

إدارة التطوير الإعلامي  
زمالة الجزيرة - 2018  
ورقة بحثية



## رواية الخبر عبر الفيديو عربيا بين الإبهار البصري وجودة المحتوى الصحفي

● لحسن سكور

● مشرف البحث  
د. فاطمة الصمادي





## برنامج زمالة الجزيرة:

برنامج أطلقه معهد الجزيرة للإعلام ويهدف إلى تشجيع البحث الأكاديمي، وإتاحة الفرصة أمام الصحفيين والباحثين للاطلاع على تجارب عملية ودراساتها بعمق، بشكل يساهم مع جهود مؤسسات عربية وعالمية عديدة في تحسين مهنة الصحافة والعبور إلى المستقبل.

## لحسن سكور:

صحفي مغربي وطالب دراسات عليا في برنامج الصحافة بمعهد الدوحة للدراسات العليا، حاصل على درجة البكالوريوس في الإعلام والاتصال من المعهد العالي للإعلام والاتصال في الرباط، المغرب. وعمل محررا في وسائل إعلامية رقمية بالمغرب.

## ملخص البحث

بظهور ما اصطلح على تسميتها بمواقع التواصل الاجتماعي حدث تغير كبير في حرفة الصحافة؛ حيث اتسمت المحتويات الصحفية التي أصبحت تنشر على هذه المواقع بتحررها من القوالب التقليدية في عرض المعلومة، واستخدامها لقوالب جديدة تتميز بقصر مدتها وحجم من الإبهار البصري في عرضها للمعلومات. هذه القوالب أثارت العديد من التساؤلات، لعل أبرزها قيمة المحتوى الصحفي المنشور في تلك القوالب مقارنة بحجم الإبهار البصري الموجود فيها، وأي منهما هو الغالب على المحتويات الصحفية المنشورة.

شبكة الجزيرة الإعلامية أطلقت في العام 2014 منصة إخبارية تتقارب مع هذه القوالب الجديدة وهي منصة AJ+. المنصة في إطلاقها الأول كانت باللغة الإنجليزية ثم توسّعت لتشمل منصات بكل من اللغة العربية والفرنسية والإسبانية. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتختبر قيمة المحتوى الصحفي الموجود في المحتوى الذي تبثه AJ+ عربي، وفيما إذا كان ذلك المحتوى يلتزم بالمعايير الصحفية في التغطية الإخبارية ولا يكتفي فقط بالإبهار البصري.

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل كمّي لعينة من المواد المنشورة على منصة AJ+ عربي خلال شهر ديسمبر 2017 حيث بلغ عدد العينة 41 مادة.

وخلصت نتائج التحليل إلى أن منصة AJ+ عربي حافظت إلى حد كبير على قيمة الصحافة المهنية في المواد التي حللتها الدراسة، من خلال حرصها على تنويع مصادر الأخبار وعرض كافة جهات النظر الممكنة في عدد كبير من القصص الإخبارية.

# الفهرس

مقدمة	1
	2
الأسئلة البحثية	2
الدراسات السابقة	4
الجزيرة كظاهرة إعلامية	6
الإطار النظري للدراسة	8
	10
الإطار المنهجي للدراسة	11
مجتمع الدراسة وعينتها	11
حدود الدراسة	12
أدوات البحث	19
النتائج وتفسيرها	20
خلاصة	
قائمة المصادر والمراجع	

جاء الدور على كبريات شبكات التلفزيون العربية، مثل الجزيرة والعربية لإطلاق مواقعها الإلكترونية<sup>3</sup>.

إن المتتبع لواقع الإعلام العربي، سيقف عند الأثر الكبير الذي أحدثته ثورة الإنترنت في صناعة المواد الإعلامية؛ حيث "بدأ التحول من النشر التناظري إلى النشر الرقمي يبين الفروق في التكاليف البشرية والمالية التي تغري بالتحول نحو الرقمنة"<sup>4</sup>.

وفي هذا الإطار، أدركت شبكة الجزيرة الإعلامية أهمية هذا الفضاء الإعلامي الجديد وضرورة استيعاب الجمهور الذي يوجد على هذه الفضاءات، فكانت من المؤسسات الإعلامية السبابة إلى الاستثمار في الفضاء الرقمي، عبر تقوية حضورها على الشبكة العنكبوتية، ومواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت فيما بعد كنتيجة للتقدم الذي حصل في تكنولوجيا الإنترنت.

ومن المبادرات التي كانت فارقة في عملية الانتقال الرقمي لشبكة الجزيرة الإعلامية، منصة "AJ+" التي أطلقتها الشبكة في 15 سبتمبر/أيلول 2014، في نسختها الإنجليزية ثم بعد ذلك في نسختها العربية. تتلخص فلسفة "الجزيرة بلس AJ+" في خلق قصص رقمية قصيرة عبر تقنية رواية الخبر عبر الفيديو (السردي الرقمي للأخبار)، وهي تقنية تمكّن فئة الشباب، على الخصوص، من تحصيل المعلومات ومتابعة الأخبار عبر الهواتف النقالة والأجهزة اللوحية ومنصات التواصل الاجتماعي<sup>5</sup>.

ورغم حداثة هذه التجربة الإعلامية الرقمية، فإنها تستحق الدراسة والبحث، ذلك أنها في ظرف وجيز

تعرض المشهد الإعلامي العربي منذ مطلع القرن الواحد والعشرين إلى تغييرات جذرية بفعل الثورة التكنولوجية التي عرفها العالم، أفرز ذلك تحولا عميقا في الممارسات الإعلامية وطريقة استهلاك الجمهور للمحتوى الصحفي. وقد ساهم هذا التطور التكنولوجي في فرض تحولات هائلة في العملية الاتصالية، إذ نحى بتلك العملية نحو التفاعلية والفورية والمشاركة الفاعلة للجمهور في إنتاج المحتوى<sup>1</sup>.

فبعد أن كانت الجريدة والتلفزيون والإذاعة ولفترة طويلة من الزمن هي الوسائط الاتصالية الأكثر تأثيرا ومتابعة من طرف الجمهور العربي، جاء الإنترنت في نهاية القرن العشرين وأوائل القرن الحالي ليفرض واقعا جديدا، مصحوبا بثورة هائلة في نظم الاتصالات الرقمية. وقد خلصت دراسات كثيرة إلى أن الإنترنت بات واحدا من أهم الإنجازات التي وصل إليها الإنسان في مجال الاتصالات، وانعكس هذا التطور بطبيعة الحال على الصحافة كمفهوم ووظيفة<sup>2</sup>.

وكما انعكس الإنترنت على مجموعة من المجالات، كان للصحافة نصيب من هذا الانعكاس، حيث تحولت مجموعة من المؤسسات الإعلامية الغربية والعربية إلى الاستثمار في الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكة الإنترنت للعمل الصحفي، وهكذا كانت صحيفة "سان جوزيه ميركوري" الأمريكية أول مطبوعة حول العالم تطلق موقعها الإلكتروني على الإنترنت. أما على مستوى العالم العربي، فقد كانت البداية عبر إصدار جرائد ورقية مثل النهار والشرق الأوسط لنسخها الإلكترونية، تلاها إطلاق صحيفة إيلاف الإلكترونية كأول تجربة إلكترونية عربية خالصة. ثم بعد ذلك

<sup>1</sup> كمال حميدو، الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة، مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٨.

<sup>2</sup> خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح (الجزيرة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠١٦).

<sup>3</sup> محمد الأمين موسى، اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والنماذج، مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٧.

<sup>4</sup> نفس المصدر.

<sup>5</sup> Alistair Reid. «Beyond websites: How AJ+ is innovating in digital storytelling.» Journalism. Co 17 (2015).

- كيف توازن الجزيرة بلس عربي بين عنصري الإبهار البصري في عرض القصص الإخبارية الرقمية ومعايير ضبط الجودة الصحفية؟

حققت إنجازات مهمة وباتت إحدى أهم ناشري المحتوى على موقعي فيسبوك وتويتر. واستطاعت الوصول لشرائح جديدة من الجمهور الشاب المتواجد على منصات التواصل الاجتماعي، حيث لم تفلح وسائل الإعلام التقليدية بقولها الكلاسيكية في إقناع هذا الجمهور بمتابعتها واستهلاك منتجها الإعلامي<sup>6</sup>.

## الدراسات السابقة:

الإعلام العربي في مواجهة تحديات الرقمنة تناولت مجموعة من الدراسات والأبحاث موضوع الصحافة الرقمية في الوطن العربي، مسلطة الضوء على خصائصها والتحديات المهنية والأخلاقية التي تواجهها أمام التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات وتقلبات مزاج الجمهور ومتطلباته. وبمراجعة الأدبيات المتعلقة بالإعلام العربي وكذلك تاريخ وسائل الإعلام العربية والاتصال الجماهيري منذ بداية ظهورها في منتصف القرن الثامن عشر، نجد أن الإعلام العربي قد تطور عبر أربع مراحل: التحكم والنهوض والاحتواء والإغراق<sup>7</sup>.

تندرج الصحافة الرقمية في مرحلة الإغراق، وهي المرحلة التي تنوعت فيها روافد المحتوى الصحفي وتعددت أشكاله ما وضع المستهلك (القارئ والمشاهد) أمام تخمة من المعروض الصحفي. ويتجلى التحدي الذي تواجهه المنصات الرقمية الجديدة في اختيار المحتوى المناسب لكل قارئ وتقديمه في قالب الصحفي الذي يروق له ويلفت انتباهه.

في هذا الإطار، توصل الباحث كمال حميدو في دراسته حول "الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة" إلى أن هناك شبه قطيعة بين الجيل الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية. دراسة حميدو التي اعتمد فيها على منهجيتين، تتمثل الأولى في مقابلات نوعية مع نشطاء على مواقع التواصل

تناقش هذه الورقة مسألة السرد القصصي الرقمي للأخبار (Digital Storytelling) باعتبارها إحدى الأشكال الصحفية الجديدة التي أنتجت الثورة الرقمية، من خلال التطرق للرهانات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية العربية، في استثمار الإمكانيات الجديدة التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي. وليكون البحث أكثر إجرائية، سنسلط الضوء على حالة منصة "AJ+ عربي" من خلال البحث في مدى استفادة هذه المنصة من تكنولوجيا المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي في عرض القصص الإخبارية الرقمية، ودراسة مدى نجاح هذه المنصة في الانتقال من القوالب التقليدية إلى الأشكال الصحفية الجديدة للصحافة الرقمية.

يسعى البحث إلى استكشاف أسلوب منصة "AJ+ عربي" في استخدام تقنية السرد الرقمي للأخبار كواحدة من أولى المنصات الرقمية في العالم العربي وأكثرها انتشاراً، وتقصي مدى نجاح المنصة في استقطاب فئات جديدة من الجمهور غير مقبلة على استهلاك القوالب الصحفية التقليدية.

## الأسئلة البحثية:

- ما المعايير المهنية التي تعتمدها منصة الجزيرة بلس عربي في اختيار القصص الإخبارية وعرضها عبر تقنية السرد الرقمي للأخبار؟

<sup>6</sup> Jank Roettgers. "How Al Jazeera's AJ+ Became One of the Biggest Video Publishers on Facebook." (2015).

<sup>7</sup> خالد الجابر، مشهد الإعلام في العالم العربي في «الإعلام العربي في عالم مضطرب»، (الدوحة: بدون ناشر، 2013)، ص 10.



