباء أو في المحطات الإذاعية و التلفزيونية. ومع التغيرات التي يشهدها القطاع الإعلامي، وجد هؤلاء أنفسهم أمام واقع جديد، مضطرون للعمل في بيئة عمل تتحكم فيها تقنيات وأدوات لم يعهدها من قبل أهمها المحمول وتطبيقاته. و لحسن الحظ فان صحافة المحمول غير معقدة ويمكن تعلمها بسهولة من خلال التدريب.

فقد صاحب التطور في مهام الإعلاميين والأدوار الموكلة إليهم إهتماما كبيرا بعمليات التأهيل والتدريب. وباتت الإدارة الإعلامية مهتمة بأن يدرك كل صحفي أنه مطالب بتعدد مهاراته لموافاة احتياجات البيئة الإخبارية متعددة المنصات سواء بإدراج ذلك في عقودهم أو بتوفير التدريبات اللازمة لهم بشكل ملزم، مما دفع مؤسسات إعلامية لتخصيص جزء من ميزانيتها لهذا الغرض والحفاظ على معدل منتظم ومتنوع وكفاء من التدريبات التي يحصل عليها صحافييها. (الزهران.فاطمة:،ص٤٩-٥٠)

وعلى سبيل المثال فقد عقدت مؤسستي الجزيرة الإعلامية في قطر وقناة العربية دورات تدريبية بشأن صحافة المحمول، لتحفيز الإعلاميين للتوجه إلى صحافة المحمول. وتعد "بي بي سي" ورويترز من المؤسسات الرائدة في مجال صحافة المحمول، والتي أدخلت تقنية الهواتف الذكية في غرف الأخبار الخاصة بهما وقامت بتجهيز صحفيي الهاتف المحمول لديها بأدوات ونصائح لإعداد التقارير بسرعة وكفاءة.

كما تعمل المؤسساتان على تدريب صحفيين من خارج المؤسسة في مجال صحافة المحمول، كما يقدم معهد "بي بي سي" المتوفر على شبكة الإنترنت دروس عديدة لاحتراف صحافة المحمول.

ثالثاً: كفاءة الوسيلة - المحمول

ينفرد المحمول بأنه أداة صحفية إلى جانب كونه وسيلة إعلامية، والميزتان لم تجتمعان في أي وسيلة إعلامية في تاريخ وسائل الإعلام قاطبة، فضلاً عن أنه منصة تتجمع عليها وسائل الإعلام اعترافاً منها بأنه الوسيط الإعلامي الأكثر جماهيرية. وعلى منصة المحمول يتم إنتاج المحتوى الإعلامي، وتتجزأ التغطية الإعلامية بكافة أشكالها ومراحلها وهذه ميزة أخرى لم تتوفر لأي وسيلة إعلامية من قبل. ولخص الصحافي الأميركي جيف روث مدير تحرير محطة (فوكس نيوز) مزايا المحمول في العمل الإعلامي في مؤتمر دبلن لصحافة المحمول عندما لوح بهاتفه "الآيفون ٦" مخاطباً الإعلاميين: "أنسى الكاميرا والميكرفون الضخم وجهاز الإضاءة، هذا كل ما تحتاجه لتقوم بقصة صحافية محترفة وستقوم بها لوحدك". كما أن المحمول مزود بتطبيقات وتقنيات وسائط متعددة يمكن تطويرها وتحديثها بسهولة عبر متاجر "غوغل بلاي" و "موبايل ون ماركت" في الهواتف العاملة بنظام أندرويد، ومخزن أبل الخاص بجهازي الآيفون و الآيباد، إلى جانب قابليته لاستيعاب ملحقات ومعدات إضافية تعمل على تحسين جودة أداءه. كما يوفر كما هائلاً من

تطبيقات الوسائط المتعددة يستفاد منها " في نقل وقائع الأحداث بالنص أو الصوت، أو الفيديو، أو الرسوم البيانية، ونقل شهادات الناس الشفهية، مما يتيح فهما أفضل للأحداث". فالوسائط المتعددة تشكل عناصر أساسية للعمل الإعلامي في وقتنا الراهن كونها:

أن اكتشاف قدرات الهواتف المحمولة في التغطيات الإعلامية يضع بين أيدي الإعلاميين أدوات جديدة سهلة الاستخدام، خاصة في المناطق التي يصعب إدخال الكاميرات التقليدية إليها، أو في لحظات الأحداث الطارئة والعاجلة التي قد لا تتوفر فيها الكاميرا التقليدية. ومع استخدام هذه الهواتف باحترافية، بات يمكن للمرسل الإعلامي إنتاج مواد مصورة تكون بالمستوى المطلوب لعرضها على الشاشة".

أن اكتشاف قدرات الهواتف المحمولة في التغطيات الإعلامية يضع بين أيدي الإعلاميين أدوات جديدة سهلة الاستخدام، خاصة في المناطق التي يصعب إدخال الكاميرات التقليدية إليها، أو في لحظات الأحداث الطارئة والعاجلة التي قد لا تتوفر فيها الكاميرا التقليدية ومع استخدام هذه الهواتف باحترافية، بات يمكن للمرسل الإعلامي إنتاج مواد مصورة تكون بالمستوى المطلوب لعرضها على الشاشة.

أن الهواتف المحمولة ساعدت الإعلاميين والهواة في تسجيل أحداث في مناطق يصعب إدخال الكاميرات التقليدية إليها، والظفر بلحظات الأحداث الطارئة والعاجلة التي قد لا تتوفر فيها الكاميرا التقليدية. ومع استخدام هذه الهواتف باحترافية، بات يمكن للمرسل الإعلامي إنتاج مواد مصورة تكون بالمستوى المطلوب لعرضها على الشاشة" و"لما كانت التغطية الخبرية، تقوم على مبدأ السرعة في الوصول إلى الأخبار وبثها"، فإن المحمول ربما أكثر من غيره، يعين الإعلامي على تحقيق مبدأ السبق الإعلامي. ويكفي أن المحمول أكثر الأجهزة انتشارا بين الناس مما يدعم جماهيرية صحافة المحمول". (جابر. جاسم: ص ٣٧)

وإلى جانب ذلك يتسم المحمول بخفة الوزن، وسهولة حمله، والتنقل به، وإمكانية ربطه بخدمة الانترنت المتنقل "واي فاي" والاستفادة من مزايا الجيل الرابع 4 جي ذو السرعة العالية والسعة الاستيعابية الكبيرة والذي يتيح حجم أكبر لحركة البيانات وتنقلها إلى جانب إمكانية رفع.

رابعاً: بيئة العمل

أنهت صحافة المحمول ثقافة العمل الجمعي الذي ساد بالمؤسسات الإعلامية ردها من الزمن، وأصبح الإعلامي بمفرده يقوم كل المهام one man show، كما غيرت من طبيعة غرف الأخبار التقليدية، ونجد في تجربة شبكة فوكس نيوز مثالا جيدا في هذا الخصوص، حيث أنشأت الشبكة محطة قائمة بشكل أساسي على صحافة الموبايل. تم تجهيز غرفة للأخبار تتسم بالديناميكية العملية تتناسب مع صحافة الموبايل. أستديو أنيق خال من المكاتب المتراسة والعاملين الضجرين. الهدف، كما يؤكد مدير الشبكة، هو جعل أكبر عدد من الصحافيين يعملون في الخارج ويقومون بكل المهام.

يقول جيف روث مدير تحرير محطة فوكس نيوز الأمريكية ان أساليب العمل التقليدية باتت مملة، ويدعو الإعلاميين للتخلص منها واستبدالها بالهاتف الذكي، ويقول إنه لم يعد مبررا عمل الإعلاميين من مكاتبهم، ولا توجد حاجة إلى فريق عمل وفي جيبك هاتفك الذكي. على المحرر أن يذهب مباشرة إلى ميدان الحدث ويرسل كل ما يريده بضغطة زر.

ويؤكد روث أن المحمول جعل أكبر عدد من الصحافيين يعملون في الخارج، ويقومون بمهام، "التصوير، تسجيل الصوت، والتحرير عبر الهاتف الذكي، خلال وقت قصير، وارسالها إلى مؤسساتهم الإعلامية.

هذه الطريقة خلقت بيئة لم تالفها الصحافة من قبل، وجعلت صحفio محطة "فوكس نيوز" التلفزيونية يعملون بشكل أسرع وأكثر إنتاجا من منافسيهم بمحطات أخرى،

وبسبب أنهم لا يذهبون للمحطة فقد باتوا أكثر التصاقا ومعرفة بالمجتمعات التي يقومون بتغطية أخبارها) أن الهواتف المحمولة وضعت بين أيدي الإعلاميين تقنيات جديدة سهلة الاستخدام، خاصة في مناطق يصعب فيها دخول الكاميرات التقليدية، أو في لحظات الأحداث الطارئة والعاجلة. ومع استخدام هذه الهواتف باحترافية، تمكن المراسل الإعلامي من إنتاج مواد مصورة بالمستوى يمكن عرضها على الشاشة".

و يعد المحمول مألوفا لدى الناس، ولا يهابه ضيوف المقابلات الإعلامية، ويعرض روث صورة لفريق تلفزيوني كامل مصوب كاميراته والمايك الضخم أمام أحد المسؤولين ويعلق ساخرا: "بالتأكيد سيشعر الضيف بالخوف ويتردد في التحدث..، ولكن لو وضعت أمامه كاميرا "آيفون" سيشعر بالاطمئنان وينطلق بالحديث.

ويقول روث تجربتنا أثبتت جدوى الاستخدامات الإعلامية للمحمول "حيث سجلت نتائج ايجابية ملموسة وغيرت من طبيعة غرف الأخبار التقليدية. لقد اعتمدت شبكة فوكس نيوز تأسيس محطة محلية قائمة بشكل أساسي على صحافة المحمول. تحوي على غرفة للأخبار تتسم بالديناميكية العملية لتتناسب مع هذا النوع من العمل الإعلامي. واستديو أنيق خال من زحام المكاتب المتراسة وضجر العاملين.

وتسعي الخطوة إلى، دفع أكبر عدد من الصحفيين للعمل خارج المكاتب، مستخدمين الهواتف المحمول في إنجاز كل مهام التغطيات من "تصوير، تسجيل الصوت، تحرير"، وما على المراسل إلا أن يبعثها وتقوم المحطة ببثها. بهذه الطريقة نخلق بيئة صحافية حديثة تستفيد من التطور التقني السريع للأجهزة الذكية. صحافيو فوكس نيوز وفقا لروث أصبحوا أسرع وأكثر إنتاجا من منافسيهم بمحطات أخرى، سبب أنهم لا يذهبون للمحطة بل إلى ميدان العمل مباشرة، فقد باتوا أكثر التصاقا ومعرفة بالمجتمعات التي يقومون بتغطية أخبارها).

ويؤكد مختار الإبراهيم، وهو صحفي عربي : إن أهمية صحافة المحمول تتعاظم في المناطق التي يمنع فيها التصوير موضحا تجربته في هذه الظروف مستخدما جهاز

"آيفون ٥" لصغر حجمة". (Ivo Burum and Stephen Quinn:2016, p 11) وتدعو رنا الصباغ، مديرة شبكة "أريج" التنفيذية "الإعلاميين لتعلم إنتاج وتحرير القصص الإعلامية باستخدام هواتفهم النقالة، والتنوع في سرد القصص وعرض وجهات النظر حولها. بما يمكن الإعلام من عبور الحدود الدولية، والوصول إلى الأماكن المهمشة. وغالبا، ما يكون العمل بالهاتف المحمول أكثر أمانا من حمل كاميرات تصوير كبيرة وحقيبة كمبيوتر لا بتوب في منطقة تشهد أحداث دامية كالشرق الأوسط.

صعوبات صحافة المحمول

كشفت تجارب عملية أن صحافة المحمول لا تخلو من مخاطر وتحديات، وفي السياق يروي الإعلامي بـ"الإذاعة القومية الأمريكية" شارلي ماير، المأزق الذي وقع فيه مراسل لإحدى القنوات التلفزيونية، أثناء إجراءه مقابلة على الهواء مباشرة مع مسؤول في حملة هيلاري كلينتون لانتخابات الرئاسة بأمريكا عام ٢٠٠٨، "، عندما فقد الاتصال بالإنترنت في اللحظة المهمة من اللقاء.

المشاكل قد تحدث والأخطاء قد تقع، ويمكن التقليل من آثارها أو حتي تفاديها بالحرص والتجهيز المسبق، وذلك بالتأكد من جاهزية الأدوات، كبطارية الهاتف الذكي، ومزودات الطاقة الكهربائية "شواحن" وتواجد الأدوات الملحقة التي تساعد على جودة التغطية.

- صعوبات التحقق من محتوى المستخدمين و الهواة

تواجه صحافة المحمول تحديات عديدة على صعد مختلفة، تتعلق بقدرات الإعلامي، وبيئة العمل وأخرى وليدة لحظتها في ميدان العمل. ومنها ما نتج عن مزايا تحسب لصحافة المحمول، مثل مشاركة الهواة في صناعة الصحافة، الأمر الذي أفضى إلى مشاكل تمس أخلاقيات ومبادئ العمل الإعلامي، مثل المصداقية والدقة، تزايدت مخاطرها مع تنامي إهتمام وسائل الإعلام بهذا النوع من المحتوى، حيث تسعى

مؤسسات مثل "السي ان ان"، و"رويترز" و"ياهو" و جاسمين نيوز في سريلانكا إلى تسخير قوة المواطنين الإعلاميين لصالح خدماتهم الإعلامية.

أثرت هذه الخطوة على المنتج الإعلامي، وعلى طبيعة الممارسة الإعلامية نفسها، ومفهوم الإعلامي ودوره نتيجة تبادل الأدوار بين المحترفين والهواة في صناعة المحتوى الإعلامي. وجد المحررين أنفسهم مضطرون للتعامل مع محتوى يحمل أخبار نوعية وسبق صحفي أحيانا، و أخبار مفبركة تتضمن مغريات تثير حماسهم للنشر أحيانا أخرى. أمام هذا الواقع تتأرجح قراراتهم، خاصة وأن تفويت الفرص، قد يحسب ضد الإعلامي، فيوقع اللائمة على نفسه، كما أن نشر أخبار لا يعلم مدى صدقها، قد يكون خطأ فادحا.

في خضم ذلك تظل هناك حقائق ثابتة، وهي أن المستخدمين في الغالب لم يحصلوا على تدريب في مجال الصحافة، وهم ليسوا موظفين لدي "جهة معينة"، وليس لديهم بوليصه تأمين، لذا يجب تذكر ذلك عند التعامل مع هؤلاء الأشخاص ومع المحتوى الذي يقدمونه لنا) حرصا على سلامتهم في حال كانت المعلومات التي قدموها تشكل خطورة على حياتهم. (مرعي. منتصر وآخرون: ٢٠١٧، ص ١٧٥)

- أعباء تعدد المهام

زاد تعدد المهام عبء العمل علي الإعلاميين، هذا ما تؤكدته دراسات دولية، أجريت لقياس" آثار تعدد المهام على الإعلاميين التلفزيونيين، وخلصت إلى أن تعدد المهام الإخبارية يؤثر سلبا على نوعية الأخبار المنتجة و"حارس البوابة" الوظيفة التقليدية للصحافة.

وأشارت دراسة أجريت لقياس تأثيراته في غرف الأخبار التلفزيونية في بريطانيا وإسبانيا، إلى أن الإعلاميين الأصغر سناً، أمكنهم التكيف مع الأدوار بسرعة نسبية، فيما كان هناك قلق بشأن تأثيرها على جودة الأخبار المنتجة. حيث "أن تعدد المهام يترك للصحفيين وقتاً أقل للإضطلاع بالممارسات الإعلامية التقليدية، مثل التحقق

من المصادر وإيجاد المعلومات القيمة. كما" تعرض الإعلاميين لضغوطات نفسية وفنية، خاصة، وأن كبار السن منهم لم يعتد على التعامل مع التقنيات الحديثة، بالإضافة إلى أن إكتساب المهارات الفنية يحتاج إلى وقت ومال وهو ما يمثل أعباء إضافية^{١١١}(جابر.جاسم:٢٠٠٥،ص٥٩)

وتشير دراسة أنجزها بيت باكر بجامعة أمستردام، أن كثرة المهام الملقاة على عاتق الإعلامي العامل في المجال الرقمي، تدفع بالكثير من المؤسسات الإعلامية إلى الزيادة في معدل إنتاج المواد وإقتباس تقنيات زراعة المحتوى، وطبعًا تؤثر هذه الزيادة على جودة المواد.

ولحسن الطالع فقد فرت شركات مثل "غوغل" حلول مفيدة في هذا المجال عبر مواقع خاصة بالتحقق من المحتوى بكافة أشكاله. ومع ذلك فالأخطاء تقع، وتنتشر يوميا صور ومقاطع على الشاشات والمنصات الرقمية سرعان ما يتضح انها قديمة أو مفبركة. (مرعي. منتصر وآخرون:٢٠١٧،ص١٤). يصعب التحقق من موثوقية المحتوى المنتج من قبل المستخدم العادي، فالكمية المنتجة خاصة في أوقات النزاع قد تتضمن شيئا من التحيز الحقيقي من قبل المواطن الذي يقوم بالتغطية.

دوافع استخدام صحافة المحمول

أولا : دوافع تتعلق بالصحفيين

ينظر الصحفيون "المحترفون والهواة" إلى المحمول كأداة متعددة المزايا تساعد في إنجاز مهامهم الصحفية وبثها بشكل مباشر وسريع عبر منصات متعددة. ويؤكد غلين مولكا هي مؤسس "مؤتمر دبلن" والمتخصص في "صحافة المحمول"، أن صحافة المحمول احدثت غيرت طرق انتاج وتقديم الأخبار، وأن الطرق التقليدية آخذة بالتراجع، وستتهار تدريجيا مثلما حدث للصحف خلال الـ ١٠ سنوات الماضية. كما غيرت سلوك المستخدمين، فأصبحوا أقل صبرا وأكثر تعجلاً، يريدون أن يشاهدوا الأحداث بأسرع وقت ممكن.

ويوضح عدد من الصحفيين دوافعهم للعمل في مجال صحافة المحمول، ويصف جيف روث مدير تحرير محطة فوكس نيوز الأمريكية أساليب العمل التقليدية بأنها مملة ويدعو الصحفيين للتخلص منها واستبدالها بالهاتف الذكي، ويقول إنه لم يعد مبررا عمل الصحفيين من مكاتبهم، ولا توجد حاجة إلى فريق عمل وفي جيبك هاتفك الذكي. على المحرر أن يذهب مباشرة إلى ميدان الحدث ويرسل كل ما يريده بضغطة زر.

ويؤكد روث إن المحمول جعل أكبر عدد من الصحفيين يعملون في الخارج، ويقومون بمهام، "التصوير، تسجيل الصوت، والتحرير عبر الهاتف الذكي، خلال وقت قصير، وإرسالها إلى مؤسساتهم الإعلامية.

هذه الطريقة خلقت بيئة لم تالفها الصحافة من قبل، وجعلت صحفيو محطة "فوكس نيوز" التلفزيونية يعملون بشكل أسرع وأكثر إنتاجا من منافسيهم بمحطات أخرى، وبسبب أنهم لا يذهبون للمحطة فقد باتوا أكثر التصاقا ومعرفة بالمجتمعات التي يقومون بتغطية أخبارها. أن الهواتف المحمولة وضعت بين أيدي الصحفيين تقنيات جديدة سهلة الاستخدام، خاصة في مناطق يصعب فيها دخول الكاميرات العادية، أو في لحظات الأحداث الطارئة والعاجلة. ومع استخدام هذه الهواتف باحترافية، تمكن المراسل الصحفي من إنتاج مواد مصورة بالمستوى يمكن عرضها على الشاشة".

كما يعد المحمول مألوفاً لدى الناس، ولا يهابه ضيوف المقابلات الصحفية، ويعرض روث صورة لفريق تلفزيوني كامل مصوب بالميكروفون وكاميراته الضخمة أمام أحد المسؤولين ويعلق ساخراً: "بالتأكيد سيشعر الضيف بالخوف ويتردد في التحدث، ولكن لو وضعت أمامه كاميرا "آيفون" سيشعر بالاطمئنان وينطلق بالحديث.

ويقول روث تجربتنا أثبتت جدوى الاستخدامات الصحفية للمحمول "حيث سجلت نتائج ايجابية ملموسة وغيرت من طبيعة غرف الأخبار التقليدية. لقد اعتمدت شبكة فوكس نيوز تأسيس محطة محلية قائمة بشكل أساسي على صحافة المحمول. تحوي

علي غرفة للأخبار تتسم بالديناميكية العملية لتتناسب مع هذا النوع من العمل الصحفي. وأستوديو أنيق خال من زحام المكاتب المتراسة وضجر العاملين. وتسعي الخطوة إلى، دفع أكبر عدد من الصحفيين للعمل خارج المكاتب، مستخدمين الهواتف المحمول في إنجاز كل مهام التغطيات من "تصوير، تسجيل الصوت، تحرير"، وما على المراسل إلا أن يبعثها وتقوم المحطة ببثها. بهذه الطريقة نخلق بيئة صحافية حديثة تستفيد من التطور التقني السريع للأجهزة الذكية. صحافيو فوكس نيوز وفقا لروث أصبحوا أسرع وأكثر إنتاجا من منافسيهم بمحطات أخرى، سبب أنهم لا يذهبون للمحطة بل إلى ميدان العمل مباشرة، فقد باتوا أكثر التصاقا ومعرفة بالمجتمعات التي يقومون بتغطية أخبارها.

ويؤكد مختار الإبراهيم، وهو صحفي عربي: إن أهمية صحافة المحمول تتعاظم في المناطق التي يمنع فيها التصوير موضحا تجربته في هذه الظروف مستخدما جهاز إيفون ٥ لصغر حجمة". تدعو رنا الصباغ، مديرة شبكة "أريج" التنفيذية " الصحفيين لتعلم انتاج وتحرير القصص الصحفية باستخدام هواتفهم النقالة، والتنوع في سرد القصص وعرض وجهات النظر حولها. بما يمكن الإعلام من عبور الحدود الدولية، والوصول إلى الأماكن المهمشة. وغالبا، ما يكون العمل بالهاتف المحمول أكثر أمانا من حمل كاميرات تصوير كبيرة وحقيبة كمبيوتر لابتوب في منطقة تشهد أحداث دامية كالشرق الأوسط (Ivo Burum , Mojo Workin:2017,p)».

وبفضل صحافة المحمول تعززت علاقة الصحفيين المحترفين، بالصحفيين الهواة فأصبحوا من مصادره المهمة للوصول إلى الأخبار، كما هو الحال في سوريا التي تعيش ماسي الحرب، فالقصة في سوريا هي تلك التي تنقل للإعلام عبر المحتوى الذي يقدمه المستخدم، ليس هناك وجود للصحفيين المستقلين إلا في حالات إستثنائية نادرة واستطاع صحفيون محترفون استثمار هذه العلاقة حتى "وصل الأمر إلى قيام الصحفي المحترف بإدارة حوارات إعلامية مع ضيوف يحاورهم مواطنون "هواة.

ولما كان "المصدر - في عملية الاتصال - هو منشئ الرسالة الاتصالية فإن هذا المصدر - كما يؤكد أساتذة الاتصال الجماهيري - يؤثر تأثيرا كبيرا في هذه العملية بحيث تتوقف فاعلية الاتصال علي مدى تقبل الجمهور المتلقي للمصدر وطريقة تقبله له، وهو ما يسمى في عملية الاتصال الاقناعي بتأثير المصدر. (حسين، سمير: ١٩٩٢، ص ٩٠-٩١)

وقد أحدث مشاركة الصحفيين الهواة في العمل الصحفي تحولا في الأدوار التي يقوم بها المحترفون " إذ لم يعد 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 بتلقي ما يملأ عليه.

دوافع تتعلق بالوسيلة " المحمول "

ينفرد المحمول بأنه أداة صحفية إلى جانب كونه وسيلة إعلامية، و منصة تجمع عليها وسائل الإعلام اعترافا منها بأنه الوسيط الإعلامي الأكثر جماهيرية. وهذه الميزات لم تجتمع في أي وسيلة إعلامية في تاريخ وسائل الإعلام قاطبة. وقد لخص الصحافي الأميركي جيف روث مدير تحرير محطة (فوكس نيوز) مزايا المحمول في العمل الصحفي في مؤتمر دبلن لصحافة المحمول عندما لوح بهاتفه "الآيفون ٦ " مخاطبا الصحفيين: "أنسى الكاميرا والميكروفون الضخم وجهاز الإضاءة، هذا كل ما تحتاجه لنقوم بقصة صحافية محترفة وستقوم بها لوحدك.

كما أن المحمول مزود بتطبيقات وتقنيات وسائط متعددة يمكن تطويرها وتحديثها بسهولة عبر متاجر "غوغل بلاي" و "موبايل ون ماركت" في الهواتف العاملة بنظام أندرويد، ومخزن أبل الخاص بجهازَي الآيفون والآيباد، إلى جانب قابليته لاستيعاب ملحقات ومعدات إضافية تعمل علي تحسين جودة أداءه. كما يوفر كما هائلا من تطبيقات الوسائط المتعددة يستفاد منها " في نقل وقائع الأحداث بالنص أو الصوت، أو الفيديو، أو الرسوم البيانية، ونقل شهادات الناس الشفهية، مما يتيح فهما افضل

للأحداث. فالوسائط المتعددة تشكل عناصر أساسية للعمل الصحفي في وقتنا الراهن كونها: (مدقن.كلثوم: ٢٠١١، ص ١٠٤)، (الحديدي.منى: ٢٠١٥، ص ١٧)، (عبد الرزاق. انتصار والساموك. صفد: ٢٠١١، ص ٢٥)

أن اكتشاف قدرات الهواتف المحمولة في التغطيات الصحفية يضع بين أيدي الصحفيين أدوات جديدة سهلة الاستخدام، خاصة في المناطق التي يصعب إدخال الكاميرات العادية إليها، أو في لحظات الأحداث الطارئة والعاجلة التي قد لا تتوفر فيها الكاميرا العادية. ومع استخدام هذه الهواتف باحترافية، بات يمكن للمرسل الصحفي إنتاج مواد مصورة تكون بالمستوى المطلوب لعرضها على الشاشة" (ديماسي. نادين: ٢٠١٦، ص)

دوافع تتعلق بالمستخدمين

أدى الرواج السريع للأجهزة المحمولة إلى نشو نوع جديد من المستخدمين، يفضل المحمول علي أجهزة الكمبيوتر المحمولة والمكتبي، ووسائل الإعلام التقليدية. ووضع تحديا أمام مؤسسات الإخبارية وللصحفيين لإنتاج أخبار تتناسب مع مستخدمين لديهم القليل من الشبه بقراء صحف الأمس أو مشاهدي نشرات الأخبار ومستخدمي المواقع الإلكترونية.

والمحتوى المنتج عبر المحمول يجب أن يراعي طبيعة مستخدمه المتعجل، والذي ينتقل بسرعة من محتوى إلى آخر عبر الصفحات ويقرأ بطريقة المسح السريع بحثا عن ما هو مهم. كما يراعي صغر شاشة المحمول التي لا تشجع علي مواصلة القراءة لمدة طويلة، لذلك فإن صحافة المحمول التي تركز بشكل خاص علي الفيديو أو الأخبار القصيرة المقتضبة تعتبر مناسبة.

ويتضح مما سبق أن الأجهزة المحمولة لم تغير طريقة استهلاك الأخبار فحسب، بل أيضا الطريقة التي يتم بها إنتاج المحتوى، حيث أصبحت تلك الأجهزة وسيلة راسخة لبث الأخبار، لا غنى عنه في عصرنا الحاضر. وتسعى صحافة المحمول أن ترسخ طرق حديثة في مجال تقديم الأخبار تتفق مع ما كان سائداً من قبل من حيث القيم المهنية والاخلاقية.

وتزدهر صحافة المحمول عاما بعد الآخر، خصوصا مع صعود الأجيال الجديدة من الهواتف، والاعمال الجديدة من المستخدمين، الذين ولدوا ونشأوا في زمن سيطرة الهواتف الذكية علي مجمل الحياة العملية في العديد من مدن العالم.

ويوضح تقرير اعدته شركة أريكسون للهواتف عام ٢٠١٧م إن ما يقارب ٦٠% من المشاهدين يفضلون متابعة المحتويات حسب الطلب على مشاهدة برامج التلفزيون المجدولة، وان يُشاهد ٥٠% من محتويات التلفزيون والفيديو على شاشات الأجهزة المتنقلة عام ٢٠٢٠م، بزيادة قدرها ٨٥% منذ عام ٢٠١٠. ساهمت عوامل عديدة في زيادة إهتمام المؤسسات الإخبارية بصحافة المحمول منها (نصر.حسني:٢٠١٣، ص١٦٠-١٦١)

- استخدام المحمول من قبل كل الفئات العمرية تقريبا بما فيها فئة الأطفال، تشير الدراسات في هذا الصدد إلى أن ثلاثة أرباع الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ٧-١٥ عاما في بريطانيا-علي سبيل المثال- يمتلكون محمول واحد علي الأقل.
- زيادة توقعات جماهير وسائل الإعلام من هذه الوسائل علي صعيد السرعة في نشر الاخبار. إذ أصبح الجمهور بفعل تطور تقنيات الاتصال ووسائل النشر الحديثة يتوقع أن يرى ويسمع القصة وقت حدوثها مباشرة.

