مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES

دراسات إعلامية

الصحافة الإلكترونية في العالم العربي:
سياقات النشأة وتحديات التطور

باسم الطويسي*

7 فبراير/ شباط 2019

Al Jazeera Centre for Studies
Tel: +974-44663454
jcforstudies@aljazeera.net
http://studies.aljazeera.net

المنارة
www.manaraa.com

بعد الربيع العربي أصبح للصحافة الإلكترونية العربية دور أكبر وحضور أوسع في الحياة العامة (غيتي)

شهد المجال العام العربي في الألفية الجديدة تحولات متعددة بعضها عميق ونال بنى سياسية وأمنية، وبعضها بقي سطحيًّا. ولعل الظاهرة الإعلامية العربية تقع في صلب هذه التحولات والتي تنطوي على العديد من المفارقات؛ حيث شهد العالم العربي عرضًا واسعًا من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة (الرقمية) مقابل طلب واستخدام اجتماعي كبير.

وفي الوقت الذي تعددت فيه السرديات حول دور الإعلام الرقمي في التحولات السياسية والربيع العربي وما قبله وما بعده، فإن ملامح ثنائية العرض والطلب وخصائصها بقيت غامضة ومتحولة من سيطرة السلطة إلى رأس المال مرورًا بالخطاب الأيديولوجي ووصولًا إلى حاجة المجتمعات العربية إلى معرفة جديدة ورواية أخرى للأخبار، لكن كل هذه التحولات أكدت تعاظم مكانة الإعلام في المجتمعات العربية.

وسط هذه البيئة المتحولة يبدو السؤال المركزي في هذه الدراسة: هل استطاعت الصحافة الإلكترونية (الرقمية) في العالم العربي أن تشق طريقًا واضحًا يمنحها هوية مهنية؟ وما أدوار الأيديولوجيا والسياسة وجاذبية التكنولوجيا في سياقات النشأة والتطور؟ وكيف عملت العناصر البيئية "الإيكولوجية" في صياغة التأثيرات المتبادلة سواءً في الأبعاد السياسية أو الاقتصادية أو المجتمعية؟

تأتي أهمية هذه الدراسة من طبيعة التحولات المهنية التي يشهدها الإعلام في العالم العربي وهي تحولات سريعة وهيكلية وأبرزها محاولة الإعلام التقليدي البحث عن مساحة للاستمرار في العالم الرقمي كما حدث مع عدد من الصحف اليومية، وفي محاولات بناء نموذج اقتصادي جديد ينعتق من مرحلة التجريب والهواية، علاوة على الأدوار المتنامية للصحافة الإلكترونية في تنمية المجال العام والمشاركة الديمقراطية الوليدة في بعض المجتمعات العربية، على الرغم من أن هذه التحولات السريعة تحدث وسط حالة من الإرباك في المشهد الإعلامي، ولاسيما أن الصحافة الإلكترونية بدأت تواجه تحديات مختلفة قد تهدد وجودها. فضلًا عن ذلك، تسهم هذه الدراسة في إثراء الدرس الأكاديمي بتقديم منظور جديد لهذا

المنارة للاستشارات 2
www.manaraa.com

الموضوع من خلال منظور البيئة الإعلامية. لقد أسهمت وسائل الإعلام في خلق بيئة ونسق قوي داخل أنساق البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية. لقد بقيت الدراسات تركز بشكل أساسي على تأثير المحتوى الإعلامي، وعلى أهمية دراسة المحتوى إلا أنه ينبغي إيلاء مزيد من الاهتمام لـ"بيئة الإعلام" وكيف تسهم في ظهور وتغيير الممارسات الثقافية والسياسية.

1. السياق الإيكولوجي لفهم تحولات الإعلام

لقد أسهمت وسائل الإعلام في خلق نسقٍ قوي داخل أنساق البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية. لذا، لا يمكن فهم تحولات الإعلام المعاصر دون فهم السياق الإيكولوجي، لقد بقيت الدراسات تركز بشكل أساسي على تأثير المحتوى الإعلامي وعلى أهمية دراسة المحتوى، إلا أن الوسائل والبيئة التي تعمل فيها الوسائل أخذا يحتلان مزيدًا من الاهتمام. إن "بيئة الإعلام" وكيف تسهم في ظهور وتغيير الممارسات الثقافية والسياسية باتت تشكِّل المفتاح لفهم العلاقة المعقدة بين الإعلام والمجتمع. لقد ثبت أن كشف ملامح بيئة الإعلام تمنح قدرة على فهم الرسائل الإعلامية وفهم التأثير، وبالتالي كشف ملامح سلوك الجمهور في بعض اللحظات، كما أن البيئة الإعلامية قد تسهم في تشكيل ممارسات دولية مختلفة (1).

تذهب النظرية التاريخية للوسائط (The Medium Theory)، أو نظرية الحتمية التكنولوجية (Theological Determinism) إلى أن النموذج الاتصالي القائم على الوسيلة حيث يتواصل من خلالها الناس له تأثير يتجاوز اختيار رسائل محددة أي اختيار المحتوى، لأن وسائل الإعلام ليست مجرد قنوات لنقل المعلومات بين بيئتين أو أكثر، بالأحرى هي بيئات ينمو فيها المحتوى ويتشكَّل وتحدد خصائصه طرق تلقي الرسائل وطرق التفاعل معها (2).

لقد شرح مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) (1964) كيف تفرض وسائل الإعلام نفسها على جميع المستويات خاصة الحياة الاجتماعية، وكيف تخلق هذه العملية بيئة حسية غير مرئية لنا. إن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة من المراحل تساعد على تشكيل المجتمع وتنظيمه أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل. وقسَّم وسائل الإعلام إلى وسائل باردة وأخرى ساخنة، ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدًا إيجابيًّا للمشاركة والمعايشة والاندماج معها. أما الوسائل الساخنة، فهي الوسائل الجاهزة ومحددة الأبعاد نهائيًّا، وهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى أي جهد يبذله للمشاركة أو المعايشة، فالكتابة والإذاعة المرئية هي وسائل باردة، أما الطباعة والسينما فهي وسائل ساخنة (3).

يذهب ماكلوهان في كتابه الشهير "الوسيلة هي الرسالة" إلى فكرة "القرية العالمية" التي سكَّها لأول مرة في نهاية الستينات وأن الوسائل الإلكترونية الحديثة ربطت أطراف العالم ببعضه وقرَّبت المجتمعات وقربت الجماعات داخل المجتمع الواحد، وبالتالي فإن المجتمع البشري لن يعيش في عزلة بعد الآن، وهذا ما يدفع البشر إلى التفاعل والمشاركة فقد تغلبت الوسائل الإلكترونية على القيود والوقت والمسافة وأدت إلى بروز اهتمام المواطنين بالدول الأخرى؛ فالرصد الذي اتبعه في تطور المجتمعات وتحولها من الثقافة الشفهية إلى اللغة المكتوبة ومن الثقافة المكتوبة إلى الثقافة الإلكترونية جعله يتصور أنه أدرك نهاية هذا التطور باكتمال بناء القرية العالمية التي تتوحد فيها حاجات الناس ومتطلباتهم إلى جانب وعيهم ومواقفهم ورؤاهم وربما مشاعرهم حيال الآخرين والأشياء.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تتمحور معظم دراسات منظور البيئة الإعلامية على مساهمات مدرسة تورنتو، ومدرسة نيويورك (المدرسة الأميركية للدراسات الثقافية). ويعتقد أن أول من وضع مصطلح الحتمية التكنولوجية هو ثورستين فيبلن (Thorstein Veblen) (1857-1929) عالم الاجتماع والاقتصادي الأميركي. يرجح أن يكون كلارنس أيريس (Clarence Ayres) أكثر الحتميين التكنولوجيين راديكالية في الولايات المتحدة في القرن العشرين، وعلى هذا الأساس وضعت المدارس الفكرية السابقة أطروحاتها الكبرى في بحوث بيئة الإعلام التي وصلت ذروتها في مساهمات مارشال ماكلوهان حيث استفادت تلك المدارس من نظرية النظم ومن نتائج بحوث علم الأحياء (4).

يُعَدُّ نيل بوستمان (Neil Postman) أول من سكَّ مفهوم البيئة الإعلامية في عام 1968 وقصد به الأنساق التي تعمل فيها وسائل الإعلام؛ حيث تنظر بيئة الإعلام إلى مسألة كيفية تأثير وسائل الاتصال والإعلام على الإدراك البشري، والفهم، والشعور، والقيمة؛ وكيف أن تفاعلنا مع وسائل الإعلام يسهل أو يعوق فرصنا في البقاء. وأن لكل عصر وسائط اتصالية هي أدوات التغيير في ذلك العصر، ويطرح النهج الإيكولوجي لوسائل الإعلام حسب بوستمان ثلاثة أسئلة: ما الآثار الأخلاقية للوسائط التكنولوجية؟ هل النتائج والتأثيرات أكثر إنسانية أم معادية للإنسانية؟ هل نكسب، كمجتمع، أكثر مما نخسره، أم أننا نخسر أكثر مما نكسبه؟ (5).

هناك العديد من التعريفات لماهية علم البيئة الإعلامي. معظم التعريفات المعروفة هي من نيل بوستمان، ولانسكتر ستير وكريستين نيستروم (Kristina Nyström). حسب نيل بوستمان، يعني علم البيئة الإعلامي ذلك المنظور الذي يقدم فهمًا للتفاعل بين الإعلام والبشر ويعطي ثقافة قد تميز عصرًا بأكمله، وقال: إن مصطلح إيكولوجيا وسائل الإعلام أُخذ في الاعتبار لجعل الناس أكثر وعيًا بحقيقة أن البشر يعيشون في نوعين مختلفين من البيئات؛ واحد هو البيئة الطبيعية، وتتكون من أشياء مثل الهواء والأشجار والأنهار واليرقات، والآخر هو البيئة الإعلامية، التي تتكون من اللغة والأرقام والصور المجسمة وكل الرموز الأخرى والتقنيات التي تجعلنا على ما نحن عليه (6). قدم الجيل الثاني من مفكري مدارس الحتمية التكنولوجية وعلى رأسهم روبرت لوغان (Robert Logan) إسهاماتٍ مهمة في فهم بيئة التكنولوجيا الرقمية المعاصرة حيث أكد أن النظام الإيكولوجي المعاصر يتكون من ثلاثة عناصر أساسية هي البشر ووسائل الإعلام والتكنولوجيا وأن التفاعل بين هذه العناصر يسهم في فهم أفضل للكثير من الظواهر الاجتماعية المعاصرة (7).