الاجتماعية، ومساهماتها في كسر احتكار المؤسسات للمعلومة، ذلك أن هذه الوسائل الجديدة مهدت لعملية ديمقراطية الوصول للمعلومات ومشاركتها على نطاق واسع دون تدخل طرف ثالث لفرض الرقابة. إن شبكات التواصل الاجتماعي من منظور اليحياوي أضحت "وسيطاً لا مندوحة عنه حقاً، ليس فقط كونها خلّصت الفرد من تراتبية وهرمية وأبويّة أدوات التواصل التقليدية، ولكن أيضاً لأنها ثوت خلف انبعاث عالم افتراضي، بات الأفراد والجماعات والتنظيمات من بين ظهرانيه فاعلين مباشرين، بمستطاعهم إبداء آرائهم وتصوراتهم عن وفي القضايا الإشكالية الكبرى التي ترهن حاضرهم أو من شأنها التأثير في مستقبلهم" <sup>11</sup>.

ويعتقد اليحياوي أن الإعلام الجديد أو الرقمي لم يسهم فقط في ظهور فرع جديد من الإعلام قوامه التفاعلية والأنية وتقاسم المعلومة على نطاق واسع، وإنما في لعب أدوار بارزة في ظهور أنماط جديدة من التنظيم والحراك الاجتماعي خارج رقابة السلطة، ويقدم مثالا على ذلك بالدور الذي اضطلعت بها الميديا الاجتماعية والإعلام الرقمي في سياق الثورات العربية وقدرته على الحشد والتعبئة، بشكل لا مثيل له ولم يسبق لوسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية أن قامت به <sup>12</sup>.

إن هذه الأدوار الوظيفية للإعلام الرقمي التي تعززت ببيروز التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي تستدعي البحث والاستقصاء حول كيفية استهلاك الجمهور للمنتوج الإعلامي على هذه المنصات ومتطلباته وما يفرضه ذلك على المؤسسات الإعلامية عبر العالم. في تقريره السنوي حول الإعلام الرقمي لسنة 2016، أظهر معهد رويترز أن هناك ميلا شديدا للجمهور نحو استهلاك الفيديو الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي، بفعل الانتشار الواسع

الاجتماعي، والثانية في قراءة تحليلية لتقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، خلصت إلى أن "التلفزيون الذي كان يحظى بأكثر أوقات الاستهلاك الإعلامي قبل ظهور الإنترنت والوسائط التكنولوجية الذكية، لم يعد يلقى الإقبال عند الشباب العربي" <sup>8</sup>.

من جانبه، تعرض جمال زرن في دراسته حول "الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاتة" إلى الرهانات التي فرضها صعود الإعلام الجديد على المؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث خلص إلى أن المؤسسات الصحافية في جميع أنحاء العالم تتعرض لاضطرابات غير مسبوقة في نماذج العمل مع الصعود المتواصل لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أن الهجرة والانتقال في قراءة الأخبار إلى الهواتف الذكية وتزايد الإعلانات على شبكة الإنترنت "باتت حقيقة تقنية واقتصادية ومجتمعية، كما أن القصص الإخبارية للمؤسسات الصحافية أمست تحظى بمتابعة أكثر دقة عند نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي" <sup>9</sup>.

وفي بحثه حول الدور المتنامي للإعلام الجديد الذي يعتمد على التقنيات الرقمية، وصف الباحث عبد الله الزين الحيدري المنصات الرقمية الجديدة بـ"المصانع الجديدة للرأي العام"، ويعتبر الحيدري أن "دخول فاعلين جُدد إلى ساحة المجال العمومي الميدياتيكي غير كثيرًا من هندسة هذا المجال وحوّل آليات الفعل الميدياتيكي إلى قدرة عامة يُمسك بدفتها الأفراد الاجتماعيون العاديون" <sup>10</sup>.

على هذا النحو، تتناول دراسة يحيى اليحياوي حول "الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والديمقراطية"، الأدوار الوظيفية للمنصات

<sup>8</sup> كمال حميدو، مرجع سابق.

<sup>9</sup> جمال زرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاتة، مركز الجزيرة للدراسات، 2017.

<sup>10</sup> عبد الله الزين الحيدري، الميديا الاجتماعية: المصانع الجديدة للرأي العام، مركز الجزيرة للدراسات، 2017.

<sup>11</sup> يحيى اليحياوي، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والديمقراطية، مركز الجزيرة للدراسات، 2016.

<sup>12</sup> اليحياوي، يحيى، نفس المصدر.

التأثير، مثار جدل كبير بين الباحثين، بين من يرى فيها نموذجا لثورة إعلامية غير مسبوقه ومن ينظر إليها كأداة من أدوات السياسة الخارجية القطرية.

ومهما اختلفت وجهات النظر إزاء هذه القناة، فإن الجزيرة تعتبر اليوم من أكبر القنوات الإخبارية في الوطن العربي<sup>16</sup>. وتشير معظم الدراسات التي أجريت حول الجزيرة إلى أنها تمثل نقطة تحول مهمة في العالم العربي، إذ إنها تتيح للمواطنين العرب التعبير عن آرائهم بحرية كاملة، وكذا المشاركة في أي حوار سياسي وفكري تبثه القناة<sup>17</sup>. ووفقا للعديد من استطلاعات الرأي التي أجريت في إطار العديد من الدراسات، تحتل الجزيرة المرتبة الأولى كأكثر القنوات الفضائية العربية شعبية لدى المشاهد العربي<sup>18</sup>. وتوصف أحيانا بأنها النسخة العربية من سي أن أن الأمريكية ويطلق عليها "سي أن أن العربية"<sup>19</sup>.

تم افتتاح القناة بشكل رسمي في شهر نوفمبر من العام 1996، في العاصمة القطرية الدوحة، كأول قناة فضائية عربية، ويبلغ عدد مشاهدي القناة حوالي 40 مليون شخص، ويبلغ حجم تمويلها 500 مليون ريال قطري تقدمها الحكومة القطرية، بالإضافة إلى حصولها على تمويل من الحكومة اعتمدت الجزيرة على إيرادات الإعلانات والمشاهدات<sup>20</sup>.

تعتبر قناة الجزيرة اليوم أكبر قناة إخبارية في الوطن العربي، فإذا ما حاولنا أن نقرأ ظاهرة الجزيرة ببعض الترويح والموضوعية، فلا بد أن تكون تلك القراءة قائمة على أساس المبدأ القائل بأنه لكل ظاهرة في الكون ظروف تنشأ من خلالها تلك الظاهرة. لقد لعبت الجزيرة دورا بارزا في

للهواتف الذكية ذات الجودة العالية في الصورة<sup>13</sup>.

وإن كان هناك ميل لدى جمهور هذه الفضائيات للمحتويات الترفيهية مع نمو شركات للعروض الترفيهية مثل (نت فليكس وأمازون)، فإن التقرير رصد هجرة لا يستهان بها للأخبار التي تبث عبر التلفزيون، وتعويضها بمقاطع الفيديو الفورية التي تبث على فيسبوك وتويتر، كمصادر جديدة للحصول على الأخبار والتقارير والمعلومات الضرورية، ما يشكل انعطافا جديدة في طريقة الاستهلاك للمحتويات الصحفية<sup>14</sup>.

تتجلى الميزة الخاصة لهذه الفيديوهات في قدرتها على رواية قصص صحفية عبر السرد الرقمي البصري في وقت وجيز وخلق التفاعل والمشاركة من طرف الجمهور، ومع ذلك فلا تزال هذه الفيديوهات وهذا النمط الجديد في الأخبار يثير النقاش بين من يرى أنه أسلوب مفيد في رواية الأخبار وتقديمها للجمهور في عصر السرعة، وبين من ينظر إليها كأدوات جديدة تساهم في تسطيح الأحداث بدل التعميق في فهم خلفياتها كما كان عليه الوضع مع الإعلام التقليدي<sup>15</sup>.

## الجزيرة كظاهرة إعلامية:

إن الحديث عن منصة "الجزيرة بلس عربي" التي تبقى محور بحثنا، يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن المؤسسة الأم، شبكة الجزيرة الإعلامية. ولطالما كانت هذه التجربة الإعلامية العربية المنشأ وعالمية

<sup>13</sup> Newman, Nic, and D. A. Levy. "Reuters digital news report 2016." (2016). 2015).

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> مرعي، منتصر. ديانا لاريا، إنتاج الفيديو للمنصات الرقمية، (الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠١٥).

<sup>16</sup> خالد عبد الرحيم السيد، الإعلام العربي في عالم مضطرب (الدوحة: البنسولا للنشر، ٢٠١٣).

<sup>17</sup> Miles, Hugh. Al-Jazeera: The inside story of the Arab news channel that is challenging the West. Grove Press, 2006.

<sup>18</sup> Darwish, Ali. "Translating the news reframing constructed realities." Translation Watch Quarterly 2, no. 1 (2006): 52-77.

<sup>19</sup> خالد عبد الرحيم السيد، مرجع سابق.

<sup>20</sup> Mohammed El-Nawawy , and Adel Iskandar. Al-jazeera: The Story Of The Network That Is Rattling Governments And Redefining Modern Journalism Updated With. Basic Books, 2008.

للعالم العربي“ إلى أن هذه الشبكة حافظت على ذلك التوازن الدقيق من أجل التوفيق بين مسعاها في التعبير عن الآمال الديمقراطية للشعوب وانتهاج سياسة لينة اتجاه قطر، وهي الدولة الممولة والمضيفة للشبكة<sup>25</sup>.

بمراجعة الأدبيات التي كتبت عن الجزيرة، فإن قسما كبيرا من الباحثين وجهوا الكثير من النقد للجزيرة بوصفها ظاهرة إعلامية، إذ ترى الباحثة الإيطالية دوناتيللا ديلا راتا (2005) أن أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية لطالما نظرت للجزيرة كأداة للدعاية وعاملا سياسيا أكثر من كونها مجرد وسيلة إعلامية، لكنها توقفت من جانب آخر عند الدور الذي لعبته الجزيرة في تجاه الرأي العام العربي ومساهمتها في تغيير علاقة الإعلام العربي بالجمهور الذي سئم من متابعة وسائل الإعلام الحكومية<sup>26</sup>.

في دراسة بعنوان “الجزيرة: الشبكة الفضائية العربية وصناعة الأخبار العالمية”، تستكشف الباحثة الألمانية سونيا ليندينبرغ (2006) الإشكالات التي تحف بتغطية الجزيرة وتثير جدلا مستمرا، متتبعة بالبحث والتحليل مسار الجزيرة وقدرتها على احتلال الصدارة في وقت قياسي بفضل تميز تغطيتها الإخبارية وجرأتها في التطرق إلى قضايا وموضوعات لم يكن مسموحا التطرق لها في السابق<sup>27</sup>. على نفس المنوال، سلطت دراسة هيو مايل (2006) الصادرة بعنوان “الجزيرة القصة الحقيقية لقناة الأخبار العربية التي تتحدى الغرب“ الضوء على قصة نجاح الجزيرة، وبينما أجمعت مختلف الدراسات التي تناولت الدراسة على توجيه الاتهام للجزيرة من حيث مصدر تمويلها، فإن مايل يعتبر أن من عوامل نجاح القناة تلقيها تمويلا مضمونا ومستمرا من واحدة

الحراك الديناميكي غير المسبوق الذي شهدته منطقة الشرق الأوسط، وأصبح من النادر أن يفوت أي مشاهد الأخبار والتحليلات التي تبثها الجزيرة<sup>21</sup>.