وليس خافيا ما يحدثه المحمول من تحول في نمط إستهلاك وسائل الإعلام والاتصال والتسويق في جميع أنحاء العالم، عن ذلك يقول جوناثان بارنارد، رئيس مؤسسة زينيث للتنبؤ. " يعتبر العديد من الناس كمبيوتراتهم اللوحية وهواتفهم الذكية الملاذ الأول للبحث عن المعلومات أو الترفيه هذا التوجه يجب أن يقود المؤسسات بإتجاه الهواتف للتواصل مع هؤلاء الناس علي نحو فعال (Jonathan Barnard:2018,p)

الفصل الخامس

الدراسة التطبيقية

يعرض هذا الفصل الجانب التطبيقي من البحث، الذي يتناول صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية دراسة على الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة من ٢٠١٥م - ٢٠١٧م. حيث يقدم توصيفا واقعيا وعمليا يوضح مدى معرفتهم لصحافة المحمول و اعتمادهم عليها في أداء مهامهم الصحفية، ودوافعهم لاستخدامها ويكشف انعكاساتها على أدائهم لمهامهم الإعلامية، وذلك من خلال قراءة الفروق بين أفراد العينة وفقا للخصائص الديموغرافية الأولية المتمثلة في النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي والخبرة العملية و المسمى الوظيفي أو المهني.

وتأتي الدراسة التطبيقية من المنطلقات الرئيسية التي تم إعتماها إبتداء من العنوان والإطار النظري وأدبيات البحث المتسقة مع الفرضيات والأهداف في منهج علمي مقنن. يتضمن الفصل التعريف بمجتمع الدراسة وعينته، ويوضح أسباب إختيارهما، ويعرض مؤشرات ودلالات أداة الدراسة الرئيسية (الإستبانة) التي إستهدفت مشكلة البحث وأهدافه ويوضح إجراءات تصميمها وآلية إختبار الصدق والثبات وأساليب التحليل والمعالجة الإحصائية كما يعرض النتائج والتوصيات التي خلصت إليها الدراسة.

أولاً: نبذة عن واقع الإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة

تضم دولة الإمارات مجتمعا إعلاميا متجانسا، حيث تحضن سبع مدن إعلامية وعشرات المؤسسات الإعلامية العربية والإقليمية والدولية التي يعمل بها المئات من الكفاءات الإعلامية العربية ، وهي بذلك تمثل مجتمعا مصغرا لتجمع الإعلاميين العرب. أحتلت الإمارات عام ٢٠٠٨م المرتبة الثالثة عربيا من حيث حرية الصحافة و ٦٩ عالميا .

وقد "بدأت دولة الإمارات تطبيق التوجه الإلكتروني، انطلاقا من رؤية واضحة وإدراك تام بأن تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وخلق مجتمع معرفي متطور هما أساس

النجاح في عصر المعلومات. واصبحت من أكبر مستخدمي التكنولوجيا المعلومات في العالم العربي، وبناء علي التصنيف الذي أصدرته هيئة المعلومات الدولية (IDC) عام 2000 حازت الدولة علي المركز السابع والعشرين، من بين خمس وخمسين دولة، وفقا لمؤشر المجتمعات المعلوماتية، ويوم هذا المؤشر بقياس انجازات الدول في تقنيات الاتصال والمعلومات والمجالات المرتبطة بها، ومستوى الاستخدام والاستعداد الدولة للتعامل والتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات^١. كما حققت دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى اقليمياً، والمرتبة التاسعة والعشرين عالمياً في مؤشر القدرة التنافسية لتقنية المعلومات، وفقاً للتقرير الذي أصدره المنتدى الإقتصادي العالمي - إنسياد لعام ٢٠٠٨^٢

تعد وسائل الإعلام في دولة الإمارات حديثة نسبياً من حيث تاريخ النشأة مقارنة بمثيلاتها في الدول العربية. حيث يعود تاريخ نشأتها إلى أواخر الستينات وبداية السبعينات القرن العشرين وكانت البداية بالصحف الورقية، حيث تعتبر صحيفة "الخليج" أول صحيفة بالدولة ويعود تاريخ صدورها إلى بداية سبعينات القرن العشرين ، لكن المشهد الإعلامي تطور بسرعة مدفوعاً بالتطور الذي حدث في كافة مناحي الحياة بالدولة وتمكن الإعلام الإماراتي من تجاوز خبرات من سبقوه ومن ثم التقدم بسرعة ليبلغ مكانة مرموقة في العالم، كما نجح إلى حد كبير في إستقطاب أحدث التقنيات الإعلامية.

ظلت وسائل الإعلام الإماراتية يتابع عن كثب المستجدات في قطاع الإعلام العالمي وتتأقلم معه وتحسن من أسلوبها وطريقة أدائها مستفيدة من سياسة الإنفتاح على العالم المتبعة بالدولة فضلاً عن امتلاكها إمكانات فنية ممتازة أهلتها لتكون ضمن الأسرع نمواً وتطوراً في المنطقة.

شهدت وسائل الإعلام الإماراتية تطوراً ملحوظاً في استخدام التقنيات الحديثة و الإستفادة من الانترنت ووسائل التواصل مع الجمهور ، حيث إقتحمت وسائل التواصل

^١ "دبي المدينة الإلكترونية الأولى عربياً والثامنة عشرة عالمياً"، مجلة التقنية للجميع، دبي، العدد الثالث، يناير ٢٠٠٤، ص ٢-٣
^٢ "الإمارات الـ٢٩ عالمياً علي مؤشر القدرة التنافسية لتقنية المعلومات "صحيفة البيان، دبي ٦ مايو ٢٠٠٨م

الحديثة، وأصبحت تبتث وتنشر الأخبار والتقارير والفيديوهات والفيديو غراف و الإنفوغراف في كل مكان، لتصل إلى الجميع بصدق عالية ومهنية إحترافية. كما تمتلك غالبية وسائل الإعلام بالدولة تطبيقات على الأجهزة المحمولة، فضلا عن تواجدها عبر منصات مواقع التواصل الإجتماعي.

"تحلت الإمارات المرتبة الرابعة من بين ١٨ دولة عربية بالنسبة إلى متوسط عدد البوابات الإخبارية عبر الإنترنت، كما أن ٣١ % من الصحف الإمارات لديها تواجد على تطبيقات الآيفون".

هناك عوامل عديدة تسرع من عملية تطوير الصحافة والإعلام في الإمارات، أهمها، ما تتمتع به الدولة من بنية تحتية رقمية متطورة في قطاعي المعلومات والاتصالات، إذ تعد قلائل الدول العربية التي تدير مرافقها وتجري خدماته ومعاملاتها عبر الأجهزة الذكية تبعا لنظام الحكومة الذكية الذي تنتهجه، وهي بالطبع تنعكس على قطاع الإعلام وتطوره بإعتباره جزء من هذا الواقع.

كما تحتل دولة الإمارات المرتبة الأولى عالمياً من حيث استخدام الهواتف الذكية، بنسبة تبلغ ٧٣.٨% وفقاً لدراسة أجرتها شركة جوجل ٢٠١٧م . كما تتبوأ المركز الأول عالميا في استخدام الإنترنت، حيث يستخدمه ٩٩% من سكان الدولة. وهي الثانية عالميا في استخدام التكنولوجيا الذكية.

أشارت دراسة إلى أن ٦١ % من سكان الإمارات يوجد معهم هاتف ذكي واحد على الأقل ٧١% منهم يستخدمون الإنترنت بشكل يومي ٦٩% من أصحاب الهواتف يبحثون على الويب باستخدام هواتفهم الذكي، ٨٤% يستخدمون الهاتف الذكي للبحث عن منتج أو خدمة معينة.

ولاحظت الباحثة من خلال عملها في مجال الإعلامي بالدولة حرص العديد من المؤسسات الإعلامية بالدولة على توفير هواتف ذكية لكوادرها تشجيعا منها لاستخدامها في أداء مهامهم العملية والتواصل عبرها مع مصادره الإخبارية مما يسهم في إنتشار صحافة المحمول ، كما إتجهت مؤسسات إلى إطلاق قنوات تلفزيونية خاصة ببحث محتوى الفيديو الذي ينتج عبر الهواتف المحمولة أو مواقع

لمشاهدة الفيديو عبر الانترنت من خلال تطبيقات خاصة أو عبر مواقعها الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي.

مثال لذلك فقد أطلقت صحيفة "البيان" في شهر مارس ٢٠١٨ م موقعا متخصصا بنشر الفيديوهات تحت مسمى "شوف البيان"، التي تعتمد بشكل كبير على صحافة المحمول في تصوير مقاطع الفيديو وبثها على الموقع . مواكبة للتطور والمتغيرات المتسارعة في عالم الصحافة الذكية.

فيما أشارت دراسات حديثة إلى أن ٧٤% من المحتوى الذي تم إستهلاكه عبر الإنترنت في العام ٢٠١٧ م جاء على شكل فيديوهات. كما أعلنت البيان عن فتح قنواتها الرقمية على تلفزيون إنستغرام IGTV . والذي توفر عبره مقاطع فيديو تم انتجها خصيصا للأجهزة الذكية بجودة عالية مع مشاهدة لساعات طويلة. كما "تملك مؤسسة "أبوظبي للإعلام" أربع منصات إلكترونية تشمل موقعي صحيفة "الاتحاد" ومجلة "زهرة الخليج" وقناة زايد الرقمية إلى جانب تطبيق للأجهزة الذكية، اللوحية بنظامي "أندرويد" و "أي أو إس"، وبتيح التطبيق إمكانية متابعة البث التلفزيوني والإذاعي المباشر، وتصفح صحيفة "الاتحاد" ومنشورات الشركة، "زهرة الخليج"، "ماجد" و"ناشونال جيوغرافيك العربية"، كما يرتبط التطبيق بالموقع الإلكتروني لأبوظبي للإعلام، بشكل يسمح بالتحديث الآني للمحتوى من أخبار ومعلومات".

تعد السوق الإماراتية سوقا رئيسية للخدمات التلفزيونية المدفوعة في المنطقة، وهي تحتل المرتبة الثانية حاليا (٢٠١٨) من حيث القيمة السوقية بعد المملكة العربية السعودية. ويتوقع أن قيمة سوق وسائل الإعلام في الإمارات ستتمو من ملياري دولار في العام ٢٠١٥ إلى ٢.٢مليار دولار العام ٢٠١٨، بمعدل نمو سنوي يبلغ ٢% خلال هذه الفترة.

ثانيا: مجتمع الدراسة وعينته :

تعد عملية إختيار العينات في الدراسة العلمي، من الخطوات الأساسية التي تسهم في جمع البيانات والمعلومات، عن مجتمع الدراسة الأصلي، الذي تجري عليه عملية الدراسة، ومن ثم تحليل النتائج وتعميمها. وقد إستهدفت الباحثة بطريقة عمدية غير منتظمة، الإعلاميين العرب ، وتم إختيارهم من العاملين بمؤسسات إعلامية بدولة الإمارات العربية المتحدة، وإختيرت هذه المؤسسات بطريقة عشوائية. وعليه قامت الباحثة بطباعة إستمارة الإستبيان وتوزيعها على مائة صحفي، يمثلون وسائل إعلامية مختلفة، وسمات ديمغرافية متباينة، وبيئات عمل متنوعة في اطار عمدي.

ثالثا : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

١. تصميم الاستبانة:

حتي يتنسى للباحثة الحصول على إجابات واضحة لمشكلة الدراسة وتساؤلاته ، والتحقق من صحة أو عدم صحة فرضياتها، قامت بتصميم إستمارة التحليل (إستبانة)، اعتمادا علي الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، ووفقا للمنهجية العلمية تم تحديد المحاور والفئات من منطلق مشكلة البحث وتطبيقها علي عينة البحث بهدف جمع البيانات عنها. ووضعت مقاييس الوحدات التي تستهدفها وفقا لمعايير الإستمارات العلمية.

و تم توزيع درجات التقويم فيها إلى خمسة مستويات أساسية متدرجة فيما يخص أسئلة الوحدات، وذلك وفقا لنموذج التقويم الخماسي لمقياس (ليكرت) وهو "أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات"، يستخدم في الإستبيانات العلمية وخاصة في مجال الإحصاءات

ويعتمد القياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الإعتراض على النحو التالي:

- أوافق بشدة وتعادل خمس درجات
- أوافق تعادل أربع درجات
- أوافق إلى حد ما تعادل ثلاث درجات
- لا أوافق تعادل درجتان
- لا أوافق بشدة تعادل درجة واحدة

وشملت الإستبانة التالي:

أولاً: السمات الديمغرافية : والتي إستهدف بها قراءة واقع الدراسة وفق تلك البيانات وقراءة دلالات ذلك مع نسق المحاور. تضمنت الإستبانة " ١٤ " محورا للإحاطة بموضوع الدراسة وتحقيق أهدافه والإجابة على تساؤلاته ومشكلته. كما شملت أربعة أسئلة مفتوحة قصد منها التعرف على آراء المبحوثين بشأن كيفية تطوير صحافة المحمول والتعرف على رؤيتهم وتقييمهم لصحافة المحمول من حيث الجودة والكفاءة والقدرة على تحسين الأداء الإعلامي واستشراف مستقبلها.

وقد تمت مراعاة الآتي في بناء أسئلة الإستبانة:

- (1) أن تكون الصياغة واضحة والكلمات مقروءة
- (2) أن تكون سهلة وسليمة اللغة
- (3) التسلسل المنطقي للأسئلة
- (4) عدم ازدواجية الأهداف في العبارة الواحدة
- (5) أن تحتوي على عدد من المحاور

٢. إجراءات تحكيم الإستبانة:

قامت الباحثة بعد تصميم الإستبانة بعدة خطوات للتأكد من صدقها وثباتها وضمان ذلك في الإجابات التي سترد بها لإعتمادها، ومن ثم تحليلها و إستخلاص النتائج، وقد إحتوت الإستبانة على عدد من الأسئلة التأكيدية، التي توضح مدى الصدق في المعلومات والإجابات الواردة من عدم ذلك.

وبعد موافقة مشرف الدراسة، تم تحكيم الإستبانة من قبل متخصصين إعلاميين وأكاديميين من ذوى الخبرة والكفاءة في البحوث العلمية^٣. وأبدى كل منهم ملاحظات على محتوى وتصميم الإستبانة، أخذت بعين الاعتبار و قامت الباحثة على أساسها بتعديل الإستبانة إلى شكلها النهائي. وقد قامت الباحثة بتوزيع إستمارات الإستبانة على عينة إختبارية من مجتمع الدراسة شملت (٢٥) صحفياً، تم إختيارهم بطريقة عشوائية مع مراعاة تنوع السمات الديمغرافية، وذلك بغرض قياس الصدق والثبات لها. من ثم تم تعميمها وتوزيعها على العينة المستهدفة، توزيعاً الكترونياً عبر موقع نادى دبي للصحافة وعبر البريد الإلكتروني الخاص بعدد من الإعلاميين العرب العاملين بالإمارات، كما تم توزيعها يدوياً بالذهاب مباشرة إلى الإعلاميين داخل المؤسسات التي يعملون بها وخارجها، وبعد ذلك تم جمع الإستمارات و التأكد من أن الإجابات شاملة للأسئلة بحيث يمكن إخضاعها للتحليل.

^٣المحكمون هم:

- د . السيد بخيت- جامعة زايد بدولة الإمارات العربية المتحدة
- د جاسم الشيخ جابر - كلية البيان بسلطنة عمان
- د. حسن مصطفى -الجامعة الكندية بأم القوين في دولة الإمارات العربية المتحدة
- د. محمد عايش - الجامعة الأمريكية في الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة
- د. محمد الأمين موسى - جامعة قطر بدولة قطر
- د معتصم بابكر- جامعة أمدرمان الاسلامية في السودان
- د موسى برهومة - الجامعة الأمريكية بدبي - كلية محمد بن راشد للإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة
- د. سهيل دهدال - الجامعة الأمريكية في الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة
- د عبد المولى موسى- جامعة السودان بجمهورية السودان
- د. خضير البياتي - جامعة عجمان بدولة الإمارات العربية المتحدة

٣. إجراءات إختبار الصدق والثبات validity and Reliability :

يستخدم هذا الإختبار لقياس مدى قابلية الإستبانة للتطبيق و إختبار صدق العبارات وثباتها في الحصول على أهداف الدراسة، وذلك من خلال العينة الإستطلاعية المأخوذة من المجتمع المستهدف. (أي أن المقياس يعطي نفس النتائج بإحتمال مساوى لقيمة المعامل، إذا أعيد تطبيقه في نفس الظروف) . وتم قياس صدقها وثباتها باستخدام معادلتى (ألفا كرونباخو سيبرمان . براون). ويأخذ معامل ألفا كرونباخ، قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات، فأن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، والعكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوى الواحد الصحيح. أي أن زيادة معامل (ألفا كرونباخ) تعني زيادة مصداقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة، والصدق هو الجزر التربيعي لمعامل الثبات.

أما معادلة (سيبرمان براون) فقد استخدمت لقياس الارتباط أي (مدى العلاقة بين الظواهر المختلفة لمعرفة ما إذا كان تغير أحدهما أو مجموعة منها مرتبطاً بتغير الأخرى)، وتتراوح معاملات الارتباط بين صفر وواحد (أو -١)، وتشير القيم التي تقترب من ١ إلى وجود ارتباط قوي نسبياً، أما تلك التي تقترب من صفر فتشير إلى ارتباط ضعيف نسبياً. وقد أظهرت المعادلة حقيقة العلاقة بين استخدام صحافة المحمول وأداء المهنة . وبناء على ذلك توصلت الباحثة إلى القراءات التالية:

جدول رقم (٧) يوضح نتائج معامل الثبات والصدق الذاتي

المعامل	معامل الثبات	الصدق الذاتي
ألفا كرونباخ	.859	.927
سيبرمان . براون	.612	.783

أوضح الجدول أعلاه، أن معاملات الثبات والصدق الذاتي لدرجات المحاور أكبر من (٠,٦١)، الأمر الذي يؤكد ثبات وصدق الدرجة الكلية، مما يدل على أن جميع الأسئلة تتسم بدرجة ثبات وصدق مناسبة. ويظهر معامل الصدق والثبات في

معادلة (سبيرمان براون) أرقاماً تقترب من (واحد صحيح) ويشير ذلك إلى وجود ارتباط قوي نسبياً بين استخدام صحافة المحمول وأداء المهنة. أكدت الإحصائيات أعلاه ثبات وصدق الإستمارة وصلاحيته للقياس .

رابعاً: المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قامت الباحثة بترميز الإستمارة، ومن ثم تفريغ البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (statistical) Package for social sciences) والذي يعرف اختصاراً بـ (spss)، وقامت الباحثة بإستعراض كل عبارة في الجدول يوضح عدد التكرارات والنسبة المئوية لكل اجابة، كما استخدمت الاشكال البيانية التوضيحية لتوضيح النسب المئوية.

خامساً : تفسير المعلومات واستخلاص النتائج والتوصيات

بناءً على التحليل الإحصائي، قامت الباحثة بالتفسير والتعليق على نتيجة كل عبارة من عبارات الإستمارة ، وفقاً للمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لها . ودلالات الجذر التربيعي لقيم كاي ومن ثم إستخلاص النتائج والتوصيات الختامية للدراسة

تعريفات إجرائية:

نوضح فيما يلي تعريف لأهم العبارات الإجرائية التي وردت في تحليل نتائج الدراسة الميدانية

الوسط الحسابي:

هو قيمة تتجمع حولها قيم مجموعة ويمكن من خلالها الحكم على بقية قيم المجموعة، فتكون هذه القيمة هي الوسط الحسابي

الانحراف المعياري:

القيمة الأكثر استخداماً من بين مقاييس التشتت الإحصائي لقياس مدى التبعثر الإحصائي، أي أنه يدل على مدى إمتداد مجالات القيم ضمن مجموعة البيانات الإحصائية.

إختبار مربع كاي:

هو أي إختبار فرضيات إحصائي يكون فيه توزيع عينات إحصائيات الإختبار هو توزيع لمربع كاي عندما تكون فرضية العدم صحيحة، أو أي متقارب صحيحاً،

بمعنى أن توزيع العينة (إذا كانت فرضية العدم صحيحة) يمكن أن تجرى وفقا لأقرب توزيع لمربع كاي بالقرب المراد لجعل حجم العينة كبيرا بما فيه الكفاية.

عرض وتحليل وتفسير البيانات

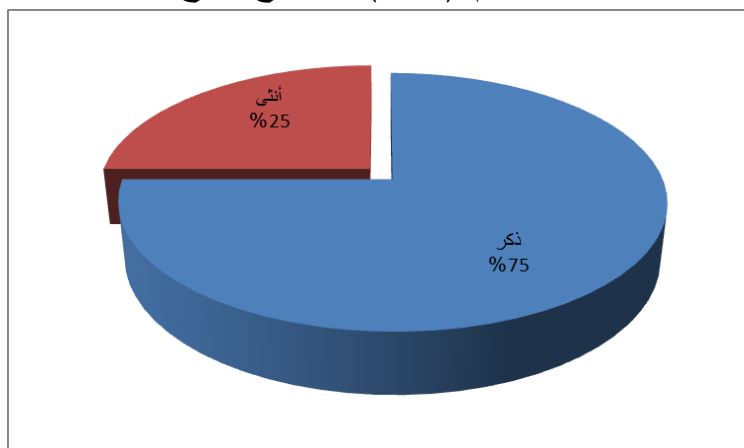
أ/ التوزيع التكراري لخصائص أفراد عينة الدراسة:

١. النوع

جدول رقم (١) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	60	75%
أنثى	20	25%
المجموع	80	100%

الشكل رقم (١-١): يوضح النوع



يوضح الجدول (١) والشكل (١-١)، أن أعلى تكرار لأفراد العينة المبحوثة في النوع (٦٠) وبنسبة (٧٥%) للذكور، ثم الإناث بتكرار (٢٠) وبنسبة (٢٥%). وهذا مؤشر على إرتفاع نسب ممارسي مهنة الصحافة من الذكور ٧٥% مقابل الإناث ٢٥% أي الربع. وبالتالي فإن صحافة المحمول تمارس من قبل الذكور أكثر من الإناث، على رغم من ميزاتها وسهولة استخدامها التي تغري حتي العامة من الهواة باستخدامها.

ولكن هناك جانب آخر يمكن أخذه في الحسبان وهو أن صحافة المحمول تتطلب جرأة في استخدامها خاصة في الجانب المتعلق بالتقدم للتصوير في ميدان الحدث أو المتحدثين في منصة المؤتمرات والندوات الإعلامية. وهي مهمة ظل يؤديها في الغالب الذكور أكثر من الإناث التي إنحصرت مهمتهن على رصد وتوثيق الأحداث بالكتابة أو عبر الميكرفون ، بعيدا عن التصوير الذي يتطلب في بعض الأحيان التزام وسط المصورين وغالبيتهم من الذكور من أجل اللحاق بلقطة مهمة قبل فوات الأوان، والإناث خاصة العربيات، يتحفظن كثيرا على هذه المهمة مما أبعدهن في الغالب عن مهنة التصوير. ما يعني ان صحافة المحمول لم تنجح حتي الان في تغيير الاعتقاد الراسخ للمرأة بعدم العمل في هذا المجال.

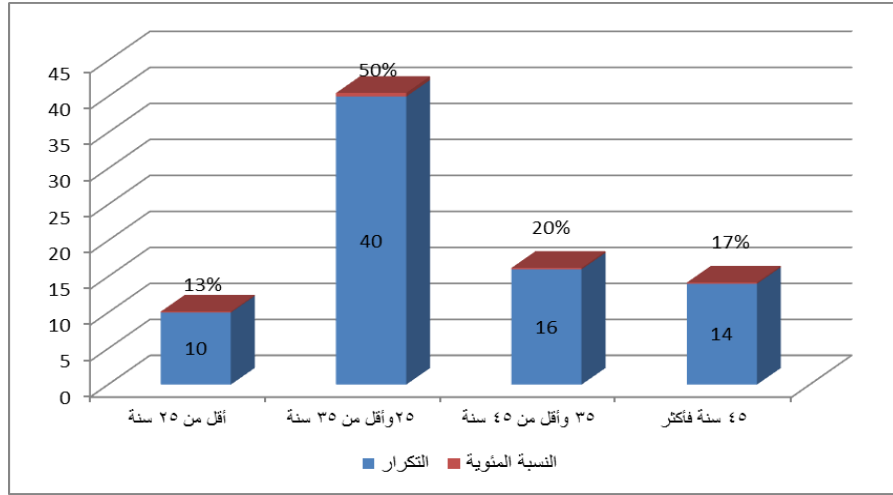
وفي ظل التغيرات التي تشهدها بيئة العمل الإعلامي في عصرنا، واحد أسبابه أنتشار صحافة المحمول، قد تضطر الإعلاميات للقيام بهذا الدور، مما يضعها في المحك لتلبية متطلبات بيئة العمل الحديثة و المتجهة إلى تكريس مفهوم الإعلامي الشامل من حيث المهارات الفنية التي تؤهله لإنتاج محتوى إعلامي بمفرده.

٢. العمر

جدول رقم (٢) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرار	
13%	10	أقل من ٢٥ سنة
50%	40	٢٥ وأقل من ٣٥ سنة
20%	16	٣٥ وأقل من ٤٥ سنة
17%	14	٤٥ سنة فأكثر
100%	80	المجموع

الشكل رقم (١-٢): يوضح العمر



يوضح الجدول (٢) والشكل (١-٢) أن أعلى تكرار لأفراد العينة المبحوثة في العمر (٤٠) وبنسبة (٥٠%) من ٢٥ وأقل من ٣٥ سنة، ثم من ٣٥ وأقل من ٤٥ سنة بتكرار (١٦) وبنسبة (٢٠%)، بينما ٤٥ سنة فأكثر بتكرار (١٤) وبنسبة (١٧%)، وأخيراً أقل من ٢٥ سنة بتكرار (١٠) وبنسبة (١٣%).

يوضح الجدول والرسم البياني السابقين أعمار أفراد العينة والذي تم توزيعه على فترات عمرية لتوضيح العلاقة الارتباطية بين الفئات العمرية ومتغيرات الدراسة، وتعكس مؤشرات تباین الأعمار في مجتمع العمل الإعلامي. وأتضح أن فئة العمرية (من ٢٥ وأقل من ٣٥ سنة) هي التي غلبت على أفراد العينة بنسبة ٥٠% ، وهي فئة الشباب التي تعد الأكثر نشاطاً وعملاً في مجال صحافة المحمول. ما يؤكد أن صحافة المحمول هي في الغالب صحافة الشباب، خاصة وأنها تتطلب مهارات تقنية ، يجيدها الشباب الذي تربي على استخدام التكنولوجيا وتطبيقات الأجهزة الذكية ، والكومبيوتر ما يجعل المهمة بالنسبة له سهلة ويسيرة مقارنة بمن هم أكبر منه سناً . يعبر تباین الأعمار عن تباین في الخبرات والمعرفة الإعلامية والتقنية والذي يصب في مصلحة العمل الإعلامي.

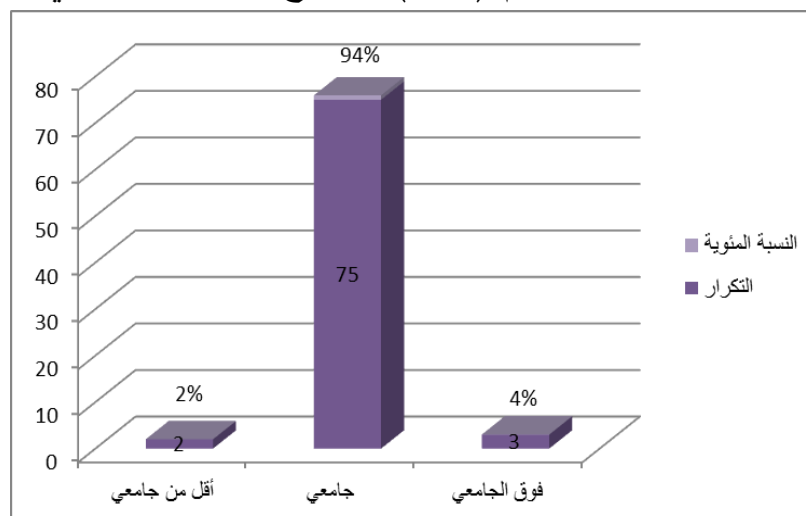
٣. المستوى التعليمي

جدول رقم (٣)

التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	
2%	2	أقل من جامعي
94%	75	جامعي
4%	3	فوق الجامعي
100%	80	المجموع

الشكل رقم (٣-١): يوضح المستوى التعليمي



يوضح الجدول (٣) والشكل (٣-١) أن عينة الدراسة شملت كل المستويات التعليمية بدرجات متفاوتة، و أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة في المستوى التعليمي (٧٥) و أن أعلى نسبة في العينة كانت لصالح الحاصلين على مؤهل جامعي بنسبة (٩٤%) ، ثم فوق الجامعي بتكرار (٣) وبنسبة (٤%)، وأخيراً أقل من الجامعي بتكرار (٢) وبنسبة (٢%). وهو مؤشر يدل على أن مفردات العينة تتمتع بمستويات

تعليمية جيدة ،تمكنهم من التعامل بسهولة مع صحافة المحمول والتغيرات التي تفرضها على بيئة العمل وهو مؤشر إيجابي للإرتقاء بالمهنة.

