

توظيف وسائل الإعلام التقليدية لمضامين الصحفيين المواطنين

نحو تعزيز مشاركة الجماهير في مضامين وسائل الإعلام

إبراهيم بعزیز

أستاذ بكلية علوم الاعلام والاتصال

جامعة الجزائر 3

homebrahim@yahoo. fr

ملخص

يحاول هذا المقال التركيز على ظاهرة الاندماج بين مضامين الصحفيين المحترفين و"الصحفيين المواطنين"، في مختلف وسائل الاعلام الجديدة والتقليدية. حيث نلاحظ أن اعتماد وسائل الإعلام - ولاسيما الفضائيات - على مضامين الجماهير قد ازداد بشكل بارز في السنوات الأخيرة، فقامت العديد من القنوات والفضائيات بإطلاق مبادرات تحفز الأفراد على إنتاج مضامين وإرسالها عبر روابط ومواقع صممت خصيصا لذلك، سواء كانت هذه المضامين نصوصا أو صورا أو تسجيلات فيديو. ومن الأكد أن هذه الظاهرة الجديدة قد برزت بسبب التطور الذي شهدته تقنيات الاتصال الجديدة، علاوة على زيادة إقبال الأفراد على استعمال تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بالعديد من الميزات التي لم تكن موجودة في وسائل الاعلام التقليدية، على غرار التفاعلية وفسح المجال لمشاركة الجماهير في المضامين الإعلامية.

-الكلمات الدالة : إنتاج المضامين، الاندماج، مواقع التواصل،

الإعلام الجديد، مشاركة الجماهير، الانترنت.

مقدمة

إن المتابع لما تقدمه وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، من تقارير وتغطيات ميدانية، وغيرها من المواد الإعلامية، سيلاحظ زيادة اعتماد هذه الفضائيات على المضامين التي ينتجها الأفراد الهواة القريبون من الحدث، ويلاحظ استعانتها بهذه المواد الإعلامية -على رداءتها أحيانا- بغية تقديم تغطيات جيدة وشاملة لما يحدث في مختلف مناطق العالم. وهذا ما سيتم التركيز عليه في هذا المقال، من خلال إبراز كيفية تبني وسائل الإعلام التقليدية لهذه المضامين المنتجة من طرف الصحفيين المواطنين، وتقديم أمثلة عن الفضائيات والقنوات التي أصبحت تستغل هذه المضامين. كما ستبين العوامل والأسباب التي أرغمت وسائل الإعلام التقليدية على القبول بإدماج مواد الهواة من المواطنين بمواد ومضامين صحفييها المحترفين.

- مفهوم صحافة المواطن (le journalisme citoyen) أو الصحافة البديلة :

هو مصطلح يشير إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المستعمل (أو المواطن العادي) كفرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام، بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته ونشره عبر تقنيات اتصالية متعددة، ويمكن لهذا المضمون أن يكون نصيا أو مسموعا أو سمعيا- بصريا، أو يكون متعدد الوسائط، وفي الغالب ينشر عبر تطبيقات الانترنت الاتصالية، كالمدونات، مواقع بث الفيديو، المواقع الاجتماعية، منتديات المحادثة الالكترونية، كالموسوعات التشاركية... ، ويمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الإعلام التقليدية، كالقنوات التلفزيونية أو الإذاعية، وعبر المواقع

الالكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة عامة. و عموما نجد أن رواد صحافة المواطن من الأفراد الهواة، والمستعملين العاديين أي غير المتهنين للصحافة، وهم يقابلون الصحفيون المحترفون الذين يمتنون الصحافة، في مؤسسات إعلامية كالتلفزيون والراديو والصحف.

وصحافة المواطن تختلف عن الصحافة التقليدية في كونها "تشاركية" أي يشارك في مضمونها مواطنون متطوعون من عدة أماكن، لأهداف غير ربحية وغير تجارية في الغالب، ولا يتقاضون أجورا باعتبارهم صحفيين يمتنون الصحافة*، كما هو الحال في الصحافة التقليدية. ولذلك يستخدم مصطلح "صحافة المواطن" كمقابل للصحافة المهنية التقليدية السائدة.

وهناك تسميات ومصطلحات عديدة تستعمل كمرادفات لصحافة المواطن والصحافة البديلة، مثل الصحافة التشاركية (le journalisme participatif)، الصحافة البديلة (alternative journalism) أو الاعلام البديل، صحافة الهواة، . . .

