

العنوان:	تجديد الاعلام مناقشة حول هوية الصحافة الالكترونية
المصدر:	المجلة العربية للاعلام والاتصال
الناشر:	الجمعية السعودية للاعلام والاتصال
المؤلف الرئيسي:	الحمامي، الصادق
المجلد/العدد:	ع 5
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2009
الشهر:	نوفمبر / ذو الحجة
الصفحات:	73 - 114
رقم MD:	337237
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	الصحافة الالكترونية، وسائل الاعلام، الاعلام العربي، تكنولوجيا المعلومات، الصحافة العربية ، المواقع الالكترونية، الاعلاميون العرب
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/337237">http://search.mandumah.com/Record/337237</a>

## تجديد الإعلام مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية

د. الصادق الحمامي  
أستاذ مساعد- كلية الاتصال  
جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة

## مقدمة:

شهدت الصحافة الإلكترونية منذ نشأتها تغيرات جوهرية شملت أبعادها التقنية والتحريرية والاقتصادية. ويمكن القول إن طابع التغيير هذا سيلازم الصحافة الإلكترونية بسبب ارتباطها العضوي بشبكة الإنترنت التي تخضع بطبيعتها إلى التحول المستمر. نشأت الصحافة الإلكترونية في بداياتها كامتداد للصحافة الكلاسيكية (المكتوبة والإذاعية والتلفزيونية) إذ اكتفت بإعادة إنتاج المضامين الصحفية الكلاسيكية، ثم انطلقت تدريجياً في ابتكار نماذج خاصة بها، حتى أضحت اليوم إعلاماً متفرداً. تحتاج الصحافة الإلكترونية بالتالي وإذا قبلنا بمبدأ خصوصياتها وتفرد نماذجها إلى مقارنة نظرية ومنهجية مخصوصة تستثمر في ذات الوقت المكاسب المعرفية المتراكمة في حقل علوم الإعلام والاتصال.

وتمثل الصحافة الإلكترونية بالنسبة للباحثين في علوم الإعلام والاتصال خاصة موضوعاً طبيعياً من موضوعات هذا العلم ومجالاً للتفكير في استنباط مقاربات نظرية ومنهجية جديدة ورهانا نظرياً يتمثل في مقارنة ظاهرة غير مستقرة ذات خصوصية متعاطمة. تبحث علوم الإعلام والاتصال في الظاهرة الإعلامية انطلاقاً من مشكلات نظرية عديدة، ومنها خاصة دراسة الخطاب الإعلامي (المكتوب والإذاعي والسمعي - البصري) من خلال مناهج كتحليل المضمون وتحليل الخطاب والتحليل السيميائي ودراسة اقتصاد الإعلام من خلال مقارنة المؤسسات الإعلامية كمؤسسات اقتصادية تقوم على آليات تمويل (الإعلان، التمويل الحكومي والخدمات) وإنتاج وتسويق وصناعة البرامج. ودراسة تلقي المضامين الإعلامية أي أشكال تفاعل الجمهور مع هذه المضامين. وقد شكل التلقي موضوعاً رئيساً في علوم الإعلام والاتصال تطورت نظرياته من خلال مواجهته لمسألة "تأثير" الإعلام. وتهتم علوم الإعلام والاتصال أخيراً بالتشريع والتنظيم من خلال دراسة البيئة المؤسسية التي تعمل داخلها المؤسسات الإعلامية والتشريعات القانونية التي تنظم الممارسة الصحفية. وتختزل مشكلة التنظيم (regulation) هذه الأبعاد القانونية والتشريعية والأخلاقية.

تمثل هذه المستويات الأربعة المشكلات النظرية الكبرى والرئيسية التي يشتغل فيها الباحثون انطلاقاً من مقارنة متعددة الاختصاصات (interdisciplinaire/ interdisciplinary) إذ توظف مقارنة الخطاب الإعلامي المكاسب المعرفية في مجال الألسنية والسيميائية. وتستخدم دراسة الاقتصاد الإعلامي مناهج الاقتصاد (والاقتصاد السياسي). كما تستند دراسة تنظيم الإعلام على العلوم السياسية والقانونية. في هذا السياق هل من المشروع نظرياً ومنهجياً إخضاع الصحافة الإلكترونية إلى ذات المناهج إذا قبلنا بمبدأ خصوصيتها

وتفردتها؟ ثمة بعدان، على الأقل، يقتضيان التفكير في مقارنة نظرية ومنهجية خاصة بالصحافة الإلكترونية يدفعان الباحث إلى التفكير في منهجية مخصوصة لدراسة الصحافة الإلكترونية.

يتعلق البعد الأول بالخطاب الصحفي الإلكتروني. إذ يختلف هذا الخطاب من جهة بنائه الداخلي عن الخطاب الصحفي الكلاسيكي، ذلك أنه يتسم بتعدد الوسائط وتفاعلها في بنية واحدة (صوت وصورة وفيديو ونص وكاريكاتور ورسوم غرافيك...). كما يتسم النص الإلكتروني بانفتاح بنيته، فحدوده غير مستقرة، إذ يتضمن وصلات تحيل القارئ على مصادر تكميلية (داخلية وخارجية). وأخيراً، فإن النص الإلكتروني تفاعلي منفتح على مساهمات الجمهور. وعلى هذا النحو فإن النص الإلكتروني يصير نصوصاً متداخلة، كما يتحول الكاتب من صيغة الفرد إلى صيغة الجمع (الصحفي والقراء). ويصبح من المشروع هنا التساؤل حول قدرة المنهجيات الكلاسيكية، على غرار تحليل المضمون أو تحليل الخطاب على مقارنة بناء المعنى في الخطاب الصحفي الإلكتروني.

ويتعلق البعد الثاني بخصوصية الموقع الإلكتروني كمنظومة مخصوصة تتعاطم هجانتها<sup>1</sup> (Hybridity/ hybridité) باستمرار من خلال الاستراتيجيات المتعددة لإشراك المتلقي عبر التعليق على المقال والتدوين والمشاركة في منتديات الحوار وحتى مراسلة الموقع<sup>2</sup> بالنص أو بالصورة والفيديو. وتشكل التفاعلية هنا عاملاً حاسماً في تجديد الممارسة الإعلامية برمتها من الداخل بسبب هجانة المؤلف وتنوع مصادر النصوص والرأي. وتدفعنا هذه العلاقة الجديدة للجمهور بالنص الإلكتروني إلى التساؤل عن تحولات ممارسات التلقي ومشروعية المقاربات النظرية المرتبطة بها. فالعلاقة بالمضامين الكلاسيكية الصحفية المكتوبة والتلفزيونية والإذاعية تقوم على مفهوم القراءة النشطة والتأويل. أما في الصحافة الإلكترونية فإن ما تتيحه التطبيقات التقنية من إمكانيات في مستوى التصفح والتفاعلية تؤسس لعلاقة جديدة بين الجمهور والمضمون. إن هذه العلاقة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي، أي على القراءة والتأويل (عبر المشاهدة والاستماع والقراءة) بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لا متناهية من العمليات (النسخ والطباعة وإرسال المقال لصديق وإعادة نشره على الشبكات الاجتماعية والتعليق عليه وتصنيفه والنصح به لجمهور الموقع...). إن الاستخدام (usage/ use) بهذا المعنى يختلف عن التلقي (Reception/ Réception).

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة، أولاً، إلى المساهمة في إثراء النقاش النظري المفاهيمي في العالم العربي حول الظواهر الإعلامية والاتصالية ذات الصلة بالتكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال عامة والصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص. فالاشتغال على المفاهيم من المهمات الأساسية للبحث العلمي؛ خاصة إذا تعلق الأمر بظواهر جديدة. أما عملياً فيمكن لدراستنا أن تساهم في اقتراح أدوات منهجية وإجرائية لمقاربة الواقع الإعلامية. وتبين التجربة أن الطلاب والباحثين الشبان يواجهون صعوبات منهجية عديدة لدراسة الواقع الإعلامية (في إطار مشاريع التخرج ومشاريع الماجستير ورسائل ختم الدروس على سبيل المثال) وهم يلجئان عادة إلى إسقاط المناهج الكلاسيكية على الصحافة الإلكترونية (كتحليل المضمون). وفي هذا الاتجاه يمكن أن تساهم دراستنا، من الناحية العملية، في صياغة أدوات منهجية لتقييم المواقع الإعلامية<sup>3</sup>.

## الدراسات السابقة:

بالرغم من حداثتها في العالم العربي حظيت الصحافة الإلكترونية بعدد هام نسبياً من الدراسات تسمح لنا برصد المقاربات النظرية والمنهجية السائدة. وفي هذا الاتجاه يمكن القول إن أغلب الدراسات العربية اهتمت بظهور الصحافة الإلكترونية من خلال رصد مبادرات إنشاء المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية لمواقع إعلامية على الشبكة<sup>4</sup>. واهتمت أغلب هذه الدراسات بتشخيص تطور الصحافة الإلكترونية على ضوء اتجاهات الصحافة الإلكترونية في العالم. كما اعتمدت توصيفات يمكن وصفها بالتكنولوجية- التطبيقية بسبب تركيزها على أشكال إدماج الصحافة الإلكترونية للتطبيقات التقنية الجديدة وسماحتها التطبيقية (تنزيل الصفحات، سهولة الإبحار، تحديث المعلومات والبحث عنها<sup>5</sup> وتوظيف الوسائط المتعددة<sup>6</sup> استخدام محركات البحث الداخلية<sup>7</sup>. وحتى عندما تعلق الأمر بالبحث في ضمور التفاعلية في المواقع الإعلامية العربية وتفسير "استمرار ذهنية النشر الورقي" تبرز هذه الدراسات أسباباً ذات طابع مؤسسي- تكنولوجي: غياب الميزانيات المنفصلة والكادر الخاص وتدريب المتخصصين<sup>8</sup> دون الخوض في الديناميكيات الثقافية التي تفسر "تحلف" الصحافة الإلكترونية عن التطورات العالمية. إن دراسة التفاعلية، إذا بقيت حبيسة المستوى الوصفي الشكلي (رصد التطبيقات) تمنع الباحث من تجاوز بعدها التطبيقي لمساءلة دلالات استخدامها أو تغييرها في السياق العام الثقافي للممارسة الإعلامية.

وينتج عن تغليب المقاربة التكنولوجية- التطبيقية توصيف للصحافة الإلكترونية يجعل خصوصيتها التقنية على اعتبار أنها صحافة على الشبكة توظف تقنيات الشبكة أو صحافة تتطلب "صحفيين على مقدرة في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت وقواعد المعلومات..."<sup>9</sup>. أما من الناحية المنهجية استخدمت جل البحوث العربية مناهج كمية ومسحية لقياس الاستخدام والتعرض<sup>10</sup> والأثر<sup>11</sup>. بالمقابل تبدو لنا مشكلة "هوية" الصحافة الإلكترونية، أي خصوصياتها كممارسة إعلامية جديدة من جهة قواعد الكتابة الصحفية وآليات بناء المعنى وتفاعلها مع الجمهور ووظائفها الثقافية، أي بمعنى آخر أشكال تجديد الصحافة الإلكترونية للإعلام والتأثيرات الحاسمة لهذا التجديد هامشية. ويمكن في هذا الاتجاه الإشارة إلى بعض الدراسات التي حاولت تجاوز المقاربة التكنولوجية- التطبيقية للصحافة الإلكترونية. وتبدو لنا دراسة نصر الدين لعياضي "الصحافة الإلكترونية أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة؟"<sup>12</sup> إحدى أهم المحاولات النظرية التي غامرت بمسألة اختلاف الصحافة الإلكترونية من جهة تميز خطابها وأشكال بنائه عن الصحافة الكلاسيكية المكتوبة خاصة.

## الإشكالية:

تتعلق مشكلة الدراسة بمناقشة خصوصية الصحافة الإلكترونية ومستويات تمايزها عن الصحافة الكلاسيكية التي يمكن حصرها في المستويات التالية:

- توصيف الصحافة الإلكترونية في سياق يتسم بظهور أصناف مستحدثة من الكتابة الإلكترونية (كالندوين). ويقتضي التداخل والتجاور لأصناف عديدة من الخطابات الإلكترونية داخل الشبكة طرح مسألة توصيف الصحافة الإلكترونية على غرار ما قام به الباحثون تاريخياً لعزل الخطاب الصحفي عن الخطاب الإعلاني والاتصالي المؤسسي في مستوى قواعد كتابته وأخلاقياته، الذي أدى مؤسساتيا في مستوى التكوين إلى التمييز بين أقسام الصحافة وأقسام العلاقات العامة والإعلان وفي المستوى المهني إلى التمييز بين الصحفيين ومهنيي العلاقات العامة والإعلان.
- فهم خصوصيات الخطاب/ النص الصحفي الإلكتروني والآليات التي يوظفها لبناء المعنى وبالتالي استكشاف تمايزه عن الخطابات الصحفية الكلاسيكية (المكتوبة- المطبوعة- الورقية- والتلفزيونية والإذاعية).
- مساءلة مفهوم الجمهور ونظام العلاقات الجديد الذي يحكمه بهذا النص/ الخطاب الإلكتروني، ومن ثمة مناقشة مشروعية استخدام مفهوم التلقي لدراسة هذا النظام الجديد من العلاقات.

- البحث من منطلق خصوصية الصحافة الإلكترونية وتمايزها في أشكال النشر الأخرى المتاحة على الشبكة وتفرد خطابها وعلاقتها الجديدة مع الجمهور وفي وظائفها الجديدة في عملية بناء وإدارة النقاش العام في الفضاء العمومي على اعتبارها وظيفة مركزية للإعلام في المجتمعات الحديثة.
- تبين النتائج النظرية لفرضية "تجديد الصحافة الإلكترونية للإعلام" على دراسة الصحافة الإلكترونية العربية.

## في توصيف الصحافة الإلكترونية:

ما هي المضامين التي تحيل إليها الصحافة الإلكترونية؟ هل يمكن أن نعتبر ما ينشره المستخدمون في المدونات والفضاءات التي ينشط فيها المستخدمون صحافة؟ وإذا قبلنا بذلك ما هو التعريف الجديد للصحافة الإلكترونية الذي علينا أن نعتمده حتى يمكن لنا أن نعتبر التدوين شكلا جديدا من أشكال ممارسة الصحافة بمعناها المهني؟ وإذا كان التدوين مثلا شكلا من أشكال الصحافة ما هي المقاييس المهنية والقانونية والأخلاقية التي يخضع لها؟ وما علاقة الصحافة الإلكترونية بالممارسات التواصلية الجديدة لمستخدمي تقنيات المعلومات الجديدة التي يطلق عليها البعض "إعلام النحن" <sup>13</sup> (We the media) و"إعلام الجماهير" <sup>14</sup> (médias des masses) كمقابل للإعلام الجماهيري؟ ومن جهة أخرى هل من المشروع مثلا اعتبار المضامين الإخبارية التي تنشرها المؤسسات في مواقعها الإلكترونية بكل أصنافها مضامين صحفية؟ والحقيقة أن للأسئلة ذات الصلة بتوصيف الصحافة الإلكترونية نتائج حاسمة على المستوى النظري والعملي. إن للقول مثلا بأن المضامين الجديدة التي ينشرها المستخدمون في المدونات "صحافة" نتائج نظرية حاسمة إذ تدفعنا إلى التخلي عن التعريف النظري والمؤسسي - القانوني الذي نتداوله عن الصحافة كخطاب مخصوص ذي أسس مهنية وأخلاقية. أما عمليا فاعتبار المدونين صحفيين قد يعنى أيضا سحب الحقوق التي يتمتع بها الصحفيون على المدونين (كبطاقة الصحفي مثلا). تحيل هذه الأسئلة المشروعة والضرورية على صعوبة توصيف الصحافة الإلكترونية بسبب الطابع غير المستقر للبيئة التواصلية والإعلامية التي تعمل داخلها من جهة وبسبب حداثة الظاهرة والتحويلات المستمرة التي تطرأ عليها.