٤. طبيعة العمل:

جدول رقم (٤) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب طبيعة عملك

النسبة المئوية	التكرار	
38%	30	صحفي
23%	18	محرر
19%	15	إعلامي
7%	6	منتج
5%	4	منتج فيديو
3%	2	تنفيذي إنتاج
1%	1	تلفزيوني
1%	1	إذاعي
1%	1	مراسلة صحفية
1%	1	معد برامج وكاتب محتوى
1%	1	سكرتير
100%	80	المجموع

يوضح الجدول (٤) أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة في طبيعة عملك (٣٠) ونسبة (٣٨%) لصحفي، ثم محرر بنسبة (٢٣%)، بينما إعلامي (١٩%)، ومنتج بنسبة (٧%)، ثم منتج فيديو بنسبة (٥%)، وتنفيذي إنتاج بنسبة (٣%).

يكشف الجدول رقم (٤) أن تقسيمات العمل لاتزال موجودة في مهنة الصحافة ، رغم استخدام صحافة المحمول والتغيرات التي تفرضها غرف الأخبار الحديثة التي أدت إلى تلاشي الحدود الفاصلة بين ممارسي المهنة في إطار التوجه نحو صحافة المحمول التي ترسخ لمفهوم الإعلامي أو الإعلامي الشامل الذي يؤدي كل المهام الإعلامية بمفرده.

وهناك أكثر من تفسير لهذه النتيجة : حيث يمكن أن نعتبر إستمرار تقسيمات العمل مؤشر على ضعف مهارات العاملين في حقل الصحافة، وعدم قدرتهم على أنجاز المهام الإعلامية والتقنية معا، رغم أن مؤشرات الجدول الخاص بالعمر أظهرت أن جل ممارسي العمل الإعلامي هم من فئة الشباب ٢٥-٣٥ سنة.

هذا الضعف يضطر المؤسسات الإعلامية إلى تعيين منتجين وكتاب محتوى وتنفيذي إنتاج. وهو جانب سلبي يعيق تقدم الصحافة و مواكبتها للتطور التقني و الإستفادة من صحافة المحمول.

كما يمكن اعتباره مؤشر على أن تجربة صحافة المحمول لاتزال في طور التجريب بدولة الإمارات، ما يظهر أن وسائل الإعلام لاتزال دون طموحات الدولة واستراتيجياتها المحفزة على الإستفادة من التقنيات الحديثة خاصة الأجهزة الذكية . فقد تجاوزت دولة الإمارات مرحلة الحكومة الإلكترونية إلى الحكومة الذكية. فيما لايزال الإعلام يخضع لقواعد العمل التقليدية في الغالب، وتتم الممارسة في المجال وفقا للتقسيمات القديمة للمهام العملية، كما أن استخدام صحافة المحمول لايزال محدودا.

ويمكن أيضا تفسيره بأنه مؤشر يدل على تقدير وإمتنان وسائل الإعلام ، للإعلاميين القدامى وتمسكها بهم، لجهودهم السابقة في إرساء قواعد العمل الإعلامي وأخلاقيات الممارسة الإعلامية إلى جانب خبراتهم الثرة في المجال، مقابل فئة الشباب الذين هم أقل خبرة في ممارسة مهنة. فالإعلام ليس معرفة بأساليب حديثة في ممارسة العمل، إنما هناك جوانب أخلاقيات وأصول للكتابة ولبت المحتوى الإعلامي يتقنها

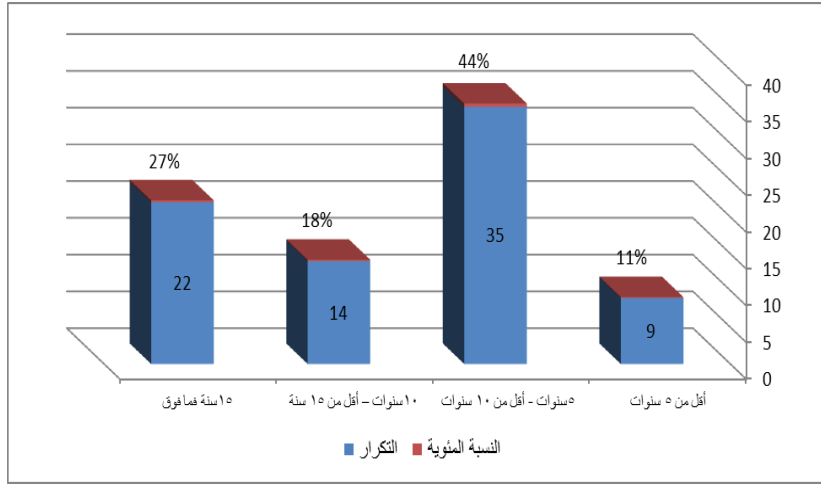
المتمرسون أكثر من الشباب الجدد في المجال. وبذلك فهم يشكلون صمام أمان بالنسبة لهذه المؤسسات للحفاظ على سمعتها ومكانتها التي ترسخت عبر الزمن. هذه المعطيات وضعت المؤسسات الإعلامية أمام أمرين أولاً: أن تحتفظ بخبراتها التراكمية في مجال العمل الإعلامي وهذا بالطبع يتوفر لها عن طريق الحفاظ على صحفيها قدامى. وثانياً مواكبة التطورات العالمية المتلاحقة في المجال الإعلامي والمستجدات التقنية ذات التأثير على العمل الإعلامي وهذا يتوفر في فئة الشباب، لذلك فقد وجدت الحل ، في تطعيم كادرها القديم بوجوه شابة وتعينهم تحت مسمى منتج ٥% ومنتج فيديو ٧% و تنفيذي إنتاج ٣% وجميعهم يتقدمون المحتوى الإعلامي بتقنيات حديثة و تعزيزها بالوسائط المتعددة كمقاطع الفيديو والصوت والعروض التقنية الحديثة.

٥. الخبرة العملية

جدول رقم (٥) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الخبرة العملية

النسبة المئوية	التكرار	
11%	9	أقل من ٥ سنوات
44%	35	٥ سنوات - أقل من ١٠ سنوات
18%	14	١٠ سنوات - أقل من ١٥ سنة
27%	22	١٥ سنة فما فوق
100%	80	المجموع

الشكل رقم (١-٤): يوضح الخبرة العملية



يوضح الجدول (٥) والشكل (١-٤) أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة في الخبرة العملية (٣٥) وبنسبة (٤٤%) ٥ سنوات وأقل من ١٠ سنوات، ثم ١٥ سنة فما فوق بتكرار (٢٢) وبنسبة (٢٧%)، بينما ١٠ سنوات وأقل من ١٥ سنة بتكرار (١٤) وبنسبة (١٨%)، وأخيراً أقل من ٥ سنوات بتكرار (٩) وبنسبة (١١%).

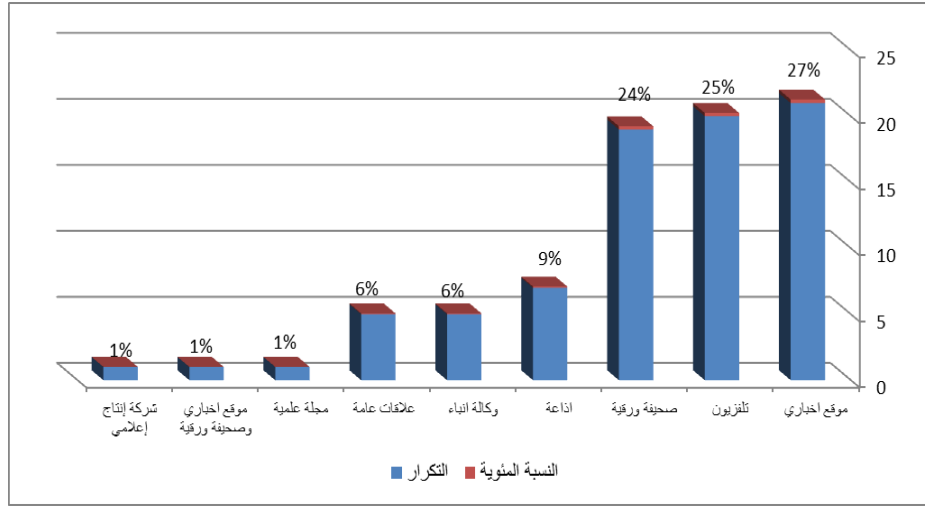
تدل المؤشرات على أن ٤٤% وهي النسبة الغالبة من المبحوثين ، هم من المتمرسين ذوي الخبرة العملية التي تتراوح ما بين ٥- وأقل من ١٠ سنوات، وهو مؤشر طبيعي بإعتبار أن معظم المبحوثين هم ووفقا للجدول رقم (٢) هم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين ٢٥-أقل من ٣٥ سنة . فيما يمثل الشباب المبتدئين الذين يحملون خبرات عملية تقل عن خمس سنوات نحو ١١%، وهو أيضا مؤشر على وجود تباين في مستويات الخبرة العملية للمبحوثين، ما يتفق مع مؤشرات جدولي الفئات العمرية (٢) والمؤهلات التعليمية (٣)

٦. المؤسسة التي تعمل بها

جدول رقم (٦) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المؤسسة التي تعمل بها

النسبة المئوية	التكرار	
27%	21	موقع إخباري
25%	20	تلفزيون
24%	19	صحيفة ورقية
9%	7	إذاعة
6%	5	وكالة أنباء
6%	5	علاقات عامة
1%	1	مجلة علمية
1%	1	موقع إخباري وصحيفة ورقية
1%	1	شركة إنتاج إعلامي
100%	80	المجموع

الشكل رقم (١-٥): يوضح المؤسسة التي تعمل بها



يظهر الجدول (٦) والشكل (١-٥) ، توزيع أفراد العينة المبحوثة، والذي شمل عاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية، بهدف قياس مدى انتشار استخدام صحافة المحمول في هذه المؤسسات، ويوضح الجدول والشكل أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة في المؤسسة التي تعمل بها (٢١) ونسبة (٢٧%) موقع إخباري، وهي أعلى نسبة بين المبحوثين، يليه العاملون في التلفزيون بنسبة (٢٥%) وهو أمر يبرره طبيعة صحافة المحمول التي تتناسب بشكل أكبر العمل في هذه النوعية من المؤسسات الإعلامية. وإستحوذ العاملين الصحف الورقية على نسبة ٢٤% من أفراد العينة يليهم على التوالي العاملين في الإذاعة بنسبة (٩%)، ثم وكالة أنباء وعلاقات عامة بنسبة (٦%)، وأخيراً مجلة علمية وشركة إنتاج إعلامي بنسبة (١%).

ب/ معامل الثبات والصدق الذاتي لعبارات محاور الدراسة: مكررة
قام الباحث بتطبيق معادلتَي ألفا كرونباخ وسيبيرمان . براون على بيانات العينة المبحوثة لمعرفة معامل الثبات ومعامل الصدق الذاتي يعتبر الجذر التربيعي لمعامل الثبات، فبيّن هذا الإجراء النتائج المعروضة بالجدول التالي:

جدول رقم (٧)

يوضح نتائج معامل الثبات والصدق الذاتي

المعامل	معامل الثبات	الصدق الذاتي
ألفا كرونباخ	.859	.927
سيبيرمان . براون	.612	.783

نلاحظ من الجدول السابق، أن معاملات الثبات والصدق الذاتي لدرجات المحاور أكبر من (٠,٦١)، الأمر الذي يؤكد ثبات وصدق الدرجة الكلية، مما يدل على أن جميع الأسئلة تتسم بدرجة ثبات وصدق مناسبة.

ج/ : إختبار الفروض

استخدمت الباحثة التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة والمتوسط المرجح والانحراف المعياري وإختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين إستجابات أفراد العينة حول مستوى موافقتهم عند مؤشر ما دالة أو غير دالة لكل عبارة لمتغيرات الدراسة.

المحور الأول: صحافة المحمول: مفهوماً و ممارسة

جدول رقم (٨): يوضح مفهوم المحمول من وجهة نظر العينة

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق بشدة	لا أوافق
١	نوع صحفى حديث يتم إنتاجه باستخدام المحمول لينشر ويعرض في منصة المحمول فقط	18	4	5	31	22
		22.5	5.0	6.2	38.8	27.5
٢	نوع صحفى حديث ينتج باستخدام المحمول، لينشر ويعرض في أي وسيلة من وسائل الإعلام بما فيها المحمول	45	5	10	18	2
		56.3	6.2	12.5	22.5	2.5
٣	طريقة حديثة لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وعرضه باستخدام المحمول	63	4	2	10	1
		78.8	5.0	2.5	12.5	1.2
المجموع		42	4	6	20	8
		52.5	5.0	7.5	25.0	10.0

جدول رقم (٩)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	نوع صحفى حديث يتم إنتاجه باستخدام المحمول لينشر ويعرض في منصة المحمول فقط	33.125	.000	دالة	2.56	1.508	لا أوافق	51%
٢	طريقة حديثة لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وعرضه باستخدام المحمول	74.875	.000	دالة	3.91	1.352	أوافق	78%
٣	نوع صحفى حديث ينتج باستخدام المحمول، لينشر ويعرض في أي وسيلة من وسائل الإعلام بما فيها المحمول	175.63	.000	دالة	4.48	1.102	أوافق	90%
	المجموع	94.542	.000	دالة	3.65	1.321	أوافق	73%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (.000) هي أقل من (.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب الإيجابي كان ذات قيمة أعلى بنسبة (57%)، ونجد قيم الانحراف المعياري أكبر

من الواحد صحيح مما يدل على تشتت آراؤهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجد معظمها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (73%)، وهذا يدل على موافقة أفراد العينة المبحوثة على مفهوم المحمول.

بالنظر إلى الجدول أعلاه في فئة (مفهوم المحمول من وجهة نظر المبحوثين) فإن هناك دلالة احصائية موجبة لصالح تعريف العينة لمفهوم صحافة المحمول بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (3.65) ونسبة مئوية (73%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي الناتج عن مجموع قيم السلم الخماسي لمقياس "ليكرت" على عددها (1+2+3+4+5) على 5 يساوي 3 . مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا لتعريف مفهوم صحافة المحمول لدى أفراد العينة .

وفيما يتصل بدلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن وحدة نوع صحفي حديث ينتج باستخدام المحمول، لينشر ويعرض في أي وسيلة من وسائل الإعلام بما فيها المحمول هي الأعلى لدى العينة بوسط حسابي (4.48) ونسبة مئوية (90%)، يليها تعريفها بأنها طريقة حديثة لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وعرضه باستخدام المحمول بوسط حسابي (3.91) ونسبة مئوية (78%)، فيما ذهب الوسط الحسابي الأقل لصالح تعريفها بأنها نوع صحفي حديث يتم إنتاجه باستخدام المحمول لينشر ويعرض في منصة المحمول فقط إذ بلغ (2.56) ونسبة مئوية (51%)

أما اختبار الوحدات كفرضيات، واختبار فرض العدم وفقا لمعادلة مربع كاي وعند مستوى المئوية 5%، فإن جميع القيم الاحتمالية جاءت (صفرية) أي أقل من 5%، ما يعني إنتفاء فرض العدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود (أي الفرضية الأساسية التي تمثلها الوحدة)

أما بالنسبة للانحراف المعياري، فقد تشتت آراء العينة حول وصف مفهوم صحافة المحمول، بحصول كل الانحرافات على قيمة أعلى من الواحد الصحيح. وهذا يدل على أن العينة على دراية كافية بإجاباتها ، وأن الإجابات متفقة مع الواقع (إذ لا توجد دراسات وبحوث علمية اتفقت حول صياغة مفهوم واحد وشامل لصحافة

المحمول خاصة وأن التجربة العملية لها لاتزال جديدة ، لذا جاءت الآراء مشتتة كل حسب رؤيته.

و بالنظر إلى تاريخ الصحافة ووسائل الإعلام، نجد أن عدم الاتفاق سمة لازمت تعريف العديد من المفاهيم الإعلامية الحديثة ، مثل (الإعلام الجديد) ، (الإنترنت) ، (الصحافة الرقمية)، ولا يعد ذلك عيبا، فلطالما أوسع علينا إختلاف الأئمة الأربعة في تفسيرهم للقرآن الكريم، فالأمر إذا فيه سعة ويقبل الإجتهد والإضافة، كلما نضجت التجربة ونضجت ملامحها عبر الممارسة العملية.

ووفقا للمؤشرات أعلاه فإن صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث ينتج باستخدام المحمول، لينشر ويعرض في أي وسيلة من وسائل الإعلام بما فيها المحمول وفقا لوسطها الحسابي الأعلى، وهي وجهة نظر يصدقها واقع التجربة العملية، كأحد أبرز سمات صحافة المحمول في المرحلة الراهنة ، كما توصف صحافة المحمول بأنها طريقة حديثة لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وعرضه باستخدام المحمول وفقا لوجهة نظر المبحوثين ولكن بنسبة تأييد أقل من الرأي الأول.

وترى الباحثة أنه لا يوجد ثمة تناقض بين وجهتي النظر، فكلاهما يعبر عن واقع الممارسة الفعلية والتجربة العملية في مجال صحافة المحمول خلال المرحلة الراهنة، ولا غضاضة في الجمع بين الصفتين. إذا يمكن أن تكون نوعا صحفيا حديثا، يتم إنتاجه باستخدام المحمول، لينشر، ويعرض في أي وسيلة من وسائل الإعلام . و في ذات الوقت فإن هذا النوع الإعلامي الحديث قد أفرز عن طريقة حديثة لم تكن معروفة بالسابق في إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وعرضه عبر المحمول.

وهي نوع صحفي حديث، لم يعرف من قبل، ويستخدم وسيلة لم تكن مألوفة في الساحة الإعلامية سابقا، ولكونها تطرح ميزات مستحدثة وغير مسبوقة في الأنواع الأخرى، حيث تجتمع كل مراحلها، من الإنتاج والنشر والعرض في منصة واحد (الهاتف الذكي والكمبيوترات اللوحية) ، وهذا يجعلها متكاملة، وهي فريدة من نوعها، حيث أن وسيلة إنتاجها هي وسيلة نشرها وبثها وهي ميزة غير مسبوقة في الأنواع الأخرى.

كما توصف وجهة النظر الثالثة صحافة المحمول بأنها صحافة يتم إنتاجها باستخدام المحمول، لتنتشر، وتعرض عبر منصة المحمول فقط، وفقا لوجهة نظر المبحوثين وبنسبة أقل من الرائيين السابقين. ترى الباحثة أن وجهة النظر هذه، قد تبدو غير منطقية بالنظر إلى المرحلة الحالية التي تعيشها صحافة المحمول، لكنها ربما تعبر عن مستقبل صحافة المحمول.

وتعكس وجهات النظر الثلاثة، ملامح صحافة المحمول في المرحلة الراهنة وما ستكون عليه في المستقبل، حيث تعد المرحلة الحالية بمثابة فترة - إحتضان و تأقلم - تعيشها في بيئة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والرقمية إلى جانب المحمول، تمارس خلالها "سياسة ناعمة" أن صح التعبير بهدف التغلغل في هذه البيئة لبسط نفوذها وسيطرتها وإحداث الإحلال بإزاحة النمط الإعلامي السائد حاليا وإحكام قبضتها على "صرة" العمل الإعلامي، وهي التغطيات الإعلامية وبذلك تصبح صحافة المحمول النموذج البديل والشائع في هذه الوسائل.

وتواصل صحافة المحمول، رحلة تكوينها في المنصات الإعلامية المختلفة بما فيها منصة المحمول ، إلى أن تنتضح ملامحها وتتشكل العديد من جوانبها، خاصة المتعلقة بمعايير استخدامها، و القوالب الفنية لها بإعتبارها نوعا صحفيا حديثا. وبذلك تكون صحافة المحمول قد تهيأت للمرحلة الثالثة، مرحلة اندماج وسائل الإعلام في وسيلة واحدة، وهي المحمول، وبذلك تصبح صحافة المحمول هي الصحافة المسيطرة وصاحبة النفوذ الأقوى في الساحة الإعلامية فيما تتراجع جماهيرية الأنواع الإعلامية الأخرى.

أن مفهوم صحافة المحمول في الحقيقة يتسع ، كلما توسعت صحافة المحمول وبسطة سيطرتها على كافة مراحل العمل الإعلامي، وهي غاية تحققها بدعم من وسيلتها "المحمول" . الذي بدوره يحقق انتشارا جماهيريا واسعا وفقا لإحصاءات تمت الإشارة إليها في الجانب النظري من هذه الدراسة.

كما أن تأثير صحافة المحمول على وسائل الإعلام التقليدية سيتضح في المستقبل القريب وسيكون له إنعكاسه في مفهوم صحافة المحمول، و لا تتوقع الباحثة أن تأثير المحمول على وسائل الإعلام سيبلغ حد الإنقضااض والقضاء عليها كليا تحت

مظلة الاندماج ، فبالنظر إلى تاريخ الصحافة ووسائل الإعلام لا نجد أن هناك وسيلة إعلامية نجحت في إقصاء وسيلة أخرى، فالإذاعة لم تقضي على الصحف الورقية، كما أن التلفزيون لم يقصي الإذاعة عن الساحة، وعليه تتوقع الباحثة أن يهيمن المحمول على هذه الوسائل لدرجة يضعف دورها ومكانتها بشكل كبير، وفي هذه البيئة تزدهر صحافة المحمول لتكون صاحبة النفوذ الأكبر والمسيطرة على صرة العمل الإعلامي في الإعلام الرقمي. وتعيش صحافة المحمول في حضان وسائل الإعلام مشكلة حالة من الاندماج حتي تبلغ مرحلة النضج لتصبح الصحافة التي تنتج وتنتشر وتعرض عبر المحمول بعد أن تجبر وسائل الإعلام بمغادرة الأجهزة التقليدية" الإذاعة والتلفزيون والصحف" والانتقال الي المحمول، عندئذ تصبح صحافة الصحافة هي الأنسب لهذه الوسائل .

وترجح الباحثة أن هذا التحول لن يستمر لفترة طويلة من الزمن ، حيث أن تغيرا ثوريا سيصيب صحافة المحمول، بفعل حالة الانفكاك التي ستحدث حينما تغادر وسيلتها التقليدية" الهواتف الذكية والكمبيوتر اللوحي" إلى نوع جديد من الأجهزة المحمولة ومنصات ذكية أخرى، ونستقرأ هذا التطور بإستشراف نتائج البحوث العلمية التي تجرى حاليا فيما يتعلق بإنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي الذي سينتج عنها نوع جديد من الوسائل الذكية سيكون لها شروط جديدة ستدعن لها الصحافة لامحالة مما يؤدي حتما إلى تطور في مفهوم صحافة المحمول. مما يؤيد رؤية الباحثة بأن صحافة المحمول هي المرحلة الأولى لما يمكن أن نطلق عليه مسمى " الصحافة الذكية" وقد اوضحنا دلالات هذه التسمية باستفاضة في بحث سابق).

جدول رقم (١٠): يوضح إنتاج ونشر وعرض التغطيات الإعلامية

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	استخدام المحمول، في بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث	ك	32	18	17	11
		%	40.0	22.5	21.2	13.8
٢	استفيد من المحمول، في تسجيل التغطيات الإعلامية وبنثها لاحقاً.	ك	47	16	11	4
		%	58.8	20.0	13.8	5.0
٣	استخدام المحمول، في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية	ك	45	14	13	7
		%	56.3	17.5	16.3	8.8
	المجموع	ك	41	16	14	7
		%	51.2	20.0	17.5	8.8

جدول رقم (١١)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	استخدام المحمول، في بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث	29.926	.000	دالة	3.83	1.170	أوافق	77%
٢	استفيد من المحمول، في تسجيل التغطيات الإعلامية وبنثها لاحقاً.	81.284	.000	دالة	4.26	1.046	أوافق بشدة	85%
٣	استخدام المحمول، في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية	71.284	.000	دالة	4.17	1.082	أوافق	83%
	المجموع	60.831	.000	دالة	4.09	1.099	أوافق	82%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (0.000) هي أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب الإيجابي كان ذا قيمة أعلى بنسبة (71%)، ونجد قيم الانحراف المعياري أكبر من الواحد صحيح مما يدل على تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (82%)، وهذا يدل على موافقة أفراد العينة على محور أنتاج ونشر وعرض التغطيات الإعلامية.

وبالنظر إلى الجدول أعلاه في فئة (إنتاج ونشر وعرض التغطيات الإعلامية) فإن هناك دلالة إحصائية موجبة لصالح استخدام العينة للمحمول ضمن هذه الفئة وفقاً

للمتوسط العام للوسط الحسابي (4.09) والنسبة العامة (82%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3)، مما يعني أن إتجاها إيجابيا لاستخدام المحمول لدى العينة. أما بالنظر إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن الاستفادة من المحمول، في تسجيل التغطيات الإعلامية وبنها لاحقاً هي الأعلى لدى العينة بوسط حسابي (4.26) ونسبة (85%) يليها في التأثير من حيث الاستخدام وحدة استخدام المحمول، في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية بوسط حسابي (4.17) وبنسبة مئوية (83%) وفي مركز الاستخدام الأقل تأتي وحدة استخدام المحمول، في بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث بوسط حسابي (3.83) ونسبة (77%). أما فيما يتعلق بالانحراف المعياري ودلالته، فقد أظهرت آراء العينة في الأسباب وراء دواعي الاستخدام، بحصول كل الانحرافات على قيمة أعلى من الواحد الصحيح.

وتوضح مؤشرات هذه الفئة إلى أن العينة تستفيد من المحمول في أكثر من مهمة وهو مؤشر ايجابي يدل على الاستفادة من المحمول في أداء المهنة، وأن كانت النسبة الغالبة للاستخدام قد ذهبت لصالح تسجيل التغطيات الإعلامية وبنها لاحقاً، وفقاً لوسطها الحسابي الأعلى، ما يعني أن الاستخدامات لا تزال في الغالب ضمن المهام التقليدية، الأمر الذي يدل على سيطرة الثقافة التقليدية في إنتاج ونشر وعرض التغطيات الإعلامية مما يقلل من فعاليتها واستخدامها بشكل يضيف للعملية الإعلامية.

من ثم يأتي استخدام المحمول، في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية، وهي إحدى الميزات التي يوفرها المحمول، فيما أحرز استخدام المحمول، في بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث على مركز الاستخدام الأقل بين الوحدات الثلاثة، وفقاً لوسطها الحسابي، ما يدل على أن المبحوثين لم يستفيدوا من أهم ميزة في المحمول، وهي البث المباشر.

جدول رقم (١٢): يوضح نوع التغطية الإعلامية

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	استخدام المحمول في التغطية الإعلامية بالصور الثابتة	ك	28	19	15	8
		%	35.0	23.8	18.8	10.0
٢	أستعمل المحمول في التغطية الإعلامية بالفيديو	ك	35	17	12	11
		%	43.8	21.2	15.0	13.8
٣	استخدام المحمول في تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الإعلامية	ك	47	16	9	7
		%	58.8	20.0	11.2	8.8
٤	استخدام المحمول، في التغطية الإعلامية متعددة الوسائط	ك	37	16	12	11
		%	46.3	20.0	15.0	13.8
المجموع		ك	37	17	12	9
		%	46.3	21.2	15.0	11.3

جدول رقم (١٣)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الإتجاه	نسبة المتوسط
١	استخدام المحمول في التغطية الإعلامية بالصور الثابتة	15.875	.003	دالة	3.59	1.384	أوافق	72%
٢	أستعمل المحمول في التغطية الإعلامية بالفيديو	31.901	.000	دالة	3.81	1.295	أوافق	76%
٣	استخدام المحمول في تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الإعلامية	80.42	.000	دالة	4.25	1.055	أوافق بشدة	85%
٤	استخدام المحمول، في التغطية الإعلامية متعددة الوسائط	38.198	.000	دالة	3.88	1.269	أوافق	78%
	المجموع	41.599	.001	دالة	3.88	1.251	أوافق	78%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب الإيجابي كأن ذات قيمة أعلى بنسبة (67%)، ونجد قيم الانحراف المعياري أكبر من الواحد صحيح مما يدل على تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (78%)، وهذا يدل على موافقة أفراد العينة على محور نوع التغطية الإعلامية. ونلاحظ من الجدول رقم (١٣) في فئة (نوع التغطية الإعلامية) أن هناك دلالة إحصائية موجبة لصالح استخدام العينة لاستخدام المحمول في التغطيات الإعلامية،

بناءً على المتوسط العام للوسط الحسابي (٣.٨٨) والنسبة العامة (٧٨%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (٣) مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا لإستخدام المحمول في أنواع مختلفة من التغطيات الإعلامية.

