

توظيف صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية

د. رباب عبد الرحمن هاشم*

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى استكشاف مدى استعانة القنوات التليفزيونية المصرية بصحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى وعرضه سواء على شاشاتها أو على مواقعها الإلكترونية، واستشراف مستقبل استخدام صحافة الموبايل فى هذه القنوات. وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الاستطلاعية بالاعتماد على الأسلوب الكيفي، وتم إجراؤها على عينة قوامها ٤٠ مفردة من القيادات بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، وممارسى العمل التليفزيوني بذات القنوات، بالاعتماد على دليل المقابلة المتعمقة من خلال إجراء مجموعة من المقابلات المقننة مع عينة الدراسة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن غالبية القيادات والممارسين بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة يرون أن تبنى القنوات المصرية لصحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى ضعيف مقارنة بالقنوات التليفزيونية فى الدول الأخرى، وأن القنوات المصرية تستخدم صحافة الموبايل بشكل جزئي، ولم ترق إلى استخدامها فى إنتاج المحتوى بشكل كامل، كما ارتبط استخدام صحافة الموبايل بشكل كبير بتغطية الأحداث الطارئة والمفاجئة، وزاد هذا الاستخدام إلى حد ما فى ظل الظروف التى فرضتها جائحة كورونا. بالإضافة إلى أن القنوات المصرية لا تنتج محتوى خاص للموبايل، كما تنتظر للموبايل على أنه وسيط فقط، وليس نمط إنتاجي مختلف له متطلبات مختلفة فى المحتوى، فالقنوات التليفزيونية تنتج محتوى تليفزيوني بالأدوات التقليدية ثم تسوقه على مواقعها الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: صحافة الموبايل- القنوات التليفزيونية- المواقع الإلكترونية

* تم ترقيتها سيادتها بهذا البحث لدرجة أستاذ بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلوان

Using mobile journalism in content production and displaying on Egyptian TV channels and their websites

Abstract:

This study aimed to exploring to what extent Egyptian television channels use the mobile journalism in the content production and displaying, whether on their screens or on their websites and social media pages, and explore the future of using mobile journalism in these channels. our study belongs to exploratory research depending on the qualitative method. It was conducted on a sample of leaders and staff (totaling 40) in the Egyptian governmental and private television channels, based on the interview guide by conducting a set of interviews with the study sample.

The results of the study indicate that the majority of leaders and staff in the Egyptian governmental and private television channels believe that Egyptian channels weakly adopt mobile journalism in the content production and displaying compared to television channels in other countries. The Egyptian channels use mobile journalism partially not completely in the content production, as well as the use of mobile journalism is closely relating to covering emergency events, and this use increased somewhat under the procedures imposed by the Corona pandemic.

In addition, the Egyptian channels do not produce special content for mobile, as they consider the mobile as a medium only, and not a different production style that has different requirements in the content, so Egyptian channels produce television content with traditional tools and then market it on their websites.

Key words: mobile journalism- Egyptian TV channels- websites

مقدمة:

أصبح الموبايل أداة متكاملة لإعداد وإنتاج المواد الإعلامية من تقارير وقصص إخبارية وأفلام تسجيلية وبرامج وغيرها، وذلك بعد التطور الكبير في إمكانيات وتقنيات الموبايل، مما حوله من مجرد أداة اتصالية بين شخصين إلى أداة إعلامية. وتطورت الوظيفة الإعلامية للموبايل من استخدامه كأداة لبث الرسائل الإخبارية القصيرة من قبل المؤسسات الإعلامية، وتصفح الجمهور للمواقع المختلفة وتحميل التطبيقات الإخبارية، حتى أصبح الموبايل استوديو إعلامياً متنقلاً، يمكن من خلاله جمع المعلومات والتحقق منها، والاتصال بالمصادر، وإجراء المقابلات، والتصوير، وكتابة النصوص، والمونتاج، والنشر، وهو ما يطلق عليه "صحافة الموبايل Mobile Journalism" أو "MOJO".

وتوجد مقولة شهيرة ومعروفة بين الصحفيين والمصورين وهي "أفضل كاميرا هي الموجودة معك في أي وقت وفي كل مكان"، وهذا ما توفره كاميرا الموبايل لمن يعمل في المجال الإعلامي، وأيضاً للمواطنين العاديين الذين يستخدمون الموبايل لتوثيق وتسجيل الأحداث، ومشاركتها على صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيما يسمى "بصحافة المواطن".

كما شهدت السنوات الماضية تغيراً في استهلاك الأخبار من قبل الجمهور، واعتبار المواقع الإلكترونية خاصةً مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسياً لهذه الأخبار، مما شكل ضغطاً على وسائل الإعلام لإعادة التفكير في نموذج عملها وأدوات إنتاج المحتوى الإعلامي، ليتصدر الموبايل كأداة مثالية يمكن من خلالها إنتاج المحتوى ونشره، ومشاهدته أيضاً عبر الموبايل.

وجاءت جائحة كورونا لتدلل على أهمية صحافة الموبايل في ظل سياسات التباعد الاجتماعي والعمل من المنزل، حيث ساعد الموبايل على إجراء اللقاءات التلفزيونية مع الضيوف عبر التطبيقات الإلكترونية مثل زووم Zoom وسكايب Skype، كما أمكن الاعتماد على فرد واحد فقط يمكنه باستخدام الموبايل إنتاج وإرسال المحتوى إلى المؤسسة الإعلامية أو نشره على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسة، بدلاً من الاعتماد على فريق عمل متكامل بالأدوات التقليدية، مما قلل من فرص العدوى في ظل جائحة كورونا.

وفي هذا الإطار يبدو من المهم استكشاف وبحث مدى استعانة وتوظيف القنوات التلفزيونية المصرية لصحافة الموبايل في إنتاج محتواها وعرضه سواء على شاشات القنوات التلفزيونية ذاتها أو على مواقعها الإلكترونية.

مشكلة البحث:

نظراً للمزايا العديدة التي يوفرها الموبايل في إنتاج وصناعة المحتوى الإعلامي، اتجهت العديد من المواقع الإخبارية والقنوات التلفزيونية ومحطات الراديو في مختلف دول العالم لاستخدام الموبايل كبديل لأدوات الإنتاج التقليدية، واستبدال الفريق الإعلامي المتكامل بصحفي متنقل مجهز بموبايل وحامل ثلاثي وميكروفون، يمكنه إنتاج محتوى إعلامي عالي الجودة في أي مكان وأي وقت.

وفى هذا الإطار، تتلخص مشكلة البحث في استكشاف مدى استعانة القنوات التليفزيونية المصرية بصحافة الموبايل في إنتاج المحتوى وعرضه سواء على شاشاتها أو على مواقعها الإلكترونية، وكشف المزايا التي يحققها استخدام صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية، والتحديات التي تواجه استخدامها، واستشراف مستقبل استخدام صحافة الموبايل في هذه القنوات، أي أن الدراسة تهتم باستكشاف واقع صحافة الموبايل في القنوات التليفزيونية المصرية واستشراف مستقبلها.

أهمية البحث:

– ندرة الدراسات العربية التي تهتم بتوظيف صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي، حيث تبين من خلال إحدى الدراسات التي اهتمت بصحافة الموبايل أن الإنتاج الأكاديمي حول صحافة الموبايل يتركز في البلاد الناطقة باللغة الإنجليزية، خاصة الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا والمملكة المتحدة، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول استخدام الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي^(١).

– زيادة الاعتماد على صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي في الآونة الأخيرة، خاصة في ظل الظروف الاستثنائية التي فرضتها جائحة كورونا، مما يستلزم إجراء دراسات حول كيفية توظيف هذه التكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية بصفة عامة، والقنوات التليفزيونية بصفة خاصة.

– رصد واقع صحافة الموبايل في القنوات التليفزيونية المصرية، وتقديم تصور لآليات تطوير استخدام هذه التكنولوجيا في إنتاج المحتوى داخل هذه القنوات ومواقعها الإلكترونية.

أهداف البحث:

تستهدف هذه الدراسة استكشاف ما يلي:

- واقع صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية المصرية، من حيث درجة تبني هذه التكنولوجيا في إنتاج وتقديم المحتوى، وأوجه الاستخدام، ومستوياته.
- مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات التليفزيونية المصرية لمهارات صحافة الموبايل.
- مدى تشجيع بيئة العمل الإعلامي داخل القنوات التليفزيونية المصرية لتوظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى.
- مزايا وتحديات استخدام صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية.
- آليات تطوير استخدام صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية.
- مستقبل صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية المصرية، وتأثير هذه التكنولوجيا على أدوات الإنتاج التقليدية.

الإطار المعرفي للبحث:

مفهوم صحافة الموبايل (MOJO) Mobile Journalism:

يعرف المنتج التلفزيوني والصحفي والأكاديمي "إيفو بوروم Ivo Burum" صحافة الموبايل على أنها شكل شامل من رواية الوسائط المتعددة، التي تجمع الصحافة، والتصوير الفوتوغرافي، والتصوير بالفيديو، وكتابة النصوص، والمونتاج، والنشر باستخدام الموبايل^(١).

بينما يعرف موقع شركة "Shoulderpod" - شركة أسيانية في برشلونة تصمم وتصنع معدات متنقلة احترافية لرواة القصص الرقمية - صحافة الموبايل باعتبارها طريقة عمل لسرد ورواية القصص وإنشائها وتحريرها باستخدام الموبايل، حيث يتم تدريب المرسلين وتجهيزهم بالهواتف الذكية ليكونوا متنقلين ومستقلين بالكامل، ويمكنهم إرسال قصصهم وأخبارهم مباشرة عبر الإنترنت إلى غرفة الأخبار أو المؤسسة الإعلامية، أو بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي^(٢).

ويطرح دليل صحافة الموبايل (موجو) ذات التعريف، كما يشير الدليل إلي استخدام صحافة الموبايل بشكل متزايد في الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، والبودكاست، والأفلام الوثائقية، ومقاطع الفيديو لمواقع التواصل الاجتماعي، مع إمكانية إجراء عمليات المونتاج علي المحتوى، وإعداد نسخ بأبعاد مختلفة تناسب المنصة التي سيتم العرض عليها، كما يمكن الرد على استفسارات الجمهور عبر الرسائل الاجتماعية والبريد الإلكتروني؛ بما يجعل الموبايل بمثابة "استوديو إنتاج متكامل"، ويقوم بعض الصحفيين المتنقلين أحياناً باستخدام أجهزة محمولة أخرى مثل أجهزة الكمبيوتر المحمولة (Laptops) جنباً إلى جنب مع الموبايل، وذلك لاستخدامها في إجراء عمليات المونتاج^(٣).

وتفصل صحافة الموبايل نفسها كشكل من أشكال صحافة الفيديو، فبدلاً من الاعتماد على الكاميرا المحمولة (صحافة الفيديو) يتم الاعتماد على الموبايل، ليس فقط في إنتاج ونشر المحتوى، ولكن أيضاً استهلاك الجمهور لهذا المحتوى من خلال الموبايل^(٤).

ويطلق على صحفيي الموبايل اسم الصحفيين المتنقلين Mobil Journalists، أو صحفيي الوسائط المتعددة Multimedia Journalists (في إشارة لإمكانية إنتاج جميع أشكال المحتوى من صور ونصوص وفيديو... إلخ من خلال الموبايل)، أو صحفيي حقيبة الظهر Backpack Journalists (في إشارة لحمل كل الأدوات المطلوبة لصحافة الموبايل في حقيبة واحدة يمكن حملها على الظهر)، أو فرق من رجل واحد One-man-bands^(٥)، أو الصحفيين المنفردين Solo Journalists (في إشارة لممارسة العمل من خلال مراسل واحد يقوم بكل المهام بمفرده من جمع المعلومات والتصوير والكتابة والمونتاج والنشر)^(٦).

"صحافة المواطن" و "صحافة الموبايل":

استفاد المواطن العادي من مميزات الموبايل التي أتاحت له القدرة على نقل الأحداث والأخبار، ومشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيما أطلق عليه "صحافة المواطن" Citizen Journalism، ولكن هذه القصص ومقاطع الفيديو التي ينقلها المواطنون العاديون بحكم تواجدهم في موقع الحدث تنقصها الإجابة على الأسئلة الهامة في العمل الإعلامي (5Ws)، والتفاصيل الدقيقة والسياق والخلفيات، كما أنها لا تراعي الأخلاقيات الخاصة باستخدام محتوى شهود العيان، والتحقق من المعلومات، وكيفية التعامل مع الصور

العنيفة والمؤلمة^(٨). فالمواطن العادي ليس صحفياً محترفاً، ولكنه يمارس هذا النوع من الصحافة لتحسين المجتمع والرغبة في إعلام الآخرين^(٩). وقد أصبح مصطلح "صحافة المواطن" أكثر انتشاراً وشعبية بالمؤسسات الإخبارية العالمية في عام ٢٠٠٤ بعد تسونامي جنوب آسيا، حيث اعتمدت هذه المؤسسات على المحتوى الذى ينشره المواطنون على حساباتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ لإخبار جمهورها بما يحدث فى المناطق المتضررة^(١٠). ومن ثم ليست أي قصة يتم إنتاجها على هاتف ذكي تسمى صحافة موبايل، لأن صحافة الموبايل هي الصحافة المهنية التي تشمل جميع الممارسات الإعلامية التي يستخدم فيها الموبايل^(١١)، وتلتزم الحياد والأمانة، وفصل الخبر عن الرأي، والإجابة عن 5Ws وتدعيم الأحداث بخلفياتها وسياقها^(١٢).

بدايات صحافة الموبايل:

كانت بداية استخدام الموبايل فى جمع الأخبار فى ١٧ فبراير ٢٠٠٤، حيث نشرت صحيفة نيويورك تايمز لأول مرة على صفحتها الأولى صورة تم التقاطها بالموبايل، وبعد خمس سنوات ونصف تقريباً، قدم المراسل التلفزيونى جيريمى جوجولا Jeremy Jozola من KOB-TV فى نيومكسيك تقريراً مباشراً باستخدام الموبايل فقط وبرنامج Qik للبتث التلفزيونى المباشر على الإنترنت^(١٣).

كما قام العديد من الصحفيين باستخدام الموبايل، ومن أشهرهم الصحفي الكيني "إيفانز وافولا" الذى أنتج تقريراً تلفزيونياً عام ٢٠٠٧ باستخدام جهاز Nokia N73، حيث كان وافولا جزءاً من "مشروع أصوات أفريقيا"، الذى أطلق صحافة الموبايل فى جنوب أفريقيا وموزمبيق وغانا وكينيا عام ٢٠٠٧. أماعلى مستوى وكالات الأنباء، تعتبر رويترز أول وكالة أنباء تتعامل مع الموبايل^(١٤)، حيث جهزت صحفيها بأدوات صحافة الموبايل منذ عام ٢٠٠٧، باعتبار أن الموبايل أداة محمولة ومرنة تساعد على تغطية الأخبار^(١٥). وتعتبر مؤسسة Shoulderpod الأسبانية أن إطلاق iPhone فى عام ٢٠٠٧ ثورة فى تاريخ صحافة الموبايل^(١٦).

واقع استخدام صحافة الموبايل فى العمل الإعلامى:

تعزز بعض الإحصائيات الخاصة باستهلاك الجمهور للفيديو من أهمية صحافة الموبايل، فمستخدمو مواقع التواصل الاجتماعى يتذكرون ٩٥% من الرسالة حال مشاهدتها من خلال فيديو، كما أن استهلاك الفيديو من خلال الموبايل يرتفع ١٠٠% كل عام^(١٧). بالإضافة إلى ارتفاع شعبية استخدام الموبايل فى استهلاك القصص الإخبارية^(١٨)، خاصةً بين الشباب والمتعلمين والمتزوجين والذين لديهم وظيفة^(١٩).

وعلى مدى السنوات الماضية، اعتمدت المؤسسات الإعلامية فى دول كثيرة على صحافة الموبايل، واعتمدتها فى غرف الأخبار، وقامت بتوظيف صحفيين وسائط متعددة أو تدريب ما لديها من عناصر، فى الولايات المتحدة الأمريكية قامت محطات التلفزيون بالاعتماد على صحفىي الوسائط المتعددة بشكل متزايد خلال السنوات السابقة، فى محاولة لتوفير الأجور من خلال الاستغناء عن الأطقم متعددة الأشخاص واستبدالهم بصحفيين متنقلين^(٢٠). كما أن الانخفاض المستمر فى أعداد جمهور القراء والمشاهدين فى الولايات

المتحدة، أدى إلى تبني العديد من مديري الوسائل الإعلامية للصحفيين المتنقلين القادرين على التحرك بسرعة، وبتكلفة أقل من فرق العمل التقليدية^(٢١). وأحدثت التطورات التقنية فى الهواتف المحمولة، وتطور التطبيقات على هذه الهواتف طفرة كبيرة فى صحافة الموبايل، حيث أمكن التصوير وإجراء عمليات المونتاج على المحتوى بجودة وكفاءة عالية، بالإضافة إلى زيادة سرعات الإنترنت، مما شجع العديد من القنوات التلفزيونية فى دول عديدة للاعتماد على صحافة الموبايل فى الأخبار والبرامج^(٢٢).

