

الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر..

دراسة حالة لتجربة المصري اليوم والأفلام المستقلة المحمولة

وسام كمال محمود الحنبلي

ماجستير في الصحافة الإلكترونية
من كلية الإعلام جامعة القاهرة.

تمهيد..

هل يُمكن الاقتراب من ظاهرة الإعلام المحمول / المتنقل عبر مشهد رقصة الهارلم شيك Harlem Shake أمام المقر الرئيسي لجماعة الإخوان المسلمين بالمقطم؟.. المشهد يجعلنا نعيد التفكير فيما قاله مارشيل ماكلوهان بأن "وسائل الإتصال ستجعل من العالم قرية صغيرة"، لأن التفاعل الاتصالي أصبح أسرع، وكأن القرية أصبحت بيتاً واحداً متعدد الطوابق!

ما حدث، هو دعوة عدد من الشباب المعارض للتظاهر أمام مقر الإخوان الخميس ٢٨ فبراير الماضي (2013) لإبداء آرائهم المعارضة عبر رقصة قصيرة اسمها Harlem Shake انتشرت كالهشيم بين الناس عبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام ذاته حتى وصلت مصر كأسلوب ساخر احتجاجي على سياسات القوى السياسية الحاكمة بمصر بعد سلسلة من الاحتجاجات النمطية التي ولدت رغبة في الابتكار وجذب الانتباه. وفي اليوم نفسه، اعتدى سلفيو تونس بالضرب على طلاب المدرسة الثانوية بالرقاب، التابعة لولاية سيدي بوزيد، وذلك بعد محاولة الطلاب أداء رقصة "هارلم شيك"^(١). وعقب أيام معدودة قام أحد شباب الإخوان المسلمين في مصر بأداء هذه الرقصة مع أصدقائه وهو عاري الصدر للسخرية من أعضاء جبهة الإنقاذ، ليكشف الفيديو أن الإعلام والثقافة الشعبية قد يكونان أكثر سطوة من هيمنة الحزبية والأفكار المتلاحمة مع العقيدة.

الإعلامية والاجتماعية بفضل انتشار الهواتف المحمولة بين جميع فئات المجتمع، كما تتصدر السوق المصرية المنطقة العربية بعدد مشتركين شبكات المحمول، نظراً للتزايد المضطرد لعدد مستخدمي التليفون المحمول في مصر، وبخاصة مع انخفاض كلفة الاتصال والتنافس بين شبكات المحمول الثلاثة. ويعد الولوج على شبكة الإنترنت عبر المحمول من أهم الاستخدامات الإعلامية له، فضلاً عن ظهور وسائط جديدة تمكن المشتركين من الدخول على الإنترنت مثل أجهزة كايנדل الآي باد وجالاكسي تاب، فيما يطلق عليها بعض الباحثين:

ويُذكر أن هذا الانتشار الذائع على شبكات التواصل الاجتماعي وتعدد الفعاليات في الوطن العربية والعالم بأسره كان بأدوات بسيطة، وهي تصوير الرقصة القصيرة جداً وتحريرها ببرامج بسيطة ثم تحميلها على منصة العرض الجماهيري العالمية (اليوتيوب)، لتحظى بعدد كبير جداً من المشاهدات والتقليد بين الشباب وذاعت على الإنترنت لتصبح هذه الرقصة بجدارة ميم إنترنت^(٢) Internet meme بفضل ثائية الهواتف المحمولة والشبكات الاجتماعية. وفي مصر، ساهم المحمول في بروز عدد من الظواهر

الأجهزة اللوحية أو الأجهزة الكفية .

وفقا لآخر تقرير رسمي منشور على موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات^(٢) حول مؤشرات الاتصالات في شهر يوليو 2012 فإن عدد مشتركى المحمول 92.64 مليون بنسبة انتشار تبلغ 112.81% ويقدر التقرير عدد مشتركى الإنترنت عبر الهاتف المحمول بـ 10.87 مليون مشترك، وتبلغ نسبة مشتركى الإنترنت عبر المحمول من إجمالي مستخدمى الإنترنت 35.02% كما بالشكل الآتى..

ومن جهة أخرى، فإن قراءة إحصاءات انتشار الإنترنت في مصر، تظهر أن معدل النمو السنوي لمشاركى اليو إس بي مودرن (52.80% USB Modem) أي أكثر من ضعف المعدل السنوي لنمو مشتركى الإنترنت فائق السرعة .. (23.87% ADSL) كما في الجدول التالي^(٤)

(جدول يوضح خريطة انتشار الإنترنت عبر الوسائل المختلفة بمصر)

ويبدو أن السوق المأمولة في مكاسب الإعلام المتنقل عبر الوسائط المحمولة قد أغرى الموسوعة الأشهر ويكيبيديا بالولوج إليها بحثاً عن الأرباح التي عجزت الصحافة الإلكترونية عن تأمينها لصناعة الإعلام الرقمي.

فقد اعترفت مؤسسة «ويكيبيديا» مع مجموعة من مقدمى خدمات الاتصالات في الدول النامية القيام بتوفير محتوى موسوعتها الكبير عبر الرسائل النصية القصيرة SMS وتوفر الخاصية الحصول على أي مقال من موسوعة ويكيبيديا عبر إرسال رسالة نصية قصيرة تحوي اسم المصطلح المطلوب معلومات عنه لأرقام ستحدد لاحقاً عبر مجموعة من شركات الاتصالات^(٧)

الدراسات السابقة،

تطرح ورقة بعنوان "الإعلام المحمول.. التقارب بين الإعلام والاتصالات المحمولة" (2001) سؤالاً أساسياً حول تأثير تكنولوجيا المعلومات المتقلة على التقارب بين وسائل الإعلام. وأشارت إلى حدوث بين الوسائط المحمولة والاتصالات الجواله والإعلام التقليدي. وبالمقارنة، فإن الجمهور قد اعتاد على الدقة والجودة في الإعلام التقليدي كالجرائد والمحطات التلفزيونية، وهو بذلك ينتظر هذه المزايا في الإعلام المحمول. وقد يؤدي عدم تحري الدقة في الإعلام المحمول إلى تجنبه على الإطلاق، فإن اهتمام الناس بوسائل الترفية زادت من

ألفتهم لوسائل الإعلام المختلفة، وقابليتهم لتلقي المعلومات من تلك الوسائل، وأحياناً ما تتحكم اهتماماتنا بنوع وسيلة الإعلام المستخدمة، كما أن الحصول على المعلومات بسرعة هي أولوية عند معظم الناس؛ إلا أن المغالطة في المعلومات قد تجعل المستخدم يتجنب بشكل كامل تلك القناة غير الدقيقة ويبحث عن بديل لها .

وتناولت دراسة (2007) Stig Nordqvist تأثير الجوال علي الإعلام والتحديات الامتياضية للعمل الصحفي. وتوقعت الدراسة -وكتئذ- أن القراءة الإلكترونية من خلال الجوال ستؤثر بشكل كبير على السوق تحديدا بعد إصدار الجيل الثالث المتميز بأجهزة مرنة ومتعددة الألوان وسهلة التوصيلة ولها ذاكرة وطاقة كبيرة للبطارية وتوقع كبير في المحتوى.

وأشارت الدراسة إلى أن استخدام الجوال في القراءة الإلكترونية يحتاج بعض من الوقت إلا أن هذا الوقت ضروري حتى يكتمل نضج الخدمة، واستيعاب الناس لكيفية استخدامها، وتواصل التكنولوجيا طريقها في التطور والتقدم حتى يتخلى المستهلكون عن تردددهم في استخدامها ويشرعوا في التعامل معها على نطاق أوسع، لأن هذا هو الأداء المجتمعي الطبيعي مع كل ما هو غير مألوف ومختلف عن الأدوات والأداءات التقليدية. ومن المفيد أن تستثمر الشركات الإعلامية هذا الوقت المتوقع لانتشار تكنولوجيا المحمول في الاستعداد والتأهل لتوظيف هذه التكنولوجيا في عملها الإعلامي قبيل انتشار وتداول أدوات القراءة الإلكترونية في أيدي المستهلكين كجزء من حياتهم اليومية.

وتتظر دراسة حول دور الجوال في صناعة الإعلام (2007) إلى المحمول باعتباره آلة رقمية، ووسيلة ثقافية تستخدم في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك الإعلامي. فارتباط الصناعة الثقافية بالجوال يعمل علي تغيير وسائل الإعلام وتطويرها وتوفير ساحات للتلاقي مع وسائل جديدة. وتعرف هذه العملية باسم الوساطة الإعلامية Mass mediatizing والتي لا تهتم فقط بتوزيع المضمون بل تهتم أيضا بنقله من الإستراتيجية والأنظمة الإعلامية وإظهاره بلغة جديدة وتشكيل ودمج المحتوى (المضمون) الثقافي الشخصي في ممارسات اجتماعية واستهلاكية.

وتبحث هذه الرسالة ثلاث تبعات لاستخدام الجوال كوسيط إعلامي:

- تحول وتغير منتجات ومقاييس الإعلام النمطي ودمج قائمة المضامين وتحول مفاهيم المستخدمين عن إمكانيات ومحتوى الإعلام الجوال. وهذا النظام التصوري يتصور وجود ظاهرتين: التداخل بين النطاقين العام والخاص .

- الانتقال من التواصل الإجتماعي إلى الاستهلاك الإجتماعي وتخطي الهوية الإدارية والممارسات الإستهلاكية لوسائل الإعلام.

- كما أن المميزات المعروفة لأجهزة الجوال الكلاسيكية التقليدية تستخدم الإعلام المحمول كوسيلة للمناقشة، وتؤثر على الممارسات الإجتماعية (تقديم الهوية، الاندماج في مجموعات، دعم الروابط الفعالة، الوصول للتحكم الشخصي) وهكذا. وهذا يتعلق بقدرة المستخدم على إنتاج محتوى إعلامي وتجهيز الأماكن والأجهزة المستخدمة وهذا ما يسمى بالإعلام الشخصي. وفي هذا المجال فالإعلام الشخصي قادر على عرض وجهة النظر الشخصية أكثر من الإعلام الرقمي.

