

صحافة الهواتف الذكية في ظل ثورة الويب 3.0: إمكانيات وآفاق صناعة الإعلام

Mobile journalism in the light of the web 3.0 revolution: potential and prospects of the media industry

وليدة حدادي، جامعة سطيف2، الجزائر، w.heddadi@univ-setif2.dz

تاريخ قبول المقال: 14-05-2025

تاريخ إرسال المقال: 04-01-2025

الملخص:

أحدثت ثورة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف الذكية نقلة نوعية في مجال الصناعة الإعلامية الرقمية، مما أفرز اتجاهًا جديدًا في الممارسة الإعلامية فيما يسمى بصحافة الموبايل، اتسمت بتقديم جذاب لمعلومات آنية وسريعة ومتنوعة في وقت قصير، وفي ظل ثورة الويب 3.0 والتوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإعلامية؛ اتسم الحديث عن آفاق صحافة الهواتف الذكية بالكثير من الجدل بين من يؤكد على القدرات والإمكانيات المتطورة والهائلة، ومن يحذر من تهديداتها ومخاطرها المحتملة، لذلك تهدف هذه الورقة البحثية للتعرف على أهمية توجه صناعة الإعلام في العصر الرقمي نحو صحافة الهواتف الذكية، ومتطلباته، وتحدياته وآفاقه في ظل ثورة الويب 3.0.

الكلمات المفتاحية: الويب 3.0، الهواتف الذكية، الصناعة الإعلامية، صحافة الموبايل.

Abstract:

The Internet revolution and smartphones technology have led to significant developments in the media Industry, which resulted in a new trend in media practice in what is called mobile journalism, it was characterized by an attractive presentation of instant, fast and diverse information in a short time, and in light of the Web 3.0 revolution and the widespread use of artificial intelligence technologies in the media content creation; the debate about the prospects of mobile journalism has been divided between those who emphasize the advanced and enormous capabilities, and those who warn of its potential threats and dangers, therefore, this research paper aims to identify the importance of mobile journalism in the digital age, its requirements, challenges and prospects in light of the Web 3.0 revolution.

Key words : the web 3.0, smartphones, media industry, mobile journalism

مقدمة:

شهدت مهنة الإعلام العديد من التطورات في ظل التحولات التكنولوجية الهائلة، حيث أحدثت نقلة نوعية في صناعة المحتوى الإعلامي، خاصة مع تطور تطبيقات الهاتف الذكي، الذي أثرت إيجابيا على طرق جمع ونقل وتبادل الأخبار والمعلومات، وأبرزت ممارسة إعلامية جديدة فيما يسمى بصحافة الموبايل أو صحافة الهواتف الذكية، التي استطاعت في ظل تحول توجهات الجمهور نحو وسائل الإعلام الجديدة أن تكون جزءا أساسيا في العمل الإعلامي اليومي لغرف الأخبار وقاعات التحرير في مختلف المؤسسات الإعلامية، خاصة مع التطورات التكنولوجية الهامة التي عرفتها الهواتف الذكية.

ولهذا لا يمكن البحث في تحولات الصناعة الإعلامية بمنأى عن التحولات الرقمية في الوقت الراهن والمستقبل، التي لا طالما غيرت من مفاهيمها وأساليبها وتطبيقاتها ووسائلها وأدوار عناصرها، وتطرح حاليا التحولات الرقمية المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي "Artificial Intelligence" في صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي في ظل ثورة الويب 3.0 "WEB 3.0" الكثير من الجدل بشأن آفاق الممارسات الإعلامية المختلفة عموما، وممارسة صحافة الهواتف الذكية خصوصا، حول قدراتها وإمكاناتها المتطورة والمتعددة في تحسين وتحقيق جودة الأداء الإعلامي، ومخاطرها المتوقعة.

فإلى جانب المكاسب المحققة والتوقعات الإيجابية المنتظرة، تشير الدراسات العلمية إلى العديد من التحديات الأخلاقية والمهنية والتقنية، وغيرها، التي تتطلب مراجعة سواء من ناحية إمكانيات وقدرات الإعلاميين المطلوبة وخبراتهم في مجال توظيف التكنولوجيا الحديثة أو من ناحية القوانين والتشريعات المنظمة لهذا الاتجاه الجديد للممارسة الإعلامية، خاصة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة بشكل مذهل، "حيث هناك دراسات حديثة تناقش صحافة الجيل السابع "G7 Journalism"، وهو اتجاه بحثي لما بعد صحافة الذكاء الاصطناعي، ويُتوقع بأنه سينتج عنها فيما بعد اختفاء المؤسسات الإعلامية بأشكالها التقليدية المتعارف عليها لتتحول إلى مراكز معلوماتية ذات فروع بجميع أنحاء العالم"¹.

ومن هذا المنطلق تهدف هذه الورقة البحثية للكشف عن إمكانيات وآفاق صناعة الإعلام في صحافة الهواتف الذكية في ظل ثورة الويب 3.0.

من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما مفهوم صحافة الهواتف الذكية؟

¹ . مي مصطفى عبد الرزاق، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية (دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 81، الجزء 1، 2022، ص: 5.

- ما أهمية توجه صناعة الإعلام في العصر الرقمي نحو صحافة الهواتف الذكية؟
- ما هي الخدمات والتطبيقات التي تتيحها تكنولوجيا الهواتف الذكية للصناعة الإعلامية الرقمية؟
- ما هي متطلبات صناعة الإعلام في صحافة الهواتف الذكية؟
- ما هي التحديات المهنية والتقنية التي تواجه الإعلاميين الممارسين لصحافة الهواتف الذكية؟
- ما هي آفاق صناعة الإعلام في صحافة الهواتف الذكية في ظل ثورة الويب 3.0؟

المبحث الأول: صحافة الهواتف الذكية .. مسار ومفاهيم

المطلب الأول: بؤادر ظهور صحافة الهواتف الذكية (صحافة الموبايل)

دخلت الهواتف المحمولة ميدان العمل الإعلامي تدريجيا ابتداء من خدمات الرسائل العاجلة قبل عدة سنوات وأخذت بالتطور، حتى أصبح الهاتف المحمول مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار والمحتوى الإعلامي وازداد هذا التطور حتى في وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون، حيث يمكن من خلاله تنفيذ حوار كامل وإجراء العمليات الفنية كالمونتاج، والصوت واللبث، فلم تعد هناك حاجة إلى مكتب وأموال، وهو ما أدى لظهور صحافة الموبايل أو "Mojo"، هذا المصطلح الذي يتكون من أول حرفين من كلمتي "Journalism" و "Mobile".¹

وقد كانت الولادة الحقيقية لصحافة الموبايل، عندما بدأ استخدام المحتوى الإعلامي المسجل بالموبايل مع بداية الغزو الأمريكي للعراق عام 2003، وفي هذا السياق نشرت جريدة "نيويورك تايمز" في 17 فيفري 2004 للمرة الأولى في صفحتها الأولى صورة ملقطة بالموبايل، وتم التقاط هذه الصورة في لحظة التوقيع الرسمي على إبرام عقد الاندماج بين الشركتين العملاقتين بالهاتف النقال وهما: "أي تي أند تي" و "سينغولار"، فعلى الرغم من أن الصورة كانت عادية جدا، إلا أنها مثلت علامة بارزة في تاريخ صحافة الموبايل، وفي العام نفسه كانت اللقطات المصورة بالموبايل مهمة أيضا خلال تفجيرات مدريد في إسبانيا، وفي تغطية زلزال تسونامي في إندونيسيا، وجاءت ذروة هذا الشكل من أشكال الإنتاج الإعلامي خلال تفجيرات لندن عام 2005.²

ومنه يمكن القول أن البؤادر التاريخية الأولى لظهور صحافة الموبايل كشكل جديد لصناعة الإعلام ارتبطت بالأزمات والكوارث والحروب، استخدمها كل من الهواة في إطار ما يسمى بصحافة المواطن إضافة إلى المؤسسات الإعلامية والإعلاميين المحترفين، حيث مكنت أي شخص لممارسة دور

¹. رمزي جاب الله، صحافة الموبايل وصناعة المحتوى الإعلامي (من الهواة إلى الاحتراف)، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 2، 2022، ص: 359.