خرجت قناة الجزيرة عن إطار القنوات الأخرى لتمثل صورة إعلام متميز وتخطب المجتمع بمختلف شرائحه. فهي تستوعب أصحاب الفكر وأصحاب التجربة والمعتزين بفصاحة لغتهم وأصحاب التطلعات الإعلامية الهادفة بخلاف القنوات العربية الأخرى التي “تزدحم برامجها بألوان من المرح والأنس وتخطب جمهورها بلغة عامية محدودة الانتشار“<sup>22</sup>.

في كتابهما “الجزيرة: قصة الشبكة التي تهز الحكومات وتعيد تعريف الصحافة الحديثة“، يقدم محمد النواوي وعادل اسكندر قصة نشأة الجزيرة ومراحل تطورها، وتوصل الباحثان بعد استقراء المحطات الفارقة في تاريخ الجزيرة، أن القناة تبوأ صدارة المشهد الإعلامي العربي وبدأت تمارس نفوذا متزايدا وتأثيرا ملحوظا في تشكيل الوعي والخطابات العامة في بيئة سياسية استبدادية ومحكومة بأنظمة شمولية<sup>23</sup>.

ويتوقف مفيد الزايدي (2003) عند الجزيرة باعتبارها كاسرا للمحرمات في الفضاء الإعلامي العربي، حيث برزت مع نظيرتها لتطرح الخطاب الديمقراطي أمام المشاهد العربي بجرأة وصراحة<sup>24</sup>. في نفس السياق، قامت الباحثة ألفة لموم بدراسة معمقة وتحليل محكم للسياسات التحريرية للجزيرة توصلت فيه إلى أن الشبكة تعبر عن كل من الآمال الديمقراطية للشعب العربي واستيائه وعدائه تجاه كافة أشكال الإمبريالية، ليس هذا فحسب، بل إن لموم توصلت في دراستها باللغة الفرنسية تحت عنوان “الجزيرة: مرآة متمردة وغامضة

<sup>21</sup> عبد الرحيم السيد، مرجع سابق.

<sup>22</sup> محمد جربوع، وسارة أبو زلام، قناة الجزيرة المطلوب رقم واحد (سوريا: دار النداء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢).

<sup>23</sup> El-Nawawy, Mohammed, and Adel Iskander. Al-Jazeera: How the free Arab news network scooped the world and changed the Middle East. Basic Books (AZ), 2002.

<sup>24</sup> الزيدي، مفيد، قناة الجزيرة: كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي (بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر، ٢٠٠٣).

<sup>25</sup> Lamloum, Olfa. Al-Jazira: miroir rebelle et ambigu du monde arabe. La Découverte, 2004.

<sup>26</sup> Della Ratta, Donatella. Al Jazeera: Media e società arabe nel nuovo millennio. Pearson Italia Spa, 2005.

<sup>27</sup> Lindenberg, Sonja. Al-Jazeera: der arabische Satellitensender und das internationale Nachrichtengeschäft. Vdm Verlag Dr. Müller, 2006.

## الإطار النظري للبحث:

يستند البحث في معالجته للإشكالية والأسئلة البحثية، على عدة أطر نظرية، ساهمت بشكل ما في تفسير الظواهر الاتصالية في عصر التواصل الجماهيري وفهم آليات ووظائف وسائل الإعلام. تبرز نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام (Social Responsibility Theory)، باعتبارها أحد أشهر نظريات الاتصال الجماهيري التي أثبتت جدارتها في تحليل الأداء المهني لوسائل الإعلام باعتبارها سلطة رابعة تحاسب وتراقب السلطات الأخرى وتوفر للجمهور مساحة للحرية للتعبير عن آراءهم وأفكارهم بعيدا عن رقابة الحكومات والأنظمة السياسية<sup>31</sup>. ظهرت النظرية لأول مرة في تقرير للجنة حرية الصحافة بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1949، وتقوم على ممارسة صحفية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، كان ظهورها كمشاهدة لتصحيح الوضعية التي خلفتها النظرية الليبرالية القائمة على حرية الإعلام. ذلك أنه ومع التطور في تكنولوجيا الاتصال وسيطرة فلسفة اقتصاد السوق نتج عنه تركيز أدوات القوة الثقافية في أيدي من يملكون وسائل الإنتاج، وهذا معناه إقصاء آراء الأقليات من سوق الثقافة<sup>32</sup>.

تقترح نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، نظاما إعلاميا قائما على الولوج المفتوح للجميع، وعليه تصبح وسائل الإعلام محكومة بميثاق أخلاقي يصوغه المجتمع ويسمح بالتعبير عن الآراء بحرية ومسؤولية مع استبعاد كل ما يمكن أن يكون تهديدا للمصلحة العامة وحقوق الفرد.

إن ظهور هذه النظرية هو بمثابة محاولة للتخفيف من عبء الملكية الخاصة لوسائل الإعلام ومراقبة أدوات

من أكثر دول العالم ثراء، وقد جعلها ذلك بحسب الباحث قادرة على توفير تغطيات متميزة لمختلف الأحداث والمحطات التي مر بها العالم العربي<sup>28</sup>.

وفي علاقة الجزيرة بدولة قطر، يتناول محمد أبو الرب (2010) دور هذه القناة في بناء مكانة إقليمية ودولية للدوحة، يفوق حجمها السياسي؛ عبر تغطيتها المثيرة للجدل للأحداث في منطقة الشرق الأوسط. لجا الباحث إلى منهجيات متعددة كدراسة الحالة والشواهد وتحليل الخطاب لتحليل مدى توافق خطابي الجزيرة والدبلوماسية القطرية، ليتوصل الباحث إلى مجموعة من الخلاصات، أهمها: أن سياسة الجزيرة تتوافق بنويها مع السياسة القطرية ضمن المشروع التحديثي لقطر، كما بينت الدراسة أن دبلوماسية القناة تسير في تكامل مع دبلوماسية الدولة المضيفة<sup>29</sup>.

وفي سياق دراسة العلاقة بين الجزيرة وقطر، تطرقت الباحثة الفرنسية كلير غبريال طالون (2011) في دراستها بعنوان "الجزيرة وحرية التعبير في مملكة البترول" إلى الجدل الذي رافق إطلاق القناة في قطر، والتشكيك في مدى قدرة الشبكة على النجاح في دولة نفطية، ومع ذلك تقول الباحثة فإن الجزيرة سرعان ما تحولت إلى مصدر أول للأخبار، حتى بالنسبة إلى منافستها من القنوات الغربية<sup>30</sup>.

وبينما تبقى الأبحاث والدراسات التي تناولت الجزيرة بشكل عام متوفرة بمختلف اللغات وقد رصدنا جزءا مهما منها فيما سبق، فإن الأبحاث التي تطرقت بالبحث والتحليل لمنصة الجزيرة بلس عربي تبقى شبه منعدمة. ترمي هذه الورقة إلى تقديم مساهمة أكاديمية تسلط الضوء على هذه التجربة الوليدة، مستقصية خصوصيتها ونقاط قوتها وإخفاها معا.

<sup>28</sup> Miles, Hugh. Al-Jazeera: The inside story of the Arab news channel that is challenging the West. Grove Press, 2006.

<sup>29</sup> أبو الرب، محمد، الجزيرة وقطر: خطابات السياسة وسياسات الخطاب (القدس: دار أبوغوش للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).

<sup>30</sup> Talon, Claire-Gabrielle. Al Jazeera: liberté d'expression et pétromonarchie. Presses Universitaires de France-PUF, 2011.

<sup>31</sup> Peterson Siebert, and S. Peterson. «T. & Schramm, Four Theories of the Press.» Urbana: University of Illinois Press. 1956

<sup>32</sup> Denis McQuail. McQuail's mass communication theory. Sage publications, 2010.

إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا به”<sup>37</sup>.

ومع ذلك، فقد حافظت النظرية على مكانتها ضمن اهتمامات الباحثين في التواصل وسيولوجيا الأخبار، كونها ساعدت- ولا تزال- في فهم كيفية تحديد وسائل الإعلام لاهتمامات الجمهور، وذلك عبر تركيز التغطية الإخبارية على قضايا معينة، حيث إنه مع مرور الوقت تصبح هذه القضايا شأنا عاما يحظى باهتمام الرأي العام<sup>38</sup>. وينفق نيمو (Nimmo, 1970) مع هذا الرأي، حينما يؤكد أن ”وسائل الإعلام تساعد على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي تختلف بشأنها وجهات النظر وتصلح للنقاش الجماهيري“<sup>39</sup>.

يعتمد البحث كذلك على نظرية الإطارات الإعلامية أو التأطير (Framing) في مقاربة الإشكالية. وحسب هذه النظرية فإن التأطير يشمل اختيار جوانب معينة وجعلها أكثر بروزا في المادة الإعلامية المقدمة للجمهور؛ أي اختيار جوانب معينة من الحدث وإبرازها في النص المكتوب- أو في المادة المرئية أو الصوتية بناء على الوسيلة الإعلامية- وذلك للترويج لمفهوم ما أو مشكلة ما أو تفسير سببي أو حكم أخلاقي أو للحث على القيام بعمل ما<sup>40</sup>.

تنطلق النظرية من افتراضات مفادها أن عملية إبراز إطار معين يمكن أن تتم عن طريق التكرار أو خلق رابط بينه وبين موضوع مهم لدى المتلقي؛ وبالتالي إعطائه أهمية على حساب الموضوعات الأخرى، كما أن الإطار يحدد الطريقة التي سيفهم

الإنتاج الثقافي. ويعتقد رواد هذه النظرية أن من بين الوسائل لتحقيق الخدمة المجتمعية المرغوب فيها من طرف وسائل الإعلام، هي تقوية الاحترافية والمهنية لدى الصحفيين وكل المساهمين في الإعلام، والنتيجة ستكون نشر محتوى صحفي مهني جاد ومتوازن<sup>33</sup>.

يستند هذا البحث في جانب منه، على نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-Setting Theory)، باعتبارها أحد الأطر النظرية المستخدمة بشكل واسع في سيولوجيا الأخبار، وتساعد على فهم كيفية تحديد وسائل الإعلام اهتمامات الجمهور؛ عبر تركيز التغطية الصحفية على قضايا معينة، ذلك أنه مع مرور الوقت تصبح هذه القضايا شأنا عاما يحظى باهتمام الرأي العام<sup>34</sup>.

برزت نظرية ”ترتيب الأولويات Agenda-Setting التي تعود أصولها النظرية الأولى إلى ما توصل إليه الصحفي الأمريكي والتر ليبمان (Lippman) سنة 1922، بخصوص ما زعم أنه دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث“<sup>35</sup>.

وعلى الرغم من الأهمية الفائقة للنظرية آنذاك، فإنها فقدت نسبيا قيمتها العلمية بمجرد توارى السياق التاريخي الذي نشأت فيه والمتمثل في الحربين العالميتين الأولى والثانية، حيث برزت بشكل كبير الدعاية والاستقطاب السياسي والإعلامي<sup>36</sup>. لكنه وبعد أربعين عاما من ظهور النظرية، أعاد الباحث برنارد كوهين (Cohen)، إحياء وجهة نظر ليبمان حيث زعم أن وسائل الإعلام ”لا تنجح دائما في

<sup>33</sup> Stanley J Baran, and Dennis K. Davis. Mass communication theory: Foundations, ferment, and future. Cengage Learning, 2011.

