

المنصات الإلكترونية والمساءلة النقدية الجماعية لمحتوى السمعى البصري:

تدفق المخرجات والمراقبة المستمرة

د. فلاق شبرة صالح

جامعة مستغانم.

لا تركز نزعات أكاديميين ومهنيين في تقييمها لبرامج التلفزيون للهدوء والمهادنة، وتمطرها بوابل من النقد الذي يطال المحتويات من شتى الجوانب، ويكون هذا النقد غالبا مستمداً من إيقاع استهلاك هذه البرامج من قبل الجمهور وأبعاد البنية الإجتماعية والثقافية، فضلا عن أنه أحد مقومات التفاعلية في دورة الإنتاج والإستهلاك للمضامين السمعية البصرية وعاملا حاسما في الحركية والتجديد، وبالمقابل ظل مستوى النقد لدى جمهور المشاهدين ضئيلا لا يتجاوز عتبة الإستهلاك وردود الأفعال البسيطة التي تظهر أثناء المشاهدة أو بعد فترة قصيرة وسرعان ما تختفي، ما جعل متخصصي النقد يعاتبون التلفزيون على وأد الحسّ النقدي وتنقيه الذائقة العامّة والتشجيع على استهلاك المضامين الترفيهية والمسليّة والدراما المصنّعة للفانترام، إلا أنّ هذا التوجّه وصل للمنعطف بظهور المنصات الإلكترونية التفاعلية والعدّة التكنولوجية التي تتيح المشاركة تحت مظلة الأنترنت، بحيث لم تخلق فقط أنماطا جديدة في إنتاج المضامين واستهلاكها وإنما كذلك في النقد ومساءلة المحتوى، حيث يبدو الجمهور العام أكثر نشاطا من الناقد المتخصص والأكثر مراقبة وترصّدا لفيض المضامين السمعية البصرية التي تتدفّق عبر شاشات التلفزيونات من بينها مخرجات الفضائيات الجزائرية العمومية والخاصّة، إلى درجة تفوق المستخدم النشط والمشاركة والتداول لمقاطع الفيديو المثيرة للنقد، على الأكاديمي أو المهني المتخصص، الذي أصبح يعتمد عليها في أحيان كثيرة ويكتفي بإرفاق المحتوى المشارك بقيمة مضافة تعبّر عن خبرته في المجال، ما معناه إختلاط الأدوار ما بين الطرفين وإنتعاش الحسّ النقدي، لكنّ الأهمّ من ذلك هو التساؤل عن مدى إنعكاس موجة النقد العفوي أو المتخصص على أداء القنوات الفضائية في ظلّ الإنتاج الجماعي للمعنى، والمراقبة المنكشفة للشاشة وهل يمكن أن يؤثر ذلك على أجنديتها وسياساتها الإخبارية والمهنية؟ ونحاول في هذه المداخلة تسليط الضوء على مختلف التجاذبات التي ترهن عملية النقد وعلاقتها بالمحتوى السمعي البصري.

المشاهد الجزائري يقتر الوسيلة والمحتوى

شدّت القنوات التلفزيونية الخاصّة في الجزائر التي بدأت في ظهور ابتداء من سنة 2011 وبلغت أكثر من 45 قناة في سنة 2015، إنباه وإهتمام جمهور واسع، كان إلى فترة قصيرة مشدوها للصحافة المكتوبة الخاصّة، حيث شكّل الإنفتاح على السمعى البصري في الجزائر، إنفراجا كان مأمولا منذ سنوات بسبب سياسة الإنغلاق في هذا المجال التي دفعت الجزائريين إلى البحث عن منابر إعلامية أجنبية بحثا عن إشباع حاجات كامنة من المضامين الإعلامية التي لم تكن متاحة في التلفزيون العمومي، وكانت طول السنوات الأخيرة، بعض القنوات العربية والأجنبية تحوز على نسبة مشاهدة عالية من الجزائريين،

سواء فيما يتعلّق ببرامج موجهة لهم خصيصا أو برامج أخرى عامّة في السياسة أو الرياضة أو الترفيه والتسلية. النقلة النوعية كانت بتوجّه هذا الجمهور الواسع نحو القنوات الجزائرية الخاصة بغضّ النظر عن محتواها على الأقلّ خلال فترة ظهورها، لأنّ المشاهدين كانوا في مرحلة إكتشاف لنوعية البرامج ويشدّهم التلفزيون كتنقية أكثر من باقي وسائل الإعلام مثل الجريدة والإذاعة، نظرا لإزدواجية الصورة والصوت المقدّمة وإمكانية النقل المباشر (التلفزيون بدأ البثّ المباشر عالميا منذ سنة 1950¹)، فضلا عن نقل هذه الفضائيات لتغطيات أحداث من عمق ولايات الوطن ومعالجتها لمواضيع كانت مغيّبة في التلفزيون العمومي، وقد شهدت مختلف الصحف المكتوبة الخاصة التي كانت رائجة طيلة عقد من الزمن، تراجعاً في السنوات الأخيرة التي ظهرت فيها الفضائيات الخاصة، وهو ما تمّ تفسيره من قبل المهنيين على أنّه هجرة جماعية نحو الشاشة بغرض المتعة والفرجة وإستقاء الأخبار وباقي الحاجات من المضامين بالصوت والصورة، حيث يتميّز التلفزيون بـ "الإظهار"، "مطوّرا بنية المادّة الإعلامية والثقافية وطرق التلقي والتفاعل والمشاركة، وغير إدراكنا للواقع... وبالتالي رؤيتنا للزمان والمكان والحقيقة..".²، فيما كانت الإذاعة أوّل من يعلن عن الخبر والجريدة تفسّره، وبالتالي فإنّ الخصائص التقنية للوسيلة جعلت من التلفزيون وسيلة مفضّلة لدى الجمهور، خصوصا مع تحسين مستوى الملائمة بالانتقال إلى مرحلة التزامنية أو النقل المباشر أو الواقع الفائق، وقد تكون أغلب الفضائيات الخاصة الجزائرية، لم تصل بعد إلى مرحلة النقل المباشر إلّا أنّها تستقطب عددا معتبرا من المشاهدين وتؤسّس لقاعدة جمهور وفيّ ليس للقناة وإنّما للبرنامج الذي يكون ناجحا وفقا لمقاييس مختلفة.

