

معهد الجزيرة للإعلام
زمالة الجزيرة - 2022
ورقة بحثية



تأثير اتجاهات المستخدمين لمنصات
التواصل الاجتماعي

على أجندة «نشرتكم» بقناة الجزيرة

بلال جعفر

مشرف البحث:
د. محمد الراجحي

برنامج زمالة الجزيرة:

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

بلال جعفر

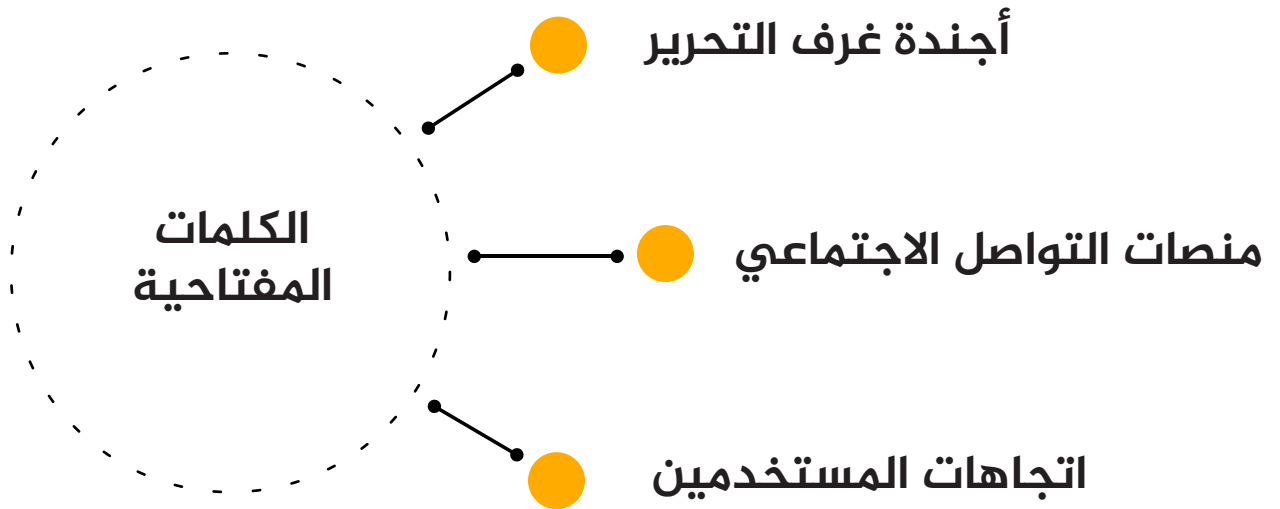
باحث في مرحلة الدكتوراه "تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة" بجامعة الشهيد العربي بن مهيدي بأم البواقي الجزائر، مقدم برامج متعاون سابقا مع التلفزيون الجزائري الرسمي ما بين 2009-2021.

ملخص البحث

تعالج الدراسة موضوع التحولات التي فرضتها منصات التواصل الاجتماعي على عمل محرري غرف التحرير في القنوات الفضائية، وخصوصاً تأثير الاتجاهات السائدة بالمنطقة العربية في عملية بناء الأجندة الإخبارية بقناة الجزيرة، التي تخصص مساحة إخبارية للمواضيع الأكثر تداولاً في المنطقة العربية وفي العالم على المنصات الاجتماعية عبر النشرة الإخبارية المسائية «نشرتكم». ولتحقيق هدف الدراسة استعان الباحث بأداة تحليل المضمون لدراسة تأثير اتجاهات المستخدمين في النشرة الإخبارية «نشرتكم» المتصلة بالمنصات الاجتماعية، واعتمد أيضاً عينة قصدية شملت صحفيي ومحرري البرنامج.

وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها أن فريق برنامج «نشرتكم» لا يكتفي ببيانات الذكاء الاصطناعي في تحديد الاتجاهات السائدة، بل له طرق ومصادر أخرى، كما أن المعايير التحريرية للقناة تحد من التأثير القوي لاتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية للقناة.

كلمات مفتاحية: أجندة غرف التحرير، منصات التواصل الاجتماعي، اتجاهات المستخدمين.



الفهرس

| | |
|-----------------------|----|
| المقدمة | 8 |
| الإطار المنهجي للبحث | 9 |
| نتائج الدراسة المسحية | 15 |
| خلاصة ونتائج | 37 |
| المصادر | 40 |

المقدمة

ونلاحظ أن الشبكات الإعلامية والقنوات الإخبارية عبر العالم، وفي المنطقة العربية، تخصص دورها مساحة إخبارية لما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي، ومنها قناة الجزيرة من خلال النشرة الإخبارية المسائية «نشرتكم»، وهي مجلة إخبارية تفاعلية تُعنى بتغطية أبرز ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي عربياً ودولياً. كما تهتم بتغطية تفاعلات القضايا الإخبارية على المنصات الرقمية².

ولا يقتصر اهتمام القناة بمنصات التواصل الاجتماعية على النشرة الإخبارية المسائية «نشرتكم»، بل يشمل باقي النشرات الإخبارية، خاصة نشرتي «الحصاد»، و«منتصف الليل» التي تعرض أهم الأخبار على جمهور المنطقة العربية. وتتوجه فقرة «قبل الحصاد» بخطابها الإعلامي مباشرة إلى مستخدمي منصات الجزيرة التفاعلية، كما تحتوي نشرة منتصف الليل على فقرة «الترند»، مما يبيّن اهتمام القناة باتجاهات مستخدمي المنصات في المنطقة العربية. ولا شك أن غرفة التحرير بقناة الجزيرة لها طرق وأساليب في اختيار وانتقاء المواضيع وبنها وفقاً لسياستها الإخبارية مع مراعاة المعايير الصحفية.

هيمنت غرف الأخبار التقليدية لعقود على تحديد الأجندة الإخبارية للجمهور، وظلت تفترض أن الأحداث والقضايا المرتبطة بالظروف السياسية والاقتصادية التي تمر بالمجتمع أكثر أهمية، ولكن مع التحولات التكنولوجية التي عرفتها الصحافة، خصوصاً في ظل البيئة الرقمية، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تتيح لأكثر من 4.2 مليار مستخدم¹ دوراً أكبر في عملية تداول ومشاركة الأخبار في مختلف الموضوعات والقضايا.

وقد أسهم ذلك في الحد من سيطرة الإعلام التقليدي على تدفق الأخبار والمعلومات، كما ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي المنتجين والمحررين في غرفة الأخبار على رصد اتجاهات المستخدمين عبر قائمة إحصاءات محدّثة حسب المنطقة والبلد.

إن عملية بناء الأجندة الإخبارية لم تعد محصورة في أصحاب المصالح (المالكيين لوسائل الإعلام، والقائمين بالاتصال، والسياسيين...)، بل تعاظم دور مستخدمي الفضاءات الافتراضية في عملية البناء.

¹ <https://bit.ly/3CK4J14>، (تاريخ الدخول: 1 أبريل/نيسان 2022)، «Global digital population as of April 2022»

² «نشرتكم» نشرة تفاعلية، الجزيرة نت، (تاريخ الدخول: 24 فبراير/شباط 2022)،

1- الإطار المنهجي والنظري للدراسة

- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تعرف المنطقة العربية انتشاراً واسعاً لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيطاً للتفاعل الأنّي مع الأحداث والقضايا. ففي تقرير التنمية الرقمية العربية الصادر عن «الإسكوا»³ (ESCWA) في عام 2019، تُقدّر اشتراكات الهاتف النقال بـ100.9%، ومعدل نفاذ إلى الإنترنت يبلغ 51.6 لكل 100 نسمة. كما تبيّن دراسة لجامعة نورث ويسترن في قطر أن المستخدمين في المنطقة العربية صاروا يعتمدون على الهواتف النقالة أكثر من التلفزيون، ويتجهون لاستقاء الأخبار من منصات التواصل الاجتماعي. لذلك يجد محررو غرف الأخبار أنفسهم أمام عدة تحديات، من بينها التدفق الهائل للأخبار والمعلومات التي تفرض نفسها على أجندة القنوات الإخبارية.

فقد لاحظ الباحث على سبيل المثال أن حادثة الطفل المغربي ريان، الذي لقي حتفه في بئر أوائل فبراير/شباط 2022 شمال المغرب، بدأ الاهتمام بها وتداولها بشكل واسع على صفحات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية، لتلحق بها بعد ذلك القنوات الإخبارية الدولية في تغطية الحدث. وكانت قناة الجزيرة، وبعض القنوات الإخبارية الأخرى، قد ركزت على الموضوع بتخصيص جل الفقرات الإخبارية، وعناوينها الرئيسية، لمتابعة تطورات الحادث. وفي المقابل نجد أن موضوع الحرب الروسية على أوكرانيا بدأ الاهتمام به في القنوات الإخبارية، من خلال التركيز على ظروف الحرب وسياقاتها، ثم تحوّل النقاش إلى منصات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية التي تفاعلت مع الأزمة. فقد أحدثت مثلاً طريقة معاملة اللاجئين الأوكرانيين من قبل الدول الأوروبية جدلاً واسعاً بين المستخدمين، مقارنة بمعاملة اللاجئين العرب. كما شكّل موضوع تداعيات الحرب على الأمن الغذائي العربي مركز اهتمامهم. وهو ما دفع الباحث إلى محاولة فهم وتفسير هذا

الاهتمام وتأثيره على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، من خلال الإجابة عن السؤال الإشكالي للدراسة:

إلى أي مدى تؤثر اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال المجلة التفاعلية «نشرتكم»؟

وتتطلب الإجابة عن هذا السؤال الإشكالي البحث في عدد من العناصر التي تمثّل أبعاد عملية تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة:

1. كيف يرصد فريق عمل برنامج «نشرتكم» الاتجاهات على منصات التواصل الاجتماعي؟
2. ما المعايير والقيم الإخبارية التي تعتمدها «نشرتكم» في جمع وانتقاء الأخبار والمواضيع من المنصات الاجتماعية؟
3. هل تؤثر اتجاهات المستخدمين على القيم الخبرية في قناة الجزيرة من خلال برنامج «نشرتكم»؟
4. هل تواكب «نشرتكم» الاتجاهات الفعلية للمستخدمين أم تكيفها وفق الأجندة الإخبارية للقناة؟
5. هل يؤثر برنامج «نشرتكم» على باقي النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة؟ وهل له تأثير في المنصات الاجتماعية؟

- فرضيات الدراسة

- توجد علاقة قوية بين الأولويات الإخبارية لـ«نشرتكم»، واستخدام بيانات الذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- هناك تباين في تقدير أهمية وضخامة الأخبار والقضايا بين محرري غرف الأخبار واتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- هناك تأثير محدود لاتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة.

³ ورد في تقرير التنمية الرقمية العربية 2019، أن الإحصاءات السكانية بالمنطقة العربية حوالي 440 مليون نسمة، <https://2u.pw/BDqY0> (تاريخ الدخول 22 فبراير/شباط 2022)

⁴ Everette E. Dennis et al, «Media use in THE MIDDLE EAST 2019 a Seven-Nation Survey», NORTHWESTERN UNIVERSITY IN QATAR.