وبالنظر إلى دلالة الإستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن وحدة استخدام المحمول في تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الإعلامية هي الأعلى لدى العينة بوسط حسابي (4.25) ونسبة مئوية (85%)،

تليها في التأثير استخدام المحمول في التغطية الإعلامية متعددة الوسائط بوسط حسابي (3.88) ونسبة مئوية (78%) وفي المرتبة الثالثة تأتي وحدة أستعمل المحمول في التغطية الإعلامية بالفيديو بوسط حسابي (3.81) ونسبة مئوية (76%) وفي مركز الاستخدام الأقل تأتي وحدة استخدام المحمول في التغطية الإعلامية بالصور الثابتة بوسط حسابي (3.59) ونسبة مئوية (72%)

أما بالنسبة إلى الإنحراف المعياري، فقد تشتت آراء العينة في الأسباب وراء دواعي الاستخدام بحصول كل الإنحرافات على قيمة أعلى من الواحد الصحيح، وهذا يتطابق مع أن استخدامات المحمول الإعلامية مازالت في طور التجريب أكثر منها قوانين ودراسات علمية مسلمة ولذلك جاءت الآراء مشتتة في أسباب الاستخدام كل حسب رؤيته، وهذا يدل على أن العينة على دراية كافية بإجاباتها، وأن إجاباتها متفقة مع الواقع (إذ لا توجد نظريات ملزمة بعد للاستخدام) مما يزيد الثقة في النتائج المتوقعة من الدراسة.

كما تتضح الإيجابية في استخدام المحمول في الأنواع المختلفة للتغطيات الإعلامية، وحصل استخدام المحمول في تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الإعلامية على النسبة الأعلى لدى العينة، مما يدل على أن غالبية استخدامات المحمول لاتزال ضمن هذه المهمة التقليدية.

كما حصلت استخدام المحمول، في التغطية الإعلامية متعددة الوسائط على المرتبة الثانية من حيث الاستخدام، وهو مؤشر إيجابي، يبرهن إستفادة المبحوثين من تقنيات الوسائط المتعددة في تنويع عروض التغطيات الإعلامية بما يحقق الثراء في طرق سرد الأخبار، والإشباع لرغبات المستخدمين المتباينة، كما أن تنوع الوسائط

المتعددة يزيل الغموض وتسهم في وضوح الرسالة الإعلامية (المحتوى) وسهولة وصوله إلى المستخدمين.

ومن المعروف أنه كلما قل الغموض كلما كان الإتصال الفعال أكثر حدوثاً ، كما أن استخدام أفراد العينة لتغطيات متعددة الوسائط تعني إهتمامهم بتعزيز المصادقية عن طريق توظيف أكثر من وسيط في نقل الأحداث وسرد القصص الإعلامية. وحازت فئة استخدام المحمول في التغطية الإعلامية بالفيديو على المرتبة الثالثة، وهي دلالة على أن الفيديو يحظى بأعلى درجة إهتمام في التغطيات الإعلامية بالمحمول بعد الوسائط المتعددة، وقد يكون ذلك مؤشراً على غلبة عنصر الفيديو ضمن منظومة الوسائط المتعددة أيضاً، ما يعني أن التغطيات الإعلامية تأخذ اتجاه الفيديو والمشاهدة، وهي أحد عناصر الإتصال الفعال التي تتناسب مع شاشات الصغيرة لأجهزة المحمول.

كما أن استخدام الفيديو يجعل التغطية الإعلامية أكثر فعالية لاستخدامها حاستي السمع والبصر، وهما الحاستان اللتان تسيطران على النسبة الأعلى في عملية الإتصال و إكتساب المعرفة عند البشر. وقد أثبتت الدراسات بأن الإنسان يتعلم ويكتسب المعرفة عبر السمع والبصر بنسبة ٩٤% ويعتبر الاتصال البصري هو القناة العامة التي تمر عبرها كل الحواس الأخرى. فضلاً عن أنها لغة عالمية يفهمها الجميع .

كما أن إجراء التغطيات الإعلامية باستخدام الفيديو يلبي رغبات مستخدمي صحافة المحمول، وتفضيلهم مشاهدة مقاطع الفيديو وفقاً لإحصائيات في هذا المجال. وبذلك فهو استخدام يحقق الإشباع المعرفي وفقاً لمفاهيم نظرية الإستخدام والإشباع. وحازت فئة استخدام المحمول في التغطية الإعلامية بالصور الثابتة، على أقل دلالة إحصائية بين وحدات الفئة ، ما يدل على ضعف الإستفادة من تقنية التصوير بالمحمول وعروض الصور المنسدلة في التغطيات الإعلامية. أما إختبار الوحدات كفرضيات، وإختبار فرض العدم وفقاً لمعادلة مربع كاي وعند مستوى المئوية ٥٠%، فإن جميع القيم الاحتمالية جاءت أقل من ٥٠% ما يعني إنتفاء فرض العدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود.

جدول رقم (١٤): يوضح أشكال التغطية الإعلامية وتحريرها

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	استخدام المحمول في تغطية الأخبار	ك	58	4	12	1
		%	72.5	5.0	15.0	1.3
٢	استخدام المحمول في إعداد التقارير الإخبارية	ك	1	3	20	53
		%	1.3	3.8	25.0	66.2
٣	استخدام المحمول في إجراءات المقابلات الإعلامية	ك	48	7	11	14
		%	60.0	8.8	13.8	17.5
٤	استخدام المحمول في إعداد القصص الخبرية	ك	2	3	16	55
		%	2.5	3.8	20.0	68.8
٥	استخدام المحمول في إجراءات التحقيقات الإعلامية	ك	2	4	14	53
		%	2.5	5.0	17.5	66.3
٦	استخدام المحمول في تحرير التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط	ك	0	7	18	50
		%	0.0	8.8	22.5	62.5
المجموع		ك	19	5	15	38
		%	23.8	6.2	18.8	47.5

جدول رقم (١٥)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	استخدام المحمول في تغطية الأخبار	139.67	.000	دالة	4.40	1.045	أوافق بشدة	88%
٢	استخدام المحمول في إعداد التقارير الإخبارية	120.79	.000	دالة	2.33	.671	لا أوافق	47%
٣	استخدام المحمول في إجراءات المقابلات الإعلامية	51.988	.000	دالة	4.10	1.200	أوافق	82%
٤	استخدام المحمول في إعداد القصص الخبرية	125.35	.000	دالة	2.31	.736	لا أوافق	46%
٥	استخدام المحمول في إجراءات التحقيقات الإعلامية	112.12	.000	دالة	2.26	.791	لا أوافق	45%
٦	استخدام المحمول في تحرير التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط	63.938	.000	دالة	2.35	.727	لا أوافق	47%
	المجموع	102.31	.000	دالة	2.96	.862	أوافق إلى حد ما	59%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (0.000) هي أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين، مما يدل

على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب السلبي كان ذا قيمة أعلى بنسبة (51%)، ونجد قيم الانحراف المعياري معظمها أقل من الواحد صحيح مما يدل على عدم تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجدها أقل من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة إلى حد ما بنسبة (59%)، وهذا يدل على الموافقة إلى حد ما لأفراد العينة على محور أشكال التغطية الإعلامية وتحريرها.

بالنظر إلى الجدول أعلاه في فئة (اشكال التغطية الإعلامية وتحريرها)، نجد أن المتوسط الحسابي العام للوسط الحسابي قد بلغ (٢.٩٦) والنسبة العامة (٥٩%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (٣) مما يعني أن هناك إتجاها سلبيا لدى العينة في استخدام أشكال التغطية الإعلامية وتحريرها عبر المحمول.

أما بالنسبة إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن استخدام المحمول في تغطية الأخبار هي الأعلى لدى العينة بوسط حسابي (٤.٤٠) ونسبة مئوية (٨٨%)، يليها في التأثير من حيث الاستخدام وحدة إجراءات المقابلات الإعلامية بالمحمول بوسط حسابي (٤.١٠) ونسبة مئوية (٨٢%) ، وفي المرتبة الثالثة استخدام المحمول في تحرير التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط بوسط حسابي (٢.٣٥) ونسبة مئوية (٤٧%)، ثم إعداد التقارير الإخبارية بالمحمول بوسط حسابي (٢.٣٣) ونسبة مئوية (٤٧%) يليها استخدام المحمول في إعداد القصص الخبرية بوسط حسابي (٢.٣١) بنسبة مئوية (٤٦%)، ونال استخدام المحمول في إجراءات التحقيقات الإعلامية الدلالة الإحصائية الأقل بين وحدات الفئة بوسط حسابي (٢.٢٦) ونسبة مئوية (٤٥%)

أما بالنسبة إلى الانحراف المعياري، فقد تباينت آراء العينة حول الأسباب و دواعي الاستخدام. حيث يتضح من الجدول أن هناك تشتت في الرأي حيال وحدتي استخدام المحمول في التغطية الأخبار و وحدة استخدام المحمول في إجراءات المقابلات الإعلامية حيث بلغ انحرافهما المعياري اكبر من واحد الصحيح، مما يعني تباين الرأي حيال الوحدتين، وهو أمر ينسجم مع طبيعة الموضوع الذي يخضع للرأي أكثر منه فوائين ودراسات علمية مسلم بها ولذلك جاءت الآراء مشتتة في أسباب

الاستخدامات كل حسب رؤيته، مما يدل على أن العينة على دراية كافية بإجاباتها وأن إجاباتها متفقة مع الواقع.

فيما بلغ الانحراف المعياري في الوحدات الأربع الأخرى مستوى أدنى من الواحد الصحيح، ما يعني أن هناك تركز أو اتفاق في الرأي حيال هذه الوحدات وهي: استخدام المحمول في إجراءات التحقيقات الإعلامية بإنحراف معياري بلغ (0.791)، استخدام المحمول في إعداد القصص الخبرية (0.736)، استخدام المحمول في تحرير التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط (0.727)، استخدام المحمول في إعداد التقارير الإخبارية (0.671) ما يعني أن هناك استخدامات للمحمول في هذه الجوانب وأنها أصبحت من ادبيات الصحافة المعاصرة مما أدى إلى تقارب واتفاق الرأي حولها الأمر الذي يجعلها قاعدة علمية.

أما اختبار الوحدات كفرضيات، وباختبار فرض العدم وفقاً لمعادلة مربع كاي، وعند مستوى المئوية ٥% فإن جميع القيم الاحتمالية جاءت (صفر) مما يعني إنتفاء فرض العدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود (أي الفرضية الأساسية التي تمثلها الوحدة)

المحور الثاني: دوافع ومبررات استخدام المحمول في الصحافة

جدول رقم (١٦): يوضح دوافع ومبررات استخدام المحمول في الصحافة

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	استخدمه في أنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمعدات أخرى	ك	1	3	48	24
		%	1.3	3.8	60.0	30.0
٢	استخدمه في إنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمساعدة من زملاء	ك	1	4	38	33
		%	1.3	5.0	47.5	41.3
٣	أجد سهولة استخدامه والتنقل به	ك	64	3	7	6
		%	80.0	3.8	8.8	7.5
٤	أجده غير ملفت للإنتباه لذلك فهو أكثر أمناً وسلامة لي وسط الحشود	ك	62	6	6	4
		%	77.5	7.5	7.5	5.0
٥	يساعدني في تحقيق السبق الإعلامي	ك	62	6	8	4
		%	77.5	7.5	10.0	5.0
المجموع		ك	38	4	22	14
		%	47.5	5.0	27.5	17.5

جدول رقم (١٧)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	استخدمه في أنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمعدات أخرى	104.37	.000	دالة	2.67	.689	أوافق إلى حد ما	53%
٢	استخدمه في أنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمساعدة من زملاء	82.148	.000	دالة	2.57	.724	لا أوافق	51%
٣	أجد سهولة استخدامه والتنقل به	126.65	.000	دالة	4.54	.949	أوافق بشدة	91%
٤	أجده غير ملفت للانتباه لذلك فهو أكثر أمناً وسلامة لي وسط الحشود	162.76	.000	دالة	4.51	1.014	أوافق بشدة	90%
٥	يساعدني في تحقيق السبق الإعلامي	118	.000	دالة	4.58	.868	أوافق بشدة	92%
	المجموع	118.79	.000	دالة	3.77	.849	أوافق	75%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (0.000) هي أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء، إلا أن الجانب الإيجابي كأن ذات قيمة أعلى بنسبة (52%)، ونجد قيم الانحراف المعياري

معظمها أقل من الواحد صحيح مما يدل على عدم تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجد معظمها أكبر من الوسط الفرضي (3) علنه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (75%)، وهذا يدل على موافقة أفراد العينة على محور دوافع ومبررات استخدام المحمول في الصحافة.

ووفقا للجدول رقم (١٧) المتعلق بدوافع ومبررات استخدام المحمول في الصحافة، فإن هناك دلالة إحصائية موجبة لصالح استخدام العينة للمحمول بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (٣.٧٧) والنسبة العامة (٧٥%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (٣)، مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا لاستخدام العينة للمحمول.

أما بالنظر إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فمن أقوى دوافع ومبررات العينة لاستخدام المحمول في الصحافة كونه يساعد في تحقيق السبق الإعلامي حيث حظي بأعلى وسط حسابي بلغ (٤.٥٨) ونسبة مئوية (٩٢%) ، يليه من حيث التأثير سهولة استخدامه والتنقل به بوسط حسابي (٤.٥٤) ونسبة مئوية (٩١%)

و يأتي ثالثا من حيث التأثير كونه غير ملفت للانتباه ما يجعل استخدامه أكثر أمناً وسلامة وسط الحشود بوسط حسابي (٤.٥١) بنسبة مئوية (٩٠%)، وبعده جاء إختيار العينة لوحدة أستخدامه في إنجاز كل مهامى الإعلامية دون الحاجة لمعدات أخرى بوسط حسابي (٢.٦٧) ونسبة مئوية (٥٣%) ، وفي مركز الاستخدام الأقل دلالة تأتي وحدة استخدامه في إنجاز كل مهامى الإعلامية دون الحاجة لمساعدة من زملاء بوسط حسابي (٢.٥٧) و نسبة مئوية (٥١%)

وبالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة فيما يتعلق بكون المحمول غير ملفت للانتباه ما يجعل استخدامه أكثر أمناً وسلامة وسط الحشود، بمتوسط حسابي أكبر من الواحد الصحيح، هذا يتسق مع طبيعة الموضوع الذي يخضع للرأي ويقبل إختلاف وجهات النظر حوله كونه غير مقيد بقوانين علمية تدعو الجميع لإتفاق حوله.

جاء الوسط الحسابي لبقية وحدات هذه الفئة أقل من الواحد الصحيح، ما يشير إلى أن الإجابات حولها جاءت مركزة ومتسقة فيما بينها، وهو أمر مقبول إذ أن جميعها تعتبر من ركائز الأداء المهني في مجال صحافة المحمول ومن البديهي أن يتفق عليها الإعلاميين.

وترى الباحثة أن آراء العينة رتبت أولويات دوافع استخدام المحمول في هذه الفئة وفقاً لأهميتها في الواقع العملي، حيث أن تحقيق السبق الإعلامي شكل الدافع الأقوى لاستخدام المحمول ، مما يشير إلى جدوى المحمول في تحقيق هذه الغاية التي يحرص الإعلاميين على تحقيقها كأحد معايير التميز الإعلامي.

وفي المرتبة الثانية دافع سهولة استخدامه والتنقل به، وثالثاً كونه غير ملفت للانتباه ، أما في المركز الرابع فقد كان دافع استخدامه في إنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمعدات أخرى، وهو بالضرورة يؤكد الوحدات السابقة، إذ أنه يحتوى ضمنياً كل الوحدات السابقة، وأن تحتل هذه الفئة المركز الرابع ضمن فئات الجدول تعني أن الاعتماد على المحمول في أداء كافة المهام الإعلامية لا يزال ضعيفاً نسبياً، إذ أنه لم يأت ضمن المراكز الثلاث الأولى الأكثر تأثيراً، ورغم ذلك فهو يعطي مؤشراً على قدرة المحمول بمفرده على القيام بكل المهام الإعلامية ما يرشحه لأن يكون الوسيلة الأقوى في التأثير على مستقبل الصحافة، فبالنظر إلى تاريخ وسائل الإعلام لا نجد أي وسيلة كان بمقدورها أداء كل المهام الإعلامية مجتمعة باستثناء المحمول هذا إلى جانب دوره كمنصة للعرض والنشر وهذا يعني تفوق المحمول وصحافته في هذا الجانب. مما يجعل توقعات الباحثة بأن تصبح الصحافة المسيطرة في المستقبل تتوافق مع قراءات الواقع وبذلك فهي توقعات منطقية.

وترى الباحثة إن إتفاق آراء العينة حول كل الوحدات هذه الفئة باستثناء (أن المحمول غير ملفت للانتباه ما يجعل استخدامه أكثر أمناً وسلامة وسط الحشود) ، يتسق تماماً مع إمكانيات المحمول الذي يوفر في نسخته الذكية وهي المقصودة في هذا الدراسة إمكانيات تؤهله بأن يحوز على ثقة الإعلاميين والاعتماد عليه بشكل كامل في أداء كل المهام الإعلامية دون الاستعانة بأدوات أخرى.

تتيح الأجهزة المحمولة الذكية إمكانية إنجاز تغطية صحفية متعددة الوسائط ، وعلى سبيل المثال "هاتف آيفون في نسخته الحديثة (أس ٦) يتيح التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة 4K، فيما لاتزال معظم كاميرات الأخبار التلفزيونية وأنظمة التحرير تعتمد على تقنية أتش دي HD ، وبالإضافة إلى ذلك فإن الأجهزة الذكية المحمولة مزودة بمنافذ وفتحات تتيح استخدام أدوات إضافية تسهم في تحسين مستوى الصورة والصوت في التغطية الإعلامية مثل الفلاش وميكروفون وغيرها". (جابر.جاسم: ٢٠١٦، ص٤)

وبالنظر إلى الدافع الأقل دلالة ضمن وحدات الفئة، فقد كان استخدامه في أنجاز كل المهام الإعلامية دون الحاجة لمساعدة من زملاء، مما يشير إلى أن مهارات الإعلاميين لاتزال دون المستوى الذي يؤهلها لاستخدام المحمول دون مساعدة زملائهم.

أما إختبار الوحدات كفرضيات، وإختبار فرض العدم وفقا لمعادلة مربع كاي وعند مستوى المئوية ٥%، نجد أن جميع القيم الاحتمالية (0.000) وهي أقل من (0.05)، ما يعني إنتفاء فرض العدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود.

المحور الثالث: الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول

جدول رقم (١٨): يوضح الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	يجب توضيح تاريخ ومصدر المحتوى الذي يتم إنتاجه ونشره عبر المحمول	ك	62	11	3	2
		%	77.5	13.8	3.8	2.5
٢	يجب أن لا تخضع صحافة المحمول إلى تعديلات في عملية المونتاج أو التحرير تخل بالمصداقية أو تغيير الحقيقة	ك	56	10	8	2
		%	70.0	12.5	10.0	2.5
٣	يجب أن لا تعرض محتوى مخلاً بالأخلاق أو الدين	ك	73	5	1	1
		%	91.3	6.3	1.3	0.0
٤	ضرورة التحقق من مصادر وصدقية المحتوى المرسل من الإعلاميين الهواة قبل النشر	ك	71	5	3	0
		%	88.8	6.2	3.8	0.0
٥	الإقرار بحق الرد والتصحيح للجهات والأفراد حال نشر معلومات خاطئة عنهم	ك	68	9	2	0
		%	85.0	11.3	2.5	0.0
٦	مراعاة خصوصية الآخرين	ك	71	6	2	0
		%	88.8	7.5	2.5	0.0
٧	الفصل بين الخبر والرأي	ك	67	10	2	0
		%	83.8	12.5	2.5	0.0
المجموع		ك	66	8	3	1
		%	82.5	10.0	3.8	1.3

جدول رقم (١٩)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	يجب توضيح تاريخ ومصدر المحتوى الذي يتم إنتاجه ونشره عبر المحمول	66.6	.000	دالة	4.16	1.330	أوافق	83%
٢	يجب أن لا تخضع صحافة المحمول إلى تعديلات في عملية المونتاج أو التحرير تخل بالمصداقية أو تغيير الحقيقة	165. 23	.000	دالة	4.59	.891	أوافق بشدة	92%
٣	يجب أن لا تعرض محتوى مخلاً بالأخلاق أو الدين	127. 5	.000	دالة	4.40	1.098	أوافق بشدة	88%
٤	ضرورة التحقق من مصادر وصدقية المحتوى المرسل من الإعلاميين الهواة قبل النشر	190. 75	.000	دالة	4.86	.542	أوافق بشدة	97%
٥	الإقرار بحق الرد والتصحيح للجهات والأفراد حال نشر معلومات خاطئة عنهم	173. 8	.000	دالة	4.81	.618	أوافق بشدة	96%
٦	مراعاة خصوصية الآخرين	151. 84	.000	دالة	4.77	.638	أوافق بشدة	95%
٧	الفصل بين الخبر والرأي	170. 21	.000	دالة	4.80	.621	أوافق بشدة	96%
	المجموع	160. 78	.000	دالة	4.71	.722	أوافق بشدة	94%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (0.000) هي أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب الإيجابي كان ذات قيمة أعلى بنسبة (92%)، ونجد قيم الانحراف المعياري معظمها أقل من الواحد صحيح مما يدل على عدم تشتت آرائهم حول الإجابات.

وبالنظر لقيم المتوسط نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بشدة بنسبة (94%)، وهذا يدل على الموافقة بشدة على محور الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول.

يوضح الجدول أعلاه الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول، ويشير إلى دلالة إحصائية موجبة لصالح استخدام العينة للمحمول بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (4.71) والنسبة المئوية العامة (94%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) مما يعني أن هناك إتجاهاً إيجابياً لاستخدام المحمول من قبل أفراد العينة.

وبالنظر إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن ضرورة التحقق من مصادر وصدقية المحتوى المرسل من الإعلاميين الهواة قبل النشر هي الأعلى لدى العينة بوسط حسابي (4.86) ونسبة مئوية (97%) يليها من حيث التأثير الإقرار بحق الرد والتصحيح للجهات والأفراد حال نشر معلومات خاطئة عنهم بوسط حسابي (4.81) ونسبة مئوية (96%)، ثم الفصل بين الخبر والرأي بوسط حسابي (4.80) ونسبة مئوية (96%)، يليه في التأثير مراعاة خصوصية الآخرين بوسط حسابي (4.77)

ونسبة مئوية (95%)، ثم عدم إخضاع صحافة المحمول إلى تعديلات في عملية المونتاج أو التحرير تخل بالمصداقية أو تغيير الحقيقة بوسط حسابي (4.59) ونسبة مئوية (92%)، يليه يجب أن لا تعرض محتوى مخلاً بالأخلاق أو الدين بوسط حسابي (4.40) ونسبة مئوية (88%)، وفي مركز التأثير الأقل يأتي توضيح تاريخ ومصدر المحتوى الذي يتم إنتاجه ونشره عبر المحمول (4.16) ونسبة مئوية (93%).

وبالنظر إلى تفاصيل الجدول نجد أن الآراء تباينت وتشتت حول وحدتان وفقاً لإنحرافهما المعياري الذي يفوق الواحد الصحيح والوحدتان هما: ضرورة توضيح تاريخ ومصدر المحتوى الذي يتم إنتاجه ونشره عبر المحمول بإنحراف معياري (1.330)، وأن لا يعرض محتوى مخلاً بالأخلاق أو الدين بإنحراف معياري (1.098) وهو أمر مقبول كون الموضوع يخضع للرأي أكثر منه لقوانين متوافق عليها.

فيما حصلت الوحدات الخمس المتبقية على إنحراف معياري يقل عن الواحد الصحيح، ما يدل على تمركز آراء العينة حولها ، بإعتبارها من مسلمات العمل الإعلامي بشكل عام، و صحافة المحمول هي جزء لا يتجزأ من المشهد الإعلامي العام، تلتزم بذات الضوابط المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي. وهذا يدل على أن العينة على دراية كافية بإجابتها و أن إجابتها متفقة مع الواقع. وتفسر الباحثة حصول وحدة ضرورة التحقق من مصادر وصدقية المحتوى المرسل من الإعلاميين الهواة قبل النشر على النسبة الأعلى، بأنه تأكيد على أهميتها القصوى في صحافة المحمول حيث أصبحت الصور ومقاطع الفيديو التي يرسلها الهواة من مصادر المعلومات الأساسية في غرف الأخبار إلى جانب الأخبار التي يستقيها الإعلاميون من مواقع التواصل الاجتماعي ما يعني أنهم يتعاملون مع أشخاص ليس لديهم معرفة بأخلاقيات ممارسة المهنة، كما أن بعضهم قد يستغل هذه المنصات لتحقيق أهدافه ومصالحه، كل ذلك يجعل حصول هذه الوحدة على النسبة الأعلى أمراً مبرراً ، يحفظ للصحافة مكانتها كمصدر للأخبار والمعلومات الموثوقة. أما إختبار الوحدات كفرضيات، وإختبار فرض عدم وفقاً لمعادلة مربع كاي وعند مستوى المئوية ٥%، نجد أن جميع القيم الاحتمالية (0.000) وهي أقل من (0.05)، ما يعني إنتفاء فرض عدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود.

المحور الرابع: التحديات التي تواجه صحافة المحمول
جدول رقم (٢٠): يوضح التحديات التي تواجه صحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق بشدة	لا أوافق
١	صحافة المحمول لا تحظى بإهتمام مؤسسات الإعلام العربي	ك	12	16	24	15
		%	15.0	20.0	30.0	18.8
٢	ضعف مهارات الإعلاميين في مجال صحافة المحمول	ك	37	16	21	4
		%	46.3	20.0	26.3	5.0
٣	غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الاخلاقية الضابطة لممارسة المهنة عبر المحمول	ك	49	13	12	0
		%	61.3	16.3	15.0	0.0
٤	عدم الإهتمام بتأهيل وتدريب الإعلاميين على صحافة المحمول والمستجدات في هذا المجال	ك	46	16	14	4
		%	57.5	20.0	17.5	5.0
٥	بيئة العمل الإعلامي غير مهينة بما يناسب التغيرات التي تفرضها صحافة المحمول ومستجدات التكنولوجيا الحديثة	ك	24	12	15	20
		%	30.0	15.0	18.8	25.0
٦	إنتاج محتوى يتلاءم مع طبيعة المحمول وجمهوره	ك	47	17	15	1
		%	58.8	21.2	18.8	1.3
٧	غياب الوعي بأهمية صحافة المحمول في تطوير العمل الإعلامي	ك	38	17	20	5
		%	47.5	21.3	25.0	6.3
٨	عدم تقدير بعض المسؤولين للصحفي الذي يستخدم المحمول في أداء عمله	ك	29	14	11	11
		%	36.2	17.5	13.8	13.8
	المجموع	ك	35	15	17	7
		%	43.8	18.8	21.2	8.8

جدول رقم (٢١)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	صحافة المحمول لا تحظى بإهتمام مؤسسات الإعلام العربي	5.111	.276	غير دالة	3.01	1.299	أوافق إلى حد ما	60%
٢	ضعف مهارات الإعلاميين في مجال صحافة المحمول	48.40	.000	دالة	4.01	1.080	أوافق	80%
٣	غياب التشريعات القانونية والمواثيق الاخلاقية الضابطة لممارسة المهنة عبر المحمول	57.5	.000	دالة	4.31	.988	أوافق	86%
٤	عدم الإهتمام بتأهيل وتدريب الإعلاميين على صحافة المحمول والمستجدات في هذا المجال	48.03	.000	دالة	4.28	.939	أوافق بشدة	85%
٥	بيئة العمل الإعلامي غير مهيئة بما يناسب التغيرات التي تفرضها صحافة المحمول ومستجدات التكنولوجيا الحديثة	8.568	.073	غير دالة	3.28	1.407	أوافق إلى حد ما	66%
٦	إنتاج محتوى يتلاءم مع طبيعة المحمول وجمهوره	56.2	.000	دالة	4.38	.832	أوافق بشدة	88%
٧	غياب الوعي بأهمية صحافة المحمول في تطوير العمل الإعلامي	27.59	.000	دالة	4.09	.990	أوافق	82%
٨	عدم تقدير بعض المسؤولين للصحفي الذي يستخدم المحمول في أداء عمله	14.48	.006	دالة	3.38	1.555	أوافق إلى حد ما	68%
	المجموع	33.237	.044	دالة	3.84	1.136	أوافق	77%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية معظمها أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائياً على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب الإيجابي كإن ذات قيمة أعلى بنسبة (64%)، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين كما في العبارتين (5،1) مما يدل على التماثل، ونجد قيم الانحراف المعياري معظمها أكبر من الواحد صحيح مما يدل على تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (77%)، وهذا يدل على الموافقة على محور التحديات التي تواجه صحافة المحمول.