## في محدودية التوصيف التكنولوجي:

إن التوصيف التكنولوجي للصحافة الإلكترونية الذي يركز على تطبيقاتها التقنية يؤدي بالتحليل إلى مأزق نظري؛ لأن الصحافة الإلكترونية تتشارك مع منظومات تواصلية أخرى في مجمل التطبيقات التي تستخدمها ولكنها توظفها لغايات مختلفة. فالهاتف الجوال على سبيل المثال يمكن استخدامه في منظومات تواصلية مختلفة. وتستخدم المؤسسات الاقتصادية الهاتف الجوال لأغراض التسويق والعلاقات العامة والتجارة. ولهذا الاستخدام هدف إعلاني وتجاري. ويستخدم الأفراد الهاتف الجوال لغايات أخرى كالتخاطب أو الدردشة أو الإبحار في الشبكة أو تبادل الرسائل النصية ووثائق الفيديو. ولهذا الاستخدام بعد اجتماعي وتواصلية محض. أما المؤسسات الإعلامية فهي تستخدم الهاتف الجوال كوسيط جديد لتوزيع مضامين إعلامية (نشرات إخبارية، فيديو...). وتهدف المؤسسات الإعلامية من خلال استخدام الهاتف الجوال إلى تنويع مصادرها المالية وتعزيز علاقاتها مع جمهورها وتمديدتها، وهذه غايات مختلفة عن الدعاية والتسويق والتواصل الاجتماعي<sup>15</sup>. فإذا كانت شبكة الإنترنت الوسيط الإعلامي السادس الذي تعتمد المؤسسات الاقتصادية في استراتيجيتها الاتصالية (بعد الإذاعة والتلفزيون والصحافة والسينما والمعلقات)، فهي بالنسبة للمؤسسات الإعلامية وسيط إعلامي رابع يمكن أن يعمل بالموازاة مع الوسائط الكلاسيكية الثلاث، أي الصحافة المكتوبة والتلفزيون والإذاعة، إضافة إلى الهاتف الجوال كوسيط خامس في طور التشكل يتأسس بدوره على نماذج تحريرية واقتصادية مخصوصة.

لذلك فإذا كان لتقنية جديدة ما استخدامات مختلفة تواصلية اجتماعية (بالنسبة إلى الأفراد والجماعات) وتجارية ودعائية واتصالية ذات علاقة بالمنفعة والصورة (بالنسبة إلى المؤسسات الاقتصادية) وإعلامية واقتصادية (بالنسبة إلى المؤسسات الإعلامية)، فإن هذا يستوجب بالضرورة عدم الاقتصار على التكنولوجيا كعامل محدد للصحافة الإلكترونية على عكس ما تقوم به بعض المقاربات التي تنطلق من الحامل التقني (الإنترنت والتطبيقات التقنية التي يتيحها في هذه الحالة) لتحديد هوية الصحافة الإلكترونية.

## مفهوم المنظومة:

يشكل مفهوم المنظومة (Dispositif) إطارا نظريا يمكن من فهم الممارسات الاتصالية المختلفة المرتبطة بتقنية ما. ويحيل مفهوم المنظومة إلى نظام مركب تتفاعل داخله بشكل مخصوص عناصر عدة كأنظمة النشر وواجهات العرض (interface) والخطابات ونظام العلاقات والتبادل وآليات تمويل. ويختلف مفهوم المنظومة بالتالي عن مفهوم الوسيلة الإعلامية Media. فالوسيلة الإعلامية تسمح بعمليات خارجة عن فعل



المستخدم: نقل المضامين وعرضها. فالصحيفة وسيلة تنقل مضامين من المرسل إلى المتلقي وكذلك التلفزيون أو الإذاعة وهذا هو تعريف الوسيلة الإعلامية كوسيط (media). ولا يعني هنا الأمر أن النقل عملية محايدة ليست ذات تأثير على بناء المعنى. أما المنظومة فهي أكثر تعقيدا وتشعبا حيث إنها تقتضي من الاستخدام درجة أعلى من التفاعل والمشاركة، كما أن المنظومة يمكن أن تشمل أكثر من وسيلة إعلامية تستخدم داخل نظام واحد يؤلفها. فموقع الوب هو من هذا المنظور أكثر من وسيلة إعلامية (media) لأنه أيضا يتيح أكثر من نشاط: القراءة والمشاهدة والاستماع والبحث والطباعة والشراء والدرشة والكتابة...

ويمكن في هذا الاتجاه القول إن هناك ثلاث منظومات تواصلية داخل شبكة الإنترنت: المنظومة الفردية- الجمعية (المدونات، منتديات الحوار، البريد الإلكتروني، الدردشة، الشبكات الاجتماعية، مواقع الويكي<sup>16</sup>) والمنظومة المؤسساتية (مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية، الجمعيات والحكومية...) والمنظومة الصحفية- الإعلامية (المواقع الإخبارية). وعلى هذا النحو تنتمي الصحافة الإلكترونية إلى المنظومة الثالثة الصحفية- الإعلامية.

إذا استثنينا التقنية كعامل مشترك، ما هي الأسس التي يمكن أن نستند إليها لتحديد خصوصية المنظومات. نعتقد في هذا الاتجاه أن ثلاثة أسس تشكل مرتكزات جيدة لتشخيص طبيعة منظومة ما وعزلها (إجرائيا) عن المنظومات الأخرى، كشرط لفهم خصوصيتها. وتعلق هذه الأسس بالمضمون أولا (وخاصة النص/ الخطاب وقواعد بنائه)، والمنتج ثانيا (الفاعل الذي يصدر عنه المضمون) والهدف من إنتاج الخطاب.

وهكذا، فإن المنظومة الصحفية- الإعلامية التي تعمل داخلها الصحافة الإلكترونية، وإن اشتركت مع المنظومات الأخرى في التطبيقات التقنية أو التواصلية، فإنها تختلف عنهما في مستوى الفاعلين لأنها صادرة عن مؤسسات إعلامية- صحفية. أما في مستوى المضمون فهي تخضع لقواعد في الكتابة تختلف عن تلك قواعد التي تلتزم بها الخطابات الفردية- الجمعية (التدوين الفردي ومواقع الويكي على سبيل المثال). كما تتميز المنظومة الصحفية عن المنظومتين الفردية- الجمعية والمؤسساتية في مستوى الأهداف أيضا: أهداف إعلامية صحفية بالنسبة للصحافة الإلكترونية، وذاتية اجتماعية بالنسبة للأفراد والجماعات الافتراضية، ودعائية إعلانية واتصالية بالنسبة للمؤسسات.

## وتتألف الشبكة بالتالي من ثلاثة أنواع من المنظومات.

**المنظومة المؤسسية:** تنتج المؤسسات، بأصنافها المختلفة (اقتصادية، منظمات علمية، جمعيات، مؤسسات حكومية...) كما هائلا ومتعاطما من المضامين الإلكترونية بهدف الاتصال بجمهورها، إذ يشكل الإعلام بعدا هاما للمؤسسات الاقتصادية والجمعيات والهيئات الحكومية. ولهذه المضامين هدف تجاري (التجارة الإلكترونية)، أو اتصالي (تحسين صورة المؤسسة)، أو وظيفي عملي (نشر المعلومات للجمهور العريض حول السلع والخدمات). ويخضع هذا المضمون لقواعد الإعلام المؤسساتي التي تختلف عن قواعد الإعلام، وضوابط تحظى بنوع من التوافق بين المهنيين.

**المنظومة الفردية-الجمعية:** ينتج الأفراد المغمورون أو الجماعات الافتراضية مضامين متنوعة تأخذ أشكالا عديدة، كالصفحات الشخصية وفضاءات الدردشة ومنتديات الحوار والمدونات والويكي wiki والشبكات الاجتماعية. ويستعمل الأشخاص والجماعات الشبكة للتواصل ولبناء علاقات اجتماعية جديدة أو للتعبير عن آرائهم. ولهذه المضامين طابع خاص وحميمي وذاتي أو عام سياسي وفكري وأدبي... وهكذا ينشط داخل الفضاءات التواصلية الشخصية والجمعية أفراد مغمورون أضحووا يتمتعون بحق الكلام والحديث في الشأن العام أو في المسائل الحميمة أو أشخاص ينتمون إلى النخبة يبحثون من خلال المدونات عن تعزيز تواصلهم مع بيئتهم. وقد أفرزت الممارسات الاجتماعية في مجال النشر الشخصي والتواصل الإلكتروني جملة من القواعد الذاتية يلتزم بها الأشخاص عندما يتحاورون في فضاء الدردشة أو في منتدى للنقاش. كما أن للصفحة الشخصية أو المدونة أو الويكي قواعد متعارف عليها لم تفرضها سلطة متعالية بل صاغها المستخدمون.

**المنظومة الصحفية-الإعلامية:** تحيل على المؤسسات التي تنشط في مجال صناعة المعلومات ( news organizations/ entereprise de presse)، أي تلك المؤسسات التي يمثل الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيسي. ذلك أن المؤسسات الإعلامية لا تنتج المضامين لأهداف تجارية (الإعلان) أو اتصالية (تحسين الصورة عبر العلاقات العامة وتقنيات الاتصال المؤسساتي). وتشمل بالتالي الصحافة الإلكترونية مواقع الوب التي تديرها المؤسسات الإعلامية؛ سواء كانت تلك المواقع امتدادا لمضامين إعلامية كلاسيكية (كمواقع الصحف المكتوبة والإذاعات والتلفزيونات ووكالات الأنباء) أم نتاجا لصحافة إلكترونية محضة. وعلى عكس الصنفين المؤسساتي والفردية-الجمعي، فإن المواقع الإعلامية تخضع لمقاييس ومعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا، سواء في مستوى الكتابة أو في مستوى الإخراج أو في مستوى أخلاقيات المهنة. وتلتزم

الكتابة الصحفية بقواعد معلومة في مستوى الكتابة التي تتجسد في أساليب الكتابة العامة المتعارف عليها ولا تخضع لها أشكال الكتابة الأخرى. كما تخضع الممارسة الصحفية إلى أخلاقيات مخصوصة خاصة بكل مؤسسة إعلامية أو عامة تنص عليها ميثاق الشرف التي تضعها اتحادات الصحفيين. ويمثل الصحفيون الفاعل الرئيسي في المنظومة الإعلامية، بالرغم من أن التطبيقات التفاعلية تفتح المجال للأفراد للمساهمة في إنتاج المضمون، إلا أن الصحفي يبقى الفاعل الأساسي في مستوى إنتاج المضامين الصحفية. والصحفي لا يتحمل مهمة تقنية فحسب تتمثل في صناعة المضمون. فالصحافة ترتبط أيضا بدور اجتماعي وثقافي، وهى بهذا المعنى تمثل مهنة تخضع لشروط ومواصفات تؤهل الصحفي للحصول على بطاقة صحفي، في حين أن الكتابة الإخبارية لا تسمح للمدون مثلا بأن يحصل على الاعتراف المؤسسي بهذا الدور.

منظومات مخصوصة لكن متداخلة تشكل "نمذجة" (modélisation/ Scientific modelling) المنظومات وفق مضامينها ومنتجها وأهدافها أداة إجرائية لفهم خصوصيات الأشكال الاتصالية والإعلامية التي تبلور حاليا في شبكة الإنترنت. فلكل صنف من هذه المنظومات خصائص في مستوى عملية إنتاج المضمون وقواعد الكتابة والتأليف والنشر من جهة أولى في مستوى التوزيع والقيمة الاقتصادية للمضمون (الطابع المجاني المهيم على المضامين المؤسسية والشخصية- الجمعية<sup>17</sup> والطابع التجاري بالنسبة للمضامين الإعلامية- الصحفية) من جهة ثانية، وفي مستوى العلاقة المخصوصة مع الجمهور من جهة ثالثة. ولهذا التمييز فوائد منهجية وإجرائية عديدة تمكننا من تحديد خصوصيات كل منظومة. لكن بالمقابل لا بد من الانتباه إلى الحدود المتحركة بينها بسبب توظيف كل منها لتطبيقات تكنولوجية وتعبيرية مشتركة، كالتدوين الذي يمارسه الصحفيون والأفراد والمؤسسات لغايات مختلفة وفي فضاءات متنوعة.

وتمثل المواقع الإعلامية مثلا جيدا للتدليل على عملية التداخل هذه، إذ أدمجت المواقع الإعلامية مختلف المضامين الفردية- الجمعية كتطبيقات تحريرية تهدف إلى استقطاب القراء إلى الموقع كالدردشة (Chat)، وتخصيص فضاءات خاصة بمدونات القراء، وربط الموقع بالشبكات الاجتماعية، وإدراج تطبيقات نشر الفيديو الشخصي. كما تشكل المواقع الإعلامية نموذجا جيدا لفهم طرق تملك وسائط الإعلام الكلاسيكية للتطبيقات التي يبتكرها المستخدم. ذلك أن التطبيقات التحريرية (ذات العلاقة بالمضمون) المستخدمة التي تتميز بها المواقع الإعلامية وخاصة التي تتعلق بالتفاعلية لم تأت من عالم المهنيين؛ بل من عالم الاستخدام الفردي والتواصل الجمعي (فضاءات الحوار والدردشة والمدونات). ومن جهة أخرى فإن المواقع الإعلامية ضرورية بالنسبة إلى المؤسسات التي تستخدمها لاستقطاب جمهور الموقع الذي يمثلون هدفا لمختلف أشكال الإعلان.

## مستويات تمايز المنظومات الثلاث

المنظومة الصحفية - الإعلامية	المنظومة المؤسسية	المنظومة الفردية - الجمعية	
مواد إعلامية: مقالات برامج تلفزيونية، إذاعية....	مؤسسي، إعلاني، علاقات عامة، خدمات، معلومات (حول الخدمات والمنتجات)	حميمي - ذاتي - فكري - أدبي - سياسي	المضمون
قواعد الكتابة الإعلامية (خاضعة لمعايير مدونة)	قواعد الكتابة للاتصال المؤسسي (خاضعة لمعايير مدونة)	حرة نسبياً أو خاضعة لقواعد متفق عليها جماعياً	قواعد الكتابة
الصحفيون	مؤسسات، متخصصون في العلاقات العامة، وكالات الاتصال والإعلان والتسويق...	أشخاص، جماعات افتراضية	المنتجون
الإعلام (كمرفق عام)، الإعلام كصناعة	التسويق، الإعلان، تحسين الصورة، الخدمة	التواصل، التعبير، بناء العلاقات الاجتماعية...	الأهداف
مجاني + بمقابل + اشتراكات	مجاني (القاعدة)	مجاني (القاعدة)	النموذج الاقتصادي

## في ضرورة التمييز بين الصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد:

يبدو لنا التمييز بين الصحافة الإلكترونية (online journalism) والإعلام الجديد (new media) ضرورة نظرية ومنهجية أخرى لا بد للباحث أن يأخذها بعين الاعتبار في عملية حد "هوية" الصحافة الإلكترونية. وفي هذا الاتجاه نلاحظ أن العديد من المقاربات تناولت الصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد انطلاقاً من زاوية تمايزهما. فالصحافة الإلكترونية تمثل امتداداً للصحافة بما أنها تقوم أيضاً على العمليات ذاتها التي يقوم عليها العمل الصحفي التقليدي، أي البحث والجمع (researching and reporting) من خلال تشخيص الأحداث والوقائع ذات الأهمية بالنسبة إلى الجمهور وتجميع المعلومات ذات الصلة، ثم البناء والنشر، أي ترتيب المضامين الإخبارية والنشر (construction and publishing)، أي الكتابة والإخراج... ولا تنفي الصحافة الإلكترونية هذه العمليات الأساسية بل تتمثل خصوصيتها في إعادة تشكيل العلاقة مع الجمهور والتفاعلية وأرشفة المضمون<sup>18</sup>. بل يذهب البعض إلى القول بأن الصحافة الإلكترونية تدمج الأبعاد الجيدة وفي بعض الأحيان الأبعاد السلبية لكل أشكال الصحافة الإخبارية، وفي الوقت ذاته توفر فيه هذه الصحافة مستوى غير مسبوق من التفاعلية، إضافة إلى أنها تجمع في عرض واحد النص والصوت والفيديو والرسوم البيانية<sup>19</sup>. وعلى هذا النحو يمكن الحديث عن نوع جديد من

الصحافة ذات خصائص جديدة تتمثل في إمكانيات النفاذ المتواصل والشامل للأخبار والتقارير الحينية والتفاعلية والمضامين المتعددة الوسائط والشخصنة<sup>20</sup>.