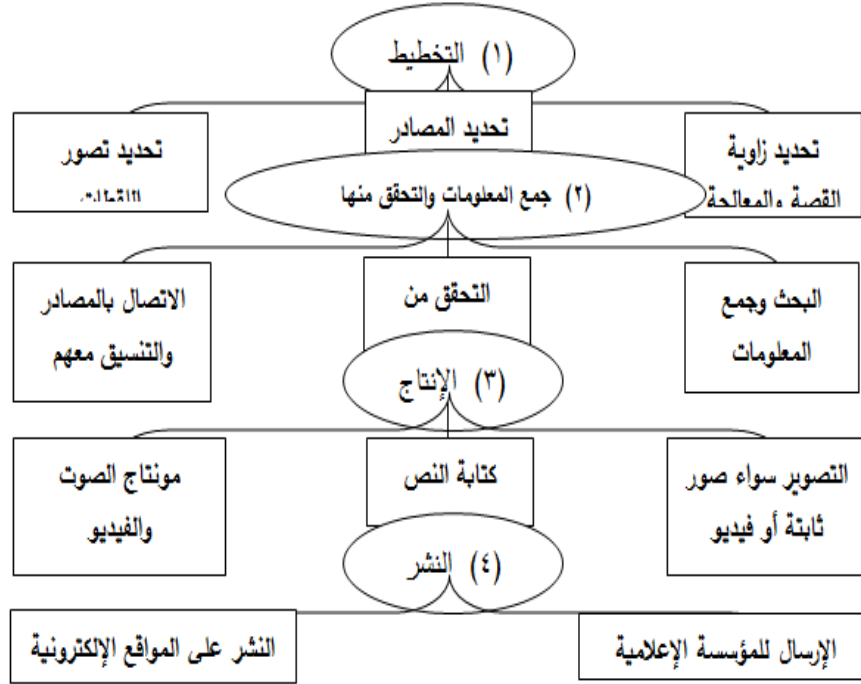
كما تقدم صحافة الموبايل مستويات مختلفة للاستخدام، المستوى الأول (Mobile Gathering)، ويتمثل فى استخدام الموبايل كأداة لجمع المواد السمعية والبصرية، ثم إجراء المونتاج فى غرفة الأخبار باستخدام أجهزة احترافية، ويتمثل المستوى الثانى (Uniplatform Production) فى التصوير والمونتاج من خلال الموبايل، حيث يمكن التصوير من خلال التطبيقات الخاصة بذلك على الموبايل، مثل تطبيق Filmic Pro، ثم إجراء المونتاج على المحتوى باستخدام تطبيقات المونتاج على الموبايل مثل Luma Fusion أو iMovie (خاصة بأجهزة ios)، و Kinemaster (أجهزة ios وأندرويد)^(٢٣). أما المستوى الثالث (No Gatekeeper Journalism)، ويعنى القيام بإنتاج و بث المحتوى فى ظروف استثنائية (حروب - مظاهرات... إلخ) دون الالتزام الكامل بمعايير الجودة فى المحتوى^(٢٤).

وفيما يتعلق بجودة التصوير باستخدام الموبايل، فقد تقلص الفرق بشكل كبير بين كاميرا الموبايل والكاميرات الاحترافية، لدرجة أن المشاهد لا يستطيع فى كثير من الأحيان التفريق بين ما إذا كان التصوير تم بكاميرا الموبايل أم بكاميرا احترافية^(٢٥)، وفيما يتعلق بجودة الصوت، يصبح الميكروفون ضرورياً للحصول على صوت نقى وواضح، خاصةً حينما يكون الضيوف بعيدين عن ميكروفون الموبايل^(٢٦).

ولذلك يحتاج الإنتاج التلفزيوني باستخدام الموبايل لوجود بعض الأدوات الهامة التى تضمن جودة الإنتاج، مثل الحامل الثلاثي لحل مشكلة الاهتزاز أثناء التصوير، والمايك، إلى جانب توفير بعض المعدات الإضافية المساعدة، مثل العدسات الخاصة بالموبايل، وإضاءة خارجية، وبطارية، وذاكرة إضافية^(٢٧).

سير العمل في صحافة الموبايل^(٢٨):

سير العمل في صحافة الموبايل^(٢٨):



شكل رقم (١)

مزايا استخدام الموبايل في العمل الإعلامي:

يعد الموبايل "استوديو متنقلاً"، حيث يقوم بالعديد من الوظائف التي تقوم بها أدوات الإنتاج التقليدية، كما أنه أقل في التكلفة، وأسهل في الحمل والاستخدام^(٢٩). ويمكن من خلال الموبايل بمفرده إنتاج المحتوى بالكامل بسرعة كبيرة بدءاً من البحث عن المعلومات، والاتصال بالمصادر^(٣٠)، والتصوير بجودة عالية، وكتابة النصوص، والمونتاج، إلى جانب سعة التخزين الكبيرة التي تتوافر به، مما دفع العديد من المؤسسات الإعلامية في ظل ضيق الوقت وتسارع الأحداث، والحرص على السبق إلى الاعتماد على الموبايل في إنتاج المحتوى^(٣١)، بالإضافة إلى أن السرعة التي يحققها استخدام الموبايل تجعل الصحفيين يكامل طاقتهم لإنتاج المحتوى على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع^(٣٢).

كما يعتبر الموبايل بديل جيد وآمن في تغطية الأحداث الخطرة (أعمال الشغب والعنف، حروب، ... إلخ)؛ لأنه لا يلفت الانتباه كما في المعدات الضخمة، وأداة مثالية في تغطية الأخبار العاجلة والمؤتمرات الصحفية، حيث يوفر الموبايل توثيق الحدث في نفس لحظة وقوعه، مع إمكانية البث المباشر بجودة عالية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيسبوك لايف وإنستجرام لايف، والتفاعل مع الجمهور^(٣٣). كما أن التصوير بالموبايل

يجعل الأفراد أقل تخوفًا، وأكثر صدقًا وانفتاحًا من التصوير بالكاميرا عند إجراء مقابلات معهم^(٣٤).

ويوفر اعتماد المؤسسات الإعلامية على الموبايل الكثير من التكاليف، ليس فقط في شراء المعدات والأجهزة، ولكن في صيانتها أيضًا، وكذلك في تدريب الأفراد على استخدامها، في ضوء عدم احتياج صحافة الموبايل لفريق كامل، وعدم استغراق التدريب على استخدام الموبايل في العمل الإعلامي وقتًا طويلًا مقارنة بالكاميرات والأجهزة الأخرى^(٣٥).

تحديات استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي:

تواجه المؤسسات الإعلامية عدة تحديات للانتقال إلى استخدام الموبايل في إنتاج وصناعة المحتوى، أو على الأقل استخدامه في مراحل بعينها في الإنتاج، ومن أبرز هذه التحديات التغلب على إجراءات العمل المؤسسية الراسخة، وتغيير الأدوار المهنية المحددة داخل المؤسسات الإعلامية^(٣٦)، حيث أثبتت بعض الدراسات أن هناك مقاومة في غرف الأخبار تجاه صحافة الموبايل، وأن الإعلاميين في قلق بشأن جودة المحتوى؛ نظرًا لأن الصحفيين المتنقلين والمراسلين يقومون بما يقوم به فريق كامل^(٣٧).

وفي بعض البلدان وخاصة النامية، يواجه الصحفيون المتنقلون تحديات تتعلق بعدم وجود اتصال جيد بالإنترنت، مما يعوق إرسال الصحفيين لقصصهم لغرفة الأخبار أو نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي^(٣٨). كما تواجه صحافة الموبايل بعض التحديات الخاصة بعدم اقتناع بعض القيادات في المؤسسات الإعلامية ومديري غرف الأخبار بجدوى ومهنية وجودة المحتوى الذي يتم إنتاجه من خلال الموبايل، مما يترتب عليه عدم توفير فرص تدريب للإعلاميين على استخدام الموبايل في صناعة المحتوى، أو عدم الاستمرار في توفير هذه الفرص التدريبية التي تشكل ضرورة في ظل التحديث المستمر للتطبيقات المستخدمة في صحافة الموبايل، وظهور تطبيقات جديدة، والتغييرات المستمرة في احتياجات الجمهور^(٣٩).

يضاف لما سبق عدم الاهتمام بتدريس مقررات تعليمية لطلاب الإعلام تتضمن مهارات التعامل مع صحافة الموبايل، وفي حال تنفيذ تدريب لصحافة الموبايل في الجامعات، يتم تنظيم في الغالب ورش عمل بالتعاون مع مدربين من المؤسسات الإعلامية، تركز على الجانب التكنولوجي لصحافة الموبايل^(٤٠)، على الرغم من وجود بعض المؤشرات ونتائج الدراسات التي تدعم شغف الطلاب القوي بدراسة صحافة الموبايل، حيث توصلت إحدى الدراسات التي أجريت على عينة من طلاب الاتصال الجماهيري في الجامعة الأمريكية بالشارقة في الإمارات العربية المتحدة إلى اهتمام الطلاب بدراسة صحافة الموبايل، ودعمهم لدمج الموبايل في العمل الإعلامي؛ مما يعكس حماس كبير من جانب إعلامي المستقبل لاستخدام صحافة الموبايل^(٤١).

تأثير استخدام صحافة الموبايل على العمل الإعلامي:

يوجد اتجاه بالقنوات التليفزيونية والمؤسسات الإعلامية لاستخدام صحافة الموبايل، والدليل على ذلك أن عدد القصص الإخبارية التي تعتمد على الموبايل في ازدياد، نظرًا لتطور مجالات استخدامه وإمكانياته الكبيرة في إنتاج المحتوى من خلال جهاز واحد^(٤٢)، وقلة تكلفة الإنتاج، وتحسن جودة كاميرا الموبايل والتطبيقات المستخدمة، بالإضافة إلى أن

الجيل التالي من شبكات الإنترنت 5G network ستمكن من البث المباشر فائق السرعة بدقة 4K^(٤٣).

وتتجه العديد من المؤسسات الإعلامية لتكييف البنية التحتية لغرف الأخبار لجمع وتحرير ونشر محتوى صحافة الموبايل بكفاءة عالية^(٤٤). إلى جانب الاتجاه لعمل تغييرات فى الوظائف الإعلامية للتكيف مع بيئة العمل الجديدة، وإضافة فريق وسائل رقمية، وهو مجموعة من الأشخاص للإنتاج وإدارة المحتوى عبر الإنترنت^(٤٥).

ويشير الاتجاه السائد فى المؤسسات الإعلامية إلى أن صحافة الموبايل لن تقضى على الإنتاج التقليدي، ولكنها ستعمل على ترقيته، بما يمكن أن نطلق عليه "الصحافة المتقدمة" لاستخدامها تكنولوجيا الاتصال^(٤٦)، وبالتالي لا يمكن اعتبار صحافة الموبايل شكلاً جديداً من أشكال الصحافة المسموعة والمرئية، وإنما هي تقنيات وأدوات جديدة لإنتاج المحتوى ورواية القصص^(٤٧)، ووسيلة مساعدة لوسائل الإعلام التقليدية لإنتاج محتواها بشكل أكثر كفاءة وسرعة وتوفيراً للنفقات^(٤٨).

تجارب مصرية رائدة فى توظيف صحافة الموبايل لإنتاج ونشر المحتوى المرئي:

١- تليفزيون اليوم السابع:

تليفزيون اليوم السابع أو قناة اليوم السابع المصورة (Video 7) هى أول قناة تليفزيونية مصرية تفاعلية على الإنترنت، لديها شبكة واسعة من المرسلين والمحررين الميدانيين الذين يجيدون مهارات التصوير فى جميع محافظات مصر وبعض الدول الأخرى، لرصد الأحداث فور وقوعها لحظة بلحظة، وتهتم القناة بالتفاعل مع جمهورها، وإشراكهم فى إنتاج محتوى القناة من خلال إتاحة الفرصة لهم بنشر فيديوهاتهم والتعليق على المحتوى المقدم، ووصل عدد المشتركين بموقع القناة على اليوتيوب حوالى ٣,٧ مليون مشترك^(٤٩).

ويعتبر تليفزيون اليوم السابع أول موقع فيديو فى الشرق الأوسط، يهتم بتقديم مقاطع الفيديو الحصرية، وتقارير وحوارات مع المشاهير فى مجالات الفن والرياضة وغيرها، كما يهتم بعرض القصص الإنسانية ومشكلات المواطنين، وتقدم القناة متابعات سريعة للأحداث إلى جانب التقارير المطولة فى جميع المجالات، بالإضافة إلى مجموعة متنوعة أيضاً من البرامج من بينها محشى أفكار، مع صحصاح، ساعة شيطان، بينى وبينك، الاقتصاد ببساطة، خلف خلاف، لايف مع شبانة، وليد كلينك^(٥٠).

ويقوم تليفزيون اليوم السابع بتوظيف صحافة الموبايل على مستوى المحتوى الإخباري والبث المباشر وليس البرامج، فى إطار تبنى اليوم السابع مبكراً لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث تم استبدال كل الكاميرات الصغيرة بهواتف ذكية ذات جودة عالية، وتسليم كل محرر موبايل لاستخدامه فى تغطية المحتوى الإخباري والبث المباشر للأحداث. إلى جانب غرفة الأخبار المدمجة التى تنتج المحتوى الصحفي بأشكال مختلفة يصب فى منصات متعددة بما فيها التليفزيون الديجيتال ومواقع التواصل الاجتماعي؛ ليناسب استخدام الجمهور للموبايل فى استهلاك المحتوى، وتقدم بعض القنوات التليفزيونية المصرية إنتاج صحافة الموبايل نقلاً عن اليوم السابع لقدرة الموبايل على نقل الأحداث بسرعة خاصة العاجلة منها، وتسعى اليوم السابع لتطبيق فكرة استوديو الموبايل بالكامل فى عام ٢٠٢١^(٥١).

٢- "تن موجو IOMOJO" تجربة مصرية فى صحافة الموبايل:

"تن موجو IOMOJO" هو أول استوديو فى مصر لإنتاج البرامج باستخدام الموبايل، أسسه الإعلامي هيثم الصاوى^(*) مع فريقه داخل مدينة الإنتاج الإعلامي فى ٢٠١٩. وتبنى هذا المشروع شعارًا يلخص هدفه وأدواته وهو "من هاتفنا المحمول إلى هاتفك المحمول"^(٥٢)، حيث يتم عرض المحتوى على ١٠ منصات رقمية منها فيسبوك، ويوتيوب، وساوند كلاود، ولينكد إن، وإنستجرام، وتيك توك، ويتم التصوير بشكل رأسي لغرض المشاهدة من خلال الموبايل، وهو ما تم تلخيصه فى الهاشتاج الذى تبناه المشروع "#تليفونك_تليفزيونك"^(٥٣)، كما تم تجهيز استوديو تن موجو بـ ٦ هواتف "آيفون ٨ بلس iPhone 8+"، وأجهزة "iPad" كوحدة للتحكم بديلاً عن وحدات التحكم التليفزيونية التقليدية^(٥٤).

وتبنت المشروع الشركة المالكة لقناتي Ten والغد الإخبارية بالشراكة مع بعض المؤسسات الدولية ذات الخبرة فى مجال صحافة الموبايل، منها مؤسسة Shoulderpod الأسبانية، Cinemaker الأمريكية، SAMSA الفرنسية^(٥٥).

وانتهت المقابلات التى تم إجراؤها مع عدد من فريق عمل موجو^(٥٦)، إلى أن استوديو تن موجو ينتج مجموعة من البرامج الخفيفة والمتنوعة ذات محتوى مفيد وممتع؛ لتناسب جمهور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الشباب، كما أن تن موجو كمنصة رقمية تعتبر تجربة مختلفة من حيث الموضوعات، وطريقة الكتابة، والتصوير، والإخراج؛ مما أدى إلى تغيير مفهوم صحافة الموبايل من مجرد التغطية الميدانية والتقارير إلى صناعة محتوى برامجي متكامل، إلا أن هذه التجربة واجهت العديد من التحديات فى البداية، منها ترسيخ مفهوم إنتاج المحتوى البرامجي بالموبايل لدى الجمهور والعاملين بالإعلام، وتغيير النظرة السائدة الخاصة بعدم الاقتناع بالمحتوى الذى يتم إنتاجه بالموبايل، والتشكيك فى قدرته على منافسة المحتوى الذى ينتج بالأدوات التقليدية.

