الصحافة الإلكترونية.....سياقات الابتكار والتجديد

د. الصادق الحمامي
معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منّوبة، تونس
كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة
مؤسّس ورئيس تحرير البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال
www.arabmediastudies.net
البريد الإلكتروني sadokhammami@yahoo.fr
المدونة : http://cybervues.blogspot.com

ورقة عرضت في اليوم المفتوح حول الصحافة الإلكترونية في تونس
15 جوان 2012
النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين ومؤسسة بانوس باريس

من الظواهر التي يتسم بها المجال الإعلامي الجديد الذي يتشكل الآن في تونس تكاثر المواقع الإلكترونية ذات الطابع الإخباري. فهل يمكن القول في هذا السياق إن الحريّات الجديدة في مجالات التعبير وإنشاء المواقع قد أفرزت صحافة إلكترونية تونسية مبتكرة تقنيا وتحريريا ومجدّدة في علاقتها مع الجمهور ؟

تقتضي الإجابة عن هذا السؤال معالجة المسألتين التاليتين

- تعريف الصحافة الإلكترونية وتحديد مجالها وخصوصياتها
- استكشاف الاتجاهات الكبرى لتطور الصحافة الإلكترونية التونسية وخاصة في علاقتها بالتحوّلات التي عرفها السياق السياسي والثقافي منذ سنة ونصف.

1. في أهمية التعريف بالصحافة الإلكترونية.

يمثّل تعريف الصحافة الإلكترونية أمرا أساسيا وضروريا في السياق الراهن وذلك للأسباب الثلاثة التالية:

- يستدعي تداول المصطلحات المتعددة والمتنوعة والمجاورة لمصطلح الصحافة الإلكترونية على غرار "صحافة المواطن" Citizen journalism و"المواطن الصحافي" و"صحافة المعطيات" data journalism التمييز بينها بشكل صارم وحتى ولو كانت الممارسات التي تحيل عليها هذه المصطلحات متداخلة أحيانا. ومن فوائد هذا التمييز دفع الفوضى المفاهيمية وتيسير التواصل بين الباحثين والمتحدّثين في مسائل الصحافة الإلكترونية وذلك عبر الاتفاق على معاني المصطلحات ودلالاتها الدقيقة.
- أما الفائدة الثانية من تعريف الصحافة الإلكترونية فهي نظريّة وبحثية محض ذلك أن جهد التعريف والتمييز يتيح للباحث استكشاف خصوصيّات الصحافة الإلكترونية ومظاهر التجديد فيها واختلافاتها مقارنة بالصحافة التقليدية (أو الكلاسيكية).
- والفائدة الثالثة لتعريف الصحافة الإلكترونية وحصر المجال الذي تشمله عمليّة بحتة. فإدماج هذا الشكل التعبيري أو ذاك والفاعلين المتصلين به في مجال الصحافة الإلكترونية على غرار المدونين يؤدي إلى نتائج عمليّة ومؤسّسية ذات أهمّية بالغة منها على سبيل المثال نفاذ هؤلاء الفاعلين إلى مهنة الصحافة. فالإقرار مثلا بأن التدوين مجال من مجالات الصحافة الإلكترونية أو صحافة من طراز جديد هو اعتراف بحق المدونين، أو على الأقل الفئة النشطة منهم، بحق الانتماء إلى قطاع الصحافة وبحق الحصول على بطاقة الصحفي وبالتمتّع بالحقوق التي اكتسبها الصحفيون. وهذا قد يؤدّي بدوره إلى إعادة تعريف الصحافة باعتبارها ممارسة تخضع إلى قواعد مضبوطة وشروط معلومة.

كما يمكن أن ينجر عن عملية تعريف الصحافة الإلكترونية وتحديد المجال الذي تشمله نتائج مؤسّسية هامّة تتعلق بعملية توزيع الإشهار العمومي وبتنظيم عملية إسناد المساعدات وآليات التحفيز للمؤسّسات الصحفيّة التي يمكن أن تتمتع بها مواقع بعينها وتمنع عن مواقع أخرى.

يعرّف المشرّع الفرنسي الصحافة الإلكترونية باعتبارها "خدمة إعلامية إلى الجمهور تستخدم الشبكة وذات هدف مهني تصدر عن هيئة فردية أو شخصية معنوية تشرف على الإنتاج التحريري لمضمون أصيل ذي طابع عامّ يهمّ الجمهور العريض ويقع تجديده باستمرار ويتكوّن من معلومات ذات علاقة بالأحداث خضعت إلى المعالجة الصحفية ولا تهدف إلى التسويق كما أنها يجب ألا تكون نشاطا ثانويا لنشاط صناعي أو تجاري"[1].

وعمليّا يسمح هذا التعريف بإدماج المؤسّسات الإعلاميّة التي تنتج مضامين صحفيّة إلكترونية في نظام المساعدات التي تتمتع بها مؤسّسات الصحافة المكتوبة الكلاسيكية.

