

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت
دراسة تحليلية نقدية لدواعي إنشاء المواقع وتداعياتها.
د. نصر الدين لعياضي
جامعة الشارقة

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى محاولة البحث عن الأسباب التي أدت إلى توجه القنوات التلفزيونية العربية إلى إنشاء مواقع لها في شبكة الانترنت، والنتائج المترتبة عنها على صعيد صياغة هوية Identity القناة وتمثلها Representation لجمهورها. وهذا من خلال تحليل محتوى عينة من مواقع هذه القنوات، والكشف عن الملامح السوسيو-ديمغرافية لمستخدمي مواقعها. وتكمن أهمية هذه الدراسة في أن التنافس بين القنوات التلفزيونية العربية لكسب أكبر عدد من الجمهور لم يعد مقتصرًا على البث الفضائي فقط، بل امتدت إلى حضورها في شبكة الانترنت وما توفره من أشكال جديدة للتواصل مع الجمهور.

Abstract :

The Internet Arab TV Channels:

A critical analytical study of the uses & consequences

Dr Nacer-Eddine Layadi, Associate professor, Sharjah University

The current study endeavors to seek for the reasons that led to setting up the Internet websites of the Arab TV channels. The researcher aims also to examine the consequences of launching these websites on the identity of the channels and the representation of the audience.

The research utilizes a content analysis method to figure out the socio-demographic characteristics of the users of these channels.

The importance of the study stems from the competitive attitudes of the said channels to attract not only the TV satellite channels' viewers but also the online users. Hence, this would represent a new form of communicating with the audience.

المقدمة:

بعد الحديث المتوتر عن الصراع الوجودي بين التلفزيون وشبكة الانترنت، بدأت القنوات التلفزيونية تتجنب النظر إلى شبكة الانترنت كمنافس خطير لها. وانتهت بإدماجها ضمن إستراتيجيتها الاتصالية و التسويقية: إعطاء امتداد لبرامجها التلفزيونية، وصلك هويتها، وابتكار أشكال جديدة من التواصل مع المشاهدين وإشراكهم في إنتاج المادة التلفزيونية وتداولها فيما بينهم، وفتح منفذ لترويج منتجاتها، ومنصة لرفع حصتها من عائدات الإعلان. وهكذا انتقل التنافس بين القنوات التلفزيونية من الشاشة الصغيرة إلى حلبة شبكة الانترنت لتعزير موقعها في المشهد السمعي- البصري. وقد أفلحت بعض القنوات التلفزيونية في رفع عدد جمهورها، أو على الأقل تقليص الفجوة بينها وبين القنوات التلفزيونية المنافسة. فالقناة التلفزيونية الفرنسية الأولى، على سبيل المثال، كانت تستحوذ على 32% من عدد مشاهدي التلفزيون الفرنسي، والمقابل لم تحظ القناة التلفزيونية الفرنسية السادسة سوى بنسبة 10% من مشاهدي التلفزيون الفرنسي. أي أن نسبة مشاهدي القناة الأولى كان يزيد عن نسبة مشاهدي القناة السادسة ب 166%، لكن هذه الفجوة تقلصت كثيرا في شبكة الانترنت لتصل إلى 72% من مستخدمي شبكة الانترنت.

من الصعب أدراك أبعاد الإستراتيجية المذكورة أعلاه دون البحث عن تبعات وفرة المادة التلفزيونية التي استثمرت تطبيقات الوسائط المتعددة فتتوحت قنوات بثها وتوزيعها، وتخزينها، وتعددت الأطراف المشاركة في إنتاجها وبثها، وأشكال تفاعل الجمهور معها. وهذه العوامل كلها أثرت على محتوى المادة التلفزيونية وشكلها، ورفعت من كفاءتها في مجال للتنافس الشرس للوصول إلى أبعد نقطة في الجمهور.

تأسيسا على ما تقدم يظل الجمهور مركز اهتمام القنوات التلفزيونية ومواقعها في شبكة الانترنت. ففي المجتمعات المتقدمة التي تملك تقاليدا في ممارسة حرية التعبير، وتتمتع بثقافة متينة في مجال الاتصال المرئي، وتشهد اتساعا في القاعدة الاجتماعية للاستخدام شبكة الانترنت، وتنوعا في المشاركة في إنتاج مضامينها، تطرح إشكالية العلاقة بين القنوات التلفزيونية ومواقعها في شبكة الانترنت على صعيد تداعيات ما أسماه جورج فينيو Georges Vignaux بـ "أزمة الاتصال الرقمي"، التي يقول عنها أنها ليست أزمة إرسال بل استخدام(1) فالقنوات التلفزيونية تطرح مسألة التلقي Reception بكل ملبساتها النظرية والعملية. بينما تطرح المواقع الإلكترونية قضية الاستخدام،

(1) - Vignaux Georges: Du signe au virtuel - Les nouveaux chemins de l'intelligence, Seuil, France, 2003 p.181

هذا مع العلم أن الحدود بين الاستخدام والتلقي ليست دائما سميكة وفاصلة في القنوات التلفزيونية التي استوعبت أشكال جديدة من التواصل والتفاعل بفضل شبكة الانترنت، حيث أن الوساطة الإعلامية "médiation الجديدة" تقف في التماس بين التلقي والاستخدام الذي يعكس تجربتين مختلفتين. (1) فمشاهدة القناة التلفزيونية تثري، بما تقترحه في عقد المشاهدة Audience Contract ، عملية تلقي المشاهد وتدفعه لتأويل ما يشاهده في شاشة التلفزيون. بينما يدفع الموقع الإلكتروني بمنظومته التفاعلية المستخدم لولوج العالم الرمزي الذي يتشكل على هامش البرامج التلفزيونية. فيتقاسم عبره المستخدمون مجموعة من المشاعر، والانطباعات، والآراء، والأحكام. فالتعامل مع الانترنت يمكن مستخدم هذه الشبكة من الانتقال من وضع المتلقي إلى وضع مالك المبادرة الهادفة إلى بناء شبكة برامج التلفزيونية أو حتى تشكيل قناته التلفزيونية!

كما أن التداخل بين القنوات التلفزيونية ومواقعها الإلكترونية في المجتمعات المذكورة أعلاه طرح إشكالية توزيع "السلطة الرمزية" التي يثيرها التقاء المحتويات الناجمة عن مواقع القنوات في شبكة الانترنت، وموادها السمعية- البصرية. (2) أنها السلطة التي وصفها عالم الاجتماع الفرنسي بورديو بيار Bourdieu Pierre بأنها قادرة على فرض جملة من المعاني والدلالات على أساس أنها مشروعة، وذلك بإخفاء علاقات القوى التي كانت وراء فرضها. (3)

إشكالية البحث:

إن العلاقة بين القنوات التلفزيونية العربية ومواقعها في شبكة الانترنت لا تطرح الإشكاليات المذكورة أعلاه، والتي تتم عن مستوى من التطور الثقافي، وتشكل مرحلة متقدمة في استخدام وسائل الاتصال الجماهيري الفردي Self mass media والتي تعد مواقع التلفزيونات في شبكة الانترنت إحدى تجلياتها، بما تتحه من ممارسات خاصة وعامة في آن واحد، مثل: تحميل البرامج التلفزيونية في وسائط مختلفة، وإعادة مشاهدتها على أفراد وفق ما يسمح به وقت المستخدم ورغبته، والإدلاء بالرأي، أو التصويت لتقييم برنامج، أو إرسال شريط فيديو، أو التعقيب على تعليق، وغيرها من التطبيقات الاتصالية والثقافية.

(1) - Ibid, p 184

(2) - Ferjoux Céline : Etude Sémiotique des relations entre télévision et internet a l'heure du numérique hertzien , – Projet de recherche – 09/2005, retrieved, June 30, 2011 from www.nomedia.org/docs/cferjoux_09-2005.pdf

(3) - Bourdieu, Pierre: Esquisse d'une théorie de la pratique. Droz ,France 1972, p.18

يمكن التأكيد أن جل القنوات التلفزيونية العربية، بصرف النظر عن وضعها القانوني وحصتها من سوق المشاهدة التلفزيونية، اتجهت إلى إنشاء مواقع لها في شبكة الانترنت. وقد قارب وجود بعض هذه المواقع العقد من الزمن (أنشأت قناة الجزيرة موقعها في شبكة الانترنت في 2002، تلاها موقع قناة العربية في 2004). لكن المتتبع لمحتوى هذه المواقع وشكلها، يطرح التساؤل التالي: ما هي الغاية التي تروجها القنوات التلفزيونية العربية من إنشاء مواقع لها في شبكة الانترنت؟ وما هي تداعيات إنشاء الموقع في تشكيل هوية القنوات التلفزيونية، وتمثلها لجمهورها؟

غني عن القول أن هوية القناة التلفزيونية تتحدد انطلاقاً من محتوى المادة التلفزيونية وطريقة بناء شبكة برامجها، وطرائق إخراجها التلفزيوني، وواجهتها المرئية، وأيضاً من تمثيلها لجمهورها. فهل تعمل مواقع القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت على تعزيز هذه الهوية؟ وهل استطاعت المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية العربية أن تتخلى عن منطق البث والتوزيع، وتبنى الإنتاج وفق منطق الوسائط المتعددة الذي يتدخل بقوة في الاستخدام؟

تساؤلات البحث:

لمعالجة الإشكالية المطروحة أعلاه، حاول الباحث الإجابة عن التساؤلات التالية:

1- هل أن قيام القنوات التلفزيونية العربية بإنشاء مواقع لها في شبكة الانترنت جاء كاستجابة لطلب اجتماعي حقيقي يؤكد حركة انتقال فعل مشاهدة البرامج التلفزيونية إلى استخدامها في شبكة الانترنت، أو أنه يندرج ضمن منطق التقليد وركوب موجة "العصرنة" التي اختصرت في الوسيط التكنولوجي؟

2- هل تشكل المواقع الإلكترونية منفذاً تسويقياً للقنوات التلفزيونية، وآلية جديدة لاستقطاب الجمهور لبرامجها؟

3- ما هي الإضافات التي تقدمها المواقع الإلكترونية للقناة التلفزيونية؟ هل تعود جمهورها على برامجها من خلال إتاحة الفرصة له لاستدراك مشاهدة ما فاته منها عبر العودة إلى أرشيفها المخزن في الموقع أو من خلال شراء برامجها من موقعها وفق صيغة " فيديو تحت الطلب" أو أنها تروم كسب مشاهدين جدد للقناة التلفزيونية، خاصة في أوساط فئة الشباب، كما يعتقد أحد مسؤولي هذه المواقع.*

*- هذا ما صرح به مدير تحرير موقع العربية نت أنس فودة، نقلاً عن: فارس حسن شكر المهداوي: صحافة الانترنت دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة

- 4- هل بلغت مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت مستوى واحدا من التطور في تعاملها مع مستخدميها الذي يعكس تمثلها لهم الذي قد يقترب، بهذا القدر أو ذاك، من تمثل القناة التلفزيونية لجمهورها، والذي يصفه الباحث جون بيار اسكينازي (بالمشاهد المؤسساتي) (1) ؟
- 5- كيف يمكن لموقع القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت أن يصهر تعددية الأصوات القادمة من مختلف المصادر التي تتدخل في تشكيل مواد المكتوبة والسمعية، والمرئية، والسمعية- البصرية في صوت واحد بحيث لا يضيع المستخدم بين الخطاب الذي تنتجه القناة التلفزيونية، وخطاب القناة التلفزيونية في موقعها الإلكتروني؟
- المقاربة المنهجية للبحث:**