كما أوضحت المقابلات مع بعض الخبراء فى مجال صحافة الموبايل والإعلام الرقمي^(٥٧)، أن تن موجو تجربة متميزة ورائدة فى صحافة الموبايل ومحتواها جيد، ولكن كان من الأفضل أن يتم التصوير خارج الاستوديو، لأن بطولية وجوده المحتوى يظهر حال تصويره بالموبايل خارج الاستوديو، كما أنها لم تستطع إلى الآن جذب المعلنين، أو أن يحظى المحتوى الذى تقدمه بمشاهدات تجعل المشروع قائم بذاته، وهذه مشكلة مرتبطة بالتسويق أكثر منها متعلقة بالتقنيات.

(*) هيثم الصاوى هو مدير تن موجو IOMOJO.

مراجعة الدراسات السابقة:

تقوم الباحثة بعرض الدراسات السابقة في إطار محورين، يرتبط أولهما باستخدام صحافة الموبايل في المؤسسات الإعلامية، ويتعلق ثانيهما بمتابعة الجمهور لصحافة الموبايل.

أ- الدراسات الخاصة باستخدام صحافة الموبايل في المؤسسات الإعلامية: ١- واقع صحافة الموبايل في المؤسسات الإعلامية:

توصلت دراسة أنجا سيلزمان Anja Salzman وآخرين^(٥٨) (٢٠٢٠) من خلال مجموعة من المقابلات المتعمقة مع مدربين عالميين لصحافة الموبايل، إلى أن ممارسات صحافة الموبايل يتم تبنيها بشكل أسرع في أوروبا الشرقية وبعض البلدان النامية، ويتبنى الصحفيون هذه التكنولوجيا الجديدة للحفاظ على وظائفهم وزيادة الطلب عليهم. وأوضحت دراسة أحمد دين Ahmed Deen^(٥٩) (٢٠١٩)، أن صحفيي الموبايل السعوديين لديهم تصورات إيجابية بشكل واضح تجاه صحافة الموبايل، ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة استخدام الموبايل بين المواطنين السعوديين، ويرى صحفيو الموبايل السعوديون أن تقليل سلبيات صحافة الموبايل مرتبط بأخلاقيات البحث عن الأخبار والتحقق منها.

وفي ذات السياق، انتهت دراسة رحاب هاني Rehab Hany^(٦٠) (٢٠١٤) بالتطبيق على ١٢٨ صحفي وخبير إعلامي في مصر وبريطانيا (٧٨ من المؤسسات الصحفية المصرية، ٥٠ من المؤسسات الصحفية البريطانية)، إلى وجود مفهوم مختلف لدى الصحفيين المصريين والبريطانيين حول كيفية توظيف الموبايل في العمل الإعلامي، ويرى (٥٦,٤%) من الصحفيين المصريين أن إدارات المؤسسات الصحفية المصرية ليست مهتمة بتوظيف ودعم استخدام صحافة الموبايل، في حين أن (٦٠%) من الصحفيين البريطانيين مقتنعون أن الإدارات في المؤسسات الصحفية البريطانية مهتمة بتوظيف هذه التكنولوجيا في إنتاج المحتوى.

ومن خلال تحليل مهام أكثر من ٧٠٠ وظيفة شاغرة في أفضل ١٠ مؤسسات تليفزيونية وصحفية في الولايات المتحدة، وإجراء مقابلات متعمقة مع مديري الأخبار بها، أوضحت دراسة ديبورا وينجر Debora Wenger وآخرين^(٦١) (٢٠١٤)، أن مجموعة كبيرة من الوظائف تتطلب مهارات متنقلة بما في ذلك المذيعين والمراسلين، وأن مسئولى هذه المؤسسات يرون أنه من المهم أن يكون الموظفون الجدد على دراية كافية باستخدام الموبايل في جمع الأخبار، والتفاعل مع جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، ونشر المحتوى بشكل مناسب لمنصة النشر.

٢- مزايا استخدام صحافة الموبايل في المؤسسات الإعلامية:

توصلت دراسة جو كانافيلهاس João Canavilhas^(٦٢) (٢٠٢١) إلى أن تعدد استخدامات الموبايل وإمكانياته الجديدة أنتج مجموعة من المزايا، ليس فقط للصحفيين كالاتقالية ونقل الأحداث مباشرة فور وقوعها، ولكن أيضاً لمستهلكي الأخبار الذين يمكنهم متابعة الأخبار على هواتفهم، كما أصبحت صحافة الموبايل أكثر عالمية نظراً لاستجابتها لتوقعات الجمهور، وخاصة الشباب الذين لا يفضلون الصحافة التقليدية.

وأضافت دراسة بيركا ماكسيمائين Pirkka Maksimainen^(٦٣) (٢٠٢٠) من خلال مراجعة الدراسات السابقة والمقابلات المتعمقة مع مجموعة من الصحفيين المتنقلين،

أن صحافة الموبايل تعمل على تحسين التفاعل فى القصص الإخبارية، وتمكن من تغطية الأحداث التى يصعب تغطيتها بالوسائل التقليدية، وتقليل التكلفة، إلا أنها تتطلب مهارات متعددة لدى الصحفي، والتدقيق والتحقق من المحتوى.

ومن خلال التجربة الحية للصحفيين المتنقلين فى النرويج وبنغلاديش وأوغندا، انتهت دراسة أستا ليديرسين Asta Lydersen^(٦٤) (٢٠٢٠) إلى أن الموبايل أكثر تشجيعاً من الكاميرات الكبيرة للضيوف على التحدث، وهو الأكثر أماناً وسلامة للصحفيين؛ لأنه يسمح بالعمل دون جذب الانتباه، كما ساعد الموبايل على إتاحة الفرصة للمجموعات النائية والمهمشة للتعبير عن نفسها، مما ساهم فى تغيير محتوى وممارسات الوسائل الإعلامية وعلاقتها بجمهورها. وأكد الصحفيون فى غانا وباكستان على ميزة توفير صحافة الموبايل لمستوى أعلى من السلامة للصحفيين، حيث أشارت دراسة ساديا جميل Sadia Jamil وجيفتى أدجاي Gifty Appiah-Adjei^(٦٥) (٢٠١٩) إلى وجود عدة تأثيرات إيجابية لصحافة الموبايل مثل سهولة تنقل الصحفيين بسرعة، والإنتاج الاقتصادي للأخبار، ومستوى سلامة أفضل، إلا أن الدراسة كشفت أيضاً عن ضرورة توخي الصحفيين لمبادئ المسؤولية الاجتماعية؛ لضمان عدم تأثير الأخبار المزيفة على جودة الصحافة، وحق الجمهور فى المعرفة.

وفى ذات السياق، أكدت دراسة بانو كارهونين Panu Karhunen^(٦٦) (٢٠١٧) من خلال مقابلة ١١ صحفياً متنقلاً فى مؤسسات إعلامية عامة، فى الولايات المتحدة، وهولندا، وألمانيا، وأيرلندا، وإيطاليا، وأستراليا، وقطر، على مزايا صحافة الموبايل ومنها ميزة "الكل فى جهاز واحد"، وحرية وسهولة التنقل، وقلة التكلفة المادية، بالإضافة إلى أن الأفراد يفضلون إجراء مقابلات فى Vox Pop (برامج صوت الشارع) مع صحفى متنقل أكثر من طاقم تليفزيونى متعدد الأشخاص، وأشار ٤ فقط منهم إلى أن كاميرا الموبايل تفتقد إلى ميزة التكبير التى تنتقص من جودة الصورة، وبالتالي يصبح الموبايل غير مناسب فى نقل بعض الأحداث التى لا يستطيع الصحفي الاقتراب منها مثل المباريات الرياضية.

وأضافت دراسة صلاح صالح Salah Salih^(٦٧) (٢٠١٧) باستخدام الملاحظة، والمقابلات، ومجموعات النقاش المركزة مع الصحفيين فى إقليم كردستان بالعراق، أن الموبايل أداة قوية للصحفيين خاصة فى المناطق الخطرة؛ نظراً للحرية والاستقلالية التى يمنحها للصحفي، وصغر حجمه، مما يمكن من استخدامه فى المناطق التى لا يسمح فيها بالعمل الصحفي، إلى جانب تكلفة الإنتاج الاقتصادية، وعدم الاحتياج لتدريب مطول لاستخدامه، بما يسمح للمؤسسات الإعلامية بتوسيع شبكة مراسليها فى أنحاء العالم. واتفقت نتائج دراسة جوستين بلانكينشيب Justin Blankenship^(٦٨) (٢٠١٦) مع النتائج السابقة، حيث أشارت إلى أنه بمقارنة الصحفيين المتنقلين بالعاملين ضمن طاقم إخباري تليفزيوني تقليدي، فإن الصحفيين المتنقلين يشعرون بمزيد من الاستقلالية، والتحرر من القيود التنظيمية والروتين، إلا أنهم لديهم معرفة متخصصة أقل من العاملين ضمن طاقم إخباري تقليدي.

٣- مقترحات لتفعيل استخدام صحافة الموبايل فى المؤسسات الإعلامية:

بحثت دراسة جوستين بلانكينشيب Justin Blankenship ودانيال ريف Daniel Riffe^(٦٩) (٢٠٢١) نظرة ٢٢٢ من المراسلين و ١٥٩ من مديري الأخبار فى محطات

التليفزيون المحلية بالولايات المتحدة الأمريكية لصحافة الموبايل، والذين أوضحوا ضرورة استخدام الصحفيين المنفردين بشكل مختلف عن طواقم الأخبار، كما أنهم مدركين تمامًا لأن صحافة الموبايل ستكون جزءًا لا يتجزأ من مستقبل الأخبار التليفزيونية.

وكشفت دراسة ساديا جميل Sadia Jamil وجيفتى أدجاي-Gifty Appiah- Adjei^(٧٠) (٢٠١٩)، أن الاتجاه المتزايد للأخبار الكاذبة يسلط الضوء على الحاجة إلى تدريب الصحفيين المتنقلين على كيفية التحقق من الأخبار لضمان جودة الصحافة. وفي ذات السياق، أوضحت دراسة أنوب كومار Anoop Kumar وشوايب حانيف Shuaib Haneef^(٧١) (٢٠١٨)، من خلال بحث كيفية دمج صحيفة هندوستان تايمز في الهند لصحافة الموبايل في ممارستها الصحفية، أنه من الضروري تطوير قدرات الصحفيين وتدريبهم على صحافة الموبايل، وكيفية إنتاج تقارير ومقاطع فيديو باستخدام الموبايل لمشاهدتها من خلال الهواتف أيضًا.

وأكدت دراسة سناء يوسف^(٧٢) (٢٠١٨) من خلال مجموعة من المقابلات مع خبراء وصحفيين مهتمين بمجال صحافة الموبايل، على ضرورة تطوير قدرات الصحفيين من خلال الدورات التدريبية على توظيف الموبايل في إنتاج المحتوى، والاستفادة من مزاياه، ومدعم بهواتف ذكية متطورة مزودة بخدمة الإنترنت، مع ضرورة وضع نظام أخلاقي للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي.

ب- متابعة الجمهور لصحافة الموبايل:

توصلت دراسة طارق الصعیدی^(٧٣) (٢٠٢٠) بالتطبيق على عينة من الشباب المصري في محافظات مصر، إلى ارتفاع اعتماد الشباب على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا، وكانت أبرز أسباب الاعتماد على صحافة الموبايل السرعة والفورية في نقل الأخبار، وسهولة الاستخدام، وقلة التكاليف، وإتاحة أشكال متعددة للمحتوى من نصوص وصور وفيديوهات، وإمكانية التأكد من مصداقية المحتوى. وأوضحت دراسة أيمن إبراهيم^(٧٤) (٢٠٢٠) ارتفاع معدل اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الموبايل في متابعة جائحة كورونا، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الموبايل التي يتابعونها، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية، ثم تطبيقات الأخبار ومواقع الصحف.

وأكدت دراسة طلعت عبد الحميد وسائد سعيد^(٧٥) (٢٠١٩) على ذات النتائج، حيث توصلت إلى أن الشباب الفلسطيني يعتمد على صحافة الموبايل في أوقات الأزمات بنسبة (٧٧,٨%)، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الموبايل التي يعتمدون عليها في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة (٨٨,٢%)، يليها متصفحات الموبايل، ثم التطبيقات الإخبارية، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية.

وأشارت دراسة خمائل خلف وعبد الأمير الفيصل^(٧٦) (٢٠٢٠) إلى أن أهم الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي العراقي لاستخدام صحافة الموبايل تتمثل في البحث عن المعلومات (٩١%)، وتبادل الأفكار مع الآخرين (٨٨,٧%)، وتبادل الصور ومقاطع الفيديو (٨٨,٥%)، وكانت أبرز الموضوعات التي يفضلونها في صحافة الموبايل هي الموضوعات الاجتماعية (٦١%)، والموضوعات الشبابية (٤٧,٥%)، والموضوعات الرياضية (٣٧,٥%). وأضافت دراسة ابتسام قادري^(٧٧) (٢٠١٩) أن (٧٠%) من الطلبة الجامعيين الجزائريين في عينة الدراسة يرون أن صحافة الموبايل تقدم كل ما هو جديد، وأنها تمتاز

بالمصادقية (٧٢%)، وأنها بديل عن الصحافة التقليدية (٤٨%)، وكانت الإناث هن الأكثر استخدامًا لصحافة الموبايل بنسبة (٧٢%) مقابل (٢٨%) للذكور.

التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- تتلخص نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة فيما يلي:
 - استخدام صحافة الموبايل في العمل الإعلامي أصبح ضرورة، ويوجد اتجاه لتبنى هذه التكنولوجيا الجديدة من جانب الإعلاميين.
 - تتعدد مزايا استخدام الموبايل في العمل الإعلامي، ومن أبرزها استقلالية الإعلاميين، وإمكانية نقل الأحداث مباشرة فور وقوعها بأبسط الإمكانيات، كما أن الموبايل أكثر تشجيعًا للضيوف على التحدث من الكاميرات الكبيرة، وهو أكثر أمانًا وسلامة للصحفيين، ويوفر سهولة التنقل وتقليل تكلفة الإنتاج، مع إمكانية إنتاج المحتوى بالكامل ونشره من خلال جهاز واحد، وعدم الاحتياج لتدريب مطول لاستخدامه في إنتاج المحتوى.
 - تتمثل أبرز مقترحات تفعيل استخدام الموبايل في المؤسسات الإعلامية في ضرورة استخدام الصحفيين المنفردين بشكل مختلف عن الطواقم الكبيرة، والحاجة إلى تدريب الصحفيين وتطوير قدراتهم في مجال توظيف الموبايل لإنتاج المحتوى، ومدعم بهواتف ذكية متطورة مدعومة بخدمة الإنترنت، وضرورة توخي الصحفيين المتقنين لمبادئ المسؤولية الاجتماعية والتحقق من الأخبار والمعلومات.
- ٢- يوجد مفهوم مختلف لصحافة الموبايل في الدراسات العربية عن الدراسات الأجنبية، فالدراسات العربية تقدم صحافة الموبايل باعتبارها تعنى تطبيقات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الإخبارية، والتطبيقات الصوتية والمرئية، ومتصفحات الموبايل، أي أن الدراسات العربية تنظر لصحافة الموبايل باعتبار أن الموبايل وسيط لنقل الأخبار والمعلومات وليس أداة لإنتاج المحتوى، أما على مستوى الدراسات الأجنبية فهناك وعي كامل لمفهوم صحافة الموبايل، والذي يتمثل في إنتاج تقارير وقصص ومقاطع فيديو بالكامل باستخدام الموبايل، وإرسالها للمؤسسة الإعلامية أو نشرها على المواقع الإلكترونية.
- ٣- تتعدد مسميات وترجمة Mobile Journalism على مستوى الدراسات العربية، وتشمل صحافة الموبايل، صحافة الهاتف الذكي، صحافة الهاتف المحمول، أما على مستوى الدراسات الأجنبية فيتم التعبير عن هذا الشكل من إنتاج المحتوى بـ Mobile Journalism (صحافة الموبايل)، Solo Journalism (الصحافة المنفردة)، MOJO (صحافة الموبايل) وهي اختصار كلمتي Mobile (Mo) و Journalism (Jo).
- ٤- ركزت الدراسات العربية على متابعة الجمهور لصحافة الموبايل، وخاصة الشباب والطلبة الجامعيين، في حين ركزت الدراسات الأجنبية على الممارسين والخبراء في مجال صحافة الموبايل.
- ٥- اعتمدت الدراسات العربية على أدوات كمية في جمع البيانات مثل الاستبيان، بينما اعتمدت الدراسات الأجنبية على أدوات كيفية مثل الملاحظة، والمقابلات المتعمقة، ومجموعات النقاش المركزة، وتحليل المستوى الثاني.

