



مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTER FOR STUDIES

تقارير

الجزيرة والإعلام الجديد

بادوي مصطفى بن عبد الله

باحث مغربي، شارك في مسابقة الجزيرة للشباب الباحثين ضمن الفئة العمرية الثانية،

حاصل على بكالوريوس علم الاجتماع – السياسة والإعلام



هذه الدراسة

هي دراسة سوسيو إعلامية، تقارب علاقة النسق الإعلامي الجديد بالنسق الإعلامي التقليدي مهنيا وتقنيا، وكذا مستويات التوظيف والاستثمار وعلاقات التأثير والتأثر بينهما، كما تقارب هذه الدراسة رؤية تستشرف آفاق التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي الجديد.

تقدم هذه الدراسة تصورات لأشكال المقاربة الإعلامية التي أصبح الحدث و الخبر على حد سواء يحظيان بها في كل النسق الإعلامي اللذان ستجري مقاربتهما ضمن فصول هذه الدراسة (1)، أو بتطافرها على مستوى المهنية وسرعة الأداء وأشكال التكامل بينهما. وبالتالي لن نتحدث هنا عن النيوميديا كظاهرة إعلامية برزت في غفلة من الزمن، بل نتطلع ما أمكن إلى تجسيد الوعي التاريخي بها حاليا ومستقبلا.

ويبقى أن هذه الدراسة تتمحور حول العلاقة بين مؤسسة الجزيرة الإعلامية (Al Jazeera Channel) وبين ما أصبح يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي ذات الكيان المحدد في (2) الويب 2.0 والتي أفرزت وضعا جديدا للإعلام الذي يُنتج بشكل فردي/ جماعي، متخصص/غير متخصص، ويقدم إلى أوسع فئات المعمورة أو داخل المجتمع الواحد من خلال المنصات التواصلية الجديدة أو من خلال المنصات التقليدية للإعلام.

مدخل

إن التشطّي الواقع في مصادر الإعلام الجديد المدعوم بشريا من شبكات التواصل الاجتماعي فرض ولا شك رهانات في النسق الإعلامي الذي تفرعت عنه أشكال جديدة تتحكم في نوعيته وخصائصه الإعلامية وزمان ومكان الأخبار. كما أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تقدم نفسها كوعي مُشكّل نحو تغيير سياسي أو فكري، بل قدمت نفسها كتطبيق عملي للويب 2.0، التي تحاكي التواصل الفعلي للإنسان. وعلى الرغم مما حملته من صعوبات تبدو فلسفيا قريبة من الاستلاب (3)، فإنها حملت انفرجات في قيمة الحقيقة وشيوعها كمطلب رئيس في الأداء الإعلامي والصحفي، مثلما حملت منطلقا تفاعليا جديدا للإعلام حيث تتوسع دوائر النقاش حول الرهانات التي تحكم الوضع البشري من السياسي إلى العلمي إلى الثقافي والاجتماعي ثم الاقتصادي والديني.

إن التطبيقات التي أفرزت النيوميديا (4) مثل: Facebook و Twitter و Youtube أحدثت تغييرا في اتجاهات الشباب نظرا لقدرتها على التنظيم والحشد في أكثر من رقعة جغرافية أو إقليمية، بغض النظر عن التوجهات الأيديولوجية والدينية، ومن ثم لا تستقيم دراسة علاقة قناة الجزيرة بالإعلام الجديد (5) دونما ربطهما بمفهوم الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية (6)، كوننا أمام ظاهرة تواصلية حديثة، اكتسحت الإنترنت ومؤسسات الإعلام التقليدي كونها تتمركز حول المستخدمين باعتبارهم فاعلين اجتماعيين وبغض النظر عن هويتهم أو كفاءاتهم.

وليس جديدا إذن أن تنفتح قناة الجزيرة على وسائل النيوميديا، ولكن الجديد في الأمر هو استخدامها مؤخرا في تغطياتها للثورات التونسية والمصرية واليمنية والليبية وحتى السورية، وقبلها حرب غزة وسيول جدة المتلاحقة وبعدها زلزال اليابان... وقد سمح لها نشر ما يكتب على Facebook ويُدون على Twitter وغيره ويحمل على Youtube "بتقديم

تغطية أوسع وأسرع" للأحداث (7) . ومشاركتها مع 28% من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي (8) ، وهو تحول يعبر عن يقظة تكنو-إعلامية غير مسبوقه في العالم العربي.

1- الإطار الإشكالي والتصوري للدراسة

1-1 إشكالات

هل تعمل الروح التكنولوجية للنيوميديا New Media على مجاوزة الإعلام التقليدي في قناة الجزيرة؟ أم أنها ستعيد إنتاج القناة ذاتها من خلال مفاهيم جديدة وأدوار مختلفة أكثر ضمانا للتفاعلية والتعددية الفكرية والمهنية الإعلامية؟ ما طبيعة العلاقة بين مؤسسة الجزيرة والنيوميديا؟ أهي علاقة تكامل وتبادل أم قطعية وانفصال؟ وما هي آفاق هذه العلاقة؟

هل تغير أدوات النيوميديا إستراتيجيات قناة الجزيرة وأولوياتها؟ ما مقاييس ومستويات تظافر الإعلام الجديد والإعلام التقليدي؟ (قناة الجزيرة نموذجا).

2-1 فرضيات

الإعلام الجديد يعيد إنتاج قناة الجزيرة من خلال اليقظة التكنولوجية للاتصال في صورة إعلام تشاركي، منفتح، متفاعل، نسقي حر.

الإعلام الجديد يرسم مستويات جديدة لقناة الجزيرة من التهجين(9) إلى التكامل والتبادل نحو جودة المضمون الإعلامي ومجانيته.

النيوميديا لا تعلن نهاية التقليدي، بل هي امتداد تفاعلي للإعلام التقليدي.

2- الإعلام الجديد: هدم وتجديد في الأنساق النظرية

في السياسة كما الاقتصاد والثقافة والإعلام أحدثت النيوميديا تغييرات جذرية في بنية النظريات الموجهة للسلوكيات البشرية وأنماط الوعي، ونعي جميعا أنه خلف كل نظرية ما، قصدياً بالمعنى الظاهراتي(10) ، ولاشك أن الخطوط العمودية التي أطرت الإعلام التقليدي والبرامج المبتوثة بما يشبه قسرية آلية والتي تشتغل وفق التدفق الإعلامي في اتجاه واحد من أعلى إلى أسفل(11) ، ظلت تخلف تأثيرها على الجمهور بما يثبت نبوءة روبرت كوكس عن "ذاتية النظريات"، فإن تطور الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية سيعلن هدم مجموعة من النظريات الكلاسيكية عمليا، وإعادة البعض منها للواجهة، مع إعلام أول عقود القرن 21 الذي حول بذلك "المجتمعات المتشكلة افتراضيا" إلى طبقات واعية بموقعيتها من الإنتاج التواصلي وهامشيتها ضمن "حركية المعلومات"، إن هذا التحول مسألة حتمية نستطيع أن نقاربها قياسا مع تصور توماس كوهن وتحديدا مع كارل بوبر في نظرية القابلية للتكذيب(12) والتي ترى بحتمية انهيار النظريات اللاتجريبية أو تلك التي لا تقبل التكذيب من خلال أنساقها.

لم يعد بوسع المؤسسة الإعلامية أن تحتكر المواد الإعلامية لأن الشبكات الاجتماعية للتواصل التي تتابع الواقع والتي تقوم على حرية العرض أفضت نوعياً إلى التجاوز والتقليل من رقابة حارس البوابة ولثقافة الترخيص ويبدو هذا من خلال شكل الصحافة الإلكترونية (13) والتدوين أو توجهات قناتي Ajmmisr و Ajmubasher.

هذا التناهي أساسه تنامي مفاهيم الشفافية والمهنية الصحفية وهو لا يزعج أكثر ما يدعم المؤسسات الإعلامية المنفتحة، ففي الأوساط الأكثر رمزية في شبكة الجزيرة نجد ترحاباً بمطلب الواقعية والشفافية التي تصاحب الإنتاج الإعلامي للمواطن.. لأنه خلف المنتج الاجتماعي قضايا تتقاطع مع توجهات مختلفة تتبع من قناعة القناة بضرورة الاختلاف -الرأي والرأي الآخر- سواء من خلال التدوين أو على منصة Youtube أو ضمن تفاعلات Facebook و Twitter، على أن - الحراس- الصحفيين الذين يتناقلون المواد الصحفية، قلبوا مفهوم الانفعالية الصحفية (14) إلى فاعلية (15) أساسها ديمقراطية التعبير والنشر ومشاعبة الخبر .

1-2 تعزيز نظرية ماكلوهان

على الرغم من آلية هذه النظرية التي تربط بين المحتوى والوسيلة الإعلامية، فإن مستقبل النيوميديا لا يمكن تخيله إلا من خلال الجمهور والذكاء التقني والوسائل المادية، لأن الوسيلة اليوم تبرر غاية سعي الصحافة إلى الاستقلال و تشكيل ذاتها. وبالتالي لم يعد الرهان هو كيفية التأثير على المشاهد بقدر ما صار المشاهد غاية العملية، فهو الناقل والمشاهد والمتفاعل وحركة التغيير.

2-2 الإعلام الجديد و نظرية الفعل الاجتماعي (16)

تتقاطع نظرية الفعل الاجتماعي مع بعض معالم النيوميديا من حيث بنيتها العقلانية الوجدانية والقيمية وتفاعلها مع كل المتغيرات التقليدية، فالفعل العقلاني الذي ينخرط فيه الإنسان يتجه نحو هدف معين بوسائل دقيقة، ونفس الشيء يتكرر في البنية البرمجية العقلانية للويب 2.0 ككل، ومثال ذلك ما لحقه من تشظي في الخدمات وأشكال التشارك للمخزون الإعلامي والتواصل، أما قيمة الفعل الاجتماعي التي تتحدد في إطار مثالي سواء تعلق الأمر بشخصيات إعلامية بارزة أو توجهات فكرية فيناظرها في النيوميديا بشكل عام مفهوم المثاقفة المعرفية والتواصل وتجسيد الواقعية فوق شبكة افتراضية تجسد فكرة العالم الصغير (17).