تجربة حوض مجال السمعي البصري في الجزائر تبدو فتيّة بالنظر إلى عدد سنوات النشاط، وعدم التبلور الحقيقي للمنظومة القانونية للسمعي البصري، بحيث لم يفرج بعد عن دفتر الشروط الخاصّ بالفضائيات الخاصة الذي نصّ عليه القانون العضوي للإعلام 2012، كما لم تمنح الصفة القانونية لسلطة ضبط السمعي البصري ولم تحدّد بعد تشكيلة أعضائها، إضافة إلى عدم تأسيس قانون الإشهار وقانون سبر الآراء، بحيث يرتبط كلاهما بالنشاط في السمعي البصري، خصوصا فيما يتعلّق بالتمويل والإنتاج ودراسات الجمهور، ومنه فإنّ الفضائيات التي ظهرت خلال هذه الفترة، تكون قد غامرت بإقتحامها هذا المجال من دون إمكانية ضمان وضع مستقرّ لمستقبلها، بدليل توقّف بعض منها مثل قناة "الأطلس" وقناة "الوطن" والتهديدات التي تساور أخرى سواء من حيث الإنذارات التي بلّغت بها أو العجز في التمويل الذي دفعها إلى التوقّف المؤقت أو بيع الأسهم، إذ تعتبر الصعوبات المالية والمهنية حواجز حقيقية أمام إنطلاقة احترافية للقنوات الخاصة في الجزائر، وهو ما جعلها محلّ إنتقادات شديدة ومتكرّرة من قبل

¹ Guy Lochard, « l'information télévisée, mutations professionnelles et enjeux citoyens », France, Yuibert, 2006, p 42.

² لعياضي نصر الدين، "وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأصواء"، ط 1، الإمارات العربية المتّحدة، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص 8،7.

مهنين وأكاديميين وحتى من قبل الجمهور الذي يراقب هذه القنوات ويتابع برامجها على إعتبار أنه في مرحلة تقرير القنوات التي تستحق المشاهدة فعلا.

ظهرت في هذه الفترة أيضا عدة تفاعلات ما بين القنوات التلفزيونية الخاصة والسلطة المنظمة للنشاط أي وزارة الإتصال وسلطة ضبط السمعى البصري، إضافة إلى مختلف مكونات المجتمع، لكونه مولدا للمواد التي تبثها القنوات كمدخلات (أحداث، مشاكل حياتية يومية، إنشغالات وتطلعات.. إلخ)، ومستقبلا للمخرجات في سياق تفاعلي متواصل ومتطور، إضافة إلى الرهانات السياسية والإيديولوجية والإقتصادية والثقافية والتكنولوجية التي تؤثر على منظومة السمعى البصري في الجزائر، وتشارك في نوعية المحتويات التي تصل إلى المشاهد النهائي، بحيث لا يمكن تحميل مسؤولية نوعية المحتوى للقائمين على هذه القنوات من مهنين (صحفيين أو رؤساء تحرير أو ملاك) لوحدهم، وإنما تكون المسؤولية مشتركة، حتى لدى جمهور المشاهدين نظرا لتطور بنى التفاعلية وأبعادها، وإسهام المشاهد إلى حد كبير في صناعة المحتوى.