٦- اعتمدت الدراسات العربية فى مجال صحافة الموبايل على نظريات علمية مثل الاعتماد على وسائل الإعلام، والاستخدامات والإشباع، بينما لم تعتمد الدراسات الأجنبية فى معظمها على أية نظريات.

تساؤلات البحث:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما درجة تبنى القنوات التليفزيونية المصرية لصحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم محتواها؟
- ما أوجه استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج محتوى القنوات التليفزيونية المصرية على مستوى الشكل (تقارير - أخبار - أفلام وثائقية - برامج... إلخ)، وعلى مستوى المضمون (سياسي - اقتصادي - اجتماعي... إلخ)؟
- ما مستويات استخدام صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية المصرية (جمع المعلومات - إجراء مقابلات تليفزيونية عبر التطبيقات الإلكترونية - مقابلات ميدانية - التصوير - الإنتاج بالكامل - الإنتاج وتقديم المحتوى - الاستعانة بإنتاج مواقع أخرى)؟
- ما مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات التليفزيونية المصرية لمهارات صحافة الموبايل؟
- ما مدى تشجيع قيادات القنوات التليفزيونية المصرية على استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى (على مستوى توفير التكنولوجيا الخاصة بصحافة الموبايل - توفير فرص للتدريب - عناصر أخرى)؟
- ما أوجه التطوير التى يضيفها استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية؟
- ما تحديات استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية؟
- كيف يمكن تطوير استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية؟
- ما مستقبل صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية المصرية، وتأثير هذه التكنولوجيا على أدوات الإنتاج التقليدية؟

الإطار المنهجي للبحث:

نوع البحث ومنهجه:

تنتمى هذه الدراسة للبحوث الاستطلاعية، بالاعتماد على الأسلوب الكيفي Qualitative method، الذى يُمكن من الفهم الشامل والمتعمق لتوظيف صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، واستقراء الواقع، واستشراف المستقبل فيما يتعلق بتوظيف هذه التكنولوجيا بهذه القنوات ومواقعها الإلكترونية.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة فى الممارسين والقيادات بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، وتم إجراء الدراسة على عينة متاحة قوامها ٤٠ مفردة من الممارسين والقيادات بهذه القنوات^(٧٨).

ويعرض الجدول التالي توصيفًا دقيقًا لتوزيع عينة الدراسة.

المستوى الوظيفي		الممارسين		القيادات		الإجمالي	
نوع القنوات		ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الحكومية		٨	٢٠	١٥	٣٧,٥	٢٣	٥٧,٥
القنوات الخاصة		١٢	٣٠	٥	١٢,٥	١٧	٤٢,٥
الإجمالي		٢٠	٥٠	٢٠	٥٠	٤٠	١٠٠

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على دليل المقابلة المتعمقة، من خلال إجراء مجموعة من المقابلات المقننة مع عينة الدراسة، وتم استخدام الأسئلة المفتوحة المحددة مسبقًا، بما يسمح بالتعبير على الرأي بحرية، وتضمن دليل المقابلة عدة محاور رئيسية هي: درجة تبنى صحافة الموبايل بالقنوات التلفزيونية المصرية في إنتاج وتقديم المحتوى، أوجه استخدام صحافة الموبايل ومستوياته، مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات التلفزيونية المصرية لمهارات صحافة الموبايل، مدى تشجيع بيئة العمل الإعلامي داخل القنوات المصرية على تبنى صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى، مزايا وتحديات استخدام صحافة الموبايل بالقنوات التلفزيونية ومواقعها الإلكترونية وآليات تطوير هذا الاستخدام، مستقبل صحافة الموبايل بهذه القنوات ومواقعها، تقييم تجربة تبن موجه في استخدام صحافة الموبايل لإنتاج المحتوى ونشره. وتم عرض دليل المقابلة على مجموعة من أساتذة الإعلام بجامعة القاهرة^(٧٩)؛ لاختبار صدقها، والتأكد من تحقيقها لأهداف البحث، والإجابة عن تساؤلاته.

وقامت الباحثة بإجراء المقابلات مع عينة الدراسة، وجمع البيانات في الفترة من ٢٠٢١/١/٧ وحتى ٢٠٢١/٢/٣، عبر تطبيقات الموبايل الخاصة بالتواصل مثل واتس آب، لينكد إن، ماسنجر؛ نظرًا لظروف جائحة كورونا، وتم تلقي إجابات عينة الدراسة من خلال رسائل مكتوبة أو مسجلة .

تفريغ البيانات وتحليلها:

قامت الباحثة بتفريغ ورصد الإجابات وتجميعها في فئات تنظم عرض نتائج الدراسة، حيث تم تحديد أربع مجموعات فرعية لتفريغ الإجابات ورصدها، هي:

- مجموعة الممارسين بالقنوات المصرية الحكومية.
- مجموعة الممارسين بالقنوات المصرية الخاصة.
- مجموعة القيادات بالقنوات المصرية الحكومية.
- مجموعة القيادات بالقنوات المصرية الخاصة.

تلى ذلك تجميع الإجابات لكل سؤال من أسئلة دليل المقابلة في كل مجموعة من هذه المجموعات على حدة؛ للمقارنة بين إجابات الأربعة مجموعات والتي تمثل الممارسين والقيادات بالقنوات الحكومية والخاصة، وتحديد الاتجاه الغالب على إجابات الممارسين والقيادات بهذه القنوات في كل سؤال من أسئلة دليل المقابلة، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف في تقييمهم لتوظيف صحافة الموبايل بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، والخروج برؤية عامة لواقع ومستقبل صحافة الموبايل بهذه القنوات ومواقعها.

التعريفات الإجرائية:

- **صحافة الموبايل:** صحافة مهنية يستخدم فيها الموبايل لإنتاج المحتوى ونشره، بدءًا من جمع المعلومات، والاتصال بالمصادر، وإجراء المقابلات، والتصوير، وكتابة النصوص والمونتاج، وأخيرًا نشر المحتوى وتقديمه سواء على شاشات القنوات التلفزيونية أو على مواقعها الإلكترونية.
- **المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية:** هي مواقع القنوات التلفزيونية على الإنترنت، وأيضًا منصاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- **القيادات بالقنوات التلفزيونية:** جميع العاملين من درجة مدير عام فيما فوق.

النتائج العامة للبحث:

١- درجة تبني القنوات التلفزيونية المصرية لصحافة الموبايل في إنتاج وتقديم محتواها مقارنة بالقنوات التلفزيونية في الدول الأخرى:

يرى غالبية الممارسين في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أن القنوات المصرية تتبنى صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم محتواها بدرجة ضعيفة مقارنة بالقنوات التلفزيونية في الدول الأخرى. وأوضح الممارسون بالقنوات الحكومية أن التلفزيون المصري يستخدم صحافة الموبايل ليس بشكل أساسي، ولكن في تغطية الأحداث الطارئة ويقدر محدود، كما زاد استخدام صحافة الموبايل إلى حد ما مؤخرًا مع جائحة كورونا.

وأشار معظم الممارسين بالقنوات الخاصة إلى أن استخدام صحافة الموبايل ضعيف في بعض القنوات التلفزيونية المصرية، ولا تلجأ إلى صحافة الموبايل إلا في حالات الضرورة، كتغطية مظاهرة أو حدث مفاجئ، كما ارتبط استخدام صحافة الموبايل في بعض القنوات بترشيد النفقات، وعدم توفر الكاميرات في بعض الأحيان أكثر من ارتباطه بالاعتناء بالفكرة وجدواها. وفيما يتعلق بعرض محتوى القنوات التلفزيونية على المنصات المختلفة سواء كانت مواقعها على الإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي، فإن القنوات المصرية تنتج محتوى تلفزيوني ثم تسوقه على هذه المنصات، ولا تنتج محتوى خاص بهذه المنصات، وهذا على عكس قنوات مثل RT (روسيا اليوم Rosia Today)، التي أنتجت محتوى خاص لتلك المنصات، وجذبت شرائح كثيرة من المجتمعات العربية.

وعلى مستوى القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، يرى غالبيتهم أيضًا أن القنوات المصرية تتبنى صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم محتواها بدرجة ضعيفة مقارنة بالقنوات التلفزيونية في الدول الأخرى. ويتفق عدد كبير من القيادات بالقنوات الحكومية مع الممارسين في ذات القنوات على أن تبني القنوات المصرية لصحافة الموبايل ضعيف، ولكنه زاد إلى حد ما في الآونة الأخيرة بسبب الظروف التي فرضتها جائحة كورونا، كما بدأت القنوات المصرية في استخدام صحافة الموبايل في حالات الطوارئ أو الأحداث الهامة مثل الانتخابات.

وفيما يخص القيادات بالقنوات الخاصة، انقسمت الآراء ما بين رأي يرى أن استخدام صحافة الموبايل في القنوات المصرية ضعيف مقارنة بالدول الأخرى، ولم يرق للمستوى

المطلوب حتى الآن. ورأي آخر يرى أن درجة تبني القنوات المصرية لصحافة الموبايل جيدة إلى حد ما، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أبرزها جائحة كورونا، والمنافسة بين القنوات والرغبة في تقديم محتوى مميز، وهذا أجبر القنوات المصرية على اللجوء للتطبيقات عبر الموبايل سواء في إجراء الحوارات التلفزيونية عبر زوم Zoom وسكايب Skype أو في البث المباشر. وفيما يتعلق بعرض محتوى القنوات التلفزيونية على مواقعها الإلكترونية، اتفقت رؤية القيادات بالقنوات الخاصة مع الممارسين في ذات القنوات، فالقنوات المصرية لا تنظر للموبايل إلا على أنه وسيط للعرض وليس نمط للإنتاج، وبالتالي فهذه القنوات لا تعمل وفقاً لشروط ومتطلبات هذا الوسيط.

٢- الفرق بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في توظيف صحافة الموبايل لإنتاج المحتوى وتقديمه:

اتفق الممارسون في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة على أن هناك فرق بين القنوات الحكومية والخاصة في توظيف صحافة الموبايل لإنتاج المحتوى وتقديمه بهذه القنوات لصالح القنوات الخاصة، ويرجع ذلك من وجهة نظرهم إلى أن القنوات الخاصة أكثر توظيفاً للتكنولوجيا، بحكم تحررها من قيود تنظيمية كثيرة، ولعدم وجود بيروقراطية وروتين يعيق استخدامها لهذه التكنولوجيا، كما أن مفهوم صحافة الموبايل لم يصل بشكل كامل للقنوات المصرية الحكومية.

واتفقت القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة مع الممارسين بذات القنوات على أن هناك فرق بين القنوات الحكومية والخاصة في توظيف صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى وتقديمه بهذه القنوات لصالح القنوات الخاصة. ورغم اتفاق وجهة نظر القيادات بالقنوات الحكومية والخاصة، إلا أن الأسباب اختلفت، فالقيادات بالقنوات الحكومية يرون أن قنواتهم أقل في توظيف صحافة الموبايل، نظراً لأن القنوات الحكومية لديها التزام تام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والمهنية، وليس لديها الجرأة الكافية لاستخدام صحافة الموبايل على نطاق واسع في إطار حرصها على الذوق العام، فالقنوات الحكومية أكثر تحفظاً وأقل تطويعاً للتكنولوجيا، أما القنوات الخاصة لديها توظيف أكبر لصحافة الموبايل، نظراً لحرصها على نسب المشاهدة، ولديها مرونة أكبر في استخدام التكنولوجيا.

بينما أوضحت القيادات بالقنوات الخاصة أنها تعتمد بشكل أكبر من القنوات الحكومية على صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى وتقديمه نظراً للتكلفة القليلة، كما أن القنوات الخاصة أقل بيروقراطية، وأفضل من حيث الإمكانيات والتدريب، وأكثر بحثاً عن الانفرادات والتواصل مع الجمهور.

٣- القنوات والبرامج التلفزيونية المصرية التي تقوم بتوظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى:

أشار أغلب الممارسين في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة إلى أن قنوات دى إم سى Dmc، إكسترا نيوز extra news، تن Ten، القاهرة والناس، النهار، القناة الأولى بالتلفزيون المصري من القنوات المصرية التي توظف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم محتواها، وخاصة على مستوى برنامج مساء دى إم سى على قناة Dmc، وفي تقديم الأخبار والأحداث الطارئة على قناة إكسترا نيوز، وبرنامج حديث القاهرة على القاهرة والناس، وعدة قصص وتحقيقات تم إنتاجها بالكامل بالموبايل وتم عرضها في برنامج باب الخلق بقناة

النهار، وبرنامجي صباح الخير يا مصر والتاسعة على القناة الأولى بالتلفزيون المصري. وأوضح الممارسون بالقنوات الحكومية أن القناة الأولى وقناة النيل للأخبار تستخدمان صحافة الموبايل، ولكن بقدر ضئيل في إجراء مقابلات تليفزيونية مع الضيوف داخل مصر وخارجها من خلال تطبيقات الموبايل كتطبيق زوم Zoom وسكايب Skype، وذلك في ظل تداعيات جائحة كورونا.

وعلى مستوى الممارسين في القنوات الخاصة، أكد عدد كبير منهم أن توظيف صحافة الموبايل يتم بشكل جزئي في الأخبار وبرامج التوك شوز Talk shows، حيث أشار أحد الممارسين^(*) من واقع تجربته وعمله في أربع قنوات خاصة هي النهار، الحياة، صدى البلد، تن Ten، أنه لا يوجد توظيف بشكل كامل لصحافة الموبايل، وإنما هو توظيف جزئي أقرب لمفهوم المالتيميديا، أي إدخال لقطات أو محتوى تم تصويره بالموبايل داخل المحتوى التليفزيوني، وليس بمفهوم استخدام صحافة الموبايل بشكل كامل في إنتاج المحتوى وتقديمه.

أما على مستوى القيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة، أشار عدد كبير منهم أيضاً إلى أن قنوات إكسترا نيوز extra news، دى إم سى Dmc، الحياة، أون ON، تن Ten، القناة الأولى والنيل للأخبار بالتلفزيون المصري من القنوات المصرية التي توظف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم محتواها، وذلك على مستوى عدد من البرامج على سبيل المثال: برنامجي الآن، والمواجهة، والنشرات الإخبارية بقناة إكسترا نيوز، برامج ٨ الصبح، اليوم، مساء دى إم سى بقناة Dmc، برنامج الحياة اليوم بقناة الحياة، برنامج كلمة أخيرة مع لميس الحديدي بقناة أون ON، برنامجي صباح الخير يا مصر، والتاسعة، والنشرات الإخبارية بالقناة الأولى في التلفزيون المصري.

وتشابهت رؤية القيادات بالقنوات الحكومية مع الممارسين بذات القنوات، حيث أوضحت القيادات أن القناة الأولى بالتلفزيون المصري تستخدم صحافة الموبايل في متابعة الحالة المرورية، وتقديم بث مباشر أحياناً لبعض التقارير خلال ساعات برنامج صباح الخير يا مصر، إلى جانب تقديم لقاءات عبر زوم Zoom وسكايب Skype، وأشار عدد من القيادات في القنوات الحكومية إلى أن قطاع الأخبار يوظف صحافة الموبايل بشكل محدود وجزئي، وكذلك معظم القنوات المصرية التي تقدم أخبار وبرامج إخبارية.

وأوضحت القيادات بالقنوات الخاصة أن معظم القنوات المصرية أصبحت توظف صحافة الموبايل بشكل جزئي، وهو ما أكده الممارسون بذات القنوات، وأشارت إحدى القيادات^(**) أن قناة إكسترا نيوز لها تجربة في هذا الصدد من خلال استخدام الموبايل عن طريق مراسليها في الخارج، حيث يتم استخدام الهواتف الذكية ذات التقنيات العالية في التصوير لإنتاج تقارير ولقاءات على مستوى الحدث. كما أوضحت القيادات بالقنوات الخاصة أن هناك إدراك من قبل القنوات التليفزيونية لأن الجمهور على الموبايل لا يشاهد

(*) مقابلة مع د/ أباي أبوزيد، رئيس تحرير برنامج "بيت دعاء" على قناة تن Ten.