استخدم الباحث المنهج المسحي لتوصيف مواقع القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت. ونظرا للحدود العلمية لهذا المنهج التي تقف عند حد تشخيص الظاهرة ووصفها، فقد تمت الاستعانة بالمقاربة السيميائية، التي يعتقد أنها تسمح بقراءة العلاقة المتسترة التي تنسجها المنظومات الاتصالية التي تتطلب من الجمهور/ المستخدم مجموعة من الكفاءات التقنية والثقافية حتى يوظف الأدوات التي تضعها في يده لتأويل ما تعرضه من مواد إعلامية واتصالية والتفاعل معها. فالمقاربة السيميائية تزودنا بمصفوفة لقراءة كيف أن التلفزيون لا يبث مضمونا إعلاميا وثقافيا في المطلق والمجرد، بل ضمن سياق محدد. ونظرا لتزايد وزن الخصائص التقنية في مجال الاتصال الحديث، فقد لقد أضحي مفهوم المنظومة الإعلامية بديلا لمفهوم " الميديا"، لأن المفهوم الأول أقدر على استيعاب التطور التكنولوجي والمضامين الجديدة المبنية وفق منطق حديث قوامه التفاعلية المتقدمة، والنص المتشعب Hypertext، والتناص Intertextuality . هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن مفهوم المنظومة الإعلامية يستطيع أن يجمع حالة الهجانة التي تعيشها وسائل الإعلام والتي تنسم بتداخل القديم والجديد، حيث تمتاز فيهما أنماط الاتصال المختلفة. فالصحف في شبكة الانترنت لم تعد تعتمد على الكلمة المكتوبة، بل استوعبت أنماط من الاتصال السمعي، والسمعي البصري، والإذاعة في شبكة الانترنت لم تعد تستمد وجودها من النمط الشفاهي فقط. وهكذا.

بالفضائيات الإخبارية" العربية. نت نموذجا، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال،
كلية الاداب والتربية. الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمرك، 2007

(1) - Kathryn Zickuhr: Generations 2010, Pew Research Center, retrieved, December 16, 2010 from <http://pewinternet.org/Reports/2010/Generations-2010.aspx>

لتحقيق هذه الغاية، قام الباحث باختيار عينة من مواقع القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت تشمل تسعة مواقع تابعة للقنوات التلفزيونية التالية: المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، والتلفزة التونسية الوطنية، والقناة الثانية المغربية M2، والتلفزة الموريتانية، وقناة المحور المصرية، وقناة الرأي الكويتية، وقناة العربية، وقناة الجزيرة، وقناة أل بي سي اللبنانية. نعتقد أن هذه العينة تعكس المجتمع المدروس نظرا لكونها تجمع مواقع القنوات التلفزيونية التابعة للقطاع العام (الجزائر، تونس، المغرب، موريتانيا)، ومواقع قنوات تابعة للقطاع الخاص (العربية، الرأي، المحور، أل بي سي)، ومواقع القنوات الشاملة (الرأي، أل بي سي، القناة المغربية، والقناة التونسية، والجزائرية، والموريتانية)، وأخرى متخصصة (العربية، والجزيرة)، مواقع تصدر بأكثر من لغة (العربية والفرنسية بالنسبة للقنوات المغاربية، والانجليزية (بالنسبة لقناة أل بي سي)، والأوردو والفارسية (لموقع القناة العربية). كما أن عينة هذه المواقع تعكس التفاوت في نسبة انتشار الانترنت واستخدامها مقارنة بعدد السكان في الدول العربية، حيث تضم دول التي يبيت منها الموقع مادته والتي لا يزيد نسبة الانتشار الانترنت بها عن 0.96% (1) والدول التي تزيد نسبة الانتشار بها عن 30%.

وقد تعرض الباحث إلى تحليل المواقع الإلكترونية انطلاقا من المستويات التالية:

المستوى الأول، خاص بأنماط

المستوى الثاني: خاص بأشكال تفاعل الجمهور مع المواقع.

المستوى الثالث: خاص بالخدمات التي تقدمها المواقع.

المستوى الرابع: ويتعلق ببعض الخصائص الديموغرافية لمستخدمي

المواقع.

المستوى الخامس: خاص بالأشكال الفنية للمواقع ودلالاتها.

أهمية البحث:

إذا كانت بعض الكتابات تتنبأ بنهاية التلفزيون في الدول الغربية نتيجة تطور التكنولوجيا الرقمية التي قضت على ندرة البث الإذاعي والتلفزيوني لما أتاحتها من تكاثر حوامل المادة الإعلامية والثقافية ذاتها، وتعددتها وتنوعها عبر مختلف الشاشات: التلفزيون، والكمبيوتر، والهاتف، وجهاز DVD المحمول، وMP3، وجهاز IPAD، فالتلفزيون في المنطقة العربية يعيش عصره الذهبي.

(1) - Tous les chiffres-clés de l'Internet et des nouvelles technologies, Journal électronique du net. Retrieved , 20 June 2011, from <http://www.journaldunet.com/chiffres-cles.shtml>

هذا ما يثبتته الارتفاع السريع والكبير في عدد القنوات التلفزيونية من جهة، بعد "تهافت" المستثمرين الخواص والعموميين العرب والأجانب على استثمار رؤوس أموالهم في المجال السمعي-البصري، أو "لتسويق" السياسة الخارجية لبلدانهم. وأمام التباطؤ الملحوظ في محو الأمية في المنطقة العربية يظل التلفزيون يحتكر الإعلام والترفيه والثقافة، ويستقطب اهتمام الجمهور. وعلى ضوء هذه الحقيقة من المنتظر أن يشتد التنافس بين القنوات التلفزيونية لكسب أكبر عدد من الجمهور، مما يؤدي بالقنوات التلفزيونية إلى لاستثمار الآليات الجديدة التي تتيحها شبكة الانترنت لتعزيز جمهورها، وتعيده على برامجها وتسويقها، وإشراكه في إنتاج مضامينها، وبناء شبكتها البرمجية، وفي ترسيخ صورتها وهويتها. هذا مع العلم أن ارتفاع نسبة استخدام الانترنت في المنطقة العربية خلال العقد الماضي لا يخفي ضعف انتشار خدمات الانترنت ذي النطاق العريض وبطء سرعتها مما يؤثر سلبا على توزيع استخدام الانترنت، وعلى تطور تطبيقات الواب 2، ونمو الإعلانات في شبكة الانترنت. (1) فهذه الآليات الجديدة لم تتحدد أبعادها وتبعاتها على القنوات التلفزيونية، بشكل كامل، بعد، وذلك لأن وحدة الحامل التكنولوجي ووحدة مضمونه لا تؤدي بالضرورة إلى إحداث استخدام نمطي ومعيارى له. " فكل مستخدم أنترنته"، كما يقال. وهنا تكمن أهمية هذا البحث.

نتائج البحث:

أولا: أنماط البث

تبين الدراسة أن بعض القنوات التلفزيونية العربية لا تستخدم مواقعها في شبكة الانترنت، كمنصة للبث الحي والمتواصل لبرامجها (التسييل) *livestreaming* مثل: القناة المغربية، والموريتانية، كما يبين الجدول رقم 1. إن الافتراض الذي انطلقت منه القنوات التلفزيونية العربية لبث برامجها مباشرة على شبكة الانترنت، يكمن في الاعتقاد بأنه يتيح للذين لم يتمكنوا من التقاط برامج القناة التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية من متابعتها خارج المنطقة المغطاة،* أكثر من اقتناعهم بوجود مشاهدين، رغم تواضع عددهم حاليا، يشاهدون بعض برامج التلفزيون عبر شبكة الانترنت مباشرة. وبعضهم يشاهد البرامج عبر الشاشة الصغيرة لكنه يفضل اقتناء نسخة منها عبر " شرائط الفيديو تحت الطلب من النت. ومن المتوقع أن يزداد عددهم في المستقبل

(1) - نادي دبي للصحافة و شركة برايس ووترهاو كوبرز: نظرة على الإعلام العربي

2008-2012، دبي 2009

*- هذا ما يعتقد مدير تحرير موقع العربية نت، أنظر: فارس حسن شكر المهداوي، مرجع سابق

القريب على غرار ما هو موجود في بعض الدول الأجنبية. فحسب الدراسة التي نشرها مركز البحث Pew Research Center فإن عدد مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية الذين يشاهدون شرائط الفيديو عبر الانترنت قد قفز من 52% في 2008 إلى 68% في مايو 2010.(1)

وتزيد نسبة الانترنتيين الفرنسيين الذين يشاهدون شرائط الفيديو عن نسبة المذكورة، إذ تبلغ 90%. ويشاهدها 24% منهم مرة في الأسبوع على الأقل. ويحظى الإقبال على منصات تقاسم شرائط الفيديو: (موقع اليوتوب ، ودلي موشن) بنسبة 92% من مجمل مستخدمي الانترنت. تليها مواقع القنوات التلفزيونية الكلاسيكية في شبكة الانترنت بنسبة 77%، وأخيرا المواقع الإخبارية بنسبة 69%. (2) ولا توفر كل مواقع القنوات التلفزيونية إمكانية المشاهدة الاستدراكية لبرامجها (Catch up) للجمهور الذي لم يتمكن من مشاهدتها أو الراغب في إعادة مشاهدتها. فموقع تلفزيون موريتانيا، وال بي سي و الرأي الكويتية تنعدم فيه هذه الإمكانية أصلا. وبعض مواقع القنوات التلفزيونية تسمح بإعادة بعض البرامج فقط دون غيرها، فموقع التلفزيون الجزائري، والتونسي يسمحان بإعادة مشاهدة نشرة الأخبار التلفزيونية.

وموقع القناة الثانية المغربية يسمح بإعادة مشاهدة برامجها مباشرة بعد بثها. فنشرتها الإخبارية يمكن إعادة مشاهدتها في الموقع بعد ساعة فقط من بثها عبر القناة. ويمكن الانتظار 24 ساعة لإعادة مشاهدة البرامج أخرى غير الإخبارية. وتسمح مواقع القنوات الأخرى باستدراك مشاهدة جزء كبير من برامجها. والبعض تكثفي بإعادة بث بعض برامجها القليلة فقط على غرار قناة الرأي الكويتية. هذا مع العلم أن التأخر في تحديث المواقع الإلكترونية لبعض القنوات التلفزيونية يؤثر بشكل واضح على غابات المشاهدة الاستدراكية. فقناة المحور المصرية، مثلا، حولت "التلفزيون الاستدراكي" TV (Catch up) إلى عمل أرشيفي. لأن حلقات برنامج 90 دقيقة الماضية التي يمكن إعادة مشاهدتها تعود إلى سنتين مضت. والأطرف في الأمر أن شريط أخبار يتضمن تلك التي مرت عليها سنتان وأكثر!

