انعكاسات البيئة الرقمية على أشكال التغطية الإعلامية: التوجه نحو التغطية التفاعلية

د. حسينة بن رقية
أستاذ محاضر –أ–
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3–صالح بوبنيدر.
البريد الالكتروني: hassina.benreguia@univ-constantine3.dz

ملخص:

ألقت التطورات المتسارعة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة بظلالها على البيئة الإعلامية التقليدية التي توجهت وسائلها إلى رقمنة محتوياتها وأساليب عرضها، فتغيرت معها شروط الممارسة الإعلامية فظهرت قوالب صحفية جديدة في الصحافة الالكترونية وأدت المستويات العالية للتفاعلية على الوسائط الرقمية إلى بروز شكل جديد من أشكال التغطية الإعلامية التي تتناسب مع طبيعة الوسيط الجديد وظروف استخدامه.

فقد أصبحت الوسائط الرقمية تسيطر على المشهد الإعلامي في البيئة الرقمية، حيث يعكف مستخدموها على متابعة الأخبار عبر هواتفهم النقالة من أكثر من موقع، ما يحتم على الصحفي الانتقال إلى نمط التغطية الإعلامية التفاعلية ليوفر للمستخدم تغطية أشمل تجعله يتعلق بالموقع ولا ينتقل إلى بدائل أخرى متوفرة في هاتفه قد تقدم له مضمونا أشمل وأكثر تفاعلية.

هذا النوع الجديد من التغطية الإعلامية الذي يعتمد أساسا على دعم النص بالوسائط المتعددة وأدوات التفاعلية والمشاركات المفتوحة للمستخدم، سيكون محل اهتمام دراستنا التي نسعى من خلالها إلى التعريف بالتغطية التفاعلية والتفصيل في أدواتها ومكونتها وشرح أسسها.

الكلمات المفتاحية: البيئة الرقمية، التغطية الإعلامية، التغطية التفاعلية.

Abstract:

The rapid developments in new media and communication technologies have cast a shadow over the traditional media environment, whose means have tended to digitize their contents and presentation methods. with them, the conditions of media practice have changed, and new journalistic templates have emerged in electronic journalism. High levels of interactivity on digital media have led to the emergence of a new form of media coverage that Commensurate with the nature of the new medium and the conditions of its use.

Digital media has come to dominate the media scene in the digital environment, as its users are following the news via their mobile phones from more than one site, which necessitates the journalist to move to the interactive media coverage mode to provide the user with more comprehensive coverage that makes him related to the site and does not move to other alternatives available in His phone may provide him with more comprehensive and interactive content.

This new type of media coverage, which relies mainly on multimedia text support, interactive tools, and user-open posts, will be of interest to our study, through which we seek to define interactive coverage, detail its tools and components, and explain its foundations.

Keywords : digital environment, media coverage, interactive coverage.

مقدمة:

تعد شبكة الإنترنت أحد أهم الخيارات التكنولوجية الجديدة المتاحة بسهولة أمام ملايين المستخدمين في كل أنحاء العالم، بمختلف انتماءاتهم ومستوياتهم واهتماماتهم، فهي وسيط متعدد الاستخدامات يستجيب كل توقعات المستخدم في مختلف المجالات، خاصة بعد أن تحولت محور نشاط كل المؤسسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والإعلامية، التي سارعت إلى إنشاء مواقع لها على الشبكة العنكبوتية العالمية للحفاظ على استمراريتها، والحصول على رواج أكبر.

لقد شمل تأثير الانترنت نشاط المؤسسات الصحفية كغيرها من التنظيمات المهمة القائمة داخل كل المجتمعات، فقد أصبحت منافسا لهذه المؤسسات كمصدر للمعلومات فقد انتهى احتكار الإعلام التقليدي بمختلف أنواعه للمعلومة بعد تنامي النشاط الإعلامي لشبكة الانترنت وظهور الصحافة الالكترونية والمواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن والفيدي و زغيرها من أشكال الرقمي الجديد.

فقد أصبحت الانترنت وسيط الوسائط الرابط بين مختلف المؤسسات منها الأكاديمية والاستثمارية أو الحكومية وخاصة المؤسسات الصحفية لتسير عملها أو الاتصال بجمهورها أو عرض برامجها ومنتجاتها على اعتبرها مؤسسات اقتصادية قوام نشاطها المعلومة والاتصال بالجمهور.

إن تحول النشاط الصحفي إلى الانترنت زاد من قوة انتشار المضمون الصحفي وجعله قادرا على التحول إلى النطاق العالمي فقد أصبحت الصحف تصل إلى جمهورها في كل مكان وزمان دون أي حدود، فضلا عن القدرة التفاعلية المتاحة أمام المستخدم لمواقع الصحف الالكترونية بأنواعها كما أن هذه المواقع تتيح للصحفي أو المستخدم الرجوع لكل ما نشر في الصحيفة أو الموقع الإخباري التابع لنشاط أي مؤسسة إعلامية على مدار سنوات طويلة من خلال البحث في أرشيفها الإلكتروني.