وفي الإطار ذاته أدرجت جائزة بوليتزار Pulitzer فئة خاصّة بالصحافة الإلكترونية بناء على قواعد مخصوصة تتضمن توصيفا دقيقا للصحافة الإلكترونية والصحفي الإلكتروني ومنها أن يكون

---

[1] الفصل 27 I من قانون الإبداع والإنترنت. أنظر OI n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet على الرابط التالي
www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020735432#LEGIARTI000020736881

الموقع الذي يكتب فيه الصحفي المرشح للجائزة صادرا عن مؤسّسات صحفيّة (News organization) وأن تكون مضامين هذا الموقع ذات علاقة متينة بالأحداث وأن تحيّن بشكل دوري مرّة في الأسبوع على الأقل وأن تكون هيئة التحرير ملتزمة بأخلاقيات الصحافة[2].

وعلى ها النحو فإن **الصحافة الإلكترونية صحافة في كل الأحوال**، لكن **صحافة ذات وسائط جديدة حافظت على مقوّماتها الأساسيّة كممارسة خاضعة لمعايير معلومة لا تتغيّر كلّها بتغيّر الوسائط** (مكتوبة، مرئية، إذاعية أو إلكترونيّة). **إن الصحافة الإلكترونية ليست ابتكارا تكنولوجيا فحسب بل هي كذلك ابتكار تتفاعل فيه الممارسة الصحفية وقواعدها مع التكنولوجيا لتنتج نوعا متجددا من الصحافة غير منقطع عن الصحافة التقليدية.**

ولأنها قبل كل شيء صحافة، فإن **الصحافة الإلكترونية ليست ممارسة عفوية يتعلّمها الصحفي وهو يستخدم التطبيقات التقنية** بل هي كذلك، على غرار الصحافة التقليدية، **ممارسة مهنيّة تخضع إلى قدر متزايد من التنظيم في مستوى قواعدها وهذا ما يتجسّد في المؤلفات الأكاديمية والمهنية المتنامية** التي تعمل على تنظيم هذه الممارسة وتدوينها في شكل معارف قابلة للنقل في إطار منظومات التكوين في المؤسّسات الجامعية ومؤسّسات التدريب المهني.

2. في أهمّية تمييز الصحافة الإلكترونية عن أشكال المضامين الإلكترونية الأخرى

وفي إطار التمييز بين الصحافة الإلكترونية والمضامين الإخبارية أو أشكال التعبير المجاورة لها وضعنا في دراسات سابقة نمذجة modélisation للمضامين الإلكترونية الشبكية. وتميز هذه المنهجية بين **ثلاث منظومات تواصلية** dispositifs de communication **على شبكة الإنترنت:** المنظومة **الفردية–الجمعية** والمنظومة **الصحفية-الإعلامية** والمنظومة **المؤسّساتية.** تشترك هذه المضامين في التقنية التي تقوم عليها وتختلف عن بعضها البعض في مستوى **المضمون** (النصّ/الخطاب، أجناسه وقواعد كتابته) وفي مستوى **طبيعة المنتج** (الفاعل الذي يصدر عنه المضمون) وفي مستوى غايات **عملية النشر** fins.

تشمل **المنظومة المؤسساتية** مواقع وبوابات المؤسّسات الاقتصادية والجمعاتية والحكومية... وكل الفضاءات المرتبطة بنشاط مؤسّسي بما في ذلك صفحات الفايسبوك والمدونات. فالمؤسّسات (الاقتصادية، والمنظمات العالمية، والجمعيات بأصنافها المختلفة، والمؤسّسات الحكومية...) تنتج المضامين الإلكترونية بهدف بيع خدماتها أو منتجاتها وتسويقها أو التواصل مع الجمهور في إطار إستراتيجيات ما يسمّى الاتصال المؤسّسي. **والإخبار** information **وإن كان يمثل بعدا أساسيا في هذه المنظومة** فإن **غاياته مخصوصة لأنها تجارية ووظيفية** (نشر المعلومات للجمهور العريض حول السلع والخدمات) أو اتصالية (تحسين صورة المؤسسة). **ويخضع هذا المضمون الإخباري لقواعد الإعلام المؤسّساتي التي تختلف عن قواعد الإعلام وضوابط تحظى بنوع من التوافق بين المهنيين.**

المنظومة الفردية–الجمعية: يدير الأفراد المغمورون أو الجماعات الافتراضية فضاءات إلكترونية (الويكي wiki ومواقع شبكات الاجتماعية والمدونات). وفي هذه الفضاءات ينشر الناس مضامين متنوعة ويتواصلون فيه مع بعضهم البعض ويعبّرون عن آرائهم. وتكتسي هذه المضامين طابعا خاصّا وحميميا وذاتيا أو عامّا سياسيا وفكريا وأدبيا.... وأفرزت الممارسات الاجتماعية في مجال النشر الشخصي والتواصل الالكتروني أشكالا من الكتابة متفق عليه بين المستخدمين وأفرزت في أحيان أخرى قواعد تضعها الجماعة لتنظيم عملها.

