# أساسيات عملية التلقي بين البيئة الإعلامية التقليدية و البيئة الرقمية

## دراسة تحليلية في المبادئ والتحولات

**أ.د. نايلي نفيسة**

**جامعة أم البواقي**

**ط.د. لطيفة حاجي**

**جامعة أم البواقي**

**ملخص:**

في هذا البحث سنحاول التركيز على عنصر من عناصر العملية الاتصالية ألا وهو عنصر التلقي، الذي يعتبر ركيزة مهمة في استيعاب الجمهور للرسائل الإعلامية المقدمة. و تعد عملية التلقي همزة الوصل بين الجمهور والوسيلة الإعلامية من خلال الرسائل المقدمة، وقد استمرت هذه المعادلة حتى بظهور الوسائط الجديدة في البيئة الإعلامية الرقمية، غير أن هذه البيئة خلقت أساسيات جديدة لعملية التلقي من خلال الصفة التبادلية التي تتميز بها صناعة الرسائل في البيئة الإعلامية الجديدة وذلك بتداخل الأدوار بين المرسل والمتلقي، وانطلاقا من هنا سنسلط الضوء على المبادئ والأساسيات الخاصة عملية التلقي والتحولات التي طرأت عليها في البيئة الإعلامية الرقمية.

**ABESTRACT:**

In this research, we will try to focus on an element of the communication process, which is the element of reception, which is considered an important pillar in the audience's comprehension of the media messages presented. The reception process is the link between the audience and the media outlet through the messages presented. This equation continued even with the emergence of new media in the digital media environment. However, this environment created new basics for the reception process through the

reciprocal character that characterizes the creation of messages in the new media environment. This is due to the overlapping roles between the sender and the recipient, and from here we will shed light on the principles and basics of the reception process and the transformations that have occurred in the digital media environment.

**مقدمة**

لطالما حصرت وسائل الاعلام التقليدية منذ بدايات ظهورها دور الجمهور في العملية الاتصالية كمتلق فقط، ومع التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في العصور الأخير والذي مس جميع مجالات الحياة،كغيره من هاته المجالات عرف علم الاعلام والاتصال تطورا هاما خلق ما يسمى بثورة الاتصالات والمعلومات جعلت من العالم قرية صغيرة فأصبح بإمكان الفرد الاطلاع على الاخبار وتبادل المعلومات والبيانات عبر جميع أنحاء العالم.

كغيرها من المجالات تأثر الحقل الاعلامي بهذا الكم الهائل من التطور التكنولوجي حيث أصبحيشهد استخداما متزايدا للتكنولوجيا الذكية ومختلف وسائط وتطبيقات الإعلام الجديد التي جاءت لتلغي النموذج الأحادي الاتجاه للعملية الاتصالية، فاتحة المجال على مصراعيه للجمهور لمشاركة القائم بالاتصال في صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية وارسالها ونشرها. وهو ما خلق العديد من المظاهر والممارسات الإعلامية الحديثة التي أدت لتغير أساسيات عملية التلقي بين البيئة الإعلامية التقليدية والبيئة الرقمية، ونتجت عنها ممارسة إعلامية تشاركية تبادلية حولت من مستخدم تكنولوجيات الاتصال الحديثة من كونه مجرد متلقي إلى مرسل للمحتوى، وأصبح بإمكان أي فرد يملك حاسوبا أو جهازا محمولا متصل بشبكة الانترنت إنتاج وبث مضامين، فبعدما كان التدفق أفقيا من الجزء إلى الكل (من مرسل إلى متلقي أو مجموعة من المتلقين) ، أصبحت عملية تفاعلية من الكل إلى الكل ، حيث اعتمدت الممارسة الإعلامية على وسيط تقني (جهاز حاسوب أو هاتف محمول)، لتخلق لنا هذه التكنولوجيا مفاهيم جديدة في الحقل الإعلامي على غرار الصحافة البديلة أو صحافة المواطن ، الصحافة الرقمية ، الصحافة الالكترونية صحافة الهاتف الذكي كلها مصطلحات توضح لنا مدى التأثير التي أحدثته التكنولوجيا في

واحد من المجالات الإعلامية وهو مجال الصحافة ، حيث أصبحت تكنولوجيا الملتميديا في متناول الجميع وأنتجت بيئة إعلامية جديدة تتيح للأفراد تبادل المعلومات وإثراء المحتوى الالكتروني .

تمحورت إشكالية دراسة في التساؤل التالي: **ماهي أساسياتعملية التلقي بين البيئة الإعلامية البيئة الرقمية؟ وماهي أهم ملامح التحول من البيئة الإعلامية التقليدية الى البيئة الرقمية الجديدة؟**

**الكلمات المفتاحية:** التلقي – صحافة الهاتف الذكي – صحافة المواطن.

**أولا مفهوم التلقي**

**لغة:** يعني مصطلح التلقي في اللغة العربية استقبال الشيء المرسل، وهو مصطلح مشتق من لقي يتلقى، ويقابله في اللغة الفرنسية réception وهو لفظ l'action de recevoir، وكذا القبول accepter.[1]

**إصلاحا:**

– يُعرَّف التلقي بشكل اختزالي بأنه "اللحظة التي تتشكَّل فيها دلالات النص من قبل الجمهور ."ويذهب البعض إلى أبعد من هذه اللحظة؛ إذ يَقْرِن التلقي بتجربة الجمهور الاجتماعية التي تُؤَطِّرها شروط إنتاج "النصوص"وتداولها، وتلقِّيها، واستخدامها. [2]