أبرز أشكال صحافة المواطن :

هناك العديد من أنماط وأشكال صحافة المواطن الموجودة حاليا، والتي تتبلور وتتطور بشكل كبير، جعلها تنافس الأشكال التي سبقتها إلى الظهور، بل وتنافس حتى وسائل الإعلام التقليدية، سواء في عدد جمهورها أو في نسبة الإعلانات التي تستقطبها، وفيما يلي سنعرض أهم هذه الأشكال :

1- المدونات الالكترونية (les blogs) : هي مواقع الكترونية يمتلكها أفراد (غالبا) ومؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة، يقترب معظمها للأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائما إيجاد سبق صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة، وهذا ما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة. ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيبي كرونولوجي، ويمكن للقراء والمستعملين التعليق عليها.

2- وسائل الإعلام الاجتماعية (social media) : وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي (social networking sites)، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد، من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع : myspace, facebook, twitter.

3- مواقع بث الفيديو : وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة (podcasting)، أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جدا، لدرجة أنها أصبحت تباع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها "يوتوب youtube، ماي فيديو myvideo".

4- المواقع الإخبارية التساهمية : وهي مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية ، لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون ، من مختلف الأماكن ، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة ، ومن أشهرها موقع ohmynews الكوري.

5- مواقع التحرير الجماعي (participatory sites) : وهي مواقع تعتمد على برمجيات wiki التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي ، يتيح إمكانية التعديل والتنقيح ، وأشهرها موسوعة "ويكيبيديا wikipedia".

وهناك العديد من الأشكال الأخرى الجديدة التي تظهر ، ولكن هذه أهمها وأبرزها على الساحة الإعلامية.

توظيف الاعلام التقليدي لمضامين الاعلام الجديد :

تشهد البيئة الإعلامية في السنوات الأخيرة توجها ملحوظا لوسائل الاعلام التقليدية نحو تبني المضامين التي ينتجها الأفراد (الهواة أو المحترفون) ، وبثها سواء كمادة أساسية أو كمادة ثانوية ، في تغطياتها المختلفة للأحداث. فقد ازدادت نسبة توظيفها لشبكة الانترنت بصفة عامة ولتطبيقات "صحافة المواطن" بصفة خاصة. وهذا يعود لعدة أسباب ، أهمها أن وسائل الإعلام لا تملك مراسلين وصحفيين في المناطق التي تجري فيها الأحداث ، كما أن صحفييها قد يتعرضون لمخاطر وتهديدات ، في تلك الدول أو لا تقدم لهم التراخيص بسهولة. وهناك عوامل أخرى كثيرة ، جعلت وسائل الإعلام التقليدية تعتمد على مضامين الهواة أو المواطنين القريبين من تلك الأحداث.

ولهذا يمكن القول أن "تطبيقات صحافة المواطن أصبحت بمثابة "جسر إعلامي" (bridge media)، يربط وسائل الاعلام التقليدية بأشكال جديدة من أشكال التطبيقات التي تسمح بمشاركة الجمهور" (Schaffer، 2007، ص3)، في العملية الاتصالية وحتى في المجال السياسي. يقول "دان جيلمور" في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي عقد بسيول في كوريا : "على المحررين والصحافيين أن يستفيدوا من هذا المنهج الجديد في الاعلام (صحافة المواطن)، وبمتابعتهم لمثل هذه المواقع فإن ثقافتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا ، لأن الفرصة ستكون متاحة للتعرف على حوارات الناس وهمومهم واتجاهاتهم وأفكارهم. وتضع هذه المواقع وسائل الاعلام في وضع أشبه ما يكون بمأزق حيث يتم طرح قضايا وموضوعات في مثل هذه المواقع، فلا تجد الصحافة التقليدية بدا إلا الدخول فيها والتجاوب معها ، وهذا يرفع من مستوى الشفافية لدى وسائل الاعلام التقليدية في تناول موضوعات جيدة ما كانوا ليتناولونها ، أو مناقشة آراء وموضوعات قائمة ما كانوا ليفسحوا المجال لها" (عبد الجبار ، 2008 ، ص124). "وفي محاولات جادة من قبل بعض المؤسسات الإعلامية لاستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة صحافة المواطنين، فقد سعت بعض هذه المؤسسات إلى إدماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الإعلامية التقليدية. ويتم في ذلك دمج الخدمة الإعلامية المتاحة من خلال صحافة المواطنين من أخبار وصور فوتوغرافية وصور تلفزيونية في مجمل الخدمة الإعلامية التي تقدمها هذه المؤسسات. وهذه محاولة من هذه المؤسسات

للاستفادة من واقع إعلام قائم وخدمة إخبارية متاحة. كما أن هذا بلا شك يعطي إدراك وشرعية لمثل هذه الجهود التي يقوم بها مواطنون عاديون في خدمة الشأن العام، مما يفرز مزيدا من الديناميكية في العلاقة بين الاعلام والجمهور"" (عبد الجبار، 2008، ص125). فهذا الأخير يرفض الآن أن يبقى متلقيا فقط للمضامين، ويريد أن يكون مرسلا ومشاركا فعلا.