ولأن كل فعل فردي اجتماعي يستتبعه تأثير نفسي واجتماعي على الوجدان والمشاعر، فالتأثير الذي أفرزته شبكة الجزيرة الفضائية بمعية النيوميديا ظهر في ردود أفعال فردية أو أشكال معينة من الوعي الجمعي أصبحت أخذة بالتشكل سواء في الواقع أو من خلال المجموعات الافتراضية.

ولأن أشكال الفعل الاجتماعي لا تنسلخ عن الوضع الذي تفرضه الشروط الاجتماعية - اقتصاد- سياسة- حركة الإنتاج الثقافي والتقني، فلا غرو أن تتحقق أهدافه في رقعة معينة وفقاً لنمط الوعي الجمعي السائد وهو الأمر الذي نشهده عادة في قناة الجزيرة مباشر والجزيرة مباشر مصر من رسائل نصية أو عرض لمواقف واتجاهات منشورة على الشبكة العنكبوتية،

ناهيك عن رسائل الإيميل التي تفتتح أغلب برامج الجزيرة عليها لضمان ردود فعل اجتماعية تكرر قيمة الاختلاف وتعدد معايير الحقيقة الإعلامية.

2-3 جيل C نظرية في طور التشكل

يرى خبراء بوز أند كومباني (18) أن هناك 3 مقومات تميز الجيل C الصاعد وهي Connect ارتبط، Communicate تواصل، Change غير . يحدث هذا الجيل حاليا تغييرا هائلا في طبيعة التواصل الاجتماعي والعمل الإعلامي، بل حتى في ما يخص تكنولوجيات المعلومات والاتصالات(19) من خلال القنوات الصوتية، المجموعات الرقمية، المدونات، والرسائل الإلكترونية والاجتماعات الافتراضية. و تبعا لذلك أصبح الفعل الإعلامي ذا حرية مهنية وسلطة أقوى.

2-4 التنظير الذاتي للإعلام الجديد(20)

إن الشبكات الاجتماعية بعثت الإعلام بشكل جديد وصارت تحمل روحها المنهجية و النظرية بل حتى قواعد لعبها في ذاتها ، و هذا أمر جدير بالاهتمام لأنه سيفتح على مفهومين جديدين تقدمهما هذه الدراسة وهما : ذاتية التنظير الاعلامي و الإيحاء الاعلامي و من خلالهما يظهر أن النيوميديا ظاهرة إعلامية تمتحّ مشروعاتها من البرمجة الموجهة و الدوال الرياضية و تجد صداها التجريبي في الواقع من خلال تطبيقات الويب و من خلال التكنولوجيات التي تدعمها ، كما لو أن هناك تكاملا بين المنهج و الموضوع و الآلة ، وعلى ذلك فقد جددت الشبكات الاجتماعية مفهوم التنظير الإعلامي و أعلنت نهاية ميتودولوجيا(21) الإعلام و ثقافة الويب 2.0 تبرر ذلك بكونها تأخذ لنفسها أنساقا مفهومية ونظرية تتمثل Representation الواقع وتفككه بطرقها من خلال التعبير عن المخزونات العلمية الجديدة التي تقضي إلى انبثاق جاذبيةAttraction المحتويات البرمجية التي تختلف عن نظيرتها في القناة الفضائية مما يكشف عن تقارب بين الميديا التقليدية و النيوميديا في إطار ما نصلح عليه بالـ (22) Mediaspiration) أو الإيحاء الإعلامي، مما يوحي بأن التنظير الذاتي يضعنا موضع المتتبع لانكشافات الراهن التقني(23) وأمام نظريات ذات صبغة خاصة تجد معانيها في التعدد بين الأنساق المعرفية والعلمية والشروط الاجتماعية التي تحكم طبيعة التواصل الإنساني وقيمة الحقيقة.

3- متغيرات انبثاق الإعلام الجديد

إذا أردنا تجسيد وعي تاريخي بالإعلام، فليس سهلا أن نعتقد بأن نبوءة النيوميديا أحدثت قطيعة مع الماضي الإعلامي، بل نقر بأنها نبوءة انبثقت من داخل الإعلام التقليدي ومن خلاله وعبر خلخلة مفاهيمه وإعادة إنتاجها بما يناسب المتغيرات العلمية التقنية والاقتصادية والاجتماعية.

النيوميديا ليس توجهها تقنيا محضا، بل هو توجه اجتماعي نحو صحافة المواطن، فالمتغير العلمي يبنى وباستمرار بأن تاريخ المعرفة العلمية تاريخ تراكمات وقطائع ابستمولوجية قائمة على جدلية ينسخ فيها الفكر اللاحق من الفكر السابق المعرفة العلمية ويصحح أخطاءها ليعيها ضمن شروط متوازنة تجريبيا اقتصاديا وعلميا واجتماعيا وثقافيا. وعليه إن هذه الدراسة تربط علميا بين جينولوجيا (24) Genealogy الاتصال والتواصل وبين التشكل النسبي المستمر في الزمن لمفهوم النيوميديا New Media أو Social Media الذي آمنت به قناة الجزيرة وجسدت ذلك من خلال منتدى الجزيرة

(25) حول مستقبل الإعلام الجديد UnPlugged وعيا منها بالآفاق التي تطرحها تطبيقاته البرمجية وقدرتها على التكامل مع الإعلام التقليدي. أما المتغير التكنولوجي فيتصل طرديا بالمتغير العلمي من خلال التصنيع الميكرومعلوماتي سواء في أجهزة الاتصال أو تكنولوجيات البث التلفزيوني والحواشيب والهواتف الذكية والإنترنت ونهضة لغات البرمجة والتي تتفاعل مع الإنسان على نحو جمعي(26) ، وهو ما أدى برأينا إلى إعادة تشكيل الاقتصاد وتحول الرهان الاقتصادي نحو الرأسمال الثقافي(27) المعلوماتي ومنه يتحدد جوهر المتغير الاقتصادي حيث تتحول الأنظار حاليا نحو اقتصاد من خلال استثمار مصانع الأفكار ومصانع الإنتاج المادي مما انعكس إيجابا على وظائف وأدوار المؤسسات الإعلامية.

يتقاطع هذا المحتذى في الحالة العربية متغيرا اجتماعيا كرس حرية التعبير والتواصل الاجتماعي، من خلال Aljeera Talk -Blogger-Word press - علاوة على مدونات مكتوب - مدونات جيران، وهي مواقع استضافة مجانية لإدارة المواقع، تضمن حرية المقاربة - كتابة- صوت-فيديو- حسب خصوصية كل لغة، وتكرس لتعدد وجهات النظر وخصوصية الإنتاج الفكري أو الصحفي إضافة إلى إمكانية تفضيل وتنشيبك المحتوى مع مواقع التواصل الاجتماعي من خلال DIGG

4- علاقة الجزيرة بوسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي

تقديم

تفيد التجارب الإعلامية المعاصرة أن التواصل مع الجمهور يستلزم تعددا في المنصات الإعلامية (28) التي تقدم المحتويات عبر قنوات الكابل والساتلايت و G3 و ADSL لكي تنفذ من خلالها إلى وسائل الإعلام الجديد عبر Streaming أو عبر البودكاست ثم التدوين والتفاعل الاجتماعي والتشارك من خلال " Youtube" "Twitter" "Facebook" ، وهذا ما نلاحظه على موقع شبكة الجزيرة الذي انخرط في هذا التوجه كآلية لأرشفة الراهن ثم لتوسيع القاعدة الجماهيرية وتعزيز انخراطها في الشؤون الاجتماعية سواء بالقضية الفلسطينية أو بمسار الديمقراطية وحقوق الإنسان في المشهد العربي أو الدولي أو بالتحويلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المنطقة كبيع الثورات العربية 2011 وانعكاسات ذلك على بنية الوعي والثقافة والتعليم والشأن الديني ولا سواء بالنسبة لمتابعة القناة للتحويلات الطبيعية التي يعرفها المعمور والتي تشكل جزءا أكثر أهمية وخصوصية طالما يتعلق الأمر بمصير البشرية.

أما الموقع الإلكتروني للجزيرة والذي تم افتتاحه سنة 2001 وتطويره تناسبا مع اليقظة الرقمية سنة 2004 كشبكة تجمع بين الأخبار والمعرفة والأرشفة والتسويق الإلكتروني(29) والذي أصبح فيما بعد بوابة لنسخ متعددة للإعلام الجديد للقناة الفضائية، باللغتين العربية والإنجليزية، ومن ثمة فمؤسسة الجزيرة قصب السبق لتضمين موقع الجزيرة منصة للتدوين، أبرزت وجوها فكرية وسياسية ونخبا شبابية متفاعلة، مثلما أن الموقع ذاته حاز قصب السبق لخلق منصات له على الشبكة، الأمر الذي أحدث حركة صحفية غير مسبوقة، حيث إن المحتويات السمعية البصرية في الموقع تحمل بصمات "Youtube" وهذا أمر يفسر انفتاح القناة على الفيديو الشخصي للمستخدم الذي يسهر على إعداده وتصويبه وتقاسم محتوياته من خلال تداعيات المشاهدة والتأثير والتي تتمظهر ضمن "Facebook" و"Twitter" وهو ما يجعلنا نطرح أكثر من تساؤل حول حتمية تأثير النيوميديا؟ ودور الشبكات الاجتماعية للتواصل في شحن الوعي الجمعي ثقافيا، سياسيا، اقتصاديا من خلال المحتويات؟ وأكثر من ذلك نتساءل عن الكيفية التي أحدثت بها النيوميديا في الصحافة وبقية الأنساق الإعلامية وعيا جديدا بالذات.