<sup>34</sup> Maxwell McCombs. “A look at agenda-setting: Past, present and future.” Journalism studies 6, no. 4 (2005): 543-557.

<sup>35</sup> Walter Lippmann. Public opinion. Routledge, 2017.

<sup>36</sup> Rogers, Everett M., James W. Dearing, and Dorine Bregman. “The anatomy of agenda-setting research.” Journal of communication 43, no. 2 (1993): 68-84.

<sup>37</sup> Cohen, Bernard C. “The press and foreign policy.” Princeton, NJ: Princeton University Press. Cohen, J. (1988) Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences (1963).

<sup>38</sup> Carroll, Craig E., and Maxwell McCombs. “Agenda-setting effects of business news on the public’s images and opinions about major corporations.” Corporate reputation review 6, no. 1 (2003): 36-46.

<sup>39</sup> Nimmo, Dan. “The Political Persuaders; The Techniques of Modern Election Campaigns.” (1970).

<sup>40</sup> Entman, Robert M. “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.” Journal of communication 43, no. 4 (1993): 51-58.

يعتبر من المناهج البحثية الأكثر استعمالاً في الدراسات الإعلامية، حيث إن ما يميز طريقة تحليل المضمون عن القراءة العادية، مثلاً، هو ضرورة تناول الكمي للمضمون **The Requirement of the quantification**، وبالتالي فإنه من أكثر المناهج التي تتيح البحث بشكل موضوعي، أي أن يتحرر الباحث من القوالب النمطية والأحكام المسبقة، ويساعد هذا المنهج في حل المعضلات التي يطرحها البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية فيما يتعلق بعنصري الصدق **Validity** والثبات **Reliability** <sup>45</sup>.

يرتكز تحليل المضمون كأحد المناهج الشائعة الاستخدام في الدراسات والأبحاث الإعلامية منذ الأربعينيات من القرن الماضي على "مجموعة من الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" <sup>46</sup>.

وقد أعطيت العديد من التعريفات لمنهج تحليل المحتوى، نورد من بينها ما قدمه ويبر **Weber** حيث يعرف تحليل المحتوى باعتباره "منهجاً بحثياً يستخدم مجموعة من الإجراءات للحصول على استنتاجات صحيحة من النص" <sup>47</sup>. ولا يختلف ذلك كثيراً عن التعريف الذي قدمه **Berger**، إذ ينظر إلى تحليل المضمون على أنه بمثابة أسلوب بحث يستند إلى قياس مقدار شيء ما (العنف، التصوير السلبي للمرأة، أو أياً كان) في عينة تمثيلية من بعض أشكال النصوص الأدبية أو غيرها المنتشرة بوساطة وسيلة إعلامية ما" <sup>48</sup>. ويعطي **Neuman** تعريفاً أكثر إجرائية لمنهج تحليل المضمون، حيث يقدمه

بها الناس هذا الموضوع، ويتذكرونه <sup>41</sup>. إن التأطير في مضمونه يوجه انتباه الجمهور إلى جوانب مختارة من الموضوع، في مقابل ذلك يقوم بإخفاء أو غرض الطرف عن جوانب أخرى، مما يجعل الجمهور يتفاعل بطريقة معينة مع الموضوع <sup>42</sup>.

تعد نظرية "تحليل الإطار الإعلامي-Framing" واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية "تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا" <sup>43</sup>.

تبدو هذه النظرية مشابهة لما ذكرناه سالفاً بخصوص ترتيب الأولويات، غير أن الفرق الجوهرية هو أن التأطير الإعلامي ينطلق من افتراض أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي بحسب غامسون (**Gamson**) (1989) هو "تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة" <sup>44</sup>.

## الإطار المنهجي للدراسة:

يعتمد هذا البحث منهج تحليل المضمون كمي، الذي

<sup>41</sup> ibid

<sup>42</sup> Entman, Robert M. "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm." *Journal of communication* 43, no. 4 (1993): 51-58.

<sup>43</sup> حسن السيد مكاري، السيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٢)، ص ٣٤٨.

<sup>44</sup> Gamson, William A. "News as framing: Comments on Graber." *American behavioral scientist* 33, no. 2 (1989): 157-161.

<sup>45</sup> Berger, Charles R. "Processing quantitative data about risk and threat in news reports." *Journal of Communication* 48, no. 3 (1998): 87-106.

<sup>46</sup> نسرين حسونة، تحليل المضمون: مفهومه، محدداته، استخداماته (دار الألوكة للنشر، ٢٠١٤)، ص ٣.

<sup>47</sup> Robert Philip Weber, *Basic content analysis*. No. 49. Sage, 1990.p 9.

<sup>48</sup> Ibid. P 20.

وتتجلى أهمية تحليل المضمون في البحوث الإعلامية في قدرته على: (أ) وصف خصائص مكونات مضمون الرسالة، (ب) فهم منتجي المضمون وخصائصهم وأهدافهم، (ج) فهم جماهير ومستهلكي المضمون وخصائصهم، (د) التنبؤ بآثار المضامين على الجماهير<sup>53</sup>. وسيساعد منهج تحليل المضمون الكمي الباحث في إطار هذه الدراسة على ما يلي: (أ) تقديم رؤية وصفية للمشكلة البحثية، (ب) المساعدة في اختبار الفرضيات، (ج) تسهيل الحصول على الاستنتاجات<sup>54</sup>.

بالإضافة إلى تحليل المضمون، سيعتمد الباحث في هذا البحث على منهجية المقابلة المعمقة باعتبارها إحدى أدوات البحوث الكمية، وتعتبر من الوسائل والأساليب شائعة الاستعمال في البحوث الميدانية لأنها تحقق أكثر من غرض في نفس الباحث<sup>55</sup>، وهي واحدة من أكثر الأدوات فعالية في الحصول على البيانات والمعلومات الضرورية، إذ يتطلب الأمر من الباحث أن يسعى إلى الحصول على ثقة المبحوث وتعاونيه ومن ثم يعد مخططا مفصلا للمقابلة تتضمن الأسئلة<sup>56</sup>.

وتعتبر المقابلة حجر الزاوية الميدانية للوصول إلى الحقائق التي يمكن كشفها دون التعمق في فهم نفسية المبحوث واتجاهه وسلوكه والاطلاع على ظروفه وبيئته والعوامل والقوى التي تؤثر فيه وعلى طبيعة حياته النفسية والقيمية والمثالية<sup>57</sup>.

يعتبر Kvale أن المقابلة عبارة عن "مناقشة هدفها جمع المعطيات عن العالم المحيط بالمستجوب"<sup>58</sup>،

باعتباره "تقنية لجمع وتحليل مضمون النص، ويشير "المضمون" إلى الكلمات أو المعاني أو الصور أو الرموز أو الأفكار أو الموضوعات أو أي رسالة يمكن توصيلها. أما "النص" فهو أي شيء مكتوب أو مرئي أو منطوق يعمل كوسيط للتواصل<sup>49</sup>.

ولا يقتصر استخدام منهج تحليل المضمون على الإعلام والاتصال، بل يمتد ليشمل مجالات العلوم القانونية والسياسية، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، وعلوم التربية، والآداب<sup>50</sup>. وفي مجال الدراسات الإعلامية، يوفر منهج تحليل المضمون للباحث مجموعة من تقنيات التحليل للمادة الإعلامية، وهو "ليس أداة، وإنما جملة من الأدوات. أو بتعبير أدق، إنه أداة متميزة بتنوع كبير في أشكالها، وقابلة للتكيف مع مجالات عديدة ذات طبيعة إعلامية ويمكن من دراسة مضامين المواقف والآراء والحوارات، وتحليل مضامين الصحف والجرائد والمجلات، أو رصد مختلف مضامين ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال، من: إذاعة، وتلفزة، وفضائيات، وكتب، ومسرح، وسينما، وإشهار"<sup>51</sup>.

ويبقى تحليل المضمون أيضا أسلوبا بحثيا مفيدا، يستخدم في علوم الإعلام الخاصة بغية وصف المحتوى الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، باستخدام آليات مختلفة لدراسة خلفيات صاحب الرسالة والمقاصد المتوخاة منها، وملاحظة تداول الكلمات وتكرارها، ورصد نسبة تواردها وترددتها، وكيفية استخدامه للرموز والصور، اعتمادا على الإحصاء والتحليل الكمي<sup>52</sup>.

<sup>49</sup> Lawrence W Neuman, and Karen Robson. "Basics of social research: Qualitative and quantitative approaches." Power 48 (2007): 48.P 272-273

<sup>50</sup> جميل حمداوي، تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق، (دار الألوكة للنشر، ٢٠١٧).

<sup>51</sup> نفس المصدر، ص ٢٧.

<sup>52</sup> لؤي عبد الفتاح، حمزاوي زين العابدین، تحليل المضمون على مستوى النظرية والتطبيق، (دار الألوكة للنشر، ٢٠١٠)، ص ٢٧-٢٨.

<sup>53</sup> Berlson, Bernard. "Content analysis." Handbook of Social Psychology 1 (1952).

<sup>54</sup> Neundorf, Kimberly. "The content analysis guidebook." Thousands Oaks: Sage (2002).

<sup>55</sup> المغربي، كامل، أساليب البحث العلمي، دار العلم للمساافة والنشر، ٢٠٠٢، ص ١٧٦.

<sup>56</sup> المزاهرة، منال هلال، مناهج البحث الإعلامي (عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر، ٢٠١٤)، ص ٢٣٣.

<sup>57</sup> المزاهرة، منال هلال، نفس المرجع، ص ٢٣٣.

<sup>58</sup> Kvale, S. (1996). InterViews: An introduction to qualitative research interviewing. Thousand Oaks, CA: Sage. P 174.

مع المستجوب والاستعانة بها أثناء المقابلة، وتسمح هذه التقنية للباحث "من التأكد بشكل معمق من أن المقابلة تسير في الطريق الصحيح وتتجه للإجابة عن أسئلة البحث وتحقيق أهدافه"<sup>65</sup>. بحسب Dörnyei فإن المقابلة الكيفية الناجحة تتميز بسمتين بارزتين: (أ) تسير بشكل تدفقي (It flows naturally)، (ب) غنية بالتفاصيل. ولتحقيق ذلك فإن الباحث مطالب بفهم أنه ذاهب لمقابلة المستجوب للاستماع وليس للتحدث فقط<sup>66</sup>.

## مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف المجتمع الأصلي للبحث بأنه الجماعة التي يهتم بها الباحث ويريد أن يخلص بها إلى نتائج قابلة إلى حد معين للتعميم عليها، وفي دراستنا هذه تشكل منصة الجزيرة بلس عربي (AJ+) التابعة لشبكة الجزيرة الإعلامية مجتمع الدراسة.

وبخصوص عينة تحليل المضمون، لجأ الباحث إلى أسلوب العينات غير الاحتمالية، ويقضي باختيار عينة من القصص الإخبارية الرقمية بشكل غير عشوائي ولا تتم وفقا للأسس الاحتمالية المختلفة وإنما تمت وفقا لأسس وتقديرات اجتهد فيها الباحث وفقا للفترة الزمنية المتاحة للزمالة، ومحدودية الفترة المتاحة لذلك، وهكذا حصر الباحث عينة الدراسة في جميع الفيديوهات التي بثتها منصة الجزيرة بلس عربي في الفترة ما بين 1 إلى 31 ديسمبر 2017، وبلغ عددها 41 قصة رقمية.

