

صحافة المحمول- واقع، تجارب وتحديات تكنولوجية

Mobile journalism - reality, experiences and technological challenges

د/ أمال فضلون<sup>١</sup>

١ جامعة العربي بن مهيدي- ام البواقي - الجزائر

© 2019 / 01 / 02 / 137-154 / ISSN: 2682-2873 / The Online ISSN : 2682-4256

مستخلص البحث:

تعد صحافة المحمول ظاهرة حديثة نسبيا في الوطن العربي، بالرغم من تسجيلها لمعدلات انتشار سريعة وملحوظة على المستوى العالمي، لكن تظل كل من انعكاساتها، آثارها مجهولة على كل من الاعلاميين المحترفين ومستهلكيها وعلى مهنة الصحافة بحد ذاتها، اخلاقياتها، اساليب ممارستها في الوطن العربي، نظرا لندرة البحوث والدراسات التي تناولت صحافة المحمول رغم أهميتها في المنطقة، حيث لا تزال المعلومات شحيحة جدا إن لم نقل نادرة فيما يتعلق بالموضوع، خاصة بالنسبة لبعض التجارب الإعلامية الرائدة في ممارسة صحافة المحمول في المنطقة، حيث تظل هذه الأخيرة مجهولة ومبعثرة وعليه نحاول من خلال هذه الورقة البحثية إلقاء الضوء على واقع صحافة المحمول في الوطن العربي واستعراض أهم التجارب العربية في صحافة المحمول، وطرح أهم التحديات والرهانات التكنولوجية التي تواجه تقدم وانتشار هذه الصحافة

الكلمات المفتاحية: صحافة المحمول؛ الواقع؛ التجارب؛ رهانات تكنولوجية

**Abstract:**

mobile journalism is relatively a new phenomenon in the Arab world, although its fast and significant numbers all over the world, still its reflection and impacts are narrow, either on professional journalism or on its public and the journalism work in particular, in addition to ethics, ways of practice, however its importance in the region, information are not abundant and even quite inexistent, foremost when it comes to some leading experiences in mobile journalism, therefore this paper attempts to shed light on mobile journalism reality in the Arab world, exposing the most relevant experiences, and tackling the crucial technological challenges that get in the way of its development and proliferation.

**Keywords:** mobile journalism ; reality ; experiences ; technological challenges

**مقدمة**

تسمح الهواتف المحمولة اليوم بتغطية الأخبار وبثها على نطاق واسع من أي مكان و في أي وقت، دون الاعتماد على الحواسيب و معدات التصوير و التسجيل والبث الكبيرة الحجم و الباهظة التكاليف، اذ يكتفي صحفي اليوم بجهاز صغير يعوض استديوهات الأخبار ويسمح له بالوصول الى الجماهير في وقت قياسي إن لم نقل بشكل آني و مباشر. كانت انطلاقة "Mojos" أو صحافة المحمول في بداياتها الأولى مع العديد من الصحفيين عبر العالم، لتنتقل بعد ذلك حتى الى عامة الناس بفضل تطبيقات "Mojo Apps"، ومع منتصف (٢٠١٠) قفزت هذه الصحافة الى المقدمة في المجال الاعلامي.

تاريخيا لطالما كان الصحفي سباقا في تبني التكنولوجيات الحديثة في جمع الأخبار و بثها خاصة إذا كانت الوسيلة سهلة الاستخدام و فعالة، فمن تلغراف منتصف القرن التاسع عشر (١٨٥٠) الذي اعتبره مؤرخو وسائل الاعلام أول أشكال تكنولوجيا العمل الصحفي التي سرعت من عملية تغطية الاخبار ونقلها عبر العالم "مما حول الأخبار الى صناعة" (Quinn,2012,p12) حسب قول مؤرخ وسائل الإعلام

الأمريكي **Richard Schwarzloze**، كما يشير التقرير العالمي لاقتصاد الهاتف المحمول (٢٠١٨) ، أن السوق العالمية للهاتف المحمول سجلت معدل انتشار بنسبة ٦٦٪ وستحقق نسبة ٧١٪ مع حلول (٢٠٢٥)، أي بمعدل نمو ٢.١٪ ، وأن استخدام الأنترنيت عبر الهاتف المحمول يقدر اليوم بنسبة ٤٣٪ و سيكون ٦١٪ سنة (٢٠٢٥)، أي بمعدل نمو ٥.٣٪ (GSM association,2018,p08) ، كل هذه الأرقام هي مؤشرات دالة على سرعة نمو وانتشار هذا الجهاز، مما ينعكس على نشاط استغلاله في الحياة اليومية والمهنية مع مختلف التطبيقات التي يقدمها والتي تقدر بالآلاف.

وفي دراسة عربية حول إعلام الهاتف المحمول أشارت فاطمة فايز عبده قطب إلى صعوبة الحصول على معلومات أو مؤشرات من شركات الاتصالات و متعاملي الهاتف النقال التي تساعد الباحث في مجال ميديا الموبايل في العالم العربي من التعرف على نسب الاستهلاك و الإقبال على الخدمة وفقا للمتغيرات الديمغرافية و غيرها من المتغيرات التكنولوجية( عبد قطب،ص ص ٧٩-٨١)، و يمكن ايعاز هذه الصعوبة الى كون صحافة المحمول تعد ظاهرة حديثة نسبيا في الوطن العربي بالرغم من تسجيلها لمعدلات انتشار سريعة وملحوظة على المستوى العالمي، غير أن انعكاساتها و اثارها على كل من الاعلاميين المحترفين و مستهلكيها و على مهنة الصحافة بحذ ذاتها ، اخلاقياتها، اساليب ممارستها في الوطن العربي يظل أمرا مجهولا نوعا ما. نظرا لندرة البحوث والدراسات التي تناولت صحافة المحمول رغم أهميتها في المنطقة، حيث لا تزال المعلومات شحيحة فيما يتعلق بالموضوع خاصة فيما يتعلق ببعض التجارب الاعلامية الرائدة في ممارسة صحافة المحمول في المنطقة، حيث تظل هذه الأخيرة مجهولة ومبعثرة؛ وعليه نحاول من خلال هذه الورقة البحثية إلقاء الضوء على واقع صحافة المحمول في الوطن العربي واستعراض أهم التجارب العربية في صحافة المحمول مع تسليط الضوء على بعض الأرقام والاحصائيات وطرح أهم الرهانات التكنولوجية التي تواجه تقدم و انتشار هذه الصحافة.