لكن الزخم المعلوماتي والإخباري الذي جعل الشبكة المعلوماتية تفيض بكم هائل من الأخبار والمعلومات يوميا جعلت العمل الصحفي أمام منافسة كبيرة بعد أن سبحت منه صحافة الموبايل السبق في تغطية الأحداث المحلية والأكثر قربا من الصحفي المواطن، فلأخبار التي يتناقلها المواطنون الصحفي والمنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت الصحفي في صراع من أجل مسايرة العصر ومفرداته وزادت من حجم ونوع المهارات المتطلبة لديه تقنيا وفنيا وإعلاميا، ما حتم على الصحفيين ضرورة إجادة فن اختيار المعلومات في ظل هذا التدفق الضخم للمعلومات وتفجرها.

إن مواقع الصحف الشبكية والبوابات الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت أمام المستخدم مساحات جديدة لتقديم الخبر وتمكين المستخدمين من التحاور بشأنه، فأصبحت مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار والصور اللازمة للعاملين في المجال الإعلامي عامة ، مقارنة بالمواقع الالكترونية التكميلية

لنشاط المؤسسات الإعلامية التقليدية، التي استمرت في تقديم تغطية تقليدية على مواقعها الالكترونية، وتجاهلها للتفاعلية والوسائط المتعددة في التغطية الصحفية المقدمة في المواقع المنافسة.

كل هذه المتغيرات الجديدة المشكلة للبيئة الرقمية الجديدة التي تنشط فيها المؤسسات الصحفية أثرت بشكل واضح على شكل ومضمون الممارسة الصحفية على الانترنت، وخاصة التغطية الصحفية التي تأثرت باستخدام الصحفيين للوسائط الرقمية الجديدة وبتعدد مصادر معلوماتها وبيئة البينات التي تعالجها، خاصة بعد الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي وظواهر أخرى كالمؤثرين والصحفي لمواطن وصحافة الفيديو والموبايل، ما حتم على المواقع الصحفية الالكترونية ومختلف المواقع الالكترونية الإخبارية إلى اعتماد نمط التغطية الصحفية التفاعلية التي تستدعي تغيير شكل ومضمون التغطية الصحفية من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني الرقمي التفاعلي الجديد، الذي يعتمد على التفاعلية في المضمون والتوظيف الاحترافي للأنفوغرافيا والوسائط المتعددة.

هذا النوع الجديد من التغطية الإعلامية المعتمدة على الحواسيب والشبكات المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي، دفعنا إلى محاولة التعرف على أهم خصائصها والوسائل المستخدمة فيها وتأثيرها على القيمة الإخبارية، محاولين تقديم إجابة كافية للتساؤل الرئيس للدراسة في صيغته المركبة التالية:

كيف انعكست ظروف البيئة الرقمية على أشكال التغطية الإعلامية؟ وما التغطية التفاعلية؟

للإجابة على هذا السؤال قمنا بتقسيم الدراسة إلى العناصر التالية:

-تحديد المفاهيم.

-سمات وخصائص التغطية الصحفية من خلال الإنترنت.

-عناصر التغطية التفاعلية.

-القصص الإخبارية المبنية على تفاعلات الجمهور.

-التغطية التفاعلية المبنية على الوسائط المتعددة.

-دور المنابر المتعددة في تقديم القصة.

-تقنية رواية الخبر بالفيديو.

-القيمة الإخبارية في ظل التغطية التفاعلية.

-الخبر بين القيمة والانتشار.

1. تحديد المفاهيم:

قامت الدراسة على المفاهيم الأساسية التالية:

1.1 تعريف البيئة الرقمية:

البيئة الرقمية فهي "بيئة يكون اتصال المستفيد بها من أي مكان ومن أي حاسوب ولا تكون المعلومات والمراجع فيها منظمة بل يحتاج الباحث فيها إلى استخدام استراتيجيات وطرق معينة لاسترجاع

المراجع والمصادر التي يبحث عنها، ومن هنا نلاحظ أنها بيئة الانترنت فلا يحتاج الباحث سوى شبكة وحاسوب للاتصال بها. إذن يمكن إن نطلق على شبكة الانترنت مسمى البيئة الرقمية"[i].

- **المكونات الأساسية للبيئة الرقمية:**
- يرى (Tellier, 1993) أن المكونات الأساسية التي يجب توفرها في البيئة الرقمية هي[ii]:
- المعلومة على الشكل الرقمي؛
- التكنولوجيات الحديثة لنقل المعلومات والاتصال؛
- الوسائل التقنية المستعملة من قبل المستعمل للوصول إلى المعلومة.

2.1. تعريف التغطية الإعلامية:

تسمى أيضا بالتغطية الخبرية وهي : "عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معني والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه و أسماء المشتركين فيه وكيف وقع ومتى وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر اليت تجعله صالحا للنشر، فالتغطية هي التي تحول الحدث إلى خبر يستحق النشر"[iii].

3.1. تعريف التفاعلية:

تعد التفاعلية أحد إمكانات القوية الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديد new media، حيث يشار إلى التفاعلية على أنها أهم خصائص الانترنت فهي: "أحد الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدمة لتمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى"[iv].