(1) - Kathryn Zickuhr: Generations 2010, Pew Research Center, retrieved, December 16, 2010 from <http://pewinternet.org/Reports/2010/Generations-2010.aspx>

(2) - Cécile Barbière : La vidéo en ligne sur les terres de la télé, retrieved, June 20, 2011 from <http://www.strategies.fr/actualites/medias/135407W/la-video-en-ligne-sur-les-terres-de-la-tele.html>

وعلى هذا الأساس من الصعب القول أن مواقع القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت تعمل كلها على توثيق العلاقة بجمهورها، وتعيده عليها. فإكتفاء القنوات التلفزيونية الحكومية بتوفير إمكانية إعادة مشاهدة نشرات أخبارها، يتماشى ومنطق التلفزيون الرسمي في المنطقة العربية والذي يكتسب مبرر وجوده في بث الأخبار حتى وإن كانت تفتقد قيمتها الإخبارية لأنها مادة للعلاقات العامة التي تقوم بها الحكومة ورئاسة الدولة. وهذا المبرر اكتسب شرعيته في المنتصف الثاني من القرن الماضي في زمن الندرة الإعلامية والحرص على بناء مؤسسات الدولة وإعلام الجمهور عنها. فهذا المبرر زال في زمن الوفرة لكن مواقع القنوات الرسمية ما زالت متمسكة به. وبهذا فإنها ترسخ صورة هذه القنوات الرسمية في ذهن مستخدم الانترنت.

وتنفرد قناة العربية والجزيرة والأل بي سي بتزويد مشتركها بالأخبار العاجلة التي تصلهم في شكل رسالة نصية قصيرة SMS. وإن كان هذا النشاط يندرج ضمن السباق من أجل نشر علامة القناة التلفزيونية أو ماركتها فإنه لا يستطيع أن يخفي أغراضها التجارية في إطار تنويع مصادر تمويلها.

لقد قامت بعض القنوات التلفزيونية العربية القليلة ببث بعض المختارات من برامجها على الهاتف الذكي، مثلما فعلت قناة الأم بي سي مع حلقات مسلسل طاش ما طاش. وبهذا الطريقة من البث تحاول القناة أن تستغل كل ما هو متوفر وفي متناول الجمهور حتى توسع انتشارها. إذا كانت هذه الطريقة لا تطرح مسألة التوافق بين المحتوى وسباق التلقي لدى شرائح من الجمهور التي تعاني من فائض في وقت الفراغ. فإنها تطرح مسألة جوهرية في الدول التي يعاني فيها الجمهور من ضيق الوقت وسرعة إيقاع حياته الاجتماعية، مما جعل القنوات التلفزيونية ومنتجو المواد السمعية-البصرية يفضلون المواد غير الهاتف المتحرك من بين تلك التي تتطلب مشاهدتها بعض الثواني أو الدقائق المعدودات فقط، مثل: موجز الأخبار، مقاطع موسيقية وغنائية، ألعاب، لقطات كروية من مقابلة رياضية، ولقطات لدفع Push بعض البرامج التلفزيونية لترويجها، وغيرها. بمعنى (أن اختيار المادة يخضع لسباق المشاهدة أكثر من نوق مستخدم الهاتف النقال).⁽¹⁾

كما تبث قناة الجزيرة والعربية وال أبي سي برامجها على موقع اليوتوب Youtube . ويذكر أن أحداث ما يسمى بالربيع العربي رفعت عدد مشاهدة فيديوهات القنوات الإخباريتين على الشبكة المذكورة . لقد قام موقع قناة العربية بتصنيف الفيديوهات الأكثر مشاهدة، وزعم أن الفيديو الخاص بطرد

(1) - Catherine Lejealle : Dans quelle mesure la TV sur mobile est-elle interactive ? tic&société, Numéro Vol. 4, n° 1 (2010) pp 91- 106

المغني حسني ثامر من تجمع بساحة التحرير بالقاهرة حظي بأكبر عدد من المشاهدة؛ أي حوالي 381590 مشاهدة من قبل مستخدمي شبكة اليوتيوب (1) هذا وتكتفي قناة آل بي السي اللبنانية ببث مقاطع من بعض برامجها، مثل " كواليس ستار أديمي" وبعض المقاطع الدالة عنه عبر موقع اليوتوب.(2) وتتفرد قناة الجزيرة دون غيرها ببث جزء من شبكة برامجها على البودكست Podcast. والكل يعلم أن البودكست يسمح استقبال أحدث حلقات برنامج معين بشكل آني فور توفرها، ويمكن الاشتراك في استقبال البودكست.(3) وهذا يعزز مشاهدتها خارج البث الخطي للقناة التلفزيونية. على ضوء ما تقدم يبدو أن اختيار بعض مواقع القنوات التلفزيونية العربية لأنماط بث المحتوى الرقمي لم يأت نتيجة إستراتيجية مدروسة على غرار إستراتيجية تنوع المنصات الإعلامية (Cross media). التي تبنتها القنوات التلفزيونية العمومية الأوروبية، وعلى غرار ما قامت به قناة البي بي سي البريطانية،* والتي جعلت من مواقعها فضاءً رمزياً يلتقي فيه المشاهدون لمشاهدة بعض مواد شبكتها البرمجية و لتبادل المعلومات والتجارب والآراء والتعليق، والانطلاق من الموقع لتبادل الخبرات والمعلومات والآراء، والمشاركة في إنتاج الملفات السمعية- البصرية التي تتولى القناة التلفزيونية ببثها سواء عبر القناة التلفزيونية أو عبر موقعها الإلكتروني في الشبكة. لقد بلغ مستوى استثمار القنوات التلفزيونية الأوروبية لوجودها على شبكة الانترنت درجة تمكين المشاهدين من تبادل الملفات السمعية-البصرية مجاناً في إطار احترام قانون الملكية الفكرية والحقوق المجاورة، و حمايتها من القرصنة، مثل

(1) - العربية-نت: 1900 فيديو منها 150 عن الأحداث المصرية: "العربية" أكثر القنوات الإخبارية مشاهدة في "يوتيوب" على مستوى العالم، مسترجع بتاريخ 11 فبراير 2011 من الموقع:

<http://www.alarabiya.net/articles/2011/02/11/137238.html>

(2) :- <http://www.youtube.com/thestaracademyme>

(3) http://www.bbc.co.uk/arabic/institutional/2011/01/000000_podcast.shtml

* - تنطلق هذه الإستراتيجية من إيمان القناة بأنها ظلت طيلة تاريخها منغلقة على ذاتها غيورة على خطها التحريري واستقلاليتها، لكن هذا الإغلاق الذي أملاه منطق الاتجاه الأحادي التاريخي للمحتوى لا يتجاوب مع البيئة الرقمية التي تحول فيها الجمهور إلى فاعل- أنظر

BBC : Building public value, Renewing the BBC for a digital world ,
retrieved august 20, 2011 from
<http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf>

ما قامت به القنوات التلفزيونية الكندية والنرويجية في استخدامها لتكنولوجيا BitTorrent والتي تسمح للمستخدمين بتبادل الملفات فيما بينهم دون المرور بخادمها Server¹.

لقد فتحت هذه التجارب المجال للحديث عن مفهوم "التلفزيون الاجتماعي" Social TV الذي يقترح أشكالاً جديدة من التواصل مع المشاهدين/المستخدمين. والتي بفضلها انتقلت القنوات التلفزيونية من تقديم ذاتها (ماركتها، منتجاتها، تصوراتها للإعلام والاتصال والترفيه والإعلام إلى المشاهد/المستخدم) إلى اندغامها في نسيج حياته اليومية باعتبارها موضوع حديثه اليومي. * هذا مع الإشارة إلى الأبعاد الاتصالية والاجتماعية لهذا المفهوم لا يجب أن تخفي عنا البعد التسويقي المتلبد في هذا المفهوم. فالتلفزيون الاجتماعي لا يتضمن أشكالاً جديدة من التفاعل والتواصل مع الجمهور، بل يعبر عن رغبة القناة التلفزيونية في معرفة دقيقة ماذا يفكر المشاهد في تلقائية مشاهدته لبرامجها.

يستنتج مما سبق عرضه أن إنشاء مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت خضعت لعاملي التقليد والارتجال والحسابات السياسية والإيديولوجية. ولم نلتمس وعياً كافياً لدى العديد من القنوات "بالضرورات" التي قادت مواقع القنوات التلفزيونية الأجنبية لتنوع أنماط بثها، والتي يمكن تلخيصها في عاملين أساسيين، وهما:

1- التغير الحاصل في العلاقة بالتلفزيون. فالجمهور يسعى إلى التخلص من الطابع الجماعي للمشاهدة التلفزيونية، والانتقال من متعة (أن نشاهد مع التلفزيون) إلى متعة المشاهدة الفردية التي تحرر المشاهد من إكراه "الزمن" التلفزيوني التقليدي. فحسب توقعات بعض المختصين فإن نسبة مشاهدة البرامج الخطية للتلفزيون الكلاسيكي في الولايات المتحدة الأمريكية ستتناقص من 75% في 2009 إلى 36% في 2016 لصالح التسجيل الرقمي، ومشاهدة الفيديو تحت الطلب VOD والانترنت الذي يُمكن المستخدم اليوم من مشاهدة

(1) - الصادق حمادي: الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال:

التلفزيون العمومي نموذجاً. مجلة بحوث الإعلام، العدد 33-2011

*- يمكن الإشارة في هذا المقام إلى أن القناة الفرنسية الأولى شرعت في توظيف

خدمة « TweetReplay » التي تسمح بمعرفة تعليقات الجمهور المترامنة مع مشاهدة

برنامج معين وردات فعله عنه. والنقر على كل " زقزقة « Tweet » يكون مرفقا

بلقطة البرنامج التلفزيوني التي أثارت التعليق المذكور. وقد جربت هذه الخدمة مع

بث برنامج " الرقص مع المشاهير"، وهو برنامج من تلفزيون الواقع أقتبس من

البرنامج البريطاني الموسوم : Strictly come dancing" والذي يبث في 35 دولة.

كمية كبرى من المحتويات الرقمية في المكان الذي يشاء، والوقت الذي يريد. (1)

من المنطقي أنه لا يمكن مقارنة الوضع في المنطقة العربية بالولايات المتحدة الأمريكية حتى من باب التوقعات فقط، لكن ما سبق قوله يؤكد مكانة التلفزيون في المستقبل. فالعديد من الدراسات الغربية (2) تؤكد أن التلفزيون لا زال يحتفظ بموقعه في المشهد الإعلامي والثقافي في الوقت الحالي، حيث أن 13% فقط ممن صرحوا في العام 2010 أنهم يفضلون مشاهدة التلفزيون عبر الانترنت. لكن بالمقابل 71% يفعلون ذلك لاستدراك ما فاتهم من برامج تلفزيونية. "إذا المحتوى هو الذي يعمل على تعويد الجمهور على القناة وليس القناة التلفزيونية التي تفعل ذلك". (3) وهنا تكمن أهمية المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت، والتي تعمل على توثيق عرى العلاقة بالجمهور.