(تاريخ الدخول : 22 فبراير/شباط 2022) <http://www.mideastmedia.org/survey>

- الدراسات السابقة

1. توظيف الإعلام الاجتماعي في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية: دراسة تحليلية لبرنامج «نشرتكم»⁵:

في هذه الدراسة تتساءل الباحثة عن: كيف يتم توظيف الإعلام الاجتماعي في إنتاج برنامج «نشرتكم»؟ وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة تحليل المضمون التي تم تطبيقها على عينة من حلقات برنامج «نشرتكم». وخلصت الدراسة إلى أن مثل هذه البرامج تسعى لإشراك الجمهور في صناعة مضامين النشرات الإخبارية، وأن هناك تدخلا من قبل القائمين على القناة في اختيار ما يتناسب مع السياسة الإعلامية للقناة. واستنتجت أن هناك مراعاة للقيم الإخبارية مثل الأهمية والآنية من قبل المحررين في البرنامج. وتوصلت إلى أن القناة تواجه تحديات البيئة الرقمية الجديدة من خلال توظيف المنصات الاجتماعية في إنتاج المواد الخبرية.

2. جمهور نشرات المستخدمين: دراسة برنامج «نشرتكم» على قناة الجزيرة⁶:

اهتمت الدراسة بتحديد جمهور النشرة الإخبارية «نشرتكم» من خلال الإجابة عن سؤالين: ما خصائص جمهور برنامج «نشرتكم»؟ وما طبيعة الإشباع المحققة؟ وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي عبر المسح بالعينة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن هناك علاقة بين محتوى شبكات التواصل الاجتماعي وأجندة وسائل الإعلام التقليدي، حيث أصبح المحتوى الرقمي يمارس نوعاً من التأثير في ترتيب أولويات الأخبار والموضوعات.

كما أن القائم بالاتصال في برنامج «نشرتكم» يستقي تفاعلات المستخدمين بديلاً للاتصال الشخصي، في حين أن صحافة المواطن والمضامين الإعلامية التي ينتجها ليس لها تأثير كبير على الممارسة المهنية للقناة.

- هناك علاقة تأثير إيجابية لـ«نشرتكم» في النشرات الإخبارية، مثل الحصاد ومنتصف الليل في قناة الجزيرة.
- تكيّف «نشرتكم» اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية مع أجندة القناة.

- أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في مواكبة مستجدات الصحافة الرقمية، حيث يركز الباحث على تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في أجندة غرف التحرير بقناة الجزيرة. فالمنصات الاجتماعية أثرت كثيراً على الممارسة الصحفية لوسائل الإعلام التقليدية؛ إذ لا تعتبر المنصات مصدرًا للأخبار والمعلومات فقط، بل أيضاً تكشف للمحررين عن أجندة مستخدمي المنصات، ودرجة اهتمامهم وتفاعلهم مع القضايا والمواضيع المتداولة في الفضاء الافتراضي، خصوصاً بالمنطقة العربية، ولكن كثيراً ما تكون اتجاهات المستخدمين بعيدة عن المعايير الخبرية لغرفة التحرير، مثل الأهمية والضخامة. وهو ما يستلزم وجود طرق وأساليب لاستيعاب اتجاهات المستخدمين ضمن الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة بما يضمن الرسالة والقيم المهنية للقناة.

- أهداف الدراسة

ولتطبيق هذا المنهج ستستخدم الباحثة الأدوات الآتية:
انطلاقاً من السؤال الإشكالي للدراسة الذي يبحث تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، من خلال برنامج «نشرتكم»، فإن الأهداف التي تسعى لها الدراسة تشمل:
- التعرف على كيفية تحديد الأجندة الإخبارية لبرنامج «نشرتكم». تكيّف «نشرتكم»
- الاطلاع على أهم طرق استكشاف الاتجاهات السائدة عبر المنصات في المنطقة العربية من خلال «نشرتكم».
- رصد حدود التأثير والتأثر للاتجاهات عبر المنصات على عملية بناء الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة.

⁵ نوال بومشطة، «توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية: دراسة تحليلية لبرنامج «نشرتكم»، مجلة الدراسات (مخبر الدراسات الصحراوية جامعة بشار، الجزائر، المجلد 10، العدد 2، 2021)، <https://2u.pw/sdsdl>

⁶ نبيل بوسكرة، نوري مقورة، «جمهور نشرات المستخدمين: دراسة «برنامج نشرتكم» على قناة الجزيرة، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2021)، <https://2u.pw/IYPPd>

3. دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية⁷:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للأخبار، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي. وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها أن 97% من الصحفيين يرون أن إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تعطي له الأولوية في النشر، بشرط ألا يؤثر الخبر على الاستقرار الداخلي أو الوضع الأمني.

4. إعادة النظر في «نظرية الأجندة» في عصر الإعلام الاجتماعي الرقمي: دراسة حالة على تويتر⁸:

اهتمت الدراسة بعلاقات التأثير الجديدة التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصًا منصة تويتر، على وسائل الإعلام. وهدفت الدراسة لإعادة تقييم نظرية الأجندة ونظرية حارس البوابة في ظل البيئة الرقمية، كما بحثت العلاقة بين اهتمامات الجمهور والقواعد المهنية للصحافة. ويرى الباحث أن مواقع التواصل الاجتماعي أعطت القائمين على وسائل الاتصال الجماهيري وضوحًا أكبر للمواضيع التي يجب تغطيتها، والتي تمثل مركز اهتمام الجمهور، فيما استنتج أن المستخدمين يتبنون بعض الممارسات الصحفية أثناء تفاعلهم على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التأثير وتعزيز أجندتهم الخاصة. نلاحظ أن الدراسات السابقة اهتمت بشكل عام بتأثير المحتوى الرقمي على القائم بالاتصال (حارس البوابة) من جهة، ثم تأثير هذا المحتوى على أجندة وسائل الإعلام التقليدي من جهة أخرى. وسيحاول الباحث في هذه الدراسة التركيز على تأثير المواضيع الأكثر تداولًا (Trends) التي يتم رصدها عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات التواصل الاجتماعي على غرفة الأخبار، وهو ما يشير في

معظم الأحيان، إلى أولويات واهتمام مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي حسب كل منطقة. نجد مثلاً أن منصة يوتيوب تتيح لمستخدميها الاطلاع يوميًا على قائمة 50 فيديو الأكثر تداولًا حسب كل بلد. ويمكن أيضًا الوصول إلى عمليات البحث الرائجة في 24 ساعة من خلال «غوغل ترندز» (Google Trends) حسب البلدان المتاحة، حيث تقوم كل منصة برصد الاتجاهات اليومية للمستخدمين تبعًا لكل منطقة. وتعد هذه البيانات مهمة لمحرري غرفة الأخبار في عملية بناء الأجندة، وهذا ما سيركز عليه الباحث في دراسته.

- منهج الدراسة وأدواتها

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف وتحليل البيانات، وتفسيرها بعد عملية جمعها وتحديدها بطرق دقيقة ومنظمة، من خلال أداتي المقابلة مع أفراد عينة الدراسة، وتحليل مضمون عينة من حلقات «نشرتكم». وقد أجرى الباحث مقابلات مع رئيس تحرير نشرات بقناة الجزيرة وثلاثة من صحفيي غرفة التحرير لبرنامج «نشرتكم»، كما اعتمدت الدراسة دليلًا للمقابلة بني على ثلاثة محاور وهي:

- المحور الأول: طرق الوصول إلى اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.
- المحور الثاني: معايير اختيار المواضيع التي تبثها «نشرتكم».
- المحور الثالث: تأثير البرنامج على النشرات الإخبارية الرئيسية ومنصات التواصل الاجتماعي. وفي تحليل المضمون، أجرى الباحث دراسة لمضمون برنامج «نشرتكم» خلال الفترة الممتدة من 1 يناير/ كانون الثاني إلى 18 فبراير/شباط 2022 معتمدًا الأسبوع الاصطناعي، بغرض الحصول على بيانات تساعد الباحث في رصد تأثير الاتجاهات السائدة في منصات التواصل الاجتماعي على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، وقد اكتفى الباحث بفئة المضمون وباراسة العناصر الآتية:

⁷ ندية عبد النبي محمد قاضي، «دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية»، مجلة الرأي العام (مركز بحوث الرأي العام، مصر، المجلد 14، العدد 4، 2015) <https://2u.pw/QueYKx>

⁸ Mathieu Arsenault, "Repenser l'agenda-setting a l'ère des media socio numérique: Etude de cas sur TWITTER", (Mémoire de la maîtrise en communication, Université du Québec A MONTREAL. ,AVRIL 2015).

1. المنصات الاجتماعية التي تركز عليها النشرة الإخبارية (تويتر، فيسبوك، يوتيوب...).
 2. طبيعة مواضيع التغطية الإخبارية (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ترفيهية...).
 3. البعد الجغرافي للمواضيع.
 4. الوسائط والقوالب المستخدمة في العرض (هاشتاغ، تغريدة، منشور، صور، فيديو...إلخ).
- وبالرجوع إلى مكتبة الجزيرة المرئية على منصة يوتيوب، حصلنا على سبع نشرات من السبت إلى الجمعة باستخدام (الأسبوع الاصطناعي)، من 1 يناير/كانون الثاني 2022 إلى غاية 18 فبراير/شباط 2022 وفقاً للجدول الآتي:

جدول رقم (1) يوضح بيانات مفردات العينة

| الرقم | تاريخ البث النشرات |
|-------|--------------------|
| 01 | 2022/1/01 |
| 02 | 2022/1/09 |
| 03 | 2022/1/17 |
| 04 | 2022/1/25 |
| 05 | 2022/2/02 |
| 06 | 2022/2/10 |
| 07 | 2022/2/18 |

كما اعتمد الباحث على الملاحظة وهي عملية مقصودة تسيير وفق الخطة المرسومة للبحث، في إطار المنهج المتبع، وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة⁹.

- مجتمع الدراسة وعينته

يشمل مجتمع الدراسة منتجي الأخبار، وصحفيي غرفة تحرير النشرة المسائية التفاعلية «نشرتكم»، الذين يعملون على جمع وانتقاء الأخبار وتحريرها ونشرها. أما عينة الدراسة فهي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع الدراسة¹⁰، وسنجمع من خلالها المعطيات والبيانات المرتبطة بالموضوع. ولمحدودية عدد مجتمع الدراسة، سنعتمد على العينة القصدية، وقد أجرى الباحث أربع مقابلات تشمل رئيس تحرير النشرات بقناة الجزيرة، وكذا الصحفيين والمحررين في برنامج نشرتكم.

⁹ أحمد بن مرسل، «مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال»، ط 4 (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010) ص 203.
¹⁰ مورييس أنجرس، «منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية»، (الجزائر، دار القصة للنشر، 2004) ص 301.