وهناك أمثلة كثيرة تبين زيادة اعتماد الإعلام التقليدي على تطبيقات صحافة المواطن لجمع المعلومات والأخبار. "فعلى سبيل المثال عملت "غانيت" gannett وهي أكبر شركة للصحف في الولايات المتحدة، على إحداث تغيير جذري في الطريقة التي تجمع بها صحفها الأخبار وتقدمها عبر تضمين عناصر "صحافة المواطن" التي يخلقها القراء مستثمرة النقاشات الجارية على الانترنت لإعداد قصص إخبارية" (مصطفى صادق، 2008، ص189). بالإضافة إلى قنوات أخرى عديدة، مثل "البي بي سي"، الجزيرة، "France 24"، "العربية"، "روسيا اليوم"... الخ.

وفي كندا يقوم الديوان الوطني للفيلم (onf) بتصميم موقع لتشجيع مبادرات الأفراد لخلق مضامين تساهمية، وهو موقع لبث المحتوى النصي والمصور والمسموع. بالإضافة إلى مشروع "OpenSourceCinema" الموجه لخلق المحتوى السينماتوغرافي، وهو مشروع ناتج عن اتفاق الديوان الكندي للفيلم وثلاث مؤسسات (Creative Commons, Eyesteelfilm etBlip). (iv)، من أجل تسهيل وتشجيع صناعة محتوى إعلامي وأفلام وثائقية وبثها على الواب، كما يمكن حتى لمنتجي الأفلام والمخرجين استعمال بعضها في أعمالهم المنتجة وفقا لاتفاقيات الاستغلال

المشترك، ويبدو من خلال هذا المشروع اهتمام الديوان الكندي للفيلم بإدماج المضامين التساهمية للأفراد مع أنشطتها، ومنحها كذلك الفرصة للأفراد الجدد والمبدعين في هذا المجال" (Proulx ، 2007 ، ص 6-7). و"قامت في 2003م قناة البي بي سي بإطلاق مشروع يمكن اعتباره كمحاولة لإحياء صحافة الغد (المواطن)، هذا المشروع (ICan) يهدف إلى تجهيز الجماهير ببعض الوسائل للنشاط والنضال السياسي، وبالتالي تتمكن من مشاهدة ما يقومون به أثناء النضال وما يحدث حولهم، ويقوم الفريق التقني القائم على المشروع ببعض التقيح والتقية خاصة للمعلومات غير الدقيقة، فدور الصحفي أصبح أكثر من أي وقت مضى يتمثل في الغربة حسب "Tim levell" مدير تحرير المشروع، وقد تم بعث هذا المشروع في خمس مناطق هامة ترغب في الحصول على تغطية لها. وبهذا المشروع فإن البي بي سي (BBC) لا تقوم فقط بصناعة أخبارها ومحتواها الإعلامي وإنما تمكن الجمهور من صناعة وبث محتواه وأخباره بنفسه" (Gillmor ، 2004 ، ص ص 124-125). كما "قدمت الهيئة البريطانية لضبط الاتصالات اللاسلكية (OFCOM) باقتراح مشروع للاستفادة من المحتويات التي ينتجها المستعملون (UGC) سنة 2005م، وقد اقترحت الهيئة منح الأفراد فضاء في إطار ما يسمى بالصناعات الثقافية، واقترحت تخصيص خدمة عمومية جديدة لتطوير المنتجات الإعلامية للمستعملين (UGC)، (على غرار الخدمة العمومية للبث الإذاعي القناة الرابعة BBC)، وقد أطلق على هذا الفضاء الجديد لمنتجات المستعملين تسمية 'الخدمة العمومية للنشر' (Public Service Publisher (PSP). ووعيا منها بأهمية المضامين الإعلامية المنتجة من طرف المستعملين وللعادات الجديدة للمستعملين

وكذلك لصعوبة إنتاج مثل هذه المضامين من طرف وسائل الخدمة العمومية، فإن هيئة (OFCOM) حاولت وضع أرضية جديدة لتطوير إنتاج هذه المحتويات وتنويعها، وبالتالي يتم استخدام هذه المضامين وتبث على القنوات" (Proulx، 2007، ص ص 8-9).

