

تأثير شبكات التواصل على التفاعلية في التغطية الإخبارية دراسة مقارنة بين قناتي العربية وبي بي سي عربي

*The impact of social networks on interactivity in the Newsroom Workflow
A comparative study between Al Arabiya and BBC Arabic*

رمضان بلعمري

كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، belamri.ramdane@gmail.com

تاريخ النشر: 02 / 05 / 2022

تاريخ القبول: 01 / 06 / 2022

تاريخ الاستلام: 11 / 18 / 2021

ملخص:

يحاول هذا المقال تقديم إجابات على أسئلة الباحثين المهتمين بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التغطية الإخبارية اليومية في غرف الأخبار بالقنوات التلفزيونية الإخبارية، ولدينا هنا قناة العربية وقناة بي بي عربي كنموذج للمقارنة في تغطية كل منهما لخبر عاجل وقع في نطاق اهتمام القناتين من الناحية الإخبارية. وحرص الباحث لمدة يوم كامل تقريبا كيف تفاعلت غرفة الأخبار في القناتين مع مصادر الأخبار المختلفة خاصة التي تبثها شبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الحدث موضوع الدراسة، مع التركيز على تبثه القناتان على الشاشة والمنصات التابعة لهما. وتبين للباحث أن غرف الأخبار في القنوات التلفزيونية تعتمد بشكل رئيسي على مراسلها وعلى وكالات الأنباء، لكنها أصبحت أيضا تتسابق لبث الأخبار والصور والفيديوهات من شبكات التواصل، سواء لأشخاص يوجدون في عين المكان، أو لمسؤولين يستخدمون حساباتهم للإدلاء بتصريحات. كما خلص الباحث إلى أن القنوات التلفزيونية تستغل منصاتها على شبكات التواصل لتبث الأخبار بهدف الوصول إلى جمهور شبكات التواصل الذي أخذت منه بعض أخبارها. الكلمات المفتاحية: القنوات التلفزيونية؛ مصادر الأخبار؛ غرف الأخبار؛ شبكات التواصل؛ التفاعلية؛ نشرات الأخبار.

Abstract:

This article attempts to provide answers to the questions of researchers interested in the impact of social networks on the daily news coverage in the newsrooms of television news channels, and here we have Al Arabiya and BB Arabic as a comparison model in their coverage of breaking news.

For almost a whole day, the researcher monitored how the newsroom in the two channels interacted with various news sources, especially those broadcasted by the social networks, in covering the event under study, with a focus on broadcasting by the two channels on the screen and their respective platforms.

Keywords: Television; News sources; newsroom; The social networks; Interactivity; Newscasts; News bulletins.

1. مقدمة:

طغت شبكات التواصل الاجتماعي، كما يسميها البعض ويطلق عليها البعض الآخر مصطلح الإعلام الاجتماعي أو "الميديا" الجديدة، على المشهد الإعلامي في مختلف جوانبه، ليس فقط من ناحية الإقبال الجماهيري عليها، وإنما من جهة تحول شبكات التواصل إلى مصدر للأخبار دون مراعاة لإشكالية مصداقية هذه الأخبار، سواء أكانت تمس الأشخاص أو تمس الحكومات.

وقد شكّل تاريخ السابع من يوليو/جويلية 2005، الموافق لهجمات مترو لندن، نقطة تحول مثلاً في قناة "بي بي سي" البريطانية بشأن طريقة تغطية الأحداث، حيث استعانت القناة لأول مرة بصور بثها مواطنون من عين المكان باستخدام هواتفهم الجوال، ولم يكن بالإمكان إرسال صحفيين لتغطية الحدث بشكل آني، لاعتبارات أمنية. ومثلت الصورة التي بعث بها الناجي "ألكسندر شادويك" (Chadwick Alexander) إلى بريد قناة بي بي سي الإلكتروني (mailto:yourpics@bbc.co.uk)، نقطة إلهام للقناة التي بدأت الاهتمام بهذه الظاهرة الجديدة، المتمثلة في الشبكات الاجتماعية، فهذه الصورة المباشرة من مكان الحدث وقت حدوثه من شخص عادي، نجحت في الوصول إلى العالم، وأظهرت بشاعة ما حصل، وأعطت للقناة حضوراً متزايداً لدى الجمهور البريطاني والعالمي.

وعندما أشعل محمد البوعزيزي النار في نفسه في 17 ديسمبر 2010، احتجاجاً على المضايقات والإذلال الذي تعرض له من قبل شرطة تونسية، أدى ذلك لاحقاً إلى سلسلة من الأحداث بدأت من شاشات الهواتف. فقد تم التقاط فعلته على هاتف جوال، ثم نشر على موقع اجتماعي (www.nawaat.org) أحد مؤسسيه سامي بن غربية، وهو أحد التونسيين الذين يعيشون خارج البلاد. المشهد انتقل لاحقاً إلى قناة الجزيرة القطرية، التي قامت بإعادة إرسال مشهد انتحار البوعزيزي إلى تونس، لتشتعل بسبب هذا الفيديو الثورة. مثال البوعزيزي، أعاد تعريف دور "الحشد" كمصدر شبكي للمؤسسات الإخبارية. وفي حين أن تونس هي مجرد مثال على ذلك، كانت هناك حالات أخرى خلال فترة الربيع العربي أو الثورات في الشرق الأوسط، حيث لعبت "الحشود" (المسلحة بأدوات التواصل الاجتماعي) دوراً رئيسياً في نشر الأخبار، وبالتالي التأكيد على أهمية المصادر الشعبية في وسائل الإعلام العالمية.

وفي هذا الإطار، اهتم الباحثون بظاهرة دخول شبكات التواصل، المجال التلفزيوني، خاصة فيما تعلق بتداول الأخبار، حيث اعتاد الجمهور على استيقاظ أخباره من خلال النشرات التقليدية التي تبث في وقت محدد في التلفزيون، ليجد نفسه يستقيها من فيسبوك وتويتر.

فحتى الثلاثينات من القرن الماضي، كان يُنظر إلى وسائل الإعلام على أنها أدوات قوية التأثير باستطاعتها التأثير في الجمهور وإقناعه، وكان يُنظر إلى الجمهور على أنه سلبي يستسلم لكل ما تقدمه له وسائل الإعلام، لكن مع مرور الزمن اكتشف العلماء أن الأمر ليس كذلك وظهرت نظرية تحديد الأولويات التي اكتشفت أن وسائل الإعلام تهتم بقضايا معينة وتهمل قضايا أخرى، ما يجعل الجمهور بدوره يولي أهمية أكثر للقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام للمتابعة والنقاش.

وذهب البعض في هذا السياق، إلى اعتماد نظريات لتفسير علاقة الجمهور بالتلفزيون، ومن بين أبرز هذه النظريات، نظرية "الإطار الإعلامي"، حيث يرى الدكتور محمد قيراط أن نظرية تحديد الأجندة تقوم أساساً على عملية "التأطير" (framing)، حيث أن التركيز على قضايا وإهمال قضايا أخرى، يعني وضع هذه الأحداث وهذه القضايا في سياق معين وخلفية محددة وفق أطرهاها صانع الرسالة الإعلامية - الصحافي - والمؤسسة

الإعلامية والبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ملائمة لفهم الحدث والقضية. لهذا، فالتأطير هو "انتقاء وتبسيط الضوء على جوانب معينة من الأحداث والقضايا وإبراز الترابط بينها بهدف خلق وتطوير وتفسير وتقييم وتقديم حل للقضايا المطروحة".

فالأخبار ليست بريئة وليست سلعة مجردة وإنما هي منتج فكري ومعنوي تقدم للجمهور من الزاوية التي يراها الصحفي صحيحة وملائمة وتفي بالغرض، وعلى حد قول الصحفي الأمريكي دون شابمان "الأخبار هي ما أقرر أنا أنها أخبار". وبالنسبة إلى غوفمان، فإن عملية التأطير هي عملية بناء محدد للتوقعات التي تراها المؤسسة الإعلامية ضرورية ليدرك الجمهور الحدث (Goffman, 1974)، فهي عملية مقصودة وجزء من عملية صناعة الخبر يقوم بها القائم بالاتصال من أجل تقديم الحدث وفق إدراكات وأحاسيس الناس وفهمهم بما يحيط بها محليا ودوليا.

أولا: الإطار المفاهيمي

1. مصادر الأخبار

يقصد بمصدر الخبر الصحفي، الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الصحيفة على الخبر الصحفي.. وهذا المصدر قد يكون شخصا مثل كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية والاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحيّة، وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.

ويمكن تلخيص مصادر الأخبار الأكثر شيوعا فيما يلي: المندوب/المراسل الصحفي، وكالات الأنباء، الإذاعات المحلية والأجنبية، الصحف المحلية والأجنبية، النشرات/البيانات الرسمية، المؤتمر الصحفي، الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية.

2. شبكات التواصل

تعرف الموسوعة الحرة "ويكيبيديا" مواقع التواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، بأنها إحدى أدوات الإعلام الإلكتروني، وهي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع ظهرت مع الجيل الثاني للويب، يعرف باسم "ويب 2.0"، وتتيح التواصل بين أفراد المجتمع الافتراضي، المجتمعين حسب مجموعات اهتمام مشترك أو شبكات انتماء، كبلد مثلا أو مدرسة أو تخصص أو جامعة. وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم المتاحة للعرض.