(**) مقابلة مع أ/ محمد حلمي، مدير تحرير قناة سي بي سي cbc.

لوقت طويل، وبالتالي قامت بتجزئة الأعمال المهمة فى مستوى عشر دقائق لكل جزء لعرضها على مواقعها الإلكترونية، لكن لا يوجد منتج مستقل للموبايل كوسيط.

٤- أوجه استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج محتوى القنوات التليفزيونية المصرية على مستوى الشكل والمضمون:

أوضح الممارسون فى القنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة أن التقارير والأخبار من أبرز الأشكال الإعلامية التى يتم فيها الاستعانة بصحافة الموبايل، ولكن بشكل جزئى وليس إنتاج بشكل كامل. واتفق الممارسون فى القنوات الحكومية والخاصة على أن القنوات المصرية تستخدم اللقطات التى تم التقاطها بالموبايل فى الأحداث الطارئة، وخاصةً إذا كانت خارج مصر مثل اقتحام الكونغرس الأمريكى خلال التصديق على نتائج الانتخابات الأمريكية، مما يعنى أن الموبايل يستخدم لتغطية الأحداث ومواكبة التطورات بالاعتماد على فكرة one man crew.

أما على مستوى طبيعة المضمون الذى يتم فيه توظيف صحافة الموبايل، أشار معظم الممارسين فى القنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة إلى أن المضمون السياسي والرياضي والاجتماعي من أكثر المضامين التى توظف فى القنوات المصرية صحافة الموبايل.

واتفقت القيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة مع الممارسين بذات القنوات على أن التقارير والأخبار من أبرز الأشكال الإعلامية التى يتم فيها الاستعانة بصحافة الموبايل، وخاصةً فى التغطيات الحية للأحداث. وعلى مستوى طبيعة المضمون الذى يتم فيه توظيف صحافة الموبايل، أوضحت القيادات أيضًا أن صحافة الموبايل يتم توظيفها فى المضمون السياسي والرياضي والاجتماعي.

٥- مستويات استخدام صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية المصرية:

أكد الممارسون فى القنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة أن استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية يتمثل بشكل أساسي فى النقل والاستعانة بإنتاج المواقع الإخبارية، مثل محتوى صحافة الموبايل الذى تقدمه مواقع اليوم السابع، ومصراوى، والقاهرة ٢٤، وغيرها، وإجراء مقابلات تليفزيونية مع الضيوف عبر التطبيقات الإلكترونية على الموبايل مثل زووم Zoom وسكايب Skype، بدلاً من استضافتهم فى الاستوديو نظراً لظروف جائحة كورونا.

وأوضح عدد من الممارسين بالقنوات الحكومية والخاصة أن القنوات المصرية تستخدم أحياناً بعض الصور الثابتة أو الفيديوهات التى تم تصويرها بالموبايل، وتوظفها داخل البرامج مثل حالة الطقس السىء أو الحوادث والأحداث الطارئة، كما أوضح الممارسون بالقنوات الحكومية أنه لا يمكنهم الاستعانة بأى مواد أو محتوى من مواقع أخرى عدا المواقع الحكومية الرسمية فقط مثل رئاسة الجمهورية ومجلس الوزراء.

وأشارت القيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة إلى أن استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية يتمثل فى اللقاءات الميدانية مع المصادر، وإجراء مقابلات تليفزيونية عبر التطبيقات الإلكترونية مثل زووم Zoom وسكايب Skype خاصةً فى ظل ظروف جائحة كورونا، إلى جانب النقل والاستعانة بإنتاج

المواقع الإخبارية مثل اليوم السابع، مصراوى، القاهرة ٢٤، الوطن، وغيرها، وهى ذات الرؤية التى طرحها الممارسون فى ذات القنوات. وأكدت القيادات بالقنوات الحكومية أنها لا تعتمد على إنتاج المواقع الخاصة بأى حال من الأحوال، وهذا ما أكده أيضاً الممارسون فى القنوات الحكومية. كما أشارت إحدى القيادات السابقة بقناة أون لايف^(*) أن استخدام صحافة الموبايل يتم بخطا حذرة، وبالتالي استخدامها فى إنتاج المحتوى ضعيف.

٦- مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات التلفزيونية المصرية لمهارات صحافة الموبايل:

أشار الممارسون بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة إلى أن مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات المصرية لصحافة الموبايل يتراوح ما بين ضعيف إلى متوسط. وأكد معظم الممارسين فى القنوات الحكومية أن مستوى إجادة الإعلاميين لمهارات صحافة الموبايل بالقنوات الحكومية ضعيف، ويكون فى الغالب اجتهادات شخصية، وقليل منهم من يحترف استخدام الموبايل فى إنتاج المحتوى.

فى حين أوضح عدد كبير من الممارسين فى القنوات الخاصة أن مستوى إجادة الإعلاميين لمهارات صحافة الموبايل بالقنوات الخاصة متوسط، وأن معظم الإعلاميين الشباب بهذه القنوات لديهم مهارات صحافة الموبايل والتكنولوجيا بوجه عام، ولكن المشكلة أين سيتم عرض إنتاجهم، حيث يوجد تشكيك فى جودة المحتوى، والتزام قوي بمعايير وشروط المحتوى المقدم بالتلفزيون، والاعتقاد بأن صحافة الموبايل مرتبطة بالمواقع ومنصات التواصل الاجتماعي.

وأوضحت القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أن مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات المصرية يتراوح ما بين ضعيف إلى متوسط، وهو ذات التقييم الذى طرحه الممارسون بهذه القنوات، حيث أكدت بعض القيادات بالقنوات الحكومية إلى وجود دورات محدودة يتم عقدها بالقنوات التلفزيونية للتدريب على صحافة الموبايل، ولكن لم يتم الوصول حتى الآن إلى المستوى المطلوب، بينما أكد البعض الآخر على أن شباب الإعلاميين بالقنوات المصرية يتقنون صحافة الموبايل بشكل جيد.

وأشارت القيادات بالقنوات الخاصة إلى أن مستوى إجادة الإعلاميين نسبي، ويختلف من قناة لأخرى، ولكن بشكل عام الأمر يحتاج إلى مزيد من الدورات التدريبية والتأهيل، كما أن هناك محاولات عديدة جيدة لإعلاميين مصريين فى إنتاج المحتوى بالموبايل بشكل كامل لبعض القنوات، لكنها ليست قنوات مصرية.

٧- تشجيع قيادات القنوات التلفزيونية المصرية على استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى:

أفاد معظم الممارسين بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أن تشجيع قيادات القنوات المصرية على استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى، سواء على مستوى توفير التكنولوجيا الخاصة بصحافة الموبايل أو على مستوى توفير فرص للتدريب

(*) مقابلة مع أ/ أحمد عبد التواب، رئيس قناة أون لايف ON live سابقاً، ومدير الإخراج فى قناة الشرق الإماراتية حالياً.

منعدم تمامًا أو ضعيف جدًا. وأوضح الممارسون فى القنوات الحكومية أن قياداتهم لا تؤمن بصحافة الموبايل وتعتبرها شيء ثانوي، ولا تعمل على توفير معدات أو تقنيات صحافة الموبايل، أو توفير فرص تدريب، واستخدام التكنولوجيا وصحافة الموبايل هو اجتهاد شخصي من العاملين.

من جهة أخرى، أكد الممارسون فى القنوات الخاصة أن القنوات المصرية تعيش أزمة حقيقية، وتعانى من مشاكل فى التمويل، ونقص الإمكانيات، وتقليص العمالة، وتسريح عدد من الكوادر، إلى جانب أن الكوادر الموجودة تعانى من تأخر الرواتب، كما أنه لا توجد ثقافة التدريب فى الفلسفة الإعلامية المصرية، وبعض القنوات التى توفر فرص للتدريب لا تستفيد استفادة حقيقية من نواتج هذا التدريب.

وانقسمت آراء القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة حول تشجيع قيادات القنوات المصرية على استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى سواء على مستوى توفير التكنولوجيا الخاصة بصحافة الموبايل، أو على مستوى توفير فرص تدريب ما بين رأيين، رأى الأقلية الذى يرى وجود تشجيع من قبل القيادات، ورأى آخر يرى أنه لا يوجد تشجيع أو أنه غير كاف. حيث ترى بعض القيادات فى القنوات الحكومية أن ثقافة التشجيع موجودة، لكن فى كثير من الأحيان الإمكانيات وضعف التمويل يعطل الكثير، ولذلك فصحافة الموبايل مجهود شخصي من الإعلاميين فى القنوات الحكومية، ويعتمدون فى الممارسة العملية على أجهزتهم الشخصية، إلا أن ذلك لا ينفى وجود بعض الخطوات على أرض الواقع، حيث أشارت إحدى القيادات (*) أنه تم توزيع عدد من أجهزة الموبايل، وتنظيم دورات تدريبية محدودة لاستخدام صحافة الموبايل فى إدارة المراسلين بقطاع الأخبار، كما أوضحت إحدى القيادات بقطاع الأخبار فى التلفزيون المصري (**). أنهم استعانوا فى قطاع الأخبار بصحافة الموبايل فى أعقاب ٢٥ يناير ٢٠١١، وتم توزيع هواتف ذكية حديثة على المراسلين لسرعة نقل الأحداث، والتعامل مع المستجدات حينها، ولكن التجربة لم تستمر طويلًا، نظرًا لأسباب عديدة، منها عدم جودة المحتوى فى ذلك الوقت، كما لم يصاحب ذلك التدريب اللازم.

فى حين ترى بعض القيادات الأخرى بالقنوات الحكومية أنه لا يوجد تشجيع على استخدام صحافة الموبايل، ولا يتم توفير التكنولوجيا اللازمة أو فرص تدريبية، وكثيرًا ما تمتنع بعض القيادات عن بث إنتاج صحافة الموبايل، أو يتم عرضه وفقًا لضوابط معينة.

ومن ناحية أخرى، أكدت القيادات بالقنوات الخاصة أن تشجيع القيادات عملية نسبية تختلف من قناة لأخرى، فتوفير التكنولوجيا الخاصة بصحافة الموبايل ليست موجودة فى كل القنوات، ونادرًا ما توفر القيادات بالقنوات المصرية دورات تدريبية على صحافة الموبايل باستثناء قناتي دى إم سى Dmc، إكسترا نيوز extra news، وأشار بعضهم إلى أن

(*) مقابلة مع أ/ عصام التيجي، مدير عام المراسلين ورئيس تحرير برنامج صباح الخير يا مصر،

قطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.

(**) مقابلة مع أ/ مصطفى شحاتة، نائب رئيس قطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.

المؤسسات الصحفية الخاصة مثل اليوم السابع، والشروق، والمصرى اليوم بادرت بالإنتاج باستخدام الموبايل وللموبايل فى مواقعها الإلكترونية، واستوعبت شروط الوسيلة، وسبقت القنوات التليفزيونية على الرغم من أن هذه القنوات متخصصة فى المحتوى المرئى وأكثر دراية بشروطه، واستطاعت هذه المواقع الخروج من الشكل المألوف والرسمي للمحتوى، وبالتالي حظيت بمشاهدات عالية، وأوضحت إحدى القيادات بالقنوات الخاصة (***) أنهم استعانوا فى قناة الحياة خلال ٢٠١١ بصحافة الموبايل من خلال مراسلى القناة فى مواقع الأحداث المختلفة لنقل خفايا وكواليس الأحداث حينها، أما الآن فاستخدام صحافة الموبايل يتم بالصدفة.

٨- أوجه التطوير التى يحققها استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية:

أفاد معظم الممارسين بالقنوات الحكومية أنه ليس لديهم معلومة عن أوجه التطوير التى يحققها استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، بينما أوضح الباقي أن سهولة وسرعة نقل الأحداث، وتغطية الأحداث الطارئة، وإثراء المنصات الرقمية المختلفة، وتقريب الأحداث من جميع أنحاء العالم، وجعلها متاحة للمتلقى تعتبر من أبرز ملامح التطوير التى يضيفها استخدام صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية.

أما على مستوى الممارسين بالقنوات الخاصة، فأكد غالبيتهم أن أبرز ملامح التطوير التى يضيفها استخدام صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية هي سهولة الحركة، سرعة إرسال المحتوى، سهولة البث المباشر، خفض تكلفة الإنتاج، عدم الحاجة إلى التراخيص المطلوبة فى حالة استخدام أدوات ومعدات الإنتاج التقليدية، تحقيق كثافة وتنوع فى المحتوى الذى يتم إنتاجه، تحقيق مرونة فى استخدام القواعد الجامدة فى التصوير، تقليل أفراد العمل تحقيقاً لفكرة one man crew، الانفرادات والحصريات، مراعاة عادات المتلقين وسرعة إيقاع العصر، إنتاج محتوى سريع بالموبايل وللموبايل، وتمكين القنوات التليفزيونية من بث برامجها لايف على مواقعها الإلكترونية، مما يجذب عدد أكبر من جمهورها.

واتفقت القيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة على أن سهولة وسرعة إنتاج المحتوى وبثه من أهم أوجه التطوير التى يحققها استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية، حيث أشارت القيادات بالقنوات الحكومية إلى أن سرعة تغطية الأحداث والسبق الإعلامى، والقدرة على تغطية الأحداث فى مناطق النزاعات والحروب والكوارث، وإجراء مقابلات مع المصادر فى ظل الظروف الاستثنائية كما فى جائحة كورونا، وتمكين المراسل التليفزيونى من أداء عمل طقم تليفزيونى كامل من أهم أوجه التطوير التى تحققها صحافة الموبايل، وهى ذات أوجه التطوير التى طرحها بعض الممارسين بالقنوات الحكومية.

وفى ذات السياق اتفقت رؤية القيادات بالقنوات الخاصة مع رؤية الممارسين بها، حيث أوضحت القيادات بالقنوات الخاصة أن صحافة الموبايل تتيح السرعة، والوصول إلى

(***) مقابلة مع أ/ محمود مسلم، رئيس شبكة قنوات Dmc.

أماكن كان يصعب التصوير فيها بالكاميرا التقليدية، وتصوير وتغطية الأحداث دون الاحتياج إلى تصاريح مع تقليل تكلفة الإنتاج، والخروج من إطار الأخبار الرسمية، وتغطية مجالات وموضوعات كثيرة لا يتم الاهتمام بها، وإتاحة البث المباشر من خلال أدوات بسيطة، فصحافة الموبايل في حال الاعتماد عليها بشكل كامل ستغير شكل المحتوى المقدم، وأنماط تناول الإعلام، وكذلك القائم بالاتصال سواء في القنوات التلفزيونية أو علي مواقعها الإلكترونية.

٩- تحديات استخدام صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية:

أشار الممارسون بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة إلى أن عدم إيمان الإدارة والقيادات العليا في القنوات التلفزيونية بصحافة الموبايل، وضعف الإمكانيات، وعدم توفير التكنولوجيا من أبرز تحديات استخدام صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية. وأكد الممارسون بالقنوات الحكومية أن عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية صحافة الموبايل والتغيرات التي طرأت على الإعلام والتطور السريع في التكنولوجيا، وتمسكها بالتقاليد القديمة للمهنة، من أكثر التحديات التي يواجهها استخدام صحافة الموبايل بالقنوات الحكومية، إلى جانب قلة وضعف الإمكانيات، وانعدام فرص التدريب على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

وعلى مستوى الممارسين بالقنوات الخاصة، أشاروا إلى أن عدم إيمان الإدارة العليا في قنوات التلفزيونية بأهمية صحافة الموبايل يرجع لاعتبارات غير صحيحة تتعلق بجودة المحتوى الذي يتم إنتاجه عبر الموبايل، والتعامل مع صحافة الموبايل على أنها صحافة "رخيصة التكلفة"، وبالتالي عدم تقدير من يقوم بها، إلى جانب الاعتقاد بتأثر جودة المنتج بسبب العمل الفردي، والإصرار على جودة معينة، وأكدوا أن صحافة الموبايل لا تتلاءم مع الخضوع للرقابة وعدم توافر أجواء الحرية، فصحافة الموبايل تعتمد على الإنتاج والنشر السريع للمحتوى، كما أن عدم توافر الأدوات والتكنولوجيا اللازمة لصحافة الموبايل من هواتف ذكية متقدمة، وشراء تطبيقات التصوير والمونتاج، وتوفير سرعات عالية للإنترنت وغيرها، وقلة فرص التدريب، وتحديات التصوير الليلي، والتأثر بعوامل الطقس، وعدم تحمل برامج المونتاج على الموبايل لمحتوى طويل تعتبر أيضاً من أهم التحديات التي تواجه استخدام صحافة الموبايل.

