Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human and Social Sciences

مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

مستقبل التلفزيون العمومي في ظل الميديا الجديدة

قراءة في جدلية التكامل و التنافر

The future of public television in the new media world

الطيب البار
Tayeb Elbar
Aklam-tayeb@hotmail.fr
جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة
University of Elshiekh Elarbi Tbessi - Tebessa

تاريخ الاستلام : 18-10-2018

تاريخ القبول : 28-11-2018

ملخص :

إن العلاقة بين الإعلام التقليدي ممثلاً على الأقل في التلفزيونات العامة وعلاقته بالميديا الجديدة هو حديث عن الإعلام و الاتصال بوصفهما ظواهر اجتماعية و إعلامية، فإذا كان الأمر يتعلق بحديث هل التلفزيون العمومي احتوته الميديا الجديدة لتنهيه أم الخدمة العامة في الإعلام ستظل رهينة وسائل الإعلام التقليدي، وعليه يدفع بنا هذا السياق إلى قراءة سوسيواعلامية كرونولوجية ومدى ارتباط الجمهور بمختلف الوسائل الاتصالية، و الشاهد أن الاعتقاد السائد أن لكل فرد ولكل أمة هوية في استخدامها على الرغم من حضور التكنولوجيا الحديثة في فعل التحديث للقديم، كما أن إشكالية نوعية الأخبار و موضوعيتها و استقلاليتها و مدى خدمتها للصالح العام تثير مسألة هامها وهي من يحتوي الأخر؟

الكلمات المفتاحية: مستقبل، التلفزيون العمومي، الميديا الجديدة، جدلية التكامل، جدلية التنافر.

Abstract:

The relationship between traditional media represented at least on public television and its relationship to the new media.IT is a talk about information and communication as social and media phenomena. If it is a question of whether public television has contained by the new media or the public service in the media will remain hostage to the traditional media, This context leads us to a sociological reading of the chronology and the extent of the public's connection with the various means of communication. The witness believes that every individual and every nation has an identity in their use, despite the presence of modern technology in the modernization act of the old. The quality of news as mechanism and its independence and objectivity of the extent to serve the public interest raises the question of which of the other contain?

key words: Future, public television, new media, dialectic integration, dialectic of dissonance.

مقدمة:

يمثل التلفزيون العمومي رمزاً للإعلام الكلاسيكي لأنه يؤدي وظائف سياسية و اجتماعية و ثقافية بالغة الأهمية، ذلك أن خصخصة الإعلام **privatisation** و نهاية احتكار الدولة له لا تعني بالضرورة التخلّي عن الإعلام العمومي باعتباره مرفقاً عمومياً يمثل إعلاماً موازياً لإعلام تجاري خاضع لمنطق السلعة، و تأتي أهمية التلفزيون العمومي من أنه يؤمن التعددية الفكرية و السياسية في المجال الإعلامي، كما أنه يمثل مجالاً لإدارة النقاش العام في سياق يتّسم بتعاظم المطالبة بالمشاركة السياسية، و يتحمّل التلفزيون العمومي **la télévision public** كذلك مهام إعلامية ذات بعد تربوي و اجتماعي لا يمكن أن ينجزها التلفزيون الخاص نظراً إلى محدودية جدواها الاقتصادية.