2- إن تعددية أنماط البث نابعة من إستراتيجية تتبناها القنوات، ومجموعات الاتصال الكبرى، يحركها، في الغالب، الاقتصاد، وذلك قصد البحث عن مصادر جديدة لتمويل المادة السمعية- البصرية. فالقنوات التلفزيونية العمومية والتجارية تلجأ إلى زيادة انتشارها وسط الشباب لاعتقادها أنه ابتعد عن مشاهدة القنوات الكلاسيكية، فتعمل على تنويع أنماط بثها. فالقناة التلفزيونية الأمريكية (MTV) المختصة في الموسيقى، التي أطلقت طبعها العربية الموجهة لأبناء الشرق الأوسط منذ أربع سنوات،⁴ تبنت إستراتيجية التعاضد Syndication والذي يقضي ببث برامجها بموجب الاتفاق الذي أبرمته مع مجموعة من المواقع الإلكترونية لتقاسم شرائط الفيديو على شبكة الانترنت، مثل مؤسسة ديليموشن DailyMotion ، وفيوه Veoh ومي في MeeVee وأي مين iMeem وغو فيش GoFish. (5)

(1) - Frédéric Rose: Télévision : nouveaux usages, nouvelles opportunités, Le Monde, France, november 11, 2010

(2) - Ibid

(3) - Ibid

(4) - فيصل عباس: «إم تي في» تصدح بالعربية، تنطلق في 17 نوفمبر .. وتعد بمزيج من المحتوى الغربي والعربي المحلي، الشرق الأوسط 28 أكتوبر 2007

(5) - Union Européenne de Radio-Télévision: Les Radiodiffuseurs et Internet 2008, retrieved , june 20, 2010 from http://www.ebu.ch/CMSimages/fr/Les%20Radiodiffuseurs%20et%20Internet_FRA_Resume_tcm7-64188.pdf

يمكن القول دون تبرير أن توجه المنطقة العربية برمتها، بقوة، إلى اقتصاد السوق، لم تظهر كل تجلياته، بوضوح، في المجال السمعي البصري. حقيقة توجد العديد من القنوات التلفزيونية، والتجارية على وجه التحديد، التي تعمل على تنويع مصادر تمويلها في ظل منافسة محمومة، مثل قناتي العربية والجزيرة التي ركزت على الاشتراك في خدمة الأخبار العاجلة عبر الهاتف المحمول، وبيع برامجها مسجلة في أشرطة فيديو، وتحقيق بعض الأرباح من خلال مركز التدريب الإعلامي والتلفزيوني، أو عرض الأرشيف وفق الطلب VOD ، كما تسعى قناة الألبى سي اللبنانية القيام به عبر موقعها الإلكتروني. لكن كل ما سبق ذكره لا ينفي القول أن القنوات التلفزيونية الحكومية تظل غير مهتمة بما يفكر الجمهور في برامجها طالما أن تمويلها يأتي من الخزينة العامة، والعائد الإعلاني الذي تحصل عليه القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية لا يخضع لمعايير المنطق التجاري: عدد مشاهدي القناة التلفزيونية، وزن برامجها في سوق المشاهدة، ولا لمنطق الخدمة العمومية بقدر خضوعه لأوامر سياسية، واعتبارات إيديولوجية. بينما نلاحظ أن تنوع أنماط البث في الدول المتقدمة كان وليد تصور إستراتيجي وإن كان يحمل في طياته نوعاً من المفارقة الاقتصادية: فكلما عانى المحتوى الذي تبثه القناة التلفزيونية من مصاعب في استرجاع المال الذي صرف عليه تنوعت أشكال بثه. وكلما تعددت أشكال بثه ازداد الوضع المالي للقناة التلفزيونية الكلاسيكية التي تبثه هشاشة في بيئة رقمية (1) يحكمها اقتصاد السوق! بمعنى أن تعدد القنوات التي تنقل المادة السمعية-البصرية يؤدي إلى تشظي الجمهور، وخصوصاً جمهور التلفزيون مما يقله نصيبه من سوق الإعلانات.

الجدول (1): أنماط بث القنوات التلفزيونية

القناة	Streaming		Catch up Tv		Podcast	هاتف	اليوتوب
	كلي	جزني	كلي	جزني			
ENTV	x	0	x	√	x	x	X
التلفزة التونسية الوطني	x	x	x	√	x	x	X
M2	x	x	x	√	x	x	X
التلفزة الموريتانية	x	x	x	x	x	x	X
قناة المحور	√	x	x	√	x	x	يوجد لكنه غير مفعّل
قناة الرأي الكويتية	√	x	لا	x	x	x	X

(1) - Ibid

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

http://www.youtube.com/alarabiya	√	x	x	x	x	√	العربية نت
http://www.youtube.com/user/aljazeerachannel	√	√	x	√	x	√	الجزيرة نت
http://www.youtube.com/user/lbcgroup	√	x	x	x	x	√	LBC

المستوى الثاني: أشكال تفاعل الجمهور

لا تكمن شرعية المواقع الإلكترونية في المنطق الذي تبني به المادة السمعية- البصرية، والذي يختلف عن ذلك الذي يتحكم في بناء المادة التلفزيونية. إنها كامنة فيما تتيحه من تفاعل الذي أصبح سمة الاتصال في العصر الحديث والذي يأخذ أشكالاً مختلفة في علاقته بالقناة التلفزيونية، مثل: المشاركة في إنتاج المادة التلفزيونية، والتصويت، وتقديم الاقتراحات والتعليق على بعض البرامج، وإرسال ما نشر في الموقع إلى صديق عبر البريد الإلكتروني، والتدخل لتشكيل خارطة برامجية خاصة تلبي حاجات المستخدم، وذوقه، وتخضع لسياق استخدامه.

باستثناء موقعي قناتي العربية والجزيرة لا يفتح أي موقع من مواقع القنوات المدروسة المجال لمشاهدي القنوات التلفزيونية لتزويدها بما يسجلونه من مشاهد وصور وفيديوهات مرتبطة بالأحداث.

لقد أنشأت قناة الجزيرة موقع "شارك" في 2008. ويتمثل في تلقي صور وشرائط فيديو التي يرسلها المشاهدون، والتي يتم التحري حول مصداقيتها. ولعل هذه التجربة اقتبست من موقع IReport الذي أنشأته قناة سي أن أن التلفزيونية في 2007، واستطاع أن يحصل على 750 ألف مرسل مقترح. (1) وقد اكتسب هذا الموقع شهرته عندما تبني سياسة البث الحصري لما يصله من صور وشرائط الفيديو، خاصة تلك المتعلقة بالأحداث غير المرتقبة والتي يتعذر إبفاد مراسل لتغطيتها، مثل حادث قيام طالب بإطلاق النار على زملائه بجامعة فرجينيا في عام 2007، والكارثة التي خلفها الزلازل الذي ضرب اليابان في مارس 2011.

إن نجاح هذه التجربة في استثمار " المحتوى المنتج من قبل المستخدمين " Ggenerated Content Use شجع العديد من القنوات التلفزيونية على توظيفه. فشبكت سي.بي.إس نيوز التلفزيونية الأمريكية، على سبيل المثال، شرعت، في سبتمبر 2008، في توزيع برامج مجانية تتيح للمواطنين التعبير عن آرائهم وتقاريرهم وتعليقاتهم من خلال رسائل يحملها مستخدمو أجهزة " آيفون" مباشرة. (2)

إن موقع "شارك" بقناة الجزيرة يحاول أن يوظف مشاركة الجمهور. كما يستشف من الخطاب الذي يدعوهم إلى المشاركة بالرأي بالصور والفيديو حول

(1) - Social media: The people formerly known as the audience, The economist, Jul 7th 2011, retrieved, June 30, 2011 from <http://www.economist.com/node/18904124>

(2) - - نادي دبي للصحافة و شركة برايس ووترهاو كوبرز، مرجع سابق

ما يجري حولك من أخبار وأحداث مستجدة وذلك بالرد على السؤال التالي:
بدأت الثورات العربية قبل ستة شهور من الآن، ودارت عدة احتجاجات في عدة
دول عربية، فما الذي حققته انجازات الثورات وما الذي تنتظره بالمستقبل؟
وحظيت خدمة "أنا أرى" التي أطلقت قناة العربية عبر موقعها
الإلكتروني، والتي تستقبل وتعرض الفيديوهات التي يرسلها الجمهور، بمتابعة
كبيرة، حيث تزعم القناة المذكورة أنها حصلت على ما يقارب 6000 آلاف
شريط فيديو. (1)

ويعلن موقع الأل بي سي اللبنانية عن إمكانية أن يصبح جمهورها
مراسلا وذلك بإرسال ما سجله من شرائط فيديو وصور، لكن هذه الإمكانية
غير مفعلة.

تخلو جل مواقع القنوات التلفزيونية المدروسة من المنتديات. فموقع
القناة المغربية الثانية يعلن عن وجود هذا المنتدى وفق التصور الذي يخاطب
جمهور القناة بما يلي: (إن المنتدى فضاء لتفاعل الانتناتيين، ومشاركتهم في
حياة قنواتكم التلفزيونية المفضلة. فمن خلاله يمكن أن تعبروا عن ردود أفعالكم
تجاه البرامج، وتطرحوا الأسئلة، وتقدموا أفكارا ومواضيع، وتطلبوا
المشاركة في البرامج مع الجمهور، أو في الألعاب في شبكة الانترنت، وغيرها
من الإمكانيات. فيمكنكم الاشتراك مجانا في المنتدى وتوافقون على شروط
الاستخدام لتكنوا أعضاء فيه.) (2) لكن لم يكن هذا المنتدى مفعلا في أثناء
إطلاعنا على موقع القناة المذكورة.

يعترف أحد القائمين على موقع قناة العربية أن منتدى النقاش قد أزيل من
الموقع بعد وقت قصير من بداية تشغيله. وترك المجال للتعقيب عما ينشره
الموقع من مقالات. ويتولى فريق مهمة مراجعة كل التعليقات قبل نشرها
لضمان عدم ما يتعارض مع سياسة القناة. (3)

لقد استبدل منتدى النقاش بمنتدى آخر أخذ طابعا مرئيا أكثر سمي "منتدى
الفيديو"، وبهذا اقترب كثيرا من خدمة "أنا أرى" التي ذكرناها أعلاه، حيث
يُعرف بـ أنه أول منتدى يعرض فيديوهات التي قام الأشخاص بتصويرها في
الإعلام العربي. ويتيح الفرصة لكل حامل كاميرا أو فيديو جوال أن يصبح
مراسلا تلفزيونيا. ليقدّم نفسه ويقدم إنتاجه الذي يجد طريقة نحو جمهور
العربية وزوار الموقع. وتقبل الأفلام التي تغطي حدثا أو تتضمن لقطات تنقل

(1) - العربية-نت: 1900 فيديو منها 150 عن الأحداث المصرية، مرجع سابق
(2) - <http://www.2m.ma/Club2M>

(3) - نقلا عن فارس حسن شكر المهداوي، مرجع سابق

تقارير إخبارية أو تغطي جوانب من حياة الناس). (1) وغني عن القول أن الموقع يمارس دور الغرلة لما يصله من شرائط الفيديو لينشر تلك التي تتماشى وسياسته التحريرية.