بالنظر إلى الجدول أعلاه، في فئة التحديات التي تواجه صحافة المحمول، فإن هناك دلالة إحصائية موجبة على وجود تحديات تواجه صحافة المحمول بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (3.84) والنسبة المئوية العامة (77%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا لتفهم أفراد العينة بوجود تحديات تواجه صحافة المحمول.

وبالنظر إلى الوحدات داخل الفئة، فإن أكبر تحدي يواجه صحافة المحمول تمثل في إنتاج محتوى يتلاءم مع طبيعة المحمول وجمهوره حيث حصلت هذه الوحدة على أعلى وسط حسابي بين وحدات الفئة بلغ (٤.٣٨) ونسبة مئوية (88%)، يليها وحدة غياب التشريعات القانونية والمواثيق الأخلاقية الضابطة لممارسة المهنة عبر المحمول بوسط حسابي (٤.٣١) بنسبة مئوية (86%)

ثم وحدة عدم الإهتمام بتأهيل وتدريب الإعلاميين على صحافة المحمول والمستجدات في هذا المجال (٤.٢٨)، غياب الوعي بأهمية صحافة المحمول في تطوير العمل الإعلامي (٤.٠٩) بنسبة مئوية (82%) ، ضعف مهارات الإعلاميين في مجال صحافة المحمول (٤.٠١) بنسبة مئوية (80%) ، عدم تقدير بعض المسؤولين للصحفي الذي يستخدم المحمول في أداء عمله (٣.٣٨) بنسبة مئوية (68%)، بيئة العمل الإعلامي غير مهينة بما يناسب التغيرات التي تفرضها صحافة المحمول ومستجدات التكنولوجيا الحديثة (٣.٢٨) بنسبة مئوية (66%)،

صحافة المحمول لا تحظى بإهتمام مؤسسات الإعلام العربي (3.01) بنسبة مئوية (60%)

أما بالنسبة إلى الانحراف المعياري، فقد تشتت آراء العينة بشأن أربع تحديات وردت بالجدول وهي: عدم تقدير بعض المسؤولين للصحفي الذي يستخدم المحمول في أداء عمله بإنحراف معياري قدره (1.555)، بيئة العمل الإعلامي غير مهئية بما يناسب التغيرات التي تفرضها صحافة المحمول ومستجدات التكنولوجيا الحديثة وإنحرافها المعياري (1.407)، وصحافة المحمول لا تحظى بإهتمام مؤسسات الإعلام العربي بإنحراف معياري (1.299)، وضعف مهارات الإعلاميين في مجال صحافة المحمول بإنحراف معياري (1.080) .

إذا جاءت الإجابات في الانحراف المعياري لها أكبر من الواحد الصحيح. وتنتقل الباحثة في تفسيرها لهذا التوجه من خلال ملاحظة مفادها أن الآراء تشتت بشأن تحديات ليس للإعلاميين دور مباشر فيها، فهي أدوار للمؤسسات الإعلامية التي يقع على عاتقها مهمة تدريب صحافييها وتأهيل بيئة العمل داخل المؤسسة، وإهتمام بصحافة المحمول، إلى جانب الدور المتعلق بالمسؤولين ومدى قبولهم لصحفي المحمول، حيث إرتبط في ذهن البعض أن المحمول هو أداة الهواة وليس المحترفين، مما قد يؤثر على التعامل مع صحفي المحمول بجدية.

كل تلك التحديات لا يملك الإعلاميين سلطة إتخاذ القرار بشأنها، لكنها في الواقع قضايا تتعلق بهم وراؤهم فيها قد تسهم في توجيه المؤسسات مما يكون له إنعكاس على الأداء المهني ، لذلك من الطبيعي والمنطقي أن تتباين وجهات نظرهم حولها، وتعتبر هذه الآراء على تباينها، عن التجربة العملية في هذا المجال، و تشكل إضافة حقيقة في تقييم واقع التحديات التي تجابه صحافة المحمول مما يعزز من قيمة هذا الدراسة.

وفي المقابل نجد تركز أو إتفاق في الرأي بين أفراد العينة حول أربع تحديات أخرى تتمثل في: غياب الوعي بأهمية صحافة المحمول في تطوير العمل الإعلامي والتي بلغ قيمة إنحرافها (0.990) ، غياب التشريعات القانونية والمواثيق الأخلاقية الضابطة لممارسة المهنة عبر المحمول (0.988) ، عدم الإهتمام بتأهيل وتدريب الإعلاميين

على صحافة المحمول والمستجدات في هذا المجال (939)، أنتاج محتوى يتلاءم مع طبيعة المحمول وجمهوره وبلغت قيمة الانحراف المعياري لهذه الوحدة (832). إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها أقل من الواحد الصحيح.

وترى الباحثة أن تركز آراء العينة حول هذه التحديات ، يأتي متسقا مع المنطق وواقع الممارسة العملية من جهة ومع الإرث الإعلامي من جهة أخرى، حيث أن التشريعات القانونية وعدم الإهتمام بتأهيل وتدريب الإعلاميين تظل من الأمور المتفق عليها وغيابها يقدح في العمل الإعلامي ، كما يعبر توافق الآراء حول هذه التحديات عن مدى أهميتها، كونها تمنح العمل الإعلامي مصداقيته وتعزز دوره في إصلاح المجتمع والحفاظ على سلامته بعيدا عن الإسفاف و الإنفلات الأخلاقي الذي قد يمارسه البعض في ظل غياب القوانين والمواثيق الأخلاقية الضابطة لممارسة المهنة باستخدام المحمول، خاصة وأن صحافة المحمول تتيح للهواة ممارسة المهنة دون معرفة بالضوابط الأخلاقية والقانونية الموجهة للعمل الإعلامي ، كما أن المحمول أسهم في رفد الصحافة بكم هائل من الأخبار والمعلومات التي تتطلب التدقيق والتحقق من صدقها. ومن هنا فإن إتفاق العينة حول هذه التحديات من الأمور المسلم بها في الصحافة. أما إختبار الوحدات كفرضيات، و بإختبار فرض العدم وفقا لمعادلة مربع كاي وعند مستوى المئوية ٥%،فأن جميع القيم الاحتمالية جاءت أقل من ٥% ما يعني إنتفاء فرض العدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود.

المحور الخامس: سلبيات ومميزات صحافة المحمول

جدول رقم (٢٢): يوضح سلبيات صحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	ضعف ثقة الجمهور في الأخبار والمحتوى المنتج عبر المحمول	ك	10	19	18	29
		%	12.5	23.8	22.5	36.3
٢	تسهم في أنتشار الأخبار غير الموثقة	ك	27	25	14	11
		%	33.8	31.2	17.5	13.8
٣	خفضت مستوى الإحترافية في إعداد المحتوى الإعلامي	ك	35	19	19	7
		%	43.8	23.7	23.7	8.8
٤	المحمول عرضة للضياع مما قد يفوت على الإعلامي تغطية الحدث	ك	42	18	14	4
		%	52.5	22.5	17.5	5.0
٥	إمكانية فقد كل المعلومات المخزنة في المحمول بسبب فايروسات أو إنكسار الجهاز أو ضياعه	ك	37	19	13	5
		%	46.3	23.8	16.2	6.3
	المجموع	ك	30	20	16	11
		%	37.5	25.0	20.0	13.8

جدول رقم (٢٣)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	ضعف ثقة الجمهور في الأخبار والمحتوى المنتج عبر المحمول	22.64	.000	دالة	3.02	1.140	أوافق إلى حد ما	60%
٢	تسهم في انتشار الأخبار غير الموثقة	24.49	.000	دالة	3.77	1.165	أوافق	75%
٣	خفضت مستوى الاحترافية في إعداد المحتوى الإعلامي	19.8	.000	دالة	4.03	1.018	أوافق	81%
٤	المحمول عرضة للضياع مما قد يفوت على الإعلامي تغطية الحدث	63.012	.000	دالة	4.16	1.054	أوافق	83%
٥	إمكانية فقد كل المعلومات المخزنة في المحمول بسبب فايروسات أو إنكسار الجهاز أو ضياعه	41.654	.000	دالة	3.94	1.248	أوافق	79%
	المجموع	34.32	.000	دالة	3.78	1.125	أوافق	76%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (.000) هي أقل من (.05)، وهي دالة إحصائية على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب

الإيجابي كأن ذات قيمة أعلى بنسبة (62%)، ونجد قيم الانحراف المعياري أكبر من الواحد صحيح مما يدل على تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (76%)، وهذا يدل على الموافقة على محور سلبيات صحافة المحمول. وفق الجدول أعلاه في فئة (سلبيات صحافة المحمول) فأن هناك دلالة إحصائية موجبة لصالح سلبيات صحافة المحمول بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (٣.٧٨) والنسبة العامة (٧٦%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (٣)، مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا بوجود سلبيات لصحافة المحمول يدركها أفراد العينة.

وبالنظر إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن وحدة المحمول عرضة للضياع مما قد يفوت على الإعلامي تغطية الحدث تعد الأعلى من حيث التأثير السلبى على العمل الإعلامي، كما يشير وسطها الحسابي البالغ (4.16)، ونسبة مئوية (83%)، يليه من حيث التأثير خفضت مستوى الإحترافية في إعداد المحتوى الإعلامي بوسط حسابي (4.03) ونسبة مئوية (81%)، ويأتي في الترتيب الثالث، إمكانية فقد كل المعلومات المخزنة في المحمول بسبب فايروسات أو إنكسار الجهاز أو ضياعه بوسط حسابي (3.94) بنسبة (79%) ، يليه إسهام المحمول في إنتشار الأخبار غير الموثقة بوسط حسابي (3.77) ونسبة مئوية (75%) ، ويأتي ضعف ثقة الجمهور في الأخبار الأقل من حيث التأثير بوسط حسابي (3.02) ونسبة مئوية (60%) .

وبالنظر إلى الانحراف المعياري للفئة بالجدول يتضح بأن آراء العينة كانت مشتتة بشأن سلبيات صحافة المحمول، بحصول كل الانحرافات على قيمة أعلى من الواحد الصحيح، وهذا يتوافق مع حادثة تجربة صحافة المحمول التي لا تزال في مرحلة التجريب أكثر منها قوانين ودراسات علمية يعتد بها. ولذلك جاءت الآراء مشتتة كل حسب رؤيته. وهذا يدل على أن العينة على دراية كافية بإجاباتها، وأن إجاباتها متفقة مع الواقع الذي يفتقر إلى نظريات في هذا المجال مما يزيد الثقة في النتائج المتوقعة من الدراسة.

أما إختبار الوحدات كفرضيات، وبإختبار فرض عدم وفقا لمعادلة مربع كاي
وعند مستوى المئوية ٥٠%، فإن جميع القيم الاحتمالية جاءت (صفرية) مما يعني
إنتفاء فرض عدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود (أي الفرضية الأساسية التي تمثلها
الوحدة)

جدول رقم (٢٤): يوضح مميزات صحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا بشدة
١	سرعة عملية التغطية الإخبارية	ك	60	17	3	0
		%	75.0	21.3	3.8	0.0
٢	سرعت عملية تحديث التغطية الإخبارية	ك	58	19	2	1
		%	72.5	23.8	2.5	1.3
٣	مفيدة في تغطية الأحداث التي يحظر فيها استخدام الكاميرات الاحترافية	ك	56	18	3	2
		%	70.0	22.5	3.8	2.5
٤	إتاحة للإعلاميين الهواة المشاركة في تغطية الأخبار وصناعة المحتوى الإعلامي	ك	53	15	9	2
		%	66.3	18.8	11.2	2.5
٥	تقيد في تغطية الأحداث المفاجئة وغير المتوقعة	ك	60	16	4	0
		%	75.0	20.0	5.0	0.0
٦	يتيح قدرًا من الإبداع والتميز الإعلامي	ك	46	8	20	6
		%	57.5	10.0	25.0	7.5
	المجموع	ك	55	15	7	2
		%	68.8	18.8	8.7	2.5

جدول رقم (٢٥)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	سرعة عملية التغطية الإخبارية	66.17 5	.000	دالة	4.71	.532	أوافق بشدة	94%
٢	سُرعت عملية تحديث التغطية الإخبارية	106.5	.000	دالة	4.68	.591	أوافق بشدة	94%
٣	مفيدة في تغطية الأحداث التي يحظر فيها استخدام الكاميرات الإحترافية	137.1 2	.000	دالة	4.58	.792	أوافق بشدة	92%
٤	إتاحة للإعلاميين الهواة المشاركة في تغطية الأخبار وصناعة المحتوى الإعلامي	115.0	.000	دالة	4.46	.885	أوافق بشدة	89%
٥	تقيد في تغطية الأحداث المفاجئة وغير المتوقعة	65.20	.000	دالة	4.70	.560	أوافق بشدة	94%
٦	يُتيح قدراً من الإبداع والتميز الإعلامي	50.80	.000	دالة	4.18	1.053	أوافق	84%
	المجموع	90.13 3	.000	دالة	4.55	.735	أوافق بشدة	91%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (0.000) هي أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائية على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا أن الجانب الإيجابي كان ذات قيمة أعلى بنسبة (88%)، ونجد قيم الانحراف المعياري معظمها أقل من الواحد صحيح مما يدل على عدم تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجد أنها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بشدة بنسبة (91%)، وهذا يدل على الموافقة بشدة على محور مميزات صحافة المحمول.

بالنظر إلى الجدول أعلاه في فئة (مميزات صحافة المحمول) فإن هناك دلالة إحصائية موجبة لصالح مميزات صحافة المحمول بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (4.55) والنسبة المئوية (91%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3). مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا لمميزات صحافة المحمول يدركها أفراد العينة.

أما بالنظر إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن أهم ميزة تحققها صحافة المحمول تتمثل في سرعة عملية التغطية الإخبارية نظرا لحصولها على أعلى وسط حسابي بالجدول والذي بلغ (4.71) ونسبة مئوية (94%) ، يليها تغطية الأحداث المفاجئة وغير المتوقعة بوسط حسابي (4.70) ونسبة مئوية (94%)، وثالثا كونها سرعت عملية تحديث التغطية الإخبارية بوسط حسابي (4.68) بنسبة مئوية (94%)، ومن ثم كونها مفيدة في تغطية الأحداث التي يحظر فيها استخدام الكاميرات الإحترافية بوسط حسابي (4.58) ونسبة مئوية (92%)، يليها كونها إتاحة للإعلاميين الهواة المشاركة في تغطية الأخبار وصناعة المحتوى الإعلامي بوسط حسابي (4.46) ونسبة مئوية (89%)، وفي المرتبة الأقل كونها يتيح قدراً من الإبداع والتميز الإعلامي بوسط حسابي (4.18) بنسبة مئوية (84%) .

وفيما يتعلق بدلالات الانحراف المعياري للوحدات بالجدول أعلاه، فإن آراء العينة تشتت بشأن كونه يتيح قدراً من الإبداع والتميز الإعلامي بوسط حسابي أكبر من الواحد الصحيح. وهذا منسجم تماما مع طبيعة الموضوع والاستخدامات الإعلامية

للمحمول التي لاتزال في بداياتها، ولايزال الإعلاميون يتلمسون أوجه الاستخدامات وأساليب الإبداع الممكنة باستخدام المحمول، حيث أن الإبداع والتميز الإعلامي يتحقق بالمراس والخبرة كلما نضجت تجربة صحافة المحمول. و هذا يدل على أن العينة على دراية كافية بإجابتها وأن إجابتها متفقة مع الواقع مما يزيد الثقة في النتائج المتوقعة من الدراسة.

وقد إتفقت العينة على بقية وحدات الفئة بحصولها على إنحراف معياري أقل من الواحد الصحيح، ويؤكد إتفاقها بأن صحافة المحمول تتميز بسرعة التغطية الإعلامية، وبقدرتها على تغطية الأحداث التي يحظر فيها استخدام الكاميرات الإحترافية ، كما تتميز بتغطية الأحداث المفاجئة وغير المتوقعة، إلى جانب أنها تتيح للهواة المشاركة في تغطية الأخبار وصناعة المحتوى الإعلامي عليها. وتفسر الباحثة توافق آراء العينة حول هذه المزايا يشير إلى أنها من الأمور المسلم بها، والتي تتطبع بها صحافة المحمول، وهي مزايا لا تتوفر مجتمعة في الأنواع الإعلامية الأخرى، كما هو الحال في صحافة المحمول ، فضلا عن أنها مجتمعة تضيف ميزة أخرى لصحافة المحمول إذ تمكنها من توسيع نطاق تغطيتها الإخبارية لتصبح ممكنة في أي مكان وأي زمان وبذلك فإن صحافة المحمول تتمتع بميزات عديدة.

وقد اعتبرت العينة أن سرعة عملية التغطية الإخبارية هي الميزة الأهم لصحافة المحمول وذلك بحصولها على أعلى وسط حسابي بالجدول، وهو إختيار منطقي كونه يحقق السبق الإعلامي الذي يعد أحد اهم معايير التميز في الأداء الإعلامي. أما إختبار الوحدات كفرضيات، و بإختبار فرض عدم وفقا لمعادلة مربع كاي وعند مستوى المئوية ٥٠%، فإن جميع القيم الاحتمالية جاءت (صفرية) مما يعني إنتفاء فرض عدم وبالتالي ثبوت فرض الوجود (اي الفرضية الأساسية التي تمثلها الوحدة)

المحور السادس: إنعكاسات صحافة المحمول على ممارسة المهنة
جدول رقم (٢٦): يوضح أنعكاسات صحافة المحمول على ممارسة المهنة

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	تؤدي إلى التخلي عن غرف الأخبار التقليدية	ك	32	14	14	7
		%	40.0	17.5	17.5	8.8
٢	غيرت معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو وسيلتها	ك	42	22	15	1
		%	52.5	27.5	18.8	1.3
٣	غيرت تعريف مفهوم الإعلامي نتيجة تعدد مهامه وتبادل الدور مع المستخدمين	ك	43	23	12	2
		%	53.8	28.8	15.0	2.5
٤	زادت عبء العمل على الإعلاميين المحترفين إذا عليهم أن يتحققوا من المحتوى المنتج من المستخدمين	ك	47	18	12	3
		%	58.8	22.5	15.0	3.8
٥	ساهمت في تقارب و اندماج وسائل الإعلام	ك	48	24	5	3
		%	60.0	30.0	6.3	3.8
٦	جعلت حرية الصحافة حقيقة	ك	28	14	29	8
		%	35.0	17.5	36.3	10.0
٧	غيرت معايير توظيف الإعلاميين، بحيث تشمل مهارات صحفية ومعرفة تقنية المستخدمين	ك	40	25	9	6
		%	50.0	31.3	11.3	7.5
٨	قللت من تكلفة إنتاج العمل الإعلامي	ك	43	19	11	7
		%	53.8	23.8	13.8	8.8
٩	ساهمت في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي لا يوجد بها مراسلون صحفيون	ك	52	19	8	1
		%	65.0	23.8	10.0	1.3
١٠	أجبرت الحكومات على قول الحقيقة	ك	22	12	34	9
		%	27.5	15.0	42.5	11.3
١١	ساهمت في قبول الآخر والإعتراف به في ممارسة المهنة	ك	41	18	15	5
		%	51.3	22.5	18.8	6.2
١٢	تدعم مسيرة تحول الصحافة إلى الواقع الافتراضي	ك	43	20	12	3
		%	53.8	25.0	15.0	3.8
١٣	تسهم في دعم إقتصاديات المؤسسات الإعلامية	ك	44	18	13	4
		%	55.0	22.5	16.3	5.0
المجموع		ك	40	19	15	5
		%	50.0	23.8	18.8	6.2

جدول رقم (٢٧)

م	العبارات	قيمة كا ^٢	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	نسبة المتوسط
١	تؤدي إلى التخلي عن غرف الأخبار التقليدية	21.65	.000	دالة	3.63	1.373	أوافق	73%
٢	غيرت معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو وسيلتها	43.70	.000	دالة	4.31	.821	أوافق بشدة	86%
٣	غيرت تعريف مفهوم الإعلامي نتيجة تعدد مهامه وتبادل الدور مع المستخدمين	46.30	.000	دالة	4.34	.826	أوافق بشدة	87%
٤	زادت عبء العمل على الإعلاميين المحترفين اذا عليهم أن يتحققوا من المحتوى المنتج من المستخدمين	54.30	.000	دالة	4.36	.875	أوافق بشدة	87%
٥	ساهمت في تقارب و اندماج وسائل الإعلام	63.44	.000	دالة	4.44	.791	أوافق بشدة	89%
٦	جعلت حرية الصحافة حقيقة	38.66	.000	دالة	3.75	1.092	أوافق	75%
٧	غيرت معايير توظيف الإعلاميين، بحيث تشمل مهارات صحفية ومعرفة تقنية المستخدمين	37.10	.000	دالة	4.24	.931	أوافق بشدة	85%
٨	قللت من تكلفة إنتاج العمل الإعلامي	37.67	.000	دالة	4.21	.996	أوافق بشدة	84%
٩	ساهمت في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي لا يوجد بها مراسلون صحفيون	76.50	.000	دالة	4.53	.729	أوافق بشدة	91%
١٠	أجبرت الحكومات على قول الحقيقة	35.37	.000	دالة	3.52	1.131	أوافق	70%
١١	ساهمت في قبول الآخر والإعتراف به في ممارسة المهنة	60.17	.000	دالة	4.15	1.026	أوافق	83%
١٢	تدعم مسيرة تحول الصحافة إلى الواقع الافتراضي	70.37	.000	دالة	4.24	1.009	أوافق بشدة	85%
١٣	تسهم في دعم إقتصاديات المؤسسات الإعلامية	72.87	.000	دالة	4.25	.987	أوافق بشدة	85%
	المجموع	50.62	.000	دالة	4.15	.968	أوافق	83%

من الجدولين السابقين نجد القيم الاحتمالية (0.000) هي أقل من (0.05)، وهي دالة إحصائية على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين، مما يدل على عدم التماثل في آراء أفراد العينة ورغم عدم التماثل في الآراء إلا إن الجانب الإيجابي كان ذا قيمة أعلى بنسبة (74%)، ونجد قيم الانحراف المعياري معظمها أقل من الواحد صحيح مما يدل على عدم تشتت آرائهم حول الإجابات، وبالنظر لقيم المتوسط نجد أنها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة بنسبة (83%)، وهذا يدل على الموافقة على محور إنعكاسات صحافة المحمول على ممارسة المهنة.

يشير الجدول أعلاه في فئة (إنعكاسات صحافة المحمول على ممارسة المهنة) بأن هناك دلالة احصائية موجبة بوجود إنعكاسات لصحافة المحمول على ممارسة المهنة بناء على المتوسط العام للوسط الحسابي (4.15) والنسبة المئوية (83%) مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3)، مما يعني أن هناك إتجاها إيجابيا لوجود إنعكاسات لصحافة المحمول على ممارسة المهنة يدركها أفراد العينة.

وبالنظر إلى دلالة الاستخدامات التفصيلية وفق الوحدات، فإن المساهمة في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي لا يوجد بها مراسلون صحفيون، تحتل المرتبة الأعلى لدى العينة بوسط حسابي (4.53) ونسبة مئوية (91%) تليها في التأثير على الممارسة المهنية مساهمتها في تقارب وإندماج وسائل الإعلام بوسط حسابي (4.44) ونسبة مئوية (89%) وفي المرتبة الثالثة كونها زادت عبء العمل على الإعلاميين المحترفين إذا عليهم أن يتحققوا من المحتوى المنتج من المستخدمين بوسط حسابي (4.36) ونسبة مئوية (87%)، وفي المركز الرابع كونها غيرت تعريف مفهوم الإعلامي نتيجة تعدد مهامه وتبادل الدور مع المستخدمين بوسط حسابي (4.34) ونسبة مئوية (87%)

وخامسا كونها غيرت معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو وسيلتها بوسط حسابي (4.31) ونسبة (86%)، سادسا أنها تسهم في دعم إقتصاديات المؤسسات الإعلامية بوسط حسابي (4.25) ونسبة (85%)، وتتساوى في المرتبة السابعة كونها تدعم مسيرة تحول الصحافة إلى

الواقع الافتراضي، وأنها غيرت معايير توظيف الإعلاميين، بحيث تشمل مهارات صحفية ومعرفة تقنية المستخدمين بوسط حسابي (4.24) ونسبة (85%) لكل منهما على حد، وفي المرتبة الثامنة تأتي أنها قللت تكلفة إنتاج العمل الإعلامي بوسط حسابي (4.21) ونسبة (84%)، وفي المرتبة التاسعة مساهمتها في قبول الآخر و الإعتراف به في ممارسة المهنة بوسط حسابي (4.15) ونسبة (83%)، وفي المرتبة العاشرة كونها جعلت حرية الصحافة حقيقة بوسط حسابي (3.75) ونسبة (75%)، وفي الحادية عشر تؤدي إلى التخلي عن غرف الأخبار التقليدية بوسط حسابي (3.63) ونسبة (73%)، وفي مرتبة التأثير الأقل جاء إجبار الحكومات على قول الحقيقة بوسط حسابي (3.52) ونسبة مئوية (70%)

وبالنظر إلى الانحراف المعياري بالجدول نجد أن هناك تركز وإتفاق في آراء العينة بشأن إنعكاسات صحافة المحمول على ممارسة المهنة فيما يخص خمس وحدات بالجدول بحصول كل إنحرافات على قيمة أقل من الواحد الصحيح وهي الوحدات التالية:

قللت من تكلفة إنتاج العمل الإعلامي بإنحراف (0.996)، تسهم في دعم إقتصاديات المؤسسات الإعلامية 987، غيرت معايير توظيف الإعلاميين، بحيث تشمل مهارات صحفية ومعرفة تقنية المستخدمين (0.931)، زادت عبء العمل على الإعلاميين المحترفين إذا عليهم أن يتحققوا من المحتوى المنتج من المستخدمين (0.875)، غيرت تعريف مفهوم الإعلامي نتيجة تعدد مهامه وتبادل الدور مع المستخدمين (0.826)، غيرت معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو وسيلتها بإنحراف (0.821)، ساهمت في تقارب و اندماج وسائل الإعلام (0.791)، ساهمت في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي لا يوجد بها مراسلون صحفيون (0.729)

بينما تشنت آراء أفراد العينة، بشأن كونها تؤدي إلى التخلي عن غرف الأخبار التقليدية، وأنها أجبرت الحكومات على قول الحقيقة، وجعلت حرية الصحافة حقيقة، جعلت حرية الصحافة حقيقة، وكونها تدعم مسيرة تحول الصحافة إلى الواقع الافتراضي. حيث حصلت هذه الوحدات على إنحرافات أكبر من الواحد الصحيح.

وهذا يتطابق مع الواقع حيث بدت هذه الإنعكاسات واضحة منذ بداية التجربة، ما يدل على أن العينة على دراية كافية بإجاباتها وأن إجاباتها متسقة مع الواقع (إذا لا توجد نظريات تقيس أثر استخدام المحمول و انعكاساته على أداء المهنة مما يعزز الثقة في النتائج التي يخرج بها الدراسة ويزيد من قيمتها بإعتبارها إضافة علمية في هذا المجال. المسألة هنا تخضع للرأى والقياس من واقع التجربة العملية التي لاتزال في بداياتها.

إثبات فروض الدراسة ونفيها :

طرحت الباحثة ثلاثة فروض بهدف التحقق منها من خلال الدراسة وهي:
اولا: افترضت بان الإعلاميين العرب لم يستفيدوا من كل المزايا التي توفرها صحافة المحمول في تطوير أدائهم للمهنة.

وقد اثبتت نتيجة الدراسة ايجابية هذا الفرض إذ تأكد بأن ميزة البث المباشر لا يستفاد منها في التغطيات الإعلامية رغم أهميتها فقد حصلت على درجة متدنية من إهتمام العينة حيث جاء في مركز الاستخدام الأقل نسبة (77%) .