المنظومة الصحفية-الإعلامية تحيل على **المؤسّسات** التي تنشط في مجال صناعة الأخبار (news organizations/ entreprise de presse) أي تلك المؤسّسات التي يمثل **الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيسي**.ذلك أن المؤسّسات الإعلامية لا تنتج المضامين لأهداف اتصالية (الإشهار و تحسين الصورة عبر العلاقات العامة وعبر تقنيات الاتصال المؤسساتي) أو لغايات التواصل الاجتماعي. فإنتاج الأخبار يمثل خدمة مجانية في حدّ ذاتها بالنسبة إلى الإعلام العمومي وبمقابل بالنسبة إلى الإعلام الخاص.

تشمل الصحافة الالكترونية بالتالي مواقع الوب التي تديرها المؤسّسات الإعلامية سواء أكانت تلك المواقع امتدادا لمضامين إعلامية تقليدية (كمواقع الصحف المكتوبة والإذاعات

---

[2] أنظر البيان الصحفي الخاص بإدماج الصحافة الإلكترونية في جائزة بوليتزار Pulitzer Prizes Broadened to Include Online-Only Publications Primarily Devoted to Original News Reporting على الرابط التالي http://www.pulitzer.org/new_eligibility_rules

والتلفزيونات ووكالات الأنباء) **أو نتاجا لصحافة إلكترونية محض. وعلى** عكس مضامين المواقع المؤسساتية والفردية-الجمعية فان مضامين **المواقع الإعلامية تخضع لمقاييس ومعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا**، سواء في **مستوى الكتابة أو في مستوى الإخراج أو في مستوى أخلاقيات المهنة. ويمثل الصحفيون الفاعل الرئيسي في المنظومة الإعلامية**، بالرغم من أن **التطبيقات التفاعلية** تفتح المجال للأفراد للمساهمة في إنتاج المضمون إلاّ أن الصحفي يبقى الفاعل الأساسي في مستوى إنتاج المضامين الصحفية.

مستويات تمايز المنظومات الثلاث

	المنظومة الفردية - الجمعية	**المنظومة المؤسساتية**	**المنظومة الصحفية-الإعلامية**
المضمون	حميمي – ذاتي-فكري-أدبي- سياسي	مؤسساتي، إعلاني، علاقات عامة، خدمات، معلومات (حول الخدمات والمنتجات)	مواد إعلامية: مقالات برامج تلفزيونية، إذاعية....
قواعد الكتابة	حرّة نسبيا أو خاضعة لقواعد متفق عليها جماعيا	قواعد الكتابة للاتصال المؤسساتي (خاضعة لمعايير مدوّنة)	قواعد الكتابة الإعلامية (خاضعة لمعايير مدوّنة)
المنتجون	أشخاص، جماعات افتراضية	مؤسسات، متخصصون في العلاقات العامة، وكالات الاتصال والإعلان والتسويق...	الصحفيون
الأهداف	التواصل، التعبير، بناء العلاقات الاجتماعية...	التسويق، الإعلان، تحسين الصورة، الخدمة	الإعلام (كمرفق عام)، الإعلام كصناعة
النموذج الاقتصادي	مجاني (القاعدة)	مجاني (القاعدة)	مجاني + بمقابل + اشتراكات

3. الصحافة الإلكترونية، صحافة متجددة

يتيح لنا التمييز بين المنظومات التواصلية والمضامين التي تتشكّل داخلها استكشاف الصحافة الإلكترونية باعتبارها صحافة مجدّدة. على أن عمليّة التجدد هذه ليست عملية خاصّة بالصحافة الإلكترونية، لأن الصحافة شهدت منذ نشأتها عملية التجدّد والابتكار على المستوى التكنولوجي والتحريري.

وفي المقابل فإن دينامية التجديد هذه مرتبطة كذلك بدينامية الاستمرار. هكذا فإن الصحافة عندما تنخرط في الفضاء الإلكتروني لا تبقى كما هي ثابتة كما أنها لا تتغير كليا فتفقد ثوابتها. ومن هذا المنظور يمكن أن نقول أن الصحافة الإلكترونية هي صحافة تقوم على الثلاثية التي تقوم عليها كل أنواع "الصحافات" الأخرى المطبوعة والتلفزية والإذاعية. وتتكوّن هذه الثلاثية من العناصر التالية :

- **المؤسّسة الإعلامية الخاصة أو العمومية ذات النشاط المخصوص أي إنتاج الأخبار**
- **المضمون الصحفي** (الخاضع لقواعد مدوّنة ومعلومة ومتفق عليها)
- **الصحفي باعتباره الفاعل الرئيس في هذه الصحافة** وباعتباره كذلك فاعلا اجتماعيا متمايزا عن المدوّن والمستخدم المغمور فيها بفضل التكوين الذي تحصّل عليه والخبرة العمليّة التي اكتسبها. وهو يحظى باعتراف اجتماعي تجسده بطاقة الصحفي التي ينجرّ عنها عدد من الحقوق والواجبات يتضمنها ميثاقه الأخلاقي.