². المرجع نفسه، ص: 361.

الإعلامي من خلال التواجد في موقع الحدث، من أجل تتبع تطورات الأحداث والنقل الحي والمباشر لكل تفاصيلها للجمهور المتلقي، وقد اعتمدت على الهواتف الذكية لسهولة استخدامها، وتطورت بتطورها، واستفادت من جودة كاميراتها وخدماتها وأنظمتها وتطبيقاتها، لتصبح اليوم من أهم وسائل الصناعة الإعلامية.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية في صحافة الهواتف الذكية أولاً: مفهوم صحافة الهواتف الذكية (صحافة الموبايل)

هي وسيلة لجمع الأخبار والمعلومات مكتوبة ومصورة، تعتمد على تطبيقات الموبايل في عمليات التحرير والمونتاج والتصوير، مما يغني الإعلامي عن صالات التحرير وغرف تجميع الفيديوهات، وعن فريق من المصورين المحترفين، حيث يقوم بتوزيع ونشر إنتاجه من خلال البث المباشر عبر المواقع الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي، بطرق أسرع وأسهل، وأقل تكلفة.¹ ومنه فصحافة الهواتف الذكية أو صحافة الموبايل تعد شكلاً جديداً لصناعة الإعلام، تعتمد أساساً على تطبيقات الهواتف الذكية من أجل التغطية الإعلامية للأحداث المتنوعة بمختلف مراحلها، من مرحلة جمع الأخبار إلى مرحلة إيصالها للجمهور عبر المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية، مما يجعل الإعلاميين يمارسون مهامهم بطرق سهلة وسريعة.

وتصنف صحافة الموبايل كمصدر إخباري وإعلامي إلى:²

- 1- **خدمة الرسائل القصيرة والرسائل المصورة:** هي وسيلة للتواصل بواسطة النصوص، يتم استقبالها عبر الهواتف المحمولة، وتتيح للمستخدم متابعة الأحداث بشكل متميز، وبخاصة الأخبار العاجلة بعدد أحرف لا تتجاوز 70 حرفاً للرسالة الواحدة، وأهم ما يميز هذه الخدمة أنها لا تحتاج إلى هواتف محمولة من النوع الذكي، وكذلك لا تحتاج إلى هواتف محمولة موصولة بالإنترنت.
- 2- **التقارير الإخبارية من خلال خدمة Mobile newsfeeds:** تعتمد هذه الخدمة على إرسال قوائم (RSS) تمكن المستخدم من متابعة أخبار مواقع المؤسسات الإعلامية إلى الهاتف المحمول، ويمكن قراءة هذه الأخبار عن طريق برامج (RSS READS) بعد تحميله من الإنترنت وتثبيته على الهاتف حسب نوع الجهاز المحمول.

¹. راشد صالح الدين راشد، دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية (دراسة ميدانية)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد 56، الجزء 3، 2021، ص: 1428.

². رمزي جاب الله، المرجع السابق، ص: 365.

3- صحافة الفيديو Online vidéo Journalism: هي موجيز إخبارية وتقارير عن مختلف

الأحداث التي يتم إنتاجها بواسطة المؤسسات الصحفية والإعلاميين والمواطنين.

ثانيا: مفهوم الجيل الثالث للإنترنت "WEB 3.0"

هو مصطلح مستخدم لوصف مستقبل شبكة الويب العالمية، بعد انتشار الويب 2.0 يستخدمه كثير من التقنيين والصحفيين ومستخدمي الإنترنت للإشارة إلى الموجة المستقبلية لإبداع الإنترنت، كجيل جديد من الويب سيؤدي إلى احتمالات جديدة في الذكاء الاصطناعي، وهو ما يسمى بالويب الدلالية "semantic web" أو "الويب ذات المعنى"، وهو المصطلح الجديد الذي أطلقه "تيم بيرنرز لي"، الذي سيكون ويب قادرا على فهم معاني الكلمات، حيث تصبح المعلومات قابلة للمعالجة منطقيا من قبل برامج الحاسوب، التي تتجاوز عدم قدرة العقل البشري على التعامل مع الكمية الهائلة من البيانات وتحليلها واستخراج وتركيب المعرفة منها، من خلال معالجة المعلومات أتماتيكيا وتقديمها للمستخدم منمذجة ومرتبطة لغرض ما.¹

ثالثا: مفهوم الهاتف الذكي (الموبايل)

يعمل على أحد أنظمة التشغيل ويندوز فون، أو Linux أو مشتقاتهما، يعتبر نظام تشغيل Apple (iphone) و google و android و Nokia أنظمة مطورة عن Linux، وقد اعتبرت الجوالات العاملة على أحد هذه الأنظمة جوالات ذكية لأنها في الغالب ما تتوفر فيها جميع الشروط السابقة، فأصبح الصحفي الإلكتروني ينقل المادة الصحفية باستخدام الوسائل الإلكترونية On line، بالأخذ بنظام نقل الملفات عن طريق استخدام تقنية G3 أو G4 كبديل للنقل اليدوي للعمل الإعلامي من خلال السرعة في النقل المباشر والحي للأحداث حال وقوعها.²

ومن خصائص الهاتف الذكي:³

- الفورية والآنية.

¹. آلاء جعفر الصادق، جامعة الإسكندرية، الويب في جيله الثالث (دراسة استشرافية)، 2011، ص: 2، 13. في: https://www.researchgate.net/publication/303394584_alwyb_fy_jylh_althalth_drast_astshrafyt_Web_30_Outlook_Study، بتاريخ: 2024-12-25.

². زكرياء بن صغير، خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية (أي مستقبل للعمل الإعلامي)، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 20، العدد 1، 2020، ص: 774.

³. سناء يوسف محمد شاهين، صحافة المحمول و انعكاساتها على الممارسة الإعلامية (دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2015-2017)، رسالة دكتوراه في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2018، ص: 83.

- 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 والتعامل معها.

ولهذا توفر الهواتف الذكية بقدرتها على تخزين المعلومات ومعالجتها بطرق سهلة وممتعة وغير مكلفة، وتقديمها بشكل جذاب يعتمد على النص والصوت والصورة والفيديوهات في نفس الوقت، خدمات جليلة في مجال صناعة الإعلام في ظل التحولات الرقمية الراهنة، خاصة وأنها تشهد تطورات هامة ومتسارعة من حيث جودتها وتعدد تطبيقاتها ووظائفها والخدمات التي يمكن الاستفادة منها في مجال الإعلام وغيره من المجالات.