2. الصحافة الإلكترونية: المقاربة النظرية المبكرة

جاءت الصحافة الإلكترونية (الرقمية) امتدادًا لمنتجات شبكة الإنترنت، وبدت أيضًا امتدادًا للصحافة التقليدية مع تغييرٍ جوهري في أوعية وأشكال العرض والتلقي؛ إذ اكتفت بإعادة إنتاج المضامين الصحفية والإذاعية والتليفزيونية. ولأن شبكة الإنترنت بحد ذاتها نامية ومتحولة، فقد شقَّت الصحافة الإلكترونية طريقها في التحول والنمو وأخذت تبتكر عالمها الخاص، حيث طورت نماذجها وأدواتها ولم تكتف بالشكل والعرض وطرائق التلقي والتفاعل بل شملت تطور المضمون وطرق جمع المعلومات ومعالجتها.

ومع نمو الشبكة العالمية للمعلومات ودخولها في اشتباك متعدد مع التطبيقات الإعلامية الرقمية، استمرت في توفير أدوات مساعدة في إنتاج وإدارة المحتوى الإعلامي، إلى أن ظهر أول أشكال الصحف الإلكترونية (On Line Journalism) في مطلع التسعينات، بعد خدمة (Tele Text) التي تعود جذورها إلى عام 1976 في التعاون الذي تم بين مؤسستي

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(BBC) والإخبارية (IBA)، حيث عُرف نظام المؤسسة الأول باسم (Ceefax) وعُرف نظام المؤسسة الثانية باسم (Oracle) (8).

وعلى الرغم من عدم القدرة على تحديد تواريخ دقيقة لنشوء الصحافة الإلكترونية فإن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية يعتبرها كثيرون أول صحيفة في العالم تنشر إلكترونيًّا على شبكة الإنترنت عام 1990(9).

وفي عام 1992، أنشأت (شيكاغو أون لاين) أول صحيفة إلكترونية على شبكة (أميركا أون لاين) (10). وحسب وجهة نظر أخرى، فإن أول موقع إلكتروني صحفي انطلق من كلية الصحافة والاتصال في جامعة فلوريدا عام 1993، وهو موقع (Polo Alto)(11). وفي منتصف التسعينات، ظهرت خدمات الوسائط الإعلامية المتعددة (Multimedia) في الوقت الذي أخذ النشر الصحفي الإلكتروني ينتشر بسرعة واسعة من (10) صحف إلكترونية عام 1991 إلى نحو (1,600) صحيفة عام 1996، ووصل العدد عام 2000 إلى (4,000) صحيفة (12).

تُعَدُّ تغطية أخبار انفجار مدينة أوكلاهوما (Oklahoma)، في 19 أبريل/نيسان 1995، نقطة مرجعية ملائمة لرصد بداية مبكرة تميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية في مصادرها وطرق معالجتها حينما التفتت إلى المصادر الإعلامية المفتوحة بشكل مثير للانتباه، وهو الحدث الذي اعتُبر في حينه أسوأ "انفجار إرهابي" على أرض الولايات المتحدة وقُتل فيه 168 شخصًا، وفي الوقت الذي بقيت فيه وسائل الإعلام التقليدية تعاني فقرًا واضحًا في المعلومات حول الحدث الكبير استطاعت المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت أن تتحول إلى مصدر مفتوح للمعلومات الإخبارية من خلال انفتاحها على مصادر متعددة وواسعة يمثلها أفراد ومؤسسات أهلية؛ حيث تم نشر خارطة للمدينة وموقع الانفجار ورسم مفصَّل عن الأنواع المختلفة للقنابل المستخدمة في الهجمات خلال الساعة الأولى من الانفجار، وفي أماكن متعددة على الشبكة قامت مصادر متعددة أخرى بوصف مشاهد الحدث، وقام آخرون بالتطوع في كتابة تقارير إخبارية حول التفاصيل، وأخذت مواقع تنشر أسماء الناجين والمستشفيات التي استقبلتهم(13).

وفي عام 1999، تكرر الأمر بشكل لافت مع حادث ارتطام طائرة (TWA 800) التي غرقت في المحيط الأطلسي، حيث وفرت مصادر الإنترنت المفتوحة مئات الشهادات حول الحادث، وصلت إلى إثبات ارتطام الطائرة بمنطاد عسكري على الشاطئ.

أخذت الصحافة الإلكترونية تذهب أكثر في تمييز نفسها وأن لا تكون مجرد نسخة من الصحف الورقية على الشاشات، وأخذ هذا النهج أحيانًا طابع الإعلام البديل؛ أفقيًّا تبرز بشكل يُعْتَدُّ به منذ عام 1999 من خلال شبكة (Indy Media) وهي مجموعات من الوكالات الإخبارية الداعية إلى إعلام بديل عبَّرت عنه بالمقاومة لمنظمة التجارة العالمية، وسط صعود حركة الليبراليين وهجمة السوق الجديدة التي اجتاحت العالم في التسعينات من القرن الماضي؛ حيث أسهمت هذه المصادر في إدارة حركة الاحتجاج العالمي ودعت إلى العولمة البديلة (14).

إن الانفجار الهائل في مصادر المعلومات الإعلامية المفتوحة بدأ عهدًا جديدًا أكثر كثافة وتنوعًا مع مطلع العقد الأول من القرن الحادي والعشرين بفضل الاندماج بين التكنولوجيا والإعلام، حيث ازدادت جاذبية وسائل الإعلام لاستيعاب التكنولوجيا الجديدة من جهة، وازدادت قدرة المنتجات التكنولوجية الجديدة على القيام بالوظائف الإعلامية بكفاءة مدهشة وسهولة، ويبدو

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

ذلك واضحًا في الاندماج الهائل في تطبيقات ومنتجات (الأقمار الصناعية، والكوابل، والألياف، والحاسبات، والأجيال المتلاحقة من الهواتف المحمولة) ما أوجد آلاف التطبيقات الجديدة التي صبت جميعها في مصلحة الدخول في مسار تاريخي جديد من المصادر. وتُرصَد ملامح هذه البيئة مع مطلع الألفية بما يلي:

- تعدد وتنوع مصادر المعلومات الإعلامية بشكل كبير خلق لأول مرة بداية موت المرسل التقليدي وبداية نهاية الاتصال الجماهيري وفق نموذجه التقليدي (15).

-كثافة هائلة في مصادر المعلومات وآليات نقلها مقابل طلب هائل واستهلاك واسع؛ حيث إن الوسائل الجديدة بدأت تغيّر هيكل وبنية الإعلام، وكأنها صممت على أن لا تقبل سيطرة مركزية، بل إن السيطرة عليها موزعة بين جميع المستخدمين (16).

- زيادة حجم ونوع المعلومات الإعلامية المتاحة من خلال الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معًا(17).

- التكامل والاندماج بين المصادر الإعلامية من خلال ما وفرته تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتهما المتعددة والمبتكرة على الشبكة وخارجها (18).

- بداية ميلاد صحافة المواطن وانتشارها مع مطلع الألفية، أي الانتقال من الاتصال العمودي ذي الاتجاه الواحد إلى الاتصال الأفقي.

إن التصدي لمعرفة السياق التاريخي والاجتماعي والثقافي لتطور الصحافة الإلكترونية في العقود الثلاثة الأخيرة يفتح المجال للبحث في فهم بيئة هذا التطور، وهذا ما يتطلب التناول في ثلاثة مستويات:

- **المستوى الأول: البيئة التكنولوجية والاقتصادية** والعلاقة بين نظرية "دفع التكنولوجيا وجاذبية السوق" في النشأة وفي مرحلة الانتقال الرقمي من الصحافة الإلكترونية القائمة على أدوات تقليدية في نهاية التسعينات إلى صحافة إلكترونية-رقمية بأدوات جديدة وبداية تشكُّل هوية مهنية مختلفة، ما قاد إلى نهاية نماذج اقتصادية تقليدية وبداية تشكل نماذج اقتصادية جديدة (19).

- **المستوى الثاني: مصادر جديدة للقوة**، يرتبط بالأبعاد السياسية والأمنية والمجتمعية؛ هذه البيئة معنية بمفهوم القوة وكيف تغيَّر وما زال يتغير نتيجة الاستخدام الواسع للإعلام الرقمي ومنه الصحافة الإلكترونية، بمعنى نهاية أو تراجع مصادر تقليدية وبداية تشكُّل ونضوج وإحلال مصادر جديدة.

لقد عمل الإعلام التقليدي على السيطرة على التراتب الهرمي للسلطة وإعادة ترتيبه من جديد، أي المساهمة منذ عصر التنوير في خلق الإطار الإيكولوجي الذي عملت فيه الصحافة على الانتقال من سلطة الأفراد إلى سلطة النخب في سياق التحولات الديمقراطية التاريخية، أما الإعلام الرقمي فيعمل على تفتيت مركزية السلطة، ثم السيطرة على السرعة المميزة التي تجعل من لديهم معرفة يصلون قبل غيرهم ما يمكِّنهم من السيطرة (20). إن الإعلام الرقمي الجديد يشكِّل في هذا الوقت انتقالة كبرى لا تقل أهمية أو تأثيرًا عن الانتقالة التي أحدثتها المطبعة. وأحد العوامل الأساسية في تشكيل القوة الجديدة في العالم تغيير بيئة العملية الاتصالية ما يقود إلى التغيير الأكثر خطورة من الهرمية العمودية إلى الخطة الأفقية في القوة، أي الشبكية،

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

بمعنى الانتقال من قوة يصوغها الأرستقراطيون والطليعة والنخب والقبائل والأحزاب والقادة إلى قوة يُشكِّلها عامة الناس ولكل فرد منهم حصة يتأهل لها بقدرته على الوصول إلى المعلومات.