وجاءت هذه النتيجة عكس توقعات الباحثة التي كانت ترجح حصول هذه الوحدة على الدلالة الإحصائية الأعلى بإعتبارها ميزة توفر العديد من الجوانب الإيجابية للتغطيات إخبارية، كونها تنقل للمستخدمين صورة حية و مباشرة من ميدان الحدث مما يعزز المصداقية، كما أنها تختصر الوقت الذي يستغرق في التحرير والمونتاج الذي تخضع له التغطيات المسجلة، ما يعني أن العينة لم تستفيد كما ينبغي من هذه القيمة في تطوير الأداء الإعلامي وتحسين عرض التغطيات الإعلامية. ومع ذلك فإن الدلالات الإحصائية كشفت عن مؤشرات إيجابية بشأن الإستفادة من المحمول في إنجاز أكثر من مهمة، وبذلك فهي ميزة تنسم بها صحافة المحمول

ثانيا : افترضت الدراسة أن صحافة المحمول كان لها انعكاسات إيجابية على أداء الإعلاميين لمهامهم العملية، وقد أكدت نتيجة الدراسة بشقيها النظرى والتطبيقي إن لصحافة المحمول إنعكاسات إيجابية على أداء المهنة وتطويرها وإنها ساهمت في تقليل تكلفة العمل الإعلامي وتقليل ساعات المستهلكة في إنتاج المحتوى كما أنها

تتميز بسهولة الاستخدام وسعة الانتشار فضلا عن أنها جعلت الإعلامي متنقلا بوسيلته مما يمثل نقلة مهمة في أداء العمل الإعلامي بشكل عام.

ثالثا : إفتترضت الدراسة أن صحافة المحمول غيرت طريقة الإعلاميين في أداء مهامهم العملية وهو ما أكدته الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي .

الآراء المفتوحة:

وجهت الباحثة أربع أسئلة مفتوحة لأفراد العينة حول صحافة المحمول بهدف إثراء الدراسة بالمزيد من الآراء والمقترحات التي تغطي جوانب تراها الباحثة مهمة حول صحافة المحمول وانعكاسها على أداء المهنة، وجاءت إجاباتهم متباينة حملت جميعها آراء ومقترحات تحسبها الباحثة أنها تشكل إضافة قيمة لهذا الدراسة، تسهم في تحسين أداء الإعلاميين في مجال صحافة المحمول وتضع رؤى وأهداف واضحة تفيد في التخطيط لمستقبلها.

حيث تم رصد ٢٦١ رأيا ومقترحا في المجموع الكلي للأسئلة الأربعة بواقع ٣٥ بالنسبة للسؤال الأول و ٥٦ للسؤال الثاني ومثله في السؤال الثالث فيما حصل السؤال الرابع على ٥١ اجابة .وهي كما يلي:

السؤال الأول: كيف يمكن تطوير صحافة المحمول؟

تباينت إجابات أفراد العينة حول كيفية تطوير صحافة المحمول، حيث يري 11.3% منهم وهي النسبة الأعلى أنه يكمن في الممارسة والتدريب، مما يؤكد أهمية هذين العنصرين في عملية التطوير وهي مهمة تقع في الغالب على عاتق المؤسسات الإعلامية التي ينبغي عليها أن تخضع صحافييها لدورات تدريبية حول كيف الإستفادة من المحمول واستخدامه في التغطيات الصحافية ومن ثم تتيح لهم الفرص للممارسة وإكساب الخبرة .

وبالنظر إلى النسبة المئوية وهي الأعلى فأن هذا المقترح يستحق أن يوضع ضمن الأهداف التي تبني عليها خطط التطوير المستقبلية في هذا المجال. وأن كانت المؤسسات الإعلامية مطالبة بتدريب كوادرها، فإن الإعلاميين أيضا مطالبين بتطوير مهاراتهم بالإشتراك في الدورات التدريبية التي تتيحها منظمات صحفية عالمية أو الإتحادات الإعلامية في بلدانهم أو عبر المواقع الالكترونية المختصة في المجال الإعلامي والتي توفر العديد من الدورات التدريبية في شتي الجوانب الإعلامية.

وبالإضافة إلى الممارسة والتدريب فقد قدمت العينة العديد من الآراء والمقترحات التي يمكن أن تسهم في تطوير صحافة المحمول وحازت جميعها على نسبة مئوية بلغت 1.9% ، مما يعني تساويها من حيث الأهمية في تحقيق التطوير وهي كما يلي:

- إجابة استخدام التقنيات الحديثة وأهمها الأجهزة الذكية المتصلة بالإنترنت وتوظيفها في المجال الإعلامي واستخدام وسائل التواصل المتداولة و المعروفة. كما إقترحت إصدار ميثاق شرف تؤطر العمل في هذا المجال بحيث تشمل الإعلاميين الهواة المتعاملين مع وسائل الإعلام الاحترافية لتقليل من فرص إنتشار الشائعات والمعلومات الكاذبة خاصة وأن الهواة ليس لديهم إلمام بقواعد العمل الإعلامي كما هو الحال بالنسبة للمحترفين.
- ضبط وحماية المحتوى الإعلامي وضرورة التحقق من المعلومات والأخبار والإستعانة بالمصادر الموثوقة وفصح أكاذيب و إشاعات المصادر المجهولة وابتكار طرق حديثة تواكب التطور وتحقيق التفاعل مع جميع فئات المجتمع بما يعزز الاستخدام الصحيح والمصادقية
- إشارت العينة إلى أهمية مواكبة التطورات المتسارعة في مجال الهواتف الذكية والتدريب على أنواعها الأحدث والتي تحمل في الغالب ميزات إضافية عن النسخ السابقة لها. كما أكدت على أهمية التدريب على البرامج والتطبيقات المستحدثة والتي تسهم في تحسين التغطيات الإعلامية.
- نبهت العينة إلى أن هناك خطر حقيقي على الصحافة يمثلته الهواة خاصة فيما يتعلق بأخلاقيات ممارسة المهنة وحذرت من تنامي نفوذهم في الصحافة وسيطرتهم على المجال في ظل ضعف مهارات المحترفين، كما أوصت بالشروع في إعداد مزيد من الضوابط والتشريعات لضبط العمل في مجال صحافة المحمول مما يضمن بث محتوى موثوق
- أكد المبحوثون أهمية تبني المؤسسات الإعلامية لصحافة المحمول، و تطوير مهارات القائمين عليها فنيا ومهنيا والمامهم بقواعد والمواثيق الأخلاقية للممارسة الإعلامية و إبتكار برامج مونتاج تدعم اللغة العربية بالإضافة إلى إبتكار برامج

تحرير الأخبار و الكتابة وتدريب الإعلاميين على استخداماتها كما أشارت إلى أهمية التواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال الثاني: هل المحتوى الإعلامي المنتج عبر المحمول يضاهي من حيث الجودة والوضوح المحتوى المنتج عبر وسائل وأدوات العمل الإعلامي التقليدية الاحترافية؟

تباينت آراء العينة بشأن تقييم جودة ووضوح المحتوى الإعلامي المنتج عبر المحمول مقارنة بالمحتوى الإعلامي المنتج عبر وسائل وأدوات التقليدية الاحترافية، حيث أكد 30.4% من أفراد العينة أن المحتوى الإعلامي المنتج عبر المحمول لا يزال دون مستوى الجودة والوضوح الذي يظهر به المحتوى الإعلامي المنتج عبر وسائل وأدوات العمل الإعلامي التقليدية الاحترافية.

إذ يرى 19.6% منهم أن المحتوى الإعلامي المنتج عبر المحمول يتمتع بجودة عالية تضاهي الأدوات والوسائل الاحترافية، بل أنها تتنافسها بقوة، فالأجيال الحديثة من الهواتف الذكية توفر إمكانيات تضاهي أدوات العمل الإعلامي الاحترافية، ومثال لذلك جهاز "إيفون" بدءاً من نسخته "S6" الذي يتيح إمكانيه التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة "4k"، التي تعد أكثر تطوراً من كاميرات الأخبار التلفزيونية من نوع HD المستخدمة في معظم التلفزيونات. وأشارت العينة إلى عوامل عديدة أخرى تؤثر على جودة المنتج الإعلامي عبر المحمول أهمها: نوعية المحمول المستخدم ومدى تطوره، المهارات الإعلامي وقدرة الإعلامي على توظيف مزايا المحمول في التغطيات الإعلامية.

ومن وجهة نظر 3.6% من أفراد العينة أن المحتوى المنتج عبر المحمول لا يماثل إنتاج الوسائل الاحترافية من حيث الجودة لكنه يفي بالحد الأدنى من شروط البث والعرض، وأشارت هذه الفئة إلى أن الأمر مرتبط إلى حد ما بطبيعة المحتوى وما إذا كان النقل مباشر للحدث أم مسجل، كما ترتبط بمهارة المستخدم وحدثه المحمول وميزاته مشيرة إلى أن المسائل المتعلقة بالجودة تتحسن مع مرور الوقت مع تحسن تقنية المحمول واكتساب مستخدميها للخبرات والمران بالإضافة إلى ذلك قدمت العينة إجابات

عديدة أظهرت آراء متفرقة في الإجابة على السؤال وحازت جميعها على نسبة مئوية متدنية بلغت 1.8% .

السؤال الثالث: ما تقييمك لدور صحافة المحمول في الإرتقاء بالعمل الإعلامي؟

تباينت آراء العينة في تقييم دور صحافة المحمول في الإرتقاء بالعمل الإعلامي والإعلامي، إلا أن غالبية الإجابات إتفقت على أن دورها إيجابي في هذا الجانب موضحة أنها ساهمت بقوة في تحقيق سبق الإعلامي وهي ميزة تسعى وسائل الإعلام لتحقيقها على الدوام، كما أن صحافة المحمول حققت دفعة غير مسبقة للعمل الإعلامي، من حيث توثق الأخبار والأحداث وإعادة نشرها بتكلفة زهيدة مستفيدة من ميزات (المحمول) وبفضلها لم تعد صناعة الإعلام محتكرة في يد فئة أو مؤسسة معينة. كما يرجع لها الفضل في تطوير طرق التغطية الإعلامية، وكونها جعلت الإعلامي متنقلا بوسيلته، وسهلت عملية الوصول إلى الأخبار في أي مكان وأي زمان. و وصف 12.5% من العينة دور صحافة المحمول في الإرتقاء بالعمل الإعلامي بالمهم والفاعل، للإعتبارات التالية:

- تحقق سرعة نقل الخبر وسهولة تنقله.
- أدت إلى إتساع المجال الجغرافي للتغطيات الإعلامية
- أدت الي زيادة القاعدة الجماهيرية.
- ترسخ مبدأ الحرية و التنافسية
- توفر ميزة البث الحي المباشر
- حققت سرعة الوصول الجغرافي إلى مكان الحدث

السؤال الرابع: ما تصورك لمستقبل صحافة المحمول خلال السنوات الخمس المقبلة؟

من الطبيعي أن تنتشت الآراء، وتتباين وجهات النظر بشأن توقعات حول مستقبل منظور، فالتنبؤات في الغالب مرتبطة بعوامل عديدة مترابطة ومعقدة أحيانا ،تعتمد إلى حد ما على الثقافة وإتساع الأفق وبعد النظر مما يسهم في رصد مؤشرات الواقع وبناء التوقعات إستنادا عليها ومع الأخذ في الإعتبار لكل هذه العوامل فإن آراء العينة في هذا

الجانب جاءت في معظمها إيجابية متفائلة بشأن مستقبل زاهر لصحافة المحمول خلال السنوات الخمس المقبلة.

وأكدت العينة المستطلعة على قدرة على الإستمرار والإرتقاء بالعمل الإعلامي، وإنها ستتغلب على كل العثرات التي تواجهها في طريقها أثناء رحلة النمو والإنتشار وستصبح الأكثر جماهيرية. توقعت العينة أن تنمو نسب استخدام صحافة المحمول في العالم لتحتل عرش صناعة المحتوى الإعلامي في العالم خلال الخمس سنوات المقبلة. وهذا التقدم سيفرض المزيد من التحديات أمام الإعلاميين المتمرسين، حيث تشعل المنافسة مع الهواة مما يتوجب على المحترفين المتمرسين العمل على تطوير مهاراتهم وابتكار أساليب جديدة للعمل بالمحمول وملاحقة التغيرات التي ستحدث في مجال صحافة المحمول وتطور تطبيقاتها وأدواته مشيرين إلى أن صحافة المحمول إلى الآن تفتقر في معظمها إلى الحرفية والخبرة في إنتاج محتوى عال الجودة.

وترجح نسبة مقدرة من العينة أن صحافة المحمول أو الصحافة المتنقلة ربما تغير أدواتها من المحمول إلى أجهزة ذكية أخرى خلال السنوات الخمس المقبلة، وذلك بالنظر إلى نتائج بحوث في مجال الذكاء الاصطناعي والذي يتوقع أن يلعب دورا مهما في تطوير أدوات الصحافة وطرق ممارستها خلال السنوات الخمس المقبلة. فيما أكدت نسبة مقدرة من العينة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لن تستطيع أن تنافس المحمول كوسيلة صحفية، أن أجهزة مثل النظارة الذكية والساعة الذكية ليس بمقدورها إتاحة إنتاج المحتوى الإعلامي، كما أنها لا تصلح للقراءة، وكذلك الحال بالنسبة للسيارات الذكية فإنها لن تكون بديلا لجهاز صغير نحمله في جيوبنا. وأجهزة الواقع الافتراضي مازالت في بداياتها.

مستقبل صحافة المحمول وفقا لآراء خبراء وأكاديميين في مجال الإعلام

تتنامي التوقعات بمستقبل مزدهر لصحافة المحمول بدعم من وسيلتها المحمول الذي يحقق إنتشارا واسعا في كل أنحاء العالم، فصحافة المحمول هي المناسبة للمرحلة المقبلة لإعتبارات عديدة: أهمها أنها تتيح التنقل (MOBILITY) للإعلاميين إلى جانب توجه الجمهور إلى المحمول كوسيلة إعلامية، وكونها الأنسب للنشر في هذه الوسيلة. فهي تراعي طبيعتها الفيزيائية وطبيعة جمهورها.

في تقرير نشره موقع Business Insider عن مستقبل الإعلام، "أكد الباحثون، أن متوسط مشاهدة الشخص للتلفاز عام ٢٠١١ كان ٢٦ ساعة، لكنه أنخفض في ٢٠١٥ إلى ١٦ ساعة لمصلحة الهاتف. وفي إستطلاع أجراه معدّو التقرير، وجدوا أن ٨٧٪ من الناس لا تُفارقهم هواتفهم طوال اليوم. وتساءل الباحثون عما بعد الهواتف الذكية، فوجدوا أن النظارات الذكية ما زالت مُتخَبطة. والساعات الذكية لا تصلح للقراءة واللعب، بل للتنبهات فقط. أما السيارات الذكية فإنها لن تكون بديلاً لجهاز صغير نحمله في جيوبنا. وأجهزة الواقع الافتراضي مازالت تحبو في بداياتها".

وقد أجرت الباحثة إستطلاعاً لرأى خبراء وأكاديميين في مجال الإعلام حول توقعاتهم لمستقبل صحافة المحمول وجاءت آراؤهم متباينة على النحو التالي: يقول بروفيسور صالح أبو أصبع أستاذ الصحافة في جامعة الشارقة، أن صحافة المحمول: تعتبر حتي الآن امتداد للصحافة التقليدية، وتوسيع لدائرة مصادر المعلومات الإعلامية، . لتشمل ما يقدمه الإعلامي المحترف، والمواطن العادي الذي يدخل عمله اليوم في باب صحافة المواطن. وتوقع أن تسير بخطوات متسارعة نحو التوجه لتكون صحافة خاصة بالمحمول، مما يجعل المحمول منصة إعلامية قائمة بذاتها مثل التلفزيون والإذاعة والجريدة والمجلة.

أما الدكتور السر على سعد أستاذ الصحافة في الكلية الكندية بأم القيوين، فهو يرى أن الأمر سيكون مختلفاً تماماً في ظل ما يعرف بأنترنت الأشياء والذكاء الصناعي، خاصة وأن المجال ينتظر تطبيق جوجل الجديد لصناعة الأخبار وتداولها آلياً بنسبة ١٠٠٪.

ويقول الدكتور جاسم الشيخ جابر في خاتمة كتابه "صحافة المحمول" أن صحافة المحمول، شقت خلال الأعوام القليلة الماضية طريقها كظاهرة كانت تجلياتها ملموسة في العمل الإعلامي بصورة عامة والإعلامي منه على وجه التحديد، ما لبثت أن ترسخت كنوع جديد من الأنواع الإعلامية، بات يستقطب إهتمام المؤسسات الإعلامية والإعلاميين، في محاولة منهم لإستثمار الخدمات والتسهيلات التي توفرها الأجهزة المحمولة.

يقول عبد الحفيظ جعوان وهو إعلامي يمارس صحافة المحمول، أن المستقبل سيكون لصحافة المحمول، وتوقع نهاية عصر المكاتب الإعلامية التقليدية، والطواقم الإعلامية ليتولى إعلامي بمفرده اداء مهام الفريق. وقال ان صحافة المحمول ستكون هي الشكل الطاعي في المجال الاعلامي وهي ذاهبة باتجاه تطوير أشكال وقوالب صحفية جديدة تمتاز بالسرعة الكبيرة والمدة الزمنية القصيرة والمعلومة المختزلة في أبسط حالاتها، أما تقنيا فهي ذاهبة باتجاه القضاء على التلفاز نهائيا ومحطات الإنتاج الإعلامي.

أن إستهلاك الأخبار الرقمية مرتفع ومتنامٍ في منطقة الشرق الأوسط، فقد أكدت دراسة إستطلاعية حديثة تزايد الإعتماد على الإنترنت كمصدر رئيس للأخبار في العالم العربي، وفي المقابل تراجع وسائل الإعلام التقليدية كمصدر لإستهلاك الأخبار كل هذه التطورات تدعم نمو صحافة المحمول وتعزز من فرص أنتشارها كنوع صحفي حديث.

"شريف عبد النور" رئيس قسم الإعلام في جامعة البلمند بלבنا: "غيرت ثورة المعلومات من مفاهيم الصحافة، ويجب أن نجد وسائل جديدة لحكي وعرض قصصنا، لأن ذلك ما يعزز وجودنا، فالأخبار أصبحت تصل للجمهور قبل أن ننتجها نحن، وفرض هذا وضع جديد تحديات كبيرة علينا أن نجد طريقة مناسبة لتنمائي معه".

عمرو العراقي "رئيس تحرير موقع "أنفو تايمز": "يجب علينا أن نبحث في كيفية اللحاق بالتغير التكنولوجي الكبير الذي خلف عدة تغييرات أولها في طبيعة الجمهور الذي تحول من متلقي إلى صانع للخبر، ولم يعد الخبر هو المميز لمهنة الصحافة في عصر السوشيال ميديا، وبالتالي يجب أن نركز على القصص الإعلامية المعمقة التي تبدأ من حيث ينتهي الخبر".

● "علاء الغطريفي" رئيس التحرير التنفيذي لمؤسسة "أونا" للإعلام: "يجب أن تقدم الوسائل الإعلامية التقارير والقصص المعمقة، وقد أنتجنا عدة قصص صحفية باستخدام تقنية "الكروس ميديا"، ونركز على تقديم محتوى معمق يقرأه الجمهور دون

ملل، وذلك من خلال الدمج بين الوسائط المختلفة من صورة وفيديو وجرافيك وغيرها".

سميرة بن رجب، المبعوث الخاص لديوان الملكي البحريني ووزيرة الإعلام سابقاً: "التقارب بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية أمر هام جداً لكنه ليس المفتاح الوحيد لنهضة صناعة الإعلام، وصناعة الإعلام في العالم العربي تمر بأزمة شديدة لأننا نستقي الأخبار من الوكالات العالمية، والبرامج الحوارية العربية ذات طابع محلي ولا نستطيع مخاطبة العالم الخارجي، وليس لدينا وكالة أنباء عربية ذات تأثير عالمي".

أرني جنسن "أمين عام رابطة المحررين النرويجيين: "التكنولوجيا الحديثة منحتنا فرصاً لم تكن موجودة في الماضي، وبالتالي يجب صقل مهاراتنا الإعلامية لكي نقدم المحتوى الإعلامي بشكل جذاب للجمهور عبر الوسائط المختلفة".

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة بشقيها "النظري والعملي" إلى نتائج عديدة في إطار حلها لمشكلة الدراسة وتحقيق أهدافها، و الإجابة علي تساؤلاتها، فيما يلي نوضح أهم هذه النتائج :

١. صحافة المحمول كغيرها من الانواع الصحفية، لا يمكن حصرها في تعريف

واحد جامع مانع

٢. صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث، تمثل المرحلة الأولى من الصحافة الذكية.

٣. عبرت صحافة المحمول المرحلة الاولى من دورة نموها وتعيش حاليا المرحلة الثانية

٤. أكدت الدراسة أن صحافة المحمول تمتلك قدرة كبيرة علي تحقيق سبق الصحفي

٥. صحافة المحمول ذاهبة باتجاه تطوير أشكال و قوالب إعلامية خاصة بها، تمتاز بالسرعة و المدة الزمنية القصيرة و المعلومة المختزلة.

٦. صحافة المحمول إستبدلت غرف الأخبار التقليدية، بغرف ذكية متنقلة علي الأجهزة المحمولة

٧. سهلت وصول المستخدمين الي المحتوى الإعلامي في أي مكان وأي زمان

٨. اكدت الدراسة أن صحافة المحمول غيرت المفهوم التقليدي للإعلامي، وإستبدلته بالإعلامي الشامل الذي ينجز في الغالب كل مراحل التغطيات الإعلامية بمفرده

دون الإعتماد علي زملائه ، مما يعني تطور إيجابيا في مهارات أداء المهنة.

٩. أكدت الدراسة وجود علاقة إرتباطيه إيجابية بين استخدامات صحافة المحمول وتطور الممارسات الإعلامية للصحفيين العرب.

١٠. كشفت الدراسة بأن صحافة المحمول تمارس من قبل الذكور أكثر من الإناث، مما يعني أن مهنة الصحافة يسيطر عليها الذكور.
١١. بينت الدراسة أن النسبة الغالبة من ممارسي صحافة المحمول هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (٢٥ وأقل من ٣٥ سنة)، ما يؤكد أن صحافة المحمول هي في الغالب صحافة الشباب.
١٢. كشفت الدراسة بأن تقسيمات العمل (صحفي، منتج، محرر) لاتزال موجودة رغم استخدام صحافة المحمول.
١٣. اوضحت الدراسة ان صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية وأنها ستهيمن علي القطاع الاعلامي خلال المستقبل القريب.
١٤. اوضحت الدراسة أن صحافة المحمول تتجز مهام (الإنتاج والتحرير والنشر) عبر وسيلة واحدة وهي المحمول مما يعني تطوراً إيجابياً في طريقة أداء المهنة.
١٥. أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أكثر اهتماماً بالشكل الخبري وأقل اهتماماً بالتحقيقات الإعلامية.
١٦. تمارس صحافة المحمول من قبل الإعلاميين العرب بمستوى أقل احترافية، حيث تركز استخدامهم لها في تسجيل التغطيات الصحفية وبنثها لاحقاً، وإجراء المقابلات الإعلامية ما يعني أنها لاتزال ضمن الاستخدامات التقليدية.
١٧. تسهم صحافة المحمول في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي تفتقر الي وجود مراسلين ، مما يؤكد الانعكاسات الإيجابية لصحافة المحمول علي مهنة الصحافة.
١٨. إختصرت صحافة المحمول زمن إنتاج وبث التغطيات الإعلامية.
١٩. تهدد صحافة المحمول مستقبل الإعلام المحترف، بتشجيعها للهواة علي ممارسة المهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأنشاء مؤسسات إعلامية رقمية.
٢٠. تسهم صحافة المحمول في تقليل هيمنة الحكومات علي وسائل الإعلام.

٢١. أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أدت الي تضاؤل دور الإعلاميين المحترفين كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات
٢٢. تفرض صحافة المحمول شروطا جديدة لتوظيف الإعلاميين، تتضمن مهارات تقنية الي جانب المهارات الإعلامية ، مما يؤكد ما ذهب اليه نظرية الإنتقالات أو الحتمية التقنية، بأن التغيرات والتحولات الثقافية تقودها التطورات في الوسائل التكنولوجية وتؤدي تدريجيا إلي خلق بيئة حضارية جديدة.
٢٣. أكدت الدراسة أهمية التحقق من مصادر وصدقية المحتوى المرسل من الصحفيين الهواة قبل النشر، للحفاظ علي مكانة وسمو مهنة الصحافة.
٢٤. إعتبرت الدراسة أن أكبر تحدي يواجه صحافة المحمول، هو إنتاج محتوى يلئم طبيعة المحمول وجمهوره، الأمر الذي يميزها عن الأنواع الإعلامية الأخرى.
٢٥. أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول، لا تخلو من السلبيات، أهمها أن المحمول عرضة للضياع مما قد يفوت على الصحفي تغطية الحدث.
٢٦. أكدت الدراسة أن صحافة المحمول أحدثت تغيرات جوهرية في طرق ممارسة المهنة فأصبحت أكثر سرعة وأقل تكلفة
٢٧. صحافة المحمول سرعت عملية رجع الصدى، ومكنت الإعلاميين من تلقي ردود أفعال سريعة تجاه تقاريرهم الإعلامية، ما يعني أن لها إنعكاسات إيجابية علي أداء المهنة.
٢٨. صحافة المحمول جعلت مستقبل الإعلام أكثر إرتبطا برغبات الجمهور، وتطلعاته، وما تفرضه عاداته وأذواقه وليس بالسياسات الحكومية
٢٩. اكدت الدراسة وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين إستخدام المحمول وتطور الممارسات الإعلامية من حيث سرعة الوصول الي مكان الحدث والتقرب الي الناس.

٣٠. جعلت الصحفي متنقلا بوسيلته

٣١. كشفت الدراسة أن نسبة ٨٧% من أفراد العينة يعتقدون أن صحافة المحمول زادت عبء العمل على الصحفيين المحترفين.

توصيات الدراسة:

وفقا للنتائج التي توصلت اليها الدراسة بشقيها النظرى والعملى، توصي الباحثة بالتالى:

١. إجراء مزيد من البحوث حول "الصحافة الذكية" والتي تعد صحافة المحمول

أولى مراحلها

٢. إحتراف صحافة المحمول يمكن الاعلاميين والصحفيين من تحقيق السبق الصحفي

٣. أن تعمل المؤسسات الإعلامية علي صياغة إستراتيجيات إعلامية تعتمد علي توظيف التقنيات الحديثة، وتشجيع اعلاميها علي ممارسة صحافة المحمول بتمليكهم أجهزة ذكية محمولة مزودة بالإنترنت.

٤. تدريب الاعلاميين داخل وخارج الدولة، علي مهارات ممارسة صحافة المحمول والاستفادة من تطبيقاته بما ينهض بمهنة الصحافة والإعلام ويحقق إستثمار أمثل للإمكانيات المتاحة.

٥. تخصيص مساقات دراسية نظرية وعملية لتأهيل طلبة الإعلام في الجامعات علي إستخدام المحمول وتوظيف تطبيقاته في مجال الصحافة

٦. علي المؤسسات الإعلامية توظيف كوادر إعلامية، تمتلك مهارات إعلامية وتقنية معا مما يمكنها من إحتراف صحافة المحمول.

٧. توجيه ممارسي صحافة المحمول (هواة ومتمرسين) بضرورة الإلتزام بأخلاقيات المهنة.

٨. الحرص على تحديث تطبيقات المحمول بإستمرار للحصول علي الميزات الجديدة التي تسهم في تحسين الأداء الإعلامي
٩. التحقق من المحتوى الصحفي الذي يرسله المستخدمين سواء كانت مقاطع الفيديو، والصور، والمادة الإعلامية
١٠. الإستفادة من تطبيقات البث المباشر بالمحمول في التغطيات الإعلامية ونقل الأحداث من موقع حدوثها علي الفور
١١. التأكد من جاهزية الاجهزة المحمولة وتوفر التطبيقات والملحقات التي تحتاجها قبل الذهاب إلى موقع الحدث
١٢. تجويد وتطوير طرق وأساليب ممارسة صحافة المحمول

المقترحات:

تعد صحافة المحمول موضوعاً شاسعاً لا تفي دراسة واحدة باستيعاب كل جوانبها وابعادها وتأثيراتها علي الساحة الإعلامية من جهة وعلي المجتمع من جهة أخرى، فالمجال أثري من أن يستوعبه بحث واحد لذلك تقترح الباحثة الآتي:

١. إجراء المزيد من الدراسات والبحوث في المجالات الآتية:

- أ- أساليب التغطية الإخبارية في صحافة المحمول
- ج - تحرير وإنتاج صحافة المحمول
- د- مهارات صحفي المحمول
- هـ- صحافة المحمول وتأثيرها علي القيم الإخبارية
- و- القوالب الإعلامية لصحافة المحمول
- ز- الصحافة الذكية وأساليب ممارستها

خاتمة:

في نهاية هذه الدراسة، نضع بين أيديكم ثمرة جهد إستمر سنوات، سائلة المولى عز وجل أن يتقبله مني عملاً خالصاً لوجه تعالى، وأن يحقق الفائدة للمهتمين بشأن صحافة المحمول ويسهم في تطويرها وتحسين الممارسة الإعلامية. ولم يكن البحث في "صحافة المحمول وانعكاساتها علي الممارسة الإعلامية، أمراً يسيراً نسبة لحدثة الموضوع، وجدته، وقلة الدراسات التي تناولته ولا تزال صحافة المحمول بحاجة إلى مزيد من البحوث والدراسات للإحاطة بالجوانب التي لم يتناولها البحث الحالي الذي أثبتت أن لصحافة المحمول انعكاساتها إيجابية علي الممارسة الإعلامية، كما لم تخلو من جوانب سلبية بدت محدودة. وأنها أحدثت تغيرات جوهرية في طرق ممارسة المهنة بما يجعلها أكثر سرعة وأقل تكلفة. كما غيرت مفهوم الصحفي والإعلامي وتخلصت من غرف الأخبار التقليدية واستبدلتها بأخرى متنقلة وذكية مما أحدث نقلة في الممارسة الإعلامية.