1-4 منصات الجزيرة على Youtube، نحو مبادرة المحتوى الحر

يعتبر Youtube قيوداً لمواقع مشاركة الفيديوهات والذي أصبح ينخرط في التوجه الصحفي الإعلامي بشكل ملحوظ على الساحة العربية، وجهته التي انطلق منها لم تكن تحمل توجهها تقنياً يصنع الفرق مع الإعلام التقليدي، بل تحركت في اتجاه التواصل الاجتماعي عبر الفيديو، لكن التنشيط في نوعية المواد المصورة على الموقع أعاده إلى الواجهة كتوجه جديد في الإعلام، حيث يتيح للإعلاميين سواء الجدد أو المخضرمين إمكانات جديدة مثل (30 Youtubetrends) باعتبارها تجمعاً لمقاطع الفيديو الأكثر إثارة للاهتمام وتداولاً عبر المدونات والمؤسسات الإعلامية على الويب وضمنها منصات الجزيرة على Youtube، مما يسهل متابعة الجديد باستمرار (31)، هذا إضافة لخدمة charts Youtube (32)، حيث يتمكن الإعلامي من تصفح مقاطع الفيديو الأكثر شعبية، في يوم معين، من الأسبوع أو الشهر، أو في منطقة معينة تتحدد أوتوماتيكياً حسب منطقة الارتباط، أو تبعاً للخيارات التي يتيحها البروكسي في البلدان التي تحظر الشبكات الاجتماعية.

بدأت قناة الجزيرة نشاطها على موقع Youtube منذ 26 مارس/ آذار 2007 وبدأت تضم مع الوقت بوابات مفتوحة على منصات أخرى تشترك فيها الجزيرة على Youtube وهو ما ساعد على تشكيل قاعدة أرشيف فيديو كبيرة جداً، علاوة على إمكانية المتابعة للقناة على الإنترنت حتى في تلك اللحظات التي كان البث عبر الساتلايت للقناة يتعرض للتشويش من طرف مجموعات معروفة، فإن منصة الجزيرة-Youtube وبث القناة المباشر على موقع القناة الرسمي لم تتوقف عن الإرسال ولم تتأثر بذلك إلا من ناحية تعاضم الضغط من المتابعين عبر الشبكة.

ومع تنامي أشكال التواصل الاجتماعي وتطبيقات الويب 2.0 الداعمة لها طرحت المنصة إمكانية مشاركة المحتوى بين أوسع فئات المستخدمين، وبشكل متعدد بين جوجل وأوركت وTwitter وماي سبيس، سواء تعلق الأمر بالأخبار أو بالبرامج المسجلة كالشريعة والحياة والملف والاتجاه المعاكس وغيرها، هذا وتفتتح على منصتين اثنتين هما: الدراسات والمعرفة ومنصة منتدى الجزيرة التي تضم المنتديات التي احتضنها المؤسسة حول قضايا مختارة وكان ضمنها قضية النيوميديا في المنتدى السادس UNPLUGGED علاوة على الملتقيات الفكرية الإستراتيجية والاقتصادية والدبلوماسية والتي تعرف تفاعلات بين الجمهور وتسهم في حركة البحث العلمي من خلال مضمونها وجودتها.

وتضم المنصة إحصائيات ديناميكية متجددة تهتم بالانتماء الجغرافي للمنتسبين حسب شهر محدد بدقة يصعب نمذجتها وحصرها هنا نظراً لزيئقيتها وتجدها علاوة على فرضية ازدواجية الاشتراك في أكثر من منصة عند المستخدم الواحد، أما منصة قناة الجزيرة-مباشر التي بدأت نشاطها على الهواء في Youtube بتاريخ 5 يونيو/حزيران 2009 فما يميزها هو عدم التدخل المؤسسي وتزايد الطلبات في المنصة على عرض مواد سمعية بصرية مرغوبة من طرف الأعضاء، وهو ما يلزم القناة بمراجعاتها وتضمينها المنصة سواء على الساتلايت أو على الهواء مباشرة.

و بالتالي تفتتح على التغطيات الخاصة والنشرات التي يتم بثها من خلال Youtube فيما يسمى بإعلام المواطن والتي يتم عرضها على القناة الفضائية الجزيرة مباشر كنشرة-Youtube التي تقارب الأحداث والتحويلات في مناطق التوتّر. نفس الشيء ينطبق على قناة الجزيرة-مباشر-مصر على Youtube التي انبثقت مؤخراً في 16 مارس/آذار 2011 والتي كرست العمل الإعلامي للشأن المصري و بالتحديد للثورة المصرية في بدايتها وحتى في تداعياتها بما في ذلك تشكيل الحكومة والاستفتاء ومحكمة رموز النظام السابق، حيث إن أغلب المشتركين فيها من مصر ومثل ذلك الصحفيين.

يبقى أن منصة الجزيرة الإنجليزية تشكل بوابة تخاطب بقية المعمور والتي تعتبر الأكثر انفتاحا في ما يخص الإعلام الإلكتروني الجديد بحكم تاريخ تأسيسها على منصة Youtube في 26 نوفمبر/تشرين الثاني 2006، وتعتبر الأكثر نشاطا من حيث المحتويات والنقاشات حول القضايا العربية والعالمية، وهو ما يثبت اشتراك مستخدمين متفاعلين من مختلف الجنسيات يعكس صوت العالم من خلال القناة على المنصة وعلى الساتلايت أيضا بشكل يسمه التفاعل بين الإعلام التقليدي والنيوميديا .

4-2 منصات الجزيرة على Facebook نحو قاعدة جماهيرية أكبر

وفقا لتقرير نشره مركز المساعدة الدولية للإعلام CIMA، فقد وصل عدد مستخدمي Facebook في المنطقة العربية حتى أواخر العام 2010، إلى زهاء 17 مليون شخصا، فيهم الصحفيون والقادة السياسيون والناشطون. في حين وصل عدد المدونين في المنطقة إلى 40 ألفاً (33).

و تكريسا لانخراطها في نسق إعلامي جديد أنشأت قناة الجزيرة حسابات لها على الموقع Facebook، لمتابعة الأخبار من خلال الصورة الثابتة والمتحركة والنصوص المتفاعلة بالنقاش من الصومال إلى السودان ومنها إلى ليبيا ثم إلى محاكمة مبارك وتداعيات الثورة في سوريا واليمن والعراق و الأردن (34) ورهانات الدستور الجديد في المغرب... حيث يسود نفس مبدأ التدوين المعزز بالتعليقات والتفضيلات وإحصائيات المتابعين الملفت للنظر في Facebook بخلاف "شارك"، لأن منصة القناة على Facebook تأخذ على عاتقها مراقبة المحتوى المنشور وتراقب طبيعة التفاعل وتسهر على نظاميتها وأخلاقيتها. ويصل يوميا عدد المعجبين بحساب الدقيقة فيها إلى المليون ونصف حتى حدود غشت 2011.

ما حول القناة إلى ظاهرة إعلامية جديدة هو اكتساحها شبكة الإنترنت بما يوازي للانتشار الميداني للطواقم الصحفية ونفس الشيء للطواقم التي تحرك عجلة الأخبار من خلال Facebook بما يضمن حركة تدفق الصور والمعلومات سواء من خلال القناة عبر الساتلايت نحو الشبكة ومنصاتها النيوإعلامية أو من خلال هذه المنصات نحو المؤسسة الأم.

وما يلفت النظر لإستراتيجية الجزيرة بخصوص النيوميديا هو انفتاح محتوياتها على YouTube من خلال تطبيق برمجي ذكي يعود لشركة Involver لعرض الفيديو ومشاركته، ونفس التطبيق يفتح على Twitter لمتابعة التويتات المحيئة للجزيرة باللغتين في نفس منصة Facebook، هذا علاوة على تضمين المنصة أرشيف فيديوهات مختارة وبروموهات إعلانية HD تبرز خصوصية المناولة والخلفية الموضوعاتية النافذة.

مع فارق أن هناك امتدادات للبرامج التي تقدمها القناة على الساتلايت ك منبر الجزيرة الذي يتوقف تبعا لكثافة التغطيات، نفس الشيء مع برنامج بلا حدود والاتجاه المعاكس الذين يجري الانفتاح عليهما من خلال تقنية videobox أو YouTube Box للوصول إلى أرشيف المواضيع المعاصرة و تداعياتها السوسيواقتصادية والسياسية في العالم العربي أو في العلاقة مع الغرب عموما.

نفس الأمر يحذو بقية المنصات AJEnglish - AJAMMisr - AjaMubasher فالأوليان تتابعان الوقائع الحية والمؤتمرات الدبلوماسية وتداعيات الشأن السياسي المصري على Facebook مما يفضي إلى فهم توجهات الجمهور نحو القضايا وردود فعلهم من خلال التكتلات والمجموعات على نفس المنصة. أما القناة الإنجليزية فتتيح الإرسال المباشر

والمتابعة الصحفية للأحداث من داخل العالم العربي ومن خارجه ويمثل ذلك نلحظ تفاعلات الجمهور على Facebook باللغتين الإنجليزية والعربية حول المقاربات الصحفية الصادرة عنها.

4-3 منصات الجزيرة على Twitter، رهان السبق الإعلامي

Twitter مفهوم جديد ينبني على خدمة التدوين المصغر Tweet، يتابع من خلاله المستخدم قضية ما عن طريق تغريدات لا تتعدى 140 حرفاً، بقية المستخدمين من الصحفيين وغيرهم سواء من Twitter مباشرة، أو من خلال المواقع الاجتماعية، إما عن طريق التشبيك أو نمذجة الأخبار، وهكذا وجدت المؤسسات نفسها وكذا الفاعلين الإعلاميين أمام مصادر متعددة للمواد الخبرية ضمن رقعة افتراضية منفتحة.

فـ Twitter ليس شبكة اجتماعية يقول روبين سولين (35) فهو شبكة معلومات الأخبار في الوقت الحقيقي Real Time مثلما التفاض ستبرر بروز فاعلين صحفيين ومذيعين على الشبكة يتواصلون مع المؤسسة ومع الجمهور ويستطيع الجمهور متابعتهم. وكل هذا في اتجاه رسم معالم الحقيقة في زمن معين و نقطة جغرافية محددة.