فإذا كانت الصحافة الإلكترونية صحافة جديدة لكنها ملتزمة بقواعد الصحافة، فكيف يمكن تمييزها عن الإعلام الجديد؟

يشير بعض الباحثين في هذا الاتجاه إلى الضبابية التي يتسم بها مفهوم الإعلام الجديد الذي يحيل إلى مستويات (معان) عديدة<sup>21</sup>:

يمكن أولاً فهم الإعلام الجديد من منظور تاريخي انطلاقاً من التمييز بين وسائط كلاسيكية تقليدية ووسائط إعلامية جديدة. ويتعلق الأمر هنا بالطابع الجديد لظاهرة معلومة: الإعلام الذي يحيل إلى مجال تعمل داخله مؤسسات ومنظمات (الصحافة، السينما، التلفزيون، دور النشر)، وإلى أشكال إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية (أخبار، أنواع بعينها من الأفلام، مسلسلات)، وإلى تلقيها واستهلاكها وفق حوامل مادية (كتب، أسطوانات...) من فئات متنوعة من الجماهير. وبهذا المعنى فإن الإعلام مؤسسة اجتماعية كلية<sup>22</sup> fully social institution. يرتبط المعنى الثاني لمفهوم الإعلام الجديد بالتحويلات التي طرأت على عالم الإعلام والاتصال انطلاقاً من أواخر الثمانينيات من القرن الماضي. وفي هذا الاتجاه يتصل الإعلام الجديد بجملة من التحويلات: من الحداثة إلى ما بعد الحداثة ومن الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد المعلومات، ومن عالم متمركز حول الغرب إلى عالم غير مركزي بفضل شبكات الاتصال، ومن الدولة القطرية إلى العولمة<sup>23</sup>. ويحيل المعنى الثالث لمفهوم الإعلام الجديد إلى معاني التقدم والتطور والاتجاهات الطلائعية. وترتبط هذه المعاني برؤية إيديولوجية حدائية للتكنولوجيا كآلية للتقدم الاجتماعي. أما المعنى الرابع فيجعل من الإعلام الجديد ظاهرة شاملة لا تحيل بالضرورة إلى تكنولوجيا ما قد تكون التلفزيون الرقمي أو الإنترنت أو الألعاب الإلكترونية.

ويتعلق الإعلام الجديد عندئذ بمجال واسع يتشكل من تجارب جديدة في مجالات مختلفة: تجارب جديدة في الكتابة (textual experience)، وتجارب جديدة في تمثيل العالم (representing the word)، وعلاقات جديدة بين الأفراد والتكنولوجيا الإعلامية، وتجارب جديدة في مستوى الهوية والجماعة وتحقيق الذات وقواعد جديدة في التنظيم والإنتاج في مجال صناعات الإعلام والثقافة<sup>24</sup>.

## بعض النتائج العملية لتوصيف الصحافة الإلكترونية:

### تكوين أكاديمي مستقل:

يمثل تنامي المؤلفات الأكاديمية والمهنية حول الكتابة اعترافاً بالخصوصية المتعاضمة للقواعد التحريرية للصحافة الإلكترونية، حتى أن بعضهم يرى أن هذه الكتابة مزيج من القواعد الجيدة المستخدمة في الصحافة المكتوبة والإذاعية والتلفزيونية<sup>25</sup>. وهكذا تتشكل الخصوصية التحريرية للخطاب الصحفي الإلكتروني من التفاعل المتواصل بين ابتكارات المهنيين، وابتكارات المستخدمين من جهة أولى، ومن عملية تنظيم هذه الابتكارات في مدونة نظرية تقوم على قواعد عامة يمكن إشاعتها عبر التكوين والتدريب كقواعد جديدة يتعلمها الصحفيون الشبان من جهة ثانية. وتتسم هذه المدونة النظرية بشموليتها لأنها تتعلق بكل أبعاد الكتابة: كتابة العناوين، معالجة الصور والرسوم والفيديو والصوت، إدراج الوصلات والوسائط المتعددة واللغة والمحددات الزمنية.

### آليات تنظيمية مخصصة:

تأخذ عملية توصيف الصحافة الإلكترونية أبعاداً عملية ذات نتائج حاسمة تتعلق بالآليات القانونية والمؤسسية التي تحدد السياسات العمومية إزاء المؤسسات الإعلامية في مستويين على الأقل: إسناد المساعدات وبطاقة الصحفي. وفي هذا الاتجاه اعتمد قانون "الإبداع والإنترنت" (Loi Hadopi) في فرنسا تعريفاً خاصاً ومحدداً للصحافة الإلكترونية "كخدمة إعلامية نحو الجمهور تستخدم الشبكة، وذات هدف مهني تصدر عن هيئة فردية أو شخصية معنوية تشرف على الإنتاج التحريري لمضمون أصيل ذي طابع عام يهم الجمهور العريض ويقع تجديده باستمرار ويتكون من معلومات ذات علاقة بالأحداث خضعت للمعالجة الصحفية ولا تهدف للتسويق كما أنها لا يجب أن تكون نشاطاً ثانوياً لنشاط صناعي أو تجاري"<sup>26</sup>. يمثل هذا التعريف حسماً نهائياً (بالنسبة للمشرع الفرنسي على الأقل) في ماهية الصحافة الإلكترونية، لأنه يستبعد من مجال الصحافة الإلكترونية كل أشكال النشر الأخرى. فالمشرع الفرنسي ينظر إلى الصحافة الإلكترونية كصحافة في كل الأحوال تغيرت حواملها فحسب ولكنها حافظت على مقوماتها الأساسية، كممارسة خاضعة لمعايير معلومة لا تتغير بتغير الحوامل (مكتوبة، مرئية، إذاعية أو إلكترونية). وهكذا يستبعد المشرع الفرنسي من نطاق الصحافة لكل أشكال الكتابة الجديدة أو تلك التي تسمى بالبديلة التي لا تستوفي شروط الصحافة كممارسة مهنية. وعملياً يسمح هذا التعريف بإدماج المؤسسات الإعلامية التي تصدر مضميناً إعلامياً إلكترونياً في نظام المساعدات التي تتمتع بها مؤسسات الصحافة المكتوبة الكلاسيكية<sup>27</sup>. ومن نتائج هذا القانون أيضاً، إضافة

إلى استبعاد المواقع التي لا تخضع للتوصيف المهني للصحافة، إسقاط حق الصحفي في التمتع بإيرادات إعادة نشر إنتاجه على الحوامل الجديدة، كالإنترنت والهاتف المحمول والتنصيب على المسؤولية الجزائية الثانوية لمدير التحرير فيما يتعلق بالمضامين التي يدرجها المستخدمون (كالتعليقات على المقالات).

## هوية صحفية متميزة:

يتجلى تمايز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الكلاسيكية أيضا في الوعي المتعظم لدى الصحفيين الإلكترونيين بهويتهم المختلفة عن المستخدمين- المؤلفين الذين يمارسون نشاط الكتابة كنوع من الصحافة البديلة. وفي هذا الاتجاه ظهرت في العديد من البلدان جمعيات مهنية تجمع هذه الفئة الجديدة من الصحفيين. ففي العالم العربي شهد المغرب على سبيل المثال ميلاد "الرابطة المغربية للصحافة الإلكترونية" كمنظمة تدافع عن الحقوق المادية والمعنوية للصحفي الإلكتروني ونشر أخلاقيات مهنة الصحافة الإلكترونية في الفضاء الإلكتروني. ومن أهداف المنظمة أيضا المطالبة بقانون ينظم الصحافة الإلكترونية. ويعرف القانون الأساسي لهذه الرابطة الصحفي الإلكتروني كصحفي "ينشر بشكل منتظم في موقع أو مواقع إلكترونية مهيكله بشكل قانوني ويحترم أخلاقيات المهنة والقوالب الصحفية المختلفة"<sup>28</sup>.

وفي الولايات المتحدة تأسست جمعية "On line news Association" كفضاء يجمع المهنيين الذي يعملون في مجال صناعة الأخبار الإلكترونية تسعى إلى مساعدة الصحفي في مجال الإعلام الإلكتروني ورصد الممارسات الجيدة. كما أدرجت جائزة بوليتزر Pulitzer فئة خاصة بالصحافة الإلكترونية بناء على قواعد مخصوصة تتضمن توصيفا للصحافة الإلكترونية والصحفي الإلكتروني، ومنها أن يكون الموقع الذي يكتب فيه الصحفي المرشح للجائزة صادرا عن مؤسسات إعلامية (News organization) وأن تكون مضامينه ذات علاقة بالأحداث ويحين بشكل دوري مرة في الأسبوع على الأقل وملتزمًا بأخلاقيات الصحافة"<sup>29</sup>.

وتعكس هذه الأمثلة استراتيجية جلية لتميز الصحافة الإلكترونية عن أشكال الكتابة الجديدة من منطلق الحفاظ على خصوصيتها المهنية. ومن هذا المنطلق يمثل الخطاب الصحفي حول ممارسات الكتابة الجديدة، كالتدوين خاصة، مجالا لمقاربة تمثل الصحفيين لدورهم الجديد في سياق يتسم بظهور منافسين جدد لهم تغويهم الوظيفة الرمزية للصحفي. فهل يعكس هذا التمثل قبولا بالدمقرطة الجذرية للاتصال، مما يعني تغيرا في الآليات الثقافية التي تحكم وظيفة الصحفيين الرمزية كوسطاء وتحولا في مستوى طبيعة الخطاب الصحفي كخطاب يقتضي ضوابط مخصوصة؟ أم يحيل هذا التمثل إلى استراتيجية اختلاف يتميز من خلالها الصحفي

عن منافسين جدد يهددون مكانته وسلطته تدفعه للاعتقاد بأن "الصحافة الإلكترونية ليست مشاعة يلصقها بنفسه من هب ودب أو كتب بعض الكلمات والمقالات في الإنترنت" <sup>30</sup>.

## مستويات تجدد الإعلام:

تمثل الدراسة الوصفية للصحافة الإلكترونية أي: (تجميع المعطيات حول النماذج التقنية (التطبيقات التقنية المستخدمة في الموقع) والتحريرية (المضامين التحريرية، التفاعلية، تعدد الوسائط، الخدمات) والاقتصادية (أشكال تمويل الموقع عبر الآليات المختلفة للإعلان والمضامين بمقابل والاشترك...))، أحد المستويات التي يستند إليه الباحث لمقاربة خصوصيات موقع إعلامي ما وفهم بنائه الداخلي. لكن لا يمكن للدراسة الوصفية أن تحتزل المقاربة التحليلية للصحافة الإلكترونية برمتها، إذ إن مستويات أخرى لا تقل أهمية تميز الصحافة الإلكترونية تحيل هذه المستويات الأخرى على الخطاب الصحفي (وآلياته المخصصة لبناء المعنى) وأنظمة العلاقة مع الجمهور (أشكال إشراك أو استبعاده وطرق استقطابه) وما يمكن أن نسميه الوظيفة السياسية للصحافة الإلكترونية (في علاقتها بالفضاء العمومي وإدارة النقاش العام).

ويتعلق المستوى الأول -إذن- بخصوصية الخطاب الصحفي الإلكتروني وأشكال المعالجة الإعلامية المستحدثة المرتبطة به، أي بمعنى آخر الأشكال الجديدة لإنتاج المعنى وتمثل الواقع الاجتماعي التي ينتجها هذا الخطاب. فهل يحيل هذا الخطاب على طرائق جديدة في الكتابة وبناء النص أم يكفي بإعادة إنتاج نفسه من خلال انتقاله من حامل إلى آخر؟

ويتصل المستوى الثاني بخصوصية العلاقة الجديدة مع الجمهور، أي بأشكال بناء العلاقة مع المستخدم والتفاعل معه، إذ تمثل هذه العلاقة مؤشرا لاستراتيجية المؤسسة الإعلامية برمتها. ويتجسد تمثل المؤسسة الإعلامية لجمهورها في مضامينها أو في استراتيجية اقتصادية، ومن هنا تتأتى أهمية قياس الجمهور (audience measurement/ mesure d'audience) كآلية لقياس القيمة الاقتصادية للمؤسسة في اقتصاد إعلامي يقوم على المنافسة. هكذا تحولت العلاقة بالجمهور إلى مبدأ ناظم لتراتبية المجال الإعلامي ومؤشرا لسلطتها وقيمتها. يمثل التفاعل مع الجمهور بعدا أساسيا في بناء خصوصية الصحافة الإلكترونية التي تتميز عن نظيراتها المكتوبة (المطبوعة) والإذاعية والتلفزيونية بقدرتها الفائقة على معرفة جمهورها (على الأقل كميا) من خلال المعطيات التي توفرها برمجيات متطورة (من يستخدم ماذا؟ متى؟ وأين؟ وبواسطة أي نظام تشغيل؟ وبأية برمجية إبحار؟...) ومن خلال التفاعل مع الجمهور بواسطة المدونات (القرأ والتعليقات على المقالات والمشاركات في المنتديات وإرسال المقالات...).



أما المستوى الثالث الأكثر نظرية فيتعلق بما يمكن أن نسميه الوظيفة السياسية للصحافة الإلكترونية التي تحيل إلى ديناميات مشاركتها في بناء وإدارة الفضاء العمومي. ويمثل هذا المستوى في الحقيقة اختزالاً للمستويين الأولين ونتيجة لهما في ذات الوقت. فالوظيفة السياسية للصحافة الإلكترونية تتجسد في طبيعة خطابها التحريري: إعادة إنتاج مضمون كلاسيكي حامل لنموذج الإعلام الكلاسيكي (استراتيجية النسخ واللصق) أو ابتكار خطاب جديد منفتح يستثمر إمكانات الشبكة التشاركية والتفاعلية. وعلى هذا النحو فإن الخطاب الصحفي الإلكتروني إما أن يعيد لعبة الإعلام الجماهيري الكلاسيكي الأحادي والنخبوي (استراتيجية استبعاد الجمهور واحتوائه)، أو يقبل بقواعد اللعبة الافتراضية الشبكية فيقبل بالتفاعلية (استراتيجية الانفتاح على الجمهور وإشراكه). وفي كلتا الحالتين فنحن أمام استراتيجيتين للمشاركة في الفضاء العمومي.

