

LSE

Middle East
Centre

إشكالية المركزية التكنولوجية المفروضة من القمة إلى القاعدة في وسائل الإعلام العربية

عمر الغزي وعبير النجار

عن مركز الشرق الأوسط

يعتمد مركز الشرق الأوسط على علاقة كلية لندن للاقتصاد و العلوم السياسية الطويلة مع المنطقة، ويوفر محوراً مركزياً لمجموعة واسعة من البحوث حول الشرق الأوسط.

يهدف المركز إلى تعزيز التفاهم وتطوير البحوث الدقيقة حول المجتمعات والاقتصادات و الأنظمة السياسية والعلاقات الدولية في المنطقة. ويشجع المركز كلاً من المعرفة المتخصصة والفهم العام لهذا المجال الحيوي. للمركز قوة بارزة في البحوث المتعددة التخصصات والخبرات الإقليمية. باعتبارها من رواد العلوم الاجتماعية في العالم، تضم كلية لندن للاقتصاد أقسام تغطي جميع فروع العلوم الاجتماعية. يستخدم المركز هذه الخبرة لتعزيز البحوث المبتكرة والتدريب على المنطقة.

مسؤولية التحرير

نسرين الرفاعي

تصميم

ربال سليمان حيدر

صورة الغلاف

انعكاسات للبحث التلفزيوني في غرفة التحرير في قناة شبكة الجزيرة الانجليزية للأخبار في الدوحة، قطر، 3 آب/أغسطس 2009.

© Ryan Carter / Alamy Stock Photo



Middle East
Centre

إشكالية المركزية التكنولوجية المفروضة من القمة إلى القاعدة في وسائل الإعلام العربية

عُمر الغزي وعبير النجار

مركز الشرق الأوسط

أيلول/سبتمبر 2024

تم نشر هذا التقرير باللغة الإنجليزية في نيسان/أبريل 2024

نبذة عن المؤلفين

عُمر الغزي أستاذ مشارك في قسم الإعلام والاتصالات في كلية لندن للاقتصاد و العلوم السياسية، وهو باحث في مجال الجغرافيا السياسية للاتصالات العالمية، وخاصةً ما يتعلق بوسائل الإعلام الإخبارية والثقافة الشعبية، مع التركيز على منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. هو محرر بمجلة الشرق الأوسط للثقافة والتواصل (The Middle East Journal of Culture and Communication).

عبيد النجار أستاذة مشاركة في قسم الاتصال الإعلامي في الجامعة الأمريكية في الشارقة. عملت سابقاً كباحثة زائرة في كلية وستمنستر للإعلام والفنون والتصميم وزميلة زائرة أولى في مركز الشرق الأوسط في كلية لندن للاقتصاد و العلوم السياسية. وهي عضوة في هيئة التحرير في دورية الدراسات الصحفية (Journalism Studies) ومجلة الشرق الأوسط للثقافة والتواصل (The Middle East Journal of Culture and Communication).

الموجز

ما الدافع وراء محركات منطوق و ثقافة التكنولوجيا الرقمية في الأخبار العربية؟ اعتماداً على مقابلات مع صحفيين ومحررين عرب في لندن وديبي، فضلاً عن مجموعات بحثية مُركزة مع طلبة عرب، تُبين هذه الورقة مدى سيطرة النهج المرتكز على التقنية المفروضة من القمة إلى القاعدة في صناعة الأخبار العربية، وهو ما نُعرّفه بالسعي إلى تبني التقنية في الأخبار و تسخيرها لخدمة النظم الممولة للمؤسسات الإعلامية بدلاً من مصالح الجمهور. وقد حددنا ثلاث سمات رئيسية للنهج المرتكز على التقنية المفروضة من القمة إلى القاعدة في المؤسسات الإخبارية العربية: أولاً تفسير لامبالاة الجمهور حيال الأخبار بوصفها مشكلة تتعلق بالتكنولوجيا المستخدمة و ليس بالمحتوى؛ ثانياً السعي إلى توسيع المتابعة الرقمية ونشر الجاليات الرقمية في الأخبار سعياً لرفع مكانة وسائل الإعلام الممولة حكومياً بدلاً من تقديم خدمة عامة للجمهور؛ ثالثاً الاعتماد على بيانات مَعَيَّبة ومحدودة بشأن استرخاء انتباه الجمهور واستخداماته واهتماماته، حيث يتم الخلط بين مؤشرات قياس وسائل التواصل الاجتماعي وإحصاءات الجمهور من جهة و بين توجهات الرأي العام من جهة أخرى. ونرى أن ثقافة متابعة التقنيات الجديدة في الأخبار العربية تتجاهل وجهات نظر وأولويات الصحفيين والجمهور على حد سواء، وينتهي بها المآل إلى أن تصبح استراتيجية ملائمة للتهرب من الأسئلة الأساسية في الصحافة المتعلقة بالحرية والثقة والمصلحة العامة.

الأبحاث التي أفادت منها هذه الورقة دعمها برنامج التعاون الأكاديمي مع الجامعات العربية، والذي يديره مركز الشرق الأوسط التابع لكلية لندن للاقتصاد ويتمويل من مؤسسة الإمارات؛ ولكن الآراء الواردة فيه لا تعكس بالضرورة آراء مؤسسة الإمارات. والجامعة الأمريكية في الشارقة هي المؤسسة الشريكة.

المقدمة

عَبَّرت التقنيات الرقمية الطريقة التي يتصور بها الجمهور الأخبار ويتفاعل معها فهناك هاجس عالمي حول الصحافة القائمة على البيانات ومقاييس غرفة الأخبار بوصفها 'شكل قوي من أشكال المراقبة الإدارية والانضباط'.¹ والعالم العربي لا يمثل استثناءً من هذه التطورات. ففي الواقع، سعت الحكومات العربية إلى توسيع حضورها بحزم وفرض قوتها على المحتوى والمساحات الرقمية.² وقد كانت المؤسسات الإخبارية العربية الكبرى في الطليعة العالمية في نشر الرسومات الإيضاحية الماهرة، مع دمج المحتوى الذي ينتجه الجمهور في الإنتاج الإخباري، وإدارة العمليات الإخبارية متعددة المنصات. الصحفيون العرب متحمسون للإبداع³ ومنفتحون على الأتمتة، واستخدام تقنيات الاتصال في صناعة الأخبار.⁴ وهذا يشير في الظاهر إلى أن مؤسسات الأخبار العربية تبدع لتعزيز ما تقدمه من عروض مُفَعمة بالحيوية لخدمة جماهيرها والتخطيط لمستقبل صناعة الأخبار.