ويأخذ المنتدى في موقع قناة الجزيرة، والذي أخذ مسمى " حلقات نقاش " صيغة المنتديات " Forums في المواقع الإلكترونية، حيث يطرح القضايا التي تثيرها برامج القناة أو تطفو على هامشها، ويطلب من المشاركين التعبير عن رأيهم فيها. ويزعم الموقع أنه طرح 276 موضوعا، شارك فيه 59026 مشاركا بـ 107730 مشاركة. (2)

فتحت قناة آل بي سي موقعا لبرنامجها الشهير ستار أكاديمي، ورفدته بمنتدى يجمع متابعي البرنامج وأنصاره، لكنه لم يتجدد ولم يفعل.

إن الشكلين اللذين يتجسد بهما المنتديين في الموقعين المدروسين يختلفان بشكل واضح، ويتطلبان كفاءات مختلفة: كفاءات تقنية وفنية بالنسبة لموقع العربية، وكفاءات سياسية وثقافية بالنسبة لموقع الجزيرة، وهذا يتلاءم إلى حد ما مع مستخدمي الموقعين، كما سنلاحظ لاحقا، لكنهما يلتقيان في الغاية، حيث يبدو أن القناتين لا تريدان أن يكون المنتدى نافذة تطلان عبرها على جمهورهما وانشغالاته، وأفكاره بما يؤدي إلى إحداث التغيير في محتوى وشكل برامجهما. وإنهما تسعيان إلى توصيل خطابهما إلى مستخدمي الانترنت في محاولة لتحقيق إجماع حوله مما يزكي عملهما. فـ 32 شريط فيديو الذي نشرته العربية نت في ركن (أنا أرى) في أثناء إطلاعنا عن الموقع يعكس أجندة القناة التلفزيونية، ويعبر عن رغبتها في تأطير النظر لمشهد الأحداث العربية والدولية، أي تشكيل " الجمهور المؤسستي" الذي تحدثنا عنه أعلاه.

لا يتضمن أي موقع للقنوات المدروسة خدمة المدونات، كما هو موضح في الجدول رقم 2. فالكل يعلم أن المدونات لم تعد مقتصرة على نمط الاتصال المكتوب، بل أصبحت تعتمد على الصورة، والشريط السمعي، والسمعي-البصري. لذا يمكن التساؤل عن الأسباب التي دفعت القنوات التلفزيونية العربية إلى الإحجام عن الاستفادة من المدونات التي تعد " وسيلة إعلامية نووية" Nanomedias.

نميل إلى الاعتقاد بأن السبب لا يعود إلى ما ذهب إليه الكثير من المختصين الذين رؤوا في المدونات منبرا " لسوق سوداء للإعلام" تززع

(1) -- <http://www.video.alarabia.net>

(2) <http://www.aljazeera.net/Portal/Discussion/DefaultSummaryPage.htm?>

GoogleStatID=6

وسائل الإعلام الكلاسيكية إن لم تنافسها، وذلك لتمرد لها على المعايير المهنية المعمول بها في الصحافة. لكن تخوف وسائل الإعلام الكلاسيكية من المدونات قد زال، حيث أصبحت العديد من وسائل الإعلام في العالم تشجع صحافييها ومذيعيها على إنشاء مدوناتهم في موقعها. وتختار من المدونات التي لا علاقة عضوية بها أفضل ما نشرته لتعيد إنتاجه. وقد استطاعت قناة البي بي سي على سبيل المثال إدماج المدونات في ممارستها الإعلامية والثقافية (1).
إن المسألة لا تتعلق بقلة المدونات العربية ولا بنوعيتها وإنما تعود لتخوف مسؤولي القنوات التلفزيونية من المدونات ليس لإسقاطاتها الذاتية فقط، بل لطبيعتها النقدية، في بعض الأحيان، وانفلاتها من إكراهات المؤسسة.
نظرا لأهمية الأخبار في القنوات التالية: العربية، الجزيرة، وال بي سي، فمن المنطقي أن يولي مواقعهم أهمية للشبكات الاجتماعية، مثل: تويتر، والفيس بوك. وبهذا تجاوزت هذه المواقع النقاش العقيم في المنطقة العربية الذي كان يدور حول السؤال التالي: هل تنافس الشبكات الاجتماعية الإعلام الكلاسيكي وتلغيه؟

إنه السؤال الذي أجابت عنه بعض القنوات التلفزيونية الأجنبية، بشكل عملي، مثل سي أن أن التي اتخذت من شبكة تويتر منصة لبث أخبار عاجلة لمليون و960 ألف متابع لها (2) وسعت قناتا الجزيرة والعربية، بعدد أكثر تواضعا من المتابعين، للإعلان عن برامجها عبر شبكة تويتر وفق هيكلية تتماشى أكثر مع خصوصية قناة العربية. ففي قناة العربية نجد الترتيب التالي: أخبار عاجلة، برامج العربية، الأخبار الرياضية، الأخبار الاقتصادية.
إن أهمية شبكة تويتر بالنسبة لوسائل الإعلام تكمن في وظيفتها المزدوجة: تقدم الأخبار لينقاسمها مستخدمو الموقع، واستنقصاء الأخبار التي تصل إلى هذه الشبكة. وهي المهمة الأصعب التي تتطلب مهارات التحري حول صحتها. فالكثير من الصحافيين يستخدمون هذه الشبكة للحصول على معلومات إضافية أو لتأكيد ما يصلهم من معلومات قبل نشرها.
يؤكد مسؤول شبكة New media بقناة الجزيرة أن الموظفين بالقسم قد تدربوا على استخدام الشبكات الاجتماعية لأداء واجبهم المهني (3) وقد استعانت القناة بهذه الشبكات في تونس ومصر في أثناء الأحداث التي أدت إلى تنحي

(1) - Alfred Hermida : The Blogging BBC: Journalism blogs at 'the world's most trusted news organisation'

<http://reportr.files.wordpress.com/2009/08/bbc-blogs-hermida-pre-pub.pdf>

(2) - Xavier Ternisien : Le réseau Twitter émerge comme source d'information pour les médias, le Monde , France, June 10, 2009

(3) - Social media, Idid

الرئيسين: بن علي ومبارك. وقبلها في الحرب على غزة التي انزاح جمهور القناة إلى متابعتها عبر شبكة الانترنت. وقد بدأت الاستعانة بخدمات المشتركين في هذه الشبكات ضرورية عندما لم يتمكن مبعوث القناة التلفزيونية من العمل بحرية في ميدان الأحداث. لكن يبدو أن استعانة القنوات بهذه الشبكات خلقت ظروف استثنائية وأملته ضرورات سياسية وإيديولوجية. وهذا ما يتجلى في عدم التقيد بالقيم المهنية والأخلاقية في التعامل مع هذه الشبكات، كمصدر أخبار. أو في اكتشاف مزاج الناس وتأثير الأحداث عنهم.

وربما يعكس استخدام التويتر من قبل القنوات المذكورتين التخوف التاريخي لوسائل الإعلام الرسمية من التعامل مع المواطن/المشاهد/المستخدم كمصدر للأخبار. والدليل على ذلك أن معظم مصادر الأخبار التي نشرتها القنوات هي أخبار مستقاة من مصادر مؤسساتية.

لم تتضمن شبكة الفيس بوك في موقع القنوات، إسهامات المشاركين في النقاش حول برامجها التلفزيونية على صعيد الشكل والمحتوى، وحول دور القناة التلفزيونية ومكانتها في المجتمع، بل أنساق وراء الأحداث السياسية العربية والدولية. فلا القناة ولا مضمون برامجها يشكل محور النقاش في هذه الشبكة، هذا إذا استثنينا بعض الأصوات النشاز التي تتساءل عن الانحياز لهذا الطرف أو ذاك في نقل الأحداث، أو تمجد موقفها من هذا الحدث أو ذاك.

نظرا لتسييس الأخبار في المنطقة العربية تحولت القنوات التلفزيونية الإخبارية إلى قنوات سياسية بامتياز. لذا نجد أن استفتاء المشاركين أسبوعيا في موقعي قناتي الجزيرة والعربية لا علاقة له بالبرامج ولا نوعيتها، بل يرتبط بسؤال ذي علاقة بالأحداث التي تكون في الغالب سياسية* فرغم انتفاء الشروط العلمية الخاصة بالاستفتاءات الأسبوعية التي تجريها بعض المواقع إلا أن بعض أصحاب المواقع يؤمنون بأنها تخرج بنتائج تعبر بشكل دقيق عن اتجاهات الجمهور العربي،(1) لكنهم لا يعلمون كيف تخدم هذه الاستفتاءات برمجة القناة التلفزيونية؟ وهل أدت إلى تغيير سياستها التحريرية واستجابت لرغبة المشاركين؟ لذا يمكن القول أن هدف هذه الاستفتاءات هو الحفاظ على العلاقة بمستخدمي الموقع فقط.

* - كان الاستطلاع الذي طرح في أثناء زيارتنا لموقع الجزيرة نت يوم 2011/8/22

يتمثل في السؤال التالي: هل يكتفي الاعتذار الإسرائيلي عن مقتل رجال الشرطة؟

أما سؤال العربية نت فهو كالتالي: حسم الوضع في سوريا سيأتي من: انقسام في

صفوف الجيش تدخل العشائر التحرك الإقليمي والدولي

(1) - نقلا عن فارس حسن شكر المهداوي، مرجع سابق

تتيح بعض مواقع لقنوات، مثل العربية نت، والجزيرة نت، وقناة الرأي الكويتية الفرصة للمشاهدين لتقييم البرامج التي تبثها، لكن نتائج هذه التقييم وتبعاته في مجال البرمجة لا تظهر بكل وضوح. هذا مع العلم أن هذا التقييم غير مفعّل في موقع قناة الرأي الكويتية.

هذا ويتضمن موقعا قناتي العربية والجزيرة أشكالا أخرى من التفاعلية، إرسال الأخبار المختارة إلى صديق عبر البريد الإلكتروني، أو التأشير عليها في خانة "أحبه" في شبكة الفيس بوك، وإرسال بطاقة لصديق عبر بريده الإلكتروني.

ويتفاعل موقعا العربية نت والجزيرة نت مع زوار موقعهما الذين يتابعون المقالات المنشورة من خلال نشر قائمة إلكترونية تتبين المواد الأكثر قراءة خلال اليوم أو الأسبوع أو الشهر، وتلك التي نالت أكبر عدد من التعقيبات أو التي أرسلت على أكبر عدد من الأصدقاء، أو طبعت أكثر. وهذا التفاعل هو شكل من التأثير على الجمهور وتوجيهه.

بالفعل إن موقعي القناتين يعيدان نشر آراء كتاب وصحافيين بعضها نشر في موقع الصحف العربية وبعضها الآخر كتب خصيصا للموقعين والسؤال المطروح لا يتعلق بانتقاء المواد المنشورة في الموقعين وفق الوحدة الفكرية للقناة التلفزيونية، بل في انزياح الموقعين نحو النمط المكتوب. فزيادة تموقع القناة التلفزيونية في المشهد الإعلامي العربي تعود بدرجة أساسية لعاملين، أولهما الأمية المرتفعة نسبيا في المنطقة العربية، وثانيا استمرار التلفزيون في احتكار الإعلام والترفيه بالنسبة لقطاع واسع من الجمهور.