أما على المستوى الثقافي فإن التلفزيون العمومي يمثل آلية ضرورية لتأمين الإنتاج السمعي البصري الوطني، و في هذا الإطار نتساءل هل تمثل الميديا الجديدة **nouveau média** بشكل عام و الانترنت بشكل خاص تجاوزاً لهذا التلفزيون العمومي أو مجالاً يجدد من خلاله مكانته و وظائفه؟ و هل تشكّل الميديا الجديدة مجرد وسيلة تكنولوجية يستخدمها التلفزيون العمومي للتعريف بنفسه و ببرامجه مما يجعله مؤسسة مجتمعية تحاول الاستمرار في سياق جديد تبقى غريبة عن قيمه الأصيلة كالتشارك و التفاعلية و التغيّر و التجدد التي يتميز بها هذا الوعاء التكنولوجي الجديد؟ أم هل للشبكة العنكبوتية علاقة عضوية و متينة بعملية تجديد التلفزيون العمومي لنفسه و تعزيزه لمهامه المجتمعية؟ و في هذا الاتجاه نطمح هنا إلى مناقشة هذه الرؤية السائدة التي أفرزت اعتقاداً شائعاً أن إعلاماً جديداً و مختلفاً يهدد إعلاماً قديماً و متآكلاً و يتجاوزه نحو رؤية تبحث عن الآليات التي يستثمرها الإعلام الكلاسيكي لإعادة تجديد نفسه. و من خلال ما تقدم تسعى هذه الإشكالية إلى قراءة العلاقة الجدلية بين إعلام قديم ممثلاً في التلفزيون العمومي، و جديد ممثلاً في الميديا الجديدة، و بناءً على ما تقدّم يمكن طرح السؤال الرئيسي التالي: هل تقوم العلاقة بين التلفزيون العمومي و الميديا الجديدة على التكامل أي علاقة اتصال و تضافر أم علاقة تنافر تحكمها القطيعة و التضاد؟

و من خلال هذا التساؤل الرئيسي سنحاول التطرق للموضوع من خلال العناصر التالية:

- جدلية القديم و الجديد في الإعلام.
- في مفهوم التلفزيون العمومي و الخدمة العمومية.
- بين وظائف التلفزيون العمومي التقليدية و تكنولوجيات الميديا الجديدة.
- التلفزيون العمومي و الحضور على الواب – بين التجديد و إعادة إنتاج القديم.
- الميديا الجديدة في قاعة أخبار التلفزيون العمومي.
- خاتمة استشرافية.

1. جدلية القديم و الجديد في الإعلام:

تمثل الميديا الجديدة بشكل عام مجالاً تتشكل داخله أشكال إعلامية جديدة و ممارسات تواصلية مستحدثة و لذلك يعتبر الخطاب السائد أنها تمثل قطيعة مع الإعلام الكلاسيكي من حيث التكنولوجيا التي توظفها و المضامين التي تنتجها و النماذج التي تحكمها، و إذا كان من البديهي القول بأن الأشكال الإعلامية الجديدة مثل الصحافة الإلكترونية تختلف عن الصحافة المكتوبة الكلاسيكية في مستوى آليات بناء خطابها و علاقتها بالجمهور و وسائطها التقنية، فإن القول بالقطيعة بين الإعلام الكلاسيكي و الميديا الجديدة المنتجة لأسباب إلغاء الأول يحتاج إلى مساءلة نظرية، فالاحتفاء بالميديا الجديدة و الافتتان بوسائطها كاد أن يتحول إلى خطاب تبشير بثورة عارمة تعلى بكل ثقة نهاية الإعلام كلاسيكي[1] (موت التلفزيون العمومي مثلاً).

فهل تقوم العلاقة بين الإعلام الكلاسيكي و الميديا الجديدة على القطيعة التي تحيل على التضاد بين النماذج المخصوصة لهذين "الإعلامين"؟ و بهذا المعنى فإن الميديا الجديدة تمثل إعلاماً بديلاً للإعلام الكلاسيكي، أم أن العلاقة بينهما يحكمها الاتصال و التضافر؟ و بهذا المعنى فإن الإعلام الكلاسيكي لا يمثل التراث الغابر للميديا الجديدة و ماهيتها المرشّح للفناء بل إعلاماً يتغذى بدوره من إمكانات الميديا الجديدة ليعيد تشكّل ذاته غي إطار أفاق رحبة تتيحها له التكنولوجيات الحديثة، و بهذا المعنى يمكن أن نتحدث عن التشابك بين الميديا الجديدة و الإعلام الكلاسيكي من خلال ديناميكيات التأثير و التأثر[2]؟