وأكدت جميع القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أيضاً أن عدم تفهم القنوات التلفزيونية لأهمية صحافة الموبايل تعتبر من أبرز تحديات استخدامها في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية. حيث أشارت القيادات بالقنوات الحكومية على استحياء إلى ذلك من خلال الإشارة إلى محدودية توفر الإمكانيات والأدوات التكنولوجية اللازمة لصحافة الموبايل، أو فرص تدريبية للإعلاميين، بالإضافة إلى وجود تخوف من الجودة الفنية للمحتوى المنتج عبر الموبايل، وعدم مصداقيته نظراً للسرعة والسبق، يضاف إلى ذلك كما أوضحت إحدى القيادات^(*) أنه لا يسمح ببث أى رسالة أو إنتاج

(*) مقابلة مع د/ منى حسين، مدير عام التحليل السياسي بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.

عبر الموبايل إلا بعد خضوعها للفحص والتدقيق، مما قد يؤخر القنوات الحكومية فى تغطية الأحداث العاجلة، أما فى المهرجانات الفنية والأحداث الرياضية فهو مسموح به فى حدود بث اللقاءات والحوارات مع الفنانين ولاعبى الكرة.

أما فيما يخص قيادات القنوات الخاصة، فقد أوضحوا صراحةً أن عدم قناعة القائمين على القنوات التلفزيونية يعتبر من أهم تحديات استخدام صحافة الموبايل، وبالتالي لا يتم توفير الأدوات التكنولوجية اللازمة ولا التدريب المطلوب، ومن يقوم بصحافة الموبايل فى الكثير من الأحيان أفراد مستقلين، هم الذين يصوغون كيفية تقديم المحتوى لعدم وجود أنماط واضحة لصحافة الموبايل، وهذه الأنماط يمكن تحديدها من خلال بحث ودراسة تجارب المؤسسات التلفزيونية الكبرى، ولكن هذا لن يحدث إلا بعد الإدراك التام لأهمية صحافة الموبايل.

١٠- آليات تطوير استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية:

أوضح الممارسون بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أن آليات تطوير استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى وتقديمه بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية مرتبطة بالتغلب على التحديات التى تواجه استخدام هذه التكنولوجيا، حيث اتفق الممارسون بالقنوات التلفزيونية على أن الإيمان بأهمية صحافة الموبايل ومزاياها فى إنتاج وتقديم المحتوى، وتوفير التكنولوجيا والأدوات الخاصة بصحافة الموبايل، إلى جانب توفير فرص للتدريب آليات هامة لتطوير استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية. وأشار الممارسون بالقنوات الحكومية إلى أن إيمان الإدارة العليا بهذه القنوات هي أولى خطوات التطوير، إلى جانب توفير هواتف ذكية حديثة ذات كاميرات بإمكانيات كبيرة، وتحميل وشراء تطبيقات احترافية للتصوير والمونتاج، وتوفير فرص للتدريب على صحافة الموبايل.

وعلى مستوى الممارسين بالقنوات الخاصة، كانت أبرز آليات التطوير من وجهة نظرهم هي ضرورة وجود دعم من القيادات بهذه القنوات، ومعاملة صانعى صحافة الموبايل مثل صانع الصحافة التلفزيونية، والانفتاح على التجارب الناجحة فى صحافة الموبايل بالدول الأخرى، وزيادة مساحة الحرية الممنوحة لإنتاج محتوى صحافة الموبايل ونشره، إلى جانب ضرورة إنشاء وحدات مركزية بالقنوات لصحافة الموبايل مجهزة بالأدوات والإمكانات اللازمة لضخ إنتاجها للبرامج المختلفة والمواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية، وتكثيف الدورات التدريبية للمعدين والمراسلين، وتطوير المواقع والمنصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالقنوات، وإنتاج محتوى عبر الموبايل خاص بهذه المواقع والمنصات وجمهورها.

وانتقلت القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة مع الممارسين فى ذات القنوات على أن آليات تطوير استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى وتقديمه بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية يكمن فى إيمان القنوات التلفزيونية بجدوى صحافة الموبايل وأهميتها، وما يتبع ذلك من توفير التكنولوجيا اللازمة لصحافة الموبايل، ومتابعة آخر التطورات فى مجال تقنيات الموبايل، وتوفير فرص تدريبية تعزز استخدام هذه الأدوات بين الإعلاميين وكيفية توظيفها فى إنتاج المحتوى.

١١ - مستقبل صحافة الموبايل بالقنوات التلفزيونية المصرية، وتأثير هذه التكنولوجيا على أدوات الإنتاج التقليدية:

أكد معظم الممارسين بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة على أن صحافة الموبايل ستفرض نفسها بقوة، وربما تؤثر على استخدام أدوات الإنتاج التقليدية، خاصة مع تطور إمكانيات الموبايل باستمرار، وكذلك تطور تطبيقات التصوير والمونتاج. وأكد جميع الممارسين بالقنوات الحكومية أن المستقبل لصحافة الموبايل بشرط توافر الإرادة، ووصول جودة كاميرا الموبايل إلى جودة مماثلة للكاميرا التقليدية.

أما على مستوى الممارسين بالقنوات الخاصة، انقسمت الآراء ما بين رأي الأغلبية المتمثل في أن صحافة الموبايل ستفرض نفسها خلال السنوات القليلة القادمة؛ لضرورة وحتمية مواكبة القنوات التلفزيونية للتطور التكنولوجي، وضرورة الرضوخ لاحتياجات الجمهور الذي يستخدم الموبايل، والذي يجب أن يُنتج له المحتوى أيضًا بأدوات الموبايل، وهذا هو الخلل الموجود حاليًا والمتمثل في أن القنوات التلفزيونية استخدمت أدوات التلفزيون التقليدية في مخاطبة جمهور الموبايل، ولذلك فصحافة الموبايل هي الأقرب والأكثر ملاءمة لجمهور الإنترنت. ورأي آخر يرى أن صحافة الموبايل ستفرض نفسها على القنوات التلفزيونية، ولكن في المستقبل البعيد، بسبب عدم تقبل القيادات بالقنوات التلفزيونية لفكرة أن صحافة الموبايل مكون أساسي من مكونات العمل الإعلامي، ورأي ثالث لا يتوقع اعتماد القنوات التلفزيونية على صحافة الموبايل بشكل كبير في المستقبل؛ لعدم الاهتمام في صحافة الموبايل بالصورة الجيدة والصوت الجيد والمونتاج الاحترافي؛ بسبب الاعتماد على فرد واحد وليس فريق كامل، والسرعة في إنتاج المحتوى.

وأكدت معظم القيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أيضًا على أن صحافة الموبايل ستفرض نفسها، وسيكون المستقبل لهذه التكنولوجيا، خاصة مع تزايد متابعة واعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية، وستؤثر حتمًا على أدوات الإنتاج التقليدية. فعلى مستوى القيادات بالقنوات الحكومية، اتفقت جميعها على أن صحافة الموبايل هي المستقبل، وستحدث نقلة نوعية في الأداء التلفزيوني، لكنها في حاجة إلى كوادرات شابة لديها الحماسة والكفاءة، وقيادات أكثر تفهمًا لهذه الأداة الجديدة، وهي ذات الرؤية التي طرحها الممارسون في ذات القنوات.

أما على مستوى القيادات بالقنوات الخاصة، كان هناك اتجاهين، اتجاه يرى أن المستقبل يحمل انتشارًا واعتمادًا أكبر على صحافة الموبايل على حساب أدوات الإنتاج التقليدية، خاصة مع الاهتمام بالتدريب والتأهيل للإعلاميين على صحافة الموبايل مهنيًا وأخلاقيًا وتكنولوجياً، والتطور المستمر للهواتف الذكية خاصة على مستوى جودة الصورة. واتجاه آخر يرى أن صحافة الموبايل ستطرح طرقًا وأنماطًا أفضل في الإنتاج التلفزيوني من حيث التكلفة، والإيقاع، والسرعة، والجذب، وشكل الرسالة المقدمة، وهذا هو الأكثر ملاءمة لجمهور الإنترنت، ولكن سيظل التلفزيون بأدواته التقليدية رغم كل ما يطرأ من تطور، وبالتالي سيصبح هناك نموذجين أو مسارين، هما السريع الخفيف المتنقل، والآخر التقليدي الرصين الذي يقدم الاحتياجات الأساسية للجمهور.

١٢ - تقييم تجربة "تن موجو 10MOJO":

أشار بعض الممارسين بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة إلى أن تجربة تن موجو تجربة رائدة، ولكنها تواجه بعض التحديات، بينما أوضح البعض أنهم لا يعرفون تن موجو ولم يتابعونها. فعلى مستوى الممارسين بالقنوات الحكومية، أوضح معظمهم عدم معرفته بتجربة تن موجو، أما على مستوى الممارسين بالقنوات الخاصة، أشار عدد كبير منهم إلى أن تن موجو تجربة رائدة في إنتاج المحتوى ونشره بالموبايل وللموبايل، إلا أنها تواجه بعض التحديات منها الحاجة إلى التسويق، والاشتراك مع القضايا والموضوعات الجادة، والاعتماد على أشكال وقوالب جديدة، وعرض محتواها تليفزيونياً، فعلى الرغم من تبعية تن موجو لقناة Ten، إلا أنها إلى الآن لا تعرض محتوى تن موجو على شاشتها، وتكتفى بالعرض على قناة على يوتيوب وعدد من منصات التواصل الاجتماعي، إلى جانب أنه على الرغم من اعتماد تن موجو على التصوير بالموبايل، إلا أن التصوير يتم داخل استوديو مجهز، وبالتالي فإن مفهوم صحافة الموبايل لم يتحقق بالكامل ولكنها محاولة يُبنى عليها.

انقسمت أيضاً إجابات القيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة حول تجربة تن موجو، فقد أوضح بعض القيادات أنهم لا يعرفون التجربة، وأشار البعض الآخر إلى أنها تجربة رائدة وشبابية.

وأوضحت إحدى القيادات بالقنوات الخاصة(*) أن تجربة تن موجو من التجارب الهامة التي قدمت برامج لفئة الشباب بطرق جديدة ومبتكرة، وما زالت التجربة في طور البدايات والتطوير المستمر، ولعل إعلانهم إطلاق أكاديمية متخصصة في تعليم صحافة الموبايل بشكل مجاني سيساعد كثيراً على انتشار صحافة الموبايل، وإنتاج محتوى مميز ومتنوع بتكلفة أقل عبر منصات التواصل الاجتماعي أو القنوات التليفزيونية.

خلاصة البحث ومناقشة أهم النتائج

استهدفت هذه الدراسة استكشاف واقع صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية المصرية، من حيث توظيف هذه التكنولوجيا في إنتاج وتقديم المحتوى سواء على شاشات هذه القنوات أو على مواقعها الإلكترونية، وكذلك استشراف مستقبل صحافة الموبايل بهذه القنوات ومواقعها، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها ٤٠ مفردة من الممارسين والقيادات بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، باستخدام دليل المقابلة المتعمقة، وانتهت الباحثة بالاعتماد على الأسلوب الكيفي من الوصول إلى نقاط اتفاق رئيسية فيما يتعلق بواقع صحافة الموبايل ومستقبلها بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، وهو ما نستعرضه فيما يلي:

خلصت الدراسة إلى اتفاق غالبية الممارسين والقيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة على ضعف تبنى القنوات المصرية لصحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى

(*) مقابلة مع د/ محمد رضا حبيب، رئيس تحرير شبكة قنوات الحياة، ورئيس تحرير

مقارنة بالقنوات التليفزيونية في الدول الأخرى، حيث تُستخدم صحافة الموبايل في القنوات المصرية بشكل جزئي في إنتاج المحتوى، ولم ترق إلى استخدامها في إنتاج المحتوى بشكل كامل، كما ارتبط استخدام صحافة الموبايل بشكل كبير بتغطية الأحداث الطارئة والمفاجئة، وزاد هذا الاستخدام إلى حد ما في ظل الظروف التي فرضتها جائحة كورونا. بالإضافة إلى أن القنوات المصرية لا تنتج محتوى خاص لمواقعها الإلكترونية، كما تنظر للموبايل على أنه وسيط فقط، وليس نمط إنتاجي مختلف له متطلبات مختلفة في المحتوى، فالقنوات التليفزيونية تنتج محتواها التليفزيوني بالأدوات التقليدية ثم تسوقه على مواقعها الإلكترونية، مما يلفت الانتباه إلى ضرورة زيادة تبني صحافة الموبايل وتوظيفها في إنتاج المحتوى وتقديمه بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية، حتى تستطيع هذه القنوات مسايرة التوظيف الكبير لهذه التكنولوجيا بالقنوات التليفزيونية في الدول الأخرى، وذلك في ظل ما انتهت إليه دراسة سيلزمان Salzman وآخرين (٢٠٢٠)^(٨١)، من أن صحافة الموبايل يتم توظيفها بشكل كبير في أوروبا الشرقية وبعض البلدان النامية.

واتفق أيضاً الممارسون والقيادات بالقنوات التليفزيونية المصرية على وجود فروق بين القنوات الحكومية والخاصة في توظيف صحافة الموبايل في إنتاج المحتوى وتقديمه لصالح القنوات الخاصة، وكان التفسير المشترك بينهم لذلك هو أن القنوات الخاصة أكثر توظيفاً للتكنولوجيا من القنوات الحكومية؛ نظراً لتحررها من بعض القيود التنظيمية والروتين والبيروقراطية، كما أنها أقل تحفظاً.

كما اتفقت أيضاً رؤية الممارسين والقيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة بشأن القنوات والبرامج التليفزيونية المصرية التي توظف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى، حيث أوضح أغلبهم أن قنوات دي إم سي Dmc، إكسترا نيوز extra news، تن Ten، القناة الأولى من أكثر القنوات التي توظف صحافة الموبايل، وخاصة على مستوى برنامج مساء دي إم سي بقناة Dmc، النشرات الإخبارية بقناة اكسترا نيوز، وبرنامج صباح الخير يا مصر والتاسعة بالقناة الأولى، ويتم هذا التوظيف بشكل جزئي وليس إنتاج كامل للمحتوى.

وتلاقت رؤية الممارسين والقيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بأوجه استخدام صحافة الموبايل سواء على مستوى الشكل أو المضمون، حيث أوضح كلاهما أن التقارير والأخبار من أبرز الأشكال الإعلامية التي يتم فيها الاستعانة بصحافة الموبايل، خاصة في تغطية الأحداث الطارئة خارج مصر، وكان المضمون السياسي والرياضي والاجتماعي من أكثر المضامين التي يتم فيها توظيف صحافة الموبايل.

وأكد كل من الممارسين والقيادات بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة أن استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية يتم على مستوى النقل والاستعانة بإنتاج المواقع الإخبارية التي تستخدم صحافة الموبايل، مثل اليوم السابع ومصر اوى وغيرها، وأيضاً على مستوى إجراء مقابلات تليفزيونية مع الضيوف عبر التطبيقات الإلكترونية على الموبايل مثل زووم Zoom وسكايب Skype خاصة في أعقاب جائحة كورونا، إلى جانب الاستعانة في بعض الأحيان ببعض الصور أو الفيديوهات التي تم تصويرها بالموبايل للأحداث الطارئة، والتي تُوظف بشكل جزئي داخل المحتوى التليفزيوني. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة رحاب هاني Rehab Hany^(٨١) (٢٠١٤)، والتي توصلت إلى وجود مفهوم مختلف لدى الصحفيين

المصريين والبريطانيين حول كيفية توظيف صحافة الموبايل فى العمل الإعلامى، ورغم مرور ٧ سنوات على هذه الدراسة إلا أنه فيما يبدو أن واقع صحافة الموبايل وتوظيفها فى العمل الإعلامى لم يتغير كثيراً على مستوى القنوات التلفزيونية المصرية. وأكدت نتائج الدراسة على اتفاق الممارسين والقيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة على أن مستوى إجادة الإعلاميين بالقنوات المصرية لمهارات صحافة الموبايل يتراوح ما بين ضعيف إلى متوسط، كما يرتبط استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية بشكل أكبر بشباب الإعلاميين.