وعلى نفس المنوال يعرف Schostak المقابلة في مجال العلوم الاجتماعية باعتبارها "مناقشة مطولة بين شخصين تهدف إلى الوصول إلى معلومات معمقة حول موضوع معين"<sup>59</sup>.

أظهرت الدراسات أن هناك مجموعة من الأنماط في المقابلات يمكن اللجوء إليها في حفل العلوم الاجتماعية<sup>60</sup>. غير أن الأكثر شيوعا هما 4 أنماط فقط. الأول، المقابلة المهيكلة، ميزتها الرئيسية أنها تنظم تعتمد موضوع محدد مسبقا بأسئلة مباشرة، تتطلب جوابا مباشرا في الغالب يكون بنعم أو لا، ولا يسمح هذا النوع من المقابلات للقائم بالمقابلة ولا المستجوب بالحرية الكاملة<sup>61</sup>.

أما النوع الثاني من المقابلات، فهو المقابلة غير المهيكلة، وهي عبارة عن مناقشة بين شخصين من خلال طرح أسئلة مفتوحة، ويوفر ذلك للمستجوب حرية ومرونة أكبر على عكس المقابلة المهيكلة<sup>62</sup>. أما النوع الثالث، فهي المقابلة شبه المهيكلة ويمكن اعتبارها النمط الأكثر مرونة من المقابلة المهيكلة وتسمح للباحث بالتعمق من خلال منح الفرصة للباحث لتأكيد وتوسيع أجوبة المستجوب<sup>63</sup>. أما النوع الرابع من المقابلات، فهو مجموعات التركيز، وهي "تقنية للاستجواب يتم فيها اختيار المشاركين في النقاش لعلاقتهم المباشرة بموضوع النقاش، ولا يجب بالضرورة أن تكون هذه المجموعة ممثلة، الأهم أن تكون مرتبطة بالموضوع"<sup>64</sup>.

سيتم بحثنا على النمط الثالث من المقابلات وهي المقابلة شبه المهيكلة، ويوصي Berg الباحثين بإعداد قائمة بالمحاور والأسئلة وأهداف المقابلة قبل اللقاء

<sup>59</sup> Schostak, John. "The interview in the project context." Interviewing and representation in qualitative research (2006): 9-25. P 54.

<sup>60</sup> Marshall, Catherine, and Gretchen B. Rossman. "Data collection methods." Designing qualitative research (2006): 97-150.

<sup>61</sup> Berg, Bruce L. "A dramaturgical look at interviewing." Qualitative research methods for the social sciences 6 (2007).

<sup>62</sup> Gubrium, Jaber F., and James A. Holstein, eds. Handbook of interview research: Context and method. Sage, 2002.

<sup>63</sup> Herbert J Rubin., and Irene S. Rubin. Qualitative interviewing: The art of hearing data. Sage, 2011. P 88.

<sup>64</sup> Gubrium, Jaber F., and James A. Holstein, eds. Handbook of interview research: Context and method. Sage, 2002.

<sup>65</sup> Berg, Bruce L. "A dramaturgical look at interviewing." Qualitative research methods for the social sciences 6 (2007).

<sup>66</sup> Dörnyei, Zoltan. "Research methods in applied linguistics." (2007).



## أدوات البحث:

من أجل تحقيق أهداف البحث والإجابة عن الإشكاليات المطروحة في المقدمة، صمم الباحث استمارة للترميز coding sheet تضمنت أسئلة مغلقة questions closed-ended تتيح اختيارات في الإجابة، وتكمن ميزة الأسئلة المغلقة في تسهيل مهمة البحث في قياس المتغيرات والحصول على معطيات دالة تجيب عن الإشكالية البحثية<sup>67</sup>.

وتضمنت استمارة الترميز أسئلة تتعلق بكل من المدة الزمنية للقصص الإخبارية، العناوين، المصادر المدرجة في القصة الصحفية، الوسائط المتعددة المعتمدة في بناء القصة (مقاطع فيديو، مقاطع صوتية، غرافيكس، صور مركبة..)، بالإضافة إلى أسئلة تتعلق بالمحتوى الذي ينتجه رواد مواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة اللغة الصحفية المستخدمة في بناء القصص الإخبارية الرقمية.

كما اعتمد الباحث على استمارتين للأسئلة تم استثمارها في المقابلات التي أجريت في إطار هذا البحث، وتضمنت كلتا الاستمارتين أسئلة مفتوحة open-ended questions وجهت للمبحوثين بغرض الحصول على إجابات مفصلة تساعد في تفسير نتائج تحليل المضمون وتقديم إجابات لبعض جوانب الإشكالية البحثية<sup>68</sup>.

وبخصوص المقابلات، لجأ الباحث إلى عينة قصدية غرضية Sample Purposive، وهي أسلوب من الاختيار غير العشوائي للعينات، حيث يقوم الباحث باختيارها طبقاً للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، ويتم اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث.

وشملت المقابلات:

- مدير القطاع الرقمي في شبكة الجزيرة الإعلامية.
- مدير الأنبيات في منصة الجزيرة بلس عربي.

## حدود الدراسة:

يبقى هذا البحث محدوداً ولا يمكن تعميم نتائجه، للأسباب التالية:

- 1- انحصرت الدراسة على حالة الجزيرة بلس عربي باعتبارها أحد أهم المنصات الإخبارية الرقمية في الوطن العربي.
- 2- عينة الدراسة تم اختيارها بطريقة قصدية وانحصرت على شهر واحد. وبحسب أصول البحث في مجال التواصل فإنه يصعب تعميم نتائج البحث في حالة العينة غير العشوائية.
- 3- لم تسلط الدراسة الضوء على تجارب مقارنة سواء في العالم العربي أو خارجه، لاستكشاف المعالم الرئيسية للسرد الرقمي للأخبار عربياً واكتشاف الفروق الأساسية بين منصة الجزيرة بلس عربي ومنصات أخرى.

<sup>67</sup> Roger D Wimmer, and Joseph R. Dominick. Mass media research. Cengage learning, 2013.p 194.

<sup>68</sup> Ibid

## النتائج وتفسيرها:

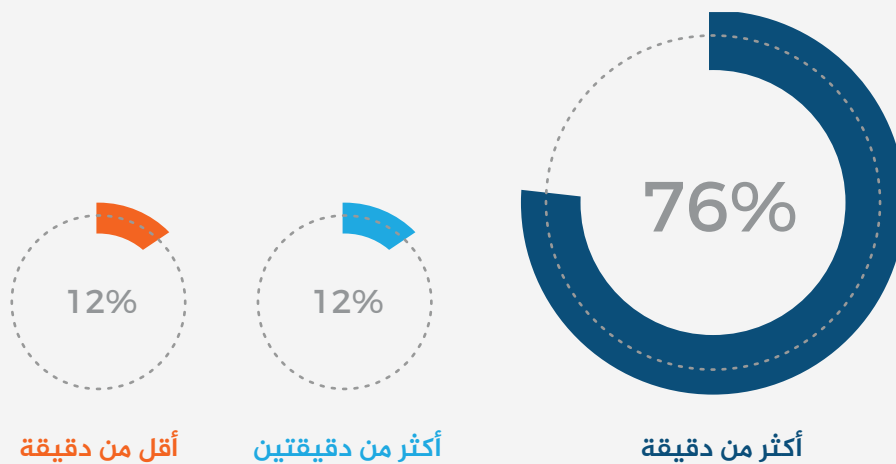
التي شملها التحليل (كانت مدتها دقيقة أو أكثر وأقل من دقيقتين) ويمكن إرجاع ذلك إلى سعي المنصة بمراعاة طبيعة جمهورها على منصات التواصل الاجتماعي، الذي يفضل المحتويات متعددة الوسائط والقصيرة من حيث مدتها الزمنية<sup>69</sup>.

وانحصرت القصص التي تتجاوز مدتها الزمنية أكثر من دقيقتين على 12 في المئة من حجم العينة، فيما بقيت نسبة 12 في المئة المتبقية من نصيب الفيديوهات التي لم تصل مدتها الزمنية إلى دقيقة.

بعد جمع البيانات والتأكد من صلاحيتها للتحليل، استخدم الباحث من أجل المعالجة الإحصائية واستخلاص النتائج البرنامج الإحصائي المتخصص في البحوث الكمية SPSS، حيث استخرجت المتوسطات الحسابية والتكرار النسبي للإجابات، قصد صياغة أجوبة للمشكلة البحثية والإشكالات المتفرعة عنها.

أظهر تحليل العينة أن منصة الجزيرة بلس عربي تعتمد بشكل بارز على قصص إخبارية قصيرة نوعا ما، حيث إن 76 في المئة من القصص الإخبارية

رسم بياني: توزيع المدة الزمنية للقصص الإخبارية



ومن حيث طبيعة موضوع القصص الصحفية، فقد بين تحليل العينة استحواذ الموضوعات السياسية على اهتمام منصة "الجزيرة بلس عربي"، إذ كانت نسبة 70.7 في المئة كلها قصصا تتناول الموضوعات السياسية، أي

<sup>69</sup> للمزيد عن خصائص الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن مراجعة الدراسة التالية:

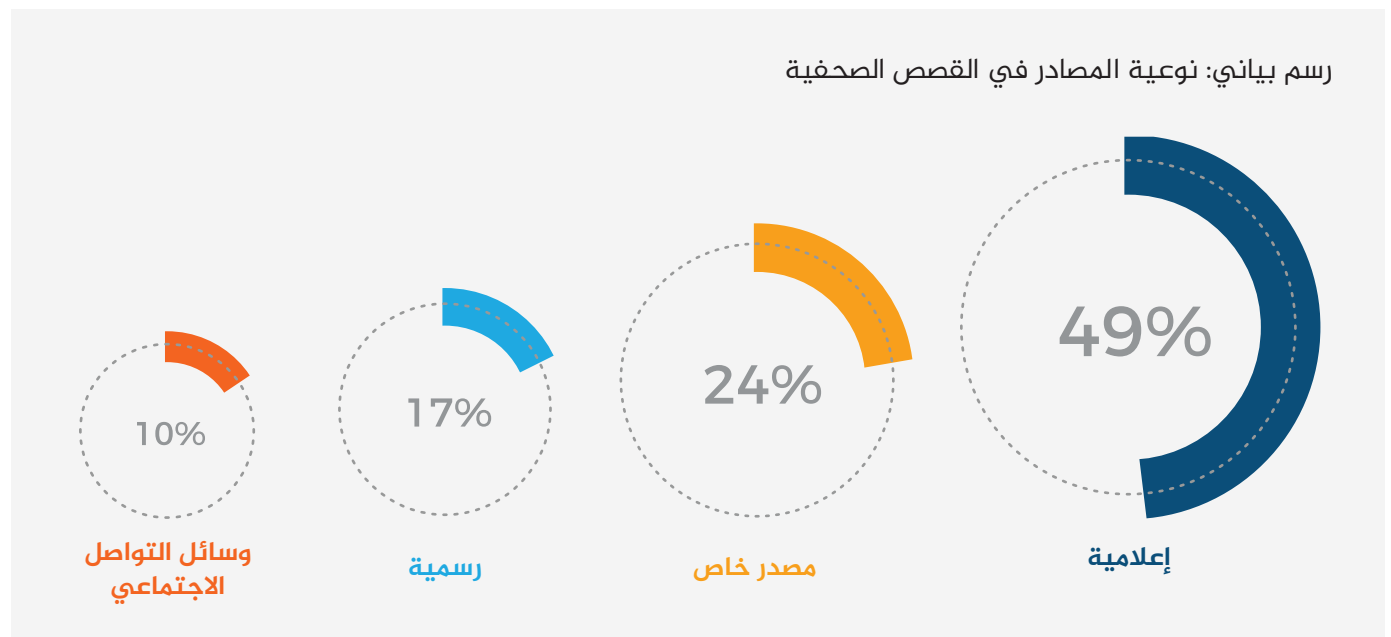
Andrew Lipsman , Graham Mudd, Mike Rich, and Sean Bruich. "The power of "like": How brands reach (and influence) fans through social-media marketing." Journal of Advertising research 52, no. 1 (2012): 40-52.