وتشير بعض القواميس إلى أن التفاعلية Interactive هي: "مصطلح يشير إلى قيام مستخدم بإرسال بيانات ثم ينتظر استجابة من الجهة التي راسلها قبل أن يواصل مهامه"[v].

4.1. تعريف التغطية التفاعلية:

إن التغطية الصحفية التفاعلية حسب دراستنا هذه تشير إلى التغطية الصحفية المستعينة بالإنترنت والتي تتيح إمكانية التفاعل الإيجابي بين المستخدمين والصحفيين، وتزيد من فرص مشاركة المستخدم في صناعة المحتوى، حيث أصبحت السيادة في ال بيئة الإعلامية الرقمية في يد المستخدم ، الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة.

يمكن تقسيم التفاعلية التي تتم في هذا النمط الاتصالي إلى قسمين رئيسين هما:

أ-الاتصال التفاعلي المباشر:

هو النمط الذي تحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر، ويتم عبر مشاركة القراء في غرف الحوار التي تنشئها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين والقراء حول القضايا المختلفة، وأيضا يتحقق هذا النمط من التفاعلية من خلال خدمة المرسال التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين إدارة الصحفية ومحرريها، كما تتيح للمحررين إمكانية الاتصال المباشر بمصادرهم لإجراء الأحاديث الصحفية، كما يمكن للصحف

الإليكترونية الإفادة من خدمة الاجتماع على الشبكة وذلك في عقد الاجتماعات الإلكترونية بين المحررين.

ب – الاتصال التفاعلي غير المباشر:

تتمثل في أهم خدمات الاتصال غير المباشر التي توفره الصحف الإلكترونية في البريد الإلكتروني، والذي يسمح بإرسال رسائل القراء الإليكترونية والتي تتضمن تعليقاتهم إلى الصحف التي يتعرضون لها، أيضا هناك خدمة القوائم البريدية والتي تعمل من خلالها الصحيفة على تزويد المشتركين فيها عبر البريد الإليكتروني بعناوين الموضوعات التي تطرحها وتتلقى منهم بالطريقة نفسها ملحوظاتهم حول هذه الموضوعات مثلما تفعل صحيفة نيويورك تايمز، وصحيفة الحياة .

كذلك هناك خدمة المنتديات الحوارية حيث يمكن لقراء الصحف الإلكترونية التواصل غير المباشر مع صحفهم من خلال هذه المنتديات التي تطرحها الصحف حول بعض المجالات ذات العلاقة باهتمامات قرائها وتعمل هذه المنتديات وفق تقنية معينه تتيح للصحف التحكم في المشاركات الواردة إليها بالتعديل أو الحذف إذا لزم الأمر.

- **التعريف الاجرائي للتغطية التفاعلية:**

هي طريقة تتناول المؤسسة الإعلامية الالكترونية أو السمعية البصرية لمختلف الجوانب المتعلقة بالحدث من خلال رصد مجريات الخبر وتحليل ابعاده وآثاره وذلك بغرض إيصال رسائلها الى ج مهور المستخدمين بطريقة تحقق الهدف المراد من وراء نشرها.

2. سمات وخصائص التغطية الصحفية من خلال الإنترنت

تتسم الإنترنت بعدة سمات متميزة من ناحية التغطيات الصحفية مثل:

- **التغطية الصحفية الفورية:** حيث تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد على الإنترنت، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة الأخبار العاجلة وهي عبارة عن شريط إخباري يوجد في أغلب مواقع الصحف الإلكترونية توفر معلومات أولية بسيطة عن أي حدث طارئ ومفاجئ، ومن مميزاتها تشويق القارئ لمعرفة المزيد من المعلومات وانتظار التفاصيل، كما أنها تساعد الأفراد المشغولين على الاطلاع على مستجدات آخر الاخبار اليومية دون أن يضطروا للجلوس أمام الشاشة.
- **التغطية الصحفية الحية:** توفر الإنترنت تغطية حية ومباشرة للأحداث من موقع حدوثها، وفي لحظة وقوعها، فضلا عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد باستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة من كمبيوتر وانترنت وكاميرات وتعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي على الإنترنت.
- **التغطية الصحفية المتعمقة:** تتوافر على الإنترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوعات من جهات مختلفة وبطرق متنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعاده المتعددة من أطراف

متعددة، كما يوجد العديد من الروابط، والتي تحيل الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تعمق معرفته عن الحدث ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه، فضلا عن وجود العديد من خلفيات الأحداث والتي تساعد في استكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته.