### خطاب صحفي جديد:

هل تؤسس الصحافة الإلكترونية خطاباً صحفياً جديداً ذي هوية مبتكرة؟ يرى فوجيل وباتينو (Fogel & Patino) أن الإنترنت "أثر (بالمعنى الأدبي) مفتوحة لكل الوسائط"<sup>31</sup>. وينشأ الطابع المفتوح للخطاب الإلكتروني كنتيجة لتداخل الصورة والنص والصوت والفيديو الذي يؤدي إلى تشظى الخطاب وتعدد المعاني وتدافعها وتنوعها مما يمنع مضمون بعينه من الهيمنة. فالصحافة الإلكترونية خليط من كل الوسائط. ويتساءل فوجيل وباتينو حول توصيف هذا الخليط الصحفي الجديد وحول وجهة المصطلحات الجديدة مثل *interactive features* للتعبير عن خصوصية هذه الكتابة الجديدة، في حين أن المستخدمين لا يرون فيه سوى جمعا لما تتيحه الوسائط الإعلامية الكلاسيكية<sup>32</sup>. بالمقابل يحاول الصحفيون الإلكترونيون الارتقاء بهذا المزيج الواسطي إلى مستوى اللغة الخاصة بهوية الكتابة الإلكترونية. وفي هذا الاتجاه يمثل التقرير الوثائقي الإلكتروني (Web documentaire/ webdocumentary) إحدى المحاولات الجديدة بالذكر لابتكار صنف صحفي خاص بالصحافة الإلكترونية يقوم على لغة مخصوصة وكتابة متفردة وتممايزة عن الأصناف الصحفية الخاصة بالصحافة المكتوبة والتلفزيونية والإذاعية تحاول أن تتجاوز البعد الأحادي للخبر الكلاسيكي<sup>33</sup>.

من جهته يرى نصر الدين لعياضى أن الإنترنت يسهم في تقويض البنية الكلاسيكية التي قامت عليها الصحافة تاريخياً. ويرفض نصر الدين لعياضى الأطروحة التي تنفي ميلاد لغة جديدة خاصة بالصحافة الإلكترونية (الإنترنت كوسيلة فاقدة للغة جديدة)، إذ إن "ميلاد وسيلة جديدة لا يؤدي بشكل آلي وآني لميلاد لغة خاصة بها" بل تظل، حسب اعتقاده، هذه اللغة "رهينة جملة من العوامل الداخلية والعوامل الخارجية"<sup>34</sup>

فاللغة الجديدة تتشكل وفق مسار معقد يتسم بالتأثير المتبادل بين الوسائط الكلاسيكية والجديدة. وبهذا يشكك نصر الدين لعياضي في مقولة عدم تأثر الأنواع الصحفية بتغير الحوامل التقنية التي تمثل أشكالاً تعاقدية وظواهر لسانية تخضع لمبدأ التغيير. ومن هذا المنطلق يوصد نصر الدين لعياضي التغيير في مستويات ثلاث: الوفرة مقابل الندرة (بفضل تحرر الصحافة الإلكترونية من عامل الفضاء والزمن). وضعف التراتبية، إذ يؤدي تراكم المواد الإعلامية، إلى ضمور المبدأ الناظم لها وأخيراً تجاوز التقسيم الوظيفي بين الوسائط الإعلامية إذ تسعى الصحافة الإلكترونية للجمع بين الوظائف التحليلية والإخبارية والاستعراضية في آن واحد<sup>35</sup>.

هل يمكن للباحث، إذا أخذنا بعين الاعتبار اختلال البنية الكلاسيكية للخطاب الصحفي أي تشظيه، كما يقول فوجيل وبالاتينو وغياب اللغة النازمة أو ظهور جنس جديد من الكتابة الإعلامية كما يقول نصر الدين لعياضي، إغفال مسألة المنهج لمقاربة خطاب صحفي هجين وجديد في طور التشكل؟ وهل يمكن الاستمرار في اعتماد منهج تحليل المضمون مثلاً لمقاربة خطاب يختلف مضمونه عن المضامين التي نشأت تحليل المضمون لدراساتها؟ لقد نشأ منهج تحليل المضمون في سياق تاريخي يتسم بتعاظم الأدوار السياسية والاجتماعية والثقافية للإعلام (الحرب العالمية الثانية وتعاظم دور الإعلام في المجال السياسي في الولايات المتحدة خاصة) ومن هذا المنظور فإن الأدوار الجديدة التي تقوم بها الصحافة الإلكترونية في إعادة تشكيل الخطاب الصحفي ووظيفة الإعلام وإنتاج المعنى والتمثيلات للوقائع الاجتماعية والسياسية يقتضى بدوره استجابة بحثية لسياق جديد. ويعرف كلود برلسون تحليل المضمون على أنه "تقنية بحثية تهدف إلى الوصف الموضوعي والشامل والكمي للمضامين الظاهرة للاتصالات"<sup>36</sup>. ويهدف تحليل المضمون هنا، من خلال مجموعة من الإجراءات المنهجية، لوصف المضمون واكتشاف معنى (تواتر الكلمات) الخطاب الظاهر. وتتيح هذه الإجراءات للباحث استخراج إمكانات تأثير النص من خلال مقارنة تمثيلات الخطاب للحدث الذي يعالجه، فالتعرض إلى هذه المعالجة الإعلامية يؤدي بدوره إلى هذا التأثير. ولا يمكن الاكتفاء بمواجهة منهج تحليل المضمون بالنقد الإبسيمولوجي الكلاسيكي الذي يؤكد على البنية المفتوحة للنص وعلى تعدد المعاني والقراءة التأويلية وعلى ضرورة دراسة المضمون داخل السياق الاجتماعي لتلقيه، بل علينا أن نتجاوز ذلك إلى التساؤل المشروع حول موائمة هذا المنهج لدراسة الخطاب الصحفي الإلكتروني.

فالمقال الصحفي إضافة للوفرة وغياب التراتبية وتعدد الوظائف وتداخلها كما يرى نصر الدين لعياضي<sup>37</sup> وتشظيه وتشابك الوسائط التي تكونه حسب فوجييل وبالاتينو<sup>38</sup> (Fogel & Patino)، يمثل بناء مخصوصاً يتشكل من علامات مختلفة: متنافرة: نص صحفي، روابط خارجية وداخلية، تعليقات القراء، مقالات

ذات صلة، فيديو، صوت... كما أن علاقته بالفضاء تتغير باستمرار على عكس الصحيفة (ثبات المقال في مكان ما). فيمكن أن يكون المقال في صفحة الاستقبال ثم ينتقل بعد مدة غير معلومة إلى صفحة داخلية ثم بعد ذلك إلى فضاء المقالات ذات الصلة ثم إلى الأرشيف ثم قد يعود مرة أخرى إلى مكان ما قد غادره... كما أن قيمته الاقتصادية يمكن أن تتغير أيضا كأن يكون المقال بلا مقابل في الأيام الأولى ثم بمقابل إذا دخل الأرشيف. وللمقال الصحفي أيضا علاقة مستحدثة بالزمنية، إذ يسمح بالتحرك من عامل الفضاء من خلال الإبقاء على المقال ظاهرا للقارئ يعود إليه متى شاء (باستثناء الحالات التي يدرج فيها المقال في الأرشيف بمقابل). يأخذ هنا مفهوم الآنية بعدا فريدا، فالتحيين يعني في هذه الحالة مراكمة للنصوص حتى تتحول الصفحة إلى مزيج من المقالات الجديدة والقديمة يحرك داخلها المستخدم. وفي هذا الاتجاه يقترح نصر الدين عياضي توصيف هذا التشكل التحريري الجديد كملف صحفي<sup>39</sup>.

فهل يمكن أن نقبض على هذه الخصوصيات والتغيرات من خلال منهج لا يهدف سوى لوصف ظاهر خطاب لا تستقر حدوده وبنيته؟

### ”التناسق”: طبقات الخطاب الصحفي الإلكتروني:

إذا انتبهنا إلى تداخل الخبر والرأي من خلال وصل المقال الإخباري بتعليقات القراء والروابط نحو المدونات ومقالات الرأي، هل يمكن في حالة النص الإلكتروني اعتماد الفصل بين الرأي والخبر الذي تقوم عليه الصحافة المكتوبة (من خلال الفصل بين الصفحات الإخبارية وصفحات الرأي)؟

يحلينا هذا التداخل بين الأخبار (news) والرأي (Opinions) إلى تعددية الخطاب الصحفي أو بمعنى آخر إلى "تناسق" (Intertextuality). ويمكن أن نستدعي هذا المفهوم من الدراسات الأدبية لفهم هذه التعددية النصية المفرطة المحايثة للخطاب الصحفي الإلكتروني. ويتشكل النص الأدبي من أكثر من نص، إذ يتضمن نصوصا كامنة فيه أو نصوصا أخرى يستلهم منها لغته أو رموزه. والنص بهذا المعنى نصوصا تتفاعل فيما بينها. يقول رولون بارت (Roland Barthes) "يعيد النص توزيع اللغة. إن عملية الهدم وإعادة البناء تتمثل في تحويل النصوص أو شذرات النصوص التي وجدت أو توجد حول نص ما في داخله. إن النص نصوص متداخلة لأن نصوصا أخرى حاضرة داخله، في مستويات متعددة وبأشكال يمكن التعرف عليها بدرجات متفاوتة: نصوص الثقافة السابقة والثقافة المحيطة به. إن كل نص هو نسيج من الاقتباسات الماضية"<sup>40</sup>. ويستثمر التحليل الأدبي "التناسق" كآلية خفية يقوم عليها النص الأدبي لتفكيك الخطابات وفهم بنائها الداخلي، بما في ذلك الخطاب الصحفي الذي يقيم علاقة وطيدة بالتناسق. ويتمثل المستوى الأول من التناسق

في الخطاب الصحفي في تداخل خطابات الفاعلين الاجتماعيين وخطاب الصحيفة. أما المستوى الثاني فيحيل إلى تداخل الخطابات الصحفية الذي يمكن أن يتجسد في شكل جدل بين وسائل الإعلام أو الاقتباس أو في أنواع صحفية كمعرض الصحف. كما تمثل صحافة الرأي شكلا من أشكال التناص لأنها دائما تحيل إلى خطابات أخرى<sup>41</sup>.

تبدو علاقة الخطاب الصحفي الإلكتروني (كنص) بالتناص جلية عندئذ، بل إن النص الصحفي الإلكتروني يسير بهذا التناص إلى أقصى حدوده. ويتمثل التناص في النص الصحفي الإلكتروني في إحالات المقال (النص/ الصفحة) من داخله إلى مقالات أو مواقع أو وثائق أخرى بفضل الوصلات الداخلية، أو إحالات من خارج المقال/ النص ومن حدوده إلى نصوص أخرى (مقالات أو مواقع ذات صلة)، أو في نوع ثالث من الإحالات تتعلق بوسائط إعلامية (فيديو أو ملفات صوتية) أخرى تضيف دلالات جديدة للنص الأصلي.

وليست الإحالات التي تتيحها تقنية النص المتشعب (أو النص الفائق أو الحي) (hypertext) مجرد زخرفة شكلية وإخراجية أو استعراضا للتكنولوجيا والإمكانات التي تتيحها، إنها آلية لإنتاج المعنى تعيد تشكيل النص برمته بإضافة مستويات جديدة من الدلالة توسع مجال النص إلى ما لا نهاية، بل هي تحدد كذلك التلقي عبر إعادة تشكيل فعل القراءة، إذ تسمح تقنية النص المتشعب بالحركة النشطة الإرادية للمستخدم من نص لآخر وفق مسارات لا يمكن التنبؤ بها. تتحول القراءة إلى عملية توليف فريدة لنصوص ووسائط متناثرة قد لا تكون لها علاقة بمفهوم التعرض (exposition/ exposure).

### النص المتشعب: التعدد كبديل عن الأحادية:

تتجاوز تقنية النص المتشعب (hypertext) مستوى الكتابة غير الخطية (non linear) بل هي أكثر من ذلك؛ لأنها تبشر بعالم منفتح متنوع نوافذ النظر فيه إلى الأحداث. فوصل الوثائق والوسائط والمواقع والصفحات بعضها ببعض يفتح أفقا للقارئ تمثل بالنسبة إليه وجهات نظر ورؤى متنوعة ومختلفة. هكذا تغير آلية النص المتشعب الخطاب الصحفي الكلاسيكي من الداخل حينما تنسف بناءه العتيق القائم على أحادية الرؤية بسبب أحادية المتكلم - الكاتب. فهي تستبدل الصوت الواحد بأصوات متعددة. ويذهب روبرت هيليار إلى أبعد من هذا حين يشبه الكتابة القائمة على النص المتشعب بتقنية "التكعيب" (cubism/ Cubisme) الذي ابتكرها بيكاسو والتي حرر بفضلها الرسم من سطحية الفضاء الذي أصبح منظورا إليه من زوايا مختلفة: "هذا ما يفعله الإنترنت بالتواصل لأنه يعيد تشكيل الفضاء والزمان بإدراج التعدد اللامتناهي

فيه مما يسمح يتجاوز البعد الأحادي للإعلام الكلاسيكي (المنظور الواحد الذي يفرضه الخط التحريري أو استراتيجية المعلن)<sup>42</sup>.

إن ما يتبدد -إذن- في النص الصحفي الإلكتروني ليس مادة الحامل القديم فحسب؛ بل أيضا وخاصة المنطق العتيق لتمثل العالم الاجتماعي (كموضوع للخطاب الصحفي) القائم على اقتصاد مخصوص للمعنى: استئثار الكاتب الصحفي بالمنظور الذي ينظر من خلاله القارئ للعالم؛ لأن النص المتشعب يفجر النص الواحد إلى نصوص موصولة ويكثر من المؤلفين للنص الواحد. وبهذا المعنى ينقل النص المتشعب الخطاب إلى مجال الاختلاف الذي يمثل قيمة مركزية في عالم أضحى يعلي من شأن التنوع.

### سردية جديدة:

يعتبر مارك ليتز هذا التغير إعلانا عن ولادة سردية صحفية جديدة (narrativité/ narrativity). فالخطاب الصحفي يقوم على بناء رمزي للأحداث يسردها وفق آليات مخصوصة، لأنه لا يعرضها في شكلها الخام دون تنظيم. ويساهم النص المتشعب في تعميق أزمة السردية الصحفية الكلاسيكية بفعل التقنيات الجديدة التي تمزج العوالم الواقعية والافتراضية (استخدام الصورة الافتراضية) وتعاضم البث الحي (Live) وتشظي أطر التلقي. ويندرج -إذن- تأثير النص المتشعب في الخطاب الصحفي ضمن سياق سابق له. فالبث الحي المباشر يضعف وساطة الصحفي القائمة على فعل الكتابة كتأليف يتمثل في تجميع عناصر الواقع، أي الأحداث ضمن "قصة متناغمة" ما بداية ونهاية. فالبث الحي المباشر يأتي بالأحداث كما هي تتجلى أمام الجميع (الصحفيون والمشاهدون) وقائع خامة متقطعة فاقدة للبناء الذي يعطيها معنى ما. يعمق الإنترنت من أزمة السرد الصحفي لأنه يتيح للجمهور مواد إخبارية متكاثرة لم تخضع للمعالجة (كمقالات وكالات الأنباء مثلا). تخلق هذه الآلية زمنية جديدة يتشارك فيها الجمهور والصحفي، لأنهما يتعرضان للأحداث في اللحظة ذاتها تأتيهما أيما كانا (في شكل إشعار alerts على سبيل المثال) لأن "الأحداث لا تنتظر"، كما تكرر ذلك الشعارات التسويقية للتلفزيونات الإخبارية. إن نهاية الانتظار الذي كان يشكل قوام العلاقة بالأخبار في زمن الإعلام الكلاسيكي (انتظار النشرة الرئيسية والصحيفة وتراجع الطقوس الاجتماعية المتصلة به) تعلن بطريقة ما عن "نهاية الكاتب" كوسيط، لأن الكتابة الصحفية وأنواعها المختلفة ارتبطت عضويا بمفهوم الزمن الذي يحتاجه الصحفي لجمع الأحداث والتأكد من صحتها وتصنيفها وتبويبها، أي تنظيمها وإخراجها (عنونة، تصحيح لغوي، مونتاج... وهي عمليات تحتاج إلى التعلم والخبرة والتجربة).