إن الميديا الجديدة لا تظهر في عالم بلا تجربة تاريخية متراكمة فهي حالة اتصال دائمة بالإعلام القديم "لا تولد الميديا الجديدة من فراغ إذا لا يمكن للإعلام أن يستثمر الإمكانات الجديدة إذا كان منقطعاً عن إرث التجارب التي تنتجها وسائط الإعلام و التعبير و التمثّل القديمة، كما لا تنشأ الميديا الجديدة من رؤوس المهندسين و متخصصي التسويق و البرمجة و الفنانين، بل أنها امتداد لوسائط الإعلام التي سبقتها و لتجاربنا و تجارب الآخرين مع وسائط الإعلام القديمة و الحديثة، كما أن

فهمنا للميديا الجديدة يتشكّل من نظرتنا إلى الإعلام الكلاسيكي إذ نحن ننظر إلى الوسائط الإعلامية الجديدة من المرآة التي تعكس لنا تاريخ الإعلام كما يدعونا لذلك " مارشال ماكلوهان". و من بين الحالات العديدة التي تقارب علاقة الإعلام الكلاسيكي بالميديا الجديدة و المتوفرة في سياقات العالم العربي نجد التلفزيون العمومي باعتباره مؤسسة تمثل بامتياز الإعلام الكلاسيكي من جهة وظائفه كما شرعيته في السياق الثقافي العربي.

بدأ التلفزيون العمومي الذي جمع حوله جمهوراً عريضاً و متنوعاً من المشاهدين لفترة طويلة من الزمن يلعب الدور المنتظر منه، أي كتلفزيون وطني يتوجه إلى الجميع، و يمنح الأفراد المعرفة الضرورية و التحفيز للمشاركة في أنشطة المجتمع كأفراد ملتزمين و مسؤولين، كما أن خصخصة الإعلام و نهاية احتكار الدولة له لا تعني بالضرورة التخلّي عن الإعلام العمومي باعتباره مرفقاً عمومياً يمثل إعلاماً موازياً لإعلام تجاري خاضع لمنطق السلعة[3]، و تأتي أهمية التلفزيون العمومي من أهمية دلالة الخدمة العامة التي تحيل إلى الفضاء العام أو المشترك أي أن المضامين الإعلامية و القيم التي تحملها هذه الخدمة تبدو أكثر وضوحاً.

2. في مفهوم التلفزيون العمومي و الخدمة العمومية:

نشأ التلفزيون العمومي في معظم البلدان انطلاقاً من سيطرة الاعتقاد الراسخ باستحالة الجمع و التوافق بين غايات الخدمة العمومية و غايات أخرى مثل البحث عن تحقيق الربح، و لهذا ظلّت التلفزيونات العمومية تهيمن على الفضاء السمعي المرئي في أغلب البلدان[4] و المجتمعات لفترة طويلة. و علية يمكن الانطلاق من مستويات عدة لتعريف التلفزيوني العمومي، ضمن جهة التمويل يقوم التلفزيون العمومي على تمويل عمومي سواء كان جزئياً أو كلياً و هو عندئذ " ملكية للمجموعة العمومية" و يمكن لهذا التمويل أن يكون في شكل مساهمات للدولة أو ضرائب يدفعها المواطنون أو مساهمات شخصية، و من جهة آليات تنظيمه **(régulation)** يتسم التلفزيون العمومي بالاستقلالية عن المصالح الاقتصادية و السياسية، و يختلف تنظيم التلفزيون العمومي بحسب السياسات الوطنية و الطبيعة السياسية للدول لقد كان من غايات التلفزيون العمومي دائما تقديم و السماح إلى حد ما للجمهور بالإطلاع على الأحداث السياسية و الثقافية و الاجتماعية المختلفة و الحصول على الترفيه و التسلية و لعب دور الوسيط الثقافي و الرابط الاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع[5].