تساهم هذه الدراسة في تحديد مواقف التقنيات الرقمية واستخداماتها في غرف الأخبار ضمن منظور نقدي وسياق سياسي وإعلامي إقليمي. وتماشياً مع التوجهات العالمية طويلة الأمد،⁵ نلاحظ أن مديري ومحرري الأخبار يلعبون دوراً رائداً في ثقافة غرفة الأخبار الرقمية. ولكن في حين أن لهذا الدافع ما يبرره، في السياق الأمريكي، على سبيل المثال، لكونه يخضع لمنطق الربح الذي توجهه رغبات الجمهور فإن نظام وسائل الإعلام الإخبارية العربية يُؤوّل بقدر كبير من الدولة،⁶ وبناءً عليه فإن له حسابات اقتصاد سياسي مختلفة.⁷ فما الذي يحرك الثقافة الرقمية الإخبارية إذًا؟ نرى أن المؤسسات الإخبارية العربية الكبرى تستخدم تحويل المحتوى الإخباري إلى بيانات ورقمته المفروضة من القمة إلى القاعدة من أجل خدمة هيئة الجهات الحكومية الممولة لوسائل الإعلام وسلطتها، دون الأخذ في الاعتبار أولويات الصحفيين والجماهير. أجرينا في هذه الورقة البحثية ثلاث عشرة مقابلة مع فاعلين من النخبة، معظمها في إطار مناقشات مائدة مستديرة عبر الإنترنت مع صحفيين ومحررين عرب يعملون في مؤسسات إخبارية في لندن ودبي، وهما المدينتان ذواتا الدور الهام في الإنتاج الإخباري العربي، وحيث يقيم كاتبنا هذا المقال على التوالي. أجرينا كذلك أربع مجموعات نقاش مُركّز مع الطلاب الشباب الناطقين بالعربية في كلا المدينتين. في حين أننا لا نزعم أن هذه المقابلات ومجموعات النقاش المُركّز تمثل القطاع الأوسع للصحفيين والجماهير العرب، فإننا نستخدم المسائل المطروحة كإشاراتٍ عن كيفية اختيار الشباب العرب المتعلمين لمصادر الأخبار ومحتواها، وتبسيط الضوء على تصورات الصحفيين عن الثقافة الرقمية في الأخبار العربية.

¹ Caitlin Petre, *All the News that's Fit to Click: How Metrics are Transforming the Work of Journalists* (Princeton: Princeton University Press, 2021), p. 6.

² Marc Owen Jones, *Digital Authoritarianism in the Middle East: Deception, Disinformation and Social Media* (London: Hurst Publishers, 2022).

³ Rana Arafat and Colin Porlezza, 'Exploring News Innovations, Journalistic Routines, and Role Perceptions during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Egyptian Journalists', *Journalism Studies* (2023): 1-22.

⁴ Khayrat Ayyad, Mohamed Ben Moussa and Bouziane Zaid, 'Journalists' Perception of the Adoption of New Communication Technologies in the UAE's Media Organizations', *Journalism Practice* (2023): 1-21.

⁵ Nikki Usher, *Making News at the New York Times* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 2014).

⁶ Bouziane Zaid, Mohammed Ibahrine, and Jana Fedtke, 'The Impact of the Platformization of Arab News Websites on Quality Journalism', *Global Media and Communication* 18/2 (2022): 243-260.

⁷ Carola Richter and Bettina Gräf, 'The Political Economy of Media: An Introduction', in *New media Configurations and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World* (Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 2015), pp. 22-35.

من منظور الطلبة المشاركين، تؤكد مجموعات النقاش المُركَّز لدينا البيانات المتاحة، والتي تُظهر أن الفئة السكانية الشابة وثنائية اللغة والمتعلمة تحصل في الغالب على الأخبار من منصات التواصل الاجتماعي،⁸ مع ذكر العديدين منهم لإنستغرام. في ذات الوقت، عند سؤال مُستجيبينا من الطلبة عن ثقتهم في الأخبار وأولوياتهم كجمهور، أظهرنا أنهم يشكلون جمهوراً نشطاً لتلقي الأخبار، إذ لديهم مستوى عالٍ من فهم الأجدات السياسية والانتماءات الأيديولوجية لمصادر الأخبار المختلفة، إضافةً إلى تَشكُّكٍ مُستتيرٍ تجاه أجداتها الإخبارية. وناقش الصحفيون الذين قابلناهم، من جانبهم، شعورهم بالعزلة بسبب القرارات المفروضة من أعلى حول كيفية دمج التقنية الرقمية في عملهم، وينقلون كيف تَبَّع هذه القرارات الموضات الدارجة، كالضغط على الصحفيين ليكونوا نشطين على منصاتٍ مختلفة، مثلاً، ودمج بعض أعراف الفيديو في التقارير الإخبارية. ويرون أن هذه التوجيهات تبدو غريبة عن أولويات عملهم والتحديات الجمة التي يواجهونها من السلطوية المتزايدة، والانقسامات السياسية الحادة، والمنافسة المحمومة، والظروف الاقتصادية العسيرة في معظم أنحاء المنطقة.

معلومات البحث الأساسية

رغم اكتناظ بيئة وسائل الإعلام الإخبارية العربية، إلا أن تنوعها هو أمرٌ محل شكٍ. وسواء أكان التمويل إقليمياً أم أجنبياً، فإن معظم مصادر الأخبار مُمولها الدول (بشكلٍ مباشرٍ أو غير مباشرٍ)، ورغم الاختلافات في المعايير التحريرية، إلا إنها تشجع أجدة الأخبار بما يتماشى مع أولويات الحكومات المعنية. اللاعبون الكبار هم القنوات الإعلامية العربية التي تمولها الدول الخليجية وتبث برامجها على مدار 24 ساعة، وبالأخص قناة العربية السعودية، وسكاي نيوز عربية الإماراتية، والجزيرة والعربي القطريتين. وهناك أيضاً عدة قنوات مُمولة من دول غربية كالحرّة الأمريكية، وهيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي)، وفرنس 24 الفرنسية، ودويتشه فيله الألمانية، وتحظى آر تي الروسية والميادين المؤيدة لسورية والعالم الإيرانية بشعبية لدى شريحة من الجمهور. كما أن بعض البلدان لها قنوات تركز على المستوى الوطني أو ما دون الإقليمي، كقناة النيل المصرية والإخبارية السعودية. وعلى العموم، فإن القنوات الإخبارية التي تبث بالعربية تتنافس على اجتذاب جمهور يزيد عن 300 مليون ناطق بالعربية في أكثر من عشرين دولة عربية وبلدان المهجر.⁹

لطالما لعبت وسائل الإعلام الإخبارية العربية دوراً مهماً في الصراعات السياسية وفي صياغة الطموحات الشعبية. فقد قامت الصحافة الناطقة بالعربية تاريخياً، في جميع أنحاء الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وفي المهجر، بحشد الحركات التحريرية لتحقيق الاستقلال من الإمبراطورية العثمانية ولاحقاً من الاستعمار الأوروبي. مع الاعتماد الجماعي على الراديو في منتصف القرن العشرين، خاطبت المحطات الإذاعية المستمعين بعبارة 'الشعب العربي'، وخاصةً إذاعة 'صوت العرب' القومية العربية المصرية المناهضة للاستعمار، وهي التسمية التي ميّزت التصورات عن الجمهور العربي وتقاطعاتها مع الرأي العام والهوية السياسية.¹⁰ لم تستخدم الدول العربية المختلفة بعد تلك الفترة الراديو والتلفزيون لإحكام السيطرة فحسب بل أيضاً لاستعراض القوة في كافة أنحاء المنطقة. إضافةً إلى ذلك، وفي ظل الأنظمة السلطوية العربية، كان الرأي العام مسألة تخمين وليس مسألة قياس أو تفاعل. ليس من المستغرب إذن أن مصطلحاً آخر، أي 'الشارع العربي'، قد

⁸ Damian Radcliffe, 'How the Middle East uses Social Media: 18 Things we Learned in 2018', *Medium*, 10 February 2019. Available at: <https://medium.com/damian-radcliffe/how-the-middle-east-uses-social-media-18-things-we-learned-in-2018-1d3b2679ae35> (accessed 18 April 2024).

⁹ Abeer Al-Najjar, 'Public Media Accountability: Media Journalism, Engaged Publics and Critical Media Literacy in the MENA', *LSE Middle East Centre Paper Series 35* (June 2020).

¹⁰ Joe F. Khalil, "'The Mass Wants This!': How Politics, Religion, and Media Industries Shape Discourses about Audiences in the Arab World", in *Meanings of Audiences* (Abingdon: Routledge, 2013), pp. 111–22.