## ٢. إمكانيات الهاتف المحمول في نشر المحتوى:

ارتفعت في السنوات الأخيرة مستويات ونسب انتاج و استهلاك الفيديوها بشكل كبير ، حيث أن أكثر من ٣ مليارات مستخدم للهواتف المحمولة يحملون ما يقارب ٦٠٠ ساعة من الفيديوها كل دقيقة باستخدام ٦ ملايين تطبيق (Burum,2017) ، مما دفع بأرضيات شبكات التواصل الاجتماعي والمؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها على العمل على استقطاب الجمهور من خلال طرح فيديوها حسب الطلب، و أول عامل مسرع لارتفاع عدد الفيديوها من حيث الإنتاج أو التوزيع كان بفضل تكنولوجيا المحمول(الهاتف المحمول) أو ما يعرف بجيل الهواتف الذكية، وتكنولوجيا البيانات، زيادة على التكلفة المنخفضة نسبيا لاقتناء هذه التكنولوجيا واستخدام الأنترنت، فوفقا للوكالة الإعلامية زينيث (Zenith) أن متوسط حجم استهلاك الفرد الواحد من الفيديوها عبر الهواتف الذكية وصل إلى ٢٠ دقيقة في اليوم عام ٢٠١٥ و ارتفعت النسبة إلى ٣٣ دقيقة في ٢٠١٨ (Karhunen,2017,p05)، وفي ذات الشأن أشارت مؤسسة إريكسون(Ericson) للإتصالات سنة ٢٠١٧ إلى أن حركة نشاط الفيديوها عبر المحمول سترتفع سنويا بمعدل ٥٠٪ إلى غاية ٢٠٢٢، غير أنه من الضروري التنويه إلى أن هذه المحتويات لا تنحصر فقط في المحتويات الإخبارية(Karhunen,2017,p05) .

لم يقتصر تطور الهاتف المحمول على خصائصه المادية كالحجم و الوزن وإمكانيات (الكاميرا، التصوير، تشغيل و قراءة الملفات، التخزين ..)، لكن التطور الحقيقي من وجهة نظر المستخدم هو تطوير الخدمات المقدمة و تحديدا خدمات المحتوى، التي تختلف عن خدمات الهاتف البسيط في كونها تحتاج إلى مدخلات(محتويات رقمية) وتطبيقات؛ ظهر مصطلح المحتوى الإلكتروني e-content ليشير إلى المحتوى الذي يعتمد على الحواسيب الإلكترونية و الأنترنت في النشر والإتاحة و مهد هذا الأخير إلى ظهور مصطلح جديد مرتبط بمحتوى الهواتف المحمولة و هو m-content و يقصد به المحتوى الرقمي بدعم من أجهزة الهواتف المحمولة ، هذا المحتوى يضم: النصوص، الألعاب، النغمات، الموسيقى، الأخبار، الصور، الخرائط،

التطبيقات...، و من الضروري الإشارة إلى أن انتشار استخدام الهواتف المحمولة في نشر واستقبال المحتويات له علاقة بأربع عوامل أساسية تتمثل في (السيد، ٢٠١١، ص ص ٠٣-٠٤): الجهاز، الحاجة، الإعتياد والتطبيقات، حيث وصلت نسبة مستخدمي خدمات الهاتف المحمول ٥ مليار مستخدم سنة ٢٠١٧، و يتوقع ارتفاع هذه النسبة مع الثمان سنوات القادمة إلى ٥.٩ مليار مستخدم مع ٢٠٢٥، أي ما يعادل ٧١٪ من سكان العالم، وهذا النمو يسجل أكثر في الدول النامية خاصة الهند، الصين، باكستان، إندونيسيا، البنغلاديش ودول الساحل الإفريقي وأمريكا اللاتينية، أما بالنسبة للدول المتقدمة فقد سجلت انخفاضا في مستويات النمو نظرا لوصول أسواقها مرحلة التشبع؛ وبالنظر الى المنطقة العربية فليس هناك أرقاما بارزة دالة على نسب نمو مرتفعة فيما يتعلق بهذه التكنولوجيا غير تلك المتعلقة بالدول النامية. وعموما يبقى مجال النمو واعد ومفتوح خاصة مع انترنيت الهواتف المحمولة، التي أضافت ما يقارب ١.٧٥ مليار مستخدم جديد لتصل ٥ مليار مستخدم مع ٢٠٢٥. (GSM association,2018,P02).

