

صحافة الموبايل وصناعة المحتوى الإعلامي

من الهواية إلى الاحتراف

Mobile Journalism and media content creation

From hobby to professional

رمزي جاب الله*، (جامعة باتنة 1)، ramzy742@gmail.com

2022-06-14	تاريخ القبول	2022-02-03	تاريخ الاستلام
------------	--------------	------------	----------------

ملخص

تتناول هذه الدراسة موضوع صناعة المحتوى الإعلامي في صحافة الموبايل من الهواية إلى الاحتراف، حيث يعتبر الكثير من الباحثين أن الموجود بمفهومه وخصائصه يمثل الصحافة الخامسة بعد الصحيفة والراديو والتلفزيون والصحافة الرقمية. وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي وذلك لوصف الظاهرة وصفا دقيقا من خلال التطرق إلى نشأة صحافة الموبايل وكيف ساهمت في صناعة المحتوى الإعلامي سواء بالنسبة للصحفيين المحترفين أو الهواة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن صحافة الموبايل من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يستخدمها الملايين من الناس مما توفره من خدمات تتميز بها عن باقي الوسائل الإعلامية، كما توصلت النتائج إلى فعالية الأخيرة كوسيلة لصناعة المحتوى الإعلامي من خلال جمع المعلومات وصناعتها وتوزيعها، كما توصلنا إلى أن تطور المحتوى في صحافة الموبايل انطلق من الصحفيين الهواة (المواطنين) وكيفية تغطيتهم للأخبار، ووصولاً إلى اعتمادها بشكل رسمي عند الصحفيين المحترفين والمؤسسات الإعلامية الرسمية.

الكلمات المفتاحية: صحافة الموبايل؛ صناعة المحتوى الإعلامي؛ الهواية؛ الاحتراف

Abstract

This study deals with the issue of creating media content in mobile journalism from hobby to professionalism, as many researchers consider that the Mojo, in its concept and characteristics, represents the fifth journalism after the newspaper, radio, television and digital journalism. In this study, we used the descriptive approach: to describe the phenomenon accurately by addressing the emergence of mobile journalism and how it contributed to the media content industry, whether for professional journalists or amateurs. Availability of services that distinguish it from other media outlets, the results also reached the effectiveness of the latter as a means of creating media content through the collection, manufacture and distribution of information. We also found that the development of content in mobile journalism started from amateur journalists (citizens) and how they cover the news, to its official adoption by professional journalists and official media institutions.

Keywords: mobile journalism; media content creation; hobby; professional.

يمرّ القطاع الإعلامي بتغيرات سريعة ومهمة في تاريخه، منذ بداية القرن الحادي والعشرين بفضل التطور التكنولوجي في قطاعي المعلومات والاتصالات، حيث شهدت الصحافة بهذا التطور تحولات أساسية واستفادت بشكل كبير من عديد الابتكارات الخاصة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وعلى رأسها الهاتف الذكي، حيث أصبح هذا الأخير وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها أداة هامة من أدوات الإعلام، وكلما ازدادت الخدمات التي يقدمها كلما زاد عدد المشتركين في العالم. ومع هذا التطور في استخدام الهواتف الذكية في العمل الإعلامي، بدأت تظهر مصطلحات جديدة، من أبرزها صحافة الموبايل التي تعدّ شكلا ناشئا من الإعلام الجديد والممارسة الإعلامية، تستغل فيه جميع الخدمات والتطبيقات من أجل جمع المحتوى الإعلامي وصناعته ونشره وتوزيعه، وبذلك لم تعد الهواتف المحمولة الذكية مجرد وسيلة اتصال فحسب، بل أصبحت مركزا ووسيطا لنشر مواد إعلامية وترفيهية، كما تقوم بكل الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام الأخرى مثل: الإخبار والتعليم والترفيه والرقابة وغيرها.

ويبدو أنه من الطبيعي جدا أن تحتل صحافة الموبايل مكانا متزايدا في البيئة الاتصالية الرقمية والمهنية؛ لأنها ببساطة تؤدي إلى استخدامات أكثر، مع تقليص لدورات العمل اعتمادا على الوسائط المتعددة التي أتاحت إمكانية تقديم التقارير الإخبارية للمجتمعات الصغيرة، وتسهيل عملية تبادل المعلومات بين المستخدمين بشكل أفضل، نتيجة سهولة استخدام الهواتف المحمولة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل: الراديو، التلفزيون والصحيفة.

بفضل التطبيقات السهلة والمرنة المتوفرة في الهواتف الذكية، بات بمقدور أي شخص العمل كصحفي أو العمل كمراسل من قلب الحدث ونقل الأحداث اليومية بشكل حي ومباشر، من خلال نشر الأخبار والمعلومات ومقاطع الفيديو المصورة على مواقع ومنصات التواصل، وبخاصة مع تزايد عدد الأفراد الذين يمتلكون هواتف ذكية مزودة بأحدث الأنظمة والكاميرات ذات الجودة العالية.

وعلى صعيد الصحافة المحترفة ومؤسسات الإعلام الرسمية، فقد لفت استخدام الأفراد العاديين للهاتف الذكي في العمل الإعلامي أنظار الصحفيين المحترفين، وسرعان ما وجدوا ضالتهم في الجهاز الصغير متعدد الإمكانيات والوظائف، فأصبح خيارا لا غنى عنه في كثير من المهام، وبدأ توظيف المحمول إعلاميا يتزايد بوتيرة سريعة ليفرض نوعا من السيطرة على أساليب صناعة الإعلام وتداوله، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذه التكنولوجيا تحتاج أيضا إلى قوة دفع ذاتية لإنجاز هذه المهام، من خلال توفر خبرة ومهارة للتعامل معها وتوظيفها بالشكل الأمثل، فكانت بذلك (صحافة الموبايل) خيارا متاحا في كثير من المواضع والظروف كتغطية الأزمات والكوارث والحروب وغيرها.

أصبحت صحافة الموبايل (موجو) تؤدي في السنوات الأخيرة دورا مهما في تمكين الصحفيين المحترفين والصحفيين المواطنين من التغلب على بعض تحديات إنتاج المحتوى، وأسهمت في تعزيز حرية التعبير وحق الحصول على المعلومة. ومن خلال هذا الطرح يتراءى لنا السؤال الرئيس المتمثل فيما يلي:

-ما مدى نجاح صحافة الموبايل في صناعة المحتوى الإعلامي والانتقال به من الهواية إلى الاحتراف ؟
وسنسعى من خلال هذه الدراسة تحقيق الأهداف الآتية:

- تحديد النشأة والبداية الفعلية لصحافة الموبايل.
- الوقوف عند أثر الموبايل على مهنة الصحافة.
- معرفة الدور الذي يلعبه الموبايل في صناعة المحتوى الإعلامي والتغطية الإعلامية.
- تحديد المحطات التاريخية لصناعة المحتوى الإعلامي الرقمي عن طريق الموبايل عند الصحفيين المحترفين والهواة.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي من خلال وصف ظاهرة صحافة الموبايل وصفا دقيقا، وكيف استطاعت أن تضمن مكانة بين الوسائل الإعلامية الأخرى، إضافة إلى تحليل الأحداث والوقائع التي دوّنها الباحثون لدراسة الأدوار الإعلامية للهاتف النقال انطلاقا من البدايات الأولى للهواة ووصولاً عند الصحفيين المحترفين ومؤسسات الإعلام الرسمية.