حظي باهتمام كبير في العقود الماضية، وذلك في إشارة إلى مفهوم غامض للجمهور العربي.¹¹ استأثر الترجيح السياسي لإيجاد جمهور موحد باهتمام متجدد مع إطلاق أول محطة إخبارية عربية، وهي الجزيرة، في 1996، و راجت موجة من الدراسات الأكاديمية لتقييم تأثيرها السياسي،¹² كما كان لوسائل التواصل الاجتماعي مؤخراً الفضل في رواج فكرة النشاط السياسي و ممارساتهم الإعلامية.¹³

على المستوى العالمي، أُعيد تشكيل مفهوم جمهور الأخبار من منظور مرتكز على التقنيات الرقمية، حيث صار يُنظر إليه على أنه تم تحويله إلى بيانات وكميات.¹⁴ ولكن عند تعلق الأمر بالصحافة الرقمية، فإن الكثير من الأدبيات الأكاديمية حول مقاييس غرف الأخبار مرتبط جزئياً فقط بسياق الأخبار العربية.¹⁵ تركز الأدبيات الأكاديمية حول الجماهير والمتلقين المحوّلين إلى بيانات على الاقتصاد السياسي للأخبار الرقمية، وبالأخص ما يتعلق بالمعلومات المُضلّلة والخاطئة.¹⁶ رغم ذلك فإن حصول الجهات الفاعلة الرئيسية في الحقل الإخباري في العالم العربي على تمويل من الدولة يطرح بدوره أسئلة أخرى. فدون الخليج على وجه الخصوص تتمتع بموارد مالية هائلة، وتعتبر شعبية المؤسسات الإخبارية التي تُموّلها بوصفها جزءاً من سلطتها وطول باعها إقليمياً وعالمياً ومن جهودها في الدبلوماسية العامة.¹⁷ ومع اشتداد ضراوة الحروب في جميع أنحاء المنطقة على مدى العقد المنصرم، في أماكن مثل ليبيا واليمن وسورية، روجت وسائل الإعلام العربية رواياتٍ وشجعت خطوطٍ تحريريةً متباينةً على نطاقٍ واسعٍ من الروايات التي مالت تباعاً و بلا خجلٍ تجاه السياسات الخارجية لبلادها. وفي حالة وسائل الإعلام العربية الممولة من الغرب، فهي الأخرى تندرج في إطار منطق القوة الناعمة، وذلك لكونها تستعرض النفوذ الغربي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.¹⁸ وبناءً عليه، وبوضع تاريخ الجمهور العربي في الاعتبار، وكذا خصائص الاقتصاد السياسي للمؤسسات الإخبارية في المنطقة، فهناك حاجة إلى توضيح السياق الذي يتم فيه تشجيع تحويل الجمهور إلى كميات وبيانات ضمن مقاربة أوسع نسميها النهج المرتكز على التقنية المفروضة من الأعلى في وسائل الإعلام العربية.

الحجة والمنهجية

إن سؤالنا الرئيس في هذه الورقة البحثية هو إذن: ما هو المنطق المستخدم لتفسير تبني التقنيات الرقمية في وسائل الإعلام العربية؟ لقد وجدنا فجوة بين حماسة مديري الأخبار في المؤسسات الإخبارية العربية الكبرى لتبني التقنيات الرقمية من دون التخطيط اللازم، و بين التشكيك النقدي في أوساط الصحفيين والجمهور حول أهمية الأخبار المقدمة باستخدام هذه التقنيات وجودتها وموثوقيتها. إننا ننتقد ما نسميه النهج المرتكز على التقنية المفروضة من القمة إلى القاعدة، أي

¹¹ Marwan M. Kraidy, *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life* (Cambridge: Cambridge University Press, 2009).

¹² Mohammed El-Nawawy and Adel Iskandar, *Al-Jazeera: The Story of the Network that is Rattling Governments and Redefining Modern Journalism* (London: Hachette, 2008).

¹³ Omar Al-Ghazzi, "Citizen Journalism" in the Syrian Uprising: Problematizing Western Narratives in a Local Context', *Communication Theory* 24/4 (2014), pp. 435-54.

¹⁴ Tomás Dodds, Claes de Vreese, Natali Helberger, Valeria Resendez and Theresa Seipp, 'Popularity-Driven Metrics: Audience Analytics and Shifting Opinion Power to Digital Platforms', *Journalism Studies* 24/3 (2023), pp. 403-21.

¹⁵ Nikki Usher, 'Al Jazeera English Online: Understanding Web Metrics and News Production when a Quantified Audience is not a Commodified Audience', *Digital Journalism* 1/3 (2013), pp. 335-51.

¹⁶ Johan Farkas and Jannick Schou, 'Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood', *Javnost-The Public* 25/3 (2018), pp. 298-314.

¹⁷ Mohammad Ayish and Noha Mellor, *Reporting in the MENA Region: Cyber Engagement and Pan-Arab Social Media* (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2015).

¹⁸ Marie Gillespie and Alban Webb, eds, *Diasporas and Diplomacy: Cosmopolitan Contact Zones at the BBC World Service (1932-2012)* (Abingdon: Routledge, 2013).

الطرق التي تدفع بها مؤسسات الأخبار من أجل اعتماد التقنيات الجديدة في محتواها الإخباري ونشره من دون الاهتمام بأولويات الجمهور والصحفيين. يُعرّف النهج المرتكز على التقنية بوصفه النهج الذي يفضل الوساطة التقنية كحلٍ أو تفسيرٍ لعملية معينة على حساب علاقات القوة المستمرة والطويلة الأمد.¹⁹ ونرى أن النهج المرتكز على التقنية الإخبارية يتميز بكونه يدور في حلقة مفرغة، حيث يتحدث عن التقنيات الرقمية بوصفها عائقاً يحول دون تقديم صحافة عالية الجودة، وفي نفس الوقت تعتمد المؤسسات الإخبارية بوصفه طريقاً لاستقطاب الجماهير والحفاظ عليها، وذلك عبر اجتذابهم بجماليات التقنية الجديدة ومطاردتهم عبر المنصات الاجتماعية المختلفة.

استناداً إلى المقابلات التي أجريناها، فإن السمات الرئيسية للنهج المرتكز على التقنية المفروض من أعلى لأسفل والتي نستعرضها أدناه هي: (1) تفسير بواعث اهتمام الجمهور بشأن الأخبار باعتبارها مشكلة تقنية وليست مشكلة محتوى، (2) والسعي إلى توسيع المتابعة الرقمية، ونشر الجاليات الرقمية في الأخبار، وذلك بالسعي وراء كسب هبة لوسائل الإعلام التي تمولها الدولة بدلاً من تقديم خدمة عامة؛ (3) والاعتماد على بيانات غير كافية حول كيفية قياس الجمهور، بما في ذلك دمج مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي لمحتوى الأخبار التي جرى تحميلها مع قياس توجيهات و تفضيلات الجمهور والرأي العام. ويتجلى تأثير النهج المرتكز على التقنية في الفشل في منح الأولوية للمصلحة العامة واهتمامات الجمهور في صناعة الأخبار، فضلاً عن وجهات نظر الصحفيين فيما يتعلق بكيفية نشر التقنية الجديدة بشكل يفيد عملهم.

أجرينا أبحاثنا في المدن التي نتواجد فيها: لندن ودي/الشارقة. فقد لعبت لندن تاريخياً دوراً مهماً في صناعة الأخبار العربية،²⁰ وذلك لكونها المركز الرئيس للصحافة العربية، ولأنها لاتزال وجهة أساسية للطلاب العرب لمتابعة الدراسات العليا. وتُعتبر منطقة دبي-الشارقة الحضرية المركز الإعلامي العربي المعاصر الرئيسي²¹ ويقوم فيها عدد غفير من الطلبة العرب.