هذا الانتقال يقود من الحتمية إلى الاختيار ومن التلقي إلى المشاركة، ومن احتكار القوة إلى تجزئتها، لقد كانت قوة الناس موجودة ويُخشى منها في كل العصور وما كان ينقصها سوى التنظيم وهو ما تفعِّل جانبًا مهمًّا منه بيئة الاتصال والإعلام الجديد.

- **المستوى الثالث: مهن جديدة وتنظيم جديد،** لا يمكن فهم نشأة وتحولات الصحافة الإلكترونية ومستقبلها القريب بدون فهم التحولات المهنية والتنظيمية في بيئة العمل الصحفي سواءً التحولات المرتبطة بالتطور المهني ومدى الاستجابة لمتطلبات الانتقال بالمهنية الصحفية إلى منظور جديد وأدوات جديدة وأدوات التنظيم الذاتي والأخلاقي التي احتاجت إلى استجابة من نوع آخر.

فالصحافة الإلكترونية ليست مجرد تكنولوجيا تطبيقية تتيح المجال بسهولة للوصول إلى المحتوى الصحفي، وتنزيل الصفحات، وسهولة البحث والوصول إلى الأخبار، وتحديث المحتوى، والتفاعل من خلال التعليقات وتوظيف الوسائط المتعددة، بل باتت هذه الأدوات تشكِّل بيئة جديدة للمهنة الصحفية عبر كتابة جديدة، وأساليب عرض وتلقٍّ جديدة، وطرق مختلفة للوصول إلى المعلومات ومعالجتها.

إن التأصيل المعرفي لفهم سياق الصحافة الإلكترونية يحتاج التمييز بين مفهوم (الوسيلة أو الوسيط) ومفهوم المنظومة متعددة الوسائط؛ الوسيلة أو الوسيط مفهوم يشير إلى عملية مركزية تشمل أنشطة اتصالية خارجة عن إرادة المستخدم أو المتلقي، أي عمليات خارجة عن تحكم المتلقي، هنا نفهم كيف تعمل الصحيفة باعتبارها وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات دون تدخل القرَّاء، أو التليفزيون والإذاعة، وهو أمر لا يعني أن هذا النقل يتم بحيادية تامة دون مؤثرات بيئية أخرى. أما المنظومة، فهي مجموعة من الوسائط المتعددة والمتداخلة والمتزامنة أيضًا، أي أكثر تعقيدًا وتتيح مجالًا أوسع للمشاركة والتفاعل المباشر وغير المباشر؛ والمثال على ذلك الموقع الإلكتروني فهو أكثر من مجرد وسيلة، إنه منظومة من الوسائط والوسائل التي تتيح لك أن تقرأ وأن تشاهد وأن تستمع وأن تتفاعل وتشارك وأن تختار في الوقت نفسه (21).

ويصنِّف الصادق حمامي ثلاث منظومات على الشبكة، هي: المنظومة (الفردية-الجمعية) مثل المدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، ومواقع الويكي، والمنظومة المؤسسية-مواقع المؤسسات العامة والخاصة والأهلية وغيرها من أشكال التنظيم المؤسسي، والمنظومة الإعلامية-الصحفية ومنها الصحافة الإلكترونية (22).

3. مراحل نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية العربية

توجد إشكالية في تعريف الصحافة الإلكترونية في السياق الثقافي والأكاديمي العربي؛ وهو إشكال له جذوره أيضًا في سياق الكتابات الغربية، والرأي الغالب أن الصحافة الإلكترونية تشمل الصحف الإلكترونية سواءً كان لها مثيل أو أصل مطبوع أو مرئي أو مسموع أو الصحافة الرقمية الخالصة التي انطلقت من حقيقة العالم الرقمي واستخدمت أدوات العالم الرقمي، حيث عرفت بدايات الصحافة الإلكترونية في العالم العربي ثلاثة أنماط أساسية؛ الأول: الانطلاق من الصحافة المطبوعة في نهاية

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

عام 1995، والثاني: المواقع الإلكترونية الأقرب إلى البوابات الإعلامية في نهاية التسعينات، والثالث: الانطلاق من المواقع الإلكترونية الإخبارية مباشرة وعرفها العالم العربي منذ عام 2000.

مرَّت الصحافة الإلكترونية في العالم العربي بمراحل مشابهة لما شهدته جهات متعددة من العالم، ولكن ببطء وصعوبة في الانتقال، فما زال الإعلام العربي في المجمل يعاني من استمرار الأنماط التقنية التقليدية ومن سيطرة الأنماط التحريرية التقليدية ولم يكتمل فيه التحول الرقمي.

وفي المجمل، يمكن تقسيم مراحل نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي إلى ثلاث مراحل أساسية:

أولًا: مرحلة النشأة المبكرة (1995 -1999)

كانت بداية الصحافة الإلكترونية العربية في منتصف التسعينات امتدادًا للصحافة الورقية؛ إذ كان ناشرو الصحف الورقية هم المبادرين لإطلاق مواقع إلكترونية موازية للصحف المطبوعة تنقل النسخة الورقية على الشبكة الجديدة كما هي؛ ففي التاسع من سبتمبر/أيلول 1995، ظهرت أول نسخة إلكترونية من الصحف العربية باللغة العربية وهي لصحيفة الشرق الأوسط على شكل صور، ثم تبعتها صحيفة النهار اللبنانية في الأول من يناير/كانون الثاني 1996، ثم صحيفة الحياة بعد ستة أشهر من نفس العام (23).

على عكس ما شهدته الصحف الإلكترونية الأميركية والأوروبية من نمو سريع في التسعينات من القرن العشرين، فقد شهد العالم العربي نموًّا تدريجيًّا، فحتى نهاية التسعينات كان هناك نحو 60 صحيفة إلكترونية عربية تصدر بالعربية والإنجليزية والفرنسية. في عام 1995، ظهرت نسخة إلكترونية من صحيفة الخليج باللغة الإنجليزية في الإمارات، والشرق الأوسط السعودية الصادرة في لندن، وفي عام 1996، ظهرت 8 صحف عربية على الإنترنت هي (الأيام البحرينية والدستور الأردنية والاتحاد الإماراتية والأيام الفلسطينية والحياة اللندنية والسفير اللبنانية والجوردن تايمز والوطن الكويتية)، وفي عام 1997، دخلت 9 صحف جديدة عالم الإنترنت، وفي عام 1998، أضيفت 4 صحف جديدة، ويلاحظ أن منطقة دول الخليج احتلت المرتبة الأولى في بداية التحول الرقمي ثم لبنان والأردن ومصر (24).

بقيت الصحافة الإلكترونية العربية خلال هذه المرحلة مشابهة تمامًا للنسخ الورقية، نتيجة ضعف رؤية القائمين عليها لماهية هذا النمط من الصحافة وطبيعة التحول التاريخي الذي يشهده العالم؛ حيث لم يتغير المضمون الذي يُنشَر في النسخة الإلكترونية عن الأصل في الصحف الورقية ولا طريقة التحرير أو سرعة نشر الأخبار والمواد الصحفية حيث كانت المواقع الصحفية تحتاج إلى 24 ساعة ليتم تحديثها من جديد، كما هي الحال في طريقة الإخراج وعرض المحتوى فيما ذهبت بعض الصحف إلى عرض المحتوى على صيغة (PDF) أي صورة عن النسخة الأصلية.

ثانيًا: مرحلة الانتشار (2000 –2010)

لا شك أن هذه المرحلة تُعَدُّ امتدادًا للتطور الذي سبقها في مرحلة النشأة المبكرة، وفي المجمل هناك ثلاث ظواهر بارزة شهدتها هذه المرحلة: بدايات ظهور مواقع إخبارية إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية ولا علاقة مؤسسية تربط بينهما، وظهور البوابات الإلكترونية العامة التي قدمت خدمات إخبارية وتوثيقية عكست شكلًا من أشكال الصحافة الإلكترونية. وأخيرًا، ازدهار التدوين الصحفي الذي مارسه بالدرجة الأولى صحفيون محترفون بشكل مستقل.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

في بدايات هذه المرحلة بقيت الصحافة الإلكترونية العربية تعتمد في بثها للمادة الصحفية على ثلاث تقنيات، هي: تقنية العرض كصورة (Image)، وتقنية النص (Text)، وتقنية (PDF). هذه التقنيات وإن اختلفت فيما بينها على مستوى عرض المادة وتخزينها ودرجات توفير المرونة في استرجاع المعلومات، فهي تلتقي في كونها تكتفي بتوفر النشر الإلكتروني على الإنترنت (25).

تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية عربية سنة 2000 وتضاعف هذا العدد في السنين القليلة التالية، وقد بدأ تأثير المدونات العربية منذ العام 2005 وازداد مع بدء حراك سياسي في المنطقة، وبداية ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير والإصلاح، قبل انطلاق ما يُعرف بالثورات العربية. ولعب المدوّنون دورًا بارزًا وشاركوا بقوة في الدفع نحو التغيير وزيادة الوعي السياسي والاجتماعي، خاصة بين الشباب. لقد شكَّل هذا النشاط شكلًا من الصحافة البديلة التي أسست الأنوية الأولية لمجال عام عربي جديد تدور فيه نقاشات جديدة، وسوف تكون هذه المقدمات الأسس الموضوعية لتحولات جوهرية في العقد التالي.

استطاع المدونون رفع هامش حرية التعبير عبر تسليط الضوء على قضايا سياسية واجتماعية كانت تُعدُّ سابقًا من "التابوهات"، كما استطاعوا دفع قطاع كبير من مستخدمي الإنترنت، معظمهم من الشباب، إلى التفاعل مع ما يطرحونه، وتشجيعهم على المشاركة الإيجابية. وتُمثِّل مصر أكبر تجمع للمدوَّنات ويُقَدَّر بثلث المدونات العربية، تليها السعودية، ثم الكويت، ثم المغرب (26).

شكَّل النصف الثاني من هذا العقد بداية انتشار الصحافة والمواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث أخذت الصحف الإلكترونية تبلور سياساتها التحريرية بوضوح أكثر مع استمرار أنماط الكتابة التقليدية وتواضع في مهارات الكتابة للإنترنت أي الإرهاصات الأولى للمهنية والاحتراف، ولكنها لم تنضج بشكل واضح، وبقي العدد الأكبر من الصحف الإلكترونية مجرد مبادرات فردية.