أما من جهة الأهداف فيمثل البث (أو الإرسال) الشامل أحد الخصوصيات الرئيسية للتلفزيون العمومي من خلال تأمين نفاذ كل فئات المجتمع إلى برامجه، مما يفسر على سبيل المثال استثناء التلفزيون العمومي لتكنولوجيات البث المشفر، كما يفترض أن يلبّي التلفزيون العمومي كافة الأذواق و الحاجيات و أن يكون ذا صلة بالمجتمع و بقضاياه، إذا أنه يمثل الإطار الأمثل للنقاش العام و للتعبير عن التنوع السياسي و الثقافي للمجتمع، مما يسمح له بتأمين وظيفة الاندماج الاجتماعي و تعزيز الانتماء إلى الهوية الجمعية[6]، و في هذه وظيفة الاندماج الاجتماعي و تعزيز الانتماء إلى الهوية الجمعية، و في هذا السياق يعرف المشرّع الجزائري "المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي و التلفزي" بأنها "مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و استقلالية الإدارة و التسيير، تقوم بمهام الخدمة العمومية المسندة إليها بعقد الامتياز و دفاتر الشروط المتعلقة بذلك و تثاب على ذلك...، و تتولّى المستخدمين الذين لهم صلة بهدفها و تحسين مستواهم[7].

3. بين وظائف التلفزيون العمومي التقليدية و تكنولوجيا الميديا الجديدة:

ينطوي توظيف التلفزيون العمومي للميديا الجديدة على رهانات عديدة تشريعية و تنظيمية و سياسية و ثقافية يسمح البحث فيها بمساءلة مستويات تقاطع الإعلام الكلاسيكي و الميديا الجديدة.

أ- **مستوى التقاطع الأول:** استمرارية الدور التنظيمي للدولة.

و تفرز الانترنت أشكالاً جديدة من البث و من المضامين و من الإعلان في مجال التلفزيون لا تتحرر كلها دائماً من الضوابط التشريعية و التنظيمية التي يخضع لها الإعلام الكلاسيكي و تبين التجربة الأوروبية أن أشكال البث الجديدة لا تقتضي بالضرورة استحداث أطر تشريعية و تنظيمية جديدة لتنظيم الميديا الجديدة بل تحديث المدونة القانونية القديمة و إثرائها لتكون مرجعاً مشتركاً للإعلام الجديد و الإعلام الكلاسيكي[8].

و أصدر الاتحاد الأوروبي في هذا الاتجاه مرسوماً في "خدمات الإعلام المرئي بلا حدود" يمثل إطار عاماً يحدد الخدمات التلفزيونية الكلاسيكية و الجديدة على الشبكة و يجدد مرسوماً سابقاً (تلفزيون بلا حدود) يتعلق بأشكال البث التلفزيوني السابقة للانترنت[9]، و يهدف المرسوم الجديد إلى حماية التنوع الثقافي و الأطفال و المستهلكين، كما أنه يعمل على المحافظة على التنوع الثقافي و تشجيع الإنتاج الثقافي الأوروبي و تعددية الإعلام، كما أدرج المرسوم الجديد تغييرات جديدة تتطابق مع خصوصية الميديا الجديدة مثل حذف شرط الحد الأقصى للإعلان لمدة **03** ساعات يومياً و أعطى للمؤسسات الإعلامية الحرية في إدراج الفواصل الإعلامية حسب المقتضيات التي تناسبها مع الالتزام بمبدأ عدم قطع

البرامج الإخبارية و الأفلام السينمائية و برامج الأطفال لمدة 35 دقيقة متواصلة على الأقل.

ب- **<u>مستوى التقاطع الثاني</u>**: تكنولوجيات جديدة لتطوير النفاذ الشامل إلى برامج التلفزيون العمومي.