1- ماهية صحافة الموبايل

1-1 مفهوم صحافة الموبايل

دخلت الهواتف المحمولة ميدان العمل الإعلامي تدريجيا ابتداء من خدمات الرسائل العاجلة قبل عدة سنوات وأخذت بالتطور، حتى أصبح الهاتف المحمول مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار والمحتوى الإعلامي وازداد هذا التطور حتى في وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون، حيث يمكن من خلاله تنفيذ حوار كامل وإجراء العمليات الفنية كالمونتاج، والصوت والبث، فلم تعد هناك حاجة إلى مكتب وأموال (صحيفة العرب، صفحة 18).

وعرفت صحافة الموبايل أو "Mojo" هذا المصطلح الذي يتكون من أول حرفين من كلمتي "Journalism" و"Mobile" وهكذا أصبح مصطلح الموجو Mojo رائجا بين الأكاديميين والمهنيين الصحفيين، وحتى بين الهواة والمواطنين العاديين.

وقبل الخوض في مفهوم صحافة الموبايل، يجدر بنا التطرق إلى طبيعة صحافة "الموبايل"، حيث تباينت الآراء حول هذا الموضوع، واختلفت تفسيرات المهتمين والباحثين، بين من يعدّها نوعا صحفيا جديدا، وبين من ينظر إليها على أنها أداة أو طريقة حديثة في الممارسة الصحفية باستخدام الأجهزة المحمولة (الموبايل)، وبخاصة أن صحافة المحمول لم يمض عليها سوى أعوام قليلة، إلا أنها أثارت اهتمام الباحثين والمعنيين الذين سعوا لاستشراف هذا النوع من الصحافة ومحاولة سبر أغوارها والبحث في آفاقها المستقبلية. (الشيخ، 2016، صفحة 39)

ورغم احتدام الجدل حول هذا المفهوم، إلا أن الأبحاث والمنشورات العلمية حوله عرفت تطورا واهتماما كبيرين من قبل الباحثين والمهتمين بهذا المجال.

وتعرف صحافة الموبايل بأنها: "شكل من أشكال سرد القصص الرقمية، بحيث يكون الهاتف الذكي هو الوسيلة أو الجهاز الأساسي لإنتاج وتصوير الصور أو الصوت أو الفيديو، ويستخدم الصحفيون

الهاتف بشكل متزايد للحصول على الأخبار للراديو والبودكاست، أو للحصول على الفيديو للأخبار التلفزيونية والبرامج الوثائقية، وكذلك إنشاء مقاطع الفيديو للمنصات الاجتماعية" (إبراهيم و حسين، 2019، صفحة 127) وتعرف أليسا ريتشاردسون صحافة الموبايل بأنها: "شكل من أشكال وأدوات الإعلام الجديد الناشئة في سرد القصص الإخبارية، التي تمكن الصحفيين من استخدام الهواتف الذكية أو الحواسيب اللوحية المتصلة بالشبكة العنكبوتية في جمع الأخبار ومونتاجها وتوزيعها من المجتمع وله" (محمد نور، 2020، صفحة 12)

تعريف صحافة الموبايل

يمكن تعريف صحافة الموبايل بأنها: "عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز لوحي، وهو اتجاه جديد في تغطية الأخبار وبتها، وقد أصبح سائدا ومعتمدا لدى الكثير من المؤسسات الإعلامية" (العامري، 2021).

ويعدّ الباحثان الإعلاميان كوين وبوروم (Borum and Quinn) من الأوائل الذين تطرقوا لمفهوم صحافة الموبايل، حيث عرفاها بأنها: "شكل مبتكر لعملية إنتاج قصص إخبارية وسرد الأحداث باستخدام الهواتف المحمولة، وتأخذ في الغالب شكل فيديو أو تقارير صوتية أو عروض للصور من النص وتنقل مباشرة من موقع الحدث، باستخدام شبكات الإنترنت".

حيث أكد الباحثان بأن صحافة الموبايل تمثل ثورة في مجال الإعلام، تتيح للمواطنين إنتاج محتوى مقنع يشاركون به في صناعة الإعلام عبر المنصات. (Borum & Quinn, 2016, p. 11) أما مدرسة الصحافة بمانشستر في بريطانيا، فتعرف صحافة الموبايل بأنها استخدام الصحفيين للأجهزة المتنقلة (الهاتف الذكي والكمبيوتر الشخصي) في جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها للمستخدمين سواء أكانت التغطيات تجري لصالح صحيفة ورقية محلية أم فضائية، فإن صحافة المحمول أصبحت طريقة راسخة لبث الأخبار. (شاهين، 2017، صفحة 93).

2-1-نشأة صحافة الموبايل وتطورها

مع تطور الموبايل في مرحلة الجيل 2.0 وعدد إمكانياته، زاد الاهتمام به وبالدور الذي يلعبه، فلم يصبح مجرد آلة صغيرة ينحصر دورها في تلقي المكالمات الصوتية فحسب، بل أصبح وسيلة مزودة بأحدث الوسائط المتعددة، والتقنيات الاتصالية عالية الدقة والجودة، فأصبح بإمكان المستخدم التحدث والكتابة وتبادل ملفات الصوت والصورة، وانعكس ذلك على الدور الذي يقوم به المحمول من مجرد دور اتصالي إلى دور إعلامي أيضا. (Passami)

وترجع بدايات استخدام الهاتف المحمول في بث المحتوى في فترة التسعينات، وتحديدًا في ديسمبر 1992، عندما استخدمت لأول مرة خدمة الرسائل القصيرة SMS في بريطانيا، تبعها بعد ذلك فنلندا في عام 1993، حيث كانت أول مرة يتم فيها إرسال رسالة من شخص إلى شخص آخر، وكانت هذه الخدمة إحدى السمات الأساسية المميزة للجيل الثاني للهواتف المحمولة. (رضوان، 2016، صفحة 87)

أما الولادة الحقيقية لصحافة الموبايل Mojo فكانت عندما بدأ استخدام المحتوى الإعلامي المسجل بالموبايل مع بداية الغزو الأمريكي للعراق في عام 2003 حسب الباحثة "ريمة مروش" (Marrouch, 2018)، وفي هذا السياق نشرت جريدة "نيويورك تايمز" في 17 فيفري 2004 للمرة الأولى في صفحتها الأولى صورة ملتقطة بالموبايل، وتم التقاط هذه الصورة في لحظة التوقيع الرسمي على إبرام عقد الاندماج بين الشركتين العملاقتين بالهاتف النقال وهما: "أي تي أند تي" و "سينغولار"، فعلى الرغم من أن الصورة كانت عادية جدا، إلا أنها مثلت علامة بارزة في تاريخ صحافة الموبايل، وفي العام نفسه كانت اللقطات المصورة بالموبايل مهمة أيضا خلال تفجيرات مدريد في إسبانيا، وفي تغطية زلزال تسونامي في إندونيسيا، وجاءت ذروة هذا الشكل من أشكال الإنتاج الإعلامي خلال تفجيرات لندن عام 2005.