### ٣. قراءات إعلامية في سوق الهاتف المحمول:

يسجل سوق الهواتف المحمولة نسبة نمو ٢.١٪ بالنسبة لمشتري الهواتف المحمولة أي ما يعادل ٥.٠ مليار مشترك في ٢٠١٧، ويفترض وصول عددهم إلى ٥.٩ مليار مع مطلع ٢٠٢٥، أما فيما يخص سوق مشتري الهواتف المتصلة بالانترنت فسجلت ٣.٣ مليار مشترك في ٢٠١٧ و يقدر أن ترتفع إلى ٥.٠ مليار مع ٢٠٢٥، وذلك بنسبة نمو ٥.٣٪، أما بالنسبة لتقنية G٥ يتوقع أن يصل عدد مشتركها إلى ١.٢ مليار مع حلول عام ٢٠٢٥ (GSM association,2018,P02)، و عليه نلاحظ من خلال هذه النسب والأرقام أن سوق الهاتف المحمول واعدة جدا على مستوى النمو الاقتصادي وأن انتشار استخدام الهاتف المحمول مع خدمة الانترنت سيصل مرحلة التشبع مع سنة ٢٠٢٥، مما يرفع درجة التحدي بالنسبة لوسائل الاعلام من أجل الاستثمار في هذه التقنية واستغلالها في تحصيل ونشر المحتويات.

كما يبين الجدول التالي بدقة مستويات ونسب النمو بالنسبة لكل من الهاتف المحمول، الهاتف المحمول الموصول بخدمة الانترنت، الهواتف الذكية، و كل من

تكنولوجيا 4G و 5G، حيث نلاحظ أن نسب النمو من ٢٠١٧ الى ٢٠٢٥ ستسجل مستويات نمو تصل الى ١٨٪ بالنسبة للهاتف المحمول الموصول بخدمة الأنترنت، ٢٠٪ بالنسبة للهواتف الذكية، ٢٤٪ هو مستوى نمو تكنولوجيا 4G، كما ستجل سنة ٢٠٢٥ نسبة نمو تقدر بـ: ١٤٪ فيما يخص الوافد الجديد المتمثل في تكنولوجيا 5G.

الجدول ١: جدول يبين سوق الهاتف المحمول

5G	4G	الهواتف الذكية	الهاتف المحمول الأنترنت+	الهاتف المحمول	
/	29%	57%	43%	66%	٢٠١٧
14%	53%	77%	61%	71%	٢٠٢٥

المصدر: (GSM association,2018,P07)

أما فيما يخص الوطن العربي فقد سجل انتشار الهاتف المحمول و استخدام الأنترنت في الوطن العربي مستويات مرتفعة حيث تتعدى نسبة ٥٠٪، و نخص بالوطن العربي منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا، لكن وفقا لاقتصاديات الهاتف المحمول تظل هذ النسبة منخفضة مقارنة مع مستويات نموها في بقية بلدان العالم و هو ما يتوضح من خلال الجدول اسفله.

الجدول ٢: انتشار الهاتف المحمول في شمال افريقيا و الشرق الاوسط مقارنة

بالعالم

مستخدمي المحمول/ الأنترنت		مستخدمي المحمول		
MENA	العالم	MENA	العالم	
٣٦٪	٤٣٪	٦٢٪	٦٦٪	٢٠١٧
٥١٪	٦١٪	٦٨٪	٧١٪	٢٠٢٥

المصدر: ((GSM association,2018,P09))

#### ٤. مفهوم صحافة الهاتف المحمول:

إن تكنولوجيا المحمول لم تغير فقط سلوك المستهلك، بل أساليب العمل الصحفي، ويرى العديد من المختصين أن تكنولوجيا المحمول ولدت مرحلة جديدة لجمع الأخبار، بفضل الهواتف الذكية، حيث بإمكان الصحفيين اليوم تسجيل و إنتاج الفيديوهات السمعية- بصرية، و السمعية، و تثبيت اللقطات، نشر الأخبار من موقع الحدث باستخدام المحمول، بمعنى أن التطور التكنولوجي أنتج شكلا جديدا من الصحافة تعرف بصحافة المحمول إشارة الى ذلك الصحفي الذي يجمع الأخبار بمفرده من ميدان الحدث باستخدام الهاتف المحمول. إن التكنولوجيا اليوم هي الطريق الذي تنهجه الصحافة لأنها تسمح بتحليل، مشاركة، جمع، تنظيم، دمج، و اختصار التعليق ونشر الأخبار بواسطة الهاتف المحمول (Toppé,Briggs,p413)، كما تعرف صحافة الهاتف المحمول على أنها عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز لوحي، و هي اتجاه جديد في تغطية الأخبار و بثها يتوقع أن يصبح نمطا سائدا، و تركز صحافة المحمول بشكل أساسي على بناء المهارات و امتلاك الرغبة في استكشاف وسائل بديلة عن تلك المستخدمة في الصحافة التقليدية (لاريا، مرعي، ٢٠١٧، ص٢٠٢).

و قد لخص ايفو بوروم Ivo Burum تعريف صحافة المحمول بالقول بأنها شكل شامل لرواية الأخبار باستخدام الوسائط المتعددة، و التي تجمع بين الصحافة، التصوير الفوتوغرافي و الفيديوغرافي، الكتابة، الإنتاج و النشر بإستخدام جهاز ذكي واحد، و تعتبر القصة الخبرية مفتاح نشاط صحافة الموبايل كونها المسؤولة عن تحديد مستويات التغطية و العمل الصحفي المناسب، مثلا تصوير الأحداث الرياضية أو حرائق الغابات يحتاج عدسات (DSLR)، أو كاميرا فيديو، كما أن التكنولوجيا وحدها ليست كل شيء في عمل صحافة المحمول وإنما طبيعة القصة الخبرية التي تساعد على تحديد مستوى التكنولوجيا الواجب الاستعانة بها .