ويوفر استخدام محتوى الإعلام الجوال نقاط التقاء بين أجهزة الجوال، ويدعم الإعلام الشخصي (يسمح للتعبير عن الهوية الشخصية للفردي عن طريق برامج إعلامية) والمناقشات الإعلامية (تساعد على عرض وتبادل ودعم المعتقدات والشعائر الاجتماعية) ويمكن فهم ذلك على أنه أداة لربط وسائل التكنولوجيا بالممارسات الاجتماعية.

تلعب الأمور الشخصية والجمالية دوراً فعالاً لتحقيق ما يسمى بأنماط الحياة الإعلامية. ومن المهم تفعيل التقارب بين الإعلام الشخصي ووسائل الإعلام الأخرى من حيث المشاركة والتواصل وإنشاء قنوات إعلامية مستقلة عن الإعلام الموجّه المقيد بضغط اقتصادي وسياسي. ويلعب الجوال دوراً هاماً في تطوير المشاركة بين الإعلام الشخصي ووسائل الإعلام الأخرى، ويدعم التقارب والالتقاء بين مميزات كل منهم كما هو موضح في كل من العمليتين التاليتين:

- تسجيل مستخدمي المحتوى الناتج من الإعلام الجوال لتطوير الإعلام الشخصي.

- تسجيل محتويات الوسائط المتعددة وتبادل الاتصالات الشخصية كما هي الحال في الماركات المسجلة أو المحتويات المرخصة مثل النغمات أو الخلفيات وهذا يشكل الإطار الرئيسي لاعتماد وسائل الإعلام على الجوال.

وعالجت ورقة ديفيد كاميرون (2007) استخدام الإعلام

المحمول في المناهج الجامعية لدراسة الصحافة، باعتبار الهواتف المحمولة منصة الإنتاج الإعلامي، لما تتضمنه من إمكانيات التسجيل الصوتي والمرئي فضلاً عن اتصالها بشبكة الإنترنت. ويلاحظ أنه بات هناك عدم وضوح التمييز بين الاستهلاك والإنتاج بفضل إمكانيات الهواتف المحمولة وتطوير ثقافة الإنتاج غير المهني. ولهذا أصبحت الهواتف المحمولة أداة هامة في تطوير هذا النموذج الصحفي.

وقد تغيرت دورة حياة العمل الصحفي بفضل توافر إمكانيات الإنتاج الإعلامي عبر المحمول في أيدي الجمهور، وهو ما ساهم في ظهور شكل جديد من أشكال التغطية السمعية / البصرية للأحداث الإخبارية، وصار الجمهور قادراً على نشر هذه الصور ومواد الفيديو بسلاسة وسرعة وتداولها في جميع أنحاء العالم. وبدأت ملامح هذا التغير في دورة الأخبار التقليدية واضحة في مشهد دعوة وكالات الأنباء جماهيرها للمساهمة بانتظام بمحتوى هواتفهم النقالة في نقل الأحداث المهمة فور وقوعها، كما أصبحت الجماهير أكثر تقبلاً للصور المشوشة والصوت رديء الجودة كعنصر من عناصر التغطية الإخبارية الرئيسية.

وناقشت دراسة كاترين فيركلاس (2008) ديناميكية دور الجوال في تعزيز استخدام وتبادل المعلومات في إنتاج إعلام المواطن، كما بحثت اتجاهات استخدام الهاتف الجوال بالتركيز على البرامج التي تجعل بث المحتوى أكثر سهولة، وتعرض الإمكانيات الحالية والمحتملة لاستخدامات الهاتف الجوال في تعزيز إعلام المواطن وحرية تبادل المعلومات، من إمكانيات التقاط صور وإنتاج مواد الفيديو وتسجيل مواد صوتية وإرسال رسائل sms فضلاً عن الولوج إلى الإنترنت واستخدام خاصيتي البلوتوث Bluetooth والواي فاي Wifi. كما تتوقع المزيد من اختراق الجوال لمعظم الأنشطة اليومية من الحصول على المعلومات والتعبير عن الرأي، وأيضاً في الإنتاج والاستخدام الإعلامي.

استهدفت دراسة سلوى حسن البنا (2009) التعرف إلى أسباب ودوافع استخدام الشباب لخدمة الرسائل القصيرة SMS عبر القنوات الفضائية والإشباع التي تعود عليهم من هذا الاستخدام، واستخدمت أداتي الاستبيان وتحليل المضمون، ورأت الباحثة أن استخدام رسائل SMS في المجال الإعلامي سلاح ذو حدين، حيث يمكن عن طريقها خدمة أكثر من طرف في العملية الاتصالية، وبالنسبة للمشاهد أو المستقبل، يمكن أن

وحاول عبد العزيز قبلان (2009) فهم الدور الذي يلعبه الفراغ في اللجوء إلى استخدام وسائل والاتصال الجماهيرية أو اللجوء إلى النشاطات الأخرى لقضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري، ومعرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في هذه العملية وتحديد العوامل المؤثرة على هذا الاستخدام والكشف عن الظروف النفسية والاجتماعية والجسدية.

واستخدم الباحث أدواتي (9) الاستبيان، تتبع المذكرات اليومية للمبحوثين بالمقابلة أو ملء المبحوث للمذكرة بنفسه. وبرزت عدة مؤشرات في نتائج الدراسة، منها: تأتي الزيارات والمكالمات التليفونية في المرتبة الخامسة في الاستخدام بأوقات الفراغ، حيث تستغرق 9 دقائق من يوم المبحوثين، ويبدو من الدراسة أن هذا الاستخدام لم يندرج في الأنشطة الإعلامية والاتصالية.

ولاحظ الباحث أن مشاهدة التليفزيون هي النشاط الأكثر ممارسة من النشاطات الإعلامية والاتصالية، يليها تصفح الإنترنت، وتأتي قراءة الجرائد والمجلات في المرتبة الثالثة. كما بينت الدراسة أن تصفح الإنترنت يشترط أن يكون المرء في حالة نفسية وجسدية جيدة مقارنة بمشاهدة التليفزيون الذي يعد "أسهل" وسيلة لقضاء وقت الفراغ.

ويرى حسن عامر (2010) في ورقة بعنوان "نماذج تمويل المواقع والصحف الإلكترونية" أن المحمول يمكن أن يكون وسيلة لدر دخل مادي على الصحافة الإلكترونية عبر خدمتين: "الاشتراكات" لتابعي خدمات إعلامية محددة سواء بالإطلاع المباشر أو تلقي الخدمات عبر الهاتف المحمول كما في صحيفة فينينشال تايمز والواشنطن بوست ومجموعة صحف مازدوخ، أو من خلال "بيع المحتوى الإعلامي لشركات المحمول" والتي يمكنها توظيفه وتسويقه عبر التطبيقات المختلفة.

وتناول حسنين شفيق (2010) الهاتف المحمول باعتباره وسيلة إعلامية جديدة منافسة للوسائل الأخرى السابقة للظهور، وأكد على أن المحمول يقوم بكل وظائف الوسائل الإعلامية الأخرى كما تناولتها نظريات الإعلام، مثل: الإخبار، الإعلام والتعليم، ترابط المجتمع ونقل تراثه، وظيفته الترفيه، الرقابة، الإعلان والترويج، تكوين الآراء والاتجاهات.. ولاحظ الباحث أن المحمول غير طريقة الاتصال الشخصي وجعلها لا تقتيد بحدود المكان والزمان ولا تشترط الاتصال المواجهي، فالمكالمات المرئية سهلت التواصل الذي لا يتطلب إلا توافر خدمات الإنترنت 3G و 4G للقاتمين بالاتصال، وأن الإعلانات على المحمول يمكن أن

تمكن من التفاعل البناء مع المضمون المقدم وإكسابه شعوراً بالإيجابية والنشاط، وتعود بفائدة على المضمون المقدم أو الرسالة الإعلامية، بمختلف وجهات النظر والاتجاهات، وبالتالي التعامل معها يجذب أكبر عدد من المشاهدين للارتقاء بالمضمون المقدم وبالذوق العام واحترام عقلية المشاهد، وهذا يكسب شعبية أكبر للوسيلة وغيرها، بجانب العائد المادي الذي يعود على القناة.

أما الجانب السلبي من استخدام رسائل SMS فيتلخص في أن القنوات توظف هذه التقنية التفاعلية لحض الشباب على المزيد من الإرسال إليها في مسابقات وخدمات معينة، لأهداف مادية بحتة، كما أنها تلهي الشباب بأشياء وهمية غير نافعة مثل الدردشة غير البناءة في "شريط الشات"، وتزيد من انتشار ثقافة الاستهلاك غير المسؤولة خاصة مع ما أكدته الدراسة من نتائج تشير إلى دوافع الكبت العاطفي والجنسي التي تسيطر على الكثير من الشباب في إرسالهم هذه الرسائل.

واستهل الباحث جمال الرزن (2009) ورقته البحثية بسؤال هام: عندما يتسلح أي مواطن بمجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (كاميرا رقمية- آلة تصوير رقمية، حاسوب محمول، مسجل صوتي صغير، هاتف جوال عالي الجودة) وينزل إلى الميدان ويتجه صوب الحدث يقتنص الأخبار، فهل تمكنه تلك التقنية الذكية من التحول إلى صحفي؟ وإذا حظى بسبق صحفي؛ فهل تجرده من صفة "المواطن الصحفي"؟

وتجيب الورقة عن هذه الأسئلة بالتاكيد على أن صحافة المواطن تمتاز بمجموعة من القواعد من المواقف التصحيحية لدور الصحافة أكثر من كونها نمطاً به مجموعة من القواعد الصارمة، وكأنها تسعى إلى إعادة الاعتبار والتمسك بسلة المتل التي تبشر بها الديمقراطية وكيف أن المواطن بإمكانه أن يقرر مصيره ويحدد مستقبل أبنائه، ويختار نوعية الحياة التي يريد، ومن خلال مشروعها إنقاذ الديمقراطية تريد صحافة المواطن إنقاذ الاتصال والإعلام من آليات التوظيف، حيث يبرز دور صحافة المواطن في تفعيل دور النقد الذاتي داخل مهنة الصحافة وتوسيعه وهو أمر لا يستهان به وذلك حتى يوفر الصحفي المواطن لنهجه نوعاً من المشروعية والاعتراف داخل الجسم الصحفي التقليدي الذي يعتبر أن الصحفي هو إنسان فوق الخطأ والنقد والعقاب.