و عليه انخرطت قناة الجزيرة في Twitter وجميع تمثيلياتها الرسمية على Youtube و Facebook و"شارك"، وما يشد من خلال حسابات القناة على Twitter هو أن ما يحدث هناك نسمعه هنا- بواسطة التغريدة الصحفية التي تنتشر بسرعة كبيرة (36) وتعمم الأفكار من منصات اجتماعية مختلفة أو من خلال النسخ الإلكترونية للصحافة. وعليه، إن Twitter الجزيرة يدخل في علاقات توظيف واستثمار مشتركة ضمن Facebook و Youtube عبر تطبيقات برمجية تفاعلية ملحقة تتخصص في الإحصاء و المتابعة (37)، والغرض من ذلك خلق دائرة لسلطة الفعل الاجتماعي الإعلامي. و حسب شركة ميديا سورس التي ترصد المشاركة الإعلامية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (38)، تأتي ثلاث قنوات إخبارية تديرها شبكة الجزيرة في قطر ضمن أكثر القنوات متابعة في الشرق الأوسط على موقع التواصل الاجتماعي "Twitter"، منصة الجزيرة الإنجليزية في المرتبة الأولى، تليها المنصة العربية (39) إلى حدود شهر أغسطس 2011. 4-4: "شارك"-Sharek- مفهوم جديد لإعلام المواطن.

"شارك" مفهوم جديد لصحافة المواطن، ونافذة جديدة على "الإعلام الجديد"، وهو منصة تنبني على خطة مبسطة 1-2-3 التصوير ثم الرفع والمشاركة بالصورة والفيديو مستجدات حدث معين علاوة على مشاركة التعليقات والتأملات حول قضايا معينة. وقد وضعت قناة الجزيرة هذه المنصة كنافذة جديدة على "الإعلام الجديد" لتشجيع صحافة المواطن (40) حيث لا تركز فيها القناة على جودة المواد المتشاركة بل نوعيتها وخلوها لما يتضارب مع ميثاق الشرف ومنظومة القيم والأخلاق العامة. وعليه، تراهن القناة على أن ينبري كل الفاعلين عبر مواقع جغرافية مختلفة لمتابعة التحولات الميدانية التي يستعصي عادة على الصحفيين والمراسلين الرسميين الوصول لها بحكم قرب المواطنين من بيئاتهم.

إن توجه خدمة "شارك" قوامها السرعة والإنتاجية، فقد يستطيع أي مستعمل عادي أو إعلامي متخصص أو صحفي مبتدئ أن ينتج روبرتاج من خلال جهاز تصوير عالي الدقة ويقوم بتحريره في برامج الفيديو في ظرف وجيز مقارنة بالزمن الذي يستهلكه طاقم التصوير، وهو ما يجعل الإعلام الجديد يحوز قصب السبق زمنياً. هذه المفارقة ستفضي إلى تكوين فرق اجتماعية من Twitter و Youtube و Facebook وفليكر تسهل الحصول على المحتوى وتدمجه عبر الوسائط بالشبكة مما يسهل على الفضائية تعميق التفاعل حولها سياسياً واقتصادياً واجتماعياً مع المتخصصين، مثلما أفرزت حركة

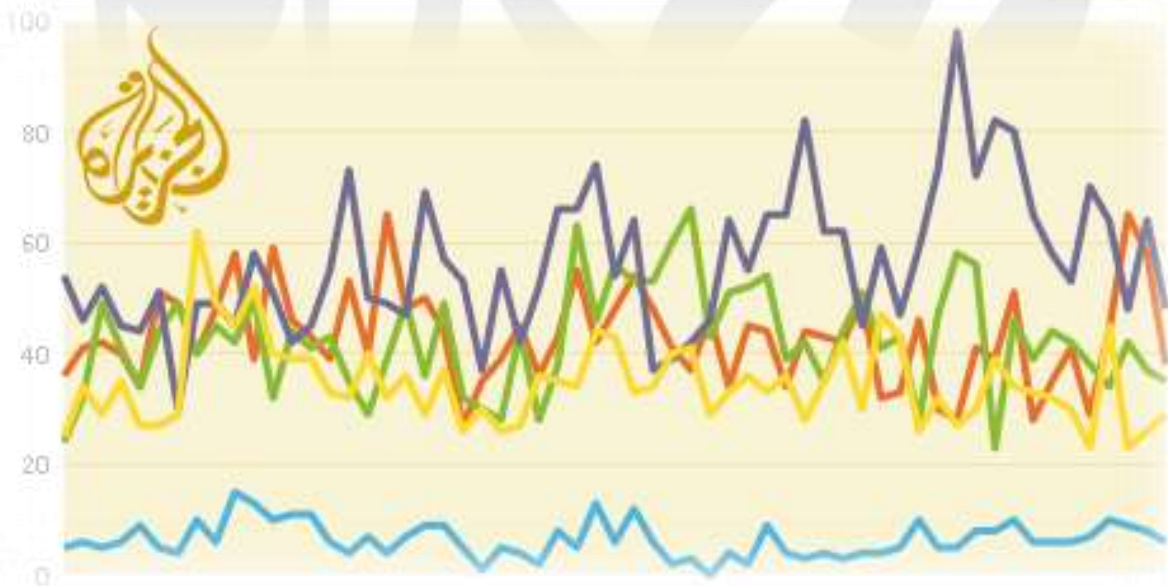
انتقائية في الجزيرة بالنسبة للناشطين والصحفيين والمبدعين والكتاب والشعراء الجدد من جيل ما قبل ربيع الثورات وما بعده، من التدوين والإنتاج الشخصي نحو المنصة التقليدية من خلال لقاءات واستضافات على الهواء.

وقد سعت المؤسسة الإعلامية إلى استدماج تطبيقات برمجية على الموقع "شارك" معدلات التدوينات وطبيعة الكلمات التدوين في دول مختلفة وتنمذجها في خانات معينة حسب الأولوية والنسب المئوية والترددات حسب الزمن والأيام والأسابيع، كما يبدو من هذه التمثيلات:

تطبيق لتوسيم المناطق كلمات التدوين بحساب عدد "التويتات" ومتوسطها وكذا الزمن

متوسط الرسائل (رسالة / دقيقة)	عدد الرسائل اليوم	البحرين
67	8144	
50	6611	
32	6504	
26	5712	
7	1045	

تطبيق تتبع التدوين في مناطق مختلفة حسب النسب الأعلى من المشاركات و عدد الرسائل المرسله بحساب الزمن



تطبيق تتبع كلمات التدوين "التويتات" الأكثر شيوعا واستخداما في مناطق مختلفة بحساب الزمن



4-5 الجزيرة موبايل، نحو آفاق جديدة للإعلام

التكنولوجيا المحمولة بالنسبة لمؤسسة الجزيرة يعني نهاية احتكار المعلومة (41) والخبر، وعليه اعتزمت القناة تزويد الصحفيين بالتكنولوجيا المحمولة لضمان تواصل مثر مع الصحفيين، كما طرحت الجزيرة تطبيقات برمجية للاتصال التليفزيوني من خلال ربط الحواسيب اللوحية والهواتف الذكية SMARTPHONES عبر تطبيقات برمجية في أنظمة التشغيل : IOS – ANDROID- WINDOWS MOBILE بخدمة قناة الجزيرة المتوفرة على الأنترنت و ذلك لمتابعة الأخبار و البرامج باللغتين العربية والإنجليزية ، وهو ما كشف عن التكامل الحتمي الذي يفرض نفسه على المؤسسة الإعلامية وسط الانفجار التقني والبرمجي. حيث توسعت قاعدة المتابعين خصوصا في الحالات التي تتعذر فيها المتابعة التليفزيونية. وتسهر على هذه الخدمة تقنية Live streaming - أو ما يسمى بالتسييل عن طريق "خادم"- سرفر البث الحي في شبكة القناة دينامي التشغيل متفاعل مع سرعات ربط الاتصال بكافة المستخدمين، هذا وقد طرحت القناة برامجها عبر البودكاست Podcast الذي يرتبط بالبرامج التي تقدمها القناة والتي تخضع لدينامية التحيين وهي مهمة يقوم بها المزود (42) RSS وبرنامج iTunes حيث يتوصل المستخدم بالمحتويات وفقا لامدادات برمجية مختلفة (43) رقمية: نصوص، صور، أصوات، فلاش، فيديو، مما يفرز طبعا تفاعلية قوية مع المحتوى من خلال الآراء والنقاشات وتنازل المحتويات.

4-6 الجزيرة Talk، من التدوين والصوت والصورة إلى التفاعل والحوار والتغيير

تجسد هذه المنصة انفتاحا على الإعلام الجديد، وتضمن إمكانية طرح أفلام الفيديو المنتجة من طرف الأعضاء أنفسهم لمقاربة الأوضاع بطرق خاصة والمحاولة منهم تقليد احترافية العمل المهني الذي تقدمه المنصة التقليدية، كما لو أن الموقع يقدم نفسه لكل من يتبنى ميثاق شرف قناة ورؤيتها حول تعددية الرأي، وعليه نلاحظ كيف أن الموقع بما فيه المنتدى قد قاما باحتواء شباب العرب (44) البلوجرز وتدريبهم مما خلق حركة جديدة للتدوين في صالات النقاش بين المشاركين، هذا

علاوة على توجه الموقع نحو دعم المجهودات الشخصية عبر التصوير حيث تلقت إبداعات المنتسبين من الصحفيين الجدد والمصورين في الموقع والذين ينتهجون كل أساليب التواصل الاجتماعي بدءاً بـ Youtube و Flickr و Facebook و Twitter في التواصل مع الجمهور.

5- آفاق العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد وإمكانيات التكامل بينهما

عرضنا سابقاً لمجموعة من الأفكار تدخل في سياق إمكانيات التكامل بين النسقين الإعلاميين، وهنا نضيف أفكاراً أخرى أكثر خصوصية تبرز أن طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد تتجه إلى التحالف أكثر منها إلى البعد التكويني والتعريزي والتواصلية للمادة الإعلامية (45)، كما أن القصدية من وراء ذلك ثلاثية البعد تنحصر في التفاعل والتواصل والتأثير في أوسع فئات الرأي العام والارتقاء بجودة الخبر الإعلامي وجوهره وخصوصيته مما يفضي إلى تجاوز المركزية المؤسسية واختلال حجم الأنباء (46)، نحو جعل "الجمهور" غاية ووسيلة في الآن.