لكن هناك خلط لدى المهتمين بظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي، بين مفهوم الشبكات الاجتماعية ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، فالشبكات الاجتماعية لها بعد سوسيولوجي، كما يرى الباحثان واسرمان وفوست (Wasserman and Faust)، حيث تعني الشبكات الاجتماعية مجموعة العلاقات بين وحدات اجتماعية، في حين تعني شبكات/مواقع التواصل الاجتماعي، مجموعة من المواقع الإلكترونية الجديدة، مثل فيسبوك وتويتر وغوغل بلاس.

3. التفاعلية:

اصطلاحا: هناك بعض التعريفات التي قدمها عدد من الباحثين للتفاعلية، منها أن "التفاعلية منهج التحكم في النظام عن طريق تغذيته بنتيجة فعله وأدائه السابق"، وعرفها روجرز (Rogers, 1995) للتفاعلية بأنها "تعني مدى قدرة المشاركين في العملية الاتصالية على تبادل الأدوار والسيطرة والتحكم في خطابهم المشترك".

وفي الإعلام، أعطى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، القنوات التلفزيونية، فرصة التفاعل المباشر والحي والفوري مع جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال.

إجرائياً: يُوظف هذا المفهوم في إطار هذا البحث على أساس أن "التفاعلية" تعني توظيف مصادر الأخبار المختلفة بما فيها المصادر التقليدية (وكالات الأنباء) والحديثة (شبكات التواصل الاجتماعي) في التغطية الإخبارية لحدث معين، بحيث يقوم صانع الخبر بضمان تغطية متواصلة للحدث -محل التغطية- من خلال التعامل مع مصادر مختلفة تزوده بأخبار بشكل مستمر للحادثة الخبرية، دون تجاهل أي خبر جديد مرتبط بالحدث، التزاماً بمبدأ المهنية في التغطية الإخبارية وعدم ممارسة التضليل أو التغاضي عن معلومات سبق للجمهور الاطلاع عليها وتداولها في شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية

مع التطور الحاصل في مجال القنوات الإخبارية، كمّا ونوعاً، برز غموض لدى الجمهور، كون الأحداث التي تقع هي واحدة بالأساس، سواء تعلق الأمر بانفجار، أو حادثة اغتيال، أو مؤتمر صحفي، إلا أن التغطية الإخبارية لهذا الحدث أو ذلك، تكون مختلفة على شاشات التلفزيون، بشكل لافت أحياناً.

مما أثار السؤال حول ماهية المعايير المعتمدة لمعالجة الأخبار في هذه القنوات، فضلاً عن التساؤل عن دور السياسات الإخبارية في التحكم بتوجهات كل قناة من القنوات الإخبارية، وبناء على هذه السياسة التحريرية تجري عملية غربلة الأخبار في "غرفة الأخبار".

فلكل مؤسسة إعلامية أيديولوجيتها الخاصة التي تمثلها بشكل مباشر أو غير مباشر، وأغلب المؤسسات تقدم نفسها على أنها مؤسسة محايدة، إلا أننا يجب أن نكون حذرين من ادعاء الحياد، فالمؤسسة بناء واع على أصول وأسس محددة أي أن ثمة أسساً أخرى مستبعدة.

وبمجيء القنوات التلفزيونية الإخبارية، ظهر شيء جديد اسمه المراسلون الميدانيون، ويرى المهتمون بالشأن الإعلامي، أن الهدف الأول من فكرة المراسلين، كان كسر احتكار الأخبار من قبل وكالات الأنباء الأجنبية والمصادر الحكومية، على حد سواء.

أما الهدف الآخر، فهو إمداد القنوات بقصص صحفية خاصة لجذب الجمهور، وهي قصص غير موجودة عادة في أخبار وكالات الأنباء.

وإلى جانب هؤلاء المراسلين، هناك مصدر أخبار فرض نفسه على القنوات التلفزيونية، يتمثل في الصحف الورقية، التي تتسابق يومياً لنشر أخبار، بدافع المنافسة التجارية بينها.

وبجانب الصحف الورقية كمصدر أخبار يضاف إلى وكالات الأنباء والمراسلين الميدانيين، ظهر مصدر آخر يشارك في صناعة الخبر، هم المحللون والخبراء، خصوصاً السياسيون منهم. وهؤلاء المحللون تستعين بهم

القنوات الإخبارية، للتعليق على الأحداث اليومية، بغية تقديم زوايا غير متوفرة في التقارير التي تبثها القنوات، أو بسبب عدم رغبة هذه القنوات في تحمل مسؤولية بعض المعلومات أو وجهات النظر، فتلجأ للمحللين لتقديمها على ألسنتهم.

وتطورت معه صيغ المشاركة، بظهور نوع جديد من مصادر الأخبار، هم شهود العيان، والمراسلون المتطوعون، الذين يقدمون مشاهداتهم، ويرسلون أخبارا وفيديوهات وقصصا صحفية للقنوات، من تلقاء أنفسهم، بحثا عن إثبات الذات كصحافيين، أو سعيا لتنوير الرأي العام حول حدث معين.

وبرأي الباحثين، فإن هذا التطور في خدمة الأخبار التلفزيونية، دخل مرحلة جديدة وغير مسبوق، بظهور ما يعرف بـ"الإعلام الجديد"، حيث برز مصدر أخبار جديد لم يكن موجودا من قبل، أصبح فيه المشاهد جزءا من صناعة الخبر.

وحتى وقت لاحق عندما ظهرت القنوات الإخبارية الموضوعاتية، حافظ التلفزيون على مكانته، بدخول مصادر أخبار مستجدة كالمراسلين الميدانيين وشهود العيان، وتمّ اعتبار ذلك إضافة للجمهور، تمكنه من الحصول على تفاصيل أوسع من القصة الخبرية التي كانت توفرها الرواية الرسمية. من خلال بياناتها الرسمية أو تصريحات المسؤولين عبر نشرات الأخبار.

فهذا الانفتاح على مصادر أخبار جديدة في القنوات الإخبارية الموضوعاتية في تسعينات القرن الماضي، كان بمثابة فك لاحتكار المعلومة من طرف السلطة السياسية، التي كانت تنشر الخبر كما تريده لا كما حدث، وقد عمل المراسلون الميدانيون في إطار التنافس الإخباري بين القنوات على تقديم زوايا مختلفة للأحداث، وكمثال فقد برز اسم قناة سي أن أن الأمريكية خلال الغزو الأميركي للعراق عبر التقارير التي كان يعدها مراسلوها الميدانيون من بغداد، والتي كان تخالف أحيانا الرواية الرسمية وأحيانا أخرى توافقها.

خلق هذا الوضع الجديد غموضا لدى الجمهور، كما يسجل المهتمون بقطاع الإعلام التلفزيوني، يتعلق بمدى مصداقية القنوات الإخبارية في ظل انتشارها السريع خلال التسعينات وبداية الألفية، ونشأ الغموض بسبب تبعية القنوات لدول وحكومات، وتحول هذه القنوات الإخبارية إلى وسائل إعلام ثقيلة تمارس السياسة بدل الإعلام، وتحكمها في ذلك سياسة تحريرية تخضع لسلطة الدولة الممولة.

غير أن الباحثين لاحظوا تغيرا في علاقة الجمهور مع القنوات الإخبارية التلفزيونية، بدخول ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي مع العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، أين ساهم ظهور موقع فيسبوك وتويتر مثلا في ما يمكن وصفه بـ"دمقرطة" نشر الأخبار والمعلومات، رغم أن شبكات التواصل تلك لم تكن سوى امتداد لظهور شبكة الإنترنت والكمبيوتر.

لكن التطورات اللاحقة في مجال الأخبار التلفزيونية، أظهرت أن شبكات التواصل تحولت إلى أحد المصادر الرئيسية في الأخبار، خاصة بعد لجوء صانعي الحدث بلغة الإعلام إلى استخدام حساباتهم الشخصية للإدلاء بتصريحات أو الكشف عن معلومات. وخلال فترة ما عرف بـ"الربيع العربي" تحولت شبكات التواصل إلى منصات للأخبار والفيديوهات، جعل من تجاهلها من طرف قنوات الأخبار التلفزيونية أمرا صعبا إن لم يكن مستحيلا. هذا ما دفع القنوات الإخبارية إلى استخدام شبكات التواصل كمصادر أخبار جديدة، ولهذا تحاول هذه الدراسة الإجابة على السؤال التالي: ما هو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعلية في التغطية

الإخبارية لقناتي العربية و بي بي سي عربية ؟

2. فرضيات الدراسة

للإجابة على إشكالية الدراسة نطرح هذه الفرضيات التالية:

- القنوات الإخبارية التلفزيونية تحتكر المعلومة رغم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي .
- شبكات التواصل الاجتماعي أجبرت القنوات الإخبارية على التأكد من صدقية الأخبار أكثر
- شبكات التواصل الاجتماعي غيرت تماما من طريقة التغطية الإخبارية التلفزيونية
- شبكات التواصل منحت للجمهور مساحة أكبر للمشاركة في صناعة الأخبار
- يعتبر عاملا "السرعة" و"إشراك الجمهور" في بث الأخبار، محددتين رئيسيين في اختلاف التغطية الإخبارية بين قناتي "العربية" و"بي بي سي عربي"

3. أهمية الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتثري المكتبة الأكاديمية في مجال الإعلام التلفزيوني، وعلاقته بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبح ضروريا وجود مثل هذه الدراسات، التي تلقي الضوء على مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الأخبار، وارتباطها بشكل مباشر بمسألة مصداقية الأخبار التي تبثها شبكات التواصل، وأيضا المسؤولية الكبيرة للمقاة على الإعلام الثقيل، الذي يقصد به التلفزيون، في بث أخبار مصدرها شبكات التواصل.