**ثانيا: النماذج الثلاثة لدراسات الجمهور:**

شهدت دراسات الجمهور مراحل تطورية هامة صاحبت في كل مرة التطورات التي مست مختلف وسائل الإعلام منذ بدايات ظهورها انطلاقا من جمهور القراء وصولا لجمهور المستخدمين، سنقوم بعرض موجز لأهم النماذج التي ظهرت في شكل مقاربات لمحاولة تفسير الفهم الصحيح لدراسة جمهور الوسائل الإعلامية، في هذا الصدد برزت العديد من التوجهات الحديثة لأبحاث الجمهور والتي بدأت في البلور منذ سنوات السبعينات تأقلما مع التطور الذي في كل مرة يمس المجال الإعلامي ليطرح لنا وسيلة إعلامية جديدة بخصائص جديدة لها جمهور جديد ، حيث برز نوعين من التيارات البحثية **النوع الأول** وهو أنموذج التأثير effectparadigm، وهو بمثابة القطيعة التي كانت سائدة في الدراسات الإعلامية خلال الأربعينات والتي كانت تعنى بالتأثير القصير المدى على غرار ما نظر له لازار سفيلد ، ليهتم بالتأثير الادراكي cognitive effect على المدى البعيد . أما **النوع الثاني** والذي ظهر في بداية

---

[1]-يوسف براهيمي، **مواصفات التلقي ومميزاته في الاعلام الجديد واقع وتحديات** ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة باتنة، المجلد 22، العدد02، سنة 2021، ص819.

[2]-موقع مركز الجزيرة للدراسات(نصرالدين لعياضي)، عنوان المقال: **ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية** ، تاريخ الزيارة: 20 ماي 2023، وقت الزيارة 18:11 . https://studies.aljazeera.net/ar/article/5072

الثمانينات وهو أنموذج التلقي receptionparadigm ، ليولي الأهمية الكبرى لكيفية فهم وتأويل المتلقي لمضمون الرسالة الإعلامية.

**01-نموذج التأثير (EFFECT PARADIGM):**

يعتبر هذا النموذج بمثابة الانطلاقة الحقيقية لدراسات تأثير وسائل الاعلام على الجمهور، وتندرج ضمنه كل نظريات التأثر (القوي والمباشر، غير المباشر، الانتقائي، والمعتدل) حتي ينظر من خلال هذا النموذج للمتلقي بأنه سلبي وأن وسائل الاعلام تملك قوة هائلة للتأثير على الجمهور، وهذا ما نظرت له أولى دراسات الاعلام والاتصال.

وتوصف هذه النماذج خاصة الأولى منها بكونها تشاؤمية لنظرتها السلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الكبيرة لوسائل الاعلام التي تحدث في اتجاه شقولي. وعلى الرغم من استمرار واتساع الاعتقاد في قدرة وسائل الاتصال والاعلام على احداث تأثير ما على المتلقين فلقد فقد هذا الصنف العديد من النماذج خاصة منها تلك التي ظهرت كأولى محاولات لتفسير ظاهرة إقبال الناس على مختلف وسائل الإعلام ، على غرار القوى الخفية والقذيفة السحرية ، كما كادت نماذج أخرى أن تختفي تماما مثل أنموذجالإعلام الإنمائي الذي زعم في وقت ما بأنه لوسائل الإعلام دور كبير وفعال في حث الناس وتهيئتهم للانطلاقة (take off) وانتقالهم من الحالة التقليدية الى حالة الحداثة.[3]

**02-أنموذج التلقي(RECEPTION PARADIGM):**

هو ذلك التغير الذي حدث في دراسات الجمهور الأولى التي تحاول الإجابة عن التساؤل الذي طرحه نموذج لاسويل سنة 1948 (ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟) الى التركيز عن محتوى الرسالة الإعلامية ومصيرها بعدما يتلقاها جمهور انتقائي فعال ونشط محاولا بذلك الإجابة عن تساؤل الذي طرحه كاتز سنة 1955 (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟) .

ويضم مجموع النظريات التي تعتبر أن للجمهور قدرة على اختيار الوسيلة الإعلامية التي يراها مناسبة له وتشبع حاجياته وتستجيب لرغباته، وقد بدأ **دافيد مورلي** في بداية الثمانينات لتوجيه دراسات الجمهور نحو لحظة التلقي، وغير استراتيجية البحث من التأثر ( مرسل، متلقي ، أثر) إلى فعل التلقي الذي نبه إليه**ستيورت هيل** وأعطى للإيديولوجية موقعا هاما في الدراسات الإعلامية من خلال الترميز وفك الترميز ، والتي تتمثل في النقاط التالية:

---

[3]- عليقسايسية، **المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي-دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر1995-2006 -**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، سنة 2007/2006، ص122-123.