- مفاهيم الدراسة

النشر والتعليق...فمصطلح الاستخدام (Usage)

يختلف عن مصطلح التلقي (Reception)¹⁵. وتعرف الدراسة مصطلح المستخدمين بالأشخاص الذين لديهم حسابات ناشطة على منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، ويتفاعلون من خلالها مع مختلف القضايا والمواضيع سواء الإقليمية أو العالمية.

- شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرفها قاموس كامبردج¹⁶ بمواقع الويب وبرامج الكمبيوتر التي تسمح للناس بتبادل المعلومات عبر استخدام الإنترنت أو الهواتف المحمولة. كما يعرفها الباحث زاهر راضي بـ"منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"¹⁷.

ويقصد الباحث بمنصات التواصل الاجتماعي تلك المواقع الاجتماعية الأكثر استخدامًا في المنطقة العربية والتي يعتمدها برنامج "نشرتكم" في رصد الأخبار والقضايا المتداولة، مثل: تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، وإنستغرام.

- الأولويات Agenda:

وتعني تدخل وسائل الإعلام، من خلال ما تقدمه من مواد في توجيه المتلقي إلى ترتيب القضايا والشؤون العامة طبقًا لأولويات معينة¹⁸.

وأما قاموس "أوكسفورد للصحافة" فيشرح مصطلح الأجددة بأن وسائل الإعلام تلعب دورًا مهمًا في تضخيم بعض القضايا، وإبرازها داخل الفضاء العام وبناء معايير يمكن من خلالها اعتبار النقاش شرعيًا. ويعرف الباحث الأجددة بقائمة الأخبار والقضايا التي تركز عليها قناة الجزيرة حسب أهميتها، وتقدمها للجمهور من خلال النشرات ومختلف منصاتها الإخبارية¹⁹.

- الاتجاهات: جمع اتجاه وهو ميل مستقر إلى حد كبير، يحمل مجموعة من المشاعر والعواطف والأفكار والمفاهيم ذات الأبعاد المتعددة¹¹ للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأمور (المواقف والأفراد والجماعات). كما أن الاتجاهات عبارة عن استجابات تفويمية متعلمة إزاء الموضوعات، أو الأحداث¹²، والاتجاه العام يكون نتيجة اتفاق الجماهير على شيء معين.

ويستخدم الباحث في هذه الدراسة مصطلح الاتجاهات بمعنى المواضيع والقضايا الأكثر تداولًا وتفاعلًا، والتي تأتي ضمن اهتمام المستخدمين في المنطقة العربية عبر منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، إنستغرام...)، والتي يتم رصدها عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي أو عن طريق فرق رصد خاصة داخل غرفة التحرير.

- المستخدمون:

حسب الباحث سيرج بروكس (Serge Proulx)، فإن إشكالية مصطلح الاستخدام تشير إلى الطابع الاجتماعي الذي يحيل إلى الممارسات الفردية أو الجماعية ذات المدلول الثقافي ببعده المركب، والذي يقود ممارستنا اليومية خلال فترات زمنية تختلف باختلاف الممارسات والمجموعات. وترتبط هذه الممارسات اليوم أساسًا بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، حيث انتقل الحديث عن الاستخدام الفردي إلى الاستخدام الاجتماعي¹³.

ويعرف الاستخدام بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم¹⁴، ومع التحولات التي حدثت بفعل التطورات التكنولوجية، كان لا بد من تطوير المصطلحات التقليدية للإعلام والاتصال باعتبار أن العلاقة بين الجمهور والوسائط الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي، أي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لا متناهية من عمليات النسخ وإعادة

¹¹ مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1 (بيروت، دار النهضة العربية، 2014) ص 4.

¹² محمد جمال الفار، «المصطلحات الإعلامية»، ط1 (عمان، دار أسامة ونبل، 2014) ص 6.

¹³ أمينة علاق، «استخدامات وإشباع النخب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر»، (أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة صالح بوينير، الجزائر، 2018)، ص 79.

¹⁴ رايس إيتسام، «نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد»، مجلة دراسات (جامعة بشار، الجزائر المجلد 5، العدد 1، 2016)

¹⁵ السيد بخيت، «الجديد في بحوث الصحافة»، ط1، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2011) ص 182

¹⁶ <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/social-media> (تاريخ الدخول: 20 أبريل/نيسان 2022).

¹⁷ مدوح رضا الجندي، «المفاهيم الإعلامية الحديثة»، ط1 (عمان الأردن، دار الرؤية للنشر والتوزيع، 2016) ص 167.

¹⁸ مجمع اللغة العربية، «معجم المصطلحات الإعلامية»، (القاهرة، مجمع اللغة العربية، 2008) ص 46.

¹⁹ Tony Harcup, Dictionry of Journalism.Oxford university press, 1st Ed, (United Kingdom: Oxford,2014)p 7.8.

وهي: الأهمية والقرب والحدثة والضخامة²⁴.

- نظرية حارس البوابة

تعتبر نظرية حارس البوابة (Gatekeeper) من النظريات التي تركز على دور القائم بالاتصال، وترجع البحوث الأولى لعالم النفس النمساوي كيرت لوين (Kurt Lewin)، الذي يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد بوابات، يتم فيها اتخاذ القرارات بما يدخل وما يخرج²⁵. وتتخلص مرتكزات النظرية في المسار الخطي لسير الرسالة، ثم وجود قوى مؤثرة في سير الرسالة، وأفراد يقومون بدور التحكم في نقلها²⁶، حيث تتعرض إلى تعديلات في المضمون قد تكون طفيفة أو متوسطة أو جوهرية.

كما يتم التأثير عبر خمس مستويات، وهي على "المستوى الشخصي لحارس البوابة، والممارسة الاتصالية لحارس البوابة، والمنظمات الإعلامية، والمؤسسات الاجتماعية، والمستوى الاجتماعي"²⁷، لكن مع التدفق الهائل للأخبار والمعلومات التي يتم تداولها عبر شبكات الإنترنت، بدأ السؤال يطرح عن دور وقوة حارس البوابة، بل أصبح يعتبر كل مستخدم للإنترنت "حارس بوابة"²⁸.

فصحافة القرن الحادي والعشرين تتطلب تفسيراً مختلفاً للحارس، فالصحافيون هم بدلاء للجمهور في فحص كمية كبيرة من المعلومات المتاحة واختبارها للتحقق والمساعدة في استيعابها²⁹.

انطلاقاً من أسس النظرية فإن منتجي ومحرري برنامج "نشرتكم" يمثلون حراس بوابات (القائمين بالاتصال)، حيث يعملون على تتبع المحتويات المتداولة على منصات التواصل الاجتماعي، وعرضها بما يناسب القيم الخبرية والسياسة التحريرية لقناة الجزيرة.

- نظرية ترتيب الأولويات (Agenda Setting)

تسعى الدراسة، لبحث العلاقة القائمة بين اتجاهات المستخدمين في منصات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية وغرفة التحرير، فيما يتعلق بتحديد الأولويات والقضايا المهمة انطلاقاً من نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-setting). وترجع أصول هذه النظرية إلى والتر ليبمان (Walter Lippman) من خلال كتابه: "الرأي العام" (1922)؛ إذ يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير²⁰، حيث تفترض النظرية أن بروز القضايا في وسائل الإعلام يؤثر في اهتمام الجمهور بها، وكلما زادت التغطية التي تتلقاها قضية ما زادت أهميتها لدى الجمهور²¹.

ويقول برنارد كوهن (Bernard Cohen): "إن وسائل الإعلام قد لا تتجح معظم الوقت في إخبار الناس بما يفكرون فيه، ولكنها ناجحة بشكل مذهل في إخبار قرائها بما ينبغي أن يفكروا حوله"²² وأن معظم ما يعرفه الناس يأتي إليهم من جهة ثانية أو ثالثة من وسائل الإعلام أو من الأشخاص²³، مما يبين تأثير وسائل الإعلام في تحديد الأجندة للجمهور.

نلاحظ أنه بعد الصعود الهائل لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي كبديل جديدة لمصادر المعلومات، أعيد طرح التساؤل التالي بقوة: من يقود عملية بناء الأجندة؟ الأمر الذي أدى إلى ثنائية الاتجاه في عملية بناء الأجندة بين الوسائط التقليدية والوسائط الجديدة؛ إذ أصبح لمنصات التواصل الاجتماعي دور في بناء الأجندة، وخصوصاً الاتجاهات السائدة للمستخدمين، التي فرضت نفسها في العناوين الرئيسية في نشرات الأخبار. وتساعد هذه النظرية في فهم كيفية بناء الأجندة الإخبارية لبرنامج "نشرتكم"، الذي يتخصص في عرض المحتويات المتداولة عربياً ودولياً، ويراعي المحررون في نفس الوقت المعايير المهنية للقناة

²⁰ حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد، «الاتصال ونظرياته المعاصرة»، ط1 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2018)، ص 288.

²¹ أسامة عمر، «وسائل الإعلام التقليدية والمساحات الافتراضية الجديدة: من يقود عملية بناء الأجندة؟»، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 9 العدد 4، 2021) ص 404 <https://2u.pw/VBmtk>

²² Stephen W. Litteljohn, Karen A. Foss, Encyclopedia of Communication Theory, (USA: SAGE publication, 2009), 1:32p. <https://2u.pw/Y5e6U>
²³ Maxwell McCombs, David Protess, Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking, (USA: Routledge 2016) p17 <https://2u.pw/94fZo>

²⁴ شبكة الجزيرة الإعلامية، «ضبط الجودة والمعايير التحريرية»، نوفمبر 2015، (تاريخ الدخول: 22 مارس/أذار 2022). <https://network.aljazeera.net/ar/node/40071>

²⁵ خيرة مركز تار، «دور حارس البوابة في الإعلام الجديد»، مجلة السورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، (جامعة بشار، الجزائر المجلد 3، العدد 5، 2017) ص 306 <https://2u.pw/MOQlh>

²⁶ عزام أبو حمام، «نظرية حارس البوابة في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال»، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، (جامعة العربي التبسي، الجزائر، المجلد 1، العدد 4، 2017) ص 276 <https://2u.pw/FJOJH>

²⁷ Pamela J. shoemaker, Gatekeeping theory, 1st ed, (USA: Routledge 2009), p79.

²⁸ Julian Wallace, "Modelling Contemporary Gatekeeping the rise of individuals, Algorithms and Platforms in Digital News Dissemination", University of Zurich 2017. (<https://2u.pw/KSRGx>) تاريخ الدخول: 26 مارس/أذار 2022

²⁹ جين فورمان، أخلاقيات الصحافة، ترجمة محمد صفوت أمين، ط1 (القاهرة، دار الفجر و الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، 2015) ص 492.

التحليل والنتائج

كما تلتزم شبكة الجزيرة بعدم نقل الصور من المنصات إلا في حالة التعتيم الذي تفرضه بعض الدول بشروط توضحها الشبكة: "فلا ننقل عنها (أي المنصات) إلا صوراً تخص بلدًا تمارس فيه السلطات التعتيم الإعلامي القاسي، وعند انفراد الموقع بالصور. لكن ينبغي التدقيق في صحتها بكل وسيلة متاحة، والإشارة بوضوح إلى مصدرها، مع التأكيد على أننا لم نستطع تأكيدها من مصدر مستقل"³².