هكذا تنفى السرعة (بفضل الهاتف الجوال والأقمار الصناعية والإنترنت)، بما أنها قيمة جديدة للإعلام، وساطة الصحفي الذي يبدو وكأنه يتخلى، بإرادته، عن وظيفة تأويل العالم عبر السرد.

ويعتبر مارك ليتز استبدال النص الواحد "الصحيفة"، كإطار ينظر من خلاله القارئ إلى العالم، بنصوص متكاثرة بفعل الإبحار بين المصادر الكثيرة المتاحة تغيبا للترابنية والانتظام لصالح الكثرة والتعدد. فالوفرة المعلوماتية ليست زيادة كمية بل إعلانا صامتا عن نهاية أحادية المتكلم/ الصحفي. وتؤسس الكثرة والتعدد لنظام مخصوص من التلقي يقوم على القطيعة أي الانتقال المتواصل من نص إلى آخر (داخل الموقع) ومن وسيط إلى آخر إطار (من موقع إلى آخر) آخر ومن من سياق إلى سياق آخر (من الموقع الإعلامي إلى منتدى حوارى إلى شبكة اجتماعية...). بفعل النص المتشعب. هكذا تبدد المبدأ الناظم للتلقي زمن الندرة، أي الانغماس في القراءة والمشاهدة الرصينة، منذ اللحظة التي استلم فيها المشاهد آلة التحكم Remote control التي دشنت عصر (Zapping/ channel surfing). ويؤدي تعدد آليات الإبحار في العالم الرمزي عند مارك ليتز إلى نهاية عصر استقطاب الجمهور التي تعلن بدورها، بالنسبة للخطاب الصحفي الإلكتروني (الذي أصبح نصا مركبا من نصوص أخرى)، عن نهاية الوظيفة السردية كوظيفة أستاثر بها تاريخيا الصحفي لتنظيم الأحداث من خلال الكتابة ضمن رؤية واحدة وموحدة. بهذا المعنى يمكن للإنترنت، حسب مارك ليتز، أن تؤسس لسردية جديدة قائمة على "تعدد الأصوات" (Polyphony/ polyphonie) بفضل تعدد المصادر (تخصيب المقال بالروابط الداخلية والروابط المحاذية كالمقالات ذات الصلة). وعلى غرار مفهوم التناص فإن مفهوم "تعدد الأصوات" يأتي أيضا من حقل النقد الأدبي، إذ طور مايكل باختين مفهوم "تعددية الأصوات" لمقاربة النصوص الأدبية حين اعتبر أن كتابة دوستيفسكي الأدبية تقوم على استبعاد الرؤية الواحدة للعالم لصالح رؤى متعددة تنظر للعالم من زوايا مختلفة. وهكذا فإن النص الإلكتروني ولأنه يكثُر من المتكلمين في الفضاء الواحد يكاد يتحول إلى جوقة متعاضدة لإنتاج المعنى في سياق الاختلاف.

لكن، وعلى عكس روبرت هيليار، الذي يرى في هذه التعددية حرية جديدة للمستخدم، يتساءل مارك ليتز متشائما حول ما إذا كان "تعدد الأصوات" في الفضاء الافتراضي يفضى إلى تحلل هوياتي يفقد التواصل أساسه كعقد بين ذوات عارفة بالآخر الذي تتواصل معه<sup>43</sup>. فتعدد الأصوات يحيل إلى نوع من تحلل هوياتي، حيث يختفي الآخر وراء الاسم المستعار (في حالة التعليقات على المقالات والتدوين والدردشة). وكأن تكعيبة النص الصحفي تتحول هنا إلى صخب صامت يفقد الصحيفة وظيفتها الأساسية كآلية لبناء المعنى المشترك.

## "نهاية الجمهور:"

إذا قبلنا بأن الصحافة الإلكترونية تمثل نظاما مختلفا من العلامات (سيمائيا) ومنظومة وسائطية مستحدثة تفترض أشكالا مختلفة من الوصول والتفاعل مع المضامين (التفاعلية مثلا)؛ فإن الصحافة الإلكترونية تفترض ضرورة علاقة جديدة مع "الجمهور" الذي انتقل من حالة التلقي (كآلية ذهنية تقوم على التأويل) إلى الاستخدام كآلية للفعل في المضمون (من خلال الطباعة والتقييم والتعليق والإرسال لصديق والتخزين والنسخ واللصق...).

ولكن هل من المشروع أصلا الاستمرار في الحديث عن الجمهور ككتلة تتعرض إلى مضامين موحدة كما هو الحال في الإعلام الكلاسيكي؟ يبقى هذا السؤال في مجال "اللامفكر" فيه إذا واصلنا الاستمرار في التفكير في علاقة "الجمهور" بالصحافة الإلكترونية من خلال المفاهيم الكلاسيكية كالتعرض والتأثير، في حين أن العلاقة بالصحافة الإلكترونية ترتبط بتجربة جديدة وفريدة يقوم فيها المستخدم بدور فاعل ونشط.

يمثل إذن السؤال حول ماهية مستخدم الشبكة وتحديد ملامحه مسألة رئيسية بسبب اختلاف الاستخدام عن التلقي. فمستخدم الشبكة تختلف سماته وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع من جهة علاقته المركبة بالوسيط الإعلامي. ويقر البعض في هذا الاتجاه بأن الطبيعة المتحركة وغير المستقرة لاستخدام الشبكة في علاقتها المهمة بذاتية المستخدم تؤدي إلى تقلب الإنترنت في علاقتها بالجمهور. وعليه أصبحت الشبكة وسيطا بلا جماهير بالمعنى الكلاسيكي إلى درجة كثر فيها تداول مقولة "نهاية وسائط الإعلام الجماهيرية". وتعني هذه المقولة نهاية النموذج القائم على إعلام موجه لجماهير عريضة تتعامل مع المضمون الإعلامي بطريقة سلبية وغير نشطة. يقول فوجيل وباللاتينو في هذا الاتجاه "تمتلك الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون نماذج مقبولة وفعالة حول ممارسات القارئ والمستمع والمشاهد. لأن هؤلاء ينتمون إلى جمهور خاضع للمضمون ذاته. بالمقابل وبالنسبة لمستخدم الشبكة فإن تداخل الإمكانيات والمسارات يشكل فرادة تامة: الذات في سياقها تشكل كامل الجمهور لمضمون تملكه بمفردها أما السياق العام المشترك لمستخدمي الشبكة فيختزله الطابع الحيني ليصبح من المستحيل معرفة ممارسات المستخدم الذي ينتج باستمرار السياقات التي يتعامل داخلها مع المضمون. إن الارتباط بالشبكة يؤدي دائما إلى "الانزواء"<sup>44</sup>.

لكن في المقابل يمكننا الاعتراض على مقولة تشظى الجمهور وضمور البعد العلائقي والاجتماعي لمستخدم الشبكة إلى حد الفردية المنعزلة بالإشارة إلى الانتشار السريع للشبكات الاجتماعية (كالفيسبوك...) التي تمثل أحد فضاءات اجتماع افتراضي جديد يبني داخله المستخدم علاقات اجتماعية كثيفة مع الآخرين.

وتفند ظاهرة الشبكات الاجتماعية أطروحة تدمير الإنترنت لاجتماعية الفرد واجتثائه من سياقاته العلائقية. فعلى العكس من ذلك تحولت الشبكة إلى فضاء للإدمان على الآخر واتساع علاقاته (يربط الفايسبوك الفرد باستمرار بأصدقاء جدد). ولا تعمل الصحافة الإلكترونية على استقطاب المستخدم والحفاظ عليه من خلال استبقائه وفيما للموقع عبر التفاعلية والشخصنة؛ بل تذهب أكثر من خلال اصطحابه إلى عوالمه. هكذا أنشأت المواقع الإعلامية تطبيقات تسمح للمستخدم بنقل مضمونها إلى عالمه (على الفايسبوك) وإتاحتها لجماعته. قد يبدو الأمر هنا مجرد حيلة تسويقية اعتمادا على تقنيات التسويق الشامل (viral marketing) لكن يمكن أيضا أن تمثل اعترافا بانقلاب العلاقة التاريخية بين الإعلام والجمهور.

## محاكاة المستخدمين:

تتجسد بعض الاختلافات الجوهرية الأخرى بين الجمهور (المشاهدين والمستمعين والقراء) والمستخدمين في محاكاة وسائل الإعلام للمستخدمين وتوظيف تطبيقاتهم التي نشأت خارج عالم الإعلام (كمنتديات الحوار والتدوين والشبكات الاجتماعية مثلا). وتمثل هذه المحاكاة أحد أهم علامات الانقلاب الجوهري في العلاقة في أنظمة الوساطة الإعلامية. ويمثل الإنترنت مجالا رحبا لما يسميه دومينيك كاردون الابتكار الأفقي أو الصاعد<sup>45</sup> (innovations ascendantes) أي ابتكارات المستخدمين (User Innovation) الذين لا يكتفون باستهلاك المضامين واستخدام التطبيقات المتوفرة. وتحيل هذه الدينامية إلى ما يسميه أريك فون هيل "دمقرطة" الابتكار<sup>46</sup> (Democratizing innovation). وتعمل المواقع الإعلامية على إدماج ابتكارات المستخدمين في مجال التواصل الجمعي والتعبير الشخصي باستهلاك المضامين والخدمات والتطبيقات الموجودة. ويقول عالم الاجتماع الفرنسي جون قوستاف باديلو في هذا الاتجاه "إن القوى الخلاقة الجديدة التي تظهر من خلال صيرورة الهدم الخلاق هي "جماهير المواطنين" الفاعلين في الفضاءات التواصلية والتي ليا عوالم وفضاءات خاصة بها. وبشكل أو بآخر وبطرق مختلفة؛ فإن الجماهير تشارك بفعالية في عمليات النقل والتلقي والتأويل. وفي المجمل فإن هذه الفضاءات تحيل إلى نمط ألعاب الفيديو الفردية والجماعية الشبكية التي يقوم داخلها الأفراد بأدوار محورية، فاللاعبون ليسوا خارج التجهيزات بل يشاركون في النظام برمته"<sup>47</sup>. وتشكل محاكاة المستخدمين وتملك ابتكاراتهم التواصلية وإدماجها كأشكال تحريرية (كالمدونات وفضاءات الحوار والردشة الاستراتيجية الوحيدة التي تعتمد على وسائل الإعلام بل يذهب بعضهم إلى أبعد من ذلك من خلال مشاركة المستخدمين فضاءاتهم الجماعية حتى تلك التي خصصت لغايات ترفيهية بحتة<sup>48</sup>. ويمثل توظيف التلفزيونات لفضاء اليوتيوب مثلا جيدا لاستراتيجية المحاكاة وتعقدتها، إذ قام بعض المستخدمين بإدراج مقاطع



لبرامج تلفزيونية لقناة NBC التي اعترضت على هذه العملية في بداية الأمر ثم قبلت بالمبدأ وأصبحت تدرج بنفسها مقاطع لبرامجها بعد اتفاق مع اليوتيوب اقتناعاً منها بالفائدة التسويقية التي يمكن أن تجنيها<sup>49</sup>.

## الجمهور كمؤلف:

تعددت المصطلحات لتوصيف عملية تحول الجمهور من وضع التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء العمومي الإلكتروني الجديد: "إعلام النحن" (we the media) و"إعلام الجماهير (médias des masses) و"إعلام المواطنين" (citizen media) و"الإعلام الاجتماعي" (social media) والصحافة التعااضدية (participatory journalism). وتحيل هذه المصطلحات جميعها إلى ظاهرة واحدة: ظهور الجمهور - المؤلف. وفي هذا السياق أيضا يمكن أن ندرج ظهور التقنيات التي تسمح للمستخدم بتصنيف المضامين وترتيبها. وتمكن هذه التطبيقات المستخدم من وسم الوثائق (Tagging) بهدف تبويبها كأحد إجراءات تيسير البحث عنها والوصول إليها. ومن هذه التطبيقات delicious و Flickr. وتسمى هذه folksonomy (كإدغام لكلمتي شعب folk وتصنيف taxonomy). وتشير هذه الظاهرة إلى سلطة جديدة يتمتع بها المستخدم تتمثل في إعادة تبويب المواد الإعلامية وإدراجها في فئات من ابتكاره. ولجت هذه التطبيقات عالم الصحافة الإلكترونية مما يسمح بإعطاء المستخدم سلطة كان يتمتع بها الصحفي: سلطة تبويب الأخبار التي تحيل بدورها إلى سلطة إنتاج فئات ذهنية لإدراك الواقع. ويمثل موقع Mixx<sup>50</sup> أكثر التجارب أهمية في هذا المجال.

## في "القبض" على الجمهور:

توظف المؤسسات الإعلامية في مجال الإعلام الكلاسيكي منهجيات عديدة لدراسة الجمهور أضحت ذات فعالية فائقة بفضل التراكم التاريخي للتجربة في هذا المجال؛ وخاصة بالنسبة للتلفزيون. وتقوم مؤسسات، محايدة، بإنجاز دراسات الجمهور لفائدة المؤسسات الإعلامية ووكالات الإعلان والاتصال. وتستخدم هذه المؤسسة تكنولوجيات باهظة ومعقدة لقياس المشاهدة (لحظة بلحظة) إضافة إلى استخدامها المناهج الكمية والكيفية التي توفرها العلوم الاجتماعية. وتسمح هذه المعطيات المتنوعة الطبيعة والمصدر بمعرفة من يشاهد ماذا متى وكيف.

يمثل الإعلان بما أنه مصدر من مصادر تمويل الصحافة الإلكترونية، العامل الرئيس الذي يفسر ظهور وتنامي قطاع دراسات الجمهور وبروز مؤسسات عالمية كبرى متخصصة في المجال، بالإضافة إلى البرمجيات

المجانية التي توفر بدورها معطيات حول استخدام الموقع تسمح لكل من ينشر مضمونا ما<sup>51</sup> (بما في ذلك المدونات الشخصية)<sup>52</sup>. لكن هل يفضي الكم الهائل من المعطيات التقنية (عدد زوار الموقع، عدد الصفحات المعروضة، الصفحات الأكثر زيارة، البرمجيات المستخدمة لزيارة الموقع، الزمن الذي يقضيه المستخدم في الموقع، التوزيع الجغرافي للمستخدمين...) التي توفرها آليات دراسة الجمهور إلى معرفة دقيقة وكيفية بتجربة الاستخدام؟. تمثل آليات دراسة الجمهور التي ابتكرها المهنيون "لاصطياد المستخدم"، على حسب تعبير جوزيان جواي، والمهنية العالية التي تتسم بها أدوات يتم بفضلها ترجمة استخدامات الجمهور إلى معطيات كمية وشكلية لبناء العادلة التسويقية الإعلانية بهدف رسم ملامح كبرى للمستخدمين كأهداف تسويقية. وبالمقابل "يحافظ المستخدم كذات على غموضه الكامل وإن كانت البرمجيات تتعقبه حيثما يذهب"<sup>53</sup>.