رابعا: مفهوم صناعة الإعلام

أدت التحولات الرقمية الهائلة إلى ظهور أساليب ووسائل جديدة في صناعة الإعلام، حيث أصبحت الانترنت وغيرها من الوسائط الرقمية الحديثة مصدرا هاما للحصول على الأخبار والمعلومات بسرعة ومشاركتها مع جمهور يتميز باستخدامه اليومي والكبير للمواقع والتطبيقات الإلكترونية المتعددة، مما جعل الصناعة الإعلامية من أهم الصناعات الأخرى في المجتمع، والتي لاقت اهتماما كبيرا من طرف المؤسسات الإعلامية المختلفة في ظل المنافسة لقدرتها التأثيرية الهامة على الجماهير من جهة، وتحقيق عائدات مادية معتبرة من جهة أخرى، وذلك من حيث الاهتمام بتحديث طرق ووسائل إنتاج وتوزيع منتجاتها الإعلامية حتى تتميز بعناصر الجذب والسبق والنشر السريع على نطاق واسع.

وهي صناعة ذات طبيعة مزدوجة تجمع ما بين الجانب المادي والمعنوي، فجميع المؤسسات الإعلامية تقوم على استثمار المعرفة، من خلال إنتاج وتوزيع أو بث المنتج الإعلامي، بمعنى تحويل الأفكار إلى مضامين إعلامية في شكل خبر أو مقال أو برنامج أو فيلم سينمائي أو ومضة إخبارية، أو غيرها، حيث تندرج هذه العملية الإنتاجية لمنتجات إعلامية في شكل سلع تتوفر فيها مجموعة شروط كرؤوس الأموال، اليد العاملة، المواد الخام، الآلات والإدارة، في إطار ما يسمى بـ "صناعة الإعلام".¹

¹. نصيرة تامي، جامعة الجزائر3، مطبوعة في مقياس اقتصاديات وسائل الإعلام، مقدمة لطلبة السنة الثانية ليسانس، 2021-2022، ص: 6. في: <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/7820>، بتاريخ: 23-12-2024.

المبحث الثاني: تكنولوجيا الهواتف الذكية والصناعة الإعلامية الرقمية

المطلب الأول: أهمية توجه صناعة الإعلام في العصر الرقمي نحو صحافة الهواتف الذكية

تعتمد صناعة الإعلام الرقمي أساساً على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في صناعة القصص الإخبارية بمختلف مراحلها انطلاقاً من إعداد وإنتاج المحتوى الإعلامي إلى توزيعه وإرساله واستقباله من طرف الجمهور المتلقي، مما يؤدي إلى تجاوز العوائق المرتبطة بصناعة الإعلام التقليدي بتحقيق السرعة في نقل الأخبار والمعلومات من الإعلاميين إلى مؤسساتهم الإعلامية ومن ثم إلى الجمهور، ونقل ردود أفعال ووجهات نظر الجمهور حولها، باستخدام وسائط رقمية صغيرة الحجم، ودون الحاجة إلى فريق عمل، وهو ما يختصر الكثير من الوقت والجهد والتكلفة في تحقيق أهداف العملية الإعلامية، الذي يرتبط بشكل رئيسي بمدى توافر مهارات عالية من التحكم في التقنيات والتطبيقات الرقمية لدى الإعلاميين.

وتعتبر صحافة الموبايل من الأشكال الإعلامية الحديثة التي فتحت عصراً جديداً ومراحل متقدمة من تطور الصناعة الإعلامية الرقمية، التي غيرت جل المفاهيم والأساليب والوسائل التي استخدمت في الممارسات الإعلامية التقليدية، والذي شمل كل ما يتعلق بإنتاج وعرض ونشر المحتوى الإعلامي، بكيفية ساعدت كثيراً الإعلاميين وسهلت على المؤسسات الإعلامية تقديم خدماتها الإعلامية بما يتناسب مع رغبات وحاجات جمهور مستخدمي المنصات الرقمية، الذين أصبحوا في ظل تعدد المفردات والوسائل الإعلامية يبحثون عن المستجدات والتغطيات الآنية والفورية والمعلومات التفصيلية من موقع الحدث، وبأساليب رقمية توضيحية فائقة التطور وكأنهم يتواجدون فيه فعلاً.

لذلك فصحافة الموبايل ليست مجرد ممارسة إعلامية فقط، وإنما هي ظاهرة العصر التي تفتح آفاقاً كبيرة ومتعددة للعمل الإعلامي المباشر والمحترف، حيث أصبح من الواجب على كل ممتحن للصحافة مثلاً أن يراجع مسار كل الوظائف التي يقوم بها، والوسائل التقنية التي تسمح له بالتحكم فيها، بدايةً بالالتفات إلى نوع الهاتف الذكي الذي يحمله، ومراجعة وتحديث كل التطبيقات والبرمجيات التي يمكن أن تكون عملية في كل مكان وفي وقت يحتاجها للتصوير أو التسجيل أو البث الحي، لأنها:¹

- تمكن الصحفي المحترف من إجراء عمليات المونتاج للصورة والصوت والفيديو وبثها عبر المنصات الإعلامية والمؤسسات التي يعمل بها.

¹. رمزي جاب الله، المرجع السابق، ص: 371.

- غيرت من طريقة الإعلاميين في رصد الأخبار وبثها، وطرق إعداد التغطيات الإخبارية، تبعه تغير في طرق النشر والبث عبر منصات إعلامية متعددة.
- حققت أهدافا إعلامية عديدة بشكل أسرع من التقليدية.
- يمكن أن تحل الأجهزة المحمولة محل معدات الإنتاج الإعلامي الثقيلة والمكلفة اقتصاديا، إضافة للالتقاء بمستخدمين يتزايد عددهم باطراد.

ولهذا تعد صحافة الموبايل ذات أهمية بالغة سواء بالنسبة للإعلاميين أو الجمهور، حيث يمكنها توصيل المعلومات والأخبار للجماهير المتنوعة بطريقة سهلة وآنية وإنتاج المحتوى الإعلامي بأشكال متنوعة، من خلال مواد إعلامية تعتمد على النص المكتوب والصورة والفيديو والتغطية المباشرة والآنية والمتنوعة للأحداث عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية والمدونات، وغيرها، خاصة وأنها تتميز بالاستخدام الكبير لوسائل الإعلام الجديدة في الوقت الحالي.

وفي هذا الإطار تشير وكالة زينث الإعلامية إلى أن الجمهور من الممكن أن يقضي 84 دقيقة في مشاهدة فيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي عام 2020، وتكشف الطبعة الأخيرة من سلسلة التقارير الرقمية العالمية، تقرير "KEPIOS" أنه من المحتمل أن يقضي مستخدمو الانترنت أكثر من 100 يوم من الوقت المتصل على الانترنت عام 2020، وأمسّت تطبيقات الهاتف المحمول تسيطر على أكثر من 90 % من إجمالي وقتنا، ولعب هذا الإقبال الجماهيري المرتفع على استعمال الهاتف الذكي - وما يقدمه من خدمات ومحتويات- دورا محفزا لوسائل الإعلام لتعزيز اهتمامها بتقديم خدماتها الإخبارية عبر الهاتف المحمول، مستخدمة في ذلك أدوات رقمية متعددة، بينها التغذية الإخبارية للمحمول " News Feeds" والرسائل النصية القصيرة، ورسائل الفيديو.¹

كما كشفت دراسة سعد إبراهيم حيدر أحمد حسين (2019) عن قوة الهاتف الذكي، وأنه احتل المرتبة الأولى كأفضل منصة رقمية إخبارية في استهلاك الأخبار المتنقلة؛ حيث بلغت نسبته 70% من عينة البحث، وأشارت إلى أن نسبة 70% من عينة البحث تعمل هواتفهم الذكية بنظام الأندرويد، و30% أنظمتهم بنظام "آي أو إس"، وأن نسبة 73% من عينة البحث يفضلون استهلاك الخبر كاملا عبر الموبايل، و27% يفضلون استهلاك عنوان الخبر فقط.²

¹. عزيزة محمد نور وعبد الحكيم أحمين، معهد الجزيرة للإعلام، استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام (الجزيرة أنموذجا)، 2020، ص: 7، في: <https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2020-12-28>، بتاريخ: 2024-12-28.