شملت منهجية البحث المعتمدة مقابلات مُتعمّقة مع صحفيين ومحررين ومديري الأخبار (مجموعهم 13، أُجريت في عام 2022) وأربع مجموعات نقاش مُركّز مع الطلبة العرب الشباب في لندن ودي/الشارقة.²² اختير الأفراد الذين أُجريت معهم المقابلات بصفاتهم صحفيين مُتمرسين ذوي خبرة مهنية في مؤسسات أخبار عربية مختلفة. أُجريت معظم المقابلات (10) على شكل مناقشات مائدة مستديرة أو حلقات نقاش، حيث قمنا خلالها بطرح نفس الأسئلة على المشاركين، لكن كان بوسعهم الرد على بعضهم البعض والاستفادة من الآراء المطروحة في النقاش.²³ تتمثل ميزة هذا النسق في أنه ساعد في استئارة مناقشات حيوية بين المشاركين. وبما أن هذه المقابلات أُجريت مع نخبة من الصحفيين والمحررين العاملين في منظمات مختلفة، فقد تمكن المشاركون من التحدث عن تجاربهم المختلفة بحرية ومعارضة آراء بعضهم بعضاً. تمحورت أسئلتنا حول السياسات والأساليب الحالية والمستقبلية تجاه التقنيات الرقمية في مؤسسات الأخبار العربية، وبخاصة ما يتعلق بتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور. أثار هذا نقاشاً حول فهم أوسع للجمهور، والتحديات التي يواجهها الصحفيون عندما تسعى منظماتهم إلى التحوّل الرقمي. كما تحدثنا إلى أكثر من 40 طالب يتحدثون العربية في دبي/الشارقة ولندن في أربع مجموعات نقاش مُركّز للتوصل إلى فهم دال على استهلاكهم للأخبار وتفضيلاتهم بالإضافة إلى مواقفهم وآرائهم العامة تجاه ما هو متاح وما تفتقر إليه الأخبار العربية في المحتوى المُقدّم. ونقدم بدايةً نتائج مجموعة النقاش المُركّز.

¹⁹ Seeta Peña Gangadharan and Jędrzej Niklas, 'Decentering Technology in Discourse on Discrimination', *Information, Communication & Society* 22/7 (2019), pp. 882-99.

²⁰ Najm Jarrah, 'The Rise and Decline of London as a Pan-Arab Media Hub', *Arab Media and Society* 4 (2008).

²¹ Joe F. Khalil, 'Towards a Supranational Analysis of Arab Media: The Role of Cities', in *National Broadcasting and State Policy in Arab Countries* (London: Palgrave Macmillan, 2013), pp. 188-208.

²² أُجريت مجموعات النقاش المُركّز في الشارقة في آذار/مارس 2022، وفي لندن في تشرين الثاني/نوفمبر 2022.

²³ جرت مناقشة مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022، وأخرى في 5 أبريل 2022 وثالثة في 20 أيار/مايو 2022. أُجريت المقابلات الثلاث الأخرى في تشرين الثاني/نوفمبر 2022. قُصّل صحفيان ممن جرت مقابلتهم عدم الكشف عن هويتهم.

مجموعات النقاش المركز الطلابية: جمهور رقمي نشيط ومُرتاب

شملت مجموعات النقاش المُركَّز الأربعة التي دارت في الشارقة ولندن طلباً من مختلف البلدان العربية، من المستوى الجامعي والدراسات العليا ومن بين مجموعة واسعة من التخصصات، بما في ذلك الطب والهندسة والعلوم الاجتماعية. وقد تمحورت المناقشات حول عاداتهم في التعامل مع الأخبار وتفضيلاتهم وتقييم المشهد الحالي للإعلام العربي، بما يشمل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية. ورغم العدد المحدود لمجموعات النقاش المركز، إلا أنها كانت مفيدة لتقديم فكرة عن كيفية اختيار الشباب العربي ثنائي اللغة والمتعلمين لمصادر الأخبار والمحتوى.

تعكس مجموعات التركيز عدم ثقة الشباب وتشككهم تجاه وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية. كان المشاركون في مجموعة التركيز حريصين على مواجهة الاتهامات التي توجه إليهم كونهم ببساطة سلبيون وغير مُبالين تجاه الشأن العام. عندما سألنا عن الافتراضات التي تقول إن الشباب لا يهتمون بالأخبار والشؤون الجارية، واجهنا معارضة كبيرة، وكما قال أحد الطلبة الفلسطينيين في لندن: 'المسألة هنا ليست أننا غير مهتمين بالأخبار، بل أننا لسنا مهتمين بالأخبار التي يقدمونها'، وذلك في إشارة إلى وسائل الإعلام الإخبارية العربية الرئيسية. ردّد طالب عراقي في الشارقة هذه النقطة فيما يخص الرأي العام: 'لا فائدة من سؤالنا إذ لا أحد يهتم إذا ما كان لدينا رأي في المقام الأول'. يشير آخرون إلى وعيهم بتكلفة التعبير عن 'الرأي الخاطئ' الذي قد يجتذب انتباه الحكومات الغير المرغوب فيه.

أجمع معظم الطلبة على أنهم يصلون غالباً إلى الأخبار عبر هواتفهم الذكية، كما قال أغلبهم إنهم يتابعون بنشاط مصادر الأخبار على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة المؤثرين من ذوي التركيز على الأخبار وكذلك محتوى الفيديو المقدم من قبل المؤسسات الإخبارية على إنستغرام أو سناب تشات أو إكس (تويتر سابقاً) أو جميعها. صرح البعض أنهم يتابعون بنشاط التغطية المباشرة أو النشرات الإخبارية لمتابعة الأخبار العاجلة. و أفاد من هم أقل اهتماماً بالسياسة عموماً إنهم يتلقون الأخبار عبر شبكات تواصلهم الاجتماعي. وعموماً، أجمع الطلبة في المجموعات البحثية على أن قنوات الأخبار العربية لا تنتج محتوى إخباري عالي الجودة على منصات التواصل الاجتماعي.

بالفعل، تُشير مجموعات النقاش المُركَّز إلى أن الشباب العربي المتعلم يُشكّل جمهور أخبار نشيط ويتمتع بفهم واضح للانتماءات المختلفة لوسائل الإعلام، وهم مُتشكِّكون في القنوات الإخبارية الرئيسية، حيث يجذبون نحو المصادر التي يعتبرونها أكثر استقلالية وأقرب للأحداث، بما في ذلك شهود العيان أو المؤثرين ممن ليس لهم انتماء مُعلن أو مُفترض. شارك العديد من المشاركين في هذه الدراسة تجربتهم بشأن كيفية انتقاء المصادر التي يجب متابعتها واختيارها، حسب طبيعة القصة الإخبارية، وكيفية انجذابهم نحو الأخبار المحلية. على سبيل المثال، صرح بعضهم أنهم ربما يختارون متابعة مصدر للحصول على أخبار حول فلسطين، ويتابعون آخر للأخبار المتعلقة بالخليج أو بقصة فيروس كورونا. رغم الشكوك حول المحتوى السائد للأخبار، يبدو أن المشاركين عامةً أقل وعياً حيال ذات المنصات من حيث تحيزها الخوارزمي واستخراج البيانات. لكن مجموعات النقاش المُركَّز تؤكد على وجود فجوة بين وجهات نظر الطلبة، باعتبارهم مستهلكين للأخبار من بين الشباب والمتعلمين، وكيفية تَصوُّر المسؤولين التنفيذيين في المجال الإخباري لأولويات الشباب.