- **التغطية الصحفية التفاعلية:** تتيح الإنترنت إمكانية التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين، وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية، حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإلكترونية الحديثة للقارئ الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة.
- **التغطية الصحفية الرقمية:** توفر الإنترنت العديد من المواد الصحفية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يمكن تخزينها واسترجاعها في أي وقت وهو أمر مهم في العمل الصحفي حيث يوفر الجهد والوقت، كما يفتح آفاقا رحبة لأداء العمل الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم.
- **التغطية الصحفية متعددة الوسائط:** توفر الإنترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها مميزا مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة، وهي أمور تفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها، وتنقل القارئ إلى موقع الحدث، وتقربه من أجواء الحدث وتجعله متفاعلا معه، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية أخبار وشرح وتفسير، فضلا عن القدرة على التحكم في طريقة العرض والأنباط والأحجام والخلفيات والمساحات.
- **التغطية الصحفية المتكاملة:** حيث تجمع الإنترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدرا صحفيا يزود بالمعلومات وأداة اتصال بالمصدر مثل التليفون والبريد الإلكتروني وجماعات النقاش وهي وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات وهي مكتبة وأرشيف ضخم... الخ وجميع هذه العناصر السابقة تساعد على إمكانية قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث ما دونما مغادرة مكتبه أو موقعه.
- **التغطية الصحفية الذاتية:** أصبح بمقدور الصحفي من خلال استخدام الإنترنت القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده، من اختيار الموضوع وجمع بياناته والاتصال بمصادره وكتابته، بل ونشره.
- **التغطية الصحفية المؤلفة:** يمكن توليف وتوفيق التغطية الصحفية التي توفرها الإنترنت، ويعني هذا قدرة القارئ على خلق الأخبار المخصصة وفقا لاحتياجاته من الأخبار والمعلومات وتفضيلاتهم الصحفية واهتماماتهم وأوقاتهم وتنقلاتهم. كما يمكن أن تولف الصحيفة مصادر الإنترنت بما يتوافق مع احتياجاتها الصحفية وتوظيفها كأحد مصادرها الصحفية الذاتية مثل Customized News Sources.

فعلى سبيل المثال يمكن للقارئ أن يختار عرض الأخبار الخاصة بالبحرين فقط في محرك البحث، ويقوم المحرك بدوره باستعراض الأخبار الخاصة بالبحرين فقط.

- **التغطية الصحفية الموضوعية:** حيث تتوافر عدة مصادر تتناول ذات الحدث على شبكات الإنترنت ذات الرأي والرأي الآخر، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات.

- **التغطية الصحفية المستمرة:** العمل الصحفي على الإنترنت لا يتوقف على مدار ال 24 ساعة، بما يتيح تجديد المادة الصحفية بشكل مستمر، فضلا عن السرعة في التغطية.
- **التغطية الصحفية اللامحدودة:** لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت تسمح بتغطية كبيرة للحدث، وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة.

3.عناصر التغطية التفاعلية[vi]:

تتصدر وسائل الإعلام الإلكترونية اليوم المشهد الإعلامي محققة قفزات كبيرة، ووفقا للعديد من الدراسات فإن الجمهور يتابع الأخبار والأحداث من خلال هواتفهم النقالة، مما يستلزم القفز عن التغطية التقليدية إلى التفاعلية، وهو ما يستوجب من الصحفي أن يجعل تغطيته متفاعلة مع النص والحدث وتفاصيله. فكيف يمكن تحقيق ذلك؟

الجزء الأبرز من التغطية التفاعلية المرئية في عالم الإعلام اليوم، نشاهدها عبر البرامج المفتوحة وموجات البث المفتوح التي تعقب أحداثا بعينها، غير أن هذه التغطية تقتصر على آراء المشاهدين وقد تخرج عن السيطرة في كثير من الأحيان، ولا تكتسب صفة التغطية المهنية الرصينة التي نسعى بداية إليها، لأن التغطية تبدأ بالمعلومات ومن ثم الآراء والتعليقات وردود الأفعال.

في مجال التغطية التفاعلية نجد العناصر التالية:

- إدراج مقابلات مرئية ضمن التغطية الإخبارية.
- إدراج مقاطع مرئية لزوايا محددة من الحدث.
- تضمين التغطية ملفات "وسائط متعددة".
- استخدام الخرائط والرسوم التفاعلية.
- استخدام صحافة "الإنفوغراف" بما يخدم الموضوع.
- استخدام تقنية التصوير الجديدة للفيديو 360 درجة في التغطيات الإخبارية والقصص الإنسانية.

فالفائدة هذا النوع من التغطية هو تقديم الحدث بأقل عدد من الكلمات إذ تضاف المقاطع المرئية للتغطية، بما يمكن من تقديم الخبر مكتوبا ومرئيا وإلكترونيا في نفس الوقت. وتخدمنا في هذا الإطار التطورات التكنولوجية اللامحدودة حيث يمكن للصحفي توظيف التقنيات واستخدام البرامج البسيطة لتجويد مادته الصحفية وجعلها أكثر تشويقا دون حاجته إلى أن يكون خبيرا تكنولوجياً أو متخصصاً في هذا المجال.

كما تعد مهمة التغطية الإخبارية التفاعلية لوسائل الإعلام المطبوعة هي الأصعب، لأنه لا يمكن إنتاج قصص مرئية وتضمين التغطية ملفات وسائط متعددة، وهو ما يفرض على الصحفي تفعيل التغطية من خلال ما يمكن تسميته مجازا "بالكتابة التصويرية" والوصفية. ويضمن لك هذا النوع من التغطية تقديم الحدث المتكرر بأشكال صحفية وفنية متباينة بما يكسر حدة الرتابة والملل لدى الجمهور.