². راشد صالح الدين راشد، المرجع السابق، ص: 1425.

وهذا ما يؤكد أهمية الهواتف الذكية في توفير محتويات إعلامية يتم إنتاجها وبثها مباشرة من موقع الحدث، وبالاعتماد على وسائط رقمية أخرى مثل الألواح المحمولة والحواسيب الإلكترونية، التي يكفي فقط أن تتصل بخدمة الانترنت، يمكن للمستخدمين تلقي الأخبار والمعلومات بسرعة وأنية وتزامنية مع الأحداث، وتخزينها، وإتاحتها في شكل جذاب مقرونا بالوسائط المتعددة (النص والصوت والصورة والفيديو)، ومشاركتها مع الآخرين، والتفاعل معها في الوقت والمكان المناسبين للمتلقى.

وفي جانب آخر تعتبر الهواتف الذكية بتطبيقاتها وأنظمتها الحديثة وكاميراتها الجيدة من أهم التكنولوجيات، التي أحدثت تغييرا كبيرا في العمل الإعلامي، الذي يقوم على جمع ونقل وإيصال المعلومات والأخبار المختلفة، وتعزيز قدرات الإعلاميين على تحقيق السبق الصحفي، مما أثر إيجابيا على صناعة المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور، فلم يعد الهاتف الذكي مجرد وسيلة للاتصال وإنما وسيلة بيد الإعلاميين تتميز بسهولة الاستخدام، وتساعد في إيصال مواد إعلامية متنوعة للجمهور بطرق سريعة من قلب الحدث، وبأشكال متعددة تشمل النص والصورة ومقاطع الفيديو، خاصة في قضايا حساسة مثل الأزمات والحروب.

المطلب الثاني: الهواتف الذكية والصناعة الإعلامية الرقمية: الخدمات والتطبيقات

أصبحت تكنولوجيا الهواتف الذكية عنصرا أساسيا في صناعة المضامين الإعلامية في العصر الرقمي، وجزءا أساسيا في الممارسات الإعلامية اليومية للإعلاميين، خاصة في التغطيات الإعلامية للقضايا والأحداث الهامة لدى الرأي العام، والتي تتطلب نقلا حيا ومباشرا، يحقق للجمهور المتابعة والمعاشرة الوجدانية الآنية لهذه الأحداث، بفضل العديد من الخدمات التي تتيحها الهواتف الذكية العاملة بنظام أندرويد.

فبعدما كان الإعلاميون يتحملون أعباء حمل المعدات من أجل إيصال الأخبار وتغطية الأحداث بتكاليف مرتفعة، وأيضا يستغرقون وقت معتبر في إنتاج وإخراج المواد الإعلامية، أحدثت الانترنت بثورتها وتكنولوجيا الهاتف بتطوراتها تحولات هامة في العمل الإعلامي، انعكست إيجابا على مهنة الإعلام، من خلال صناعة المحتوى الإعلامي في صور ومقاطع فيديو وتقارير وغيرها، بالاعتماد على كاميرات تصوير ذات جودة عالية، وتطبيقات متعددة لتخزينها بطرق سهلة، ومنصات رقمية تفاعلية وفعالة لنشرها على نطاق واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وغيرها من المواقع الإلكترونية.

وعموما يمكن القول أنه يمكن لتكنولوجيا الهواتف الذكية أن تقوم بأدوار مهمة في مجال صناعة الإعلام سواء لجمهور المتلقين أو المواطنين الصحفيين أو الإعلاميين، من خلال ما يأتي:

- تحقيق إشباعات متعددة لجمهور المستخدمين في العصر الرقمي، الذي يبحث عن الأخبار الآنية والسريعة والمعلومات الجديدة والوفيرة، والتفاعل معها، مما يساعد المؤسسات الإعلامية على الوصول إلى جماهير جديدة، وتعزيز علاقتها به.
- توفير أساليب وأدوات وتقنيات رقمية هامة للهواة والمواطنين لممارسة صحافة المواطن "Citizen Journalism"، كشكل جديد من أشكال الممارسة الإعلامية غير المهنية، الذي حقق تبادل الأدوار بين عناصر العملية الإعلامية، وتحول المواطنون العاديون من جمهور سلبي إلى جمهور نشط وصانع للمحتوى، مثلهم مثل القائمين بالاتصال، حيث أصبحوا قادرين على إنتاج المحتويات الإعلامية وتحريرها وتصميمها، ونشرها عبر المدونات أو مواقع التواصل الاجتماعي أو منتديات المحادثة الإلكترونية، وغيرها من المواقع الإلكترونية.
- إتاحة فرص هامة للصحفيين المحترفين من خلال التطبيقات والأساليب والخدمات التي ساعدتهم في الوصول إلى مصادر معلوماتية متعددة، تمكنهم من جمع سهل وسريع للمعطيات التي تفيدهم في التغطيات والمعالجات الإعلامية للأحداث والموضوعات المختلفة، ومن ثم تحرير أو بناء المضامين الإعلامية بالاعتماد على كاميرات عالية الجودة في النقاط الصور وتصميم مقاطع الفيديو، لنشرها في الأخير على نطاق واسع جدا عبر المواقع الإلكترونية لمؤسساتهم الإعلامية، وغيرها من المواقع، مما يساهم في زيادة الكفاءة الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية.
- ويمكن للهواتف الذكية أن تحقق كل هذه الأدوار بفضل جملة من الخدمات التي تعزز الصناعة الإعلامية الرقمية، فيما يأتي:¹
- **خدمة البحث عن المعلومات:** يساعد الحصول على الأدوات الإعلامية المساعدة مثل أرقام الهواتف والعناوين والبريد الإلكتروني للمصادر الإعلامية على الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار من مصادر متعددة، وبلغات متباينة وفي مجالات متنوعة وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل.
- **خدمة نقل المادة الإعلامية:** بالاعتماد على تقنيات الهواتف الذكية مثل تقنيات عرض الصورة وتقنية النصوص وتقنية الصوت وصور الفيديو وهذه التقنيات تختلف فيما بينها على خصائص ومميزات الهاتف الذكي من حيث عرض وتخزين المادة الإعلامية.

¹. زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص ص: 774 - 776.