وأطلقت قناة الجزيرة في سبتمبر 2006م خدمة الجزيرة توك (aljazeeraTalk)، وخدمة "شارك" في نوفمبر 2008م، اللتان تمكّنان أفراد الجمهور من إنتاج مضامين إعلامية، كما بادرت قناة العربية قبل ذلك بفترة إلى خلق "منتدى الفيديو" لتمكين مستخدم موقعها من أن يصبح مراسلا تلفزيونيا في موقع الحدث الذي يتصادف وجوده فيه. وفتحت صحيفة إيلاف الإلكترونية موقعها مؤخرا (2008م) لاستضافة مدونات الجمهور، تحت باب أطلقت عليه "المدونات"، وقامت بتقسيمها إلى فئات على طريقة التبويب الصحفي أسمتها "أقسام المدونات". وقد تبنت صحيفة لوموند (Le Monde) الفرنسية نفس النموذج، ففتحت موقعها الإلكتروني للجمهور، وذلك ضمن الباب المخصص لأعمدة الرأي التي يكتبها الصحفيون. وقد حصل الأمر نفسه مع صحيفة الباييس (El País) الإسبانية، والفاردين (guardian. co. uk) البريطانية مثلا، اللتين اعتمدتا على بعض المعايير في تمكين بعض المدونات من الحضور على منصتيهما الإلكترونيتين، منها الالتزام ببعض قواعد النشر الأساسية، وإثبات القدرة على أنها تستحق ذلك (عبر آلية المسابقات لاستقطاب "أفضل المدونات") (رابع، 2009م).

"وكانت مثل هذه الخطوات قد وجدت حماسا من قبل مؤسسات إعلامية كبرى مثل شبكة التلفزيون الأمريكية CBS ومحطة التلفزة البريطانية BBC (كما ذكرنا سابقا) من خلال فتح

المجال أمام الجمهور من المشاهدين والمستمعين، ومن قراء موقعها الإلكتروني في إبداء آرائهم ومقترحاتهم تجاه ما تبثه هذه المحطات. وتطلق هذه النوايا من مبدأ الشفافية الإعلامية أي إتاحة المجال لإبداء آراء صريحة وشفافة عن التغطيات الإعلامية والبرامج الجماهيرية في هذه المحطات وتمثل هذه الخطوات من قبل المؤسسات الإعلامية محاولات جادة لتغيير مفهوم الاتجاه الخطي من الأعلى إلى الأسفل واستبداله بالاتجاه الثنائي الذي تتكافأ فيه الفرص بين القائمين على الاعلام والجمهور العام المتابع لهذه الوسائل" (عبد الجبار، ص125). "ويرى ميشال دوماي (Dumais Michel) أنه على الصحافيين أن يتساءلوا بكل جدية عن علاقتهم بعالم المواقع المفتوحة الشخصية ويتعين على أهل المهنة أن يخبروا هذا الكون الجديد ويطوّعوه (...). بالنسبة إلى هؤلاء الصحافيين فإن المواقع المفتوحة الشخصية، لاسيما المتخصصة منها تعتبر مصدرا جديدا للمعلومات يتعين اعتباره من الآن فصاعدا. وفعلا فإن وسائل الإعلام التقليدية تبنت هذا الموقف منشئة تبعا لذلك مواقعها المفتوحة الخاصة بهدف الحفاظ على التفاعلية والحوار مع قرائها" (النجار، 2005م، ص120).

وبالتالي نجد اليوم العديد من وسائل الإعلام التي صممت وامتلكت تطبيقات صحافة المواطن التفاعلية، وأصبحت تخصص صحفيين وجزء من موظفيها لتأطير وتنظيم وغرلة المضامين التي تتحصل عليها من جمهور المتلقين، مثل البي بي سي التي لديها حوالي 12 صحفي ينظمون مساهمات الأفراد ومضامينهم. وحسب (Francisco) فإنها قضية وقت فقط لنشهد قيام المؤسسات المحترفة والناشرين بتبني التطبيقات التي تتيح مشاركات الأفراد كالمدونات،

الويكي... الخ ، رغم وجود معارضة من طرف البعض بفعل بعض العقبات الثقافية ، وبفعل نظرة الانتقاص لدى الصحفيين المحترفين تجاه صحافة المواطن بحجة افتقادها للمهارة والتقنيات المهنية" (Bradshaw ، 2007م ، ص 15). ورغم ذلك فقد أثبتت هذه التطبيقات قدرتها على تقديم قنوات اتصالية بديلة وتغطية إعلامية جديرة بالاحترام ، ولا سيما بالنسبة للمدونات المكتوبة أو مدونات الفيديو. فقد "فرضت هذه المدونات ذاتها كوسيلة تواصل وإعلام وتفكير بين الأنترنتيين. فبعد أن نفرت منها وسائل الإعلام الكلاسيكية ، التي كانت لا تذكرها إلا إذا تناولت الحدث النشاز ، فتحت تدريجيا موقعها الإلكتروني أو صفحاتها الإلكترونية لمختلف المدونات ، وشجعت صحافييها على فتح مثل هذه المدونات" (لعياضي ، 2010م ، ص 14). لتعزيز تواجدتها افتراضيا ، وللحصول على قدر أكبر من المعلومات والأخبار (Willersdorf ، 2006 ، ص 14).