- ✓ نفس الرسالة يتم تفكيك ترميزها بطرق مختلفة من طرف الجمهور المتلقي.
- ✓ تحتوي الرسالة الإعلامية الواحدة على أكثر من قراءة.
- ✓ ترتبط مسألة فهم الرسالة الإعلامية بإشكالية ممارسيها.[4]

وترى نظرية التلقي أن أهم شيء في عملية التواصل الأدبي هي تلك المشاركة الفعالة بين النص الذي ألفه المبدع وبين القارئ المتلقي. حيث طور منظرو وسائل الاعلام الجماهيرية نظرية التلقي وأقاموا خطوط التلاقي بينها وبين نظرية الاستخدام والاشباع التي لا تركز على أثر وتأثير وسائل الاعلام على الافراد فقط، بل حتى على طريقة الاستخدام لهذه الوسيلة وعلى المتعة والمنفعة التي يحصلون عليها من هذه الوسائل، وعلى نفس المنوال يركز المنظرون الاعلاميون على الدور الذي يلعبه الجمهور المتلقي في فك رموز الرسائل واضفاء معاني عليها ليس بالضرورة هي معاني النصوص، أي ليست هي نفس المعنى الذي يقصده القائم بالاتصال.[5]

خلال منتصف الثمانينات بدأ الباحثون في المجال الإعلامي بالتركيز على الاستعمالات الاسرية للتلفزيون من خلال الدراسة التي أجراها دافيد مورلي والتي قام فيها باستبدال مفهوم " **فك الترميز** " بمفهوم " **سياق المشاهدة** " ، حيث اهتم من غلالها بدراسة التفاعلات التي تحدث بين أفراد العائلة خلال مشاهدتهم للتلفزيون في السياق الطبيعي، مراعيا في ذلك الاختلافات الموجودة بين مختلف العائلات وأفراد العائلة الواحدة. غير أنه وخلال بداية العشرية التاسعة من القرن الماضي سجل تطور آخر في دراسات الاستعمالات المنزلية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال، ولم يعد التلفزيون وحده مركز الاهتمام ضمن التكنولوجيات المنزلية الأخرى.

### 03 –نموذج ما بعد الحداثة ( POST–MODERNISM PARADIGM):

ونعني به دراسات ما بعد الجمهور، وهي تلك الدراسات المتعلقة بمستخدمي الوسائط الجديدة، والتي ظهرت نتيجة التطورات التي حدثت في نهاية القرن العشرين خاصة في مجال التكنولوجيا، وهي دراسات تعنى بجمهور مختلف ووسائل اعلام مختلفة من حيث الخصائص والمميزات.
هو بمثابة أحدث التيارات في الدراسات الإعلامية، لاسيما تلك المعلقة بدراسات الجمهور، حمل هذا التيار العلمي المعاصر طياته العديد من المفاهيم التي تعتبر أهم المؤشراتالمتداولة في هذا النموذج الذي يعد

---

[4]-فتيحة بارك، **دراسات الجمهور من الصحيفة إلى الوسائد الجديدة: بين النظريات القاعدية والبحث عن مقاربات جديدة**،المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد01، سنة2019، ص 53-54

[5]- عليقسايسية، مرجع سبق ذكره، ص 125.

دراسة في مراحلها الانتقالية، على غرار ( **السياق المنزلي –التكنولوجيات المنزلية – الديناميكية العائلية)**. سنحاول من خلال هذه المداخلة التعرض الموجز لمفاهيمها.[6]

**أ –السياق المنزلي domesticcontext**

تعتبر الاتجاهات الحديثة المشاهدة التليفيزيونية كنشاط يومي معقد يجري في السياق المنزلي ويمارس أساسا ضمن العائلة، فالسياق المنزلي يسمح بالالمام أكثر بمختلف جوانب الظاهرة، فالمحيط أو الاطارالذي تستقبل فيه الرسائل الإعلامية يطرح التساؤل حول الكيفية التي تتحقق بها عملية الاتصال في هذا السياق الطبيعي نفسه الذي ينظر اليه داخل ومن خلال هذه الصيرورة. وكيف يتم داخل هذا السياق ذاته ادماج التكنولوجيات المنزلية وفي نفس الوقت تكييفها مع مستلزمات هذه البيئات وتجنيدها لتدعيمها.

**ب التكنولوجيات المنزلية domestic technologies**

تعني التكنولوجيا هنا الموضوع في حد ذاته والممارسات المتولدة عنها والدلالات التي تثيرها، فالتكنولوجيا لا تتوفر فقط على قيمة مادية ولنها تتضمن أيضا قيمة رمزية. تأخذ شكلها من خلال استعمالاتها، الامر الذي يعطي كل الأهمية لفهم الكيفية التي يتم بها ادماجها في الحياة العائلية اليومية وفي المقابل فهم الكيفية التي تؤثر بها الحياة العائلية اليومية في التكنولوجيات المنزلية. ومن هذا المنطلق تصبح تكنولوجيات الاتصال والاعلام نظاما تقنيا وماديا واجتماعيا وثقافيا يشمل قواعد واستعمالات وعلاقات.

**ج– الديناميكية العائلية familydynamism**

أدخل هذا المنظور تعديلا هاما على مفهوم الجمهور الذي لم يعد مجرد فرد مشاهدة ولكنه عضو في الجماعة المشاهدة وأصبحت الاسرة بالتالي هي الوحدة القاعدية بدلا من المشاهدة الفردية. ويستهدف هذا البعد التحليلي للديناميكية العائلية، جعل الاسرة مجالا نشيطا للممارسات الاجتماعية التي تتأثر في نفس الوقت بالمحيط الاجتماعي والثقافي الكلي وبالخصوصيات الموجودة داخل كل عائلة.