و عليه يعتقد البعض أن أساس صحافة المحمول هي استخدام الهاتف المحمول، بل الأمر أكبر من ذلك، إذ تتعلق بحركة الصحفي، أفكاره، ادراكه و استعداداه للقيام بالعديد من المهام باستخدام التكنولوجيات المتوفرة (Karhunen,2017, p06)،

ويعتقد ج. مولكاهي Glen Mulcahy رئيس الابتكارات في الشبكة الايرلندية Ireland's RTE Network أن صحافة المحمول هي حول تمكين الصحفي من استخدام التكنولوجيا المتوفرة من أجل تقديم أحسن قصة خبرية مصورة ممكنة، والقصد من تمكين الصحفي هو الاستغلال الأمثل للتكنولوجيات المتوفرة من أجل تحويل الفيديوهات الخام الى عمل صحفي منظم، وببساطة صحافة المحمول هي التوليف بين مهارات التغطية الرقمية ووسائل التصوير وتحويلها من محتويات مصدرها المستخدم User-generated content الى قصص خبرية مصدرها المستخدم User-generated stories (Burum,2017).

لا تسهم تطبيقات الهاتف المحمول في تمكين المستخدمين الأفراد فحسب لكنها تثير أيضا أنماط حياتهم وموارد رزقهم و تعزز الاقتصاد في مجمله، فتطبيقات الهاتف المحمول تجعل فعليا من الهواتف اليوم قوة هائلة بوصفها بوابات على العالم الالكتروني، وتأتي الموجة الجديدة من التطبيقات أو تطبيقات الهواتف الذكية وخدمة تقنية مزج البيانات التي تحتوئها الشبكات الفائقة السرعة وشبكات التواصل الاجتماعي و الابتكار لتساعد في طرح الحلول في حياة الناس بالبلدان المتقدمة والنامية على حد سواء(البنك الدولي للانشاء و التعمير، ٢٠١٢، ص١٦).

#### ٥. خصائص صحافة الهاتف المحمول:

١-سهولة الحركة: لا تستلزم صحافة المحمول فريقا تقنيا ولا معدات تصوير و صوت وبث ثقيلة، فالكل يختزل في هاتف ذكي يسمح بسهولة الحركة و التغلغل إلى مناطق لم تكن متاحة من قبل (Quinn,2009,p13).

٢-تكاليف أقل: هي أجهزة متاحة و في المتناول كما أنها تقلص تكاليف الانتاج.

٣-السلامة: تعزز صحافة الهاتف المحمول إجراءات السلامة لأن استخدام الكاميرا في بعض الحالات قد تلفت الإنتباه و تعرض الطاقم الصحفي للخطر.

٤-التصوير بتقنية الدقة الفائقة(K٤) تتيح أحدث أجيال الآيفون (انطلاقا من الآيفون ٦ اس) التصوير والتحرير بتقنية الدقة الفائقة ، فصحافة المحمول لم تعد مقيدة من



حيث معايير النوعية على غرار كاميرات الأخبار التلفزيونية ، و أنظمة التحرير التي تعتمد على تقنية HD.

٥- البث المباشر: توفر هذه الأجهزة امكانية البث المباشر بأبسط شكل و بأقل تكاليف ممكنة بفضل تطبيقات خاصة سهلت الوصول إلى الجمهور مباشرة و قياس مستوى أداء المحتوى من خلال الإحصائيات الفورية، والبث من موقع الحدث (Kopenen , Vaataja,2009,p65) هو ميزة أساسية في صحافة المحمول، فخدمة البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي أتاحت للصحفيين التفاعل مع جمهورهم اثناء البث، و كل ما يحتاجه هو اختيار التطبيق المناسب بناء على معايير معينة مثل شروط البث، الجمهور المستهدف و التكاليف التقنية.

٦- السرعة والفاعلية: يمكن لصحفي الهاتف المحمول ارسال المواد الاخبارية مباشرة الى قسم التحرير إما عبر البريد الالكتروني أو التخزين الافتراضي (Cloud Storage)، و أي تطبيق خاص بالمؤسسة، كما بإمكان الصحفي إرسال المواد مباشرة الى الجمهور والتفاعل معه عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بالموازاة مع التغطية الصحفية على القناة الاعلامية ومن خلال التدريب بإمكان الصحفي أن يكون المصدر، المحرر والمصمم للمحتويات الاعلامية، حيث كتب باحث وسائل الاعلام ستيفن كوين Stephen Quinn "أن الهواتف المحمولة تقتصد الوقت و تسرع عملية جمع المعلومات مما سيدفع بالصحفيين الى قطاعات جديدة" (Garyantes , Berky Gerard, 2015,p35).

٧- الإبداع و التجريب: تسمح صحافة المحمول للصحفيين استكشاف مهاراتهم و اختيار التقنيات والتطبيقات المناسبة و المتوفرة، بل حتى إعادة اكتشاف أساليب جديدة في رواية القصة الصحفية، فالهواتف الذكية توفر للصحفيين و وسائل الاعلام فرصة لكي يصبحوا القوة الدافعة لثورة تعتمد أسلوب استهلاك المعلومات و التواصل.