4. القصص الإخبارية المبنية على تفاعلات الجمهور[vii]:

جمهور وسائل الإعلام خاصة الإعلام الجديد وتحديدا شبكات التواصل الاجتماعي؛ جمهور شغوف بالتفاعلية والتجديد والبعد عن النمطية والتقليدية، لذا ليس سهلا اجتذابه وسط انتشار آلاف المواقع والشبكات وصحافة المواطن وغير ذلك من أشكال الصحافة الحديثة بغض النظر عن مدى مهنيتها ومصدرها.

لأن إشراك الجمهور في موضوعاتك يزيد من تفاعله مع الموضوع، ويجعل منه مسوقا لموضوعك ومؤسستك الإعلامية بطريقة غير مباشرة، ومن ناحية أخرى يحقق التنوع الذي تبحث عنه في الآراء من الحدث، ولكن كيف يمكن إنتاج قصة إخبارية لحدث بناء على تفاعلات الجمهور؟

هذا النمط المستحدث من التغطية فرضته الاتجاهات الحديثة في التغطية التي جعلت من المتلقي مرسلا إيجابيا وليس سلبياً كما كان سائدا، لذا يمكن أن يطرح الصحفي الزاوية التي يريد معالجتها للحدث بمشاركة الجمهور من خلال أسئلة تفاعلية أو دعوة الجمهور للمشاركة بقصص أو تدوينات تتعلق بالحدث.

لو افترضنا أن الصحفي يرغب بإنتاج تقرير عن معاناة اللاجئين السوريين المهجرين قسرا ولا يتسنى له الوصول إلى هؤلاء المهجرين فيمكنه التواصل مع نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي أو متابعة تدويناتهم والطلب منهم المشاركة بالتدوينات والقصص والصور والمقاطع المرئية التي تتحدث عن تلك المعاناة بأوجهها المختلفة، ثم يعيد ترتيبها وعرضها بشكل متسلسل ومشوق بإضافة الخلفيات المعلوماتية لتوضيح الحدث.

حرصا من الصحفي على المصداقية يتم إيراد الاقتباسات الواردة في بعض الأحيان على لسان الجمهور كما هي بدون "فلترة" تحريرية، مع تضمين رابط الاقتباس داخل الموضوع.هذا الأسلوب تستخدمه العديد من المواقع، من بينها: موقع "سي أن أن بالعربية "، وهافينغتون بوست، والغارديان والواشنطن بوست الرقمية.

5. التغطية التفاعلية المبنية على الوسائط المتعددة[viii]:

تقدم الوسائط المتعددة طرق أفضل للصحفيين في التخاطب مع الجمهور وسرد الأحداث. فالإعلام المرئي والسمعي أو الإعلام المكتوب يعطي معلومات محدودة، لكن أدوات الوسائط المتعددة قامت بكسر الحواجز المحيطة بعملية سرد القصة.

فبسبب الفوائد الكثيرة للوسائط المتعددة، فإن كليات الصحافة حول العالم تقوم الآن بتوفير برامج الوسائط المتعددة بالإضافة الى ما تقدمه من دروس الإعلام المرئي والسمعي والمكتوب. مثل هذه البرامج تثري الصحفيين بمهارات عديدة تمكنهم من تغطية الأحداث من خلال عدة منابر.

إن اهم قرار يجب أن يتخذ عند التعامل مع الوسائط المتعددة هو اختيار المنبر المناسب لعرض القصة. وللقيام بذلك، يجب معرفة المكون الرئيسي للقصة. مثلا: القصة التي تعرض بشكل أفضل عن طريق الكتابة يمكن أن تدعم بالصورة والصوت. وبالنسبة للقصة التي تعتمد بشكل أكبر على الرؤية، يمكن أن يكون التركيز الأكبر فيها على الصورة.

البعض يرفض أن يتم اختيار طريقة التغطية قبل أن يتم جمع مكونات الخبر. مثلا، لو اختار الصحفي العمل على تقديم القصة من خلال الصورة وبعد ذلك واجهته صعوبات تقنية، يخسر الصحفي بذلك القصة. ولكن بوجود طرائق عديدة لجمع الخبر، لو انتهى المنبر المفضل بالفشل، سيكون بالمستطاع تقديم القصة من خلال منبر آخر.

لتجنب المشاكل خلال العمل على القصة، يجب التخطيط مسبقا :

– يجب أولا تحديد الأدوات التي ستستخدمها في جمع المعلومات، واختبارها مسبقا.

– على الصحفي أن يكون ملما بمعدات العمل والمصادر المتوفرة لجمع المعلومات ليكون أكثر استعدادا.

– فكما يقوم الصحفيون التقليديون بدراسة الموضوع قبل تغطيته، فعلى الصحفيين الذين يستخدمون الوسائط المتعددة أن يقوموا بدراسة المواضيع التي يقومون بتغطيتها.

–فإن العمل في غرفة أخبار التي تعتمد على الوسائط المتعددة يتطلب جهدا جماعيا.