وفي المقابل فإن التجديد يشمل كذلك هذه المستويات الثلاث ذاتها:

- ففي مستوى **المؤسّسة الإعلامية** السمعية البصرية أو في الصحافة المطبوعة فإن **الميديا الجديدة تمثل مجالا لتطوير خدمات جديدة ومصادر مبتكرة للدخل وأشكال جديدة من التوزيع** (ما يسمّى الفيديو عند الطلب بالنسبة للقنوات التلفزية والنسخ الإلكترونية بالنسبة للصحافة المطبوعة)، إضافة إلى **إدماج تكنولوجيات المعلومات في إدارة عملية الإنتاج الإخباري وإدارة المؤسسات**.
- أما في **شأن الصحفي** فإن الصحافة الإلكترونية تستدعي منه **تجديد كفاءاته** حتى يتمكّن من **توظيف الميديا الجديدة في عملية إنتاج الأخبار** (البحث عن المعلومات من

المصادر الإلكترونية الجديدة، استخدام الكمبيوتر والتكنولوجيات الرقمية لجمع المعلومات) والتفاعل مع الجمهور (Live blogging). كما شهدت الصحافة الالكترونية ظهور مهن جديدة مرتبطة بالبحث في المصادر الإلكترونية وبرصد الفضاءات الإلكترونية على غرار مهنة (social media editor).

يمكن أن نتبيّن دينامية الاستمرار والتغير هذه في مجال أخلاقيات المهنة. فقد تضمن دليل أخلاقيات المهنة في مجال مواقع الشبكات الاجتماعية الذي أصدرته **الجمعية الوطنية الأمريكية للصحف** ASNE 10 Best Practices for Social Media Helpful guidelines for news organizations عددا من المبادئ يؤكّد الكثير منها على أن يلتزم الصحفي بكل المبادئ الأخلاقية الصالحة للصحافة الكلاسيكية.

لكن **المستوى الأهمّ** في عمليّة **التجديد** يتعلّق **بالمضمون الصحفي**. **فالصحافة الإلكترونية** تمثّل في أشكالها المتقدّمة **خليطا من كل الوسائط أو مزيجا وسائطيّا**. هكذا بدأت تتشكّل أنواع صحفيّة جديدة على غرار ما يسمّى **التقرير الوثائقي الإلكتروني**. Web documentaire / webdocumentary)

كما أن **الصحافة الإلكترونية** توظف الأنواع الصحفية القديمة لكنها في الوقت ذاته **تعمل على ابتكار لغة جديدة في الكتابة**. ففي **الكتابة الصحفية الجديدة تتشابك الوسائط وتتداخل مكونات عديدة**: نصّ صحفي، روابط خارجية وداخلية، تعليقات القراء، مقالات ذات صلة، فيديو، صوت، صورة...

كما **أن صلات الصحافة الإلكترونية بالفضاء والزمن تتغير**، إذ يتغير فضاء المقال باستمرار (من صفحة الاستقبال إلى صفحات داخلية ثم إلى الأرشيف). كما أن قيمته الاقتصادية يمكن أن تتغير أيضا (عندما ينتقل إلى فضاء الأرشيف يصبح مدفوع الثمن).

و**يحيل تداخل الخبر والرأي** من خلال وصل المقال الإخباري بتعليقات القراء والروابط نحو المدونات ومقالات الرأي **إلى تنظيم جديد للتمييز التقليدي بين صفحات الرأي وصفحات الأخبار**. ويحيل هذا التداخل إلى **تعدّدية الخطاب الصحفي** أو بمعنى آخر إلى **"تناصّه"** (intertextualité). ويتمثل **التناصّ في** النصّ الصحفي الإلكتروني **في إحالات المقال** (النصّ/الصفحة) من داخله **إلى مقالات أو مواقع أو وثائق أخرى بفضل الوصلات الداخلية** أو **إحالات من خارج المقال /النصّ ومن حدوده إلى نصوص أخرى** (مقالات أو مواقع ذات صلة) أو في **نوع ثالث من الإحالات تتعلّق بوسائط إعلامية** (فيديو أو ملفات صوتية) أخرى تضيف دلالات جديدة للنص الأصلي.

إن هذا **التفاعل بين النصّ الصحفي والنصوص الأخرى** آلية لإنتاج المعنى تعيد **تشكيل النصّ** برمته **بإضافة مستويات جديدة من الدلالة توسّع مجال النصّ إلى ما لا نهاية**، بل إن هذا التفاعل يجدّد كذلك التلقي عبر إعادة تشكيل فعل القراءة، إذ تسمح تقنية النصّ المتشعب بالحركة النشطة الإرادية للمستخدم من نصّ لآخر وفق مسارات لا يمكن التنبؤ بها.

وتتجاوز **تقنية النصّ المتشعب** (hypertext) مستوى الكتابة غير الخطية (non linear) بل هي أكثر من ذلك لأنها **تبشّر بعالم منفتح تتنوّع فيه نوافذ النظر إلى الأحداث**. فوصل الوثائق والوسائط والمواقع والصفحات بعضها ببعض **يفتح أفاقا للقارئ** تمثل **وجهات نظر ورؤى متنوعة ومختلفة**. هكذا ينسف النصّ المتشعّب بناء النص الصحفي العتيق القائم على أحادية الرؤية بسبب أحادية المتكلّم- الكاتب لأنّه يستبدل الصوت الواحد بأصوات متعددة.