تستخدم التلفزيونات العمومية الأوروبية كل شبكات البث الرقمي الجديدة المتاحة: بث أرضي رقمي و كابل و أقمار صناعية و بث عبر الانترنت من خلال **ADSL**، إضافة إلى خدمات إعلامية في مجال الهاتف الجوال بالتوازي مع انتشار تكنولوجيات "**3G**"، و تعرض التلفزيونات العمومية خدمتها الجديدة بشكل مجاني في معظم الحالات بالرغم من الصعوبات في مستوى البنية التحتية الاتصالية التي يقتضيها بث الفيديو و مستوى التمويل، خاصة فيما يتعلق بالحصول على الحقوق الخاصة ببث البرامج التي لم تنتجها هذه التلفزيونات على شبكة الانترنت و تستمر التلفزيونات العمومية في الخدمات الأكثر تلاؤماً مع مهامها ووظائفها، و خاصة تكنولوجيات إعادة العرض التي تسمح بتوسيع مجال بث البرامج (من خلال إتاحتها للمشاهدة من خلال الانترنت بعد بثها على الشاشة) على حساب الفيديو عند الطلب باعتبارها خدمة مدفوعة الثمن تتلاءم أكثر مع خصوصية التلفزيون التجاري، و على هذا النحو يمثل وجود التلفزيونات العمومية على شبكة الانترنت[10] شرطا أساسيا لتواصل الخدمة العمومية/المرفق العمومي لدى الفئات التي تستخدم الانترنت و الكمبيوتر و الهاتف الجوال، و إذ تعتمد المؤسسات التلفزيونية العمومية الأوروبية إستراتيجية تنوع المنصّات الإعلامية **(cross média)**، كما تنتج تكنولوجيات البث الرقمي خدمات جديدة مثل إمكانية تنويع قنوات البث من خلال تكنولوجيا **(Multicast)** كتجربة **BBC** في هذا المجال مثلا[11]. و في مقابل ذلك يرى البعض أن توظيف مختلف التكنولوجيات لتيسير نفاذ الجمهور إلى برامج التلفزيون العمومي، في إطار تأكيد وظيفة النفاذ الشامل، لا يساهم دائماً في تعزيز الخدمة العمومية/المرفق العمومي.

ت- **<u>مستوى التقاطع الثالث</u>**: الميديا الجديدة مجال لحفظ الذاكرة الثقافية السمعية البصرية و إشاعتها.

تشكّل الكميات الهائلة من البرامج الإخبارية و الوثائقية و الترفيهية و الدرامية التي ينتجها التلفزيون مخزوناً ثقافياً شديد الأهمية باعتباره مكوناً من مكونات الثقافة الوطنية، و في هذا الاتجاه أطلقت العديد من المبادرات للحفاظ على الأرشيف السمعي البصري الذي أضحى مهدداً كاليوم العالمي للتراث السمعي البصري الذي أرسته اليونسكو[12] و مشروع **(prestospace)** الأوروبي و إنشاء تحالف المكتبات الوطنية العمومية أوروبية و أمريكية للتعاون في مجال أرشفة مضامين الشبكة ضمن مشروع **(Netpreserve)**، و هكذا يمثل الحفاظ على الأرشيف السمعي البصري الوطني و إشاعته في فضاء الميديا الجديدة، بما أنه تراث من طراز جديد، مهمّة كبرى يقوم بها القطاع العمومي لأسباب عديدة منها تكلفة الأرشفة الباهظة و مردوديتها الاقتصادية المحدودة، إضافة إلى القيمة الثقافية للأرشيف السمعي البصري التلفزيوني بما أنه حامل للذاكرة الثقافية الوطنية و رافد جديد للذاكرة الثقافية الجماعية في زمن أصبحت فيه لبعض الفئات الإجتماعية كالشباب علاقة متينة بتطبيقات الميديا الجديدة، و بهذا المعنى فإن الانترنت ليست مجالا لابتكار مضامين و أشكال جديدة من الكتابة الإعلامية فحسب بل هي أيضا مجال لتثمين التراث الإعلامي و الحفاظ عليه و إشاعته هكذا تمثل الانترنت مجالا يتصل فيه القديم بالجديد.

د- **<u>مستوى التقاطع الرابع</u>**: الميديا الجديدة، آلية لتجديد مؤسسات الإعلام الكلاسيكي.