لقد تزامنت هذه المرحلة مع ظهور الجيل الثاني من شبكة الإنترنت، الذي وفر المزيد من الأدوات للتفاعلية من خلال الصحافة الإلكترونية، إلى جانب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي سوف تغير من سلوك المستخدمين وطرق التعامل والتفاعل مع المصادر الإخبارية؛ الأمر الذي زاد من جاذبية الصحافة الإلكترونية أحيانًا ودخولها في تحديات جديدة في أحيانٍ أخرى، وعلى كل الأحوال شهدت هذه المرحلة المزيد من حضور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي واشتباكها مع قضايا الرأي العام.

في الحالة المغربية، أسهمت عدة ظواهر في إقناع المواطنين بأن الأخبار الواردة في الإنترنت أصبحت ذات مصداقية، حسب ما ورد في (الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية في المغرب)، وأبرز هذه الظواهر حركة الصحفيين المهنيين المشتغلين سابقًا في الصحافة الورقية والذين انخرطوا في الصحافة الإلكترونية بإنشاء مواقعهم الخاصة. فقد أحس بعضهم أن مستقبل الصحافة المكتوبة سيُحسم في عصر الإنترنت، وسيكون من السهل عليهم إنشاء مشاريعهم الإعلامية الخاصة دون استثمار مالي كبير. إلى جانب اعتقاد بعض الصحفيين المحترفين بأن الصحافة الإلكترونية سوف تمنحهم هامشًا تحريريًّا أوسع. وأسهم الحضور المتنامي لصحفيين أو ملاك صحف ورقية سابقين في إضفاء مزيد من الحضور والمهنية على الأخبار

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

وأخبار الوسائل الرقمية، تزامن هذا التطور مع تحولات اجتماعية وسياسية عابرة للحدود أخذت تشهدها مجتمعات عربية مجاورة منذ أواخر عام 2010 حيث حظي الربيع العربي بالمتابعة الواسعة من قبل الصحافة الإلكترونية (27).

في الحالة الأردنية أسهم خروج الكثير من الصحف الإلكترونية من رحم الصحف الأسبوعية في إضفاء نوع من الشعور العام وسط الجمهور بأن المواقع الإخبارية الإلكترونية تتمتع بهامش أوسع من الحرية، وأنها باتت تشكِّل ساحة متقدمة للمساءلة ومتابعة الأداء العام، وحتى وقت قريب من تحولات الربيع العربي كانت الصحافة الإلكترونية في الأردن غير خاضعة لأحكام قانون المطبوعات والنشر الذي عاد لاحقًا وقيدها، لذا، استطاعت الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة الاستثمار المهني والسياسي في ميزة التفاعلية حيث شكَّلت ساحة متعددة المنابر للحوار من خلال التعليقات التي طالما أسهمت في مساءلة السياسات العامة والمسؤولين(28).

ثالثًا: مرحلة التأثير والتنافس (2011– الوقت الحاضر)

شهدت السنوات الأخيرة، عشية ثورات الربيع العربي، زرع بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية العربية جاءت نتائجها في انبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة ومساهمة كبيرة في بداية تشكُّل مجال عام جديد في العالم العربي مع الثورات والتحولات العربية في عام 2011، وتُرصَد أبرز مظاهر التحولات التي شهدتها هذه المرحلة بما يلي:

1. التوسع الكمي الكبير في الصحف الإلكترونية: لقد شهدت سنوات العقد الراهن تزايدًا كبيرًا في أعداد الصحف الإلكترونية؛ فقد اكتمل وجود نسخة إلكترونية لمعظم الصحف اليومية والأسبوعية وبات يندر وجود وسيلة إعلامية بدون وجود موقع إلكتروني يقدم خدمات إخبارية أو خدمات رقمية توفر المحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية.

التطور المهم هو التوسع الكمي الكبير في أعداد الصحف الإلكترونية غير المنتمية لوسائل الإعلام التقليدية وأصبح في كل بلد مئات الصحف من هذا النوع وبلغ عدد هذه الصحف في الأردن في عام 2011 نحو 400 موقع إلكتروني إخباري وتراجع إلى نحو 175 موقعًا بعد تعديلات على قانون المطبوعات والنشر الذي أعاد تعريف المطبوعة الصحفية لتشمل الصحف الإلكترونية وبالتالي تطلب منها الحصول على الترخيص الرسمي (29). وفي المغرب، تنامى عدد الصحف الإلكترونية ووصل في عام 2012 إلى نحو 500 صحيفة إلكترونية (30).

عشية اندلاع أولى شرارة الربيع العربي كانت تونس تتمتع بأفضل بنية تحتية في التكنولوجيا الرقمية في إفريقيا، وتجاوزت نسبة انتشار الهواتف المتنقلة 127% بينما الوصول إلى الإنترنت 36%(31). وعلى الرغم من البنية التكنولوجية المتقدمة، فقد تعرضت الصحافة الإلكترونية في عهد ما قبل الثورة للقمع والتضييق والملاحقة، وتضاعفت أعداد الصحف الإلكترونية أضعافًا وأصبحت بالمئات ولا يمكن تحديد إحصاء لها حسب تقرير الهيئة العليا لإصلاح الإعلام 2012. تكرر هذا الأمر بسيناريوهات مختلفة في التطور الكمي للصحافة الإلكترونية في مصر حيث شهدت تضاعفًا كميًّا كبيرًا لأعداد الصحف وتنوعها مع تزايد عمليات الحجب.

كما أسهمت الأحداث الداخلية في نموذجي المغرب والأردن فيما بعد عام 2011 في توسيع قاعدة جمهور الصحافة الإلكترونية وتعزيز مكانتها، في المغرب، (حظيت نشاطات حركة 20 فبراير، ومختلف المحطات السياسية المهمة التي

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تلت بروز الحركة كالخطاب الملكي لـ9 مارس/آذار 2011، ودستور 2011 وانتخابات 25 نوفمبر/تشرين الثاني وتشكيل الحكومة الجديدة، بتغطية إعلامية واسعة). وقد أسهمت سرعة المواقع الإخبارية الإلكترونية وتبنيها منطق القرب (ثقافة الويب 2.0)، في توسيع الهوة التي تفصلها نسبيًّا عن الصحافة الورقية والإعلام السمعي البصري العمومي، وربحت الرهان باعتبارها وسائل الإعلام تجسد منطق القرب ومواكبة للمستجدات بشكل أسرع. في الأردن، تابع العديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية حالة الحراك الشعبي الأردني (2011- 2013) في الوقت الذي كانت وسائل الإعلام التقليدي تتجنب بشكل أو آخر متابعة هذه التطورات ولم تستطع تطوير آلية للتعامل الإعلامي معها، في حين أسهمت الصحافة الإلكترونية من خلال السرعة وقوة التفاعلية في إثراء الحراك الشعبي بزخم جديد ما جعل البيئة السياسية والاجتماعية المحلية أداة لدعم هذه الصحافة لتحتل مكانة مركزية باعتبارها مصدرًا أساسيًّا لحصول الجمهور على الأخبار (32).

2. التطور المهني، شهدت الصحافة الإلكترونية العربية ظهور صحف جديدة أكثر مهنية وأكثر قربًا للمعايير الجديدة للاحتراف الصحفي الرقمي التي باتت تنضج على المستوى العالمي، مع استمرار الضعف المهني طابعًا عامًّا.

الجيل الجديد من هذه الصحف جاء أكثر قدرة على التمييز بين المحتوى الإعلامي التقليدي والمحتوى الصحفي للإعلام الرقمي، ولديه قدرة على الاستفادة من الأدوات الرقمية الجديدة في عرض المحتوى وفي الوصول إلى الجمهور، وفي التعامل المهني مع المحتوى الذي ينتجه الجمهور.

وبرزت صحف ومجلات إلكترونية استوعبت جانبًا من التطور المهني وفهم طبيعة المحتوى الجديد وأدواته، وقد لا يتفق التطور المهني مع مؤشرات الشعبية وعدد متابعي هذه الصحف. وفي هذا المجال وعلى سبيل المثال برز حضور موقع مدى مصر، ورصيف 22 ولبنان ديبايت في لبنان، وحبر في الأردن، وإيلاف السعودي من لندن، واليوم 24 المغرب.

3. ازدياد حصة الصحافة الإلكترونية من سوق الإعلان الإعلامية التي لم تكن تكاد تُذكَر قبل عام 2010، مع استمرار تدني هذه الحصة بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية من جهة، ومع منصات الإعلام الرقمي الأخرى من جهة ثانية، وتحديدًا في ضوء ما باتت تستقطبه شبكات التواصل الاجتماعي من حصة الإعلان. في عام 2017، نما سوق الإعلانات الرقمية عالميًّا بنحو 17% وبات يتجاوز التليفزيون، لكن أغلب هذه الإعلانات تذهب إلى شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك، بينما تذهب نسب قليلة للصحافة الإلكترونية، وأصبحت الإعلانات في العالم الرقمي تستخدم البرمجيات وخوارزميات الذكاء الصناعي لحجز الإعلانات الرقمية آليًّا، بدلًا من العملية التقليدية التي تقوم على طلبات تقديم العروض، والمفاوضات البشرية، وأوامر الإدراج اليدوي، الأمر الذي يجعل النموذج الاقتصادي للصحف الإلكترونية مفتوحًا على خيارات متناقضة بين الشعبوية والمهنية.