ويساهم **النصّ المتشعب** في **تعميق أزمة السردية الصحفية التقليدية** لأنه يتيح **للجمهور مواد إخبارية متكاثرة لم تخضع كلها للمعالجة** (كمقالات وكالات الأنباء مثلا). وتؤسّس الكثرة والتعدّد لنظام مخصوص من التلقّي يقوم على القطيعة أي الانتقال المتواصل من نصّ إلى آخر (داخل الموقع) ومن وسيط إلى آخر ومن موقع إلى موقع آخر ومن من سياق إلى سياق آخر (من الموقع الإعلامي إلى منتدى حواري إلى شبكة اجتماعية...) بفعل النصّ المتشعب. بهذا المعنى يمكن للإنترنت أن تؤسّس لسردية **جديدة قائمة على "تعدّد الأصوات"** (polyphonie) بفضل **تعدّد المصادر** (تخصيب المقال بالروابط الداخلية والروابط المحاذية كالمقالات ذات الصلة).

وتفترض الصحافة الإلكترونيّة **علاقة جديدة مع "الجمهور"** الذي انتقل من حالة التلقي (كآلية ذهنية تقوم أساسا على التأويل) إلى الاستخدام باعتباره آلية لتملّك المضمون (من خلال الطباعة والتقييم والتعليق والإرسال لصديق والتخزين والنسخ واللصق....)..

وتعمل الصحافة الإلكترونية على استقطاب المستخدم وكسب ولائه وعلى استبقائه وفيا للموقع عبر التفاعلية و« الشخصنة » بل تذهب أبعد من ذلك من خلال اصطحابه إلى عوالمه في مواقع الشبكات الاجتماعية. وعلى هذا النحو فإن **وسائط الإعلام تقوم بمحاكاة المستخدمين** عندما توظف تطبيقاتهم التي نشأت خارج عالم الإعلام (كمنتديات الحوار والتدوين والشبكات الاجتماعية مثلا). وتمثّل هذه المحاكاة أحد أهمّ علامات الانقلاب الجوهري في العلاقة في أنظمة الوساطة الإعلامية.

ومن علامات تغيّر العلاقة بين المؤسّسة الإعلامية والجمهور تحوّل المستخدمين إلى منتجين للمضامين (user generated content - UGC) في المدونات وفي مواقع الشبكات الاجتماعية أو في مواقع المؤسّسات الإعلامية ذاتها عبر التعليق أو المشاركة بالمضامين في إطار ما يسمّى صحافة المواطن. (على غرار المواقع التي أنشأتها فرانس 24 (مراقبون) أو CNN (I Report)

وفي هذا السياق فإن **الصحافة الإلكترونية** تساهم في **بناء المجال العمومي** عبر أشكال جديدة. فالموقع الإخباري المنفتح على مساهمات المستخدمين عبر التعليق والتدوين والفيديو يصبح مجالا تتفاعل داخله الآراء والأفكار. وهو على هذا النحو الحلبة arène التي تتلاقى فيها الأفكار وتتفاعل عبر عمليات النقد والدحض والمواجهة التي تميّز المناظرات السياسية والثقافية.

4. الصحافة التونسية الإلكترونية: تطوّر بطيء

كيف تفاعلت الصحافة الإلكترونية التونسية مع هذه المبتكرات الجديدة في مستوى تجديد مصادر المؤسسة الإعلامية الاقتصادية وفي مستوى الكتابة الصحفية وأدوار الصحافة والصحفي ؟

أنجزنا عام 2006 دراسة عن الصحافة الإلكترونية في تونس[3] تناولنا فيها مسائل نظرية تتصل بتعريف الصحافة الإلكترونية وضرورة تمييزها عن أنواع الكتابة الجديدة المنتشرة على شبكة الإنترنت بصياغة منهجية تحليلية لدراسة الصحافة الإلكترونية تقوم على دراسة نماذجها الاقتصادية والتحريرية والتقنية. أما من الناحية العملية فاهتمت الدراسة بتشخيص الصحافة الإلكترونية التونسية من جهة الفاعلين والمضامين والاقتصاد وتوظيف المبتكرات التكنولوجية والعلاقة بالجمهور. وفي خلاصة هذه الدراسة انتهينا إلى أن "**الإنترنت لم تغيّر بشكل جذري الصحافة التونسية ومؤسّساتها** كما كان يبشّر بذلك خطاب الثورة التكنولوجية الذي كانت تروج له وسائط الإعلام نفسها، بل إن الإنترنت كانت بالنسبة إلى المؤسّسات الإعلامية التونسية المجال الذي امتدت إليه النماذج التي كانت تحكم الصحافة التونسية برمّتها وحين »انتقلت إلى الفضاء الإلكتروني **حملت وسائط الإعلام معها ممارسات مخصوصة** للصحافة ونوعا مخصوصا من التفاعل مع الجمهور والمجتمع يتسم **بطابعه الأحادي والفوقي وعدم انفتاحه على النقاش والحوار وتنوع الأفكار والتعبير عن الآراء**".