تتفادى مشاكل الإعلانات التليفزيونية، وأنه يُعد مستقبلاً لانتشار "تليفزيون المحمول".

وأوضحت الدراسة أن الهاتف المحمول يسجل انفرادات صحفية عالمية عبر الهاتف المحمول ومن خلال المواطنين الصحفيين، وأن الرسائل القصيرة لها عديد من الاستخدامات الإعلامية، ويتوقع أن يكون "تليفزيون المحمول" من الاستخدامات الأكثر انتشاراً في المستقبل.

وتطرقت دراسة حول "أوجه اختلاف الإنترنت المتنقل" (2010) إلى أوجه الاختلاف بين التصفح عبر الإنترنت من خلال المحمول والتصفح عبر الحاسب الآلي الشخصي. إذ توجد عدة معوقات في تصفح الإنترنت عبر المحمول أهمها صغر الشاشة وصعوبة القراءة عليها، ضعف أو انعدام الشبكة في مناطق كثيرة.

وتطرقت الدراسة إلى علاقة التصفح عبر الوسائط المختلفة بالنشاط التدويني المصغر Microblogging كما لاحظت تأثير عاملين في تصفح الإنترنت عبر المحمول: أولهما ارتفاع كلفة التصفح عبر الإنترنت وهو ما يجعل المتصفح يميل إلى الضغط على الروابط التي تظهر في أعلى شاشة الموبايل وهو ما يظهر جلياً تأثير الوسيلة في اختيارات المستهلك. أما عن العامل الثاني فهو بحث المستهلكين دوماً عن المعلومات التي تتعلق بمحيطه الجغرافي كالمحلات التجارية، وهو ما يمكن أن يؤثر في سوق التجارة عبر الإنترنت.

ووفقاً لدراسة أعدتها شركة TM capital الأمريكية (2010) حول الاستثمار من العلاقة بين الشبكات الاجتماعية والوسائط المحمولة، يلاحظ توسع المستهلكين في استخداماتهم لوسائل الإعلام الاجتماعية علي هواتفهم النقالة إلى درجة أصبح من الصعب قياس معدلات التبني، وفي نوفمبر من العام 2010 استضافت شبكة فيس بوك للتواصل الاجتماعي حدثاً خاصاً بوسائط الهاتف النقال، حيث أعلنت أن لديها ما يقرب من 200 مليون عضو نشط يستخدمون منتجاتها للهواتف النقالة بمعدل أعلى من 65 مليون من العام السابق. وقد أعلنت شبكة فيس بوك أن جمهور مستخدميها للهواتف النقالة أكبر من قاعدة مستخدمي هواتف الآيفون والهواتف التي تعمل بنظام تشغيل Android وأن نشاط هؤلاء المستخدمين لفيس بوك يعادل ضعف نشاط مستخدمي سطح المكتب. وبهذا يمكن الاستفادة من المعلومات الإحصائية التي توفرها الشبكات الاجتماعية عن

مستخدميها للوصول إلى المستهلكين عبر الهواتف المحمولة.

وتمحورت دراسة جاكو سينيسالو (2010) حول الدور المحتمل للجوال كقناة وسيطة خلال إدارة علاقات العملاء، لأنه بيئة متعددة القنوات. ورغم الاستفادة الحتمية للعميل وللشركة من استخدام الجوال في إدارة علاقات العملاء، إلا أنه يندر استخدامه حتى تاريخ هذه الدراسة. والمثير للدهشة أن الجوال له إمكانات خاصة واستثنائية في التواصل بالعملاء مقارنة بقنوات التواصل الأخرى، بالإضافة إلى أن استخدام الجوال في التواصل يوفر المال والوقت حيث إنه يمكن بسهولة استبدال التواصل عبر الجوال بالمقابلات الشخصية.

وتقدم هذه الدراسة نقاطاً رئيسية للشروع في الاستخدام الفعلي للجوال كوسيط في إدارة علاقات العملاء، وتأمل أن تشجع المديرين، للنظر في ما إذا كان يمكن أن توفر شركتهم القيمة المضافة من أي نوع للاستفادة من الهاتف الجوال في إدارة علاقات العملاء.

وتناولت ورقة بيدرو مونتيرو أوجه الاختلاف في الصحافة "الدفترية" على الأجهزة اللوحية? وablets وذكر الباحث عدة أوجه للاختلاف على مستوى الشكل والمضمون والتي تعكس اختلاف الوسيلة وضرورة تمتع القائم بالاتصال في الصحافة "الدفترية" بمهارات خاصة، وكانت أهمها:

- صناعة أخبار يمكن قراءتها ومشاهدتها ولسها: إذ تحتوي أغلب أجهزة الكمبيوتر اللوحية على شاشة كبيرة تتيح لك الإبحار باستخدام أصابعك، واستهلاك الأخبار من خلالها لا يكون بمجرد القراءة أو متابعة الصور، لأن القراء يتوقعون استخدام الأجهزة اللوحية كي تقودهم إلى أعماق القصة باستخدام الوسائط المتعددة.

- ملاحظة أن "الدفتر" tablet ليس موقعاً على الإنترنت؛ ولكنه ليس أيضاً مجرد نسخة ملف pdf من الصحيفة المطبوعة، ويعتمد تصميم "الدفتر" على اكتشاف توازن مثالي بين المتعة البطيئة للقراءة وثراء الخبرة الذي يمكن أن يقدمه المحتوى الرقمي، كاستفادة من الفرص الرقمية، مثل: الروابط hyper-links للكلمات والكلمات الدلالية tags واستخدام القوائم المنبثقة popup menu للمزيد من المعلومات.

- يتطلب مهارات خاصة لفريق نشر "الطبعة الدفترية" في صالات التحرير، منها ضرورة وجود صحفيين بصريين يرسمون "اسكتش" لنسبة الـ 20% من المقالات مع المحرر، ويديرون

سبق صحفي أو عرض الأحداث مباشرة أسرع من منافسيه، نجد أن الجوال يتسبب بذلك الطموح في هزيمة أعتق المؤسسات الصحفية والإخبارية، بما قد يفقدنا قدرًا كبيراً من جمهورها لصالح الإعلام المحمول الأسرع وصولاً.

وأشارت المجلة إلى أن سرعة التطور التكنولوجي في سوق المحمول يعمل على توسيع المجال وزيادة الفرصة لجذب اهتمام المشاهدين وتقديم المعلومات وأسر انتباههم بشكل أكبر، فقد أتاحت التكنولوجيا الحالية مثل التكنولوجيا اللاسلكية والهواتف الذكية إمكانية إدخال بيانات تتناسب مع الجوال وعرضها في كل مكان. ففي الدول المتقدمة والمنظمات الدولية؛ تعتمد المنظمات الإخبارية على الجوال في جمع وعرض المعلومات، بل وفي تصميم الإعلانات الخاصة بها أيضاً.

وهذا يثبت أن إمداد الجماهير بالمعلومات من خلال الهواتف الذكية smart phones والمواقع له عدة مميزات منها السرعة في التحميل والنقل الحصري للمعلومات والأخبار. فقد تعني البيئة التنافسية بين مقدمي الخدمات تقليص الكلفة، هذا الجمع بين الدخل المحصل في الدول المتقدمة وبين التوصل إلى أجهزة متطورة يعني أن الدول المتقدمة تجذب وتدعم استخدام الجوال في الصحافة الإعلامية وتحدث تغييراً في إنتاج وتوزيع الصحافة.

وعرضت المجلة واقع دولة جنوب إفريقيا في توظيف المحمول إعلامياً، إذ تتميز جنوب إفريقيا بأعلى نسبة استخدام للجوال طبقاً لمؤشرات الاتصال عام 2009 كما تمتلك تغطية شبكية في معظم المناطق السكنية بنسبة 92% تقريباً، وتتجاوز معدلات النمو -رغم بطئها النسبي منذ الطفرة الأولى في استخدام الجوال- سرعة معدلات النمو في الدول المتقدمة، وهذا ما يجعل جنوب إفريقيا رائدة بين الدول النامية في البنية التحتية للاتصالات عبر الجوال والخدمات، ولكن مما يعرقل انتشار خدمات الإعلام عبر المحمول ارتفاع كلفتها المادية والتي لا تتناسب والظرف الاقتصادي والاجتماعي للقاعدة العريضة من مواطني جنوب إفريقيا.

كما أجرى مركز بيو للأبحاث ضمن مشروع التميز في الصحافة -the Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (PEJ) دراسة أخرى (2012) بعنوان "مستقبل الأخبار المحمولة" على 9513 مبحوثاً بطريقة عشوائية لرصد ظاهرة انفجار جمهور المحمول، وعلاقتها بمتابعة الأخبار. وخلصت الدراسة

انسياب المقالات وآلية الإبحار من مقالة لأخرى، كما يجب أن يضم الفريق صحفيين لديهم مهارات في التعامل مع الصوت والفيديو والتصوير الفوتوغرافي لإنتاج مثل ذلك المحتوى.

واستهدف تقرير (2011) مركز مساعدة وسائل الإعلام الدولية الإجابة عن السؤال: كيف يبدو مجتمع الإعلام العالمي عبر وسائل الإعلام المحمولة؟ وكيف تمكن ثورة المحمول المواطن من مطالبة الحكومات بالمزيد من الانفتاح والمساءلة؟ ويات الأمر حقيقة وليس تساؤلات عندما ساهمت تقنيات المحمول في ثورات تونس ومصر وما تبعها من اضطرابات في شمال إفريقيا وبقية الدول العربية، وكيف ساهم تحرير التكنولوجيا في تحسين مواجهة الأجهزة القمعية.

والسؤال الثاني في إطار النظرية السلطوية: كيف ستسعى الحكومات إلى السيطرة على تدفق المعلومات عبر الوسائط المحمولة؟ وهو السؤال الذي صادف واقعاً أيضاً عندما واجهت نظام حسني مبارك اندلاع التظاهرات ضده في ثورة 25 يناير بإغلاق شبكات الاتصال المحمول عبر التحكم في البنى التحتية، وهو ما يمثل معضلة "الديكتاتور" أمام حرية تدفق المعلومات. ولكن تمثل هذه التكنولوجيا المحمولة سلاحاً ذا حدين، فكما أنها تمكن النشطاء من إيصال صوتهم تحت الحكم الاستبدادي، فإنها في الوقت نفسه قد تعتبر أداة مراقبة للنشطاء كما حدث في "الثورة الخضراء" بإيران عندما تعقبت الشرطة النشطاء عبر أجهزة المحمول.