## ٦. التجارب الاعلامية لصحافة المحمول في الوطن العربي:

اكتفى الوطن العربي إجمالاً بموقف المتابع، المراقب و المستهلك، وفي بعض الأحيان المشارك في صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي ولكن بقدر محدود، لكن تدريجياً بدأ المشهد الاعلامي العربي يلقي الضوء على بعض النماذج المتفرقة، و إن كانت

محدودة إلا أنها سجلت نفلة نوعية على مستوى الممارسة الإعلامية العربية خاصة بعد اعتراف وتبني المؤسسات الإعلامية هذا النوع من الصحافة والتي لم تعد حكرا على الصحفيين الهواة(شاهين، ٢٠١٨، ص ١٣١)، إذ استثمر كل من الصحفيين والمؤسسات الإعلامية العربية في الهاتف المحمول و خوض تجربة صحافة الهاتف المحمول كغيرهم من صحفي و مؤسسات الإعلام في العالم، خاصة و أن الأمر لا يتطلب الكثير من الصحفي أو المؤسسة الإعلامية لتبني و التكيف مع متطلبات التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، و أصبح حضور الهاتف المحمول في التغطيات الإعلامية أمرا مألوفا في مختلف المناسبات: مؤتمرات لقاءات صحفية أحداث رياضية...

وبالرغم من التأخر النسبي لظهور صحافة الهاتف المحمول في الوطن العربي، غير أن العديد من المؤسسات الإعلامية الكبرى عملت على تدارك الأمر و الولوج إلى عالم توزيع المحتوى الرقمي عبر المحمول من خلال اعتماد تطبيقات خاصة بمؤسساتها و الحضور القوي على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمتهم مشروع الجزيرة العربية +AI عربي(شاهين، ٢٠١٨، ص ١٣١)، كما كشف تقرير مؤشر الإعلام العربي للربع الأول من عام ٢٠١٧ بأن الصحف الإلكترونية في ١٨ دولة عربية تستند في عملها على تطبيقات الهواتف الذكية بنظامي ( الأندرويد) و(IOS): و حسب ذات المصدر فإن البوابات الإخبارية بدولة الإمارات العربية المتحدة تقدمت على مثيلاتها من الصحف العربية فيما يتعلق بعدد التطبيقات التي تعتمد عليها، حيث تقوم دولة الامارات العربية المتحدة بجهود مكثفة منذ عام ٢٠٠٩ لدعم وتعزيز استخدام الأجهزة المحمولة الذكية للوصول إلى مختلف الخدمات التي تقدمها مختلف القطاعات في الدولة، و ذلك لاستكمال مساعي هذه الدولة لتطبيق نظام " الحكومة الذكية"، حيث كان لزاما على وسائل الإعلام مساندة هذا التوجه للتواجد في منصة المحمول و اطلاق تطبيقات خاصة بها.

كما تشهد وسائل الإعلام في الإمارات العربية المتحدة نقلة نوعية في أساليب العمل الصحفي و طرق جمع الأخبار و توزيعها عبر المنصات المختلفة، و ذلك بفضل استعانتها بما يسمى بغرف الأخبار الذكية، وتعتبر صحيفة " الاتحاد" السباقة في ذلك؛

يسهم هذا النوع من الغرف الذكية في تسريع عملية التواصل بالإنترنت و الأجهزة الذكية مع متابعة سير العمل عن بعد خطوة بخطوة، وتوفير إمكانية تحكم المحررين المسؤولين على الصفحات وتعديلها عن طريق أجهزة محمولة (الأيباد) بشكل مباشر، كما أن الصحف لا تقوم بنشر محتويات موجهة حصريا الى الهواتف المحمولة، وإنما يتم موائمتها مع مختلف الهواتف المحمولة (الأندرويد و IOS) وجميع المنصات الصحفية. بدأت المؤسسات الإعلامية الإماراتية التوجه الى الهواتف المحمولة لطرح محتوياتها واستخدامه في العمل الصحفي لمسايرة النمو الذي يسجله انتشار الهاتف المحمول في المنطقة(شاهين، ٢٠١٨، ص ١٣٥).

وعلى عكس ذلك حصلت المملكة العربية السعودية على ترتيب متأخر نسبيا، إذ احتلت العربية السعودية المرتبة ١٣ من أصل ١٨ دولة شملتها الدراسة. مما يدل على ضعف استثمارها في هذه التقنية للوصول إلى جماهيرها باستخدام الهواتف المحمولة بالرغم من اعتلائها للمرتبة الأولى فيما يخص انتشار الهواتف المحمولة بين السعوديين وذلك بنسبة ١١٨٪، وبلغ عدد مشتركى خدمة الاتصالات المحمولة ٤٣،٦٣ مليون مشترك وفقا لإحصائيات الربع الأول لسنة ٢٠١٧ لهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات بالسعودية (شاهين، ٢٠١٨، ص ص ١٣٣-١٣٤)

أما في دولة قطر يمكن الاستشهاد مباشرة بتجربة مؤسسة الجزيرة الإخبارية في صحافة المحمول، حيث استقبلت أعمالهم الاعلامية بالإيجابية من طرف المؤسسة، و تم بثها عبر التلفزيون ومن بينهم عمل نادين ديماسي، حيث التزمت مؤسسة الجزيرة الإعلامية بتطوير هذا النوع من الصحافة من خلال العديد من النشاطات من بينها عقد دورات تدريبية للصحفيين في مجال صحافة المحمول مستعينة في ذلك بخبرات عالمية في المجال على شاكلة المدرب العالمي "كلين مالكوهاي"، كما أظهرت مجلة "الصحافة" الصادرة عن معهد الجزيرة للصحافة اهتماما بهذا المجال من خلال نشر العديد من البحوث والدراسات الشهادات حول الموضوع ، إلى جانب إصدار مركز الجزيرة للتدريب الإعلامي و التطوير "دليل صحافة المحمول"(Aljazeera institute,2018) الأول من نوعه في المنطقة العربية.