ثورة الإتصال والإنتاج الجماعي للمعنى

يتعاضد استخدام شبكة الأنترنت في الدول العربية من بينها الجزائر، تدريجيا ملازما البيئة التكنولوجية التحتية ونماء ثقافة الإبحار على النت، مما أدى إلى إحداث تغييرات في منحنى العلاقات الاتصالية والممارسات الإعلامية، وفقا لأسس جديدة صنعتها الترسانة التكنولوجية وتطوير تطبيقات الويب، تقوم على التدفق الهائل للرسائل والمشاركة والتواصل، لكن الضوابط الكلاسيكية التي كان لها دور غريزة هذه الرسائل وتوجيهها إما مهنيا أو إيديولوجيا بدأت تتلاشى تدريجيا، لتظهر ممارسات جديدة جوهرها التكنولوجيات الحديثة ومدى تغلغلها في أوساط المجتمع والتحكم فيها.. هذا الوعاء الإلكتروني مزود بقدر من البدائل والأدوات والعدة التقنية التي استحدثت أنماطا اتصالية وإعلامية جديدة إلى حد ما، ولعل المظهر الشائع لاستخدامات الويب 2.0، هو مواقع التواصل الإجتماعي على رأسها الفايسبوك والمدونات والمنديات، التي تبث يوم بعد يوم مستخدمين كانوا يسمون إلى أجل قريب قراء أو مستمعون أو مشاهدون، "يهاجرون نحو النت"³ بحيث بلغ عدد المشتركين في الأنترنت في الجزائر في 2011 على سبيل المثال 6 مليون مشترك⁴، وتتغذى المواقع على إسهامات المستخدمين وتفاعلاتهم المختلفة التي تصنع أطرها هي عن طريق مجموعة من الأدوات المتاحة للاستعمال على نحو قاعدي واسع وليست نخبوية فقط.. وتعرف البيئة التواصلية والإعلامية، إقحاما من هذا القبيل تتوسع رقعة تدريجيا، وبالتالي فإن المستخدمين يكتسبون طرائق جديدة للتعامل مع المضامين كلما زادت نسبة إندماجهم في

³ Antonio A. Cassilli, « les liaisons numériques, vers une nouvelle sociabilité », Paris, édition seuil, 2010, p 82.

⁴ محمد لعقاب، "المواطن الرقمي، كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية"، ط 1، الجزائر، دار هومة، 2011، ص 11.

التكنولوجيات الحديثة، ما يجعلنا نتساءل عن مدى تفكك الأطر الكلاسيكية، تحديدا فيما يتعلق بالعملية الإعلامية المبنية على أركان وتراتبية معينة، ومنافذ وأقطار تنفقت منها الرسائل والمعلومات نحو جهات مقصودة أو غير مقصودة، محدثة أثارا مستهدفة أو جانبية، إذ أنّ تدفقات الأنا المستخدمة أصبحت عنصرا فاعلا ومتفاعلا، منتجا ومشاركا، للرسائل التي تصطبغ بصبغة الانتقال الشبكي اللامحدود. مرتادو المواقع المذكورة، ينظر إليهم في ظلّ متغيرات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، صنعت واقعهم وفق منظومة متداخلة مترامية التأثير، لكنّ الإمكانيات التفاعلية التي توفرها هذه المواقع وفرص إنتاج المعنى، فككت إلى حدّ ما المنظومة الكلاسيكية، فاضطربت المؤسسات التي كانت تهيكّلها من بينها المؤسسات الإعلامية، ولم يعد تأثيرها ممكنا بما فيه الكفاية إلا بمدى حضورها على شبكة الأنترنت، فأصبحت هي الأخرى طرفا في إنتاج الرسائل الاتصالية والإعلامية وتسويقها وزيادة تداولها على شبكة الأنترنت إلى حدّ الإغراق، وعليه فإنّ المستخدم أصبح تائها وسط كتلة هلامية من المترددين على مواقع الفايسبوك والمدونات والمنديات، وفي نفس الوقت، منعزلا عن الآخر في الواقع، متصلا على الشبكة، ومنه تتأسس المسائلة حول مدى مصداقية المضامين المتداولة ومدى إلتزامها بالضوابط المهنية سواء كانت رسائل اتصالية أو إعلامية، وإن كانت حقائق أو أنصاف حقائق أو إشاعات وأكاذيب أو رسائل إيدولوجية دعائية، أو تمثيلا للواقع بنسب متفاوتة من التطابق، وهل يدرك المستخدم قيم المواطنة الفعالة ويوازن ما بين السلوكات الإيجابية والسلبية.

أدى الحاسوب والشبكات المعلوماتية إلى إيجاد ما يسمى المجتمع الخائلي *virtual society* الذي يتشكّل من الأفراد الذين يتفاعلون باستمرار من دون ارتباطهم بثقافة أو مجتمع أو مكان محدّد، وكادت تكنولوجيا الواقع الخائلي أن تسقط الحاجز ما بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات⁵، هذا التطور دفع إلى الحديث عن نهاية مرحلة سيادة الإعلام الذي تتحكم فيه الأنظمة الحاكمة والنخبة وظهور وظائف إعلامية جديدة تستجيب للحاجات الاجتماعية والفردية ببروز دور المنظومة التفاعلية الإلكترونية كقنوات وأوعية لتداول المعلومات، كما أصبحت قيم المواطنة أكثر عرضة للإختراق والتشويه بنفس القدر الذي أصبحت فيه صناعة جماعية وتسويقا قاعديا.

تمثّلات التقاطعات ما بين الفضائيات والمنصّات الإلكترونية

أفرزت الثورة التكنولوجية تحولات عميقة في الممارسة الإعلامية من حيث إنتاج وإستهلاك المضامين الإعلامية، والتفاعل ما بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث أصبحت مقاييس الصناعة الإعلامية تخضع لإنتظارات الجمهور على قدر كبير من الدقّة والخصوصية، بناء على آليات وأدوات تكنولوجية تمكّن من

⁵ عبد الرحمن عزي، "دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز"، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة 1، سنة 2003، ص 118.