**ثالثا: ملامح التحول من البيئة الإعلامية التقليدية إلىالبيئة الرقمية الجديدة المتلقي كمنتج وكصانع محتوى (صحافة الهاتف الذكي– صحافة المواطن)**

ساهمت تكنولوجيا الاعلام والاتصال وما عممته من تطبيقات جديدة في خلق متلق حر يتعذر التحكم فيه على عكس ما كان من قبل، يمكن حصر أهم ملامح التحول من البيئة الإعلامية التقليدية الى البيئة الرقمية الجدية في هذين المظهرين كأنموذج.

---

[6]- عليقسايسية، نفس المرجع، ص 132-139.

**أولا صحافة الهاتف الذكي:**

- تعرفها أليسا ريتشارد بأنها " شكل من أشكال أدوات الإعلام الجديد الناشئة في سرد القصص الإخبارية التي تمكن الصحفيين من استخدام الهواتف الذكية أو الحواسيب اللوحية المتصلة بالشبكة العنكبوتية في جمع الأخبار ومونتاجها وتوزيعها من المجتمع وله "[7]
- تعرف بأنها شكل من أشكال سرد القصص الرقمية بحيث يكون الهاتف الذكي هو الوسيلة أو الجهاز الأساسي لإنتاج وتحرير الصور أو الصوت أو الفيديو ويستخدم الصحفيون الهاتف بشكل متزايد للحصول على الأخبار للراديو والبودكاست، أو للحصول على الفيديو للأخبار التلفزيونية والبرامج الثقافية، وكذلك مقاطع الفيديو للمنصات الاجتماعية[8]

من خلال ما سبق عرضه من تعريفات يمكننا أن نعرف صحافة الهاتف الذكي بأنها " صحافة تفاعلية تشاركية تعتمد أساسا على استخدام التطبيقات والتقنيات الخاصة بجهاز الهاتف الذكي قصد إنتاج مضامين إعلامية وإخبارية تختصر في ذلك عاملي الوقت والمسافة"، وكتعريف أدق يمكننا القول أن صحافة الهاتف الذكي صحافة تستخدم التقنية والانترنت في مجال صناعة المحتوى ونقله ونشره ومشاركته " .

**خصائص صحافة الهاتف الذكي**

لم يقتصر تطور الهاتف المحمول على خصائصه المادية كالحجم والوزن والإمكانات المادية، ولكن التطور الحقيقي هو تطور في التطبيقات والخدمات المقدمة، وتحديدا خدمات المحتوى التي تختلف عن خدمات الاتصال البسيط في كونها تحتاج إلى مدخلات (محتوى رقمي) وأدوات للعرض، ومن هنا يمكن تحديد خصائص صحافة الهاتف الذكي فيما يلي:

---

[7]- سعد إبراهيم وحيدر أحمد حسين، **دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة**، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين/ألمانيا، العدد 06، سن 2019، ص127

[8]- **عزيزة** محمد نور، **استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام – الجزيرة أنموذجا –**، عهد الجزيرة للإعلام،2020، ص12

[8]- عزيزة محمد نور، استخدام الهاتف المحمول في اثراء محتوى الاعلام "الجزائر نموذجا" نفس المرجع، ص 12.

**01-الفورية:** الفورية في صحافة المحمول تتمثل في إرسال الأخبار والبيانات وتوثيقها وسرعة إعداد وإرسال التقارير والمواد الإخبارية وبثها عبر المنصات المحمولة أو التطبيقات المختلفة.[9]

- **التفاعلية** : حيث تزداد درجة التفاعل بين الجمهور دون التقيد بحدود الزمان والمكان ، ومزيدا من التواصل دون الاتصال فحسب ، وتعد صحافة الهاتف المحمول من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور ومشاركة للأفكار والرؤى ، والتي حولت الجمهور من مجرد متلقين للمواد الإعلامية إلى مشاركين ايجابيين في العمليات الإعلامية والاتصالية والتفاعل معها . [10]

- **التواصل الاجتماعي:** فأصبح بإمكان المستخدم تصفح الإنترنت ليس المواقع الإعلامية فحسب بل أصبح بإمكانه تصفح المدونات والدخول على مدونته الخاصة والتعديل فيها، وبالتالي أصبح يؤدي مهاما أوسع داخل وظيفته الاتصالية والإعلامية.

**04-المرونة:**قدرة المستخدم على الوصول بسهول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي تناسبه وكذلك المشاركة من أي مكان وفي أي زمان، وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة وبسرعة فائقة.

**05-الشخصنة:**إمكانية إنتاج القصة الصحفية بكل تفاصيلها غير خاضعة لتوجهات منظمات معينة بل للقناعات الشخصية للفرد نفسه، خلافا لوسائل الاتصال التقليدية [11]

**06-متعددةالاتجاهات:** جسدت صحافة الهاتف المحمول انقلابا لنموذج الاتصال التقليدي بما يسمح للمؤسسة أو الفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بالطريقة التي يريد وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي القديم وهذا ما أعطى إمكانية وضع المعلومات والإخبار والمواد الإعلامية في أيدي المجتمعات الصغيرة.