الدراسة تلفت أنظار الباحثين إلى أهمية الخوض في موضوع مصادر الأخبار في القنوات الإخبارية، لأن الأخبار تعد واحدة من أهم البرامج التي يتابعها جمهور واسع في المجتمع، فيما تمثل مصادر الأخبار، حلقة مهمة في الجانب المتعلق بمصداقية الأخبار، فكلما كان المصدر موثوقا وذا مصداقية كلما كان الخبر موثوقا، وبالتالي تكسب القناة التي أوردت هذا الخبر، مصداقية لدى المشاهدين.

4. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة التي بين أيدينا إلى الوقوف على مرحلة فارقة في تاريخ التلفزيون، تتميز بانتقاله من تطبيق مفهوم الإعلام (مرسل-مستقبل) إلى تطبيق مفهوم الاتصال (تفاعلية بين المرسل والمستقبل). كما يهدف البحث إلى دراسة التحديات التي تواجه القنوات التلفزيونية محل الدراسة، في التفاعل مع الأخبار التي مصدرها شبكات التواصل، حيث أنه و في هذا السياق، تأتي فكرة مسألة مفهوم "التفاعلية" خلال العمل اليومي للقنوات محل البحث، ونقصد هنا قناة "العربية" وقناة "BBCعربي".

- تفكيك مفهوم "الميديا الجديدة" الذي بدأ من مفهوم "الإعلام الجديد" وهو الذي رافق ظهور الإنترنت، وكان بديلا للصحف الورقية، بينما "الميديا الجديدة" أصبحت بشكل ما، تنافس "التلفزيون" بفضل خدمة الفيديو.

- التعرف على آليات التحقق من الأخبار داخل "غرفة الأخبار"، وأيضا آليات تصنيف مصادر الأخبار التي مصدرها شبكات التواصل، أي الإجابة على سؤال: كيف تبني ثقة في هذا المصدر مقارنة بمصدر آخر؟

- محاولة استكشاف مستقبل التلفزيون (كجهاز عرض ومضمون) في ظل التطور الهائل للتكنولوجيا، خاصة في الشق المتعلق بالأجهزة الإلكترونية، كالهواتف الذكية والألواح الإلكترونية، التي أصبحت تطبق مبادئ التلفزيون، وتتغذى من المواد التي يبثها التلفزيون.

5. منهج الدراسة

إعتمدت الدراسة كأساس على المنهج الوصفي التحليلي وهو "الذي يهتم بتحديد الواقع و جمع الحقائق عنه وتحليل بعض جوانبه، بما يساهم في العمل على تطويره"، مستخدمة أداة تحليل المضمون لتحليل محتويات التغطيات الإعلامية محل الدراسة، والتي يعرفها برنارد بيرلسون على أنها أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال، في حين يقول عنها أولي هولستي بأنها وسيلة للقيام باستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسائل الاتصالية.

وظفت كذلك الدراسة المنهج المقارن بحكم اعتمادها على إجراء مقارنة بين قناتي العربية و الـ BBC ، حيث يعتبر هذا المنهج هو أحد المناهج البحثية التي تبحث أسباب حدوث بعض الظواهر عن طريق إجراء مقارنات بظواهر أخرى مشابهة وذلك بهدف التعرف على العوامل المسببة لحدوث هذه الظاهرة والتعمق في فهم أسبابها.

6. أدوات القياس والتحليل

يعتمد الباحث في الدراسة على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية في جمع وتحليل المعطيات، حيث تم الإعتماد على طريقة تحليل العلاقات وليس التحليل المفاهيمي بما يتناسب وأهداف الدراسة، حيث تهتم هذه الطريقة بفحص العلاقات بين المفاهيم في النص وليس مجرد تكرار المفهوم و التعبير عنه كمياً، حيث تركز على إستكشاف العلاقة بين المفاهيم المدروسة. ومن منطلق تحليل العلاقات سيقوم الباحث بالإعتماد على نموذج أو طريقة الخرائط المعرفية، التي تعنى بإعطاء مقارنات بين دلالات العلاقات والروابط داخل النص. وسيتم إتباع نفس الخطوات التي وضعتها طريقة تحليل العلاقات في تحليل المحتويات.

7. عينة الدراسة و الفترة الزمنية

الدراسة محصورة زمانياً بحادث التفجير الذي إستهدف إستعراضاً عسكرياً للجيش الإيراني بتاريخ 22 سبتمبر 2018، وما تابع هذا التفجير من تغطية غخبارية على كل من قناتي العربية و الـ BBC عربية خلال النشرات و الموجيز الإخبارية التي تلت بعد ذلك، وأيضاً ما كان ينشر على حسابات القناتين على شبكات التواصل الإجتماعي.

عملية الرصد والمتابعة حصرت عينة الدراسة في 10 نشرات و موجيز إخبارية تتعلق بالحدث، وما كان ينشر من تفاعل على حسابات القناتين على شبكات التواصل الإجتماعي.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة

1. مصادر الأخبار في التلفزيون

أثارت مسألة مصادر الأخبار عبر التاريخ، وكذا العلاقة القائمة بين الصحفي ومصادر الأخبار، جدلاً متواصلًا في الأوساط الإعلامية، في الجوانب التاريخية والمهنية والقانونية، ففي الماضي كان الخبر الصحفي مجرد وصف اعتيادي لحدث معين، يحظى باهتمام المتلقي، أما اليوم فقد أصبح صناعة لها سماتها الخاصة، ودخلت عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها مرحلة معقدة، بحيث أصبحت وسائل الإعلام تعتمد على العديد من المصادر لتزويدها بالمواد الإعلامية التي تنشرها.

ولا يمكن للصحافي أن يستغني عن مصادر الخبر، فهو يستطيع الاستغناء عن المستقبل أكثر من استغنائه عن المصدر، على المدى القصير، لكن الاهتمام الكبير بمصادر الخبر وإعطائها مركزاً مسيطراً يبعد أحياناً الصحفي عن معايير الصدق والعدالة. فالعلاقة الحميمة بين الصحفي ومصادره والمصلحة المشتركة بين الطرفين، تجعل الصحفي يلجّ على نشر الأخبار والموضوعات المتعلقة بهذه المصادر، وقد يؤدي ذلك إلى إهمال مثل هذه الموضوعات أو عدم نشرها بالشكل المناسب إلى إنهاء العلاقة بين الطرفين.

ولهذا، اهتمت دراسات عديدة بمعرفة مستويات العلاقة بين الصحفي ومصادر الأخبار، لتحديد مدى التأثير الذي تحدثه المصادر على الصحفيين وبالتالي على نوعية الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام.

وقد أشار الباحث باس (Bass, Abraham Z) إلى ضرورة التفريق بين مرحلة تجميع الأخبار ومرحلة معالجة الأخبار في التعامل مع مصدر الأخبار، ففي المرحلة الأولى، تكون العلاقة قوية جداً ومؤثرة لحظة تجميع الأخبار الخام، لكن هذا التأثير يتناقص عند العودة إلى مكان العمل، والشروع في معالجة الأخبار، من طرف المحررين والمترجمين وغيرهم ممن يعملون على إنتاج الأخبار. وفي تقدير الباحث "باس" فإن النشاط الأكبر يحدث داخل المؤسسة الإعلامية، عندما يعاد فرز وصياغة المادة الخبرية من جديد.

وينفرد التلفزيون دون غيره من وسائل الإعلام بمصادر يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة، ويرى الدكتور فاروق أبوزيد في كتابه فن الخبر الصحفي الصادر عن منشورات عالم الكتب، أن هناك مصدرين رئيسين للأخبار، هما:

1.1 المصادر الذاتية: وهو ما يعتمد فيها التلفزيون على كوادره في الحصول على الأخبار مثل المندوبين أو المراسلين الخارجيين.

2.1 المصادر الخارجية: وهي وكالات الأنباء والاتفاقات الخاصة والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف والنشرات والوثائق.

كما يعد التلفزيون من أفضل وسائل الإعلام في مجال نقل الواقع الاجتماعي أمام المشاهدين، وذلك بسبب انتشاره الواسع وقدرته الفعالة على الاستقطاب والإبهار واستحواذه على اهتمام الجماهير ومنافسته الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير، ويستأثر التلفزيون بأهمية خاصة بين وسائل الإعلام الجماهيري، إذ ينقل الكلمة والصورة، مسموعة ومرئية، فضلاً عن أنه يخاطب الأميين والمتعلمين على اختلاف مستوياتهم التعليمية.

وتعتبر النشرة الإخبارية شكلاً من أشكال تقديم المواد الإخبارية في أوقات محددة من خلال وسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون)، وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين المراسلين في الداخل والخارج والتصريحات التي يحصلون عليها، حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار لمزيد من الواقعية، ويحتاج تنفيذ نشرات الأخبار إلى جهد جماعي يستهدف في المقام الأول لتقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المشاهد وربطه بكل ما يدور حوله.

ويعتمد التلفزيون في عمله كوسيلة إخبارية مصورة، على مصادر الأخبار المصورة ويشارك فريق متكامل في الحصول على هذه الأخبار المصورة من المصادر التقليدية.

ويلعب الصحفي/المحرر في غرفة الأخبار، دورا رئيسيا في العملية الإخبارية، فهو الذي يجمع معلومات الخبر ويكتبها ويعيد صياغتها بأسلوبه اعتمادا على المعلومات التي بين يديه عن قضية معينة، قبل أن يعرضها على الجمهور العام في شكل تقرير تلفزيوني أو خبر يقرأه المذيع.