التعرّف على الحاجات والرغبات، والاستجابة لها، وتزداد المنافسة ما بين القنوات الفضائية والمنصات الإلكترونية على إعتبار أنّهما من أكثر الوسائل تفضيلاً لدى الجمهور، والأكثر تردداً واستخداماً، حيث يعدّ العامل المشترك بينهما هو الشاشة وعرض الفيديو، بغضّ النظر عن المضامين، أمّا العلاقة بين القنوات والمنصات الإلكترونية فيمكن إيجازها في المحطّات التالية:

1. الترويج: أي أنّ القنوات الفضائية أوجدت فضاءً واسعاً يمكن استغلاله في الترويج لمضامينها، خارج أبعاد زمنها الإعلامي، أي إمكانية استدراك الفيديو عن طريق مواقع مثل اليوتيوب مثلاً في أيّ مكان وفي أيّ زمان، بحيث يمكن استرجاع فيديوهات تمّ بثّها من قبل قنوات تلفزيونية ومشاهدتها في سياقات تخصّ مستخدم الأنترنت، كما يمكن أن تتحوّل هذه المنصات على رأسها الشبكات الإجتماعية كالفيسبوك، إلى منابر للترويج للمضامين عن طريق النصّ بمشاهدتها، حيث يفيد تداول هذه المضامين والتعليق عليها وإبداء الإعجاب، في التعريف بها لغير مشاهدي شاشة التلفزيون أو من فاتتهم هذه المضامين، كما تساعد القيمة المضافة التي ترفق بالمضمون المنصوح بمشاهدته على المواقع الإجتماعية على الإدراك بطريقة معيّنة تكون غالباً موجّهة وتعبّر عن وجهة نظر المستخدم الذي قام بإنشاء هذا الفيديو ومشاركته، بناءً على خلفيات تخصّه قد تتحوّل إلى اشتراك مع المستخدمين في منظومته الإلكترونية التفاعلية.

2. استغلال المضامين: أنّ المنصات الإلكترونية المختلفة مثل اليوتيوب والمدونات والمنديات والشبكات الإجتماعية، تمثّل وسائل إنتاج جماعي للمعنى، تتيح لجميع المستخدمين إمكانية النشر بنفس الحظوظ والفرص، بحيث تعتبر سهولة تملك الأدوات التكنولوجية واستعمالها محقراً على استغلالها في النشر والمشاركة الجماعية للمضامين على اختلافها، ومشجّعا على كسر التراتبية الكلاسيكية الممّدة لوساطة الصحفي في إنتاج الأخبار ونقلها، بحيث بدأ مستخدمو الأنترنت في الإسهام في تقديم مواد شبيهة بالمواد الصحفية أو قابلة للاستغلال والمعالجة لتصبح مضامين إعلامية تتغذى عليها القنوات التلفزيونية كمدخلات، وتستند القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر إلى الإعتماد على مخرجات المنصات الإلكترونية، ليس بمبرر استعمال المصادر المفتوحة فقط وإنّما أيضا بسبب العجز الذي تعانيه من حيث ضعف شبكة صحفيتها ومراسليها على مستوى الجزائر العميقة، وهشاشة قدراتها المالية على إقتناء برامج وحصص تغطّي الزمن الإعلامي، لذلك تتواجد الكثير من القنوات التلفزيونية التي توجد في حالة مراقبة ومتابعة مستمرة لما ينشر على مختلف المنصات الإلكترونية، إذ يتمّ نشر عدّة مضامين بناءً على مرشحات ومعايير تؤهلّها لذلك.

3. النقد: تحوّلت المنصّات الإلكترونية والتبغات التفاعلية لمضامينها، إلى إنتفاضة حقيقية تطارد محتوى قنوات السمعي البصري، وتترصد له، حيث تمكّن مشاركة المستخدمين للمضامين المنتقاة من استدراك ما فات آخرين من مشاهدين أو مستخدمين، إضافة إلى لفت إنتباههم إلى تجاوزات مهنية أو أخلاقية، وتقديم مواقف جاهزة في أحيان كثيرة منها الدعوة لمقاطعة حصص أو برامج أو قنوات كاملة، وربط ذلك بتأويلات قد تكون مقنعة، ممّا يوحي للمستخدم بإتخاذ موقف معيّن يكون أدناه إبداء الإعجاب أو التعليق أو المشاركة، أي توسيع دائرة الفكرة والموقف تجاه المحتوى. وتسمح الأدوات التكنولوجية المستعملة بالمنصّات الإلكترونية إمكانية المشاركة في النقد وإبداء الرأي وهنا تظهر عدّة نظريات منها تحديد الأجندة ولولب الصمت والسيبرنطيقا، والتي يمكن أن توطّر جمهور المستخدمين وفقا للأكثر نشاطا وتصنع إتجاهاته بطريقة معيّنة، تكون مقصودة أو عفوية أحيانا.