تعتبر مؤسسة "البي بي سي" حالة جديدة بهذا الطرح من منطلق إشكالية العلاقة بين الميديا الجديدة و الإعلام الكلاسيكي، "فالبي بي سي" مؤسسة مرجعية في الإعلام البريطاني ذات دور ريادي في أوروبا، حتى أنها كانت تستقطب في السبعينات أهم الكفاءات المتخرجة من الجامعات البريطانية[13]، كما أن القناة عريقة تختزل مفهوم الخدمة العمومية/المرفق العمومي في الإعلام بما أنها مؤسسة سمعية بصرية ذات ثقافة مخصوصة مرتبطة بالنموذج التاريخي للإعلام التلفزيوني الكلاسيكي، و بوصفها مؤسسة إعلامية كانت تسيطر على مختلف مراحل الإعلام التلفزيوني، إذ كانت تنتج أغلبية برامجها في سنوات التسعينيات(**70%** في منتصف التسعينات)، ومن جهة أخرى تكشف لنا "البي بي سي" عن إستراتيجيات التجدّد و التأقلم الخاصين لمؤسسة كلاسيكية عريضة في سياق يتسم بالتغير المتواصل. و من الخصائص الأساسية لموقع "البي بي سي" تفاعليته العالية لإتاحة فرص المشاركة للمستخدم من خلال إمكانية إعادة نشر المواد الإخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية و إرسال الرابط لصديق و تثمين مشاركات المستخدم من خلال إدراج التعليقات و الصور أو الأفكار[14]، و إشراك المستخدم في تطوير برامجها من خلال إعطائهم الفرصة لتقديم اقتراحاتهم حول برنامج **(BBCplayer)** عبر انخراط المستخدم في شبكة المجرّبين **(testers)**، و على هذا النحو فإن الميديا الجديدة تساهم في دعم المواطنة و المجتمع المدني و التربية و التعليم و التعزيز الإبداع و التميز الثقافي.

4. التلفزيون العمومي و الحضور على الواب: بين التجديد و إعادة إنتاج القديم:

يمثل موقع الواب بالنسبة إلى المؤسسة الإعلامية العمومية آلية رئيسية يتيح لها الولوج إلى عالم الميديا الجديدة **nouveau média** و النشاطات الرقمية، و يرى " شاجتر" أن موقع الانترنت معيار يكشف مكانة المؤسسة و هويتها و مركزيتها في الحياة العمومية و دورها في المشاركة الديمقراطية، و يقترح هذا الباحث في دراسة أنجزها عام **2000** اعتمد فيها عيّنة واسعة من مواقع التلفزيونات العمومية التمييز بين صنفين من المواقع من خلال التركز على مقاييس تتعلق بالإخراج و الأخبار و مضامين صفحة الاستقبال، و يسمّي" شاجتر" الصنف الأول بالمواقع الإخبارية (**Informative site**) التي تستمر بوفرة الأخبار كما أنها تتضمن العديد من الوصلات نحو الصفحات الداخلية التي تخضع إلى عملية تحيين مستمر، أما المواقع التمثيلية (**représentative site**) فتشبه فيها صفحة الاستقبال فيها صفحة الكتاب التي تعرض شعار المؤسسة[15]، ويلاحظ الباحث أن مواقع التلفيزيونات في الدول الغربية تنتسب إلى النموذج الإخباري في حين أن مواقع التلفزيونات في الدول النامية تخضع إلى النموذج التمثيلي، إذ تتميز ببعد سياسي وطني ذي ملامح تشريفية أو "بروتوكولية" و يخلص الباحث إلى القول أن إستراتيجية المؤسسات التلفزيونية في مجال الانترنت تبقى غير واضحة، كما أنها تتسم بالتذبذب في مستوى الهوية المنظماتية التي تريد المؤسسات التلفزيونية العمومية أن تعبر عنها مما يعكس محدودية استعدادها لرفع تحديات "مجتمع المعلومات" إذ يمثل الانترنت بالنسبة إلى هذه المؤسسات مجرد وسيط يسمح لها بالوجود المستمر، أما إمكانات الشبكة لدمقرطة **démocratisation** المجتمع و لإعادة تشكيل دور الإعلام السمعي البصري فتبقى ضعيفة، ويتساءل الباحث "أليس **Alice**" من المبكّر الحكم على تجارب التلفزيون العمومي على الانترنت أم أن البراديغم **le paradigme** القديم يندثر بل يستمر مستتر؟