وفقاً لنتائج البحث فإن صحافة المحمول تمثل المرحلة الأولى من الصحافة الذكية التي يتوقع أن تصبح نمطاً سائداً في المستقبل القريب، وإنها عبرت المرحلة الأولى من طور نموها وأبرز ملامحها الاستخدامات الأولية للمحمول، وتعيش حالياً في الطور الثاني وأهم ملامحه، الإنتاج الإعلامي الكامل عبر المحمول. رجحت نتائج الدراسة في مجملها بأن صحافة المحمول ستصبح النوع المهيمن بقطاع العمل الإعلامي خلال السنوات القليلة المقبلة، لسعة انتشارها وتعدد مزاياها وسهولة استخدامها. أوصت الباحثة بضرورة استخدام صحافة، والاستفادة من مزاياها في تطوير الممارسة الإعلامية، والالتزام بأخلاقيات ممارسة المهنة، والإهتمام بالتدريب والتأهيل المستمر في مجال صحافة المحمول والتقنيات المساندة لها.

المصادر والمراجع

المصادر:

القرآن الكريم

الأحاديث النبوية

المعاجم و القواميس

1. معجم اللغة العربية المعاصرة (أحمد مختار عبد الحميد، القاهرة، عالم

الكتب، الطبعة الأولى، 2008م)

2. المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية (مصر: دار التحرير للطبع

والنشر، بدون رقم الطبعة، بدون سنة طبعة)

3. المعجم الوسيط

الرسائل الجامعية

1. راشد إبراهيم ، رسالة ماجستير(لندن: مركز الدراسات الصحفية بجامعة

ويلز، 1999م).

2. الجمعية أحمد بن محمد ، دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام

(جامعة الإمام محمد بن سعود، قسم الإعلام، 2010م).

3. العبدى إبراهيم: "التأثيرات الإعلامية للتكنولوجيا المستخدمة في بيئة العمل

الإعلامي، دراسة ميدانية بالتطبيق علي المؤسسات الإعلامية العمانية،

رسالة ماجستير، غير منشورة ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2003م.

4. رائدة ماضي فكري، العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال

في المواقع الإخبارية الإلكترونية(القاهرة: جامعة عين شمس، رسالة

دكتوراه منشورة).

5. فاطمة الزهراء عبد الفتاح، رسالة دكتوراه بعنوان (أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية) جامعة القاهرة، 2015م).

6. مها عبد المجيد صلاح، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية ميدانية، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 2004م).

الكتب العربية

1. ابن الأنباري، الإنصاف في مسائل الخلاف بين النحويين: البصريين والكوفيين (القاهرة: المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، 2003م).

2. أبو الفتح عثمان بن جني الموصلي، المنصف ، شرح كتاب التصريف لأبي عثمان المازني (بيروت: دار إحياء التراث القديم، الطبعة الأولى، 1954م).

3. أحمد بدر، الصحافة الكونية دراسات في الإعلام والاتصال الدولي (القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006م).

4. أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي: مفهومه، إجراءاته ومناهجه (القاهرة: مكتبة الفلاح، الطبعة الأولى، 2008).

5. انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك ،الإعلام الجديد- تطور الأداء والوسيلة والوظيفة (بغداد: جامعة بغداد-الدار الجامعية للنشر والطباعة والترجمة ،الطبعة الإلكترونية الأولى،2011م).

6. أوليجا جوديس بيلي وبارت كاميرتس نيكوكارينتيير، فهم الإعلام البديل(القاهرة: مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى،2009م).

7. أي، ار، بوكتان، قوة الآلة وسلطة التكنولوجيا والإنسان منذ القرن السابع عشر حتى الوقت الحاضر، ترجمة شوقي جلال (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 2000).

8. بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الأولى، 1999م).
9. بيل كوفاتش وتوم روزنستيل، ترجمة لميس فؤاد اليحيى، عناصر الصحافة (عمان: الدار الأهلية للنشر، الطبعة الأولى، 2013م).
10. جاسم محمد الشيخ جابر، صحافة المحمول (مسقط: بيت الغشام للصحافة والنشر والترجمة والاعلان، الطبعة الأولى، 2016م).
11. حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، 2001م).
12. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الرابعة، 2006م).
13. حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام "الصحافة الإلكترونية" (القاهرة: دار الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2003م).
14. _____، وسائل الإعلام الجديدة "أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج الصحافة الالكترونية (القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، 2013م).
15. حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المجال الإعلامي (القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر، الطبعة الثانية، 2006).
16. _____، تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت (دمشق: رحمة برس للنشر، 2007م).
17. _____، حاسبات الوسائط المتعددة والإنترنت (القاهرة: دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، 2005م).

18. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها فى دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014م).
19. حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم (الكويت: دار القلم، 2001م، الطبعة الرابعة).
20. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام (بغداد: دار الشؤون الثقافية، الطبعة الأولى، 1992م).
21. ديانا لاريا ومنتصر مرعي، دليل صحافة الهاتف المحمول (الدوحة: مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، بدون طبعة، 2017م) .
22. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007م).
23. رعد منير، دليل توظيف الكمبيوتر والإنترنت في العمل الصحافي (عمان: أريج، بدون رقم طبعة، 2010م).
24. زيد منير سلمان، الصحافة الالكترونية (عمان: دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨ م).
25. سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، دراسة في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة(بيروت: دار جداول للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011م).
26. سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007).
27. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام ،الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الأولى، 1976م).

28. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2000م).
29. شيرين علي موسى المواقع الإلكترونية الإخبارية، دراسة في المفاهيم والمصداقية - (القاهرة: دار العالم العربي، الطبعة الأولى، 2015م).
30. صابر فلهوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي (دمشق: دار علاء الدين، 1999م).
31. صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي (عمان: دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1999م).
32. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008م).
33. عباس ناجي حسن، الصحفي المحترف (عمان: دار صفا للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2014م).
34. _____، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016م).
35. عبد الحميد بسيوني، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة (القاهرة: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 2005م).
36. عبد الرحمن بن أبي بكر جلال الدين السيوطي، الأشباه والنظائر (بيروت: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى - نسخة إلكترونية - 1990م).
37. عبد الرحمن عزى، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003م.
38. عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، الطبعة الإلكترونية (القاهرة: دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2004م).

39. عبد اللطيف حمزة: الصحافة والمجتمع (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1961م).
40. _____، أزمة الضمير الصحفي (القاهرة: دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 1960م).
41. عبد الوهاب المسيري، اللغة والمجاز، بين التوحيد ووحدة الوجود (القاهرة : دار الشروق، الطبعة الأولى، 2002م).
42. عبير الرحباني، الإعلام الرقمي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012م).
43. عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010م).
44. عمرو بن عثمان الملقب سيبويه، الكتاب (القاهرة: مكتبة الخانجي، الطبعة الثالثة، 1988م).
45. فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي (بيروت: دار ومكتبة الهلال، الطبعة الثانية، 2008م).
46. فاطمة الزهراء عبد الفتاح، الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، (العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016م).
47. فرهاد حسن عبد اللطيف، الإعلام الحكومي والرسمي (الرياض: الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016م).
48. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال " المفهوم - الاستعمالات - الافاق " (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010م).
49. فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الأولى، 2011م).

50. ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية - رؤية مستقبلية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2008م).
51. محمد الأمين موسى، التواصل الفعال " الأسس العلمية والمجالات التطبيقية" (الشارقة: جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، الطبعة الأولى، 2012م).
52. محمد جاسم الفليحي، النشر الإلكتروني-الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2005م).
53. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد (القاهرة: مركز الأهرام للترجمة، 2012م)
54. محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية (أبوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، بدون طبعة، 1997م).
55. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الأولى، 2007م).
56. محمد عبد اللطيف حماسة، النحو والدلالة: مدخل لدراسة المعني النحوي الدلالي (القاهرة: دار الشروق، الطبعة الأولى، 2000م).
57. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الأولى، 2000م).
58. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية الاجتماعية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 2006م).
59. محمد وروية، إدارة الموارد البشرية رؤية مستقبلية (القاهرة: دار الجامعة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001م).
60. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة: مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1998م).

61. محمود شريف اللبان، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2000م).
62. محمود علم الدين، الفن الصحفي (القاهرة: دار أخبار اليوم، الطبعة الأولى، 2004م).
63. _____، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2000م).
64. _____، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة (القاهرة: مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، 2000م).
65. _____، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990م).
66. _____، مقدمة في الصحافة (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م).
67. منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (عمان: دار المسيرة، الطبعة الأولى، 2014م).
68. منتصر مرعي وآخرون، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة (الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، الطبعة الأولى، 2017م).
69. منى صبحي الحديدي، مقدمة في الإعاقة البصرية (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015م).
70. نجلاء محمد جابر، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة (العين: دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، 2004م).
71. نصر الدين العياضي، وسائل الإعلام، ظلال وأضواء (العين: دار الكتاب الجامعي، 2004م).

72. نهى ميلور، الصحافة العربية الحديثة، المشكلات والتوقعات - ترجمة: منذر محمود محمد - (السعودية: مكتبة العبيكان، الطبعة الأولى، 2012).

73. هلال محمد عبد الغني، مهارات إدارة الأداء (القاهرة: مركز تطوير الأداء والتنمية، 1996م).

74. يعيش بن علي بن يعيش، شرح المفصل للزمخشري، (بيروت: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 2001م).

كتب المعربة:

1. جون هوهنبرج، الصحفي المحترف، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1996م).

2. ديميشال أنولا، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية ، ترجمة د. نصر الدين العياضي ود. الصادق رابح (العين: دار الكتاب الجامعي،

2010م).

3. الفين توفلر، حضارة الموجة الثالثة، ترجمة عصام الشيخ قاسم (بنغازي: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والاعلان، الطبعة الأولى، 1990م).

4. وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014م).

5. الوسائط المتعددة (ملتيميديا) (بيروت: دار عويدات للنشر والطباعة، الطبعة الأولى، 2001م).

المراجع الاجنبية:

1. Adrian Hadland, Eddy Borges-Rey, Jackie Cameron ,Mobile phones and the news: How UK mainstream news broadcasting is stalling the video revolution, (Uk: sagepub, 2017).

2. Blankenship, J.C., solo journalism and news routines: using the hierarchical influences model to study the organizational and individual influences of solo journalism in local television news, PHD. University of North Carolina
3. David Cameron, Mobile journalism: A snapshot of current research and practice, conference paper,
4. Richard Davis, Diana Owen, New Media and American politics (New York: Oxford University Press, 1998)
5. Pavlik Manovich, New Media Technology, 2001
6. Lev Manovich, Language of New Media, (The MIT Press, 2001)
7. Jay David Bolter, Richard Grusin, Remediation: Understanding New Media. Sage Publications, Inc., first edition, 2000,
8. Katarzyna Kopecka – Piech, Media Convergence concept, Media Studies, Vol. 46 Issue July 2011, special section.
9. Marguerite Reardon, CNET. "CNN live news comes to iPad, other mobile devices." Jul 18, 2011
10. M.L. Defleur & S.J. Ball-Rokeach, Theories of Mass Communication, 5th ed. Longman Publishing Group New York, 1989
11. Martyn, Peter H. (2001). "The Mojo in the Third Millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see?". Journalism Practice. 3 (2): 196–215. doi: 10.1080/17512780802681264
12. Rich Gordon, The meanings and implications of convergence. In: Kevin Kawamoto (ed), Digital Journalism. Lanham: Rowman and Littlefield, 2003

13. T.M .Savage & K.E Vogel , An Introduction To The Digital multimedia , Jones & partlett Learning ,second edition.
14. Z e – Nian Li, Mark S Drew, Fundamentals of Multimedia (U.S.A : Prentice Hall, FIRST Edition,2004)
15. Harte Lawrence, Introduction to mobile Telephone system,IG,,2G,205G,AND 3G technologies and Services, Althos publishing, USA,2Edition,2006
16. Allissa Richardson. mobile journalism: A model for the future' Diverse issues in higher Education, june 29,2012
17. Ivo Burum and Stephen Quinn, Mojo: The mobile journalism Hand BOOK(new york: focal press, first edition,2016)
18. Stephen Quinn, Mojo–mobile journalism IN The Asian Region(Singapore: Konrad–Adenauer–Stiftung, First Edition, 2009)
19. Panu Karhunen , Closer to the story? Accessibility and mobile journalism, university of oxford, Reuters institute fellows paper , July 2017
20. Bock, M. A, Video journalism–beyond the one –man Band,(new york :peter lang publishing,2012)
21. Paula M. Poindexter, News for a Mobile–First Consumer PETER LANG ,FIRST EDITION,2016.
22. Ivo Burum and Stephen Quinn, Mojo: The mobile journalism Hand Book(New york: focal press ,first edition,2016)
23. Kaplar .R. The goerment factor. (Washington: cato institutue, 1995)
24. Pavlik ,j. v. new media and news: implication for the future of journalism ,new &media society, (1999)

25. Pavlik, John V New Media Technology– Cultural and Commercial Perspectives(Boston: Allyn and Bacon, 1996)
26. How mobile phones are changing journalism practice in the 21st Century , Rima Marrouch.
27. Stephen Quinn, Mo Jo – Mobile Journalism, in the Asian Region(Singapore: Konrad–Adenauer–Stiftung ,Third edition).
28. Alan D Mutte, News osaur: New Rules for Mobile Journalism, November 2014, www.Editor & publisher.
29. Taylor,Alex ,Vincent, Jane(2005). An SMS History. Computer Supported Cooperative Work series.
30. Rima Marrouch, How mobile phones are changing journalism practice in the 21st Century.
31. Marguerite Reardon, CNET. "CNN live news comes to iPad, other mobile devices." Jul 18, 2011. Retrieved Jul 18, 2011.
32. Ethics In The News, report published by the Ethical Journalism(London: Ethical Journalism Network, 2017).

دراسات و أوراق بحثية وعلمية :

1. أسامة محمود الشريف، مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، ورقة بحثية مقدمة في إطار ندوة مستقبل الصحافة العربية ضمن فعاليات المؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب - عمان ،2000م).
2. أمانى محمد السيد ، ورقة بحثية قدمت في مؤتمر المحتوى العربي في الإنترنت التحديات والطموحات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ،الرياض ،في الفترة من 5-7 أكتوبر 2011م.
3. حفصة كويبي، أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، بحث منشور علي الويب.

4. سعيد محمد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق علي الصحف الإلكترونية المصرية المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 13، أكتوبر 2001م).
5. السيد بخيت "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي الممارسات الإعلامية في الصحافة العربية: دراسة ميدانية علي الصحف الإماراتية" - بحث منشور ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام جامعة القاهرة (القاهرة: كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 1999).
6. عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر الي نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد، منشورات جامعة البحرين (2009) .
7. نزهت محمود نفل ومحمد عبود مهدي، التغطية الصحفية لقضايا حقوق الإنسان في العراق، بحث منشور في موقع كلية الإعلام بجامعة بغداد.

صحف ومجلات

1. "صحافة الموجو" تزدهر في إقليم آسيا-المحيط الهادئ، جريدة الاتحاد الإماراتية 27 يونيو 2010م.
2. إسماعيل عزام، الصحافة الرقمية تحلق في فضاء الفيديو، مجلة الصحافة، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، أكتوبر 2016م.
3. آيدن وايت، أخلاقيات مهنة الصحافة تعود الي الواجهة ar.unesco.org
4. بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14، 2011م.
5. حسني نصر، صحافة الموبايل وتوقعات الجمهور، صحيفة الشبيبة العمانية بتاريخ 8 يونيو 2015م.

6. رحيمة الطيب عيساني، دراسة بعنوان: الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، الإصدار 20، 2013م.
7. رضوان جدي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة- دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، مجلة الصورة و الاتصال، العدد الثاني والعشرون، فبراير 2018م.
8. سعيد حداد، الإنترنت صحافة القرن القادم، المجلة العربية، العدد 267، السنة 34 اغسطس 1999م.
9. السيد بخيت، البيئة الإعلامية الإلكترونية العربية " تحولات عاصفة وإنبثاقات متجددة، مجلة الرافد عدد 2012م.
10. شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، عدد يوليو 2014م.
11. الصادق الحمamy، الإعلامي العربي- إرهابات نموذج تواصل جديد، مجلة المستقبل العربي، (بيروت، العدد "335"، 2007م.
12. الصادق رابح، إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2010م.
13. _____، السياقات الشبكية والإدماج الإعلامي وأثرهما علي الممارسة الإعلامية المعاصرة، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.
14. طارق راشد، رحلة في عقل عبقرى، الأب الروحي للهاتف النقال، مجلة الثقافة العالمية، العدد 164، فبراير 2012م.
15. عبد الرحمن سعد، قراءة في موانئ الشرف الصحفية العربية، الاهرام اليومي، 21 مارس 2014م.

16. عبد اللطيف حيدر، أخلاق متأرجحة في صحافة المواطن الصحفي، مجلة الصحافة، العدد التاسع.
17. عصام سليمان الموسى، ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 27، 2000م.
18. عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي في مواجهة الاختراق القافي والتبعية الإعلامية، مجلة قضايا معاصرة، 1996م.
19. عيد أحمد الحسبان، واقع حرية الرأي والتعبير في ضوء التطورات التكنولوجية المعاصرة، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الأول، 2011م.
20. فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 20، العدد 39، فبراير 2005م.
21. فن القصّة الصحافية (Feature)، جريدة الشرق الأوسط، 9 أغسطس 2012م.
22. فيصل الياسري، الهاتف المحمول كوسيلة إعلامية، جريدة العرب 15 فبراير 2015م.
23. فنييت كأول، تقرير نشرته مجلة "القافلة" عدد نوفمبر - ديسمبر 2016م.
24. مدقن كلثوم، دراسة منشورة في مجلة مقاليد الجزائرية، العدد الاول، يونيو 2011م.
25. مقابلة صحفية أجراها عبد الله المكسور مع منير زعرور مدير البرامج التدريبية ومنسق العالم العربي والشرق الأوسط في الاتحاد الدولي للصحفيين مجلة الصحافة العدد التاسع، ربيع، 2018م.
26. المهدي الجندوبي، كيف غير الإعلام الجديد أساليب العمل الصحفي؟، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51، 2010.

27. ياس خضير البياتي، الأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي، صحيفة العرب، 23 مارس 2017م.

28. يعقوب بن الصغير، ثنائية "الأخلاقي" و " القانوني" في فلسفة الممارسة الإعلامية قراءة في تصورات نظرية "الحتمية القيمية الإعلامية، بحث منشور في مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ابريل 2013م.

29. تقرير أبل، صحيفة الأنباء، 2012

30. قصي المبارك، شبكة الجيل الخامس 5G كيف ستغير حياتنا، مجلة الرجل، يوليو، 2015

31. تقرير هيئة الاتصالات بالإمارات للربع الأول لعام 2014 ، مجلة اربيان بيزنس، 22 يناير 2014
مجلات وصحف أجنبية:

1. Kith Wilson, ,The camera in your Pocket,

Geographical Magazine,2017/04/17

2. Wendy Sheehan,, pc magazine,2003,84

المواقع الإلكترونية الأجنبية علي الإنترنت

1. Alan D. Mutter, Newsosaur: New Rules for Mobile Journalism, 2014
www.editorandpublisger.com.
2. Aziz Al-Saafin," Smart phones and the changing face of journalism",
AUG2015, www.newshub.co.nz

3. ABC interactive. Going Mobile: How publishers Are Solidifying Strategies and Adapting to the Mobile Market, : March 16 – 2011, www.accessabc.com
4. Rory Cellan-Jones "iPhone – a moment in history" www.bbc.com
5. Anderson, Janna Q., Rainie, Lee(2008). The Future of the Internet III .USA: Pew internet:
http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2008/PIP_FutureInternet3.pdf , cited : March 04 – 2011
6. B.B.C, Investigating multimedia products,WWW.B.B..C.CO.UK
7. <http://www.businessdictionary.com/definition/multimedia.htm>
8. accessibility and mobile journalism , Reuters Institute for the Study, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
9. Martyn, Peter H (01). "The Mojo in the Third Millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see?". Journalism Practice. 3 (2): 196–215. doi:10.1080/17512780802681264.
10. Ivo Burum.Mojo Workin–Essential Mobile Journalism Tools, Global investigative Journalism Network, April,2017
11. Jonathan Barnard, "Smartphones will be owned by two thirds of people living in top digital markets by 2018", 23RD NOVEMBER 2015, <http://www.zenithmedia.com>
12. Ivo Burum , Mojo Workin’: Editing on a Smartphone, August 8, 2017
13. TV and Media2017 ,consumer-driven future of media, Ericsson report 2017
14. <http://schoolofjournalism.co.uk>

15. Gunnar Nygren , Multiskilling in the newsroom – de–skilling or re–skilling of journalistic work
16. Judd slivka, We shoud probably Define Mobile journalism first, March 2014,Ajr vouice ,[http\\ajr.org\voice](http://ajr.org/voice)
17. Judd slivka, Define Mobile journalism first, March 2014,Ajr voice ,[http\\ajr.org\voice](http://ajr.org/voice)
18. [http//blog.witness.org/2010/11/the-ethical-engagements-human-rights-socail-media](http://blog.witness.org/2010/11/the-ethical-engagements-human-rights-socail-media)
19. Reuters Institute Digital News Report 2017
20. www.wikipedia.org
21. Enevieve Belmaker, 5 ways journalists can use smartphones for reporting JANUARY 18, 2013, <https://www.poynter.org>
22. Aziz Al-Saafin," Smart phones and the changing face of journalism", AUG2015, www.newshub.co.nz
23. <http://smartphone-guide.com>
24. Cambridge Dictionaries Online
([ttp://dictionary.cambridge.org/](http://dictionary.cambridge.org/))
25. OXFORD ADVANCED LEARNER'S DICTIONARY
(<http://www.oed.com/>)
26. Enevieve Belmaker, 5 ways journalists can use smartphones for reporting JANUARY 18, 2013, <https://www.poynter.org>

المواقع العربية

1. إسماعيل عزام ، "تطبيقات على الهواتف الذكية مفيدة للصحفيين" نشر بتاريخ

<http://training.aljazeera.net> 25 يوليو 2016م

2. إسماعيل عزام، مقالة نشرت في شبكة الصحفيين الدوليين يوم 2016/6/18،

www.ijnet.org

3. افضل 5 تطبيقات لتسجيل الصوت وتعديله <https://xq55.ws>

4. أقمار صناعية تبث الإنترنت مجاناً لسكان الأرض "، موقع العربية نت ، 2 مارس

2015

5. الذكرى الـ 20 لطرح سيمون أول هاتف ذكي في العالم، موقع العربية . نت

بتاريخ أغسطس 2014م. WWW.ALARABIA.NET

6. رين لافورم، ترجمة دينا صلاح، " 10 تطبيقات ينبغي للصحفيين تجربتها فوراً"،

نشر في 10 فبراير 2016م <http://www.ektebsat.com>

7. سمة العوفي ، موسوعة تطبيقات الهواتف الذكية المفيدة والمجانية للصحفيين،

6 مايو 2013م، موقع شبكة الصحفيين الدوليين <https://ijnet.org/ar>

8. السيد بخيت، صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الإلكترونية وأدوار

مستخدميها موقع الإعلام الجديد www.jadeedmedia.com

9. الصحافة الرقمية تحلق في فضاء الفيديو، مركز الجزيرة الإعلامي، أكتوبر

2016 institute.aljazeera.net/ar

10. صحافة الهاتف المحمول في العصر الرقمي، شبكة الصحفيين الدوليين،

25 يوليو 2013

11. صحيفة الغد، صحافة جديدة باستخدام الهواتف الذكية لتسهيل عمل

الصحفيين العراقيين عدد 2013/10/11

12. الطريق الي الإعلام الرقمي الجديد، شبكة الالوكة ،

13. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد :دراسة في تحولاته التكنولوجية

وخصائصه العامة www.jadeedmedia.com

14. علياء أبو شهبه، إعداد التقارير التلفزيونية باستخدام تقنية "الموجو" الشبكة العربية لدعم الإعلام <http://asahnetwork.org>
15. غادة صبري، صحافة الهاتف المحمول في العصر الرقمي، شبكة الصحفيين الدوليين 26 يوليو 2013م www.ijnet.org
16. فاطمة قطب، تقرير نشرته في مدونتها الخاصة بعنوان "إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل" <https://fatimahfayez.wordpress.co>
17. لارس بيرجيندال ، شركة اريكسون في 15 أغسطس 2016م.
18. محمد سيد، تطبيق " story maker في اجهزة بلاك بيري10" 13 يناير 2013م <http://tech-echo.com>
19. محمد عسكر، تحليل الصورة وتحديد المواقع الجغرافية من خلالها، www.isecurity.org
20. محمد محسن وتد ، صحافة الهاتف النقال تغزو المشهد الإعلامي، الجزيرة، عدد مايو 2014 WWW.ALJAZEERA.NET
21. منتصر مرعي، في غرف الأخبار.. الأخطاء ستقع دائما، www.aljazeera.net
22. موقع بي بي سي العربي علي الويب www.bbc.com
23. موقع مدرسة الصحافة المستقلة، القصة الاخبارية، مايو 2009 www.ijschool.net
24. نادين ديماسي، صحافة الهاتف المحمول.. كل شيء ممكن، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، 12 أبريل 2016م.
25. نسرين حسونة، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، دراسة نشرت علي شبكة الالوكة www.alukah.net

26. نصائح من جوجل لرواية قصص خبرية مقنعة باستخدام تقنية الواقع

الإفتراضي، شبكة الصحفيين الدوليين، 20 نوفمبر 2017 www.ijnet.org

27. هل يقضي الموبايل علي غرف الأخبار؟، تقرير نشر علي موقع العربية ،

5مايو 2016، www.alarabia.net

مقابلات :

1. حوار أجرته الباحثة مع نيل اوغستين إعلامي يعمل في شبكة تلفزيون واذاعة

واشنطن، حاورته الباحثة عبر تويتر

2. علي الذكرى مدير تحرير الموقع الالكتروني بجريدة "البيان" الاماراتية في حديث

مع الباحثة بمكتبه في الجريدة بدبي بتاريخ 10 فبراير 2017م.

3. حوار أجرته الباحثة مع المدرب الإعلامي كلين مولكهاي

4. حوار أجرته الباحثة مع الكاتب الاسترالي ايفو بروم مؤلف كتاب [mojo journalism hand book](http://mojojournalismhandbook.com) عبر موقع تويتر في شهر مايو 2017م.

5. حوار أجرته الباحثة مع بروفيسور سبيلد بنتلي استاذ الصحافة في مدرسة

الصحافة بجامعة ميسوري الامريكية عبر البريد الالكتروني يوم 5 يونيو

2017م.

6. حوار أجرته المدربة الصحفية اللبنانية ماجدة ابو فاضل عبر موقع تويتر.

7. حوار أجرته الباحثة مع الإعلامي المتخصص في صحافة المحمول عبد الحفيظ

جعوان، مراسل تلفزيون العربية من فلسطين.

8. حوار صحفي أجرته قناة نسمة التلفزيونية التونسية مع الإعلامي التونسي،

عدنان الشواشي، ممثل تونس في ملتقى صحافة المحمول في باريس 2016م.

دورات تدريبية وورش عمل :

1. محمد عايش، ورشة تدريبية بمركز تريم عمران بجريدة الخليج في الشارقة

12 فبراير 2016م.

2. عبد الوهاب بوخنوفة دورة تدريبية في مركز تريم بجريدة الخليج في الشارقة مارس 2016م.