هكذا كانت **الإنترنت والميديا الجديدة** بالنسبة إلى **الصحافة التونسية المجال الذي أعادت فيه إنتاج نفسها (الاستمرارية دون التجدد)**. فلم **تكن هذه الميديا الجديدة مبتكرا أو حقلا لتجديد الصحافة** بقدر ما كانت مجالا لإعادة إنتاج الصحافة التقليدية لذاتها.

وعلى هذا النحو كان من المشروع آنذاك أن نتحدث عن صحافة على الإنترنت وليس عن صحافة إنترنت أو صحافة إلكترونية، بمعنى أن **الصحافة التونسية** كانت **حاضرة في الإنترنت ومنفصلة عن أهم المبتكرات التي تتيحها الشبكة لتجديد الصحافة**.

وإلى حدود 2006 كانت الصحافة الإلكترونية التونسية تتسم بالسمات التالية :

– **بطء التطور:** فثورة الإنترنت التي كانت ستعصف بالعالم القديم وإعلامه لم تتحقق لأن **الصحافة التونسية قاومتها وبقيت قديمة** كما هي في الفضاء الإلكتروني، عاجزة عن تغيير

[3]Sadok hammami élements d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique , Revue Tunisienne de communication, n 46, 2006

ذاتها بواسطة الميديا الجديدة. ويتجسد هذا التطوّر البطيء في ما أطلقنا عليه إستراتيجية الحدّ الأدنى la stratégie du minimalisme التي تتمثل في إنشاء مواقع بسيطة تقنيا وفاقدة للتفاعلية تستخدمها المؤسسات الإعلاميّة لعرض مضمونها التقليدي.

– **مضامين أحادية الوسائط** unimedia إذ تقوم أغلب وسائط الإعلام التونسية بإعادة عرض مضامينها وفق منهجية النسخ واللصق دون إثرائها بمضامين جديدة (الفيديو والصوت بالنسبة للصحافة المكتوبة والنصوص بالنسبة للإذاعة والتلفزة)

– **منظومات تواصلية ضعيفة التفاعلية** اتسمت غالبية المواقع الإعلامية الصحفية بضعف استخداماتها للتطبيقات التفاعلية من تدوين وتعليق ومشاركة المستخدمين بواسطة التدوين...

– **نموذج اقتصادي مبهم** لم تكن المواقع الإعلامية تملك آنذاك إستراتيجية واضحة للاستغلال الاقتصادي للمضامين المعروضة على الموقع عبر بيع المضمون وخاصة الأرشيف أو لاستقطاب الإشهار أو حتى لتوظيف الموقع لتعزيز آليات إستراتيجية التوزيع.

– **جمهور غير معروف** يتمثل هذا في غياب الإحصائيات عن الجمهور، إضافة إلى غياب الدراسات عن مستخدمي الشبكة.

الفاعلون الجدد: ظهرت منذ نهاية التسعينات مواقع جديدة أسّسها فاعلون جدد لا ينتمون إلى القطاع الصحفي في أغلبهم على غرار webmanagercenter. كانوا نفذوا إلى القطاع بفضل تملكهم للتكنولوجيا وقدرتهم على إدارتها وتطويعها. واختصّ هؤلاء الفاعلون الجدد في مرحلة أولى في ما يسمّى تجميع المضامين agrégation de contenus قبل أن يتحولوا إلى منتجين لمضامين خاصة بهم. وكان هؤلاء الفاعلون الجدد منافسين للصحف واستقطبوا جزءا من الميزانيات الإشهارية الصغيرة التي كانت ترصدها بعض المؤسسات الاقتصادية الكبرى على غرار شركات الاتصالات.

إن الفرضية التي اقترحناها في نهاية تلك الدراسة الاستكشافية لواقع الصحافة الإلكترونية أنها **لم تكن عاجزة فقط عن كسب الرهان التكنولوجي فحسب بل كانت أيضا عاجزة عن التفاعل مع نموذج تواصلي ديمقراطي جديد** كامن في التكنولوجيا وفي الممارسات الاتصالية

لقد كانت الصحافة الإلكترونية التونسية باستثناء بعض الحالات النادرة- و هذه مفارقة- **تقليدية في كل شيء.** ويمكن تفسير هذه الإستراتجية بعدة عوامل منها على وجه الخصوص أزمة الثقة في الإعلام وفي مضامينه التي لم تكن تشجع المؤسسات الإعلامية على المبادرة في مجال كان الجميع يقرّ بطابعه المأزوم. ومن جهة أخرى يمكن أن نفسر إستراتيجية الحد الأدنى بعوامل أخرى مؤسّسية تتعلق بتمثلات الإنترنت وفوائدها بالنسبة للمؤسّسة وبعلاقتها بالعملية الصحفية.