ورأت الدراسة أن التطور التكنولوجي في استخدام الإنترنت عبر الجوال ناتج عن الجهود الاجتماعية من قبل المستخدمين والجهود التقنية من قبل الخبراء، وقد يطالب الطرفان بدعم السياسات العامة لهم وتشجيع الاستثمارات، ومن الحمق محاولة توجيه أو التحكم في هذا التطور.. فكيف يمكنك السيطرة على الثورة؟

وخصصت مجلة Rhodes Journalism Review (2011) الصادرة عن جامعة رودس بجنوب إفريقيا عدداً خاصاً حول علاقة الجوال بالإعلام، وتصدر الغلاف العنوان التالي في صيغة سؤال: "هل معك الـ"موجو" Mojo الخاص بك؟ وهو مصطلح مركب من كلمتي المحمول Mobile والصحافة Journalism أو الصحفي Journalist) ويقصد بها وسيط إنتاج الصحافة المتنقلة mobile media) واعتبرت المجلة أن الجوال يمثل تحدياً كبيراً أما الصحافة الإعلامية، فبينما يسعى كل صحفي لتحقيق طموحه بإدراك

(2012) إلى تزايد استهلاك الأمريكيين للأخبار على هواتفهم المحمولة الذكية أو الأجهزة اللوحية، ومحورية دور "الأخبار" في الإستخدامات الكثيفة للوسائط المحمولة، إذ انخفضت أسعار الوسائط المحمولة في نهاية عام 2011م وهو ما أتى أكله بنهاية عام 2012 وانعكس على زيادة الإقبال على اقتناء الوسائط المحمولة وكثافة استهلاك الأخبار عبرها.

ولاحظت الدراسة تزايد الأدلة على أن اقتناء الوسائط المحمولة يؤثر على زيادة رغبة الناس في الحصول على الأخبار، حيث يقول 43% من المبحوثين أن الأخبار التي تأتيهم عبر الوسائط المحمولة تزيد من استهلاكهم للأخبار بصفة عامة، كما ذكر ما يقارب من ثلث العينة (31%) أنهم يحصلون على أخبار من مصادر جديدة عبر الوسائط المحمولة.

وأوضح الاستطلاع أن مستهلكي الأخبار عبر الوسائط المحمولة هم الأكثر استهلاكاً للأخبار بصفة عامة، لأنهم يحصلون على الأخبار عبر أجهزتهم المحمولة عدة مرات في اليوم الواحد، ويميلون إلى اللجوء إلى مصادر أخرى والحصول على أخبار جديدة كقراءة المقالات والتحليلات المعمقة أو مشاهدة فيديو للأخبار، واستقبال وإرسال الأخبار عبر البريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية.

وركزت ورقة ستيفان كوين على صحفي المحمول وأدواره الهامة في صالات التحرير والانفرادات الصحفية، فقد بات مفهوم صحفي المحمول "موجو" حقيقة يومية في الصحف العالمية بعدما كان محض خيال علمي قبل سنوات، حيث يتمكن الصحفي أحياناً من الانفراد بتغطيات صحفية في أماكن ممنوع فيها دخول الصحفيين والمعدات التليفزيونية، ويمكن الهاتف المحمول من البث المباشر والتغطية الحية على موقع الجريدة، فصحفي المحمول هم صحفيو المستقبل الرقمي الذين يستطيعون بسهولة ويسر إعداد ورفع قصصهم الصحفية (على الإنترنت) بما في ذلك الصور، والبودكاست، والفيديو، ليمنحوا قراءهم صورة متكاملة، على الفور، على مواقع الخدمات الإخبارية اليومية.

وتناولت ورقة بحثية استخدامات الإنترنت عبر الموبايل (2012) وكيفية استخدام الناس للإنترنت أثناء التنقل بواسطة هواتفهم النقالة وأجهزة الكمبيوتر المحمول. وجنحت إلى مسلك مماثل لنتائج البحوث الإثنوجرافية حول شبكة الإنترنت، والذي يفترض أن أنشطة الإنترنت والفضاء الاجتماعي هو حتماً

مرادف آخر لهوية غير متصلة وفضاء اجتماعي.

وترى الدراسة أن السياق كثيراً ما يكون له دور في تشكيل أسلوب أو طريقة الناس استخدامهم لانتترنت الموبايل. فمثلاً التحقق من أحوال الطقس أو البحث عن الاتجاهات باستخدام الهواتف الذكية يعبر عن الدوافع العملية للاستخدام. أما عن طريقة وصف المشاركين لتحققهم المعتاد عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وبريدهم الإلكتروني؛ فتعتبر أكثر عن الدوافع الطقسية أو الاعتيادية. وبالمثل أيضاً فيمكن تفسير الاستخدامات المحاكية من حيث كونها عملية أو اعتيادية فضلاً عن كونها إيجابية أو سلبية.

وقدم نادي دبي للصحافة (2012) تقريراً مفصلاً عميقاً عن الواقع الراهن للإعلام العربي في عدد من الدول العربية من بينها مصر، واستقرأ التطورات المحتملة في المناخ الإعلامي بفتونه المختلفة. وفي جانب الإعلام الرقمي خرج التقرير بعدد من المؤشرات المستقبلية في العالم العربي:

- يؤثر اختلاف الشرائح العمرية في المستقبل المتوقع لاستخدامات الوسائل المحمولة في المستقبل القريب أكثر من العامل الاقتصادي -وفقاً للتوقعات المطروحة في التقرير- وذلك لأن أكثر من 50% من السكان في المنطقة العربية ينتمون إلى جيل Y أو إلى جيل الألفية (دون سن 25 سنة)، وهو الجيل الذي يوجه حالياً الاستهلاك والتفاعل مع المحتوى عبر أدوات رقمية متعددة بما فيها منصات الشبكة الاجتماعية، وتطبيقات الهواتف النقالة، ومن المتوقع ازدياد نسبة استخدامات الأجهزة اللوحية بين جيل Z وهو الجيل الذي يتأرجح عمرياً بين (14-10 سنة) ويستخدم الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية منذ سن مبكرة قبل الحاسوب الشخصي/ الحاسوب المحمول.

- بالنظر إلى الانتشار الواسع إلى الهواتف الذكية في المنطقة، فإن ثمة ميلاً واسعاً لتحميل واستخدام التطبيقات النقالة، ويستعمل مستخدمو الهواتف الذكية في المنطقة العربية ما يصل إلى 22 تطبيقاً بالمعدل، وهم مستعدون لإنفاق ما يصل إلى 26 دولاراً شهرياً على التطبيقات. وتعد أكثر التطبيقات المدفوعة شعبية تلك المتعلقة بالألعاب والخدمات العامة والتعليم، ويفضل أكثر من 60% من المستخدمين اللغة العربية، ومع ذلك.. فإن عدد التطبيقات المطورة في المنطقة ما يزال قليلاً جداً في قائمة أكثر من 200 تطبيق مستخدم عالمياً.

- تعد نسبة انتشار الهواتف الذكية في مصر منخفضة

نسبياً (28% مقارنة ببقية أسواق المنطقة مثل الإمارات العربية المتحدة. وعلى الرغم من ذلك، فإن 46% من مستخدمي الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية في مصر يقومون بتحميل تطبيقات لأجهزتهم بشكل منتظم، حيث يقوم ما يقارب 54% منهم بتحميل التطبيقات بمعدل أسبوعي.

واستهدف مشروع بحثي بعنوان "جيل الإنترنت: دراسة استطلاعية" (2012) التعرف إلى السمات الرئيسية لمستخدمي الإنترنت، من خلال مقابلة واستبيان آراء ما يقرب من 10 آلاف شخص من فئات عمرية مختلفة من مستخدمي الإنترنت في 12 دولة (الولايات المتحدة، كندا، المملكة المتحدة، ألمانيا، فرنسا، إسبانيا، المكسيك، البرازيل، روسيا، الصين، اليابان، الهند). ويلاحظ أن تقسيم دون تابسكوت للفئات العمرية المرتبطة باستخدام الإنترنت والتكنولوجيا يختلف عن تقرير دبي لاستخدام الإنترنت في العالم العربي، وهذه الفجوة الزمنية ترجع إلى تأخر دخول الإنترنت في المنطقة العربية مقارنة بنشأته وانتشاره بالغرب. وقد قسمت الدراسة الأمريكية أجيال الإنترنت إلى أربعة هم:

- جيل طفرة المواليد: من يناير 1946-ديسمبر 1964

- جيل انخفاض المواليد الجيل (X): من يناير 1965-ديسمبر 1976.

- جيل الإنترنت / جيل الألفية (جيل Y): من يناير 1977-ديسمبر 1997.

- الجيل القادم جيل (Z): من يناير 1998-الوقت الحاضر.

ويلاحظ أن جيل الإنترنت هو أول الأجيال تأثراً بالطوفان الرقمي، ففي كل مكان يوجد اتصال عريض بالإنترنت: عبر أجهزة الآي بود والهواتف المحمولة، التقاط إحداثيات الجي بي إس، التقاط الصور، تبادل الرسائل النصية؛ فضلاً عن أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك تتيح لأبناء جيل الإنترنت متابعة كل حركة يقوم بها أصدقاؤهم، وتوضح نتائج الدراسة انتشار الهواتف المحمولة واستخدام الإنترنت عبرها حتى إن 75% من المراهقين من سن 17-15 سنة يمتلكون هواتف محمولة في الولايات المتحدة الأمريكية.

ووجدت الدراسة علاقة عكسية بين استخدام الإنترنت ومشاهدة وسائل الإعلام التقليدية، حتى إن التلفزيون صار بمثابة "الخلفية الموسيقية" أثناء استخدام الكمبيوتر والمحمول، ورصد دون تابسكوت عدداً من الظواهر الاجتماعية والثقافية

في جيل الإنترنت مقارنة بجيل التلفزيون، وأكد على أن التكنولوجيا أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الثقافة الشعبية لجيل الإنترنت في الدول محل الدراسة، ولكن تمركزها الديموجرافي يوجد في آسيا، ورغم ذلك فإن القوى المحركة المؤثرة في هذا الجيل على مستوى العالم تكمن في الغرب.