لكن الجنوح نحو الاعتماد المتزايد على نمط الاتصال المكتوب يكشف عن طموح موقع القناتين في أن يكونا أكبر من موقعي قناة تلفزيونية تحذوهما الرغبة في اصطلياد الجمهور خارج الدائرة الكلاسيكية التي يوجد فيه جمهور القناة التلفزيونية. وبهذا فإن موقعا القناتين يشكلان منظومة اتصالية تحاول أن تربط القناتين التلفزيونيتين بالبيئة الرقمية، وتوسع من قاعدة المهتمين بها.

إن غياب البعد التفاعلي في مواقع بعض القنوات التلفزيونية العربية، ومحدوديته في بعضها الآخر نتيجة هيكلته وتأطيره من قبل خطاب القناة، يجعلنا نتحفظ، بقوة، على الخلاصة المستقاة من تجارب أوروبية في مجال التفاعلية والتي أكدت على التأثير على هوية التلفزيون وهجنته hybridization بسبب مزج إنتاجه بإنتاج المستخدمين¹ كما يدفعنا للتسليم بأن المنظومة الاتصالية الرقمية ليست وسيطا تقنيا محايدا يقع في منأى عن المجتمع، بل إنه يتحرك في أرضية الإرث الثقافي والسياسي والاتصالي.

(1) - الصادق الحمامي: مرجع سابق

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

الجدول (2): أشكال التفاعل مع الموقع ومضامينه

القناة	فيديو	منتدى	مدونات	تويتر	استفتاء	اقتراحات	الإرسال إلى تصديق	قيم البرنامج	Face book
ENTV	X	X	X	X	X	X	X	X	X
التلفزة التونسية الوطنية	X	X	X	X	√	√	√	X	X
M2	X	√	X	X	X	X	X	X	X
التلفزة الموريتانية	X	X	X	X	X	√	X	X	X
قناة المحور	X	X	X	X	X	X	X	X	√
قناة الراي	X	X	X	X	X	√	√	√	X
العربية نت	√	X	X	نعم	نعم	X	√	X	√
الجزيرة نت	√	√	X	نعم	نعم	X	√	√	√
LBC	X	√	X	√	نعم	X	X	√	√

المستوى الثالث: خدمات المواقع

تتفاوت مواقع القنوات التلفزيونية العربية في الخدمات التي تقدمها لجمهورها سواء على الصعيد الكمي أو النوعي. فمواقع القنوات الثلاث، الجزائرية، والموريتانية، والمحور المصرية لا تعلم جمهورها عن حالة الطقس. وبعض القنوات الأخرى تقدم نصا مكتوبا عنه، والبقية تقدم صورا متحركة عنه تكاد تضاهي نشرة الأخبار الجوية بدون مذيع. وتنفرد مواقع القنوات الثلاث: المغربية، والجزيرة والعربية بتقديم معلومات عن البورصة والمال. هذا مع الإشارة إلى أن القناة الأخيرة تولي أهمية كبرى لهذه المعلومات تضاهي اهتمام القناة التلفزيونية بها، وكأنها وجدت في موقعها الإلكتروني مجالا لمد اهتمامها.

وتوفر مواقع القنوات التالية: الجزيرة، والعربية والمحور المصرية خدمة RSS – وإن كانت هذه الخدمة غير مفعلة في موقع القناة الأخيرة. و RSS هو تقنية بسيطة تمكن المستخدم من الحصول على آخر الأخبار والمقاطع الصوتية، وشرائط الفيديو فور ورودها على مواقع المفضلة على شبكة الإنترنت. وشاع استخدام المواقع الإلكترونية لهذه الخدمة توفيراً لوقت المستخدم، وإعفاءه من مشقة البحث وفتح صفحات المواقع والبحث عن المواضيع الجديدة، وتمثل في الوقت ذاته شكلا من التنويه بأهمية جديدها. ويوفر موقع قناة البي بي سي العربية هذه الخدمة لجمهورها (1) يمكن أن نتساءل عن معنى الإعلان عن خدمة ما، مثل RSS؟ وما قيمة هذه الخدمة في قناة المحور على سبيل المثال التي لم تجدد محتوياتها منذ سنتين؟

لا تتيح كل مواقع القنوات التلفزيونية للمستخدم إمكانية الولوج إلى أرشيفها. فموقع القناة الموريتانية، وقناة الرأي الكويتية لا يمتلكان أرشيفا لبرامجهما. وإذا كان موقعا قناة العربية والجزيرة يمكننا المستخدم من الإطلاع على جل أرشيفها، فإن بعض القنوات التلفزيونية تضع جزءا فقط من أرشيفها في مواقعها الإلكترونية. فالقناة الجزائرية، على سبيل المثال، تضع نشرة الأخبار المركزية التي تبث طيلة الأسبوع تحت تصرف المستخدم، وكأنها تعتقد أن أخبارها البرتوكولية والمتوفرة في وسائل الإعلام الجزائرية الأخرى (وكالة الأنباء الجزائرية، والصحف الحكومية) تملك قيمة استثنائية يجب العودة إليها أكثر من بقية البرامج. أو أن الموقع يعمل على ترسيخ صورة القناة عن

(1) - أنظر:

http://www.bbc.co.uk/arabic/institutional/2011/01/000000_rss.shtml

التلفزيون واختصاره في نشرة الأخبار فقط؟ وتحتفظ قناة المحور ببعض الحلقات فقط من برنامجها الحوارية الخاص: "90 دقيقة" في الأرشيف. وتضع القناة التونسية بعض برامجها الهامة، التي تكشف عن الأجواء السياسية التي تعيشها تونس بعد الإطاحة بالرئيس بن علي، في أرشيف موقعها الإلكتروني. لا يمكن أن نتسرع للاستنتاج بأن مواقع القنوات التلفزيونية للعديد من الفضائيات العربية تلعب دور حافظ الذاكرة السمعية البصرية للدولة التي تنتمي إليها القناة. فالغاية الانتقائية لأرشفة بعض البرامج في القنوات التلفزيونية تخضع لعامل سياسي وإيديولوجي.

حاولت بعض القنوات التلفزيونية أن تستفيد ماليا من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة ومن شبكة الانترنت ضمن أفق إعادة هيكلة اقتصادها. فموقع قناة آل بي سي اللبنانية على شبكة الانترنت انفرد بإعلانه عن خدمة " شرائط الفيديو حسب الطلب (Video On Demand) وان كانت غير مفعلة. فإضافة إلى أن هذه الخدمة تسعى لتلبية حاجة وذوق الجمهور وفق إيقاع حياته، فإنها تفتح المجال للقناة لجني بعض المال.

باستثناء مواقع بعض القنوات التلفزيونية: الجزائري، الموريتانية، والمحور المصرية، اتجهت بقية المواقع إلى بث إعلانات تجارية، قصد رفع عائدها المالي. وبعض الإعلانات، مثل تلك التي ينشرها موقع الجزيرة تأخذ بعدا تفاعليا، بمعنى أن المستخدم الذي ينقر على الصورة الإعلانية يحال إلى موقع يقدم تفاصيل أكثر عن السلعة أو الخدمة المعروضة. وينفرد موقع هذه القناة بعروضه التسويقية. فبالتعاون مع شركات الفنادق ينشر أسماء الفنادق والدول التي يمكن للسائح أو المسافر الذي يقيم فيها من التقاط برنامج القناة التلفزيونية. ويمكن لمشاهدي الموقع شراء الكتب التي تتضمن حلقات من إحدى برامجها.

إن الولوج بعض مواقع القنوات التلفزيونية أو استدراك مشاهدة بعض البرامج يتم من خلال التسجيل المجاني فيها. فهذا التسجيل لا يساعد القناة على معرفة جمهورها فحسب، بل يساهم في خلق وشائج من العلاقات مع الجمهور، حيث أن الاشتراك يروم تشكيل مجموعة افتراضية.

تتضمن المواقع الإلكترونية "الثرية"، مثل العربية والجزيرة محرك بحث يسمح بالعثور على ما نبحث عنه من برامج مباشرة أو مسجلة أو معلومات متنوعة سواء داخل الموقع أو خارجه.

ويمكن أن نتساءل عن الجدوى من الإعلان عن بعض الخدمات غير المفعلة، كما هو بالأمر بالنسبة لموقع قناة الرأي الكويتية؟ لعل هذا السؤال يدفعنا إلى الشك في القول الجازم بأن مواقع بعض القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت هو عبارة عن قائمة من الخدمات.

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت..... د. نصر الدين
لعياضي

الجدول (3): خدمات المواقع:

أفلام مسلسلات	أرشيف		إعلانات		اشتراك	بحث	أبراج	VOD	RSS	مواقع مفيدة	التسويق	مواعيد الصلاة	مال واقتصاد	أحوال جوية	القناة
	برامج خاصة	أخبار	اجتماعية	تجارية											
x	x	√	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x	ENTV
x	√		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	√	التلفزة التأسيسية الوطني
x	√	x	√	√	x	x	x	x	x	x	x	x	√	√	M2
x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	√	x	√	x	x	التلفزة الموريتانية
x	x	x	x	x	√	√	x	x	√	x	x	x	x	x	قناة المحور
x	x	x	x	√	√	x	√	x	x	x	x	√	√	√	قناة الراي
x	x	x	x	√	√	√	x	x	√	x	x	x	√	√	العربية نت

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

x	x	x	x	√	√	√	x	x	√	x	√	x	x	√	الجودة نت
x	x	√	x	√	√	x	x	√	x	x	x	x	x	√	LBC

المستوى الرابع: بعض الخصائص الديموغرافية لمستخدمي المواقع:

تكشف الدراسة عن مجموعة من الحقائق التي تدحض ما كاد يتحول إلى مسلمات في الحديث عن مواقع وسائل الإعلام في شبكة الانترنت، وما يشكل تمثل القنوات لجمهورها عبر مواقعها.

1- يعتقد أن متابعي مواقع القنوات التلفزيونية كلهم يقطنون خارج منطقة البث، و أن مضامين هذه المواقع موجهة لعرب الشتات المتناثرين في قارات العالم. إن هذا الاعتقاد يجانب الحقيقة. فباستثناء متصفح موقعي قناة الجزيرة وموريتانيا التي توجد أكبر نسبة منهم في الولايات المتحدة الأمريكية- أنظر الجدول الرابع- فإن أكبر نسبة من متصفح مواقع القنوات التلفزيونية العربية توجد داخل دولة البث أو الدولة التي ينتمي إليها صاحب القناة. فنسبة الذين يتصفحون موقع قناة العربية في الولايات المتحدة الأمريكية لا يزيد عن 19.1% من مجمل متصفحيه، أي أقل من نصف متصفحيه في المملكة العربية السعودية، حسب إحصائيات موقع <http://www.alexacom> خلال الفصل الثالث من السنة 2011. لذا يجانب المشرفون على هذا الموقع الصواب إذا اعتقدوا أن موقعهم قد تجاوز تلبية حاجات الجالية العربية في الولايات المتحدة الأمريكية، وجعل من هذه الجالية نموذجا لمتصفح الموقع، كما ذهب إلى ذلك أحد المسؤولين عن موقع العربية عندما أكد أن هذه الجالية سمعت بقناة العربية وهي شغوفة بالتعرف على المزيد منها وخاصة أنها لا تملك إمكانية الوصول إلى إرسالها الفضائي.* إذا كانت غالبية متصفح هذا الموقع يقعون في منطقة بث القناة فإنهم يستطيعون أن يدركوا بيسر القيمة المضافة التي يقدمها لهم هذا الموقع.