وفىما يتعلق بتشجيع القيادات بالقنوات التلفزيونية المصرية على استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى، اتفق كل من الممارسين والقيادات على الضعف الشديد فى توفير التكنولوجيا والأدوات اللازمة لصحافة الموبايل، وكذلك الدورات التدريبية، وأن صحافة الموبايل اجتهد شخصي من الإعلاميين الذين يعتمدون على أجهزتهم الشخصية فى الممارسة العملية. وجاءت نتائج دراسة وينجر Wenger وآخرين^(٨٢) (٢٠١٤) على عكس هذه النتيجة، حيث أشارت إلى حرص المؤسسات التلفزيونية الأمريكية على توظيف مديعين ومراسلين لديهم مهارات صحافة الموبايل، رغم وجود فارق زمني ست سنوات بين دراسة وينجى وهذه الدراسة، مما يلفت الانتباه إلى تأخر القنوات التلفزيونية المصرية فى توظيف صحافة الموبايل، وتبنى أدواتها، وتدريب الإعلاميين على كيفية استخدامها فى إنتاج المحتوى التلفزيوني وعرضه.

كما أوضح معظم الممارسين بالقنوات التلفزيونية الحكومية أنهم ليس لديهم معلومة عن أوجه التطوير التى يحققها استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، بينما اتفق باقى الممارسين وكل القيادات بالقنوات الحكومية والخاصة على أن سهولة وسرعة نقل الأحداث وتغطيتها، والبث المباشر لها خاصة الطارئ منها، وتمكين المراسل التلفزيوني من أداء عمل طقم تلفزيوني كامل تحقيقاً لفكرة one man crew هى أبرز ملامح التطوير التى يضيفها استخدام صحافة الموبايل بالقنوات المصرية. وأكدت هذه النتيجة العديد من الدراسات منها دراسة كانافيلهاس Canavilhas^(٨٣) (٢٠٢١)، ودراسة ماكسيمائين Maksimainen^(٨٤) (٢٠٢٠)، ودراسة جميل Jamil وأدجاي Adjei^(٨٥) (٢٠١٩)، ودراسة كارهونين Karhunen^(٨٦) (٢٠١٧)، التى أوضحت جميعها أن أهم مزايا توظيف صحافة الموبايل يتمثل فى نقل الأحداث مباشرة وقت حدوثها، وتغطية الأحداث التى يصعب تغطيتها بالأدوات التقليدية، وتقليل تكلفة الإنتاج، وسهولة التنقل، وتوفير مستوى أعلى من السلامة، وتحقيق فكرة one man crew.

وأوضحت نتائج الدراسة وجود اتفاق تام بين الممارسين والقيادات بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، على أن عدم تفهم القنوات المصرية لأهمية صحافة الموبايل لاعتبارات تتعلق بجودة المحتوى الذى يتم إنتاجه عبر الموبايل هو أبرز تحديات استخدامها فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية، وما يرتبط بذلك من عدم توفير الدورات التأهيلية، والتكنولوجيا والأدوات اللازمة لاستخدام صحافة الموبايل من هواتف ذكية متقدمة، وشراء تطبيقات التصوير والمونتاج الخاصة بالموبايل، وتوفير سرعات عالية للإنترنت وغيرها. وأكد كل من الممارسين والقيادات بالقنوات الحكومية

والخاصة على أن آليات تطوير استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات المصرية ومواقعها الإلكترونية يستلزم التغلب على هذه التحديات، إلى جانب الانفتاح على التجارب الناجحة فى صحافة الموبايل بالدول الأخرى. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة جميل Jamil وأدجاي Adjei^(٨٧) (٢٠١٩)، التى توصلت إلى وجود حاجة شديدة إلى تدريب الصحفيين المتنقلين على كيفية التحقق من الأخبار لضمان جودة المحتوى، وكذلك دراسة كومان Kumar وحانيف Haneef^(٨٨) (٢٠١٨)، التى أكدت على ضرورة تطوير قدرات الصحفيين وتدريبهم على صحافة الموبايل، ودراسة سناء يوسف^(٨٩) (٢٠١٨)، التى انتهت أيضًا إلى ضرورة تطوير قدرات الصحفيين من خلال الدورات التدريبية، ومدعم بهواتف ذكية متطورة مزودة بخدمة الإنترنت.

واتفق معظم الممارسين والقيادات بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة على أن صحافة الموبايل ستفرض نفسها بقوة فى المستقبل، وربما تؤثر على استخدام أدوات الإنتاج التقليدية فى ظل التطور المستمر لتكنولوجيا الموبايل. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة بلانكينشيب Blankenship وريف Riffe^(٩٠) (٢٠٢١) التى أكدت أن صحافة الموبايل ستكون جزءًا لا يتجزأ من مستقبل الأخبار التلفزيونية وفقًا لرؤية المراسلين ومديرى الأخبار فى عدد من محطات التلفزيون المحلية بالولايات المتحدة الأمريكية.

وفيما يتعلق بتجربة تن موجو 10MOJO، أوضح بعض الممارسين والقيادات بالقنوات الحكومية والخاصة عدم معرفتهم بالتجربة، أما البعض الآخر اتفق على أنها تجربة رائدة فى إنتاج المحتوى ونشره بالموبايل وللموبايل، ولكنها تواجه بعض التحديات أبرزها الحاجة إلى التسويق؛ للوصول إلى عدد أكبر من الجمهور وخاصة الشباب، وكذلك التصوير داخل الاستوديو، وبالتالي فإن مفهوم الصحافة المتنقلة لم يتحقق بشكل كامل. وفي ضوء نتائج الدراسة تخلص الباحثة إلى عدة توصيات ومقترحات يمكن من خلالها تطوير استخدام صحافة الموبايل بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية:

- دراسة تجارب القنوات التلفزيونية والمؤسسات الإعلامية الكبرى فى استخدام صحافة الموبايل وتوظيفها فى إنتاج وتقديم المحتوى، ودراسة النجاحات التى حققتها فى هذا المجال، والاستفادة من هذه التجارب فى قنواتنا التلفزيونية المصرية.
- ضرورة تغيير نظرة القنوات التلفزيونية المصرية - قيادات وممارسين - للموبايل من مجرد أنه وسيط لعرض المحتوى التلفزيوني، إلى استخدامه باعتباره أداة ونمط لإنتاج المحتوى بشكل كامل ونشره.
- تغيير نظرة القنوات التلفزيونية المصرية - قيادات وممارسين - فيما يتعلق بضعف المحتوى الذى يتم إنتاجه عبر الموبايل، حيث تُمكن كاميرا الموبايل بإمكانياتها الكبيرة حاليًا من إنتاج محتوى تلفزيوني عالى الجودة، وقريب جدًا من جودة المحتوى الذى يتم تصويره بالكاميرا الاحترافية، وكذلك فإن تطبيقات المونتاج على الموبايل يتم تحديثها بشكل مستمر؛ لتواكب أجهزة المونتاج الاحترافية وبرامج المونتاج المختلفة على الكمبيوتر.

- دعم القنوات التليفزيونية المصرية لفكرة صحافة الموبايل، وتوفير البنية التحتية والتكنولوجيا والأدوات اللازمة لصحافة الموبايل؛ كي يصبح الموبايل وحدة إنتاج متكاملة متنقلة، إلى جانب توفير الدورات التدريبية الخاصة بصحافة الموبايل بشكل مستمر للإعلاميين وخاصةً المُعدِّين والمراسلين.
 - ضرورة التركيز في الدورات التدريبية الخاصة بصحافة الموبايل على الالتزام بالقيم التحريرية، ومنها الحياد والبقاء على مسافة واحدة من جميع أطراف الحدث، وتحرى دقة المعلومات، والموضوعية، والفصل بين الرأي والخبر؛ حتى يتم نقل الأخبار والأحداث للجمهور بصدق وأمانة ودقة.
 - الالتزام بالمسئولية الاجتماعية والمهنية في محتوى صحافة الموبايل بالقنوات التليفزيونية من حيث مراعاة أخلاقيات البحث عن الأخبار، ومراعاة حق الجمهور في المعرفة والتعبير عن الرأي، وإتاحة الفرصة للمجتمعات والمناطق النائية والمهمشة للتعبير عن نفسها.
 - تخصيص قسم أو وحدة مركزية داخل القنوات التليفزيونية المصرية لإنتاج المحتوى باستخدام صحافة الموبايل، وضخ إنتاجها للبرامج المختلفة، وتدريب المراسلين على فكرة one man crew؛ ليكون المراسل قائم بمفرده على إنتاج محتوى تليفزيوني بشكل أسرع لمواكبة الأحداث، وإتاحة تقديمها على الهواء مباشرة.
 - الاستعانة بصحافة الموبايل كمكون أساسي في وحدات التقارير الخارجية، حيث يكون الحدث والسبق وسرعة نقل الأحداث أهم من جودة الصورة في المحتوى الخبري والتغطيات الإخبارية خاصة خارج مصر، وكذلك في الأحداث العاجلة والطارئة.
 - الاستعانة بصحافة الموبايل بشكل أساسي في محتوى المواقع الإلكترونية والمنصات الخاصة بالقنوات التليفزيونية من خلال إنتاج محتوى خاص لهذه المنصات، فالمحتوى الذي يعرض على الموبايل لا بد أن يتم إنتاجه بالموبايل، يصاحب ذلك وجود رؤية عامة لإنتاج المحتوى الرقمي على المواقع والمنصات المختلفة الخاصة بالقنوات التليفزيونية، والعمل وفقاً لشروط المحتوى على هذا الوسيط وجمهوره بما يحقق لها الانتشار الجماهيرية.
 - ضرورة الاهتمام بالمواقع الإلكترونية للقنوات التليفزيونية، خاصةً في ضوء وجود اتجاه يرى أن المستقبل للإعلام الرقمي، وأن مشاهدة القنوات التليفزيونية يتضاءل تدريجياً، وتزايد إقبال الجمهور على المواقع والتطبيقات الإلكترونية التي تتيح للمتلقى تحديد نوعية المضمون المراد مشاهدته، وكذلك الوقت المناسب للمشاهدة.
 - الاهتمام بتدريس صحافة الموبايل في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام، وتخصيص مقرر مستقل لها.
- كما تخلص الباحثة من واقع نتائج الدراسة ومقترحاتها، وفي ضوء نتائج الدراسات السابقة إلى مجموعة من المحاور البحثية الخاصة بصحافة الموبايل وتوظيفها بالقنوات التليفزيونية المصرية، والتي يمكن للباحثين الاسترشاد بها في دراساتهم المستقبلية، باعتبار أن مجال صحافة الموبايل في مصر يحتاج لإجراء العديد

- من الدراسات كونه مجالًا بحثيًا جديدًا فى الدراسات الإعلامية المصرية. وتتمثل هذه المحاور البحثية فيما يلى:
- المقارنة بين تبنى المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية والصحف لصحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى ونشره.
 - المسؤولية الاجتماعية والمهنية لمحتوى صحافة الموبايل بالمواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية والصحف.
 - مزايا وتحديات استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية من وجهة نظر القائم بالاتصال والجمهور.
 - مقارنة المهارات المطلوبة فى الصحفيين المتنقلين بالقنوات التلفزيونية والمواقع الصحفية.
 - أشكال ومضامين المحتوى الذى يتم إنتاجه باستخدام الموبايل فى القنوات التلفزيونية والمواقع الصحفية.
 - تأثير استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى التلفزيوني على أدوات الإنتاج التقليدية.
 - تأثير جائحة كورونا على استخدام صحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى بالقنوات التلفزيونية والمواقع الصحفية.
 - مستقبل صحافة الموبايل بالقنوات التلفزيونية ومواقعها الإلكترونية.
 - تقييم تجربة تن موجو 10MOJO فى توظيف صحافة الموبايل فى إنتاج المحتوى ونشره.

مراجع البحث

- (1) López-Garcia, X. et al., (2019), "Mobile journalism: Systematic literature review", **Comunicar- Media Education Research Journal**, vol. 27 (1), available at: <https://bit.ly/3rbTRCb> (accessed 22 January 2021).
- (2) Karhunen, Panu (2017), "Closer to the story? Accessibility and mobile journalism", **Reuters Institute Fellowship Paper**, University of Oxford, July, p. 6, available at: <https://bit.ly/304zVoT> (accessed 24 January 2021).
- (٣) موقع مؤسسة **Shoulderpod** الأسبانية
available at: <https://www.shoulderpod.com/mobile-journalism/> (accessed 24 January 2021).
- (4) **Mobile Journalism Manual: The guide for reporters and newsrooms**, available at: <https://www.mojo-manual.org/understanding-mobile-journalism/> (accessed 27 January 2021).
- (5) Maksimainen, Pirkka (2020), "Mobile journalism in finnish TV. news broadcasting- The Impact on news story telling", **Master's Theses**, p. 11, available at: <https://www.theseus.fi/handle/10024/355111> (accessed 24 January 2021).
- (6) Blankenship, Justin C. (2016), "Solo journalism and news routines: Using the Hierarchical Influences model to study the organizational and Individual Influences of solo journalism in local television news", **Ph.D**, The School of Media & Journalism, University of North Carolina, P. 2, available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/210600422.pdf> (accessed 26 January 2021).
- (7) Blankenship, Justin C. and Riffe, Daniel (2021), "Follow the leader?: Optimism and efficacy on solo journalism of local television journalists and news directors", **Journalism Practice**, vol. 15(1), pp. 41-62, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1695535> (accessed 11 February 2021).
- (٨) بشرى السنجرى (٢٠١٩)، "صحافة الموبايل: خواصها الشكلية وإمكاناتها التقنية"، ط١، (الإمارات: العين، دار الكتاب الجامعي)،
available at: <http://bit.ly/3uGSs93> (accessed 28 January 2021).
- (9) Seth, Yukti and Singh, Kuldeep (2019), "The impact of mobile journalism on the traditional media", **International Journal of Science and Research (IJSR)**, vol. 8(12), December, pp. 1414-1416: 1414, available at: <https://www.ijsr.net/archive/v8i12/ART20203642.pdf> (accessed 26 January 2021).
- (10) Zeng, Xin et al., (2019), "New perspectives on citizen journalism", **Global Media and China**, vol. 4(1), pp. 3-12, available at: [doi: 10.1177/2059436419836459](https://doi.org/10.1177/2059436419836459) (accessed 1 February 2021).
- (11) Alvarez, Martin V. (2017), "The future of video-journalism: Mobiles", In book: **Media and metamedia management**, pp. 463-469: 464, available at: <https://bit.ly/3rab0MI> (accessed 1 February 2021).

- (١٢) بشرى السنجرى، مرجع سابق.
- (13) Quinn, Stephen (2011), "MOJO-mobile journalism in the Asian region", Konrad Adenauer Stiftung, p. 7, available at: <https://bit.ly/3bQHkxO> (accessed 11 February 2021).
- (14) Luft, Oliver (2007), "African mobile journalism project launches", **Journalism. co.uk**, available at: <https://bit.ly/2OdiZKf> (accessed 28 January 2021).
- (15) Quinn, Stephen (2011), "Mobile journalism (MOJO): Origin and spread around the world", **Amity Journal of Media & Communication Studies**, vol. 1(1), pp. 75-81: 77, available at: <https://bit.ly/2OgMASY> (accessed 26 January 2021).
- (16) Maksimainen, Pirkka, **op. cit.**, p. 24.
- (17) Ahmad, Irfan (2019), "Video marketing statistics for 2020", **Social Media Today**, 30 October, available at: <https://bit.ly/2Vj1Rmo> (accessed 28 January 2021).
- (18) Sidiropoulos, Efstathios et al., (2019), "Growing media skills and know-how in situ: Technology- enhanced practices and collaborative support in mobile news-reporting", **Education Sciences**, vol. 9(3), p. 2, available at: <https://doi.org/10.3390/educsci9030173> (accessed 29 January 2021).
- (19) Westlund, Oscar (2015), "News consumption in an age of mobile media: patterns, people, place, and participation", **Mobile Media & Communication**, vol. 3(2), pp. 151-159: 153, 154, available at: <https://doi.org/10.1177/2050157914563369> (accessed 27 January 2021).
- (20) Papper, Bob (2016), "RTDNA Research: Newsroom staffing", July 25, available at: https://www.rtdna.org/article/rtdna_research_newsroom_staffing (accessed 26 January 2021).
- (21) Martyn, Peter H. (2009), "The MOJO in the third millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see?", **Journalism Practice**, vol. 3(2), pp. 196-215, available at: <https://doi.org/10.1080/17512780802681264> (accessed 1 February 2021).
- (22) Alvarez, Martin V., **op. cit.**, p. 465.
- (23) Mobile Journalism Manual: The guide for reports and newsrooms, **op. cit.**
- (24) Alvarez, Martin V., **op. cit.**, p. 465.
- (٢٥) أمانى شنينو (٢٠١٨)، "إنتاج قصص الموبايل الصحفية أصبح فى متناول الجميع"، شبكة الصحفيين الدوليين، ١٠ أكتوبر، available at: <https://bit.ly/3q9sgjJ> (accessed 27 January 2021).
- (26) "Corona Virus' impact on mobile journalism" (2020), **BBC Academy**, 14 May, available at: <https://bbc.in/3bYCe2B> (accessed 26 January 2021).
- (٢٧) أمانى شنينو، مرجع سابق.
- (٢٨) أحمد صلاح طاهر العامري (٢٠١٩)، "صحافة الموبايل"، عرض تقديمي، أبريل.