2. شبكات التواصل وإشكالات الممارسة:

وبالنسبة للتلفزيون، أصبح واضحا لدى الباحثين، أن شبكات التواصل الاجتماعي كما يسميها البعض، ويسميها البعض الآخر الإعلام الاجتماعي، زادت سلطتها وتعاظمت في مهمة نقل الأخبار، بل وأصبحت شبكات التواصل، خاصة فيسبوك وتويتر، مصدرا إخباريا بديلا للمصادر التقليدية المعروفة منذ ظهور التلفزيون، كوكالات الأنباء والبيانات الرسمية وغيرها من المصادر الأخرى كالشرطة والحماية المدنية، فضلا عن المصادر الحديثة كالمراسلين الميدانيين والمحللين وشهود العيان.

ونظرا لأهمية الأخبار ودور التلفزيون كوسيلة إعلام ثقيلة، فقد اهتم الباحثون برصد التحديات التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي على تغطية الأخبار في التلفزيون. ففي ظل التطور التكنولوجي المتسارع ومع شيوع استخدام الأنترنت، أواخر تسعينات القرن الماضي ومطلع القرن الواحد والعشرين، طرأت تغيرات على عالم "الميديا" والتلفزيون، وأصبح الاهتمام متزايدا بما يعرف بـ"الإعلام الجديد" ويقصد به تشابك الإعلام التقليدي مع الأنترنت وشبكات التواصل، أي المواقع الإخبارية ومواقع التواصل مثل فيسبوك وتويتر، مقارنة بالإعلام القديم الذي توقفت حدوده عند التلفزيون والراديو والصحف.

ولأن القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي، ليسوا بالضرورة من المهنيين، فقد ظهرت أصوات تحذر إدارات التحرير بالقنوات الإخبارية من التساهل في استخدام الأخبار التي تنشر في هذه الفضاءات الافتراضية على الأنترنت.

والمشكلة حسب الدكتورة هويدا مصطفى، هي أننا حملنا مواقع التواصل الاجتماعي وظائف أكبر من وظائفها الأساسية، فهي شبكات اجتماعية وُجِدَت لخلق تفاعل مع الجمهور، وبالتالي من الممكن توظيفها في معرفة رد فعل الجمهور بحيث تضيف شيئا للمشهد الإعلامي، لكن عندما تم فصل هذه المواقع عن هدفها، وجرى اعتبارها مصدراً للمعلومات أصبحت هناك مشكلة. ومن ثم، تحتاج وسائل الإعلام التقليدية الآن إلى تحديد موقفها من هذه المواقع، لأنها للأسف في أحيان كثيرة وبدافع الاستسهال، تحصل على المعلومات والأخبار منها، وتبني أجندتها الإخبارية بناء على ما يتم تداوله على هذه المواقع، مما يتسبب في ترويح الكثير من الإشاعات والأخبار الخاطئة.

ومواكبة لهذا التطور الهائل الناتج عن تشابك الأنترنت والإعلام، نادى مخترع الأنترنت "تيم برنرز لي" إلى تصحيح المسار الذي اتخذته الشبكة العنكبوتية التي تهيمن عليها شركات عملاقة، بإطلاق عقد جديد يدعو هذه الشركات إلى جعل شبكة الأنترنت ذات تكلفة معقولة ومتاحة للجميع.

مخترع الأنترنت بيرنرز لي، أوضح أنه منذ ظهور الأخبار المزيفة وانتهاكات الخصوصية وتجميع البيانات حول الأشخاص بطريقة يمكن التلاعب بها والإعلانات المضللة والحسابات المزيفة فإن شبكة الأنترنت طورت حصتها العادلة من القضايا. وفيما أدى صعود شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما في انتفاضات ما عرف بالربيع العربي وانتخاب باراك أوباما كأول رئيس أسود للولايات المتحدة الأمريكية، اتسمت المرحلة التالية من

شبكات التواصل، بانتشار التضليل وشبهات التلاعب خلال الحملات الانتخابية قبل وصول دونالد ترامب إلى البيت الأبيض في 2016 والتصويت لمصلحة خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي. وتنتقد شخصيات كثيرة علانية حاليا تركيز الأنترنت في أيدي بعض الجهات العملاقة (غوغل وآبل وفيسبوك وأمازون في الولايات المتحدة، وبايدو وعلي بابا وتسننت وشاومي في الصين). وباتت هذه الشركات تمارس سيطرة شبه كاملة كل في مجالها، كما تتمتع بقوة اقتصادية تترجم بسطة سياسية قوية بعيدة عن المثل التي كانت تحرك شبكة الأنترنت في بداياتها.

ولأن الإعلام ومنذ سنوات عديدة بات طريقا ذا اتجاهين تسير فيه الرسائل والأفكار والأخبار بين الجمهور ووسائل الإعلام طوال الوقت، فإن المؤسسات الصحفية حول العالم تبحث طوال الوقت على طرق جديدة للاستفادة من هذا الزخم الذي عززته التكنولوجيا، فأصبحنا نسمع مصطلحات جديدة داخل غرف الأخبار لم نكن نسمعها قبل سنوات قليلة، مثل الصحافة التشاركية وصحافة المواطن والمحتوى المولد من المستخدمين وأيضا حشد المصادر.

وقد نشر "مركز تو للصحافة الرقمية" (towcenter.org) التابع لجامعة كولومبيا الأمريكية، نشر دليلا مفصلا في نوفمبر 2015 حول تطبيقات حشد المصادر في الصحافة، مع الكثير من الأمثلة المهمة والمفيدة التي أحدث بعضها تغييرا كبيرا حول هذا المفهوم.

وسعى محررو دليل حشد المصادر إلى تمييز المصطلح عن غيره من المصطلحات والمفاهيم القريبة مثل صحافة المواطن والتنقيب عن المحتوى في الشبكات الاجتماعية، فكان تعريف المركز لحشد المصادر في الصحافة أنه "دعوة مجموعة من الناس للمشاركة في مهمة صحفية مثل جمع الأخبار، جمع أو تحليل البيانات، عن طريق دعوة موجهة أو مفتوحة للمشاركة بالتجارب الشخصية أو المستندات وغيرها".

أي أن إطلاق دعوة مسبقة للمشاركة هو سمة أساسية ومميزة لحشد المصادر عن غيره من الممارسات الصحفية، فالناس في حشد المصادر يحتاجون لأن يشعروا بأنهم معنيون بالمشاركة في القصة الخيرية وأنهم جزء منها. ومعظم أشكال حشد المصادر حسب التقرير تأخذ أحد شكلين؛ إما دعوة مفتوحة للجميع للمشاركة في تصويت أو إرسال معلومات بالبريد الإلكتروني أو المكالمات التليفونية أو بالتواصل مع الصحفيين، أو أن تكون الدعوة مخصصة لمجموعة معينة من الناس للمشاركة حول موضوع بعينه، عن طريق وسائل متنوعة مثل البريد الإلكتروني والرسائل النصية القصيرة أو عن طريق الموقع أو استمارات غوغل، بحيث تصنع الردود قواعد بيانات يمكن البحث بداخلها.

رابعاً: الإطار التطبيقي للدراسة

1. مقارنة بين تغطية قناتي "العربية" و"BBC العربية" لخبر عاجل

1.1 تغطية قناة "العربية" لخبر الهجوم على عرض عسكري في إيران

يوم السبت 22 سبتمبر 2018، تناولت قناة "العربية" خبر "الهجوم على عرض عسكري في منطقة الأحواز في إيران" على شاشتها وعلى موقع القناة في الأنترنت (<http://ara.tv/zhzn6>) وأيضاً باقي منصات القناة في شبكات التواصل الاجتماعي، كتويترو وفيديسبوك.

2.1 صياغة الخبر في تويتر قناة العربية - عاجل

الخبر تم بثه أولاً كخبر عاجل بالصيغة التالية: (التلفزيون الإيراني: هجوم خلال عرض عسكري في الأحواز جنوب غرب البلاد يسقط ضحايا #العربية_عاجل).

الخبر تم تداوله في قناة "العربية" نقلاً عن التلفزيون الإيراني الرسمي، مع الإشارة إلى وجود نظام نشر في "العربية" يسمح بالنشر المتزامن بين الشاشة والموقع الإلكتروني وأيضاً حساب العربية-عاجل على تويتر (https://twitter.com/AlArabiya_Brk).

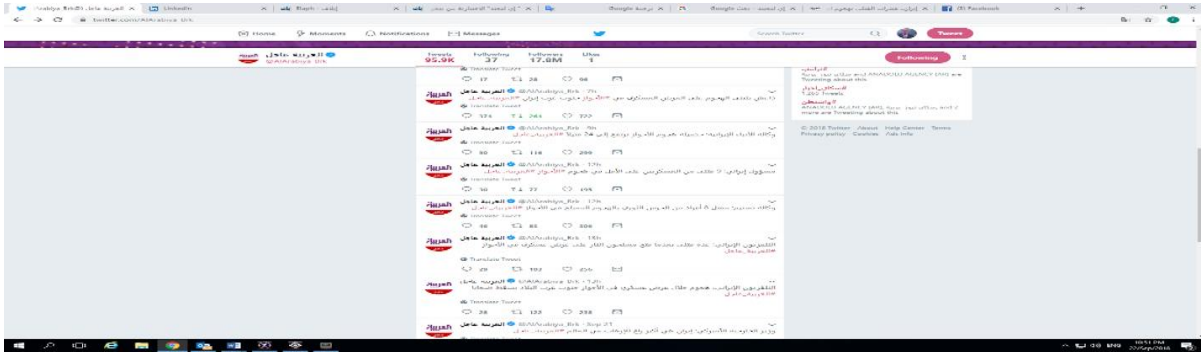
ثم تم بث خبر عاجل آخر نقلاً عن "وكالة تسنيم" وهي وكالة أنباء خاصة شبه رسمية في إيران، بعنوان (وكالة تسنيم: مقتل 8 أفراد من الحرس الثوري بالهجوم المسلح في الأحواز #العربية_عاجل).