تمثّلت العلاقة المتجاذبة بين القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر والمنصّات الإلكترونية، تظهر أكثر كلّما كان إقتراب المشاهدين والمستخدمين من الشاشة وإنكشفت المسافة بينهما، حيث لا تقتصر مضامين المنصّات الإلكترونية فقط على مضامين القنوات وإنما كذلك على محتويات الجرائد الورقية والصحافة الإلكترونية بدرجات متفاوتة، إضافة إلى المضامين المنتجة في سياقات جماعية بعيدا عن المؤسسات الإعلامية المهيكلة، لكنّ الظاهر في الفترة الأخيرة هو تسليط الضوء على مخرجات هذه القنوات بسبب العلاقة الحديثة التي تربط المشاهد الجزائري بها وتواجهه في مرحلة الإكتشاف، إضافة إلى علاقته الحديثة في نفس الوقت بالمنصّات الإلكترونية، ونماء تجربته فيهما تدريجيا، كما يمكن تفسير ذلك بكثرة الأخطاء والتجاوزات التي ترتكبها القنوات الخاصة الجزائرية والتي تعاكس قناعات إجتماعية وثقافية دامت عقودا من الزمن، وبدت تعريتها كإفلات للأمن الثقافي وتجاوز للحدود الإجتماعية المرسومة سابقا.

الحراك التكنولوجي والمساءلة النقدية الجماعية للمحتوى

تفاعل المشاهدين مع أداء التلفزيون ونقدمهم للمخرجات غير جديد، حيث تواجد منذ البدايات الأولى للبتّ التلفزيوني على مستوى نطاقات جغرافية محلية ووطنية، وصاحبه إلى غاية تجاوز الحدود الجغرافية وظهور التلفزيون العالمي أو الفضائية، بحيث أبدى العديد من المشاهدين مواقف مختلفة من برامج التلفزيون منها ما حدث في فرنسا في سنة 2001 بعد بثّ برنامج الواقع "loftstory" بقناة M6، حيث قام مجموعة من المواطنين بالإحتجاج أمام مقرّها بجمع صناديق القمامة ووضعها هناك تعبيرا عن رفضهم لهذا النوع من البرامج⁶، كما يبدي مشاهدون ردود أفعال متفاوتة

⁶ نصر الدين لعياضي، "وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء"، مرجع سبق ذكره، ص 26.

بخصوص برامج العنف والجريمة وبرامج الواقع وغيرها من المحتويات التي لا تمتثل للأنماط المعيارية في المجتمع، زيادة على الدراسات الأكاديمية والبحوث التي تناولت التلفزيون وتأثيراته خصوصا برامج العنف والمواد التي خلقت الإنسان التافه والمذرر والمستهلك الذي يتعاطى مع المواد الدرامية والعاطفية ويعيش واقعا غير واقعه أو إغترابا يفرّ من خلاله من واقعه الأليم ومعاناته الاجتماعية، ممّا يحيل إلى أنّ الجمهور "لم يعد سلبيا وإنما هو الذي يحدّد طبيعة وكيفية ومدى استجابته للرسائل التي يختار التعرّض لها"⁷.

كما أنّ هذه الإنتقادات لم تظهر بالشكل الذي هي عليه اليوم، بفضل الشبكات الاجتماعية والمواقع التشاركية على شبكة الأنترنت، حيث أتاحت هذه المنصّات بأدواتها التكنولوجية إمكانية المساءلة الجماعية لمحتوى القنوات التلفزيونية أو "نهاية الجمهور وولادة الذات الجماعية"⁸، والمشاركة في النقد عن طريق المراقبة المستمرة والمتابعة للمحتويات ونشر المقاطع المثيرة منها التي تحفّز على النقد، إذ ساعدت المواقع الإلكترونية منها على سبيل المثال الفايسبوك واليوتيوب، على فرض رقابة جماعية على البرامج والحصص التلفزيونية، وتناولها بالنقد من جميع الجوانب سواءا شكلا أو مضمونا. تجربة السمي البصري في الجزائر وتعاطم استخدام شبكة الأنترنت، لا يخلو من هذه الظاهرة الجديدة وهي النقد الجماعي للمحتوى، حيث سمحت المنصّات الإلكترونية التفاعلية بإحداث نقلة نوعية من النقد المتخصص من قبل الأكاديميين والمهنيين وما ينتجونه من بحوث ودراسات، إضافة إلى نقد العوام المحدود والذي يقتصر على المتمكّنين ثقافيا والنشيطين إجتماعيا، نحو المساءلة الجماعية ومشاركة المحتوى المنتقد أكثر من المحتوى الذي لا يثير الجدل، حيث تحظى الفيديوهات من هذا النوع بإنتشار واسع ما بين المستخدمين وبأكبر قدر من التفاعل، لتزيح عائقا استحدثته التطوّرات في مجال الإعلام من خلال التدفق وغزارة الإنتاج، وهو كثرة المضامين وصعوبة مراقبتها ومسانلتها بالنقد من قبل القائمين بهذه الأدوار في الحلقة الكلاسيكية، بينما تساعد المنصّات الإلكترونية الجميع على تقديم آرائهم ومواقفهم بخصوص ما يبثّ من مواد إعلامية أو الحقيقة الثالثة التي تترسّخ لديهم⁹، وبصفة تعاونية تسمح بتحويل المستخدمين إلى مصادر للمختصّين في النقد، على شكل روافد تتدفق عبرها المضامين المحقّزة على النقد.