4. على الرغم من المكتسبات التي حققها التنظيم الرسمي للإعلام في العالم العربي، في أجواء ثورات الربيع العربي، إلا أن المرحلة الثانية من هذه التحولات قد شهدت انتكاسات في أكثر من بلد عربي من خلال تشريع القواعد القانونية ذات الطابع الزجري التعسفي، والتي نالت بشكل مباشر الصحافة الإلكترونية والإعلام الرقمي بشكل عام، حدث ذلك في مصر والأردن وتونس واستثمرت الأنظمة السياسية ضعف مهنية الإعلام الإلكتروني وحالة الإرباك في المحتوى الذي يُقدَّم على شبكة الإنترنت وانتشار خطاب الكراهية والأخبار الكاذبة لفرض المزيد من القيود تحديدًا على الصحافة الإلكترونية.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

لقد قادت التحولات السابقة إلى زيادة حضور الصحافة الإلكترونية في المشهد الإعلامي العربي وزاد الاعتماد عليها كمصدر رئيس للأخبار، وقد بدا ذلك واضحًا في الأحداث والتحولات العربية التي شهدت سنوات هذه المرحلة، هذه البيئة وفرت لأول مرة فرصًا لتشكل الأنوية الأولى لظهور صحف إلكترونية منافسة على المستوى الوطني لوسائل الإعلام التقليدية، حيث بيَّنت دراسة أُجريت على الشباب الأردني في عام 2016 أن 92.2% منهم يتابعون الصحف الإلكترونية؛ ما يعني أن الصحافة الإلكترونية باتت معروفة لجمهور القراء وفئة الشباب خاصة ومصدرًا رئيسًا للأخبار، ولديها القدرة على استقطاب هذه الشريحة من الجمهور(33).

4. البيئة السياسية والإعلامية: تحدي صناعة الأخبار الجديدة

في منتصف التسعينات من القرن العشرين الماضي، كان العالم العربي يشهد تناقضًا جوهريًّا بين حجم الاختراقات والاختلالات الأمنية والسياسية التي خلَّفتها حرب الخليج الثانية وبدايات مشروع التسوية السياسية للصراع في الشرق الأوسط وفق مسار مدريد، مقابل التغيير الثقافي والاجتماعي الذي باتت تشهده المجتمعات العربية والمتمثل بازدياد نسب التعليم واتساع حجم الطبقة الوسطى مقارنة بالعقود السابقة.

إن العطب الذي أصاب نظرية الأمن القومي العربي بعد احتلال الكويت من قبل العراق وما لحق ذلك من استدعاء لقوات أجنبية للمنطقة والذي ألقى بظلاله على مدى أكثر من عقد قد صاحبه أيضًا تحولات بفعل التكنولوجيا والعولمة الاتصالية التي جعلت المجتمعات العربية تكتشف أن الحدود السياسية مجرد حدود شفافة ولا تقف حائلًا أمام المعلومات والأخبار والأفكار والمعتقدات.

برزت متغيرات جديدة في البيئة السياسية العربية وتهديدات وصفت بأنها فوق تقليدية في حقبة التسعينات وفي العقد التالي، وعلى ثلاثة مستويات كما تبدو في العلاقات البينية العربية-العربية، ثم مسار التسوية السياسية في الشرق الأوسط، حيث ساد انقسام كبير وإعادة تمحور عربي-دولي في ضوء تداعيات حرب الخليج الثانية، ما أوصل العمل العربي المشترك إلى واحدة من أضعف حالاته؛ الأمر الذي امتد إلى الانقسام في الرأي العام العربي في هذه الأجواء.

ومع دخول العالم والمنطقة في حيز "الحرب على الإرهاب" أخذت تتشكَّل خارطة تهديدات مختلفة سواءً على مستوى الدولة أو على مستوى الأمن الإقليمي؛ وبدأ التغيير يتشكل على مستويين؛ الأول: علاقات الداخل العربي، حيث التهديد لم يعد يأتي من الخارج بل أيضًا من الداخل، إلى جانب بداية ازدياد الإدراك لمصادر تهديد إقليمية أخرى وعلى رأسها التهديد الإيراني. وعلى مدى نحو عشرين عامًا كانت التحولات نحو الديمقراطية والمشاركة السياسية في حركة دائبة في العديد من المجتمعات العربية، وعلى الرغم من الإنجازات التي تحققت سواء في إجراء انتخابات منتظمة أو التشريع للأحزاب وتوسع المجتمع المدني وحتى في التخلص من نظم شمولية في أكثر من بلد عربي، إلا أن حصاد التحولات الديمقراطية في العالم بقي محدودًا. عشية بداية التحول الرقمي كان الإعلام العربي ما زال قائمًا على نموذج إرسال المعلومات باتجاه واحد، وعلى مركزية الإعلام الرسمي المسيطر عليه من قبل الحكومات، فالنظام الإعلامي نسق فرعي مثله مثل الأنساق المجتمعية الأخرى بينما يمثِّل النظام السياسي النسق الرئيسي في الدولة أو الكيان السياسي الذي يجمع هذه الأنساق الأخرى.

لقد شهد العديد من الدول العربية أنماطًا متباينة من الانفتاح السياسي وبداية التحولات الديمقراطية شبه المقيدة التي اعتمدت على الانتخابات البرلمانية ووجود الأحزاب السياسية ولم تصل إلى مستوى التداول السلمي للسلطة وبمستويات متفاوتة

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(المغرب، تونس، موريتانيا، الأردن، مصر، لبنان، العراق)، في هذا الوقت بدأت ملامح تحول بطيء في النسق الإعلامي في دول الانتقال المبكر.

ولقد لاحظ وليام روو (William Rugh) في كتابه الثاني "وسائل الإعلام العربية"، الذي أرَّخ فيه لتطور وسائل الإعلام مع بداية الألفية الجديدة؛ حيث أبقى على تصنيفاته التقليدية التي أوردها في دراسته الأولى في نهاية السبعينات للإعلام العربي "الإعلام الموالي والإعلام التعبوي والإعلام المتنوع"، وأضاف الإعلام الانتقالي (Transitional) فهو إعلام مختلط يسمح بتنوع ملكية الإعلام ويُبقي على سيطرة حكومية هي الأقوى في المشهد الإعلامي، بينما يتيح هامشًا من حرية التعبير وتعدد وسائل الإعلام وتنوعها؛ حيث ينتقل تصنيف مصر من إعلام التعبئة والحشد إلى إعلام انتقالي والإعلام الأردني من إعلام الموالاة إلى الإعلام الانتقالي(34).

في المحصلة، اتسمت هذه المرحلة باتساع مجال التعددية الإعلامية التي جاءت استجابة لتحولات سياسية أو تحت ضغوط سياسية، إلى جانب ازدياد الاستثمار السياسي في وسائل الإعلام الذي عكسه التوسع في القنوات التليفزيونية الفضائية، ويذهب عصام موسى إلى ثلاثة أمور رئيسية أسهمت في نمو هذه التعددية؛ هي: أولًا: ضغوط العولمة والتحولات العالمية التي صاحبت التحول في النظام الدولي. ثانيًا: ضغوط الثورة الرقمية، ونهاية الرهانات التقليدية بالسيطرة على الإعلام. ثالثًا: ضغوط المنظمات الدولية وفي مقدمتها اليونسكو (35).

اعترف الدستور المصري في 2013 لأول مرة بالصحافة الإلكترونية؛ إذ أقر إضافة الصحافة الإلكترونية في المادة الـ70 من الدستور، حيث فرقت بين ثلاث مهن، هي: الصحافة، والإعلام المرئي والمسموع، والصحافة الإلكترونية. وأشار الدستور التونسي إشارة عابرة للصحافة والحرية الإلكترونية واكتفى بالإشارة إلى تطبيق ما يَحْكُمُ الإعلام الورقي على الإعلام الإلكتروني بشكل غير صريح وواضح (36).
وتضمن قانون الإعلام الجزائري، 2012، إشارات محدودة للصحافة الإلكترونية، ووردت الصحافة الإلكترونية في هذا القانون في مواد الباب الخامس، لكن بدون تفاصيل.

واشتمل قانون الصحافة والنشر المغربي الأخير، 2016، ضمانات جديدة لحرية الصحافة وتحقيق الاعتراف القانوني بحرية الصحافة الإلكترونية، وتقوية ضمانات المحاكمة العادلة في قضايا النشر وجعل الاختصاص المتعلق بحجز الصحف أو حجب المواقع الإخبارية الإلكترونية اختصاصًا قضائيًّا، مع إرساء إصلاح شامل وعميق لمنظومة القذف، بما يمكِّن من احترام الحياة الخاصة، وحقوق الأفراد والمجتمع.

لكنه جاء بقيود جديدة حينما ساوى بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية في شروط الترخيص. وفي الأردن نالت التعديلات التي جرت على قانون المطبوعات والنشر لعام 2012 إعادة تعريف المطبوعة الصحفية لتشمل الصحف الإلكترونية ما أخضعها إلى الترخيص والتسجيل الرسمي، أما قانون الإعلام الكويتي فقد ساوى بين الإعلام الإلكتروني والإعلام المطبوع حين جعل المحظور واحدًا في الحالتين رغم الاختلاف الكبير بينهما، من حيث طرق تناول المواضيع وصياغتها.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول يوضح واقع حرية الإنترنت في العالم العربي (2011 – 2017)

الدولة	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الأردن	حرة جزئيًا 42	حرة جزئيًا 45	حرة جزئيًا 46	حرة جزئيًا 48	حرة جزئيًا 50	حرة جزئيًا 51	حرة جزئيًا 53
الإمارات	ليست مشمولة	ليست مشمولة	غير حرة 66	غير حرة 67	غير حرة 68	غير حرة 68	غير حرة 69
البحرين	غير حرة 62	غير حرة 71	غير حرة 72	غير حرة 74	غير حرة 72	غير حرة 71	غير حرة 72
تونس	غير حرة 81	حرة جزئيًا 46	حرة جزئيًا 41	حرة جزئيًا 39	حرة جزئيًا 38	حرة جزئيًا 38	حرة جزئيًا 38
السعودية	غير حرة 70	غير حرة 71	غير حرة 70	غير حرة 73	غير حرة 73	غير حرة 72	غير حرة 72
السودان	ليست مشمولة	ليست مشمولة	غير حرة 63	غير حرة 65	غير حرة 65	غير حرة 64	غير حرة 64
سوريا	ليست مشمولة	غير حرة 83	غير حرة 85	غير حرة 88	غير حرة 87	غير حرة 87	غير حرة 86
لبنان	ليست مشمولة	ليست مشمولة	حرة جزئيًا 45	حرة جزئيًا 47	حرة جزئيًا 45	حرة جزئيًا 45	حرة جزئيًا 46
ليبيا	ليست مشمولة	حرة جزئيًا 43	حرة جزئيًا 45	حرة جزئيًا 48	حرة جزئيًا 54	حرة جزئيًا 58	حرة جزئيًا 54
مصر	حرة جزئيًا 54	حرة جزئيًا 59	حرة جزئيًا 60	حرة جزئيًا 60	غير حرة 61	غير حرة 63	غير حرة 68
المغرب	ليست مشمولة	ليست مشمولة	حرة جزئيًا 42	حرة جزئيًا 44	حرة جزئيًا 43	حرة جزئيًا 44	حرة جزئيًا 45

* جدول تجميعي أعده الباحث- المصدر: https://freedomhouse.org

1.4. البيئة المهنية: تحدي تطوير المحتوى

تُعَدُّ مشكلة جودة المحتوى الصحفي على الإنترنت مشكلة عالمية وترتبط بالتحولات التكنولوجية والتي غيرت طبيعة العملية الاتصالية والإعلامية. يبدو أن الأمر في المحتوى العربي أكثر تعقيدًا؛ حيث يمتد الأمر إلى مشكلات أخرى في ممارسة الصحافة وجمع الأخبار ومعالجتها في وسائل الإعلام التقليدية إلى جانب ضعف القدرات في استخدام أدوات الإعلام الرقمي وفي المهارات الجديدة التي يتطلبها إنتاج المحتوى الملائم للوسائل الجديدة.