## في الوظيفة السياسية للصحافة الإلكترونية:

### الإنترنت وإعادة تشكيل الفضاء العمومي:

يندرج التفكير في علاقة الإنترنت بالفضاء العمومي من المنظور السياسي في سياق أزمة الاتصال السياسي في المجتمعات الديمقراطية. إن هذه الأزمة عند يورغان هابرماس هي بالأساس أزمة أنظمة التواصل الضرورية للديمقراطية. ويرى يورغان هابرماس أن "العقلانية التواصلية" المؤسسة للتواصل العمومي في المجتمعات الديمقراطية استبدلت بعقلانية استراتيجية ترمي إلى التأثير والإخضاع بديلا عن إشهار الأفكار والنقاش العقلاني كوسيلة لابتكار القوانين العامة. فوسائل الإعلام الجماهيرية التي تنظم وتهيمن على الفضاء العمومي تحولت إلى حلبة Arena خاضعة للسلطة، حيث لا يهدف الصراع فيها، من خلال موضوعات ومساهمات محدودة، إلى التأثير فحسب ولكن خاصة إلى الهيمنة على سيول الاتصال". هكذا نشأت "السلطة الإعلامية" كصنف جديد من التأثير والتي عندما تستعمل بشكل تأمري تغتال براءة الإشهار"<sup>54</sup>. وعلى هذا النحو فقد الجمهور القدرة على إبداء الرأي والنقاش وخضع الاتصال إلى سلطة فوقية تعمل على إبحار (افتنان) الجمهور مستخدمة تقنيات التسويق لإنتاج الولاء.

ويحتفي خطاب سائد بالإنترنت كعلاج ممكن لعلل الفضاء العمومي وخاصة استئثار السلطة بالاتصال وتحويله عن وظيفته الأصلية في الديمقراطية بما أنها نظام مجتمعي يقوم على إدارة الجماعة لذاتها عبر التشاور (debate and discussion). يمثل الإنترنت بديلا لوسائل الإعلام التقليدية، فهو المجال الذي يساعد على ظهور الديمقراطية الإلكترونية ونموذج تواصل جمعي (many to many) وغير نخبوي ومنفتح وغير

مركزي. كما أن الأشكال التواصلية الجديدة والمدونات على وجه الخصوص تمثل حلبة جديدة تشكل بدورها مجالا رحبا للنقاش السياسي<sup>55</sup> كحل لأحد أمراض الديمقراطية: اللامبالاة السياسية ( political disenchantment). إن الإنترنت من هذا المنظور تعيد إحياء مبادئ الديمقراطية من خلال توسيع مجال المواطنة كفعل مشاركة وتأثير على صناعة القرار، بل هي أيضا آلية من آليات إرساء الديمقراطية التشاركية (deliberative democracy/ démocratie délibérative). هكذا تحي المدونات على سبيل المثال النموذج المؤسس للفضاء العمومي حينما كان الأفراد (البورجوايون عند هابرماس) يناقشون بحرية وعقلانية القضايا الفكرية والسياسية الجماعية. وعلى هذا النحو ولأن الإنترنت يساهم في توسيع المشاركة ودمقرطة فرص الكلام في الفضاء العمومي، فإنها تؤثر بشكل عميق في الأنظمة التي تحكم الظهور الإعلامي والنقاش العام وطبيعة الفاعلين فيه وفي طبيعة القضايا المطروحة. كما يمكن للإنترنت أن يمثل وسيلة لعلاج الفضاء العمومي من طابع المحافظة والتميط الذي يتهدده حسب تعبير دومينيك فولتون بسبب تراجع الاختلاف في الأفكار والآراء في الإعلام الكلاسيكي<sup>56</sup>. هكذا تترى الآليات التعبيرية والتواصلية الجديدة الفضاء العمومي لأنها تزيد في تنوعه.

وعلى هذا النحو تقلص احتكار النخب الإعلامية والثقافية لوسائل الإعلام الكلاسيكية (أو ما أصبح يعبر عنها بـ mainstream media) وللنقاش العام. ينجر عن التراجع التدريجي لاحتكار النخب للحلبة الإعلامية تغير في مستوى وظائف الإعلام الذي يفقد أيضا القدرة على تحديد الأولويات السياسية والفكرية للجمهور (agenda settings). يقول فرنسيس بيزاني في هذا الاتجاه "ارتبط تأثير المفكرات الإلكترونية جزئيا بتأثيرها على الصحفيين. وهي أرغمت وسائل الإعلام على الاهتمام بمسائل لم تلتفت إليها"<sup>57</sup>. ومن جهة أخرى يصبح الصحفي، بما أنه حارس للبوابة (gatekeeper) عاجزا عن انتقاء المتكلمين والآراء الصالحة للظهور. وأخيرا، تقلص الفوارق المعرفية بين النخب والجمهور بفضل الوفرة المعلوماتية وإمكانية وصول الجمهور إلى المصادر كإمتياز خاص كان يتمتع به الصحفيون<sup>58</sup>.

### الإنترنت وتشظي الفضاء العمومي:

تقتضى المواجهات الفكرية والسياسية التي يحتضنها الفضاء العمومي أطرا مكانية وزمنية مخصوصة، إذ إنها تفقد معناها إذا لم تتحقق داخل هذا السياق الزماني- المكاني المشترك. ويقوم عندئذ الفضاء العمومي على مبدأ وحدة المكان والزمان "فالشرط الأساسي للنقاش الأصيل هو أن يقبل المواطنون بالجدل في موضوع واحد وفي الوقت ذاته"<sup>59</sup>. هكذا تمثل الانتخابات اللحظة المثلى للنقاش العام. كما أن النقاش العام يفترض لغة

مشتركة تقوم على "الاعتراف المتبادل بمختلف الشرعيات" <sup>60</sup>. وقد ساهمت وسائط الإعلام الكلاسيكية في تشكيل هذا السياق الزماني- المكاني المشترك كفضاء للنقاش العام. فالإعلام في المجتمعات الديمقراطية على عكس الفضاءات الاجتماعية (التي عادة ما تقوم على التجانس الثقافي والإيديولوجي) يتيح فرص التعرض للأفكار المتناقضة.

ويساهم الإنترنت في تفكيك هذا الإطار المكاني- الزماني الضروري للمواجهات الفكرية والسياسية، فإذا كان التلفزيون يقوم على مبدأ جمع المواطنين في مكان وزمان مشترك (النشرة الإخبارية الرئيسية مثلاً)، فإن الإنترنت يقوم على مبدأ تمايز المكان والزمان (تعدد المواضيع وتباين زمن التلقي وأطره). وتؤسس الشبكة حينئذ لزمانيه جديدة غير تزامنية (desynchronisé/ desynchronized) للنقاش العام. فيعمق الإنترنت إذن في تفكك النموذج الكلاسيكي للفضاء العمومي في المجتمعات الديمقراطية الذي أضحى يتشكل من فضاءات جزئية تشتغل وفق منطق جديد يتيح إشهار القضايا الاجتماعية والثقافية، إضافة إلى القضايا السياسية <sup>61</sup>. فالمدونات كأحد هذه الفضاءات الجزئية تمثل "حلبة يعيد فيها ملايين الناس صياغة هوياتهم، فهي حلبة لأنماط سياسية جديدة ولمعايير وأشكال من الفعل وعدم الفعل في طور الظهور" <sup>62</sup>.

## الصحافة الإلكترونية حلبة جديدة

تمثل وسائط الإعلام إحدى آليات بناء الفضاء العمومي، فهي تمثل مجالاً لعرض الأفكار السياسية والسياسية والاجتماعية وفضاء لتفاعل هذه الأفكار، أي للنقاش في القضايا المجتمعية. واستناداً إلى هذا المنطلق النظري تمثل الصحافة الإلكترونية آلية جديدة تسهم بدورها في بناء هذا الفضاء العمومي، لكن عبر أشكال جديدة. إن الخطاب الصحفي الإلكتروني هو في الوقت ذاته آلية لبناء المعنى لأنه يتمثل ويعرض الأحداث السياسية والاجتماعية وفق آليات مخصوصة كما أنه آلية لبناء الفضاء العمومي لأنه مجال تتفاعل داخله الآراء والأفكار. أضحى الوقع يشتغل وفق نموذج الحلبة تتلاقى فيه الأفكار وتتفاعل عبر عمليات النقد والدحض والمواجهة التي تميز المناظرات السياسية والثقافية. لذلك يفقد الخطاب الصحفي طابعه الأحادي من خلال إخضاعه للمساءلة عبر تعليقات القراء التي تمثل نوعاً من التقييم له أو إثرائه. كما أنه يفقد "علويته" التي كان يستمدّها من طابعه النخبوي (الصحفي كفاعل يتمتع بسلطة الكلام النادرة). ولم يعد الصحفي نجم الحلبة مما يساهم في الحد من سلطته. وتساهم الحلبة الافتراضية في توسيع دائرة النقاش بفضل غياب الإكراهات الكلاسيكية، أي ندرة الفضاء بالنسبة للصحيفة وندرة الزمن بالنسبة للتلفزيون، حتى أن النقاش (أي التواصل والتبادل) يكاد يتحول إلى وظيفة أساسية تضاهي وتنافس الوظيفة الأصلية للصحافة؛ أي: وظيفة الإخبار.

لكن هل تمثل الوفرة المعلوماتية التي يساهم المستخدمون في إنتاجها وتكثيف عملية التواصل وتنوع المصادر والمتكلمين إلى فضاء عمومي أكثر ديمقراطية؟ يشك العديد في هذه الإمكانية لأن الوفرة المعلوماتية والكثافة التواصلية قد تؤديان أيضا إلى فوضى تواصلية حيث الجميع يتحدث. ويمكن الحديث هنا عن مفارقة للإنترنت الذي أضحى عند بعضهم الساحة التي ستموت فيها الصحافة بعد خسارة مواجهاتها مع الأشكال التعبيرية والتواصلية الجديدة ستكون أيضا المجال الذي تبتكر فيها الصحافة من جديد. ويتخيل مايكل شودسن في كتابه "سلطة الصحافة" سيناريو لتطور تاريخي للصحافة تموت فيه الصحافة ثم تعود للحياة من جديد تتمثل مرحلته الأولى في اندثار الصحافة تحت وطأة الوفرة المعلوماتية وإمكانية وصول المواطن- الناشر للمعلومات مباشرة من الكمبيوتر. ولكن ما الذي سيحدث حين لن يصبح الصحفي ضروريا؟ عندها ستنشأ حسب مايكل شودسن عن هذه الوفرة المعلوماتية فوضى تدفع بالجمهور إلى المطالبة بسلطة ما تفرز المعلومات التي ستنهمر عليه. وسيتساءل المواطنون ما هي المعلومات الجيدة والأكثر أهمية ودلالة، كما أنهم سيطلبون المساعدة لتأويل الأخبار وتفسير الأحداث<sup>63</sup>. وعلى هذا النحو تبدو الحاجة إلى الصحافة أكيدة؛ لأنها المؤسسة الوحيدة القادرة على تنظيم الأخبار وتبويبها وتصنيفها وعرضها بشكل يمكن تلقيها. فالصحافة مؤسسة جماعية تبقى ضرورية في المجتمعات الديمقراطية.

## بعض النتائج الكبرى لخصوصية المقاربة النظرية والمنهجية للصحافة الإلكترونية

معرفيا: أبستمولوجيا مختلفة:

تسمح نظرة أولى على الدراسات المتوفرة باستنتاج تقاطعات منهجية ونظرية بديهية بين الموضوعات الكلاسيكية لعلوم الإعلام والاتصال وموضوع الصحافة الإلكتروني. فالصحافة الإلكترونية تعمل داخل بيئة تنظيمية (قانونية- تشريعية) كما أنها تتفاعل مع جمهور (التأثير/ التلقي). وتوظف آليات اقتصادية مركبة. وهي تنتج خطابا يمكن إخضاعه منهجيا ونظريا إلى التحليل. لكن وبالمقابل هل يؤدي الإقرار بتقاطع المشكلات النظرية للصحافة الإلكترونية مع الموضوعات الكلاسيكية لعلوم الإعلام والاتصال إلى القبول بالتوظيف الآلي للمقاربات النظرية والمنهجية التي يستخدمها الباحثون لدراسة الإعلام الكلاسيكي؟ ليست ثمة إجابة بسيطة عن هذا السؤال، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار ضعف مساءلة الصحافة الإلكترونية من منظور أبستمولوجي.

ومن جهة أخرى فإن التفكير في مقارنة منهجية جديدة للصحافة الإلكترونية لا يعني نفي المناهج الكمية على سبيل المثال واستبدالها بمنهج كيفية. فالمناهج الكمية تبقى صالحة لدراسة بعض أبعاد الصحافة الإلكترونية، إذ تستخدم هذه المناهج لقياس أكثر المواقع تصفحا كما تبين ذلك الاستطلاعات التي تنجزها مكاتب الدراسات المتخصصة<sup>64</sup>. وتمثل الصحافة الإلكتروني في هذا الاتجاه رهانا نظريا تستدعي الانفتاح على مشكلات نظرية جديدة وهي عندئذ تقتضي السؤال حول المناهج الممكنة للبحث النظري في خطاب صحفي جديد. وتطورت علوم الإعلام والاتصال تاريخيا من خلال مواجهتها لمشكلات جديدة. ومن هذا المنظور لا يجب أن يميلنا النقاش حول المنهج إلى ذلك النقاش العقيم حول تضاد المناهج واستبدال منهج بمنهج. إن النقاش حول خصوصيات الصحافة الإلكترونية كمنظومة تقنية وتحريرية واقتصادية فريدة وكنوع جديد من الخطاب الصحفي له وظيفة ثقافية وسياسية مختلفة وعلاقة مبتكرة "الجمهور" يعنى التفكير في أبستمولوجيا جديدة أي في منظومة أصيلة من المفاهيم والمناهج تعمل على مقارنة اختلاف ظاهرة الصحافة الإلكترونية. ولا يمثل التفكير في هذه الأبستمولوجيا الجديدة سوى مستوى من مستويات المقاربة النظرية والمنهجية البديلة التي تقتضيها دراسة تكنولوجيات المعلومات والاتصال بشكل عام. ويرى في هذا الاتجاه سارج برو وفيليب بروتون<sup>65</sup>.