إن تحليل نسب متابعة موقع قناة العربية يلاحظ غياب تام للمناطق الناطقة باللغة الفارسية والأوردو. والسؤال المطروح لماذا يستخدم هذا الموقع هذه اللغات علما أن القناة التلفزيونية غير ناطقة بها؟ هل استخدام اللغتين أمثله

*- هذا ما أكده عمار بكار في مقابلة مع : فارس حسن شكر المهداوي، مرجع سابق.

عوامل سياسية وإيديولوجية أو أن الموقع موجه للجاليات الهندية والباكستانية والإيرانية المقيمة في الخليج؟

2- يؤكد الباحثون عن تراجع استهلاك الشباب للتلفزيون لصالح الوسائط الإعلامية الجديدة وتوجههم إلى مشاهدتها عبر الانترنت. (1) ويستنتج من هذا التأكيد أن الثقل الديموغرافي للشباب في المجتمع دفع القنوات التلفزيونية إلى إنشاء مواقع لها في شبكة الانترنت. ففي هذا الإطار يؤكد رئيس تحرير موقع قناة العربية، على سبيل المثال، أن غالبية مستخدمي الانترنت هم من فئة الشباب، لهذا يهتم موقع هذه القناة باجتذاب هذه الشريحة من خلال ما يتناوله من مواضيع خفيفة، وأخبار متنوعة يمكن أن يستنكرها البعض إذا عرضت على قناة العربية الإخبارية. (2) هذا التأكيد لا يمكن تعميمه على كل مواقع القنوات التلفزيونية العربية. فالإحصائيات المتعلقة بمتصفح مواقع القنوات التلفزيونية تكشف أن الشريحة العمرية التي تشكل مركز ثقل مستخدمي مواقع القنوات التلفزيونية في شبكة الانترنت ليست واحدة. فسن هذه الشريحة يتراوح ما بين 18 و24 سنة بالنسبة لمواقع القنوات التالية: الجزائرية، والمغربية، والمحور المصرية، والرأي الكويتية، والعربية. ويتراوح سنها ما بين 25-34 سنة بالنسبة لموقع القناة التونسية، و ما بين 35-44 سنة بالنسبة لقناة الموريتانية، وأكثر من 65 سنة بالنسبة لقناة الجزيرة القطرية. وهكذا نلاحظ أن الشريحة العمرية التي تتابع أكثر مواقع القنوات الإخبارية: الجزيرة والعربية ليست واحدة.

إن استحضار هذه الإحصائيات يؤكد عدم التطابق بين تصور بعض القنوات التلفزيونية لجمهورها والمحتوى الذي تقترحه لهم. فالشريحة العمرية ليست مجموعة من السنوات فقط، بل إنها معطى اجتماعي يطبع السلوك والاهتمامات والانشغالات. فتقديم مجموعة من الأخبار الخفيفة في الموقع الإلكتروني لقناة تلفزيونية لا يعني بتاتا أن هذا الموقع لبي الحاجة الإعلامية للشباب. ففي عصر الاتصال لا بد من فتح منابر للشباب داخل الموقع ليعبر عن ذاته، ويشارك في إنتاج المادة التي تعكس طموحاته ورغباته.

3- أن الخصائص الديموغرافية لمستخدمي المواقع الإلكترونية متباينة من موقع إلى آخر. فغالبيتهم مستخدميها ليسوا كلهم من الذكور. فأكبر نسبة من مستخدمي مواقع القنوات التالية: المغربية، والمحور المصرية والرأي الكويتية هم من الإناث. وحتى أن المستوى التعليمي لمتابعي موقع القنوات التلفزيونية الإخبارية ليس واحدا. فأغلب مستخدمي موقع العربية هم من ذوي المستوى

(1) - الصادق حمامي، مرجع سابق

(2) - نقلا عن فارس حسن شكر المهداوي، مرجع سابق

التعليمي المتوسط، بينما أغلب مستخدمي قناة الجزيرة القطرية هم من ذوي المستوى التعليمي العالي. وأغلب مستخدمي موقع قناة المحور هم من ذوات المستوى التعليمي المتواضع. وهذا يكشف عن نوع من التوافق بين نوعية محتوى الموقع، وخدماته، مثل حظك في الأبراج ومستوى متابعيه.

4- يتراوح معدل الصفحات التي يتصفحها مستخدم مواقع القنوات التلفزيونية العربية، بين أكثر من الصفحة بقليل في موقع التلفزيون الموريتاني، وبحوالي خمس صفحات ونصف في موقع التلفزيون المغربي. وما يلفت الانتباه أكثر، أن المواقع الثرية، مثل مواقع القنوات الإخبارية ليست هي التي تحظى بصفحاتها بأعلى معدل تصفح. وهنا ممكن أن نصحح العلاقة بين محتوى الموقع ومعدل الصفحات المطلع عليها يوميا، لأنها ليست محصورة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، بل توجد مجموعة من المتغيرات الوسيطة، مثل: الاكتفاء بالإطلاع على محتويات الموقع دون مشاهدة برامج القناة التابعة له، أماكن تواجد المتصفح، المستوى الثقافي والتعليمي وذوق مستخدمي الموقع.

5- إن معدل الوقت الذي يمضيه مستخدم موقع القنوات التلفزيونية لا يمكن مقارنته بتاتا بالوقت المخصص للمشاهدة التلفزيون، ولا حتى بالوقت الذي يصرف لقراءة الصحيفة. فأعلى نسبة من الوقت الذي يصرف في الإطلاع على موقع قناة تلفزيونية في حوزتنا لا يزيد عن 6 دقائق. أنظر الجدول الرابع. فهل أن قصر مدة التصفح تعود إلى قيام المستخدم بتحميل ما يريده من الموقع من أجل قراءته أو مشاهدته في الوقت الذي يرغب؟ على كل حال إن معدل الوقت الذي يصرف في الإطلاع على الموقع يثبت صحة المقولة التالية: (لا نتابع برامج القناة التلفزيونية عبر الانترنت، بل نقفز من مشهد إلى آخر). (1)

نظرا للخصائص الديموغرافية لمستخدمي مواقع القنوات التلفزيونية، والوقت القصير الذي يخصصونه لتصفح محتوياتها يمكن أن نتساءل: ما هو السر في لجوء القنوات التلفزيونية إلى تخصيص جزء كبير من الموقع لإعادة نشر الآراء والمساهمات الفكرية والسياسية التي سبق وأن نشرتها بعض الصحف؟ أو نشر وثائق مركز الدراسات التابع لقناة الجزيرة في موقعها في شبكة الانترنت؟

(1) - Thomas Bécard et Erwan Desplanques : Télé, le Net plus ultra, revue Télérama. France, retrieved, November , 25.2011 from, http://www.telerama.fr/techno/17343-tele_le_net_plus_ultra.php

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

الجدول (4): مستخدمو مواقع القنوات التلفزيونية

البلد الذي توجد فيه أعلى نسبة تصفح للموقع	خصائص الجمهور الأكثر استخداما للموقع	الشريحة العمرية الأكثر تصفحا	معدل الوقت المخصص للتصفح	معدل التصفح الفردي		القناة
				لصفحات الموقع يوميا	في ثلاثة أشهر	
الجزائر بـ %87.1	ذكور من ذوي التعليم العالي	24-18		3.28	3.20	الجزائرية
تونس بـ %53.7	ذكور من ذوي التعليم العالي	34-25	3 دقائق	2.48	2.6	التلفزة التونسية الوطني
المغرب بـ %56.7	نساء من ذوات التعليم العالي	24-18	6 دقائق	5.36	5.6	M2
الولايات المتحدة الأمريكية بـ %77.8	ذكور من ذوي التعليم العالي	44-35	دقيقتان	1.16	1.3	التلفزة الموريتانية
مصر بـ %62.6	نساء من ذوات التعليم العالي	24-18		2.6		قناة المحور
الكويت بـ %48.8	النساء ذوات المستوى التعليمي الأقل من الثانوية العامة	24-18	3 دقائق	2.8	2.7	قناة الرأي
المملكة السعودية بـ %19.8	ذكور من ذوي التعليم المتوسط	24-18		2.92	3	العربية نت
الولايات المتحدة الأمريكية بـ %18.1	ذكور من ذوي التعليم العالي	أكثر من 65 سنة		2.84	2.82	الجزيرة نت

المصدر: <http://www.alexa.com/>

المستوى الخامس: الأشكال الفنية للمواقع ودلالاتها.

إن تحليل الشكل الفني لمواقع الانترنت، يكشف لنا عن جملة من الحقائق، نذكر منها ما يلي:

1- قليلة هي المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية التي تثرى هوية القناة، مثل العربية نت، والجزيرة نت. فالموقع الأول مرتب، ومهيكل في أبواب تشمل ما تقدمه القناة من مواد، مع التأكيد على ما يميزها وهو المال والأعمال، هذا مع الإشارة إلى بقاء ظلال الصحافة المكتوبة في تبويب الموقع. مثل باب الصفحة الأخيرة التي من الصعب تشخيصها في الموقع الإلكتروني الذي لا يعاني من إكراهات المساحة والزمن. فلا شيء يمكن القول عنه أنه أخير في ظل تدفق المعلومات والأخبار والآراء بدون توقف. أما موقع الجزيرة نت فإن يسعى، عبر تبويبه، لجعل الفضائية جزءاً منه فقط، لأنه يريد أن يكون رافداً للمعرفة من خلال الركن الذي يحمل المسمى ذاته الذي يقوم بنشر ملخصات كتب ومقالات، وتقديم منشورات مركز الدراسات التابع للقناة. ويقوم بدون اللسان المعبر عن التجمع مدني من خلال ركن حريات وحقوق.

2- الكثير من المواقع تتماهى في إخراجها مع الصفحة الأولى من الصحف التي أنشأت مواقع لها في شبكة الانترنت، مثل: القناة الجزائرية، والموريتانية والروابط Links المثبتة في الصفحة لا تعمل على إثراء الموقع، حيث تحيل المستخدم إلى صفحة تتضمن نصاً جامداً يمثل ملخصاً عن البرنامج أو المسلسل التلفزيوني أو الفيلم مرفقاً بصورة فوتوغرافية تشبه إلى حد كبير الملخصات التي ترسل للنشر في الصحف الورقية! وبهذا فأنها لا تقترب، بأي شكل من الأشكال، من لغة الوسائط المتعددة.

3- لم تستثمر مواقع القنوات التلفزيونية كل الطاقة التعبيرية والجمالية الوسائط المتعددة، فالمواضيع ليست متراكبة superimposed أو مطوية Roll-أنظر الجدول رقم فالشكل الوحيد الذي اعتمدت عليه المواقع هو الاستعراض، أي الذي يتحرك أفقياً من اليمين إلى اليسار ناقلاً الأخبار السياسية أو الرياضة أو الاقتصادية.