- **خدمة التغطية الإعلامية:** تتيح الهواتف الذكية نقل المادة الإعلامية من مكان الحدث دون عناء يذكر عبر جهاز صغير بكف اليد، ومن ثمة معالجتها وتحليلها وكتابتها بنفس الجهاز، وتتميز بأنها رقمية وفورية وحية وتفاعلية ومتكاملة، تجمع بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدر صحفي يزود بالمعلومات وأداة اتصال بالمصدر مثل الهاتف والبريد الإلكتروني وجماعات النقاش، كما أنها وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات ومكتبة وأرشيف، وغيرها. كما توفر الهواتف الذكية مجموعة من التطبيقات التي تستخدم في صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي، أهمها:¹

أولاً- تطبيقات تساعد الصحفيين على جمع المعلومات: وتشمل:

- Viber: يمكن من الاتصال الهاتفي وإرسال الصور والصوت والفيديو.
- Face Time: يمكن من الاتصال بالصوت والصورة فقط.
- Google Hangouts: يوفر خدمة الدردشة والاتصال بالصوت والصورة.
- Tango: وهو برنامج اتصال يمكنك من الاتصال مجاناً، كما يمكنك من إرسال الصور والصوت والفيديوهات بالإضافة إلى المكالمات المرئية.
- Numbers: يمكن استخدامه بعد جمع المعلومات، والبدء بالتحليل أو خلال الاستطلاعات الميدانية في معالجة جملة من البيانات والأرقام وتصديرها على شكل خطوط بيانية ثلاثية الأبعاد.
- Pages: يتضمن هذا التطبيق مجموعة واسعة من الأدوات المكتبية والقوالب الجاهزة لكتابة النصوص وتحريرها على الهاتف الذكي.
- Imovie: لا يختلف عن أدوات القص واللصق والدمج التي توفرها برامج المونتاج الضخمة وبين أدواته، وينتج إضافة للمسة الخاصة للإعلامي مع عدد من الفلاتر والمؤثرات، وإضافة العناوين والنصوص في الفيديو.
- Keynote: مصمم لصناعة العروض التقديمية كما في برنامج باور بوينت، ويساعد الإعلاميين على تصميم الإنفو غراف المناسب للتقرير الإعلامي.

¹. كحلاوي أيوب وحمي عبد الله، جامعة أدرار، دور صحافة الموبايل في تطوير الأداء المهني للصحفيين الجزائريين، 2023، ص ص: 51-55. في: <https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/8457>، بتاريخ: 24-2024-12.

ثانياً - تطبيقات التقاط الصور وتحريرها: وتشمل:

- "سناپ سايد ": هو برنامج لتحرير الصور.
 - "غوريلا الكاميرا ": هو عبارة عن تطبيق (وقف الحركة) أو (stop motion video) متاح على أجهزة أيفون وآي باد باللمس، يلتقط التطبيق مجموعة من اللقطات الجامدة إلا أنه يضم بعض التحسينات الإبداعية الفريدة من نوعها.
 - أدوبي فوتوشوب إكسبريس (Adobe Photoshop Express): يضم أدوات التحرير الأساسية، وهو سهل الاستخدام ويلئم الملفات كافة، ويعتمد عدة خيارات للمشاركة.
 - تطبيقات تعديل الصور: مثل تطبيق "Photo Director" يجعل الصور تبدو أكثر احترافية، وتطبيق "PicsAr" يتيح عملية تجميع الصور، دمجها والرسم أو الكتابة عليها، وتطبيق "Photoshop Express" يظهر الصور بأعلى دقة التقطت بها، وتطبيق "Snap seed" يستطيع التعامل مع ملفات الصور الخام، ويتيح مشاركة الصور على المنصات.
- ولهذا فتكنولوجيا الهواتف الذكية انتشرت بسرعة فائقة وبشكل واسع جدا شمل كل الأفراد والمؤسسات، ذلك أنه إضافة إلى وظيفتها الاتصالية بالصوت والصورة واستقبال الرسائل النصية القصيرة، فإن لها أدوار إعلامية بفضل أنظمتها المتطورة، التي تتميز بذاكرة أكبر من أجل الحفظ والتخزين، وواجهات سهلة الاستخدام بمجرد اللمس، وأداء جيد في مقابل تكلفة عادية فاق بعض الكاميرات وآلات التصوير، خاصة في جيلها الرابع 4G، التي اتسمت بالسرعة الفائقة في الاتصال والخدمات المتاحة في أي وقت وفي أي مكان، ما جعلها من الوسائط الرقمية الأساسية لدى الإعلاميين المستخدمة كوسيلة إعلامية لتتوير الرأي العام من خلال نقل الأخبار والمستجدات أولاً بأول من قلب الحدث، حيث أشارت العديد من الدراسات العلمية إلى أن الجمهور يعتبرها مصدراً أساسياً لإشباع حاجاته ورغباته اليومية، خاصة مع ربطها بخدمة الانترنت وظهور الويب 2.0.

المطلب الثالث: صحافة الهواتف الذكية ومتطلبات صناعة الإعلام الرقمي

إن توظيف تكنولوجيا الهاتف الذكي في العمل الإعلامي كضرورة حتمية في العصر الرقمي ساهمت في تطويره وتحقيق جودة مخرجاته، ارتبط بتوافر مجموعة من المتطلبات، خاصة تلك المرتبطة بإعداد كوادر إعلامية مؤهلة لإنتاج وتصميم المحتوى على منصات الإعلام الرقمي، سواء في مرحلة التكوين الإعلامي الأكاديمي أو في مرحلة ممارسة الإعلام الرقمي في المؤسسات الإعلامية فيما بعد، وهو ما يتيح للإعلاميين الممارسين لصحافة الموبايل اكتساب مجموعة من المهارات والقدرات، التي

تسهل عليهم عمليات البث والتغطية والنقل للأحداث المختلفة بالاعتماد على مختلف الوسائط الإلكترونية من هواتف ذكية وحواسيب شخصية وأجهزة لوحية حتى تصل المعلومة للجماهير المختلفة بحرفية ومهنية. حيث تعتبر استجابة التكوين الإعلامي الأكاديمي بما يتضمنه من مناهج وأساليب وطرق ومحتويات تعليمية لمختلف التحولات التي تشهدها الصناعة الإعلامية الرقمية؛ القاعدة الأساسية لإعداد إعلاميين متكونين معرفيا ومهنيا ومؤهلين لممارسة الإعلام الرقمي، من خلال عمليتي التدريس والتدريب لطلبة علوم الإعلام والاتصال، من أجل الرفع مستقبلا من نوعية ومستوى ما تقدمه المؤسسات الإعلامية من مضامين إعلامية واتصالية، تكون في مستوى احتياجات ورغبات المجتمع الرقمي.