5. صحافة إلكترونية عاجزة عن الابتكار ؟

هل يمكن القول الآن إن الحريات الجديدة في مجال التعبير وإنشاء المواقع الإلكترونية أفرزت صحافة إلكترونية تونسية مبتكرة تقنيا وتحريريا ومجددة في علاقتها مع الجمهور ؟ وهل يمكن القول إن السياق السلطوي الذي كانت تشتغل فيه الصحافة الإلكترونية يمثّل العامل الأساسي الذي يفسّر ضمور الصحافة الإلكترونية و"إستراتيجية الحد الأدنى" التي كانت تنتهجها؟

إن معاينة تطوّرات الصحافة الإلكترونية التونسية منذ سنة ونصف تبين أن الحريات الجديدة أفرزت تطورا غير مسبوق في المواقع ذات الطابع الإخباري. فأصبح ممكنا لمن يشاء أن ينشأ مواقع إخباريه دون قيود. أما إذا تجاوزنا هذا المستوى الكمي فإننا نلاحظ ما يلي

أولا: استمرارية إستراتيجية الحد الأدنى

واصلت المؤسّسات الإعلامية التقليدية (صحف خاصة وعمومية، الإذاعة والتلفزة وحتى بعض الإذاعات الخاصة) ما أطلقنا عليه إستراتيجية الحد الأدنى. فمواقع هذا المؤسّسات لم تتغير واستمرت إستراتيجية النسخ واللصق. ولا تزال المنصّات التكنولوجية وواجهات العرض التي تستخدمها على حالها لم تتغير في مجملها مما أفقدها قدرا كبيرا من الجاذبية.

وفي المجال السمعي البصري نلاحظ أن القنوات الإذاعية والتلفزية تتجاهل التكنولوجيات الجديدة على غرار الفيديو عند الطلب video on demand أو catch up tv واكتفى جلّها بما يسمّى تكنولوجيا التسييل streaming كما لم تستكشف الإذاعة الوطنية

والتلفزة الإمكانات الهائلة التي تتيحها الشبكة في مجال إتاحة الأرشيف السمعي البصري. أما الإذاعات الخاصة فقد اكتفى بعضها بتكنولوجيا البودكاست (موزاييك أف آم). كما لم توظّف هذه الإذاعات الإنترنت لابتكار قنوات بثّ جديدة متخصّصة تتيح توسيع قاعدة الجمهور وعرض مضامين جديدة.

ويمكن تفسير استمراريّة الحدّ الأدنى التكنولوجي وغياب الابتكار في مجال التطبيقات التكنولوجية بعدة أسباب لعل أهمّها أن المؤسسات الإعلامية التونسية الخاصة لا تزال **مؤسّسات هشة ذات نموذج اقتصادي هش** لا يتيح لها الاستثمار في الموارد الإنسانية والتكنولوجية الضرورية للابتكار. فالابتكار يقتضي شروطا مؤسّسية متعددة. فهل يمكن لمؤسّسات لا تزال بنيتها التنظيمية ضعيفة وعاجزة عن الابتكار في مجالها التقليدي أن تبتكر في مجال الميديا الجديدة التي تقتضي الابتكار التنظيمي.

أمّا بالنسبة إلى المؤسّسات الإعلامية العمومية فإنها لم تعي بعد علاقة الميديا الجديدة بوظائفها الأساسية وخاصة تلك المتعلقة بالنفاذ الشامل لبرامجها كما هو الشأن بالنسبة لمؤسسات الإعلام العمومي في العالم التي أدرجت الميديا الجديدة في العقد الذي يربطها بالدولة والذي يحدد مهامها (على غرار البي بي سي)

ثانيا : ضمور التفاعلية

لا تزال مواقع الصحافة الإلكترونية تعرض إلى الآن على التفاعلية على غرار مواقع جريدة الصحافة ولابراس، في حين اكتفت بعض المواقع الأخرى بالحد الأدنى من التفاعلية فاتحة المجال لتعليقات القراء التي ظلّت نادرة. في حين فتحت بعض المؤسّسات الأخرى صفحات لها على شبكة الفايسبوك للتفاعل مع الجمهور، دون أن ينعكس هذا الحضور على الممارسة التحريرية ذاتها.

على أن هذا التوظيف رغم طابعه المتعاظم لا يرقى إلى الآن إلى مستوى الإستراتيجية المتكاملة. فالمواقع الإخبارية التونسية لم تدرج إلى الآن منصات التدوين أو إمكانات "صحافة المواطن" التي تتيح للمستخدمين المشاركة بإنتاجهم المكتوب أو المرئي. وعلى هذا النحو فإن المؤسسات الإعلامية التونسية لم تستثمر قدرات المواطنين الجديدة على إنتاج المضامين عبر توظيفها في منصات تفاعلية.

وتجدر الإشارة كذلك إلى أن المؤسّسات الإعلامية التونسية لم تستثمر غياب الإكراهات المرتبطة بالنشر في شبكة الإنترنت لإنشاء فضاءات مفتوحة للنقاش يساهم فيها المستخدمون المغمورون أو المثقفون. وساهم غياب هذه الفضاءات في ضمور وظيفة إدارة النقاش العام التي تعززها شبكة الإنترنت.