فالإعلام كسلطة للقول، والحقيقة كقيمة فلسفية، نسويان، لا يقبلان الحتمية، وللسبب ذاته ندرك أن العلاقة بين النيوميديا والإعلام التقليدي لا تقتضي طمس أحدهما، بل هي مسألة تستلزم حداً زمنياً أقصى وأشواطاً متقدمة من الذكاء الاصطناعي، وخلخلة لأشكال التواصل التقليدية، فهما نسقين بنويين، كل تأثير في أحدهما يحدث أثراً وظيفياً في الآخر، ويستتبع ذلك تغير صيغة التواصل مع الجمهور. ما يهمننا أكثر هو كيف نرى اندماجاً واقعياً على الشاشة، لأننا نعي بأن الجمهور يحتفظ للشاشة بدورها وللويب بدور -المكمل- لعمل الإعلاميين، ومهما كان الأمر مختلفاً فإن الربط الحي بين الشبكة والبرامج المتلفزة يضيء تفاعلية غير مسبوقة تترك أثراً وتجسد بالفعل سلطة الإعلام وقوته.

وعليه، نستشرف من خلال مبادرة الجزيرة لحرية الإنترنت وسعيها من خلال مركزها للتدريب للصحفي أن يخلق الإعلام الجديد ذاكرة حية للقناة كونه يحتفظ لنفسه بزمان غير محدد للمحتويات المنشورة في الشبكة مثلما يضمن وصول المحتوى لأوسع الفئات الاجتماعية من النخب العالمية أو ذات الثقافة المحدودة على اعتبار أن اليوتوب قاعدة أرشيف أونلاين للقناة تمكنا حاضراً ومستقبلاً من استقطاب عدد هائل من المتابعين وخلق دينامية في حركة البحث العلمي ومواجهة -العطش الديمقراطي- في صفوف النخب المثقفة العربية، كما نستشرف من خلال مركز الجزيرة لحقوق الإنسان خلق حركة ضاغطة تدافع عن الصحفيين والإعلاميين وكذلك المدونين في العالم العربي.

إن آفاق العلاقة بين قناة الجزيرة والإعلام الجديد، ستضعنا أمام متغيرين مستقلين، يتزايد الطلب والإقبال عليهما بشكل متباين، فبالنسبة للمؤسسة الإعلامية نجد تنامياً غير مسبوق في كم الأخبار والقضايا والحوادث العرضية الطبيعية مما يستلزم عمليات معقدة للتحيين الدائم، والمتابعة المستمرة على مدار الساعة للقضايا الراهنية، أما المتغير التابع فهو بروز إعلاميين معاصرين أصبحوا فاعلين-متفاعلين، مستقبليين-مرسلين، يمتنون البحث عن المصادر والملاحظة بالمشاركة والتصويت والمقابلة وتحليل المضمون، ومستخدمين جديد فيتحدد وعيهم بموقعيتهم من العمل الصحفي من خلال نقل وإعادة نقل الوقائع ومتابعتها على منصة المؤسسة الإعلامية.

لا يصح إذا التسليم بفرضية مجاوزة النيوميديا لمؤسسات الإعلام التقليدي طالما أن نسبة مشاهدي التلفاز تتراوح حوالي 4 مليارات، ونحن نعي أن مسار التحديث مسار متصل وليس متقطع، كما منطق القطيعة يفترض ميلاد باراديمات جديدة

وهذا ما لم نلاحظه في الإعلام عموماً إلا من خلال نماذج ذات الصلة بالتجديد Innovation لأشكال التواصل التلفزي(47). أما فرضية وجود النيوميديا كامتداد تفاعلي للإعلام التقليدي فتؤكد أن التراكمات التقنية والمفهومية مجال الإعلام لم تقدم نفسها كقطائع ابستيمولوجية أو كبدائيات جديدة غير ذات وعي تاريخي بتطور الاتصال، بل فقط إن التغيير شاب تكوين العقل وبنية الرغبة التي تتطلع للأفضل عبر جدلية الهدم/بناء في تناوب مستمر نحو هوية جديدة للإعلام.

5-1 الجزيرة، الإعلام الجديد يخلق جمهوراً جديداً

من خلال دراسة حالة الجزيرة التي قدمها محمد ناناباي ضمن منتدى السادس لمستقبل الإعلام 20 مايو/أيار 2010، تبين أن التحديات الحقيقية تتعلق بتعاظم القضايا والأحداث، الأمر يطرح مسؤولية في الاختيار بين الأخبار والمتابعات التي تصدر عن الجمهور، ذلك أن الانفتاح الإعلامي يطرح قضيتين جوهرتين هما كيفية معالجة الأخبار وكيف الوصول للجمهور؟ وهو أمر جسده إستراتيجية الانفتاح المتعدد من قناة الجزيرة على شبكة الإنترنت وهو ما انعكس إيجاباً على سمعتها و نموذجيتها بل حتى من حصيلتها من نسبة التوزيع العالمي للأخبار، ولا شك أن تمكين الجمهور من أرشيف المحتويات الرقمية السمعية البصرية الخاصة بقناة الجزيرة، سيخلق للمؤسسة بلا شك جمهوراً جديداً من خلال المدونات والمتابعات على الشبكة وهو ما يشكل تحدياً للمنافسين من المؤسسات الإعلامية الأخرى.

إن التكامل بينهما يبنى فعلاً بأن سلطة الصحافة ستقوى أكثر لتتحول إلى ضمير جمعي يتجاهل أعمدة السلطة وهيمنة المؤسسات التجارية وتكثيم الأفواه ومركزيات اللغة والعرق وحتمويات التعبير. وعليه نستشرف تبعاً لهذا التكامل مشاعية الأخبار وواقعيتها وأكثر من ذلك وضعية تواصلية جديدة قوامها سلطة القول ضد قول السلطة الذي يخنق كل مجتمع (48).

هوامش

- (1) لا نزوم من هذا المنطلق الجزم بوجود تقسيم قسري في الإعلام و التمييز فيه بين التقليدي و الجديد و لكننا وضعناهما مفهوم كمنسقين متمايزين : - الميديا الكلاسيكية و النيوميديا.
- (2) الويب 2.0 هو امتداد تقني و تطوير للويب 1.0، و هو منصة مطورة برمجياً تتسجم من التطبيقات الملحقة -AJAX- RSS- XHTML- CSS- XML و من عمليات نظام التشغيل. أما الميزة مواقع الويب 2.0 فهي الترابط و المشاركة و الانفتاح بينها و بين مواقع أخرى مما يتيح سبلاً جديداً للتعاون و تشارك المعلومات و البيانات و الحسابات الشخصية للنفاد إلى المعلومات.
- (3) يجسد هذا المفهوم روح فلسفة مارتن هايدجر الراضة للروح التقنوية، و يقترن ماركس من نفس فكرة الاستلاب التقني حيث يتحول العلم في مستواه التقني إلى سيطرة على الوجود البشري.
- (4) النيوميديا يقابلها باللغة الانجليزية The New Media وهو الإعلام الجديد الذي أفرزته الأفكار الجديدة و المنصات الافتراضية التي طرحها الويب 2.0.
- (5) مقارنة أدوات اشتغال الإعلام الجديد ليست بالضرورة تمييزاً لفاعليتها و قدرتها المطلقة على مطابقة الحقيقة مع الواقع، لذلك يبقى للإعلام التقليدي سلطنة و للنيوميديا مثل ذلك.
- (6) فيس بوك- ماي سبيس- هاي فايف - لايف بوون- لينكد إن - تويتر - ديج - فليكر - بيكاسا - وورد بريس - بلوجر - أصحاب مكتوب، مدونات جيران.
- (7) مداخلة الصحفي الإعلامي: ريز خان في ندوة نادي الصحافة الوطني في واشنطن دي.سي، برعاية المركز الدولي للصحفيين في 28 فبراير/شباط 2011 حول "دور وسائل الإعلام الإلكتروني الثورات العربية". مقتبس من مقال: للصحفية: دانا لايبسون: الإعلام الإلكتروني يحدث ثورة في صحافة البلدان العربية- شبكة الصحفيين الدوليين.
- (8) محمد كيالي موقع هابيرلنك بودكاست/ شارك ضمن فعاليات منتدى الجزيرة لمستقبل الإعلام الجديد- في موضوع التحديات الرقمية في الشرق الأوسط.
- (9) التهجين ينبع من تقارب الاحترافية الإعلامية على النمط الكلاسيكي و إنتاجات المستخدمين مما يعزز العلاقة بين المنصة التقليدية و الصحافة الإلكترونية و المؤسسة الإعلامية، ومنه تتبع رؤيتنا في هذه الدراسة القيمة مضافة للعمل الإعلامي لقناة الجزيرة من خلال هذا التهجين.
- (10) الظاهرية اتجاه فلسفي يعرف بالفينومينولوجيا كاتجاه يقارب الفعل الإنساني من جوانبه السوسولوجية و السيكولوجية و الفلسفية، رائده: إدموند هوسرل، و السياق يشير إليه أنه خلف كل فعل أو رمز قصدي ما، و قياساً على ذلك نرى أنه خلف كل أثر إعلامي قصدي.
- (11) قضايا التبعية الإعلامية و الثقافية- د. عواطف عبد الرحمن- عالم المعرفة- عدد: 78- ص: 56.
- (12) تنتقد نظرية بوبر كل النظريات و التوجهات العلمية، بناء على معيار القابلية للتكذيب كمبدأ إبستيمولوجي يرى أن النظريات يجب تثبت قابليتها للتجريب و التكذيب أي أن تتضمن في تركيبها إمكانية تكذيب ذاتها و تصحيح أخطائها، و إلا صارت لا تجريبية. هذا ما يحصل حالياً مع النظريات التقليدية في الإعلام التي تنهار أمام تطبيقات الويب 2.0 فأصبحت معياراً تجريبياً عن محدوديتها و قابليتها للتفنيد و إعادة بعث نظريات و إستراتيجيات إعلامية على أنقاضها .
- (13) راجع كتاب: ثورة الإنفوميديا - عالم المعرفة - فرانك كيلش- ترجمة حسام الجين زكريا- عدد 253- صفحة : 399-400.

- (14) الانفعالية الصحفية: نقصد بها الانصياع وراء توجهات إيديولوجية أو خطوط تحريرية في المؤسسات الإعلامية ذات التبعية للسلطة أو الحزب السياسي، حيث الصحفي فيها يعتبر مجرد مفعول به وليس فاعلا .
- (15) راجع مفهوم: جيل "صي" . ضمن نظريات هذه الدراسة .
- (16) ماكس فيبر Max Weber- Theory of social action.
- (17) Théorie du « petit monde » le psychologue et sociologue Stanley Milgram 1967.
- (18) Booz & Company مؤسسة استشارية عالمية تسهر على دراسة المشاريع التجارية الكبرى في العالم، والحكومات، والمؤسسات الأخرى.
- (19) جريدة القيس الإلكترونية. العدد 13383 أغسطس 2010 الصفحة 38.
- (20) Self-Theorizing Media. نقدم هذه النظرية كمساهمة نظرية جديدة تبرز خصوصية الأنساق العلمية والمنهجية للنيوميديا.
- (21) يقترب مفهوم نهاية الميتودولوجيا من النظرية التي يقدمها بول فايربانك عن المنهج الذي يعتبره عملية زائفة، "لأن العلم لم يرتبط أبداً بمنهج واحد، بل كان يتمرد على كل سلطة لأنه مؤسسة فرضية Anarchic Enterprise ما يوضح قيام العلم على التعددية المنهجية وعلى المتناقضات والفوضى، وبخاصة في ناحيته المنهجية" عن: أستاذ المنطق والفلسفة المعاصرة: يوسف تيبس- جامعة سيدي محمد بن عبد الله - فاس - المغرب/ رؤى تربوية - العدد الثلاثون- منهج العلم / عن: P. Feyrabend, Problems of Empirism, p. 278
- (22) نحننا هذا المفهوم المركب، لنقصد به: الإيحاء أو الاستيحاء الإعلامي، وهو الأثر الناتج عن عملية التقارب بين الإعلام التقليدي والنيوميديا ومفاهيم الويب 2.0 على الفاعلين الإعلاميين ضمن المؤسسة الإعلامية.
- (23) مفهوم الانكشاف: يطرح هايدجر هذا المفهوم ليؤكد بأن التكنولوجيا هي تعبير عن مرونة ذهنية فائقة د. محمد سبيلا- مدارات فلسفية العدد 2، وهذا ما حملنا على القول بأن هذه الانكشافات التي أحدثها الإنسان تقترب مما سماه الفن توفّر بمفاتيح المستقبل وهي: Interactivity Connectivity-Mobility-convertibility-ubiquity - Globalisation.
- (24) مفهوم استعمله فريدريك نيتشه في البحث عن أسس الأخلاق، واستعمله فوكو في وصف تشكل المعرفة وأركيولوجيا المعارف / وتأتي أهمية المفهوم في أنه يبحث عن أسس وأصول قضايا معينة تهم الوجود الإنساني، سواء تعلق الأمر بالحقيقة أو العلم أو المعنى أو الميتافيزيقا.
- (25) <http://www.youtube.com/user/aljazeeraforum>
- (26) راجع: الآلة قوة وسلطة- عالم المعرفة- عدد 259 - ص: 217
- (27) مفهوم يبرز عادة في الإنتاجات السوسولوجية لبيير بورديو للتعبير عن مخزون معرفي علمي ثقافي يتكئ عليه الرأسمال الاقتصادي ويلعب المفهوم أدوارا في إنتاج وإعادة إنتاج المواقع والأدوار الاجتماعية. ويتحدد دور المفهوم هنا من خلال فكرة اقتصاد المعلومة.
- (28) الصادق الحمامي: الإنترنت والإذاعة والتلفزيون. استخدامات الإنترنت في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني. 2009 صفحات: 26/13/10
- (29) الجزيرة... جيل جديد. <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/576AA80F-1369-4C1F-A0F4-541A1BE41283.htm>
- (30) <http://youtube-trends.blogspot.com>
- (31) مقال للصحفية الإعلامية مي البان/ عن موقع شبكة الصحفيين الدوليين/ عن محاضرة على الويب منظمة من طرف جمعية الأخبار الإلكترونية والإذاعة والتلفزيون "RTDNA" عنوان المحاضرة على الإنترنت: "YouTube for Journalists — Finding Newsworthy Video Online" رابط المحاضرة على الإنترنت: <http://rtdna.adobeconnect.com/p9o4g9i2bkh/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal>
- (32) <http://www.youtube.com/charts>
- (33) Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011- page : 7
- (34) راجع الملحقات
- (35) عن Twitter Media .- شارك في منتدى الجزيرة السادس حول مستقبل الإعلام الجديد في مداخلة بعنوان: تويتر والمعلومات في الوقت الراهن.
- (36) راجع الملحقات.
- (37) <http://sharek.aljazeera.net/twitter-dashboard>
- (38) راجع الملحقات
- (39) <http://www.sociablemedia.me>
- (40) راجع الملحقات.
- (41) مداخلة السيد وضاح خنفر في منتدى الجزيرة السادس حول مستقبل الإعلام الجديد . مايو 2010.
- (42) <http://aljazeera.net/PodCastsArabic/HowToStart/HowToStart>
- (43) الامتداد هو صيغة الملف أو المحتوى Extension مثل : .pdf .ppt .swf .mpege .flv .jpg .mp3
- (44) راجع الملحقات.
- (45) كلمة السيد المدير العام لشبكة الجزيرة الفضائية وضاح خنفر في الدورة السادسة لمنتدى الجزيرة السنوي: الإعلام في الوقت الراهن: قوة الحاضر.
- (46) فكرة النظام الإعلامي الجديد قامت على أساس تفادي الاحتلال في حجم الأنباء والمعلومات التي تصدرها المؤسسات الإعلامية الغربية الكبرى. راجع: النظام الإعلامي الجديد - عالم المعرفة - ص 11 العدد 94.
- (47) <http://www.google.com/tv/features.html>
- (48) عالم الاجتماع المغربي: عبد الكبير الخطيبي: كتاب: النقد المزدوج- سلطة القول هي حرية القول والمناولة ضد قول السلطة والذي يرتبط بالهيمنة الفكرية والإعلامية والسياسية والدينية.

ببيليو غرافيا

بالعربية

- ثورة الإنفوميديا- عالم المعرفة- فرانك كيلش- ترجمة حسام الدين زكريا عدد 253 2000.
- النقد المزدوج - عبد الكبير الخطيبي- 2008
- الصادق الحمامي: الإنترنت والإذاعة والتلفزيون- استخدامات الإنترنت في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني-2009.

- قضايا التبعية الإعلامية والثقافية- د. عواطف عبد الرحمن- عالم المعرفة- عدد:78- 1984.
- جريدة القيس الإلكترونية- عدد 13383 أغسطس 2010.
- الآلة قوة وسلطة- عالم المعرفة- عدد 259-2000.
- النظام الإعلامي الجديد - عالم المعرفة - عدد 94- 1985.
- محتويات فيديو: منتدى الجزيرة السادس حول مستقبل الإعلام الجديد . مايو 2010.
- مدارات فلسفية العدد 2- الجمعية الفلسفية المغربية.
- رؤى تربوية - العدد 30- منهج العلم - يوسف تيبس- 2009.

بالإنجليزية

- Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011 A Report to the Center for International Media Assistance By Jeffrey Ghannam.
- Arab Social Media Report May 2011 By Dubai School of Government Vol. 1, & 2. 2010- 2011
- Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011.

روابط الإنترنت

- <http://aljazeera.net/PodCastsArabic/HowToStart/HowToStart>
- <http://sharek.aljazeera.net/twitter-dashboard>
- <http://www.sociablemedia.me>
- <http://rtdna.adobeconnect.com/p9o4g9i2bkh/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal>
- <http://www.youtube.com/charts>
- <http://youtube-trends.blogspot.com>
- <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/576AA80F-1369-4C1F-A0F4-541A1BE41283.htm>
- <http://www.youtube.com/user/aljazeeraforum>

الملاحق

2-5 ملحقات الصور من النسب المنوية و الإحصائيات مقتبسة من التقرير العربي للإعلام الاجتماعي 2011.

ملحق 1

Arab Social Media Report 2011 نسب مستعملي Facebook في العالم العربي						
Country	Number of Facebook users (4/5/2011)	Population*	Facebook penetration (%)	Number of New Facebook users since 1/5/2011	Growth in number of Facebook users since 1/5/2011 (%)	New Facebook users since 1/5/2011 (as % of population)
Algeria	1,947,900	35,953,989	5.42	560,820	40.43	1.56
Bahrain	302,940	822,510	36.83	25,480	9.18	3.10
Comoros	9,080	706,622	1.28	2,800	44.59	0.40
Djibouti	52,660	893,843	5.89	6,660	14.48	0.75
Egypt	6,586,260	85,950,300	7.66	1,951,960	42.12	2.27
Iraq	723,740	32,266,577	2.24	326,600	82.24	1.01
Jordan	1,402,440	6,598,615	21.25	313,640	28.81	4.75
Kuwait	795,100	3,116,748	25.51	165,420	26.27	5.31
Lebanon	1,093,420	4,287,610	25.50	113,940	11.63	1.74
Libya	71,840	6,670,928	1.08	-182,300	-71.73	-2.73
Mauritania	61,140	3,440,053	1.78	22,300	57.42	0.65
Morocco	3,203,440	32,770,852	9.78	724,500	29.23	2.21
Oman	277,840	2,964,059	9.37	65,010	30.55	2.19
Palestine	595,120	4,542,824	13.10	124,720	26.51	2.75
Qatar	481,280	1,571,520	30.63	-30,780	-6.01	-1.96
Saudi Arabia	4,092,600	26,777,613	15.28	845,620	26.04	3.16
Somalia	21,580	9,605,189	0.22	14,820	219.23	0.15
Sudan	443,623	44,103,535	1.01	101,780	29.77	0.23
Syria	356,247	23,008,268	1.55	102,918	40.63	0.45
Tunisia	2,356,520	10,476,355	22.49	535,640	29.42	5.11
UAE	2,406,120	4,811,345	50.01	291,480	13.78	6.06
Yemen	340,800	24,943,950	1.37	161,380	89.95	0.65

نسب مستعملي Twitter و التدوينات في تويتر، في العالم العربي 2011 Arab Social Media Report
بين أجانفبيه و 30مارس

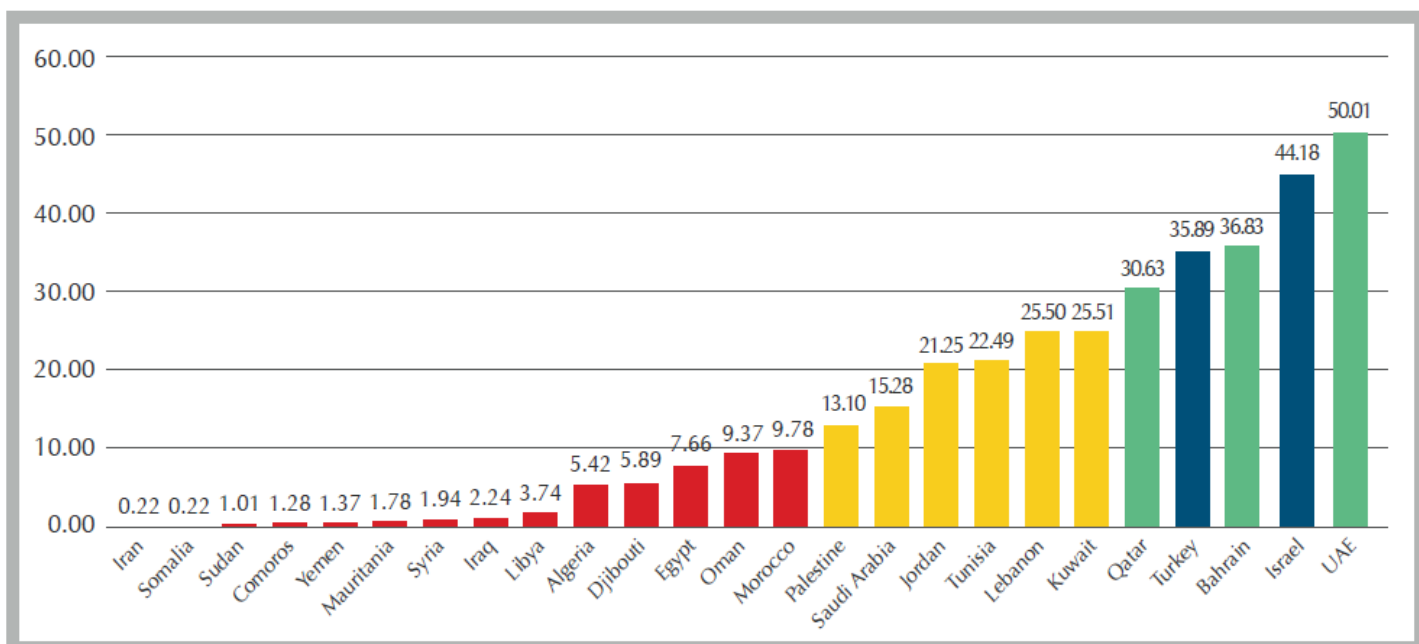
Algeria	13,235	35,953,989	0.04	252,000	2,800
Bahrain	61,896	822,510	7.53	1,350,000	15,000
Comoros	834	706,622	0.12	10,800	120
Djibouti	4,046	893,843	0.45	61,200	680
Egypt	131,204	85,950,300	0.15	2,160,000	24,000
Iraq	21,625	32,266,577	0.07	342,000	3,800
Jordan	55,859	6,598,615	0.85	639,000	7,100
Kuwait	113,428	3,116,748	3.63	3,690,000	41,000
Lebanon	79,163	4,287,610	1.85	990,000	11,000
Libya	63,919	6,670,928	0.96	1,890,000	21,000
Mauritania	1,407	3,440,053	0.04	10,800	120
Morocco	17,384	32,770,852	0.05	252,000	2,800
Oman	6,679	2,964,059	0.23	81,900	910
Palestine	11,369	4,542,824	0.25	639,000	7,100
Qatar	133,209	1,571,520	8.46	3,060,000	34,000
Saudi Arabia	115,084	26,777,613	0.43	2,250,000	25,000
Somalia	4,244	9,605,189	0.04	79,200	880
Sudan	9,459	44,103,535	0.02	89,100	990
Syria	40,020	23,008,268	0.17	783,000	8,700
Tunisia	35,746	10,476,355	0.34	576,000	6,400
UAE	201,060	4,811,345	4.18	2,790,000	31,000
Yemen	29,422	24,943,950	0.12	729,000	8,100

معدلات الاشتراك في Facebook و Twitter من خلال الإنترنت و الهاتف Arab Social Media Report 2011 في العالم العربي

Country	Estimated Number of Active Twitter Users (Avg. between Jan 1st and March 30th, 2011)	Twitter penetration* (%)	Number of Facebook users (4/5/2011)	Facebook penetration* (%)	Internet users per 100 **	Mobile Subscriptions per 100 **
Algeria	13,235	0.04	1,947,900	5.42	13.47	93.79
Bahrain	61,896	7.53	302,940	36.83	53.00	177.13
Comoros	834	0.12	9,080	1.28	3.59	18.49
Djibouti	4,046	0.45	52,660	5.89	3.00	14.90
Egypt	131,204	0.15	6,586,260	7.66	24.26	66.69
Iraq	21,625	0.07	723,740	2.24	1.06	64.14
Jordan	55,859	0.85	1,402,440	21.25	26.00	95.22
Kuwait	113,428	3.63	795,100	25.51	36.85	129.85
Lebanon	79,163	1.85	1,093,420	25.50	23.68	56.59
Libya	63,919	0.96	71,840	1.08	5.51	77.94
Mauritania	1,407	0.04	61,140	1.78	2.28	66.32
Morocco	17,384	0.05	3,203,440	9.78	41.30	79.11
Oman	6,679	0.23	277,840	9.37	51.50	139.54
Palestine	11,369	0.25	595,120	13.10	32.23	28.62
Qatar	133,209	8.46	481,280	30.63	40.00	175.40
Saudi Arabia	115,084	0.43	4,092,600	15.28	38.00	174.43
Somalia	4,244	0.04	21,580	0.22	1.16	7.02
Sudan	9,459	0.02	443,623	1.01	9.19	36.29
Syria	40,020	0.17	356,247	1.55	20.40	45.57
Tunisia	35,746	0.34	2,356,520	22.49	34.07	95.38
UAE	201,060	4.18	2,406,120	50.01	75.00	232.07
Yemen	29,422	0.12	340,800	1.37	9.96	35.25