ملاحح النهج المرتكز على التقنية المفروض من القمة إلى القاعدة في الأخبار العربية

'ذعر' المسؤولين بسبب لامبالاة الجمهور الملحوظة

إن أول سمة للنهج المرتكز على التقنية الذي نلاحظه هي افتراض مدراء الأخبار بأن الجماهير، وخاصةً الشباب منهم، ينفرون من المحتوى الإخباري السائد بسبب وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية الجديدة. من المفارقة أن هذا الموقف يؤدي في النهاية إلى تبرير عدم اكتراث الجمهور، بدلاً من الارتقاء إلى مستوى التحدي المتجلي في تقديم محتوى مُطوّر، كما أنه يُبين الحلقة المفرغة التي يدور فيها الخطاب الرقمي، حيث تُناقش التقنية الجديدة كمشكلة وحلّ في ذات الوقت لتحديات صناعة الأخبار. عندما سألنا أحد كبار المديرين في مؤسسة إعلامية عربية كُبرى عن حالة عدم الثقة والتشكُّك التي عبّرت عنها مجموعتنا من الطلبة، جاء رده بالقاء اللامحة على الروايات الإخبارية المتنافسة السهلة المنال على وسائل التواصل الاجتماعي. وفسر الأمر بقوله، على وسائل التواصل الاجتماعي 'نرى نفس الأخبار من زوايا مختلفة إن جميع هذه الأمور مجتمعة تجعل كل شيء مريباً. يتفاقم الأمر بانتشار الأخبار الكاذبة أو المزيفة'. إن هذا الرد يقلل من شأن الوعي الذي عبّر عنه جمهور الطلبة.

أوضح مدير أخبار آخر مقيم في دبي أن مصدر أحد أكبر التحديات التي تواجهها وسائل الإعلام العربية الرسمية يأتي من صنّاع المحتوى الشباب. ورداً على سؤالٍ عن التحديات التي تواجهها مؤسسات الأخبار العربية في تقديم المحتوى الرقمي، أردف قائلاً 'بينما تحظى مقاطع فيديو الشباب حول المكياج أو الطعام بملايين المشاهدين، فإن المحتوى الذي يتناول آثار التضخم، على سبيل المثال، لا يكاد يحظى بأي اهتمام'. نرى في هذه الإجابة أيضاً أنه غالباً ما يكون من الأسهل على المديرين تبرير الفشل في الوصول إلى جماهير أوسع وأصغر سناً بواسطة إلقاء اللوم على الطُرق التي يستخدم بها الشباب وسائل التواصل الاجتماعي والتقنية الجديدة، بدلاً من طرح أسئلة أعمق تتعلق بالثقة في الأخبار الخاضعة للتحكم السياسي.

إضافةً إلى ذلك، أشار عدة صحفيين ممن تحدثنا معهم إلى أن الاتصالات الداخلية للمديرين والمحرفين حول التقنية الرقمية تبدو وكأنها تأتي من حالة من الذعر حول فقدان الجمهور، وخاصةً جماهير الشباب. وفقاً لما أخبرنا به صحفي فضل عدم الكشف عن هويته، فإن هناك الكثير من التوجهات من القمة إلى القاعدة تُوجّه للصحفيين حول كيفية تغيير ممارساتهم في تقديم الأخبار الرقمية، وخاصةً محتويات الفيديو، ولكن دون تقديم أدلة على الأساس المنطقي المبرر لها. فمثلاً يتلقى الصحفيون توجيهات محددة من الإدارة تشجعهم على الظهور مسترخين في تقارير الفيديو، والجلوس بدلاً من الوقوف، والتركيز على الأفراد العاديين وسرد قصصهم بصورة مثيرة للعواطف، إضافةً إلى بدء الثواني القليلة الأولى من التقارير بلقطة قريبة بالكاميرا على من يشكل موضوع الخبر ويُفضّل على العينين. صيغت هذه التوجيهات من الإدارة على أنها مفضلة لمحتويات الفيديو الإخباري الرقمي؛ رغم عدم تقديم أدلة على هذه المطالبات أو فعاليتها وأهميتها للجمهور المستهدف. بالنسبة لمحاورنا الصحفي، تشير هذه التوجيهات إلى ضحالة فهم الإدارة لتفضيلات الجمهور وعدم الرغبة في التواصل مع الصحفيين من أجل فهم وجهات نظرهم وأولوياتهم.

تتمثل مشكلة أخرى في قلة فهم كيفية ضبط الممارسات والإنتاج من أجل استيعاب البرامج التلفزيونية والمنصات الرقمية، والميل إلى استخدام الرسومات الرقمية الجذابة دون تقييمات تحريرية. وفقاً لكلام رامي أبو جبارة، مسؤول المحتوى الأول في تطبيق 'وجيز' للبودكاست والكتب الصوتية بالعربية، يعتقد العديد من مديري غرف الأخبار أن الرقمنة تتعلق بمجرد تحميل المحتوى التلفزيوني على المنصات الرقمية، وبخاصة اليوتيوب، إذ أن 'المحتوى الأصلي المُعدّ رقمياً ضئيل للغاية في العالم العربي'. إنه مزيد من المحتوى التلفزيوني الذي يعاد توجيهه للوسائط الرقمية.²⁴ ويشير جعفر الزعبي، رئيس الأخبار في قناة تلفزيون المشهد، إلى أنه من الشائع أيضاً اعتماد المؤسسات الإخبارية العربية على الرسومات الرقمية المتطورة والجماليات في الأخبار دون تفكير جاد في القيمة التحريرية المُضافة لها. وتعليقاً على التقارير الحربية في نشرات الأخبار العربية، و تساءل الزعبي كذلك عن الغرض من 'تصميم جرافيك مؤثر لدبابة أو صاروخ أو طائرة من طراز إيف 5، على سبيل المثال، إذا كان خالياً من أي رسالة ذات أثر أعمق' في نشرة الأخبار.²⁵

تقدير حجم الجمهور المدفوع بالمكانة بدل المصلحة العامة

تركز الأدبيات الأكاديمية حول وسائل الإعلام الإخبارية والتقنية الرقمية على نقد الاقتصاد السياسي القائل بأنه مع زيادة اعتماد المؤسسات الإخبارية على إيرادات الإعلانات، فإنها تتخلى عن معايير التحرير لمتابعة صحافة 'الروابط المثيرة' الخادعة، والتي تُضعف الحوكمة الديمقراطية و تساهم في نشر المعلومات المضللة.²⁶ من الافت للخطر أن صناعة الأخبار العربية لا تتماهى مع هذا الإطار المهيم، إذ أن معظم المؤسسات الإخبارية مُمولة من الدولة. إن شبكات الأخبار العربية الرئيسية مموله من دول الخليج وتمتلك الكثير من الموارد، فحتى المعلنين الرئيسيين على هذه القنوات، وفقاً ما أخبرنا به جعفر الزعبي، رئيس قسم الأخبار في تلفزيون المشهد، هم شركات النفط والغاز التابعة لهذه الدول.²⁷