- available at: <http://bit.ly/3rdR2Rk> (accessed 29 January 2021).
- (29) Westlund, Oscar (2013), "Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media", **Digital Journalism**, vol. 1(1), pp. 6-26: 7, available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.740273> (accessed 27 January 2021).
- (٣٠) السيد بخيت (٢٠١٢)، "الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، (الإمارات: العين، دار الكتاب الجامعي)، ص ٢٨. available at: <https://le-calligraphe.com/book/29619> (accessed 1 February 2021).
- (٣١) محمود علم الدين (٢٠٠٨)، "أساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرين"، (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع)، ص ١٠٩.
- (32) Carolus, Astrid et al., (2018), "Smartphones as digital companions: Characterizing the relationship between users and their phones", **New Media & Society**, vol. 21(4), pp. 914-938, available at: [doi: 10.1177/1461444818817074](https://doi.org/10.1177/1461444818817074) (accessed 1 February 2021).
- (33) Granger, Jacob (2020), "10 tips for introducing mobile journalism into local news rooms", **Journalism.co.uk**, 13 January, available at: <http://bit.ly/2Pt1N48> (accessed 27 January 2021).
- (34) Seth, Yukti and Singh, Kuldeep (2019), **op. cit.**, p. 1415, (٣٥) موقع مؤسسة "Shoulderpod" الأسبانية، مرجع سابق.
- (36) Guribye, Frode and Nyre, Lars (2017), "The changing ecology of tools for live news reporting", **Journalism Practice**, vol. 11(10), pp. 1216-1230, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1259011> (accessed 25 January 2021).
- (37) Blankenship, Justin C., **op. cit.**, p. 3.
- (38) Alvarez, Martin V., **op. cit.**, p. 468.
- (39) Scott, Caroline (2018), "Creating shareable news videos for social media", **Journalism.co.uk**, 30 May, available at: <http://bit.ly/2OixBYF> (accessed 26 January 2021).
- (40) Cervi, Laura et al., (2020), "The challenge of teaching mobile journalism through MOOCs: A case study", **Sustainability**, vol. 12(13), p. 3, available at: [doi:10.3390/su12135307](https://doi.org/10.3390/su12135307) (accessed 29 January 2021).
- (41) Ayish, Mohammad and Dahdal, Sohail (2019), "Using mobile devices by media students as a tool for digital story telling", In book "**Cases on smart learning environments**", IGI Global: Publisher of Timely Knowledge, pp. 34-44: 35, available at: [DOI: 10.4018/978-1-5225-6136-1.ch003](https://doi.org/10.4018/978-1-5225-6136-1.ch003) (accessed 27 January 2021).
- (٤٢) زكرياء بن صغير (٢٠٢٠)، "خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية: أي مستقبل للعمل الإعلامي"، **مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلد ٢٠، عدد ١، ص ص ٧٧٣-٧٨٣**. available at: <https://bit.ly/2Ps7sYd> (accessed 1 February 2021).

- (43) Maksimainen, Pirkka, **op. cit.**
- (44) Sidiropoulos, Efstathios et al., **op. cit.**, p. 2.
- (45) Umair, Sajid (2016), "Mobile reporting and journalism for media trends, news transmission and its authenticity", **Journal of Mass Communication & Journalism**, vol. 6(9), available at: [DOI: 10.4172/2165-7912.1000323](https://doi.org/10.4172/2165-7912.1000323) (accessed 27 January 2021).
- (46) Seth, Yukti and Singh, Kuldeep, **op. cit.**, p. 1415.
- (47) Lydersen, Asta B. (2020), "MOJO ! telling the story of mobile journalism, through a mobile phone, to a mobile audience", **Master's Thesis**, Department of Media and Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo, available at: <https://bit.ly/3bRlaeN> (accessed 11 February 2021).
- (48) Seth, Yukti and Singh, Kuldeep, **op. cit.**, p. 1415.
- (٤٩) موقع تليفزيون اليوم السابع على يوتيوب، available at: <https://www.youtube.com/c/youm7/about> (accessed 11 February 2021).
- (٥٠) موقع اليوم السابع الإلكتروني، available at: <https://www.youm7.com/video7> (accessed 11 February 2021).
- (٥١) مقابلة مع أ/ محمد ثروت، مدير تحرير اليوم السابع، عبر واتس آب، السبت ٢٠ فبراير ٢٠٢١.
- (٥٢) محمد فتحى (٢٠٢٠)، "الموبايل يصنع إعلام المستقبل: 10MOJO أول استوديو مصرى لإنتاج البرامج عن طريق الهواتف الذكية داخل مدينة الإنتاج الإعلامي"، **موقع المصرى اليوم**، ١٤ يوليو، available at: <https://www.almasryalyoum.com/news/details/1997526> (accessed 1 February 2021).
- (٥٣) موقع 10 MOJO على فيسبوك، available at: <https://www.facebook.com/10mojo/> (accessed 11 February 2021).
- (٥٤) عمرو الأنصارى (٢٠٢٠)، "10 MOJO صحافة الموبايل تقتمح المستقبل بنكهة تليفزيونية"، شبكة الصحفيين الدوليين **ijnet**، ٢٦ يوليو، available at: <https://bit.ly/3e7MDvz> (accessed 1 February 2021).
- (٥٥) نفس المرجع السابق.
- (٥٦) مقابلة مع أ/ عمر عبد الناصر غريب، Director of Video Production وأحد أعضاء الفريق المؤسس لـ تن موجو، عبر واتس آب، الأربعاء ١٠ فبراير ٢٠٢١.
- مقابلة مع أ/ نهى الشرباصى، Director of Digital Media، تن موجو، عبر واتس آب، الأربعاء ١٠ فبراير ٢٠٢١.
- مقابلة مع أ/ إنجي القمحاوى، Line Producer، تن موجو، عبر واتس آب، الأربعاء ١٠ فبراير ٢٠٢١.
- (٥٧) مقابلة مع أ/ خالد البرماوى، صحفي ومتخصص فى الإعلام الرقمي، عبر واتس آب، الإثنين ١٥ فبراير ٢٠٢١.
- مقابلة مع أ/ أبانوب عماد، منتج محتوى رقمي ومدرب صحافة الموبايل، عبر لينكد إن، الثلاثاء ١٦ فبراير ٢٠٢١.
- (58) Salzman, Anja et al., (2020), "We in the MOJO community- exploring a global network of mobile journalists", **Journalism Practice**, pp. 1-18, available

- at:<https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1742772> (accessed 11 February 2021).
- (59) Deen, Ahmed (2019), "Exploring Saudi journalists' attitudes towards ethical issues of mobile journalism", **Master's Thesis**, Arkansas State University, available at: <https://bit.ly/382TiTS> (accessed 27 January 2021).
- (60) Hany, Rehab (2014), "The use of ICT in Egyptian and British news organizations and its managerial consequences", **Arab Journal of Media & Communication Research**, Al-Ahram Canadian University, No. 4, March. pp. 2-11, available at: <https://bit.ly/3kDSDgB> (accessed 28 January 2021).
- (61) Wenger, Debora (2014), "Help wanted: Mobile journalism skills required by top U.S. news companies", **Electronic News**, vol. 8(2), pp. 138-149, available at: [DOI: 10.1177/1931243114546807](https://doi.org/10.1177/1931243114546807) (accessed 28 January 2021).
- (62) Canavilhas, João (2021), "Epistemology of mobile journalism: A review", **Profesional De La Informacion**, vol. 30(1), available at: [DOI: https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.03](https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.03)(accessed 11 February 2021).
- (63) Maksimainen, Pirkka, **op. cit.**
- (64) Lydersen, Asta B., **op. cit.**
- (65) Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty (2019), "Journalism in the era of mobile technology: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana", pp. 42-64, available at: [DOI: 10.30547/worldofmedia.3.2019.2](https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2019.2) (accessed 1 February 2021).
- (66) Karhunen, Panu, **op. cit.**
- (67) Salih, Salah M. (2017), "Mobile journalism: Using smartphone in journalistic work", **Master's Thesis**, Department of Informatics & Media, Uppsala University, available at: <http://bit.ly/3q8415x> (accessed 25 January 2021).
- (68) Blankenship, Justin C. (2016), "Losing their "MOJO"?: Mobile journalism and the deprofessionalization of television news work", **Journalism Practice**, vol. 10(8), pp. 1055-1071, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1063080> (accessed 28 January 2021).
- (69) Blankenship, Justin C. and Riffe, Daniel, **op. cit.**
- (70) Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty, **op. cit.**
- (71) Kumar, Anoop and Haneef, M. Shuaib M. (2018), "Is MOJO (en) de-skilling?: Unfolding the practices of mobile journalism in an Indian newsroom", **Journalism Practice**, vol. 12(10), pp. 1292-1310, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1389291> (accessed 25 January 2021).
- (٧٢) سناء يوسف شاهين (٢٠١٨)، "دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الثالث، يونيو،

- available at: <https://democraticac.de/?p=54531> (accessed 26 January 2021).
- (٧٣) طارق محمد محمد الصعيدي (٢٠٢٠)، "اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر: دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، عدد ٥٤، ص ٢٢٦٩-٢٢٢٦.
- available at: <https://bit.ly/3b4LBhL> (accessed 29 January 2021).
- (٧٤) أيمن محمد إبراهيم (٢٠٢٠)، "دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا: دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، عدد ٥٤، يوليو، ص ٣٦٨٢-٣٦٨٢.
- available at: DOI: [10.21608/jsb.2020.110181](https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110181) (accessed 29 January 2021).
- (٧٥) طلعت عبد الحميد عيسى، ساند سعيد رضوان (٢٠١٩)، "اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول مصدرًا لأخبار انتفاضة القدس: دراسة ميدانية"، *مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية*، مجلد ٢٧، عدد ٤، ص ٣٤٧-٣٧٥.
- available at: <http://bit.ly/3bV7Aqx> (accessed 29 January 2021).
- (٧٦) خمائل زيدان خلف، عبد الأمير موبت الفيصل (٢٠٢٠)، "دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها"، *مجلة بحوث الشرق الأوسط*، مجلد ٥، عدد ٥٥ (الجزء الثاني)، مايو، ص ٢٠٥-٢٥٨.
- available at: <https://bit.ly/3b6rdwD> (accessed 29 January 2021).
- (٧٧) ابتسام قادري، سمية بو عامر (٢٠١٩)، "استخدام الطلبة الجامعيين لصحافة الموبايل: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة"، *شهادة المساسر أكاديمي*، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- available at: <https://bit.ly/3sMAGiV> (accessed 29 January 2021).
- (٧٨) تضم عينة الدراسة الممارسين والقيادات الآتي أسماؤهم:
أسماء الممارسين بالقنوات المصرية الحكومية:
- / عفاف سعيد، مدير إدارة الخدمة الرقمية بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - / على عبد العزيز، مدير تحرير برنامج من ماسبيرو، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - / هيدى سامح، مخرجة بقناة النيل للأخبار وسكاى نيوز عربية.
 - / محمد محمود، مراسل النيل للأخبار ومدير البرامج الوثائقية بصوت العرب.
 - / رانيا كمال، مراسلة جنوب سيناء بالتلفزيون المصري.
 - / رمضان المطعنى، مراسل بقناة النيل للأخبار.
 - / عبد الباسط يونس، مراسل.
 - / ناهد الصباح، مسئول إعلامى بالعلاقات الدولية، الهيئة الوطنية للإعلام.
- أسماء الممارسين بالقنوات المصرية الخاصة:**
- / د/ أبى أبو زيد، رئيس تحرير برنامج بيت دعاء على قناة تن.
 - / د/ محمد فتحى، رئيس تحرير برنامج حديث القاهرة على قناة القاهرة والناس.
 - / د/ الشيماء العزب حسين، باحث فى وحدة الأفلام الوثائقية بقناة Dmc، ومديرة وحدة تطوير محتوى بقناة تن.
 - / تامر مجدى، مراسل قناة النهار وكبير مراسلى الدستور.
 - / أحمد محمد بقوش، منتج تقارير، ومخرج تنفيذى ببرنامج حلو بس بقناة Dmc.
 - / أحمد سلامة، صانع محتوى إخبارى لمواقع التواصل الاجتماعى ورئيس تحرير بقناة تن سابقاً.

- أ/ إيمان الخولي، منتج.
 - د/ إنجي لطفي مؤسس صفحة أهل الميديا المتخصصة في تغطية ملف القنوات والإذاعات.
 - أ/ على سطوحى، مخرج أفلام وثائقية حر، وصانع محتوى صحافة موبايل لقناة النهار.
 - أ/ عمر عبد الناصر غريب، مخرج وأحد أعضاء الفريق المؤسس لـ 10MOJO.
 - أ/ إنجي القمحاوى، منتج بـ 10MOJO.
 - أ/ نهى الشرباصى، مخرج محتوى رقمى بـ 10MOJO.
 - **أسماء القيادات بالقنوات المصرية الحكومية:**
 - أ/ مصطفى شحاتة، نائب رئيس قطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ نهلة المدنى، رئيس الإدارة المركزية للأنباء والتحليل السياسي، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ أحمد عبد الرحمن عبيس، مدير عام بأخبار التلفزيون المصري وكبير مراسلين، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ أيمن العوضى، مدير عام البرامج بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ سمية الشناوى، مدير عام الإعلانات بالموقع الإلكتروني لقطاع الأخبار.
 - أ/ عزة حمدى، مدير عام الترجمة الفورية بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ عصام أبو الفضل التيجى، مدير عام المراسلين بقطاع الأخبار، ورئيس تحرير صباح الخير يامصر، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ على عبد الوهاب، مدير عام البرامج الإخبارية بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ فيصل الليثى، مدير عام المراسلين بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - د/ منى حسين، مدير عام التحليل السياسي بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ ياسر شرف، مدير عام الأنباء بقطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ ياسر فرج، مدير عام إدارة الاستماع السياسي بالإدارة المركزية للأنباء، قطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - د/ أمل أبو عرام، كبير معدى البرامج بقطاع التلفزيون، ورئيس تحرير برنامج من ماسبيرو، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ خالد سعد، كبير مذيعين بالقناة الأولى، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - أ/ عيبر أبو طالب، كبير مذيعين بالقناة الفضائية المصرية، الهيئة الوطنية للإعلام.
 - **أسماء القيادات بالقنوات المصرية الخاصة:**
 - أ/ محمود مسلم، رئيس شبكة قنوات Dmc.
 - أ/ أحمد عبد التواب، مدير الإخراج بقناة الشرق الإماراتية ورئيس قناة أون لايف سابقاً.
 - أ/ محمد حلمى، مدير تحرير cbc.
 - د/ محمد رضا حبيب، رئيس تحرير شبكة قنوات الحياة ورئيس تحرير برنامج الحياة اليوم.
 - أ/ محمد الحمراوى، مدير مراسلين.
- (٧٩) قام بتحكيم دليل المقابلة المتعمقة الأساتذة الآتى أسماؤهم:
- أ.د/ شريف درويش اللبان، أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 - أ.د/ عادل عبد الغفار، أستاذ الإعلام والرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 - أ.م.د/ نشوه عقل، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

- (81) Hany, Rehab, **op. cit.**
(82) Wenger, Debora, **op. cit.**
(83) Canavilhas, Joao, **op. cit.**
(84) Maksimainen, Pirkka, **op. cit.**
(85) Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty, **op. cit.**
(86) Karhunen, Panu, **op. cit.**
(87) Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty, **op. cit.**
(88) Kumar, Anoop and Haneef, M. Shuaib M., **op. cit.**
(٨٩) سناء يوسف شاهين، مرجع سابق.
(90) Blankenship, Justin C. and Riffe, Daniel, **op. cit.**