**07-سهولة الاستخدام:** حيث لا تتطلب بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع استخدام بعض التطبيقات المبسطة التي تسهم في تسهيل الحصول وتبادل والمعلومات ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة، وقد ساهمت الكثير من الشركات في تطوير أدوات ومعدات وبرمجيات صحافة الهاتف المحمول. حيث تمكن من استخدام صحافة الهاتف المحمولبسهولة، حتى لذوي

---

[9]- طلعت عبد الحميد عيسى، **اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات "دراسة ميدانية"** ، أطروحة شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،الجامعة الإسلامية غزة،2016، ص92.

[10]- طلعت عبد الحميد عيسى، نفس المرجع، ص92.

[11]-نفس المرجع، ص93.

الاحتياجات الخاصة مما أدى إلى سهولة في إنتاج المحتوى الإعلامي دون عناء، أو حاجة للكوادر البشرية أو الأدوات المساعدة الباهظة الثمن وكذلك سهلت نشر وإرسال المواد الإعلامية، في كثير من الأحيان يقوم المستخدم عبر صحافة الهاتف المحمول بعرض الفيلم على الهواء مباشرة، في حين أن سيارات الأقمار الصناعية التقليدية وطواقم الأخبار تكون في طريقها إلى مكان الحادث.[12]

**08-الإغراق المعلوماتي:** هي عبارة عن مجموعة البيانات والمعلومات (المنظمة أو غير المنظمة) الضخمة جدا والمعقدة بسبب المعلومات الإضافية المشتقة من تحليل مجموعة واحدة كبيرة من البيانات ذات الصلة، مما يؤدي إلى صعوبة فهم الشخص لمسألة ما واتخاذ القرارات المناسبة.

**09-التغلب على الرقابة:** سمحت صحافة الهاتف المحمول للفرد صناعة المحتوى الإعلامي،واستقباله،وإرساله، وإبداء رأيه، وللنقد والتعليق على الموضوعات دون قلق أو خوف من الملاحقة المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الإعلام والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم، وانعكاس ذلك على مدى قدرة وكفاءة النظام السياسي والنخبة الحاكمة وغيرها على السيطرة الرمزية على ظاهرة ميلاد الفردانية.[13]

**10- تغير الروتين :** الهواتف المحمولة غزت وسيطرت تماما على السلوك الروتيني اليومي بكل مستوياته ، وعلى كافة الأوقات ، فالهاتف المحمول أصبح لا يقف عند مجرد آلة تستخدم للاتصالات الضرورية فحسب ، بل وسيلة يمكنها أن تؤدي نفس الأدوار التي تقوم بها الوسائل الإعلامية الأخرى والتي صارت تقليدية في ظل التقدم الذي لحق الإنترنت والهاتف المحمول ، فالهاتف المحمول إذا أصبح يؤدي وظيفة : الاتصال – الإعلام – الإخبار – الإعلان – الترفيه ، فاستيعاب الهاتف المحمول لإمكانيات الإنترنت والإذاعة والتلفزيون والصحافة كسر متسارع لبعض مكونات القيم التقليدية ، وتجاوز بعضها ، والتشكيك في شرعية بعضها الآخر ومدى ملاءمته للحياة العصرية . [14]

هناك من الباحثين من يضيف لما سبق ذكره جملة من الخصائص لصحافة الهاتف الذكي تتمثل فيما يلي:

**01 -قلة التكاليف:**حيث تقلص تكاليف الإنتاج نظرا لعدم حاجتها لطواقم كبيرة.

---

[12]- طلعت عبد الحميد عيسى، نفس المرجع، ص94.

[13]-نفس المرجع، ص95.

[14]- نفس المرجع، ص95.

**02 -سهولة الحركة:** فبإمكان الصحفيين التحرك بهواتفهم الذكية أسرع من غيرهم وأن يكونوا في الطليعة خلال تغطية الأخبار العاجلة، وهات الميزة مكنت الصحفيين من الدخول لمناطق لم تكن متاحة من قبل.

**03 -السلامة:** تعزيز إجراءات السلامة فالصحفيين الذين يستخدمون هواتفهم الذكية أثناء تواجدهم بين الحشود أقل لفتا للانتباه من الذين يستخدمون المعدات الكبيرة الثقيلة لتغطية الحدث

**04 -التصوير بتقنية الدقة الفائقة ( 4K):** تتيح أحدث أجيال الهاتف الذكي التصوير والحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة، فصحافة الموبايل لم تعد مقيدة بسقف محدود من النوعية، في حين لا تزال معظم كاميرات الأخبار التليفزيونية وأنظمة التحرير تعتمد تقنية HD، فان أجهزة الهواتف المحمولة توفر جودة تقنية 4K.

**05 -البث المباشر:** توفر الهواتف الذكية إمكانية البث المباشر بشكل أبسط وبأقل تكلفة من خلال تطبيقات خاصة سهلت ذلك، فالوصول للجمهور أثناء البث المباشر هو ميزة أساسية في صحافة الموبايل.[15]

**أنواع صحافة الهاتف الذكي**

يمكن تصنيف صحافة الهاتف الذكي من حيث الاستخدام إلى ثلاثة أنواع وهي:

01-**وسيطمتابعة:** عندما يتم استخدامه من جانب الجمهور كوسيط أو منصة لمتابعة المحتوى الصحفي والمواد الإعلامية.

02-**وسيلةمشاركة:** عندما يتم استخدامه من جانب الجمهور (المواطنالصحفي) كوسيلة للمشاركة في صنع الأخبار وتبادلها عبر المنصات أو تطبيقات الهواتف المحمولة أو مواقع وسائل الإعلام.

03-**وسيلةجمع وتحرير البيانات:** عندما يتم استخدامه من جانب الصحفيين المحترفين كوسيلة سريعة لجمع المعلومات والتقاط الصور ومقاطع الفيديو وإنتاج المواد الإعلامية ونشرها مباشرة على المواقع الالكترونية أو إرسالها إلى وسائلهم الإعلامية التقليدية والجديدة. [16]

وهناك من الباحثين من يصنفها حسب المحتوى الإعلامي المقدم عبر الموبايل إلى 03 أنواع وهي:

**01 -الأخبـــار:**تشير تقارير بعض الدراسات بأن الخبر سيكون المادة الغالبة على معظم المواد المرسلة إلى الهاتف المحمول، ولعل أهم ما يميز هذه الأخبار هي سرعة نقل الأحداث في نفس الوقت واللحظة

---

[15]-نفس المرجع، ص98.

[16]- طلعت عبد الحميد عيسى،**نفسالمرجع**،ص 98

وبالتالي يساهم في نقل ونشر الأخبار بسرعة فائقة في أي زمان ومكان، وهو ما يساعد على تحقيق عوائد مالية للمؤسسات الإعلامية.

**02 –دراما الموبايل:** تقوم دراما الموبايل على إحساس درامي سريع وقصير ومركز وأهم ما يميزها هو قصر المدة الزمنية فهي لا تتعدى الدقيقة.

**03 –الصور المتحركة:** يبدو أن أسلوب الصور المتحركة ملائم كثيرا للمواد الخفيفة التي يتم بثها عبر الهاتف المحمول ويرى المنتجان الأوائل للأفلام الهزلية (MAIKEL WULF) و ( MORGNTHALER ANDRES) اللذان ابتكرا أول صورة متحركة تظهر على الهاتف المحمول ( mtv.61) أن الرسوم الكارتونية تحظى باهتمام كبير.[17]

كما صنفها آخرون من حيث مصدرها إلى:

**01 – خدمة الرسائل القصيرة والرسائل المصورة:** وهي وسيلة للتواصل بواسطة النصوص يتم استقبالها أو إرسالها عبر الهواتف المحمولة، وسميت بالقصيرة لأن عدد أحرفها لا يتجاوز 70 حرفا للرسالة الواحدة. أكثر ما يميز هذه الخدمة أنها لا تحتاج إلى الهواتف المحمولة من النوع الذكي ولا تحتاج أن يكون الجهاز موصولا بالأنترنت.

**02 – تطبيقات الهواتف المحمولة:** التطبيق هو برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية وغيرها من الأجهزة النقالة، وهي الموجة الجديدة في استخدام الهواتف النقالة، فلم تعد الهواتف النقالة بعدها مجرد أجهزة للاتصالات الهاتفية الصوتية فقط، بل تعدتها إلى تبادل رسائل الوسائط المتعددة كالصور والفيديو واستخدام البريد الالكتروني والانترنت، ونظرا للإمكانيات الهائلة في الهواتف الذكية أصبح بالإمكان استغلال هذه الإمكانيات من قبل تطبيقات متعددة تفيد المستخدم. ويتفرع على هذا النوع حوالي 06 أصناف من التطبيقات نوردها كما يلي:[18]

أ –**التطبيقات الإخبارية:** هي تطبيقات غالبا ما تكون تابعة للمؤسسات الإعلامية الصحفية ويكون تطبيقها عبر المحمول لمواكبة التكنولوجيا.

ب **تطبيقات التواصل الاجتماعي:** هي تطبيقات تكنولوجية مسندة إلى الويب تتيح للناس التفاعل فيما بينهم، وتسمح بنقل البيانات الالكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على الآخرين، جعلت هذه التطبيقات الاجتماعية من عملية تقديم الأخبار عملية أسرع.

---

[17]- سمية بن زكة ونزهة حنون، **مرجع سبق ذكره** ، ص 457

[18]-طلعت عيسى عبد الحميد،نفسالمرجع، ص98.

ج -**التطبيقات المرئية والصوتية:** يعود سبب نجاحها للانفجار الذي شهده استهلاك الفيديو على الأجهزة المحمولة كما أن الهواتف تعمل بواسطة الأقمار الصناعية جعلت من الممكن إجراء بث لفيديو مراسل أو صانع الأخبار من مواقع بعيدة دون الحاجة لشاحنة الأقمار الصناعية، بواسطة تطبيقات الفيديو الدردشة التي تعمل من خلال الانترنت حيث قامت هذه التطبيقات بتوفير بديل للحزم الإخبارية التقليدية لتبقي طوال اليوم المستمعين والمشاهدين في انخراط معها.

د -**التطبيقات البريدية:** هي تطبيقات يمكن من خلالها بث وتلقي الرسائل بين المستخدمين وهي تعد من طرق التراسل الالكتروني الرسمية بين المؤسسات والهيئات.

هـ -**تطبيقات الملاحة:** نظام التموضع العالمي ويرمز له ( GPS) وهو نظام ملاحة عبر الأقمار الصناعية يقوم بتوفير معلومات عن الموقع والوقت في جميع الأحوال الجوية، في أي مكان على الأرض. وأصبح هذا النظام متاحا عبر الهواتف الذكية وله العديد من التطبيقات أشهرها ( GOOGLE MAPS) وتطبيق (MAPPY) وغيرها من التطبيقات.[19]

و-**تطبيقات تحرير المحتوى:** وهي تطبيقات يمكن من خلالها معالجة محتوى الكتروني للمحمول سواء كان المحتوى نص أو فيديو أو صوت أو صورة، وهي تطبيقات كثير تعمل كبديل عن أجهزة الحاسوب في المونتاج وإنتاج المواد الإعلامية بصورتها النهائية.

**03 - متصفحات الهواتف المحمولة:** هو متصفح ويب مصمم للاستخدام على جهاز محمول مثل الهاتف المحمول أو المساعد الشخصي الرقمي، أو الحواسيب اللوحية وذلك لعرض محتوى الويب أكثر فعالية للشاشات الصغيرة علة الأجهزة المحمولة، ومن أشهر هذه المتصفحات (كروم سفاري) متصفح (أوبرا) وهو الأسرع والأكثر استخداما في انترنت الموبايل.[20]

❖ لما سبق ذكره يمكننا القول أن صحافة الهاتف الذكي صنفت وفقا لثلاثة معايير تتمثل في: الاستخدام وينقسم لثلاثة أنواع وهي: وسيط متابعة، وسيلة مشاركة، وسيلة جمع وتحرير البيانات. المحتوى الإعلامي وتنقسم إلى: الأخبـار، دراما الموبايل، الصور المتحركة. ومن حيث المصدر تنقسم إلى ثلاثة أنواع: خدمة الرسائل القصيرة والرسائل المصورة تطبيقات الهواتف المحمولة والتي بدورها تتفرع عنها عدة أنواع منها: التطبيقات الإخبارية تطبيقات التواصل الاجتماعي، التطبيقات البريدية، تطبيقات الملاحة، تطبيقات تحرير المحتوى، والنوع الثالث يتمثل في متصفحات الهواتف المحمولة.

---

[19]-نفس المرجع، ص99.

[20]-طلعت عيسى عبد الحميد،نفس المرجع،ص100.

**ثانيا: صحافة المواطن أو الصحافة البديلة:**

حيث أصبح بإمكان المواطن (الفرد) صناعة المضامين الإعلامية المختلفة فيها ومعالجتها وبثها عبر هذه التقنيات الاتصالية الجديدة بكل صيغها وصورها الصوتية منها والمرئية أو في شكلها النصي المرفق هو أيضا بالصوت والصورة، أي في شكلها النصي المتعدد الوسائط ومن أهم هذه الوسائط مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة لخدمات الهاتف الذكي ومواصفاته التقنية.

وهي من مميزات المتلقي الأخرى في البيئة الرقمية الجديدة، التي مكنته من مشاركته في الاعلام باعتباره متلقي إيجابي مساهم عن بعد في اعداد المحتوى الإعلامي.

حاول الكثير من الباحثين المهتمين بوسائل الاعلام الحديثة أن يقدموا مفهوما دقيقا لصحافة المواطن، فوقعوا في اختلافات كثيرة نتيجة اختلاف خلفياتهم العلمية والفترات الزمنية التي درسوها فيها، فقد راجت تسميات عديدة لهذا النوع الجديد علىغرار صحافة التطوع، الصحافة الشعبية، صحافة الهواة، الصحافة الشبكية، صحافة المصر المفتوح، الصحافة البديلة... وغيرها.

وتشير كل هذه التسميات الى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أ المستخدم بإنتاج مضامين إعلامية أو يشارك في انتاجها وينشرها ويبثها عبر وسائل وتطبيقات الاتصال الجديدة( مواقع الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي، مواقع بث الفيديو والبودكاست، المواقع التشاركية، منتديات النقاش الالكتروني...)، ورغم وجود نسبة هامة من الصحفيين المحترفين الذين يمارسون صحافة المواطن(كالتدوين مثلا) الا أن أغلبية الممارسين لها هم مواطنين او المستخدمين العاديين ، أو من الهواة (غير المحترفين) ولذلك قد شاعت تسمية " صحافة المواطن في الأدبيات الإعلامية الأكاديمية منها والمهنية. وبالتالي فهي جاءت لتعبر عن نوع من "صحافة الجمهور، التي يمارسها الجمهور من أجل الجمهور [21]

**خصائص وسمات صحافة المواطن**

خصائص صحافة المواطن لاتختلف في جوهرها عن خصائص وسمات صحافة الهاتف الذكي، فهي الأخرى تتسم بالتفاعلية، التواجد في كل مكان وزمان، اتاحة الوصول للمعلومات من كل مكان، النقل الآني والمباشر للأحداث، مضمون متعدد الوسائط، محتواها ديناميكي...وغيرها

**أشكال تطبيقات صحافة المواطن**

[21]- إبراهيم بعزيز، **مشاركة الجمهور في انتاج محتوى وسائل الأعلام وظهور صحافة المواطن**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، سنة 2014/2013، ص 73-74.

**01-المدونات الالكترونية( blog)**: هي مصطلح ناتج عن ادغام كلمتين webو log (weblog)وهو مصطلح وضعه الكاتب الأمريكي jombarger سنة 1997 للإشارة الى المواقع التي تمكن الأفراد من نشر آرائهم. هناك من وصف المدونات " **بالصحافة التساهمية**" أو " **صحافة الثقافة الجماهيرية الناقدة** " والتي تعلق على الاحداث والاخبار والوقائعالتي تتناقلها وسائل الاعلام السائدة.