بأكثر من نصف العينة. وحل في المرتبة الثانية ضمن اهتمامات المنصة، الموضوعات الاجتماعية بنسبة 19.5 في المئة، فيما لم تتجاوز نسبة الموضوعات الاقتصادية نسبة 5 في المئة، ونفس النسبة آلت للموضوعات الثقافية.

موضوع القصة	التكرار العددي للاحتتمالات	التكرار النسبي للإجابات
سياسي	29	70.7
اجتماعي	8	19.5
اقتصادي	2	4.9
ثقافي	2	4.9

وتفسيرا لهذا الاهتمام بالقضايا السياسية من طرف المنصة رغم الطابع الترفيهي للمحتوى المنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، يقول ابراهيم عرب المدير التنفيذي للأنبيات بمنصة الجزيرة بلس عربي إن "مقولة أن الشباب العربي غير مهتم بالقضايا السياسية غير دقيقة وغير علمية ولا توجد أبحاث علمية تبرهن على ذلك، هل هناك مسح أو استطلاع، لا أحد يعلم. ولكن من خلال تجربتنا في الجزيرة بلس عربي، فإن القصص التي تثير التفاعل وتجلب مشاهدات ومشاركات عالية أكثر هي القصص السياسية"<sup>70</sup>.

وبخصوص توزيع المصادر في القصص الصحفية، أظهر تحليل العينة أن منصة الجزيرة بلس عربي تعتمد بشكل كبير على المصادر الإعلامية في بناء القصص الإخبارية الرقمية، حيث استحوذت المصادر الإعلامية على نسبة 48.8 في المئة من مجموع المصادر الأخرى، تليها المصادر الخاصة بالمنصة بنسبة 24.4 في المئة، ثم في المرتبة الثالثة المصادر الرسمية بنسبة 17.1 في المئة، ثم مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الرابعة بـ 9.8 في المئة.



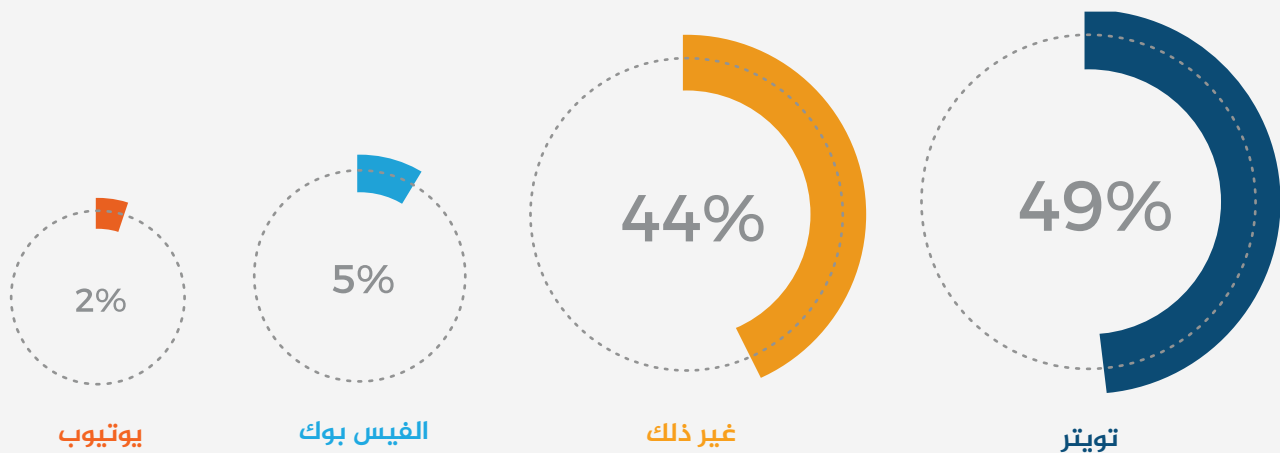
<sup>69</sup> إبراهيم عرب، المدير التنفيذي للأنبيات في الجزيرة بلس عربي، مقابلة بحثية (الذخيرة: 18 أبريل 2018)

وفيما يخص طبيعة المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها المنصة، بين التحليل أن 43.9 في المئة من المصادر الإعلامية هي من الفضائيات، تليها وكالات الأنباء بنسبة 24.4 في المئة، ثم الصحف العالمية والإذاعات بنسبة 2.4 في المئة لكل منهما.

Valid Percent	التكرار العددي للاحتتمالات	نماذج للمصادر
43.9	18	فضائيات
24.4	10	وكالات أنباء
2.4	1	صحف عالمية
2.4	1	إذاعات

وكما هو مبين سابقا، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تبرز كمصادر للمعلومات والمعطيات التي تستند عليها منصة الجزيرة بلس عربي لبناء قصصها الإخبارية، وقد بين التحليل أن موقع التدوين المصغر "تويتر" يأتي في طليعة المواقع الاجتماعية التي تعتمد عليها المنصة بنسبة 48.8 في المئة، حيث تكرر تويتر كمصدر للمعلومات في 20 قصة صحفية من أصل مجموع العينة (41 قصة صحفية). وحل فيسبوك في المرتبة الثانية بنسبة 4.9 في المئة، متبوعا بيوتيوب بنسبة 2.4 في المئة.

رسم بياني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القصص الصحفية



ولأن السياسة التحريرية لمنصة "الجزيرة بلس عربي" قائمة على إنتاج محتوى تفاعلي موجه لجمهور مواقع التواصل الاجتماعي<sup>71</sup>. بل إن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي من منظور مدخل الاستعمالات والإشباع<sup>72</sup>، يميل إلى إشباع حاجاته التواصلية التي تسمح بكثير من النفاذية والتشاركية لم تكن متاحة في وسائل الإعلام التقليدية<sup>73</sup>. فقد اهتم الباحث بقياس مدى اعتماد القصص الإخبارية التي تبثها المنصة على محتوى رواد مواقع التواصل الاجتماعي (User Generated Content). وبين التحليل أن 58.5 من القصص أدرجت المحتوى الذي ينتجه رواد مواقع التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن تعليقات على الأحداث، صور، مقاطع فيديو، وشكاوى.

ولأن منصة الجزيرة بلس عربي تنظر إلى جمهورها على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار<sup>74</sup>. فإن البحث بين بشكل واضح اللجوء المكثف للمنصة في استخدام محتوى رواد مواقع التواصل الاجتماعي في بناء القصص الرقمية.

وأضاف عرب أن هذه السياسة التحريرية تجاه محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، تمليه غايتين، الأولى أن هذه المنصات تحولت لمكتب صحفي لمجموعة من الشخصيات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو إعلامية، تنشر فيها أخبارها وتعليقاتها على الأحداث، وبالتالي تحولت إلى مصدر لا غنى عنه للصحفي.

أما الغاية الثانية بحسب عرب فتتمثل في عرض وجهات نظر مجتمع ما حول قضية يوجد فيها تباين بين فئاته، وبالتالي يكون من المفيد عرض تغريدة مؤيدة لهذا الاتجاه وتغريدة أخرى في الاتجاه المعاكس، وذلك يسعف الصحفي في تحقيق التوازن وتعدد الأصوات داخل القصة الصحفية الواحدة.

من جانبه، يرى أنس فودة المدير التنفيذي للقطاع الرقمي في شبكة الجزيرة الإعلامية أن "هذه المنصة تخاطب جمهور من الشباب، بدأ ينتقل من مرحلة الصمت إلى مرحلة المشاركة والتفاعل مع محيطه السياسي تجسد ذلك في ثورات الربيع العربي، وبالتالي من الضروري أخذ رأيه وإبرازه"<sup>75</sup>.

هل اعتمدت القصة ما ينتجه رواد مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار النسبي للإجابات	التكرار العددي للاحتتمالات
نعم	58.5	24
لا	41.5	17

تكتسي المصادر أهمية بالغة في بناء قصة صحفية مهنية متوازنة، وهو ما ينعكس في المحصلة على مصداقية القصة الصحفية والوسيلة الإعلامية التي تبثها أو تنشرها<sup>76</sup>. من هذا المنطلق ركز البحث على مسألة تعدد المصادر في القصص الصحفية، موضوع العينة كواحدة من أدوات قياس مدى مهنتها واحترافيتها. وقد أظهر

<sup>71</sup> نفس المصدر.

<sup>72</sup> تنطلق نظرية الاستخدامات والإشباع التي صاغها هيرتا هيرزوغ من فكرة أن الجماهير ليست مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري كما هو الحال في نظرية الدعاية (التأثير القوي لوسائل الإعلام)، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية.

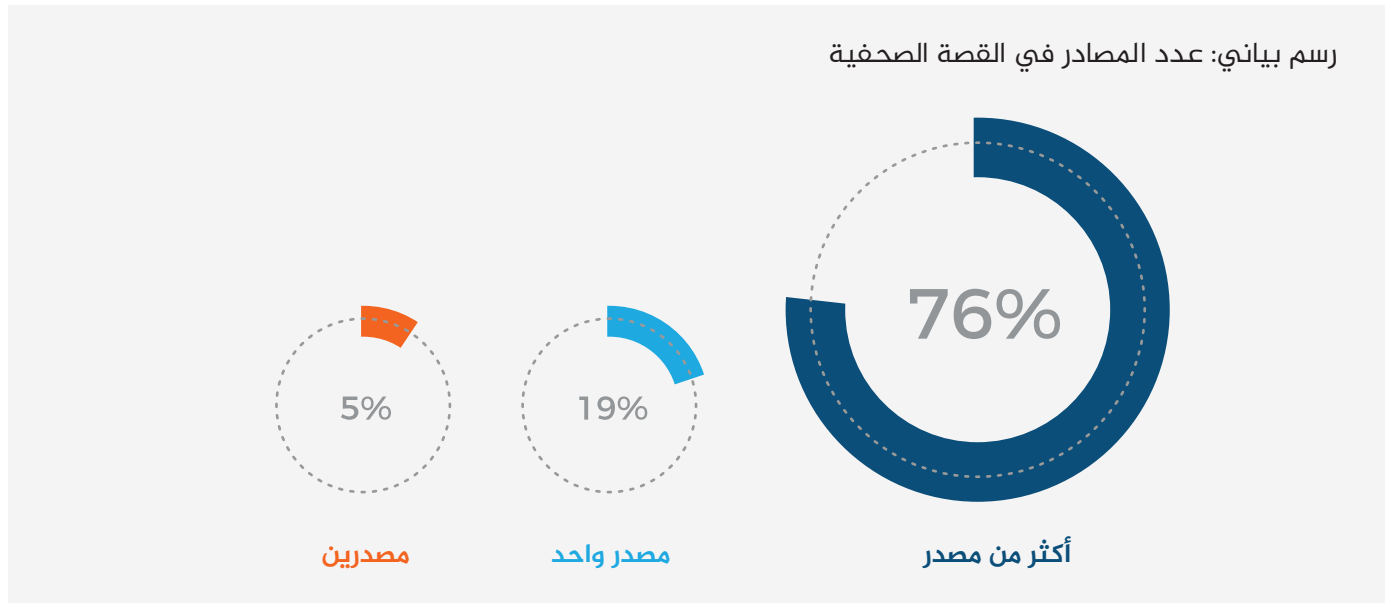
<sup>73</sup> Anabel Quan-Haase, and Alyson L. Young. «Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging.» Bulletin of Science, Technology & Society30, no. 5 (2010): 350-361.