وتوالت بعدها الأحداث الإعلامية المسجلة عن طريق الموبايل، ففي عام 2010 نشرت جريدة نيويورك تايمز في صفحتها الأولى قصة إخبارية مصورة في أربع صور تروي حياة الجنود الأمريكيين في تادية مهمتهم العسكرية في أفغانستان، مما أثار ضجة إعلامية كبرى، ولكن ليس بسبب محتوى الصور، وإنما لأن المصور "ديمون وينتر" قام بالتقاط الصور وتحريرها باستخدام هاتفه الذكي. وفي عام 2012 مُنحت مراسلة BBC "ناتاليا انتيلافا" جائزة الصحافة الأجنبية بعد أن سجلت فيلما وثائقيا بالموبايل مدته 25 دقيقة، يتحدث عن السياسة التي تنتهجها أوزبكستان في تعقيم النساء سرا، وفي العام نفسه قامت صحيفة "وول ستريت Journal" بتدريب 400 مراسل على إنتاج الفيديو الإخباري بالموبايل. (إبراهيم و حسين، 2019، صفحة 125)

ويمكن تلخيص أهم أحداث تطور صحافة الموبايل في العالم من خلال الجدول الآتي:

صحافة الموبايل وصناعة المحتوى الإعلامي - من الهواية إلى الاحتراف-

الأحداث	التاريخ	المكان
نيويورك تايمز تنشر لأول مرة في تاريخها صورة التقطت بالهاتف المحمول في أثناء التوقيع الرسمي لاندماج شركتي AT&T وCingular.	2004	الو. م. أ
تقديم جيمي جوجولا مراسل تلفزيون "Kob TV" تقريراً حياً في المكسيك باستخدام هاتف "iPhone" وتطبيق "QIK".	2008	
إعلان تايم وارنر أن تغطية الأخبار بشبكة CNN و "Head line News" ستكون متاحة للمستخدمين على الأجهزة المحمولة عند قيامهم بالاشتراك في خدمات تلفزيونية معينة.	2011	
صحيفة "واشنطن بوست" تطلق تطبيقاً خاصاً لمستخدمي الألواح الإلكترونية يعرض نسخة معدلة ومطورة من الطبعة.	2013	
وكالة "الأسوشيتد برس" تطلق تطبيقاً لبث الأخبار ومقاطع الفيديو عبر المحمول.	أواخر 2013	
شبكة Fox News محطة تلفزيونية محلية تعتمد اعتماداً شديداً كلياً على صحافة الموبايل.	2006-2014	أوروبا
BBC تبث أول تقرير تم اعتماده كلياً باستخدام جهاز "iPhone" من إعداد المراسل ديفيد غروسمان.	2006	
صحيفة "Dagenmyheter" وشركة "Nokia" تطلقان جهاز هاتف صنع خصيصاً لتصفح النسخة الورقية من الصحيفة.	2007	
صحيفة "الإنديبندينت" توثق النسخة الورقية وتكتفي بالنسخة الرقمية، وتعتمد بشكل كبير على صحافة الموبايل.	2016	آسيا
الاعتماد القياسي على الهاتف النقال في نشر الأخبار وبث التغطيات الإخبارية عبر الهاتف لقنوات تلفزيونية مثل الجزيرة، وأدت لظهور ما يسمى بصحافة الموبايل.	2014	
قناة الجزيرة تطلق نشرة كاملة باستخدام الموبايل فقط.	2014	
وجدت صحافة الموبايل مناخاً مواتياً في آسيا، باعتبار أن غالبية السكان يعتمدون على الهواتف المحمولة في الاطلاع على الأخبار والقيام بجميع الأنشطة الأخرى.	2019	الدول العربية
بداية الاعتماد على صحافة الموبايل في بعض المؤسسات الكبيرة كالجزيرة. القيام بتدريب المئات من الصحفيين والموظفين على صحافة الموبايل بتأثير محترف كالمدرّب "مولكاهي".	2013	
اطلاع مجموعة من الصفحات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التي تعتمد على الموبايل بشكل كبير مثل: +Aul عربي وشبكة هيسبريس.	2013-2014	
إطلاق مجموعة من الخدمات عبر الموبايل منها خدمات إعلامية ترفيهية كخدمة شاهد نت من MBC.	2016	
وفق تقرير مؤشر الإعلام العربي، فإن الصحف الإلكترونية في 17 دولة عربية تستند في عملها على تطبيقات الهواتف الذكية.	2017	

المصدر: من إعداد الباحث وفق ما تحصل عليه من معلومات متفرقة

3-1- خصائص صحافة الموبايل

تستمد صحافة الموبايل خصائصها من البيئة الرقمية بوصفها شكلا من أشكال الإعلام الجديد، وهي في الغالب ترتبط بخصائص الإنترنت إلى جانب خصائص أخرى تستمدتها من الوسيلة (الأجهزة الذكية) التي تمنحها بعدا تقنيا، وهذا التزاوج (التقني-الإعلامي) يمنح صحافة الموبايل تميزها، ويعزز فرص نموها وانتشارها خلال السنوات المقبلة، كما يجعلها الخيار المناسب للصحفيين. (الشيخ، 2016، صفحة 65) ونلخص أهم خصائص صحافة الموبايل فيما يلي:

1. الأنية

أتاحت صحافة الموبايل إرسال البيانات وتوثيقها لحظة وقوع الحدث، كما أتاحت سرعة إعداد وإرسال التقارير والمواد الإخبارية وبتها عبر المنصات المحمولة أو التطبيقات المختلفة. (Heli, 2014) كما يتمثل المظهر البارز لتأثير ثورة تقنية المعلومات في استخدام الحاسبات الإلكترونية، واستغلال أقل حيز في تخزين واسترجاع المواد الصحفية بالسرعة الزمنية عبر الاتصال بشبكة الإنترنت وأبراج الاتصالات الموجودة حول العالم باستخدام تقنيات الربط المتاحة. (اليسر، 2018)

2. التفاعلية

تعد صحافة الهاتف المحمول من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، ومشاركة الأفكار والرؤى، وبمعنى آخر هي صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف المنصات الإلكترونية من شبكات اجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تواصلية، إنها ثورة اتصالية دمجت بين جملة من التطبيقات والمنصات بهدف محاصرة المستخدم بكثير من الوظائف والإمكانات التفاعلية الفريدة من نوعها، والتي حولت الجمهور من مجرد متلقين سلبيين للمواد الإعلامية إلى مشاركين إيجابيين في العمليات الإعلامية والاتصالية والتفاعل معها. (رضوان، 2016، صفحة 93)

تميزت ظاهرة الإعلام الجديد (عموما) وصحافة الموبايل (خصوصا)، بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، وتزداد درجة التفاعل بين المستخدمين دون التقييد بحدود الزمان أو المكان، ومزيدا من التواصل دون الاتصال الوجيه، وخاصة للهاتف المحمول، حيث يوفر هذا الأخير أدوات التفاعلية بشكل أكبر، وهناك زيادة واهتمام ملحوظ في تزيين وتجميل نداءات المحمول، بحيث تصبح غير آلية وتؤدي وظيفة اجتماعية وعاطفية: مثل إظهار القلق، التضامن وغيرها. (قطب، 2008، صفحة 79)

3. سهولة الاستخدام والتصفح

بعد أن زود بأحدث التطبيقات والتكنولوجيات الحديثة، وبخاصة المعالجات الدقيقة للهواتف الذكية، مما يعني مزيدا من قوة الحوسبة، التي تجعل الهواتف الذكية والأدوات اليدوية عموما تقترب أكثر من الأداء الكلي للحواسيب الشخصية. (شاهين، 2017، صفحة 104)

وتعد سهولة الاستخدام والتصفح أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي صحافة الموبايل، حيث لا تتطلب بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد إعلامية، وبخاصة مع استخدام بعض التطبيقات المبسطة التي تساهم في تسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة، وقد ساهمت الكثير من الشركات في تطوير أدوات ومعدات وبرمجيات صحافة الموبايل (نوفل، 2014)، حيث استطاع بفضلها المستخدم استخدام صحافة