و بالتالي فالإلى أي مدى تعتمد وسائل الإعلام العربية على المُعلنين وتحتاج إليهم؟ ولماذا تحرص القنوات الإخبارية الخليجية الغنية بالموارد على زيادة أعداد مشاهديها إذا لم يكن ذلك بدافع الحاجة إلى المال؟ وفقاً لكلام مازن سنجر، الرئيس التنفيذي للاستراتيجية في تطبيق نبض، وهو منصة أخبار رقمية عربية تحظى بشعبية كبيرة، الأمر برمته يتعلق بالأنا والقدرة على الادعاء 'أنا رقم واحد. لديّ الجمهور رقم واحد. لدي أكبر عدد من مشاهدات الصفحة؛ لديّ كل تلك الأشياء' وحسب تقييمه، لا تزال عائدات الإعلانات مهمة ولو كانت بدرجة أقل مما هي عليه في نُظم الإعلام الأخرى، حيث تعتبر وسائل الإعلام المطبوعة هي الأكثر عرضة للضغط الإعلانية.²⁸

إن الفكرة القائلة بأن المنافسة بين وسائل الإعلام العربية تدور حول مكانة المؤسسات المستمدة من بيانات الجمهور، بدلاً من تقديم أفضل الأخبار جودةً، اتضحت في العديد من المقابلات التي أجريناها. فبالنسبة لعصام عريقات، محرر في المجلة الإخبارية الساخرة 'الحدود' والتي مقرها لندن، نادراً ما تقوم وسائل الإعلام بتعديل محتواها لجذب الجماهير، بل يبدو أنه يجب على الجمهور التكيف مع ما هو معروض بالفعل.²⁹ على سبيل المثال، فيما يتعلق بوسائل الإعلام المطبوعة، ذكر العديد من المشاركين أن الافتقار إلى نموذج المشاركة في التمويل يُعد مؤشراً على عدم الاهتمام ببناء وتقديم عرض إخباري ذي جودة عالية لجمهور مخلص.

²⁴ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار نقاش مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

²⁵ مقابلة أجريت في دبي خلال زيارة غرفة أخبار قناة المشهد التلفزيونية، 1 تشرين الثاني/نوفمبر 2022.

²⁶ Lilie Chouliaraki and Omar Al-Ghazzi, 'Beyond Verification: Flesh Witnessing and the Significance of Embodiment in Conflict News', *Journalism* 23/3 (2022), pp. 649–67.

²⁷ مقابلة أجريت في دبي خلال زيارة غرفة أخبار قناة المشهد التلفزيونية، 1 تشرين الثاني/نوفمبر 2022.

²⁸ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

²⁹ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 5 نيسان/أبريل 2022.

علاوة على ذلك، فهناك تناقضات في التغطية الإخبارية العربية العامة، حيث يجري تجاهل بعض الدول والتقارير الإخبارية إذا لم توجد مصلحة سياسية لتغطيتها، ويصدق ذلك على البث وعلى المحتوى الرقمي؛ فمثلاً، لا يمكن لخبر عن اليمن أن تتنافس مع خبر عن مصر أو سورية، وفقاً لما ذهبت إليه مي نعمان، المحررة الرقمية السابقة في الخدمة العالمية لهيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي).³⁰ ويرجع ذلك جزئياً إلى الإهمال التاريخي لليمن في دوائر السياسة والإعلام العربيين، ولكنه يعكس أيضاً التوجهات السياسية وتفضيلات الجمهور في دول الخليج القوية. ومن منظور فهد الزغبى، مدير المعلومات التنفيذي في قناة العربية، يميل الجمهور السعودي إلى التوجه أكثر نحو المحتوى العربي العابر للدول، مقارنة بالمصريين على سبيل المثال الذين يفضلون الأخبار الوطنية.³¹ وهذا يميل بالتغطية نحو وجهة النظر السعودية بشأن السياسة العربية. تحدث نفس الديناميكية على الإنترنت، إذ تتنافس الدول العربية أيضاً على الاستحواذ على حجم التأثير على الإنترنت والمنصات الرقمية. فعلى سبيل المثال، كما يشير الزغبى، في دول الخليج، تعد منصة إكس (تويتر سابقاً) هي المنصة الأكثر شعبية، بينما يميل فيسبوك ويوتيوب إلى أن يكونا أكثر شعبية في دول أخرى مثل مصر. وبالنظر إلى أن الحكومات والمُعلِنين الخليجين هم الأكثر تأثيراً في مجال الإعلام العربي، وأن المستخدمين الخليجين هم من يستهدفهم المُعلِنون، فإن هذا يضيف على إكس (تويتر) وزناً أكبر باعتبارها انعكاساً مفترضاً للرأي العام العربي، بغض النظر عن مدى انتشاره.

في الواقع، فإن الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام العربية وفقاً للمشاركين في دراستنا مرتبط أيضاً بالمنطق السلطوي لصناعة الأخبار، يشير إبراهيم حميدي، محرر دبلوماسي أول في صحيفة الشرق الأوسط العربية اليومية التي تتخذ من لندن مقراً لها، إلى أن عائدات الإعلانات الناتجة من الأعمال التجارية التابعة للحكومة في وسائل الإعلام العربية تزيد من ضغوط الرقابة الذاتية في غرف الأخبار على أي تغطية نقدية للنخب المرتبطة بالحكومة. وعلى غرار ذلك، تشير الإعلامية والمدربة الصحافية المقيمة في لندن، نجلاء أبو مرعي، إلى ندرة وسائل الإعلام المستقلة في المنطقة نظراً للانتماء الحكومي للاعبين الرئيسيين في مجال الأخبار،³² حيث تقول:

كل وسيلة [إعلامية] عربية لها مالك وممول ورؤية. هم يعرفون بالفعل أنهم يريدون التعامل مع العالم العربي وفقاً لرؤيتهم للجمهور العربي. إنهم يريدون مخاطبة هذا الجمهور لتدعيم رؤيتهم، ويفعلون ذلك من خلال الخط التحريري وأجندة الأخبار.

في الواقع، كانت وسائل الإعلام العربية منذ فترة طويلة وسائل للتأثير الحكومي على الجمهور الناطق بالعربية والعابر للحدود القومية. بهذا المعنى، فالقوة المحتملة للتأثير على ملايين المتحدثين بالعربية تنال الأسبقية على إنتاج محتوى لإعلام السكان المحليين بشكل أفضل، سواءً أكان ذلك على مستوى البلدان الفردية أو المدن أو المجتمعات المحلية أو بلدان المهجر. وبحسب كبير مسؤولي المحتوى في تطبيق 'وجيز'، رامي أبو جبارة، فإن اللغة العربية الفصحى الحديثة (لغة الأخبار) لها الأسبقية هي الأخرى على اللهجات المحلية، وهذا عامل آخر في تنفير بعض المشاهدين ومستخدمي الإنترنت.³³

³⁰ المرجع نفسه.

³¹ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

³² مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 5 نيسان/أبريل 2022.

³³ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

الاعتماد على البيانات الخاطئة

تتمثل السمة الثالثة للنهج المرتكز على التقنية المفروض من القمة إلى القاعدة في الأخبار العربية في الاعتماد على بيانات خاطئة عن القياس الرقمي للجمهور، بما في ذلك ما يخص انعدام وجود أرقام موثوقة للجمهور وخلطها بمقاييس وسائل التواصل الاجتماعي للمحتوى الخبري الذي يتم تحميله، الأمر الذي يتماشى مع الاتجاهات العالمية حول عدم تأكد الصحفيين من معنى بيانات تحليلات الجمهور وكيفية استخدامها.³⁴ شدد المشاركون في دراستنا من الصحفيين أن وسائل الإعلام العربية تعتمد على بياناتٍ ضعيفةٍ عن الجمهور، وتشمل بعض الإشكاليات المذكورة الاستعانة بمصادر خارجية لقياس الجمهور من شركات أبحاث السوق التي قد لا تكون لديها خبرة في وسائل الإعلام، والافتقار إلى الدراسات النوعية التي تُشرك الجمهور في تفضيلاتهم، والتركيز على أعداد النقرات وعدد مشاهدات الصفحات، والخلط بين مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك الجمهور.