لاحقاً بفترة قصيرة، بثت "العربية" خبراً عاجلاً آخر بعنوان: (داعش يتبنى الهجوم على العرض العسكري في #الأحواز جنوب غرب إيران #العربية_عاجل).

ونظراً لأن الحدث كان كبيراً، ويمس من الناحية السياسية الدولة المنافسة الأبرز للسعودية في منطقة الخليج، فهذا الخبر يحتل أولوية قصوى في السياسة التحريرية للقناة، لهذا توالت بعدها الأخبار العاجلة نقلاً عن مصادر إخبارية إيرانية بالأساس، وذلك سعياً من القناة للتأكيد على مصداقية الأخبار التي تنقلها لمشاهديها بشأن هذا الهجوم الأول من نوعه على عرض عسكري في إيران.

الغموض لدى المتابعين بدأ يظهر عندما ورد خبر عاجل مناقض تماماً لرواية داعش، حيث نسب شخص يدعى يعقوب حر التستري، المتحدث باسم حركة "النضال العربي"، نسب الهجوم إلى "المقاومة الوطنية الإيرانية"، وكان الخبر كالتالي: (متحدث أحوازي للعربية: المقاومة الوطنية الأحوازية نفذت العملية اليوم #العربية_عاجل)، تلاه خبر عاجل آخر: (متحدث أحوازي للعربية: تبني داعش لهجوم الأحواز غير صحيح #العربية_عاجل).

الصورة 1: أخبار عاجلة على حساب العربية في تويتر في بداية تغطية للحدث



3.1 صياغة الخبر في شاشة قناة "العربية"

بعدها مباشرة بثت قناة العربية الخبر مرفوقاً بأولى الصور التي وصلت من عين المكان، وكان مصدرها حسابات في تويتر أولاً، ثم فيسبوك ثم وكالات الأنباء التي سارعت لنقل الصور من التلفزيون الإيراني، الذي كان حاضراً في المكان، كون الهجوم وقع خلال عرض عسكري رسمي، بحضور السلطات الرسمية الإيرانية.

صيغة الخبر الأول (Ivo) كان بالطريقة التالية (أفاد التلفزيون الرسمي في إيران بسقوط قتلى.. في حادثة الأهواز، عندما فتح مسلحون مجهولون النار أثناء عرض عسكري أقيم في اليوم الوطني للقوات المسلحة..).

ثم فسحت القناة المجال لتقرير خبري أولاً يستعرض المعلومات المرتبطة بحادثة الهجوم على عرض عسكري في الأحواز .

ثم فسحت المجال لاحقاً لتقرير تحليلي يستعرض تفسيرات هذا الهجوم وفق سياسة قناة "العربية" الإخبارية، وكان التقرير كالتالي:

حالة تخبط وفوضى في التصريحات وربما الاتهامات ،، عاشها المسؤولون في طهران بعد الهجوم على العرض العسكري في الأحواز... فحتى قبل احصاء عدد قتلى الهجوم وجرحاه، سارع مسؤولون في إيران لتوجيه اصابع الاتهام لدول خليجية تدرب فيها المهاجمون على حد وصفهم.. حتى وبعد تبني جماعة احوازية المسؤولية ،، وتلاها بذلك تنظيم داعش ،، كان البعض من المسؤولين العسكريين في إيران ينفون أي علاقة لداعش بالهجوم.. تلك الفوضى في المواقف ،، اثارته العديد من التساؤلات عن الجهة المستفيدة من الهجوم نادر الحدوث ،، فالبعض ذهب للقول بأن الجهة الأكثر استفادة هي إيران نفسها ،، حيث ان الهجوم يعطيها المبرر لمواصلة حملة القمع والانتقام من العرب الأحواز بشكل اشد قسوة، بهدف اخماد انتفاضتهم ضد التهميش الاجتماعي والسياسي على خلفية مذهبية وعرقية . إيران هدت بالرد السريع والمباشر على الهجوم ما يعني عمليات وشيكة ضد العرب الأحواز وضد حركات المعارضة التي نشأت في هذا الأقليم ،، والتي تحول البعض منها إلى خيار حمل السلاح بعد أن بات بالفشل كل اشكال المقاومة السلمية التي واجهها النظام الإيراني بأشد انواع القمع.

ونلاحظ أن تناول قناة "العربية" لهذا الخبر العاجل، تم من خلال نسبة الخبر إلى مصادر رسمية إيرانية أولاً، كما ظهر أن القناة لم تنقل طيلة اليوم الذي وقع فيه الحدث لأخبار مغلوطة، سواء في مضمون المعلومات أو مصدر المعلومات.

القناة تابعت الحدث أولاً بأول، منذ بداية الهجوم بنقله كخبر عاجل، ثم بث أولى الصور، ثم نقل تصريحات الرئيس الإيراني حسن روحاني بشأن الحادث، ونقل تصريحات الجهات التي تبنت الهجوم، وهي تنظيم داعش، ومنظمة أحوازية معارضة لإيران. وخلال ساعات تبين أن المعلومات التي بثتها قناة "العربية" هي نفسها الموجودة في القنوات الأخرى.

بالنسبة لصياغة الخبر، كان واضحاً أن الأخبار العاجلة الموجهة لمنصة تويتر، كانت مختصرة، وتبث بشكل متواتر، مع المحافظة على الكلمات المفتاحية وهي (هجوم- عرض عسكري- الأحواز-إيران)، بينما خضع الخبر الذي بثته الشاشة إلى تعديلات وتحديثات موضوعية، لأن الخبر مرتبط بصور فيديو، ما يعني ارتباطه بمدة زمنية على الهواء، تتطلب من المحرر إطالة الخبر قليلاً. ويمكن القول إن الخبر الذي بثته القناة على الهواء كان عبارة عن تجميع للأخبار العاجلة التي بثتها سريعاً على الشاشة وعلى حساب العربية-عاجل في تويتر. أما صياغة تقارير قناة "العربية" عن الهجوم، فكانت مختلفة نوعاً ما، لأن التقارير تتضمن رسائل ومضامين، تمررها القناة بحسب سياستها التحريرية، فبينما خضع التقرير الإخباري عن الحادثة لسرد كرونولوجي للهجوم، تضمنت التقارير التحليلية، تفسيرات للهجوم، من خلال التركيز على الأوضاع في منطقة الأحواز في إيران، وهي المنطقة التي تضم العرب السنة والشيعة، وتشهد حركة مقاومة تطالب بالاستقلال عن السلطات المركزية في إيران منذ عقود.

4.1 صياغة الخبر في موقع قناة "العربية":

أفردت القناة مساحة أوسع لتغطية الهجوم في موقعها الإلكتروني (<http://ara.tv/zhzn6>)، ضمنته تقرير خبرياً تم تحديثه بشكل دوري بالتطورات الميدانية والسياسية المصاحبة للحدث، بما فيها ارتفاع أعداد القتلى والجهات التي تبنت الهجوم، وردود فعل المسؤولين الإيرانيين. احتوى الخبر أيضاً على صور مختلفة للهجوم، كما تضمن الخبر فيديوين اثنين، أحدهما يظهر إسعاف الجرحى من مكان الهجوم، والفيديو الآخر، كان مقطعاً من مداخلة ناشط أحوازي، وهو في الوقت نفسه رئيس القسم الفارسي في موقع قناة "العربية" قدّم معلومات وتعليقات على الهجوم.

وفي صورة الخبر المنشور على موقع قناة العربية، تظهر تقنية التزامن في النشر بين الشاشة والموقع وحساب العربية في تويتر، حيث يظهر خبر عاجل آخر عن اليمن، وهو الخبر نفسه الموجود على شاشة العربية، وعلى حسابها "العربية-عاجل" في تويتر.