وكمثال على العمل الجماعي، ألق نظرة على "بيجنغ بيت"، وهو تقرير عن الصينيين في بكين وسان فرانسيسكو في الولايات المتحدة تم تقديمه بوسائط متعددة، ونشر على الموقع الالكتروني لصحيفة "واشنطن بوست". وقام بإنتاج التقرير مجموعة من الطلاب في جامعة كاليفورنيا في بيركلي.

الاستعاضة عن النص بالصورة والصوت: لا يزال النص ركنا مهما من أركان التقرير المقدم من خلال الوسائط المتعددة. في كثير من الحالات، تكون القصص مرتكزة على النص، ومدعمة بالصورة والصوت. ومع ذلك فإن الصحفيين يعتمدون وبصورة متزايدة على الوسائط المتعددة لتقديم الجوانب المختلفة للقصة. في كثير من تلك القصص، يستعمل النص لتقديم معلومات مختصرة، تاركا الصورة والصوت لسرد القصة.

وخاصة مع تطور البرمجيات في السنين الأخيرة، "تستطيع الوسائط المتعددة تحسين القصة المكتوبة" حسبما يقوله "باباك ديغانبيشه"، وهو مراسل مجلة "نيوزويك" الذي عمل في العراق وإيران وأفغانستان.

فمثلا، المقالات الصورية التي يصاحبها السرد المسموع ومقاطع مرئية –طولها بين دقيقتين وخمس دقائق – تعتبر ممتازة وطريقة مثلى لدعم القصة المكتوبة والمنشورة على الإنترنت.

حيث يقول "ديغانبيشه" أيضا أن الأشكال والخرائط التفاعلية تجذب القارئ بشكل كبير، بالإضافة الى القصة المكتوبة. وهذه "اللعبة" التفاعلية والتي نشرت على الموقع الاليكتروني لصحيفة "سان فرانسيسكو كرونكل" تساعد المستخدمين على استيعاب المشكلة التي تواجه المنظومة المائية في المدينة.

6.دور المنابر المتعددة في تقديم القصة[ix]:

طالما أن جمع المعلومات عن طريق الوسائط المتعددة يتطور، فإن أذواق المتلقي تتطور أيضاً، ومع ذلك يزداد الطلب. وبسبب ذلك فإن أكثر التقارير على الإنترنت تكون مصحوبة بالصورة والصوت والفيديو..

تعتبر صحيفة "نيويورك تايمز" مثالا جيدا على وكالة إخبارية تتجه بعيدا عن أسلوب طرح المعلومة من خلال منبر واحد. وتقوم بذلك من خلال إدخال منابر متعددة لتقديم القصة. (وهذا مثال على تقرير مكتوب لـ "نيويورك تايمز" مدعوم بوسائط متعددة). ويقوم المحررون بالطلب من مراسليهم بتسجيل المقابلات والتقاط الصور ليتم إضافة الوسائط المتعددة لاحقاً بعد أن يتم إرسال القصة. عادة يقوم المراسل بالتقاط الصور والفيديو.

كما تقول "غابرييلا كالر"، المراسلة في "داي ولت" الألمانية، والتي عملت بالوسائط المتعددة لعدة سنوات، تقول عند استخدام منابر متعددة لتقديم القصة، يجب أن يدعم النص والصوت والفيديو أحدهم الآخر، وليس أن يردد أحدهم معلومات الآخر. وتضيف "يجب على القارئ أن يأخذ دورا فاعلا في تحديد أي من المنابر سيستخدم وبأي تسلسل".

كما ترى "كالر": "أنه بإمكانك أن توسع مديات (القصة) بشكل كبير من خلال إدخال معلومات إضافية لا يمكن إدخالها في القصة المكتوبة، بسبب المساحة أو المضمون ". ف "يكون الشكل في القصص المقدمة من خلال الوسائط المتعددة أهم من المضمون. يشعر القائمون على المواقع الالكترونية أنه يجب عليهم أن يقدموا وسائط متعددة للقراء، ولا يهم إن كانت مفهومة أم لا".

7. تقنية رواية الخبر بالفيديو:

تتجلى أهمية الدراسة في تقصي دور هذه التقنية والنقلة النوعية التي أحدثتها لرواية الخبر الصحافي في الفضاء الرقمي؛ إذ باتت رواية الخبر باستخدام الفيديو ظاهرة تجتاح هذا الفضاء بوتيرة متسارعة. وتستند إلى ما تتميز به من سمات وخصائص تتسق مع الذوق التواصلي لجمهور المنصات الرقمية العريض. كما تبرز أهمية الدراسة في استقصاء أدوار هذه التقنية الجديدة في الفضاء التواصلي من خلال دراسة ميدانية تستطلع آراء جمهور المنصات الرقمية في هذه التقنية وتفاعلهم معها.