و من منظور فلسفة التلفزيون العمومي يمكن اعتبار موقع الواب منظومة متكاملة ذات أهداف متنوعة تسمح للتلفزيون بأن يحقق وظائفه المتّسقة مع الإطار التنظيمي الذي يضبط مهامه، ويمكن أن تنجز هذه المنظومة وظائف ثلاث، تتعلق الوظيفة الأولى بتعزيز الواب للشرعية المجتمعية لمؤسسة التلفزيون، و تستخدم المؤسسة هذا الواب كآلية للتعريف بنفسها و بمكوناتها و بالإطار التنظيمي الذي ينظم عملها و بالتزاماتها إزاء المجتمع و بآليات تمويلها و تاريخها، وترتبط الوظيفة الثانية باستخدام الانترنت كآلية لتعزيز النفاذ إلى برامج التلفزيون العمومي من خلال توظيف التكنولوجيات الحديثة لإتاحة أكبر قدر ممكن من البرامج لمستخدمي الشبكة لمشاهدتها بشكل كلاسيكي، أما الوظيفة الثالثة فتتصل باستخدام موقع الواب باعتباره آلية لإدارة النقاش العام و تعزيز مشاركة الجمهور في الفضاء العمومي ودعم التعددية السياسية و التنوع الفكري.

5. الميديا الجديدة في قاعة أخبار التلفزيون العمومي:

تتسم استخدامات الصحفيين للميديا الجديدة بالتنوع و التعدد، كالبحث عن البيانات و المعلومات المخصوصة و الأفكار لقصص إخبارية و الاتصال بالمصادر و الإطلاع على اتجاهات الناس و رصد الاهتمامات العامة و التفاعل مع المستخدمين و الإجابة عن رسائلهم و إثارة النقاشات العامة حول مواضيع مخصوصة[16]، و للميديا الجديدة كذلك فوائد عديدة بالنسبة إلى الصحفيين:

فهي تتيح التعرف على الحصول على معلومات غير خاضعة للرقابة و بطريقة مباشرة، كما أنها تضمن للصحفيين السرعة و الفورية في النفاذ إلى المصادر و في الحصول على المعلومات و البيانات و التواصل مع الناس، لكن للميديا الاجتماعية مخاطر تتصل بنزاهة و مصداقية و أصالة المعلومات، و بخطورة التلاعب بالصحفي و الإضرار بمكانته و غياب التنظيم في منصات الميديا الاجتماعية، تتخذ هذه المسائل أهمية قصوى في السياق العربي حيث يتّسم اتخاذ مؤسسات الميديا و الصحفيين بعدة سياقات تتصل بضعف التعاطي المهني مع الميديا الجديدة باعتبارها مصدراً مستحدثاً من المصادر الصحفية التي يجب أن تخضع للمعايير المهنية[17]، كما يترجم هذا التعاطي عن طبيعة غرف الأخبار و طرق عملها و الثقافة السائدة فيها و المعايير التي تنظمها.

و رغم أن العديد يعتبرون أن الميديا الجديدة هو منافس للإعلام التقليدي إلا أن أغلب القنوات الإخبارية تسعى اليوم إلى توظيف تطبيقات الميديا الجديدة في البحث عن الأخبار و جمعها في ظل توفير تقنيات للتحقق من المعلومات و المعطيات و المضامين التي تنشر بالميديا الجديدة بما فيها مضامين المستخدمين **(User generated content)**، فهي من جهة تبحث عن السبق الصحفي **scoop** لكنها مطالبة من جهة ثانية، بضمان مصداقية المعلومة و دقتها بصفتهما عنصرين مهمين لضمان جودة العمل الصحفي، و من ناحية أخرى تحوّل الواقع الإعلامي إلى ما يمكن تسميته بالمندمج الشامل، إلى درجة أننا صرنا نتحدث عن اندماج وسائل الإعلام[18] **media convergence**، إذا نتحدث عن التكامل الإعلامي مع ولادة جيل جديد من الصحفيين و نشأة ثقافة تكنولوجية أكثر تقدماً و عصرية للعمل الصحفي بعد مرور من مجرد الحديث عن وسيلة إعلامية إلى الحديث عن فضاء مشترك في ظل تطور الوسائل الاتصالية الرقمية التي جعلت المواطن حلقة فاعلة كشاهد على الحدث، يختار ما بين و يعبر عن رأيه دون شرط أو قيد.