ولا يتوقّف الأمر عند ذلك، بل أصبح مستخدمو الأنترنت، يتداولون معلومات عمّا كان يعرف سابقا بأسرار الصناعة الإعلامية، أي ما يحدث في الكواليس وأثناء مراحل التغطية والإعداد وما يتعلّق

⁷ علي قسايسية، "تكنولوجيات الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الإنتقالية، حالة الجزائر"، "مجلة الإتصال والتنمية"، ع 1، بيروت، دار النهضة العربية، أكتوبر 2010، ص 32.

⁸ انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، ط 1، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011، ص 24.

⁹ Sous la direction de Didier courbet et Marie Pierre Fourquet, « la télévision et ses influences », 1 ère édition, Debook, université Bruxelles, 2003, p 137.

بالتسيير والإدارة وغيرها من المعلومات التي كانت سابقا حبيسة أسوار المؤسسة، ويفسر ذلك على أنه مشاركة من قبل الصحفيين عن طريق منظوماتهم الإلكترونية التفاعلية في تقديم مادة دسمة تساعد على توجيه المسألة النقدية للقنوات التلفزيونية، سواء عن طريق تسريبات أو منشورات علنية على صفحاتهم الخاصة غير المهنية، ويحوز هؤلاء على إستقطاب للمستخدمين الذين أصبحوا يتابعون الصحفي ومنتجاته غير المهيكلة البعيدة عن حراس البوابات بالمؤسسات أكثر مما يتابعون المؤسسة التي ينتمي إليها، ويقومون ببناء على ذلك بتداول منشوراتهم والتفاعل معها بطرق مختلفة، مما أدى إلى خلق حراك نقدي جماعي إنما هو وليد الحراك التكنولوجية الذي أتاح تملك وسائل النشر والإنتاج والوصول إلى المعلومات على إختلاف قيمتها.

تواجد المشاهدين قرب شاشات تلفزيوناتهم وفقا لسياقات زمانية ومكانية معينة، وإضطلاعهم بأسرار الإنتاج الجماعي للمعنى، ساعد على إنتاج مكثف للمضامين المنتقدة عن طريق القرب والجوارية والإنتقائية لكلّ مشاهد على مستوى منظومته الفردية ومشاركته للمعنى الذي ينتجه في إطار تقاطعات ما بين مختلف المنظومات الفردية والجماعية الإلكترونية، أي أنّ التدفق الإعلامي والإنتاج المتعدد للمضامين الإعلامية من مختلف المصادر، يقابله أيضا إنتاج غزير ومتعدد للمحتوى المنتقد والذي يحظى أحيانا بإقبال أوسع من حيث المشاهدة من الإقبال على المضامين العادية في حالتها الأولى، خصوصا وأنّ النسيج العلائقي على المنصّات الإلكترونية يؤدي وظائف النصح بالمشاهدة والتفاعل مع المحتويات المقتبسة عن القنوات التلفزيونية ويثير وظيفة الحسّ النقدي لدى المستخدمين التي نجح التلفزيون في تعطيلها خلال سنوات مضت حسب إنتقادات باحثين ومختصّين في دراستهم للمضامين الخيالية والدراما الحاملة والمواد الإستهلاكية المسوّقة لقيم معينة.

أجندة الفضائيات بين الاستهلاك والمرافقة النقدية

أصبحت، الصناعة الإعلامية في عصر التدفّقات جدّ معقّدة، نتيجة كثرة الإنتاج والعرض وإشتداد المنافسة بين مختلف وسائل الإعلام سواءا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، إذ تشهد المنظومة الإعلامية حراكا "لا يمكن عزله عن السياق الاجتماعي والإقتصادي والسياسي والتقني"¹⁰، فيما يبقى المقياس الحقيقي لإستمرار ونجاح الوسيلة الإعلامية هو الجمهور، جرّاء ارتفاع نسبة القراءة أو الاستماع أو المشاهدة أو الاستخدام أو إنخفاضها، حيث تتموقع المؤسسات الإعلامية وسط النسيج المهني، وتكون ناجحة وقادرة على الاستمرارية في حال نالت رضا الجمهور، وتعتبر هذه المتغيّرات مبررات قويّة لدى مختلف وسائل الإعلام والتي تنسب سياساتها التحريرية ونوعية المضامين التي تنشرها إلى "ما يرغب فيه الجمهور"، وهو ما يحدث في الجزائر حيث يستند القائمون على تسيير المؤسسات الإعلامية من بينها

¹⁰ انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، مرجع سبق ذكره، ص 18.