الصورة 2: تقنية التزامن في النشر بين الشاشة والموقع وحساب العربية في تويتر

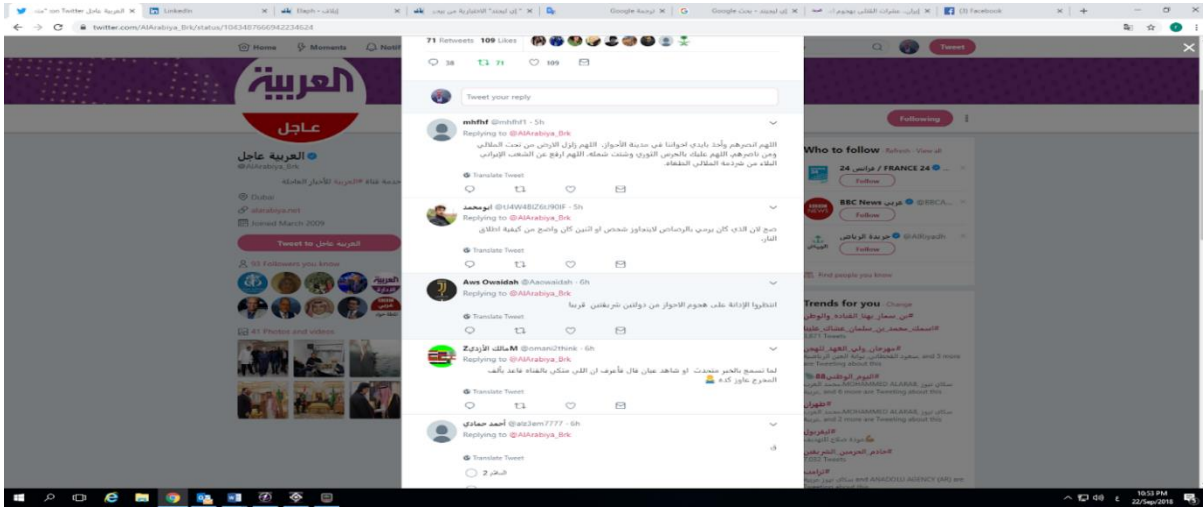


5.1 تعليقات جمهور قناة "العربية" على خبر الهجوم في إيران

من خلال موقع قناة "العربية" وحسابها على تويتر، أمكن الوقوف على تفاعل الجمهور المتابع لقناة "العربية" مع خبر الهجوم على عرض عسكري في الأحواز بإيران. وبسبب أن تقنية نشر التغريدات/التعليقات في تويتر، تتيح عرض كل الآراء فضلا عن عدم فعالية حججها، لأن أعداد التعليقات تكون بالآلاف وأحيانا في وقت واحد، فإن التعليقات منشورة تكون متنوعة ومتباينة. وفي حالة خبر الهجوم على العرض العسكري في الأحواز، كانت أولى التعليقات في حساب "العربية-عاجل" تدين السلطات الإيرانية، حيث غرد أحدهم (اللهم انصرهم وخذ بأيدي إخواننا في الأهواز. اللهم زلزل الأرض من الملاي)، أحدهم علق أيضا بقوله (التحالف الإيراني التركي أخبث تحالف على وجه الأرض)، وكتب آخر (مأساة عرب الأحواز أكبر من مأساة عرب فلسطين)، فرد عليه معلق يقول: (مأساة أهل عفرين أكبر من مأساة الأهواز وفلسطين).

التعليقات التي أمكن معاينتها، كانت تشكك في مجملها في الجهة التي نفذت الهجوم، رغم اتفاقها على أن السلطات الإيرانية هي المستفيدة من الهجوم على العرض العسكري. بعض التعليقات اتجهت لانتقاد القناة في بث هذا الخبر، لكن أغلب التعليقات بدأ يناقش الحادثة في حد ذاتها بعدما تبين أن الخبر صادق وموجود في كل وسائل الإعلام الدولية. ويتضح أن أغلب المعلقين على هذا الخبر في حساب "العربية-عاجل" هم من منطقة الشرق الأوسط حيث هناك وجود ونفوذ لإيران وللسعودية، وتحديدًا دول الخليج وإيران، وسوريا وفلسطين، ما يعكس عموما جمهور قناة "العربية".

الصورة 3: تفاعل جمهور قناة العربية مع التغطية الإخبارية على منصة تويتر



2. تغطية قناة "BBC العربية" لخبر الهجوم على عرض عسكري في إيران: 1.2 صياغة الخبر في تويتر قناة BBC العربية:

من جهتها، بثت قناة "BBC العربية" الخبر متأخرا على قناة "العربية" بساعة زمن من خلا متابعة لحظة النشر في حساب تويتر في كل من القناتين، وجاء الخبر العاجل في "BBC العربية" على الشكل التالي ("قتلى" في هجوم مسلح على عرض عسكري بمدينة الأهواز جنوب إيران <https://bbc.in/2I4JSsz>) ، وذلك دون ذكر مصدر الخبر.

بعدها بدأت القناة تبث الأخبار بنسبتها إلى مصادر مجهولة، حيث ذكرت وصفت المصدر بـ "مسؤولون إيرانيون"، وبـ "مسؤول عسكري إيراني". والأخبار العاجلة التي نشرتها قناة "BBC العربية" في الساعات الأولى للهجوم على عرض عسكري في إيران، فقد كانت كالتالي:

- قتلى وجرحى في هجوم خلال عرض عسكري جنوب غربي إيران
- مسؤولون إيرانيون: مقتل 8 جنود على الأقل في هجوم الأهواز
- مسؤولون في إيران: ارتفاع حصيلة قتلى هجوم الأهواز إلى أكثر من 20 شخصا
- مسؤول عسكري إيراني: دولتان خليجيتان دربتا منفذي هجوم الأهواز

الصورة 3: أخبار عاجلة من قناة بي بي سي عربي على منصة تويتر لحادثة الانفجار



بعد هذه الأخبار العاجلة، فسحت قناة "BBC العربية"، المجال لسلسلة تقارير إخبارية على موقعها الإلكتروني، نشرتها تباعا وكانت كالتالي:

وكالة أنباء الطلبة الإيرانية (إسنا): 11 قتيلا وأكثر من 60 جريحا في هجوم الأهواز

<https://bbc.in/2MQBP3n>

الناطق باسم الحرس الثوري الإيراني: من المحتمل أن تكون منظمة "الأحوازية" وراء الهجوم

<https://bbc.in/2MTwvMW>

بالصور.. العرض العسكري الإيراني بعد الهجوم المسلح عليه <https://bbc.in/2MW1HuS>

وكالة أنباء تسنيم شبه الرسمية: مقتل 12 عسكريا من الحرس الثوري في هجوم الأهواز

<https://bbc.in/2NytpD2>

عسكري إيراني: دولتان خليجيتان دربتا منفذي هجوم الأهواز <https://bbc.in/2MUjcfcd>

وفي وقت متأخر مقارنة مع قناة "العربية"، بثت "BBC العربية" خبر تبني داعش للهجوم كالتالي: تنظيم ما يسمى بالدولة الإسلامية يزعم أن عناصر تابعين له نفذوا هجوم الأهواز، جاء ذلك في بيان بثه التنظيم على

وكالته الدعائية "أعماق"، ولم يقدم التنظيم دليلا على مزاعمه. <https://bbc.in/2MTsPKX>

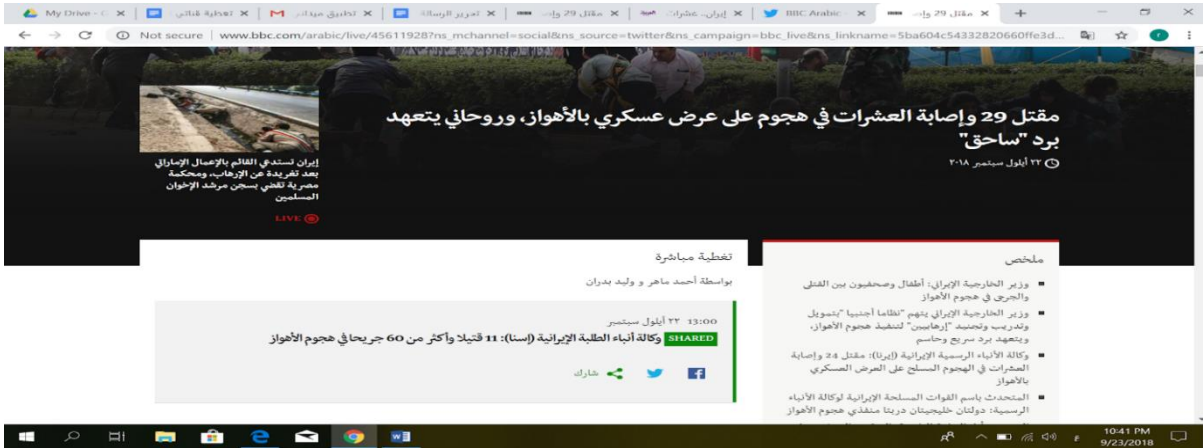
الصورة 4: قناة بي بي سي عربي تتوسع في تغطية الخبر وتستخدم صورا وتصريحات



2.2 صياغة الخبر في موقع قناة BBC العربية:

يمكن هنا تسجيل ملاحظة أن قناة "BBC العربية" أولت اهتماما لحادثة الهجوم بشكل أكبر على الموقع الإلكتروني، مقارنة بقناة "العربية" التي أولته اهتماما بطريقة مختلفة، من خلال تكثيف نشر الأخبار العاجلة، وفتح الشاشة على الحادثة، عبر بث تقارير متتالية واستقبال محللين سياسيين، وحتى استقبال المتحدث باسم "حركة النضال العربي" التي تبنت الهجوم. أما بالنسبة لتغطية موقع قناة "BBC العربية" لحادثة الهجوم، فقد كانت ميزة المزج بين الوسائط بارزة أكثر من موقع قناة "العربية"، فعندما تفتح رابط خبر الهجوم <https://bbc.in/2MQBP3n> تجد مساحة واسعة من الأخبار والروابط الخيرية والفيديوهات والصور المرتبطة بالحادثة.

الصورة 4: خاصية الدمج بين الخبر الرئيسي والأخبار المتصلة به في موقع بي بي سي



اعتمدت قناة قناة "BBC العربية" في موقعها على تقنيات التفاعلية وأبرزتها لقراءها حتى تمكنهم من نشر الخبر على نطاق واسع، واستفادت من مواد مصورة حصلت عليها من قناة "بي بي سي" التي تبث باللغة الفارسية، كما اعتمدت نظام النشر الكرونولوجي، أي نشر وقت بث الخبر تلو الخبر طيلة فترة التغطية الإخبارية.

الصورة 5: خاصية دمج الفيديو داخل الخبر الرئيسي في موقع بي بي سي



مقارنة بقناة "العربية" التي اكتفت بتحديث خبر الهجوم في مساحة محدودة باستخدام معلومات متكاملة لحادثة الهجوم، وتضمن التقرير الإخباري على الموقع لصور وفيديوهات، لجأت قناة "BBC العربية" إلى ضخ إعلامي كبير بالفيديو والصور والأخبار، والروابط، على طول الصفحة، بحيث كلما نزلت إلى أسفل الصفحة تجد ما تقرأه عن حادثة الهجوم، وذلك باستخدام تقنية "الزول إلى أسفل" (scroll down).