وأكدت الدراسة على أن الشاشة الصغيرة "الهواتف المحمولة" تعد بمثابة ثورة لدى جيل الإنترنت وفي طريقها إلى أن تكون الوسيلة المفضلة للولوج إلى الإنترنت، خاصة وأن هناك تزايداً في العلاقة الحميمة بين الشباب والهواتف المحمولة حتى بات بعضهم يشعر برهاب الحرمان من الهاتف، ومنهم من لا يفلقها أبداً، أو ينام وهي في أحضانهم، في الوقت الذي أصبحت فيه الهواتف المحمولة أشبه بالسكين السويسرية متعددة الأغراض والاستخدامات، ولكنها سكين رقمية أنيقة، وأقرب إلى أجهزة كمبيوتر قوية صغيرة.

كما ساهم مركز مساعدة الإعلام بورقة أخرى أكثر نضوجاً بعد عام من الثورة المصرية (2012) بعنوان "الإعلام الرقمي في العالم العربي بعد عام من الثورات" وتعتمد هذه الورقة على أكثر من مقابلة شخصية أو عبر الهاتف والإيميل والسكيب، والاستفادة من التعليقات والمواقع والمدونات وبقية المصادر الأساسية والثانوية. وتحلل هذه الورقة آثار التحولات في وسائل الإعلام بالدول العربية بفعل الربيع العربي والتي تزامنت مع صعود الإعلام الاجتماعي بها.

واستعرضت الدراسة دور الإعلام الاجتماعي في تطورات الأوضاع السياسية قبل الثورة وأثناءها وفيما بعدها. وفي الوقت نفسه، أوضحت الدراسة أن التكنولوجيا المتنقلة/المحمولة كانت تتبع - حذو القذة بالقذة - منصات الإعلام الاجتماعي. ووضعت الدراسة معادلة في غاية الأهمية وهي تشرح دور الشبكات الاجتماعية ويمكن استيعاب مكنوناتها في ضوء الحالة المصرية، وهي: الاحتجاج الاجتماعي + الشبكات الاجتماعية = دوامة..

Social Unrest + Social Media = A Vortex

وأوضحت الدراسة أن التحولات الكبيرة في وسائل الإعلام بعد الثورة تتمثل في استماتة القنوات الفضائية بإنتاج الإعلام الاجتماعي، وعلى سبيل المثال انتقال برنامج "البرنامج" الساخر لباسم يوسف من اليوتيوب إلى فضائية أون تي في (ON TV) إلى قناة CBC. ويستطيع كل حامل للتلفون المحمول أن يكون

منتجاً ومشاركاً في الإعلام الاجتماعي، وستتلاشى مع الوقت الحدود الفاصلة بين وسائل الإعلام الرئيسية وصحافة المواطن والإعلام الاجتماعي.

وحجب نظام بشار الأسد في سوريا بنهاية فبراير 2012 الموقع السعودي Bambuser لأنه المنصة الأكبر للبت المباشر المرئي عبر الهواتف المحمولة لجميع الانتهاكات والأحداث السياسية بسوريا. وأكدت الدراسة على أن هذا العصر هو عصر التغيير الاجتماعي عبر الإعلام الاجتماعي.

المؤشرات العامة التي خرجت بها الدراسات والأدبيات السابقة:

- هناك فقر ملحوظ في الدراسات العربية وخاصة المصرية في المعالجة المتكاملة لظواهر استخدامات الوسائط المحمولة، ولاحظت الدراسات -العربية وغير العربية- تأثير العوامل الأثنوجرافية في استخدامات المحمول، وارتباط الأنشطة الاتصالية بالهوية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين، كما تنوع وتعددت هذه الاستخدامات لدى الفئات المختلفة من الجمهور، حتى إنه أصبح متداولاً في أيدي الأطفال ويستخدم باكراً من قبلهم، ويعد الولوج إلى الإنترنت عبر المحمول تجربة أولى في استخدام الإنترنت لدى الأطفال والمراهقين وبعض الأماكن التي تفتقد إلى التطور في البنى التحتية.

- من المتوقع ازدياد استخدامات المحمول وإدراج استخدامات جديدة له في المعرفة والترفيه والتنمية، وستزيد الخصائص الاجتماعية والثقافية والاتصالية لجيل الإنترنت من توقع ازدياد الاستخدام والبقاء على اتصال عبر الإنترنت المتنقل.

- لمست الدراسات تأثيرات اجتماعية وثقافية على مستخدمي المحمول، كما أن هناك عوامل اجتماعية تلعب دوراً في زيادة هذا الاستخدام مثل الفراغ والملل.. وعادة ما تخضع زيادة الاستخدام لعادات وطقوس يومية.

- تُعتبر مصر من الدول كثيفة الاستخدام للمحمول، ولكنها أقل في انتشار الهواتف الذكية وتطور الاستخدام مقارنة بالخليج.

- يتجلى التقارب/ الاندماج الإعلامي في وسيط المحمول والوسائط المتقلة بصفة عامة، وهناك صلة كبيرة بين الوسائط

المحمولة والعمل الصحفي بشقيه المهني وغير المهني، وساهم المحمول في تطوير العمل الصحفي وتكامله وكان منصة الإنتاج الإعلامي في انفرادات صحفية غابت عنها الأدوات الاحترافية.

- يتطلب النشر الإعلامي عبر المحمول استحداث مهارات إعلامية جديدة في القائمين بالاتصال، كما يحتاج المحتوى لمعالجات خاصة وتصميم يتناسب والوسيط المحمول واللوحى وتقنيات اللمس الحراري، ومن المتوقع أن تؤثر تلك الوسائط في مستقبل الصحافة نحو المزيد من الرقمنة والتفاعل.

- تلعب الهواتف وخاصة الذكية دوراً هاماً في الفعاليات السياسية والاجتماعية، الأمر الذي يعزز النشاط الاتصالي عبر المحمول الديمقراطية، ويلعب دوراً في التفاعل مع المجال العام. كما تزيد الوسائط المحمولة من استهلاك الأخبار.

مشكلة الدراسة

تستلهم الدراسة من التطور المتسارع، في مجال الإعلام على الصعيد العالمي والإقليمي والمحلي، محاولة رصد سمات التحولات في صناعة الإعلام عبر الوسائط الأحدث الوسائط المحمولة. وترمي الدراسة للتعرف إلى الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر على الصعيدين المهني وغير المهني، والعوامل المؤثرة في هذا الاستخدام، وخصوصية الإنتاج عبر الوسيط المحمول، فضلاً عن التطلع إلى استشراف مستقبل استخدام الوسائط المحمولة في مصر، وتأثيرها على صناعة الإعلام.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في حدائتها وندرة الدراسات الإعلامية العربية التي تطرقت إلى الوسائط المحمولة، فضلاً عن كثافة استخدام الهاتف المحمول في مصر وبدء انتشار الوسائط المحمولة الأخرى. ومن المستهدف أن تساهم تلك الدراسة في فهم طبيعة الدور الذي يمكن أن يقوم به المحمول في توزيع المحتوى الصحفي على الصعيد المهني أو إنتاج محتوى إعلامي من خارج وسائل الإعلام التقليدية، فضلاً عن محاولة استشراف مستقبل الإعلام عبر الوسائط المحمولة في مصر.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الاقتراب من صناعة المحتوى الإعلامي عبر المحمول في مصر من خلال التعرف إلى:
- ملامح استخدامات الوسائط المحمولة إعلامياً بصفة

ورسائل جديدة يمكن أن يدركها الجمهور المستهدف، وتساعد على اكتشاف منتج أو نمط سلوكي غير معروف نسبياً والذي لا يتمكن من تحديده دون استخدام البحث الكيفي. ويلاحظ أن البحوث الكيفية تستخدم أربعة أساليب، وهي: الملاحظة الميدانية، المجموعات المركزة، المقابلات المكثفة، دراسات الحالة.

أدوات الدراسة؛

قامت الباحثة بتطويع عدد من الأدوات البحثية بمرونة تتناسب ومحاوله استكشاف الظواهر الجديدة ووضع إطار لها، ولهذا اعتمدت على الأدوات التالية:

- أداة الملاحظة لاستخدامات وسائل الإعلام والعاملين بها للوسائط المحمولة في العمل الإعلامي بصفة عامة والصحفي بصفة خاصة للتعرف إلى الدور الذي تقوم به تلك الوسائط في دعم الإعلام المهني وغير المهني، كما قامت الباحثة بتجربة الملاحظة بالمشاركة من خلال المشاركة في إعداد فيلم عبر المحمول، وعمل بث مباشر عبر المحمول ضمن تجربتين تدريبيتين.

- المقابلات المعمقة المكثفة مع اثنين من خبراء الإعلام الجديد في مصر، والمسؤول عن تجربة الإعلام الجديد بمؤسسة المصري اليوم، وأحد مخرجي الأفلام المستقلة.

- الاستبيان غير المقتن لاثنتين من المدينتين بالقنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة.

نتائج الدراسة

تعدد الاستخدامات الإعلامية للمحمول إما عبر المواطنين أو النشطاء أو الإعلاميين، فضلاً عن توظيف المؤسسات الإعلامية للمحمول ضمن أنشطتها الإعلامية، فعلى سبيل المثال توظف الفضائيات المحمول في استقبال الآراء والتصويت في البرامج الفضائية عبر رسائل sms دون الحاجة إلى الاتصال بالإنترنت، استقبال الاتصالات في برامج التوك شو، تزويد المواطنين بأرقام لخدمات خاصة مثل الفتاوى والتواصل مع النجوم وعلماء الفلك، إتاحة المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في الوسائط المحمولة، وعبر الاتصالات التلفزيونية، استخدام مقدمي البرامج التلفزيونية (المذيعين) لأجهزة الآي باد في متابعة المستجندات المرسله من فريق الإعداد.

ووجدت المحطات الإذاعية متنفساً لها بعد تدني استخدام

عامة عبر استعراض التجارب والإحصاءات المختلفة التي تبلورها الأدبيات السابقة وخاصة غير العربية والمتعلقة باستخدامات المحمول في الغرب

- استخدامات المذيعين والذيعين للوسائط المحمولة في برامج التوك شو.

- تجربة المؤسسات الصحفية المصرية في إنتاج وبيع المحتوى الصحفي عبر الوسائط المحمولة (بالتطبيق على تجربة المصري اليوم).