والأكثر من ذلك كله ، أن الاعلام التقليدي وجد نفسه مجبرا على التواجد عبر هذه التطبيقات المختلفة ، فهو لم يقدّم فقط بتبنيها ونشر مضامينها ، ولكنه عمد على حجز فضائات وصفحات له عبر هذه التطبيقات. مثلا نجد عدة مؤسسات إعلامية لها صفحة في اليوتوب ، والفيس بوك ، تويتر ؛ وهذا بهدف الحفاظ على جماهيرها والتواجد في الفضاءات الاتصالية التي شاع استخدامها لديهم.

الحاجة الماسة لوسائل الاعلام إلى تغطيات الصحفيين المواطنين ؛

يتعرض الصحفيون والمراسلون أثناء الحروب لمضايقات وضغوطات عديدة ، باعتبارهم الشهود الذين سينقلون الأحداث والأخبار ، وباعتبارهم واجهة هذه الأحداث ومرآتها بالنسبة للعالم ،

وهنا تبرز الحاجة الماسة للمواطن الصحفي كشاهد عيان لا يلتفت إليه الجنود أو لا يثير انتباههم مثل الصحفي المراسل، فالمواطن القريب من الحدث بإمكانه نقل الوقائع - عبر التصوير أو الكتابة - ونقلها لغيره (من الأفراد أو الوسائل الإعلامية)، دون التعرض في الغالب للضغوط والعقبات التي يواجهها الصحفي المراسل الذي يبدو للجميع عبر لباسه أو شارته المهنية، وهناك أمثلة لا تحصى عن تعرض صحفيين (محترفين) لمضايقات ومحاولات قتل ومنع من أداء مهامهم؛ فمثلاً "أطلقت قذيفة على مكتب قناة الجزيرة في بغداد يومي 8 و9 نيسان أبريل 2004م، وقتل مصور قناة العربية، وقتل ستة إعلاميين في العراق بين 2003 و2004م، بالإضافة إلى الجرحى والمضايقين، ومن يتعرضون للضرب والاعتقال ومصادرة الكاميرات (ياسين، 2006م). وهناك أمثلة كثيرة لصحفيين ومراسلين قتلوا في أفغانستان، فلسطين... الخ. ولذلك "يربط بعض الباحثين البروز الاستعراضي للمدونات الشخصية بالأزمات التي عصفت بالعالم، (أحداث 11 سبتمبر 2001، وطوفان سونامي، وإعصار كاترينا، والزلازل المهول الذي ضرب الباكستان والهند)، (لعياضي، 2010م، ص14)"، وتفجيرات لندن، باكستان، وجرائم إسرائيل في فلسطين... الخ. ولذلك يمكن القول أن عدم قدرة الصحفيين والمراسلين على التغطية دون مضايقات وعراقيل، هي بمثابة دعوة للصحفي المواطن لممارسة مهنة الصحافة التي منع منها محترفوها، فقد دفع هذا الوضع المؤسسات الإعلامية إلى استغلال هذا المورد والمصدر الثمين للأخبار، القريب من الحدث، وغير المكلف، وذو مصداقية (ولو نسبية). وقد تجسد ذلك في أحداث تونس، مصر، ليبيا، والبحرين، أين بدا واضحاً الاعتماد الكلي

لوسائل الإعلام لمضامين الصحفيين المواطنين. كما أن الصعاب في
الجزائري "محمد بلحي" الذي كلفته صحيفة (Algerie Actualité)
الأسبوعية الجزائرية بتغطية الوضع في بغداد قبل اندلاع حرب الخليج
الثانية، قد اضطر، في ظل الرقابة التي كان يمارسها نظام صدام
حسين على الصحفيين، أن يستخدم شكل المدونات الشخصية التي
تروي يومياته في بغداد ثم الكويت وإيران" (لعياضي، 2010م، ص 17).
وعلى حد تعبير "Jeff Jarvis" فإن حرب العراق وما تم فيها من تجاوزات
قد تمت تغطيتها من طرف مدونة عراقي وليس من طرف نيويورك
تايمز، فعلى هذه الصحيفة أن تتعامل حالياً مع مدونين محليين
للحصول على مزيد من المعلومات والأخبار أكثر مما تحصل عليه
من مراسليها" (Mitchell، 2005). بالإضافة إلى "تفجيرات مترو لندن
2005م، حيث قام "Adam Stacey" بالتقاط أول صورة بهاتفه المحمول،
فنشرها في مدونة الكترونية، وفي الساعات الموالية قامت مؤسسات
إعلامية مثل "CNN" و"BBC" و"New York times" باستعمال الصورة في
تقاريرها الإعلامية. هذه الصورة التي أخذها شخص عادي في وقت
ومكان لم يكونا متاحين لمصورين ووسائل الإعلام التقليدية جاءت
لتبين أن العلاقة بين وسائل الإعلام الجماهيرية والمجتمع في طور
التغير" (Goh، 2007، ص 6). وتقدم قناة "france24" برنامج video de jour
والذي يتم من خلاله اختيار الفيديو الأكثر زيارة أو الأكثر تأثيراً،
الذي نشر عبر الانترنت. كما تقدم كذلك برنامجاً بعنوان
"مراقبون"، يعرض فيه تسجيلات وفيديوات من إنجاز مواطنين
ويرسلونها للبرنامج. "وبعد حرب العراق أدركت قناة "BBC" أنه ليس
بإمكانها إرسال صحفييها إلى كل مواقع الأحداث لتغطيتها، وهو
ما جعلها تطالب المشاهدين بإرسال الصور التي يلتقطونها لتتشر على