إن استخدام التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال تفرض على الباحثين مواجهة عدد من المهمات البحثية لعل أهمها بناء إطار نظري يسمح بإدماج المشكلات النظرية الجديدة والعمل على تكاملها ومزاوجة (hybridation) مختلف المقاربات دون الوقوع في مطب التلقينية. ويسمح هذا الإطار النظري المتنوع بدراسة ما يسميه الباحثان البناء الاجتماعي للاستخدامات الذي يحيل إلى مستويات متعددة من التحليل تنطلق من التفاعلات بين المستخدم والمنظومة التقنية وتنتهي إلى السياق المجتمعي الذي يتضمنها: التفاعل بين المستخدم والمنظومة التقنية الذي يحيل إلى مسائل استخدام واجهات العرض والتفاعل مع الأبعاد الشكلية (ergonomy) للتكنولوجيا (المستوى الأول)؛ دراسة حالات التفاعل بين المستخدم والمبتكر التكنولوجي والتمثلات الذي ينظر من خلالها المبتكر للمستخدم (المستوى الثاني)؛ دراسة الاستخدام في سياقه، أي في ارتباطه بفضاء اجتماعي مخصوص (العائلة، المدرسة، والعمل، وبنسج العلاقات الاجتماعية التي يرتبط بها (الجيل، الجندر...))، إذ يؤثر الاستخدام في السياق وكما يتأثر به، وينتج عن هذا التفاعل أنماط حياة جديدة (المستوى الثالث)؛ وأخيرا الأبعاد الاجتماعية والأخلاقية للتكنولوجيا كنظام حامل لقيم ومحددات معيارية (norms) لأنها غير منفصلة عن التاريخ، ولأن الاستخدام لا يتعاطى مع التكنولوجيا كأشياء (المستوى الرابع). وتستدعي هذه الأنماط الحياتية الجديدة منهجية مركبة منفتحة على فهم الفاعل الاجتماعي لعالمه الجديد. كما تقوم على مناهج مركبة (كيفية وكمية...).

### ثقافيا: الصحافة الإلكترونية العربية: سياق الابتكار:

تمثل المقاربة الوصفية للصحافة الإلكترونية العربية من زاوية نماذجها التقنية والتحريرية والاقتصادية مستوى ضروريا يفضي عادة إلى اكتشاف عدم مواكبتها للتطور التكنولوجي. لكن المقاربة الوصفية قد لا تفضي إلى غير ذلك إذا نظرت للتكنولوجيا وتطبيقاتها كأفق وحيد يمنع عنا مسألة الصحافة الإلكترونية العربية في علاقتها بمسألتين مركبتين: إنتاج المعنى وإدارة الفضاء العمومي. كما أن ارتحان البحث في الصحافة الإلكترونية العربية بالأطر المنهجية والنظرية الكلاسيكية يفضي بدوره إلى إسقاط مشكلات الإعلام الكلاسيكية على صحافة جديدة تختلف في أشكالها التحريرية وتلقيها الاجتماعي وعلاقتها بالفضاء العمومي. إن ما يستحق البحث، بعد أن نكون قد أنجزنا دراسة تفاعل الصحافة الإلكترونية العربية مع التكنولوجيا وتطبيقاتها هو مسألة علاقتها بالمبتكرات الجديدة غير التقنية التي تميز الصحافة الإلكترونية، أي تلك الآليات الجديدة لبناء الخطاب الصحفي والعلاقة الجديدة مع الجمهور وأشكال المساهمة المستحدثة في بناء وإدارة الفضاء العمومي. وتمثل هذه المبتكرات الثلاث أدوات إجرائية يمكن من خلالها توصيف حالة الصحافة

الإلكترونية العربية في علاقتها بديناميكية التجدد أو إعادة إنتاج الإنترنت لنموذج إعلامي عتيق. وعلى هذا النحو لا يمكن عزل التكنولوجيا وتطبيقاتها عن سياق الممارسة الإعلامية التي تعطيها دلالتين.

إن استخدام تطبيقات التقنية لإثراء النص الأصلي بالصورة والفيديو والصوت وإدراج الوصلات نحو الوثائق الداخلية أو الخارجية، والإحالة على الملفات (المقالات) ذات الصلة واستحداث نظام من العلاقات المتشابكة بين المقال الإخباري ومقالات الرأي والتحليل بفضل تقنية النص المتشعب ليست حيلة إخراجية للترفيه عن المستخدم بل هي تفضي إلى كتابة جديدة وإلى تشكيل مبتكر للعلاقة في الواقع الذي يعالجه الخطاب الصحفي. ولأن لهذه التكنولوجيات ليست محايدة؛ فإن توظيفها كتقنية للكتابة تفضي حتما إلى تمثل جديد للعالم الاجتماعي.

ومن جهة أخرى تمثل آليات التفاعلية (دردشة، منتديات حوار، التعليق على المقال، تدوين) تطبيقات حاملة لتأثيرات عميقة على العلاقة بالجمهور. إنها ليست زخرفة تكنولوجية وإصباح للخطاب الصحفي بطابع الحدثة التكنولوجية كما أنها لا تهدف لاستقطاب الجمهور لغايات تسويقية فحسب. إن توظيف آليات التفاعلية لإشراك الجمهور يفضي إلى نظام جديد يعيد توزيع كفاءة الكلام في الفضاء العمومي وهي على هذا النحو تختزل علاقة المؤسسة الإعلامية بالجمهور ومن ثمة بالمجتمع. ولأن عمليات استبعاد الجمهور أو إشراكه تعكس استراتيجية الانفتاح على التنوع والتعددية أو استبقاء الخطاب الصحفي داخل النموذج الأحادي؛ فإن التفاعلية تمثل مؤشرا لتمثل المؤسسة الإعلامية لوظيفتها السياسية- المجتمعية في الفضاء العمومي. ولا تمثل عملية رصد التطبيقات التكنولوجيات حينئذ إنجازا معرفيا بحد ذاته يفضي إلى مكاسب نظرية مهمة تساعدنا على فهم الممارسة الصحفية في علاقتها بالمجتمع والثقافة.

ليست الصحافة الإلكترونية مبتكرا (innovation) تكنولوجيا، كما أنها ليست صحافة قديمة ذات حوامل تقنية جديدة.

إن الصحافة الإلكترونية ليست صحافة مضافا إليها التكنولوجيا، بل هي نظام مركب وديناميكي تتفاعل داخله مبتكرات تكنولوجية هجينة المصدر (تطبيقات) ومبتكرات رمزية (أشكال مستحدثة من الكتابة)، وثقافية (آليات جديدة لبناء الفضاء العمومي). وبهذا المعنى فهي غير منفصلة عن السياق العام المؤسساتي والثقافي والمجتمعي الذي تشكل داخله والذي يتيح أو يعطل الابتكار والتجديد. إن مقارنة الصحافة الإلكترونية العربية من هذا المطلق تفضي بنا إلى تأمل السياق العام والمتعدد (تكنولوجيا ومؤسساتيا وثقافيا



وسياسيا) الذي يصبح فيه التجديد ممكنا. أو بتعبير آخر إن البحث في الحمافة الإلكترونية العربية هو بحث في الشروط الثقافية والمؤسسية التي يصبح فيها تجديد الممارسة الإعلامية ممكنا أو غير ممكن. وترهن المقاربة "التقنية" توصيف الصحافة الإلكترونية بالمتغيرات التكنولوجية. وهي على هذا النحو تعظم دور التكنولوجيا على حساب مسألة تغير البناء الداخلي للصحيفة وتغير وظائفها الثقافية. إن تجديد الإنترنت للصحافة ليس تكنولوجيا فحسب (إضافة حامل جديد لحوامل قديمة)، بل إنه تجديد لبنية الخطاب الصحفي ولوظيفة الصحيفة في المجال العام. إن ما يتشكل حاليا ليس مجرد صحافة جديدة بل صحافة مختلفة. لا يمكن القبض على هذا "المختلف" في الصحافة الإلكترونية إلا بالتعالي بها من مستوياتها الشكلية- التقنية إلى مستويات رمزية وثقافية وسياسية. ومن هذا المنطلق فالصحافة الإلكترونية ليست معطى تكنولوجيا ولد مكتملا بل هي ابتكار تقني- اجتماعي- ثقافي يتجدد في سياق معقد وفق ديناميات لا حصر لها. وبهذا المعنى ليست الصحافة الإلكترونية منتجا جاهزا يمكن نقله من سياق ثقافي ومجتمعي إلى سياق آخر، أي أنها لا تخضع لمبدأ النقل (transfert technologique/ Technology transfer) ولعملية الاستلام والتركيب تماما كما يمكن أن نستورد تكنولوجيات الحكومة الإلكترونية دون أن نستورد بالضرورة الإدارة الحديثة.

### إعلاميا: تكنولوجيات جديدة نماذج عتيقة:

بجدد بنا التساؤل هنا: هل حقا يمكن تفسير "تلكؤ" الصحافة الإلكترونية العربية عن مسايرة التطورات الراهنة في المجال الإعلامي وتلكؤ المؤسسات الإعلامية العربية في مجال تطوير إعلام جديد بالاستناد إلى مقولة استمرارية "ذهنية النشر الورقي" أم أن ذهنية أخرى (رؤية ما للإعلام ولوظائفه الثقافية والسياسية وللجمهور) هي التي تفسر تلكؤ؟ ألا يمكن أن يكون هذا تلكؤ استراتيجي "معقلنة" تحمي الإعلام من إمكانات التنوع والتعدد والانفتاح التي تتيحها الإنترنت ووسيلة لاحتكار الفضاء العمومي؟ ألا تمثل التطبيقات التكنولوجية ذات العلاقة بالتفاعلية تهديدا صريحا لاحتكار قنوات الاتصال الفضاء العمومي؟ إن هذه الأسئلة تمثل الرهان النظري الرئيس بالنسبة إلى الباحث العربي. وتحيلنا عندئذ مسألة الصحافة الإلكترونية العربية إلى البحث في ديناميكية إعادة تشكيل الإنترنت للإعلام في المجتمعات العربية أو إعادة إنتاجه للإعلام الكلاسيكي. وإن ضهور التفاعلية أو توظيفها يعكس نظام العلاقات التي تحكم المؤسسة الإعلامية بالمجتمع وبرؤيتها إلى وظيفتها. إن إدماج آليات التفاعلية بكل أصنافها يحيل إلى خطاب صحفي يبجل فيم الحوار والاختلاف والتعدد وإلى وظيفة جديدة للموقع كحلبة (arena). أما استبعادها فيعني المحافظة على نموذج للإعلام: نخبوي وأحادي.

وأخيراً، فإن الاستناد إلى إشكالية تبحث في الصحافة الإلكترونية العربية من خلال تجديد الإنترنت للإعلام أو إعادة إنتاجه لنموذج عتيق للإعلام (استبعاد آليات التجديد في الكتابة والعلاقة مع الجمهور وإدارة النقاش العام) يميلنا إلى السياق المتعدد الذي تتحرك داخله الصحافة الإلكترونية. وعلى هذا النحو فإن استراتيجيات توظيف الإنترنت في الصحافة الإلكترونية العربية تستبطن نماذج للممارسة الإعلامية. وتتمثل مهمة الباحث الأكيدة - حسب اعتقادنا - في الكشف عن هذه النماذج المستبطنة والقبض على تجلياتها العملية. إن استراتيجيات تجديد الإعلام في (مستوى الكتابة والوظيفة) أو إعادة إنتاج المضمون الكلاسيكي تعكس نماذج من الصحافة تتجاوز وتتفاعل في المجال الإعلامي العربي. إن هذه النماذج تحدد أشكال التعاطي مع مختلف تطبيقات الإنترنت التحريرية وهي التي تفسر الابتكار أو استبعاده.

## المراجع:

### المراجع باللغة العربية:

- حسن مظفر الرزوز: "صحافة الإنترنت في الوطن العربي معالجة معلوماتية اقتصادية". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات (الشارقة: جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
- عباس صادق مصطفى: "التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات (جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
- عباس صادق مصطفى: "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، (عمان: دار الشروق، 2008).
- عبد الأمير الفيصل: "الصحافة الإلكترونية ... مقارنة أولية". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات (جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
- علي أجقو: "الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والآفاق". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات (الشارقة، جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).

- على عبد الرحمن عواض: "متابعة الأخبار بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية على عينة من طلبة كلية الاتصال في جامعة الشارقة". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات (الشارقة: جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
- فرنسيس بيزاني، "جنون المفكرات الإلكترونية (ويب لوغز) على شبكة الانترنت". لوموند ديبلوماتيك، (أوت ٢٠٠٣)، متاح على [www.mondiploar.com/article.php3?id\\_article=1692](http://www.mondiploar.com/article.php3?id_article=1692)
- محمد الأمين موسى، "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات"، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
- نصر الدين لعياضي، "الصحافة الإلكترونية أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي "الواقع والتحديات"، (الشارقة: كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الشارقة).

## المراجع الأجنبية

- Bernard Berelson. Content analysis in communication research, (Illinois: Free press. 1952).
- Bernard Miège, L informalion-communication objet de connaissance. (Paris : De Boeck. 2004).
- Colette. Brin. Jean-Michel Charron and Jean De Bonville. Nature et transformations du journalisme théories et recherche empiriques. (Laval : les presses de l'université de Laval. 2004)
- Dan Gillmor. We The media. Grassroots Journalism by the People for the for the People. (New York : People O'Neilm. 2004).
- D«>minique Cardon. La trajectoire des innovations ascendantes inventivité, coproduction et collectifs sur Internet: Retrieved veptember 3, 2009 from [Jcan-Francois Fogel. Bruno Patino. Une presse sans Gutenberg. \(Paris : Grasset. 2005\).

Jean-Louis Missika. La fin de la télévision. \(Paris Seuil. 2006\).](http://hal.archivcs-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04/PDF/Cardon JUR2006pdt IX*ininique Wolton. Penser la communication. (Paris : Flammarion, 199/).</a></p>
<p>Eric Von Hippel. Democratising innovation, (Massachusetts : MIT Press, 2005).</p>
<p>Jean De Rosnay. La révolte du ProNélatariat. Des mass média aux média des masses, (Paris : Fayard. 2006).</p>
<p>Jean Gustave Padiolcau. )

- John Venin Pavlik. journalism and new media. (New York : Columbia University Press 2001).
- Jooes Steve. Fncyclopedia of new media. (New York : Sage Publications. 2003). Joziane Jouet. *Ila pèche aux internautes* ". HERMES 37. (2003) 203-21.
- JUrgen Habermas. L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise. (Paris : Payot. 1992).
- Lister Martin, Dovey Jon. Giddings Seth. Grant Iain and Kelly Kieran. New Media: A Crilical Introduction, (London Routledge. 2003).
- Marc Lits, "Espace public et opinion : de la presse écrite à Internet. Sciences Humaines lj9. (july 2002) Retrieved August 2. 2009. from: [www.scienceshumaines.com/-0aespace-public-et-opinion—de-la-presse-ecritc-a-internet-0a\\_fr\\_2450.html](http://www.scienceshumaines.com/-0aespace-public-et-opinion—de-la-presse-ecritc-a-internet-0a_fr_2450.html)
- Marc Lits. "La médiatisation du politique ou le passage d'un espace public délibératif à un espace public symbolique narratif, (paper presented at « Idéologie et stratégie» argumentatives dans les récits imprimés de grande consommation. XfXeme - XXIème siècles Rencontres internationales 2006). Retrieved september 9, 2009 From Limoges h t tp://etc .dal .ca/be I phregor/L i moge s2006/.
- Mickael keren, Blogospltere. The New Political Arcna, (Plymouth : Lexington : Books, 2006).
- Mickael Schudson, Le pouvoir des médias. (Pans : Nouveaux Horizons. 1999). Mike Ward. journalism on line. (Oxford : Focal press. 2002)
- Robert Hilliard. Wnting for Télévision. Radio, and New Media. (Belmont : Wadsworth-Thomson learning. 2000).
- Roland Barthes. "La théorie du texte". Encyclopédie Universalis, Vol 15 p. 1015. 1973.
- Serge Proulx and Philippe Breton. Lcxplosion de la communication. (Paris : la Découverte. 2006).
- Tim Wulfemeyer. Online Ncwsriting. (New York : WileyBlackwell. 2007).