- دور المحمول في إنتاج محتوى مستقل في مواجهة احتكارات وسائل الإعلام (من خلال استعراض تجربة صناعة الأفلام المستقلة عبر المحمول في مصر).

- العوامل المؤثرة في ازدهار الإعلام عبر الوسائط المحمولة في مصر.

تساؤلات الدراسة

- ما ملامح استخدامات الوسائط المحمولة إعلامياً بصفة عامة في مصر؟

- ما استخدامات المذيعين والذيعين للوسائط المحمولة في برامج التوك شو؟

- ما تجربة المؤسسات الصحفية المصرية في إنتاج وبيع المحتوى الصحفي عبر الوسائط المحمولة؟

- ما دور المحمول في إنتاج محتوى مستقل في مواجهة احتكارات وسائل الإعلام؟

- ما العوامل المؤثرة في ازدهار الإعلام عبر الوسائط المحمولة في مصر؟

نوع الدراسة ومنهجها؛

تنتمي هذه الدراسة إلى المناهج الوصفية التحليلية De- scriptive Study حيث تقوم بوصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف جماعة أو فرد معين، وتدرس تكرارات حدوث الظواهر المختلفة.

وتنتمي هذه الدراسة أيضاً إلى البحوث الكيفية التي تتناسب واستكشاف الظواهر الجديدة، وتعد خطوة أولى لتطوير الدراسة الكمية، كما تستخدم البحوث الكيفية كطريقة أولية لجمع البيانات في موضوع، وتستثير الأفكار بتزويد الباحثين بالتجربة الأولى في ملاحظة المجتمع المستهدف والاستماع إليه، كما تساعد على تطوير أفكار جديدة لاستراتيجية الاتصال والرسائل الاتصالية، وتستخدم في اكتشاف أفكار

أجهزة الكاسيت والاستعاضة عنها باستخدام الكمبيوتر وأجهزة mp3 وأصبحت معظم أجهزة الهاتف المحمول تستقبل المحطات الإذاعية، فضلاً عن قيام المواطنين بالمشاركة في البرامج الإذاعية عبر رسائل sms والاتصال المباشر عبر المحمول. أما على صعيد الصحافة الورقية والالكترونية؛ فهناك عدد من الاستخدامات للوسائط المحمولة، منها:

- عمل نسخ مخففة من المواقع الالكترونية والصحف الورقية لتطبيقات خاصة لبعض الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية.

- إرسال خدمات الأخبار العاجلة على الموبايل، في ضوء تغير مسار تدفق المعلومات، فقد كان القارئ يبحث عن محتوى، وقد أصبح المحتوى بفضل التكنولوجيا هو الباحث عن القارئ (المستخدم) ويصل إليه "ديليفرى" عبر عدة وسائل/ وسائط.

- استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي المحترف وصحافة المواطن.

وكما يستخدم الإعلاميون الوسائط المحمولة في العمل الصحفي، فإن المواطنين الصحفيين هم الأكثر توظيفاً للوسائط المحمولة في نشر المحتوى الصحفي غير المحترف عبر المشاركة الفورية بالصور والفيديو والتعليقات والملاحظات في الشبكات الاجتماعية، والابث الحي للفعاليات والأحداث المختلفة من الوسائط المحمولة إلى مواقع البث الحي على شبكة الإنترنت، فضلاً عن الاتصال بالخدمات والاستعلام عن المعلومات السياسية مثل أماكن الدوائر السياسية، كما حدث في الانتخابات التشريعية الأخيرة.

ووجدت الدراسة أن هناك تزايداً كبيراً في ظاهرة توظيف الموبايل إعلامياً من وسائل الإعلام التقليدية واستخدامه إعلامياً واتصالياً من قبل المواطنين، وساهم ثراء استخدامات الوسائط المحمولة وسهولتها كوسيلة في بروز عدد من الظواهر الإعلامية والاجتماعية، فقد تغير مفهوم الإعلام وأصبح مرادفاً لأي وسيط ينقل المعلومة.

وتعتبر البنية التحتية المؤهلة لانتشار الإعلام المتنقل متطورة ولكن استخدامها أقل من جودتها نظراً لعدة عوامل تعوق تبني المستهلك لهذه التكنولوجيا منها ارتفاع سعر خدمات الإنترنت عبر الموبايل، ارتفاع أسعار الهواتف الذكية، وهي أمور يمكن أن تقلصها المنافسة بين شركات المحمول كما يحدث الآن في الشركات المزودة للإنترنت عبر التلفزيون الأرضي، إذ تمنح جهاز

المودوم مجاناً مع توصيل الخدمة، كما أن بعض شركات المحمول في الخليج تمنح أجهزة محمولة مجاناً مع خط التلفون لا يمكن إلغاؤه لمدة عام.

وهناك عاملان متصلان مؤثران في زيادة استخدامات الوسائط المحمولة والاتصال بالإنترنت عبرها، وهما تفاعل الأحداث وتتابعها منذ الثورة وحتى الآن، فضلاً عن زيادة استخدام الشبكات الاجتماعية واستخدامها في أغراض عديدة.

- استخدامات الإعلاميين للوسائط المحمولة في مصر:

يعتبر المحمول وسيلة هامة لتوزيع المحتوى بالنسبة للصحافة والتلفزيون. أما عن الصحافة، فيتيح الموبايل مشاهدة تطبيقات الصحف المختلفة فضلاً عن تلقي الأخبار العاجلة والخدمات الخاصة عبر الرسائل النصية القصيرة SMS أما بالنسبة للتلفزيون فهو وسيلة مثلى لمتابعة ما يفوت المشاهد في صورة ملخصات. وتختلف التطبيقات المصممة للكمبيوتر اللوحي عن الهواتف المحمولة، لأن شاشة الأولى أكبر فتتطلب تطبيقات عالية الجودة HD

ويلاحظ أن الصحفيين التقليديين كانوا أقل الناس استعداداً للتطور مع مفردات الإعلام الجديد، ولكن الإعلام الخاص فرض هذا التطور عملياً، ويتوقع أن تكون نسبة انتشار الهواتف الذكية في الصحفيين بالإعلام الخاص أكثر منها في الإعلام الحكومي.

ويهتم المذيعون والمعدون في البرامج الحوارية (التوك شو) بالفضايا الخاصة بكل ما له صلة بالإعلام المتنقل، لما يعايشونه من بيئة تنافسية كبيرة، فقد وصل عدد هذه البرامج في الإعلام المصري إلى 55 برنامجاً، فوجب أن يبقى المذيع والمعد على اتصال دائم بالشبكات الاجتماعية وتطبيقات الصحف الإخبارية واشتراكات الأخبار وكل هذا عبر الموبايل أو الكمبيوتر اللوحي، ولكن يشترط أن يكون التلفون المحمول من الهواتف الذكية وخاصة منتجات شركتي آبل وسامسونج والأجهزة التي تعمل بنظام تشغيل الأندرويد.

ولم يعد بإمكان العاملين في القطاع الخاص التلفزيوني "الترف" عن هذه التكنولوجيا ومتابعة الأخبار أولاً بأول عبر الوسائط المحمولة، كما يهتم المذيعون بمتابعة كل ردود الفعل على الشبكات الاجتماعية أولاً بأول وهذا يقتضي منهم أحياناً الرد أو التعقيب أو تطوير الأداء، كما أن معظم برامج التوك

شو لها صفحات تواصل على الشبكات الاجتماعية تتلقى الآراء والأسئلة من الجمهور المتفاعل مع البرنامج، وتختار مانشيتات (عناوين جاذبة) لتحديثها على هذه الصفحات بالتزامن مع شاشة التليفزيون. وتراجع عامل السن في محددات هذا الاستخدام، حتى إن المذيعين الأكبر سناً لا يستفنون عن هذه المتابعة عبر الوسائط المحمولة، ويعتقد بعض الخبراء أن الأمر يختلف لدى العاملين في الإعلام الحكومي في الصحافة والتليفزيون نظراً لغياب عامل المنافسة.

ويستخدم المحمول في التواصل والتنسيق التليفوني مع الضيوف واستقبال الاتصالات الهاتفية، ويلاحظ أن المرسلين يوظفون الأدوات الاحترافية في نقل الأحداث أي الاستعانة بمصور وكاميرا، ولكن قد يضطر المرسلون - في أضيق الحدود- استخدام المحمول للتصوير في الأحداث العاجلة، ويندر هذا الاستخدام حتى لا يتساوى المرسلون بالمواطنين الصحفيين.

ويهتم كثير من الصحفيين والمعددين وخاصة العاملين في الحقل الإخباري بتنزيل تطبيقات الصحف على المحمول، والاشتراك في خدمات الأخبار العاجلة، كما أن هناك عدداً من الفعاليات والأنشطة الاتصالية المكثفة التي برزت بعد الثورة حول مجموعة من الأفكار منها: لا للمحاكمات العسكرية، أجندة 25؟ المصطلح الدال (هاش تاج # Tahrir Supplies) على تويتر والذي تناول أخبار المستشفى الميداني واحتياجاته واستطاع أن يجمع 3مليون جنيه في أحداث محمد محمود، والتي تحتاج إلى متابعة آنية من المهتمين بهذا النوع من الأخبار من الوسط الصحفي والإعلامي.

ويعمل صانعو الإعلام عبر المحمول على إمكانية تطوير أرباح الخدمات الإعلامية عبر المحمول إذا ما تطورت وسائل الدفع عبر الموبايل، من خلال بيع التطبيقات وبعض الخدمات الخاصة كالاشتراك السنوي في خدمة الموبايل..

ففي كينيا.. تغير ملامح الاقتصاد الكيني من خلال إدخال ما يُعرف بالدفع عبر الموبايل Mobile Banking أي دفع ثمن السلع أو الخدمات من خلال شحن رصيد المحمول، وقد يخشى البنك المركزي في مصر من إدخال مثل هذه المعاملات خوفاً من عدم السيطرة على العملة، وتزايد حدوث عمليات سرقة للمحمول، والتلاعب بالسوق وغسل الأموال عبر هذه الطريقة.

ومن المتوقع أن تقوم الصحف بإعداد نسختين/ تطبيقاتين مختلفين لكل من الكمبيوتر المحمول والتليفون المحمول، وذلك بالنظر إلى المحمول كوسيلة لنقل الأخبار العاجلة، وإلى التابلت باعتباره متصفحاً للجريدة ككل مع بعض التعديلات الإخراجية والتحريرية التي تتناسب وطبيعة الوسيط.