3.2 تعليقات جمهور قناة "قناة BBC العربية" على خبر الهجوم في إيران:

لم يتسن لي متابعة تغطية شاشة "قناة BBC العربية"، للحادثة، ولهذا اكتفيت بمتابعة ما نشره حساب القناة في تويتر وأيضا تغطية موقع القناة على الأنترنت.

بالنسبة لتعليقات المتابعين، فقد كانت متقاربة مع تعليقات جمهور قناة "العربية"، ويمكن تفسير ذلك ابتداءً بأن حجم الهجوم جعل الجمهور في منطقة الشرق الأوسط، ينتقل بين وسائل الإعلام الكبيرة لجمع المعلومات وللتعليق أيضا.

أحد المعلقين على أول خبر نشرته قناة "BBC العربية" بشأن الحادثة، قال: (الذين فعلوه صناعه إيران وصناعة سعوديه وصناعة امريكا وصناعة إسرائيل اختر الاجابه حسب اتجاهك الفكري المهم ذبحوهم ونكل بهم).

معلق آخر قال "الحكومة الإيرانية سوف تقول ان امريكا هي التي نفذت الهجوم"، بينما قال آخر: "لوصح ذلك معناته ان الشعب الإيراني فاق من نوم عميق في بحور ولاية الفقيه الشيطانية".

أحد المعلقين شكك في هوية منفذ الهجوم، مشيراً إلى إيران نفسها بقوله: "احد اميرين: اما ايران عندها تقنيه متطوره جدا للكشف عن الجرائم المؤامرات لم يتوصل لها العالم او انه سيناريو معد سلفا ... طبعا الخطه بي والمخرج انهم يجيبون اعترافات لناس تحت التعذيب ويرقعون الموضوع بانها اعترافات .. المضحك ان داعش تتبني وايران تنفي..(الواقع ايران تقتل شعبي وتضحي فيه)".

الصورة 6: تفاعل جمهور قناة بي بي سي على منصة تويتر



التعليقات بدأت تأخذ بعداً أكثر حدة عندما نشرت القناة خبراً آخر عن الهجوم نسبتته لمسؤول عسكري إيراني يقول فيه "دولتان خليجيتان دربتا منفذي هجوم الأهواز". فكان تعليق أحدهم ويظهر ربما أنه سعودي الجنسية بقوله "بي بي سي قناة واذاعة كل من يعمل بها ليس لهم وطن من مشردين العرب الذين يبيعون عرضهم وعرض آبائهم واوطانهم بيورو واحد... عندي ملاحظة بسيطة على الخبر ارجوا تصحيح كلمة الأهواز إلى الأحواز".

الصورة 7: تفاعل جمهور قناة بي بي سي على منصة تويتر



يمكن الإشارة إلى أن التعليقات سواء من جمهور قناة "العربية" أو جمهور قناة "BBC العربية"، كانت مشككة أيضا في هوية منفذي الهجوم، خصوصا وأن السياق العام يتميز بتوتر طائفي في منطقة الشرق الأوسط، ويتميز بصراع معلن بين إيران والسعودية، ولهذا لا يستبعد دخول ما يعرف بـ"الجيوش الإلكترونية" لتحريف النقاش باتجاه طائفية أكثر، لهذه الجهة أو تلك.

وبنهاية ذلك اليوم، يوم الهجوم على العرض العسكري في الأحواز جنوب إيران، كانت الوقائع المثبتة في مقتل 29 شخصا في الهجوم بينهم عسكريون ومدنيون، منهم صحفيون كانوا يغطون الحدث، لكن ما لم يتم إثباته في نهاية اليوم بالنسبة لجمهور الرأي العام، هو من نفذ فعلا الهجوم، بين طرف يرى أن السلطات الإيرانية دبرت العملية في هذه المنطقة، سعيا وراء إسكات الأصوات المعارضة للحكومة المركزية، وبين طرف آخر يرى أن العملية تم تديرها من خارج إيران في سياق الضغوط الأميركية التي بدأت تظهر بانسحاب الرئيس الأميركي دونالد ترمب من الاتفاق النووي في ماي 2018، لحمل إيران على تغيير سياساتها في الشرق الأوسط.

ويمكن حصر أهم الإختلافات بين القناتين محل الدراسة في هذا الجدول المبين أدناه:

الحدث: هجوم مسلح على عرض عسكري في إيران

قناة العربية	قناة البي بي سي عربي
عدد الأخبار: 12 خيرا تم بثها طيلة يوم 22 سبتمبر 2018 منذ ساعة وقوع الهجوم أول خبر عاجل بث ونشر على الساعة: 10.03	عدد الأخبار: 6 أخبار عاجلة طيلة يوم 22 سبتمبر 2108 منذ ساعة وقوع الهجوم. أول خبر عاجل بث على الساعة: 10.39
عدد مواد الرأي- التحليل الإخباري: 3 تقارير استعرضت خلفية الهجوم وربطه بالقمع الإيراني لسكان الأحواز - التعريف بمنطقة الأحواز- التعريف بالمنظمة التي أعلنت مسؤوليتها عن الهجوم	عدد مواد الرأي- التحليل الإخباري: 3 تقارير منشورة على الموقع الإلكتروني استعرضت الجهة التي نفذت الهجوم- المنطقة التي وقع فيها الهجوم- معلومات عن الحرس الثوري الذي استهدف في الهجوم
الصياغة: ركزت القناة في مضامين الخبر على السؤال "من" قام بالهجوم، وهي حركة النضال العربي التي قدمت نفسها كجزء من المقاومة الوطنية الإيرانية. ثانيا ركزت على السؤال "لماذا" وبررت من خلاله القناة أسباب هذا الهجوم، وعلاقته بالقمع الذي تتعرض له منطقة الأحواز، بصفتها تضم العرب السنة، الراضين للاضطهاد الطائفي.	الصياغة: ركزت القناة في مضامين الخبر في مضامين الخبر أولا عن السؤال "من" قام بالهجوم. ركزت أيضا على "أين" وقع الهجوم، وعرفت بمنطقة الأحواز. ركزت على "لماذا" وربطت ذلك بالخلاف الإيراني الأميركي في الملف النووي.

<p>هل كان هناك رأي في الأخبار؟</p> <p>لا يوجد معن ولكن هناك مساحة رأي منحت للمشاهدين والمحللين لتفسير الهجوم في مختلف البرامج لذلك اليوم، وحتى على الموقع الإلكتروني.</p>	<p>هل كان هناك رأي في الأخبار؟</p> <p>كان هناك رأي للقناة وليس للصحافي كاتب التقرير، في التقرير التحليلي، الذي تم بثه عقب بث التقرير الخبري الذي قدم معلومات موضوعية عن الهجوم. رأي القناة كان مبررا للهجوم من زاوية أن القمع لا يولد إلا العنف.</p>
<p>مصادر الخبر:</p> <p>مسؤولون عسكريون (دون ذكر أسمائهم)</p> <p>وكالة تسنيم- وكالة إيرنا</p> <p>التلفزيون الإيراني</p> <p>الرئيس الإيراني حسن روحاني</p> <p>وكالات أنباء عالمية نقلت تصريحات رؤساء الدول</p> <p>وردود الفعل الدولية</p>	<p>مصادر الخبر:</p> <p>تلفزيون إيران الرسمي</p> <p>وكالة تسنيم شبه الرسمية</p> <p>الرئيس الإيراني حسن روحاني</p> <p>حسابات في تويتر نقل منها صور وأخبار بحثا عن تطورات الهجوم</p>
<p>منصات النشر:</p> <p>نشرات أخبار القناة</p> <p>موقع بي بي سي عربي</p> <p>تويتر بي بي سي عربي</p> <p>صفحة بي بي سي عربي على فيسبوك</p>	<p>منصات النشر:</p> <p>كل نشرات الأخبار طيلة يوم الهجوم</p> <p>موقع العربية نت</p> <p>تويتر العربية-عاجل</p> <p>صفحة العربية في فيسبوك</p>
<p>عدد التعليقات على الخبر العاجل الأول كان 13 تعليقا و82 تعليقا في صفحة بي بي سي عربي- فيسبوك، وتم حجب عدد كبير من التعليقات تحت مسمى "تتقية" وذلك ربما لاحتوائها على شتائم.</p>	<p>عدد التعليقات على الخبر العاجل الأول كان 30 تعليقا و56 تعليقا في صفحة العربية- فيسبوك، ولا يوجد ما يشير إلى حذف التعليقات، لكن ربما هناك برنامج مخفي يحجب التعليقات المسيئة مسبقا.</p>
<p>اتجاه التعليقات في الموقع: في أغلبها مؤيدة للهجوم وعدد يسير رافض لها ويطلب الانتقام.</p>	<p>اتجاه التعليقات في الموقع: كانت في الأغلب مؤيدة للهجوم وليست مؤيدة للقناة وشامته في إيران، بسبب ما اعتبرته معظم التعليقات رد فعل من سكان الأحواز، خاصة العرب السنة، ضد الظلم الواقع بهم على يد السلطات المركزية في</p>

	طهران.
اتجاه التعليقات في تويتر: متوازنة بين الجانبين	اتجاه التعليقات في تويتر: مؤيدة للهجوم في الأغلب
اتجاه التعليقات في الفيسبوك: مؤيدة في الأغلب للهجوم	اتجاه التعليقات في الفيسبوك: مؤيدة للهجوم بشكل مباشر

خامسا : تحليل نتائج الدراسة

تتميز شبكات التواصل بسرعة نشر الخبر، مع وجود مخاطرة فيما يخص مصداقية الخبر أو أو الصورة أو الفيديو أو التغريدة.