لقد اتسمت مضامين الصحافة الإلكترونية في مراحلها الأولى بأنها امتداد للصحافة الورقية، سواءً في النسخ الإلكترونية للصحف الورقية أو في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وفي هذه المراحل لم يكن ناشرو الصحف الإلكترونية يهتمون كثيرًا بجودة المحتوى على قدر اهتمامهم بالجوانب التقنية (37).

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

ومع التطور الذي نال المحتوى الإعلامي للصحف الإلكترونية في السنوات الأخيرة إلا أن أبرز التحديات تبدو في مستوى مهنية وجودة هذه الصحف والمحتوى الذي تقدمه. تحتل قضية المهنية الإعلامية مكانة بارزة في المنافسة الإعلامية المعاصرة، وفي قدرة المؤسسات الإعلامية على الاستمرار (38). ويرتبط تطور الأداء المهني الإعلامي بثلاث حلقات أساسية، هي: التنظيم المهني النقابي، ثم التنظيم الذاتي من خلال تطوير منظومات قواعد السلوك المهني والمبادئ الأخلاقية، ثم التأهيل والتعليم والتدريب (39).

مع ميلاد أنماط الإعلام الجديد، وازدياد قوة الإعلام مقابل ازدياد التركيز والاحتكار والتأثير يزداد الشعور بأن مهنية وسائل الإعلام في حالة تراجع ما يقود نحو المزيد من الاهتمام بالتدريب الإعلامي ومراجعة المضامين والأساليب التي تنتقل فيها المعرفة والمهارات (40).

وبالعودة إلى مصادر المهنية في الصحافة الإلكترونية العربية على مستوى التنظيم، يُلاحَظ أن الكثير من نقابات الصحفيين في البلدان العربية لا تزال تتخذ مواقف مرتابة من الصحافة الإلكترونية والصحفيين العاملين فيها، لقد حدثت خطوات تشريعية محدودة في كل من مصر الأردن وتونس والمغرب على سبيل المثال في استيعاب الصحافيين الإلكترونيين في عضوية النقابات ضمن شروط وقيود متعددة.

إلا أن هذه الحالة زادت من تعقيد الحالة المهنية ما فتح الباب على مصراعيه لدخول الهواة وشبه الهواة لميدان الصحافة الإلكترونية وضعف القدرة على التمييز بين الصحفي الإلكتروني والصحفي المواطن.

شهدت السنوات الأخيرة بداية تشكُّل بعض أطر التنظيم الذاتي على الرغم من استمرار الطابع العام للفوضى التنظيمية، وظهرت هذه الأطر على شكل نقابات وجمعيات وروابط تنظِّم عمل العاملين في قطاع الصحافة الإلكترونية، كما ظهرت أشكال من مدونات أخلاقية ومهنية تنظيمية في عدد من البلدان، مثل نقابة الصحافة الإلكترونية في مصر، وجمعية الصحافة الإلكترونية الأردنية، والنقابة الوطنية للصحافة الإلكترونية المغربية، وجمعية الصحافة الإلكترونية الكويتية.

لا تزال نظم تعليم الصحافة والإعلام في معظم الجامعات والمعاهد العربية غير مستوعبة لمفاهيم الإعلام الجديد وتطبيقاته وما يحتاجه من مهارات جديدة ولم يتم إصلاح المناهج التعليمية في هذا المجال، فقد بيَّنت دراسة مسحية عام 2017، شملت مسح 439 برنامجًا تعليميًّا في مجالات الاتصال والإعلام والصحافة تطرحها 120 جامعة ومؤسسة تعليمية في 9 دول عربية، وجودَ فجوة في تطوير معايير جودة التعليم الصحفي وتحديدًا في استيعاب التكنولوجيا الجديدة، ويبدو ذلك في أن هناك 26 برنامجًا تعليميًّا تدرس مواد تعليمية في الصحافة الإلكترونية أو الإعلام الرقمي أي بنسبة 7.6% من البرامج المشمولة في الدراسة في حين لم تتوصل الدراسة إلى أي برنامج تعليمي يطرح مواد في مجال صحافة البيانات في حين تعاني المؤسسات التعليمية من ندرة الأكاديميين المتخصصين في الإعلام الرقمي، علاوةً على أن معظم هذه المؤسسات تركز على الجوانب النظرية في تعليم الصحافة والإعلام على حساب الجانب التطبيقي(41).

وعلى الرغم من انتشار التدريب الإعلامي في معظم الدول العربية، إلا أن التدريب الإعلامي بشكل عام والتدريب المتخصص في مجال الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية يواجه مشكلات متعددة أبرزها تدني جودة هذا التدريب وتشابه البرامج المطروحة وتكرارها وندرة وجود خبراء ومدربين يملكون قدرات فعلية في مجالات متخصصة في نقل المعارف والمهارات

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الرقمية، كما أن أثر التدريب ما زال متدنيًا عمليًّا داخل المؤسسات الإعلامية؛ فالاهتمام ضعيف من قبل المسؤولين الإعلاميين باستخدام التدريب أداةً لتحسين الأداء الإعلامي، يبدو ذلك في أن المؤسسات لا توفر نظام حوافز فعالًا للإعلاميين (42).

2.4. البيئة التكنولوجية: تحدي جاذبية الوسائل وإغراق السوق

تُعَدُّ البيئة الرقمية هي الأساس المادي لتطور الصحافة الإلكترونية وازدهارها، فهذه المنظومة من الوسائط قامت على أساس التحولات التكنولوجية الكبيرة التي وفرت التفاعل متعدد الوظائف، وتقوم البيئة التكنولوجية على أساس توفير إمكانية وصول المجتمع لشبكة الإنترنت بالدرجة الأولى، وعلى مدى توفر محتوى إعلامي رقمي ملائم للوسيلة الجديدة.

كان عدد سكان العالم العربي في عام 1995 نحو 260 مليونًا، فيما كان انتشار الإنترنت محدودًا جدًّا، وكان مستخدمو الإنترنت في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في ذلك العام نحو 1000/0.55 مواطن، بينما كان المعدل العالمي 1000/7.7 لكل مواطن. وفي عام 1998، ارتفع انتشار الإنترنت في الشرق الأوسط وإفريقيا إلى 1000/3.3 مواطن، بينما وصل المعدل العالمي 1000/30.6. وفي عام 2000، وصل انتشار الإنترنت في العالم العربي نحو 1%، وبينما كان المعدل العالمي للانتشار نحو 5.7%(43).

واعتبارًا من هذا الوقت أخذ يتنامى بشكل سريع وصول المواطنين العرب إلى الإنترنت وخاصة في دول الخليج، حيث سمحت السعودية في عام 1999 بالوصول إلى الإنترنت لأول مرة.

لقد اتسمت هذه المرحلة بضعف خدمات الإنترنت في المنطقة العربية بشكل عام وخدمات النشر الرقمي بشكل خاص، ما أثَّر بشكل مباشر على تقدم الصحافة الإلكترونية وانتشارها وعلى الخيارات التي تقدمها للمستخدمين، وأبرز التحديات التكنولوجية التي واجهتها الصحافة الإلكترونية في بداياتها تتمثل في الدعم الفني للحرف العربي، فهذا أول تحدٍّ واجه الصحافة الإلكترونية؛ حيث إن الحرف العربي ومدى ملاءمته للتكنولوجيا ودعمه من برامج التصميم والنشر بقي لفترة ليست قصيرة أهم العوائق التقنية التي حالت دون تطور مواقع الصحافة الإلكترونية العربية.

في البداية، كانت معظم تطبيقات الإنترنت والبرمجيات المبكرة وأنظمة التشغيل لا تتعرف على النص العربي لذا لجأت الصحافة الإلكترونية إلى خيارات محدودة أهمها الاعتماد على الماسحات الضوئية لنقل النسخة الورقية والاعتماد على صيغة (PDF). ومن التحديات التكنولوجية ضعف خدمات الأرشفة، وحسب إحدى الدراسات (44)، فإن 79% من الصحف الإلكترونية في عام 1997 وفرت أرشيفًا لمدة يوم إلى يومين فقط، لقد كانت معظم المشاكل التي تواجهها الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة تذهب إلى الجوانب التقنية (تنزيل الموقع، انقطاع خط الاتصال، البطء في تحميل المواد). في المقابل نجد أن 8% من رؤساء تحرير الصحف الإلكترونية في الدراسة السابقة تحدثوا عن مشاكل ترتبط بتطوير المحتوى وأساليب عرضه أو مستوى الحرية في الصحافة الإلكترونية (45).

ومنذ عام 2000 إلى عام 2007، شهد استخدام الإنترنت في العالم العربي قفزة كبيرة بالتزامن مع دخول الجيل الثاني من الإنترنت 0.2، حيث وصل مستخدمو الإنترنت إلى 11% من سكان العالم العربي، أما نسبة الاستخدام للإنترنت بمختلف أشكالها من سكان قطر في تلك السنة فقد وصلت إلى 26.6%، وفي الكويت 25.6%، ولبنان 15.8%،

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

والمغرب 15.1%، والأردن 11.7%، وتونس 9.2%، ومصر 6.9%، والجزائر 5.7%، وسوريا 5.6%، وليبيا 3.3%، والعراق 0.1%(46).