الموبايل بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة، مما أدى إلى سهولة في إنتاج المحتوى الإعلامي دونما عناء، أو حاجة إلى الكوادر البشرية أو الأدوات المساعدة باهظة الثمن، وكذلك سهلت نشر وإرسال المواد الإعلامية، وفي كثير من الأحيان يقوم المستخدم عبر صحافة الموبايل بعرض الفيلم على الهواء مباشرة، في حين أن سيارات الأقمار الصناعية التقليدية وطواقم الأخبار تكون في طريقها إلى الحدث. (رضوان، 2016، صفحة 94)

4. تعدد الاتجاهات

جسدت صحافة الموبايل انقلاباً لنموذج الاتصال التقليدي بما يسمح للمؤسسة أو الفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد، وفي الوقت الذي يريد، وبالطريقة التي يريد، وليس من أعلى إلى أسفل، وفق النموذج الاتصالي القديم، وهذا ما أعطى إمكانية وضع المعلومات والأخبار والمواد الإعلامية في أيدي المجتمعات الصغيرة. (بن سعيد، 2011)

5. سرعة الانتشار

حيث تستفيد صحافة الموبايل من خصائص الأجهزة المحمولة، ويساهم هذا في سرعة الإرسال والعرض، كما أن المحتوى الإعلامي ينتقل بين منصات وتطبيقات الإعلام الجديد والمنصات الخاصة بصحافة الموبايل بسرعة كبيرة، مما يضمن انتشاراً أوسع للمحتوى الإعلامي بين فئات كبيرة من الجماهير.

6. سرعة الإنتاج

لا تستهلك المحتويات الإعلامية الكثير من الوقت في إنتاجها، خاصة وأنها تعتمد في الغالب على البث المباشر للأحداث. (شاهين، 2017، صفحة 104)

7. المرونة

هي قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات، وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي تناسبه، وكذلك المشاركة من أي مكان وفي أي زمان وذلك بالاستفادة من قدرة التكنولوجيا الاتصالية اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث من مكان حدوثه مباشرة وبسرعة فائقة، كما أتاحت تطبيقات الهواتف الذكية قدرة كبيرة لجعل خاصية المرونة تغطي على صحافة الموبايل، وتبرز هذه الخاصية مع ازدياد قدرات الهاتف الذكي تقنياً.

4-التغلب على الرقابة

سمحت صحافة الموبايل للفرد بصناعة المحتوى الإعلامي واستقباله، وإرساله، وإبداء رأيه، والتعليق على الموضوعات ونقدتها دون قلق أو خوف من الملاحقة المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المتمركزة على تقييد حرية الإعلام والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم، وانعكس ذلك على مدى قدرة وكفاءة النظام السياسي والنخبة الحاكمة وغيرها على السيطرة الرمزية على ظاهرة ميلاد الفردانية. (رضوان، 2016، صفحة 95)

وقد لخص "غلين مولكاهي" خصائص صحافة الموبايل فيما يلي (مولكاهي وآخرون، 2017، ص 4):

1. تكاليف أقل.

2. سهولة الحركة.

3. السلامة.

4. التصوير بتقنية الدقة العالية 4K.

5. البث المباشر.

6. السرعة والفاعلية.

7. الإبداع والتجريب.

4-1- أنواع صحافة الموبايل

فتحت صحافة المحمول قنوات جديدة للتواصل بين الأفراد من المجتمع وتقديم المحتوى الإعلامي. وهي على أنواع نوجزها فيما يلي (Marrouch, 2018):

1. وسيط متابعة : عندما يتم استخدامها من جانب الجمهور كوسيط، أو منصة لمتابعة المحتوى الصحفي والمواد الإعلامية.

2. وسيلة مشاركة: عندما يتم استخدامها من جانب الجمهور (المواطن الصحفي) كوسيلة للمشاركة في صنع الأخبار وتبادلها عبر المنصات أو تطبيقات الهواتف المحمولة.

3. وسيلة جمع وتحرير البيانات: عندما يتم استخدامها من جانب الصحفيين المحترفين كوسيلة سريعة لجمع وتحرير المعلومات، والتقاط الصور ومقاطع الفيديو، وإنتاج المواد الإعلامية ونشرها مباشرة، أو إرسالها إلى وسائلهم الإعلامية التقليدية والجديدة.

كما تصنف صحافة الموبايل كمصدر إخباري وإعلامي إلى: (زيدان خلف و الفيصل، 2020، الصفحات 232-233)

1. خدمة الرسائل القصيرة والرسائل المصورة: هي وسيلة للتواصل بواسطة النصوص، يتم استقبالها عبر الهواتف المحمولة، وتتيح للمستخدم متابعة الأحداث بشكل متميز، وبخاصة الأخبار العاجلة بعدد أحرف لا تتجاوز 70 حرفا للرسالة الواحدة، وأهم ما يميز هذه الخدمة أنها لا تحتاج إلى هواتف محمولة من النوع الذكي، وكذلك لا تحتاج إلى هواتف محمولة موصولة بالإنترنت.

2. التقارير الإخبارية من خلال خدمة Mobile newsfeeds: تعتمد هذه الخدمة على إرسال قوائم (RSS) تمكن المستخدم من متابعة أخبار مواقع المؤسسات الإعلامية إلى الهاتف المحمول، ويمكن قراءة هذه الأخبار عن طريق برامج (RSS READS) بعد تحميله من الإنترنت وتثبيته على الهاتف حسب نوع الجهاز المحمول.

3. صحافة الفيديو Online vidéo Journalism: هي مواجيز إخبارية وتقارير عن مختلف الأحداث التي يتم إنتاجها بواسطة المؤسسات الصحفية والإعلاميين والمواطنين.

ويرى "براد شو" أنه يمكن تصنيف صحافة الفيديو على الإنترنت إلى أربعة أنماط هي:

– نمط الصورة المتحركة Moving picture

– نمط مفكرة الفيديو The videodiary

– الفيديو التسجيلي Edited narrative

– عروض الفيديو TV show vodcast

2-الهاتف المحمول المحتوى عند الهواة والمحترفين

2-1-الهاتف كوسيلة إعلامية

لم يعد الهاتف المحمول وسيلة تستخدم للاتصال فقط، بل أصبح وسيلة تؤدي الأدوار نفسها التي تقوم بها الوسائل الإعلامية الأخرى التي أصبحت تقليدية في ظل تطور شبكة الإنترنت، فالهاتف المحمول أصبح يؤدي وظيفة الاتصال، والإعلام، والإخبار، والترفيه، والإعلان وغيرها.

إن إعلام الهاتف المحمول هو إحدى وسائل الإعلام الحديثة التي فرضت نفسها بقوة على المجتمع والمنافسة مع الإعلام المرئي من خلال السبق الصحفي الذي يقدمه (حسنين، 2015، صفحة 83).

وقد شهدت صناعة المعلومات والاتصالات في ظل انتشار التكنولوجيا الرقمية تطورا وتوسعا كبيرا في قطاع الهواتف المحمولة، وما صاحب ذلك من تغيرات اجتماعية واقتصادية ناجمة عن التبني الواسع لاتصالات الهواتف؛ مما ساهم في زيادة الاستثمار في محتوى الهاتف المحمول، ودفع المؤسسات الإعلامية المقروءة والمرئية إلى إطلاق قنوات خاصة على الهاتف.