وإلى جانب التكوين الإعلامي الأكاديمي تتحمل المؤسسات الإعلامية جزءا من المسؤولية في تدريب وتأهيل الإعلاميين، وإكسابهم مجموعة من المهارات التي تتيح لهم الاستفادة من الإمكانيات الفنية والتقنية للهواتف الذكية، وتمكنهم من استخدام التطبيقات والتقنيات الرقمية في إعداد المحتوى الرقمي وإنتاجه، مثل الإنفوجرافيك، الفيديو القصير، البث المباشر، البرمجة، والكتابة، وغيرها، فالصناعة الإعلامية الرقمية تتطلب مهارة فائقة في المزج بين الصوت، والصورة الثابتة والمتحركة، والكلمات، والوجود الميداني في موقع الحدث، لتصميم القصة الإخبارية وعرضها بالشكل وفي الوقت المناسبين على جمهور المتلقين، خاصة إذا ارتبطت بأحداث وأزمات حساسة مثل الحرائق، الجرائم والكوارث. ولهذا فإن صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي سواء من خلال الانترنت، أو من خلال التطبيقات المتعددة التي تتيحها الهواتف الذكية، تفرض على الإعلاميين كصناع لهذا المحتوى المرتبط بالتكنولوجيا الحديثة، تمتعهم بمجموعة من المهارات، هي:¹

أولاً- المهارات المهنية: وتشمل:

- القدرة على التحرير الإلكتروني وذلك باستخدام البرامج المساعدة في عملية الكتابة، كبرنامج كتابة القصص الإخبارية بشكل آلي.
- مهارات نقل ونشر وتوزيع المادة الإعلامية باستخدام تقنيات الشبكة الرقمية الانترنت.
- مهارات تخزين واسترجاع المعلومات وهي تساعد الصحفي على السرعة في الأداء.
- مهارات معالجة المادة الإعلامية رقميا سواء كانت المعلومات مكتوبة أو مصورة أو مرسومة بالاستعانة بتطبيقات صممت لهذا الغرض.
- مهارات توضيب وإخراج المادة الإعلامية باستخدام التقنيات والتطبيقات المتخصصة.

¹. زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص ص: 779-780.

- القدرة على التواصل مع المصدر باستخدام الانترنت والحفاظ على العلاقة معه، هذا مما يسهل العمل ويحقق سيولة أكثر للمعلومات.
- فن التواصل مع الجمهور بما تحققه الهواتف الذكية من اتصال تفاعلي يمكنه من معرفة اتجاهاته ورغباته وكذا ميولاته.
- يجب أن يتمتع الإعلامي بقوة الملاحظة والقدرة على العمل بسرعة ودقة.
- ثانيا - المهارات الفنية والتقنية: وتشمل:**
- التحكم في التكنولوجيا الجديدة وخاصة تطبيقات المونتاج واستخدامها في العمل الإعلامي.
- مهارات استعمال الكاميرا الرقمية بل وكاميرا الفيديو، وكذلك أجهزة إنتاج لقطات الفيديو، وذلك لحاجة إليها عند تغطية الأحداث بمفرده.
- مهارات إدارة الحوار المباشر باستخدام الهواتف الذكية، والتعرف على طرق استخدام الشبكة في المجال الإعلامي.
- القدرة على الوصول للمعلومات بكفاءة عالية، وتقييم المعلومات بعقلية نقدية وكفاءة، واستخدام المعلومات بدقة وابتكار.
- امتلاك خبرة بطرق حماية وأمن أجهزة الهواتف الذكية مثل البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس، وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر على جهازه خاصة أثناء اتصاله بالانترنت.

المبحث الثالث: تحديات وآفاق صحافة الهواتف الذكية في ظل ثورة الويب 3.0

المطلب الأول: التحولات الرقمية وتحديات ممارسة صحافة الهواتف الذكية

على الرغم من الأهمية المتزايدة لهذه التوجه الجديد في صناعة الإعلام الذي يعتمد على التكنولوجيا الحديثة في تغطية الأخبار وبثها، إلا أنه أدى إلى ظهور تحديات جديدة بشأن انعكاسات التحول الرقمي الحاصل في جوانبها الاقتصادية والأخلاقية والمهنية والتقنية على الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية، خاصة مع ظهور المدونات ومنصات البث المباشر ومواقع التواصل الاجتماعي في إطار ما يسمى بصحافة المواطن، التي تميزت بجذب اهتمام جمهور المستخدمين من خلال تقديم سريع وبسيط للمحتويات الرقمية المعتمدة في بعض الحالات على تقنيات الذكاء الاصطناعي، على حساب التحليل والتدقيق كمقوم أساسي في العمل الإعلامي الاحترافي والمهني، مما يثير الكثير من المخاوف المرتبطة بمدى تحقيق مصداقية المحتوى الإعلامي الرقمي وموضوعيته بعيدا عن الفبركة والتضليل، إضافة إلى

التحديات المرتبطة بتأهيل وتدريب الإعلاميين في الاستخدام المتحكم في التقنية في المؤسسات الإعلامية كشرط أساسي لتحقيق جودة الإنتاج الإعلامي الرقمي.

كما تواجه الصناعة الإعلامية الرقمية في المؤسسات الإعلامية تحديات اقتصادية مرتبطة بالإشهار وأخرى مرتبطة بتغير دور ووظيفة الإعلاميين في هذه العملية، "حيث ظهر ما يعرف بالمقاومة في غرف الأخبار، وهو ما تحدثت بشأنه عدة دراسات، عللت ذلك بالقلق بين الصحفيين من انخفاض أرباح منافذ الأخبار، والخوف من فقدان الصحفيين وظائفهم في جميع أنحاء العالم نتيجة لاتجاه غرف الأخبار نحو الصحافة المنفردة، وهذه من أسباب المقاومة كما تعزوها عدة دراسات أخرى"¹.

وفي الجانب الأخلاقي، "كشفت دراسة حديثة عن صعوبات تواجه تطبيق أخلاقيات الإعلام التقليدي على 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، حيث فرضت البيئة الإعلامية الحديثة تحديات جديدة تختلف عن تلك التقليدية فيما يتعلق بالجوانب الأخلاقية في ممارسة المهنة"².

وفي ظل المنافسة الشديدة بين المؤسسات الإعلامية من جهة، وبينها وبين صحافة المواطن من جهة أخرى، ومع تغير آليات وطرق صناعة الإعلام تأثرا بالتطورات التكنولوجية الحاصلة، ظهرت مخاوف مرتبطة بمهنية العمل الإعلامي عبر المنصات الرقمية، "ففي دراسة استقصائية أجراها بيريز وكريميداس على الانترنت لصحفيين من الوسائط المتعددة "MMJ" في الولايات المتحدة، وافق الصحفيون بنسبة تقارب 80% على الانتقادات الموجهة لهذا النموذج بأنه ذو جودة صحفية ضعيفة نظرا لمسؤولية المراسل عن العديد من الواجبات، وبخشي أفيليس ألا يكون لدى الصحفيين العاملين في الوسائط المتعددة وقت كاف لممارسة العملية الصحفية كالتحقق المزدوج من المصادر"³.

وفي هذا الصدد يقول الإعلامي "نيل أوغستين" "أن صحافة المحمول قد انطلقت ومن الصعب إعادة المارد إلى الزجاجة مرة أخرى"، مشيرا إلى صعوبة ضبط صحافة المحمول والتحكم في ممارستها، ما يجعلها خيارا مفضلا لكثير من المتطرفين لنشر أفكارهم وبيئة مثالية لممارسة التدليس والتضليل الإعلامي لتحقيق مصالحهم الخاصة، وبذلك فإن صحافة المحمول جزء من واقع أسماه تقرير شبكة الصحافة الأخلاقية "عصر ما بعد الحقيقة" حيث الوقائع والرأي المستتير تراجع لحساب الدعاية

¹. عزيزة محمد نور وعبد الحكيم أحمين، المرجع السابق، ص: 10.

². سناء يوسف محمد شاهين، المرجع السابق، ص: 167.

³. عزيزة محمد نور وعبد الحكيم أحمين، المرجع السابق، ص: 10.

والتضليل، مما يثير حالة من "الفوضى" في الساحة الإعلامية، وضعت أخلاقيات المهنة على المحك جراء السرعة في جمع المعلومة ونشرها بطريقة آنية، وتحت ضغط السرعة والآنية وطوفان المعلومات تتضاعف فرص الوقوع في الخطأ.¹

كما أشار مارتين (2009) إلى أن الصحفيين العاملين لحسابهم الخاص يمكن أن يصبحوا مجرد ناشرين للقصص، بدلا من قيامهم بالتحليل والتحقق، إضافة لإنجاز مراحل الإنتاج الأخرى للخبر، ويمكن أن تؤثر الصحافة المنفردة في تنوع مقاطع الفيديو الإخبارية، وأخبر صحفيو الفيديو بوك أنه من المرجح أن يبحثوا عن الوصول السريع والسهل إلى عناصر القصة، كما أن صحفيو الفيديو الذين كانوا يعملون دون مواعيد نهائية يومية حسب دراسة بوك كانوا أكثر ارتياحا في أعمالهم.²

كل هذه التهديدات تفرض على المؤسسات الإعلامية إعادة النظر في استراتيجياتها، حتى لا تتحرف عن مهنتها واحترافيتها، وتحقق أهدافها في تلبية احتياجات جمهورها، والوصول إليه من خلال مضامين إعلامية رقمية ذات جودة ومصداقية، وهذا يتوقف بالدرجة الأولى على الاهتمام بتكوين وتأهيل إعلاميها من النواحي الأخلاقية والمهنية والتقنية بصفة مستمرة، كونهم المحرك الرئيسي في عملية الصناعة الإعلامية الرقمية، حتى يواكبوا كل المستجدات والتطورات التكنولوجية الحاصلة، بما تطرحه من فرص وتحديات في نفس الوقت.

المطلب الثاني: صحافة الهواتف الذكية وآفاق صناعة الإعلام في ظل ثورة الويب 3.0

استطاعت صحافة الموبايل أن تتيح الكثير من المكاسب للإعلاميين في أداء مهامهم بسرعة ومرونة باستخدام أساليب تفاعلية ومتنوعة وجذابة، وللمؤسسات الإعلامية في الوصول لجمهورها، مما جعلها وسيلة إعلامية جديدة قادرة على كسب الجمهور، الذي أصبحت التكنولوجيا جزءا من حياته اليومية، والمنصات الرقمية مصدرا أساسيا في حصوله على المعلومات والأخبار المختلفة، وفي نفس الوقت طرحت بعض التحديات والمخاوف، خاصة فيما يخص أخلاقيات هذا الاتجاه الجديد في الصناعة الإعلامية، كما أشرنا لذلك سابقا.

حيث سارعت كل المؤسسات الإعلامية لتبني هذا الشكل الجديد للإعلام الرقمي من أجل التمتع في البيئة الإعلامية الرقمية، وتحقيق سبق الصحفي، الذي يوطد صلتها بجمهورها، مدركة أنه لا سبيل إلى ذلك إلا من خلال مواكبة اهتمامات وتطلعات المجتمع الرقمي، وتوظيف التفاعلية والوسائط المتعددة

¹. سناء يوسف محمد شاهين، المرجع السابق، ص: 166.

². عزيزة محمد نور وعبد الحكيم أحمين، المرجع السابق، ص: 10.

في تقديم خدماتها الإعلامية، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن آفاق صناعة الإعلام في ظل التحولات الرقمية الراهنة التي أسست لها تكنولوجيا الهواتف الذكية.

ففي ظل الثورة الصناعية الرابعة "Industry 4.0" نشهد حالياً تحولات هامة، أفرزتها البيئة الرقمية الذكية، التي تميزت بتنوع وفاعلية الأدوات والوسائل والتطبيقات، القادرة على محاكاة العقل البشري، تماشياً مع التغيرات الحاصلة على حاجيات الإنسان، الذي يريد الحصول السريع على المعلومات وبأقل جهد، مما ساهم في التأسيس لمرحلة جديدة سميت بعصر الذكاء الاصطناعي " Artificial Intelligence " (AI)، كان لها انعكاسات هامة في المجال الإعلامي، خاصة في الجانب الإبداعي والابتكاري، على الرغم من المخاوف المتوقعة من الآلية في المستقبل.

وفي هذا الصدد تشير الدراسات العلمية إلى استخدامات عدة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإعلامية، تشمل "صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال، والتصحيح التلقائي، والأرشفة، وكشف الأخبار الزائفة، وإجراء استطلاعات الرأي، وتقنيات الترجمة الآلية للغات الأخرى، واستخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار من الاستوديو أو ميدانياً، واستخدام الـ "BOTS" أو الدردشة الآلية للرد على استفسارات وتعليقات الجمهور"¹، وتتيح هذه التقنيات أيضاً "إمكانيات كبيرة في الحصول على الصور والرسوم والخرائط واستحداث أنماط وقوالب بصرية جديدة مثل الإنفوجراف والفيديو جراف، وغيرها، وتطوير قدرات الإعلاميين ومهاراتهم في البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصائيات، وتطوير أساليب المعالجة الإعلامية، مما يؤدي إلى تحسين مراحل العمل الإعلامي من جمع بيانات وتحرير وتدقيق وإخراج وتصوير، ومواجهة فخ الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي"².

وهذا يعني أن تقنيات الذكاء الاصطناعي فتحت المجال لمرحلة جديدة من التطور والكفاءة والإبداع في إنتاج المضامين الإعلامية واستهلاكها، سواء بالنسبة للإعلاميين في إعداد التقارير والصور ومقاطع الفيديو وغيرها من مكونات الرسالة الإعلامية أو للجمهور من خلال تحليل تفضيلاته واهتماماته وتقديم أو عرض ما يتناسب معها، ومن جانب آخر عززت من خلال بعض تطبيقاتها المبدأ الأساسي في الإعلام، ألا وهو المصداقية والكشف عن الأخبار الزائفة، فقد أتاحت فرصاً ومكاسب متعددة ارتبطت بكفاءة وفعالية الوظائف التي تقوم بها، إذ أصبح بإمكان المؤسسات الإعلامية حالياً من خلال أتمتة أعمالها أن

¹. مي مصطفى عبد الرزاق، المرجع السابق، ص: 1.

². حامد محمد بخيت فيزي، تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الإعلام الرقمية على واقع صناعة الصحافة وعلاقتها بإدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد 72، الجزء 1، 2024، ص: 613.

تحقق فعاليتها الاتصالية والإعلامية من خلال توطيد علاقاتها مع الجمهور، وكسب ولائهم، وتعزيز جودة منتجاتها الإعلامية تماشياً مع الاحتياجات المتجددة للجمهور ومع متغيرات البيئة الإعلامية الرقمية المنافسة، بتوفير الكثير من الوقت والجهود البشرية.

إلا أن التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وعلى الأخص التعلم الآلي والخوارزميات، قد يشكل تهديداً للإعلاميين من حيث "إمكانية استبدالهم مستقبلاً في بعض المهام بالروبوتات والبرامج الذكية، مع إمكانية انهيار النظم الذكية أمام الهجمات السيبرانية المعقدة، أو ارتفاع قيمة تشغيل نظم الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات، نظراً لاحتياجات التأمين التي قد تكلف مبالغ باهضة تفوق العائد المرجو تحقيقه في النهاية، إضافة إلى ظهور بعض الجرائم عبر ممارسات ووسائل استخدمت فيها بعض تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي، كالاعتداء على حقوق الملكية الفكرية والأدبية، أو التزوير والاحتيال الإلكتروني، أو نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة، حيث ظهرت بعض التقنيات المثيرة للجدل، ومنها: "تقنية التزييف العميق" (Deepfake)، الذي يشير إلى المقاطع المرئية التي يتم معالجتها، أو التعديل على صورة أو صوت شخص ما في الفيديو؛ ل يبدو حقيقياً"¹.