ومن جهة أخرى ساهمت الهواتف المحمولة في إحياء الإذاعات، وظهرت عدد من الإذاعات الجديدة وتفاعل كثير منها الجمهور عبر الموبايل.

- تجربة مؤسسة المصري اليوم في توزيع المحتوى عبر الوسائط المحمولة

تنظر مؤسسة المصري اليوم إلى المحمول باعتباره مصدراً سهلاً للدخل، نظراً لبساطة الكلفة وسهولة التنفيذ في مقابل ضخامة العائد، وفي المصري اليوم يقوم محرران بتنفيذ وبث الأخبار العاجلة عبر الرسائل القصيرة، وهذه الخدمة تعود بالدخل على المؤسسة شهرياً بقيمة نصف مليون جنيه كثنائي دخل بعد الإعلانات.. وكانت الانطلاقة الكبيرة لخدمة الأخبار عبر الرسائل بعد ثورة 25يناير. وتتأثر هذه الخدمة طردياً بالأحداث السياسية، فمع سخونة الشارع السياسي تزيد عدد الاشتراكات وعوائد الخدمة، ومع هدوء الأوضاع يحدث العكس.

وتتوجه المصري اليوم بخدمات الموبايل للمشاركين من الطبقة الوسطى الذين لهم نمط معين من الحياة ولا يستطيعون متابعة كل الأخبار ولكنهم يحتاجون وسيلة سريعة تناسب نمط حياتهم السريع. ووفقاً لإحصاءات جوجل أناليتك -Google Analytics التي رصدتها المؤسسة، عن نسبة الدخول لموقع المصري اليوم من 27يناير - 26فبراير 2013: 9مليون زيارة للموقع 6% منهم عبر المحمول، وجاء ترتيب الأجهزة كالتالي: آبل، آي باد، آي فون، سامسونج إس 3، سامسونج إس 2.

وهذا يعني أن أهم نظامين تشغيل لأجهزة زوار الموقع هي Apple و Android وهذا يعطي مؤشرات لإدارة فريق خدمات الموبايل وهو إمكانية تصميم وبيع تطبيقات خاصة لمستخدمي هذه الأجهزة والتي تتوافر لها طرق خاصة لشراء الكروت والشحن وتنزيل التطبيقات عبر متجر آبل على سبيل المثال.

ويفضل المشتركون خدمات الأخبار العاجلة وأخبار الرياضة، وقامت المصري اليوم بتوسيع دائرة الاختيار من خلال الاهتمام بالإعلام المحلي Hyper Local Media عبر خدمات رسائل خاصة

بأخبار مدن القناة والاسكندرية والدقهلية والغربية والصعيد، وهو منحنى أقل بكثير من كلفة إصدار مطبوعات محلية متخصصة. كما تستعد المؤسسة لإصدار 20 خدمة متخصصة في الرسائل القصيرة مثل: أخبار للأم والطفل، المحامين، المدرسين، وخدمة إرسال خمس رسائل معلومات مصاحبة للخبير، وهي الخدمة التي يمكن اعتبارها المقابل الموضوعي لمفهوم الروابط التشعبية في المواقع الإلكترونية.

وتكمن العقبة الأساسية أمام اهتمام المصري اليوم ببيع التطبيقات عبر الوسائط المحمولة في أن هناك مشكلات تقنية في الدفع عبر الفيزا بمصر، لذلك لا مجال أمام أي مؤسسة إعلامية إلا توفير التطبيقات مجاناً للجمهور من أجل الوصول إلى أكبر عدد منه، ومن ثم.. استقطاب المعنفين.

ويلاحظ أن الأحداث السياسية هي المحرك الأساسي في زيادة الإقبال على خدمات المصري اليوم عبر الوسائط المحمولة.

وتعتبر شركات المحمول المستفيد الأول من الإعلام عبر المحمول وخاصة في خدمات الرسائل القصيرة التي تجني ما يزيد على نصف أرباحها، ولكنها في المقابل تؤدي أهم وظيفة يحتاجها الإعلام بصفة عامة وهي تحصيل الأموال -How to Collect- أي خصم كلفة الخدمات الصحفية من رصيد المشترك أو تحميلها على فاتورته الشهرية، وهي وظيفة هامة جداً بالنسبة لأي وسيلة إعلامية قد تكون مشكلتها طريقة السداد وتعدد مراحلها.

أما عن السبق الصحفي ودورة نشر الأخبار فعادة ما تبث الأخبار وقتاً لسياسة الإعلام الرقمي أولاً Digital First فيحظى المحمول بالأخبار العاجلة أولاً لأنها تكتب في سطر واحد، وذلك بعد التأكد من صحتها، أو تصويب ما يحتاج لتصحيح، ثم نشر التغطية على الموقع، وأخيراً يأتي دور الوسيط الورقي باعتباره المثوى الأخير للأخبار، وتتبنى المصري اليوم سياسة خاصة لبث الأخبار عبر المحمول، مثل عدم البث بعد الساعة 12 ليلاً إلا في الضرورات غير الاعتيادية.

- ملامح تجربة الإنتاج المستقبل في سينما المحمول بمصر: يتميز الهاتف المحمول كوسيلة بالثراء، إذ تضم عدداً من الإمكانيات المختلفة من أبرزها التقاط الصور وتصوير المواد الفيديوي. ويستخدم الفنانون الشباب هذه الخاصية المتداولة في يد كل مواطن لصناعة أفلام "مستقلة" بأقل الإمكانيات، وذلك

تحاشياً لأعباء الخوض في تجربة الإنتاج السينمائي الاحترافي لأنه يستلزم تكلفة مادية ضخمة، ويتحكم فيه محتكرو صناعة السينما، وبهذا تنفرد سينما المحمول بشعبيتها وانخفاض تكلفتها، ولكنها تتطلب رؤية فنية وتدريباً على مراحل صناعتها، وهي تقترب من سمات الصحافة الشعبية.

انطلقت سينما المحمول من فرنسا، ودخلت مصر عام 2006 مع فريق حائل، ثم قامت شركة جودنيوز برعاية مهرجان لسينما المحمول عام 2008 وتبنت إسعاد يونس كمنتجة هذه الرعاية لمهرجان سينما الموبايل عام 2012 بعد انقطاع أربع سنوات لهذا المهرجان.

وتتميز سينما المحمول بأنها تعتمد على الفكرة بالأساس وطريقة تنفيذها ولا تتطلب معدات إلا نادراً، فقد تستخدم حوامل خاصة للهواتف المحمولة لصناعة كادرات ثابتة وبخاصة في الأفلام ذات الأفكار المباشرة. ويتم المونتاج على الكمبيوتر عبر البرامج الخاصة، وفي العادة يتم توزيع هذه الأفلام عبر منصة اليوتيوب التي تحقق إحصاءات مشاهدة تتجاوز أحياناً دور السينما العالمية والبث عبر التلفزيون، وقد انقل عدد من أبطال أفلام اليوتيوب إلى شاشة السينما مثل أبطال فيلم سمير وشهير وبهير بعد أن اقتنع منتج بموهبتهم حينما تابعهم على منصة اليوتيوب.

وهناك إقبال بين الشباب على معرفة تفاصيل هذه الصناعة لأنهم يكتشفون أن جيوبهم تحوي أجهزة قادرة على صناعة أفلام مؤثرة في الناس، ومن الملاحظ أنهم يقومون بالمونتاج على أجهزة الكمبيوتر، ويمكن أن يستخدم المحمول في إنتاج برامج ومسلسلات أيضاً.

وقد توقعت الباحثة أن يكون الهاتف المحمول وسيلة إنتاج لأفلام مشاريع التخرج في معهد السينما وبعض المعاهد المتخصصة، ولكن يُنظر إلى أفلام المحمول باعتبارها شأن هواة ويتم اشتراط إنتاج أفلام التخرج على شرائط خام باهظة التكلفة.

وتحفز إقامة المهرجانات الكبرى الشباب على مزيد من إنتاج الأفلام المستقلة عبر المحمول، وفي العادة تشترط هذه المهرجانات أن تكون الأفلام المتسابقة منتجة عبر الهاتف المحمول وليس عبر أي وسيط آخر حتى لو كان غير احترافي، وفي العادة تكون فكرة الفيلم وتنفيذه هما أهم عوامل نجاح الفيلم وليس جودته، وبخاصة في مواجهة مشاكل صناعة

السينما المصرية مثل رواج الأفلام التجارية واعتماد الأفلام ذات المضمون الجيد على الأفكار المقتبسة من الأفلام الأمريكية.

خاتمة

انشغلت البحوث المصرية بدراسة ظواهر استخدام الإنترنت وتنامي الإعلام الجديد وتأثيرات الشبكات الاجتماعية، وانشغلت عن دراسة اختلافات الوسيط وتأثيره في نمط الاستخدام وصناعة الظواهر الجديدة، خاصة وأن الإنترنت حالياً يستخدم عبر عدة أجهزة: الكمبيوتر الثابت، الكمبيوتر المحمول، الهواتف المحمولة، الوسائط اللوحية، التليفزيونات الذكية، ومن المتوقع أن يصل الإنترنت إلى معظم الأجهزة التي تعمل بالطاقة الكهربائية نظراً لتطور البنى التحتية التي من الممكن أن توفر الإنترنت عبر إمدادات الكهرباء.

وبهذا، ندرت البحوث المصرية التي أولت اهتماماً لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية المتعلقة باستخدامات المحمول والوسائط اللوحية، في الوقت الذي أولت فيه بعض الدراسات العربية اهتماماً بجوانب من تلك الظاهرة، ولكنه اهتمام محدود مقارنة بسبق الدراسات والأدبيات غير العربية وبخاصة في الغرب..

ونرجو أن تولي الدراسات المصرية اهتماماً بالدراسات الكيفية الراصدة لظواهر انتشار واستخدام الوسائط المحمولة في مصر، وأن تراعى المؤسسات الإعلامية هذه التطورات المتسارعة عبر استراتيجية واضحة لتأهيل العاملين فيها وتبني توظيف الأدوات الجديدة، في ضوء انتشار الوسيط المتنقل وقدرته على إدرار دخل من المحتوى رديف للإعلانات.