<sup>74</sup> إبراهيم عرب، مقابلة سابقة.

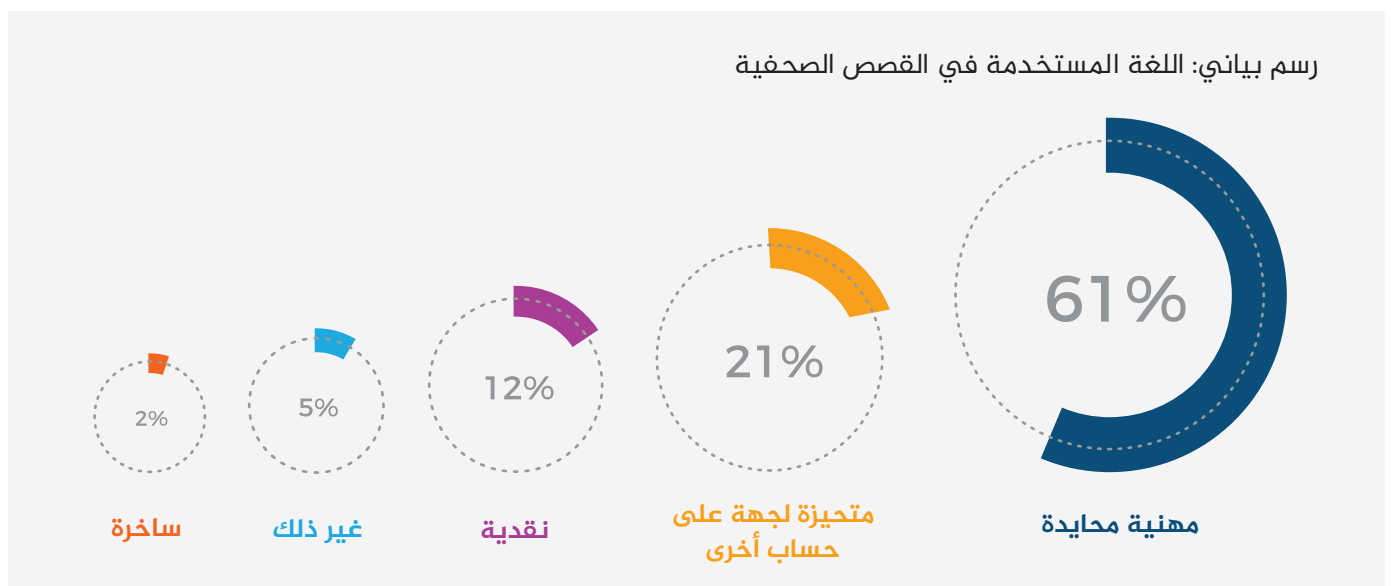
<sup>75</sup> أنس فودة، مدير القطاع الرقمي، مقابلة بحثية (الدوحة: ٢٤ أبريل ٢٠١٨).

<sup>76</sup> Bob Franklin, and Matt Carlson, eds. Journalists, sources, and credibility: New perspectives. Routledge, 2010.

التحليل أن 76 في المئة من القصص اعتمدت على أكثر من مصدر، فيما اعتمدت 19 في المئة على مصدرين، بينما تم بناء 5 في المئة من العينة على مصدر واحد. وعكست النتائج نوعا ما الفلسفة التحريرية للجزيرة بلس عربي حيث "لا تعتمد على مصدر واحد، لا بد على الأقل مصدرين، نحرص على إجراء المقابلات، كل معايير العمل الصحفي التقليدي نقوم بها ولكن الشكل الذي قدم فيه المحتوى الصحفي هو المختلف"<sup>77</sup>.



وقد أظهر التحليل أن سياسة الجزيرة بلس عربي فيما يخص المصادر انعكست بشكل كبير على اللغة التي صيغت بها القصص الإخبارية، حيث إن 61 في المئة من العينة كانت لغتها الصحفية "مهنية محايدة"، بحيث لاحظ الباحث أن الرأي والرأي الآخر كان حاضرا في القصص وغابت فيها وجهة نظر الجزيرة بلس عربي " إذ يكتفي بعرض وجهة نظر طرفي أو أطراف القصة. وعلى الرغم من ذلك، فإن 21 في المئة من القصص كانت متحيزة لطرف على حساب آخر، وانشصر ذلك على الموضوعات الاجتماعية التي كانت عبارة عن قصص إنسانية أو تجارب نجاح، حيث عرضت فيها المنصة وجهة نظر واحدة. ومن الممكن تفسير ذلك إلى أولوية الشأن السياسي وإعطائه القدر الكبير من الاهتمام، على حساب القضايا ذات البعد الثقافي والاجتماعي، لكنه في الوقت ذاته يعطي مؤشرا على تنميط لمعايير المهنية والحياد بريطها في الجوانب السياسية دون غيرها، وهو ما يقتضي البحث والنقاش والمراجعة.



77 عرب، ابراهيم، المدير التنفيذي للأنباء في الجزيرة بلس عربي، مقابلة بحثية (الدوحة: ١٨ أبريل ٢٠١٨)

أظهر التحليل علاقة قوية بين طبيعة المصادر المعتمدة في القصص الإخبارية واللغة المستخدمة في رواية الخبر بالفيديو، حيث إن 62.5 في المئة من القصص المتحيزة اعتمدت على المصادر الإعلامية، بينما كانت نسبة القصص المهنية المحايدة المعتمدة على المصادر الإعلامية في حدود 36 في المئة، وقد يثير ذلك سؤالاً بشأن ميل المصادر الإعلامية إلى تغليب رواية على أخرى، بما يجافي مبدأ الحياد.

ويبدو أن اعتماد الجزيرة بلس عربي المكثف على المصادر الإعلامية قد انعكس على حياد القصص الإخبارية، بالرغم من أن واحداً من صانعي القرار التحريري قابلناه في إطار هذا البحث أكد أن الخط التحريري للجزيرة بلس عربي مهني وحيادي ويبقى ضمن التوجه الرئيسي لمؤسسة الجزيرة "لا أحد يجبرنا على قصص معينة، نحرص على وجود الرأي الآخر في القصة، وتعتمد مسألة مصداقية قصص الجزيرة بلس على مصادرها، لا أضع في القصة حكمي أنا صحفي أو كمنصة، والمشاهد ذكي بما يكفي ليحكم"<sup>78</sup>.

أما المصادر الرسمية فكان لها تأثير لا بأس به في طبيعة اللغة المستخدمة في القصة الصحفية، فقد كانت 24 في المئة من هذه القصص التي اعتمدت المصادر الرسمية محايدة ومهنية، بينما كان نصيبها من القصص المتحيزة نسبة 12.5 في المئة.

جدول: العلاقة بين المصادر واللغة المستخدمة في القصص الصحفية

المجموع	وسائل التواصل الاجتماعي	إعلامية	خاصة	رسمية	جاءت اللغة المستخدمة في معالجة القصة الصحفية
100.0%	16.0%	36.0%	24.0%	24.0%	مهنية محايدة
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	نقدية
100.0%	0.0%	62.5%	25.0%	12.5%	متحيزة لجهة على حساب أخرى
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	ساخرة
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	غير ذلك

وكما هو الحال بالنسبة للمصادر، فإن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة موضوع القصص الصحفية واللغة الصحفية التي صيغت بها. إذ بين تحليل البيانات أن 76 في المئة من القصص السياسية كانت لغتها محايدة ومهنية، ويعكس ذلك نجاحاً للمنصة في عرض وجهات نظر المرتبطين بالقصة رغم حساسية القضايا السياسية التي تعيشها المنطقة. فعلى سبيل المثال، رصد الباحث حرصاً من طرف المنصة على عرض وجهات نظر طرفي الصراع في الأزمة الخليجية الحالية، بالرغم من أن دولة قطر تستضيف وتمول هذه المنصة.

<sup>78</sup> عرب، إبراهيم، المدير التنفيذي للأنباء في الجزيرة بلس عربي، مقابلة بحثية (النوحة: ١٨ أبريل ٢٠١٨)

جدول: العلاقة بين موضوع القصة الصحفية واللغة المستخدمة

المجموع	ثقافي	اجتماعي	اقتصادي	سياسي	جاءت اللغة المستخدمة في معالجة القصة الصحفية
100.0%	8.0%	12.0%	4.0%	76.0%	مهنية محايدة
100.0%	0.0%	0.0%	20.0%	80.0%	نقدية
100.0%	0.0%	37.5%	0.0%	62.5%	متحيزة لجهة على حساب أخرى
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	ساخرة
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	غير ذلك

بين التحليل من جهة أخرى، أن 67 من القصص التي استخدمت مقاطع الفيديو كأدوات لرواية الخبر كانت موضوعاتها سياسية، متنوعة بالقضايا الاجتماعية بنسبة 28 في المئة. أما القصص التي استخدم فيها الجرافيكس فكانت نسبة كبيرة منها (85.7 في المئة) عبارة عن قصص سياسية، في حين استعمل الجرافيكس لرواية 14.3 في المئة من القصص الثقافية.

جدول: العلاقة بين موضوع القصة والوسائط المعتدة في رواية الخبر

المجموع	ثقافي	اجتماعي	اقتصادي	سياسي	هل اعتمد التقرير في رواية القصة على
100.0%	3.2%	22.6%	6.5%	67.7%	مقاطع فيديو
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	مقاطع صوتية
100.0%	14.3%	0.0%	0.0%	85.7%	جرافيكس
100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	صور مركبة



فلا تخلو قصة من القصص الإخبارية للجزيرة بلس من تغريده أو تدوينه. وقد يؤشر ذلك بصورة أو بأخرى إلى قناعة تكونت لدى المنصة بضرورة البحث عن أساليب جديدة للتفاعلية تكون قادرة على المحافظة على تحفيز الجمهور على المشاركة وإشعاره بأن رأيه مهم ومؤثر.