تنقسم بدورها الى عدة أنواع يمكن تصنيفها:

أ-من ناحية المضمون (شخصية، سياسية، تجارية، اقتصادية، دينية وغيرها.

ب-من ناحية الملكية (مدونات المواطنين، مدونات الصحفيين، مدونات وسائل الاعلام السائدة، مدونات شبه تابعة لوسائل الاعلام).

**02- مواقع نشر وتحميل تسجيلات الفيديو**: وهي مواقع تقاسم تسجيلات الفيديو التي ينتجها المستعملون ويبثونها من أشهرها: موق اليوتيوب youtube، دايلي موشنdaily motion، مايفيديوmyvideo.

**03- مواقعالبودكاستpodcasting**: وتعتبر هذه الكلمة تركيب من كلمتي ipod و broadcast وهي تقنية تتيح مجموعة من الملفات أو تسجيلات سمعية. والتي يتشارك فيها الجمهور مجانيا عبر الانترنت، ويمكنه مشاهدتها وتحميلها، وهناك العديد من التطبيقات والمواقع الخاص بهذا النوع.

**04-مواقع التشبيك الاجتماعي social networking sites**: أو كما يسميها سيرج برولكس تطبيقات الترابط الاجتماعي، وهي مواقع تسمح للمستعملين بامتلاك صفحات شخصية ونشر مايرغبون فيها من مضامين (صور، فيديوهات، نصوص...)

**05-مواقع الويكي wiki**: وقد أنشأت من طرف wardcunningham وهي مواقع للتحرير الجماعي التشاركي تمكن الفرد من الكتابة والنشر وتعديل مضامينها ومقالاتها، وتعتبر تسميته اشتقاقا من لغة هاواي wikiwiki والتي تعني السرعة، من أشهر مواقه ويكيبيديا wikipedia .

**06-المواقع التساهمية**: وهي مواقع جمع الاخبار بشكل تشاركي من طرف الأفراد المستعملين، وهي بمثابة صحف يحررها قراؤها من أشهرها: أوهمي نيوز ohmynews الذي أسسه مواطن من كوريا الجنوبية سنة 2000 م، وبلغ عدد المشاركين في مضامينه 41000 صحفي مواطن مشارك بنحو مئتي مقال وصورة وفيديو ويعتبر هذا الموقع كشكل هجين يجمع بين الصحافة الاحترافية وصحافة الهواة.[22]

[22]- نفس المرجع السابق، ص84

**خاتمة:**

في الأخير يمكننا القول أن التطور الهائل الحاصل في مجال الإعلام والاتصال خاصة مع التحولات المتسارعة في مجال الإعلام الرقمي، جعل الأدوار تتداخل بين المرسل والمتلقي بحيث لم يعد المتلقي مجرد فرد من الجمهور يتلقى الرسائل ويتأثر بها بصورة عرضية مثلما عرفناه في البيئة الإعلامية التقليدية، وإنما أصبح في الوقت الحاضر يتميز بكونه جمهورا نشطا يلعب دور المرسل والمتلقي من خلال عملية التفاعل الآنية مع الأحداث والرسائل عبر مختلف تطبيقات الإعلام الجديد، هذا ما جعل العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائط الرقمية للإعلام الجديد تبادلية من خلال استعانة المؤسسات الإعلامية بالفضاء الرقمي لدعم رسائلها الإعلامية بواسطة خلق صفحات وقنوات عبر مختلف تطبيقات الإعلام الجديد، بالإضافة إلى إشراك ما يسمى بصناع المحتوى الإعلامي أو المؤثرين عبر الفضاء الرقمي في البيئة الإعلامية التقليدية لاسيما في التلفزيون بالدرجة الأولى كحتمية أملتها سيطرة الإعلام الجديد بصورة أكبر، وخلق التنافس الذي فرض على البيئة الإعلامية التقليدية التعاطي مع كل ما تطرحه البيئة الرقمية للإعلام الجديد.

**قائمة المراجع:**

**المجلات العربية:**


01 – سعد إبراهيم وحيدر أحمد حسين، **دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة**، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين/ألمانيا، العدد 06، سنة 2019.

02 – **عزيزة** محمد نور، **استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام – الجزيرة أنموذجا** –، عهد الجزيرة للإعلام، سنة 2020.

03 – فتيحة بارك، **دراسات الجمهور من الصحيفة إلى الوسائد الجديدة: بين النظريات القاعدية والبحث عن مقاربات جديدة**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد01، سنة2019.

04 – يوسف براهيمي، **مواصفات التلقي ومميزاته في الاعلام الجديد واقع وتحديات** ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة باتنة، المجلد 22، العدد02، سنة 2021.


**أطروحات:**


01 – إبراهيم بعزيز، **مشاركة الجمهور في انتاج محتوى وسائل الأعلام وظهور صحافة المواطن**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، سنة 2014/2013.

02 – طلعت عبد الحميد عيسى، **اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات "دراسة ميدانية"**، أطروحة شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجامعة الإسلامية غزة، سنة 2016.

03 – عليقسايسية، **المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي–دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995–2006** –، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، سنة 2007/2006.


**مواقع إلكترونية:**


01 – موقع مركز الجزيرة للدراسات (نصرالدين لعياضي)، عنوان المقال: **ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية** ، https://studies.aljazeera.net/ar/article/5072