في هذه المرحلة، شكَّل مستخدمو الإنترنت في منطقة الخليج العربي 60% من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي، حيث شهدت هذه الدول تطورًا واضحًا في البنية التحتية للإنترنت وانخفاضًا في كلف شراء أجهزة الحاسوب والاشتراك في الشبكة. وعلى الرغم من التقدم الكبير الذي حققه العالم العربي إلا أن هذه الخطوات لم تكن كافية لسد الفجوة الرقمية، ولم ينعكس هذا التطور في مجال تطور المحتوى الإخباري والصحف للإنترنت ولا في اهتمام المجتمعات العربية بالصحافة الإلكترونية وتحولها إلى مصدر رئيس للأخبار، في عام 2007، توصلت الدراسات إلى أن 45% من مستخدمي الإنترنت لم يزوروا مواقع الأخبار، و20% يتصفحون هذه المواقع مرة كل أسبوع (47).

ومع هذا، استفادت الصحافة الإلكترونية العربية من التطبيقات الجديدة التي أتاحها الجيل الثاني من الإنترنت ودخلت مرحلة جديدة من التفاعلية وباتت تتخلص تدريجيًّا من بعض المشاكل التقنية التقليدية.

بعد مرور عقد، وفي نهاية عام 2017، ما زال انتشار الإنترنت والبنية التحتية الرقمية للصحافة الإلكترونية أقل من المعدل العالمي، حيث وصلت نسبة انتشار الإنترنت في العالم العربي 43%، أي إن انتشار الإنترنت تضاعف نحو أربعة أضعاف خلال عقد واحد. ومع هذا التطور، إلا أن معدل الانتشار في العالم العربي ما زال أقل من المعدل العالمي الذي وصل إلى 49.7%، وسجلت أعلى الدول: قطر 98.3%، والأردن 80%، والكويت 78.4%، والمغرب 58%، ولبنان 76.1%، ومصر 34.2%(48). إلى جانب ذلك، فإن معظم الدول العربية قد شهد تطورًا كبيرًا في البيئة التحتية للاتصالات الرقمية.

وأصبحت بعض البلدان مثل دول الخليج تتمتع ببنية تحتية رقمية متقدمة عالميًّا، كما تراجعت كلف الاتصالات والإنترنت؛ الأمر الذي أسهم بشكل أساسي في تحويل الإنترنت إلى مصدر رئيس للأخبار في معظم المجتمعات العربية. الاستدراك المهم يذهب إلى أن الصحافة الإلكترونية الرقمية لم تستفد بشكل واضح من هذه التطورات، على صعيد تحسين مستوى جودة خدماتها تقنيًّا وأساليب عرضها للمحتوى والاستفادة من أدوات الإعلام الرقمي الحديث، ما يرجع إلى أربعة أسباب أساسية؛ الأول: أن الصحافة الإلكترونية العربية لا تزال في الأغلب مشاريع فردية لم تتطور مؤسسيًّا ولم تشيد نماذج مهنية مستدامة توفر آلية للاستجابة السريعة للتكنولوجيا أو التحسين المستمر للجودة.

ثانيًا: أن النموذج الاقتصادي الذي اعتمدت عليه هذه الصحف لم يساعدها نتيجة نقص الموارد. ثالثًا: ضعف الموارد التقنية والمهنية القادرة على الاستفادة من أدوات وتطبيقات الإعلام الجديد، رابعًا: التفاوت الهائل بين الدول والمجتمعات العربية في امتلاك البنية التكنولوجية الرقمية والتفاوت الآخر بين العاصمة والمدن الرئيسية في العديد من الدول.

3.4. البيئة الاقتصادية: تحدي بناء النموذج الاقتصادي الجديد

ظهرت الصحافة الإلكترونية العربية في بيئة متحولة في قطاع اقتصاد الإعلام العربي، حسب إحصاءات اليونسكو، كان انتشار الصحف اليومية في العالم العربي في عام 1995 ما زال متدنيًا مقارنة مع أقاليم أخرى في العالم، في مصر كان

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

1000/38 نسخة-مواطن، وفي الأردن 1000/45، وفي العراق 1000/20، وفي لبنان 1000/141 والسعودية 1000/49 مقارنة مع بريطانيا 1000/332، وفي اليابان 1000/580، فرنسا 218/ 1000(49).
في هذا الوقت لم تكن قراءة الصحف ومتابعتها ظاهرة عامة أو جزءًا من الحياة اليومية للأفراد بل كانت تقتصر على النخب الصغيرة، ففي منتصف التسعينات كان نحو 45% من سكان العالم العربي يعانون من الأمية.

لقد تزامنت بداية ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي مع مرحلة جديدة في الإعلام العربي، أبرز ملامحها بداية ازدهار عصر البث التليفزيوني الفضائي بإطلاق العشرات من الفضائيات العربية الجديدة، وبداية عصر الشبكات الإخبارية العربية (Pan-Arab Media)، هنا اكتشفت النظم السياسية أن الحدود الرسمية لا يمكن أن تمنع تدفق الأخبار والأفكار والمعلومات.

بلغ حجم السوق الإعلانية في وسائل الإعلام العربية عام 1995 نحو 1.113 مليار دولار في 11 دولة عربية (دول الخليج، ومصر، وسوريا، ولبنان، والأردن، والعراق)، وهي حصة متواضعة بالمقارنة مع السوق الإعلانية العالمية، واعتبارًا من عام 1998 أخذ يتنامى وصول المواطنين العرب إلى الإنترنت وتحديدًا في دول الخليج وبدأت ملامح سوق إعلامية جديدة تتشكَّل، ولكن إلى ذلك الوقت لم تكن الإعلانات على الإنترنت أو الصحافة الإلكترونية الوليدة تحتل مكانة تُذكَر، فقد وصل الإنفاق الإعلاني في عام 2000 في دول آسيا العربية نحو 2.021 مليار دولار(50).

لم يكن ناشرو الصحف اليومية العربية في نهاية التسعينات وبداية الألفية الجديدة يأخذون الصحافة الإلكترونية على محمل المنافس الكبير لهم في المستقبل القريب، كان لديهم اعتقاد بأن الصحف الورقية سوف تحافظ لوقت طويل على ولاء الجمهور، كان جل اهتمامهم يذهب إلى منافسة المحطات التليفزيونية الفضائية وما جاءت به من جاذبية وسرعة في نقل الأخبار.
مرَّت الصحافة الإلكترونية العربية في مواجهة التحدي الاقتصادي، بثلاث مراحل، الأولى: الهواية والتجريب التي استمرت إلى عام 2005، حيث لم يكن لناشري هذه المواقع أية خطة عمل اقتصادية. في المرحلة الثانية ظهرت شركات تتبنى البوابات الإلكترونية، حيث أخذت ملامح أولية لنموذج اقتصادي تتبلور. في المرحلة الثالثة اعتبارًا من عام 2009 بدأت تتضح الشخصية المهنية للصحافة الإلكترونية وبدأت الإعلانات والاستثمارات تلتفت لها وتحديدًا في سنتي 2011-2012، وساعد في ذلك النمو المهني عندما أخذ صحفيون محترفون بالهجرة من الصحافة الورقية إلى الصحافة الإلكترونية.
إن إحدى أبرز المشكلات التي واجهتها الصحافة الإلكترونية العربية، أنها أُنشئت على شكل مبادرات فردية صغيرة ولم تطوِّر نماذج اقتصادية ناجحة، ولا تزال تواجه هذه المشكلة، لقد بقي الناشرون الإلكترونيون العرب إلى وقت قريب غير مدركين لعناصر المنافسة الحقيقية التي يمكن أن تطور نماذج اقتصادية مستدامة للصحافة الجديدة والمتمثل في تطوير المحتوى ومواكبة التكنولوجيا (51).

في عام 2008، ارتفع الإنفاق على الإعلانات في وسائل الإعلام العربية إلى نحو 5.296 مليارات دولار ولم يشكِّل الإعلان عبر الإنترنت سوى 1% أي ما يعادل 56 مليون دولار فقط؛ وهذا لا يعني أن عائد الإعلانات على الإنترنت يذهب إلى الصحافة الإلكترونية. لقد تزامن هذا التطور مع بداية نمو الواجهات العربية لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيسبوك وتويتر(52)، في هذا العام، 2008، أصبح 85% من الصحف اليومية العربية لها نسخة إلكترونية على الإنترنت، ولكن حوالي 2% فقط من إعلانات هذه الصحف جاءت من خلال نسخها الإلكترونية(53).

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

اعتبارًا من عام 2010، بدأت حصة الإنترنت تحتل مساحة أوسع في سوق الإعلانات؛ حيث وصلت هذه الحصة 2014-2015 إلى نحو 17% من سوق الإعلان العربية، ولا توجد إحصاءات واضحة تحدد حصة الصحافة الإلكترونية من هذه النسبة ولكنها تُقدَّر بنحو 23% من حصة الإعلان الرقمي، واحتلت أسواق السعودية والإمارات العربية المتحدة المساحة الأوسع من هذه الأسواق (54). في العموم، لا يزال التحدي الاقتصادي هو الأبرز في مواجهة الصحافة الإلكترونية العربية، وعلى الرغم من مرور نحو ربع قرن على نشأتها، فإن الصحافة الجديدة تراوح مكانها، ولم تتطور إلى بناء نماذج اقتصادية ناجحة ولا تزال غير جاذبة للاستثمار، باستثناء حالات محدودة في دول الخليج والمشرق العربي، وترتبط هذه الحال بأسباب ذاتية تتعلق بضعف مهنية هذه الصحافة وضعف قدرتها على التطور والابتكار ما جعل قدراتها على المنافسة في سوق الإعلانات محدودة، وأسباب محلية ترتبط بالضغوط التشريعية والسياسية من جهة، وبالاحتواء السياسي من جهة أخرى، وأسباب عالمية ترتبط بالشركات العملاقة المهيمنة على الإنترنت ومنتجاتها المتعددة التي عملت على تغيير سلوك مستهلكي الأخبار بشكل عام.