يتمثل الدور الإعلامي للهاتف المحمول فيما يلي: (زيدان خلف و الفيصل، 2020، الصفحات 228-229)

1. نشر الأخبار والمعلومات حول الأحداث المهمة، وغالبا ما يجمع بين النص والصوت والصورة في نشر الأخبار.

2. وسيلة تجميعية لما تنشره الكثير من وسائل الإعلام، حيث يتطوع بعض المستخدمين بنقل الأخبار والمعلومات كاملة أو من خلال الوسيلة الإعلامية، مما يوفر الجهد والوقت في البحث.

3. الحصول على السبق الصحفي؛ فقد تحول المستخدم اليوم إلى منتج إعلامي بفضل تقنيات الهاتف المحمول الاتصالية الجديدة، ينتج ويبث ما يريد على الإنترنت.

4. يعمل الهاتف المحمول على نقل الصورة الصحافية مباشرة من موقع الحدث عن طريق عديد التطبيقات.

5. تسجيل أصوات الأحداث أو الأشخاص من موقع الحدث في أثناء المقابلات الإعلامية.

6. خاصية التسويق والإعلان، فقد أحدثت تكنولوجيا الهاتف المحمول ثورة في مجال المبيعات والتسويق والإعلان، فأصبحت عديد الشركات تستخدم التسويق عبر الهاتف المحمول؛ لأنها ترى أن الرسائل الإعلامية عبر الهاتف المحمول أفضل من الإعلان في وسائل الإعلام الأخرى، حيث تصل الرسائل الإعلانية من خلال الهاتف المحمول لكل فرد على حدة، ولم يعد الفرد بحاجة إلى البحث داخل الصحف أو القنوات التلفزيونية لرؤية إعلان ما، فالإعلانات تأتي بشكل شخصي على الهاتف المحمول، وبالإمكان أيضا القيام بعملية الشراء والحصول على عديد الخدمات مقابل مبلغ يسحب من الرصيد.

2-2-الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات

انضمت الهواتف المحمولة إلى علم الإعلام ليحدث قفزة كبيرة في مجال نقل الأخبار وتغطية الأحداث، لكنها تطرح أسئلة حول جودة المحتوى الصحفي، ومكانة القيم الصحفية في ظل اتساع دائرة الاهتمام بها من قبل المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء العالمية، وساهم وجود الأدوار المعمولة بين أيادي الصحفيين في كثير من الأحيان بتقديم المواد الإعلامية فور الكشف عن آخر مستجداتها، وفتحت صحافة الهاتف المحمول قنوات جديدة للتواصل بين الأفراد في المجتمع، مما قد يتيح فرصة أكبر للجميع للوصول إلى المعلومات العامة والحصول على الخدمات الإنسانية، فلم يسبق لأي تكنولوجيا

أن وصلت إلى الكثير من بلدان العالم في فترة زمنية قصيرة كما فعلت التكنولوجيا الخاصة بالمحمول.(شيخاني، 2010، صفحة 63)

وبعد أن طرَح الهاتف المحمول كوسيط إعلامي (خاصة بعد نزول الجيل الثالث) أصبح التصفح أكثر سرعة، وبمرور الوقت أصبحت التكلفة أقل، وهذا ما دفع بالوكالات الإخبارية والفضائية بتزويد مواقعهم بنسخ خفيفة تمكن من سهولة التصفح عن طريق الهاتف المحمول.

كانت بداية استخدام الهاتف المحمول كوسيط إعلامي عبر نظام الرسائل القصيرة، حيث يمكن أن تشترك في خدمة رسائل قصيرة تزودك بآخر الأخبار، ولا تزال هذه الخدمة مستمرة، ولا يقتصر الموضوع على تصفح الجرائد أو المواقع الإخبارية أو الإنترنت بشكل عام، بل تعددت تكنولوجيا تلك المرحلة، والآن يمكن استقبال المحطات التلفزيونية عبر هاتفك المحمول، وهكذا تجاوزت الهواتف المحمولة الذكية وظيفة التسلية لتتحول إلى وظائف أخرى كنقل المعلومات والأخبار، كما أصبحت وسيلة لتسويق الأخبار والأحداث والمعلومات، فنجد أن معظم الصحفيين باتوا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال أجهزة ذكية وذلك لتوفرها في كل مكان وزمان، وهذا يعطيهم دفعة قوية للقيام بالأعمال الإعلامية كالنقل والنشر وغيرها من الوظائف(فنيش و بعماش، 2018، الصفحات 31-32).

ومن هنا منحت صحافة الجوال إمكانية وضع وتقديم التقارير الإخبارية في أيدي المجتمعات الصغيرة، وسهلت عملية تبادل المعلومات بين المستخدمين، حيث تميزت الهواتف المحمولة بسهولة استخدامها عكس وسائل الإعلام التقليدية كالراديو والتلفاز والصحف، كما أن إمكانية البث للمعلومات من خلال الهواتف المحمولة تكون من خلال التطبيقات اللاسلكية، هذه الأخيرة التي مهدت الطريق إلى عالم جديد من البيانات المتحركة مثل الخدمات الخاصة بالطقس والرياضة والخدمات المصرفية والتسلية وأخبار البورصة وغيرها، فكل ذلك يتم توافره في جهاز واحد محمول.(علم الدين، 2000، صفحة 123)

وقد شكل العام 2015 نقلة نوعية في صحافة الهاتف المحمول، فأصبحت المواقع المتخصصة في مشاركة الصور والفيديوهات هي المنصات التي يتم من خلالها في كثير من الأحيان عرض الأخبار العاجلة وبصورة يسهل على المتابعين فيها هضم الخبر بسهولة، إضافة إلى التطبيقات البصرية الخاصة بعرض التقارير والقصص الإخبارية ويمكن استخدامها جنباً إلى جنب مع هذه الحزم التقليدية لتبقي طوال اليوم المستخدمين في انخراط معها.(صحيفة العرب، 2015)

2-3- صحافة الموبايل وإنتاج المحتوى الإعلامي

تمثل المواد التي أنتجها الصحفي المواطن أو الصحفي المحترف غنى إضافية على عدة مستويات، فبوجود الهاتف النقال أصبح لدينا شاهد عيان في كل شارع وفي كل حي تقريبا، وهو ما لم يكن متوفرا سابقا مع وسائل الإعلام التقليدية.

لم تعد تغطية الأحداث محتكرة من قبل وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية، وبات باستطاعتنا أخذ لقطات من أي مكان نتواجد فيه، وعلاوة على ذلك أصبح الصحفي المواطن مراقبا للصحافة التقليدية مما دفع الأخيرة للانتباه إلى أنها مراقبة من منافسين جدد غير منافسيها

التقليديين(محمد نور، 2020، صفحة 17)، ويمكن أن نلخص إنتاج المحتوى الإعلامي عبر الموبايل أو صحافة الموبايل على مستويين هما(إبراهيم و حسين، 2019، الصفحات 132-133):

- صحافة الموبايل وإنتاج الأخبار المتنقلة

إذا كنت تمتلك هاتفًا ذكيًا أو حاسوبًا لوحيًا، فإنك تمتلك بين يديك أستوديو متحركًا أو أستوديو مصغرا يحاكي الاستوديوهات الاحترافية، ففي الوقت الحالي معظم الصحفيين يحملون معهم أستوديو موبايل دون أن يدركوا ذلك، ويمكنك هذا الأستوديو الموبايل من كتابة النصوص والتقاط الصور وتسجيل الصوت والفيديو، وحتى إجراء المقابلات المصورة، مما يسهل عليك جمع المعلومات وإنتاج القصص الصحفية بجودة عالية، وتركيبها والقيام بعملية المونتاج ونشرها فورًا على المنصات الاجتماعية، أو إرسالها إلى مؤسستك الإعلامية في أي وقت وفي أي مكان، طالما أن هاتفك المحمول الذكي متصل بالإنترنت.