تمثل الربع ساعة الأولى لنشر الخبر بالنسبة للقناة الإخبارية، وقتا حساسا، ما يجعل الوضع صعبا ويسهل مهمة ناشري الشائعات من تحقيق مرادهم في تغليب الرأي العام وخلق حالة اضطراب.

قد يبدأ الحدث لحظة بثه بصيغة خبرية ووقائع معينة لكن تنتهي التغطية الإخبارية بعد ساعات بواقع مغاير تماما لما تم بثه في البداية، وهذا يطرح تحدي السرعة مقابل التثبت من صدقية الخبر لدى القائم بالاتصال في القناة، خاصة لدى قناة العربية، التي تعتمد مقارنة السرعة في النشر بمستوى أكبر من قناة بي بي سي عربي.

التغطية في قناة العربية ومنصات كانت عبارة عن دمج بين الأخبار المتواترة من وكالات الأنباء والمصادر الرسمية والفيديوهات والتغريدات التي نشرت على شبكات التواصل، سواء لشخصيات سياسية من السلطة أو المعارضة أو لشهود عيان في موقع التفجير.

ونتيجة لتسارع الأحداث وتنوعها في تلك الفترة، جاءت فكرة إطلاق حساب العاجل، الذي كان يعد مجازفة حينها، بسبب حرص القناة على ألا يُشَتَّت تركيز المتابعين عبر حسابات كثيرة تقدم أخباراً متنوعة ومختلفة، إضافة إلى الخسائر في خدمة الرسائل النصية القصيرة، والتي قد تؤثر في دخل القناة آنذاك.

ويؤكد أحمد القرشي كبير رؤساء التحرير في قناة العربية، بأن البرامج التفاعلية في القناة هي انعكاس لرصد توجهات واهتمامات جمهور قناة "العربية" وعرض آراء هذا الجمهور والتفاعل معها عبر عدة منصات وبرامج، مثل برنامج "تفاعلكم".

موقع قناة بي بي سي عربي كان أكثر تفاعلية من موقع قناة العربية، وفي التغطية، برز تنوع كبير في المواد المنشورة داخل التغطية بين فيديوهات وتغريدات وأخبار متصلة بحدث التفجير، في المقابل كانت شاشة قناة العربية أكثر ثراء من شاشة بي بي سي عربي. على شبكات التواصل، كانت قناة العربية الأسرع في خدمة

العاجل، وكانت قناة بي بي سي عربي الأكثر انفتاحاً على آراء الجمهور وإبرازها مقارنة بقناة العربية، التي مارست الانتقائية.

قناة العربية كانت الأسرع في البث والنشر عبر منصاتها مقارنة بقناة بي بي سي عربي، وبينما تعاملت قناة العربية مع المصادر بشفافية ونسبتها لمصادر إيرانية واضحة، ظلت بي بي سي عربي في الربع ساعة الأولى تعتمد على مصادر منسوبة لمسؤولين في الجيش دون تسميتهم.

ويؤكد عبد العالي رقاد صحفي ومنتج برامج في قناة BBC العربية أن تراث القناة في بث الأخبار مقارنة بقنوات أخرى، يعود إلى قاعدة اعتماد مصدرين مختلفين وغير مرتبطين ببعضهما البعض يثبتان وجود الحدث. بالنسبة للصفحات، يجب أن نتحقق، ففي قصة خبر وفاة الرئيس التونسي المزعومة، وجدنا صفحة وزير الداخلية في فيسبوك، الذي سارع لتأكيد مرض الرئيس ونفي شائعة موته. هناك خبرة مكتسبة بفضل التدريب والممارسة اليومية، في قضية التحقق من الأخبار والصفحات.

1. تحليل الفرضيات على ضوء النتائج

القنوات الإخبارية التلفزيونية لم تعد قادرة على احتكار المعلومة أمام نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في توفير منصات للنشر أمام الجمهور المهتم بالأخبار، خاصة فئة الصحافيين المستقلين غير المنتمين لمؤسسات إعلامية أو فئة الصحافيين-المواطنين المهتمين بصناعة المحتوى.

شبكات التواصل الاجتماعي صعبت من عمل القنوات الإخبارية فيما يخص التأكد من صدقية الأخبار، بسبب خضوع القنوات الإخبارية لعامل السرعة وكثرة المنافسة الإخبارية، إضافة إلى مشكلة إعادة النشر الكثيف من قبل الجمهور، مما يجعل مهمة التحقق من المصدر الأول الذي نشر القصة أو الخبر، تأخذاً وقتاً وجهداً كبيرين، دفع ذلك بعض القنوات إلى اعتماد مبدأ "النشر ثم التحقق والتصحيح".

فهناك تحديات كبيرة تتعلق بدقة الأخبار ومن ناحية التفاعل مع الجمهور ومن ناحية الحقوق، وهذه فعلاً من بعض المعوقات ولكن ينظر إليها من ناحية أخرى كضوابط مهمة جداً في نقل الأخبار وإذاعتها بأي شكل من الأشكال أو واسطة من الوسائط. وبالتالي أرى أن برامج "السوشل ميديا" جيدة ولكنها تسبب مشاكل كبيرة وتسبب للقنوات التي تتحرى المصداقية مشاكل أكبر.

شبكات التواصل الاجتماعي غيرت تماماً من طريقة التغطية الإخبارية التلفزيونية، حيث أصبح ممكناً في ظل التغيير الحاصل اليوم، أن تبدأ نشرة الأخبار بخبر مصدره تغريدة في حساب رئيس دولة ما أو مسؤول معين يعلن فيه موقفاً رسمياً، كما أصبحت تغطية القصة الخبرية مزيجاً بين تقرير إخباري وأنواع أخرى لم تكن موجودة سابقاً، باستخدام الرسومات البيانية.

نجحت شبكات التواصل في منح مساحة أكبر للجمهور للمشاركة في صناعة الأخبار، ولكن المساحة الممنوحة لآراء الجمهور أكبر من مساحة الأخبار التي ينشرونها، بسبب ضعف أو غياب ثقافة مهنية لدى كثير من الصحافيين-المواطنين، متعلقة بفتيات التحرير والتحقق من الخبر.

يعتبر عاملا "السرعة" و"إشراك الجمهور" في بث الأخبار، محددين رئيسيين في اختلاف التغطية الإخبارية بين قناتي "العربية" و"بي بي سي عربي"، حيث تركز قناة العربية على معيار سرعة البث، وتعتمد قناة بي بي سي عربي على معيار إشراك الجمهور أكثر.

2. النتائج النهائية

مفهوم "التفاعلية" خلال العمل اليومي للقنوات محل البحث، أصبح يأخذ حيزا أوسع مع مرور الوقت، بحيث لجأت القنوات الإخبارية التلفزيونية إلى تكييف نشراتها وحتى برامجها مع المادة التي تبثها شبكات التواصل.

تشهد مفاهيم الإعلام المرتبطة بالتلفزيون والأخبار، تغيرا ملحوظا بدخول "الإعلام الجديد" ثم "الميديا الجديدة"، ثم خدمة "الفيديو عبر الطلب"، وهو ما سيؤثر على مستقبل التلفزيون ومجال الأخبار، لجهة ازدهار صناعة الأخبار عبر الهاتف المحمول بدل جهاز التلفزيون الذي يتجه نحو الترفيه أكثر.

مشكل مصداقية الأخبار، دفعت القنوات إلى اعتماد آليات تمكّنها من التحقق من الأخبار خلال العمل اليومي داخل "غرفة الأخبار"، وذلك من خلال إنشاء مناصب جديدة تخص تدقيق المحتوى، سواء كان نصا أو صورة أو فيديو. هذا كله إلى جانب فتح قنوات اتصال مع مزودي الخدمات مثل يوتيوب وتويتير وفيسبوك وغوغل لتدريب الصحفيين على تقنيات التحقق قبل النشر.

تواجه قنوات الأخبار بشكل مستمر مشكلة مصداقية بناء الثقة مع مصدر الخبر عندما يتعلق بشبكات التواصل، لهذا تعتمد القنوات آليات تصنيف مصادر الأخبار التي مصدرها شبكات التواصل، بناء على مبدأ "التجربة والخطأ".

اتجه القنوات الإخبارية نحو تعزيز حضورها على الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية، التي أصبحت تطبق مبادئ التلفزيون، وتتغذى من المواد التي يبثها التلفزيون، وفي حالة قناة العربية وقناة بي بي سي عربي، لكل منهما تطبيق APPLICATION يحملها الملايين، ولديهما صفحات يشترك فيهما الملايين أيضا، لكن القنوات تواجه تحديات تغير الجمهور المستقبل واختلاف اهتمامات جمهور الشباب عن فئة جمهور الكهول، مما دفع القنوات إلى إنتاج برامج جديدة تستهدف فئة الشباب.

المراجع:

1. هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، جامعة الجزائر 3.
2. خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك للنشر، بيروت، 2011.
3. شايح بن هذال الوقيان، الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، مقالة إلكترونية، صحيفة عكاظ، العدد 3409، 17 أكتوبر 2010.
4. مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004.
5. د. إبراهيم أبراش، البحث الاجتماعي قضاياها - مناهجها - إجراءاتها، منشورات كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بمراكش، جامعة القاضي عياض، الطبعة الأولى 1994.

6. عقيل حسين، خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، 2010، ابن كثير للنشر. بيروت.
7. سلطان بتاوي، العربية تتجاوز الـ50 مليون متابع على شبكات التواصل، مسترجع بتاريخ: 20-9-2015، موقع العربية نت