موقعها" (Bowman، 2003، ص8). وفي يوم 25 ديسمبر 2009م، أثناء الاحتفالات المسيحية برأس السنة، قامت امرأة بالتهجم على البابا بينديكس السادس عشر، وأسقطته أرضاً، ورغم محاولة المصور التابع للقناة التي كانت تنقل الحدث، بإغفال الحادثة من خلال تحويل الكاميرا، إلا أن المواطنين الحاضرين قاموا بتصوير الحادثة بهواتفهم النقالة، وهي أفلام الفيديو التي تناقلتها مختلف القنوات الفضائيات.

وبناء على كل هذه الأمثلة، يتبين أن وسائل الاعلام التقليدية في حاجة ماسة للصحفيين المواطنين أثناء بعض الأحداث الطارئة (الحروب، التفجيرات...)، فهي تلجأ لمضامين ينتجها الأفراد كي لا تبقى خارج السرب الإعلامي، ولكي تقدم تغطية لكل الأحداث والوقائع في العالم.

تسليم وسائل الإعلام التقليدية بضرورة الاعتماد على الصحفيين المواطنين :

بعد طول إصرار وبعد معارضة شديدة لصحافة المواطن وللمضامين التي ينتجها الجمهور، من طرف بعض وسائل الاعلام التقليدية بحجة انعدام المصداقية والمهارة الإعلامية فيها، فإنه لم يعد يسعها الآن إلا أن ترضخ للواقع الإعلامي الجديد المفروض عليها، وتلتحق بسرب الإعلاميين سواء التقليديين أو الجدد، الذين لم يعودوا فقط يستهلكون ما ينتجه الأفراد، ولكن أيضا يعيدون نشره وبثه عبر وسائلهم الإعلامية. وهذا إن كان اختياريا بالنسبة لبعض القنوات وفي بعض الحالات، فإنه اضطراريا وإجباريا لبعض القنوات الأخرى، لأنها في كثير من الأحيان لا تملك حولا أخرى لتغطية الحدث ولا تملك مراسلين صحفيين لنقل الوقائع في تلك الأماكن،

فتضطر إلى الاستعانة بالجمهور وبمضامينه التي يقدمها ، والدليل على ذلك تقديم عدة تقارير ومراسلات أعدها المواطنون من طرف عدة قنوات ووسائل إعلامية في عدة أحداث. فمثلا لاحظنا جميعا أن غالبية القنوات الإعلامية كانت تنقل ما يلتقطه المواطنون من تسجيلات وما يكتبونه في المدونات، كمادة إعلامية أساسية أثناء أحداث تونس، مصر وإيران، البحرين في بداية عام 2011م. وفي فيفري 2003م حينما تحطمت المركبة الفضائية التابعة لوكالة NASA ودخلت الغلاف الجوي للأرض، قامت الوكالة بإعلان إلى كل الأفراد الذين كانت لهم صور يمكن أن تفيد في تحقيقات الحادث، فأجاب النداء آلاف من الأفراد. وفي الأسابيع القليلة التي سبقت حرب (غزو) العراق 2003م، طلبت قناة BBC من مشاهديها وجمهورها أن يرسلوا أي صور التقطوها لها علاقة بالحرب، وقد استقبلت المئات منها. بالإضافة إلى أن الأفراد أثناء حريق الغابات في جنوب كاليفورنيا 2003م، قاموا بإرسال صور عما يشاهدونه (Gillmor، ص 121)، كما أن الكثير من المواطنين قاموا بتصوير تجاوزات وانتهاكات الشرطة والسلطات في عدة دول. بالإضافة إلى الأعاصير والفيضانات ومختلف الأحداث الطبيعية التي شكلت مادة إعلامية ثرية. كما أننا شهدنا الصور التي التقطها بعض الهواة للطائرة united Airlines 767 التي ضربت البرج الثاني لمركز التجارة العالمي في 11 سبتمبر 2001م، وفي كل هذه الحالات وغيرها، كان أفراد الجمهور يتواصلون عبر وسائل الاعلام الجماهيرية، حيث أنهم يرسلون مباشرة صورهم وأفلامهم عبر قناة CNN وغيرها من شبكات التلفزيون لتبثها. كما قامت قناة canal plus بتصميم موقع تبث فيه أحسن أفلام الفيديو التي ينتجها المدونون، وتقدم لهم أموالا مقابل ذلك (Hénaff، 2008،