في الوقت نفسه، يمكن أن تكون الهواتف الذكية "غرفة أخبار الموبايل في جيبك" إذا كنت تعرف كيفية تسجيل فيديو إخباري بجودة عالية ومونتاجه ومشاركته بالهاتف الذكي، حيث تقوم غرفة أخبار الموبايل على أربعة مبادئ: صور فيلما، اتصل بالإنترنت، اختر ملفًا، قم بعملية النشر، كما تعد غرفة أخبار الموبايل هي نفسها أستوديو الموبايل، وتعد كتابة الأخبار وإنتاج المواد لشاشات الهاتف المحمول مهارة بحد ذاتها، وربما تكمن قوتها في الترجيح والمرونة، لكن عليك أن تدرك حدود الهاتف المحمول حتى تستفيد منها قدر الإمكان.

- صحافة الموبايل واستهلاك الأخبار المتنقلة

إن أكثر حاجز يعيق الجمهور في التعرض للأخبار التقليدية بما فيها المطبوعة، والإذاعية والتلفزيونية، وتلقيها هو صعوبة وصول الجمهور إليها؛ لأنها محدودة من حيث كميته وإمكانية توزيعها أو الوصول إليها، فإذا أراد القارئ أن يبقى متابعًا للأخبار المطبوعة، عليه أن يطلع على عديد نسخ الجريدة بانتظام، وفي الوقت نفسه، فإن حمل الجريدة معك أينما تذهب يمكن أن يكون غير مريح أو مناسب، وخصوصًا إذا كنت تحمل أكثر من نسخة واحدة، ويمكن أن تكون الأخبار الإذاعية أخبارًا متنقلة، ولكن فقط عن طريق حمل الراديو المحمول معك أو الاستماع إليها في راديو السيارة، وفي السياق نفسه يمكن للمشاهد مشاهدة الأخبار التلفزيونية فقط حيثما يكون التلفزيون موجودًا، وحينما تبث النشرات الإخبارية خلاله، أضف إلى ذلك أن النشرات الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية تبث في أوقات محددة مما يجعلها غير ملائمة للجمهور من ناحية الوصول إليها في الوقت المناسب، وبناء على ذلك لا يمكن للأخبار التقليدية أن تكون أخبارًا متنقلة.

لم يقتصر تأثير تلك التطورات التكنولوجية للاندماج الإعلامي والمزج بين الوسائط المختلفة على مراحل إنتاج الخبر وتوزيعه فقط، وإنما امتد للتأثير على أساليب استهلاك الأخبار من جانب المتلقين أنفسهم مما أثار مجموعة من التساؤلات الرئيسية، يرتبط بعضها الآخر بإعادة النظر في النظريات المفسرة لتلقي الأخبار وعلاقة المتلقين بالوسيلة الإعلامية، وهو ما دفع المختصين بالكتابات البحثية لاستبدال مصطلح "التلقي" أو "التعرض" بمصطلح "الاستهلاك"، في إشارة لتأثير عوامل الصناعة والإنتاج على هذه العملية وارتباطها بقيم السوق، من حيث العرض والطلب والمنافسة

من ناحية، وللتعبير عن إحلال قيم التفاعل والتشابك محل التلقي من ناحية أخرى (عبد الفتاح، 2016، صفحة 110).

وشهد استهلاك الأخبار في جميع دول العالم تحولين أساسيين هما:

1. تصاعد أعداد مستخدمي الأخبار الذين يستهلكون المحتوى الصحفي باستخدام أجهزتهم المتنقلة.
2. تزايد أعداد مستخدمي الأخبار الذين يستهلكون المحتوى الصحفي من خلال المنصات الاجتماعية. (Nic, 2015)

2-4- صحافة الموبايل عند الهواة

أصبح الهاتف المحمول في السنوات الأخيرة مهما بشكل مطرد وامتزاد بالنسبة للأفراد العاديين، في حين أنه يشكل حلقة قوية لا يمكن الاستغناء عنه في العمل الصحفي والإذاعي والتلفزيوني، حيث تم إقحامه بشكل كبير في إنتاج المواد الإعلامية ونشرها، وفي الواقع لم تعد ممارسة العمل الإعلامي والصحفي المتخصص أيضا قائمة على معايير ثابتة، بل هي الآن في كل مكان وبمعايير عالمية، وبفضل الهاتف المحمول أصبح المستخدم متمكنا من القيام بعمل إعلامي بفعالية ومجهود أقل وفي أي مناسبة.

وقد منح الهاتف المحمول الفرصة للمبتدئين أو الصحفيين الهواة لتطوير أعمالهم، بغية إثراء المحتوى بمزيد من الأخبار غير الرسمية، مستفيدين من المحتوى الذي ينشئونه لإعلاء صوت الناس في تغطياتهم الإخبارية.

ويقول بعض صحفيي الموجود أن هناك ثلاثة ملايين صحفي في العالم، باعتبار أن هناك ثلاثة ملايين مستخدم للهواتف الذكية (محمد نور، 2020).

ولكن بعض المختصين في مجال صحافة الموبايل لا يتفقون مع هذا الطرح باعتبار أن صحافة الموبايل لها معاييرها وخصائصها وطبيعة عمل تندرج ضمنها، ولكن المتفق عليه أن الفضل في نشأة صحافة المحمول وازدهارها يعود إلى الصحفيين الهواة، فمنذ ابتكار الأجهزة الذكية قاد الصحفيون الهواة نشاطا صحفيا واسع الانتشار، تمثل في التقاط الصور الفوتوغرافية ونقل الأحداث بالفيديو، وتداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيما يعرف بصحافة المواطن، وبذلك فقد سبقوا الصحفيين المحترفين إلى صحافة المحمول (بعزبز، 2011، صفحة 48)، حيث أخذت صحافة المواطن عدة أشكال جعلتها تنافس وسائل الإعلام التقليدية. ومن أهم هذه الأشكال نذكر:

1. المدونات الإلكترونية
2. وسائل الإعلام الاجتماعية
3. مواقع بث الفيديو
4. المواقع الإخبارية التساهمية
5. مواقع التحرير الجماعي

ويرجع استخدام الهواة لصحافة الموبايل في وسائل التواصل الاجتماعي إلى عام 2003 وبخاصة في موقعي "فيسبوك" و"ماي سبايس"، فيما كان المحررون والناشرون بطيئين في النشر عبر المحمول، وحتى في الاعتراف بأن النشر عبر المحمول يختلف عن النشر على مواقع الويب.

ولم تنشط وسائل الإعلام الاحترافية في استخدام صحافة المحمول إلا في أواخر 2004 إبان أحداث تسونامي، وكان ذلك على أيدي الهواة أيضا، وهكذا نبّه الهواة الصحفيين المتمرسين وسائل الإعلام المرموقة إلى إمكانية توظيف المحمول في تغطية الأحداث ونشرها، ووجدت تلك الوسائل نفسها مضطرة لقبول ما أنتجوه رغم ضعف جودته، بسبب القيمة الإخبارية التي يحملها، ولحسن الحظ، فإن جودة كاميرات الفيديو تحسنت مع مرور الوقت وأصبحت مقبولة إلى حد كبير.