4- بعض المواقع لا تلتزم بمبدأ أنية الأخبار التي تبثها، ولا تعمل على تحديث محتوياتها، مثل قناة المحور المصرية والقناة الموريتانية. فغاية بعض القنوات التلفزيونية هو التواجد في شبكة الانترنت لمجرد التواجد. وبهذا فإن هذه المواقع لا تختلف عن بقية المواقع العربية الرسمية الموجودة في شبكة الانترنت والتي لم يجر تحديثها منذ سنوات! كما أن إخراج بعض المواقع لا يساعد المتصفح في التمييز بين المواضيع وحلقات البرامج الجديدة

والقديمة. ويمكن تفسير هذا الأمر بلا شعور المخرج الموروث عن إخراج الصحف المكتوبة التي تتساوي قيمتها من حيث الأنية.

5- إذا كان تبويب بعض مواقع القنوات التلفزيونية يحاكي طبيعة القناة فإنه لا يتسم بالوضوح، حيث يعاني من بعض التداخل. ويمكن أن نشير في هذا الصدد إلى التداخل بين ركن البرامج، و ركن فيديو. فالفيديو كمصطلح عام يتضمن في بعض الأحيان ما يتضمنه الركن برامج! كما يتداخل ركن حلقات Series في موقع قناة آل بي سي مع ركن الأخبار لأنهما يشتركان في إعادة بث نشرات الأخبار ذاتها.

6- إن القنوات التلفزيونية تبني صورة نموذجية لمستخدميها في شبكة الانترنت، والتي لا تختلف كثيرا عن تصور جمهورها، وهذا من خلال المحتوى الذي تصدر به صفحاتها الأولى أو الرئيسية Home page، وما تتيحه أو لا تتيحه من تفاعل، أو أشكال تقرب القناة التلفزيونية من الجمهور وابتداع أدوارها وأدوار الجمهور. (1)

فمواقع بعض القنوات الرسمية، مثل تلك التي سبق الحديث عنها، تنقل تصورها للجمهور إلى موقعها في شبكة الانترنت. جمهور سلبي لا يمتلك من أدوات التفاعل مع القناة أو الموقع سوى مغادرته! و ليست له أي رغبة سوى متابعة الأنشطة الرسمية التي لا تملك أي قيمة إخبارية. أخبار فاقدة لأنيتها، وأبرز مثال عن ذلك القناة الموريتانية. والجزائرية. فهذه القنوات تجهل أو تتجاهل الاختلاف بين مدونات الاتصال الخاصة بالصحافة المكتوبة، وتلك الخاصة بالتلفزيون أو الصحافة الإلكترونية. إنها تعيد إنتاج برقيات وكالات الأنباء الرسمية بالصيغة ذاتها في الموقع الإلكتروني للقناة التلفزيونية! (2) ففي الوقت الذي يجري فيه الحديث عن انتقال التلفزيون بفضل شبكة الانترنت إلى منصات إعلامية Cross medias ظلت القنوات الرسمية تنقل تصورها لما هو التلفزيون كمؤسسة سياسية إلى موقعها في الانترنت. وذلك من خلال تركيزها على نشر الأخبار والبرامج السياسية. وبهذا فإنها تسعى إلى جعل الموقع الإلكتروني مكبر صوتها.

7- تنفرد مواقع القنوات التلفزيونية الإخبارية بثراء موادها المنشورة في الصفحة الأولى التي تشبه، إلى حد كبير، واجهة فهرس يكتظ بالمواضيع والروابط. وتميل كفة المواد لصالح ما هو مكتوب على حساب ما هو مرئي. وبهذا فإن تعتبر جمهورها مسيسا، ويهتم بالمواد السياسية والفكرية، بدليل أنها تعيد نشر ما تعتبره مختارات من المقالات الصحفية التي نشرت في الصحف

(1) - Ferjoux Céline, ibid.

(2) - <http://www.entv.dz/tvar/news/index.php?id=1>

العربية الكبرى. فهذه القنوات لا تحيل مستخدم مواقعها إلى الصحف التي نشرت هذه المختارات بواسطة وصلات Links، لأنها تعتقد أن وظيفتها تأطير النقاش حول الأحداث العربية والدولية وتوجيه الجمهور من خلال التعليق والتعقيب على ما تنشره، وأنها مؤهلة لذلك.

8- يؤكد فرنسوا جوست أن كل قناة تلفزيونية تعمل على تعايش ثلاثة أنواع من الخطابات عبر عملية اتصالها، وهي خطاب المؤسسة، وخطاب الشركة، وخطاب الماركة المسجلة. والصعوبة تكمن في التوفيق بين هذه الخطابات ذات المصالح المختلفة⁽¹⁾ ويمكن تعميم هذا الأمر على مواقع القنوات التلفزيونية والقول أنه باستثناء موقع القناتين الإخباريتين: العربية والجزيرة الذي يحاول بلورة هذه الخطابات، تعجز الكثير من القنوات المدروسة على بلورة خطاب واحد، والسبب في ذلك يعود، في تقديرنا، إلى غياب هوية واضحة لبعض القنوات التلفزيونية العربية. فموقع قناة الألب بي سي يعكس عدم بلورة هوية القناة التلفزيونية ذاتها: هل هي قناة إخبارية؟ إن موقعها يولي أهمية كبرى للأخبار ويتابعها باستمرار وكأنه موقع إخباري خالص. وهل هي قناة خاصة بالترفيه والمنوعات؟ هذا السؤال يبرره اهتمامها المفرط ببرنامج ستار أكاديمي الذي أفردت له موقعا بمنتهى للمشاركين يتابعون كواليسه وتفصيله. أما موقع القنوات الرسمية، خاصة الجزائرية والموريتانية، والذي من المفروض أن يبلور خطاب المؤسسة يتحول في الواقع إلى مجرد ناقل للخطاب الرسمي فينمحي أمام الحضور الطاعي للخطاب الرسمي الذي لم ينتهك معيار الكتابة المتعددة الوسائط فقط، بل انتهك خصوصية الكتابة الإخبارية ذاتها.

(1) - François Jost, Quand Y a-t-il énonciation télévisuelle ?, In Penser la télévision, Actes du colloque de Cerisy, Nathan, INA, coll. Médias Recherches, 1998, p.30.

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

الجدول (5): الأشكال الفنية للمواقع

القناة	متراكب	مطوي	استعراضي	مادة ثابتة
ENTV			شريط الأخبار فقط	صورة ونص ثابتان
التلفزة التونسية الوطني			عنوان الموقع	نصوص ثابتة
M2			لبرنامج القناة اليومي	
التلفزة الموريتانية			نعم شريط اخبار	نص وصور فوتوغرافية جامعة
قناة المحور				نص ثابت
قناة الرأي			للصور الفوتوغرافية عن البرامج	صورة ونص ثابتان
العربية نت			الأخبار والاقتصاد والأعمال	
الجزيرة نت			الأخبار	
LBC			شريط الأخبار	صور ونص ثابتان

الخاتمة:

1- لم تبلغ مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت مستوى واحدا من التطور في تعاملها مع مستخدميها. فهامش التفاعلية يوجد بشكل أكبر في القنوات الإخبارية من بقية مواقع القنوات التلفزيونية الأخرى التي لا يخضع الاتصال فيها لمتطلبات الكتابة المتعددة الوسائط، ولا تضع المستخدمين في حقلها المرئي. لذا من الصعب القول أن مواقع القنوات التلفزيونية أنتجت "egocasting" "الذات الباثة" التي تتدخل في إعداد خارطة برامج القنوات التلفزيونية.

إذا كان محتوى مواقع القنوات التلفزيونية يعكس تصور هذه القناة لجمهورها، فإن بعضها أنشأت موقعا لها في شبكة الانترنت من باب المحاكاة والتباهي باستخدام التكنولوجيا. أو لاعتقادها أن قوة الموقع الإلكتروني تأتي من الخطاب السياسي الذي يسعى إلى ترويجه وليس من موقف المشاهد/الانترناتي منه، لأنه أقصى هذا الجمهور من حساباته.

2- إن الانترنت هي وسيلة بيد القناة التلفزيونية لملاحقة الجمهور والحفاظ على العلاقة الرمزية به، ومتابعته باستمرار من أجل إعطاء حياة ثانية لبرامجها، وإقامة حوارا ضمينا أو صريحا معه. فالقناة التلفزيونية تتخذ من الانترنت مجالا لتسويقها. فالكثير من القنوات التلفزيونية تدعو جمهورها إلى الاتصال بها عبر موقعها. واستطاعت بعض البرامج التلفزيونية أن تشكل مجموعة افتراضية من المعجبين بها أو المنافحين عنها. وبهذا فإنها خلقت طرائق أخرى من الاتصال بهم. وبعض القنوات، مثل العربية، والجزيرة تستضيف أحد مسؤولي موقعها الإلكتروني في برنامجها الصباحي للحديث عن موقعها أو لتقديم نتائج الاستفتاء الأسبوعي. فرغم هذا التعاون المتبادل بين القناة وموقعها: الموقع يعرف بالقناة التلفزيونية ويقدم إنتاجها، والقناة التلفزيونية تحيل الجمهور إلى الموقع، إلا أن حدود تأثير الجمهور على القناة يظل محدودا، ولم يبلغ ما وصلته بعض القنوات، حيث يذكر أن قناة أل سي أي LCI الإخبارية الفرنسية أصبحت ترتب مواضيع نشرتها الإخبارية المسائية حسب درجة شعبية نوعية الروبورتاجات التي نالتها في شبكة الانترنت.(1)

3- أن الموقع الإلكتروني للقنوات التلفزيونية لا يتحدث عن ذاته فقط. وإن كانت بعض مواقع القنوات التلفزيونية العربية، مثل القناة الجزائرية والموريتانية لا تتحدث عن ذاتها مطلقا. إنه يتحدث، أيضا عن العالم الخارجي. فالحديث عن هذا العالم يكون في الغالب متعدد الأصوات لتعدد المصادر

(1) - Thomas Bécard et Erwan Desplanques , Ibid

مواقع القنوات التلفزيونية العربية في شبكة الانترنت.....د. نصر الدين
لعياضي

ومالكي سلطة الكلام، على حد تعبير عالم الاجتماع الفرنسي يورديو بيار. لكن مواقع القنوات تحاول أن توحد هذه الأصوات في صوت واحد يجمع الموقع بقناته التلفزيونية. فتفاعل الجمهور واستشارته ودعوته للمشاركة تدرج ضمن الإجماع على خطها السياسي. فمن يتابع موقع قناة العربية، رغم محاولته الظهور في صورة غير مستنسخة عن القناة يعثر بسهولة على موقف هذه القناة من العالم الخارجي وأحداثه. القول ذاته ينطبق على موقع قناة الجزائرية. إن موقع الواب هو في آخر المطاف منتج/ وخدمة تدرج ضمن " أفق الانتظار " الذي تحدده القناة التلفزيونية. فينتج حزمة من المعتقدات والقناعات والقيم والمعايير التي يشترك فيها مع القناة التلفزيونية.