ص 207). هذا وأعلنت مجموعة "Gannet Publishing Group" الأمريكية المالكة لأربعين يومية منها "USA Today"، أنها ستقوم بالاعتماد على مساهمة المواطنين في مضامين وسائلها، باعتبارهم باحثين عن الحقيقة ومراقبين لما يحدث" (Lister et al، 2009، ص 221). بهذا الشكل يمكن لوسائل الاعلام أن تستغل هذا 'التواجد الكلي' للجمهور في كل مكان وبجانب كل الأحداث التي تتعلق بهم وتحدث بالقرب منهم. لذلك نجد اليوم "من يتحدث عن تجميع معلومات وأخبار من الجماهير (crowdsourcing) القريبة من الحدث أو المتخصصة في المجالات التي يتم جمع المعلومات عنها. ويشير الكاتب "Jeff Howe" إلى تقنية الحصول على المعلومات من الجماهير وتمكينهم من المساهمة عبر تطبيقات الاعلام، وذلك في مواضيع معينة، وقد تكون بطلب من صحيفة معينة لقراء مدونتها وموقعها، فمثلا في 2006م طلبت صحيفة "The News-Press" المساعدة من قرائها لإجراء تحقيق حول الفواتير، فتلقت وثائق ومعلومات لم تكن تتوقع أن تحصل عليها، وبذلك تكون لديها تحقيق كامل. وكما يقول رئيس تحرير الصحيفة (Kate Marymont) فإن القصة أو المقال يبني نفسه بنفسه (The story built itself). وقامت كذلك جريدة "the news tribune" بإعداد خريطة عن كل المناطق المغطاة إعلاميا، وطلبت من القراء مساعدتها بالصور والتعليقات وبالتبعية إلى المناطق غير المغطاة، فتحصلت على مساهمات قيمة، وفي 2006 قامت قناة "NBC" بعقد اتفاق مع موقع "يوتوب" لإنشاء قناة عبره، لبث بعض مضامين القناة (Briggs، 2007، ص 30-47). كما قامت قناة "TF1" الفرنسية بإطلاق موقع "WAT" ليساهم فيه الأفراد بمضامين إعلامية تبث عبر التلفزيون بمقابل مادي، وفي أمريكا قامت قناة "CBS" بالتعاقد مع "يوتوب" لانتقاء

أكثر التسجيلات مشاهدة لإعادة بثها ، فتم فتح قنوات تقوم فقط
ببث محتويات الأفراد المستعملين (OECD ، 2007م ، ص59). وعليه فقد
"فتحت وسائل الاعلام التقليدية غرنا للحوار عبر الانترنت بمسميات
مختلفة مثل نادي المستمعين الذي بدأته هيئة الإذاعة البريطانية
(القسم العربي) ، لنقل تعليقات الجماهير العربية عن الحرب وعمم
على باقي أقسام الهيئة بعد أسبوع من بداية الحرب ، وقلدته أغلب
محطات الإذاعة والتلفزيون ومواقع الأخبار عبر الانترنت" (سعيد عبد
الغني ، 2008 ، ص17). وقد تلقت قناة "canal plus" حوالي 20000 فيديو
تم اختيار 5 بالمئة منها وبثت 3 بالمئة منها ، بمعدل مليون مشاهد
(Hénaff ، ص209).

وان دلت كل هذه الأمثلة على شيء فإنما تدل على إدراك الإعلام
التقليدي بأهمية مضامين الجمهور ، ولضرورة استعمالها وبثها كمادة
إعلامية. "وتدل على بدء تهافت وسائل الاعلام العالمية للتحكم في
وسائل الاتصال الجديدة والسيطرة عليها وعلى مضامينها" (Hall ،
ص216). ورغم أن "بعض الصحفيين وغير الصحفيين يشككون في
مصداقية المدونات الالكترونية والتطبيقات الأخرى ، إلا أنهم أنفسهم
يعتمدون على المدونين ، وعلى القراء للحصول على أخبار وتغطيات شاملة
للأحداث" (Willersdorf ، ص18) ، كما تبين عدة دراسات أن النخب
الإعلامية (الناشرون ، الصحفيون ، المحررون. ..) تستهلك مضامين
المدونات السياسية (Farrell ، 2008 ، ص23) بشكل كبير ولا سيما تلك
التي تحظى بشهرة كبيرة وتساهم فيها أقلام بارزة. ولذلك تعتبر كثير
من مضامين صحافة المواطن أرضا خصبة للإبتكار والإبداع الذي غالبا
ما تتبناه وسائل الاعلام السائدة في نهاية المطاف" (جوديس بيلي ، 2009م ،
ص46) ، وتقوم ببثه في مختلف برامجها.