وتشترط شبكة الجزيرة مؤهلات مهنية للصحفي بالقناة فهو "يحتاج إلى خبرة تحريرية جيدة، وإلى معرفة عميقة ومتجددة بتقنيات الإنترنت وبما يجد فيه من مواقع، حتى يحصل منه على الخبر البريء من الغرض، وفي الغالب يحصل فقط على طرف خيط يؤدي إلى استقاء الخبر من مصادر أخرى". وعلى هذا فالمواضيع المتداولة في مواقع الإنترنت تمثل "رأس خيط" و"إشارة تنبيه" على وجود موضوع مهم يستحق البحث والتقصي.

يسعى الباحث في هذا الجزء من الدراسة إلى الإجابة عن السؤال المحوري: إلى أي مدى تؤثر اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال المجلة التفاعلية "نشرتكم"؟

1. السياسة التحريرية لشبكة الجزيرة في التعامل مع المنصات الاجتماعية كمصادر للأخبار

تعتمد شبكة الجزيرة الإعلامية سياسة الحذر الشديد مع المنصات الاجتماعية كمصادر للأخبار، معللة ذلك ببعض السلوكيات الاتصالية غير المنضبطة، إذ «مع اتخاذ هذه المواقع أدوات للترويج للمواقف من قبل الناشطين، وحتى الحكومات، وأحياناً الأجهزة الأمنية، فإن ذلك يتطلب التعامل معها بحذر شديد»³⁰. وتعتبر المنصات الاجتماعية مجالاً للدعاية والإشاعة والأخبار الكاذبة والمزيفة... إلخ، ولكن مع التطورات المهنية والتقنية التي عرفتها الصحافة الرقمية، يمكن رفع هذا التحفظ، أي «الحذر الشديد»، من خلال توفر مصادر وتقنيات وأدوات مراجعة المحتويات الرقمية، وكذا بالاعتماد على الخبرة المهنية للصحفيين والتقنيين.

كما تضع شبكة الجزيرة شروطاً وقيوداً لاستخدام الصور والفيديوهات من المنصات الاجتماعية بينها احترام حقوق الملكية؛ إذ «تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب، وفيسبوك... إلخ) على صور تمتلك حقوقها جهات أخرى، فوجود الصور في مواقع التواصل لا يعني أنها مشاع، وينبغي الرجوع للمصادر الأصلية للحصول على ترخيص»³¹.

³⁰ شبكة الجزيرة الإعلامية، ضبط الجودة والمعايير التحريرية، نوفمبر 2015، <https://network.aljazeera.net/ar/node/40071> (تاريخ الدخول: 22 مارس/آذار 2022).
³¹ المصدر نفسه.
³² المصدر نفسه.

برنامج «نشرتكم» ومراحل بنائه

- تقسم عناوين النشرة من واحد إلى ثلاثة، ويمكن إضافة عنوان رابع في شكل برومو إذا استحق الحدث ذلك. ويمكن أيضاً أن تكون النشرة بعنوان واحد، خاصة في حالات التغطية والأحداث المهمة مثل اقتحام الاحتلال والمستوطنين لباحات الأقصى، والحراك في الجزائر، والحراك في السودان، والانسحاب الأميركي من أفغانستان... هذه المواضيع على سبيل المثال كانت قد حازت مساحة واسعة في «نشرتكم».

- يتم اختيار المواضيع الأكثر اكتمالاً لتكون عنواً رئيساً، كما يتم جمع المتفرقات في فقرة خاصة.

- تقوم النشرة أساساً على عملية البحث في منصات التواصل الاجتماعي، وتصنيف المواضيع إلى ملفات، ويعني فريق البرنامج بـ«الملف» كل ما يحمل عناصر مختلفة أبرزها «المادة» أساس الحدث، والتي من الممكن أن تكون صورة أو فيديو أو حدثاً مهماً.

- يُسند لكل صحفي من فريق البرنامج ملف، ليبدأ في عملية البحث في مختلف المواد والبيانات ليجهزها وفق منظومة الأخبار المعتمدة، كما يرجع الصحفي إلى منتج البرنامج للاتفاق والإحاطة بالموضوع من كافة الزوايا.

- أثناء عملية البحث في المواضيع العادية يتم إيراد المادة أساس التفاعل، كما يتم البحث عن التغريدات والتعليقات حول الموضوع مع مراعاة ذكر وجهات النظر المختلفة. - أما بالنسبة للمتفرقات، فمن المحتمل أن تكون «تغريدة» تفاعل معها المستخدمون، فيوردها البرنامج بالتزامن مع عرض مختلف التفاعلات سواء أكانت تعليقات أو فيديو غراف.

- إذا كان الموضوع لديه علاقة بتكنولوجيا المعلومات والتطورات في عالم التواصل الاجتماعي، فإنه يتم استضافة متخصصين للشرح والتفسير³³.

2.1 نبذة عن برنامج «نشرتكم» أو «الثامنة»

نشرة إخبارية تفاعلية تتراوح مدتها بين 20 و23 دقيقة، تبث يومياً على الساعة الثامنة بتوقيت مكة المكرمة، بقناة الجزيرة الإخبارية، وتتخصص في تغطية أبرز القضايا المتداولة بين مستخدمي المنصات الاجتماعية عربياً ودولياً، وتعرض أبرز ما يتم تداوله من مواضيع وقضايا قد تكون سياسية، اجتماعية، إنسانية ورياضية... إلخ، كما تتابع النشرة تفاعل المستخدمين مع القضايا الإخبارية على المنصات الاجتماعية. وهنا نلاحظ أن اسم «نشرتكم» فيه نسبة إلى أن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية هم المصدر الأساس لمحتوى النشرة. ويقدم البرنامج بطريقة غير تقليدية، فمذيعو البرنامج في الغالب يتحركون بشكل حر في الاستديو، ويعتمدون في عرض المحتوى الرقمي على كل من «جدار العرض» (Video Wall) لإبراز الهاشتاغ، والتغريدات، والصور، والفيديوهات... إلخ وهناك شاشة متوسطة الحجم لعرض فقرة «المتفرقات»، كما تصاحب العرض موسيقى إيقاعية إخبارية في جل فقرات البرنامج.

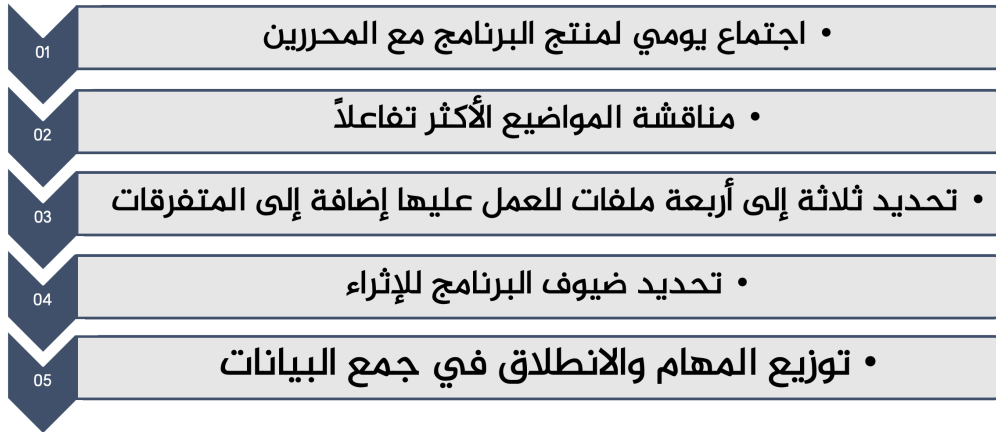
2.1 نبذة عن برنامج «نشرتكم» أو «الثامنة»

- يعقد اجتماع تحريري يومي لتحديد المواضيع والملفات التي سيتم معالجتها في «نشرتكم»، وخلافاً للنشرات الإخبارية التقليدية فالبرنامج يبنى من الصفر؛ إذ لا تستند مواضيعه على نشرات سابقة ولا على أخبار من النشرات العادية.

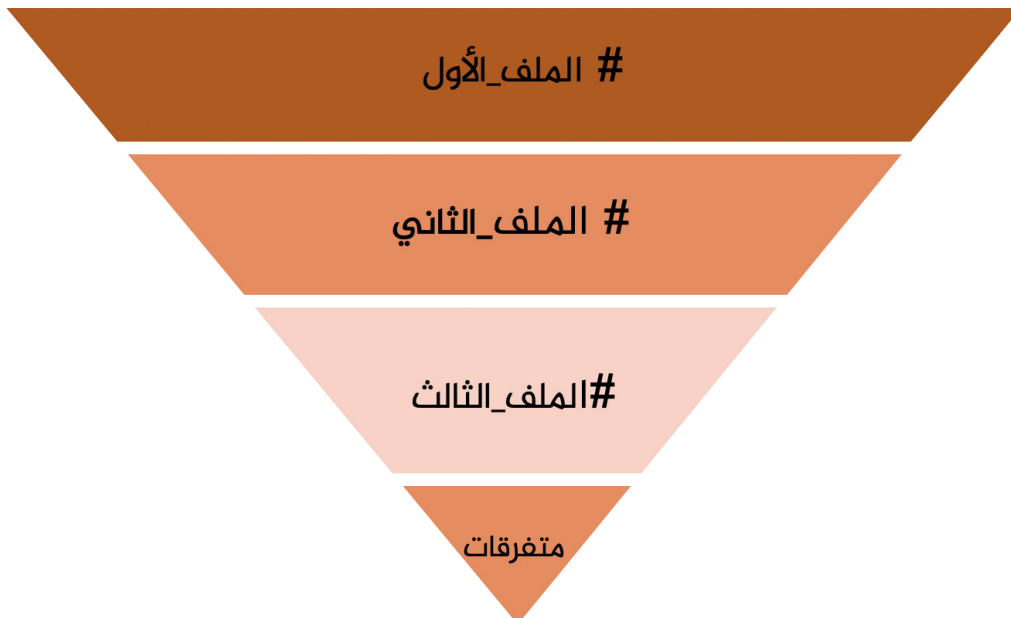
- يطرح الفريق المتكون من المنتج والصحفيين المواضيع التي يرون أنها أكثر تفاعلاً على المنصات، والتي تحدد انطلاقاً من أهميتها.

33 مقابلة أجراها الباحث مع إيناس بوسعيد، صحفية محررة ببرنامج «نشرتكم»، 3 أبريل/نيسان 2022.