وفي مصر رصدت دراسة حديثة حول التحولات باتجاه المحمول في أربع مؤسسات صحفية هي (الأهرام، المصري اليوم، اليوم السابع والبوابة) وأوضحت الدراسة أن المؤسسة الأهرام تسع مواقع موائمة للتصفح عبر المحمول و تطبيقين للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية و ١٥ خدمة نصية و مرئية للهواتف المحمولة (شاهين، ٢٠١٨، ص ١٣٦). و في مقال نشرته صحيفة الشرق الأوسط أكد أسامة الديب، وهو مدرب صحافة الجوال، ورئيس قسم الوسائط المتعددة بموقع "مصرأوي" في مصر، على إقبال الصحفيين على صحافة الموبايل، كما يرى الديب، الذي يشارك في تدريس مادة صحافة الجوال، في أول شهادة معتمدة عبر الإنترنت لتدريس الصحافة الرقمية في الشرق الأوسط، والمقدمة من قبل مركز "كمال أدهم للصحافة" التابع للجامعة الأميركية بالقاهرة، أن صحافة الهاتف هي صحافة المستقبل، و من جهته يرى الصحفي محمد فوزي بمجلة «٧ أيام» المصرية، في صحافة المحمول "طريقاً أسرع للتفاعل مع المتلقي" (الشرق الأوسط، الإثنين ٧ أكتوبر ٢٠١٩).

كانت أول محاولات صحافة المحمول في العراق في ٢٠١٢ من خلال تجربة الصحفي العراقي جواد الخفاجي مدير الأخبار بقناة السومرية، و توسعت التجارب فيما بعد سنة ٢٠١٦ بإطلاق منصة Newsroom التعليمية و موقع Newsroomnd التي تعد أول منصة لتعليم صحافة المحمول في العراق و استقطبت المنصة من خلال الفايسبوك أكثر من ١٦٠٠ إعلامي عراقي (شاهين، ٢٠١٨، ص ١٣٧).

وفي المغرب نجد تجربة مماثلة بقيادة موقع " هسبريس Hesperess" على الفايسبوك، تويتر و انستغرام واليوتوب، حيث تجاوز عدد مشتركها أكثر من مليون مشترك (١٢٣٩٧٣٣) و الذي تجاوز عدد متابعيه على اليوتوب ١٤٥ مليون مشاهدة منذ إنشائه عام ٢٠١٣ ، و تطبيقين على الأندرويد والإيفو؛ و منذ بداية الثورة التونسية في ديسمبر ٢٠١١ لجأ التونسيون إلى الهواتف المحمول كأداة لتسجيل و نقل ما يحدث في الجهات الداخلية من تحركات سلمية ضد النظام، حيث خرجت التغطية الإعلامية من احتكار المؤسسات الإعلامية الرسمية وأصبحت ملك للشارع، و بات كل من يحمل هاتف محمول يمتلك جزءاً من الحقيقة، و أثبتت سنة ٢٠١١ أن التقنيات الحديثة و خاصة

الهاتف المحمول بدأت بتغيير العالم بسرعة ، وتزامن ذلك مع تطور خواص الهاتف المحمول و شيئا فشيئا مكنت التحديثات الجديدة من استعمال الهاتف المحمول للتصوير و التركيب و النشر أو البث المباشر على منصات متعددة، وحسب الصحفي التونسي الشواشي ( الشواشي، ٢٠١٧) استخدام الهاتف المحمول من أجل التغطية الإعلامية هو وليد الحاجة والظروف، خاصة من أجل حماية الصحفي في المناطق التي تشهد توترات سياسية مثل المظاهرات، حيث سبق وأن تعرض الصحفيين للاعتداء من طرف المتظاهرين الغاضبين الذين يرون في الإعلام أداة للسلطة الحاكمة .

ويسجل الفضاء الإعلامي التونسي تزايد الطلب على الدورات التدريبية و التكوينية في صحافة المحمول(مركز التدريب و الاستراتيجية بمقر الاذاعة العاصمة التونسية)، حسب الشواشي ليس الهدف من استعمال صحافة المحمول هو تعويض الصحفي و التقنيين أو حتى طي صفحة العمل الإعلامي بالكاميرا، بل تمنح صحافة الهاتف المحمول للقنوات والإذاعات والمواقع الإخبارية إمكانية نقل الخبر بسرعة مع احترام أخلاقيات العمل الصحفي التي لا تتغير مهما تطورت التكنولوجيا .

كما لا تختلف الوضعية في تونس عن نظيرتها في السودان، التي احتلت المراتب الأخيرة من حيث انتشار استخدام صحافة الهاتف المحمول بالرغم من أن تونس هي أول بلد عربي يستخدم الأنترنت، وحلت السودان في المرتبة الأخيرة من حيث استغلال الهواتف المحمولة في العمل الصحفي، وهي فرصة ضائعة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية السودانية، خاصة وأن ثلث السكان البالغين يستخدمون الأنترنت، و يعد المحمول الوسيلة الأكثر استخداما لتصفح الأنترنت ، حيث فاق عدد مستخدمي الأنترنت ١٣ مليون مشترك حسب تقرير وزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات ( شاهين، ٢٠١٨، ص٣٤)، أما بالنسبة لمعهد رينولدز للصحافة Donald W.Reynolds journalism institute) وجد علاقة بين امتلاك هاتف ذكي و استهلاك الأخبار، حيث أن ٤١٪ من أصحاب الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية يقضون أكثر من ساعة يوميا في تصفح الأخبار(Aljazeera institute, 2018) ، تفتح هذه النتائج بيئة جديدة للعمل الاعلامي،

وتطرح فرص إقتصادية و تغييرات بالنسبة للصحافة و المؤسسات التقليدية إذا ما تم إستغلالها بشكل مناسب.