بالنسبة للبعض، مثل مدير المعلومات التنفيذي في قناة العربية، فهد الزغيبي، تكمن المشكلة في أن بعض المؤسسات الإخبارية لا تركز على سلوك المستخدم، وهذا لاعتمادها على أدوات ومنصات ذات مقاييس خاطئة للجمهور.³⁵ يوافق مازن سنجر من تطبيق الأخبار 'نبض' على أن هناك تركيزاً سطحياً في الأخبار العربية على حركة استخدام مواقع الأنترنت و عدد مشاهدات الصفحات والنقرات دون فهم للتركيبة السكانية فيما يتعلق بمؤشرات مثل الجنس والعمر والاهتمامات والمستوى التعليمي، وهو ما يجعل من الصعب على مديري الأخبار فهم شرائح الجمهور.³⁶ مشكلة أخرى تتعلق بالقراءات السطحية للأرقام، وفقاً لسامية عايش، المدربة الإعلامية المستقلة والصحفية، هي أن المؤسسات الإخبارية العربية تُهمل المؤشرات الكمية ذات المعنى مثل قياس الوقت الذي يقضيه الأشخاص على مواقعها الإلكترونية، وبدلاً من ذلك تفضل الحديث عن مشاهدات الصفحة والزيارات المنفردة.³⁷

وبالفعل، فإن التركيز على مجموعة واحدة من الأعداد لمشاهدات الصفحة والنقرات يُظهر أيضاً أن هناك القليل من البيانات النوعية حول الجمهور العربي، وهو ما يدفع بالنقاش إلى التركيز على كيفية تقديم صيغ الأخبار، بدلاً من التشكيك في المحتوى الإخباري في حد ذاته. يتذكر رامي أبو جبارة من تطبيق 'وجيز' أن الإدارة في إحدى المؤسسات الإخبارية العربية الكبرى رفضت باستمرار فكرة إجراء مقابلات مَعَمَّقة مع مستخدمي الموقع الإلكتروني وجمهور التلفزيون.³⁸ وتتفق المدربة الإعلامية سامية عايش مع الرأي القائل بوجود نقصٍ في التفكير بشأن المقاييس التي ينبغي أن تستخدم لقياس سلوك الجمهور وتفضيلاته فيما يخص محتوى الأخبار والتقديم.³⁹

عندما تعتمد القوة المحركة للرقمنة على افتراضات غير مؤكدة حول سلوكيات الجمهور، فبدلاً من التفاعل مع تفضيلاته حول المحتوى، تقع مؤسسات الأخبار في شرك لعبة خاسرة تتمثل في مطاردة الجماهير عبر المنصات، كما توضح مي نعمان، المحرر الرقمي السابق للخدمة العالمية لهيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي).⁴⁰ وينطبق ذلك بشكلٍ خاصٍ على المؤسسات الإخبارية الكبرى مثل البي بي سي التي تكافح من أجل أن تكون مرنة مع الحفاظ على علامة تجارية كبيرة. توضح نعمان أن الجزء الصعب هو اتخاذ القرارات بشأن كيفية تقديم المحتوى الرقمي، نظراً للعلاقة سريعة التغير بين

³⁴ Petre, *All the News that's Fit to Click*.

³⁵ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

³⁶ المرجع نفسه.

³⁷ المرجع نفسه.

³⁸ المرجع نفسه.

³⁹ المرجع نفسه.

⁴⁰ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 5 نيسان/أبريل 2022.

الجمهور والمنصة وخوارزمياتها'. بحلول الوقت الذي تندفق فيه القرارات في مؤسسة كبيرة، 'يكون قد فات الأوان بالفعل'. تغير المنصات خوارزمياتها، 'وعندها تظل في حالة من الارتباك تحاول اللحاق بكيفية تغيير بنية سرد التقارير الإخبارية والعنوان وكل شيء'. يأتي هذا إضافة إلى التحدي المتمثل في وجود محتوى مؤسستك الإخبارية، وفق ما تقترحه، على منصات طرفي ثالث، وهو ما يجعلها عرضةً لانتهاكات حقوق الطبع والنشر، ولمشكلات استقبال الجمهور حيث لا تُوضع المقالات الإخبارية ضمن سياق إخباري أوسع، ولذلك يبدو أن العلامات التجارية الصغيرة والفرعية تتمتع بقدر أكبر من المرونة في استخدام بيانات الجمهور لاتخاذ قرارات ذات الصلة بالمحتوى.⁴¹

على العموم إذن، ووفقاً لقول الإعلامية نجلاء أبو مرعي باختصار، تقيس المؤسسات الإخبارية العربية الجمهور في الغالب من خلال مزيج من الاستعانة بمصادر خارجية لشركات أبحاث السوق والاستشارات، واستخدام مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تحسب بشكل أساسي التفاعلات، مثل عدد تسجيلات الاستحسان، والرموز التعبيرية (الإيموجي) والمشاهدات، والنظر في المدة التي تبقي خلالها هذه التفاعلات متداولة.⁴² ولهذا السبب توضح أبو مرعي تركيز الوسائل الإعلامية الإخبارية على برامج مُعيّنة تتفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي. في الواقع، لدى العديد من القنوات العربية برامج لتغطية وسائل التواصل الاجتماعي، والتي عادةً ما تُركّز حصرياً على إكس (تويتر)، وعادةً ما يقدم مذيع البرنامج تقارير حول موضوع شائع ومثير للجدل وببساطة يقرأ التغريدات الفردية للمستخدمين العاديين دون توضيح كبير لقيمة الأخبار أو اهتمامات الجمهور.

إن إسقاط القيمة التحريرية على مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي قد أثر على عمل الصحفيين كما أثر بشكل غير متناسب على الصحفيات. من الصحيح بالطبع أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلت التعامل مع الأخبار أسهل، وأدخلت آلية للمساءلة الفورية لمؤسسات الأخبار، وهو تحولٌ خاصٌ في السياقات السلطوية.⁴³ ولكن الطرق التي تعمل بها مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي كمحرك للأخبار يمكن أيضاً أن تصبح مشكلة، وذلك لأنها تُقوض المصلحة العامة والقيم التحريرية الأخرى سعيًا وراء النقرات و عدد تسجيلات الاستحسان والمشاركات.⁴⁴ تكمن المشكلة في الاعتماد على مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية كذلك في سهولة التلاعب بها، إذ أنها فاشلة في تحديد المدة التي يتفاعل خلالها الجمهور مع مواد الأخبار، وتزيد من شعور الصحفيين بالاغتراب، ممن يشعرون بعدم الدعم من منظماتهم في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي. وفقاً لتوضيح رامي أبو جبارة، فإن بعض وسائل الإعلام تبالغ في تقديرات حركة المرور على شبكة الأنترنيت بقياسها بأساليب مختلفة، وتدفع لمنصاتٍ مقابل ترويج محتواها- في حين أنها تدّعي أن التفاعلات تعكس تفضيلات الجمهور.⁴⁵ من جانبها، تضيف المُدربة الإعلامية سامية عايش، أنه حتى إن كانت مقاييس الوسائط الاجتماعية موثوقة، فإنها تعد مؤشراً سيئاً للجمهور نظراً لكون معظم المستخدمين هم أصحاب 'الزيارة الواحدة'.⁴⁶ ربما أعجبهم عنوان أحد الأخبار، لكن لعلهم لا يعودون مرة أخرى. بغض النظر عن ذلك، توضح أيضاً أن هذه الأمور يتم اعتبارها دليلاً على اهتمام الجمهور، ولا ينبغي أن يكون الأمر كذلك.