شكل رقم (1): مخطط مراحل الإعداد اليومي لبرنامج نشرتكم



شكل رقم (2) يوضح تقسيم ملفات البرنامج حسب الأهمية



صورة رقم (1) توضح تقسيم فقرات نشرة الثامنة نشرتكم

نشرة الثامنة- نشرتكم (2021/7/8)

Aljazeera Media Library · YouTube
2021/07/08

في هذا الفيديو

| | | | |
|---|---|--|----------|
| من 05:29 | من 03:40 | من 00:46 | من 00:00 |
| نشطاء يحذرو كارثة مائية في عبر الوسم... | محمد علي #الحوثي يثير الجدل في تفريدة على #تويتتر | تفاعل واسع مع انفجار على متن سفينة بميناء #جبل_علي ... | مقدمة |

3. طرق وأدوات وصول فريق «نشرتكم» إلى اتجاهات مستخدمي المنصات في المنطقة العربية

3.1 طرق وأدوات تحديد الاتجاهات

(الإنترنت، الشبكات الاجتماعية) بعد التحقق منها، وترصد طبيعة تفاعلات جمهور منصات التواصل الاجتماعي حول موضوع رائج، وتحليل وسم رائج ومعرفة حقيقته وتفاصيل عن نسب المتفاعلين³⁵. كما يرصد فريق البرنامج المواضيع والقضايا الأكثر تداولاً، ويستشرف الأخبار التي من الممكن أن يُسلط عليها الضوء، وتتحول إلى محور لاهتمام رواد منصات التواصل الاجتماعي حسب كل دولة عربية وعلى المستوى العالمي. كما يعد التصويت على المنصات الاجتماعية أداة من أدوات رصد الاتجاهات³⁶، ويستعين الفريق بشبكة مراسلي قناة الجزيرة في مختلف أنحاء العالم للتنبيه³⁷ على الموضوعات المثيرة للنقاش.

ويحوز فريق البرنامج قائمة بالحسابات الموثقة للشخصيات المؤثرة، التي تتحدث عن أهم الأحداث الجارية في المنطقة العربية والعالم. ويحدد الجدول الآتي أهم مصادر وأدوات تحديد الاتجاهات السائدة على منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية:

انطلق الباحث في هذا المحور من السؤال التالي: كيف ترصد غرفة تحرير «نشرتكم» الاتجاهات على المنصات؟ وهل لديها طرقها الخاصة وآليات معينة (منهجياً)، في رصد الاتجاهات؟ وما هي هذه الطرق؟ وقد استند الباحث على الفرضية الآتية: توجد علاقة قوية بين الأولويات الإخبارية لـ«نشرتكم» واستخدام بيانات الذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.

تتيح البيانات الإحصائية التي توفرها المنصات الاجتماعية عن مستخدميها، والمواقع المتخصصة لمحرري برنامج «نشرتكم»، تحديد الاتجاهات في المنطقة العربية، مثل (Twitter, Trendsmap, Trends24Google)³⁴

كما يعتمد فريق البرنامج على وكالة «سند» (Sanad Agency) التابعة لقناة الجزيرة، والتي أنشئت مطلع 2021، حيث تتخصص في استقاء الأخبار والمعلومات من المصادر المفتوحة

الاستخدام والدور

مصادر وأدوات تحديد اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية

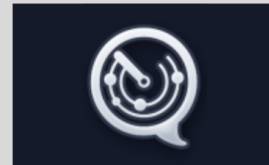
تعمل الوكالة التابعة للجزيرة نت على تزويد غرف الأخبار بقناة الجزيرة بالأخبار والمعلومات من الإنترنت والشبكات الاجتماعية، كما ترصد الاتجاهات السائدة.

وكالة سند التابعة للجزيرة



من أدوات البحث عن المواضيع الأكثر تداولاً على تويتر.

Trendsmap



³⁴ بوسعيد، المرجع السابق
³⁵ ملاك خليل، «التقنية في مواجهة تعشي الأخبار الكاذبة وكالة سند نموذجاً»، معهد الجزيرة للإعلام، 12 يوليو 2021، <https://institute.aljazeera.net/en/node/153> (تاريخ الدخول: 25 أيار / مايو 2022)
³⁶ مقابلة أجراها الباحث مع محمود الكن، صحفي منتج ببرنامج نشرتكم، يوم 9 مايو/أيار 2022.
³⁷ بوسعيد، المرجع السابق.

| | |
|---|--|
| <p>أداة قياس لأكثر المواضيع التي يبحث عنها المستخدمون في محرك البحث غوغل، خلال فترة زمنية معينة، حسب كل بلد.</p> | <p>Trends24google</p>  |
| <p>توفر منصة تويتر ضمن إعدادات البحث داخل الموقع معرفة الاتجاهات والمواضيع الأكثر تداولاً حسب المناطق الجغرافية، وكذا الوسم (الهاشتاغ) المتداول.</p> | <p>Twitter</p>  |
| <p>حيث يرصد فريق البرنامج تفاعل المستخدمين في المنطقة العربية مع مختلف المواضيع عبر متابعة الصفحات والحسابات الموثقة.</p> | <p>متابعات من فريق تحرير نشرتكم: رصد تفاعل المستخدمين لبعض القضايا</p>  |
| <p>لقياس تفاعل المستخدمين مع القضايا والمواضيع التي تطرحها البرامج الإخبارية بقناة الجزيرة، ويجرى ذلك من خلال التصويت على حساباتها في المنصات الاجتماعية.</p> | <p>التصويت على منصات التواصل الاجتماعي</p>  |
| <p>حيث يُنَبِّه المراسلون فريق البرنامج إلى المواضيع المتداولة على المنصات الاجتماعية حسب البلد الذي يوجد به المراسل الصحفي.</p> | <p>مراسلو شبكة الجزيرة</p>  |

جدول رقم (2) يبين كيفية تحديد فريق برنامج نشرتكم للاتجاهات السائدة بالمنطقة العربية

ومن خلال ما سبق، نلاحظ أن فريق غرفة تحرير البرنامج لا يكتفي برصد بيانات الذكاء الصناعي في تحديد الاتجاهات السائدة والمواضيع المتداولة، بل يعتمد كذلك على تقنية الرصد والمتابعة لتفاعل الجمهور مع القضايا التي تركز عليها قناة الجزيرة في معالجتها الإخبارية، وحسب جوان كارلوس فان ميك، مدير الابتكار الرقمي في شبكة الجزيرة الإعلامية: "لا يمكن أن تكون غرف الأخبار عبداً للخوارزميات، لأنها تتبع لأهواء الجمهور في الغالب، وهذا لن يقودنا إلى القصة الحقيقية"³⁸.

كما لاحظ الباحث أن أدوات الرصد تخصص أكثر في منصة "تويتر"، ما تطلب البحث في أكثر المنصات استخداماً في برنامج "نشرتكم".

³⁸ عمر أبو عرقوب، نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها، (الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام، 2019) ص13.

3.2 المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً في «نشرتكم»

| الرقم | منصات التواصل | التكرار | النسبة |
|---------|---------------|---------|--------|
| 1 | تويتر | 192 | 91.86% |
| 2 | فيسبوك | 8 | 3.82% |
| 3 | إنستغرام | 2 | 0.95% |
| 4 | مواقع إنترنت | 7 | 3.34% |
| المجموع | | 209 | 100% |

الجدول رقم (3) يبين المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً في نشرتكم

يتبين من خلال الجدول رقم (3) أن برنامج «نشرتكم» يعتمد بشكل كبير على منصة تويتر بنسبة 91.86% مقارنة بباقي المنصات الاجتماعية، تليها منصة فيسبوك بنسبة 3.82%، ومواقع الإنترنت المختلفة لوسائل الإعلام (صحف إلكترونية) ومواقع الهيئات الرسمية بنفس النسبة تقريباً (3.34%)، فيما لم تحظ المنصات الاجتماعية، مثل: إنستغرام، إلا بنسبة ضعيفة لا تتجاوز 1%. ويرجع اعتماد البرنامج على منصة تويتر إلى أنه من أهم المنصات الاجتماعية عالمياً، حيث يضم 465 مليون مستخدم عبر العالم³⁹، وينتشر استخدامه في المنطقة العربية، خصوصاً الشرق الأوسط (الخليج العربي، العراق، الأردن...)، وفي المقابل ينتشر استخدام منصة فيسبوك في المغرب العربي (تونس، الجزائر، المغرب)، بينما يُعد فيسبوك المنصة الاجتماعية الأولى عالمياً. كما لاحظ الباحث في عينة الدراسة غياب الاعتماد على فيديوهات من منصة اليوتيوب. ومن خلال ما سبق نستنتج أن البرنامج يعتمد في الغالب على منصة تويتر.

وانطلاقاً من نتائج المقابلات مع عينة البحث وتحليل المضمون لعينة من حلقات برنامج نشرتكم، وبالرجوع للفرضية يتضح أنه لا توجد علاقة قوية بين الأولويات الإخبارية لـ «نشرتكم» واستخدام بيانات الذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية، بل تستخدم بيانات ضمن مجموعة أدوات أخرى (وكالة سند، التصويت، متابعة الفريق..) لتحديد المواضيع والقضايا التي تعرض في برنامج نشرتكم، كما يتم الاعتماد والتركيز على منصة تويتر في جل فقرات البرنامج.

³⁹ <https://bit.ly/3nGVQ1a> (تاريخ الدخول: 22 مايو/أيار 2022)، "Global digital population as of April 2022".

معايير اختيار مواضيع نشرتكم

على هذا المعيار، فقد تتناول المنصات أخبارًا بشأن موضوع معين، ولكنه يحظى بالتفاعل على المنصات بشكل متأخر بعد يومين مثلاً، ويفرض نفسه في البرنامج⁴⁶.

- **القرب الجغرافي:** يعرض البرنامج المواضيع التي تكون لها أولوية متعلقة بالعالم العربي⁴⁷، عدا بعض الاستثناءات التي تفرضها الأحداث السياسية العالمية الكبرى مثل: الانتخابات الأميركية، والحرب الروسية على أوكرانيا.

وبالنظر إلى المعايير التي يعتمدها البرنامج في تغطية مختلف القضايا والمواضيع، لاحظ الباحث أن محرري «نشرتكم» (حراس البوابة) يلتزمون بالمعايير الإخبارية لقناة الجزيرة في عرض الاتجاهات والمحتويات الرقمية في النشرة، مما يحد من عرض بعض المواضيع التي تلقى رواجًا على المنصات وتتعارض مع معيار الأهمية والضخامة، مثل «وأخيرًا غيرت لون شعري نهائيًا وتغيير جذري... (ردة) فعل ماما»، والذي كان ضمن قائمة المواضيع الأكثر رواجًا على منصة يوتيوب بنسبة مشاهدة تتجاوز 371 ألف⁴⁸.

ومن ثم، فالاتجاهات السائدة بين المستخدمين لا تؤثر على القيم الإخبارية للبرنامج، وانطلاقًا مما سبق وبالرجوع للفرضية التي انطلق منها الباحث يتضح أن هناك تباينًا في تقدير أهمية وضخامة الأخبار والقضايا بين محرري غرف الأخبار واتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية، حيث يراعي هؤلاء المحررون في إعداد البرنامج القيم الاجتماعية في المنطقة، ويتجنبون عرض بعض المواضيع التي تمس بالأخلاق والآداب الاجتماعية، والتي تجد متابعة ورواجًا على منصات التواصل الاجتماعي.