وبالإضافة إلى غياب الشروط المؤسّسية التي يتيحها هذا التوظيف (غياب الموارد الإنسانية والرؤية الإستراتيجية) فإن ضمور التفاعلية يمكن تفسيره كذلك بمحدودية ثقافة الانفتاح على الجمهور وهي ثقافة راسخة في الممارسة الصحفية التونسية تجسدت تاريخيا في محدودية بريد القراء وصفحات الرأي.

ثالثا: إعادة إنتاج نموذج الكتابة الصحفية التقليدية

استمرت المواقع الإلكترونية في انتهاج أسلوب الكتابة ذاته، فكان الابتكار في مجال استخدام تقنية النص المتشعب محدودا جدا. وبقي النص الصحفي الإلكتروني نصا عتيقا كتبه الصحفي في مكتبه ثم أعاد نشره المشرف على الموقع دون تغيير أو إثراء. فحافظت النصوص الإلكترونية على طابعها الخطي linéaire والمنغلق والأحادي في سياق الفضاء الإلكتروني الذي يتيح إمكانات تعدّد الأصوات.

وفي مستوى آخر نرى أن المواقع الإلكترونية الجديدة (التي لا تمثل امتدادا للصحافة التقليدية) تنتهج أسلوب الكتابة ذاتها بالرغم من أنها ليست امتدادا لوسائط إعلامية تقليدية مما يشي بعدم إدراكها لخصوصية الكتابة الصحفية الإلكترونية.

هكذا تغيب أشكال صحفية جديدة على غرار الملفات المتعددة الوسائط التي تجمع حول مسألة ما النصوص المكتوبة والوثائق المرئية والسمعية والرسوم البيانية.

كما لا نجد أثرا لمعالجة المضامين الصحفية وفق مقتضيات الكتابة الإلكترونية ومنها خاصة تفكيك القصة الإخبارية إلى "قطع" صغيرة ومستقلة بذاتها لكنها مرتبطة بالأجزاء الأخرى حيث يمثل كل جزء من هذه الأجزاء بعدا من أبعاد القصة الكاملة.

إن التفسير الذي يستند إلى غياب التكوين في هذا المجال لا يستقيم. فالصحفيون التونسيون تلقوا الكثير من الدورات في هذا المجال دون أن يكون لهذه الدورات أثر ملموس في ممارساتهم لأن إمكانية التجديد لا ترتبط بالصحفي بل بالسياق المؤسّسي الذي يشتغل فيه والذي لا يتيح له التجديد. هكذا يبقى التكوين كامنا في الصحفي إلى أن يتلاشى تدريجيا. فيظل الصحفي سجين نموذج روتيني يتكرر إلى ما لا نهاية.

6. الخلاصة : الحريات الجديدة لا تمثل شرطا كافيا للابتكار

إن مقاربة تطورات الصحافة الإلكترونية التونسيّة **تفند جزئيا فرضية تأثير البيئة السلطوية على عمليّة تجديد الميديا الجديدة للصحافة الإلكترونية**. إن هذه المقولة يمكن أن تكون صادمة لكنها تفسر إلى حدّ بعيد **مفارقة الصحافة الإلكترونية** التونسية : حريات جديدة وميديا جديدة وصحافة ذات نماذج قديمة.

وتفسّر هذه المفارقة كيف تتحدث الصحافة التونسية في كل شيء بحرية وتتناول ما تشاء من المسائل بكل حرية ولكن بلغة قديمة وبأساليب في الكتابة غير مبتكرة. كما أن الصحفي الحر يشتغل في مؤسّسات لا تزال خاضعة لنماذج تنظيمية عتيقة لم تتجدد.

ويمكن القول إن "**إستراتيجية الحد الأدنى**" في مجال الصحافة الإلكترونية تعبّر عن إستراتيجية الحد الأدنى في مجال الممارسة الصحفية ذاتها. فالابتكار في مجال الصحافة الإلكترونية يحتاج إلى جملة من الشروط المتعددة ومنها شرط أساسي يتعلق بالتجديد المؤسسي. فالابتكار ليس عملية فردية مرتبطة بالصحفي بل هو عملية مؤسّسية ومنظمة.

وعلى هذا النحو فإن التجديد في مجال الصحافة الإلكترونية هو في الآن ذاته امتداد وتجسيد وتتويج لابتكار في الممارسة الصحفية وفي المؤسسة الإعلامية أي بتعبير آخر في بنيتها التنظيمية وفي طرق عملها وفي علاقتها بالجمهور وفي إستراتيجياتها الاقتصادية وفي النماذج الباطنة التي تحكم فعل الكتابة الصحفية.

هكذا تحيلنا إشكالية الصحافة الالكترونية إلى إشكالية الصحافة التونسية برمتها ومصيرها في عالم متحول. وفي هذا الإطار فإن استكشاف علافه الصحافة الإلكترونية بالسياق المؤسسي الذي تتشكل فيه يجيلنا إلى **إشكالية المؤسسة الإعلامية التونسية ورهانات إصلاحها وتجديدها**، إشكالية تبدو لنا غائبة عن النقاش العام المنشغل برهانات الصراع على **إعلام لم تنفرج بعد أزمته الحقيقية رغم الحريات التي يتمتع بها**.