كما أنه على الرغم من قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على تقديم محتويات إعلامية ممتعة وواضحة وأكثر جودة، معززة بالوسائط المتعددة مثل الرسوم الكرتونية والتوضيحية ومقاطع الفيديو القصيرة والنصوص القصيرة سهلة الفهم، ومتميزة بسرعة في التفاعل، حيث أصبحت الروبوتات تستخدم إلى جانب تقديم المضامين الإعلامية في تطبيقات الدردشة والمراسلة مثل الميسنجر "Messenger" من أجل التواصل، خاصة مع الانتشار الكبير لاستخدام الهواتف الذكية، إلا أنها لا يمكن أن تحاكي العنصر البشري في جانبه الإبداعي والابتكاري العاطفي الناتج عن التجربة الإنسانية، أو تحل محله في الكثير من الوظائف الإعلامية التي تتطلب النقد والتحليل، فلغة الروبوت الجافة لا يمكنها أن تضاهي اللغة الإنسانية الحيوية للإعلاميين والمفعمة بالعواطف والمثيرة للانتباه والوجدان، ولكنها تخلق تحدياً كبيراً أمام المؤسسات الإعلامية من أجل الرفع من مستوى المهارات التقنية لدى إعلامييها حتى تتماشى مع أدوار جديدة أفرزتها بيئة الذكاء الاصطناعي.

ومنه يمكن القول أن صناعة الإعلام الرقمي ليست بمنأى عن كل هذه التحولات وانعكاساتها الإيجابية منها والسلبية، وهو ما يفرض على المؤسسات الإعلامية والإعلاميين الممارسين لصحافة الهواتف الذكية، ضرورة تطوير طرق إنتاج ومعالجة المضامين الإعلامية، انطلاقاً من إعادة النظر في

¹. حدادي وليدة، الإتصال والفعالية التنظيمية في عصر الذكاء الاصطناعي، ط1، دار الراية، الأردن، 2024، ص ص:

مهاراتهم وإمكاناتهم، وضرورة تبني رؤية أشمل تستوعب ما يمكن أن تحدثه ثورة الويب 3.0 في إطار الموجة المستقبلية لإبداع الانترنت، أخذا بعين الاعتبار قدراتها وإمكاناتها من جهة ومخاطرها المحتملة من جهة أخرى.

الخاتمة:

ومما سبق نستنتج أن التطورات التكنولوجية وخاصة تكنولوجيا الهواتف الذكية ساهمت في ظهور صحافة الموبايل كاتجاه جديد في الممارسة الإعلامية، يهدف لتقديم معلومات آنية وسريعة ومتنوعة في وقت قصير لجمهور يتسم بالاستخدام الكبير للوسائط الرقمية الجديدة كالحواسيب المحمولة والهواتف الذكية والأجهزة المحمولة، خاصة ما يرتبط بالأخبار العاجلة وتغطية أحداث وأزمات في مناطق غير آمنة وحساسية يتعذر على كل فريق العمل الإعلامي بمعداتهم الوصول إليها، مما يجعل عملية توثيقها تتم بسهولة وسرعة وبأقل تكلفة.

إلا أن الاعتماد على هذا النوع من الممارسة الإعلامية يتطلب تحسين مهارات وقدرات الإعلاميين بما يتلاءم مع مستجدات البيئة الرقمية الجديدة من أجل تصوير وتحرير الفيديو، والنقاط الصور الفوتوغرافية المحترفة، وتسجيل الصوت وغيرها من الوظائف التي تتطلبها صناعة المحتوى الإعلامي ونقله للجمهور، هذا من جهة، ومن جهة أخرى الاهتمام بتنظيمها من الناحية القانونية والتشريعية، وفي ظل التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ وعلى الأخص التعلم الآلي والخوارزميات في الصناعة الإعلامية، اتسم الحديث عن آفاق صحافة الهواتف الذكية بالكثير من الجدل بين من يؤكد على القدرات والإمكانات المتطورة والهائلة، ومن يحذر من تهديداتها ومخاطرها المحتملة.

وبناء عليه نقترح مجموعة من التوصيات، فيما يأتي:

- تدريس مقاييس حول الصناعة الإعلامية الرقمية وصحافة الهواتف الذكية وتقنيات الذكاء الاصطناعي في أقسام علوم الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية.
- تكوين وتأهيل الإعلاميين في المؤسسات الإعلامية بتخصيص دورات تدريبية باستمرار حول طرق وأساليب ووسائل صناعة صحافة الهواتف الذكية وأخلاقياتها، من أجل تطوير مهاراتهم وقدراتهم.
- الحماية القانونية للإعلاميين الممارسين لصحافة الهواتف الذكية، بتحديد واجباتهم وحقوقهم، لمواجهة التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار الكاذبة.

- وضع سياسات واضحة ومدرسة من طرف المؤسسات الإعلامية لتنظيم عملية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومجالات استخدامها في الممارسة الإعلامية.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

حدادي وليدة، الإتصال والفعالية التنظيمية في عصر الذكاء الاصطناعي، ط1، دار الراية، الأردن، 2024.

ثانياً: الرسائل والمذكرات

سناء يوسف محمد شاهين، صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية (دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2015-2017)، رسالة دكتوراه في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2018.

ثالثاً: المقالات

حامد محمد بخيت فيزي، تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الإعلام الرقمية على واقع صناعة الصحافة وعلاقتها بإدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد 72، الجزء 1، 2024.

راشد صالح الدين راشد، دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية (دراسة ميدانية)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد 56، الجزء 3، 2021.

رمزي جاب الله، صحافة الموبايل وصناعة المحتوى الإعلامي (من الهواية إلى الاحتراف)، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 2، 2022.

زكرياء بن صغير، خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية (أي مستقبل للعمل الإعلامي)، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 20، العدد 1، 2020.

مي مصطفى عبد الرزاق، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية (دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 81، الجزء 1، 2022.

خامساً: المواقع الإلكترونية

- آلاء جعفر الصادق، جامعة الإسكندرية، الويب في جيله الثالث (دراسة استشرافية)، 2011، في: https://www.researchgate.net/publication/303394584_alwyb_fy_jylh_althalth_drast_astshrafyt_Web_30_Outlook_Study، بتاريخ: 2024-12-25.
- عزيزة محمد نور وعبد الحكيم أحمين، معهد الجزيرة للإعلام، استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام (الجزيرة أنموذجا)، 2020، في: <https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2020-12-28>، بتاريخ: 2024-12-28.
- كحلاوي أيوب وحمي عبد الله، جامعة أدرار، دور صحافة الموبايل في تطوير الأداء المهني للصحفيين الجزائريين، 2023، في: <https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/8457>، بتاريخ: 2024-12-24.
- نصيرة تامي، جامعة الجزائر 3، مطبوعة في مقياس اقتصاديات وسائل الإعلام، مقدمة لطلبة السنة الثانية ليسانس، 2021-2022، في: <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/7820>، بتاريخ: 2024-12-23.