انطلق الباحث في مقارنة هذا المحور من السؤال التالي: ما المعايير والقيم الإخبارية التي تعتمد عليها «نشرتكم» في جمع وانتقاء الأخبار والمواضيع؟ وهل تؤثر اتجاهات المستخدمين على القيم الإخبارية؟ محاولاً استقصاء الفرضية الآتية: هناك تباين في تقدير أهمية وضخامة الأخبار والقضايا بين محرري غرف الأخبار واتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية.

4.1 المعايير الخبرية

يخضع إنتاج برنامج «نشرتكم» لمجموعة من المعايير يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- **الانتشار**⁴⁰: فالمواضيع المنتشرة بقوة على منصات التواصل الاجتماعي تفرض على محرري البرنامج متابعتها والاهتمام بتطوراتها، ومن ثم محاولة الإلمام بالموضوع من مختلف الزوايا والآراء التي يطرحها الناشطون والتي تبرز خصوصًا في تغريداتهم⁴¹.

- **الأهمية والضخامة**⁴²: يتمسك فريق البرنامج بعنصر الأهمية، لكن هذا لا يعني أن موضوعًا متداولًا بكثرة له قيمة خبرية.

- **البعد الاجتماعي والإنساني**⁴³: يراعي فريق البرنامج الأثر الاجتماعي والإنساني للمواضيع والقصص المتداولة، فمن القيم التي ترفعها شبكة الجزيرة: «نضع الإنسان في قلب كل ما نقدم»⁴⁴.

- **ملاءمة المواضيع لقيم الجمهور**⁴⁵: وبالتالي استبعاد المواضيع التي لا تتناسب مع القيم الأخلاقية للجمهور.

- **الجدة (الآنية)**: يراعي القائمون على البرنامج معالجة المواضيع الآنية، ولكن أحيانًا تؤثر الاتجاهات

40 مقابلة أجراها الباحث مع رئيس تحرير النشرات بقناة الجزيرة، 12 أبريل/نيسان 2022.

41 بوسعيد، المرجع السابق

42 رئيس تحرير النشرات، المرجع السابق

43 مقابلة أجراها الباحث مع عمر سالم زقروق، صحفي منتج برنامج نشرتكم، 12 أبريل/نيسان 2022.

44 شبكة الجزيرة الإعلامية، قيمنا المهنية، <https://2u.pw/yytss3> (تاريخ الدخول: 3 أبريل/نيسان 2022)

45 بوسعيد، المرجع السابق

46 بوسعيد، المرجع السابق

47 المصدر نفسه.

48 الفيديو الثالث الأكثر رواجًا بالجزائر خلال شهر مايو/أيار حسب قائمة اليوتيوب لأكثر الفيديوهات مشاهدة .

4.2 نوع المواضيع في «نشرتكم»

| الرقم | طبيعة الموضوع | التكرار | النسبة |
|-------|---------------|---------|--------|
| 1 | سياسي | 16 | 41.02% |
| 2 | إنساني | 8 | 20.51% |
| 3 | ترفيهي | 5 | 12.82% |
| 4 | رياضي | 3 | 7.69% |
| 5 | تكنولوجيا | 3 | 7.69% |
| 6 | اجتماعي | 1 | 2.56% |
| 7 | صحي | 1 | 2.56% |
| 8 | الطقس | 1 | 2.56% |
| 9 | مشاهير | 1 | 2.56% |
| | المجموع | 39 | 100% |

جدول رقم (4) يوضح طبيعة المواضيع المعالجة في «نشرتكم»
خلال يناير/كانون الثاني وفبراير/شباط 2022

يتضح من خلال الجدول رقم (4) أن المواضيع السياسية هي الأكثر بروزاً في البرنامج بنسبة 41.02%، تليها القضايا الحقوقية الإنسانية ذات البعد السياسي بنسبة 20.51%، ثم المواضيع الترفيهية بنسبة 12.8%، ثم المواضيع التكنولوجية والرياضية بنسبة 7.69% لكل منهما، بينما لا تتجاوز باقي المواضيع 3% (الاجتماعية، الطقس، أخبار المشاهير). وبالتالي يتضح أن رصد المواضيع السياسية المتداولة في المنصات تأتي ضمن أولويات فريق تحرير البرنامج، وتؤكد نسبة بروز المواضيع السياسية بنسبة 41.02% ما ورد في دراستين سابقتين⁴⁹.

وبملاحظة المواضيع الإنسانية التي تناولها البرنامج نجد أن لها بعداً سياسياً، مثل: قضية الأسرى الفلسطينيين، والسجناء السياسيين في المنطقة العربية... إلخ وبالتالي فالبرنامج لم يخرج عن سياق الرؤية أو الفلسفة الإخبارية لقناة الجزيرة في تغطية الأحداث والقضايا التي تثير اهتمام الرأي العام.

⁴⁹ الدراسة الأولى: يونس برادعي «الإعلام التفاعلي في مرآة التلفزيون» مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا برلين، العدد 12، 2022)، و الدراسة الثانية: بومشظة، «توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية» المرجع السابق.

4.3 التوزيع الجغرافي للمواضيع والقضايا

| النسبة | التكرار | المناطق |
|--------|---------|-------------------|
| 51.28% | 20 | الشرق الأوسط |
| 7.69% | 3 | شمال أفريقيا |
| 41.02% | 16 | باقي أنحاء العالم |
| 100% | 39 | المجموع |

جدول رقم (5) يبين التوزيع الجغرافي لمواضيع «نشرتكم».

من خلال الجدول رقم (5) تتبين هيمنة القضايا العربية بما مجموعه 58.97%، تليها القضايا الدولية، فيما يأتي في الصدارة القضايا العربية المتعلقة بالشرق الأوسط بنسبة 51.28%، ثم قضايا منطقة شمال أفريقيا بنسبة 7.69%. فالبرنامج يراعي معيار القرب الجغرافي في تناول المواضيع، بينما نلاحظ تركيزاً على الأخبار الشرق أوسطية، خصوصاً القضية الفلسطينية والقضايا الخليجية، إضافة إلى مواضيع من مصر وسوريا والأردن، وهذا ما يفسر اعتماد البرنامج على منصة تويتر، التي ينتشر استخدامها في الشرق الأوسط. بينما تحتل القضايا الدولية مساحة هامة، وتشمل دولاً إسلامية منها: مواضيع من تركيا، وقضية اضطهاد المسلمين في الهند.

4.4 الوسائط والقوالب المستخدمة في عرض مواضيع البرنامج

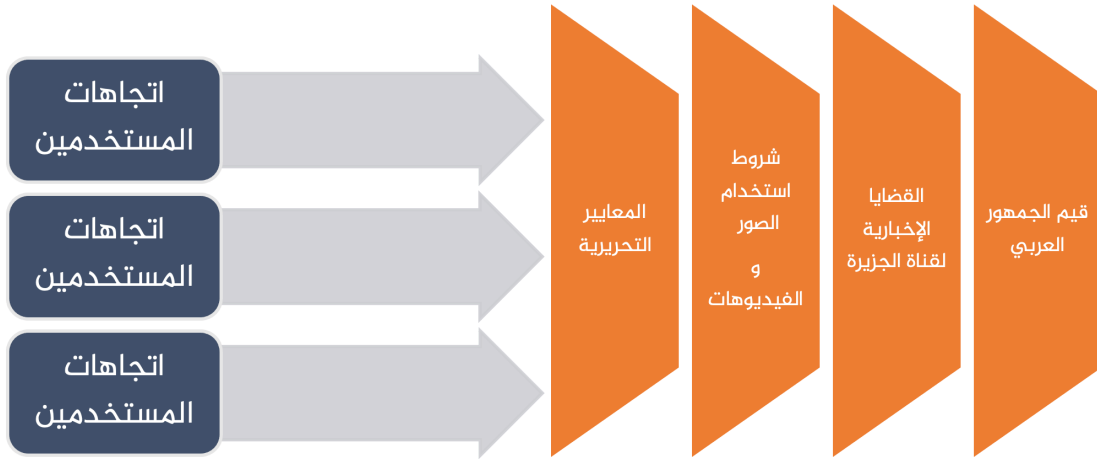
| م | الوسائط المستخدمة في العرض | التكرار | النسبة |
|---|----------------------------|---------|--------|
| 1 | التغريدات (تويتر) | 145 | 54.51% |
| 2 | الفيديوهات | 48 | 18.04% |
| 3 | المنشورات (فيسبوك) | 6 | 2.25% |
| 4 | الصور | 40 | 15.03% |
| 5 | هاشتاغ (تويتر) | 25 | 9.39% |
| 6 | مقابلات مباشرة | 2 | 0.75% |
| | المجموع | 266 | 100% |

جدول (6) يبين الوسائط المستخدمة في عرض البرنامج

يتضح من خلال الجدول رقم (6) أن البرنامج يقوم بعرض التغريدات على منصة تويتر بنسبة %54.51، يليها عرض الفيديوهات بنسبة %18.04، ثم الوسوم الرائجة «الهاشتاغ» على تويتر بنسبة %9.39، بينما لا تستخدم الصور إلا بنسبة %15.03. وبالتالي فالبرنامج يركز على عرض الآراء من منصة تويتر اتجاه مختلف القضايا، خصوصاً السياسية منها، باعتبار تويتر منصة لكتابة الآراء والتعبير عن المواقف بالدرجة الأولى، وهذا ما يجعل البرنامج رتيباً، حيث يمضي المذيع وقت البرنامج في قراءة آراء المغردين، فيقرأ ما معدله 5 تغريدات في الملف الواحد، أي ما يعادل قراءة 20 تغريدة في النشرة الواحدة.

كما يتم تقسيم المواضيع المعالجة إلى ملفات، وكل ملف يبدأ في العادة بوسم رائج «هاشتاغ» على منصة تويتر، وفي المقابل نجد أن البرنامج يكتفي بعرض الفيديوهات الرقمية التابعة لمنصات الجزيرة التفاعلية وحسابات القناة مثل «الجزيرة بلس» (+AJ)... إلخ نظراً لسياسة الحذر التي تنتهجها القناة إزاء حقوق الملكية المتعلقة بالصور والفيديوهات مع أن المادة البصرية (الفيديوهات والصور) مهمة جداً ومن شأنها التنويع في استخدام وسائل العرض إلا أنها لا تستخدم غالباً.

شكل (3) يبين البوابات التي تمر بها اتجاهات المستخدمين في برنامج نشرتكم



تأثير الاتجاهات في منصات التواصل على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة

المثال بدأ الاهتمام بها في نشرة الثامنة "نشرتكم"، لتكون ضمن العناوين الرئيسية في النشرات الإخبارية. فمن أهداف البرنامج نقل تفاعلات الجماهير على المنصات إلى التلفزيون، فالبرنامج ينقل ما لا تنقله الأخبار السياسية، كما يورد مختلف وجهات النظر وأحياناً تحظى إحدى قصص المنصات بتناول إخباري⁵⁴، مثل قضية الطفل المغربي ريان، وقصة العائلة السودانية التي عثر عليها في الصحراء الليبية، كذلك قضية منع النجم العالمي للتنس، نوفاك ديوكوفيتش، من دخول أستراليا بسبب امتناعه عن تلقي اللقاح⁵⁵. كما أن فقرة "ترند" في منتصف الليل يتم تحديدها من قبل برنامج "نشرتكم"⁵⁶، مما يثبت فرضية البحث أن هناك علاقة تأثير إيجابية لـ "نشرتكم" في النشرات الإخبارية، مثل الحصاد ومنتصف الليل في قناة الجزيرة.