تشير اليسا ريشاردسون أنها ايقنت أهمية صحافة الموبايل بعد اجرائها لتجربة صحافية عالمية على مستوى العشرات من المدن في العديد من الدول و هي جنوب افريقيا، المغرب، الولايات المتحدة الأمريكية، تحت عنوان مخبر صحافة الموبايل Mojo Lab بإستخدام أجهزة الأيباد و اللوحات الإلكترونية لتدريب الشباب على استخدام هذه الأجهزة و تغطية الأحداث بواسطتها، غير أنها آمنت بصحافة الموبايل مع أحداث الربيع العربي مع نهاية ٢٠١٠ (Richardson,2019)، وعليه يشهد الفضاء الإعلامي الجزائري بدوره تحولات كبيرة فيما يتعلق باستخدامات الهاتف المحمول في العمل الصحفي ، حيث هناك العديد من التطبيقات للاطلاع على الصحافة الجزائرية و مختلف القنوات الفضائية عبر الهواتف المحمولة، إذ لطالما رافق الهاتف المحمول العمل الصحفي في الجزائر بالرغم من غياب احصائيات أو دراسات تتناول درجة اعتماد الصحفيين الجزائريين على الهاتف المحمول في عملهم الصحفي، و حتى المؤسسات الأكاديمية الجزائرية و العديد من الباحثين بدأوا بالاهتمام بهذه الظاهرة الإعلامية، حيث نظمت إحدى الجامعات الجزائرية ملتقى وطني حول صحافة الموبايل بجامعة بسكرة تحت شعار " أدوات بسيطة تدخلك عالم الصحافة" سلط الضوء على مختلف التطبيقات المعتمدة ومدى مساهمتها في إثراء و إنتاج المضامين الإعلامية وفق السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، فضلا عن الفروق الموجودة بين صحافة المواطن وصحافة الموبايل (www.djazair.com).

وبرعاية من مؤسسة " دويتشه فيله" الألمانية استفاد مجموعة من الصحفيين الجزائريين بدورة تدريبية على صحافة "الموجو" فيما يخص كيفية إنتاج الأخبار والتقارير الصحفية المصورة عبر استخدام الهواتف النقالة بطرق إحترافية تتوافق مع وسائط النشر الحديثة، والتي كانت بإشراف موقع " الشروق أون لاین" بتأطير الصحفي التونسي عدنان الشواشي المختص في صحافة المحمول(لهوازي،٢٠١٨).

## ٧. خاتمة:

حسب تقرير مركز الأبحاث الأمريكي "بيو" لمشاريع الإمتياز في الصحافة حول مستقبل أخبار المحمول (Journalism)، وجد أن ٥٠٪ من الأمريكيين يملكون إما هواتف ذكية أو لوح الكتروني و أن ٦٦٪ منهم يستخدمونها للحصول على الأخبار، كما أشار ذات التقرير أن هناك تحول في نماذج استهلاك الأخبار، حيث أن الهواتف المحمولة زادت من حجم الأخبار التي يحصلون عليها، كما صرح ٤٣٪ منهم أن لוחاتهم الإلكترونية تزيد من نسبة استهلاكهم للأخبار، و أن ثلث ٣١٪ منهم يستخدمون لוחاتهم الإلكترونية للحصول على مصادر جديدة، البعض يخشى أن صحافة المحمول في النهاية سوف تفرض بيئة تسيطر عليها العناوين الإخبارية، غير أن بيانات أخرى أفادت أن ٧٣٪ من مستهلكي الأخبار عبر اللوحات الإلكترونية يقرؤون الأخبار العميقة من حين إلى آخر و ٦١٪ من هواتفهم المحمولة و ١١٪ منهم يطلعون عليها بشكل منتظم (Westlund,2013).

كما أكدت دراسة سناء يوسف محمد شاهين على وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدامات صحافة المحمول و تطور الممارسة الاعلامية للصحفيين العرب ، كما أن النسبة العلية من ممارسي صحافة المحمول هم مم فئة الشباب (٢٥-٣٥) سنة مما يجعل منها صحافة الشباب بقوة، كما تمارس صحافة المحمول من قبل الاعلاميين العرب بمستوى اقل احترافية ، حيث تركز استخداماتهم لها في تسجيل التغطيات الصحفية وبنها لاحقان و اجراء المقابلات الاعلامية مما يعني انها لا تزال ضمن الاستخدام التقليدية ، كما كشفت ذات الدراسة ان نسبة ٨٧٪ من افراد العينة يعتقدون ان صحافة المحمول زادت من اعباء العمل على الصحفيين المحترفين(شاهين،٢٠١٨، ص ص ٢٨٩-٢٩٩)

إن أول اختلاف يجب الاشارة اليه بين صحافة المواطن و صحافة المحمول هو العودة ال تصريح الارلندي غلين مولكهاي رئيس قسم الابتكار السابق في شركة " ارتيه تيك" ومؤسس " تيتانيوم ميديا" شركة تدريب و استشارات اعلامية و "موجوكون" الذي اطلق تظاهرة "موجوفيست" Mojo Fest في غالوي بإيرلندا عام ٢٠١٥ ، يهتم هذا

الأخير بالبحث عن محتوى مختلف ، و يقول ان الناس ينتجون محتويات بشكل عفوي ، و لا يأخذون عامل جودة انتاج هذا المحتوى في الحسبان. و عليه بين ٢٠١٣ - ٢٠١٥ ، كنا السباقين في استخدام الهاتف المحمول في الانتاج و برهنا انه يمكن استخدام الهاتف المحمول لإنتاج محتوى جاهز للبت عبر وسائل الاعلام المختلفة الجماهيرية و الالكترونية، كما انه بإمكان كل الافراد تصوير امور مختلفة، لكن و حدهم الصحافيين من بإمكانهم استخدام هواتفهم المحمولة لإنتاج و خلق مواد اعلامية-co (uk.cdn.ampproject.org).