من جهة أخرى، لا تزال تجارب الصحافة الإلكترونية التي تقدم محتوى مدفوع الثمن محدودة وتواجه صعوبات متعددة اجتماعية واقتصادية وتقنية، فهذا النمط من المحتوى لم يصبح بعد جزءًا من ثقافة متصفحي الإنترنت في المنطقة، كما أن الدفع الإلكتروني غير متيسر بالشكل المطلوب ولا توجد تدابير تقنية أو تشريعية في معظم البلدان العربية، إلا أن تجارب محدودة ظهرت لتقديم المحتوى الإخباري المدفوع مثل تجربة بعض الصحف اللبنانية.

خلاصة

شهدت الصحافة الإلكترونية في العالم العربي تحولات متعددة خلال عقدين من عمرها، أسهمت فيها عوامل ذاتية وعامة ارتبطت بالتكنولوجيا الجديدة وبالتحولات البيئية السياسية والاقتصادية؛ حيث جاءت نشأة هذ الصحافة وتطورها وسط بيئة تاريخية متحولة ومملوءة بالمحطات التاريخية المفصلية في حياة مجتمعات المنطقة؛ ما جعل الصحافة الإلكترونية أداة جديدة أسهمت في إعادة تشكيل صناعة الأخبار في هذا الجزء من العالم.

أسهمت الصحافة الإلكترونية في تشكيل المجال العام العربي الجديد، فقد وفرت مساحة جديدة للنقاشات العامة غير مألوفة من قبل، من خلال رفع سقف حرية التعبير وطرح قضايا جديدة لم تكن معروفة أو متاحة من خلال وسائل الإعلام التقليدية، كما أسهمت في زيادة جرعة التفاعل وسماع أصوات شرائح واسعة من المجتمعات.

في الوقت نفسه؛ حملت الصحافة الإلكترونية العربية مشكلات ومحددات الصحافة العربية التقليدية بل جاءت بإشكاليات جديدة، وتحديات غير مألوفة بعضها يرتبط بظاهرة الإعلام الرقمي العالمية، وأخرى ترتبط بالخصوصيات الثقافية والسياسية العربية.

لا تزال الصحافة الإلكترونية العربية تواجه تحديات مهنية معقدة تنعكس في تدني جودة المحتوى الإعلامي في طيف واسع من المحتوى الصحفي الإلكتروني، ويعود هذا الأمر إلى تحديات في تكوين وقدرات الصحفيين الإلكترونيين، وعدم وجود معايير واضحة أو تقاليد ناجزة للمهنة في هذا الحقل، كما هي الحال في تواضع أشكال التنظيم الذاتي؛ ما جعلها في أحيان كثيرة طيّعة للفوضى أو للاحتواء السياسي. من جهة أخرى، بقيت الصحافة الإلكترونية العربية تعكس مبادرات فردية، ولم تطوّر -في الأغلب- نماذج اقتصادية ناجحة.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

أمام الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية في العالم العربي فرصة كبيرة في تطوير جودة المحتوى والأداء واستثمار التحولات الكبيرة التي تشهدها المجتمعات العربية واتساع القاعدة السكانية الشبابية في هذه المجتمعات، التي تعد المستهلك الكبير لهذا النمط من الإعلام، وذلك من خلال تطوير جودة التدريب الإعلامي وإصلاح مناهج تعليم الصحافة وإدخال مفاهيم ومهارات الإعلام الرقمي فيها، والدخول في عملية مستمرة من التنظيم الذاتي وبناء نماذج اقتصادية مستدامة.

---

*د.باسم الطويسي، عميد معهد الإعلام الأردني- عمان .

مراجع

de Franco, Chiara, "Media Ecology and the Blurring of Public and Private Practices: A Case from the Middle East", (1) .(Politik, Vol. 19, No. 4, 2016)

Meyrowitz, J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior, (Oxford University Press, New (2) .York, Oxford, 1985)

. McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man, (McGraw-Hill, New York, 1964)(3)

Roe, Merrit, & Marx, Leo, Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism, The MIT (4) .Press, June 1994

Postman, Neil, "The humanism of media ecology", Proceedings of the Media Ecology Association, (Vol. 1, 2000), p. 10- (5) :16. (Visited on 2 December 2012)

https://bit.ly/2tcobAP

. Salas, Alexandra, "Media Ecology Comes into Its Own", The Education Digest, (Vol. 4, 2007), p. 62-66(5)

. Islas, Octavio and Bernal, Juan David, Media Ecology: A Complex and Systemic Met discipline, (Philosophies, 2016, 1)(6)

Kawamoto, Kevin, Digital Journalism: Emerging media and the changing Horizons of Journalism, (Aowman and Little (7) .Field, 2003), p. 32-33

. Ibid, p. 42(8)

(10) صادق، عباس مصطفى، صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، (الظفرة للطباعة، أبوظبي، 2003)، ص 26-35.

.Kawamoto, Digital Journalism, op, cit, p. 33 (11)

.Ibid, p. 34 (12)

.Ibid, p. 34-35 (13)

Muthukumaraswamy, Karthika, "When the media meet crowds of wisdom: How Journalists are tapping into audience (14) .expertise and manpower for the processes of newsgathering", Journalism Practice, (Vol. 4, No. 1, 2010), p. 48-65

Chaffee, Steven, "The End of Mass Communication", Mass Communication and Society, (Vol. 4, No. 2001, Issue (15) .2001), p. 365-380

Cover, Rab, "New media Theory: Electronic Games Democracy and Reconfirming, the Author–Audience (16) .Relationship", Social Semiotic, (Vol. 4, No. 2, August 2004), p.177-191

.Ibid (17)

.Chaffee, "The End of Mass Communication", op, cit, p. 371 (18)

(19) الحمامي، الصادق، الميديا الجديدة: الإبستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، (سلسلة البحوث والمنشورات الجامعية بمنوبة، 2012)، ص 28-29.

.Joseph, S. Nye, The Future of Power, (The Perseus Books Group, New York, 2010), p. 96 (20)

(21) الحمامي، الميديا الجديدة، مرجع سابق، ص 83

(22) المرجع السابق، ص 84-88.

(23) أمين، رضا عبد الواحد، الصحافة الإلكترونية، (دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007).

Alshehri, F. A. Electronic Newspapers on the Internet: a study of the production and consumption of Arab dailies on (24) .the World Wide Web, (Doctoral Dissertation, University of Sheffield, 2001)

(25) ولد جاب الله، سعد، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية، (جامعة الجزائر، 2006)، ص 89-98.

(26) نبيح، آمنة، ماهية الصحافة الإلكترونية وعوامل تطورها، شبكة ضياء، 4 يناير/كانون الثاني 2012، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/أيلول 2018):

https://bit.ly/2OtSgDx

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(27) وزارة الاتصال (المملكة المغربية)، الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية: تحديات وتوصيات، (الرباط، 2013).

(28) UNESCO, Assessment of Media Development in Jordan, (Based on UNESCO's Media Development Indicators, 2015, ((Visited on 23 September 2016:

https://bit.ly/2fCrwUa

(29) UNESCO, Assessment of Media Development in Jordan, (Based on UNESCO's Media Development Indicators, 2015, ((Visited on 23 September 2016:

https://bit.ly/2RCz2O3

(30) وزارة الاتصال (المملكة المغربية)، الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية، مرجع سابق.

(31) UNESCO, Assessment of Media Development in Tunisia, (Based on UNESCO's Media Development Indicators 2012, (2013,)Visited on 27 February 2016:

https://bit.ly/2qwdU0p

(32) وزارة الاتصال (المملكة المغربية)، الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية، مرجع سابق.

(33) العلاونة، حاتم؛ المناصير، طارق، الصحافة الإلكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي الأردني، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 2، 2016.

(34) Rugh, William A., Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics, (Praeger, London, 2004), p.127-132.

(35) الموسى، عصام، الإعلام العربي الرقمي والتحديات الراهنة، (منشورات نقابة الصحفيين الأردنيين، عمَّان، 2014).

(36) كريمي، علي، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه، مركز الجزيرة للدراسات، 15 مايو/أيار 2016، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/أيلول 2018):

https://bit.ly/2IWl9qU

(37) Alshehri, Electronic Newspapers on the Internet, op, cit, p. 17

(38) McQuail, Denis, Media performance: mass communication and public interest, (SAGE Publications, London, 1992).

(39) Solan, William and Parcel, Lisa, American Journalism: history, principles, practices, (Mcfavland Company, Inc. Publishers, North Carolina, 2002).

(40) Aldridge, M, and Evetts, J, Rethinking the concept of professionalism, the case of journalism, British journal of sociology, (Vol. 54, No. 4, 2003), p.547-567.

(41) Tweissi, Basim, Assessment of Media Education in the Southern Mediterranean Region, (MedMedia).

(42) الطويسي، نسيم؛ الطويسي، باسم، "جودة التدريب الإعلامي في الأردن"، (المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، 2015)، ص 2071 – 2798.

(43) UNESCO, Year book, (1996).

(44) UNESCO, Information and communication technologies in Development: UNESCO Perspective, A report prepared for the working, (Group of the United Nations Commission on Science and Technology for Development, 1996).

(45) Alshehri, Electronic Newspapers on the Internet, op, cit.

(46) "تطور الإنترنت في العالم العربي، البلدان العربية تجاهد لردم الهوة الرقمية مع الدول الرقمية"، الشرق الأوسط، 26 يونيو/حزيران 200).

(47) المرجع السابق.

(48) Internet–Coaching Library, Usage and Population Statistics, (Internet World Stats).

(49) UNESCO, Year book, (1996).

(50) Alshehri, Electronic Newspapers on the Internet, op, cit.

(51) ابن مسعود، المعز، "الصحافة الورقية صراع البقاء ورهانات الرقمنة"، مركز الجزيرة للدراسات، 8 ديسمبر/كانون الأول 2016، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/أيلول 2018):

https://bit.ly/2ulLxWd

(52) نظرة على الإعلام العربي 2016-2018: شباب، محتوى، إعلام، (نادي دبي للصحافة، دبي، 2016)، ص 47-50.

(53) المرجع السابق، ص 47-50.

(54) المرجع السابق، ص 50.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com