5.2 تأثير "نشرتكم" على منصات التواصل الاجتماعي

تختلف أشكال تأثير البرامج التفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي، مثل دخول إحدى فقراتها في قائمة "الترند"، وانتشار مقاطع فيديو بشكل واسع، وارتفاع عدد المشاهدات، لذا فقد حاول الباحث تقصي تأثير برنامج "نشرتكم" في المنصات الاجتماعية المختلفة (فيسبوك، تويتر، يوتيوب):

يهدف الباحث من خلال هذا المحور من الدراسة إلى معرفة تأثير الاتجاهات السائدة على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال برنامج "نشرتكم"، عبر التساؤل: هل تواكب نشرتكم الاتجاهات الفعلية للمستخدمين، أم تكيفها وفق الأجندة الإخبارية للقناة؟ وما تأثير برنامج نشرتكم على باقي النشرات الإخبارية والمنصات الاجتماعية؟ مستنداً إلى فرضية أن هناك تأثيراً محدوداً لاتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية للقناة كما أن هناك علاقة تأثير إيجابية لنشرتكم في النشرات الإخبارية.

يتفق فريق البرنامج على وجود تأثير لاتجاهات المستخدمين على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، والسبب أن الفريق يريد للجمهور أن يرى رأيه، ويسمع صوته على شاشة الجزيرة⁵⁰، فمنصات التواصل الاجتماعي تعكس رأي الشارع العربي الذي ينعكس بدوره على المنصات الرقمية⁵¹ غير أن هذا التأثير ليس مطلقاً⁵².

- تأثير البرنامج على النشرات الإخبارية

على الرغم من أن برنامج "نشرتكم" مستقل بفريق تحرير، إلا أن هناك تنسيقاً مع باقي المواعيد الإخبارية للقناة⁵³، فهناك مواضيع منه على سبيل

⁵⁰ رئيس تحرير النشرات، المرجع السابق.

⁵¹ زقروق، المرجع السابق.

⁵² رئيس تحرير النشرات، المرجع السابق.

⁵³ رئيس تحرير النشرات، المرجع السابق.

⁵⁴ بوسعيد، المرجع السابق.

⁵⁵ المصدر نفسه.

⁵⁶ المصدر نفسه.

| المنصة | عدد المتابعين |
|---------------------------------|---------------|
| الحساب الرسمي للبرنامج / فيسبوك | 271.450 معجب |
| الحساب الرسمي / تويتر | 121.200 متابع |

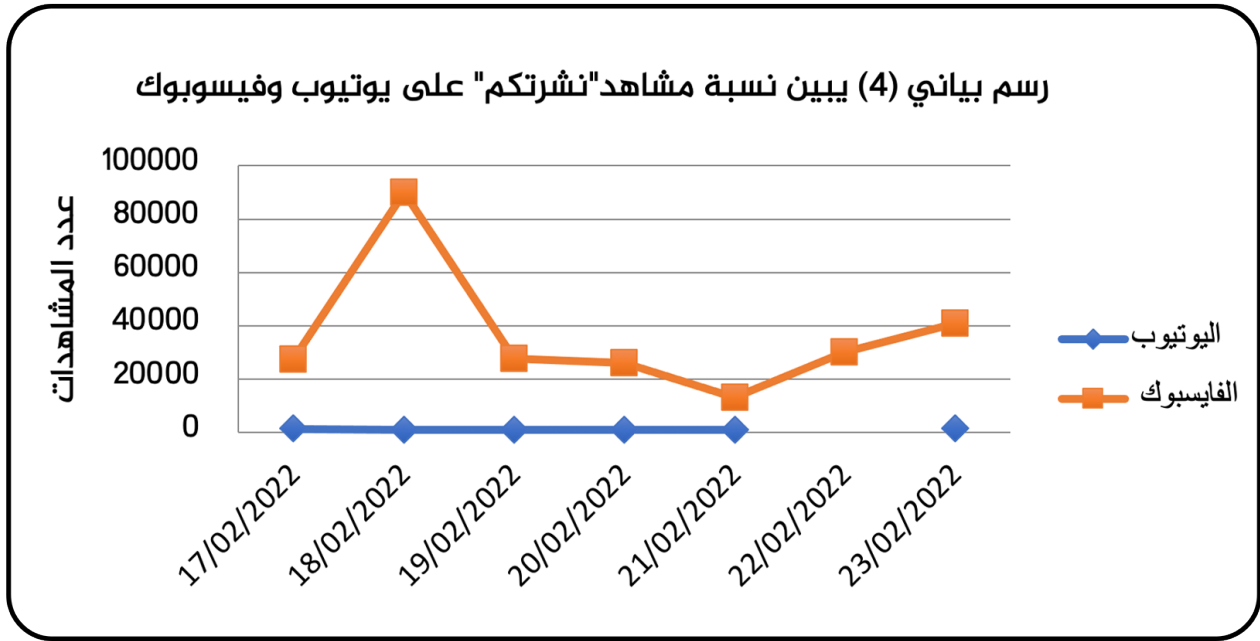
يتبين من خلال الجدول رقم (7) أن عدد المتابعين في حساب فيسبوك هو ضعف العدد في حساب تويتر، مما يؤكد أفضلية فيسبوك في قوة الانتشار من حيث التفاعل ونسب المشاهدة بالمنطقة العربية، في حين لم تتل اتجاهات المستخدمين عبر منصة فيسبوك التركيز من قبل القائمين على البرنامج.

| تاريخ بث الحلقة "نشرتكم" | عدد المشاهدات على فيسبوك | عدد المشاهدات على يوتيوب |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 2022/2/17 | 27386 | 1300 |
| 2022/2/18 | 89943 | 998 |
| 2022/2/19 | 27556 | 942 |
| 2022/2/20 | 26103 | 1019 |
| 2022/2/21 | 13188 | 998 |
| 2022/2/22 | 29987 | - |
| 2022/2/23 | 41009 | 1304 |

جدول (8): مقارنة في نسب مشاهدة البرنامج بين «فيسبوك» و«يوتيوب»

من خلال الجدول رقم (8) يتبين أن نسبة المشاهدة لصفحة البرنامج على فيسبوك أعلى بكثير من «يوتيوب» التي لا يتجاوز معدل المشاهدة فيها حوالي 1000، وهي نسبة ضعيفة جداً، بينما تتراوح نسبة المشاهدة لكامل النشرة على صفحة البرنامج في فيسبوك بين 30.000 و40.000 مشاهدة، وترتفع إلى 80.000 بتناول البرنامج لقصة الطفل الأفغاني «حيدر» الذي لقي حنقه في بئر ارتوازي. وبالنظر إلى أرقام المشاهدة على منصتي «فيسبوك» و«يوتيوب» نجد أنها ليست مؤثرة بقوة في النفاذ إلى مستخدمي المنصات مقارنة بغيرها من البرامج التفاعلية.

من خلال الجدول رقم (8) يتبين أن نسبة المشاهدة لصفحة البرنامج على فيسبوك أعلى بكثير من «يوتيوب» التي لا يتجاوز معدل المشاهدة فيها حوالي 1000، وهي نسبة ضعيفة جداً، بينما تتراوح نسبة المشاهدة لكامل النشرة على صفحة البرنامج في فيسبوك بين 30.000 و40.000 مشاهدة، وترتفع إلى 80.000 بتناول البرنامج لقصة الطفل الأفغاني «حيدر» الذي لقي حثفه في بئر ارتوازي. وبالنظر إلى أرقام المشاهدة على منصتي «فيسبوك» و«يوتيوب» نجد أنها ليست مؤثرة بقوة في النفاذ إلى مستخدمي المنصات مقارنة بغيرها من البرامج التفاعلية.



5.3 تكييف الاتجاهات على المنصات مع الأجندة الإخبارية للقناة

رغم أن المسارين مختلفان⁵⁷ إلى حد كبير، إلا أن تكييف المحتوى الرقمي مع الأجندة الإخبارية يتم من خلال تتبع ورصد تفاعلات المستخدمين مع القضايا الإخبارية التي تعرضها قناة الجزيرة على منصات التفاعلية، وعرضها خلال البرنامج.

ويمكن أن نلاحظ أن هناك علاقة تلاق بين أجندة القناة الإخبارية وأجندة المستخدمين (الاتجاهات السائدة)، حيث تمثل المواضيع السياسية %41.02 (انظر إلى الجدول رقم 4)، فالقائمون على البرنامج يحاولون استيعاب الاتجاهات ضمن الأجندة الإخبارية للقناة. وهنا يتبين دور المحررين في الموازنة والتوفيق بين اتجاهات المستخدمين والأجندة الإخبارية للمؤسسات الإعلامية. فالاتجاهات السائدة لا تنتج بالضرورة أخباراً ومعلومات صحيحة ذات أهمية.

⁵⁷ رئيس تحرير النشرات، المرجع السابق.

استنتاجات

بعد مقارنة موضوع تأثير اتجاهات المستخدمين على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة، من خلال برنامج «نشرتكم» باستخدام أدواتي تحليل المضمون، والمقابلة مع فريق برنامج «نشرتكم»، توصلت الدراسة إلى محدودية تأثير اتجاهات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة من خلال المجلة التفاعلية «نشرتكم»، وهو ما تفسره النتائج الآتية:

- لا تكتفي غرفة تحرير برنامج «نشرتكم» ببيانات الذكاء الصناعي في تحديد الاتجاهات السائدة والمواضيع المتداولة، بل تعتمد كذلك على مجموعة من تقنيات الرصد والمتابعة في تحرير النشرة (وكالة سند، متابعة الفريق).

- يعتمد فريق برنامج «نشرتكم» على منصة «تويتر» في بناء محتوى البرنامج، حيث يتم تقسيم ملفات البرنامج حسب كل وسم رائج.

- تهيمن المواضيع السياسية على فقرات برنامج «نشرتكم».

- يختلف بناء النشرات التفاعلية عن النشرات الإخبارية، فمواضيعها لا تبنى على نشرات سابقة ولا على أخبار من النشرات العادية، بل يكون بناؤها بشكل يومي.

- تحد المعايير الإخبارية لقناة الجزيرة من التأثير القوي للاتجاهات السائدة لدى المستخدمين في المنطقة العربية على المحتوى الإخباري لبرنامج «نشرتكم» وكذلك على الأجندة الإخبارية لقناة الجزيرة.

- تحد المعايير التحريرية لشبكة الجزيرة من استخدام الصور والفيديوهات المتداولة على المنصات، مثل يوتيوب وتويتر وفيسبوك.