تقارير وإحصائيات

1. تقرير: نظرة علي الإعلام العربي 2007 - 2011م، نادي دبي للصحافة.
2. تقرير نظرة علي الإعلام العربي 2012 م.
3. نظرة علي الإعلام العربي 2016 م - 2018م، نادي دبي للصحافة.
4. كلية دبي للإدارة الحكومية، تقرير الإعلام الاجتماعي 2010-2013م.
5. نادي دبي للصحافة وشركة برايس ووترهاوس، تقرير نظرة علي الإعلام العربي 2008-2012م.
6. تقرير إريكسون السويدية "موبيلتي ريبورت لعام 2016م"، موقع شركة إريكسون للهواتف في 15 أغسطس 2016م.
7. تقرير وكالة زينيس للتسويق الاعلامي، 2017م.
8. تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة ، لعام 2016
9. احصائيات الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الربع الأول من العام 2016م
10. مؤشر الإعلام الرقمي للربع الاول من عام 2017م
11. تقرير منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "أوتوكاد" العام 2017
12. احصائيات هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات بالمملكة العربية السعودية للربع الثاني من العام 2017م
13. مبادرة المحتوى العربي، الأمم المتحدة اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب اسيا ، 2003م www.escwa.un.org

الملاحق



ملحق رقم(1)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا والبحث العلمي

كلية علوم الإتصال – قسم الصحافة والنشر

أخي الكريم / أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

بين أيديكم إستبيان خاص ببحث علمي لنيل درجة الدكتوراه في الصحافة بعنوان:

(صحافة المحمول و إنعكاساتها علي الممارسة الإعلامية)

"دراسة علي عينة من الإعلاميين بدولة الإمارات العربية المتحدة"

خلال الفترة من 2015م - 2017م

يرجي التكرم بالإجابة بدقة وصدق وشفافية علي الاسئلة المرفقة وذلك بوضع علامة (✓) أمام الإجابة التي تناسبكم في كل سؤال مغلق، مع الإجابة الحرة علي الأسئلة المفتوحة في الفراغ المتاح هكذا 000000

علما بأن الإجابات التي تدلون بها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث مع خالص الشكر علي تعاونكم.

أولاً : بيانات عامة :

1. النوع : أ/ ذكر ☐ ب/ أنثى ☐
2. العمر : أ/ أقل من 25 ☐ ب/ 25- أقل من 35 سنة ☐ ج/ 35 - أقل من 45 ☐ د/ 45 فأكثر ☐
3. المستوى التعليمي : أ/ أقل من جامعي ☐ ب/ جامعي ☐ ج/ فوق الجامعي ☐
4. طبيعة العمل :

5. الخبرة العملية : أ/ أقل من خمس سنوات ☐ ب/ 5 - أقل من 10 سنوات ☐ ج/ 10 سنوات - أقل من 15 سنة ☐ د/ 15 - فما فوق ☐
5. المؤسسة التي تعمل بها : موقع إخباري ☐ صحيفة ورقية ☐ إذاعة ☐ تلفزيون ☐ مؤسسة أو قسم علاقات عامة ☐ أخرى تذكر

ثانياً/ الإتجاهات المعرفية :

المحور الأول: صحافة المحمول: مفهوماً و ممارسة

أولاً: مفهوم صحافة المحمول من وجهة نظرك هي:

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	نوع صحفي حديث يتم إنتاجه باستخدام المحمول لينشر ويعرض في منصة المحمول فقط					
2	نوع صحفي حديث ينتج باستخدام المحمول، لينشر ويعرض في أي وسيلة من وسائل الإعلام بما فيها المحمول					
3	طريقة حديثة لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وعرضه باستخدام المحمول					
	المجموع					

ثانيا: صحافة المحمول: إنتاج ونشر وعرض التغطيات الإعلامية

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	استخدم المحمول، في بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث					
2	استفيد من المحمول، في تسجيل التغطيات الإعلامية وبثها لاحقاً.					
3	استخدم المحمول، في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية					
	المجموع					

ثالثا : صحافة المحمول : نوع التغطية الإعلامية

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	استخدم المحمول في التغطية الإعلامية بالصور الثابتة					
2	استعمل المحمول في التغطية الإعلامية بالفيديو					
3	استخدم المحمول في تسجيل المقاطع الصوتية وتسجيل المقابلات الإعلامية					
4	استخدم المحمول، في التغطية الإعلامية متعددة الوسائط					
	المجموع					

رابعاً: صحافة المحمول: أشكال التغطية الإعلامية وتحريرها

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	استخدم المحمول في تغطية الأخبار					
2	استخدم المحمول في إعداد التقارير الإخبارية					
3	استخدم المحمول في إجراءات المقابلات الإعلامية					
4	استخدم المحمول في إعداد القصص الخبرية					
5	استخدم المحمول في إجراءات التحقيقات الإعلامية					
6	استخدم المحمول في تحرير التغطيات الإعلامية متعددة الوسائط					
	المجموع					

المحور الثاني: دوافع ومبررات استخدام المحمول في الصحافة

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	استخدمه في أنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمعدات أخرى					
2	استخدمه في إنجاز كل مهامه الإعلامية دون الحاجة لمساعدة من زملاء					
3	أجد سهولة استخدامه والتنقل به					
4	أجده غير ملفت للانتباه لذلك فهو أكثر أمناً وسلامة لي وسط الحشود					
	المجموع					

المحور الثالث: الضوابط المهنية والأخلاقية لصحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	يجب توضيح تاريخ ومصدر المحتوى الذي يتم إنتاجه ونشره عبر المحمول					
2	يجب أن لا تخضع صحافة المحمول إلى تعديلات في عملية المونتاج أو التحرير تخل بالمصداقية أو تغيير الحقيقة					
3	يجب أن لا تعرض محتوى مخلاً بالأخلاق أو الدين					
4	ضرورة التحقق من مصادر وصدقية المحتوى المرسل من الإعلاميين الهواة قبل النشر					
5	الإقرار بحق الرد والتصحيح للجهات والأفراد حال نشر معلومات خاطئة عنهم					
6	مراعاة خصوصية الآخرين					
	المجموع					

المحور الرابع: التحديات التي تواجه صحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	صحافة المحمول لا تحظى باهتمام مؤسسات الإعلام العربي					
2	ضعف مهارات الإعلاميين في مجال صحافة المحمول					
3	غياب التشريعات القانونية ومواثيق الشرف الأخلاقية الضابطة لممارسة المهنة عبر المحمول					
4	عدم الإهتمام بتأهيل وتدريب الإعلاميين على صحافة المحمول والمستجدات في هذا المجال					
5	بيئة العمل الإعلامي غير مهينة بما يناسب التغيرات التي تفرضها صحافة المحمول ومستجدات التكنولوجيا الحديثة					
6	إنتاج محتوى يتلاءم مع طبيعة المحمول وجمهوره					
7	غياب الوعي بأهمية صحافة المحمول في تطوير العمل الإعلامي					
8	عدم تقدير بعض المسؤولين للصحفي الذي يستخدم المحمول في أداء عمله					
	المجموع					

المحور الخامس: سلبيات ومميزات صحافة المحمول

أولا : سلبيات صحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	ضعف ثقة الجمهور في الأخبار والمحتوى المنتج عبر المحمول					
2	تسهم في أنتشار الأخبار غير الموثقة					
3	خفضت مستوى الإحترافية في إعداد المحتوى الإعلامي					
4	المحمول عرضة للضياع مما قد يفوت على الإعلامي تغطية الحدث					
5	إمكانية فقد كل المعلومات المخزنة في المحمول بسبب فايروسات أو إنكسار الجهاز أو ضياعه					
	المجموع					

ثانيا : مميزات صحافة المحمول

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	سُرعت عملية التغطية الإخبارية					
2	سُرعت عملية تحديث التغطية الإخبارية					
3	مفيدة في تغطية الأحداث التي يحظر فيها استخدام الكاميرات الإحترافية					
4	تتيح للإعلاميين الهواة المشاركة في تغطية الأخبار وصناعة المحتوى الإعلامي					
5	تفيد في تغطية الأحداث المفاجئة وغير المتوقعة					
6	تتيح قدراً من الإبداع والتميز الإعلامي					
	المجموع					

المحور السادس: إنعكاسات صحافة المحمول على ممارسة المهنة

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تؤدي إلى التخلي عن غرف الأخبار التقليدية					
2	غيرت معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو وسيلتها					
3	غيرت تعريف مفهوم الإعلامي نتيجة تعدد مهامه وتبادل الدور مع المستخدمين					
4	زادت عبء العمل على الإعلاميين المحترفين إذا عليهم أن يتحققوا من المحتوى المنتج من المستخدمين					
5	ساهمت في تقارب و اندماج وسائل الإعلام					
6	جعلت حرية الصحافة حقيقة					
7	غيرت معايير توظيف الإعلاميين، بحيث تشمل مهارات صحفية ومعرفة تقنية المستخدمين					
8	قللت من تكلفة إنتاج العمل الإعلامي					
9	ساهمت في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي لا يوجد بها مراسلون صحفيون					
10	أجبرت الحكومات على قول الحقيقة					
11	ساهمت في قبول الآخر والإعتراف به في ممارسة المهنة					
12	تدعم مسيرة تحول الصحافة إلى الواقع الافتراضي					
13	تسهم في دعم إقتصاديات المؤسسات الإعلامية					
	المجموع					

ملحق رقم (2)

معدات وملحقات صحافة المحمول

فلاش خارجي



ميكرفون خارجي



شاحن الطاقة

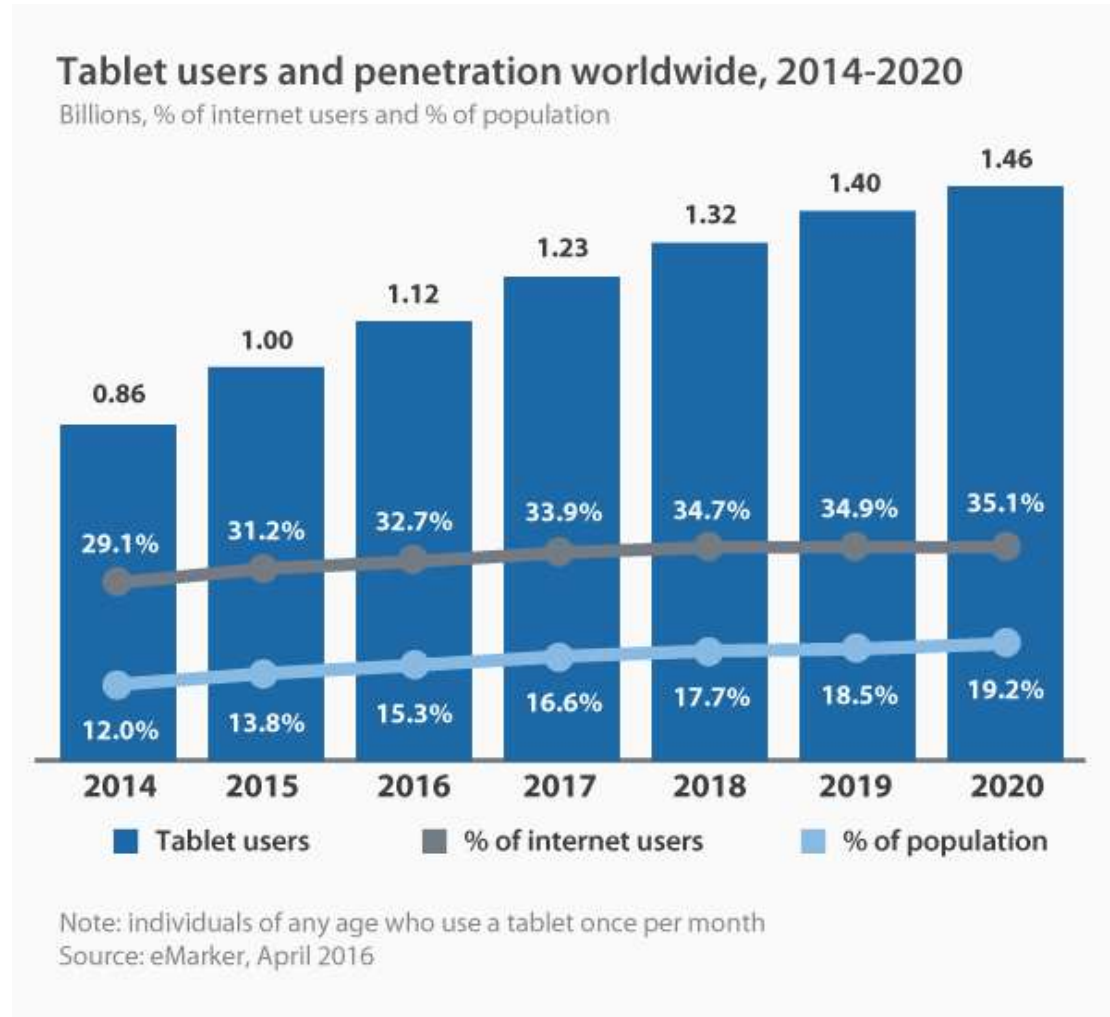


أنواع من حوامل للتحكم في ثبات الهواتف والأجهزة المحمولة



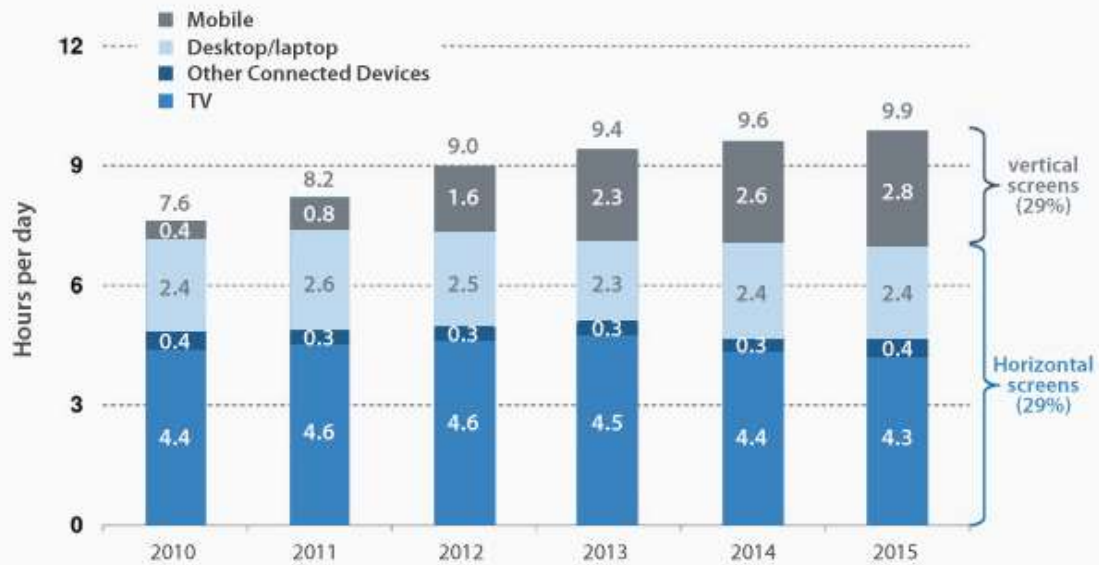
ملحق رقم (3)

إحصاءات مفيدة حول: صحافة المحمول – الأجهزة الذكية



Time spent on screens by orientation

(Hours/Day) USA, 2010 - 2015



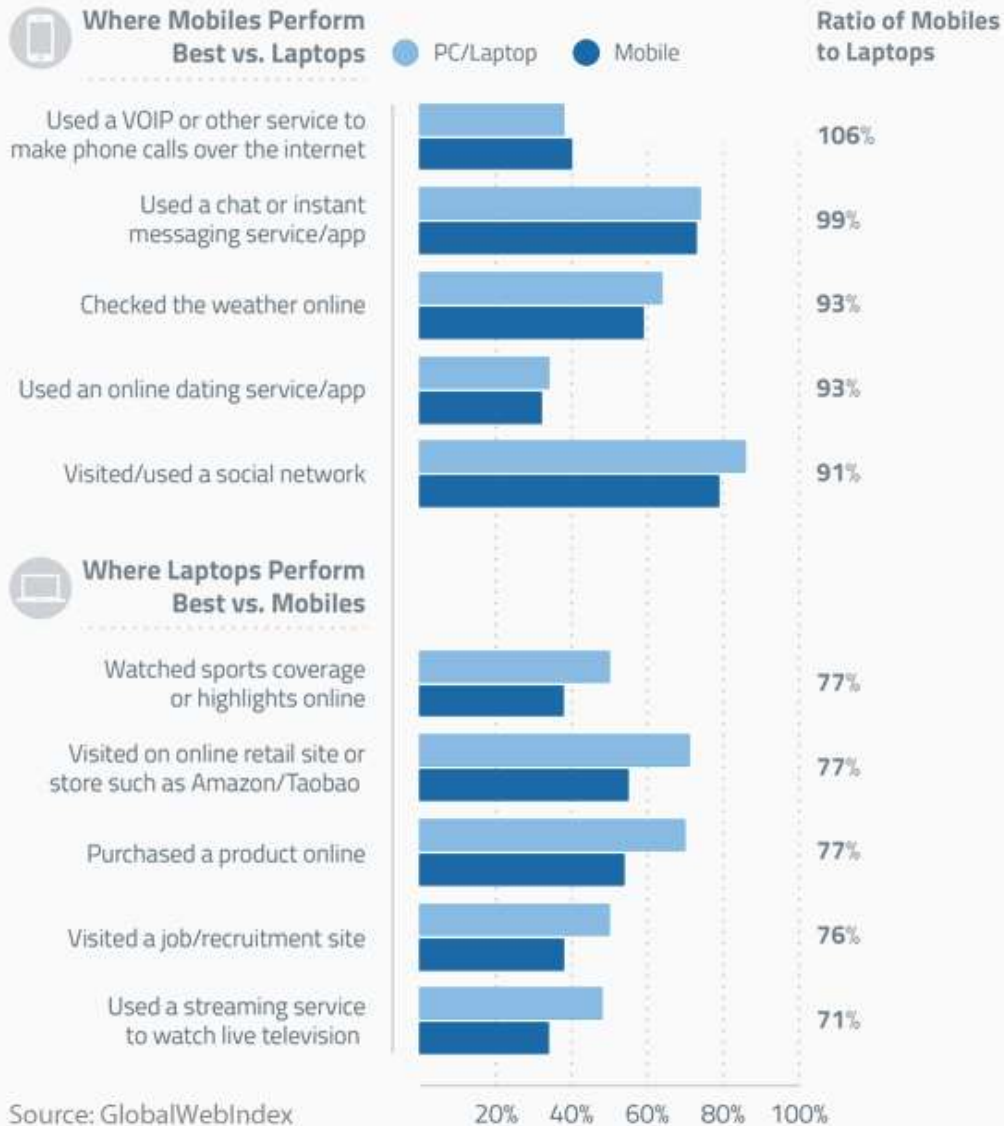
Single platform user's share of total digital population

Source: comScore media metrix multi-platform, US., age 18+, Mar 2014 - Mar 2015



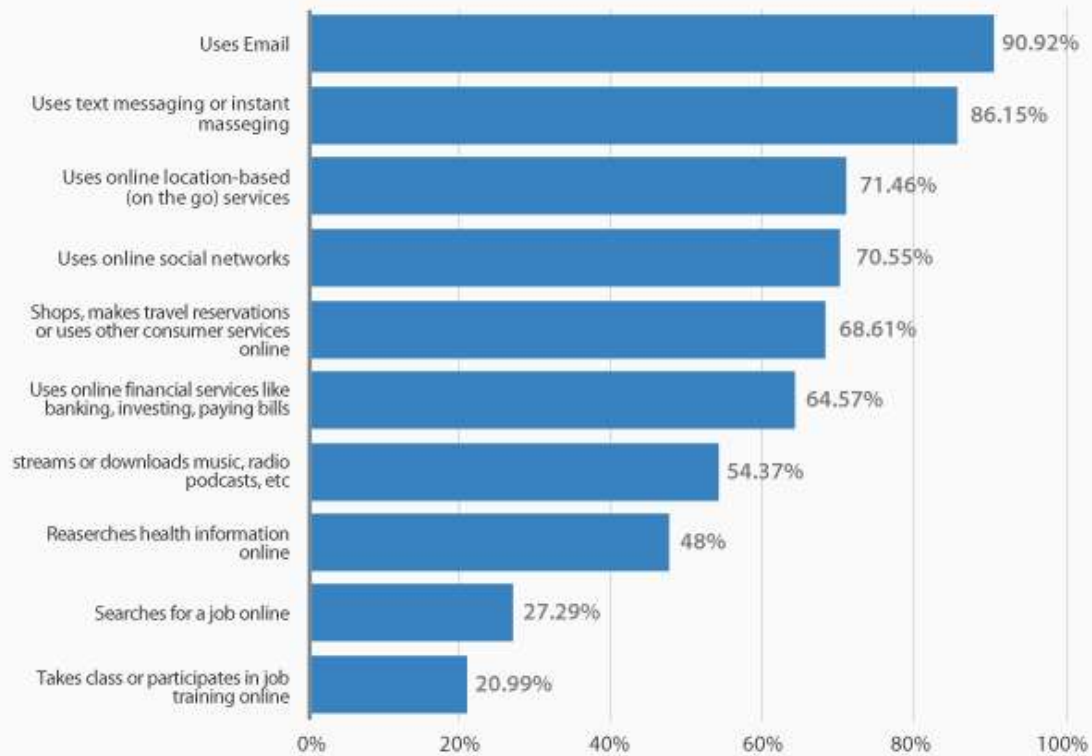
Online activities of 16-24s - Laptops Vs Mobiles

% of online 16-24s who did the following last month via...



Most popular online activities of adult users in the U.S

As of July 2015



Source: NTIA: US Census Bureau

Share of adult internet users

ملحق رقم (4)

مواقع مهمة لصحفي المحمول

نوضح فيما يلي مؤسسات تقدم ورش عمل ودورات تدريبية مدفوعة الثمن ومجانية في مجال الإعلام بشكل عام، وصحافة المحمول علي وجه الخصوص، إلى جانب أخرى تقدم منح و زمالات وهي :

1. أكاديمية بي بي سي - معهد الصحافة

لا تقتصر الخدمات العربية لشبكة الإذاعة البريطانية (بي بي سي) على المحتوى الخبري والثقافي على قنواتها وإذاعاتها، بل تقدم واحدةً من أقوى مصادر تعليم الصحافة بـ 26 لغة مختلفة، منها العربية، تبدأ من إرشادات الكتابة وإتقان اللغتين العربية والإنجليزية، وأخلاقيات الصحافة، إلى تقنيات الإعلام الجديد وإرشادات العمل الصحفي ، يمكنك زيارة موقع أكاديمية بي بي سي من هنا:



2. الصوت الحر :الشبكة العربية لدعم الإعلام

موقع شامل يجمع أنشطة شبكة «الصوت الحر»، ومقرها القاهرة، من تدريبات وورش عمل ومناظرات، وينشر تقارير ودراسات في الصحافة والإعلام العربي، بالإضافة إلى مقالات وتدوينات متميزة من صحفيين متخصصين في مجالات الكتابة الصحفية، والصحافة الاستقصائية والاقتصادية، وكيفية تغطية الانتخابات، وغير ذلك من المهارات الصحفية. يمكن متابعة موقع الصوت الحر من هنا

3. شبكة الصحفيين الدوليين

يوفر موقع شبكة الصحفيين الدوليين، ومقرها واشنطن، منصة بـ 7 لغات مختلفة و185 مليون مستخدم حول العالم للصحفيين لتبادل الخبرات والمصادر، وإثراء النقاش حول قضايا المهنة وتطور وسائل الإعلام. قدم نسخة الموقع باللغة العربية محتوى مميزاً يجمع بين المهارات الصحفية، والنقاشات الأخلاقية والمهنية المتخصصة، وعرض فرص العمل والتدريب في المؤسسات الناطقة بالعربية. تابع الموقع، من هنا www.ijnnet.org

4. المركز الدولي للصحفيين

يعرف معظمنا الدورات التدريبية عبر الإنترنت في مختلف المجالات، لكن الدورات المتخصصة المتاحة للصحفيين عددها قليل بالمقارنة بمجالات أخرى، والدورات المتاحة بالعربية شحيحة للغاية. موقع المركز الدولي للصحفيين يقدم تدريبات متخصصة وعالية الجودة للصحفيين العرب في مهارات مثل تغطية الصراعات والقضايا الدينية والتعليم والخدمة العامة والصحافة الاستقصائية والإلكترونية. تابع موقع المركز من هنا

5. مبادرة الصحافة الأخلاقية

مصدرٌ متميز أطلقه الاتحاد الدولي للصحفيين لمناقشة القضايا الأخلاقية في الصحافة، ودعم الالتزام بالاعتبارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية. أصدرت المبادرة كتاباً شاملاً يُمثل مرجعاً للصحفيين والإعلاميين في أخلاقيات الكتابة والتغطية اليومية،

ويناقش كيفية التعامل مع قضايا الفئات المهمشة، وبناء الثقة والمصادقية. يمكن الدخول إلى موقع المبادرة من هنا

6. مدونة الدعم التقني للصحفيين والناشطين

مدونة تجمع موضوعات شديدة الأهمية للمواطنين الصحفيين، والإعلاميين العاملين في بؤر الصراع والثورات، تعالج القضايا التقنية المتخصصة في الحماية والأمان والتشفير، وغير ذلك من الأمور التي لا غنى عنها لأي صحفي اليوم. اقرأ مقالات المدونة من هنا

7. موقع التوظيف الإعلامي

بوابة رائعة تجمع تحديثات فرص العمل المتاحة في جميع وسائل الإعلام الناطقة بالعربية من تليفزيون وإذاعة ومواقع إلكترونية، وينشر الموقع أيضًا فرص التدريب لطلاب الإعلام والصحافة. في خطوات بسيطة، يمكنك إنشاء حساب، وإضافة مهاراتك وسيرتك الذاتية وطرق التواصل معك، ومتابعة تحديثات الموقع، والتقدم مباشرةً للوظائف المتاحة. موقع Recruit Media من هنا

8. نادي دبي للصحافة

يتابع موقع نادي دبي للصحافة فعاليات وندوات تجمع المتخصصين في الصحافة والإعلام من العالم العربي، ويجمع تقارير النادي وإحصاءاته وورش العمل التي ينظمها. لكن إذا لم تكن تستطيع الحضور أو السفر إلى دبي، فالموقع ينشر تقارير متميزة عن وضع الإعلام العربي وقضاياها. يمكنك الاطلاع عليها من هنا ومتابعة أنشطة النادي وتدريباته وأخباره من هنا

9. مركز الدفاع عن الحريات الإعلامية والثقافية

إذا كنت من المهتمين بالصحافة والإعلام، فمتابعة أخبار زملائك، وتعامل السلطات في دول مختلفة معهم، والمخاطر والصعوبات التي يتعرضون لها يجب أن يكون من أولوياتك. يتابع المركز الآن أخبار الصحفيين والحريات في أربعة بلدان هي: لبنان وسوريا وفلسطين والأردن، ويسعى إلى تغطية العالم العربي بالكامل. نشئ المركز بمبادرة من مؤسسة سمير قصير، ومقرها لبنان، التي تحمل اسم الصحافي والمؤرخ اللبناني الذي أُغتيل في العام 2002. موقع المركز من هنا

10. مؤسسة التعبير الرقمي العربي "أضف"

تعالج المؤسسة، التي تتخذ من القاهرة مقراً، قضايا إنتاج المعرفة والتعبير الحر باحترافية عالية، وتؤسس مساحات تدعم تبادل المعلومات والأدوات التقنية. يتقاطع عمل «أضف» في أحيان كثيرة مع مهارات وقضايا مهمة للصحفيين والإعلاميين، خاصة في الفضاء الإلكتروني والإعلام الجديد؛ لذا يجب عليك متابعة أنشطة ومبادرات «أضف» بشكل دوري، فربما تساعدك في عملك بشكل لم تتوقعه. تابع موقع المؤسسة من هنا

معهد الجزيرة الإعلامي



يقدم معهد الجزيرة للإعلام باقة من الدورات التدريبية على الإنترنت بشكل مجاني عبر منصة "التعليم الإلكتروني" وتهدف المنصة لجعل التعليم والتدريب مساحة أكثر متعة وفاعلية عن طريق أدوات ذكية وتفاعلية. وبإمكان الصحفيين والمهتمين الدخول إلى الموقع والتسجيل للاستفادة من الدورات عبر الإنترنت وصقل مهاراتهم الصحفية وتحقيق طموحاتهم الإعلامية. كما يطرح المعهد برنامجاً لزماله الصحفي الزائر، عبارة عن تدريب مجاني لمدة شهر واحد لا تشمل النفقات.

تومسون - رويتر



تقدم مؤسسة تومسون - رويتر عدد من الدورات التدريبية في مجال الصحافة والإعلام

منح لزملاء صحفية

زمالة الابتكار الإعلامي من جامعة هارفارد



أكاديمية Yala

تقدم أكاديمية Yala فرصة لتدريب الشباب في الشرق الأوسط وأفريقيا على تقنيات الصحافة الأساسية، التصوير، والصحافة الإلكترونية إضافة إلى الاهتمام بمواضيع القرن الحادي والعشرين.

FREE COURSES ACADEMY

يقدم موقع "فيري كورسز أكاديمي" كورسات مجانية لاحتراف العمل الصحفي