القنوات التلفزيونية على إنتقاء مواد صحفية يؤكّدون على أنّها تلقى إهتماماً من قبل الجمهور وتستجيب لإحتياجاته وإنتظاراته على الرغم من عدم وجود دراسات حقيقية ميدانية للجمهور. ويخالف هذا الطرح نظرية تحديد الأجندة التي تشير إلى كيفية تحكّم وسائل الإعلام في بناء الوعي الإجتماعي والحقائق التي تترسّخ لدى الأفراد، وذلك من خلال عدّة تفسيرات تشير إلى العلاقة التفاعلية ما بين وسائل الإعلام والجمهور، إذ يقول كل من Lang و Lang أنّ وسائل الإعلام هي التي توجّه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها، وهي التي تطرح الموضوعات عليه، كما أنّها تقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه وما الذي ينبغي أن يعرفه أو أن يشعر به، إذ أصبح للمحرّرين والمبرمجين دور كبير ومهمّ في تشكيل الحقيقة الاجتماعية من خلال انتقاء وترتيب المعلومات، واهتمّ هذا النموذج بالتأثيرات طويلة المدى، حيث أثبتت دراسة لماكسويل، ماكومبز ودونالد شوفي لحملة إنتخابية أثناء الإنتخابات الرئاسية لعام 1968 في مدينة شايبيل هيل¹¹ وكيفية تناولها في وسائل الإعلام، أنّ هناك توافقاً كبيراً بين الموضوعات التي عرضتها وسائل الإعلام وبين الأهمية التي يوليها الأفراد لهذه الموضوعات¹²، أي أنّ "هناك علاقة إيجابية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معيّنة و بروز نفس المواضيع لدى الجمهور المتلقّي"¹³. ومن أهمّ ما جاءت به هذه النظرية:

- أنّ وسائل الإعلام قد لا تتجح كلّ الوقت في تعريف الناس كيف يفكّرون، لكنها تتجح بكفاءة في تعريفهم فيما يفكّرون (Cohn).¹⁴

- هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معيّنة، وتركيز أو بروز نفس الموضوعات لدى الجمهور المتلقّي.

- وسائل الإعلام تتجّه نحو إنشاء عالم متشابه.

كانت فرضيات هذه النظرية أنّ وسائل الإعلام أثناء الحملة الانتخابية، تأجند المواضيع حسب أهميّتها بما يتوافق مع القائمين بالإعلام، بحيث تؤثر على مواقف الناخبين، وقام هؤلاء الباحثين بتجربة على عيّنة تتكوّن من 100 فرد في مدينة Chapel Hill بكارولينا الشمالية أثناء الإنتخابات الرئاسية سنة 1968، بينما كانت الوسائل الإعلامية التي تمّ انتقائها لإجراء التجربة هي: الراديو، جريدتان أسبوعيتان ونشرتان إخباريتان متلفزتان، وكانت من أهمّ نتائج هذه الدراسة أنّ هناك علاقة قوية بين

¹¹ مختار التهامي وآخرون، "الرأي العام"، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، سنة 2000، ص 22.

¹² ملفين ديفلور، ساندرابول، روكيتش، "نظريات وسائل الإعلام"، دار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة 1993، ص 368.

¹³ بيسيوني إبراهيم حمادة، "وسائل الإعلام والسياسية، دراسة في ترتيب الأولويات"، القاهرة، دار نهضة الشروق، سنة 1997، ص 29-31.

¹⁴ Gregory Derville , « le pouvoir des medias », édition PUG, France, 2003. p 61.

المواضيع التي أعطتها الوسائل الخمسة أهمية وإهتمامات الناخبين، وأنّ الناخبين المتردّدين كانوا أكثر اهتماما بالحصول على المعلومات¹⁵. وكذا الأمر بالنسبة للانتخابات التشريعية في فرنسا سنة 1986، إذ لاحظ الباحثون أنّ المسافة ما بين المواضيع المعالجة من طرف رجال السياسة والمواضيع التي حظيت بانشغال الناخبين (المستلهمة من نتائج سبر الآراء) كانت مهمّة جدًّا، استطردت نسب التباعد والخلاف الكبيرة، وقد أكّد ثيودور وايت في كتابه "صناعة الرئيس": "إنّ قوّة الصحافة في أمريكا قوّة أساسية، فهي تضع برنامج المناقشة العامّة، وهذه القوة السياسية الكاسحة لا يفيدّها القانون، بل تحدّد ما سيتحدّث عنه الناس وما سيفكّرون فيه"¹⁶.

تتحدّث نظرية تحديد الأجندة عن البناء الاجتماعي للواقع لدى الفرد الذي يتمّ عن طريق التغطيات الإخبارية للقضايا والأحداث، وتأطير الأخبار بخلفيات إيدولوجية تحمل بصمة السلطة، أي أنّ وسائل الإعلام التابعة أو الموالية بشكل من الأشكال للسلطة تقوم باختيار بعض مظاهر التجربة والأفكار وتوكّدها على حساب أخرى، ممّا يؤثّر على فهم الجمهور والصورة الذهنية لديه وتكوين الرأى العام، وفي هذا الصدد، يقول عزي عبد الرحمن أنّ الرأى العام لا يمثل كيانا مستقلا لأنه يتأسس من خلال ما تبثه وسائل الإتصال الجماهيرية ويصعب تصوّر هذا المفهوم في مجتمع لا توجد فيه مثل هذه الوسائل¹⁷ وإذا كانت هذه الوسائل مرتبطة بالأنظمة فإنّ الرأى العام تؤسسه السلطة أو المؤسسة السياسية. ما معناه أنّ التلفزيون يعمل على تشكيل الحقائق اليومية للأفراد وبثّ الوعي الإجتماعي وفقا لأجندة خاصّة هي أجندة السلطة أو الطبقة المهيمنة.