- تركز أجندة البرنامج على اتجاهات الشرق الأوسط بالدرجة الأولى.

خاتمة

فلاهتمام برصد اتجاهات المستخدمين في المنطقة العربية يعطي غرف التحرير بقناة الجزيرة مؤشرات تمكنها من النفاذ والحضور لدى المستخدمين في المنطقة العربية، في ظل تنافسية كبيرة من طرف مختلف القنوات الإخبارية التي تسعى للتأثير في المنطقة العربية، من خلال مساحات إخبارية تفاعلية تتبنى اتجاهات المستخدمين بغض النظر عن المعايير الإخبارية، من أجل رفع نسب المشاهدة. وفي ظل هذه المنافسة يقترح الباحث بعض التوصيات لبرنامج نشرتكم.

تلقي التحولات التي تشهدها تكنولوجيا الإعلام والاتصال بآثارها على القنوات الإخبارية، وذلك بتوفر مصادر غير تقليدية من بينها اتجاهات مستخدمي المنصات الافتراضية، التي يتعاظم تأثيرها يوماً بعد آخر، ويبقى رصد هذه الاتجاهات مادة مهمة لغرف التحرير بقناة الجزيرة، خصوصاً تلك المتعلقة بالعالم العربي الذي يشهد ظروفًا وتحديات من بينها تقلص الفضاءات التقليدية والرسمية لإبداء الآراء والمواقف تجاه مختلف القضايا خاصة السياسية منها، بعد الذي شهده العالم العربي في العقد الأخير من اضطرابات وثورات مثلت الحدث الأبرز، وفي وقت ترفع فيه قناة الجزيرة شعار "الرأي والرأي الآخر".

توصيات

- تنويع المنصات الاجتماعية المعتمدة، خصوصاً فيسبوك ويوتيوب، وبعض المنصات التي تشهد ارتفاعاً في نسب المستخدمين، مثل: إنستغرام وتيك توك.

- تنويع وسائل ووسائط العرض من صور وفيديوهات من مصادرها على المنصات، بعد التحقق منها.

- يتميز برنامج «نشرتكم» بالجديّة التامة في عرض المحتويات والاتجاهات السائدة، وهذا لا يتناسب في رأي الباحث مع طبيعة المواضيع على منصات التواصل التي تميل للجانب الترفيهي.

- التوازن في التغطية الإخبارية من خلال برنامج «نشرتكم»، بين قضايا الشرق الأوسط والمغرب العربي وقضايا جهات أخرى تؤثر أحداثها في المنطقة.

- تخصيص فقرة لتحليل المشاعر على منصات التواصل، خصوصاً مع توفر تقنيات وأدوات الرصد.

- استبدال خطاب مذيع فترة ما قبل الحصاد: «جمهور منصات الجزيرة الرقمية» بلغة تناسب السياق التواصلي: «مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي».

- يقترح الباحث على شبكة الجزيرة إثراء وإضافة شروط النشر الرقمي ضمن المعايير الإخبارية.

قائمة المصادر والمراجع:

- أنجرس، مورييس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية"، (الجزائر، دار القصبه للنشر، 2004).
- بخيت، السيد، "الجديد في بحوث الصحافة"، ط 1، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2011).
- بن مرسل، أحمد، "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، ط 4 (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
- الجندي، ممدوح رضا، "المفاهيم الإعلامية الحديثة"، ط 1 (عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، 2016).
- ذو الفقار زغيب، شيماء، "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، ط 2 (القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، 2015).
- عباسي بصلي، فضاء، و حمدي، محمد فاتح، "مدخل لعلوم الاتصال والإعلام الوسائل النماذج والنظريات"، ط 1 (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017).
- العبد الله، مي، "المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال"، ط 1 (بيروت، دار النهضة العربية، 2014).
- الفار، محمد جمال، "المصطلحات الإعلامية"، ط 1 (عمان، دار أسامة ونبلاء، 2014).
- فوريمان، جين، "أخلاقيات الصحافة"، ترجمة محمد صفوت أمين، ط 1 (القاهرة، دار الفجر و الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، 2015).
- مجمع اللغة العربية، "معجم المصطلحات الإعلامية"، (القاهرة، مجمع اللغة العربية، 2008).
- مكاي، حسن عماد، و السيد حسين، ليلى، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط 1 (جمهورية مصر القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2018).
- المنظمة العربية للتربية و العلوم و الثقافة، "المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية و متعلميها"، (لاروس، 2003).

رسائل جامعية:

- علاق، أمينة، "استخدامات و إشباعات النخب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر، 2018م).
- بوسكرة نبيل، مقورة نوري، "جمهور نشرات المستخدمين: دراسة برنامج نشرتكم على قناة الجزيرة"، (رسالة ماستر غير منشورة، جامعة المسيلة بالجزائر، 2021م).

رسائل جامعية:

- أبو حمام، عزام، "نظرية حارس البوابة في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال"، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، (المجلد 01، العدد 4، 2017).
- أبو عرقوب، عمر، "نموذج غرف الأخبار الذكية و استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها" (الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام، 2019).
- بومشقة، نوال، "توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية: دراسة تحليلية لبرنامج نشرتكم"، مجلة الدراسات، جامعة بشار، الجزائر، (المجلد 10، العدد 2، 2021).

- رايس، ابتسام، "نظرية الاستخدامات و الإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد"، مجلة دراسات جامعة بشار، الجزائر (المجلد 05، العدد01، 2016) .
- عبد النبي محمد قاضي، ندية، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية"، مجلة الرأي العام ، مركز بحوث الرأي العام، مصر، (المجلد 14، العدد2015،4)
- عمر، أوسامة، "وسائل الإعلام التقليدية و المساحات الافتراضية الجديد: من يقود عملية بناء الأجندة؟"، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية جامعة الوادي، الجزائر،(المجلد 9 العدد 4، 2021).
- مكرتاز، خيرة، " دور حارس البوابة في الإعلام الجديد"، مجلة الساوره للدراسات الإنسانية و الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر،(المجلد 03، العدد 2017،05).

المراجع باللغة الأجنبية:

- Contemporary, 6th Ed (England,UK: Pearson Education Limited,2014)
- Mathieu Arsenault , "Repenser l'agenda-setting a l'ère des media socio numérique: Etude de cas sur TWITER",) Mémoire de la maîtrise en communication, Université du Québec A MONTREAL. ,AVRIL 2015.
- McCombs, Maxwell, David Protess ,Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking, (USA: Routledge 2016).
- Pamela J , shoemaker, Gatekeeping theory,frist ed, (USA: Routledge 2009).
- Stephen W.Litteljohn,KarenA.Foss,Encyclopedia of Communication Theory, (USA:SAGE publication, 2009).
- Harcup, Tony, Dictionry of Journalism.Oxford university press, 1st Ed, (United Kingdom: Oxford,2014).

Bus sum aut magnist enempor uptatem aut aborepudiam aut disim nihil ipsape
expliquae. Ebitia core ne distiam nimus maio volorro dolupta tioris qui doluptias et
aute natiistio. Et iunt, si rem etur? Um qui is atiam, autatur?

Videlic tessedi genimus.

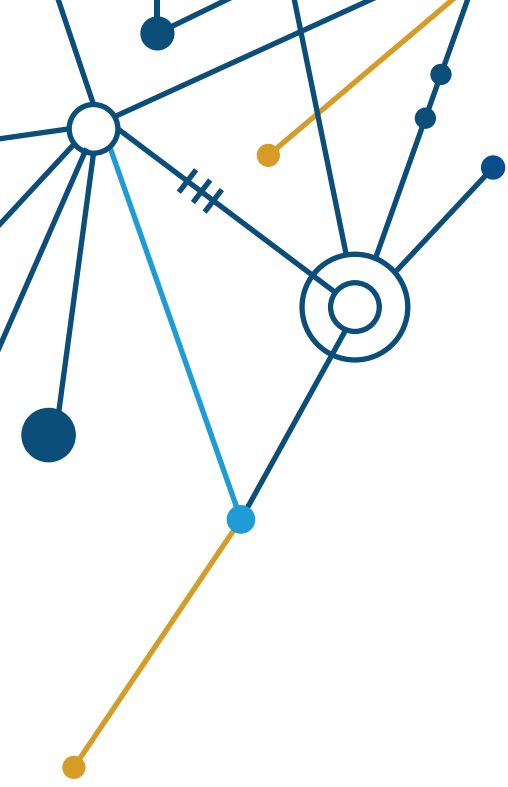
Dit latam, int voluptas vendestio odio mil est quunt pla inverore laccab illabo. Itas
sandend icabore volore, tem dem harum quo eum fugition cori as dolorep eruDem

مواقع و روابط:

- تقرير التنمية الرقمية العربية 2019، <https://2u.pw/BDqY0> (تاريخ الدخول 22 فبراير/شباط2022).
- شبكة الجزيرة الإعلامية ، ”ضبط الجودة و المعايير التحريرية ”، نوفمبر 2015، (تاريخ الدخول:22مارس/ آذار2022) <https://network.aljazeera.net/ar/node/40071>.
- ملاك خليل، ”التقنية في مواجهة تفشي الأخبار الكاذبة وكالة سند نموذجا“، معهد الجزيرة للإعلام، 12 يوليو 2021، (تاريخ الدخول:25 أيار/مايو2022)، <https://institute.aljazeera.net/en/node/153>.
- شبكة الجزيرة الإعلامية، قيمنا المهنية، <https://2u.pw/yytsS> (تاريخ الدخول:3 أبريل/نيسان2022).
- “Global digital population as of April 2022” (تاريخ الدخول: 1 أبريل/نيسان 2022)، <https://bit.ly/3nGVQ1a>.
- ”نشرتكم“ نشرة تفاعلية، الجزيرة نت، (تاريخ الدخول: 24 فبراير/شباط2022)، <https://bit.ly/3yl0u5C>.
- Everette E. Dennis et al, “Media use in THE MIDDLE EAST 2019 a Seven-Nation Survey” , NORTHEWESTREN UNIVERSITY IN QATAR.
(تاريخ الدخول : 22 فبراير/شباط 2022) <http://www.mideastmedia.org/survey/2019>
- Julian Wallace, “Modelling Contemporary Gatekeeping the rise of individuals, Algorithms and Platforms in Digital News Dissemination”,(University of Zurich 2017)
(تاريخ الدخول: 26مارس/ آذار2022 <https://2u.pw/KSRGx>).

المقابلات:

1. إيناس بوسعيدى صحفية منتجة ببرنامج نشرتكم. يوم 3 أبريل/نيسان2022.
2. عمر سالم زقزوق، صحفي منتج ببرنامج نشرتكم.يوم12أبريل/نيسان2022.
3. رئيس تحرير النشرات بقناة الجزيرة. يوم 12 أبريل/نيسان2022.
4. محمود الكن، صحفي و منتج ببرنامج نشرتكم. يوم 9 مايو/أيار2022



AJMInstitute



+974 44897666

institute@aljazeera.net

<http://institute.aljazeera.net/>