"تشير أغلب دراسات الإعلام الرقمي المتعلقة باستخدام الفيديو إلى أن 70% من التفاعلات على الإنترنت من نصيب محتوى الفيديو "[x]، أي إن المادة المتضمنة للفيديو هي الأكثر تفاعلا، بما يشير إلى عصر رقمي آخر هو عصر الفيديو، فما المقصود بتقنية رواية الخبر بالفيديو؟

"تعرف تقنية رواية الخبر بالفيديو بأنها تقنية تتيح لفئة الشباب الحصول على المعلومات والأخبار عبر الهواتف النقالة والأجهزة اللوحية ومنصات التواصل الاجتماعي، وذلك عبر خلق قصص رقمية قصيرة"[xi] من خلال مزج وسائط عديدة تتضمن الصوت والصورة والرسوم التوضيحية ومقاطع الفيديو

مرفقة بالنص الخبري، يتم إخراجها بصورة تفاعلية وجاذبة للانتباه وقابلة للنشر والتداول في منصات رقمية عديدة.

بناء على ما تقدم، يمكن القول: إن تقنية رواية الخبر بالفيديو ترتكز على مجموعة من العناصر، يتمثل أبرزها في: سرد الأخبار على شكل قصة قصيرة تتضمن مجموعة من الوسائط التي تعمل على رفع نسبة الإدراك والتفاعل مع المحتوى وتأثيره في الجمهور. فضلا عن سهولة الوصول إليها في مختلف المنصات الرقمية، ومشاركتها وتداولها.

8. القيمة الإخبارية في ظل التغطية التفاعلية[xii]:

مع دخول المنصات الرقمية لعملية صناعة الخبر توسعت تلك العوامل –ولا زالت تتوسع–، كما تحولت ذات العوامل السابقة المؤثرة على موضوعية تحديد القيمة الخبرية للأحداث، لأشكال جديدة لكنها تنتج ذات التحيّزات، فمثلا توسعت الضغوط لأبعد من الملاك والمعلنين لتصل لخوارزميات المنصات الرقمية التي تتحكم فيما ينشر. كما أن تحكم ذات الخوارزميات فيما يراه الصحفي من معلومات وأحداث، جعل لها اليد العليا في تشكيل تحيزاته، وبالنتيجة القوالب الصحفية الجديدة وحتمية توافقها مع قواعد الانتشار المتغيرة بتغير مزاج المنصات الرقمية.

هذه الحالة من فقدان السيطرة على الميدان ومصادر المعلومة، جعلت مفهوما مثل "القيمة الإخبارية" غاية في السيولة، وربما يصعب إجماع صحف بين اثنين على معايير محددة تجعل من الحدث يستحق للتحول إلى خبر. فهل هو "الترند" أم قابلية الحدث للانتشار وحصد المشاهدات، أم تأثيره على المصلحة العامة؟ امتدت تلك السيولة –كنتيجة حتمية –لتصل للقواعد الأخلاقية للصحافة ككل؛ فلا الموضوعية تجيز انتقاء الأخبار استنادا على معيار قابليتها للانتشار، ولا وجود لاستقلالية في ظل سطوة الخوارزميات على كافة مراحل إنتاج الخبر.

توسعت الضغوط لأبعد من الملاك والمعلنين لتصل لخوارزميات المنصات الرقمية التي تتحكم فيما ينشر. للتغلب على هذا الطارئ ينادي البعض بضرورة إعادة رسم القواعد الصحفية لتستوعب هذه المُحدثات الرقمية، أو بضرورة إنتاج "منظومة أخلاقيات صحفية جديدة" تتحرر من القواعد القديمة، إذا سلمنا بأن "الأخلاقيات" كقواعد تتغير وفق تغير أساليب الكتابة والنشر. فهذا غير صحيح ، ذلك أن الصحافة مفهوم متجاوز للشكلانية، ولا تقوم على شكل أو قالب أو أسلوب سرد؛ لذا فالجزم بضرورة وجود "قواعد" أخلاقية جديدة فقط لأن آلية إنتاج الخبر ونشره واستهلاكه قد تغيرت، يبدو أقرب لمغالطة، لا سيما ممن أخذ هذه المطالبات ليسوّغ القطيعة تجاه القواعد الأخلاقية للمهنة، بحجة مواكبة احتياجات الجمهور وقواعد النشر التي تفرضها المنصات الرقمية.

إن أساس الأزمة اليوم هو غياب ذات القواعد في تقييم كل ممارسة جديدة تفرضها قواعد النشر الرقمية. وسبق لنا في معهد الجزيرة للإعلام أن أصدرنا دليلا بعنوان "أخلاقيات الصحافة في العصر

الرقمي" حاولنا فيه إثارة النقاش حول أبرز المعطيات الجديدة في الممارسة الصحفية في العصر الرقمي والتي تستلزم نقاشا معمقا داخل غرف الأخبار للوصول لآلية مهنية للتعامل معها.

يتلخص نقاش الصحافة اليوم حول أزمة تعريف القيمة الخبرية لما يُنشر، هل تستند على ما يهم الناس ويؤثر في حيواتهم، أم لمعايير تسويقية بحتة من انتشار وتفاعل؟ وأيهما يجعل الصحافة قادرة على أداء وظيفتها في خدمة المصلحة العامة؟

جرب مرة تتبع دورة حياة أبرز المواد الخبرية على المنصات الصحفية الرقمية، ستجد كثيرا منها ينتقل بشكل تلقائي من قالب لآخر دون أي تقييم لصلاحيته في كل قالب؛ فتجد حدثا قد بدأ كخبر عاجل ثم تحول لتقرير موسع، ثم فيديو قصير ففيديو تفسيري طويل، فحلقة بودكاست... والمفارقة أنك ستجد نفس الخبر قد مر بذات هذه الدورة في منصات إخبارية مختلفة، حتى بات المحتوى الصحفي مغرقا في التكرار، ولأحداث ربما لا تحمل قيمة خبرية تستلزم هذا التوسّع، ما ينتج عنه تشتيت الجمهور ويُفقد الصحافة قيمتها الأساسية كأداة للفت الانتباه وتركيزه تجاه قضايا محددة.

هل وظيفة الصحافة تلبية احتياجات الجمهور مهما كانت؟ وهل معيار القيمة الخبرية يستند إلى ما ينجح في الانتشار؟

9.الخبر بين القيمة والانتشار:

يمكن أن نقسم المذاهب الصحفية اليوم لمذهبين اثنين، الأول يقول إن على الصحافة التأقلم مع متطلبات الجمهور، وفهم سلوكياته الرقمية، لتقديم محتوى يضمن التفاعل والوصول (ويمكن القول إن النتائج لافتة ومثبتة بالأرقام)، وأن يكون ذلك ضمن قوالب تستوعب عمل الخوارزميات، ليبقى المحتوى الصحفي رائجا ومتصدرا لـ "الترند" ولا يترك الأخير لغير المتخصصين من صناع المحتوى. يستلزم ذلك تساهلا بالمعايير المهنية والأخلاقية، فيصبح ما يحدد القيمة الخبرية للحدث هو قابليته للانتشار، وإثارة الجدل، وتسيد "الترند"، ما يعني أن الأحداث المهمة والتي يصدف أنها "مملة" ربما لن ينتبه إليها الصحفيون.

ثمة المذهب الثاني الذي يرى أنه على الصحافة الالتزام بمعاييرها التقليدية في تحديد القيمة الخبرية؛ ما يؤثر فعلا في المصلحة العامة، والحرص على التعامل مع خوارزميات المنصات الرقمية بانضباط يقتصر على ما يخدم انتشار المعلومة وإثارة الانتباه لما هو مهم، ومحاولة تطويع القوالب الجديدة للقواعد الصحفية خدمة لذلك، متحملين العواقب السلبية من احتمالية تعرض محتواها للإقصاء من الخوارزميات وإضعاف وصولها للجمهور.

ربما يرى البعض أن كلا المذهبين ينطويان على وجاهة؛ فمن جهة لا يمكن للصحافة أن تحقق وظيفتها إن لم تصل للجمهور، وفي الوقت ذاته لا يمكنها الحفاظ على قيمتها كمؤسسة للحقيقة إذا التبست على الجمهور مع صناع المحتوى والمؤثرين والصفحات اللاهثة وراء جني عوائد المشاهدات.

لكن هل وظيفة الصحافة تلبية احتياجات الجمهور مهما كانت؟ وهل معيار القيمة الخبرية يستند إلى ما ينجح في الانتشار؟ وما قيمة الخبر إن لم يصل للجمهور مهما بلغ من أهمية؟

الجزم بضرورة وجود "قواعد" أخلاقية جديدة فقط لأن آلية إنتاج الخبر ونشره واستهلاكه قد تغيرت، يبدو أقرب لمغالطة.

- **الهوامش:**

---

[i]. بوخملة فوزية، طرق البحث العلمي والتهميش في البيئة الرقمية، أعمال ملتقى تمتين أدبيات البحث العلمي الجزائر 29 ديسمبر 2015، الملتقى العلمي المشترك الأول مع المكتبة الوطنية الجزائرية، مركز جيل للبحث العلمي، لبنان / طرابلس: فرع أبي سمراء، ص116.

[ii]. TELLIER, Sylvie. La bibliothèque virtuelle : l'information au bout des doigts. Direction informatique. 14 Nov. 1993. Vol. 6. n.1. p. 14

[iii]. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي: دراسة مقارنة، ط2، القاهرة، دار عامل الكتب، ب ت، ص255.

[iv]. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص80.

[v]. قاموس دار العلم التكنولوجي للمعلومات والاتصالات، بيروت، دار العلم للملايين، 2006، ص152.

[vi]. محسن الإفرنجي، نشرت في: 26 يونيو، 2016، على الرابط التالي:
https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/476

[vii]. نفس المرجع.

[viii]. مدخل للتغطية الصحفية بواسطة الوسائط المتعددة ومستقبل الاعلام بواسطة OMEMARIAN Oct 30, 2018 في الصحافة الرقمية، على الرابط التالي:
https://cutt.us/KxlNA

[ix]. نفس المرجع.

[x]. رزن، "الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته"، على الرابط التالي:
https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html

[xi]. Alistair Reid "Beyond websites: How AJ+ is innovationg in digital storytelling," Journalism. April 17, 2015, "accessed May 22, 2022". https://bit.ly/3dRyu7q .

[xii]. محمد خمايسة، أي قيمة للخبر في العصر الرقمي؟، نشر في 14 مارس 2023، على الرابط التالي:
https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2130