علاوة على ذلك، حين تصبح مؤسسات الأخبار عرضة للتغيرات الخوارزمية لمنصات التواصل الاجتماعي، وليس أمام الصحفيين سوى مواجهة هذه المنصات والآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي لوحدهم. تُشير عايش كذلك إلى أن شبه مشاركة الجمهور لا ينبغي أن تصرف الانتباه عن ظروف عمل الصحفيين الذين، بالإضافة إلى مخاوفهم بشأن قلة

⁴¹ أدرجت الجزيرة بلس التابعة للجزيرة مثلاً فريداً ومرناً لإدماج بيانات الجمهور في اتخاذ القرارات وفي تطوير شعور بالجمهور بسرعة.

⁴² مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

⁴³ Al-Najjar, 'Public Media Accountability'.

⁴⁴ Petre, *All the News that's Fit to Click*.

⁴⁵ مقابلة أجريت عبر الإنترنت في إطار مائدة مستديرة في 22 آذار/مارس 2022.

⁴⁶ المرجع نفسه.

الحريات، هم مطالبون بالتعاطي مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي مع قدر بسيط من التدريب، وتضيف أن هذا الأمر مهم خاصةً عندما نتحدث عن البلدان التي يتقاضى فيها الصحفيون رواتب متدنية، كالأردن ولبنان وفلسطين ومصر

أدرجتَ ربما مكتبتي، مديرة مكتب العربية في لندن، بعض الضغوط المرتبطة بالنوع الاجتماعي التي فرضتها وسائل التواصل الاجتماعي على الصحفيين، ممن يجدون أنفسهم في منافسة مع غير المحترفين، مثل المواطنين القائمين بدور الصحفيين والمؤثرين،⁴⁷ وهو ما يمثل تحدياً، كما هو معروف، فيما يخص التحقق من المحتوى المنشئ من المستخدمين. لكن مكتبتي تؤكد أيضاً أن الصحفيات يواجهن ضغوطاً خاصة على الإنترنت، ففي مساحات وسائل التواصل الاجتماعي العربية الشديدة الأبوية، تُترك النساء أكثر عرضة للهجمات والتحرش والاهتمام غير المرغوب فيه. تكرر رشا قنديل، مذيعة الأخبار السابقة في بي بي سي عربي، هذه النقطة القائلة إنه في حين أن الصحفيين العرب قد يتعرضون للهجوم بسبب عملهم الصحفي، فإن الهجمات على الصحفيات على وسائل التواصل الاجتماعي تأخذ شكل تعليقات حول مظهرهن.⁴⁸ وقد حذرت كلاهما من أن هذه السمات القائمة على الجندر للآثار الضارة لوسائل التواصل الاجتماعي لا تتجاهلها مؤسسات الأخبار العربية فحسب، بل قد تعتبرها هذه المؤسسات أيضاً بمثابة دليل شعبية لدى الجمهور.

الخاتمة

كشفت هذه الورقة أن الثقافة الرقمية الإخبارية العربية تتميز بمنطق مفروض من القمة إلى القاعدة يفشل في إشراك الجماهير الأصغر عمراً وفي تدريب الصحفيين ودعمهم. وعلى العموم، فقد عبّر كلٌّ من الطلاب والصحفيين الذين تحاورنا معهم في المقابلات عن شعورهم بالاعتزاز بسبب رقمته مؤسسات الأخبار. وكما برهننا على ذلك، فإن الحماسة لاعتماد لتقنية الجديدة في غرف الأخبار العربية تُبرّر بادعاءات اتباع تفضيلات الجمهور، وخاصة الشباب منهم. ولكن هذا النهج المرتكز على التقنية قد تم وضعه بمعزلٍ عن الفهم السياسي والاجتماعي والثقافي للجماهير العربية، ويتميز بمنطق ذي دائرة مفرغة حيث تناقش التقنية باعتبارها في نفس الوقت مشكلةً وحلاً للامبالاة الجمهور الواضحة حيال الأخبار.

بالنسبة للتوصيات، نرى أنه من الأفضل للمؤسسات الإخبارية العربية أن تعيد التفكير في البيانات التي تستخدمها في قياس الجمهور، وأن تعيد النظر في قيمة البيانات، وذلك لأنها لا ترقى حالياً إلى الفهم النوعي لأولويات الجمهور، وخاصةً الشباب منهم. وبالطبع لا يتركز اهتمامنا على ما إذا كان ينبغي على غرف الأخبار العربية أن تتبنى تقنيات جديدة-- إذ أن هذا أمر لا بد منه؛ ولكن الأمر يتعلق بالتفكير في كيفية اعتماد الرقمنة ولصالح من. تُظهر مجموعات النقاش المركز في دراستنا بوضوح أن الشباب يريدون محتوى رقمي على منصات مختلفة، لكنهم أيضاً يريدون محتوى من مصادر معتمدة يمكنهم أن يثقوا بها، ولا ينبغي للرقمنة السابقة أن تُقوّض اللاحقة.

تميل وسائل الإعلام الإخبارية العربية الكبرى إلى اختزال حجم الجمهور في عدد النقرات والمشاهدات والمشاركات، وهو ما يؤدي إلى التركيز العددي المحض على جمهور رقمي مفهوم على نحو مثير للجدل يؤول به الأمر إلى المزيد من تغريب الجماهير العربية، وبخاصةً الشباب، وهم الذين يشكلون المجموعة التي تحرص المؤسسات الإخبارية أشد الحرص على التفاعل معها وبعبارة أخرى، نعتقد أن المطاردة الرقمية للجمهور من منصة إلى أخرى ستكون لعبة خاسرة إذا لم تكن مرتكزة إلى فهم واضح و تفاعلٍ هادفٍ مع توقعات الناس حول الدور الذي تلعبه الأخبار في المجتمع وفي السياسة. ما دام اعتماد التقنية في الأخبار العربية ظاهرة مفروضة من القمة إلى القاعدة، فسوف ينتهي بها الحال إلى خدمة أجندة الدولة السلطوية بدلاً من إعلام الجماهير العربية أو تسهيل عمل الصحفيين. إن التقنية الجديدة، مهما كانت بارعة، لا يمكنها أن تتجنب المشاكل الأساسية الناتجة عن سيطرة الدولة على السياسات التحريرية في وسائل الإعلام الإخبارية في المنطقة العربية.

⁴⁷ مقابلة أجريت كجزء من حلقة مناقشة في مؤتمر «مستقبل الإعلام العربي»، الذي جرى في لندن، 20 أيار/مايو 2022.

⁴⁸ المرجع نفسه.

The views and opinions expressed in this publication are those of the author(s) and do not necessarily represent those of the London School of Economics and Political Science (LSE) or the Middle East Centre. This document is issued on the understanding that if any extract is used, the author(s) and the LSE Middle East Centre should be credited, with the date of the publication. While every effort has been made to ensure the accuracy of the material in this paper, the author(s) and/or the LSE Middle East Centre will not be liable for any loss or damages incurred through the use of this paper.

The London School of Economics and Political Science holds the dual status of an exempt charity under Section 2 of the Charities Act 1993 (as a constituent part of the University of London), and a company limited by guarantee under the Companies Act 1985 (Registration no. 70527).



**Middle East
Centre**

Middle East Centre

London School of Economics
Houghton Street
London, WC2A 2AE



[LSEMiddleEast](#)



[lsemiddleeastcentre](#)



[lse.middleeast](#)



[lse.ac.uk/mec](#)