ما تستند إليه القنوات التلفزيونية الخاصّة في الجزائر يخالف إفتراضات نظرية تحديد الأجندة، حيث يظهر وفقا للتبريرات السابقة الذكر أنّ المشاهد هو من يضبط أجندة القنوات وليس العكس، وذلك من خلال تحديده لنوعية البرامج والمضامين من خلال إقباله عليها أو نفوره منها، وهنا تظهر جدلية أخرى تتعلّق بانتشار المساءلة النقدية على المنصّات الإلكترونية التفاعلية، ودورها في تقويم محتويات القنوات الفضائية، فإذا كانت هذه التلفزيونات تحتمك إلى ما يرغب الجمهور في مشاهدته، فإنّ هناك عدّة آليات للتعرف على الحاجات والرغبات الحقيقية وما يثير الاستياء لدى المشاهد، منها ما يتمّ تداوله على المواقع الإجتماعية واليوتيوب والمدونات والمنتديات، من تعليقات وانتقادات لمخرجات الإعلام، أي أنّه إذا سلّمنا بالطرح الثاني الذي يشير إلى أنّ القناة تستند إلى رغبات الجمهور، فيبدو أنّ ذلك غير معمول به فعلا،

¹⁵ Philippe Breton , Serge Proulx , " l'explosion de la communication," Paris, édition la découverte, 1990, p 221.

¹⁶ دوريس إيه جريير، "سلطة وسائط الإعلام في السياسة"، تر، أسعد أبوليدة، ط1، عمان، دار البشير، ص 108.

¹⁷ عزي عبد الرحمن، "دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز"، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة 1، سنة 2003، ص 68.

وهو ما يؤكّد على وجود فوضى تتخبّط فيها القنوات الفضائية التي تجد نفسها تائهة ما بين دورها الوظيفي البناء في توجيه الجمهور وصناعة آرائه ومواقفه بخصوص مختلف القضايا، ودور الاستجابة لرغباته وحاجاته مهما كانت تافهة أو هابطة، ودور مراقبة تفاعلات الجمهور والتكيّف حسب إنتقاداته النافذة عبر مختلف الروافد بالمواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت، بحيث يعتبر تسيير العلاقات مع الجمهور ضروريا في الميديولوجيا حسب روجيس دوبري¹⁸.

اليقظة تجاه مختلف التفاعلات على مستوى المنصّات الإلكترونية ومتابعة الإنتقادات التي يتداولها المستخدمون، تعدّ أداة حقيقية لتصحيح مسار الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الخاصّة ومساعدتها على ضبط أجندة متكيفة مع الإنتظارات الحقيقية للجمهور من خلال زيادة عدد البرامج والحصص التي تتال رضا أكبر عدد من المشاهدين، والعمل على إغفال المضامين المثيرة للجدل، خصوصا وأنّ القنوات الجزائرية الخاصّة حديثة النشأة وذات تجربة حديثة، وتتواجد في مرحلة البحث عن المقوّمات الأساسية التي تستند عليها في بناء موادّها الإعلامية المناسبة لمختلف السياقات الزمانية والمكانية ووفقا لأنماط المعيارية في المجتمع والثقافة، بحيث يمكن إعتبار النقد الجماعي المستمرّ مرافقا للقنوات الفضائية وضمن صلب التفاعلات والرهانات التي تتدخّل في صناعتها للمضامين.

قائمة المراجع:

- انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صدف حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، ط 1، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011.
- بسيوني إبراهيم حمادة، " وسائل الإعلام والسياسية، دراسة في ترتيب الأولويات "، القاهرة، دار نهضة الشروق، سنة 1997.
- مختار التهامي وآخرون، "الرأي العام"، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، سنة 2000.
- دوريس إيه جريبر، "سلطة وسائط الإعلام في السياسة"، تر، أسعد أبولبدة، ط 1، عمان، دار البشير.
- عزي عبد الرحمن، "دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز"، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة 1، سنة 2003.
- علي قسايسية، "تكنولوجيات الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الإنتقالية، حالة الجزائر"، "مجلة الإتصال والتنمية"، ع 1، بيروت، دار النهضة العربية، أكتوبر 2010.
- لعياضي نصر الدين، "وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء"، ط 1، الإمارات العربية المتّحدة، دار الكتاب الجامعي، 2004،

¹⁸ Régis Debray, « introduction a la médiologie », 1 édition, Paris, presse universitaire de France, 2000, p69.

- ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، "نظريات وسائل الإعلام" ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة 1993.
- محمد لعقاب، "المواطن الرقمي، كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية"، ط 1، الجزائر، دار هومة، 2011.
- Antonio A. Cassilli, « **les liaisons numériques, vers une nouvelle sociabilité** », Paris, édition seuil, 2010
- Guy Lochard, « **l'information télévisée, mutations professionnelles et enjeux citoyens** », France, Yuibert, 2006
- Gregory Derville , « **le pouvoir des medias** », édition PUG, France, 2003.
- " **l'explosion de la communication**,"Philippe Breton , Serge Proulx , Paris, edition la découverte, 1990
- Régis Debray, « **introduction a la médiologie** », 1 édition, Paris, presse universitaire de France, 2000
- Sous la direction de Didier courbet et Marie Pierre Fourquet, « **la télévision et ses influences** », 1 ère édition, Debook, université Bruxelles, 2003