أثبتت الدراسة كذلك أن مقولة "المضامين الترفيهية هي المادة الأكثر استهلاكاً في منصات التواصل الاجتماعي" وتلقى قبولا لدى فئة الشباب، قد لا تكون صحيحة بشكل كامل، إذ أن تجربة الجزيرة بلس عربي بينت كيف أن المضامين السياسية إن قدمت في شكل صحفي رشيق وتفاعلي قد تكون مادة دسمة للجمهور على منصات التواصل الاجتماعي، ولعل أكبر دليل على ذلك، ما كشفه التحليل من تركيز المنصة على المواضيع السياسية في قصصها. وقد تعطي هذه النتيجة مؤشرات للحاجة إلى دراسات بشأن أولويات الشباب في الوطن العربي فيما يتعلق باستهلاكهم لما يقدمه الإعلام، وكذلك مؤشرات تتعلق بتوجهاتهم فيما يتعلق بالهموم والقضايا التي تحوز على اهتمامهم.

وبينت الدراسة في جوانب أخرى منها، أن منصة الجزيرة بلس تواجه تحديات مهنية فيما يتعلق بالمصادر، عدا عن الاعتماد المفرط على المصادر الإعلامية الذي ينعكس سلباً على حياد وتوازن القصص الإخبارية. كما أن المنصة في حاجة ماسة إلى أدوات تقنية وبشرية لتدقيق المحتويات التي ينتجها رواد مواقع التواصل الاجتماعي في ظل نهج المنصة القائم على الاعتماد على هذه المحتويات في بناء القصص الإخبارية.

وبينما لا تدعي هذه الدراسة تقديم جميع الأجوبة للإشكاليات النظرية والمهنية المرتبطة بالإعلام العربي الرقمي عموماً ومسألة إنتاج الفيديو للمنصات الرقمية والاجتماعية. فإن مزيداً من الأبحاث الأكاديمية الرصينة حول هذا الموضوع تبقى ضرورة ملحة، لعل ذلك يساعد في سد هذه الفجوة البحثية وإغناء المكتبة العربية.

تقدم الجزيرة بلس عربي نموذجاً لتجربة فريدة للإعلام الرقمي في الوطن العربي، ذلك أن المنصة التي لم يمر سوى مدة قصيرة على تأسيسها من طرف شبكة الجزيرة الإعلامية، نجحت في الوصول إلى جمهور جديد على منصات التواصل الاجتماعي لم يعد مقتنعاً بالأشكال التقليدية للإعلام، وكان عمادها في ذلك تقديم محتوى رقمي رشيق وتفاعلي يستهدف فئة الشباب على المنصات الرقمية.

وبالاستناد إلى المؤشرات الرقمية، فإن الجزيرة بلس عربي نجحت في الوصول إلى جمهور جديد وتقديم لهم محتوى فيديو سهل عليهم فهم المواضيع المعقدة، كما يقدم لهم اختصاراً وتوضيحاً سريعاً لكل المواضيع ويحقق أكثر من هدف فهو يسليهم ويخبرهم ويعلمهم في نفس الوقت<sup>79</sup>.

وإن غيرت الجزيرة بلس عربي في الأشكال والقوالب التي تقدم فيها المحتوى الصحفي لجمهورها على منصات التواصل الاجتماعي، فإنها حافظت بصورة معقولة على أسس ومبادئ الإعلام المهني والمحترف. وقد بين تحليل المضمون الذي أجريناه على عينة من القصص الرقمية الإخبارية التي بثتها المنصة حرصها على الاستناد على أكثر من مصدر في القصة الرقمية الواحدة والسماح لوجهات النظر المختلفة للتعبير عن نفسها، لكن نسبة ملفتة تتعلق بالقضايا ذات البعد الاجتماعي غاب عنها الحياد، وغابت وجهة نظر على حساب الأخرى، مما يشير إلى الحاجة إلى مراجعة التوجهات المتعلقة بالقضايا غير السياسية على صعيد ضرورة وفائها بالمعايير التي جرى تطبيقها على القضايا السياسية.

ولأن التفاعلية والمشاركة هي العمود الفقري للمنصات الاجتماعية، فقد تبنت الجزيرة بلس عربي أسلوباً فريداً في إشراك الجمهور في بناء القصص الرقمية، وحولتهم إلى مصادر لا غنى عنها للأخبار والتعليقات.

## قائمة المصادر والمراجع:

### باللغة العربية:

- حميدو، كمال، الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة، مركز الجزيرة للدراسات، 2018
- غازي، خالد محمد، الصحافة الإلكترونية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح (الجيزة: وكالة الصحافة العربية، 2016)
- موسى، محمد الأمين، اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والنماذج، مركز الجزيرة للدراسات، 2017
- الجابر، خالد، مشهد الإعلام في العالم العربي في "الإعلام العربي في عالم مضطرب"، (الدوحة: بدون ناشر، 2013)، ص 15.
- رزن، جمال، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، 2017
- الحيدري، عبد الله الزين، الميديا الاجتماعية: المصانع الجديدة للرأي العام، مركز الجزيرة للدراسات، 2017.
- الحيواوي، يحيى، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والدمقرطة، مركز الجزيرة للدراسات، 2015.
- مرعي، منتصر. ديانا لاريا، إنتاج الفيديو للمنصات الرقمية، (الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، 2015).
- جربوع، محمد. أبوزلام، سارة، قناة الجزيرة المطلوب رقم واحد (سوريا: دار النداء للنشر والتوزيع، 2002).
- الزبيدي، مفيد، قناة الجزيرة: كسر المحرمات في
- الفضاء الإعلامي العربي (بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر، 2003).
- أبو الرب، محمد، الجزيرة وقطر: خطابات السياسة وسياسات الخطاب (القدس: دار أبوغوش للنشر والتوزيع، 2010).
- مكاوي، حسن. السيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2012)، ص 348.
- حسونة، نسرين، تحليل المضمون: مفهومه، محدداته، استخداماته (دار الألوكة للنشر، 2014)، ص 3.
- المغربي، كامل، أساليب البحث العلمي، دار العلم للثقافة والنشر، 2002، ص 176.
- المزاهرة، منال هلال، مناهج البحث الإعلامي (عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر، 2014)، ص 233.
- حمداي، جميل، تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق، دار الألوكة للنشر، 2017.
- عبد الفتاح، لؤي. حمزاوي زين العابدين، تحليل المضمون على مستوى النظرية والتطبيق، دار الألوكة للنشر، 2010، ص 27-28.

### باللغات الأجنبية:

Reid, Alistair. "Beyond websites: How AJ+ is innovating in digital storytelling." Journalism. co 17 (2015).

- Miles, Hugh. *Al-Jazeera: The inside story of the Arab news channel that is challenging the West*. Grove Press, 2006.
- Talon, Claire-Gabrielle. *Al Jazeera: liberté d'expression et pétromonarchie*. Presses Universitaires de France-PUF, 2011.
- Siebert, F. Peterson, and S. Peterson. "T. & Schramm, Four Theories of the Press." Urbana: University of Illinois Press. 1956
- McQuail, Denis. *McQuail's mass communication theory*. Sage publications, 2010.
- Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis. *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. Cengage Learning, 2011.
- McCombs, Maxwell. "A look at agenda-setting: Past, present and future." *Journalism studies* 6, no. 4 (2005): 543-557.
- Lippmann, Walter. *Public opinion*. Routledge, 2017.
- Rogers, Everett M., James W. Dearing, and Dorine Bregman. "The anatomy of agenda-setting research." *Journal of communication* 43, no. 2 (1993): 68-84.
- Cohen, Bernard C. "The press and foreign policy." Princeton, NJ: Princeton University Press. Cohen, J. (1988) *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (1963).
- Carroll, Craig E., and Maxwell McCombs. Roettgers, Jank. "How Al Jazeera's AJ+ Became One of the Biggest Video Publishers on Facebook." (2015).
- Newman, Nic, and D. A. Levy. "Reuters digital news report 2016." (2016).
- Miles, Hugh. *Al-Jazeera: The inside story of the Arab news channel that is challenging the West*. Grove Press, 2006.
- Darwish, Ali. "Translating the news re-framing constructed realities." *Translation Watch Quarterly* 2, no. 1 (2006): 52-77.
- El-Nawawy, Mohammed, and Adel Iskandar. *Al-jazeera: The Story Of The Network That Is Rattling Governments And Redefining Modern Journalism Updated With*. Basic Books, 2008.
- El-Nawawy, Mohammed, and Adel Iskander. *Al-Jazeera: How the free Arab news network scooped the world and changed the Middle East*. Basic Books (AZ), 2002.
- Lamloum, Olfa. *Al-Jazira: miroir rebelle et ambigu du monde arabe*. La Découverte, 2004.
- Della Ratta, Donatella. *Al Jazeera: Media e società arabe nel nuovo millennio*. Pearson Italia Spa, 2005.
- Lindenberg, Sonja. *Al-Jazeera: der arabishe Satellitensender und das internationale Nachrichtengeschäft*. Vdm Verlag Dr. Müller, 2006.

Thousand Oaks, CA: Sage. P 174.

Schostak, John. "The interview in the project context." *Interviewing and representation in qualitative research* (2006): 9-25. P 54.

Marshall, Catherine, and Gretchen B. Rossman. "Data collection methods." *Designing qualitative research* (2006): 97-150.

Berg, B. L. (2007). *Qualitative research methods for the social sciences*. London: Pearson.

Gubrium, J. F. & Holstein, J. A. (Eds.). (2002). *Handbook of Interview Research: Context and Method*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Rubin, Herbert J., and Irene S. Rubin. *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. Sage, 2011. P 88.

Barbour, R. & Schostak, J. F. (2005). *Interviewing and Focus Groups*. In: B. Somekh & C. Lewin, (eds.) *Research Methods in the Social Sciences* (pp. 41-48). London: Sage.

Berg, B. L. (2007). *Qualitative research methods for the social sciences*. London: Pearson. P 39.

Dörnyei, Z. (2007). *Research Methods in Applied Linguistics: Quantitative Qualitative, and Mixed Methodologies*. Oxford: Oxford University Press.

"Agenda-setting effects of business news on the public's images and opinions about major corporations." *Corporate reputation review* 6, no. 1 (2003): 36-46.

Nimmo, Dan. "The Political Persuaders; The Techniques of Modern Election Campaigns." (1970).

Entman, Robert M. "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm." *Journal of communication* 43, no. 4 (1993): 51-58.

Gamson, William A. "News as framing: Comments on Graber." *American behavioral scientist* 33, no. 2 (1989): 157-161.

Berger, Charles R. "Processing quantitative data about risk and threat in news reports." *Journal of Communication* 48, no. 3 (1998): 87-106.

Weber, Robert Philip. *Basic content analysis*. No. 49. Sage, 1990. P 20.

Neuman, W. Lawrence, and Karen Robson. "Basics of social research: Qualitative and quantitative approaches." *Power* 48 (2007): 48.P 272-273

Berlson, Bernard. "Content analysis." *Handbook of Social Psychology* 1 (1952).

Neundorf, Kimberly. "The content analysis guidebook." *Thousands Oaks: Sage* (2002).

Kvale, S. (1996). *InterViews: An introduction to qualitative research interviewing*.

Wimmer, Roger D., and Joseph R. Dominick. Mass media research. Cengage learning, 2013.p 194

Lipsman, Andrew, Graham Mudd, Mike Rich, and Sean Bruich. "The power of "like": How brands reach (and influence) fans through social-media marketing." Journal of Advertising research 52, no. 1 (2012): 40-52.

Quan-Haase, Anabel, and Alyson L. Young. "Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging." Bulletin of Science, Technology & Society 30, no. 5 (2010): 350-361.

Franklin, Bob, and Matt Carlson, eds. Journalists, sources, and credibility: New perspectives. Routledge, 2010.