المراجع

هذه الورقة مقتطفة من مشروع مقدم لتسجيل الدكتوراه حول "الاستخدامات الإعلامية في مصر.. دراسة للوسيلة والقائم بالاتصال والجمهور"، تحت إشراف الأستاذ الدكتور شريف درويش اللبان.

سلفيون يمنعون رقصة "هارلم شيك" في مدرسة تونسية، جريدة الحياة اللندنية، الخميس ٢٨ فبراير ٢٠١٣، متوفرة على الرابط التالي: <http://alhayat.com/Details/487861> تاريخ الدخول: 2013-2-28. مصطلح يشير إلى فكرة أو شعار أو شخصية تنتشر عبر الإنترنت وتصبح

أيقونة معروفة مثل شخصية "أساجي" المنتشرة على الفيس بوك، تقرير موجز مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، أغسطس 2012 منشور على موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بمصر، متوفر على الرابط: http://www.mcit.gov.eg/Upcont/Documents/Publications_1992012000_ar_August%202012-last.pdf ? تاريخ الدخول: 2013-1-1. المصدر السابق.

محمد فتحي: "ويكيبيديا" تعتمد توفير محتواها عبر «رسائل نصية قصيرة» في الدول النامية، جريدة المصري اليوم، 2-2013-24 متوفر على الرابط التالي: <http://www.almasryalyoum.com/node/1495231> ? تاريخ الدخول: 2013-3-3.

Andreas Nilsson, Urban Nuldén and Daniel Olsson: Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications, in Convergence – the Journal of Research into New Media Technologies, Spring 2001, vol. 7, No. 1.

Stig Nordqvist: Mobile e-paper devices changing media habits and challenging traditional journalism, May 23, 2007, available at: <http://www.innovationjournalism.org/ij4/presentations/stignordqvistmalinpicha.pdf>, accessed on: 2013-1-30.

Juan Miguel Aguado & Inmaculada J. Martínez: Massmediatizing Mobile Phones: Content Development, Professional Convergence and Consumption Practices, This study is partially based on a research paper presented by the authors at the 2007 Mobile Media Conference organized by the University of Sydney, Australia (July 2-4), available at: <http://web.bgu.ac.il/NR/rdonlyres/34396BDB-6C0E-4931-A077-697451885123/34394/Aguadoedited.pdf>, accessed on: 2013-7-2.

David Cameron: Mobile media and the journalism curriculum, 2007, available at: http://137.166.4.200/faculty/arts/common/research/cameron_mobile_07.pdf, accessed on: 2013-1-2.

Katrin Verclas with Patricia Mechael: A Mobile Voice: The Use of Mobile Phones in Citizen Media, November 2008, available at: <http://mobileactive.org/files/A%20Mobile%20Voice-The%20Role%20of%20Mobile%20Phones%20in%20Citizen%20Media.pdf>, accessed on: 2013-1-30.

سلوى حسن البنا محمد عبد الحميد: استخدامات الشباب لخدمة الرسائل القصيرة SMS والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، القاهرة، 2009م.

جمال الرزق: "صحافة المواطن" .. المتلقي عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52 لسنة 2009م، متوفرة على الرابط التالي: http://www.4shared.com/office/IRtSSpkm/____.html تاريخ الدخول: 2013-3-4.

عبد العزيز قبيلان: دور وسائل الإعلام في عملية قضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2009م.

حسن عامر: نماذج تمويل المواقع والصحف الإلكترونية، من أوراق الملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية المنعقد بشيراتون القاهرة تحت عنوان "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي" من 29-27 نوفمبر 2010م.

حسام بيومي محمود، (مصر: دار كلمات عربية، 2012) الطبعة الأولى.
Jeffrey Ghannam: Digital Media in the Arab World One Year After the
Revolutions, A Report to the Center for International Media Assistance,
March 28, 2012, available at: [http://cima.ned.org/sites/default/files/
CIMA-Arab%20Spring%20Anniversary%20-%2005-14-12.pdf](http://cima.ned.org/sites/default/files/CIMA-Arab%20Spring%20Anniversary%20-%2005-14-12.pdf), accessed
on: 26-11-2012.
www.bambuser.com

سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام،
الطبعة الثانية، (القاهرة: عالم الكتب)، 1995م، ص: 122
سامي طايح: بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية)، 2001م
199.
سامي طايح، مرجع سابق، ص 201.
حظت الباحثة بدورتين تدريبيتين في المركز الثقافي الفلسطيني بالقاهرة في
شهرَي أكتوبر ونوفمبر 2012 حول: "صناعة الأفلام المستقلة عبر المحمول"،
"مهارات البث المباشر للفيديو عبر المحمول".

كل من:

- أيمن صلاح: مطور إعلام ومحاضر في الصحافة الإلكترونية بجامعة
القاهرة والجامعة الأمريكية وجامعة الأهرام الكندية.
- فتحي أبو حطب: رئيس تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة المصري اليوم.
- محمد جمال بشير: باحث إجتماعي ومدرب في الإعلام الجديد وصاحب
كتاب الأوتراس.
- محمد كرامة: مخرج أفلام مستقلة.

كل من:

- دعاء الشامي: مديرة قناة الجزيرة مباشر مصر.
- محمد طلبة رضوان: رئيس تحرير برنامج آخر النهار لمحمود سعد على
قناة النهار الفضائية.
هذه المعلومة من خبرة الباحثة في إقامتها بإحدى دول الخليج لفترة.
تقدم قنوات MBC خدمة متابعة حلقات المسلسلات التلفزيونية قبل يوم
من عرضها، وتجذب هذه الخدمة الجمهور الخليجي ذي القدرة الشرائية
العالية.

هذا العدد قدره الباحث والكاتب أيمن الصياد في جلسة حوارية بعنوان
"الإعلام المصري ما له وما عليه.. الحالة المصرية"، أقامها النادي الإعلامي
في فندق ماريوت بتاريخ 20 فبراير 2013.
مقابلة أيمن صلاح، مصدر سابق.
مقابلة المخرج محمد كرامة، مصدر سابق.

حسنين شفيق: الإعلام الجديد الإعلام البديل.. تكنولوجيايات جديدة في
عصر ما بعد التفاعلية، (القاهرة، دار فكر وفن، 2010) الطبعة الأولى.

Anindya Ghose, Avi Goldfarb and Sang-Pil Han: How is the Mobile In-
ternet Different?
Search Costs and Local Activities, 2010, available at: [http://
misrc.umn.edu/wise/papers/1b-1.pdf](http://misrc.umn.edu/wise/papers/1b-1.pdf), accessed on: 1-2-2013.
: Digital Media: Monetizing Social and Mobile Media Industry Spot-
light, TM capital, 2010, available at: [http://www.ccf.hu/documents/0/
0000000122.pdf](http://www.ccf.hu/documents/0/0000000122.pdf), accessed on: 1-2-2013.

Jaakko Sinisalo: MOBILE CUSTOMER RELATIONSHIP MAN-
AGEMENT...A COMMUNICATION PERSPECTIVE, Academic dis-
sertation to be presented with the assent of the Faculty of Economics and
Business Administration of the University of Oulu for public defence in
Arina-sati, on 20 December 2010, available at: [http://herkules oulu.fi/
isbn9789514263910/isbn9789514263910.pdf](http://herkules oulu.fi/isbn9789514263910/isbn9789514263910.pdf), accessed on: 30-1-2013.

بيدرو مونتيرو: 2 مفهومًا لتصميم تطبيقات لل iPad الإبداع في الصحف.
التقرير الدولي لمجموعة أنوفيشان التقرير الدولي لعامي "2009-2010 تمت
الترجمة والنشر بالعربية بواسطة برنامج تطوير الإعلام بمصر من الشعب
الأمريكي، نشر الإصدار المترجم عام 2011.

Dale Peskin: News on the Go :How Mobile Devices Are Changing
the World's Information Ecosystem.. A Report to the Center for Inter-
national Media Assistance, September 27, 2011, available at: [http://
cima.ned.org/publications/news-go-how-mobile-devices-are-changing-
worlds-information-ecosystem](http://cima.ned.org/publications/news-go-how-mobile-devices-are-changing-
worlds-information-ecosystem), accessed on: 26-11-2012.

Rhodes Journalism Review (RJR) 31, September 2011, available at:
http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no31/rjr31.pdf, accessed on: 30-1-2013.
.Future Of Mobile News, October 1, 2012, available at: [http://
www.journalism.org/sites/journalism.org/files/
Futureofmobilenews%20_final1.pdf](http://www.journalism.org/sites/journalism.org/files/
Futureofmobilenews%20_final1.pdf), Pew Research Center's Project for
Excellence in Journalism, accessed on: 20-1-2013.

Stephen Quinn: Mobile Journalism enables New Spapers To provide
real-time coverage Online, available at: [http://innovation-
mediaconsulting.com/files/file/
INNOVATIONS%20IN%20NEWSPAPERS%202009-PDF%
14_%20Mojos%20\(eng\).pdf](http://innovation-
mediaconsulting.com/files/file/
INNOVATIONS%20IN%20NEWSPAPERS%202009-PDF%
14_%20Mojos%20(eng).pdf), accessed on: 1-2-2013.

Lee Humphreys, Thilo Von Pape and Veronika Karnowski: Evolving
mobile media: Uses and conceptualizations of the mobile internet, Paper
accepted for the Journal of Computer Mediated Communication, to ap-
pear in Volume 18, Issue 3 , 2012, available at: [http://
www.thilovonpape.de/publications/
HumphreysvonPapeKarnowski_2013.pdf](http://www.thilovonpape.de/publications/
HumphreysvonPapeKarnowski_2013.pdf), accessed on: 7-2-2013.

نظرة على الإعلام العربي (2015-2011) تقرير أصدره نادي دبي
للصحافة، ومنشور على موقع منتدى الإعلام العربي، متوفر بالتسجيل على
الرباط التالي: <http://www.arabmediaforum.ae/ar/amo.aspx> تاريخ الدخول:
2012-9-20م.

مشروع بحثي بقيمة 4 مليون دولار مولته عدد من الشركات الكبرى،
وكانت مصدرًا لمؤلف دون تابسكوت.

دون تابسكوت: جيل الانترنت.. كيف يغير جيل الانترنت عالمنا، ترجمة