و بناء على ما سبق تعتبر صحافة المحمول في الوقت الراهن احدي تحديات و رهان المؤسسات الاعلامية لمواكبة العمل الاعلامي خاصة في ظل ظروف معينة مثل ما حدث للصحافيين الجزائريين في العديد من المناسبات....و يبقى " المحتوى الجيد" اهم تحدي بالنسبة لصحافة المحمول. خاصة و ان نشر الاخبار عبر اجهزة المحمول اصبح له دور كبير بالنسبة للمؤسسات التقليدية، كما ان العديد من الدراسات و تقارير البحث في العديد من دول العالم افادت بأهمية ارضيات المحمول كأولوية بالنسبة لإدارة المؤسسات الاعلامية.

#### ٨. قائمة المراجع:

١. فاطمة فايز عبده قطب، إعلام الهاتف المحمول سمات الحاضر و افاق المستقبل، مجلة لغة العصر، العدد الخامس و السبعون، السنة الثامنة، ص ٧٩-٨١؛

٢. سناء يوسف محمد شاهين، صحافة المحمول و انعكاساتها على الممارسة الاعلامية دراسة على عينة من الاعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة ٢٠١٥-٢٠١٧، رسالة دكتوراه في علوم الاتصال الصحافة و النشر(غير منشورة)، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، السودان، ٢٠١٨؛

٣. امانى محمد السيد، استخدام الهواتف المحمولة في تعزيز الوصول الى المحتوى الرقمي العربي دراسة لمتطلبات النشر اللاسلكي و مقوماته، مؤتمر



- المحتوى العربي في الانترنت التحديات والطموحات، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، الرياض، ٣-٥ اكتوبر ٢٠١١؛
٤. البنك الدولي للإنشاء والتعمير المعلومات و الاتصالات(٢٠١٢)، من أجل التنمية تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول نظرة عامة، واشنطن، <http://worldbank.org>، ٢٠١٩/١٠/٠٣؛
٥. عدنان الشواشي(٢٠١٧)، صحافة الهاتف المحمول بتونس...من الحاجة إلى الاحتراف، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، <https://institute.aljazeera.net>، 16/11/2019؛
٦. محمد لهوازي(٢٠١٨)، صحفيون من الجزائر يتدربون على "الموجو"، <https://echouroukonline.com>، ٢٠١٨/١٢/٢٨؛
٧. ديانا لاريا، منتصر مرعي(٢٠١٧)، صحافة الهاتف المحمول، مركز الجزيرة الاعلامي للتدريب والتطوير، <http://institute.aljazeera.net>؛
٨. ربي ابو عمو، موجو.. العمل الاعلامي من خلال الهواتف الذكية، العربي الجديد، <https://co-uk.cdn.ampproject.org>، ٢٠١٩/١١/٠٨؛
٩. صحافة الهواتف...سرعة التفاعل مع المتلقي، الشرق الاوسط، الإثنين ٧. اكتوبر ٢٠١٩، رقم العدد ١٤٩٢٣
- <https://aawsat.com/home/article/1934156>
10. Alissa Richardson(October2019), Mobile journalism a model for the future, <https://diverseeducation.com,24/11/2019>
11. Dianne M.Garyantes & Mark Berky Gerard, Mobile journalism 101 :Teaching students to use mobiles devices to produce news content, teaching journalism and mass communication ,Vol.5.no.1, summer 2015, p 35,<http://aejmc.us/spig/journal,30/09/2018>.
12. Gilbert Toppé(2019), Mark Briggs, Manuel de journalisme web, Blogs, réseaux sociaux ,multimédia, info mobile, questions de communication,<http://duestionsdecommunication.réviews.org/9465,02/04/2019>.
13. Ivo Burum(April 2017), Mojo working essential mobile journalism tools, Global investigative journalism network,<http://gijn.org/2017/04/11/mojo-workin-essential-mobile-journalism-tools/,22/08/2019>.

14. Panu Karhunen : Closer to the story ? Accessibility and mobile journalism, Reuters institute fellowship paper , University of Oxford, UK,2017.
15. Stephen Quinn, Mojo-Mobile journalism in the Asian Region, 3rd ed, Konrad-Adenauer-Stiftung, Singapore, 2012.
16. Stephen Quinn(2009), the mobile journalist from backpack to pocket journalism, Ifra special reports empowering the news publishing industry , p 13, [www.ifra.com/specialreports,12809/2019,12/09/2019](http://www.ifra.com/specialreports,12809/2019,12/09/2019).
17. Tiina Kopenen , Heli Vaataja, Early adopters' experiences of using mobile multimedia phones in journalism, European conference on cognitive ergonomics ECCE, 2009, ACM press, p65, <http://doi.acm.org/10.1145/nnnnnn.nnnnnn,21/07/2018>.
18. Westlund Oscar(2013) ,Mobile news a review and model of journalism in an age of mobile media, digital age journalism, <https://journalistresource.org/studies/society/news-media/mobile-news-journalists,14/05/2019>.
19. Westlund Oscar, the production and consumption of news in an age of mobile media in :Gerald,Goggin and Larissa,the mobile media companion,Routledge,Newyork,2014.
20. <https://www.djazairress.com,22/12/2018>