وفي بداية سنة 2005 تزايد انتشار صحافة المحمول، وظهر مصطلح mojo الذي أطلقته أول مرة مؤسسة "فورت مايرز نيوز" الإعلامية الأمريكية وهي مختصر Mobile Journalism كما تم ذكره في السابق، وتعني صحافة الموبايل، كما عرفه الصحفيون الذين ينجزون مهامهم الصحفية باستخدام المحمول في الغرب على وجه الخصوص موجوس "Mojos"، وبعدها لقي المصطلحان رواجا كبيرا في بقية العالم.

وهكذا فإن صحافة المحمول لم تولد من رحم المؤسسات الصحفية الاحترافية التي كان يجدر بها الظفر بقصب السبق في هذا المجال، لكنها ظلت تلقف ما تنتجه كاميرات هواتف الصحفيين الهواة. وهكذا فإن صحافة المحمول قادت إلى تغير ثوري في صناعة الصحافة العالمية، تجلت ملامحها بشكل واضح في ثلاثة جوانب رئيسية هي:

- مشاركة الهواة في صناعة المحتوى الخبري.
- التوجه نحو استخدام الهاتف المحمول في إنتاج الأخبار ونشرها.
- انتقال النفوذ من مالكي وموزعي المحتوى إلى مستخدمي المحتوى المتصلين بشبكة الإنترنت.

لقد ساهمت هواتف الهواة في تغطية أحداث بمناطق نائية، ظهر بعضها في وسائل الإعلام لأول مرة، وليس خافيا دور صحافة المحمول في كثير من المحطات والأحداث العالمية، وسنعرض مجموعة من التجارب في أحداث دولية فيما يلي:

دور صحافة الموبايل في الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية وعلى رأسها أحداث الثورة التونسية سنة 2010 -2011 حيث عرفت مقاطع الفيديو التي كان يرسلها أو يحملها على مواقع التواصل الاجتماعي أناس عاديون، وبخاصة أن وسائل الإعلام المعروفة آنذاك لاقت صعوبات كثيرة في تغطية الأحداث على غرار قناة الجزيرة وغيرها.

تصاعد اهتمام المؤسسات الإعلامية الدولية بالنوع الجديد من الصحافة، وبدا جليا في أحداث تفجيرات لندن عام 2005، حيث بادرت مؤسسات عالمية مرموقة على غرار CNN وBBC بتخصيص مكاتب وأقسام لمتابعة المحتوى المرسل من المستخدمين عبر الهواتف المحمولة التي تجاوز عددها آنذاك سبعة ملايين هاتف عبر العالم، كما تم تطوير برامج وتطبيقات جديدة تعزز عمل صحافة المحمول إيذانا ببداية مرحلة جديدة في تاريخ صحافة التلفزيون.

وحاليا يعمل الكثير من المستخدمين على تغطية الأخبار وقت وقوعها، وشكّل عدد مستخدمي الهاتف المحمول في العالم أكثر من 4 مليار ونصف مستخدم، بل أصبحت وسائل الإعلام العالمية ذات الصدى والأثر الكبير تعتمد على تغطية المواطنين وتسجيلات الفيديو الخاصة بهم، إيذانا بميلاد نوع جديد من الصحافة بتكامل المستخدم العادي مع الصحفي المحترف ومع الوسيلة الإعلامية.

2-5- صحافة الموبايل عند المحترفين

إن الملاحظ لواقع استخدام الهاتف الذكي في الواقع اليومي الصحفي المتخصص أو رجل الإعلام في أي وسيلة إعلامية، يتأكد من فكرة أن صحافة الموبايل ليست مجرد ممارسة إعلامية فقط، وإنما هي ظاهرة العصر التي تفتح آفاقا كبيرة ومتعددة للعمل الصحفي المباشر والمحترف، حيث أصبح من الواجب على كل ممتهن للصحافة مثلا أن يراجع مسار كل الوظائف التي يقوم بها، والوسائل التقنية التي تسمح له بالتحكم فيها، بداية بالالتفات إلى نوع الهاتف الذكي الذي يحمله، ومراجعة وتحديث كل التطبيقات والبرمجيات التي يمكن أن تكون عملية في كل مكان وفي وقت يحتاجها للتصوير أو التسجيل أو البث الحي. (بوعون و بلوصيف، 2020، صفحة 433)

وأصبح الصحفيون المحترفون يعتمدون على صحافة المحمول بصفة كبيرة، حتى أصبحت الأخيرة قادرة على إنتاج مواد إعلامية متكاملة بعدما كانت وسيلة في أيدي الهواة، حيث تمكن الصحفي المحترف من إجراء عمليات المونتاج للصورة والصوت والفيديو وبثها عبر المنصات الإعلامية والمؤسسات التي يعمل بها، ومن هنا برز مصطلح الموبايل أولا Mobile first في الأوساط الإعلامية، ويقصد بهذا المصطلح إعطاء الأولوية وسرعة النشر للمحتوى الذي ينشر بسرعة المحمول. (شاهين، 2017، صفحة 126)

إن استخدام المحمول في التغطيات الصحفية الاحترافية بات أمرا شائعا بين الصحفيين، بل أصبح خيار العديد منهم، وبحكم أن الوسيلة تفرض دوما شروطها على مستخدميها، فقد غير المحمول من طريقة الصحفيين في رصد الأخبار وبثها، وأحدث تحولا في بيئة العمل الصحفي وطرق إعداد التغطيات الإخبارية، تبعه تغير في طرق النشر والبث عبر منصات إعلامية متعددة. ويرجع اعتماد الصحفيين المحترفين على صحافة الموبايل إلى استخدامات الهواة لصحافة الهاتف المحمول الذين كانوا السباقين في تطويرها، حيث أن هناك كما هائلا من المحتوى الصحفي الذي تم إنتاجه بالكامل عبر المحمول على يد الهواة، وسرعان ما وجد الصحفيون المتخصصون ضالتهم في جهاز الهاتف الذكي متعدد الإمكانيات، فأصبح خيارهم الأمثل في إنجاز مهامهم العملية، وتعززت ثقتهم به في أعقاب الدور الذي أدته في تغطية أحداث في مناطق مختلفة من العالم.

ولم يأت اهتمام الصحفيين المحترفين بصحافة المحمول بمعزل عن رضى وقبول مؤسساتهم الإعلامية، والواقع أن العديد من المؤسسات ووسائل الإعلام دخلت المجال، ليس لقناعتها بصحافة الموبايل، ولكن كي لا تتخلف عن الركب، وظلت تراقب عن كثب تطور تجربتها في هذا المجال، سيما وأن صحافة الموبايل حققت أهدافا صحفية وإعلامية كثيرة وعديدة بشكل أسرع من التقليدية، وإن كانت بجودة أقل نسبيا عما تنتجه الأجهزة الاحترافية، إلا أن التطور التقني للأجهزة المحمولة يضاهاي الأجهزة الاحترافية (شاهين، 2017، الصفحات 126-127).

كما تنظر وسائل الإعلام بعين الاعتبار إلى الجوانب الاقتصادية المترتبة على استخدامه، حيث تتطلع لأن تحل الأجهزة المحمولة محل معدات الإنتاج الإعلامي الثقيلة والمكلفة اقتصاديا، كما اكتشفت وسائل الإعلام أنه بتوجهها للنشر في الهاتف الذكي، إنما تخطو في الطريق الصحيح للالتقاء بمستخدمين يتزايد عددهم باطراد في المنصة المتنقلة.