خاتمة

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

إنه تحول غير مسبوق بالفعل في كيفية إنتاج المضامين الإعلامية وبثها، واندماج لم يسبق له مثيل بين نمطين من أنماط الرسالة الإعلامية، الأول يعده الصحفي المواطن، المعني بالحدث أو القريب منه، والثاني يعده الصحفي المحترف المنتسب لمؤسسة إعلامية.

قائمة المراجع والمصادر

- باللغة العربية :

- أمين سعيد عبد الفني (2008م)، وسائل الاعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، القاهرة : إيتراك للنشر والتوزيع.
- أولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكوكار بنتيير (2009م)، فهم الإعلام البديل، ترجمة : علا أحمد إصلاح، القاهرة : مجموعة النيل العربية.
- حسين عبد الجبار (2008م)، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، عمان : دار أسامة
- رضا النجار، جمال الدين ناجي (2005م)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الاعلام بالمغرب العربي، تونس : إيسيسكو
- الصادق رابح، "المدونات والوسائط الإعلامية : بحث في حدود الوصل والفضل" المؤتمر الدولي : "الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة. . لعالم جديد"، جامعة البحرين 9-7 ابريل 2009م.
- صباح ياسين (2006م)، الإعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية
- عاشور فني (2013م)، التلفزيون الجديد وما بعد التلفزيون : من الخبر إلى القصة الدرامية"، مجلة الإذاعات العربية، عدد 2، ، ص 49
- عباس مصطفى صادق (2008م)، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان : دار الشروق

- نصر الدين لعياضي، "الأنواع الصحفية في الصحافة الالكترونية، نشأة مستأنفة أم قطيعة ؟"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، [http : //www. arabmediastudies. net](http://www.arabmediastudies.net) (أكتوبر 2010)، ص14

باللغة الأجنبية :

- Bill Mitchell(2005), " the ethics of journalism and blogging" conference "BLOGGING, JOURNALISM & CREDIBILITY : Battleground and Common Ground" A conference, at Harvard University
- Dan Gillmor(2004), We the media, Grassroots journalism by the people, for the people, Sebastopol, CL, O'Reilly,. p124-125.
- Henry Farrell, Daniel W. Drezner(2008), « The power and politics of blogs », Public Choice , 134 , p23.
- Jan Schaffer(2007), citizen media ; Fad or the Future of News?, The rise and prospects of hyperlocal journalism, Baltimore : The Institute for Interactive Journalism, University of Maryland
- Jim Hall, online journalism, a critical primer, London : Pluto press.
- Mark Briggs(2007), Journalism 2. 0 How to Survive and Thrive A digital literacy guide for the information age, (USA : The Institute for Interactive Journalism, University of Maryland.
- Martin Lister et al. (2009), New Media : a critical Introduction,(Second Edition) , New York : Routledge.
- Nolwenn Hénaff(2008), Parole authentique versus parole instrumentalisée : le pouvoir communicationnel des blogs, (Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication), UNIVERSITE DE RENNES 2
- OECD(2007), Participative web and user generated content : web2. 0, wiki and social networking (Paris,OECD,)
- Paul Bradshaw(2007), « WIKI JOURNALISM,Are wikis the new blogs? », FUTURE OF NEWSPAPERS CONFERENCE – CARDIFF -. , p15.

- Rachelle Goh(2007), Mainstream Media Meets Citizen Journalism : In Search of a New Model, communication and media studies thesis, Tufts university,
- Serge Proulx(2007), «Web participatif : vers un engagement citoyen de l'utilisateur? Éthique et droits de l'homme dans la société de l'information », Commission française pour l'UNESCO et Conseil de l'Europe, Strasbourg, 13-14 septembre. , pp6-7.
- Shayne Bowman, Chris Willis(2003), We media, How audiences are shaping the future of news and information, USA : The Media Center at The American Press Institute.
- Tara Kate Willersdorf, Ahmad Zahid Isnin, Ruth Song, "BLOG – PHENOMENON(2006),A study in the credibility of news blogs and its role in instigating changes in traditional newspapers and journalism education in Singapore and Australia", RMIT UNIVERSITY, p14.