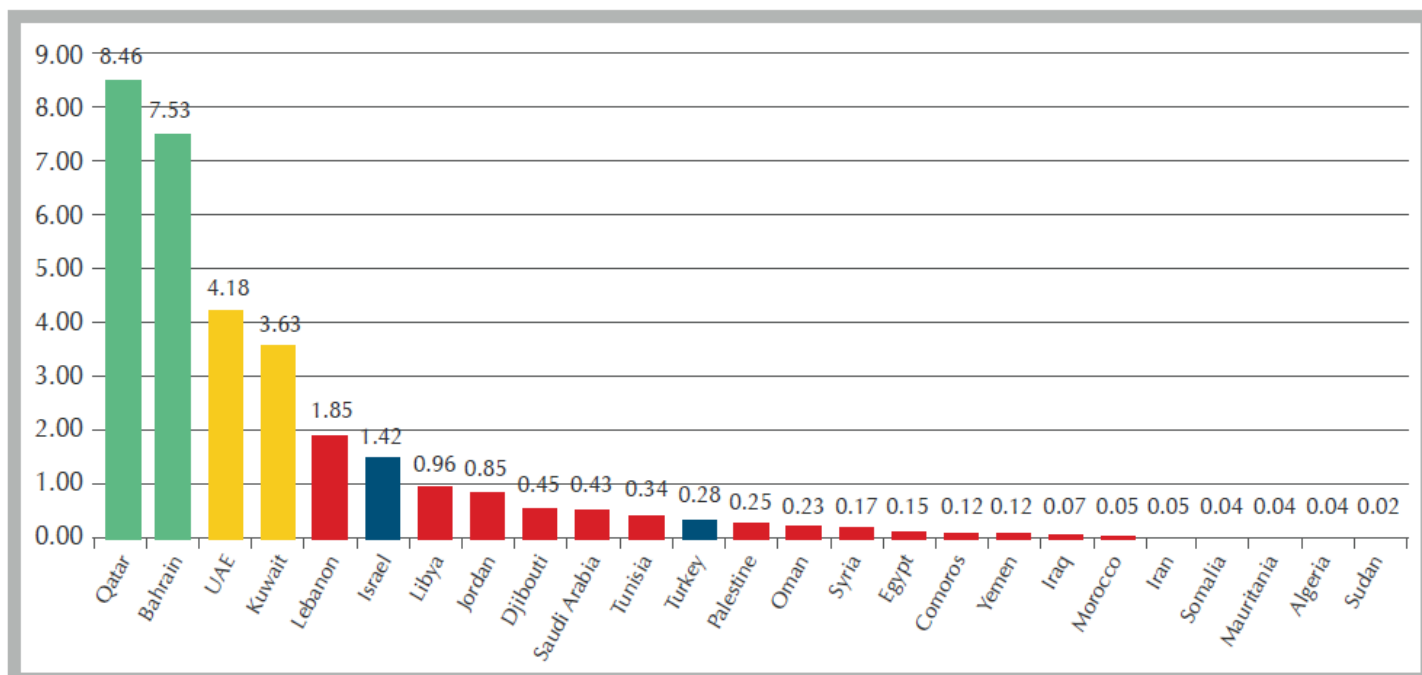
ملحق 4

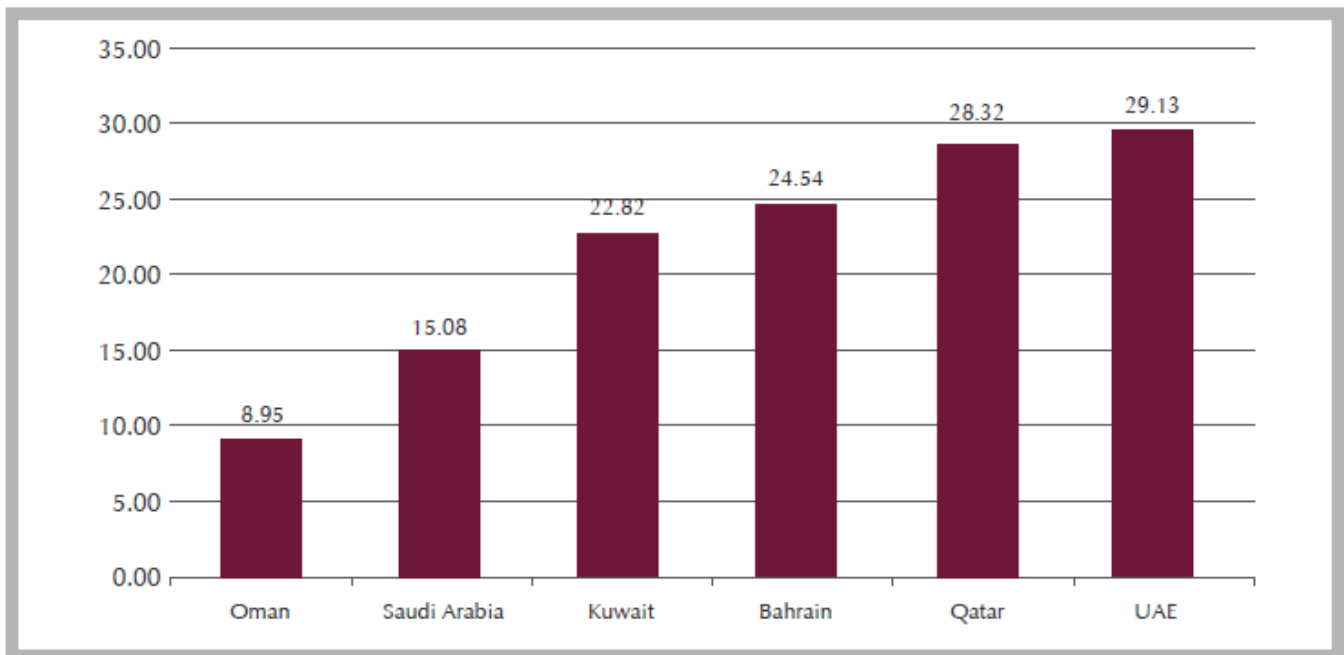
نسب تغلغل Facebook في الدول العربية و بعض الدول الاخرى - افريل 2011 Arab Social Media Report



ملحق 5

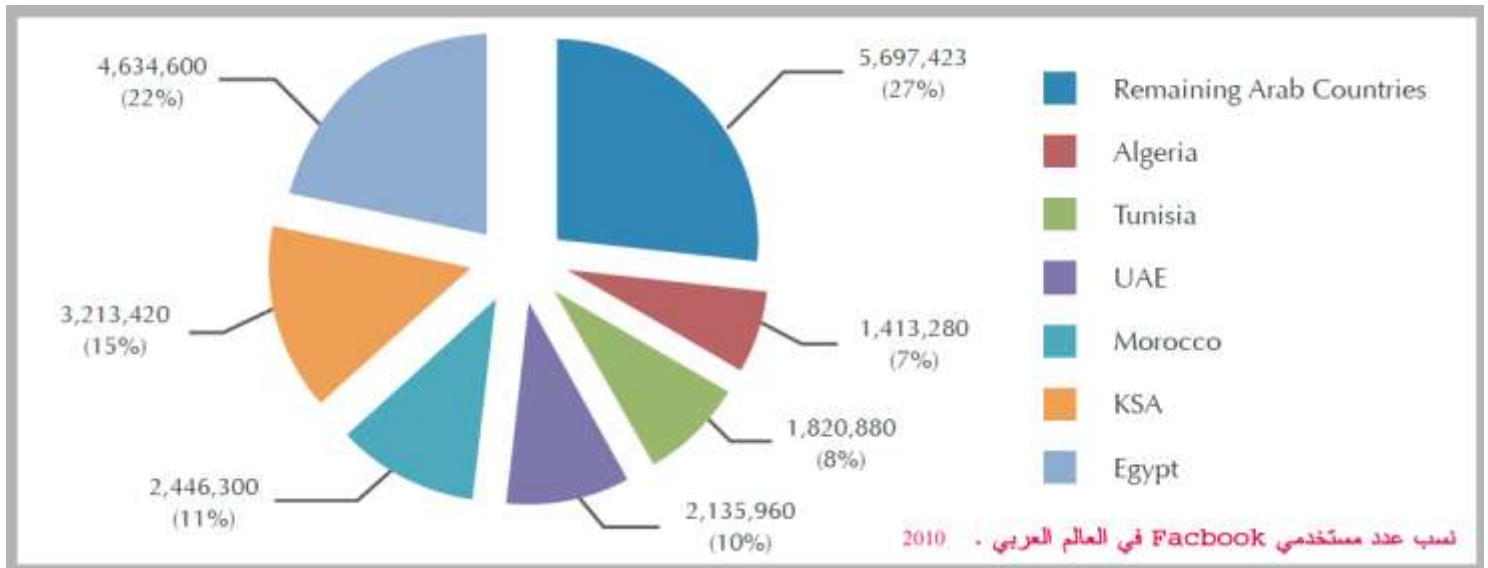
نسب تغلغل Twitter في الدول العربية و بعض الدول الاخرى من اجانيه الى 30 مارس 2011 Arab Social Media Report



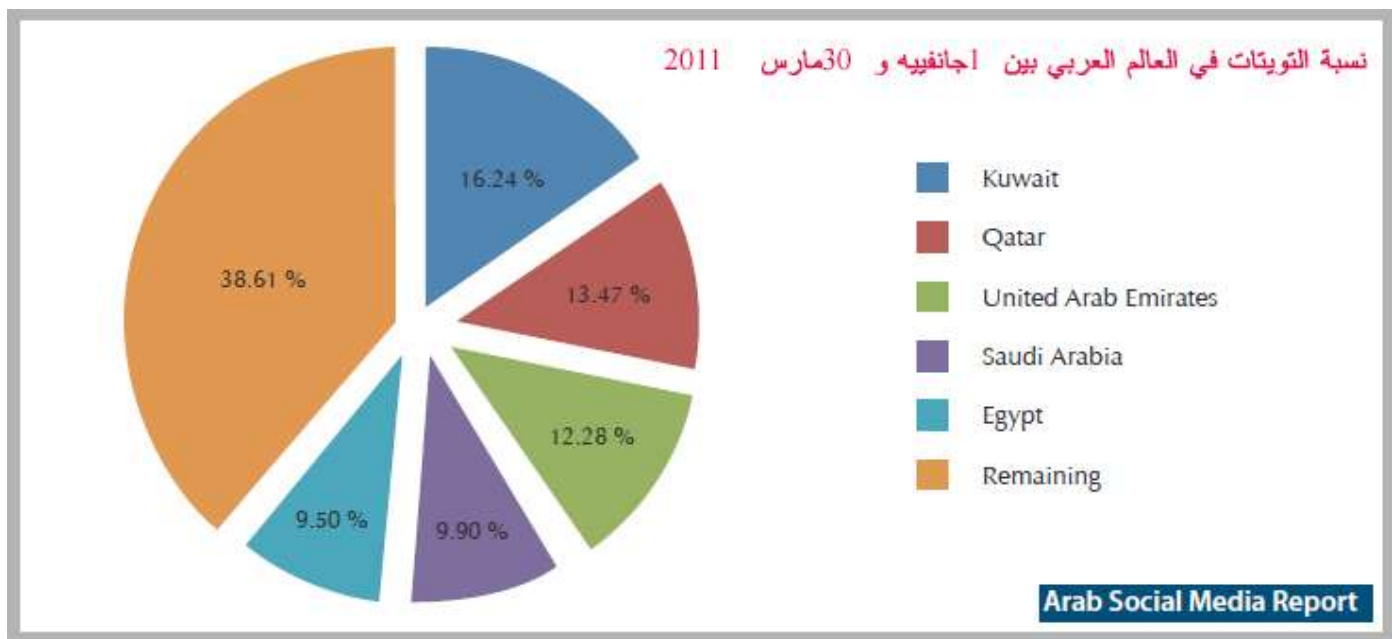
Arab Social Media Report معدلات تغلغل Facebook في دول مجلس التعاون الخليجي أبريل 2011

نسب مستخدمي Facebook بحسب التعداد السكاني في دول مجلس التعاون الخليجي . 2011
Arab Social Media Report

Country	Population	Facebook Users	Facebook penetration (%)
Oman	3,103,580	277,840	8.95
Saudi Arabia	27,136,979	4,092,600	15.08
Kuwait	3,484,881	795,100	22.82
Bahrain	1,234,596	302,940	24.54
Qatar	1,699,435	481,280	28.32
UAE	8,260,000	2,406,120	29.13

ملحق 8



ملحق 9



نسب مستخدمي Facebook بحسب التعداد السكاني بين شعوب العالم العربي . التقرير العربي الاول للإعلام الاجتماعي - 2010

Country	Number of Facebook users	Population*	Facebook penetration (%)
Algeria	1,413,280	35,422,589	3.99
Bahrain	276,580	807,131	34.27
Comoros	6,240	691,351	0.90
Djibouti	46,040	879,053	5.24
Egypt	4,634,600	84,474,427	5.49
Iraq	397,140	31,466,698	1.26
Jordan	1,104,340	6,472,392	17.06
Kuwait	629,700	3,050,744	20.64
Lebanon	983,380	4,254,583	23.11
Libya	260,400	6,545,619	3.98
Mauritania	40,000	3,365,675	1.19
Morocco	2,446,300	32,381,283	7.55
Oman	219,320	2,905,114	7.55
Palestine	474,400	4,409,392	10.76
Qatar	512,060	1,508,322	33.95
Saudi Arabia	3,213,420	26,245,969	12.24
Somalia	6,940	9,133,124	0.08
Sudan	319,624	43,192,438	0.74
Syria	241,859	22,505,091	1.07
Tunisia	1,820,880	10,373,957	17.55
UAE	2,135,960	4,707,307	45.38
Yemen	179,400	24,255,928	0.74

انتهى