ويمكن تلخيص أهم محطات صحافة الموبايل في المؤسسات والوسائل الإعلامية المشهورة فيما يلي:

- 2004 ولأول مرة صحيفة "نيويورك تايمز" تنشر على صفحتها الأولى صورة ملتقطة بالهاتف المحمول.
 - 2005 اعتماد مصطلح الموجو "Mojo" والموجوس "Mojos" بشكل رسمي التي تعني صحافة الموبايل وصحفيي الموبايل وذلك لأول مرة عن طريق مؤسسة "فورت مايرز نيوز" إيدانا بميلاد حقبة جديدة في عالم الإعلام.
 - 2007 أول تقرير تم إعداده كليا من طرف تلفزيون BBC وكان التقرير حول موضوع الخصوصية في عصر الإنترنت.
 - 2008 صحيفة "Göteborgs -posten" السويدية تقوم بتعيين أول محرر صحفي لصحافة المحمول كجزء من استراتيجية تبرهن من خلالها عن اهتمامها بصحافة المحمول.
 - 2009 قدم الصحفي "جيمي جوجولا" مراسل قناة "Kob TV" في المكسيك تقريرا مباشرا من ميدان الحدث باستخدام هاتف "أي فون iPhone" ودون استخدام معدات البث التلفزيوني.
 - 2009 دراسات علمية تؤكد أن نسبة معتبرة تمثل 16,9 بالمائة من المستخدمين للموبايل في كل من فرنسا، والوم أ، وألمانيا، وإيطاليا، وإسبانيا والمملكة المتحدة يتلقون الأخبار عبر الهواتف المحمولة.
 - 2014 إطلاق تطبيقات خاصة بالهواتف المحمولة من طرف وسائل إعلام معروفة وعلى رأسها "News Dash" وإتاحة الفرصة لمشاركة المستخدمين في التغطية الإخبارية والصحفية. (تجميع الباحث من خلال ما تحصل عليه من معلومات من مصادر مختلفة).
- وبعدها دخلت المؤسسات والوسائل الإعلامية المعروفة سواء العالمية أو العربية غمار صحافة الموبايل وأنشأت أقساما خاصة بها، وأصبحت تعتمد عليها بصفة رئيسة في صناعة المحتوى الإعلامي.

خاتمة ونتائج الدراسة

مع التطور التكنولوجي وانتشار استخدام الهواتف الذكية على نطاق واسع لدى الأفراد والصحفيين، أصبحت هذه الوسيلة الرقمية ساحة مفضلة للصحفيين المتخصصين والهواة لممارسة المهنة بشكل تفاعلي، مما جعل عديد الباحثين يتساءلون عن مستقبل العمل الإعلامي في ظل تعاضم الإقبال على استخدام الهواتف الذكية، وما تتميز به من ساحة أكبر من الحرية والتنوع والسرعة والخفة مقارنة بالعمل الإعلامي التقليدي.

ونخلص مما سبق أن الهواتف الذكية ساعدت كثيرا في تطوير صحافة الموبايل وانتشارها، والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات وصناعة المحتوى الإعلامي، كما عملت على تطوير مهارات الصحفيين وكسر حاجز المهارات التقليدية للإعلام، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية الإعلامية، والتحليل وجمع المعلومات وصياغتها، وتطوير أساليب العمل الإعلامي، واستخدام التقنيات الحديثة في المعالجة الإعلامية وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة، من خلال ما قدمته من خدمات في جميع مراحل صناعة العمل الإعلامي مروراً بأهم الوظائف الإعلامية ووصولاً إلى الأهمية والأثر على العمل الإعلامي.

قائمة والمراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

1. إبراهيم، بعزیز. (2011). دور وسائل الإعلام الجديدة في تطور المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن. مجلة الإنذاعات العربية، (3).
2. أحمد بوعون، و الطيب بلوصيف. (2020). استخدام الموبايل mojo وتأثيره على الأداء الإعلامي في الجزائر -دراسة ميدانية في إذاعة سطيف الجهوية-. مجلة الموارد البشرية، 15(03).
3. أحمد صلاح العامري. (17 أبريل، 2021). صحافة الموبايل.
4. جاسم محمد الشيخ جابر. (2016). صحافة المحمول (ط 1). مسقط عمان: بيت الغشام للصحافة والنشر والترجمة والإعلان.
5. زيدان، خلف خمائل، و مريت الفيصل، عبد الأمير. (2020). دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المحققة منها. مجلة بحوث الشرق الأوسط، 2(55).
6. رضوان، سائد سعيد محمد. (2016). اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات. رسالة ماجستير. غزة فلسطين: الجامعة الإسلامية.
7. سعد، إبراهيم و حسين، أحمد حيدر. (فيفري، 2019). دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة. (المركز العربي الديمقراطي، المحرر) مجلة الدراسات الإعلامية، 6.
8. اليسر، سعد محمد. (2018). world press. تاريخ الاسترداد 12 12، 2018، من <http://Rsirsaad.worldpress.com>
9. شيخاني، سميرة. (2010). دور وسائل الإعلام الجديدة في تطور المتلقي إلى مرسل، وظهور صحافة المواطن. مجلة جامعة دمشق، 26(1).
10. شاهين، سناء يوسف. (2017). صحافة الموبايل وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
11. حسنين، شفيق. (2015). صحافة وإعلام الهاتف المحمول. القاهرة: دار الفكر والفن.
12. صحيفة العرب. (2015). تاريخ الاسترداد 02 08، 2019، من <http://alarab.co.uk>
13. صحيفة العرب. (2016). صحافة الموبايل تقتحم عالم الإنتاج الإعلامي. تاريخ الاسترداد 03 06، 2020 من <http://alarab.co.uk>
14. محمد نور، عزيزة. (2020). استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام -الجزيرة أنموذجاً-. قطر: معهد الجزيرة للإعلام.
15. نوفل، علاء الدين. (2014). تاريخ الاسترداد 04 06، 2020 من [Http://google.kvhd6j](http://google.kvhd6j)
16. مولكاهي، غلين و آخرون. (2017). دليل صحافة الموبايل. قطر: مركز الجزيرة للتدريب والتطوير الإعلامي.
17. فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (2016). الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار (الإصدار الأولى). مصر: العربي للنشر والتوزيع.
18. قطب، فاطمة. (2008). إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل. لغة العصر.

19. بن سعيد، مبارك. (01 05, 2011). صحافة الموبايل، تاريخ الاسترداد 04 06, 2020 من <http://google/wLUpYD>
20. علم الدين، محمود. (2000). الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات. القاهرة: مطابع الأهرامات للنشر.
21. فنيش، نوال وبعناش، أميرة. (2018). استخدام طلبة جامعة المسيلة للهواتف الذكية في الحصول على المعلومات. المسيلة، جامعة المسيلة.

ثانياً: باللغة الاجنبية

22. Ivo Burum و Stephen Quinn. (2016). Mojo: The mobile journalism Hand book. 1st Edition. New York: Focal press.
23. Passami. Luca. (بلا تاريخ). Mobile journalism من 2018, 03 12, الاسترداد Passami/it/gap
24. Newman Nic. (2015). The rise of mobile and social news. UK: Oxford Reuters Institute's report.
25. Marrouch. Rima. (2018). how mobile phones are changing journalism practice. من تاريخ الاسترداد 12 13, 2018, <http://reuters.institute.politics.ox.ac.uk/risj-reviewr/how-mobile-phones-are-changing-journalism-practice-21st-century>.
26. Heli. V`at`aj`a. (2014). framing the usre experience in mobile news making with smartphones. Tempere :University of technology.