## الهوامش

1. نورد كلما أمكن ذلك الترجمتين الإنكليزية والفرنسية لبعض المصطلحات نظرا لاستخدام الباحثين اللغة الفرنسية في بعض أقطار العالم العربي (وخاصة في المغرب العربي).
2. انظر على سبيل المثال فضاء "مراقبون. عيونكم حول العالم" الذي يسمح لجمهور موقع فرانس ٢٤ من مراسلة الموقع من خلال التقارير الصحفية بالصورة والصوت والفيديو [.http://observcrs.francez4.com/ar](http://observcrs.francez4.com/ar)

3. يمثل تقييم الواقع الإعلامية نوعاً من التقنيات المعتمدة في الدراسات التسويقية المقارنة (benchmarking). تستند عملية التقييم إلى المعايير التكنولوجية والتحريرية والاقتصادية في المواقع الرائدة التي تمثل ما يمكن أن نسميها الممارسات الجيدة **best Practices**. يمكن استخدام هذه الطريقة لإنشاء موقع جديد مثلاً حتى يكون مطابقاً للمعايير المعتمدة (خاصة وأن مستخدمي الوب يزورون مواقع عديدة ويقارنون بينها) أو لتطوير موقع ما من خلال تطبيقات تقنية وتحريرية واقتصادية جديدة خاصة لمسايرة المنافسة (المواقع الإعلامية الأخرى) وتطور الشبكة.
4. علي أجقو، "الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والآفاق" وحسن مظفر الرنو، "صحافة الإنترنت في الوطن العربي معالجة معلوماتية اقتصادية وعباس صادق مصطفى، "التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت" وعبد الأمير الفيصل، "الصحافة الإلكترونية... مقارنة أولية"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبعث العلمي، 2006).
5. عبد الأمير الفيصل، "الصحافة الإلكترونية... مقارنة أولية". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
6. محمد الأمين موسى، "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث، العلمي، 2006).
7. خالد الحلبي. "محركات البحث بمواقع الصحف الخليجية اليومية على الإنترنت دراسة تقييمية"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).
8. عباس صادق مصطفى، "التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006)، ص 188.
9. عباس صادق مصطفى، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (عمان: دار الشروق، 2008)، ص. 158.

10. السيد احمد مصطفى، "التعرض للصحافتين المطبوعة والإلكترونية: بحث ميداني على عينة من الأساتذة العرب في جامعة الشارقة"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).

11. نشأت الأقطش، "أثر الإعلان في صحافة الإنترنت على سلوك المستهلكين الفلسطينيين الشبان"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).

12. نصر الدين لعياضي، "الصحافة الإلكترونية أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة". وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي "الواقع والتحديات"، (الشارقة: جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2006).

13. Dan Gillmor, We The media. Grassroots journalism by the People for the People. (New York: People O'Neihn, 2004).

14. Joel De Rosnay: La révolte du Pronétariat. Des mass média aux média des masses. (paris: Fayard. 2006).

15. انظر مثال الجزيرة موبايل [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)

16. الويكي صنف من المواقع يشارك في إنتاج مضامينه المستخدمون الذين يشكلون بالتالي جماعة متعاونة تنتج معرفة جماعية. وتمثل موسوعة Wikipedia النموذج الأمثل لهذا الصنف من المواقع [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org).

17. وبالمقابل فإن المضامين الشخصية تشتغل في بعض الحالات وفق نموذج اقتصادي ربحي إذ تحولت بعض المدونات الشخصية إلى مواقع ذات جماهيرية كبيرة تستقطب الإعلانات.

18. Ward Mike, journalism on line (Oxford: Focal press. 2002), 18.

19. Jones Steve, Encyclopedia of new media (New York: Sage Publications. 2003). 355.

20. John Veron Pavlik, journalism and new media (New York: Columbia University Press, 2001).

21. Lister Martin, Dovey Jon, Giddings Seth, Grant fain and Kelly Kieran, New Media: A Critical Introduction (London: Routledge, 2003).

22. Martin, Jon, Seth, Iain and Kieran, New Media: A Critical Introduction, 10.
23. Martin, Jon, Seth, Iain and Kieran, New Media: A Critical Introduction, 11.
24. Martin, Jon, Seth, Iain and Kieran, New Media: A Critical Introduction, 12.
25. Tim Wulfemeyer, Online News writing, (New York: WileyBlackwell, 2007), VII

26. الفصل 27 من قانون الإبداع والإنترنت. انظر OI n° 2009- 669 du 12 Juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la creation sur Internet  
على الرابط التالي:

[www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020735432#LEGIARTI000020736881](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020735432#LEGIARTI000020736881)

27. كالتخفيض من الضريبة على القيمة المضافة Taxe sur la valeur ajoutée أو Value added tax من 19.1% إلى 2.1%.

28. انظر القانون الأساس للرابطة المغربية للصحافة الإلكترونية على الرابط التالي [www.ampe-maroc.com/site/droit](http://www.ampe-maroc.com/site/droit)

29. انظر البيان الصحفي الخاص بإدماج الصحافة الإلكترونية في جائزة بوليتزار Pulitzer Prizes Broadened to Include Online-Only Publications Primarily Devoted to Original News Reporting على الرابط التالي [.http://www.pulitzer.org/new\\_eligibility\\_rules](http://www.pulitzer.org/new_eligibility_rules)

30. انظر تصريح يونس مجاهد الكاتب العام للنقابة الوطنية للصحافة المغربية في الاجتماع التأسيسي للرابطة المغربية للصحافة الإلكترونية على الرابط التالي [www.aljazeera.net/NR/exeros/806806B0-CF2E-4D9D-92C2-6397FC1001A8.htm](http://www.aljazeera.net/NR/exeros/806806B0-CF2E-4D9D-92C2-6397FC1001A8.htm)

31. Jean-Francois Fogel, Bruno Patino, Une presse sans Gutenberg. (Paris: Grasset, 2005), 89.

## 32. Fogel and Patino, Une presse sans Gutenberg, 91.

33. أدرج المهرجان الفرنسي للتصوير الفوتوغرافي الصحفي "visa pour l'image" جائزة خاصة بالفيلم الوثائقي الخاص بالوب بالتعاون مع قناة فرنسا ٢٤ انظر التعريف بالجائزة على الروابط التالية:

[www.visapourliniage.com/trance\\_prix.do](http://www.visapourliniage.com/trance_prix.do)

وأدرجت جائزة الجمعية الأمريكية Online News Association صنفا جديدا لجائزتها السنوية يتعلق بالعرض المتعدد الوسائط ويتعلق بالقصة الإخبارية المخصصة للشبكة والتي تستخدم الوسائط المتعددة منها الرسوم التفاعلية وتقنية الصورة الفوتوغرافية والصوت والفيديو مع احترام معايير الجودة الصحفية والإخراج المرئي وإدماج الوسائط المختلفة في وثيقة إخبارية واحدة.

انظر التعريف بالجائزة على الرابط التالي

<http://journalists.org/?page=2009categories>

ومن الإنتاجات المرشحة لنيل هذه الجائزة:

- The Boston Globe/Boston.com, Ted Kennedy.
- <http://www.boston.com/news.specials/kennedy/>
- Los Angeles Times, Mexico Under Siege: The Drug War at Our Doorstep.
- <http://projects.latimes.com/mexico-drug-war/#/its-a-war>.
- Washington Post Digital, Sacred Ground: The Building of the Pentagon Memorial [www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/interactives/pentagonniemorial/index.html](http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/interactives/pentagonniemorial/index.html).

34. نصر الدين لعياضي، "الصحافة الإلكترونية أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي "الواقع والتحديات". (الشارقة: كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الشارقة.)، ص 290.

35. لعياضي، مرجع سابق، ص 295.

## 36. Bernard Berelson, Content analysis in communication research (Illinois: Free press, 1952), 18.

37. لعياضي، مرجع سابق، ص 296.



38. Fogel and Patino, Une presse sans Gutenberg.

39. لعياضى، مرجع سابق، ص 297.

40. Roland Barthes, La théorie du texte. Encyclopédie Universalis, Vol 15 p. 1015. 1973 p. 1015.

41. Charron & Bonville, 2004, Colette. Brin, Jean-Michel Charron et Jean De Bonville, Nature et transformations du journalisme théories et recherche enipiriques, (Laval: les presses de l'université de Laval, 2004), 197.

42. Robert Milliard, Writing for Television, Radio, and New Media, (Belmont: Wadsworth- Thomson learning, 2000), 417.

43. Marc Lits, La mediatization du politique ou le passage d'un espace public délibératif à un espace public symbolique narratif in (Idéologie et stratégies argumentatives dans les récits imprimés de grande consommation. XIXème- XXIème siècles Rencontres internationales 2006, Retrieved September 9, 2009 From Limoges <http://etc.dal.ca/belphegor/Limoges2006>.

44. Fogel, Patino, Une presse sans Gutenberg, 226.

45. Dominique Cardon, La trajectoire des innovations ascendants: inventivité, coproduction et collectives sur Internet: Retrieved September 3, 2009 from [http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04/PDF/Cardon\\_IUR2006.pdf](http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04/PDF/Cardon_IUR2006.pdf).

46. Eric Von Hippel, Democratising innovation, (Massachusetts: MIT Press, 2005).

47. Jean Gustave Padioleau, Les médias face à la destruction créatrice. le débat. 139, 2006, mars –avril. P. 109.

48. انظر على سبيل المثال تجربة مؤسسة رويترز في الفضاء الافتراضي الحياة الثانية second life وهو

صنف جديد من الفضاءات الافتراضية يقوم على لعبة المحاكاة. وتمثل الخدمة الجديدة التي تقدمها

رويتز في تأمين خدمات إخبارية (بما في ذلك الفيديو) عن العالم الواقعي وبثها في فضاء "الحياة الثانية"

وتغطية أحداث "الحياة الثانية" لمستخدمي الشبكة من خلال موقع

- Secondlife.reuters.com. وقامت روتز بتكليف صحفي بتغطية الأحداث الافتراضية في هذا الفضاء ثم قامت بإغلاقه في نوفمبر 2008. انظر Daniel Terdiman : Reuters' 'Second Life' reporter talks shop, *CNET News*, October 26. [http://news.cnet.com/Reuters-Second-Life-reporter-talks-shop/2008-1043\\_3-6129335.html](http://news.cnet.com/Reuters-Second-Life-reporter-talks-shop/2008-1043_3-6129335.html)
49. Greg Sandoval NBC. strikes deal with YouTube, *CNET News*, June 27. [http://newsxnet.com/NBC-strikes-deal-with-YouTube/2100-1025\\_3-6088617.html](http://newsxnet.com/NBC-strikes-deal-with-YouTube/2100-1025_3-6088617.html).
50. [www.mixx.com/popular](http://www.mixx.com/popular).
51. انظر توصيات هيئة الإعلان الإلكتروني في مجال قياس الجمهور The Interactive Advertising Bureau (IAB) على الرابط التالي [www.iab.net/iab\\_products\\_and\\_industry\\_services/508676/guid/udiencecasurment.elines](http://www.iab.net/iab_products_and_industry_services/508676/guid/udiencecasurment.elines)
52. انظر على سبيل المثال خدمة Google analytics على الرابط التالي [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics) وخدمة Alexa على الرابط التالي [www.alexa.com](http://www.alexa.com)
53. Joziane jouët, "La pêche aux internautes", *HERMES* 37, (2003) 210.
54. Jürgen Habermas, *L'espace public. Archéologie de la public comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, (Paris: Payot, 1992), p XVI.
55. Mickael keren, *Blogosphere : The New Political Arena*, (Plymouth . Lexington : Books, 2006), 17.
56. Dominique Wolton, *Penser la communication*, (Paris: Flammarion, 1997), 168.
57. فرنسيس بيزاني، "جنون المفكرات الإلكترونية (ويب لوغز) على شبكة الإنترنت". لوموند ديبلوماتيك، (أوت 2003)، متاح على [www.niondiploar.com/article.php3Pid\\_article=-1692](http://www.niondiploar.com/article.php3Pid_article=-1692)

58. Marc Lits, Espace public et opinion: de la presse ecrite à Internet Sciences Humaines, 129, (july 2002) Retrieved August 2, 2009, from: [www.scienceshumaines.com/-Oaespace-public-et-opinion--de-la-presse-ecrite-a-internet-0a\\_fr\\_2450.html](http://www.scienceshumaines.com/-Oaespace-public-et-opinion--de-la-presse-ecrite-a-internet-0a_fr_2450.html).
59. Jean-Louis Missika, La fin de la télévision, (Paris Seuil, 2006), 94.
60. Wolton, Penser la communication, 397.
61. Bernard Miège, L'information-commumcation objet de connaissance, (Paris: De Boeck. 2004), 147.
62. Keren, Blogosphere. The New Political Arena, 10.
63. Mickael Schudson, Le pouvoir des médias, (Paris: Nouveaux Horizons, 1999), 1.

64. انظر على سبيل المثال منهجيات قياس جمهور مواقع الإنترنت (Web audiences) التي

تستخدمها مؤسسة Nielsen على الرابط التالي [http://en-](http://en-us.nielsen.com/tab/product_families/nielsen_netratings)

و [us.nielsen.com/tab/product\\_families/nielsen\\_netratings](http://en-us.nielsen.com/tab/product_families/nielsen_netratings)

Mediametrie في فرنسا [.http://www.iiemediametrie.fr/intemet](http://www.iiemediametrie.fr/intemet)

65. Serge Proutx, & Philippe Breton, L'explosion de la communication, (Paris: la Découverte, 2006), p. 272.

# **The Renovation of the Media Discussing the Identity of the Electronic Journalism**

**Dr. Hammami fadok**

**Communication, University of Assistant Professor.**

**College of Sharjah, UAE**

## **The Renovation of the Media Discussing the Identity of the Electronic Journalism**

### **Abstract**

The current study investigates the nature of the electronic journalism and the distinctive levels that differentiate it from the traditional journalism. To this effect, the study focuses on the following:

Describing the electronic journalism in the context of the new electronic writings styles (the blogging style for example). This description requires isolating the journalistic discourse from the communicative and advertising discourse.

Understanding the electronic discourse and its mechanisms and exploring its distinguished character compared with the traditional journalism.

Reexamining the audience concept within the new relationships of the audience-electronic discourse, and discussing the validity of the use of the reception concept in the light of this new relationship

Understanding the specialty of the electronic journalism, its unique discourse, its new relationships with the audience and its new tasks on inducing the public sphere

Examining the new hypothesis of the renovation of the electronic journalism

After discussing the specialty of the electronic journalism, its distinguished communicative formats, its discourse, its relationships with the audience/ users, and its functions to inducing the public sphere, the study concluded that:

Electronic journalism needs new epistemological and methodological tools to explore the growing nature of the electronic journalism.. It is capable of renovating the journalism writing style, based on its narrative and intertextuality style . It is also capable of reformatting the journalism - audience relations due to its interactive and participatory features.

Electronic journalism is a genre that has new modalities and techniques. The electronic journalism is a dynamic and complex system, which comprises several technological innovations, and symbolic innovations (new writings tools) and cultural innovations (new mechanisms for constructing the public sphere. The electronic journalism is not separated from the institutionalized public, cultural and societal context, which is capable of, incite or hinder the innovations and inventions, This perspective leads to exploring the diversified and general cor (the technological, the cultural and the political context) and provides the base for renovating the journalism.

There is a need for figuring out the new strategies of Arab electronic journalism. The main mission should focus on exploring its models and its practical significance The study proposed that there is rational strategy behind the stow adoption of the electronic journalism innovations in the Arab world, which is to protect Arab media from the potentials of diversity, pluralism and openness of the internet and as tool of monopolizing the public sphere.