6. خاتمة استشرافية:

إن العلاقة بين الإعلام الكلاسيكي و الميديا الجديدة ليست علاقة صراعاً بل تكاملاً، تلك هي العلاقة التي توصل إليها باحثون في مجال الإعلام، و في المحمل فقد ساهمت الميديا الجديدة في صنع كثير من التغيرات للإعلام الكلاسيكي خاصة التلفزيونات العمومية، و لعل تنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزّع جمهور المتلقين بين الميديا الاجتماعية و أشكال الإعلام الكلاسيكي الأمر الذي أستوجب كثير من المؤسسات الإعلامية كحالة التلفزيون العمومي إلى الاستعانة بكل ما هو ممكن و متاح من وسائل و آليات جديدة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، و من خلال هذا السياق في العادة تطرح ثلاث مساقات لفهم علاقة الإعلام الكلاسيكي بالميديا الجديدة فهل هي علاقة تنافر أم علاقة تكامل من خلال أنموذج التلفزيون العمومي.

يفيد المساق الأول إلى استثمار مؤسسات الإعلام الكلاسيكي للتكنولوجيات الحديثة باعتبارها موارد لتجديد ذاتها تنظيمياً (توظيف التكنولوجيات لتجديد طرق إنتاج المضامين الإعلامية و توزيعها) في مستوى تعزيز علاقاتها مع الجمهور لإرساء نموذج تفاعلي و تشاركي منفتح على الجمهور، و يشير المساق الثاني إلى الانقطاع بين الإعلام الكلاسيكي و الميديا الجديدة التي تتجسد في إهمال المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية و التلفزيونات العمومية على وجه الخصوص للإمكانات العديدة التي توفرها الميديا الجديدة لتثمين مكانتها المجتمعية و تعزيز علاقتها بالجمهور، أما المساق الثالث فيتعلّق بمسألة تحاول الربط بين الانقطاع و الاتصال تتجسد في استخدامات دنيا للتكنولوجيات الحديثة التي تستعملها المؤسسات الإعلامية لغايات غير إستراتيجية، وعلى كل حال تفضي هذه الإستراتيجية إلى مفارقة تتمثل في توليد القديم من رحم الجديد[19]، وقد يعاد تشكّل مفاهيم الخدمة العمومية من تصورات عقلية لاستخدامات للميديا الجديدة.

قائمة المصادر و المراجع:

[1] الصادق الحمامي، الميديا الجديدة، الابستمولوجيا و الإشكاليات و السياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2012، ص 137
[2] نفس المرجع، ص 138
[3] Jones s (ed) , encyclopédia of new media, SAGE publications, new York, the moschovitis group, 2003
[4] عبد الوهاب بوخنوفة، مستقبل التلفزيون العمومي؟ اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (01)، تونس، 2011، ص77
[5] Dominique Wolton et le Paige Hugues, télévision et civilisation, éditions Labor, Belgique, 2004, p204
[6] الصادق رابح، مفهوم الخدمة العامة في التلفزيون – بين المقاربة التجارية و المنظور النقدي، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (02)، تونس، 2011، ص 18
[7] الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص145
[8] الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص146
[9] موقع جريدة العرب الاقتصادية الدولية متاح على الرابط: http://www.aleqt.com/2009/05/01/article_141463.html
[10] جمال الزرن، معز بن مسعود، إعلام الخدمة العامة في العالم العربي – الخصائص و الرهانات و التحديات، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2016، ص08
[11] موقع قناة البي بي سي ميلتي كاست، متاح على الرابط http://www.bbc.co.uk/multicast/tv/home.shtml
[12] https://ar.unesco.org/lywm-llmy-lltrth-lsmy-lbsry-2017
[13] الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص150
[14] http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/your_news/7593687.stm
[15] الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص155
[16] عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، منشورات إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (78)، تونس، 2016، ص ص 10-11
[17] شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استرتيجية، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، العدد (07)، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 109
[18] عصر الميديا الجديدة، مرجع سابق، ص 72
[19] الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص140