

مجلة فصلية تصدر  
عن اتحاد إذاعات الدول العربية

4  
2020  
يناير 2021

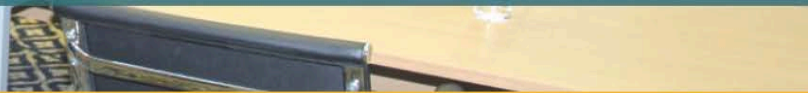
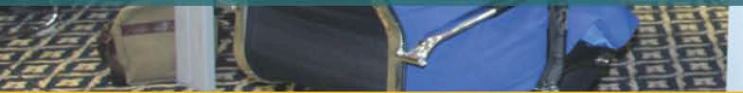
# مجلة الإذاعات العربية



« عذروتين نايفي



الاتحاد يواصل المسار.. رغم حدة الجائحة  
الدورة (40) للجمعية العامة للاتحاد: رؤية للمستقبل



بعد إطلاق الـ 5G..  
الجيل السادس يدق على الأبواب



النظام القانوني لمعالجة الأخبار الزائفة  
في العالم العربي

عدد 4  
2020  
يناير 2021



مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية

# الفهرس

4 المهندس عبد الرحيم سليمان

إضاءات

مواصلة المسار .. رغم حدّة الجائحة

## الحدث الإعلامي:

6 أ. محمد رؤوف يعيش الدقاة (40) للجمعية العامة للاتحاد: رؤية للمستقبل

14 د. ناجح الميساوي • **دراستان مرجعتان :**  
43 • « جهود الإعلام العربي في التعامل مع جائحة كورونا »  
• تصوّر جديد لآلية عقد الاجتماعات والتدريب

47 أداره أ. يوسف الوسلاقي • **الحوار المهني: «الإعلام في زمن الأزمات»**  
الضوابط والتوازنات

## من مواضيع العدد:

59 د. إبراهيم بعزیز • منصات التواصل الاجتماعي وتداعيات جائحة كورونا  
في البيئة العربية

69 د. جابر غنيمي • النظام القانوني لمعالجة الأخبار الزائفة في العالم العربي

85 أ. أحمد براهيم محمد • جائحة كورونا تنتقل من الإعلام التقليدي  
إلى الإعلام الرقمي

## 93 ◀ مستجدات في تكنولوجيات الاتصال

م. سفيان النابلسي

بعد إطلاق الـG5، الجيل السادس يدق على الأبواب

## 103 ◀ إجمع الصدى

أ. رؤوف الباسطي

بحوث المستمعين والمشاهدين  
وتحدّيات الثورة الاتصالية

## 108 ◀ مهنيات

أ. عبد الحفيظ الهرقام

قراءة في أزمة السمعى والبصرى فى تونس

## 125 ◀ الإعلام والإرهاب

أ. د. عمّار طاهر محمد

الحركات الإرهابية: هل تفضّل التلفزيون  
أم السوشيال ميديا؟

## 133 ◀ أكاديمية التدريب الإعلامى

حصاد مشرف لعام 2020

## 136 ◀ Abstract

ملخص العدد باللغة الإنجليزية

## مواصلة المسار ... رغم حدة الجائحة

شكلت الدورة الأربعون للجمعية العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية، المنعقدة عبر تقنية التواصل عن بعد، يومي 13 و14 يناير 2021، وقبلها الاجتماع (104) للمجلس التنفيذي، حدثا إعلاميا واتصاليا في غاية الأهمية، بالرغم من الظروف الاستثنائية وغير المسبوقة التي يمر بها العالم بأسره، جراء استمرار تفشي فيروس كورونا المروع وما تسبب فيه من خسائر فادحة في الأرواح وحالات الإصابة، وفي إرباك أنظمة العمل والإنتاج التلفزيوني والإذاعي.

لقد تدارس رؤساء وممثلو الهيئات الأعضاء حصاد الأنشطة التي نفذها الاتحاد على مدى السنة المنقضية، وأتاح هذا اللقاء الكبير للمشاركين فيه تعميق النظر في أبرز ملامح خطته للعام 2021، وبلورة توجهاته للمرحلة القادمة، بشكل يدعم رسالته الإعلامية والتكنولوجية والفنية، ويعزز حضوره في المشهد الإعلامي والاتصالي العربي والدولي.

وقد تجلّى، من خلال كل ذلك، سعي الاتحاد الحثيث في وضع الاستراتيجيات الملائمة التي تفرضها طبيعة الأوضاع المستجدة، في تناغم كامل مع سعادة رئيس الاتحاد الأستاذ محمد عبد المحسن العوَّاش، وتجاوب دائم مع هيئات الإذاعة والتلفزيون المنضوية تحت لوائه، وهو ما أثمر تحقيق الجزء الأوفر من الفعاليات والمشاريع المقررة، وإن بدرجات متفاوتة.

وحسبنا التذكير في هذا السياق، بتوفّق الاتحاد في عقد كافة اجتماعات لجانه الدائمة وأجهزته التنفيذية والتشريعية، ومشاركاته في اجتماعات العمل العربي المشترك، وتلك المدرجة في إطار التعاون مع نظرائه الدوليين.

وتفاعلاً منه مع نبض الواقع العربي والعالمي الذي طغت عليه تداعيات الكارثة الوبائية، بحثت الندوات التي التّأمت بمناسبة اجتماعات لجان الأخبار، والبرامج التلفزيونية، والإذاعة، والإعلام الجديد في مواضيع: التعاطي الإعلامي مع الأزمات - التوعية الصحية بجائحة كوفيد- دور الإذاعة في إدارة الأزمات...

وكان الحوار المهني الذي نظّمه الاتحاد حول «الإعلام في زمن الأزمات: الضوابط والتوازنات» علامة مضيئة في برنامج الدورة (40) للجمعية العامة، إذ دعا إليه نخبة متميزة من الكفاءات الجامعية والمهنية في الوطن العربي وأوروبا، تطارحت عديد المسائل الجوهرية ذات العلاقة بالموضوع، وقدمت الرؤى الوجيهة والحلول الناجعة للإشكالات القائمة. وكانت النقاشات التي دارت بمساهمة المتابعين للحوار عبر تطبيق الزوم مصدر ثراء وتنوع وإضافة..

وفي مستوى آخر، شهدت منظومة التبادلات الإخبارية لأول مرة قفزة كمية ونوعية، سمحت بتدفق أخبار الجائحة وانسيابها بين الهيئات ونحو الجهات المستفيدة. ومرد ذلك، ما أولاه الاتحاد من اهتمام متزايد في مجال تطوير أنظمتة الاتصالية، وآخرها شبكته السحابية (الأسبو كلاود).

كما تولّى تغطية الأحداث العالمية الكبرى التي انتظمت افتراضيا، وهي قمة مجموعة العشرين والقمة الإفريقية وجلسات الجمعية العامة للأمم المتحدة ومؤتمر مونيخ للأمن.

وقام أيضا بتغطية موسم الحج بالتنسيق مع هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية.

وتواصلت برامج التدريب بسلسلة من خلال انتهاء أكاديمية التدريب الإعلامي، ومركز دمشق، طرقا مبتكرة عبر منصاتها عن بعد، مكنت 426 متدربا من الإفادة وتحسين مهاراتهم المهنية في مجالات اختصاصهم.

وفي هذه الأثناء، بذلت جهود حثيثة في سبيل تقدّم إنجاز بناء فندق الاتحاد، بما هو مشروع خدمي واستثماري مهم، والمقرّ الجديد لمركزه للتبادل بالجزائر، حيث تُشارف أشغالهما على النهاية، وينتظر أن يكونا جاهزين بمشيئة الله في غضون أبريل 2021.

وفي سياق هذا التمشي الإيجابي، بلغت حركة نشر البحوث والدراسات أوج نشاطها، من ذلك صدور التقرير السنوي 2020، وتقرير البث الفضائي العربي الذي سجّل عودته من جديد، والكتاب الذي يوثق لوقائع الندوات المقامة في ما بين دورتي الجمعية العامة. وأحدث الأعمال البحثية المنجزة: دراسة الاتحاد بعنوان: «جهود الإعلام العربي في التعامل مع جائحة كورونا».

### دراسة علمية توجيهية

وقد تناولت بالعرض والتحليل، تأثيرات الفيروس التاجي على أنظمة العمل والإنتاج والأخبار في هيئات الإذاعة والتلفزيون العربية والإجراءات الاستثنائية التي اتخذتها، من خلال وضع خطط تحرك لتجاوز تداعيات الجائحة، ورسم برامج مستقبلية فعّالة يمكن اعتمادها في زمن الأزمات.

وارتكزت هذه الدراسة على استبيان تم توجيهه إلى الهيئات الأعضاء، حيث أجابت عن المحاور الأربعة الواردة فيه وهي: تأثيرات الأزمة على سير العمل بوجه عام - الخطط المعتمدة لمجابهة الجائحة - الإجراءات الاستثنائية من أجل تحويل الأزمة إلى فرصة - مستوى تواصل الاتحاد وتفاعله مع الهيئات الأعضاء خلال الجائحة.

وإن الأهمية التي تكتسيها الدراسة تكمن في رصدها الدقيق لمستوى تفاعل الهيئات الأعضاء مع ما فرضته الكارثة الوبائية من متغيرات، وكشفت عن قدرة الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية على تجاوز الكثير من الصعوبات والمعوقات، من ذلك حسن التصرف في الموارد البشرية، وتغيير أنظمة العمل والإنتاج الإخباري والبرامجي، ووضع بروتوكولات صحية، وإحداث خلايا أزمات، والتوجه نحو تكوين الإعلاميين والتقنيين والإداريين في حسن التعامل مع الأزمات، وإيلاء مزيد من الاهتمام للإعلام الصحي والتوعوي والتحسيبي، عبر إنتاج برامج متخصصة في هذا المجال الحيوي، تدرج في الخارطات البرمجية بشكل دوري ومنتظم... وتقدّمت الهيئات وفق ما ورد في الاستبيان بجملة من المقترحات البناءة، في اتجاه صياغة مقاربة إعلامية عربية متجددة للتعاطي مع الأزمات.

عز أ. محمد رة ف يعيش

## الدورة (40) للجمعية العامة للاتحاد

13-14 يناير 2021 (بتقنية التواصل عن بعد)

التوصل إلى تنفيذ الأنشطة والبرامج والمشاريع المقررة لعام 2020 ، رغم الأزمة الوبائية  
الجمعية العامة تقر :

- الإبقاء على تشكيلة المجلس التنفيذي ، والمكتب التنفيذي للشؤون الطارئة الحاليين ، واستمرار كل من رئيس الاتحاد ونائبيه الأول والثاني في مناصبهم ، إلى حين عقد الجمعية العامة حضوريا.

**الإذاعة :** - احتفالية اليوم العالمي للراديو تحت عنوان « عالم جديد... إذاعة جديدة »  
- المسابقة العربية للموسيقى والغناء حول موضوع « التحدي والأمل »

### التلفزيون والأخبار:

- ندوتان بعنوان : التعاطي الإعلامي مع الأزمات - جائحة كورونا نموذجا  
التوعية الصحية بجائحة كوفيد .

- منظومة التبادلات الإخبارية تحقق نجاحا قياسيا على صعيدي الكم والنوع.
  - الاتحاد يغطي الأحداث الكبرى خارج المنطقة العربية ودخلها ، وموسم الحج ، افتراضيا.
  - تنظيم الدورة (21) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون في النصف الثاني من عام 2021
- الرياضة :** مساع حثيثة للاتحاد بهدف الحصول على حقوق النقل التلفزيوني لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية (طوكيو 2020) لفائدة هيئاته الأعضاء.

- **التكنولوجيا والتطوير :** - عام 2021 سيشهد انطلاق تشغيل الإذاعة الرقمية عبر منظومة مينوس بلاس .
  - تطوير خدمات الشبكة السحابية وتضمين خدمات الذكاء الصناعي والإنتاج عن بعد لفائدة الهيئات الأعضاء .
  - استكمال تخطيط وتقديم الخدمات التلفزيونية عالية الدقة عبر مختلف منصات التبادل التلفزيونية .
- الإعلام الجديد :** نحو إحداث تطبيق لتبادل الأخبار تكون بمثابة وكالة أبناء للاتحاد .
- التدريب :** تنفيذ الدورات التدريبية عبر منصة الأكاديمية عن بعد بانتهاج طرق مبتكرة .



التأمت الدورة الأربعون للجمعية العامة برئاسة الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش رئيس الاتحاد وحضور المهندس عبد الرحيم سليمان المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية وسبقها الاجتماع (104) للمجلس التنفيذي يوم 11 يناير 2021 ، وقد شارك في أعمال الجمعية العامة وفود الهيئات الأعضاء والأمانة العامة لجامعة الدول العربية وأجهزة الاتحاد الدائمة والمراقبون. وتضمّن جدول الأعمال عشرة بنود تقدّمها البند المتعلّق بانتخاب أعضاء المجلس التنفيذي ورئيس ونائبي رئيس الاتحاد لدورة عامي 2021 - 2022 .

وبعد اطلاعها على قرار المكتب التنفيذي للشؤون الطارئة وتوصية المجلس التنفيذي في هذا الشأن وما دار من نقاش مستفيض شمل كلّ الجوانب الإجرائية والنظامية، وبسبب انتشار جائحة كورونا وعدم إمكانية عقد اجتماع حضوري للسادة أعضاء الجمعية العامة في الطرف الراهن وحرصاً من الجمعية العامة على توفير الشفافية الكاملة في اختيار أعضاء المجلس التنفيذي وانتخاب الرئيس ونائبي الرئيس، وتنادياً لحدوث فراغ قانوني لأجهزة الاتحاد الرئيسية التشريعية:

### قررت الجمعية العامة:

- استمرار تشكيلة المجلس التنفيذي الحالية الموافق عليها من قبل الجمعية العامة في اجتماعها (38).  
- واستمرار:

- \* الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش      رئيس الاتحاد
- \* الأستاذ سعد محمد الجريس      نائب أول للرئيس
- \* الأستاذ حسين زين      نائب ثان للرئيس

في مناصبهم لعام 2021، إلى حين عقد اجتماع الجمعية العامة حضورياً.



## تشكيل المكتب التنفيذي للشؤون الطارئة لدورة عامي 2021 - 2022

قررت الجمعية العامة استمرار السادة أعضاء المكتب، إلى حين عقد الجمعية العامة حضورياً، وعلى أن يتولى تمثيل دولة الجزائر الأستاذ أحمد بن صبان المدير العام الجديد للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري.

أما الجانب الثاني من أعمال الجمعية العامة، فتعلق بسير نشاط الاتحاد، بدءاً بالتقرير السنوي، وتقرير المجلس التنفيذي في اجتماعيهما (103) و (104)، ثم تقارير اللجان الدائمة.



**التقرير السنوي عن نشاط الاتحاد** خلال الفترة الفاصلة بين دورتي الجمعية العامة، استعرضه بالتفصيل المهندس عبد الرحيم سليمان، وتناول أبرز الملامح التي طبعت نشاط الاتحاد بمختلف أجهزته خلال عام 2020، في مجالات الأخبار والبرامج التلفزيونية والإذاعة وتغطية الأحداث الكبرى والتدريب الإذاعي والتلفزيوني لكل من مركز دمشق وأكاديمية التدريب الإعلامي، وكذلك الأنشطة الرياضية، والهندسة وتكنولوجيات الاتصال، والإعلام الجديد، والتعاون والشراكة، والمهرجانات والندوات، والنشر والبحوث والدراسات، وتقرير البث الفضائي العربي، والتقرير المالي، وتقدم مشروع بناء فندق الاتحاد.

كما اشتمل التقرير على أبرز ملامح استراتيجية عمل الاتحاد لعام 2021 وما بعده.

## في مجال الإذاعة

برز الاهتمام **باحترافية اليوم العالمي للإذاعة** الذي يقام على مدار اليوم من مختلف أنحاء العالم، مع تناول موضوع "الإذاعة والتعافي الاجتماعي" ودور هذه الوسيلة الإعلامية في المرونة الاجتماعية للتغلب على المصاعب والأزمات.



## المسابقة العربية للموسيقى والغناء:



تمّ اختيار عنوان "التحدّي والأمل" ليكون موضوع الأغاني الخاصة بالمسابقة التي تقرر تنظيمها خلال عام 2021.

**تجارب الإذاعات العربية:** ستعرض عدّة إذاعات مذكّراتها في اجتماع اللجنة المقبل حول موضوع: " دور الإذاعة في تنمية الوعي البيئي".

## تظاهرات العواصم العربية لعام 2021:

(إربد) عاصمة الثقافة العربية، (الدوحة) عاصمة الثقافة الإسلامية، (بابل) عاصمة السياحة العربية.

## التلفزيون

### - البرامج التلفزيونية

\* اعتماد نفس الخطة البرمجية في عام 2021 ونفس الأصناف البرمجية المقررة للتبادل، مع الإبقاء على موضوع (عادات وثقاليدي) لبرنامج (في ربوع الوطن العربي) وذوو الاحتياجات الخاصة بين الإعاقة والإرادة للبرنامج الوثائقي، المدرجين في مسابقة التبادلات البرمجية.

ووَجّه الاتحاد تحية عرفان وتقدير إلى الطواقم الصحية في البلدان العربية على جهودها المضنية في سبيل محاربة الوباء العالمي، وتحديّها لكلّ المخاطر لأداء مهامّها النبيلة، من خلال إدراج برنامج خاص بعنوان (الأطباء: خطّ الدفاع الأول في مواجهة كورونا) ضمن مسابقة التبادلات البرمجية التلفزيونية (لعام 2021) التي فصلت عن مسابقات المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.



**الإنتاج التلفزيوني العربي المشترك (الصيغة 4):** حول: "مبادرات الريادة والإبداع لدى الشباب"



**الإنتاج التلفزيوني العربي الأوروبي المشترك (بين الضفاف 8):**

بعنوان "الاستدامة صنّاع التغيير"

**- الندوات البرمجية والإخبارية:** عبر تطبيق الزوم.

نجحت الإدارة العامة للاتحاد في تنظيم ندوة برمجية حول (التوعية الصحية بجائحة كورونا) في البرامج التلفزيونية، وأخرى إخبارية حول (التعاطي الإعلامي في زمن الأزمات).

## الأخبار

الإشادة بالمستوى الجيد الذي بلغته منظومة التبادلات الإخبارية العربية، وما تميّزت به خلال ظهور جائحة كوفيد وانتشارها، من كثافة الأخبار وتنوعها، ومن مواكبة حينية وتغطية متواصلة للمستجدات المرتبطة بها على وجه الخصوص.

### تغطية الأحداث الكبرى خارج المنطقة العربية وداخلها:

تتمين جهود الإدارة العامة للاتحاد في تغطية القمة الإفريقية وفعاليات الجمعية العامة للأمم المتحدة ومؤتمر مونيخ التي انتظمت (بطريقة افتراضية).



وتمّ توجيه الشكر إلى هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية على تغطيتها الجيدة لموسم الحجّ وقمة مجموعة العشرين المنعقدة افتراضيا بالرياض.

كما تمّت الإشادة بجهود هيئة الإذاعة والتلفزيون بدولة فلسطين في تنظيم فعاليات اليوم الإعلامي المفتوح لدعم القضية الفلسطينية وصمود القدس الشريف، وكذلك اليوم الإعلامي المفتوح ضد الاستيطان.

### المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون

الموافقة على إقامة الدورة (21) خلال النصف الثاني من هذا العام (أكتوبر 2021)، مع دعوة كافة الهيئات الأعضاء إلى المساهمة القيمة في هذه التظاهرة العربية، وإلى بثّ فعالياتها والإسهام في الترويج لها ودعم نجاحها وإشاعتها عربيا ودوليا.



### الرياضة



رحّبت الجمعية العامة بجهود الإدارة العامة للحصول على حقوق النقل التلفزيوني لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية طوكيو (2020) لفائدة الهيئات الأعضاء، داعية إياها إلى سرعة التجاوب وإعلان رغبتها، والتزامها لنيل هذه الحقوق تحت مظلة الاتحاد.

دعوة الإدارة العامة إلى مواصلة التفاوض لاقتناء حقوق النقل التلفزيوني للبطولات الآسيوية لكرة القدم (2021 - 2027) لأهميتها بالنسبة إلى البلدان العربية الآسيوية.

## التكنولوجيا والتطوير

اطلعت الجمعية العامة على أبرز المسائل المتعلقة بهذا المجال وهي: الإنتاج والتشغيل الإذاعي والتلفزيوني - أنظمة التلفزيون - الحوسبة والخدمات السحابية -

رقمنة التبادلات التلفزيونية وشبكات الاتحاد الجديدة (مينوس بلاس والشبكة السحابية) - القضايا المتعلقة برقمنة البث الإذاعي والتلفزيوني - الإذاعة الرقمية +DAB - الباقة العربية الموحدة.



وكانت التطورات المستقبلية للاتحاد محلّ اهتمام الجمعية العامة وهي:

الساعات الساتلية المستأجرة والتعديلات التي طرأت عليها نتيجة للتحوّل إلى المينوس بلاس والتشكيل الجديد لقنوات التلفزيون الرقمي وتحسين جودة التبادل على سائل عرب سات 6A.

خارطة تنفيذ شبكة الاتحاد السحابية بشكلها النهائي.

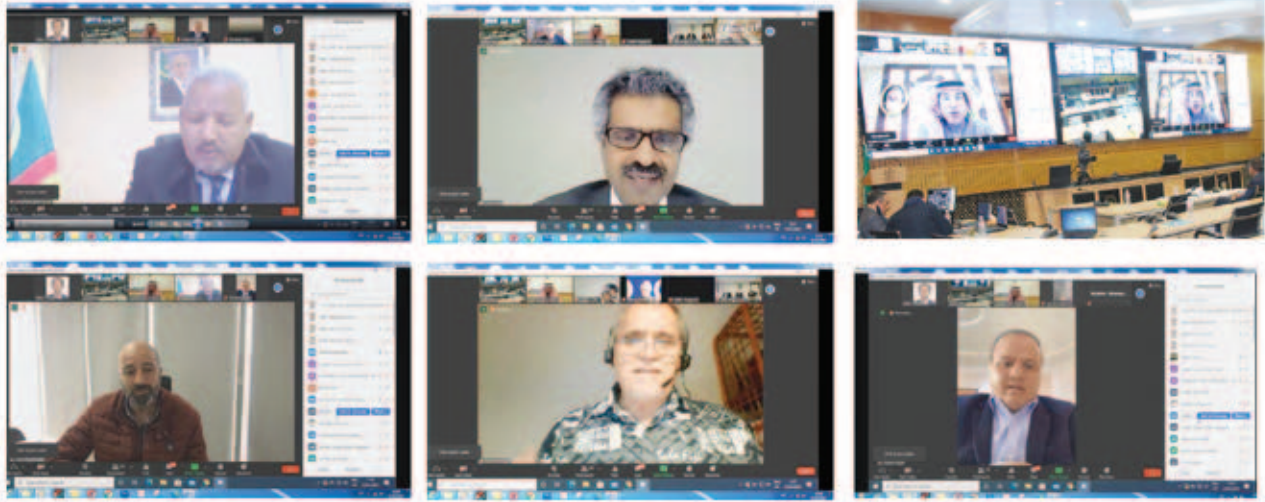
وفيما يتعلّق بالإرسال الإذاعي والتلفزيوني وبثّ المحتوى الرقمي، دعيت الهيئات الأعضاء الراغبة في إدخال خدمة البثّ الإذاعي الصوتي الرقمي على الأمدين القريب والمتوسط إلى استخدام تقنية +T-DAB مع اعتماد المواصفات المتفق عليها

كما تمّت دعوة البرامجين إلى الانخراط في عملية الانتقال الرقمي، من خلال حسن اختيار المحتوى البرامجي المنخصّص، على غرار البرامج التعليمية والرياضية لبثّها بصفة حصرية عبر الشبكة الرقمية الأرضية للترويج لها، واستقطاب المشاهدين وخفض كلفة اقتناء الحقوق الرياضية.

## الإعلام الجديد

أهمّ ما تمّ تناوله في هذا المجال والتأكيد عليه:

- العمل على إحداث تطبيقات لتبادل الأخبار تكون بمثابة وكالة الأنباء
- متابعة عملية تركيز خلايا صلب الهيئات متخصصة في التثبّت من مصادر الأخبار الواردة من المنصّات الاجتماعية
- إحداث جوائز في مجال الإعلام الجديد بغرض تحفيز الهيئات وتشجيع العاملين بها.



## وفي مجال التعاون العربي والدولي

أكدت الجمعية العامة على أهمية استمرار اعتماد الاتحاد على آليات التواصل عن بعد لدعم التعاون مع شركائه وتكثيف الأنشطة المشتركة.

كما أشادت بالمساهمة الفعّالة للاتحاد في منظومة العمل العربي المشترك، وبالتحديد في صياغة استراتيجية توحد الرؤى بين المنظمات العربية المتخصصة لمواجهة جائحة كوفيد 19 بشتى انعكاساتها.

هذا واطلعت الجمعية العامة على تقريرى المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج، والمركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني اللذين تضمّنا حصيلة نشاطهما.

كما أحيطت علما بنشاط أكاديمية التدريب الإعلامي التي أقدمت على اعتماد التدريب عن بعد في جميع دوراتها التدريبية، ضمانا لمواصلة توفير برنامج تدريبي لفائدة الهيئات الأعضاء وتأمينه بالآليات المناسبة وبجودة عالية.

ونوّهت بمبادرة الأكاديمية المتصلة بتطوير مواقعها على شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف مزيد إشعاعها ومتابعة أنشطتها وتوفير التواصل المستمر مع الهيئات الأعضاء.

ومن المواضيع التي استأثرت باهتمام أعضاء الجمعية العامة متابعة سير إنجاز فندق الاتحاد والموافقة على الترقيات ذات العلاقة بتشغيله.

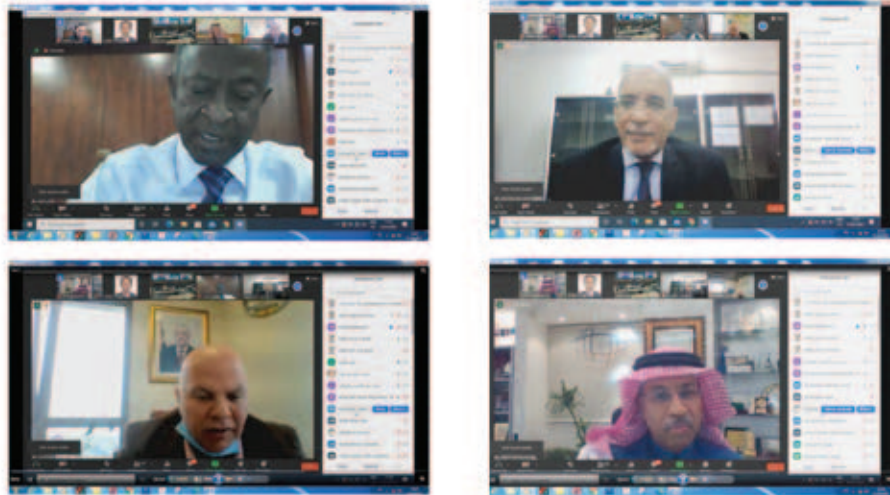
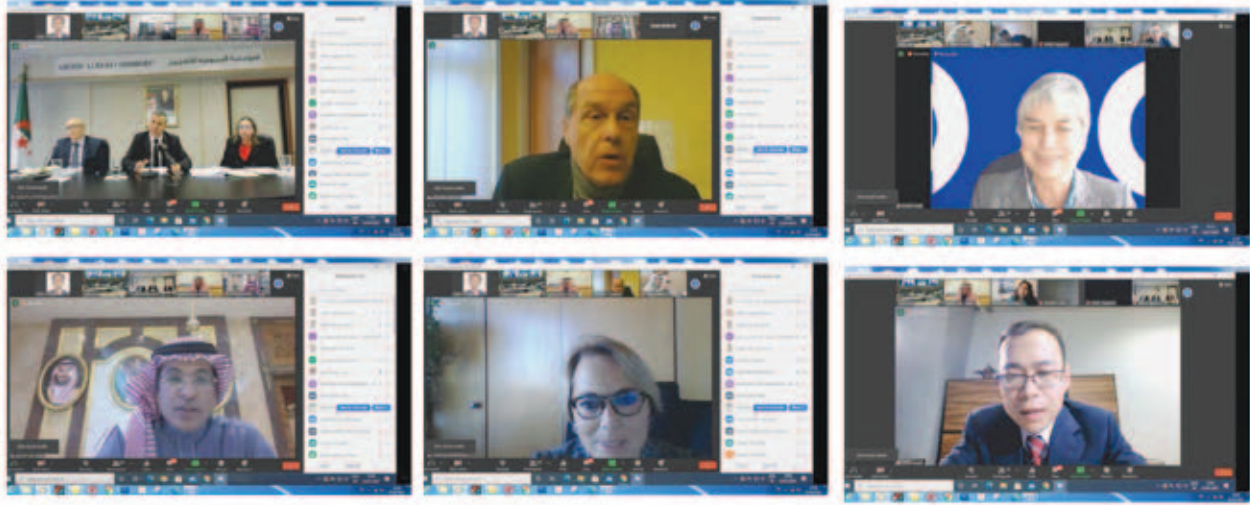
والحوار المهني الذي رافق الدورة (40) للجمعية العامة حول "الإعلام في زمن الأزمات : الضوابط والتوازنات".

## موعد الدورة القادمة للجمعية العامة ومكانها

تلقت الإدارة العامة دعوتين موجهتين من هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية والمجمع الجزائري للإعلام (تلفزيون / إذاعة / بّي) لاستضافة الدورة (41) للجمعية العامة والاجتماعات المرافقة لها.

وقررت الجمعية العامة توجيه الشكر إلى المجمع الجزائري، وتحية إكبار إلى الجزائر الشقيقة على موقفها النبيل وتنازلها عن دعوتها لفائدة المملكة العربية السعودية.

ورحبت بالدعوة الموجهة من قبل هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية لاستضافة الجمعية العامة المقبلة والمجلس التنفيذي (106) في الرياض، على أن يتم تحديد الموعد بالتشاور مع رئيس الاتحاد والمدير العام والهيئة المستضيفة، وفي ضوء رزنامة أنشطة الاتحاد لعام 2021.



## «جهد الإعلام العربي»

### في التعامل مع جائحة كورونا»

#### توطئة:



مثل وباء كورونا اختباراً جدياً للإعلام العربي ولمستوى مناعة نسيجه. جائحة كورونا نزلت بكل ثقلها وعطلت كل نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية، وخلقت أيضاً أرضية متوترة للخلافات السياسية بين بعض الدول. الفيروس الجاثم في الصدور طال مداه قطاع الإعلام وأحدث رجة غير مسبوقة في أنظمة العمل وأثر بشكل مباشر وسريع على أداء الهيئات الإذاعية والتلفزيونية في الوطن العربي، والتي طفتت تبحث عن حلول الصدد والمجابهة، كل حسب درجة جاهزيته واستعداده للتفاعل مع هكذا أزمات.

لقد وجد الإعلام التلفزيوني والإذاعي العربي نفسه، كما المواطن العربي على حد سواء، في موقع الصدمة في بدايات انتشار الفيروس الزاحف في كل اتجاه، والذي فتك بأكثر الدول المتقدمة تكنولوجيا وعلمياً. وقد فرض الوباء المميت، فيروس كورونا، نفسه ضيقاً ثقيلاً على الناس وعلى وسائل الإعلام، وبشكل خاص، المرئي الفضائي والمسموع، التي صارت ملاذ الناس في حصارها المفروض، في مواجهة الأزمة، في انتظار اللقاح المنقذ من براثن هذا الفيروس التاجي الخطير. ولم تستطع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة في مرحلة بداية انتشار الوباء، مساندة نسق كرة الثلج الفيروسية المتسارعة، وهو ما فسر حالة الارتباك والتردد في اختيار الوسائل الأنجع والطرق المثلى للتعاطي مهنيًا، على الوجه الأكمل مع الجائحة. فكان التأثير واضحاً للأزمة غير المسبوقة الناجمة عنها على عدة مستويات داخل الهيئات الأعضاء.

ولقد أولى اتحاد إذاعات الدول العربية اهتماما بالغا بتطوّرات هذه الأزمة وانعكاساتها على أداء هيئاته، في سياق متابعته الدائمة والدقيقة لعملها، والحرص على إسناد خططها ومشاريعها من أجل مزيد تجويد الخدمات الإعلامية المسداة إلى المتلقّي العربي.

وسعيا إلى جمع بيانات حول تأثيرات جائحة كورونا العالمية على العمل الإعلامي والآليات والبرامج الموضوعية، هيكلية وإداريا وبشريا وتحريريا، أعدّ اتحاد إذاعات الدول العربية، باعتباره بيت خبرة وتفكير، استبيانا تمّ توجيهه إلى القائمين على الإدارة والإنتاج الإخباري والبرامجي في الهيئات الأعضاء، بهدف إنجاز هذه الدراسة، الأولى من نوعها عربيا، والمبنية على رصد دقيق للتعاطي الإعلامي للهيئات التلفزيونية والإذاعية العربية مع الجائحة.

ومثّل هذا الاستبيان ركيزة أساسية لصياغة دراسة متكاملة بشأن «جهود الإعلام العربي في التعامل مع جائحة كورونا» لفائدة الاتحاد وهيئاته الأعضاء.

## 1. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل كيفية تغطية القنوات التلفزيونية والإذاعية العربية للأخبار المتصلة بجائحة كورونا، ورصد التغييرات التي شملت أنماط العمل داخلها وشبكات الإنتاج البرامجي والإخباري والدرامي. كما ترصد الدراسة ما رسمته الهيئات من برامج لتأمين البث وإنتاج المضامين والحفاظ على سلامة مواردها البشرية، فضلا عن معرفة مدى تحفّزها لآزمات مماثلة محتملة.

وترمي الدراسة أيضا إلى بلورة مقاربة إعلامية جديدة حول كيفية التعايش والتأقلم مع الأوضاع المستجدة من خلال الإعلام السمعي البصري.

## 2. منهجية الدراسة:

تمّ اعتماد منهجية تقوم في البداية على البحث في كيفية تعاطي الهيئات التي يشملها الاستبيان مع الأزمة، من خلال الاطلاع على مواقعها الرسمية ودراسة المقالات والبحوث التي تعنى بتعامل القنوات التلفزيونية والإذاعية العربية المنضوية تحت لواء الاتحاد مع هذه الأزمة.

في مرحلة ثانية، تمّ وضع أسئلة الاستبيان بدقة. وتراوحت الأسئلة بين المفتوحة والمغلقة وتوجيه الاستبيان إلى الهيئات المعنية في منتصف شهر أكتوبر 2020، مع تحديد أجل للإجابة. وتأتي بعد ذلك مرحلة تجميع الردود وتفرغ محتوى الاستبيان. وقد بلغ عدد الاستبيانات التي وردت على الاتحاد بين شهري ديسمبر 2020 ويناير 2021 واحدا وثلاثين استبيانا تتوزّع على 17 هيئة إذاعية و 14 هيئة تلفزيونية من عدة دول عربية. وتمّ استخدام منهج تحليل البيانات المعروف بإسم (Statistical Analysis System (S.A.S).



### 3. محاور الدراسة :

تنقسم هذه الدراسة التي حرصت الإدارة العامة للاتحاد على إنجازها في هذا الظرف المُتَّسم بتواصل تفشي الوباء، إلى أربعة محاور، تتناول بالأساس رصد الخطط والاستراتيجيات التي وضعتها الهيئات الأعضاء للتصدي للجائحة وتطوير وسائل العمل وأنماطه، توقيًا من تأثيرات أزمات مماثلة قد تستجد في المستقبل. وتتمثل هذه المحاور في:

#### أولاً: دراسة تأثيرات أزمة كورونا

في هذا المحور، يتم من خلال أسئلة موجهة تضمّنها الاستبيان، وبناء على تحليل إجابات العينة، دراسة مختلف أوجه تأثيرات أزمة كورونا على عمل الهيئات وأنشطتها.

#### ثانياً: تحرك الهيئات والخطط العملية للتصدي لتأثيرات أزمة كورونا

يتناول هذا المحور الجهود المبذولة من قبل الهيئات الأعضاء وخططها وبرامجها التي وضعتها لمجابهة تأثيرات الأزمة، حتى لا تنعكس سلباً على أدائها ومضامينها وأنظمة عملها.

إنّ الغاية من خلال هذا المحاور هي التعرّف على الاستراتيجيات المعتمدة وتحليل مدى نجاعتها، خاصة وأنّ الجائحة كانت مباغتة وأحدثت تغييراً كلياً في أنماط العمل، وأدخلت تحويرات على المضامين الإخبارية والبرامجية، وطالت حركة الإنتاج الدرامي وعطلت كاميرات التصوير.

#### ثالثاً: البرامج المستقبلية من أجل تحويل الأزمة إلى فرصة

في هذا المحور، وقع رصد الفرص التي أتاحت للهيئات الأعضاء لاستثمار الأزمة من أجل وضع برامج مستقبلية قادرة على تمكينها من التحكم في الأزمات: صحية، وبائية طارئة كانت أو سياسية أو اقتصادية، بفضل رصيد الخبرة الذي تمّت مراكمته طوال الأزمة.

كما أمكن من خلال هذا المحور، التعرّف على الآليات التي تعتمزم الهيئات تركيزها في المستقبل لحسن إدارة الأزمات من جهة واستثمار التقنيات وتنويع الوسائط والمضامين من جهة أخرى، وذلك استجابة لتطلّعات المشاهد والمستمع والمتلقّي بشكل عام في الوطن العربي. ويتنزل كلّ هذا في إطار بلورة مقاربة إعلامية جديدة للتعاطي مع الأزمة من مختلف جوانبها.

#### المحور الرابع: مستوى التواصل والتفاعل بين الهيئات والاتحاد خلال الأزمة

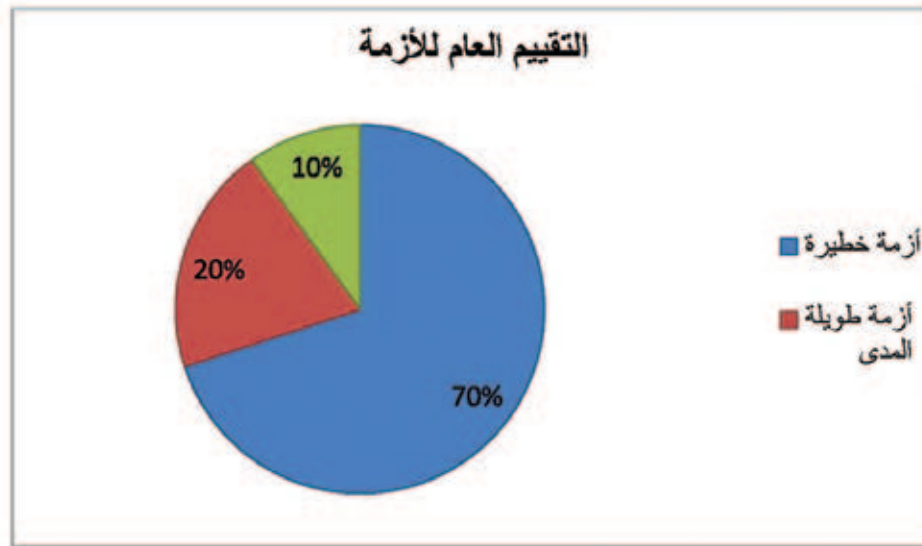
في هذا المحور الرابع والأخير، تطلّعت الدراسة إلى التعرّف على مدى استجابة الهيئات الأعضاء لما رسمه اتحاد إذاعات الدول العربية من خطط ومشاريع وبرامج قصد التفاعل بينه وبين الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء، وخاصة على مستوى عقد اجتماعاته وندواته وتنظيم دورات أكاديميته للتدريب الإعلامي، وتأمين التبادلات الإخبارية والبرامجية وتيسير انسيابها بين الجهات المستفيدة.

## أولاً: دراسة تأثيرات أزمة كورونا

### 1-1 التقييم العام للأزمة

#### أ- مستوى تقييم الأزمة

في تقييمها لمدى تأثير الأزمة الوبائية تراوحت إجابات الهيئات الإذاعية والتلفزيونية من خلال ما ورد في الاستبيان، بين وصف هذه الأزمة بالخطيرة بأعلى نسبة من الإجابات، وفي مرتبة ثانية صنّفت بأنها طويلة المدى، فيما اعتبرت بنسبة أقل خطيرة جداً وفق ما يوضحه الرسم البياني المرافق.



رسم بياني عددي: التقييم العام للأزمة

وقد اعتبرت الهيئات أنّ الأزمة طويلة المدى، نظراً إلى احتمال تمّدها زمنياً في ظل اكتشاف سلالات جديدة من فيروس كورونا وتأخر ترويج اللقاح الذي أنتجته شركات عالمية مختصة في صنع الأدوية، على غرار مخابر فايزر - بيونتك.

#### ب- أوجه تأثيرات الأزمة

في إجاباتها عن القطاعات التي تأثرت بالجائحة، أكدت الهيئات أنّ جائحة كورونا كانت لها تأثيرات على نظام العمل والإنتاج البرامجي، وبدرجة أقل على الإنتاج الإخباري، مثلما كان لها تأثير في أداء الموظفين ولكن بمستوى يختلف من هيئة إلى أخرى. وحسب عدد من الهيئات الأعضاء، أثّرت الأزمة بشكل مباشر في فريق العمل من حيث تخفيف العمالة وتوزيع أيام الشغل أسبوعياً، لكنها لم تؤثر على جودة العمل.

النسبة المئوية	محتوى الإجابة
90,9%	نظام العمل
45,45%	الإنتاج الإخباري
63,63%	إنتاج البرامج
54,54%	أداء الموظفين

جدول عدد 1: أوجه تأثيرات الأزمة

وانعكست الأزمة أيضا، وفق بعض الهيئات، على المناخ العام للعمل وجعلت الموظفين يعملون في ظروف غير مريحة. كما كانت للجائحة تأثيرات على الجانب المالي المخصّص للإنتاج، في ظل تراجع مداخيل الإعلانات، وأضرّت بالجانب النفسي وبالأداء نتيجة الخوف والقلق حسما أفادت به بعض الهيئات.

### ج - الأنشطة المعطّلة بسبب الأزمة

هناك أنشطة عديدة تعطلت بسبب جائحة كورونا داخل المؤسسات الإعلامية، من أبرزها إنتاج المضامين والتغطيات الميدانية والأنشطة الخارجية والعمل الإداري العادي. وطالت تأثيرات الجائحة بشكل واضح أنشطة التدريب في بعض الهيئات وعطلت سير المهام بالخارج داخل أخرى. ومردّد ذلك أساسا الحظر الجوي المفروض بين كثير من الدول، رغم أنّ بعض الهيئات أكدت في إجابتها أن هذه المهام لم تتعطل.



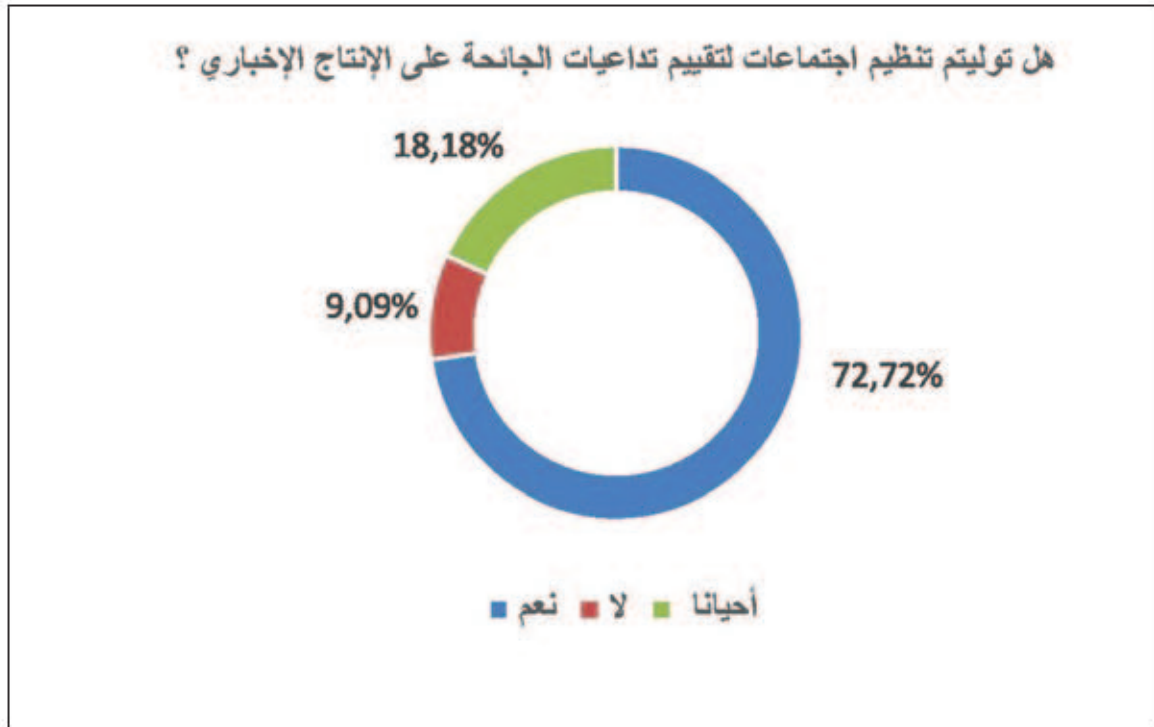
رسم بياني عدد 2: الأنشطة المعطّلة بسبب الأزمة

وذكرت بعض الهيئات أنّ الجائحة أثّرت بشكل إيجابي وآخر سلبي. فبالنسبة إلى النقاط الإيجابية، تمّ التركيز على إنتاج برامج و فقرات متنوّعة منها الإخباري، فضلا عن إنتاج بروموهات /ومضات توعوية بشكل مكثّف ومتخصّص أكثر من أيّ وقت مضى. أما الجانب السلبي فيمكن في خوف بعض الموظفين من العدوى، ما أثّر على مستوى العمل، نظرا إلى حالات الغياب المسجلة، رغم جهود التطهير والتعقيم بالمؤسسات ومختلف الإجراءات الاحترازية المطبّقة. ومن بين المعوقات أيضا، تقلّص الأنشطة والفعاليات والمؤتمرات وعمل المؤسسات والوزارات، ممّا يقلّل من المصادر اللازمة والكافية للعمل الإعلامي.

## 1-2 تأثير الجائحة على الإنتاج الإخباري

### أ-نسق انعقاد الاجتماعات التقييمية للأزمة

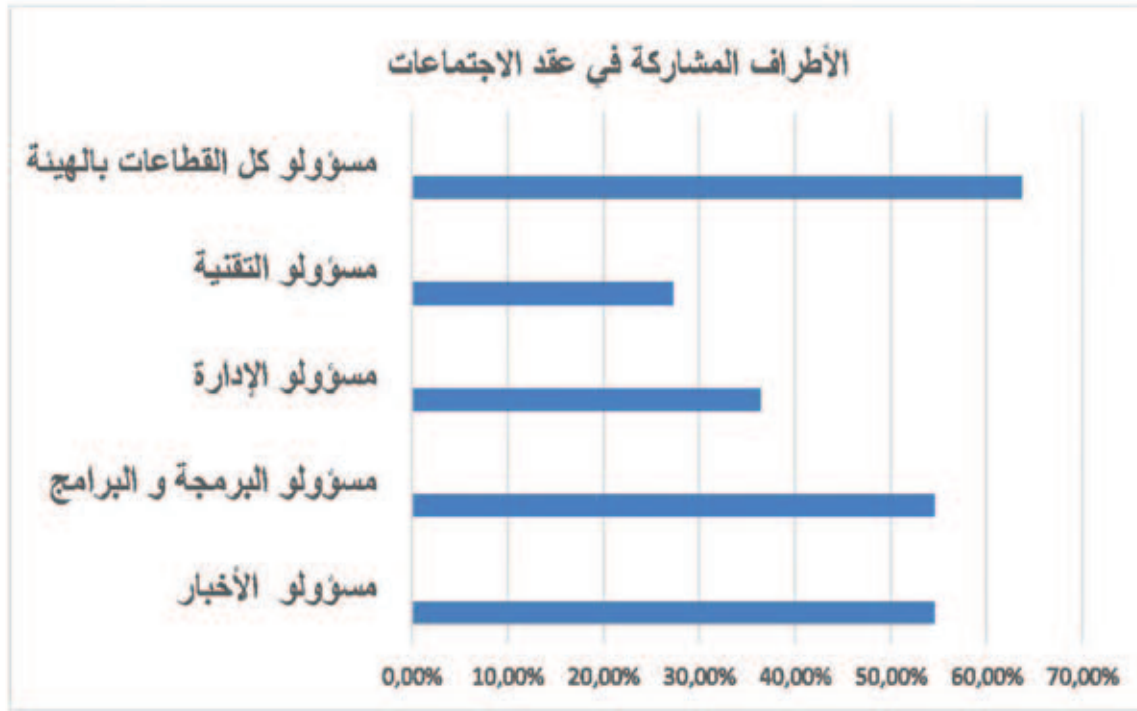
في خصوص تأثير جائحة كورونا على عمل مختلف إدارات الأخبار، أجمعت الهيئات الإذاعية والتلفزيونية في إجاباتها عن الأسئلة المضمّنة في الاستبيان ، أنّ مسؤولي هذه الهيئات عقدوا اجتماعات دورية مع مختلف العاملين بقطاعات الأخبار للتداول في آليات مجابهة الأزمة.



رسم بياني عدد3: نسق انعقاد الاجتماعات التقييمية للأزمة

## ب- الأطراف المشاركة في الاجتماعات التقييمية

شارك في هذه الاجتماعات التقييمية لتأثيرات الجائحة ، مسؤولو قطاع الأخبار ومسؤولو الإدارات التقنية في أغلب الهيئات ، في حين أجابت بعض الهيئات بأنها قامت بتشريك مسؤولي قطاعي البرمجة والبرامج فيها.



رسم بياني عدد4: الأطراف المشاركة في الاجتماعات التقييمية

## ج-تنظيم العمل بغرفة الأخبار

في خصوص هذا المحور، أجمعت الهيئات على أنها قامت بإعادة تنظيم العمل بغرفة الأخبار في ظل الجائحة، استجابة لمقتضيات العمل والتغطيات التي فرضتها، وذلك خاصة من خلال تركيز فرق صحفية لإنجاز تقارير وقصص إخبارية حول مواضيع تنصل بالجائحة.



رسم بياني عدد 5: تنظيم العمل بغرفة الأخبار

ذكرت بعض الهيئات أنه تمّ اختيار الكفاءات من بين الطواقم العاملة وإعادة تقسيم ساعات العمل لتقليل الحركة وتطبيق النظام المتفق عليه وهو التباعد، من خلال الاعتماد أحيانا على وسائل الاتصال المتاحة .

وشمل نظام العمل المعتمد داخل الهيئات الإذاعية والتلفزيونية ، تعديل ساعات العمل ومواقبته وإعادة ترتيب أولويات العمل الإخباري ، بالتركيز على القطاعات الصحية والاهتمام بالجانب التوعوي والسلامة العامة.

ومن بين الإجراءات المتخذة ، تقليل عدد العاملين في غرفة الأخبار واعتماد العمل من المنزل لبعض المحرّرين وكتّاب التقارير، وتجهيز وحدة طوارئ بسبب حظر التجوال وإعادة النظر في مداومة الفرق التقنية والصحفية، والتقليص من عدد التنقلات الخارجية للفرق الصحفية الميدانية حفاظا على سلامتها.

#### د- المصادر المعتمدة في نقل الأخبار المتعلقة بالجائحة

في خصوص المصادر التي اعتمدها الهيئات الإذاعية والتلفزيونية في نقل الأخبار المتصلة بالجائحة، جاء في الردود أنّ المصادر الرسمية كانت ملاذ مسؤولي التحرير والبرامج الذين

استندوا في المقام الأول على المعطيات الواردة في المؤتمرات الصحفية لوزراء الصحة ووكالات الأنباء الرسمية.

النسبة المئوية	محتوى الإجابة
81,81%	المؤتمرات الصحفية لوزارة الصحة
45,45%	استقاء الأخبار من العمل الميداني
72,72%	استقاء الأخبار من وكالة الأنباء الرسمية
36,36%	استقاء الأخبار من الوكالات العربية والدولية
54,54%	وسائل التواصل الاجتماعي

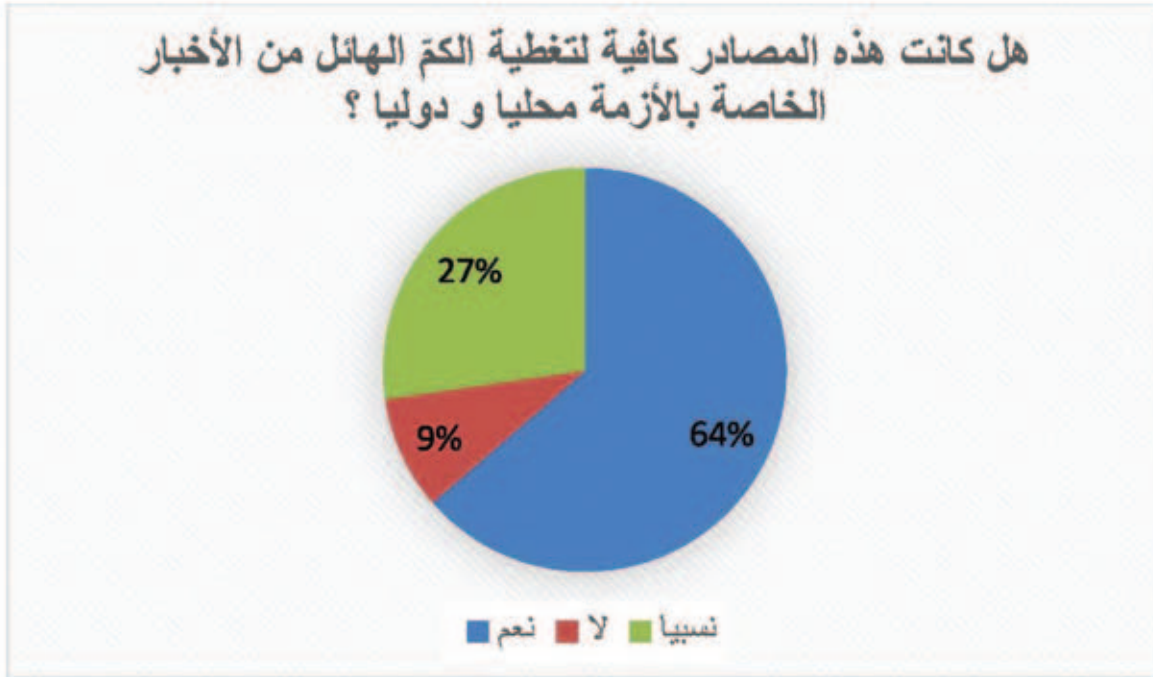
جدول عدد2: أوجه تأثيرات الأزمة

كما كانت وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا لبعض الهيئات رغم ما أحدثته، من خلال المضامين التي نشرتها، من تخويف وما سلطته من عنف رمزي على جمهورها عبر الترويج للفرضية المتداولة والتي مفادها أنّ الفيروس هو سلاح بيولوجي فتاك. فيما لم تعتمد هذه الهيئات على الأعمال الميدانية ووكالات الأنباء العربية والدولية، سوى في ما يتعلّق باستعراض حصيلة الوباء المميت على الصعيد العالمي.

وعموما غلب الطابع الرسمي على المصادر الإخبارية (رئاسة مجلس الوزراء، وزارة الصحة، وزارة الداخلية، اللجان العلمية والطبية...) فكانت هذه الجهات الممّولة الرئيسي للهيئات الإعلامية بالأخبار عبر ما أصدرته من بيانات وبلاغات. وكان جُلّ القنوات الإذاعية والتلفزيونية في الموعد، من أجل تأمين ربط مباشر مع هذه الجهات لنقل المؤتمرات الصحفية مباشرة أو بثّها في شكل تسجيلي، إفادةً للمتلقّي المتعطش للمعلومة. كما تمّ توفير المعلومات من خلال استضافة خبراء واختصاصيين عبر الهاتف.

### ٥- مستوى استجابة المصادر لحجم الأخبار المتعلقة بالجائحة

أشارت النتائج الواردة في الاستبيان إلى أنّ هذه المصادر كانت كافية لتغطية أخبار جائحة كورونا. كما اعتمدت بعض المؤسسات الإعلامية على الاتصالات الهاتفية لجمع الأخبار، مثلما التجأت إلى مراسليها داخل الجهات لتزويدها بالأخبار والمستجدات.



رسم بياني عدد 6: مستوى استجابة المصادر لحجم الأخبار المتعلقة بالجائحة

### 3-1 تأثير الجائحة على إنتاج البرامج

#### أ- مستوى الإنتاج البرمجي خلال الجائحة

كُتبت جائحة كورونا بشكل واضح آلة الإنتاج البرمجي لعدّة عوامل، أبرزها تقلص مساحات البث المباشر التلفزيوني والإذاعي. ويعود ذلك إلى التخفيض في عدد المذيعين والطواقم الصحفية والتقنية التي تُعهد إليها مهمّة تأمين إنتاج البرامج السياسية والاقتصادية والثقافية والمنوعات والرياضة والتي غادر الكثير منها مواقع العمل، إمّا لضرورات الحجر الصحي الإجباري أو لاعتماد المؤسسات الإعلامية التي تشغّلها، نظام التداول في جداول العمل.



## تسجيل تراجع في الإنتاج البرامجي للهيئة



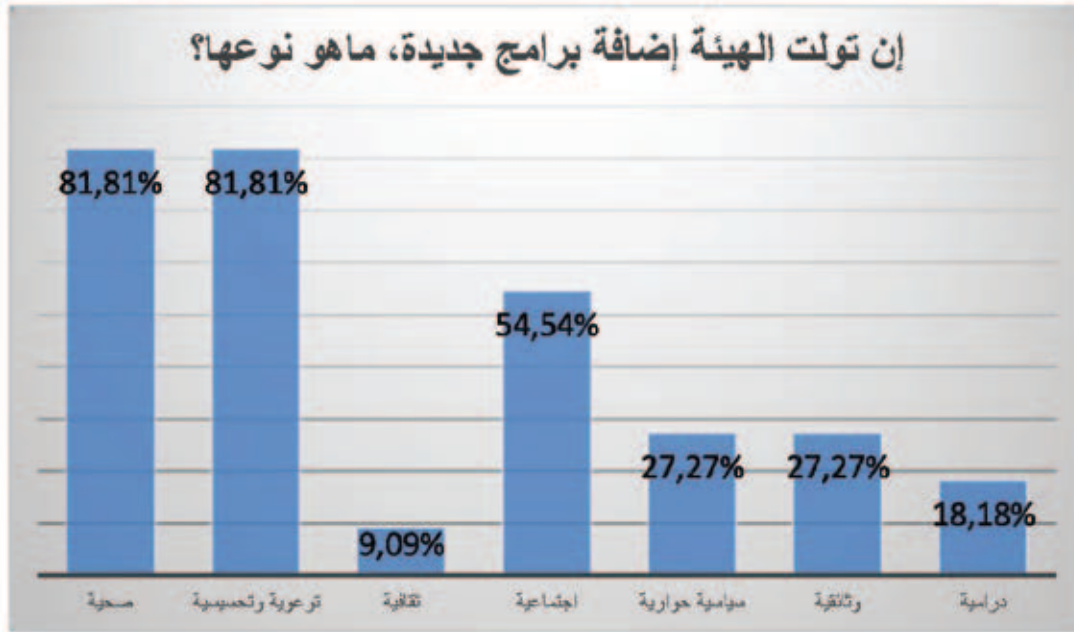
رسم بياني عدد 6: مستوى الإنتاج البرامجي خلال الجائحة

كما أثّرت الأزمة الناتجة عن جائحة كورونا في عدم قدرة ضيوف البرامج، من مختصين في المجال الطبي وسياسيين وخبراء اقتصاديين وشخصيات ثقافية وغيرها، على الحضور داخل الاستوديوهات نتيجة حظر الجولان أو الخوف من العدوى أو الإصابة بالفيروس، ما يحتم عليهم الالتزام بالحجر المنزلي الإجباري.

وفي ضوء الاستبيان المنجز، تبين لنا أنّ الهيئات قدّرت بأنّ هذا التأثير كان محدوداً، باعتبار أنّها سجلت تراجعاً نسبياً في الإنتاج البرامجي. فقد أدرجت في برمجتها عناوين جديدة ذات مضمون نوعوي وتحسيبي. ومن بين البرامج التي تمّ ادراجها، تلك المتعلقة بالتحقق من الأخبار الزائفة، في ظلّ سريان الأخبار المضلّة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومئات المواقع الإخبارية، التي لا تحظى بمصداقية ولا تحترم قواعد الاحترافية المتعارف عليها في العمل الإعلامي.

## ب- مدى توجّه الهيئات لدعم الإنتاج البرامجي

أدرجت بعض الهيئات برامج للتغطية المستمرة لأخبار الجائحة، وتقوم أساساً على العمل الميداني الذي يواكب الأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الأهلية المتخصصة في العمل الصحي والخيري والتطوعي.



رسم بياني عدد 7: مستوى توجّه الهيئات لدعم الإنتاج البرامجي

لقد كشفت الأزمة عن ارتباط وثيق للمتلقي العربي بوسائل الإعلام المحلية، فظلّ متابعا وفيما لها. يمكن القول اليوم، إنّ الإعلام العربي العمومي أمسك بأطراف الخيط، وراح يستضيف أهل العلم والطبّ للوقوف على حقيقة فيروس كورونا ومستجدّاته ومآله، وانخرط في جهود التوعية والتحذير، من خلال بثّ ومضات ندعو المواطنين إلى التزام الحجر في بيوتهم، للإسهام في الحدّ من انتشار هذا الفيروس تحت عنوان «خليك بالبيت». إضافة إلى ذلك، توجّهت القنوات التلفزيونية نحو بثّ الوثائقيات بشكل مستمرّ لسدّ الشغورات في شبكاتها البرمجية، في ضوء تقلّص مساحات البثّ المباشر. أمّا على مستوى الشكل، فقد اتجهت عديد الهيئات لإنتاج فواصل تحسيسية باستخدام الجرافيك.

وأنتجت بعض الهيئات برامج فنية موجهة للتوعية بضرورة التوقي من فيروس كورونا، مثلما تمّ إنجاز برنامج بثّ مشترك نفّذته الشبكة العربية للبتّ المشترك من مختلف الدول العربية، مع إنتاج أغان وأناشيد واسكتشات قصيرة للتحميس بمخاطر وباء الكوفيد وكيفية تلافي الإصابة به.

### ج- إدخال تعديلات على الشبكات البرمجية

نتيجة لما فرضته جائحة كورونا من تغيير في نسق العمل والمحتوى، أدخلت الهيئات تعديلات على الشبكات البرمجية المعتمدة.



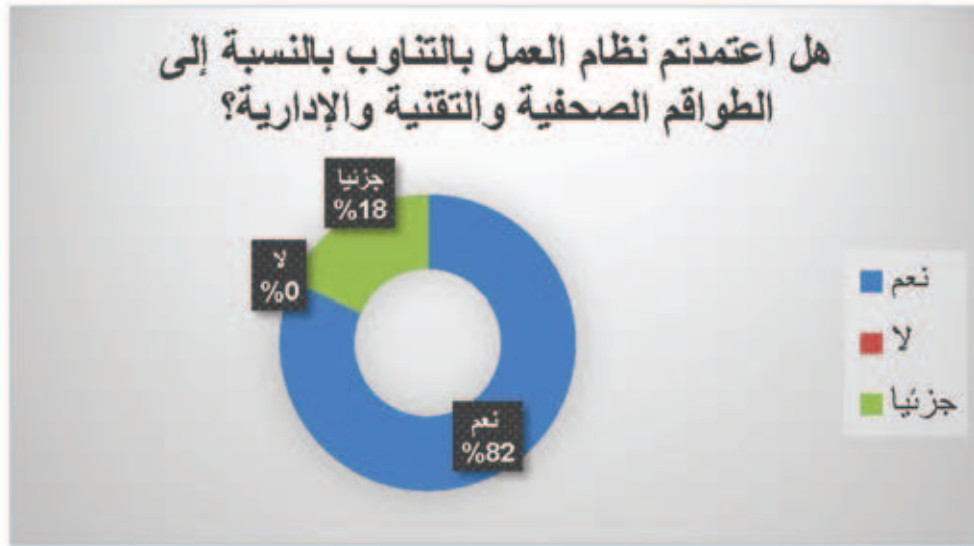
رسم بياني عدد 8: إدخال تعديلات على الشبكات البرمجية

وفرضت هذه التعديلات، حاجة المشاهد والمستمع إلى مادة تلبّي تطلّعاته إلى المعلومة المحيثة والبرامج التي تثير اهتمامه، شكلاً ومضموناً، خاصة مع ساعات البقاء الطويلة في المنزل خلال فترة الحجر الصحي المطوّلة. واقترحت بعض الهيئات تكثيف البرامج العلمية والتوعوية واستخدام الوسائل الأكثر تطوّراً تكنولوجيا لإنتاج البرامج.

## 1-4 التأثيرات على مستوى نظام العمل

### أ- الاعتماد على نظام العمل بالتناوب

اعتمدت أغلب الهيئات الإذاعية والتلفزيونية نظام التناوب في عمل الفرق الصحفية والتقنية والإدارية خلال فترة الجائحة. وهي طريقة تمكّن من الحفاظ على سلامة الموارد البشرية وتجنّب الإصابات الجماعية التي لا تترك مجالاً لديمومة البثّ والإنتاج، وتأمين المهامّ الإدارية الروتينية، طالما أنّ هناك جزءاً هاماً من الموظفين مصاب بالمرض.



رسم بياني عدد 9: الاعتماد على نظام العمل بالتناوب

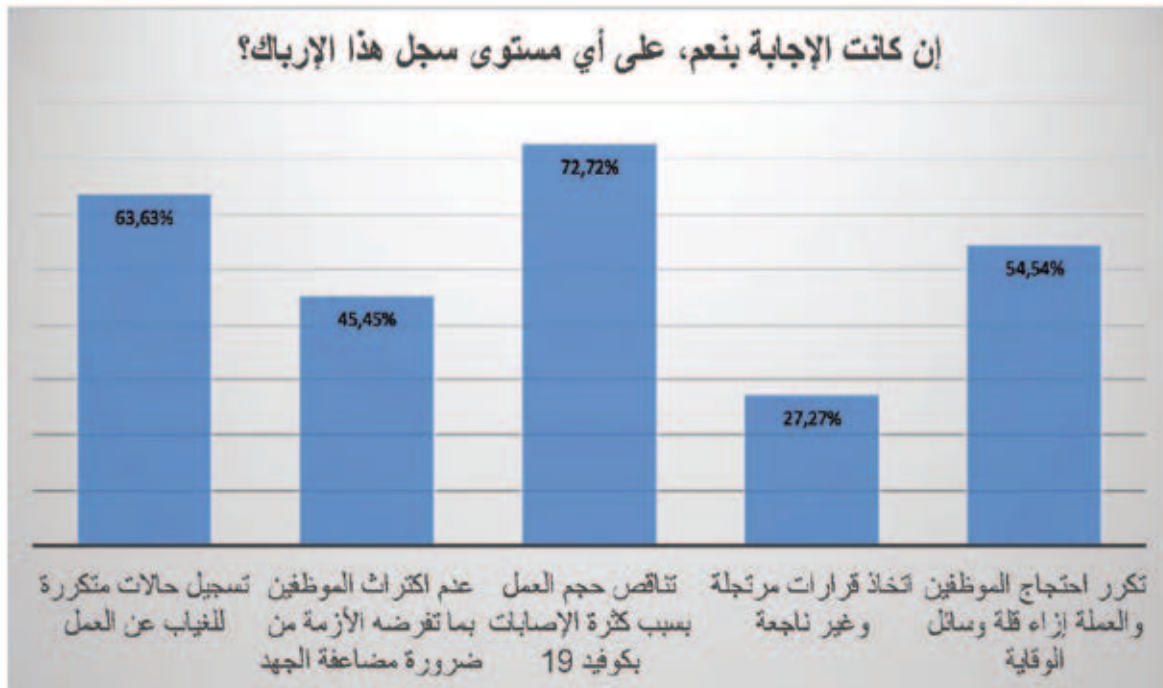
### ب- درجة إرباك الأزمات لأنظمة العمل داخل الهيئات

أجابت الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء أنّ الجائحة لم تسبّب في إرباك العمل داخلها بشكل كبير ومؤثّر، ما يؤسّر على حرفية هذه الهيئات في التعاطي مع هكذا أزمات خطيرة، قادرة على خلق أجواء عمل متوتّرة واحتقان واحتجاجات الأعوان على ظروف العمل ونقص وسائل الوقاية، فضلاً عن القلق النفسي الناجم عن الخوف من التقاط الفيروس ومن مضاعفاته الصحية الخطيرة. كما يمكن، بسبب الجائحة، تسجيل تقلص واضح في حجم العمل وتكرّر ظاهرة الغيابات في عدد من مواقع العمل، وهو ما لوحظ بشكل نسبي داخل المؤسسات الإعلامية.



رسم بياني عدد 10: درجة إرباك الأزمة لأنظمة العمل داخل الهيئات

### ج- مجالات الإرباك في أنظمة العمل



رسم بياني عدد 11: مجالات الإرباك في أنظمة العمل

وفق ما ورد في الاستبيان، مثّل تناقص حجم العمل بسبب كثرة الإصابات بكوفيد 19-، نسبة 72.72 بالمائة، وتكرّر حالات الغياب عن العمل بنسبة 63.63 بالمائة، واحتجاج الموظفين والعملة بسبب قلّة وسائل الوقاية، من أبرز مظاهر حالة الإرباك التي عاشتها المؤسسات الإعلامية خلال جائحة كورونا.

## ثانيا- تحرك الهيئات والخطط العملية للتصدي لتأثيرات جائحة كورونا

### 2-1 تركيز خلية الأزمة

إنّ لخلية الأزمة دورا محوريا واستراتيجيا في خفض قوّة تأثير الأزمات في نسق عمل المؤسسات الإعلامية، لذلك تفضّلت الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية إلى ضرورة التحرك لصدّ انعكاسات جائحة كورونا، فبادرت أغلبها بتركيز خلايا أزمة.



رسم بياني عدد 12: تركيز خلية الأزمة

وقد اقترحت بعض الهيئات الاعتماد على فرق قارّة لإدارة الأزمات والاستفادة من الخبرة المهنية التي تراكمت لديها من خلال التعامل مع جائحة كورونا، بما يجنبها مستقبلا الوقوع في حالة الصدمة والارتباك.

## 2-2 العمل عن بعد

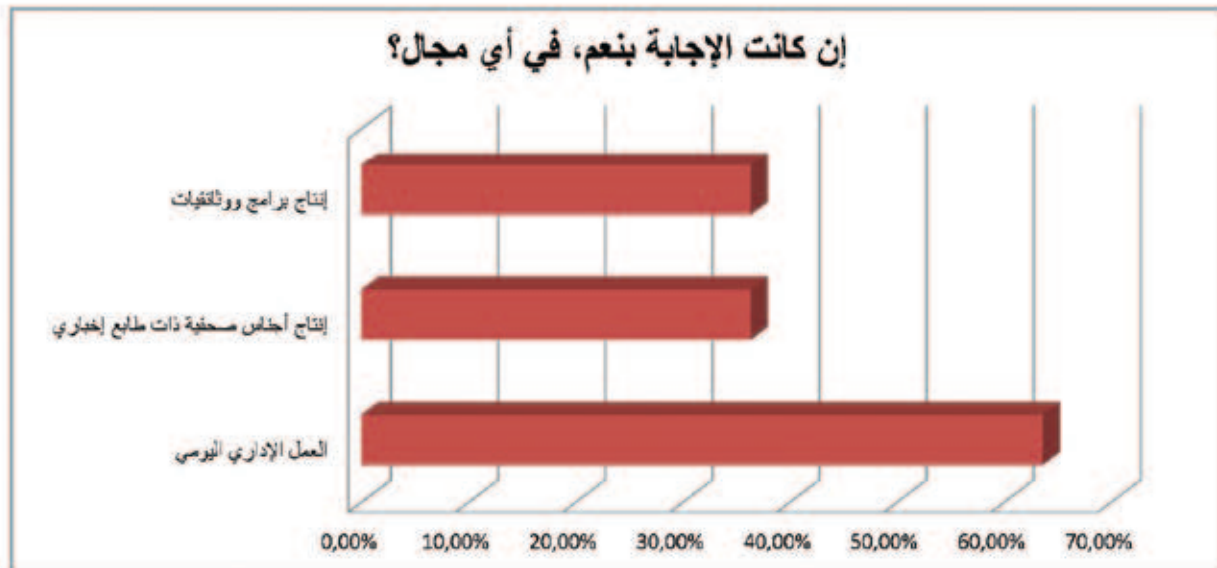
فرضت أزمة كورونا التوجّه نحو نظام جديد للعمل، وهو العمل عن بعد من البيوت أو مواقع خارجية أخرى. وقد كشفت نتائج الاستبيان أنّ كلّ الهيئات استخدمت هذه الآلية لتأمين استمرارية العمل.

النسبة المئوية	محتوى الإجابة
100%	نعم
0%	لا

جدول عدد 3: التوجّه إلى العمل عن بعد

### أ- مجالات العمل عن بعد

بيّنت الردود المضمّنة في الاستجواب، أنّ تقنية العمل عن بعد تمّ توظيفها بدرجة أولى في مجال العمل الإداري اليومي بنسبة فاقت 60 بالمائة من الإجابات، ثمّ في مجال إنتاج البرامج والوثائق وابتكار مضامين ذات منحى إخباري وأجناس صحفية، على غرار القصص والتقارير بنسبة فاقت 30 بالمائة لكلّ من الاختيارين.

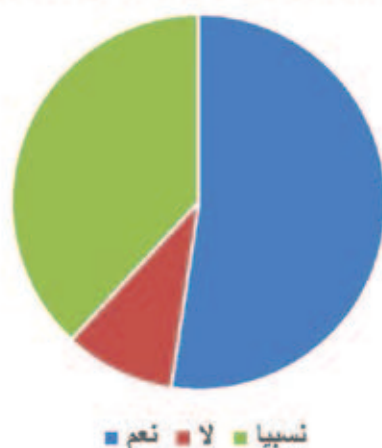


رسم بياني عدد 13: مجالات العمل عن بعد

## ب- مدى جدوى نظام العمل عن بعد

جاء في نتائج الاستبيان أنّ العمل عن بعد أثبت جدواه، رغم كونه آلية مستجدة في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني فرضتها مقتضيات الجائحة.

هل أثبت العمل بتقنيات العمل عن بعد جدواه؟



رسم بياني عدد 14: مدى جدوى نظام العمل عن بعد

## 2-3 الإجراءات الاستثنائية خلال الأزمة

أخذت معظم الهيئات إجراءات استثنائية خلال جائحة كورونا لضمان استمرارية العمل من جهة، وللاستجابة لحاجيات المتلقّي إلى البيانات والمعلومات ذات الطابع الصحي والخدمات والتوعوي من جهة أخرى. وشملت هذه الإجراءات إعادة توزيع الموارد البشرية وتكثيف نشاطاتها وأعمالها لتعويض النقص الحاصل جرّاء الحظر والإغلاق أو الإصابات.



رسم بياني عدد 15: الإجراءات الاستثنائية خلال الأزمة

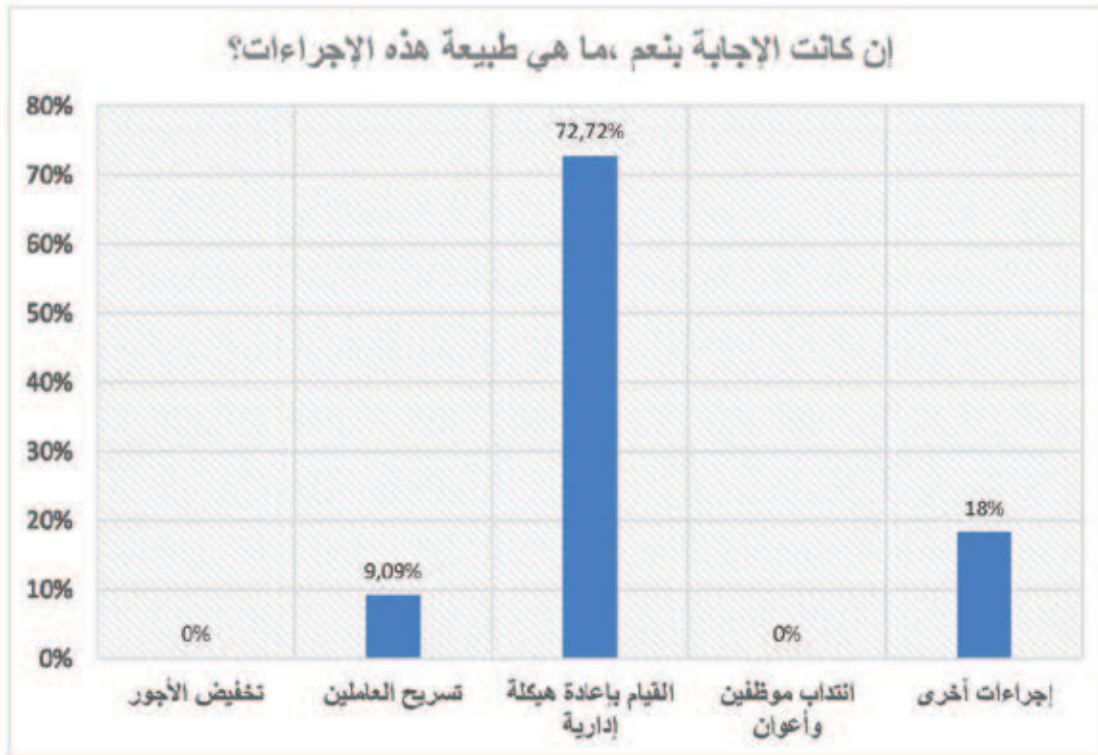


## 2-4 طبيعة الإجراءات الاستثنائية المتخذة

اتخذت الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء، إجراءات استثنائية قصد ضمان استمرارية تقديمها للخدمة الإعلامية، عبر اعتماد نموذج عمل مستحدث وإنتاج مضامين تواكب تطوّر الحالة الوبائية مع المحافظة، في الوقت نفسه، على سلامة العاملين بها.

تتمثّل هذه الإجراءات، في تخفيض نسبة القوى العاملة بها دون أن يتمّ تسريحها نهائيا. كما تمّت، على مستوى بعض الهيئات، إعادة توزيع الموارد البشرية وتكثيف نشاطاتها وأعمالها داخل المؤسسة لتعويض النقص الحاصل نتيجة حظر المفروض والإغلاق أو الإصابات.

وفق ما وقع رصده في بعض الاستبيانات، قامت بعض الهيئات بالزام عدد من الموظفين بالمبيت في سكن مجاور لمبنى القنوات الإذاعية أو التلفزيونية، ليتمكنوا من أداء عملهم بسبب تطبيق حظر التجوال وفرض عقوبات مالية لكلّ من يخالف هذا الإجراء. فيما تولّت هيئات أخرى استخراج تراخيص استثنائية للجولان، لتمكين الطواقم العاملة في فترة حظر التجوال من التنقل بسهولة وفي كنف السلاسة والأمان.



رسم بياني عدد 16: الإجراءات الاستثنائية المتخذة

كما قامت عديد الهيئات بتوفير إمكانيات إجراء التحاليل المجانية لتقصّي مرض كوفيد 19- سواء في وحدات طبية أنشأت خصيصاً، أو عبر الاتفاق مع مؤسسات صحية عمومية، وخاصة لإجراء هذه التحاليل لفائدة موظفي هذه الهيئات.

ونمّ في عدد من المؤسسات الإعلامية تخصيص فريق إداري لتقصّي حالات الإصابة والشفاء لدى هؤلاء الموظفين، في إطار المتابعة العامة للوضع الوبائي داخل هذه الهيئات.

## 2-5 وضع البروتوكول الصحي

أجابت كلّ الهيئات الأعضاء، وفق فحوى الاستبيانات، بأنها قامت بوضع قواعد بروتوكول صحي داخل المؤسسات الإعلامية الراجعة إليها بالنظر، بهدف التوقّي من الإصابة بفيروس كورونا، وتوضيح أسس التعامل بين الأعوان، من حيث احترام التباعد الجسدي، والالتزام بوضع الكمامة، واستعمال المواد والسوائل المعقّمة .

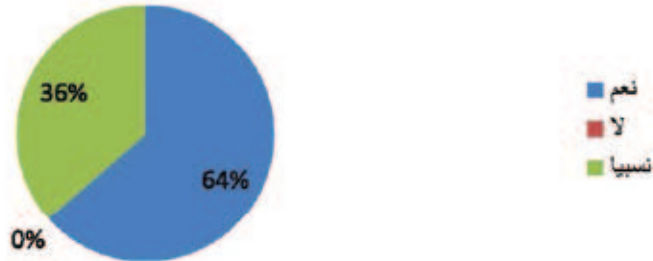


رسم بياني عدد 17: وضع البروتوكول الصحي

## 2-6 مدى احترام إجراءات البروتوكول الصحي

حسب الاستبيان، تمّ احترام ما ورد في هذا البروتوكول من قواعد وتوجيهات، سواء من قبل العاملين بالمؤسسة الإعلامية أو الضيوف وكلّ الأطراف المتعاملة مع الهيئة، من مزوّدين وشركاء وغيرهم .

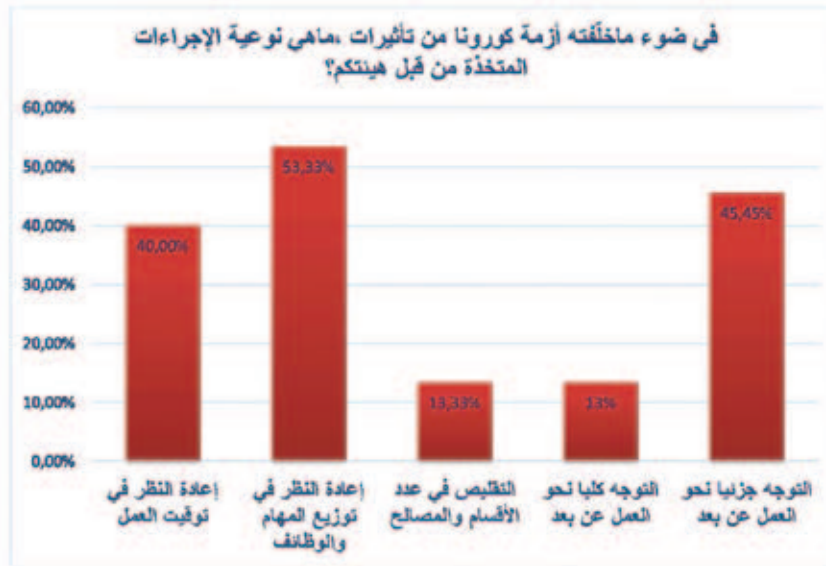
في صورة الإجابة بنعم: هل تمّ تطبيق البروتوكول الصحي واحترام مقتضياته من قبل العاملين بالهيئة والمتعاملين معها(ضيوف برامج ،مزودون،زائرون....)؟



رسم بياني عدد 18: احترام إجراءات البروتوكول الصحي

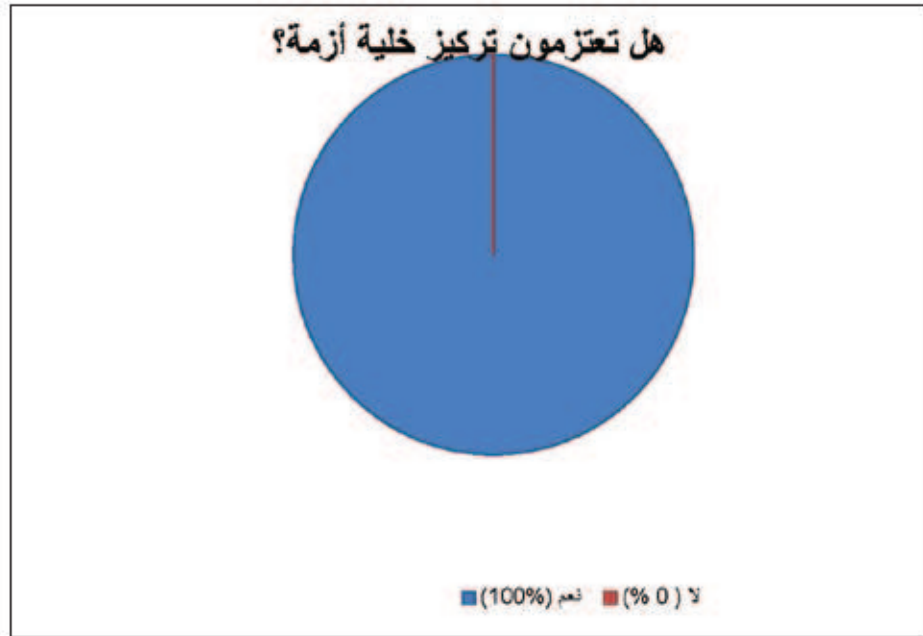
### ثالثا- الخطط العملية المستقبلية من أجل تحويل الأزمة إلى فرصة 3-1 نوعية الإجراءات المتخذة لتجاوز التأثيرات

من أهمّ الخطط العملية المستقبلية التي أقرتها الهيئات الأعضاء ، التوجّه نحو إعادة النظر في توقيت العمل داخل المؤسسة الإعلامية وإعادة توزيع المهامّ والوظائف، والتوجّه جزئيا نحو العمل عن بعد . فقد مثّل التوجّه إلى العمل عن بعد خيارا أساسيا لجلّ الهيئات الإذاعية والتلفزيونية بالنظر إلى الضوابط التي فرضتها الجائحة، من حيث صعوبة تنقل الطواقم العاملة في مختلف الاختصاصات بفعل الحظر الذي فرضته السلطات من جهة، وبسبب الخشية من العدوى بالفيروس سريع الانتشار، من جهة أخرى.



رسم بياني عدد19 : الإجراءات المتخذة لتجاوز التأثيرات

## 3-2 مدى التوجه نحو تركيز خلية أزمة دائمة



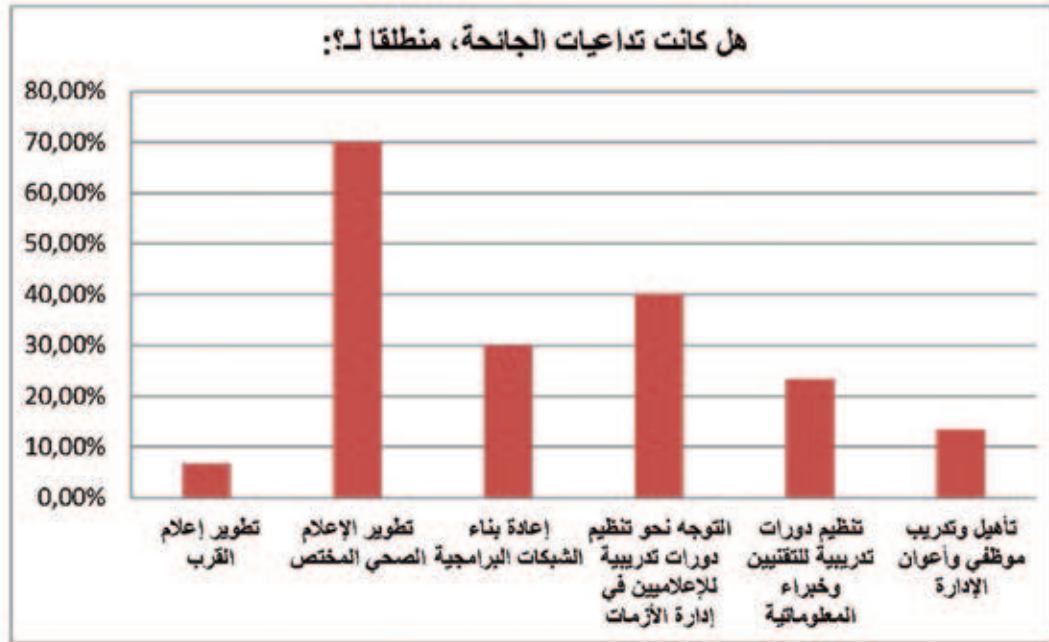
رسم بياني عدد 20 : مدى التوجه نحو تركيز خلية أزمة دائمة

كشفت الردود المضمّنة في الاستبيان، توجّه الهيئات الأعضاء إلى تركيز خلية أزمة دائمة داخل المؤسسات الإعلامية، تقوم بمهامّ التحرك السريع، في صورة حدوث أزمات وبائية مماثلة أو كوارث طبيعية أو مستجدات أمنية خطيرة وطارئة. فالإعلام يفترض أن يكون أكثر المجالات تفاعلا واستجابة للأزمات والأحداث المهمّة في مسار الدول وتاريخ الشعوب.

إنّ ما قامت به وسائل الإعلام العربية جعلها طرفا مباشرا في إدارة الأزمة، وليس مجرد وسيط أو ناقل أخبار بين الحكومات والشعوب، فقد تغيّرت لديها خارطة البتّ وأولويات القضايا، بما يخدم هدفي الإخبار والتوعية، للمساهمة في كبح جماح وباء عابر للحدود لا يعترف بالمسافات أو الأجناس أو الأعمار.

## 3-4 خطط التطوير في ضوء ما خلفته الجائحة من تأثيرات

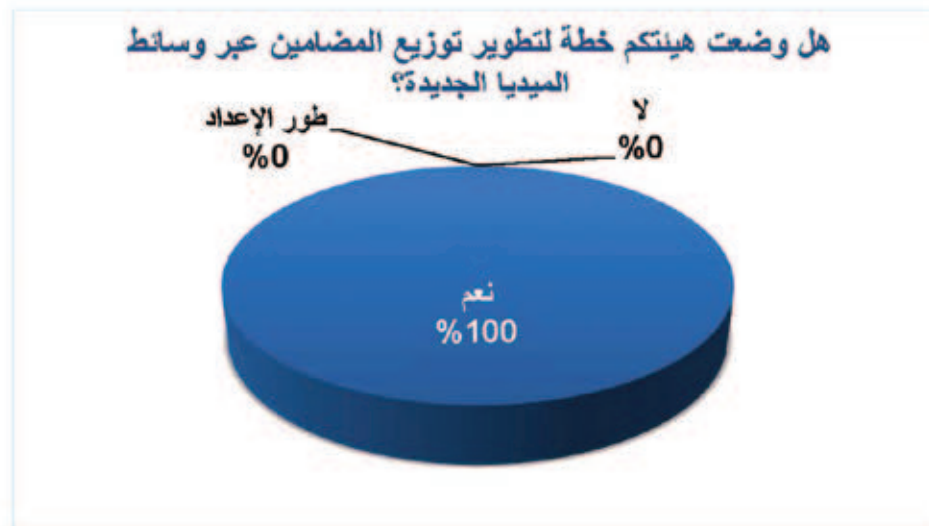
كانت تداعيات الجائحة، بالنسبة إلى الهيئات الأعضاء، منطلقا للتوجه نحو تطوير الإعلام الصحي المختص و تنظيم دورات تدريبية للإعلاميين في اختصاص إدارة الأزمات، وإعادة بناء الشبكات البرمجية وتطوير إعلام القرب ودرجة أقلّ تدريب أعوان الإدارة وتأهيلهم وفق ما يوضّحه الرسم البياني المرافق.



رسم بياني عدد 21 : خطط التطوير في ضوء ما خلفته الجائحة من تأثيرات

### 3-5 خطة تطوير توزيع المضامين عبر الميديا الجديدة

وضعت الهيئات، وفق ما ورد في نتائج الاستبيان، خططا لتوزيع المضامين التي تنتجها الإذاعات أو القنوات التلفزيونية على وجه الخصوص على المنصات الإلكترونية الرسمية التابعة لها.

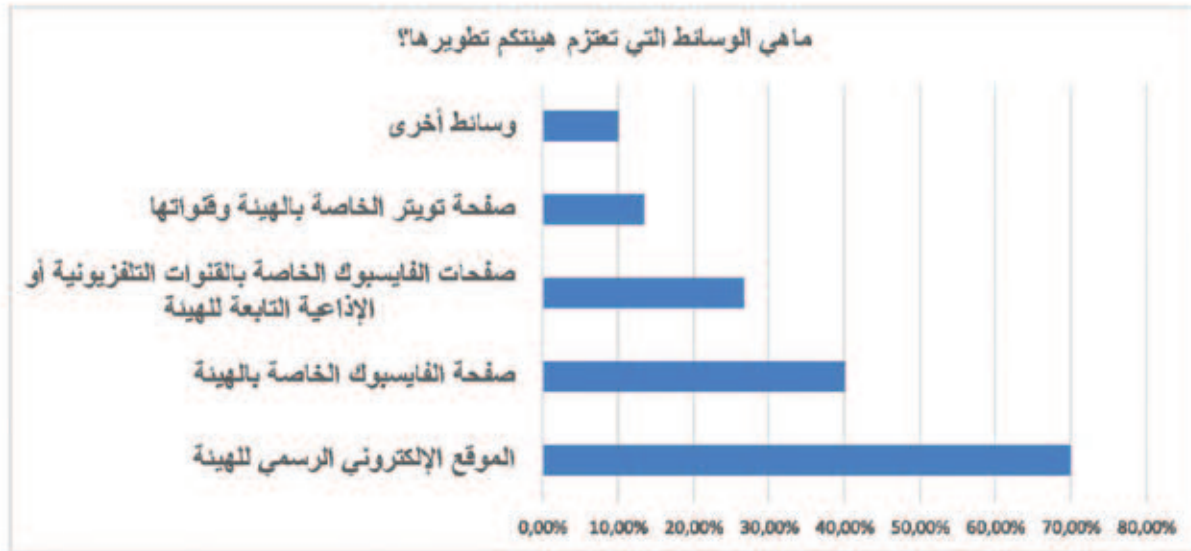


رسم بياني عدد 22 : خطة تطوير توزيع المضامين

## 3-6 الوسائط المزعم تطويرها

بيّنت الهيئات في ردودها، أنها ستتوجّه إلى تطوير جملة من الوسائط، من بينها مواقعها الرسمية على شبكة الإنترنت، وكذلك الصفحة الرسمية للهيئة على شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك وصفحتها على موقع تويتر وموقع يوتيوب، حتى تكون أكثر تحييناً ومتابعة للوضع الوبائي، وتعمل حسب ديناميكية تفاعلية مع المتلقّي، من منطلق قناعتها بقوة نفاذ هذه المحامل الجديدة إلى المتلقّي، بعد أن أصبحت من بين أبرز مصادر المعلومات والأخبار.

كما عبّرت بعض الإذاعات عن رغبتها في تطوير خدمات الفيديو والستريمغ للتواصل مع مستمعيها صوتاً وصورة خاصة، في ظلّ ما حقّقته تجارب الإذاعات المرئية من نجاح في السنوات الأخيرة.



رسم بياني عدد 23 : أنواع الوسائط

## المحور الرابع :مستوى التواصل والتفاعل بين الهيئات واتحاد إذاعات الدول العربية خلال الأزمة:

### 4-1 مستوى تقديم الدعم للهيئات

اعتبرت الهيئات الأعضاء أنّ اتحاد إذاعات الدول العربية قدّم لها الدعم اللازم، أثناء جائحة كورونا، من خلال توفير الاستشارات والمساعدات التقنية والفنية من أجل مساعدتها على تجاوز آثار الأزمة. وقد بلغت نسبة الإجابات في هذا الباب 48 بالمائة، وهو ما يدلّ على الجهد التي تبذله المنظمة من أجل القيام بالمتابعة والتواصل مع مختلف الهيئات، فيما انقسمت بقية الإجابات

بين الرضا النسبي وعدم الرضا بنسبة 26 بالمائة، وقد يعود ذلك إلى الصعوبات الناجمة عن الإغلاق والحظر الجوي خاصة في بداية العام 2020 ، وإلى اهتمام وسائل الإعلام العربية بوضع خطط داخلية دون الحاجة إلى تصوّرات من خارجها.



رسم بياني عدد 24 : مستوى تقديم الدعم للهيئات

## 4-2 مستوى تأثير الأزمة على نسق التبادلات الإخبارية

في ضوء الردود الواردة في الاستبيان، تبين أنّ أزمة كورونا وما خلّفته من إرباك في أنظمة العمل أثّرت نسبياً في نسق التبادلات الإخبارية بين الهيئات الأعضاء، بنسبة 41 بالمائة من الردود.



رسم بياني عدد 25 : تأثير الأزمة على نسق التبادلات الإخبارية

### 4-3 مستوى التأثير على المشاركة في الندوات والاجتماعات الرسمية

أثرت أزمة كورونا بشكل واضح في مشاركة الهيئات في الندوات والاجتماعات الرسمية التي نظمها اتحاد إذاعات الدول العربية طيلة فترة الجائحة. وتعتبر هذه النسبة طبيعية بالنظر إلى تعطل حركة النقل الجوي باتجاه تونس دولة المقر الحاضنة لاتحاد إذاعات الدول العربية، وإلى تعذر تنظيم دورات تدريبية حضورية لفائدة منتسبي الهيئات الأعضاء، بفعل الإجراءات الاحترازية التي اتخذها الاتحاد، توقيا من العدوى.



رسم بياني عدد 26 : المشاركة في الندوات والاجتماعات الرسمية

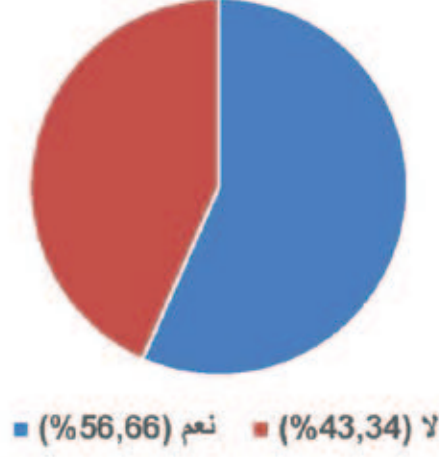
### 4 - 4 مستوى التأثير على المشاركة في دورات أكاديمية التدريب الإعلامي

رغم الطابع الافتراضي للدورات التي نظمتها أكاديمية التدريب الإعلامي خلال سنة 2020 بسبب موانع التنقل المفروضة بسبب الحظر الجوي، المطبق في كثير من الدول العربية كإجراء احترازي، سجل منتسبو الهيئات الأعضاء حضورهم في دورات أكاديمية التدريب الإعلامي، وهو ما تؤكدته الإجابات الواردة في الاستبيان بنسبة فاقت الـ 56 بالمائة، وهو ما يدل على قيمة هذه الدورات وفوائدها وانعكاساتها على تطوير الكفاءة المهنية للعاملين بالإذاعات والقنوات التلفزيونية من جهة، وحرص المتدربين على اكتساب مهارات جديدة من جهة أخرى.

وذكرت بعض الهيئات أنّ من الموانع التي حالت دون المشاركة في هذه الدورات، هو تركيزها على إسداء الخدمات الإعلامية، والقيام بالدور التحسيس والتوجيهي، وتنوع المضامين المنتجة من قبل صحفييها ومحرريها وتقنييها، ما جعل مسألة التكوين لا تحظى بالأولوية، خاصة في ظلّ تفاقم الأزمة وغلق المجالات الجوية.



هل شاركتكم في الدورات التدريبية التي نظمتها أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي عن بعد ؟



رسم بياني عدد 27 : المشاركة في دورات أكاديمية التدريب الإعلامي

كما مثل نقص الإمكانيات المادية عائقاً لدى بعض الهيئات لإيفاد منتسبيها للمشاركة في هذه الدورات التدريبية، فضلاً عن صعوبة التواصل الفعلي مع الأكاديمية وقبول المتدربين بشكل متأخر وعدم توفر روابط المشاركة وغياب ترجمة للدورات باللغة الإنجليزية، يضاف إلى ذلك عدم منح شهادات مشاركة في الدورات التدريبية عن بعد، وفق ما جاء في بعض الإجابات.

واقترحت الهيئات التي لم يتسنَّ لها المشاركة تكثيف دورات الأكاديمية عن بعد وتنظيمها بشكل دوري لجميع الكوادر والفاعلين الإعلاميين وصنّاع المضامين داخل الهيئات.

## الخاتمة

### أ- استنتاجات عامة:

في ضوء الردود الواردة في الاستبيان الذي تمّ توجيهه، كشفت هذه الدراسة أنّ الهيئات الأعضاء باتحاد إذاعات الدول العربية أثبتت حرفة عالية في التصرف في الأزمة الناجمة عن جائحة كورونا، وبرهنت على جاهزية وقدرة على التأقلم السريع مع مقتضيات التغطية الإعلامية، وإنتاج مضامين مجددة، أعطت فيها الهيئات الأولوية للتغطيات الإخبارية وإفادة المتلقي بالبيانات والمعلومات المحيطة، المستقاة في أغلبها من المصادر الرسمية، وخاصة السلطات الصحية والأمنية والعسكرية.

توازيا مع ذلك، سُجّل توجّه نحو تغيير أنماط العمل باعتماد نظام العمل عن بعد، ولو بشكل جزئي، مع حسن التصرف في الموارد البشرية، التي تسبّب نقصها بفعل الحجر المنزلي والإصابات بالفيروس، في نوع من التذبذب في عمل الطواقم الصحفية والتقنية والإدارية. وأثر هذا الأمر أيضا في إنتاج المضامين التي تركّزت أغلبها على التوعية والتحسيس.

منذ بدأت أزمة كورونا في العالم، لم يتوقف الإعلام في كلّ الدول عن الاضطلاع بمهمته الأساسية في كشف الحقائق وتوعية الجمهور وربط الأحداث ببعضها، لتكون الصورة واضحة وغير متجزأة. لقد استشعر الإعلام هذه المسؤولية في كلّ الدول العربية تقريبا، وأصبح يناقش حلولاً مبتكرة استباقية للوقاية أو المواجهة. وتولّت وسائل الإعلام العربية تغطية حملات إعلامية، مثل تلك التي تتمّ بكثافة أثناء الاستحقاقات الكبرى، على غرار الانتخابات والاستفتاء، لحشد المواطنين وإبراز عمل المؤسسات الرسمية والخيرية والتنسيق بين مكونات المنظمات الأهلية.

وغيّرت المؤسسات الإعلامية مضامين رسائلها، من التوعية بضرورة وضع الكمامات وغسل الأيدي واحترام التباعد الجسدي، إلى رسائل تهدف إلى تحميل كلّ مواطنٍ مسؤوليته في التوقي، حتى يعاضد جهود الدولة. يأتي ذلك توازيا مع تنمية ثقافة التكاتف الاجتماعي وتثمين مبادرات المجتمع الأهلي والدور المجتمعي لرجال الأعمال.

في هذا السياق الذي خيّم عليه الأزمة، سعى اتحاد إذاعات الدول العربية للوقوف إلى جانب الهيئات ودعمها مهنيا وفنيا حتى تقدر على تلافّي آثار هذه الأزمة غير المسبوقة.

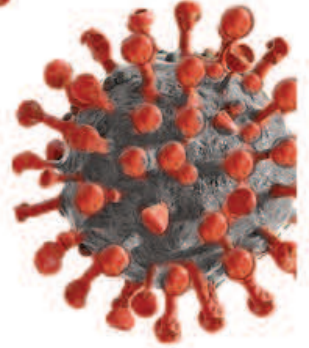
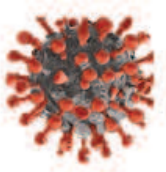
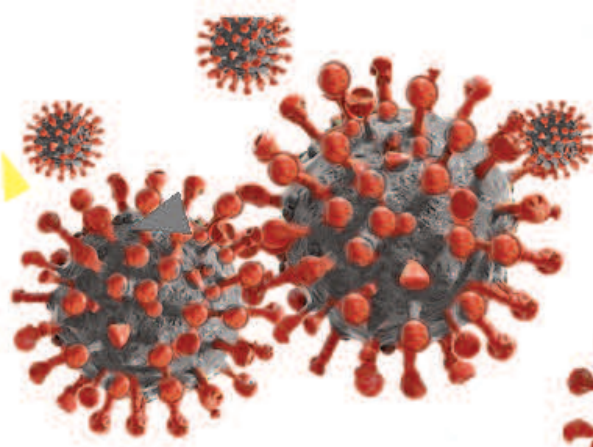
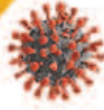
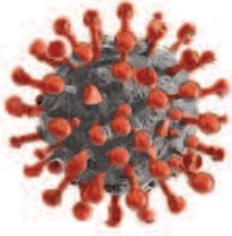
وأشارت الهيئات في ردودها المضمّنة في الاستبيان إلى أنّ العمل أثناء جائحة كورونا لايقّل أهميّة عن الأيام العادية. فالرسالة الإعلامية، في ظلّ ما أفرزته الأزمة من سلوكيات وأنماط عمل جديدة، لايدّ أن تصاغ بعناية فائقة، نظرا إلى حساسية مضمونها من جهة، وهشاشة المتلقي زمن الأزمة وتهديد الفيروس الجدي لصحة الإنسان من جهة ثانية. فالأزمة كانت حافزا لتجويد العمل وترتيب البيت الإعلامي الداخلي واكتشاف قدرات مهنية كامنة في عناصر الإنتاج والأخبار والإدارة والتقنية.

## ب- المقترحات والتصوّرات :

تولّت الهيئات الأعضاء تقديم جملة من المقترحات والتصوّرات من بينها:

- ضرورة الإسراع بتركيز خلايا أزمة داخل المؤسسات الإعلامية لمجابهة الأحداث الطارئة والأزمات المستجدّة.
- التوجّه نحو دعم الإنتاجات في مجال الإعلام التخصّصي، لاسيما الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الصحي.
- تكثيف الدورات التدريبية بأكاديمية التدريب الإعلامي ، لفائدة العاملين بالهيئات في مختلف الميادين الصحفية والتقنية والإدارية، وخاصة في مجال التحقّق من الأخبار الزائفة والإعلام المختص والميديا الجديدة والتصرّف في الأزمات الصحية، ودورات مماثلة في تسيير قاعات التحرير والإدارات أثناء الأزمات المختلفة.
- تطوير مواقع الواب والصفحات الرسمية الخاصة بالهيئات وتحيينها باستمرار، لتمكين الجمهور من الاطلاع لحظة بلحظة على الأخبار والمستجدّات، وتجنّب اعتماده على مصادر من مواقع مضلّلة.
- تطوير الإذاعات المرئية وتقنيات بثّها، وفق رؤية جديدة تأخذ في الاعتبار تكثيف خدمات الفيديو والأجناس الصحفية التلفزيونية وطريقة تقديم البرامج وحضور المذيعين، وذلك حسب خطة يقوم اتحاد إذاعات الدول العربية بدعمها.
- ضرورة التفكير في استحداث اجتماعات دورية لتبادل الخبرات بين أعضاء الاتحاد في مجال التعاطي مع الأزمة، وتكثيف الاجتماعات بين خبراء الهيئات الأعضاء في هذه الفترة التي تشهد اشتدادا لوقوع الجائحة، والاستفادة من الخبرات والتجارب الإعلامية العربية الناجحة في مجال مكافحة جائحة كورونا.
- اقتراح إنجاز تطبيق شامل من قبل الاتحاد، يتوفّر به عدد من الأيقونات التفاعلية والإنتاجية المباشرة التي يمكن الاستفادة الآتية والسريعة منها، في اللحظة ذاتها، بين الهيئات المنضوية في الاتحاد. فقد أثبتت جائحة كوفيد 19- أهميّة التطبيقات الإلكترونية في حياة الناس ودورها في ملامسة احتياجاتهم إثر الأزمة. فهذا التطبيق الشامل للاتحاد سيكون تفاعليا وسيسهم في تطوير خدمات الاتحاد وتنويع مخرجاته، وهو ما يمكن من الدخول في مرحلة جديدة في مجال تقديم الخدمة الإعلامية الكاملة.

وتوجهت الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء بخالص الشكر والتقدير إلى الإدارة العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية وإلى مجلسها التنفيذي على اهتمامهما بقياس تأثيرات هذه الجائحة ومعرفة أثرها على العمل الإعلامي، مثمّنة الطابع الشمولي للاستبيان وتغطيته لكلّ المحاور المتعلقة بالتعاطي مع الجائحة وتأثيراتها والخطط والاستراتيجيات الموضوعة لتجاوزها.



## تصور جديد لآلية عقد الاجتماعات والتدريب

من أبرز تداعيات جائحة كوفيد-19- على نشاط اتحاد إذاعات الدول العربية، أن جعلته يساير الأوضاع المستجدّة، ويعيد النظر في معظم أساليب عمله، من خلال استنباط طرق جديدة تمكّنه من تنفيذ مشاريعه وبرامجه في الظروف الملائمة، مع الحفاظ على تشريك هيئاته فيها.

ومن بين هذه الآليات ، اعتماده على تقنية التواصل عن بعد في عقد اجتماعاته وتنظيم ندواته وإقامة الدورات التدريبية لأكاديميته للتدريب الإعلامي، خصوصا وأنّ تطوّر التكنولوجيا أصبح اليوم يوفّر عددي التطبيقات، على غرار تطبيق زوم ZOOM، التي تجمع بين يسر الاستعمال ، وفعالية تحقيق الأهداف المنشودة، دون الحاجة إلى المشاركة الحضورية.



وسعيا إلى تقييم هذه التجربة والتعرّف على ما أفضت إليه من استنتاجات، كلّف المجلس التنفيذي الاتحاد بإنجاز دراسة شاملة توضح مزايا وإيجابيات آلية تنظيم الأنشطة عن بُعد. وتهدف هذه الدراسة إلى تعزيز جهود الاتحاد في الاضطلاع برسائله الإعلامية والتكنولوجية والفنية على أكمل وجه، مع الأخذ في الاعتبار تخفيف الأعباء والالتزامات المالية عليه وعلى هيئاته الأعضاء.

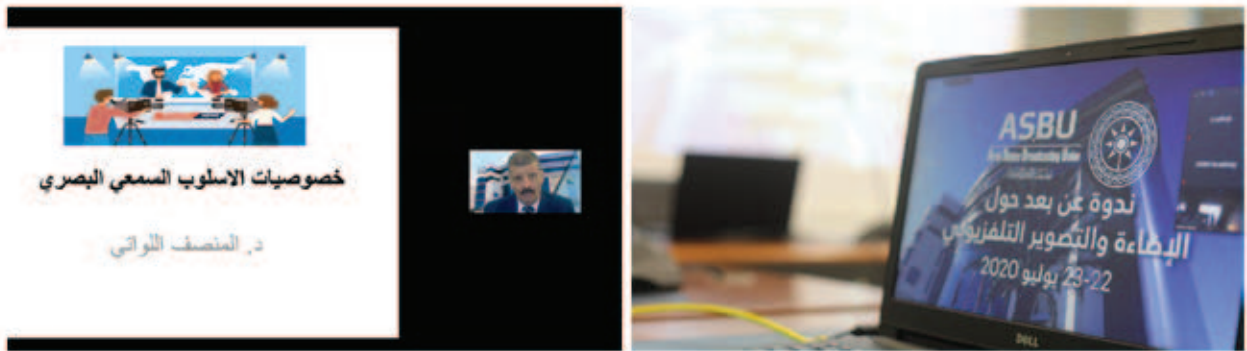
وبعدّ الاتحاد من المنظمات العربية الرائدة التي بادرت إلى تطبيق هذا المنهج، منذ ظهور فيروس كورونا وتفشيّه خلال عام 2020 إلى اليوم، مبدياً سلامة في التعامل مع الأزمة الوبائية وتأثيراتها المروّعة.

الانطلاقة كانت بعقد اجتماعات المكتب التنفيذي للشؤون الطارئة والمجلس التنفيذي، والمجلس الاستشاري لأكاديمية التدريب الإعلامي التي واصلت تقديم خدماتها عبر منصّاتها عن بُعد.



ولم يكن الاتحاد الوحيد في الالتجاء إلى آلية إنجاز أنشطته بهذه الطريقة التقنية المتطورة، بسبب الجائحة، بل ظلّ مواكبا لما يحدث من متغيّرات على الصعيد العربي والإقليمي والعالمي، ولما اعتمده منظومة العمل العربي المشترك والاتحادات الإذاعية المماثلة في هذا المجال.

وبناء على ثراء تجربة الاتحاد في إنجاز الاجتماعات عن بعد وتنوّعها، رغم قصر المدة التي استغرقتها، على خلفية أنّ الجائحة ما زالت مستمرّة، فإنّ التصرّو الجديد الذي وضعه، يقضي بإجراء نصف الاجتماعات والندوات واللقاءات والدورات التدريبية المبرمجة للعام 2021 بتقنية التواصل عن بعد، في حين تجرى بقية الأنشطة بصورة حضورية بحكم خصوصيتها.



ولعلّ الجانب الإيجابي في هذا النمسي، هو أنّ الاتحاد وهيئاته الأعضاء سيحقّقون تخفيضاً في كلفة إنجاز المشاريع يمكن لهم استغلاله في برمجة أنشطة إضافية عن بعد، تهمّ جوانب مختلفة من اهتماماتهم ومجالات عملهم.

وتتمثل أبرز الميزات في مضاعفة اجتماعات اللجان الدائمة السبع التي تكتسي أهمية كبرى، من حيث تجسيم أهداف الاتحاد وبلورة خياراته المستقبلية.

فعلاوة على الاجتماعات الحضورية التي تحافظ على توقيتها (تمتد من شهر 9 إلى 11)، تقرّر إضافة اجتماعات نصف سنوية (يونيو 2021) باستخدام هذه التقنيات الجديدة، وذلك سعياً إلى مزيد التواصل مع ممثلي الهيئات الأعضاء.

كما أنّ هذا الخيار سيمكّن من إتاحة فرصة إضافية لرؤساء اللجان والعديد من ممثليها وفرق العمل المنبثقة عنها للمشاركة المباشرة في مسيرة الاتحاد وضبط أنشطته وألوياته، من خلال تقييم المشاريع والإنجازات بشكل مباشر ومستمرّ على امتداد السنة.

وتوفّر آلية عقد بعض الاجتماعات عن بعد مناسبة لمزيد التنسيق بين الأجهزة الدائمة للاتحاد.

فعلى سبيل المثال، بدلا من سلسلة اجتماعات تُعقد مرّة واحدة في السنة بداية من شهر مارس مع المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج بالجزائر، بحضور ممثلين عن الهيئات الأعضاء، والاتحادات المهنية الدولية، يمكن مضاعفة هذه الاجتماعات، عبر التأمها بواسطة المنصّات الافتراضية، وربما اقتراح أنشطة تتعلّق بمحاور أخرى.



### تحديد الأدوات التقنيّة لعقد الاجتماعات عن بعد

شرع الاتحاد في تنفيذ آلية تنظيم الاجتماعات عبر الإنترنت، باستخدام المنصّات المعدّة لذلك، مثل تطبيق Zoom، على نحو يمكّن من انعقادها بسرعة و بأقلّ كلفة، مع إمكانية انضمام فرق عمل ومشاركين من مناطق جغرافية موزّعة، باستخدام حواسيب شخصية أو أجهزة لوحية

أو حتى هواتف ذكية، دون مغادرة مكاتبهم أو حتى منازلهم، مع أنّ هذا يحتاج إلى تنظيم محكم، وإيجاد بدائل للتعويض عند الحاجة.

وما من شكّ في أنّ عقد الاجتماعات عن بُعد يساعد على تحسين أداء الموظفين، والتخطيط والتعلّم واكتساب الخبرات، وتبادل المعلومات، فضلا عن تحسين مهارات الاتصال الجماعي، والاستفادة من الأفكار الملهمة التي تنتج عن نقاشات الفريق، إلى جانب أدوات كثيرة تسهّل عملية التواصل.



### الانعكاس المالي لألية عقد الاجتماعات عن بعد

تبيّن أنّ الانعكاس المالي لآلية عقد جانب من أنشطة الاتحاد عن بعد، مقارنة بتنفيذها حضورياً في رحابه، يوفّر مبالغ معتبرة كانت تُصرف لتأمين سفر المشاركين من بلدانهم إلى دولة المقرّ وإقامتهم بها. ومن الأکید أنّ اقتصاد تلك الأموال سيمكّن الاتحاد وشركاه من مضاعفة أنشطتهم وتوسيع مجالاتها، سبيلا إلى النهوض بالقطاع السمعي البصري والارتقاء بمهنيّيه في المنطقة العربية.



وفي مستوى آخر، بثّرت مبادرة الاتحاد إمكانية الإسهام بمرونة في الاجتماعات والأنشطة التي ينظمها عن بعد الشركاء الإقليميون والدوليون، لاسيما أنّ من إيجابيات هذه التقنية المتطورة فسح المجال لمشاركة عدد أكبر من المعنّيين بهذه الفعاليّات، دون أيّ تكلفة إضافية، إذ أنّ الساحة الرقمية تُسّع للكثير من المشاركين، وهذا من شأنه أن ينمّي رصيد التظاهرات الدولية على اختلاف أنواعها.

## الإعلام في زمن الأزمات الضوابط والتوازنات

نظمت الإدارة العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية يوم 14 يناير 2021 حواراً مهنيًا بمناسبة انعقاد الدورة الأربعين للجمعية العامة، باستخدام تقنية التواصل عن بعد، بعنوان: «الإعلام في زمن جائحة كوفيد 19: الضوابط والتوازنات» وذلك تماشيًا مع السياق العام الذي يعيشه العالم تحت وطأة الكارثة الوبائية.

وقد تدارس الحوار مسؤولية الإعلام زمن الأزمة، ومدى توفقه في تأمين عنصرَي الإخبار والتوعية. وكان فرصة للوقوف على النماذج التنظيمية والدليل الإجرائي الذي اعتمده الإذاعات والتلفزيونات للوصول إلى صناعة محتوى يضمن الدقة والحينية ويراعي حرمة الذات البشرية.



مهمّة عسيرة وشاقة ولا شك، في ظلّ تفاقم سطوة شبكات التواصل الاجتماعي التي من الممكن، في ظلّ أيّ تقصير للإعلام التقليدي، أن تتحوّل إلى صانع رئيسي للمضامين الإعلامية وتستفرد بالرأي العام لتشكل وعيه، وإنّ بالاعتماد على الشائعات والخرافة وبتّ الأخبار الزائفة.

إنّ أزمة كوفيد19، فرضت على الإعلام نسفاً وطرائق عمل غير مسبوقه، فحصلت تغييرات في نمط الإنتاج ونشاط غرف الأخبار، ولكن الأهمّ في كلّ ذلك، أنّ الإعلام حدّد أجندة الشعوب وجدول أعمالها، ربما بعيداً حتى عن أجندة بعض الحكومات والدول التي هوّنت من مخاطر الوباء لتفادي تراجع اقتصاداتها.



إنَّ إعطاء الجائحة وسبل التوقّي منها الأولوية الخبرية يُحسب لفائدة الإعلام، لأنه تحمّل مسؤوليته - مع بعض التنسيب - في الإخبار والتوعية، ومارس دوره كسلطة رابعة.

لقد عدّلت عدّة وسائل إعلام خطّها التحريري، مقدّمة أخبار الوباء عن سائر أخبار السياسة والرياضة والمجتمع... وفي السياق ذاته، أفضى إقرار منع الجولان وتطبيق البروتوكول الصحي واللجوء إلى العمل بالتناوب وعن بعد، وتناقص أعداد الطواقم الصحفية والتقنية، وكلّ من لهم علاقة بإنتاج المضامين، إلى الاعتماد على مصادر رسمية موثوقة، ممّا أفضى إلى تحوّل أخبار الوكالات إلى



مصدر خبري يكتسي أهمّية أكبر ممّا كان عليه قبل الجائحة.

هل أفضت هذه التغييرات في أنماط الإنتاج إلى تقديم مادة إعلامية جيّدة تُمسك بنقطة التوازن الرئيسية لتجنّب السقوط في التهويل أو في التهوين؟

هل نجح الإعلام عند تحمّل مسؤوليته في الإخبار والإرشاد والتوعية في عدم خلق فوبيا داخل المجتمعات، أو كذلك في دفعها إلى التهاون واللامبالاة إزاء الوباء؟

ذلك ما سعت الندوة إلى تعميق النظر فيه، بمزيد تناول دور المؤسسة الإعلامية زمن الجائحة ومساهمتها في تقديم الحلول.

ومن الجدير بالذكر في هذا المجال، بأنّ العالم بأسره شهد نوعا من التضيق على الحرّيات العامة والفردية، من منع للسفر والتنقّل والتجمّعات وفرض تحاليل الخلوّ من مرض الفيروس التاجي،



وإعلان حظر التجوال. ومن البديهي أن ينعكس جانب التضيق هذا على الإعلام، بتقييد حرّية تنقّل الإعلاميين وتقليص هامش ديناميكية العمل الميداني. كما خلق هذا الوضع أحيانا حالة طغيان للخطاب الرسمي، في مقابل خفوت التقصي والقدرة على إجراء التقاطعات اللازمة للتنبّئ من دقة المعطيات وصدقيّتها قبل تقديمها للجمهور.

هل يتوجّب على الإعلام التّأقلم مع هذه التّضيقات، باعتبارها ضرورة في مجابهة أزمة وبائية قاتلة كما يذهب إلى ذلك البعض؟ أم أنّ هذا يشكّل تهديدا وضربا لحريّة الإعلام؟

وهل أنّ القراءة النقدية للرواية الرسمية يمكن أن تدفع أحيانا إلى نوع من الشعبوية والبحث عن الإثارة، بعيدا عن أخلاقيات المهنة ومقتضياتها؟

وقد تساءلت الندوة أيضا عن مدى توفّر الإطار القانوني الذي يحمي الصحفي ويساعده على تقديم إنتاج متوازن يأخذ في الاعتبار المقاربات والمعايير السابقة الذكر.

أطراف كثيرة تُلقى على كاهلها مسؤولية إنجاح الرسالة الإعلامية، بدءا من الصحفي المطالب بالتسلّح بالمهنية اللازمة، والنشّط بأخلاقيات المهنة كاملة، وصولا إلى المؤسسة، المدعّوة إلى التشجيع على صياغة مواثيق التحرير ومدوّيات السلوك، مروراً بالمنظّمات المهنية والائحدات الإذاعية المطالبة جميعها بضمان ممارسة إعلامية حرّة زمن الأزمة.



ذلك هو عنوان الحوار المهني الذي اختارته الإدارة العامة للاتحاد، والذي أداره المحلّل السياسي ورئيس تحرير جريدة الشعب التونسية **الأستاذ يوسف الوسلاقي**، وشاركت فيه ثلّة من الخبراء المتميّزين في مجال الإعلام والاتصال، وهم الأساتذة:

**الدكتورة ميرنا أبو زيد** التي شغلت منصب عميدة كُلية الإعلام بالجامعة الأنطونية - لبنان

**الدكتور علي البريهي** عميد كُلية الإعلام بجامعة صنعاء، وصاحب عدّة مؤلّفات علمية وأكاديمية،

**الأستاذة ميليسا بسيك Milica Pesic** المديرية التنفيذية لمعهد التنوّع الإعلامي بلندن (إنجلترا)،

الذي يشغل على قضايا التنوّع والإعلام في آسيا وأوروبا وإفريقيا

**الدكتور ناصر شروف** رئيس قسم الشرق الأوسط في مؤسسة دوتشيه فيلّه الإعلامية الألمانية،

وصاحب التجربة الطويلة في العمل الإعلامي والتحرير الصحفي

**والإعلامي الدكتور ناجح الميساوي** الذي قدّم نتائج دراسة الاتحاد حول:

«جهود الإعلام العربي في التعامل مع جائحة كورونا».

## وقائع الحوار المهني



افتتح **المهندس عبد الرحيم سليمان** المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية هذا الحوار بالترحيب بالضيوف وسائر المتابعين له، مشيراً إلى أنّ جائحة كوفيد فرضت نفسها وتحوّلت إلى موضوع الساعة الذي يشغل الإنسانية، وأضاف أنّ هذا الموضوع سيظلّ قائماً طالما أنّ الأزمة الوبائية مستمرة، ومن الصعب أن تغادر الجائحة الكوكب بسهولة.

وإثر هذه الكلمة الترحيبية، أدار **الأستاذ يوسف الوسلاقي** الحوار، وكان أوّل المتدخّلين فيه:



### **الدكتور ناجح الميساوي:**

حيث استعرض نتائج الدراسة التي أنجزها بتكليف من الاتحاد، بناء على توصية المجلس التنفيذي في اجتماعه «103» المنعقد في شهر يونيو 2020.



وذكر أنّ أهداف الدراسة تتمثّل أساساً في تحليل كيفية تغطية القنوات التلفزيونية والإذاعية العربية للأخبار المتصلة بجائحة كورونا، ورصد التغييرات التي شملت أنماط العمل والإنتاج.

وتكمن قيمة هذه الدراسة أيضاً في رصد المقترحات الرامية إلى بلورة مقاربة إعلامية جديدة حول كيفية التعاطي مع الأزمات والتأقلم مع المعطيات المستجدة في القطاع السمعي والبصري.

الدراسة توزعت على أربعة محاور:

- تأثيرات جائحة كورونا
- خطط التحرك لمجابهتها
- البرامج المستقبلية لتطوير العمل والمضامين
- دور اتحاد إذاعات الدول العربية في معاضدة جهود الهيئات الأعضاء.

وخلصت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات من بينها: تسبب الأزمة الوبائية في حالة من الإرباك في أنظمة العمل ودواليب الإنتاج، رغم تركيز عدد من الهيئات خلايا أزمة لمجابهة تأثيراتها والتزامها بتطبيق بنود البروتوكولات الصحية الموضوععة من قبل السلطات.

وكشف الباحث، أنّ الاستبيان الذي شمل 31 هيئة إذاعية وتلفزيونية (17 إذاعة و14 قناة تلفزيونية) يبيّن الحاجة إلى دعم الإعلام الصحي المتخصص، وتنوع المصادر الخيرية ولا سيما منها الرسمية، بعيدا عن انزلاقات الأخبار المضللة التي كثيرا ما تروّجها شبكات التواصل الاجتماعي.

ومن ضمن النتائج التي تمّ استخلاصها: لجوء الكثير من الهيئات، في خطوة غير مسبوقة، إلى تقنيات العمل عن بعد، سواء في الإدارة أو الأخبار أو الإنتاج.

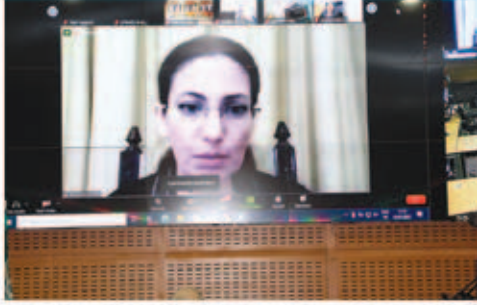
وأوضحت هذه الدراسة، الأولى من نوعها، الحاجة إلى تكثيف الدورات التدريبية في علاقة بالأزمات، وتطوير الوسائط الاتصالية والتقنية صلب الهيئات، لضمان سرعة بثّ المعلومة وحسن توزيع المحتوى. كما تضمّنت المقترحات الواردة في الاستبيان ضرورة تطوير مواقع الواب والصفحات الرسمية الخاصة بالهيئات وتحسينها، حتى تصبح مصدرا موثوقا للمعلومة والخبر.

وفضلا عن ذلك، أشار الدكتور ناجح الميساوي إلى ضرورة الإسراع بتكثيف خلايا أزمات داخل المؤسسات الإعلامية كلّها، لمجابهة الأحداث الطارئة والأزمات المستحثة.



وأشارت الهيئات إلى مقترح استحداث اجتماعات دورية صلب الاتحاد لتبادل الخبرات، وتكثيف الاجتماعات بين الخبراء بطريقة التواصل عن بعد، للاستفادة من تجارب الهيئات في مجال التعاطي الإعلامي مع جائحة كورونا وتحويل الأزمة إلى فرصة.

## المدور الأول من الحوار المهني الإعلام زمن الأزمة: الإخبار والتوعية



### • تدخلات الضيوف الخبراء :

#### الدكتورة ميرنا أبوزيد:

رَكَزَت مداخلتها على مسؤولية الإعلام، والتغيرات التي طرأت على المؤسسات الإعلامية زمن الكارثة الوبائية.

وقدّمت ملامح دراسة أعدّتها ثلاث جامعات لبنانية مع وسائل إعلام ومؤسسات صحية، وذلك بين مارس وأبريل 2020، تحت

عنوان «الإعلام اللبناني في مواجهة كوفيد 19: بين إعلام الأزمة وأزمة الإعلام». وانقسمت الدراسة إلى ثلاثة محاور: - المواكبة الإعلامية للجائحة... - مسارات وعبر سنة من الإنجازات والإخفاقات - توصيات

وأشارت إلى جملة من النقائص المتصلة بالتغطية الإعلامية للجائحة، في ظل غياب استعدادات المؤسسات للعمل وقت الأزمة، مثل انعدام التدريبات الخاصة للأطقم الصحفية والنماذج التطبيقية، ودليل تغطية الجائحة والافتقاد إلى التخصص. وانعكست هذه النقائص على سير العمل الإعلامي وطبيعة الأداء المهني، وتمّ خلال الأزمة، تنوع إنتاج المضامين لتصدّر المحتويات الإخبارية والتوعوية قائمة المضامين المنتجة.

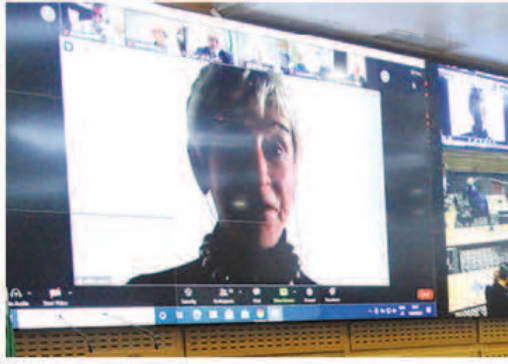
واستعرضت الباحثة أوجه المقاربة الإعلامية، عبر رسوم بيانية وجداول إحصائية والتي تراوحت بين إدانة كل من الدولة والمواطنين. وفي ردّ على سؤال طرحه الاستبيان بشأن مدى الثقة في المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا، جاء الأطباء والخبراء الطبيون في المقام الأول بنسبة 66%، تليهم المصادر الحكومية فرجال الدين. وفي معرض حديثها عن الإخفاقات، عدّدت مجموعة من النقاط من أهمّها: قلة الإلمام بالمواضيع العلمية والطبية، واستباحة حرمة الأشخاص والمرضى وتسييس الأزمة، وإهمال الدور الرقابي على دور الحكومة وكافة المتدخلين في الأزمة، وعدم التنوع في المضامين الإعلامية المقدّمة، وخاصة منها ذات المنحى الترفيهي والثقافي.

وتقدّمت الدكتورة ميرنا أبوزيد بالتوصيات التالية:

**على المدى القريب والمتوسط:** إيلاء أهمية لإعلام الأزمات ، التصديّ للأخبار الزائفة ، ضرورة التوجّه نحو الإعلام الصحي المتخصّص.

**وعلى المدى البعيد:**أهمية تقنيات التربية الإعلامية والرقمية في المناهج المدرسية والجامعية، العمومية والخاصة على حدّ سواء.

## الأستاذة ميليسا بيسيك:



تحدّثت عن كيفية تحمّل الإعلام لمسؤوليته في التصدي للأخبار الزائفة، مؤكّدة بصورة خاصة على دور الإعلام العمومي في التوعية.

وأشارت إلى أنه كان للإعلام العمومي دور مهمّ في مكافحة العنف ضدّ المرأة وضدّ الأقليات زمن الجائحة. وكان هناك تقاسم للأدوار بين السياسيين والإعلاميين لتبليغ رسائل

إيجابية، والتبصير بمخاطر الوباء. ولكنّ التعويل على الأطباء يظلّ ذا أهمّية لأنهم يمثّلون المصدر الرئيسي للمعلومة الموثوقة. ولفتت المتدخلة الانتباه إلى خطورة نشر الأخبار المضلّة، مستشهدة في هذا السياق بما عمدت إليه القناة الإنجليزية الرابعة من فبركة لكلمة ملكة بريطانيا بمناسبة حلول السنة الميلادية الجديدة.

كما عرضت مجموعة من الشواهد، منها اللجوء إلى البرامج الترفيهية والإعلام البنّاء الذي يخفّف من حدّة الأزمة. واهتمّت عدّة وسائل إعلام بريطانية بتبليغ رسائل إيجابية، استنادا إلى دراسات كثيرة تؤكد على ضرورة تقاسم الأدوار بين الإعلامي والسياسي.

وقد ركّز الإعلام في هذا الشأن على التعريف بمختلف الإجراءات التي أعلنت لفائدة فئات اجتماعية عديدة. وذكرت الأستاذة ميليسا بيسيك أنّ هناك تحرّكات واحتجاجات شعبية في الولايات الأمريكية خاصة نتيجة التأثير السيّئ للأزمة، ممّا دفع الإعلام إلى الاعتناء بهذه الفئة والإعلان عن التدابير المتخذة لفائدتها ولفائدة الأقليات العرقية أيضا.



## المحور الثاني من الحوار المهني حدود حرية الإعلام في زمن الأزمة. تهديد أم ضرورة؟

### الدكتور علي البرهي

استهلّ هذا الموضوع بالإشارة إلى وجود خلط متعمّد بين الإعلام والدعاية. ذلك أنّ الدعاية تسعى إلى إزاحة الإعلام والإحلال محلّه، رغم أنّ الإعلام هو الرقيب على السلطات. وفي هذا الإطار تطرح المقاربة بين حرّية الرقيب وتقييدها.

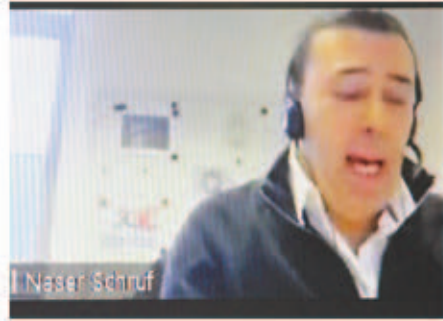


وفي جانب آخر، طرح المتدخّل علاقة الإعلام بالجمهور، وضرورة تقيّد الإعلام بالرسالة التي يجب أن تراعى الجودة والالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية ومواثيق الشرف حتى لا تتحوّل الأخبار والحقائق إلى سلع.

وفي هذا المجال، عاد إلى التذكير بالضوابط الأخلاقية لممارسة المهنة، من حيث تجنّب المبالغة والتضليل والتهويل، وعدم انتقال الخطاب الإعلامي الموضوعي التنويري إلى خطاب دعائي، محدّراً من مخاطر ارتباط الإعلام بالشركات العابرة للقارّات، وتحويل الجمهور من متلقّ واع إلى مستهلك عبثي.

ودعا الدكتور علي البرهي إلى ترشيد الخطاب الإعلامي، وضرورة اعتماده على حقائق ومعلومات يقينية موثوقة، أكثر من التركيز على الرقابة بمفهومها التقليدي المرتبط بالتقييد والتضييق.

### الدكتور ناصر شروف:



أوضح أنه تمّ فرض حدود ومعيقات على عمل الإعلاميين، ومن بينها تلك المتصلة بضوابط الحجر الصحي الذي نجم عن جائحة كورونا بشكل عام، وأخرى مرتبطة بقوانين حكومية وشبه حكومية في بعض البلدان وقيدت من حرّية الإعلاميين وتحركاتهم.

وقسّم المتدخّل هذه المعيقات إلى التحديات اللوجستية والتقنية والمالية التي ضيّقت من حرّية الإعلام زمن الجائحة، وهي تحديات وصفها بالموضوعية. وثانياً تحديات فرضت قيوداً على حرّية الإعلام والإعلاميين، إلى درجة اتّهام أهل المهنة بالتعتيم نتيجة القيود والضغط الحكومي.

وعرض تجربة دوتشيه فيلله الألمانية كأحد النماذج المقدّمة حول تعاطي الإعلام الأوروبي مع الجائحة، مشيراً إلى مبادرة المؤسسة باستحداث خلية أزمة وتشكيل مجموعات عمل مختلفة للتعامل مع التحديات التقنية والعمل عن بعد، والتحديات الصحية الناجمة عن إصابة عدد كبير من أفراد طاقم المؤسسة بكوفيد 19، فضلاً عن التحديات المالية المفروضة بسبب تراجع مداخيل الهيئة، ما حدا بها إلى الاستغناء عن خدمات الكثير من الصحفيين غير القارّين، Freelancers، يضاف إلى ذلك تحدي الانتقال إلى الإدارة الرقمية في ظلّ الكارثة الوبائية إلى تأمين العمل عن بعد لعدد هامّ من المدراء والإعلاميين.



وتناول الدكتور ناصر شروف التغييرات التي شملت أنظمة العمل والإنتاج لمؤسسة دوتشيه فيلله DW، ومن أهمّها تلك التي شملت الإنتاج البرامجي والإخباري، ويتجلّى ذلك من خلال التقليل في زمن النشرات الإخبارية وإلغاء بعضها. كما تمّ حذف بعض البرامج مثل الوثائقيات.

التغيير شمل أيضاً نظام العمل، الذي أصبح ينجز من البيوت، وهو ما حتمّ تحوُّلاً كبيراً في الأساليب التقنية المستخدمة.

وأشار إلى أنّ الجائحة، خلقت لدى الصحفيين حوافز للإبداع، من خلال مبادراتهم في ابتكار مضامين مجدّدة وقصص استثنائية.

وتوّجت المداخلة بالقول إنّ مؤسسة دوتشيه فيلله، باعتبارها هيئة عمومية للإعلام، حرصت على تحمّل مسؤولية نقل أخبار الجائحة، وعلى أن تكون في الواجهة عبر استحداث برامج جديدة بلغات متنوّعة زمن الجائحة تُعرض على التلفزيون وعلى كافة المنصّات الاجتماعية التابعة لها، وحققت في وقت وجيز 15 مليون مشاهدة.

وتمّ لفت النظر إلى تصاعد نسبة قراءة المقالات المنشورة على الصفحة الرسمية للمؤسسة، حيث



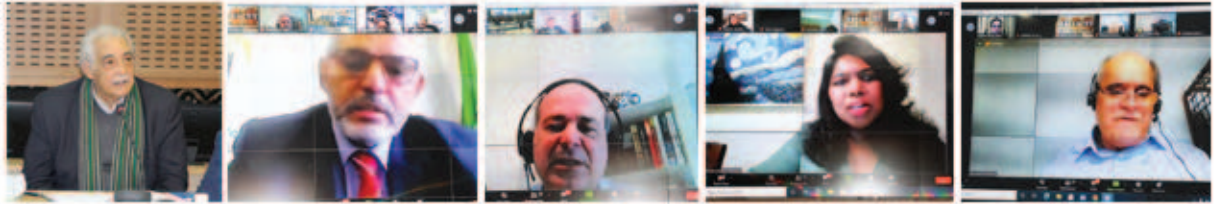
أعادت الجائحة تقاليد قراءة المحتويات الإخبارية الإلكترونية، مع التذكير بحرص دوتشيه فيلله من خلال قسمها العربي، على التواصل مع المشاهدين في العالم العربي، عبر مجموعة من البرامج، وذلك على غرار «جعفرتولك Jaafar Talk» الذي يستضيف خبراء ومختصّين في علم الفيروسات وغيرهم.



## مخرجات الحوار المهني

تميّز الحوار المهني بتدخّلات معمّقة ونقاشات نوعية، شارك فيها جمع من الخبراء والإعلاميين وكبار المسؤولين عن الاتحادات الإذاعية والمنظمات الإقليمية والدولية، وهم الدكتور جواد منّقي، الأمين العام لاتحاد الإذاعات الآسيوية، والأستاذة Philomena Gnanapragasam مديرة المعهد الآسيوي للتنمية الإذاعية AIBD، والدكتور جياكومو ماتزوني الأمين العام لليوروفزيون باتحاد الإذاعات الأوروبية، والأستاذ عمر عيسى ممثل المركز العربي للوقاية من أخطار الزلازل والكوارث الطبيعية الأخرى التابع لجامعة الدول العربية، وجمعية «إعلاميون» السعودية.

وتمخّضت هذه النقاشات عن جملة من التصدّورات والمقترحات المتّصلة بتطوير أداء المؤسسات الإعلامية، خصوصا زمن الأزمات، ويمكن تبويبها كالآتي:



### 1- أهمية تطوير الإعلام العمومي:

- أبرز عدد من المشاركين في هذا اللقاء، الفرصة السانحة التي أتاحتها جائحة كورونا، كي تستعيد مؤسسات الإعلام العمومي مكانتها وثقة الجمهور في مضامينها، خاصة أنّ أخبارها اتّسمت بالمصداقية، نظرا إلى اعتمادها على مصادر رسمية موثوقة.
- تغيير وسائل الإعلام العمومي أولوياتها الخيرية، لتبرز المستجدّات المتعلقة بتطوّر الأزمة الوبائية، وكيفية التوقّي من العدوى بفيروس كورونا.
- اكتشاف الدور الإيجابي للإعلام العمومي المموّل من دافعي الضرائب، والذي لعب دورا مهمّا في دحض الأخبار الزائفة.
- عودة الثقة في الإعلام العمومي، لكن ذلك لا يمنع من طرح قضية إعادة هيكلة هذه المؤسسات وتدريب الصحفيين للعمل عن بعد، وتكوين صحفيين مختصّين في الإعلام الصحي، والعلوم، إضافة الى إعادة هيكلة تقنيات وسائل العمل في هيئات الإعلام العمومي.
- ضرورة إعداد دليل مرافق للتغطية الإعلامية، في ضوء الدراسة التي أنجزها الاتحاد حول «جهود الإعلام العربي في التعامل مع جائحة كورونا»، لامتشاف مستقبل الإعلام العربي.

## 2 - الإنتاج الإخباري والبرامجي:

- مواجهة غرف الأخبار في مختلف بلدان العالم ضغطا بسبب الأزمة الوبائية.
- أهمية التنوع في البرامج لتفادي الفزع بإدراج نوعية المضامين.
- الحرص على استغلال الأرشيف السمعي البصري وإعادة إحيائه في ظلّ تعطلّ حركة الإنتاج.
- الدعوة إلى المشاركة في المسابقة التي ينظمها اتحاد إذاعات الدول العربية على مستوى التلفزيونات العربية للتعريف بدور الجيش الأبيض في مكافحة الجائحة .

## 3 - استحداث خلايا الأزمة:

- اقترح المشاركون وضع تصوّر جديد لخلايا الأزمات، من خلال تدريب الطواقم الصحفية والتقنية والإدارية على تغطية الأزمات، وفق أحدث الطرق التكنولوجية، وذلك باكتساب المهارات الشاملة التي تساعد على سرعة التحرك لتغطية الخبر وبنّيه للجمهور في إبّانه.
- خلايا الأزمات يجب أن توضع قبل حدوث الأزمات.

## 4 - التصدي للوباء المعلوماتي والأخبار الزائفة:

- تطرّق المشاركون إلى مفهوم الوباء المعلوماتي الذي تزامن مع فيروس كورونا، وكان مؤثرا وفتاكا، باعتبار الكمّ الهائل والتدفّق السريع للأخبار الزائفة، والتي ألفت بظلالها على سلوك المواطنين وتعاطى السلطات مع الجائحة، بالنظر إلى التداول الواسع للأخبار المفبركة ونشر فكرة المؤامرة المتعلقة بمنشأ الوباء.
- تداول الأخبار الزائفة من شأنه أن يزيد في تعقيد مهامّ وسائل الإعلام الرسمية، المتمثلة خاصة في نشر الوعي، كما كان سببا في الحدّ من جدوى التدابير الوقائية، مع دعوة هذه الوسائل إلى أن تقوم بدور أكبر في مواجهة الوباء المعلوماتي.
- تأكيد ضرورة التحزّي في استقاء المعلومات لكسب ثقة الجمهور.
- ضرورة الاعتماد على الأطباء والمختصّين كمصادر للمعلومات قبل الاعتماد على السياسيين.
- تكثيف محامل التربية الإعلامية والتدريب عليها ونشر ثقافتها، من أجل حسن تقييم المتلقّي للمضامين الإعلامية الواردة من وسائل الإعلام، وترسيخ قواعد الممارسة المهنية السليمة لدى الإعلاميين، صنّاع المحتوى.

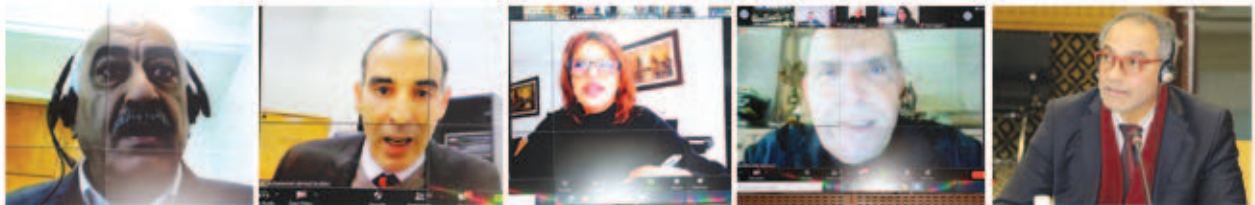


## 5 - التوجّه نحو الإعلام التخصصي:

- طالب عدد من المشاركين في الحوار المهني وسائل الإعلام العربية بتكثيف المساحات البرمجية المخصّصة للتوعية والتحسيس بالوقاية، والعناية بالصحة الجسدية والعقلية والنفسية.
- جائحة كورونا كشفت عن افتقار الخارطة البرمجية لكثير من الهيئات الإذاعية والتلفزيونية لمثل هذه البرامج، وهو ما يتطلّب تعميق النظر في مثل هذا النوع من الإنتاجات. ففي تقديرهم، لو توقّرت هذه البرامج في الشبكات البرمجية، قبل الجائحة أو حتى في بداية انتشارها، لما وجد العديد من الهيئات الصعوبات التي تواجهها الآن، في تبسيط الإجراءات الصحية والسلوكيات القويمة للمتلقّي قصد تجنّب الإصابة بالفيروس التاجي، وذلك رغم مرور (سنة) على ظهوره.
- الجائحة أظهرت ضعفا واضحا في برامج التوعية، لذلك فإنه من الضروري التفكير في استحداث برامج في هذا المجال.

## 6 - التبادلات الإخبارية والأنظمة الاتصالية صلب اتحاد إذاعات الدول العربية:

- ثمّن المشاركون ما سجّله نسق هذه التبادلات من ارتفاع قياسي زمن الجائحة، سواء عن طريق نظام MENOS أو الشبكة السحابية للاتحاد ASBU Cloud ، حيث تمّ تبادل 5 آلاف موضوع عن الجائحة بين الهيئات الأعضاء، وجرى أكثر من 500 بتّ مباشر للأخبار ووقائع الجائحة، خلال عشرة أشهر بين 21 هيئة تلفزيونية عربية.
- أشار بعض المتدخّلين إلى ما أتاحته الأنظمة الاتصالية المتطوّرة لاتحاد إذاعات الدول العربية وخاصة عبر شبكة الأسبوفيزيون ASBUVISION من إمكانيات للتنسيق من مواقع العمل، وهو ما وقّر استمرار المؤتمرات الصوتية والعمل عن بعد، وسرّ مهامّ مركز التبادل بالجزائر، الذي ظلّ يؤمّن نشرات يومية خاصة بتطوّرات الأوضاع الصحية في كلّ بلد عربي، بشكل زاد في تواتر الأخبار، على عكس ما كان متوقعا.
- توجّه المشاركون في ختام الحوار المهني بالشكر والتقدير إلى الإدارة العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية على تنظيم هذا المنتدى، من أجل طرح الرؤى والمقاربات والتفاعل الإيجابي، في إطار مهنيّ وفكريّ رفيع المستوى.



## منصات التواصل الاجتماعي وتداعيات جائحة كورونا في البيئة العربية

بين التهوية بالمخاطر والتحديات، وتسهيل انتشار الشائعات

**د. إبراهيم بعزير**

باحث في علوم الإعلام والاتصال

### مقدمة :

عرف العالم نهاية عام 2019 انتشاراً مذهلاً لفيروس كوفيد 19، الذي بدأ في منطقة ووهان بالصين، وانتقل إلى معظم مناطق العالم، مشيراً موجة من الرعب والقلق في نفوس المواطنين، لاسيما مع التغطية المكثفة لوسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، وتناقلها المستمر لكل ما يرتبط بالفيروس، أعراضه، طرق انتشاره، وأثاره، وغير ذلك من الأخبار، الصحيحة والخاطئة، والتي شكّلت بدورها ما أصبح يُطلق عليه فيما بعد بالجائحة المعلوماتية أو الوباء المعلوماتي، كظاهرة مصاحبة للوباء .

ومن الواضح أنّ المنصات الاجتماعية كان لها الحظ الأوفر من الاستخدام أثناء الجائحة في البيئة العربية، ممّا جعل المنصات الاجتماعية تُؤثّر بشكل واضح في تعاطي الأفراد مع الفيروس وتعاملهم معه.



فأَيُّ دور لعبته المنصات الاجتماعية حيال هذه الجائحة في البيئة العربية ؟

وهل أسهمت في نوعية وتحسيس المواطنين بمخاطر وتحديات الجائحة ؟

أم أنها ساهمت في التهويل وفي خلق أرضية خصبة لانتشار الشائعات والأخبار الزائفة ؟

## البلدان العربية : بين مطرقة الجائحة الوبائية وسندان الجائحة المعلوماتية (Infodemic) :

لقد تبلور مفهوم الجائحة المعلوماتية فيما سبق وأعيد استخدامه الآن مع انتشار فيروس كورونا، كإشارة إلى تحوّل المعلومات الكاذبة والإشاعات إلى وباء أكثر فتكا وخطورة من الجائحة والوباء المرضي في حدّ ذاته. فما تقوم به وسائل الإعلام المختلفة من عرض لمعطيات وأخبار على مدار الساعة، خلق بيئة نفسية لدى المواطن-في العالم العربي وفي كافة مناطق العالم- سببت هوسًا بمتابعة كلّ ما هو مرتبط بالجائحة، وخلقت تعطّشًا للأخبار وفضولًا لامتناهيا لمعرفة مآلات الجائحة وانعكاساتها على جميع الميادين.

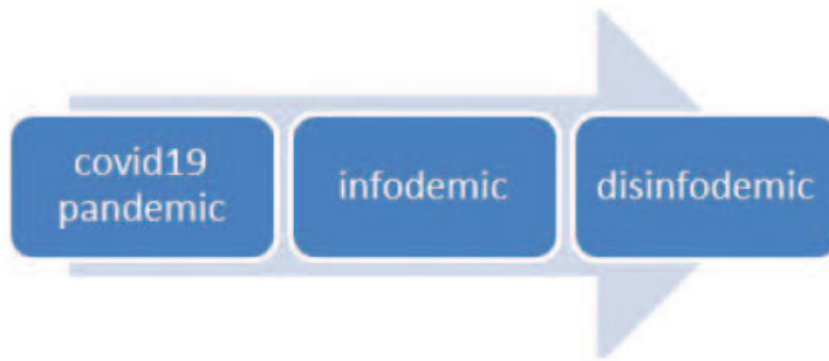
» **قد تكون عواقب الجائحة المعلوماتية أشد خطورة من الجائحة الوبائية، إذ تتعدد انعكاساتها لتشمل النواحي الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية وحتى الأمنية، فالإشاعات والأخبار الكاذبة المصاحبة للوباء، تفضي إلى عدم استقرار في كل هذه المجالات.** «

ورغم أنّ وسائل الإعلام التقليدية تتحمّل جزءًا من المسؤولية، فيما تمّ التسبّب فيه من حالة الذعر والتهويل الإعلامي الحاصل في تغطية الجائحة، إلّا أنّ شبكات التواصل الاجتماعي هي التي تتحمّل الجزء الأكبر من المسؤولية<sup>1</sup>، وهذا يعود إلى عدّة عوامل، أبرزها كونها متاحة لكلّ الأفراد، الأمر الذي يسمح لهم بنشر أيّ معلومة أو خبر في أيّ منصّة، ليجوب العالم في ثوانٍ معدودة. علاوة على أنها أكثر الوسائل استخدامًا حاليًا، ممّا أدّى إلى تراجع استخدام وسائل الإعلام التقليدية بشكل ملحوظ.

وتشير الأرقام إلى أنّ «ما يقارب 2,95 مليار شخص يستخدم منصّات التواصل الاجتماعي في العالم»<sup>2</sup>، وهذا ما يؤكد بوضوح أنّ المنصّات الاجتماعية المختلفة هي الأكثر استخدامًا، والأكثر تأثيرًا في مختلف المجالات السياسية، الاقتصادية، الثقافية والصحية... الخ.

ولذلك حينما بدأ وباء كوفيد، كغيره من الأوبئة والأمراض السابقة، شكّلت منصّات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لانتشار جُلّ الأخبار والمعلومات ذات الصلة، خاصة مع تعلق الناس بالمنصّات ولجوئهم إليها للحصول على مصادر الأخبار. ومع قلّة خبرة الكثير من الأفراد في التعامل مع مصادر الإنترنت، وصعوبة التحقق من مصداقية المعلومات والأخبار، وعدم امتلاك المعرفة الكافية بالمجال الصحي، كلّ هذه العوامل أدّت إلى انتشار رهيب لإشاعات وفرضيات وأخبار زائفة وقصص ملفّقة حول الجائحة.

ولذلك يرى الكثير أنّ «جائحة كوفيد 19 ليست فقط أزمة صحية، وإنما هي أزمة معلومات وأزمة مصداقية معلومات»<sup>3</sup>، فحجم المضامين والأخبار المنشورة غير المؤكدة وغير الموثوقة، يجعل الفرد يغرق في بحر شاسع من المعلومات، ممّا يزيد من حالة قلقه واضطرابه النفسي.



ولهذا فإنّ النقاش لم يعد فقط حول «الجائحة المعلوماتية (Infodemic) المصاحبة لجائحة كورونا، وإنما حول مفهوم الجائحة المعلوماتية المضلّلة (disinfodemic)، والتي قامت بإذكاء نار الجائحة الوبائية (pandemic). فما يجوب العالم من معلومات خاطئة وكاذبة يفوق في سرعته سرعة الفيروس في حدّ ذاته»4، إذ أنّ ما ينشر في أيّ منطقة من العالم، يصل بكبسة زر إلى كافة مناطق العالم الأخرى المتوفّر فيها الاتصال بشبكة الإنترنت. وبالتالي فإنّ المدّ الجارف للأخبار والمعلومات المتدفّقة في كلّ المنصّات الاجتماعية وبكّل اللغات، يجعل التفكير في إيجاد حلول وآليات فعّالة للتعامل معه، بصورة متوازنة مع الآليات التي تحارب وتتعامل مع الجائحة الوبائية. بل هناك مَنْ يرى أنّ تدفّق المعلومات الكاذبة أخطر بكثير من الوباء في حدّ ذاته، لأنها تُحدث انعكاسات (نفسية، اجتماعية، سلوكية...) تؤدّي بدورها إلى حدوث أزمات أخرى ومشاكل أعقد من المرض نفسه، خاصة في البيئة العربية التي تُسهم بارتفاع نسبة الأمية، وتدنيّ المستوى الثقافي في بعض البلدان، وتعلّق الأفراد بالخرافة والأساطير، وهو ما يجعل انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة أكثر سهولة.



وعليه فإنّ «انعكاس الأخبار الكاذبة المنشورة عبر المنصّات الاجتماعية يُعدّ انشغالا وهاجسا حقيقيا بالنسبة إلى الصحة العامة، إذ أنه قد يزيد وقد يقلل من فعالية البرامج، الحملات والمبادرات الساعية إلى الحفاظ على صحة المواطنين ووعيهم»<sup>5</sup>، فإذا حَسُن استخدام المنصّات الاجتماعية، كانت ذات أثر بالغ في توعية المواطنين وتحسيسهم بمخاطر الجائحة وكيفية تجنّبها ومواجهتها. أمّا إذا تُرك المجال لعامة المواطنين، لنشر أخبار قد لا تستند إلى أيّ سند علمي أو طبيّ، فإنّ نتائج الجائحة ستكون دون شك وخيمة ومُكلفة.

» **قلة خبرة الكثير من الأفراد في التعامل مع مصادر الإنترنت، وصعوبة التحقق من مصداقية المعلومات والأخبار، وعدم امتلاك المعرفة الكافية بالمجال الصحي، كل هذه العوامل أدت إلى انتشار هيب الإشاعات وأخبار مزيفة وقصص ملفقة** «

ولاشك أنّ الجائحة المعلوماتية، مثلها مثل الأزمة الوبائية كوفيد 19، ذات تحديات عالمية<sup>6</sup>، وذات انعكاسات على مختلف الميادين (السياسية، الاقتصادية... الخ). فقد بلغت آثارها كلّ أقطار الدنيا، وإن كان التأثير متباينا ومختلفا من بلد إلى آخر، حسب الواقع الاقتصادي، الاجتماعي، العلمي... الخ. ولذلك فقد تعاملت وسائل الإعلام والمنصّات الاجتماعية في البلدان العربية مع الجائحة كغيرها من بلدان العالم، حيث كانت التغطيات مكثّفة، وتعدّدت المضامين الإعلامية التي تعالج أسباب ظهور الفيروس، أعراضه، علاجه ولقاحه، طرق مجابهته وتجنّبه.

### تعاطي المنصّات الاجتماعية في البلدان العربية مع جائحة كورونا، بين التهويل والتهويل :

هناك تباين بين البلدان العربية في كيفية تعاطي وسائل الإعلام بها مع جائحة كورونا، والأمر سياتي مع منصّات التواصل الاجتماعي، ولكن مع ذلك، فإنّ هناك تقاربا واضحا نظرا إلى تشابه الوضع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي فيها، ومن بين ما يسجّل في منصّات التواصل في البيئة العربية هو كثرة الإشاعات والأخبار الكاذبة حول الفيروس، وهو ما انعكس على عدّة مجالات وأثر في عديد الجوانب، سواء في كيفية تعامل الأفراد مع الجائحة من ناحية إجراءات الحيطة والوقاية، أو في تصوّرات الناس حول الفيروس وطبيعته وخطورته.



ومن بين نتائج الإشاعات والأخبار المضلّة أثناء جائحة كورونا هو «انتشار الخوف، القلق، حالة الشك، والعنصرية، بشكل لم يسبق أن حدث مع الأوبئة السابقة»<sup>7</sup>، وذلك بسبب توفّر الوسائط والمنصّات التفاعلية الجديدة التي سهّلت ذلك.



ومن بين ما انتشر أيضا في البيئة العربية من أخبار ومضامين بشأن الجائحة نذكر على سبيل المثال :

- تداول مضامين تؤيّد أو تفنّد نظرية المؤامرة: وهي عبارة عن قصص ومقالات وفيديوهات، بعضها يدّعي أنّ الفيروس مفتعل وتمّ إعداده في مخابر ومؤسسات الأدوية العالمية، وبعضها يفتّد ذلك ويسخر من هذه الأخبار التي يعتبرها ملفّقة ومزيّفة. كما أنّهم الكثير الصين وأمريكا وفرنسا بخلق الفيروس، أو نشره.
- تداول مضامين حول كيفية الوقاية وتجنّب المرض: وقد نشرت معلومات كثيرة حول بعض الأدوية والعلاجات المقترحة، كاستعمال بعض الأعشاب، العقاقير، الأحماض، كما اقترح البعض خلط سوائل (المياه، الزيوت...) وعقاقير ومراهم لعلاج الفيروس.
- كانت هناك العديد من المضامين التي ولّدت ضبابية، نتجت عن كثرة المعلومات غير الموثوقة من جهة، ومن جهة أخرى عن قلّة المصادر المتخصّصة في المجال الطّي والتي من شأنها أن تقدّم المعلومات الموثوقة والصحيحة حول الفيروس.
- طغيان الجانب الإيديولوجي والديني / العقدي فيما يخص طبيعة المضامين المنشورة، فقد لاحظنا أنّ الكثير من المضامين التي ينشرها المواطن العربي كان يطغى عليها الجانب الديني، أو تعطى لها خلفية دينية، دون التحقق من صحة ذلك الربط أو ذلك التأويل، بل ووصل الحد بالبعض إلى غاية الاستشهاد بنصوص وآيات دينية على أساس أنها ترتبط بالجائحة بصورة مباشرة، أو أشارت إلى حدوثها فيما سبق، وغير ذلك.



تعددت أشكال المضامين الكاذبة حول الوباء، والتي انتشرت بشكل رهيب في البيئة الإعلامية العربية، فبعضها يقترح أدوية وعقاقير وخلطات طبية، بلها غير مثبت علميا، وبعضها يتعرض لأصل الفيروس ومن قام بنشره قصدا، وبعضها يخلق قصصا وهمية حول تداعيات الوباء،

• وما سجّل أيضا هو قلة المضامين التي تتناول الجانب الصحي والتوعوي والتي تبثها المؤسسات الصحية أو الأطباء المعروفون، مما فتح المجال للإشاعات والأخبار الكاذبة. ورغم بعض الجهود الفردية لبعض الأطباء والعاملين في القطاع الصحي لنشر مضامين توعوية، إلا أنها ظلت ناقصة وغير كافية، بل وحتى تنقصها المصداقية لدى الأفراد، فلا يمكن التحقق من هوية أصحاب هذه المضامين هل فعلا هم أطباء ومتخصصون في المجال أم لا؟

- غياب الاتصال الصحي الرسمي عبر المنصات، وترك المجال لانتشار رهيب للإشاعات والأخبار الكاذبة :

أدى غياب أو قلة الصفحات الخاصة بالمؤسسات الصحية الرسمية في البلدان العربية عبر المنصات الاجتماعية المختلفة، إلى وجود حالة فراغ اتصالي فتح المجال على مصراعيه لرواج مضامين وصفحات الأفراد غير المعروف أصلا مدى أهليتهم العلمية، ومدى امتلاكهم شهادة أو تكوين علمي يخول لهم الخوض في هذا المجال.

وإن كان هذا الأمر قد حصل في عديد البلدان، إلا أنّ في الدول العربية كان تأثير ذلك أعمق وأكثر على مستوى تصرفات الأفراد وتعاطيهم مع الجائحة بفعل رواج المعلومات غير الدقيقة، وغير معروفة المصدر. وتماما مثل جائحة كورونا، فقد «انتشرت الأخبار الكاذبة على نطاق واسع وكبير، مزيحة بذلك مصادر معلومات موثوقة. على سبيل المثال، ما نشرته في الأشهر القليلة الماضية منظمة الصحة العالمية والمركز الأمريكي لمراقبة الأمراض، حَقَّق فقط بضعة آلاف من المشاركات، إذ تمَّ خسف هذه المنشورات من لدن المواقع التي تنشر الأكاذيب ونظريات المؤامرة التي حَقَّقت أكثر من 52 مليون. وهذا ما يسمح لنا بتصوّر حجم شعبية مصادر المعلومات غير الموثوقة»<sup>8</sup>، ومدى تلقّي الأفراد وتناقلهم لهذه المضامين والمعلومات. ولعلّ هذا ما جعل البعض يصف المنصات الاجتماعية بمفرخة الإشاعات والأخبار الكاذبة.

فمنصات التواصل «مليئة بالأخبار المضلّة ونظريات المؤامرة حول مصدر فيروس كورونا، وحول طرق معالجته. ورغم أنّ التضليل ليس أمرا جديدا، إلا أنه أصبح الآن أسهل وأسرع، وعلى أوسع نطاق»<sup>9</sup>.

وحسب «دراسة قامت بها (Bruno Kessler Foundation) حلّلت فيها 112 مليون بوست (منشور) حول جائحة كوفيد نشرت بـ 64 لغة عبر منصات التواصل، تبين أنّ 40% منها مصادر غير موثوقة.

وفي دراسة قام بها مرصد متابعة أخبار الجائحة الكاذبة (COVID-19 Infodemic Observatory) عالجت 178 مليون تويته، بيّنت أنّ 42% نشرتها روبونات آلية، و40% منها غير موثوقة. هذا وقد كشفت (Corona Virus Facts Alliance 3500) معلومة خاطئة ومضلّلة حول الفيروس نشرت بـ 40 لغة في 70 بلداً<sup>10</sup>. ومن بين عوامل انتشار الإشاعات الكاذبة حول الجائحة في المنصات الاجتماعية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، كونها أسهل استخداماً، فأيّ شخص يمكن أن يكتب وينشر ويتناول مواضيع طبية وصحية.

يقول مدير منظمة الصحة العالمية «إنّ الأخبار الكاذبة تنتشر أكثر سرعة وسهولة من الفيروس في حدّ ذاته، كما أنها خطيرة مثله، ولهذا نعمل مع مؤسسات محرّكات البحث والمنصات الاجتماعية فايسبوك، غوغل، بانترست، تانسننت، تويتر، تيك توك، ويوتوب، لمنع انتشار الإشاعات والمعلومات المزيفة»<sup>11</sup>.



وقد أعلن موقع تويتر أنّ التغريدات التي يمكن أن تعرّض حياة الناس لخطر الإصابة بكوفيد 19 سيتمّ حظرها. كما أعلنت كلّ من فايسبوك وغوغل ومايكروسوفت أنها تعهّدت بالعمل مع الحكومات لمحاربة المعلومات المضلّلة والأخبار الزائفة حول الفيروس<sup>12</sup>، علاوة على قيام منظمة الصحة العالمية بالتعاون والتنسيق مع مؤسسات المعطيات الضخمة والمنصات الاجتماعية (فايسبوك، غوغل، لنكد إن، مايكروسوفت، ريديت، تويتر، ويوتوب) لمنع انتشار الإشاعات، ولكن رغم ذلك لازالت منتشرة بشكل رهيب<sup>13</sup>، لأنّ المعلومات والأخبار الكاذبة تفوق بنسق هائل حجم المعلومات الصحيحة، لأسباب عديدة (سياسية، اقتصادية... الخ). كما أنّ فشل محاولات المنصات الاجتماعية هذه لمنع المضامين الكاذبة والإشاعات أثّرت الجائحة، يعود إلى أنها لم تكن مهتأة لذلك، وكانت بحاجة إلى مخطط استعجالي لمجابهة الجائحة المعلوماتية<sup>14</sup>، ومعرفة كيفية التعاطي معها. ولهذا فإنّ البلدان العربية، كغيرها من دول العالم، عرفت انتشاراً مذهلاً لكثير من الأخبار والقصص الملقّقة حول الفيروس، حول أصله، وغاية نشره،

وطبيعة المصل المستعمل لعلاجهِ، وعموما كانت الأخبار الزائفة المرئية بجائحة كورونا تتناول عدّة زوايا منها: الجانب الصحي، الجانب الديني-السياسي، الجانب السياسي، الجريمة، الترفيه، الدين 15. فكلّ إشاعة كانت تستند إلى جانب من الجوانب، فتارة يعطى لها بُعد ديني، وتارة اقتصادي، وتارة إيديولوجي.

» **إن عزوف الأفراد عن استخدام وسائل الإعلام التقليدية بالموازاة مع زيادة اعتماد الأفراد على المنصات الاجتماعية كمصدر للحصول على الأخبار، أدّى إلى تلقيهم عددا معتبرا من الأخبار غير الحقيقية وغير معروفة المصدر** «

لقد تنوّعت أنماط الإشاعات والأخبار الكاذبة لتشمل نظريات المؤامرة، ونشأة الفيروس في الصين في إطار الحرب البيولوجية، وصولاً إلى زيت جوز الهند التي تقتل الفيروس. ولعلّ أخطر ما في هذه الإشاعات أنها تؤدي بالأفراد إلى اعتماد أدوية غير فعّالة بل ومؤذية، والقيام بسلوكيات خاطئة وتشر الفيروس أكثر من 16، بالإضافة إلى العقاقير والخلطات المقترحة على أساس أنها تشفي المرضى بالفيروس. كما أنّ الكثير من القصص الأخرى الملققة نشرت دون أيّ تحقّق من خلفيتها أو طبيعتها. غالبيتها لُققت على أساس نظرية المؤامرة. فالكثير من المعطيات غير الدقيقة والكاذبة نشرت حول عدّة جوانب للفيروس، كأصل الفيروس، كيفية علاجه، أسبابه، ميكانيزمات انتشاره 17، وطرق العدوى، وكيفية مواجهته، وإنتاج المصل الذي يعالجه.



## الجوانب الإيجابية لمنصات التواصل الاجتماعي في ظل الجائحة :

رغم أن المنصات الاجتماعية يتم ربطها غالباً بجوانب سلبية عديدة، على غرار ما تم ذكره سابقاً من مساهمتها في انتشار الإشاعات والتهويل بخصوص الفيروس، إلا أنها قد لعبت دوراً هاماً على عدة مستويات أثناء الجائحة. فالمعطيات التي تجمع من منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تشكل منجم ذهب لفهم ما يحصل في العالم، ولاسيما أثناء جائحة كوفيد، فهي تسمح بفهم طريقة تأقلم الناس، واتجاهاتهم بشأن ما ستؤول إليه الأمور مع انتشار الجائحة 18، كما أنها تسمح لصانع القرار بامتلاك نظرة عن اتجاهات المواطنين وطريقة تفكيرهم حيال مختلف القضايا. كما أنها سهّلت وصول المضامين والمعطيات والتوجيهات حول الفيروس للأفراد، خاصة وأنها كانت الأدوات الأكثر استعمالاً في فترة الحجر المنزلي، وبالتالي تعدّ الوسيلة الأنسب إذا أحسنّا توظيفها، من أجل نشر حملات التوعية والتحسيس بخصوص تحديات الجائحة ومخاطرها وكيفية التعامل معها.

كما أنها كانت تقرباً وسيلة التواصل والربط الأساسية بين الأفراد، بحكم أنهم يستخدمونها للتواصل مع الأصدقاء والعائلة.

**رغم ما توصف به منصات التواصل الاجتماعي من أوصاف تبرز جانبها السلبي، إلا أننا لا نستطيع التغافل عن جوانبها الإيجابية، في هذه الجائحة على وجه الخصوص، فعلى الأقل كانت الوسائل الوحيدة التي قربت المسافات بين الأفراد وسهّلت عليهم التواصل، علاوة على تحمل فترة الحجر ومنع تنقلهم**

### المراجع :

1 Randal Zbienen, „ Coronavirus et réseaux sociaux : premières réflexions stratégiques sur une « infodémie 06 Mai 2020, p.01,(www.frstrategie.org/publications/notes/coronavirus-reseaux-sociaux-premieres-reflexions-strategiques-sur-une-infodemie-2020)

2 Azzam Mourad et al., Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions, may 2020,(www.researchgate.net/publication/341477981\_Critical\_Impact\_of\_Social\_Networks\_Infodemic\_on\_Defeating\_Coronavirus\_COVID-19\_Pandemic\_Twitter-Based\_Study\_and\_Research\_Directions\_httpsarxivorgabs200508820v1 )

3 Philippe Mouron, Coronavirus et fausses informations : Les aléas de la liberté d'expression en période de crise sanitaire. Revue des droits et libertés fondamentaux, 2020,Chronique n° 33, p/1

- 4 UNESCO, "Journalism, press freedom and COVID-19", Issue brief in the UNESCO series: World Trends in Freedom of Expression and Media Development, 2020, (<https://en.unesco.org/world-media-trends>)
- 5 Cristina M. Pulido et al., " A New Application of Social Impact in Social Media for Overcoming Fake News in Health", International Journal of Environmental Research and Public Health, 2020, 17, 2430, p.1, ([www.mdpi.com/journal/ijerph](http://www.mdpi.com/journal/ijerph))
- 6 Europäische Kommission : « Bekämpfung von Desinformation im Zusammenhang mit COVID-19 – Fakten statt Fiktion», Brüssel, den 10.6.2020 JOIN(2020) 8, p. 6, ([https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-tackling-covid-19-disinformation-getting-facts-right\\_de.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-tackling-covid-19-disinformation-getting-facts-right_de.pdf).)
- 7 Cristina M. Pulido et al., op.cit., p.2,
- 8 Areeb Mian , Shujhat Khan, "Coronavirus: the spread of misinformation", BMC Medicine (2020) , (<https://doi.org/10.1186/s12916-020-01556-3>)
- 9 MELORIA MESCHI, RAVI KANABAR, DAVIDEASTWOOD, « The real-world effects of 'fake news' The spread of anti-vaccination misinformation on social media, implications for public health and the global fight against COVID-19", FTI consulting, 2020, p01
- 10 UNESCO, op.cit, p.3,
- 11 Randal Zbienen, op .cit., p.01
- 12 « فيروس كورونا: هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الذعر والخوف؟»، موقع بي بي سي عربي، 29 مارس 2020، ([www.bbc.com.cdn.ampproject.o](http://www.bbc.com.cdn.ampproject.o)) ،
- 13 Samia Tasnim, Md Mahbub Hossain, Hoimonty Mazumder, ,, Impact of rumors or misinformation on coronavirus disease (COVID-19) in social media", ([https://www.researchgate.net/publication/340387593\\_Impact\\_of\\_rumors\\_or\\_misinformation\\_on\\_coronavirus\\_disease\\_COVID-19\\_in\\_social\\_media](https://www.researchgate.net/publication/340387593_Impact_of_rumors_or_misinformation_on_coronavirus_disease_COVID-19_in_social_media) ).
- 14 A. Mourad et al.,op.cit., p2
- 15 Md. Sayeed Al-Zaman, "COVID-19-related Fake News in Social Media", (<https://doi.org/10.1101/2020.07.06.20147066>), p07
- 16 Gordon Pennycook et al., « Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention", p/02,( [https://www.researchgate.net/publication/342579856\\_Fighting\\_COVID-19\\_Misinformation\\_on\\_Social\\_Media\\_Experimental\\_Evidence\\_for\\_a\\_Scalable\\_Accuracy-Nudge\\_Intervention](https://www.researchgate.net/publication/342579856_Fighting_COVID-19_Misinformation_on_Social_Media_Experimental_Evidence_for_a_Scalable_Accuracy-Nudge_Intervention)).
- 17 DEPARTMENT OF EVIDENCE AND INTELLIGENCE FOR ACTION IN HEALTH: Understanding the Infodemic and Misinformation in the Fight against COVID-19, ([www.paho.org/ish](http://www.paho.org/ish))
- 18 Jeremy Gaunt, « value of social media in a Covid-19 world", (<https://think.ing.com/articles/the-value-of-social-media-in-a-covid-19-world/>..).

## النظام القانوني لمعالجة الأخبار الزائفة في العالم العربي

د. جابر غليمي

أستاذ جامعي، متخصص في القانون

### نظرة تاريخية



إنّ موضوع الأخبار المزيفة قديم، يقدم صناعة الأخبار نفسها، فمثلاً هنالك مقال نشر بصحيفة «الواشنطن بوست» يذكر أنّ «بنجامين فرانكلين» ، وهو أحد الآباء المؤسسين للولايات المتحدة الأمريكية ، أنشأ مقالاً صحفياً مزيفاً يصف فيه القوات الأمريكية باكتشاف أنّ السكان الأمريكيين الأصليين قد قاموا بتقطيع 700 فتى و بنت وجنود وأطفال، وأعدّوا حقيبة من فروات الرأس وخطاب دعم للملك جورج.

و كان فرانكلين غاضباً من أنّ العديد من السكان الأمريكيين الأصليين قاتلوا مع البريطانيين أثناء الحرب الثورية، وأراد حشد الكراهية العامة للأمريكيين الأصليين، وكانت هذه القصة مزيفة . وفي نهاية القرن التاسع عشر، صُمّم مصطلح يسمّى « الصحافة الصفراء» لوصف الأساليب التي استخدمها عمالقة نشر الصحف «ويلام راندولف هيرست» و«جوزيف بوليتزر» التي أكدت على المبالغة في الحقائق الفعلية.



واليوم ، لم تعد الصحف الكبيرة تسيطر على عملية إنشاء المعلومات ، ويمكن لأي شخص فعليًا إنشاء ونشر المعلومات بأشكال عديدة ومختلفة.



**والأخبار الزائفة هي معلومات خاطئة أو مضللة تهدف إلى خداع القراء للاعتقاد بأنها معلومات موثوقة وصحيحة.**

وفقًا لما حدّده الخبير في الإعلام «غاي كامبانيل»، تعتبر الأخبار المفبركة «قصصًا مصنّعة من العدم، وبمعظم التدابير، عمدًا، وفي تعريفها، هي عبارة عن أكاذيب».

وعرّفت صحيفة «New York Times» الأخبار المفبركة على أنها «نوع من الصحافة الصفراء أو الدعاية التي تتكوّن من التضليل المتعمّد، أو الخدع المنتشرة عبر وسائل الإعلام المطبوعة والإذاعية التقليدية، أو وسائل الإعلام الاجتماعية على الإنترنت».

وبرى عالم النفس «كيث أبلو» أنّ «نشر وتصديق الأخبار المفبركة ظاهرة لها جذورها الثقافية القديمة، ولكن منصات التواصل الاجتماعي جعلتنا هدفًا أسهل، وسلبتنا الوقت الكافي للتحقق من الأخبار بسبب كثافة وسرعة الشبكات الاجتماعية»، فقد كانت صناعة الأخبار والقصص الخيالية في الماضي تحدث بوتيرة أقل، وانتشارها كان يستغرق سنين طويلة ليصل إلى المدى الذي يؤثّر في مجموعات كبيرة من البشر كي يغيّر أحداث التاريخ أو ينتج أخرى جديدة».

**ونكمن خطورة الأخبار الزائفة أو المفبركة أو الشائعات، لا فقط في قوّة تأثيرها، ولكن في سرعة ومدى انتشارها، فقد كشفت دراسة لـ«معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا»، نشرتها «مجلة العلوم» في عام 2020، أنّ الأكاذيب والشائعات أسرع وأوسع انتشارًا على مواقع التواصل الاجتماعي من المعلومات الحقيقية، حيث إنّ «نسبة إعادة نشر وإرسال القصص الإخبارية الكاذبة من شخص إلى آخر تفوق نسبة تداول الأخبار الحقيقية بـ 70%».**



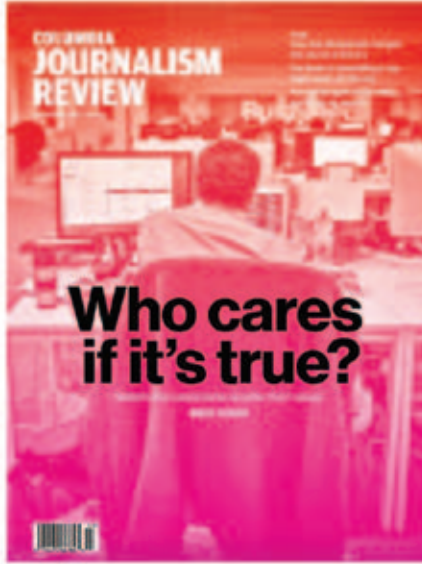
وعلى سبيل المثال أكدت دراسة باسم المختص في الإعلام «فوزوجي وآخرين»، أنه ما بين عامي 2006 وحتى 2017، انتشرت 126 ألف إشاعة لحوالي 3 ملايين شخص في ساعات قليلة، وأنّ الوقت الذي استغرقته

الأخبار الكاذبة للوصول إلى 100 ألف شخص، لم تبلغ خلالها الأخبار الحقيقية 1000 شخص فقط. وتحدّد الباحثة في علوم الإعلام «كثير واردل» من «First Draft News» سبعة أنواع من الأخبار الزائفة : Fake News



- السخرية أو الباروديا (ليست هناك نية لإلحاق الأذى، إنما إمكان الخداع قائمة).
  - الربط الخاطئ (العناوين الرئيسية أو المواد البصرية أو العناوين الفرعية وكلام الصور لا تدعم المضمون).
  - المضمون المضلل (استخدام مضلل للمعلومات بهدف وضع مسألة أو شخص ما في إطار معيّن).
  - المضمون الخاطئ (عندما يتمّ نشر مضمون حقيقي عبر الاستعانة بمعلومات سياقية خاطئة).
  - المضمون التدجيلي (عند انتقال صفة مصادر حقيقية عبر اختلاق مصادر كاذبة).
  - المضمون الذي جرى التلاعب به (عندما يتمّ التلاعب بمعلومات أو صور حقيقية بهدف الخداع، كما هو الحال عند تعديل الصور والتلاعب بها لأغراض معيّنة).
  - المضمون الملقق (المضمون الجديد كاذب مائة في المائة، بهدف الخداع والتسبب بالأذى).
- و لقد أشارت مجلة «كولومبيا جورناليزيم ريفيو»، التي تعدّ من أهمّ المجلات المعنية بالقضايا الإعلامية، والصادرة عن كلية الصحافة بجامعة كولومبيا، في تغطية واسعة لها لمشكلة «الأخبار الكاذبة»، إلى أنّ أول خطوات مناقشة أيّ قضية، يجب أن يكون التحديد العلمي الدقيق لها عبر «ضبط المصطلح»، وهنا قدّمت تمييزاً بين عدّة أنواع من الأخبار، وهي:





- **الأخبار المزيفة:** وتأخذ شكلاً مشابهاً جداً لما تبثه المواقع واسعة الانتشار، وتحتوي أحياناً صوراً وعناوين تبدو للوهلة الأولى حقيقية.

- **الأخبار المضللة:** وتعدّ أصعب من سابقتها في كشفها، إذ تضمّ جزءاً حقيقياً في معظم الأحيان، كحقيقة معيّنة أو حدث، أو حتى اقتباس، لكنها كلّها مقتطعة من سياق معيّن، وبذلك يختلف معناها ودلالاتها.

- **الأخبار المتحيزة:** وهي نوع من الأخبار المضللة، التي تسعى لشرح وقائع أو أخبار حقيقية، لكنّها متحيزة وتابعة لأجندة معيّنة بشكل واضح.

- **العناوين المثيرة:** وهي تلك المثيرة للدهشة والاستغراب، وتدفع القارئ إلى قراءتها، وأغلبها تكون أخباراً مضللة.

وفي حين أنّ الأخبار المزيفة يمكن أن تتخذ أشكالاً عديدة، هناك مجموعة واسعة من المصادر التي يمكن اعتبارها أخباراً مزيفة، والتي : من بينها:

- **التضليل المتعمّد:** هناك أخبار مزيفة مكتوبة للربح، ومن ثمّ تشارك على وسائل التواصل الاجتماعي بين مجموعات مستهدفة لأشخاص يُعتقد أنهم يرغبون في تصديق أنّ هذا صحيح. والهدف هو نشر الأخبار المزيفة دون أن يأخذ القراء الوقت الكافي للتحقق من ذلك بشكل صحيح.



- **المصادر المزيفة:** تستخدم هذه المصادر عناوين شائعة أو زائفة بهدف إحداث غضب أو صدمة، أو الإساءة إلى أشخاص على الشبكات الاجتماعية لتشجيع الإعجابات أو المشاركة.

- **عناوين كاذبة للأخبار:** قد يقرأ عنوان الخبر بأكثر من طريقة أو يذكر شيئاً كحقيقة ، ولكن بعد ذلك، يشير نصّ المقالة إلى شيء مختلف. ومصطلح الإنترنت لهذا النوع من الأخبار المزيفة المضللة هو «كليك بيت clickbait» ، وهي العناوين أو الصور المثيرة التي تمّ تصميمها لجذب الزوّار لزيارة صفحة أو رابط بقصد توليد الأموال الإعلانية.



- **الأخبار المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي:** وسائل التواصل الاجتماعي لها القدرة على عرض عدد كبير من عناصر الأخبار في وقت قصير، وهذا يعني أنّ المستخدمين قد لن يأخذوا الوقت الكافي للبحث والتحقّق من كلّ خبر منشور ومشارك. غالبًا ما تعتمد هذه المواقع على المشاركات أو الإعجابات أو المتابعين الذين يحوّلون عناصر الأخبار إلى مسابقة شعبية.

- **الأخبار الساخرة:** الأخبار الساخرة أو الأخبار الكوميدية غالبًا ما تبدأ بنوع من الحقيقة، ثمّ يتمّ قلبها بشكل هادف للتعليق على المجتمع. ومن المحتمل أن تنتشر أخبار ساخرة كما لو أنها أخبار حقيقية من قبل أولئك الذين لا يفهمون طبيعتها الفكاهية، و مثال على ذلك موقع ساخر مشهور اسمه:

« البصل The Onion » و« المحلّل الرياضي Sports pickle » و« البسكويت الإخباري News biscuit ».



- **مصادر غير موثوقة:** لا يمكن عادةً قبول هذه المصادر بقيمتها الاسمية، وتحتاج إلى مزيد من التحقق من مصادر أخرى لتحديد ما إذا كانت المعلومات ذات مصداقية. وغالبًا ما تستند المعلومات المقدّمة إلى الإشاعات أو الأقاويل، وكمثال على مثل هذه المصادر:

بريتبارت Brietbart، اكيوباي ديموكرايس Occupy Democrats والواشنطن اكسامنر Washington Examiner.



ويرى بعض الخبراء والمتخصّصين أنّ شبكات التواصل الاجتماعي، وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، والبرمجيات الحديثة، خاصة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، ساهمت بشكل كبير في توسعة انتشار الشائعات، وجعلت كشف بعضها أكثر صعوبة، لاسيما وأنّ التزييف وصل إلى مقاطع الفيديو، التي يتمّ إنتاجها بتقنيات عالية الجودة.



ويعتبر «فايسبوك» المتهم الأكبر بالترويج للأخبار المفبركة، فقد نشرت شركة التحليلات الشهيرة «جيمب شوت» في ديسمبر 2017، تقريرًا حول المواقع التي تنشر الأخبار الوهمية والمضللة، والتي تعتمد بشكل كامل على موقع التواصل فايسبوك، للحصول على أعلى معدل زيارات لها. وجاء فيه أن، المواقع الوهمية تحصل على أكثر من 70% من حركة المرور الخاصة بها، من خلال زيارات

المستخدمين القادمة من فايسبوك، وعلى النقيض من ذلك، تحصل المواقع الإخبارية المهمة على أقل من 30% من عدد الزيارات الخاصة بها، مثل «نيويورك تايمز».

وتزايد المخاوف من تأثير الأخبار الزائفة، التي يُزوّج لها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث علّت الأصوات الداعية إلى محاربة الأخبار الكاذبة التي تُنشر على «فايسبوك» و«غوغل» خوفًا من تأثيرها على المسار الديمقراطي ونتائج انتخابات الدول الكبرى.

وللأخبار الزائفة انعكاساتها الخطيرة على المجتمعات، حيث إن تأثيرها كان كبيراً على انتخابات رئاسة الجمهورية وسياسة الحكومة في عدّة دول، فمشكلة الأخبار الكاذبة باتت أزمة عالمية، تجلّت بوضوح بعد الانتخابات الرئاسية الأميركية في عام 2016،



فيمكن للأخبار الكاذبة أن تغبّر سياسات بلد، أو أن تؤثر في اتجاهات بلد، فالتأثير هنا في الرأي العام الذي بات يؤخذ إلى مكان آخر، ما يعني تهديداً لمنطلقات الأنظمة الديمقراطية القائمة على موقف الشعوب، بما يهدّد السلام والاستقرار.

**والنظام القانوني للأخبار الزائفة يقتضي دراسة أركان هذه الجريمة (المبحث الأول) وتجزيمها في الدول العربية (المبحث الثاني)**



## المبحث الأول: أركان جريمة الأخبار الزائفة

الجريمة هي فعل أو امتناع، يحظره القانون ويقرّر عقوبة لمرتكبه.

ويمكن تعريف جريمة نشر أخبار زائفة بكونها «كلّ فعل مادي يتمثّل في النشر عن سوء قصد لمنشورات أو معلومات أو بيانات أو أوراق مفتعلة أو صور مصطنعة أو وثائق مدّسّة منسوبة إلى الغير، سواء كان شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا. ومن شأن ذلك أن يلحق مضرّة بذلك الشخص، على أن تتسبّب تلك المنشورات في تعكير الأمن العام والسكينة العامة وأن تبعث الرعب والفرع لدى عامة الناس» .

و لكي تقوم الجريمة قانونا، ينبغي أن تجتمع لها عدّة أركان، أولها الركن المادي، وثانيهما الركن المعنوي، أمّا ثالثها فهو الركن الشرعي.

### الفقرة الأولى: الفعل الإجرامي

يُقصد بالفعل الإجرامي، ذلك السلوك المادي الصادر عن الإنسان، والذي يتعارض مع القانون.

ويتمثّل الفعل المادي في جريمة نشر أخبار زائفة في النشر عن سوء قصد لمنشورات أو معلومات أو بيانات أو أوراق مفتعلة أو صور مصطنعة أو وثائق مدّسّة منسوبة إلى الغير، سواء كان شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا، ومن شأن ذلك أن يلحق مضرّة بذلك الشخص، على أن تتسبّب تلك المنشورات في تعكير الأمن العام والسكينة العامة، وأن تبعث الرعب والفرع لدى عامة الناس.

### الفقرة الثانية: الركن المعنوي

إنّ القصد الإجرامي هو إرادة ارتكاب الجريمة كما حدّدها القانون، وهو علم الجاني أيضا بمخالفته نواهي القانون التي يفترض دائما العلم بها .



ويشترط في جريمة نشر أخبار زائفة، توفّر سوء النية في الإضرار بالأمن العام والعلم مسبقا بزيف تلك الأخبار.

### الفقرة الثالثة: الركن الشرعي

ويُقصد بالركن الشرعي أو الركن عدم المشاع، هو أن ينصّ القانون على تجريم الفعل لأنّ الأصل في الإنسان البراءة، ويختلف الفقه الجنائي في تقرير مدى وجود هذا الركن، إذ يوجد في الفقه من يقيم الجريمة على الركن المادي و المعنوي فقط. وأصل الركن الشرعي وارد في الشريعة الإسلامية، في قصة ابني آدم ثمّ قوله تعالى (و ما كنّا معدّين حتى نبعث رسولا)، وهناك قواعد أصولية استخلصت من آيات القرآن الكريم مثل قاعدة (لا حكم لانفعال العقلاء قبل ورود النص)، و قاعدة الأصل في الأشياء و الأفعال الإباحة .



و قد ورد مبدأ الشرعية في إعلان حقوق الإنسان عقب الثورة الفرنسية 1789، ثمّ في المادة 11 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لسنة 1948، ثمّ جاء المبدأ في جميع الدساتير العالمية والوطنية بوجه عام، وبالتالي القاضي الجنائي لا يمكنه إصدار حكمه إلاّ بناء على النصوص القانونية.

ومبدأ الشرعية من أهمّ القواعد الدستورية التي يجب احترامها نظرا إلى الأسباب التالية:

- مبدأ الشرعية يحدد الجريمة و العقوبة المقرّرة لها.
- المشرّع هو وحده صاحب الاختصاص في التجريم و العقاب.
- القاضي ملزم بتقدير العقوبة المقرّرة قانونا في حدود ما تخوّله السلطة التقديرية.
- القاعدة الجنائية هي خطاب موجّه إلى القاضي الجنائي لتطبيقها.
- مبدأ الشرعية هو ضمان للحقوق و الحرّيات الفردية، فهو يحمي الجاني و المجني عليه في آن واحد.
- مبدأ الشرعية هو ضمان هامّ و استقرار الجماعة.
- و جريمة نشر أخبار زائفة معاقب عليها في العديد من النصوص القانونية.

## المبحث الثاني: تجريم الأخبار الزائفة في الدول العربية

يجرّم نشر الأخبار الزائفة في قوانين الدول العربية.

**ففي تونس:** وبقراءة لمختلف النصوص القانونية التونسية، نلاحظ وجود عدة فصول تجرّم نشر وإذاعة الأخبار الزائفة.

## الرّائد الرّسمي للجمهورية التونسية

العدد 84 السنة 154 العدد 4 نوفمبر 2011

### المحتوى

#### مراجيع

مجموع عدد 115 لسنة 2011 مطبوع في 2 نوفمبر 2011 بتاتل بحرية الصحافة والاعلام والاعلام  
مجموع عدد 116 لسنة 2011 مطبوع في 2 نوفمبر 2011 بتاتل بحرية الاعلام الصحفي والاعلام  
رقم 258 لسنة 2011 بتاتل بحرية الاعلام الصحفي والاعلام

فقد نصّ الفصل 50 من المرسوم عدد 115 (2011) المتعلق بحرية الصحافة والنشر أنه: «يعاقب كمشاركين في ارتكاب ما يمكن أن يوصف بجنحة على معنى الفصل 51 وما بعده من هذا المرسوم، كل من يحرض مباشرة شخصا أو عدّة أشخاص على ارتكاب ما ذكر ممّا يكون متبوعا بفعل، وذلك إمّا بواسطة الخطب أو الأقوال أو التهديد في الأماكن العمومية، وإمّا بواسطة المطبوعات أو الصور أو المنقوشات أو الرموز، أو بأيّ شكل من الأشكال المكتوبة أو المصوّرة المعروضة للبيع أو لنظر العموم في الأماكن العمومية أو الاجتماعات العامة، وإمّا بواسطة المعلّقات والإعلانات المعروضة لنظر العموم، وإمّا بواسطة أيّ وسيلة من وسائل الإعلام السمعي والبصري أو الإلكتروني، والمحاولة موجبة للعقاب وفقا لمقتضيات الفصل 59 من المجلة الجزائية».

ونصّ الفصل 54 من المرسوم ذاته على أنه «يعاقب بخطية من ألفي إلى خمسة آلاف دينار كل من يتعمّد بالوسائل المذكورة بالفصل 50 من هذا المرسوم نشر أخبار زائفة من شأنها أن تنال من صفو النظام العام». واعتبر الفصل 55 من ذلك المرسوم أنّ «الثلب» هو كلّ ادّعاء أو نسبة شيء غير صحيح بصورة علنية من شأنه أن ينال من شرف أو اعتبار شخص معيّن، بشرط أن يترتب على ذلك ضرر شخصي ومباشر للشخص المستهدف».

ولعلّ تشعب هذه الجريمة جعلها تتداخل مع جرائم أخرى، من بينها خاصة جريمة القذف العلني المنصوص عليها بالفصلين 245 و 247 من المجلة الجزائية والمعاقب عنها بالسجن مدة ستة أشهر، وهي الجريمة التي تندرج ضمن القسم الخامس من المجلة المذكورة، والتي تتمثل كما عرّفها المشرّع في كلّ ادّعاء أو نسبة أمر لدى العموم فيه هتك لشرف أو اعتبار شخص أو هيئة رسمية.

كما نصّ الفصل 86 من مجلة الاتصالات على أنه «يعاقب بالسجن لمدة تتراوح بين سنة واحدة وستين، وبخطية من مائة إلى ألف دينار كل من يتعمّد الإساءة إلى الغير أو إزعاج راحتهم عبر الشبكات العمومية للاتصالات».

و نصّ الفصل 139 من المجلة الجزائية « يعاقب بالسجن من شهرين إلى عامين وبخطية من أربعمائة وثمانين دينارا إلى أربعة وعشرين ألف دينار كل من يحدث أو يحاول أن يحدث مباشرة أو بواسطة ترفيحا أو تخفيضا مصطنعا في أسعار المواد الغذائية أو البضائع أو الأشياء العامة أو الخاصة وذلك :

- بتعمّد ترويج أخبار غير صحيحة أو مشينة لدى العموم أو تقديم عروض بالسوق بهدف إدخال اضطراب على الأسعار أو تقديم عروض شراء بأسعار تفوق ما طلبه الباعة أنفسهم أو بغيرها من وسائل وطرق الخداع مهما كان نوعها.

- بممارسة أو محاولة ممارسة تدخّل فردي أو جماعي على السوق بقصد الحصول على ربح لا يكون نتيجة قاعدة العرض والطلب الطبيعيين.

ويحكم زيادة على ذلك، بمنع الإقامة لمدة لا تقلّ عن عامين ولا تتجاوز خمسة أعوام».

وأورد الفصل 306 ثالثاً من المجلة الجزائية «يعاقب بالسجن من عام إلى خمسة أعوام ومن مائتي دينار إلى أربعة آلاف دينار كل من أذاع عن سوء قصد خبراً مزيّفاً، معرّضاً بذلك سلامة إحدى وسائل النقل البرّي أو البحري أو الجوّي إلى خطر. ويعاقب بالسجن من ستة أشهر إلى خمسة أعوام وبخطية من مائتي دينار إلى ألفي دينار كل من أبلغ أو أذاع عن سوء قصد خبراً مزيّفاً، وذلك لحمل الغير على الاعتقاد بوجود عمل إجرامي موجب لعقاب جنائي يستهدف النيل من الأشخاص أو الأملاك. والمحاولة موجبة للعقاب». كما نصّ الفصل 295 من المجلة الجزائية على أنه: «يعاقب بالعقوبات المقرّرة بالفصل 291 من هذه المجلة كل من يحمل تغييراً منه غيره على مبارحة التراب التونسي وذلك بادّعاء وقائع لا أصل لها في الحقيقة أو أخبار زائفة».

ونصّ الفصل 284 م ج على ما يلي: «يعاقب بالسجن مدّة خمسة أعوام وبخطية قدرها ألفان وأربعمائة دينار كل من اغتصب، بواسطة التهديد، بالكتابة أو القول أو بالإذاعة أخباراً أو بنسبة أمور من شأنها الإضرار بالغير أموالاً أو قيماً أو إمضاء أو إحدى الأوراق المبيّنة بالفصل 283 من هذه المجلة». وقد نصّ الفصل 21 من القانون الأساسي عدد 26 لسنة (2015) المتعلّق بمكافحة الإرهاب: «يعدّ مرتكباً لجريمة إرهابية ويعاقب بالسجن من عام إلى خمسة أعوام وبخطية من خمسة آلاف دينار إلى عشرة آلاف دينار كل من أذاع عن سوء قصد خبراً مزيّفاً، معرّضاً بذلك سلامة الطائرات و السفن المدنية إلى خطر أثناء الملاحة. ويكون العقاب بالسجن مدة ستة أعوام وبخطية قدرها عشرون ألف دينار إذا تسببت إذاعة الخبر المزيّف في إلحاق أضرار بدنية من النوع المقرّر بالفصلين 218 و319 من المجلة الجزائية. ويكون العقاب بالسجن ببقية العمر وبخطية قدرها مائة وخمسون ألف دينار إذا تسبّب أحد تلك الأفعال في إلحاق أضرار بدنية ولم تكن داخلة فيما هو مقرّر بالفصلين 218 و319 من المجلة الجزائية. ويكون العقاب بالإعدام وبخطية قدرها مائتا ألف دينار، إذا تسبّب أحد تلك الأفعال في موت شخص».

**وفي الجزائر، تمّ إقرار قانون يجرم نشر أخبار خاطئة «تهدّد النظام العام وأمن الدولة»، فكلّ من يبتّ أو ينشر «أخباراً زائفة» بهدف «المسّ من النظام أو الأمن العام» و«استهداف أمن الدولة والوحدة الوطنية» معرّض للسجن من سنة إلى ثلاث سنوات، وتتضاعف العقوبة في حال العود. ويمكن أن تصل العقوبة إلى خمس سنوات سجناً، إذا تمّت الأفعال «في فترة الحجر الصحي أو كارثة طبيعية أو بيولوجية أو تكنولوجية أو أيّ كارثة أخرى».**

**وفي المغرب، تمّ إقرار قانون يتعلّق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات البثّ المفتوح والشبكات المماثلة. ويتضمّن عدداً من الأحكام، تتمثّل أساساً في ضمان حرّية التواصل الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات البثّ المفتوح وباقي الشبكات المماثلة، شريطة عدم المساس بالمصالح المحميّة قانوناً، والإحاطة بمختلف صور الجرائم المرتكبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات البثّ**

المفتوح والشبكات المماثلة، لاسيما تلك التي تمسّ بالأمن العام والنظام العام الاقتصادي، ونشر الأخبار الزائفة والسلوكيات المائسة بالشرف والاعتبار الشخصي للأفراد، وكذلك بعض الجرائم التي تستهدف القاصرين. و تضمّن التأكيد على الالتزامات الواقعة على عاتق مزوّد خدمات شبكات التواصل الاجتماعي، ووضع مسطرة فعّالة وشفافة للتصدي للمحتويات الإلكترونية غير المشروعة، وإقرار إجراءات إدارية في مواجهة مزوّد خدمات شبكات التواصل المخلّين بالالتزامات الواقعة على عاتقهم.



**وفي الأردن: تضمّن قانون الجرائم الإلكترونية الأردني تجريم الشائعات والأخبار الكاذبة، و نصّ على عقوبة تراوح بين ثلاثة أشهر وستين.**

**وفي البحرين: نصّ قانون العقوبات بموادّه المتعلقة بإذاعة الأخبار الكاذبة وإساءة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها لزعزعة الأمن، و فرض السجن مدة لا تزيد على سنتين، وغرامة لا تتجاوز مائتي دينار، أو إحدى العقوبتين، في حق من أذاع عمداً أخباراً كاذبة، مع علمه بأنها ربما تُحدث ضرراً بالأمن الوطني أو بالنظام العام أو بالصحة العامة.**

**وفي قطر: تتمثل عقوبة مروجّ الشائعات السجن مدة لا تتجاوز الـ5 سنوات، والغرامة لا تزيد على 100 ألف ريال، أو إحدى هاتين العقوبتين وفق المادة 136 من قانون (2020).**



**وفي فلسطين: نصّت المادة 62 من قانون العقوبات الفلسطيني على العقوبة بالسجن ثلاث سنوات لكل من نشر أو ردد قولاً أو إشاعة أو خبراً من شأنه أن يسبب خوفاً أو رعياً للناس، أو أن يكدّر صفو الطمأنينة العامة، وهو عالم أو لديه ما يحمله على الاعتقاد بأن ذلك القول أو الإشاعة أو الخبر عار من الصحة.**





وبدأت مصر في سبتمبر 2018، تفعيل قانون لتنظيم الصحافة والإعلام، يسمح بمراقبة بعض حسابات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، المعروف بقانون مكافحة «الأخبار الكاذبة».

## المعالجة الإعلامية والإلكترونية للأخبار الزائفة:

إنّ التجريم غير كاف لوحده لمعالجة الأخبار الزائفة، ولذلك فقد تعدّدت المعالجة الإعلامية والإلكترونية للأخبار الزائفة، سواء على المستوى الدولي أو الوطني :

فعلى المستوى الدولي، نشر « الاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات » ملخصاً في شكل رسم بياني لمساعدة الأشخاص على التعرف إلى الأخبار الكاذبة.

وأكد خبراء متخصصون بالعلوم الإدراكية لمعالجة المعلومات، هذه النقاط، التي يتمثل أهمها في:

- التوقّف عند المصدر (لفهم مهمّته وغايته).
- القراءة خلف العنوان الرئيس (لفهم القصة كاملةً).
- التحقق من المؤلفين (للتأكد من هويّتهم وتحديد إذا كانوا ذوي صدقية).
- تقييم المصادر الداعمة (للتأكد من أنها تدعم المزاعم الواردة في الخبر).
- التحقق من تاريخ النشر (لمعرفة إذا كان الخبر ذا صلة ومحدّثاً).
- التساؤل إذا كانت دعابة (لتحديد ما إذا كان الهدف من الخبر السخرية).
- إعادة النظر في أحكامك المسبقة (لمعرفة إذا كانت تؤثر في حكمك على الأمور).
- الاستفسار من الخبراء (للحصول على تأكيدات من أشخاص مستقبّلين من ذوي المعرفة).

ولقد دعّمت « الشبكة الدولية لفحص الوقائع»، التي أبصرت النور عام 2015، الجهود التعاونية الدولية في مجال تقصي الحقائق، ونوّهت التدريب، كما أنها أصدرت مدوّنة من المبادئ عام 2017، أطلقت تطبيقاً وألية تدقيق للمؤسسات الصحافية.



وقد ابتكر الموقع الإلكتروني المستقل وغير الربحي The Conversation، وهو من أعضاء «الشبكة الدولية لفحص الوقائع»، شريط فيديو قصيراً عن عملية تقصي الوقائع التي تشتمل على «ضوابط وتوازنات إضافية، منها مراجعة موضوعية غير منحازة من جانب خبير أكاديمي ثانٍ، وتدقيق إضافي، وإشراف تحريري».

ونظّم الاتحاد الأوروبي استمارة واسعة حول ما يسمّى التضليل الإخباري (désinformation) عام 2018، وشملت المواطنين وشركات الميديا الاجتماعية ومؤسسات الصحافة والميديا، من صحافة مكتوبة ووكالات أنباء ومواقع إخبارية إلكترونية ومنصّات للتحرّي ومنظمات المجتمع المدني. وتمخّص عن الاستمارة تقرير أنجزه خبراء مستقلّون يتضمّن مقترحات عديدة، منها وضع مدوّنة سلوك تلتزم بها منصّات الميديا الاجتماعية، ووضع مدوّنة سلوك لمنصّات الميديا الاجتماعية تفرض معايير الشفافية على هذه المنصّات التي يجب أن تقوم بتفسير الأليات التي تستخدمها لعرض المضامين على المستخدمين (algorithmes) وآليات لمساعدة الصحافة والمواطنين على التحرّي في الأخبار والدفاع عن مؤسسات الميديا.

ومن المقترحات أيضاً التعاون بين منصّات الميديا الاجتماعية ومؤسسات الميديا الأوروبية للتصدّي للأخبار الكاذبة وحملات التضليل، ودعم مكانة المضامين الإخبارية الجيدة التي تتيحها الصحافة والميديا في منصّات الميديا الاجتماعية وتيسير وصول المستخدمين إليها.

وتحت شعار مواجهة «الأخبار الكاذبة والمفبركة»، دشّنت غرف الأخبار الحديثة في كبريات المؤسسات الإعلامية صفحات على مواقعها الإلكترونية، مع أقسام متخصصة للتحقق من مصداقية الأخبار قبل نشرها، وذلك من أجل محاربة الأخبار الكاذبة التي تمثّل تحديات وضغوطاً كبيرة على الصحفيين، في ظلّ الفيض المعلوماتي الذي تبنّه يوماً المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي.

- صحيفة «لو موند»: أنشأت، في 2017، أداة DECODEX للمساعدة على تمييز المعلومات الصحيحة من تلك الكاذبة، ويمكن إدخال المواقع الإلكترونية عبر خانة لهذه الخاصية فيعطي «ديكودكس» جواباً عمّا إذا كان الموقع المذكور موثقاً به أم لا.



كما أنشأت صفحة « لي ديكودور» بأسلوب مهني محترف على موقع «لوموند». وقد استخدمت «لوموند» أساليب تقنية، وفريقا من المهندسين لتقصي أصل الخبر وانتشاره، ولكن وُجِّهت إليها انتقادات، وتعاليت صيحات لـ«وضع الجريدة نفسها في موقع القاضي والطرف»، أو لـ«تصويب نفسها حكماً غير متحيّز وشفاف».



**- جريدة ليبراسيون (Libération):** أطلقت Check News، وهو أول موقع للتحقق من الأخبار في خدمة مستخدمي الإنترنت، ويمكن تقديم سؤال مباشر لصحفيّ خدمة Désintox، لكشف ما هو حقيقي أو زائف. وفي عام 2017 أطلق خدمة «ديزيتوكس»، للإجابة عن أسئلة القراء والكشف عن حقيقة الأخبار.

**- قناة BBC:** شكّلت في عام 2017، فريقا للتدقيق في الوقائع وفضح زيف الأخبار المضلّلة، التي يتمّ تناقلها على أنها صحيحة، وذلك من خلال قسم Reality Check. وسارعت لمواجهة الـ«fack news» بحملة أطلقت عليها «slow news» «الأخبار البطيئة»، للتأكد من صحتها وفحصها قبل بثّها.



**- فايسبوك:** عزّز موقع «فايسبوك» في أوائل يوليو 2018 من حملته لمنع استخدام منصّة التواصل الاجتماعي بهدف نشر معلومات مضلّلة خطيرة، مؤكّداً أنه سيحذف «الرسائل الزائفة» المحتمل أن تثير أعمال عنف.

وتمّ اختبار الإجراءات الجديدة في سريلانكا التي شهدت أخيراً أحداثاً طائفية على خلفية معلومات مضلّلة نشرت على الشبكة الاجتماعية الأكبر في العالم.

وتضمّنت المعلومات المضلّلة التي أزيلت في سريلانكا، تلك التي زعمت أنّ مسلمين يعمدون إلى تسميم المأكولات المقدّمة أو المباعه لبوذيين.

كما أطلق حملة دعائية تهدف إلى تثقيف ما يقدر بـ 6.1 مليون مستخدم على تحديد الأخبار الوهمية وتقديم أدوات جديدة تساعد على كشف المحتوى غير الصحيح.

ولكن في يوليو 2018 أكدت شركة «فايسبوك» أنها لن تحذف الأخبار الزائفة من منصّتها، معتبرة أنها لا تنتهك معايير منصّتها للتواصل الاجتماعي، لافتة إلى أنها ستحقّق رتبها في خاصية تغذية الأخبار (نيوزفيد).

وأوضحت «فايسبوك» أنّ الناشرين « لديهم وجهات نظر مختلفة»، وأشارت إلى أنّ حذف المنشورات المفبركة «سيتعارض مع المبادئ الأساسية لحريّة التعبير».

وتجدر الإشارة إلى أنّ «فايسبوك» المنصّة الإجتماعية الأكبر تواجه انتقادات شديدة وتدقيقاً في دورها في انتشار الأخبار الزائفة، بعد ظهور أدلّة على محاولة روسيا التأثير في الناخبين الأميركيين، خلال الانتخابات الرئاسية في 2016 .



dreamstime.com

© 123456789 - Fotostock

- «غوغل»: قرّرت شركة «غوغل» مضاعفة خطواتها في منع ما وصفته بالأخبار «الكاذبة»، من خلال مبادرتين جديدتين لدعم الصحافة «الموضوعية»، ومحاربة نشر الأخبار الخاطئة. وتعهّدت «غوغل»، باستثمار 300 مليون دولار أمريكي في السنوات الثلاث القادمة.

- «تويتر»: قامت شركة «تويتر» بتعليق ملايين الحسابات ، في إطار حملتها ضد الأخبار الزائفة والحسابات المشبوهة.

- **واتساب:** فرض تطبيق «واتس أب» (2018)، قيوداً على نقل الرسائل في الهند في خطوة تهدف، إلى كبح ترويج أخبار كاذبة، أدت إلى سلسلة أعمال عنف دامية في هذا البلد، فقد أسفرت شائعات عبر الإنترنت بشأن مزاعم بوجود خاطفي أطفال عن مقتل 20 شخصاً في عمليات ضرب حتى الموت في الهند.

و أعلن تقديم منح مالية تصل قيمتها إلى 50 ألف دولار لأيّ باحث يقدّم اقتراحات وحلولاً لإيقاف انتشار المعلومات المضلّة عبر التطبيق.



WIKIPÉDIA  
L'encyclopédie libre

- **موقع ويكيبيديا الإلكتروني:** أسس موقعاً إخبارياً ممولاً من الجمهور يقوده 6000 من الكُتاب والمحرّرين الذين، يكتبون، يحزّرون وينحققون من المقالات المنشورة حول الأحداث الإخبارية في التصديّ لانتشار الأخبار المزيفة.

وعلى الصعيد العربي يجري السعي إلى مجابهة الأخبار الزائفة، ودرّست مبادرات للتحقق من الأخبار لتوعية المستخدمين بالتأثيرات السلبية للأخبار الزائفة بحال انتشارها على نطاق واسع، ولتعزيز ثقة القراء في المؤسسات الإعلامية التي تطبّق الضوابط المهنية والأخلاقية في نشر المحتوى الإعلامي.

ووفقاً لشبكة الصحفيين الدوليين، هناك مبادرات شبابية عربية للتحقق من الأخبار الكاذبة والمفبركة، من أهمّها:



- موقع «أخبار ميتر»: مرصد إعلامي رقمي شامل يقوم بترتيب القنوات الإعلامية تبعاً لمصداقيتها والتزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية. ويتولّى فريق الموقع اتّباع منهجية علمية لتفنيد الأخبار الكاذبة والمفتركة.

- موقع « ده بجد »:



يتكوّن من فريق شبابي يقوم بتفنيد الشائعات المنتشرة بكثرة على منصات التواصل الاجتماعي، وهو من أوائل المواقع التي انتبهت إلى خطورة الشائعات وعمل على مواجهتها باستخدام الأدوات والتطبيقات المتخصصة في تحليل الصور المفتركة.



- موقع «فتينوا»: مشروع شبابي توعوي يهدف إلى تنقية المحتوى العربي من الخرافات والشائعات، والأكاذيب في مختلف المجالات.

- منصّة «تأكد» السورية: مشروع إعلامي تمّ إنشاؤه لكثرة الشائعات والأخبار المغلوطة التي تنشرها مؤسسات الإعلام البديل في سوريا. وهذه المؤسسات تضخّ يوميًا كمًّا هائلًا من الأخبار والصور المتعلّقة بالشأن السوري، وبالتالي يهدف المرصد إلى بيان الحقيقة للقارئ.

- صفحة «متصدقش» على موقع فيسبوك: توظّف الصفحة رسوم غرافيك لإيضاح حقيقة الأخبار، من خلال نشر «بوستات» هي عبارة عن صورة مقسومة إلى نصفين، يحوي الجانب الأيمن منها الجزء المفترك من الصورة، والجانب الأيسر يوثّق حقيقة الصورة.



وفي الختام لا بدّ من التأكيد أنّ الأخبار الزائفة رغم انعكاساتها الضارّة والسلبية على استقرار المجتمعات و الدول، إلا أنها قد تُستخدم لنشر دعاية الدول وتبرير عرقلة حرّية الصحافة على حدّ سواء، وهو ما تبنته منظمة الأمم المتحدة ومنظمة الأمن والتعاون في أوروبا ومنظمة الدول الأمريكية واللجنة الأفريقية لحقوق الإنسان والشعوب.

وفي هذا الصدد، لا بدّ من العمل على إيجاد آليات من شأنها التدقيق في الأخبار والعمل على الوعي المجتمعي ومستعملي وسائل التواصل الاجتماعي و رجال الإعلام بخطورة الأخبار الزائفة.

## جائحة كورونا تنتقل من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي منصة الاتحاد السحابية تهاكب الحدث

أ. أحمد براهيم محمد

مركز التبادل - الجزائر

### مقدمة

مع دخولنا العام الثاني لانتشار وباء كورونا، الذي أوقف النشاط العادي في كل الدول وشل حركة التنقل الداخلي والخارجي وأقحم البلدان في حالة من الركود الاقتصادي، أصبح الحديث في وسائل الإعلام عن كيفية التأقلم مع هذا الوباء، رغم إعلانات التوصل إلى لقاحات. وقد كشفت أزمة كورونا قصور المنظومة الصحية الوطنية والدولية، ومعها عجز الإعلام التقليدي في مواكبة مراحل انتشار الوباء وكيفية مواجهته.

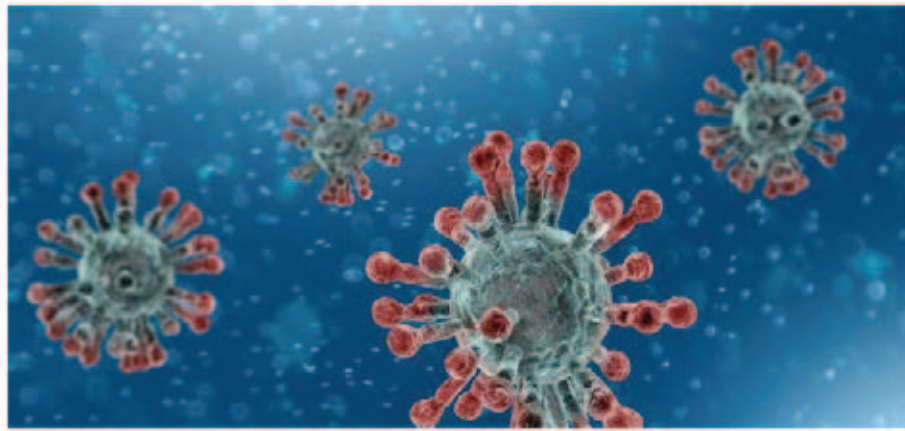
في هذا الخضم، توجه الإعلام العربي على عجل وبصفة غير مدروسة في تشكيل خلايا أزمة على مستوى الوزارات وقاعات التحرير، وتكليف متحدّث إعلامي مختصّ عن الوباء، واتجهت وسائل الإعلام أيضا إلى دراسة مختلف السبل لمواجهة ما تبثّه وسائل التواصل الاجتماعي من أخبار وصور وفيديوهات أغلبها شائعات، وتحديد خطط استباقية لمواجهة الوباء، مع الاستفادة من تجارب الدول المتقدّمة في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لمواجهة الأزمة، لأنه كان من المفترض أن يكون الإعلام أكثر المجالات تفاعلاً واستجابةً للأزمات والأحداث المهمّة في تاريخ الأمم.

ومنذ ظهور وباء كورونا في مدينة ووهان الصينية، حاول الإعلام في كل الدول الاضطلاع بمهمّته الأساسية في كشف الحقائق وتوعية الجمهور وربط الأحداث ببعضها. لتكون الصورة واضحة. ولعلّ ما قامت به وسائل الإعلام العالمية جعلها طرفاً مباشراً في إدارة الأزمة، وليس مجرد وسيط أو ناقل أخبار بين الحكومات والشعوب، فقد تغيّرت الخرائط والشبكات البرمجية وأولويات القضايا بما يخدم هديّ التعريف والتوعية.

وكان لافتاً أنّ وسائل الإعلام في أوروبا والولايات المتحدة، وفي معظم الدول العربية، لم تقتصر جهودها على نقل أخبار الوباء، بل تعدّاه إلى الإرشاد والتوجيه والتوعية، وقد لعبت القنوات الفضائية ووكالات الأنباء والاتحادات الدولية للتبادل دوراً كبيراً في نقل أخبار الجائحة و توزيعها وإتاحة فرص بثّها لكلّ القنوات العالمية، وكان دور اتحاد إذاعات الدول العربية عبر مركزه في الجزائر فعّالاً في نقل أخبار الوباء في الدول العربية ومتابعة تطوّراته رغم الظروف الصحية الصعبة.

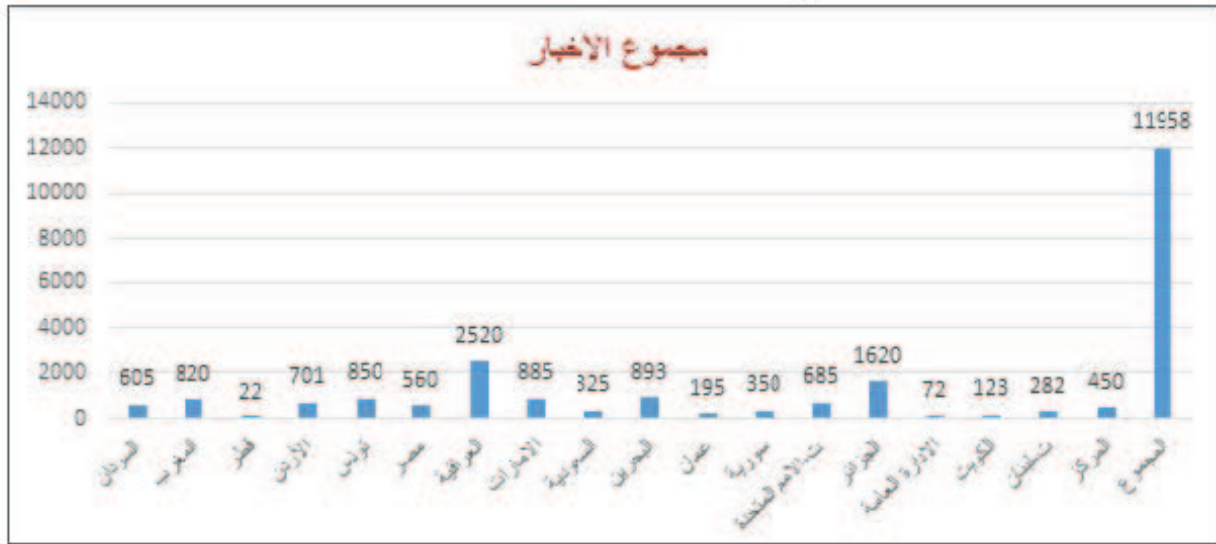
### الاتحاد يواكب الحدث الصحي العالمي

ورغم تأثر العالم العربي بجائحة كورونا، إلا أنّ التبادلات الإخبارية استمرّت وتأثرت هي الأخرى بهذا الوضع المستجد على مستوى الكون بأسره، خاصة منذ منتصف شهر مارس وإلى غاية اليوم، حيث خصّصت كلّ التبادلات الإخبارية، سواء على مستوى المواضيع اليومية أو من خلال البثّ المباشر للأحداث المرتبطة بكوفيد 19، و قد ساهمت منضّة الاتحاد السحابية (الأسبو كلوود) بشكل كبير وفعّال في التكيّف مع ظروف الحجر الصحي، إذ لجأ إليها المنسّقون للعمل من بيوتهم في إرسال المواضيع الخاصة بالجائحة إلى المركز العربي لتبادل الأخبار. كما ساهم الإعلام الجديد، متمثلاً في موقع الواتساب للمركز والوي ترانسفير، في تغذية التبادلات يوميا بمواضيع متنوّعة عن كوفيد 19، وقامت بعض التلفزيونات العربية، على غرار العراق والكويت وجيبوتي ومصر، بإنجاز أشرطة وبرامج توعوية حول جائحة كورونا ومقاسمة بثّها مع التلفزيونات العربية، وقد تمّ مراعاة وسائل الإعلام العربية خلال تغطيتها لأخطار فيروس كورونا تحبّب أيّ تلميحات لإثارة الذعر أو الهلع، وفي ذات الوقت لم تقلل من الحجم الحقيقي للأزمة.

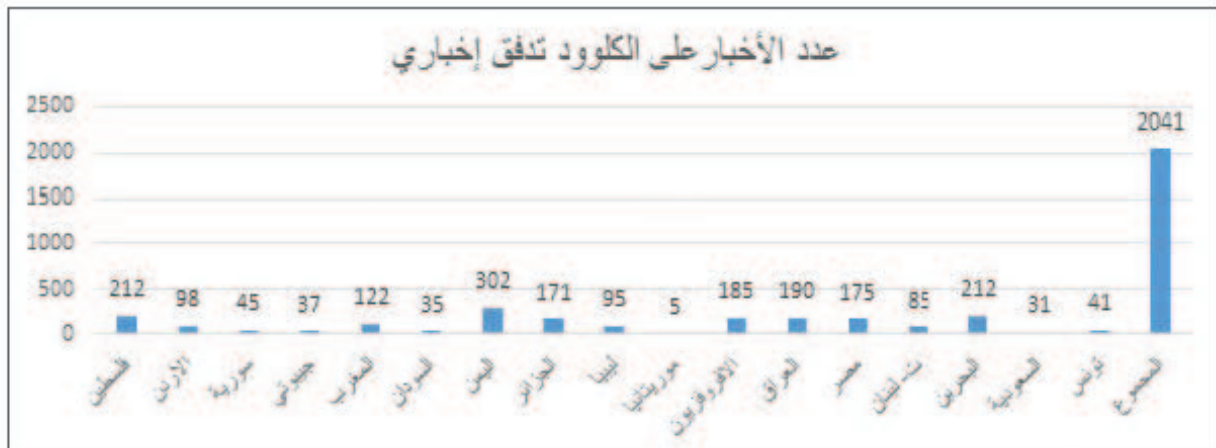


ورغم الإجراءات الاستثنائية التي اتخذتها العديد من الدول العربية للحدّ من انتشار جائحة كورونا، مثل الغلق التام وحظر التجوال، لم تتأثر منظومة التبادل العربية، بل بالعكس ازداد عدد الأخبار والتقارير المتبادلة بين الهيئات، حيث ارتفع إلى أكثر من 14 ألف خبر خلال سنة 2020، بمعدل شهري فاق 1166 خبراً متنوّعاً، شكّلت الأخبار الخاصة بكورونا حوالي 7900 خبر، أي بنسبة 55 بالمائة، تمثّلت في تقارير يومية عن تطوّرات الفيروس وانعكاساته على الصحة العامة، وتأثيراته على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية.

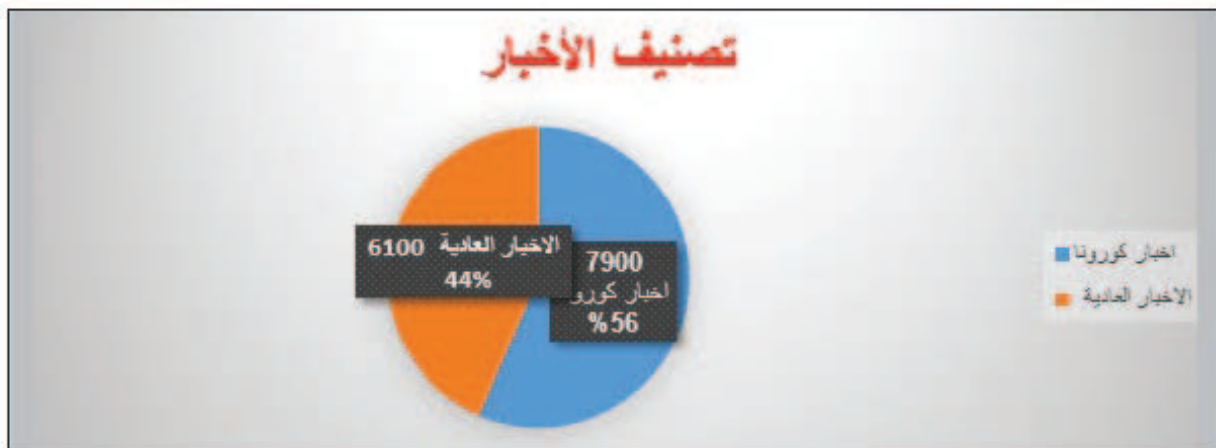
## مساهمة الهيئات على نظامي المينوس والكلوود بالأخبار



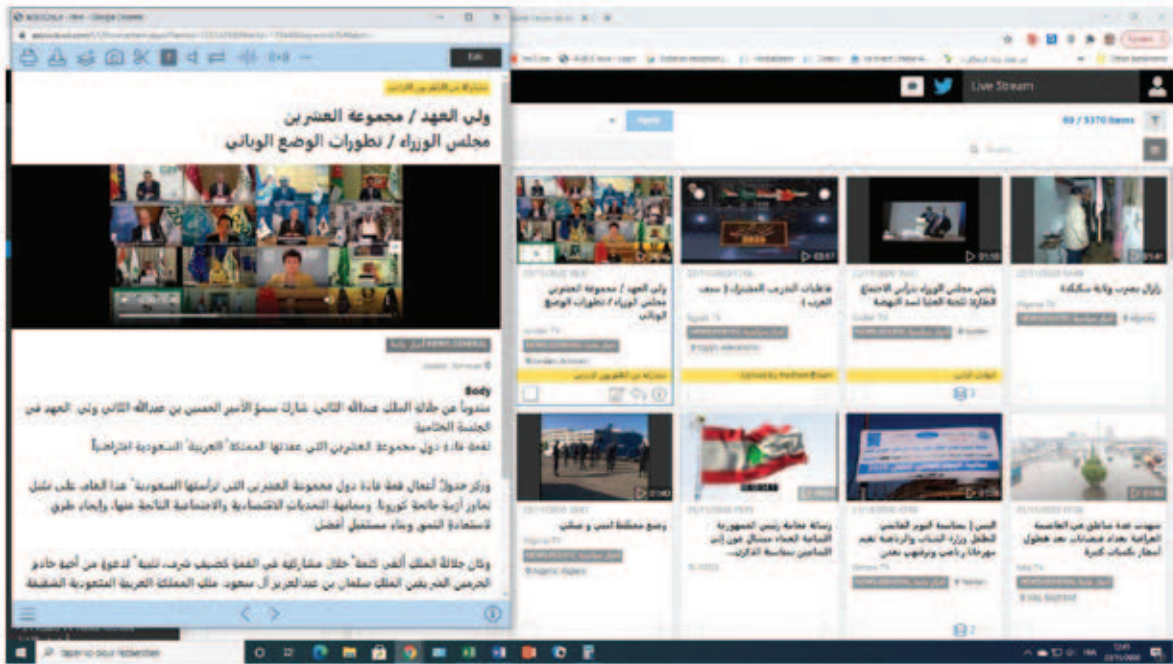
## أخبار مباشرة على سلة التدفق الإخباري الحر\*



## تصنيف الأخبار







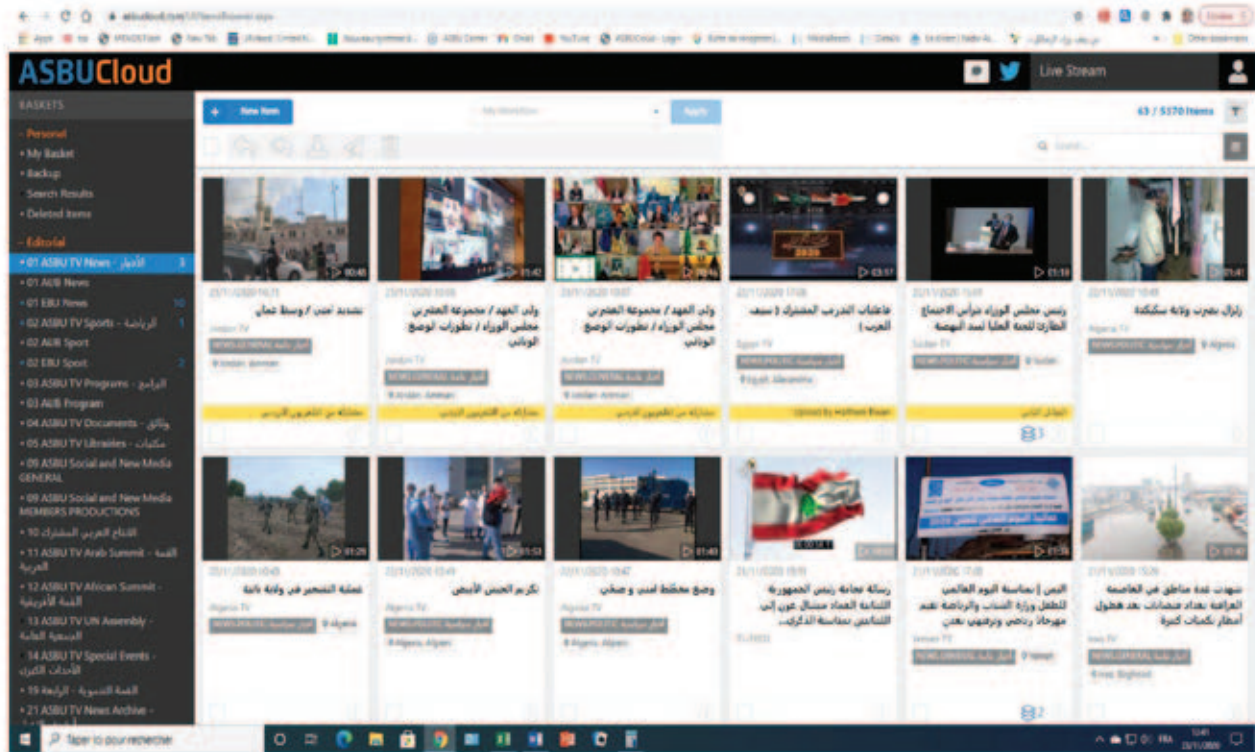
## منصة الاتحاد (الأسبو كلوود) والتدفق الإخباري الحرّ

تشهد صناعة المضمون المرئي انتشارًا كبيرًا أكثر من أيّ وقت مضى، في الفترة التي تتزايد معها تطلّعات وسائل الإعلام العربية للحصول على خيارات محتوى غير محدودة في أيّ زمن، ومن أيّ مكان، وعلى أيّ وسيلة توصيل المحتوى، ويقتضي الابتكار والاستمرار في تلبية متطلبات المستخدمين اعتماد تقنيات وحلول تسرّع إنتاج المحتوى، وتوفّره لهم.

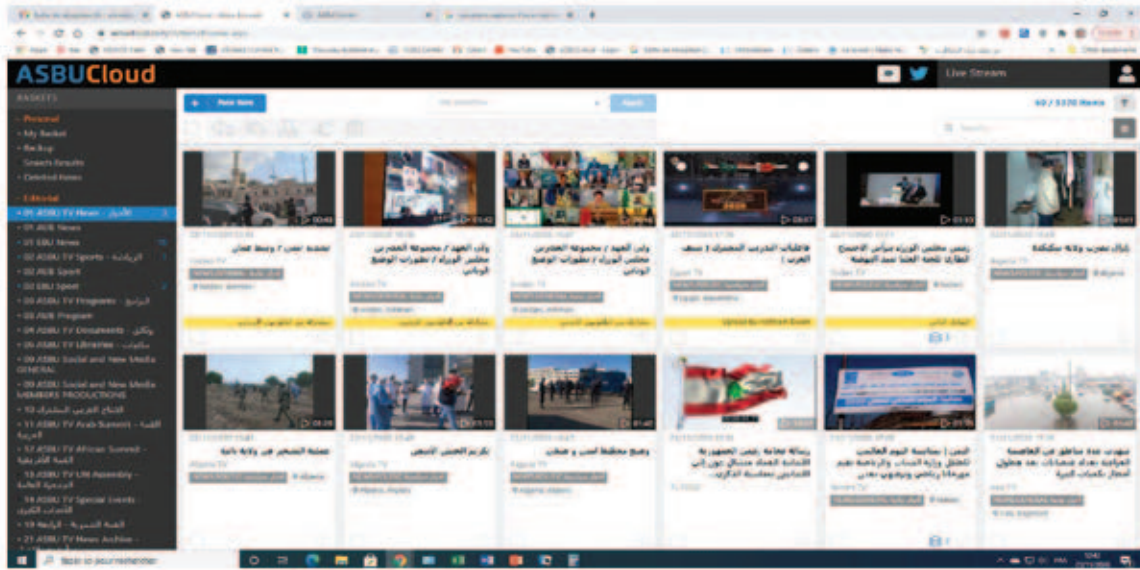
في هذا السياق، تأتي منصة الاتحاد السحابية (الأسبو كلوود) كنظام اتصالي يواكب أهمّ التطوّرات التي يعرفها المشهد الإعلامي وفي الأزمات يتمّ الوقوف على فعالية الوسيلة، حيث لعبت المنصة دورًا كبيرًا في عملية التبادل الإخباري اليومي بين الهيئات العربية، إذ بلغت نسبة الأخبار المتبادلة على الكلوود أكثر من 6800 خبر، من بين حجم أكثر من 14 ألف خبر، أي بنسبة 48 بالمائة من مجموع الأخبار المتبادلة.



وقد سمحت منصّة الاتحاد السحابية لمنسّقي الهيئات بالعمل من أيّ مكان، خاصة من البيوت بسهولة الولوج إليها، واستخدام كلّ الوسائط التي تتيحها، من بينها كتابة النص وإرسال الصورة على أيّ شكل كانت وتصنيف الخبر، وقد مكّنت الهيئات من إرسال مئات الأخبار ليلا بعد انتهاء الدوام، ممّا حافظ على أهميّة الخبر وأدبته، لاسيما الأخبار العاجلة الخاصة بكورونا والأخبار السياسية الهامّة، والاستفادة القصوى من المرونة العالية والفاعلية الكبيرة التي تقدّمها منصّة الاتحاد السحابية في العمليات اليومية التي يقوم بها المنسّقون، لتطوير ونشر خدمات البث وإدارة المحتوى بالسرعة القصوى على امتداد المنطقة العربية والعالم.



وتشمل هذه الخدمات في إنتاج كامل للفيديوهات بالكاميرات أو عبر الهاتف الجوّال وتوفير بيئة عمل مميّزة لخدمات البث، يتمّ ربطها جميعا بواسطة السحابة الإلكترونية، ومن شأن هذه الخدمات المبتكرة أن تمنح، ليس فقط حلولاً مرنة ومتطوّرة لعملية إدارة وتوصيل المحتوى للمستخدمين فحسب، وإنما سنسهم أيضاً في تفعيل العديد من الوظائف، بما في ذلك إدارة أصول وسائل الإعلام في السحابة الإلكترونية وعملية التحرير السحابي عالي الدقة وعملية الأرشفة الرقمية، وتصنيف الأخبار وإنشاء حسابات جديدة للإذاعات والتلفزيونات العربية والشركاء من الاتحادات، وإنشاء سلال جديدة وتنشيط خانة التفاعل بين الأعضاء،



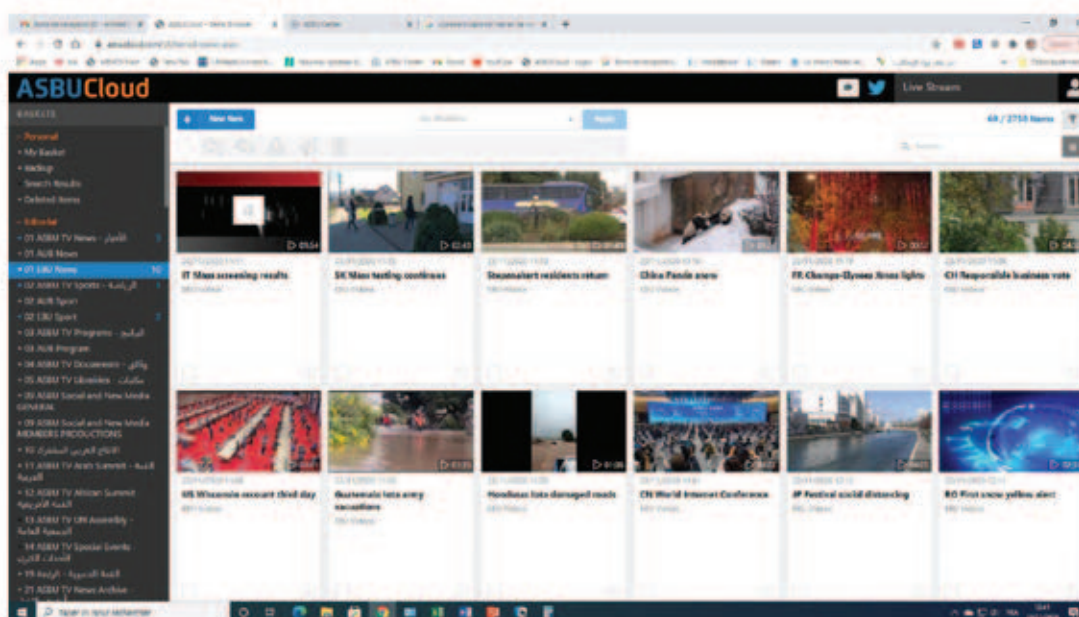
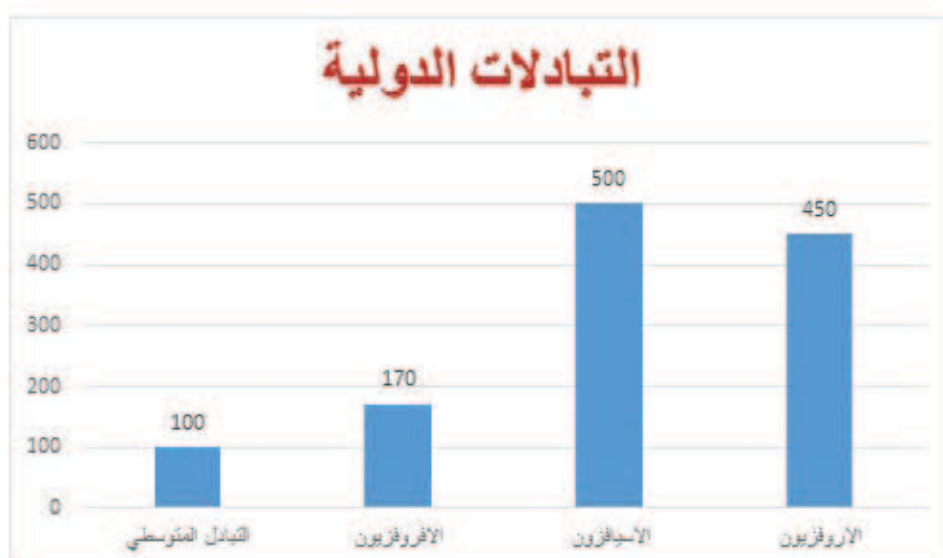
فقد أضحّت منصّة الاتحاد السحابية وسيلة اتصالية فعّالة لمختلف وسائل الإعلام العربية، بحكم الخدمات التي تقدّمها كخطوة إضافية كبيرة لقطاع الإعلام العربي، كما أنها باتت تساهم في تمكين محطات البث التلفزيوني ومطوّري المحتوى من تلبية المتطلّبات الجديدة الخاصة بمضمون البثّ، وتساهم أيضا في تحقيق رؤية وسائل الإعلام العربية المتطوّرة، فيما يتعلّق بالاعتماد على خدمات سحابية جيّدة وموثوقة، لأنّ الخدمات السحابية مستشكّلة مستقبل وسائل الإعلام الهادفة إلى تجويد عملياتها، ومن شأن منصّة الاتحاد أن تساهم في تحقيق أهداف الإعلام العربي المشترك، وتمكين وسائل الإعلام العربية بين قنوات إذاعية وتلفزيونية، من متابعة رحلة التحوّل الرقمي الذي عبر التقنيات المختلفة عالية الدقة والأكثر سهولة وسرعة وأمانا والأقلّ تكلفة اقتصادية.

### منصة الاتحاد تساهم في دعم أنظمة التبادل الدولية :

نقف هنا على الدور الإيجابي الذي لعبته وسائل الإعلام في زمن كورونا، من خلال نوعية المجتمعات بخطورة هذه الآفة، وانعكاس ذلك على الوعي العام لدى جميع شعوب العالم بخطورة الوباء، وأخذ الاحتياطات اللازمة للوقاية منه. كما أنّ وسائل التواصل الاجتماعي قامت بدور مهمّ بجانب وسائل الإعلام التقليدية، رغم انتشار الكثير من الإشاعات التي تعتمد إليها بعض تلك المنصّات الإلكترونية، وانعكاساتها السلبية على الحالة النفسية للمجتمعات. وقد طالت السلطات في مختلف دول العالم وسائل الإعلام التقليدية بالتركيز على الجانب التوعوي، والعمل على نشر الإرشادات وطرق الوقاية من الفيروس والتعامل مع الإصابات، خاصّة مع التطوّر الكبير الذي يشهده الفيروس في جميع مناطق المعمورة، رغم حالة الإشباع التي تشكّلت ومعلومات الجائحة وأرقام الإصابات، والتي تؤثّر بصورة كبيرة على الصحة النفسية للمجتمعات.

وفي هذا الخضمّ، وضمن التمشّي مع السياسة العامة لأنظمة التبادل الدولية، ولتعريف باقي شعوب العالم بما يجري في المنطقة العربية، قام المركز العربي لتبادل الأخبار عبر منصّته السحابية وعبر وسائل

أخرى باقتراح أكثر من 450 خبراً على تبادلات اليوزفزيون، و500 خبر على تبادلات الآسبافزيون، من بينها أكثر من 250 موضوعاً متعلقاً بجائحة كورونا، و17 بتاً مباشراً للمؤتمرات الصحافية المتعلقة بالوباء، من العراق ومصر والأردن وفلسطين والسعودية، وساهم المركز أيضاً بحوالي 170 موضوعاً في تبادلات الأفروفزيون، و100 موضوع على تبادلات المتوسطي. كما قام المركز بتمرير حوالي 10.000 خبر دولي متصل بالجائحة في العالم، خاصة من فرنسا وإيطاليا وإسبانيا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية في أيام الذروة، بحيث حرص المركز على توفير تغطية عربية ودولية شاملة لجائحة كورونا، رغم صعوبات الحجر الصحي وحظر التجوال وظروف العمل الصعبة، إلا أن الهيئات العربية أثبتت مرة أخرى حرصها على دوام الخدمة وتبوير الرأي العام العربي بهذا الوباء، وما خلفه من خسائر بشرية واقتصادية على البلدان العربية.





إنّ قرارات الإدارة العامة للاتحاد اليوم تتوقّف على المزايا التي توفّرها المنصّة السحابية، من جودة، وأيّّة وموثوقية، وحماية لفائدة الهيئات الأعضاء في الاتحاد وشركائه وطبيعتها وفق احتياجاتهم وقدرتهم على ما يريدونه، وقتما وحيثما يشاؤون، والأمر يتطلّب تطوير قدرات استيعاب المنصّة وتوسيع انتشارها وتجديدها كخدمة إضافية تسير التطوّرات التكنولوجية التي يشهدها الإعلام العالمي.

## 1 - بعد إطلاق الـ 5G... الجيل السادس يدق على الأبواب



في السادس من نوفمبر/تشرين الثاني 2020، فاجأت الصين العالم أجمع بإعلانها عن أول قمر صناعي يعمل بتقنية الجيل السادس «6G».

سمعنا قبيل إطلاق شبكة الجيل الخامس «5G» أنّ بإمكان المستخدم تنزيل فيلم كامل من شبكة نيغليبيكس خلال نوانٍ معدودة، لكن ربما يظنُّ البعض ضرباً من المبالغة إنَّ سمع أنّ باستطاعته تنزيل 142 فيلماً خلال ثانية واحدة أيضاً. نعم هذه ليست بالمبالغة ولا من الخيال، هذا ما سنحقِّقه شبكة الجيل السادس «6G».

جاء هذا الإعلان بينما لا يزال معظم العالم يستخدم الجيل الرابع، وبعض الدول الكبرى بدأت بالتحوّل إلى الجيل الخامس، وعلى الرغم من سخّ الأخبار عن كيفية عمل هذه التقنية، فإنَّ المختصين يدركون أنّ هذه التقنية ستغيّر كلَّ شيء من حولنا، والسبق فيها يعني السبق بكلِّ شيء.

### نظرة تاريخية:

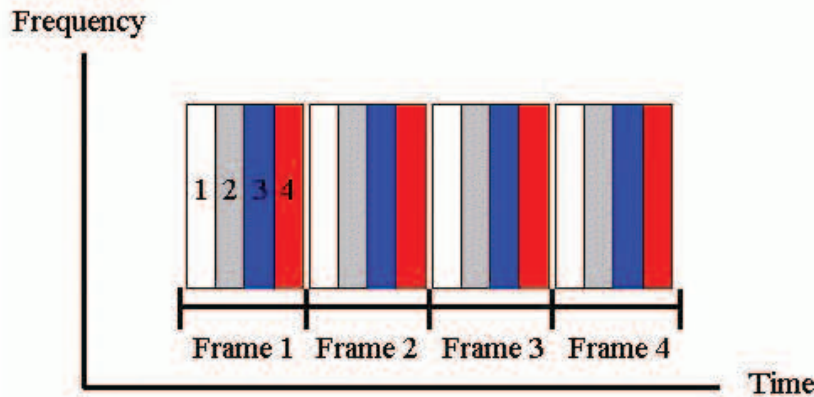
قبل بدء الحديث عن تقنية الجيل السادس، من الضروري التطرّق إلى الأجيال السابقة، وذلك لمعرفة الفرق بين هذه الأجيال، وفهم مدى التطوّر الذي حدث مع مرور السنين.

## الجيل الأول 1G

ظهر الجيل الأول للاتصالات في بداية الثمانينات من القرن الماضي، وهذا الجيل يعتمد على تقنية «Frequency Division Multiplexing-التقسيم الترددي المتعدد»، وتُعرف اختصارًا بـ «FDM» وتتعامل مع الإشارات التماثلية «Analog Signals» فقط، لذا كانت تُستعمل لنقل المكالمات الصوتية، ولا يمكن استعمالها لإرسال الرسائل، أو حتى استعمالها في شبكات الإنترنت.

## الجيل الثاني 2G

ظهر الجيل الثاني في بداية التسعينات، واعتمد هذا الجيل على تقنيات تتعامل مع الإشارات الرقمية، مثل تقنية التقسيم الزمني متعدد الوصول والتي تُعرف اختصارًا بـ «TDMA». وتعمل هذه التقنية بتقسيم التردد اللاسلكي إلى أجزاء زمنية، ثم تخصيص تلك الأجزاء لعدة مستخدمين. بهذه الطريقة؛ يمكن للتردد الواحد أن يدعم العديد من قنوات البيانات المتزامنة. فأُتاحت هذه التقنية للمستخدم خدمة الرسائل النصية القصيرة «SMS» والبريد الإلكتروني. ثم ظهرت تقنية «EDGE» التي تسمح بزيادة سعة البيانات أثناء الاتصال، ووصلت السرعة فيها إلى 473 Kbit/second، وبالتالي أُتاحت خدمات جديدة مثل رسائل الوسائط المتعددة «MMS» والإنترنت اللاسلكي.



من خلال تقنية TDMA، بإمكان عدد من الأشخاص استخدام نفس التردد، ولكن بفترات زمنية مختلفة.

## الجيل الثالث 3G

يعتبر هذا الجيل ثورة في مجال الاتصالات، نظرًا إلى السرعة العالية التي يقدّمها، مقارنةً بالأجيال السابقة، ويعتمد هذا الجيل على ما يسمّى بتقنية النظام العالمي للاتصالات اللاسلكية، وتُعرف اختصارًا بـ «UMTS» والتي تُوفّر خدمة الوصول إلى الإنترنت عبر الموبايل أو الأبتوب حتى خلال التجوال والسفر، وتصل سرعة نقل البيانات في هذا الجيل إلى ما يقارب 7.2 Mbps.

## الجيل الرابع 4G

يعتمد الجيل الرابع على معيار «التطوّر طويل الأمد-Long Term Evolution»، ويُعرف اختصارًا بـ«LTE»، وهو معيار من معايير الاتصالات اللاسلكية ذات النطاق العريض التي تعتمد على بروتوكول الإنترنت «IP»، وهي مصمّمة لتدعم وبشكل فعّال الاتصال المبي على حزم البيانات، بحيث يسمح بنقل كمّية أكبر من البيانات على شكل حزم، وهذا بدوره أدّى إلى مضاعفة سرعة الاتصالات والإنترنت إلى سرعات فائقة تصل إلى عشرين ضعف سرعة الجيل الثالث؛ إذ يمكن تحميل فيلم حجمه 1 جيجا في أقلّ من نصف دقيقة.



## الجيل الخامس 5G

من المتوقع أن تصل سرعات التحميل في شبكات الجيل الخامس إلى 1000 ضعف سرعة التحميل في شبكات الجيل الرابع، إذ سيتمّ تنزيل فيلم عالي الدقة بسعة 2 جيجابايت في أقلّ من 20 ثانية، بالمقارنة، سوف يستغرق تنزيل الفيلم نفسه على شبكة 4G ثلاث دقائق و20 ثانية.

### استخدامات ممكنة لشبكات الجيل الخامس:

• توفير ترجمة فورية لعدّة لغات في المؤتمرات عبر الهواتف الخلوية.

• يمكن للسيارات ذاتية القيادة تشغيل الأفلام والموسيقى وقراءة خرائط الطرق مباشرة عبر خدمة الحوسبة السحابية «Cloud Computing»، دون الحاجة إلى تنزيل تلك الأفلام وغيرها نظرًا إلى سرعة الاتصال الهائلة.

• يمكن تنزيل فيلم حجمه 8 جيجا بايت في غضون ستّ ثوان فقط.





## والآن، ماذا عن الجيل السادس 6G؟

شبكات الجيل السادس مازالت قيد البحث والدراسة، ومن السابق لأوانه التحدث عن 6G، ولكن إن كان البحث قد بدأ للتو، فيوجد ما يقارب عقدا من الزمان قبل ظهور هذه التقنية». هذا التوقع مناسب، إذا ما جرى القياس على الأجيال السابقة، تقنية 3G ظهرت في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، و4G في عام 2010، و5G في عام 2020، لذا فمن المعقول توقع 6G في عام 2030.

### ما هي الاستخدامات المتوقعة لـ6G؟

في حين أنّ التكنولوجيا التي نتوقع ظهورها وانتشارها بشكل كبير مع انطلاق شبكة 5G، مثل السيارات ذاتية القيادة والطائرات من دون طيار والمدن الذكية وأجهزة إنترنت الأشياء، فإنّ كلّ هذه الاستخدامات ستتحسّن بشكل أكبر باستخدام 6G.

لكن أهم استخدام متوقع لـ6G، هو تكامل أدمغة البشر مع أجهزة الكمبيوتر، وتحسين أنظمة التحكم باللمس بصفة كبيرة، وأشارت التقارير إلى أنّ عالم الخيال العلمي سيصبح حقيقة علمية، إذ أنّ السرعات التي تزيد على 100 جيجابت في الثانية يمكن أن تجعل الواجهات الحسية ممكنة وتبدو كأنها حقيقة واقعية، ربما يحدث ذلك من خلال النظارات الذكية أو العدسات اللاصقة.

## 2- شاشات العرض DisplayMonitorType

هي عبارة عن أجهزة عرض وإخراج البيانات المعالجة وتقديمها للمستخدم على شكل صور (Images) ونصوص (Texts) وفيديوهات (Videos) بحسب نوع المعلومات المدخلة، وتدعى هذه الأجهزة، أجهزة العرض المرئي الإلكتروني، وتشمل عددا كبيرا من التقنيات والأجهزة، ومنها شاشات التلفزيون وشاشات الكمبيوتر والإشارات الرقمية، ومعظم الشاشات المستخدمة في التقنيات الحديثة تمّ تطويرها منذ بداية



القرن العشرين، وظهر عدد كبير من الأنواع المختلفة لشاشات تقنيات العرض، ومنها شاشات LCD وشاشات LED وشاشات OLED وشاشات البلازما، وغيرها التي تختلف عن بعضها في قدرة السطوع، ودقة الشاشة والتباين و سطوع الألوان، ويتمّ في كلّ سنة تطوير تقنيات جديدة لتحسين أداء الشاشة وتطوير دقة عرضها، وسيتمّ توضيح الفرق بين LCD وLED.

## انواع شاشات العرض

[1] **شاشات HDTV**: وهي شاشات تلفزيونية عملاقة تستخدم غالبًا في الملاعب، وهي ذات دقة ودرجة وضوح عاليتين، وهي بعرض كبير جدًا، ورغم ذلك سماكتها 2.5 سم فقط، وهي باهظة الثمن جدًا.

[2] **شاشات OLED**: هذا النوع يحمل حواف LED، ولكن بتقنية مختلفة تمامًا عن شاشات الكريستال السائل، حيث يعتمد على أنّ كل بيكسل ينبعث ضوءه الخاص به، لذلك فإنّ هذا النوع يعطي ألوانا حقيقية تشبه البلازما تقريبًا.

[3] **شاشات QLED**: أيضًا شكل مختلف من شاشات الكريستال تشبه شاشات LCD ولكن طريقة الإضاءة، تعتمد على النقاط الكمومية (Quantum Dots) التي تصدر ضوءًا ملوّنًا عندما تُضرب بالضوء من الخلف، وينتقل الضوء عبر عدّة طبقات حتى يصل إلى سطح الشاشة.

[4] **شاشات البلازما**: وتتكوّن من خلايا، وكلّ ثلاث خلايا تمثّل الألوان الأساسية، تشكّل شاشة نقطية، تعتمد في إظهارها للضوء على الفسفور المتأين الذي يبطن الخلايا ويصدر ضوءًا عند تعرّضه للأشعة فوق بنفسجية عن طريق الشحنة، وهي شاشات عرض ذات جودة عالية تستخدم لأقراص DVD عالية الدقة.



## LCD vs LED

Whats the difference?

### الفرق بين LCD و LED

يوجد عدد من الفروقات والاختلافات بين تقنيات LCD و LED من حيث طرق التصنيع والدقة والتباين في الشاشات، فإنّ شاشات الكريستال السائل التي يرمز لها LCD تستخدم عددا من التقنيات التي تشابه مع تقنيات الثنائيات الباعثة للضوء، حيث إنّ كليهما يكون من طبقتين من الزجاج المستقطب وداخلها سائل يحجب ويمرر الضوء من خلاله، ويختلف LED عن LCD حيث إنّ LED يستخدم بكسل ملوّن يُدعى

الأضواء الفلورية، بينما شاشات LCD شاشات مضيئة والبكسل الملون يأتي خلف أو يحيط بها، وبذلك تكون شاشات LCD أنحف من شاشات LED، ويوجد عدد من الاختلافات بين تصنيع الشاشات والتكلفة وأسلوب الاستخدام، حيث تستخدم تقنية LCD في تصنيع الشاشات الطيبة وذات الدقة العالية، ولكن يبقى أساس صنع الشاشات من تقنية LED وتحسيناتها. ويتضمن الفرق بين LCD وLED وجود السمات المختلفة بينهما، حيث تتميز تقنية LED بتصميم نحيف وصور متباينة ومشرقة وخالية من الوميض وذات جودة صور عالية، وتكون ذات عمر طويل وتحمل أكثر، وهي ذات استهلاك للطاقة بشكل منخفض، ولكن تكلفتها عالية. وأما سمات تقنيات وشاشات LCD حدة الصورة التي تعرضها، حيث تعطي صوراً ذات دقة كبيرة وتعطي مستوى سطوع عالياً جداً، وهي ذات شكل مسطح ورفيع للغاية، والتي تعطي مظهراً جميلاً، وهي تستهلك طاقة بشكل منخفض للغاية وتنتج القليل من الحرارة، وتكلفتها عالية جداً، وهكذا يكون قد تم ذكر الفرق بين LCD وLED من حيث التقنية والتكنولوجيا ومن حيث السمات التي تظهر للمستخدم.

### 3- أجهزة تلفزيون 5G



تعتزم الشركات المختصة بتصنيع أجهزة تلفزيون 5G في العالم، من خلال تزويد أجهزة التلفزيون بوحدة 5G، بالإضافة إلى شاشة بدقة 8K، ويعني هذا أن أجهزة التلفزيون قادرة على استخدام شبكة الجيل الخامس لتزويد المحتوى، مثل مقاطع الفيديو 360 درجة، والتي يمكن للمشاهدين مشاهدتها في كل اتجاه، وبرامج الواقع الافتراضي، ومع ذلك، فإن هناك أسئلة حول مدى توفر النظام البيئي الأوسع لهذه الخدمات! ومن بين الفوائد المحتملة لأجهزة تلفزيون 5G حقيقة أنها لن تتطلب الألياف البصرية، أو صناديق الكابلات، التي تستوجبها خدمات البث عبر الكابلات التقليدية، أو خدمات البث الفضائي. ويمكن أن يعمل التلفزيون أيضاً كمركز توجيه إلى كافة الأجهزة الإلكترونية اللاسلكية الأخرى في المنزل؛ لتقديم محتوى الواقع الافتراضي لنظارات VR، ومقاطع فيديو عالية الدقة للهواتف، أو الأجهزة اللوحية. وفي الوقت ذاته، فإن دقة 8K الفائقة الوضوح تمثل شاشة التلفزيون الأكثر تطوراً في السوق، مع بيكسلات زيادة بمقدار 16 ضعفاً، مقارنة بدقة 1080 بيكسل القياسية.

## 4 - برامج المونتاج التلفزيوني



يعتبر المونتاج أو الـ Video Editing الركيزة الأساسية لأي مشروع إنتاج تلفزيوني أو سينمائي، وهو باختصار إعادة ترتيب اللقطات التي تمّ تصويرها في وقت سابق، وإزالة المشاهد والزوائد غير الضرورية، وإضافة المؤثرات الخاصة بواسطة أجهزة وبرامج.

وفيما يلي أنواع برامج المونتاج التلفزيوني المستخدمة:

### 1. VideoPad Video Editor

يحتوي هذا البرنامج على العديد من الأدوات التي نبحث عنها. سنجد مسار عمل الجدول الزمني المؤلف / لوحة العمل، إلى جانب الأدوات الأساسية الأخرى، مثل العناوين والاعتمادات والتأثيرات والانتقالات ومفتاح chroma (الشاشة الخضراء). يحتوي على بعض الأدوات المتقدمة التي تحتاجها لإنشاء فيديو مميز. سنحصل على مثبت فيديو لتهدئة اللقطات المهترئة وتوافق للقطات 4K من أحدث الكاميرات والتحرير ثلاثي الأبعاد وتتبع الحركة.



ولا يوجد في هذا البرنامج سمات أو قوالب. وسنحتاج إلى إنشاء كل مشروع من البداية، ليس جذابًا للمبتدئين. ويفتقر إلى منشئ فيديو تلقائي ومنشئ عرض شرائح، وهو أمر مفيد أيضًا للمبتدئين.

يفتقر إلى ميزات التحرير متعددة الكاميرات و 360 درجة التي سنجدها في البرامج الأكثر تكلفة. إذا كنا نريد أحدث التأثيرات والأدوات، فهذا ليس البرنامج المناسب لنا.

### 2. Filmora Video Editor



برنامج سهل التعامل، ويمكننا تحرير فيديو بسرعة فائقة وبدرجة كافية للجميع، يساعد المستخدمين الجدد في تعلّم الأساسيات وإنشاء مقاطع فيديو عالية الجودة. ويجعل من السهل تحويل مشروعنا إلى حقيقة واقعة. يمكن الوصول إلى كل الأدوات من النافذة الرئيسية للواجهة،

ويوفّر هذا البرنامج إمكانية الوصول إلى الأدوات، بدءًا من عمليات القطع والتقطيع الأساسية إلى الميزات المتقدّمة، مثل تحرير الصور في الصورة ودمج الصوت ومفتاح chroma وتقسيم الشاشة وتثبيت الفيديو وغير ذلك كثير...

يتفوّق Filmora في تعليم الناس استخدام هذه الأدوات، وأي شخص لديه صبر للتعلّم سيحدها مفيدة. لدى Filmora بعض من أفضل خيارات المشاركة للبرامج. عندما تنتهي من تحرير الفيديو الخاص بنا، يمكننا تصديره إلى ملف أو تحميله على YouTube أو حتى نسخ قرص DVD.

### 3. Adobe Premiere Elements

يعدّ هذا البرنامج من أفضل برامج المونتاج التي يمكننا من خلالها تنفيذ مشروعنا بشكل محترف. ويوفّر البرنامج طريقتين لإنشاء الفيديو:

الأولى ميزة التشذيب بسيطة. ما علينا سوى تحميل الفيديو الذي نريد قصّه وتحديد تركيز الفيديو (إجراء أو أشخاص). ثمّ يستخدم البرنامج تقنية القطع الذكية الخاصة به لإبراز أفضل أجزاء الفيديو الخاصة بنا وتقطيع الباقي.



الثانية، تحديد مقاطع فيديو متعددة وترتيبها وفقًا لما يسمّيه Adobe "خط المشهد"، وهو إصدار لتحرير لوحة العمل التقليدية، ويسمح لنا ترتيب المقاطع بسهولة وإضافة عناصر أساسية أخرى مثل الموسيقى والنص والانتقالات.

### 4. Magix



يعتبر هذا البرنامج من أفضل برامج المونتاج وجدول Magix الزمني من أفضل ميزاته.

يسمح لنا بوضع أي نوع من الوسائط على أي من مسارات التحرير الـ 200. وتشتمل تطبيقات تحرير الفيديو الأخرى الموجودة في البرنامج على مسارات مخصّصة للفيديو والصوت والصور والتأثيرات. ويستخدم في تحرير الخادم، حيث ينشئ البرنامج

نسخًا منخفضة الدقة من مقاطع الفيديو لاستخدامها أثناء عملية التحرير، ويعمل على تقليل الوقت الذي يستغرقه استيراد الفيديو وعرضه ومعاينته قبل تصديره. وعندما تنتهي من ذلك، تستخدم ملفات المصدر الأصلية لتصدير الفيديو النهائي.

## 5. Power Director



يعدّ من أفضل برامج المونتاج التي نستطيع استخدامها بكل سهولة، ويتميّز بواجهة يسيرة الاستخدام، والأدوات يمكن الوصول إليها بسهولة، سهل التعليم، ونقدر على فتح أقصى إمكانات البرنامج بيسر، إذا تعلّمنا كيفية استخدام الأدوات بشكل صحيح.

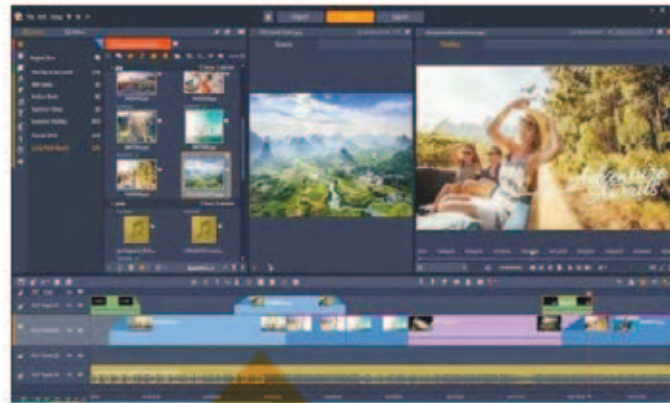
يحتوي على جدول زمني 99 مساراً، والذي يعطي براعة في إنتاج الفيديو، يمكننا إنشاء مقاطع فيديو بسيطة بسرعة، لا يجوز لنا أبداً تحرير فيلم زوائي مع هذا البرنامج.

## 6. Corel Video Studio Ultimate

يقدم برنامج Corel Video Studio Ultimate طريقة رائعة لتحرير الفيديو للمبتدئين، ويتميّز بواجهة سهلة الاستخدام مصممة جيداً، ويتّسم بتحرير متعدد الكاميرات، دعم فيديو 4K، دعم فيديو VR 360 درجة، مكتبة موسيقية والكثير من التأثيرات، كما أنه يتميّز بأسعار رمزية.



## 7. Cyber Link Power Director



يعتبر مناسباً لمحرّري الفيديو المبتدئين؛ وهو برنامج ممتاز لتحرير الفيديو، يقدم ميزات احترافية وعالية الجودة، دون ميزانية كبيرة. ويحتوي على العديد من أدوات التثبيت وتصحيح الفيديو والتأثيرات المهنية والتحرير متعدد الكاميرات، وتنوّع الحركة والتشذيب السهل المثير للدهشة.

تحرير فيديو بزوايا 360 درجة، إلى جانب دعم لجميع معايير الملقّات والتنسيقات التي يمكننا تحيّلها، ويوجد الكثير من برامج الفيديو التعليمية للمساعدة في التحرير.

## 8. Pinnacle Studio

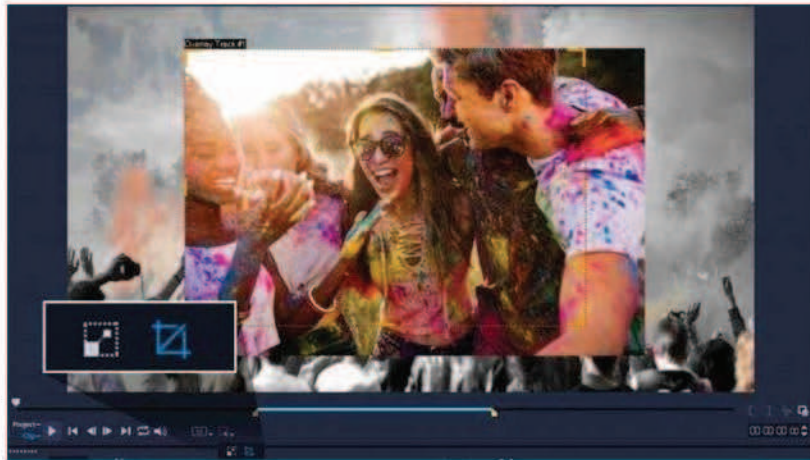
يعدّ من أفضل برامج المونتاج التلفزيوني، حيث يفيد الجدد في هذا المجال وأسعاره معقولة. سنحصل من خلاله على ما يفوق 1500 من التأثيرات والعناوين والقوالب، وتحرير الفيديو عالي الدقة بستة مسارات، وأدوات تلوين يدوية، وميزة مخصّصة لحركة التوقف، وإعادة تعيين الوقت، وغير ذلك ... لا يحتوي على مجموعة الميزات الكاملة التي يقدّمها البرنامج الآخر، لكنه مميّز للأشخاص الجدد.



## 9. Kine Master

مُتاح لأجهزة Android و iPhone و iPads، ويعدّ أفضل برنامج لتحرير مقاطع الفيديو لنظام Android، لأنه يتجاوز بكثير ما تتوقّعه من تطبيق جوّال.

وهو يقوم بتحرير طبقات متعددة، وإضافة خط اليد والشروح النصّية، ويحتوي على أربعة مسارات صوتية وتحرير دقيق على مستوى الإطار والإطار الفرعي، وبالإضافة إلى ذلك، فهو مجاني، لذا يستحقّ تنزيله وتجربته.



## بحوث المستمعين والمشاهدين وتحديات الثورة الاتصالية

### الأستاذ زهير الباسطي



ليس من قبيل الصدفة أن تشهد العديد من أقطارنا العربيّة، في السنوات الأخيرة، اهتمامًا متناميًا بدراسات جمهور المستمعين والمشاهدين.

فهذا الاهتمام الذي كان شبه منعدم في الستينات والسبعينات وحتى الثمانينات من القرن الماضي، رغم جهود مركز بحوث المستمعين والمشاهدين التابع لاتحاد إذاعات الدول العربية في بغداد، هو اليوم، في تناميّه، نتاج عدة عوامل متضافرة سنحاول في هذا المقال تبيانها، كما سنحاول استشراف آفاق تطوّر هذا الاهتمام في المستقبل على المدى القريب والمتوسط، والتحديات التي يواجهها هذا القطاع.

### تطوّر البث الفضائي والثورة الرقمية

لقد أثمرت جهود اللجنة العربية المشتركة لاستخدام الشبكة الفضائية العربية للإعلام والثقافة والتنمية التي كان اتحاد إذاعات الدول العربية يضطلع بأمانتها في الثمانينات وفي التسعينات، فورة للبثّ الفضائي العربي جعلت المتابعين يتحدثون عن ثورة في المشهد الاتصالي الإقليمي.



فبعد استئجار اتحاد إذاعات الدول العربية في 1 - 1 - 1990 القناة 23، وقد مثّل هذا الاستئجار منعرجًا في حياة «العرب سات» حيث كانت أوّل قناة قمرية تسخّر على مدار الساعة لخدمة تلفزيونية إقليمية جماعية مقابل مبلغ إجمالي مقطوع، كانت الخطوة الحاسمة الموائية وهي التي تمثّلت في استئجار تلفزيون مصر العربية سعة قمرية غزيرة الإشعاع على «عرب سات» وتخصيصها لبثّ برامج القناة الفضائية المصرية. وقد تزامنت تلك الخطوة الجريئة مع تحرك آخر شجاع: ففي الفترة ذاتها تقريباً رأينا المملكة العربية السعودية تستأجر هي الأخرى القناة القمرية الثانية في الخدمة «أس»، وذلك لبثّ برامج «مركز تلفزيون الشرق الأوسط» وهو أوّل محطة تلفزيونية عربية خاصة تقدم





على بتّ برنامج إقليمي بواسطة الساتل العربي. بعد ذلك سيشهد البتّ الفضائي في المنطقة العربية تطوّرًا سريعًا ومذهلاً، إن في عدد القنوات المتاحة للمشاهد العربي والناطقة باللغة العربية أو بلغات أجنبية، وإن في عدّد السواتل الناقلة لتلك القنوات. فقد جاء في تقرير اتحاد إذاعات الدول العربية عن البتّ الفضائي العربي لعام 2011 أنّ عدد الهيئات أو المؤسسات العربية التي تبّت أو تعيد بتّ قنوات فضائية 608 هيئات أو مؤسسات، منها 26 هيئة أو مؤسسة حكومية أو عموميّة، و582 مؤسسة من القطاع الخاص، وأنّ هذه الهيئات والمؤسسات تبّت أو تعيد بتّ 1069 قناة تلفزيونية، منها 109 قنوات حكومية أو عمومية، و960 قناة خاصة متعددة اللغات ومتنوّعة التخصّص.

ويبدو أنّ المشهد الاتصالي الإقليمي لا يختلف اليوم كثيرًا عمّا كان عليه الوضع في 2011، فأخّر الإحصاءات تقول إنّ العرض العربي الساتلي العمومي قد تقلّص ولم يتعدّ يمثّل أكثر من 13.5% من مجموع القنوات التي تبّت برامجها باللغة العربية، وبالتالي فإنّ 85.5% هي المؤسسات التي تبّت برامج ناطقة بالعربية على مؤسسات خاصة جُلّها عربية وبعضها أجنبية.



السّمة الأبرز التي ظلّت تميّز المشهد السمعي والبصري العربي هي استمرار هيمنة القنوات الفضائية على هذا المشهد واستمرار تكاثرها. وجلّ هذه القنوات قنوات خاصة مفتوحة أي غير مشفّرة، وهو ما يعني أنها تعتمد في تمويلها على مداخل الإعلان بالأساس أو يُفترض أنها كذلك.

ويفسّر المراقبون هذا التكاثر بعدّة عوامل، أبرزها إقبال المستثمرين الخواص ورأس المال العربي على الاستثمار في هذا المجال، مستفيدين ممّا توقّر إثر الثورات أو ما أُعتبر انتفاضات عربية من حرّيّة ومن مناخ مناسب لنشأة تعدّدية إعلامية وجد المال السياسي فيها مجالاً فسيحاً للتحرّك.



وتعدّد القنوات الرقميّة المنصّات الأسرع نموًا في المنطقة العربية. فلقد نما الإنفاق على الإعلان الرقمي في المنطقة بمعدّل سنوي مرّكب فاق مقداره 35% خلال الفترة من 2011 و2015 ليصل إلى ما يزيد عن 10% من إجمالي الإنفاق الإعلاني بحلول 2015. وحافظ الإنفاق على الإعلان التلفزيوني على حصته من مجموع الإنفاق على الإعلان الإعلامي، وتمثّل هذه الحصة 41% من مجموع الإنفاق الذي بلغ حسب تقارير نادي دبي، 5945 مليون دولار في 2015. وقد جاء في تقرير نادي دبي أيضًا أنّ معدل مشاهدة التلفزيون ارتفع بنسبة ضئيلة بين المشاهدين العرب من 10، 3 ساعات في 2009 إلى 11، 3 ساعة في 2012، وذلك رغم تطوّر المنصّات الرقمية وفق ما يشير إليه تحليل أجرته بحوث السوق في كلّ من مصر والمملكة العربية السعودية حول عادات متابعة التلفزيون. كما يشير التحليل ذاته إلى أنّ إيرادات قطاع التلفزيون المفتوح من الإعلانات أهمّ من اشتراكات التلفزيون المشفّر والمدفوع،

حيث يشكّل ربيع الإعلانات الحصة الأعلى من عائدات التلفزيون الإجمالية بنسبة بلغت 78% في عام 2011، في حين تمثّل اشتراكات التلفزيون المشفّر نسبة 22% من إجمالي عائدات القطاع، وقد وصل إلى ربيع عائدات القطاع في 2015.



ما يمكن استنتاجه من هذه المعطيات والأرقام :

- أنّ تطوّر البثّ الفضائيّ العربيّ الذي بدأ في سياق التوق إلى منافسة متكافئة مع إعلام أجنبي وافد كان يعدّ ضرباً من الغزو الثقافيّ، قد أفرز تعددية وتنوعاً لا يخلو من إيجابيات جمّة لا محالة.
- لكن دخول القطاع الخاص بقوة على الخط لتعديل كفة المنافسة مع الأجنبي قد أدى بسرعة إلى منافسة غير متكافئة بين قطاع خاص فيه كثير من العشوائية، وقطاع حكومي ظلّ يجهد في أن يصبح عمومياً في ظلّ أوضاع سياسية واقتصادية واجتماعية غير مستقرة خلقت الانتفاضات والثورات التي تعثرت في مسار الانتقال الديمقراطي.
- إنّ العديد من القنوات التي قدّمت للجمهور كقنوات خاصة قد تطوّرت سريعاً وتعاظم شأنها بفضل تمويلات حكومية غير مباشرة تغدق عليها بسخاء لغايات سياسية.
- ومع ذلك فجّل القنوات الخاصة، إنّ لم نقل كلّها، ظلّت تعتمد في تمويلها على مداخل الإعلان.
- ثمّ إنّ تكاثر القنوات على الصعيدين الإقليمي والوطني لم يكن متناسياً ولا متكافئاً مع حجم «الكعكة الإعلانية»، خاصة وأنّ الجزء الأكبر من هذه «الكعكة» مركّز على بعض الأسواق المهمّة دون غيرها.
- وهو ما جعل المنافسة على رفع نسب المشاهدة تشتدّ بصورة عشوائية شرسة في غياب يكاد يكون كلياً لتشريعات وضوابط تلتزم بحسن احترام أخلاقيات المهنة. ولقد اشتدّ هذا الوضع



تعقيداً بدخول المنصّات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي على الخط، مع ما تميّزت به هذه المنصّات والمواقع من أنية وسرعة في نقل الخبر ومن جدّة في إنتاج يتوفّر بكلفة زهيدة ومن تفاعلية. وكلّ هذه الميزات جعلتها أقرب إلى نفوس الشباب.

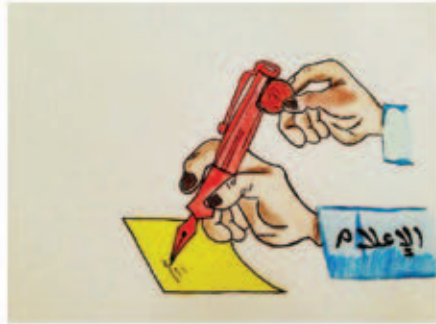
## الرهانات ومشكلات التطور

هذا المشهد الاتصالي، بما فيه من فوضى، اعتبرها البعض خلّاقة، وبمكوّناته المتكاملة حيناً، أو هي تجهد في أن تكون كذلك، والمتنافسة بل والمتناحرة أحياناً، قد حثّت في جُلّ الحالات اللجوء إلى دراسات الجمهور كضرورة تفرضها غايات تختلف باختلاف النفوس والمصالح.

على أنّ الغاية المعلنة تظلّ، طبعاً، تمكين مختلف مكوّنات المشهد الاتصالي من تطوير خدماتها، على نحو يراعي انتظارات الناس ويسمح لها بالتموّج تموقّعاً أفضل في المشهد الوطني والإقليمي الذي بات التموّج فيه عسيراً.

لكن محاولات إرساء تقاليد في مجال دراسات الجمهور وسبر الآراء وقيس نسب المشاهدة والاستماع، بتوجّي الموضوعيّة والصرامة العلميّة، تواجه جملة من التحديات الناجمة بالأساس عن حداثة عهد مجتمعاتنا بالممارسة الديمقراطية.

فالمال السياسي المقنّع الذي اكتسح تمويل بعض القنوات يمارس ضغوطات مالية على تلك القنوات حتى تمتنع عن المساهمة في تمويل مؤسسات البحث وسبر الآراء، ما لم تقبل هذه الأخيرة تعديل بعض النتائج والأرقام لصالحها.



وبعض الأطراف السياسيّة النافذة لا تتحرّج من ممارسة ضغوطاتها بوجه مكشوف ومباشر أحياناً.

يضاف إلى هذا وذاك، عدم قدرة الكثير من الجهات المستفيدة من نتائج الدراسات على دفع المقابل المجزي الذي يمكّن مكاتب الدراسات من الاستمرار في تسخير الإمكانيات الماديّة والبشريّة اللازمة لإنجاز سبر آراء الجمهور على النحو المطلوب علمياً. وهذا كثيراً ما يضطرّها إلى الاعتماد على التمويل المشبوه.

إنّ ضعف المال السياسي في الرأي العام، من خلال دعمه السخيّ لقنوات ومنصّات تتفنّع بقناع الاستقلالية المزعومة، وتسخر بدهاء لخدمة مصالح الجهات المموّلة، قد جعل اهتمام العديد من الحكومات بتحسين المرفق العمومي ينحسر تدريجياً. وهذا ما جعل دور المرفق العمومي يتضاءل بحكم ضعف إمكانياته وتدنّي مستوى خدماته، وهو الذي كان يُؤمّل أن يضطلع بدور البوصلة في مجال الحفاظ على المصداقية وعلى الحياد الموضوعي والإيجابي في إنارة الرأي العام وفي التثقيف، وفي الدفاع عن الجودة والصدق والموثوقية.

إنّ ضعف المرفق العمومي وعجزه المتفاقم عن الاضطلاع بدوره الحيوي، ودخول مواقع التواصل الاجتماعي بقوة على الخط، وغياب الهيئات التعديلية أو ضعفها، وقلة احترام النصوص التشريعيّة التي تضبط قواعد اللعبة، إنّ وُجدت، كلّها عوامل ساهمت في تكريس حالة الفوضى التي تميّز المشهد السمعي والبصري على الصعيد الإقليمي في العديد من أقطارنا.



يضاف إلى ذلك افتقار العديد من أقطارنا إلى نصوص تشريعية تنظم قطاع سير الأراء ودراسات المستمعين والمشاهدين، وإلى هيئات تعديلية تتولّى مراقبة المؤسسات البحثية والتأكد من حسن احترامها للمعايير العلميّة الموضوعية في إنجاز دراساتها.

وكنتيجة لكلّ العوامل التي ذكرنا، سنجد أنّ جلّ الدراسات تحاول أن تجاري التيار، وتتوخّى مقارنة تشجّع كلّ القنوات بشكل غير مباشر على البحث عن الإثارة التي تمكّن من ترفيع نسبة المشاهدة على حساب السعي الجادّ إلى الإفادة وإنارة الرأي العام والتثقيف وتحرير العقول.

وهذه معادلة قد باتت صعبة المنال، في ظلّ نظام اتصالي تكاد تكون غايته الأساسيّة بيع المشاهد إلى المعلن بكلّ السبل، حتى تلك التي لا تُحترم فيها أخلاقيات العمل الاتصالي. وهذه من المزالق الخطرة التي يتوجّب على المجتمعات حديثة العهد بالحرية والديمقراطية والتعددية التنبّه إليها، والمساعدة إلى اتخاذ الخطوات الإصلاحية الضرورية للتوقّي من مخاطرها.



## قراءة في «أزمة السمععي والبصري في تونس»

### الأستاذ عبد الحفيظ العرقام



«أزمة السمععي والبصري العمومي في تونس» عنوان مؤلف من منشورات الدار التونسية للكتاب أصدره مؤخراً ماهر عبد الرحمان ، الإعلامي التونسي والباحث والخبير المعتمد لدى منظمات مهنية عربية ودولية في مجال الإعلام السمععي والبصري.

إنّ ما حفّزنا على تقديم هذا المؤلف إقدام صاحبه - بالرغم من قلّة المصادر- على الخوض بعمق وتوسّع، ووفق منهجية علمية صارمة ، في مسألة لم تزل ، في رأينا ، القدر الكافي من اهتمام الباحثين والدارسين في المجال السمععي والبصري تونسيًا وعربيًا، ما عدا كتابات متناثرة صادرة هنا وهناك في عدد من الصحف والنشريات الأكاديمية المتخصصة منها مجلّة «الإذاعات العربية»، أو باستثناء مخرجات ندوات علمية أقيمت لا سيما في تونس في السنوات الأخيرة، مع تنامي الوعي بأهميّة

الإعلام السمععي والبصري العمومي وندوره في توطيد أسس الديمقراطية وحرية التعبير اللتين كانتا من أبرز ثمار ثورة 14 يناير 2011. وقد ساهم اتحاد إذاعات الدول العربية منذ قيام ما اصطلح على تسميته بـ«ثورات الربيع العربي» في التعريف بهذا المتصوّر (concept) الذي لم يألفه العالم العربي من قبل وفي الترويج للفلسفة التي يستند إليها، من حيث إنه مختلف تماما عن الإعلام الحكومي، السائد اليوم في المشهد الإذاعي والتلفزيوني العربي، إلى جانب القطاع الخاص.

وغنيّ عن البيان أنّ من أهمّ شروط المرفق العمومي في القطاع السمععي والبصري الاستقلالية التامة، على صعيد الخطّ التحريري، عن السلطة السياسية وعن أيّة تأثيرات مهما كان مصدرها من شأنها أن تخلّ بهذا المبدأ الأساسي.

ولئن تناول الكتاب بالدرس والتمحيص واقع الإعلام السمععي والبصري التونسي وألقى أضواء كاشفة على ما بان فيه من علل وهنات ومواطن تأزّم وانحدار، فإنه يرسم في حقيقة الأمر صورة تكاد تكون مطابقة لأوضاع معظم هيئات الإذاعة والتلفزيون العربية التي تواجه مشاكل متشابهة، منها انعدام الرؤية

الاستراتيجية تخطيطا وإنتاجا وبثا، وسوء الحوكمة فى مجال الموارد البشرية والمالية وتضخم عدد العاملين فيها، مما يجعل منها مؤسسات يطغى فيها الدور الاجتماعى على وظيفتها الإبداعية.

كما أن من دواعى تقديم الكتاب ما تضمنه من رؤى مجددة تنصهر ضمن خطة استراتيجية متكاملة للنهوض بالمرفق العمومى السمعى والبصرى التونسى، والتي يمكن أن تشكل خارطة طريق بالنسبة إلى بقية الهيئات العربية متى توفرت لدى القائمين على شؤونها الإرادة الراسخة فى وضعها على سكة التطوير والإصلاح.

وسنعرض فى هذا التقديم ملامح أزمة الإعلام السمعى والبصرى العمومى التونسى، كما شخصها ماهر عبد الرحمان وأبرز المقترحات التي خلص إليها فى سبيل إصلاحه، مع إبداء ملاحظات نقدية بشأنها.

يقع الكتاب فى 378 صفحة، وقد اتخذ شكل دراسة علمية سعى المؤلف من خلالها إلى عرض وتفكيك عينات من منظومات حوكمة القطاع السمعى والبصرى فى العالم وتحليلها اعتمادا على مراجع ووثائق أصلية وعلى آراء عدد من الخبراء، واستند فى تقديمه ونقده للمنظومة التونسية إلى استجابات مباشرة لمهنيين ميدانيين ومهتمين بالشأن الإعلامى بوجه عام وبالمجال السمعى والبصرى بوجه أخص.

وينقسم المؤلف إلى ثلاثة أجزاء وردت عناوينها كالتالى:

**الجزء الأول:** الإعلام السمعى والبصرى العمومى فى العالم وموقع الإعلام التونسى

**الجزء الثانى:** أسباب أزمة الحوكمة فى الإعلام السمعى والبصرى العمومى التونسى

**الجزء الثالث:** مشروع استراتيجى لإصلاح مؤسستى الإذاعة والتلفزة الوطنيتين بمقاربة الحوكمة الرشيدة.

تقوم المقاربة المنهجية لاستراتيجية إصلاح الإعلام والسمعى والبصرى العمومى فى تونس التي اعتمدها ماهر عبد الرحمان على عنصرين أساسيين:

أولهما: أن الإعلام السمعى والبصرى، ومع تطوّر أساليب وتقنيات الإنتاج والبثّ وانخراطه الكامل فى التكنولوجيات الرقمية، يشكل جزءا مما يُسمى «الاقتصاد الثقافى» وهو أحد فروع «الاقتصاد الإبداعى»، وثانيهما: أن بناء استراتيجيات الحوكمة لم يعد يخضع لقاعدة ثابتة واحدة فى علوم الإدارة، بل إن هذه القواعد والنماذج متغيرة حسب الأنظمة الاقتصادية والمرجعيات الإيديولوجية، وأنماط الإنتاج الخاصة بكلّ مجتمع، ونوعيّة النشاط الاقتصادى إلى درجة يمكن فيها لهذه القواعد، وكأغلب العلوم، أن تحصل فيها القطيعة مع منظومة متكاملة، لبناء أخرى أكثر استجابة للتطوّر المجتمعى وللنشاطات الإنتاجية.

## إعلام عمومى فى حالة اغتراب كامل عن وظيفتيّ البثّ والإنتاج

نظر الكاتب إلى حوكمة مؤسسات الإعلام العمومى فى تونس من زاوية هذين العنصرين ليجزم منذ البداية أن هذه الحوكمة «فاشلة بالكامل»، إذ هي «لا تأخذ فى الاعتبار برادىغمات الاقتصاد الإبداعى»... «تنطبق عليها أحكام نقد الأنظمة البيروقراطية» مما يجعل مؤسستى الإذاعة والتلفزة، فى تقديره، فى حالة اغتراب كامل عن وظيفتيهما الأساسيتين وهما الإنتاج والبثّ، معتبرا أن ارتباطهما بهاتين الوظيفتين ليس سوى ارتباط شكليّ لتبرير وجودهما.

لماذا اختار ماهر عبد الرحمان منهجيا أن يعرض منذ المقدّمة نتيجة تشخيصه لواقع الإعلام السمعي والبصري العمومي التونسي بدل إدراجها ضمن تمسّ تحليلي متدرّج مبنيّ على استنتاجات متتالية تتيح له في نهاية المطاف إطلاق حكم لهذا القطاع أو عليه؟ هل أراد بذلك أن يصدم القارئ من الوهلة الأولى بهذه الحقيقة المرّة حتّى ينساق وراءه في رحلة البحث عن مواطن الانحدار والسقوط في مسيرة القطاع السمعي والبصري العمومي التونسي؟

نعتقد أنّ المؤلّف رام فعلا إحداث هذه الصدمة في نفس القارئ، قبل أن ينطلق بعمق وثأّن في تشخيص الأدواء التي تنخر جسد الإعلام السمعي والبصري العمومي التونسي، ثمهدا لاقتراح وسائل العلاج.

يشير ماهر عبد الرحمان في البداية إلى أنّ وسائل الإعلام السمعي والبصري في تونس تحظى باستهلاك أكبر من وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، إذ يعتمد 83 بالمائة من التونسيين على التلفزيون لمتابعة الأخبار، ثم تأتي الإذاعة في المرتبة الثانية . ويقرّ 61 بالمائة من الجمهور بوثوقه المعلومات التي يتمّ نشرها بواسطة التلفزيون. ورغم أنّ الإعلام أصبح يستخدم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة واسعة ومتزايدة، فإنّ نسبة 40 بالمائة من الشباب لا تزال تُقبل على البرامج التلفزيونية مباشرة من البيت الأرضي أو الفضائي.



غير أنّ الكاتب يخبرنا أنّ الإعلام السمعي والبصري الخاصّ في تونس «يتفوّق على نظيره العمومي في استقطاب المشاهدين والمستمعين، وبفوارق كبيرة أحيانا، هذا رغم أنه، وفي فضاء ديمقراطيّ، يُفترض أن يكون الإعلام العمومي هو المؤهل لأن يوفّر برامج تشدّ الجمهور وتخدم المصلحة العامة أكثر من الإعلام الخاصّ الخاضع لسلطة رأس المال، والذي يُمكنُ التلاعب به والتأثير على مضامينه من قبل أصحاب المصالح السياسيّة والاقتصاديّة، ذلك رغم أنّ إمكانيّات مؤسّستيّ الإذاعة والتلفزة الوطنيّتين تفوق كلّ إمكانيّات القنوات الخاصّة مجتمعة من حيث الميزانيات السنويّة، وأعداد الموظّفين وما يتوقّر لديها من إمكانيّات لوجستيّة».

## تجارب مقارنة

مهّد ماهر عبد الرحمان لعملية الكشف عن علل الإعلام السمعي والبصري العمومي التونسي برسم بانوراما لنماذج عن هذا المرفق في فرنسا وبريطانيا (البلد الذي يعرفه المؤلّف جيدا، إذ عمل لعدّة سنوات في قناة MBC التي تُنخّذ من لندن مقرّا لها)، وإيطاليا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكيّة، وذلك من حيث

حكومته وتمويله وسياساته الإنتاجية والبرامجية. ويتجلى من خلال العرض سعة اطلاع الكاتب على أغوار القطاع الإذاعي والتلفزيوني وحرصه على البحث عن مصادر دقيقة باللغتين الفرنسية والإنجليزية يستقي منها المعلومات الضرورية. وقد تمثينا لو تضمن الكتاب -ولو باقتضاب - عرضا عن تجارب الهيئات الإذاعية والتلفزيونية في بلدان أوروبا الوسطى وأوروبا الشرقية التي خاضت بنجاح تجربة الانتقال، من هيئات كانت تحت سيطرة أنظمة استبدادية - قبل زوال الستار الحديدي الفاصل بين العالم الشيوعي والعالم الحرّ-

إلى هيئات عموميّة تعمل على تكريس أهداف الإعلام السمعي والبصري، وهي تجارب يمكن الاستئناس بها في إصلاح منظومة الإعلام السمعي والبصري العمومي في تونس وفي غيرها من البلدان العربية.



التلفزة المجرية



التلفزة البولندية

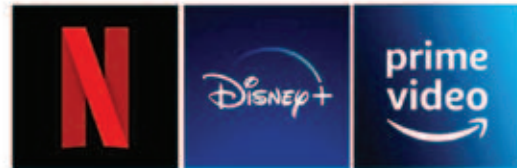
كما كان بإمكان المؤلف استعراض تجارب جديدة، في رأينا بالاهتمام، من خارج الفضائين الأوروبي والأمريكي، ولاسيما تجربة المرفق السمعي والبصري في كل من اليابان (NHK) وكوريا الجنوبية (KBS) وأستراليا التي توجد بها شبكتان عموميتان (ABC) و(CBS).

## التحديات الماثلة أمام المرفق السمعي والبصري العمومي

يرز الجزء الأول من الكتاب متانة العلاقة بين الجمهور في عدد من الدول الأوروبية وقنواته العمومية التي تصدّر أعلى ترتيب نسب المشاهدة ، إذ هي تحظى بثقة كبيرة خاصة فيما يتعلق بالمادة الإعلامية، غير أنّ استمرارية هذه القنوات تبقى ، حسب الكاتب، رهينة قدرته على الأخذ في الاعتبار التحولات العميقة الطارئة على النظام البيئي للإعلام السمعي والبصري Ecosysteme عموما وخصوصا كثرة المنافسات، وظهور قنوات «حسب الطلب» كـ Netflix وAmazon و Disney مما يستوجب من المرفق العمومي مسابقتها والعمل على أن يكون في قلب التطورات التكنولوجية.

وفي هذا الصدد يستشهد ماهر عبد الرحمان بأرقام سنة 2019 التي تثبت أنّ استقبال البثّ الإذاعي والتلفزيوني على أجهزة الحاسوب والألواح الإلكترونية والهواتف الذكية في تزايد مستمرّ، وأنّ المستقبل يسير أكثر باتجاه تحويل الاستقبال إلى الأجهزة «الذكية» بما فيها شاشات التلفزيون التقليدية في البيوت، بما يعطي الجمهور خيارات واسعة جدًا تُلهيه عن إعلامه العمومي. مع العلم أنّ هذه الخيارات تتحكم فيها وإلى حدّ بعيد الشركات التجارية التي تخلق هذه الحاجة لدى المستهلك من أجل تمرير رسائلها الإعلانية. فمن المتوّقع أن يفوز حجم

الاستثمارات في سوق الإعلانات المرافقة للبرامج التلفزيونية على الألواح الإلكترونية والهواتف الذكية في خمس دول من أوروبا الغربية (بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، إسبانيا وإيطاليا)، من 250 مليون أورو سنة 2016 إلى 795 مليون أورو في 2020، أي بمعدّل سنويّ يقارب الـ 140 بالمائة.







ومن الشروط الأخرى التي يتعيّن توفّرها - في نظر المؤلف - حتى يقدر الإعلام السمعي والبصري العمومي على مواجهة التحديات الماثلة أمامه :

- التفاعل المستمرّ مع الجمهور لسبر آرائه ومعرفة احتياجاته البرامجيّة، والاستجابة لهذه الاحتياجات بتصوّرات لبرامج توفّق بين هذه الاحتياجات وتستجيب لأهداف الخدمة العامّة المرسومة للمؤسسة الإعلاميّة، وإنتاجها وتقديمها بأشكال مبتكرة ومتميّزة في شكلها،
  - العمل على أن يكون الإعلام العموميّ صورة المجتمع بكلّ أطيافه، وفي كلّ جهات البلاد، والمعبر عن مشاغله، والحامل لآماله، والوسيلة التي تبلغ صوته وآرائه،
  - التطلّع إلى المستقبل لقراءة التغييرات في المجتمع والجيل المقبل، والتطوّرات المحتملة في مجال تكنولوجيات البثّ والإنتاج للتهيؤ لها،
  - التزامه الدائم بتطبيق طرق الحوكمة الأكثر تطوّرا وفعاليتّة، خاصّة وأنّ الإعلام السمعي والبصري معقّد في تسييره ومتفرّع جدّا في اختصاصاته الإداريّة والإنتاجيّة، وأنّ من واجبه أن يحسن التصرف الكامل في أموال الشعب لتقديم أفضل الخدمات الممكنة.
  - أن تبنى هذه الحوكمة على أسس تُراعي مبدأ الاستقلاليّة، حتّى يكون الإعلام العمومي قادرا على أداء وظائفه بدون تدخّلات سياسيّة أو من أيّة أطراف أخرى، وأن تشدّ قوانينه التنظيميّة الفعالية التشريعيّة حتّى لا يكون عرضة باستمرار للهزّات، كما هو الحال مثلا بالنسبة إلى الإعلام السمعي والبصري العمومي الفرنسي، مقارنة بالإعلام العمومي في بريطانيا.
- وئمة ، من وجهة نظرنا، شرط آخر لا يقلّ أهميّة عن الشروط الآتفة الذكر، وهو يتمثّل في قضية التمويل، إذ ما فتئت تنامي كلفة الإنتاج وأسعار البرامج وخاصّة حقوق بثّ الأحداث الرياضية، ممّا يتطلّب دوما من القنوات العمومية البحث عن طرق مجدّدة لتنمية الموارد الذاتية وعدم التعويل فقط على الأموال المتأتية من مساهمات العموم.



## تشخيص أدواء الإعلام العمومى والسمعى والبصرى فى تونس

يعزو ماهر عبد الرحمان عجز الإعلام السمعى والبصرى العمومى التونسى عن تجاوز وضعيته المتردية خلال العشر سنوات الأخيرة إلى أسباب عدّة أبرزها:

- \* فعود الحكومة عن تنظيم هذا القطاع على الرغم من مسؤوليته عنه،
- \* سعى الأحزاب، باعتبارها ممثلة لجزء من الشعب من خلال الانتخابات البرلمانية، إلى تأمين مشاركتها فيه،
- \* تدخل النقابات فى شأن القطاع، إلى حدّ جعلها تبدي الرأى فى التسميات وحتى المضامين أحيانا، إذ هي تعتبر نفسها حامية لاستقلالية الإعلام العمومى ولحقوق العاملين فيه،
- \* تجاوز الهيئة التعديلية للقطاع السمعى والبصرى لصلاحياتها، مستغلّة حقّها القانونى فى الرقابة والمشاركة فى الحوكمة وكذلك الفراغ الناشئ فى حوكمة الإعلام لتنافس على أدوار مجالس الإدارة، ما حمل بعض الخبراء على الاعتقاد بأنّ التصوّر المعتمد من قبل هذه الهيئة «يجعلها أقرب إلى منظمة مهنية» من «لجنة حكماء كما فى التجارب الأجنبية».



وكان من نتائج الصراع الذى تخوضه الهيئة للسيطرة على القطاع بالتحالف مع النقابات تجاهل التحرك الفعلى لإصلاح الإعلام السمعى والبصرى العمومى حتّى لا يكسب استقلاليته حقيقته، كما يفرضه مناخ الديمقراطية وحرية التعبير التى كرّسها الدستور الجديد الصادر فى يناير 2014.

- \* التخوف من استقلالية الإعلام السمعى والبصرى العمومى، وعدم اهتمام الأحزاب السياسية وخاصة منها التى هي فى السلطة، بإصلاح الإعلام السمعى والبصرى العمومى حتّى لا ينقلب، كما فى الدول الديمقراطية، إلى مراقب لعمل الحكومة وناقد لها. « فرغم المناخ الجديد الذى يشغل فيه الإعلام العمومى فإنّ السلطة بكلّ تفرعاتها، مازالت تعتقد أنّ الإعلام وخاصة التلفزيون، هو وسيلتها فى الحكم وفى الدعاية لمشاريعها وتوجهاتها».

## إرادة الإصلاح المفقودة

ويرى ماهر عبد الرحمان أنه يمكن الإقرار بأنّ انتفاء الحماسة لإصلاح هذا الإعلام مرده رفض تحصينه باستقلاليته ضدّ كلّ تدخل، سواء من السلطة السياسية أو النقابية أو الحزبية أو المالية، والحدّ من تدخل الهيئة التعديلية لإبعادها عن تفاصيل الحوكمة وتركها لمجلس إدارة متخصص. ويلاحظ المؤلّف أنّ الصراع بين السياسة والإعلام العمومى ليس حكرا على تونس فى وضعها الديمقراطى الجديد. فقد شهدت

أعرق الديمقراطيات مثل هذا الصراع ولا تزال. لكنّ الفارق الأساسي هو أنّ الإعلام العموميّ في تلك الدول الديمقراطية محصّن بالقوانين التي تحمي استقلاليتها، ولا تتمّ أيّة تعديلات على حوكمته إلاّ بعد نقاش تشاركيّ مفتوح، وليس بممارسات داخل المكاتب المغلقة.



وبلغت الكاتب النظر إلى عدم طرح موضوع إصلاح القطاع السمعي والبصري العموميّ ولا مرّة واحدة على النقاش في البرلمانات الثلاثة التي تمّ انتخابها بعد الثورة، «رغم مختلف الندوات والورشات التي انتظمت حول هذا الموضوع، واتصال العديد من الإعلاميين بأعضاء منتخبيّن في البرلمانات لتحسيسهم بأهميّة الإصلاح، حتّى يكون الإعلام رافدا هاما من روافد حرّية التعبير وحقّ المواطن في الإعلام. فقد تركت مؤسّسات الإذاعة

والتلفزة في تونس تُعانيان كمّا ضخما من المشاكل التي لا قدرة لها على حلّها بنفسها دون مساعدة من الدولة، وكأنّ الهدف هو إضعافها حتّى يسهل التحكم فيها. فليس هناك مبرّر آخر للتجاهل التام، وعلى مدى عشر سنوات، لوضعية الإعلام السمعي والبصري المأساويّة الذي لم تسع أيّ حكومة، ولا نادى أيّ حزب سياسيّ بإصلاحه حتّى على مستوى الخطاب».

ويؤكّد ماهر عبد الرحمان وجوب احترام كلّ السلط السياسيّة ومجموعات الضغط بأنواعها لاستقلاليّة مؤسّستيّ الإذاعة والتلفزة التونسية، حفاظا على مبدأ حرّية الإعلام وحقّ المواطن في إعلام حرّ ونزيه لا تُؤثّر فيه السلطة بالتوجيه أو التعتيم، ولا تُكَيّفه تدخّلات النقابات، ولا يقع تحت طائلة هيئة تعديليّة تعمل «كمنظمة مهنية». ويكون هذا الاحترام بعدم التدخّل في تنفيذ الأهداف التي تتضمّن جزءا من الخطّ التحريري، ولكنّ ذلك لا يعني، في رأيه، تخليّ الحكومات عن دورها في رعاية مؤسّسات الدولة وتنظيمها. ولا يسعنا إلاّ أن نشاطر رأي الكاتب في تأكّيده على أهميّة دور الدولة اليوم «في إعطاء الإعلام السمعي والبصري مسارا جديدا يُخرجه من بوتقة التخلف والعجز التي وسمت مسيرته لعقود طويلة»، فالدولة هي الطرف الوحيد القادر على إنجاز الإصلاح المنشود متى صحّ عزم القائمين على شؤونها على تحقيق هذه الغاية.

## أسباب سوء الحوكمة

يتناول ماهر عبد الرحمان في الجزء الثاني من الكتاب أسباب سوء الحوكمة في مؤسّستيّ الإذاعة والتلفزة التونسية، ممّا جعلهما تعيشان «أزمة عميقة في الإنتاج والبيت» هي أشبه بـ«حالة احتضار سريري وسط لا مبالاة عامّة» باستثناء موجات نقد توجّه إليها عبر شبكات التواصل الاجتماعيّ عند كلّ خطيأ.

وقد انعكس سوء الحوكمة سلبا على برمجة مؤسسة التلفزة التونسية، على الرغم من إبرامها (دون مؤسسة الإذاعة) عقد أهداف مع الهيئة التعديلية (الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعى والبصرى)، إذ عجزت المؤسسة عن تأمين إنتاج جيّد وبالقدر الكافى كان مصدره الأساسى الوكالة الوطنية للنهوض بالإنتاج السمعى والبصرى المحدثة في مايو 1997 قبل حلّها في يونيو 2007، بعد أن أثقلت بمصاريف ضخمة لا علاقة لها بالإنتاج



الدرامى أو الأصناف الإنتاجية الأخرى التي كانت تتطلب المرور عبر الوكالة. وقد كان كاتب هذه السطور هو من اقترح إحداث هذه الوكالة لما تولّى مهامّ مؤسسة الإذاعة والتلفزة التونسية من فبراير 1991 إلى مايو 1997 لتضطلع بثلاث وظائف: تتمثّل في تنفيذ الإنتاج وتسويق البرامج واقتنائها وبيع المساحات الإعلانية وذلك لحساب المؤسسة التي تربطها علاقة عضوية بها، إذ أنّ المدير العام للمؤسسة هو رئيس مجلس إدارة الوكالة. وتبيّن للجميع فيما بعد، أنّ حذف الوكالة كان مدخلا لاستئثار شركة «ككتوس» التابعة لصهر الرئيس بن علي بالنصيب الأوفر من الإنتاج في خرق سافر لقانون الصفقات العمومية، فضلا عن تجاوزات أخرى نضرت منها المؤسسة وشكّلت ملفّات فساد تعهّد بها القضاء بعد سقوط النظام.



وظلّت هذه القضايا تُجرّجُ أثارا نفسية على مسؤولي مؤسسة التلفزة التونسية لاحقا لعدم غلقها ونحوّفا من ردّات الفعل، خاصّة من فرع الجامعة العامّة للإعلام في المؤسسة (النقابة القطاعية)، والتي ترى في أيّة محاولات من الإدارة لتكليف الخواصّ بإنتاج بعض البرامج أو شرائها منهم، «شبهات فساد» جديدة، كما جاء ذلك في الكتاب. وقد أصاب ماهر عبد الرحمان

في تأكّيده أنه - في ظلّ المنافسات الشديدة داخليا وخارجيا- ليس بوسع أيّة مؤسسة بتّ تسعى إلى تقديم مادّة مُتميّزة، القيامُ بدورى الباتّ والمنتج بالكامل في الوقت نفسه مهما ارتفعت قيمة ميزاتيات إنتاجها وأعدادُ الموظّفين المشاركة فيه.

ويوضّح الكاتب أنّ التجربة أثبتت «أنّ التلفزة التونسية غير قادرة على القيام بمهامّ البتّ والإنتاج بالكامل». فقد وقعت في هذا الإشكال القديم الجديد منذ ثمانينات القرن الماضي، ما حدا بها إلى إيجاد ذراع خاصّة للإنتاج متمثّلة في الوكالة الوطنية للنهوض بالإنتاج السمعى والبصرى، أثرت المشهد الإذاعي والتلفزي بإنتاجات عديدة ومتنوّعة اشترك فيها العموميّ مع الخاصّ.

ثمّ وزعم الفساد الكبير، والتحليل الذي أدى إلى إغلاق الوكالة وتحويل مهامها لفائدة شركات أصحابها بن علي، فإنّ البرامج التي وفّرتها شركة كاكوتوس خلقت كمّاً كبيراً في الإنتاج لم تعرف التلفزة له مثيلاً في تاريخها.

ويشير الكاتب هنا مسألة جوهرية نوي تناولها بالتحليل في مقال قادم، لما لها من تأثير عميق في أداء القناة التلفزيونية وتوجهاتها البرمجية وفي الاقتصاد الإبداعي عموماً، وهي مسألة الفصل بين البثّ والإنتاج، فضلاً عن مسألة أخرى في غاية الخطورة وهي كيفية صياغة البرمجة في مؤسسات البثّ العمومي.

وفي هذا السياق، يشير ماهر عبد الرحمان إلى «حالة الضعف والتخبط التي عليها صناعة الشبكات البرمجية» في الإعلام السمعي والبصري العمومي في تونس» فهذه الشبكات، سواء منها الموسمية أو اليومية، لا تستجيب لآلية أهداف محدّدة، ولا لكراريس شروط، والتي هي الأهمّ في ضبط البرمجيات، ولا لمقاييس قانونية وعلمية يستند إليها المكلف بالبرمجة، ولا لسياسة إنتاجية بمعايير محدّدة، ولا لإنتاج واضح وكاف يمكن برمجته مسبقاً، ولا لتقييم داخليّ أو محاولة بحث عن صدى هذه البرامج لدى الجمهور».

نعنقد أنّ هذا التقييم لا يمكن في حقيقة الأمر أن ينسحب على قطاع الإذاعة العمومية بشقيها المركزي والجهوي، فعلى الرغم من كلّ الهنات ومواطن الضعف التي يشكو منها هذا القطاع، فإنّ أوضاعه لم تصل إلى هذا الحدّ من التدهور، إذ إنّ إنتاجه لم يتوقّف، وسبب ذلك هو أنّ الإذاعة جهاز



خفيف، ظروف العمل فيه أيسر بكثير من ظروف العمل في التلفزيون.

كما نقدر أنّ في حكم ماهر عبد الرحمن شيئاً من الغلو، حينما يؤكّد أنّ «الإنتاج يكاد يكون متوقّفاً كلياً في مؤسسة التلفزة التونسية، إلّا ما كان من الأستوديوهات المركزية، وذلك لعدم وجود سياسة واضحة لافتتاح البرامج من مؤسسات الإنتاج المستقلة، زعم التجربة الناجحة نسبياً لوكالة النهوض بالقطاع السمعي والبصري التي دامت حوالي عشر سنوات (1997 - 2007)، وأيضاً بسبب الخلل الكبير في توزيع الميزانيات، ما يترك مؤسسة التلفزة تضطرّ تحت ضغط الوقت والعجز عن الإنتاجات الكبيرة إلى



البحث السريع عن مضامين من إنتاج جهات خارجية». ولا شكّ أنه يقصد بذلك انقطاع إنتاج الأعمال الدرامية والأعمال الأخرى التي تتطلب إمكانيات مادية وتقنية ضخمة غير أننا نؤيّد ما ذهب إليه المؤلف في تأكيد أنه أنّ التلفزيون العمومي لا يمكن له أن يحسّن أدائه، وأن يرتقي إلى مستوى انتظارات الجمهور بالتحويل فقط على تأهيل العنصر البشري -على أهميته في عملية

الإصلاح- بل إن هذه العملية تتطلب استراتيجية متكاملة وخططا واضحة تستجيب لحاجيات التطوير حسب أهداف مرسومة مسبقا، وتمكّن الإعلام السمعى والبصرى العمومى من تدارك ما أصابه من خلل إنتاجى، سببه الإبقاء على الوسائط التى تشكل منها المنظومة القديمة القائمة على البروباغندا «مع سعى من الإعلاميين والمنتجين إلى تطعيمها بعنصر الحرية غير المقتننة ولا المقيّدة بأخلاقيات مهنية» وبالتالي لم يرتق المنتج، فى رأى الكاتب، إلى إعلام ديمقراطى يخدم المصلحة العامة ويلبى حقّ الجمهور فى إعلام حرّ ونزيه.

**ما هي إذن مقومات الاستراتيجية التى يقترحها ماهر عبد الرحمان لإصلاح الإعلام السمعى والبصرى العمومى فى تونس وإخراجه من «غرفة الإنعاش»؟**

## استراتيجية طموحة متكاملة الأبعاد

تفرّع اقتراحات الإصلاح إلى محاور أربعة وهى : الحوكمة القانونية والحوكمة الداخلية والهيئة التعديلية للسمعى والبصرى والإنتاج السمعى والبصرى.

### أ- الحوكمة القانونية :

ينادى الكاتب بسنّ قانون أساسى لحرية الإعلام والاتصال والتعبير والنفاد إلى المعلومة يفسّر ويتوسّع فى كلّ فصول الدستور الخاصة بهذه المبادئ، وينصّ على كلّ المعاهدات والبروتوكولات الدولية التى وقّعها تونس فى هذا المجال.

يتفرّع عن هذا القانون الأساسى قانون خاصّ بقطاع الإعلام السمعى والبصرى العمومى ينظّم مؤسّستى الإذاعة والتلفزة وأيّة مؤسّسة إذاعية أو تلفزية عمومية أخرى، وقانون آخر للهيئة التعديلية فى السمعى والبصرى.

ويجب أن تؤمّن المنظومة القانونية استقلالية المرفق العمومى حتّى يؤدّى رسالته الإعلامية بكلّ حياد.

ويقترح ماهر عبد الرحمان أن ينصّ القانون الخاصّ بالسمعى والبصرى العمومى خاصة، على إنشاء مؤسّسة بثّ واحدة تجمع الإعلام الإذاعى والتلفزيونى والإلكترونى، وتضمّ أيضا المؤسّسات المصادرة، وهى المؤسّسات التى كانت على ملك أفراد من أسرة بن علي. ولئن نتفهم دوافع الدعوة إلى دمج مؤسّسة الإذاعة ومؤسّسة التلفزة ، بعد أن تمّ الفصل بينهما فى سنة 2007 اعتبارا إلى التكامل بين الوسائط الإعلامية وسقوط الحدود بينها فى العهد الرقمى، فإننا لا نرى جدوى فى تحويل إذاعة شمس أ.ف.م وإذاعة الزيتونة المصادرتين إلى قناتين عموميتين. فهل أنّ القطاع العمومى المثقل بأعباء قنوات إذاعية وتلفزيونية متعدّدة فى حاجة فعلا إلى أن تضاف إليه قنوات أخرى؟ لذلك يجدر فى تقديرنا التفويت فىهما للقطاع الخاصّ، أو التفكير فى طريقة تتيح للعاملين فىهما امتلاك نسبة من رأس المال.

كما يقترح ماهر عبد الرحمان إحداث مجالس إدارة للإعلام السمعي والبصري العمومي توازي فيه نسبة الأعضاء المستقلين نسبة المداخل الذاتية للإعلام العمومي (على أساس تمثيل أصحاب المصلحة stake holders)، ويكون دورها أساسا في الدفاع عن مصالح المواطن والسهر على تقديم أجود الخدمات له، والتخطيط لعمل المؤسسة الإعلامية وتطويرها وإصلاحها، والمشاركة في تحديد أهدافها مع الحكومة، ومراقبة التنفيذ ومشاريع التطوير والبرامج وضبط الميزانيات وصرفها.

ويكون الأعضاء المستقلون من الشخصيات الوطنية المتنوعة في اختصاصاتها حسب الأهداف الإعلامية المراد تحقيقها، وذات معرفة بالمجال السمعي والبصري. ويتم اختيار الأعضاء من قبل الهيئة التعديلية (اعتبارا إلى أن الحكومة تُعين الجانب الذي يُمثل الدولة في المجالس).

ولا حاجة لأيّة أطراف أخرى في مجلس الإدارة غير المساهمين في الميزانيات السنوية (الجمهور والحكومة). يتم اختيار الأعضاء حسب مواصفات ينص عليها القانون، وعلى أساس الترشح الحرّ أو الترشيح لتأمين المساواة في الحظوظ للجميع بصفة ديمقراطية.

يتم اختيار رئيس مجلس الإدارة ونائب له بتصويت داخلي بين الأعضاء المنتخبين في المجلس (ولا يكون ممثلا للدولة)، ويكون لرئيس المجلس حضور بالمؤسسة لعدد من أيام الأسبوع. ويسأل رئيس مجلس الإدارة أمام البرلمان.

تكون المدّة النيابية لكل عضو بـ 6 سنوات، ويتم تجديد ثلث الأعضاء كلّ سنتين.

ويرى الكاتب ضرورة الفصل بين منصب رئيس مجلس الإدارة والمدير العامّ التنفيذي للمؤسسة، تفاديا لتضارب المصالح والمسؤوليات بين التنفيذ والرقابة.

وتأميننا لاستقلالية عمل المؤسسة الإعلامية، يتم اختيار المدير العامّ التنفيذي من قبل مجلس الإدارة على أساس الترشيحات الحرّة أو الترشيحات، وحسب مواصفات في الخبرة ينص عليها القانون.

ويصدر قرار تعيين المدير العامّ بأمر حكومي. يختار المدير العامّ التنفيذي فريقه من المديرين ويعرض تعيينهم على مصادقة مجلس الإدارة. ويضع المدير العامّ التنفيذي بمعية مجلس تنفيذي مخططات تنفيذ كلّ المشاريع والأهداف الإعلامية والبرامج وما تتطلبه من إمكانيات مادية وبشرية، ويحدّد مشاريع الميزانيات السنوية، بما يستجيب للخطة التي يضعها مجلس الإدارة ضمن الأهداف الإعلامية، ويعرضها عليه للمصادقة.

ويقترح ماهر عبد الرحمان من جهة أخرى إحداث مجالس تنفيذية في مؤسسات الإعلام العمومي السمعي والبصري، استجابة لمبادئ الحوكمة الرشيدة في توسيع دائرة القرار وتحميل المسؤوليات وتسهيل التواصل الداخلي.

ويعهد للمدير العام التنفيذي بتشكيل هذه المجالس من المديرين. ويمكن أن يكون بعض من أعضاء المجلس من غير المديرين، بما يراه المدير العام التنفيذي ضرورياً لأعمال المجلس التنفيذي. وينص القانون على المجالس التنفيذية وتركيبها ومهامها إلخ، وعلى شروط وآلية اختيار مديري القنوات والمديرين الأخرين.

كما يرى الكاتب ضرورة تحديد أهداف الخدمة الإعلامية وكراريس الإنتاج والبتّ في القانون المنظم للقطاع السمعي البصري العمومي، ثمّ تُفصّل في كرايس شروط الإنتاج والبتّ. وتُضبط هذه الأهداف بالاشتراك مع الحكومة، وتصادق عليها اللجنة المعنية بالإعلام في مجلس نواب الشعب.



تبدو هذه المقترحات في الظاهر منطقية، بل جريئة، وهي مستوحاة من تجارب رائدة لا سيما في بريطانيا، غير أنّ الواقع يفرض علينا الإقرار بأنه يصعب في الوضع التونسي الراهن الموسوم بالتأزم وعدم الاستقرار السياسي أن تجد هذه الاستراتيجية طريقها إلى التنفيذ، في صورة ما إذا أقرت من قبل كلّ الأطراف المعنية، سلطة تنفيذية وبرلمانا ونقابات ومجتمعاً مدنياً.

ويؤكد الكاتب ضرورة أن ينص القانون على مصادر التمويل العمومي وطرقه، وإعطاء صلاحية لمجلس إدارة المؤسسة، في إطار الحفاظ على مصالح المواطن الخاصة بالإعلام السمعي البصري العمومي، لمراقبة التمويل المتأني من الرسوم. وبالنظر إلى محدودية الموارد المالية الحالية، يرى وجوب إعادة النظر في آلية جمع الرسوم عن طريق فواتير استهلاك الكهرباء، والتفكير إمّا في دعم موارد أخرى، أو فرض رسوم على الاشتراكات في الإنترنت التي تسمح بمتابعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية، أو على استخدام أجهزة التقاط الأرقام الصناعية عند البيع. نعتقد أنّ الاستعاضة عن وسيلة استخلاص الرسوم المتبعة حالياً (فاتورة الكهرباء والغاز) لن تُؤدّي في حقيقة الأمر إلا إلى نقص في الموارد المالية للمرفق العمومي، فاعتماد السبل الأخرى المقترحة تتطلب وعياً عميقاً لدى المواطن بضرورة أداء واجبه تجاه هذا المرفق وإيماناً عميقاً بأهمية رسالته.

وضمامنا للمرونة في التصرف، وهو أمر حيوي في رأينا، يقترح ماهر عبد الرحمان ضرورة تمتيع مؤسسات الإعلام السمعي البصري العمومي بنظام التصرف الذاتي، سواء في الميزانيات أو في التوظيف، فضلاً عن تغيير نظام الصّفقات العموميّة لتصبح هذه الصّفقات من أنظار مجلس الإدارة، على أن يخضع التصرف المالي والبشري في المؤسسة الإعلامية العموميّة لمراقبة محكمة المحاسبات.



ومن ناحية أخرى يقترح الكاتب أن تكون عقود الأهداف خماسية، وأن تنصّ على الأهداف التي تمّ وضعها بين الحكومة والمؤسسة الإعلامية، والواردة في القانون المنظم لقطاع السمع البصري العمومي. وتتضمن العقود ما تتطلبه ترجمة الأهداف إلى خدمة عامة في مجال الإعلام السمع البصري من إمكانيات مادية وبشرية تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، ويمكن محاسبتها على مستوى مجلس نواب الشعب على مدى هذا الالتزام ونتائج التنفيذ.

وتنصّ العقود على التزامات الحكومة إزاء تمويل المؤسسة الإعلامية وأية التزامات أخرى لمساعدتها على أداء مهامها. وتعرض عقود الأهداف والإمكانيات على هيئة الاتصال السمع البصري لإبداء الرأي، ثمّ تُعرض على مصادقة البرلمان الذي يحقّ له مساءلة الحكومة والمؤسسة الإعلامية عن أيّ خلل في احترام بنود العقد. وبخصوص البتّ، يرى ماهر عبد الرحمان ضرورة أن يكون للإعلام العمومي نصيب خاصّ به في مخطّط البتّ، حتّى لا يختلط مع القنوات التجارية، مع إعفائه من نظام الإجازات، إذ يخضع فقط لتصريح لدى السّلط المختصة، مع إعلام الهيئة التعديلية في إطار ما نصّ عليه الدستور من «واجب الاستشارة» لا غير.

### ب إصلاح الحوكمة الداخليّة

يدعو ماهر عبد الرحمان إلى **اعتماد مبادئ الحوكمة الرشيدة**، من حيث إقرار المساءلة والشفافية في التصرف الإداري والمالي، ودمقرطة أخذ القرار والالتزام بعدم التمييز بكلّ أنواعه وبمبادئ الحياد والمساواة وتأمين الديمومة للإصلاح

علاوة على إجراء تدقيق يشمل القنوات الإذاعيّة والتلفزيّة العموميّة الحاليّة من حيث أدائها وعددها، واتخاذ قرارات جريئة بشأن استمرارها، أو تغيير اختصاصها، أو دعمها، مع الأخذ في الاعتبار الإمكانيات المتوفّرة، ونسب الاستماع والمشاهدة.

**وفي مجال الموارد البشرية**، ينبغي، في نظر الكاتب، أن يكون الإصلاح على ثلاثة مستويات وهي: إعادة النظر في طرق الانتدابات وإعادة التأهيل والتدريب ومراجعة نظام تقييم الأداء.

وفيما يتعلّق **بالإدارة المالية**، يبرز المؤلّف ضرورة أن يتّبع النظام الإداري الحالي في مؤسستي الإذاعة والتلفزة نهج التصرف المصغّر في الميزانيات *Micro budgétisation*، حتّى يمكن القيام بالمحاسبة التحليلية ومعرفة كلفة كلّ قناة وأيضا كلّ برنامج، وإعداد مشاريع الموازنات السنوية باعتماد المحاسبة التراكمية للمصاريف الحقيقيّة لكلّ إدارة وقسم، وتدريب جميع المديرين على ضبط مشاريع الميزانيات المصغّرة لتحمل مسؤوليتهم في صرفها لاحقاً.

ويرى ماهر عبد الرحمان أنّ تنفيذ هذه الاستراتيجيّة يتطلّب دعماً خارجياً في اختصاصات دقيقة، ومرافقة من قبل الأخصائيين في المجال أثناء مراحل التنفيذ، خاصّة من حيث:

- تدريب المديرين على فنّ القيادة والتواصل،
- إجراء تشخيص داخلى لدراسة السلوك التنظيمى ودعم ثقافة المؤسسة وتوحيد الموظفين حول قيم مشتركة،
- وضع خطة متكاملة لإعادة هيكلة الموارد البشرية وتحديد الحاجيات للتدريبات المهنية الخاصة،
- إصلاح نظام الاتصال الداخلى لتعزيز وضمان استدامة ثقافة المؤسسة وضمان التطوير المستمر للمهارات.

### ج- الهيئة التعديلية للسمعى والبصرى

يقترح الكاتب فى هذا المجال ما يلى:

- أن تكون صلاحياتها مطابقة لواقع الإعلام السمعى والبصرى والإمكانيات والمهارات المتاحة، وينصبّ التعديل على تنظيم القنوات الخاصة أكثر منه الإعلام العمومى،
- أن تكون الطرف الأهمّ فى اختيار أعضاء مجلس الإدارة المستقلين للإعلام العمومى،
- أن تكون علاقتها مع الإعلام العمومى فى مراقبة احترامه للقوانين، وخاصة كرايسه للبثّ وعقود الإمكانيات والأهداف،
- أن يكون من دورها التخطيط والإجازات بمقاربة اقتصادية ،
- أن يصبح إسناد الإجازات بناء على مزايدة بين المترشّحين على ما يتوفّر من تردّات إذاعية وتلفزيونية، وليس فقط على أساس الجدوى الاقتصادية للمؤسسة الطالبة، بل وأيضاً حسب حاجة البلاد إلى قنوات جديدة مع تنوع الاختصاص،
- أن تفرض بأرقام واضحة وحدود دنيا على كلّ مؤسسات البثّ العمومية والخاصة نسب الإنتاج الثقافى والسمعى والبصرى الوطنى.

وهذه المقترحات جدّ وحيهة فى تقديرنا، وهي من شأنها أن تصحّح الدور الموكول إلى هذه الهيئة.

### د- إحداث جهاز للإنتاج السمعى والبصرى

- يقترح ماهر عبد الرحمان إحداث جهاز للإنتاج السمعى والبصرى يكون دوره توفير المضامين لمؤسسة البثّ بمقاربة جديدة ، مع تشجيع الباعثين الشبان ومراجعة آليات دعم مؤسسات الإنتاج الخاصّ، بما يساعد على إرساء صناعة وطنية قوية فى المجال السمعى والبصرى.
- وإننا لا نرى ضرورة لإحداث مثل هذا الجهاز. وقد أثبتت التجارب عدم جدوى هذا الخيار، وأحسن دليل على ذلك الشركة الفرنسية للإنتاج التى اضطرتّ الحكومة إلى التفويت فيها للقطاع

الخاصّ للتخلّص من أعبائها المالية الثقيلة. والحلّ الأفضل في نظرنا يكمن في انفتاح المرفق السمعي والبصري العمومي على الإنتاج الخاصّ وفق كراسيات شروط واضحة تحدّد واجبات كلّ طرف وحقوقه، واللجوء إلى منتجين منقّدين لإنجاز أعمال ضخمة لا سيّما الدرامية منها.

تبدو الاستراتيجية المقترحة في الظاهر منطقية بل جريئة وهي مستوحاة من تجارب رائدة لا سيما في بريطانيا، غير أنّ الواقع يفرض علينا الإقرار بأنه يصعب في ظلّ الوضع الاقتصادي والاجتماعي القائم حاليا في تونس والموسوم بالتأزم وعدم الاستقرار السياسي، أن تجد هذه الاستراتيجية طريقها إلى التنفيذ إذا ما أقرّت من قبل كلّ الأطراف المعنية، سلطة تنفيذية وبرلمانا ونقابات ومجتمعاً مدنياً. فيلّي جانب الإرادة في الإصلاح التي يجب أن تحدو الأطراف كافة، يتعيّن إيجاد الموارد المالية اللازمة لإعادة هيكلة القطاع السمعي والبصري العمومي وتطويره، من خلال خطة تنجز على مراحل ويشرف عليها فريق من الخبراء تعمل بالتعاون مع الهيئة التعديلية.

لا نجانب الصواب إذا قلنا، إنّ هذا الكتاب يعدّ دراسة علمية مرجعية، موسومة بالصرامة المنهجية وموثّقة توثيقاً يدلّ على اتّساع دائرة اطلاع صاحبه وإلمامه بمختلف قضايا المجال السمعي والبصري ، ولعلّه الكتاب الأول من نوعه الذي يتناول بمثل هذا العمق واقع القطاع الإذاعي والتلفزيوني العمومي في تونس، منظور إليه من زاوية بعض التجارب المقارنة في العالم. الدراسة صريحة فزع يُطلقها ماهر عبد الرحمان أمام تردّي أوضاع هذا القطاع، ووصفة لعلاج عله بعد تشخيص دقيق لحالته. فأيّ صدى ستلقاه لدى كلّ الأطراف المعنية بشؤون الإعلام السمعي والبصري العمومي، من سلطة تنفيذية وبرلمان ومهنيين وهيئة تعديلية ومجتمع مدني؟ وهل سيكون نداء الاستغاثة هذا حافزا لهذه الأطراف كلّها من أجل إنقاذه ما يمكن إنقاذه، أم أنّ دار لقمان ستبقى على حالها؟

من الناحية الأكاديمية، نأمل أن يجد هذا الكتاب القيم اهتماما واسعا لدى جمهور الباحثين والطلبة والمهنيين في العالم العربي، ويشكّل مدخلا لاستنباط حلول لمشاكل الإعلام السمعي والبصري العمومي/ الحكومي في منطقتنا، وهي مشاكل متشابهة، إنّ لم تكن مشتركة في غالب الأحيان.

## الحركات الإرهابية ماذا تفضل؟ التلفزيون أم السوشيل ميديا؟

دوافع تعرض واستخدام الجماعات المتطرفة للفضائيات

ومواقع التواصل الاجتماعي

أ.د. عماد طاهر محمد

عميد كلية الإعلام - جامعة بغداد



ثمة قصور واضح في الخطاب الإعلامي الموجه ضد التنظيمات الإرهابية، سواء على المستوى الجهوي داخل البلد الواحد أحيانا، أو على صعيد البلدان العربية عموما، ويتجلى هذا القصور بتشظي الخطاب نتيجة إلى المرجعيات الفكرية والعقائدية والمالية المختلفة، وضبابية الأهداف والرؤى ضد عدو مشترك.. يحارب الجميع، ولا يعاديه الجميع لأسباب مختلفة، بعضها مهنية، وبعضها الأخر إيدولوجية. إنَّ عدم وجود خطاب إعلامي مشترك يستند إلى ثوابت معيَّنة، وسطحية الخطاب على مستوى البلد الواحد، وابتعاده عن القضايا الحساسة التي تتعلق بالفكر العقائدي للتنظيمات المتطرفة، وانفصامه عن الواقع اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا، وتعاطيه مع موضوعات غير جوهرية.. كلُّها أسباب أنتجت قصورا واضحا في هذا الخطاب، فضلا عن لجوئه إلى التقليد والمحاكاة، وعدم قدرته على الإبداع والابتكار، وضعف الموارد البشرية والمالية، واقتناره إلى القيادات الإعلامية الخيرة في العديد من وسائل الإعلام.

بالمقابل ماهي نظرة عناصر التنظيمات الإرهابية إلى هذا الخطاب؟ كيف يتفاعلون معه؟ وماذا يفصلون؟ ماهي دوافعهم وأسباب تعرّضهم للتلفزيون أو استخدامهم للمواقع الإلكترونية؟ وماهي الإشباعات المتحقّقة من وراء ذلك؟

استفهامات كبيرة تبحث عن إجابات ناجعة للوقوف على رؤية الجماعات المتطرّفة لما تطرحه وسائل الإعلام من مضامين يومية متنوّعة.. معرفتها والاطلاع على تفاصيلها تُفضي بالتأكيد إلى دلالات علمية دقيقة وعميقة لدى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة، تؤشّر لديهم حاجات التنظيمات الإرهابية بشكل حقيقي، ومن ثمّ صياغة وصناعة رسائل إعلامية معيّنة تُصيب الهدف.. وتحقّق الأثر.

فالتلفزيون يعدّ واحداً من الوسائل الإعلامية الأكثر أثراً في سلوكية واتجاهات الأفراد وقيمهم ومثلهم الاجتماعية، فهو يجمع بين الوسائل المباشرة وغير المباشرة، المرئية والسمعية، وأقرب إلى التفاعل الاجتماعي الإنساني من وسائل أخرى، وفي ضوء هذه الأهمية، فهو من القنوات الفكرية المهمّة، بما له من تأثير واضح في سلوكية واتجاه أفراد الجمهور بشكل عام، والذين يعيشون تحت ظروف خاصة ويسعون إلى تحقيق أهداف محدّدة ترتبط بتوجّهاتهم العقائدية بشكل خاص. «1»

إنّ الأفراد يعتمدون على التلفزيون، بكونه مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، حيث يسعى الفرد إلى تحقيق هدفه في تأييد حقّه بامتلاك المعلومات والمعرفة، لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة في حياته اليومية، كما أنه يحتاج إلى التسلية والترفيه كههدف آخر في الوقت نفسه، إلا أنّ الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد الرسائل الإعلامية التي يبثّها التلفزيون، ولكنهم يستطيعون تشخيص وتحديد ما لم يبثّه من رسائل، لأنّ التلفزيون يحدّد ما يبثّ أو لا يبثّ، بناء على العلاقة الدائرية بينه وبين الأفراد المتلقّين، مثلها مثل النظم الاجتماعية. ويمكن ملاحظة تطوير هذه العلاقة مع وسائل الإعلام عن طريق تأثير الخصائص والسّمات الفردية والاجتماعية فيها. «2»

وفي دراسة أجريتها «3» على عيّنة من المُدّانين من تنظيم القاعدة في العراق (تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام فيما بعد) سنة 2015 حول دوافع تعرّضهم إلى التلفزيون، تبين أنّ المستوى العلمي لمعظم المبحوثين متدنّ جداً، حيث لا يعرف العديد منهم القراءة والكتابة، فيما حصل عدد آخر على الشهادة الابتدائية بنسبة كبيرة، الأمر الذي يفسّر التحاق هؤلاء بالتنظيم، حيث يسهل عليه أدلجتهم وكسبهم بطروحاته المتطرّفة، بسبب فقرهم المدقع على الصعيد المعرفي، ممّا يؤشّر لدى صنّاع الخطاب الإعلامي نوع ومستوى الجمهور الذي يتوجّه إليه بالرسائل.

» **التلفزيون يعد واحداً من الوسائل الإعلامية الأكثر أثراً في سلوكية**

**واتجاهات الأفراد وقيمهم ومثلهم الاجتماعية، فهو يجمع**

**بين الوسائل المباشرة وغير المباشرة، المرئية والسمعية، وأقرب**

**إلى التفاعل الاجتماعي الإنساني من وسائل أخرى** «

وأكدت النتائج حرص نسبة كبير من أعضاء التنظيم على متابعة برامج التلفزيون، حيث تحقّق هذه الوسيلة العديد من الغايات والأهداف، إذ تتيح لعناصر التنظيم الحصول على المعلومات، وتوفّر لهم فرصة الترفيه والتسلية والإمتاع، إذ يعيشون دائما في عزلة عن الناس. بسبب طبيعة أعمالهم الخارجة عن القانون.

وأشارت النتائج إلى أنّ القنوات العراقية هي الخيار الأمثل لمعظم المبحوثين في العيّنة، وذلك لوجود عنصر القرب من الأحداث التي تجري، ويحرصون على متابعتها، باعتبارها تتعلق بالبلد الذي تجري فيه عملياتهم العسكرية، حيث توفر هذه القنوات تغطية شاملة ومتنوّعة للأحداث اليومية، فضلا عن الأبعاد والتحليلات والتفاعل الرسمي والشعبي معها، فيما حظيت القنوات العربية بنسبة أقل، كونها لا تُفرد مساحة لتغطية الأحداث المحليّة بشكل يوازي القنوات العراقية، فضلا عمّا تحمله هذه الأخيرة من برامج مختلفة تستهوي هؤلاء، كونها تتمتع بالخصوصية الجهوية.

وتبين أيضا أنّ عناصر تنظيم القاعدة كانوا حريصين على التعرّض إلى البرامج السياسية والرياضية والمنوّعات والدينية ونشرات الأخبار بشكل يكاد يكون متقاربا، وهي تعبّر عموما عن اهتماماتهم في متابعة الشأن المحليّ عبر البرامج السياسية، ونشرات الأخبار، والتعرّض إلى الترفيه عن طريق البرامج الرياضية والمنوّعات، ومواصلة التثقيف الديني عبر البرامج الدينية كجزء مهمّ من تكوينهم العقائدي، كونهم تنظيما إسلاميا يؤمن بالفكر المتطرّف.

وأكدت نتائج الدراسة أنّ الأوقات التي تزداد فيها مشاهدة التلفزيون من قبل عناصر تنظيم القاعدة في العراق تكون أثناء الأزمات السياسية، حيث تجاوزت نسبة المبحوثين الذين أكدوا على ذلك أكثر من النصف، ممّا يدلّ على أهميّة العملية السياسية، وما يتمخّض عنها من تصريحات وبيانات ومواقف، وتأثيرها في الوضع على الأرض من أعمال عنف شهدتها العراق خلال العقد الماضي، كما أنّ البيانات تؤكد متابعة المبحوثين للعمليات الأمنية، كونها تحظى بأهميّة كبيرة لدى هؤلاء المتطرّفين، فضلا عن الاعتصامات والمظاهرات التي اندلعت لمُدّة طويلة في مناطق معيّنة من العراق، كان بعضها حاضنة مهمّة لهذا التنظيم، فيما لم تحظ الأحداث السياسية والأمنية في بعض الدول العربية بأهميّة كبيرة، وذلك باعتبار التنظيم يعمل ضمن النطاق الجغرافي لبلاد الرافدين.

ويلاحظ من خلال نتائج الدراسة أنّها جاءت متناغمة مع حاجة أفراد التنظيم من التلفزيون كوسيلة اتصال مهمّة ومؤثّرة في نواحٍ عدّة، فالمبحوثون يسعون إلى تحقيق كلّ المزايا التي يوفّرها من معلومات وأخبار وتفاصيل وترفيه، ربّما لا توفّرها بقية الوسائل، كل على حدة، ولاسيما أنّهم بحاجة إلى ذلك لطبيعة عملهم الذي يقتضي السريّة ومحدودية التحرك العلني.

عموما خرجت الدراسة بعدد من الاستنتاجات، أبرزها أنّ أغلب عناصر تنظيم القاعدة في العراق هم فئة الشباب غير المتعلّم من ذوي الدخل المعدوم أو المنخفض جدا، ممّن يعملون في مهن بسيطة ويسكنون القرى والنواحي. وأنّ عناصر تنظيم القاعدة في العراق حريصون على متابعة معظم برامج التلفزيون في القنوات الفضائية العراقية، ويزداد تعرّض عناصر تنظيم القاعدة في العراق إلى التلفزيون عند الأزمات السياسية وأثناء الحوادث الأمنية وفي الاعتصامات والتظاهرات، في حين تقلّ نسبة التعرّض بشكل كبير خلال الحوادث التي تقع في البلدان العربية.

ويتعرّض معظم عناصر تنظيم القاعدة في العراق إلى التلفزيون للهروب من الواقع، كما يتعرّضون له بهدف التواصل مع الخارج، وإشباع فضولهم المعرفي، حيث يعتقدون أنّ التلفزيون يوفّر هذه الوظائف أكثر من بقية الوسائل الأخرى.

ويتفاعل معظم عناصر تنظيم القاعدة في العراق وجدانياً مع برامج التلفزيون المختلفة، ويناقشون تفاصيلها مع بقية زملائهم لاتخاذ سلوك معيّن، وأنّ البرامج الأمنية والسياسية والدينية هي من تحفّزهم لاتخاذ هذا السلوك.

بالمقابل، الموضوع مختلف مع شبكات التواصل الاجتماعي، فقد قلبت الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام الثوابت والبدهيّات القائمة منذ عشرات السنين، إذ عصفت بالكثير من المفاهيم والمصطلحات، وغيّرت بالنماذج المعروفة، مثلما بدّلت عادات وأنماط الجمهور في التعرّض لوسائل الإعلام التقليدية، بل إنّ القديم استعان بالجديد في حالة من الانصهار والاندماج والتكامل للوصول إلى هذا الجمهور.

**وقد وظّفت التنظيمات المتطرّفة باختلاف توجّهاتها شبكات التواصل الاجتماعي لإبلاغ رسائلها إلى العدو والصديق من وجهة نظرها، فقد استعانت باستمالات الخوف لإلقاء الرعب في قلوب الناس، كما استخدمتها لتقديم رؤاها وأفكارها وحججها لكسب الأنصار واستقطاب المتعاطفين.** ويعدّ ما يعرف بتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش) من أبرز التنظيمات المتطرّفة المسلّحة التي استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي لتمهيد الأرض، والاستيلاء على مساحات واسعة عبر ما كان يتفّن في تقديمه من مشاهد العنف والقتل، مثلما جعلها شبكات للتجنيد تلتفّ على آلاف الشباب المسلم حول العالم، بما تطرحه من أفكار دينية تكيّء على الترهيب والترغيب.

وقد أجرينا دراسة عام 2020 بشأن استخدام تنظيم داعش لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث الدوافع والتفاعلية «4» وذلك عن طريق عيّنة من المُدّانين والموقوفين في العراق من أفراد التنظيم في سوريا، وقد تبين أنّ الهاتف النقال له الحصّة الأكبر وبفارق كبير عن بقية الوسائط، وهو أمر طبيعي يتناغم مع وضع أعضاء التنظيم، إذ هم في حركة دائمة بسبب نشاطاتهم المسلّحة التي تفرّض عليهم التنقل المستمر، ممّا يجعل هذا الوسيط سهل الحمل والاستخدام، نظراً إلى خفّة وزنه وصغر حجمه واحتوائه على جميع البرامج الذكية المطلوبة التي تتيح للمستخدم تحقيق الإشباع المطلوبة.

### جدول رقم (1) يبين الوسيط المفضّل لدى أعضاء تنظيم داعش

#### في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ت	الوسيط المفضّل للاستخدام	العدد	النسبة المئوية	الوسيط الحساب	الوسيط	المنوال
1	الهاتف النقال	52	86.70%	1.2	1	1
2	جهاز الأي باد	3	5%			
3	الحاسوب المحمول	4	6.60%			
4	الحاسوب المكتبي	1	1.70%			
	المجموع	60	100%			

وتبيّن أنّ موقع الفايسبوك هو المفضّل لدى أعضاء تنظيم داعش، ربما بما يوفّره من سمات وخصائص تتيح التواصل والتفاعل وتحقيق المطلوب، فيما لم تحظ بقية المواقع إلاّ بنسب محدودة، وذلك يعود أيضا إلى إقبال سكان العراق وسوريا «5» بشكل عام على موقع الفايسبوك أكثر من بقية المواقع، فيما لجأ البعض إلى موقع يوتيوب بما يوفّره من تنوّع في مقاطع الفيديو والبثّ المباشر للقنوات الفضائية.

## جدول رقم (2) يبين شبكات التواصل الاجتماعي التي تستهوي أعضاء تنظيم داعش

ت	مواقع التواصل المفضّلة	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	الفايسبوك	52	86.70%	1.3	1	1
2	تويتر	5	8.30%			
3	يوتيوب	2	3.30%			
4	ماي سيس	0	0%			
5	اكبس	0	0%			
6	لينكد ان	1	1.70%			
7	ميتا كافييه	0	0%			
المجموع		60	100%			

إنّ الاطلاع على رؤى العدو من أبرز دوافع أعضاء تنظيم داعش على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يعيش هذا التنظيم الإرهابي في حالة حرب دائمة مع الجميع على صعيد الدول، وكذلك الجماعات والطوائف الأخرى، لذلك فهو يتابع كلّ ما يدور من حوله من أحداث، كما يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي، بما هي وسائل مجانية للتواصل مع الآخرين، وتبادل الصور، ومقاطع الفيديو بين أعضاء التنظيم أنفسهم أو مع الآخرين، فضلا عن استخدامه لنشر أفكارهم واستقطاب الآخرين.

» **شبكات التواصل الاجتماعي قلبت الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام الثابت والبيديهيات القائمة منذ عشرات السنين، إذ عصف بالكثير من المفاهيم والمصطلحات، وغيّرت بالنماذج المعروفة، مثلما بدلت عادات وأنماط الجمهور في التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، بل إن القديم استعان بالجديد في دالة من الانصهار والاندماج والتكامل للوصول إلى هذا الجمهور.** «



جدول رقم (3) يبين نوع أبرز دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أعضاء تنظيم داعش

ت	أبرز دوافع استخدام مواقع التواصل	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	التعرّف على آراء العدو	24	15.2%	6.25	5	1
2	الحصول على معلومات دينية تهمّني	12	7.6%			
3	كسب تعاطف الآخرين	8	5.1%			
4	إقناع الآخرين بعدالة رسالتي	3	1.9%			
5	استقطاب الآخرين للتنظيم	16	10.1%			
6	التواصل بشكل مباشر مع الأهل والأصدقاء	23	14.6%			
7	أستخدمها كوسيلة للتسلية والترفيه	10	6.2%			
8	للإطلاع على ما يجري من أحداث	20	12.7%			
9	متابعة بعض مواقع الدعاة	6	3.8%			
10	تبادل الصور ومقاطع الفيديو للتنظيم	18	11.4%			
11	تساعدني في العلوم الدينية	4	2.4%			
12	شغل أوقات الفراغ	7	4.4%			
13	نشر المساهمات الكتابية	5	3.3%			
14	تبادل المعلومات الأمنية	2	1.3%			
المجموع		158	100%			

ملاحظة: بإمكان المبحوثين تأشير أكثر من خيار

إنّ التمسك بأفكار التنظيم المتطرّف من أبرز أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أعضائه، حيث يعتبر التنظيم من أكثر التنظيمات المسلّحة المحظورة استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، مثلما تتمظهر أسباب الاستخدام في عدم الاعتراف بآراء الآخرين، وما يطرح من أفكار مختلفة لا تتفق مع عقيدة التنظيم.

جدول رقم (4) يبين أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أعضاء تنظيم داعش

ت	أسباب متابعة موقع التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	يجعلني أتمسك بأفكار التنظيم	32	53.3%	1.58	1	1
2	لا يجعلني أعتز بآراء الآخرين	21	35.0%			
3	فرض أفكاري بالقوة	7	11.7%			
المجموع		60	100%			

إنّ أعضاء تنظيم داعش يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة تحقيق أهدافهم، وهي عديدة تتمثل بالجوانب العسكرية والفكرية والاقتصادية والاجتماعية، إذ يتجلّى تأثير عملياتهم من خلال ما يبثّه في مواقعه الخاصة أو المواقع الصديقة، كما يرصد حالة الرعب في نفوس أعدائه من خلال المواقع المختلفة، فضلا عن التعرّف على أعداء التنظيم عبر ما يروّج في المواقع الرسمية والخاصة.

#### جدول رقم (5) يبين أهداف متابعة شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أعضاء تنظيم داعش

ت	أهداف متابعة شبكات التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	لرصد حالة الرعب في نفوس الأعداء	9	15%	1.97	2	2
2	لمتابعة تحقيق أهداف التنظيم	44	73.30%			
3	للتعرّف على أعداء التنظيم	7	11.70%			
المجموع		60	100%			

واحتلّ الأهل والأقارب والأصدقاء الأولوية لدى أعضاء تنظيم داعش من حيث القرب العاطفي في المجتمع الافتراضي، إذ يفضّل هؤلاء إضافتهم لغرض التواصل معهم ومتابعة أخبارهم وهم يرغبون بالاستعاضة عن الواقع بالفضاء السيبراني، فهم يعيشون بقرب من يحبّون رغم ابتعادهم الفيزيائي عنهم.

#### جدول رقم (6) يبين إضافة أعضاء تنظيم داعش في صفحاتهم في شبكات التواصل الاجتماعي

ت	إضافة إلى قائمة الصفحة الخاصة بك	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	زملاء بالتنظيم	8	13.3%	3.27	2.5	3
2	أصدقاء من خارج التنظيم	17	28.3%			
3	الأهل والأقارب	25	41.7%			
4	أشخاص عرب لا أعرفهم	3	5.0%			
5	أشخاص أجانب لا تعرفهم	1	1.7%			
6	أشخاص لا تعرفهم يشاركونك نفس الاهتمامات	6	10.0%			
المجموع		52	87%			

تأتي الحياة الشخصية لأعضاء تنظيم داعش في المقدّمة، فهم يتفاعلون بشكل أكثر مع الأهل والأقارب والأصدقاء والزملاء، لذلك من الطبيعي أن تثار القضايا الخاصة في هذا التناول، ويأتي بعد ذلك في الأهمية الموضوعات الدينية، إذ تجمع العقيدة الدينية هؤلاء المتطرفين، وتضفي صبغة واضحة على التنظيم، كونهم يسوّغون فعاليتهم وأنشطتهم بالوازع الديني.

جدول رقم (7) يبين الأحداث التي يتناولها أعضاء تنظيم داعش عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ت	الأحداث التي تتناولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	حياتك الشخصية	29	48.3%	2.08	1	1
2	عملك بالتنظيم	11	18.3%			
3	موضوعات دينية	10	16.7%			
4	موضوعات سياسية	7	11.7%			
5	موضوعات أمنية	2	3.3%			
6	موضوعات دولية	1	1.7%			
المجموع		60	100%			

واختلف أعضاء تنظيم داعش بشأن أهداف التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فقد جاءت فقرة لمجرد التعليق في المرتبة الأولى مما يُوّسّر مدى التفاعل مع المواضيع المنشورة، ثمّ فقرة إبداء الرأي بالمرتبة الثانية، وإذ يتبادل أعضاء التنظيم الرؤى مع بعضهم أو مع الآخرين لأسباب مختلفة، وشغلت فقرة الردّ على آراء تتعارض مع توجّهاتي المرتبة الثالثة، وذلك في معرض دفاعهم عنها أو توضيح عقائده وأعماله على الأرض، وجاءت الفقرتان لتصحيح معلومات خاطئة وإثبات وجودي في المرتبتين الرابعة والخامسة على التوالي، وهي أسباب كلّها تنطلق من واقع الفكر العقائدي لأعضاء التنظيم وتوجّهاتهم المتطرّفة.

جدول رقم (8) يبين دوافع التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي لدى أعضاء تنظيم داعش

ت	دوافع التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	تسفيه رأي معارضي التنظيم	5	8.30%	2.67	2.5	2
2	الردّ على الدعاية المعادية	25	41.70%			
3	التحريض على أعداء التنظيم	15	25%			
4	دحض مفاهيم معادية للتنظيم	15	25%			
المجموع		60	100%			

إنّ أعضاء التنظيم يتفاعلون تحريرا وتقنيا للتعليق على بعض الموضوعات المطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي، وإبداء رؤاهم بمجمل القضايا، ويُعيرون أهمّية بشكل أقلّ للردّ على مَنْ يعارضونهم في توجّهاتهم الدينية والعقائدية أو عملهم المسلّح أو المعادي لكلّ الطوائف الأخرى.

### جدول رقم (9) يبين أهداف التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي لدى أعضاء تنظيم داعش

ت	أهداف التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال
1	لإبداء الرأي	18	30%	2.2	2	2
2	لمجرد التعليق	21	35%			
3	لتصحيح معلومة خاطئة	6	10%			
4	للردّ على آراء تتعارض مع توجّهاتي	9	15%			
5	إثبات وجودي	6	10%			
المجموع		60	100%			

وقد توصلت الدراسة إلى استنتاجات عديدة أهمّها، حيث يستخدم أعضاء تنظيم داعش في سوريا شبكات التواصل الاجتماعي منذ مدة طويلة نسبياً، ويفضّلون الهاتف النقال على بقية الوسائط الأخرى بسبب صغر حجمه وقلة وزنه وسهولة حمله في تحرّكاتهم المستمرة.

ويفضّل أعضاء تنظيم داعش في سوريا الفترة المسائية وأثناء الليل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ويستمرّون في الاستخدام لفترات طويلة نسبياً وبشكل يومي، لذلك يمكن تصنيفهم ضمن فئة كثيفة الاستخدام.

ويستخدم أعضاء تنظيم داعش في سوريا اللهجة العامية في الاستخدام والتفاعل، وذلك عبر موقع واحد هو الفيسبوك وأحياناً عبر الفيسبوك وتويتر.

ويواجه أعضاء تنظيم داعش في سوريا معوقات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في غياب شبكة الإنترنت، وبعده التعرّف على آراء الأعداء وما يجري حولهم من أحداث أبرز الدوافع التي تحرّك أعضاء تنظيم داعش في سوريا، علاوة على التواصل مع الأهل والأقارب وتبادل النصوص والصور ومقاطع الفيديو. وتجعل شبكات التواصل الاجتماعي أعضاء تنظيم داعش في سوريا يتمسكون بأفكار التنظيم، ولا تجعلهم يعترفون برؤى الآخرين، كما يهدف هؤلاء المتطرفون من استخدام ومتابعة شبكات التواصل الاجتماعي رصد تحقيق غايات التنظيم ورصد حالة الرعب في قلوب أعدائهم.

ويتمسك أعضاء تنظيم داعش في سوريا بتقليد رموزهم وتقبّل أفكارهم دون مناقشة نتيجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويستخدمون أسماءهم الصريحة وأحياناً الحركية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويضيفون أقاربهم وأصدقاءهم، ويتناولون حياتهم الشخصية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يشير إلى أنهم يحاولون التمويه على انتمائهم إلى التنظيم الإرهابي.

ويبادر أعضاء تنظيم داعش في سوريا إلى التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بدافع الردّ على الدعاية المناوئة للتنظيم والتحريض على الأعداء ودحض حجج وبراهين وأدلة الخصوم والأعداء، ويتفاعل أعضاء تنظيم داعش في سوريا مع شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق التعليق على الموضوعات المطروحة وإبداء الرأي بشأن القضايا المتداولة.

الخلاصة أنّ أعضاء الحركات المتطرّفة نجحوا في توظيف وسائل الإعلام، ولاسيما شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق أهدافهم عبر الاستمالات العاطفية والعقلية واستمالات الخوف من أجل استقطاب وتجنيّد الشباب، والدفاع عن أفكار التنظيم، ودحض الرؤى المعادية، وإثارة الرعب في قلوب الآخرين، وقد تناولت بحوث ودراسات عديدة هذا الموضوع، وسلّطت الضوء على آثاره وتداعياته.

بالمقابل ثمة ندرة في الموضوعات التي تتعلّق باستخدام التنظيمات المتطرّفة لوسائل الإعلام المختلفة، من حيث الدوافع والإشباع المتحقّقة، فما يُبديه ويرغب به أعضاؤه لا يزال مجهولاً، وبحاجة إلى دراسات وبحوث عميقة للتعرف على سيكولوجية هؤلاء وطريقة تفكيرهم، ومن ثمّ تفسير سلوكهم المتزمّت، وتصرفاتهم المتوحّشة، وأعمالهم العدائية.

ربما ينير هذا الموضوع جانباً مهماً من العتمة المعرفية لطريقة تفكير التنظيمات الإرهابية، وآلية تعاطيها مع وسائل الإعلام المختلفة، ممّا يوفرّ فرصة كبيرة للمشتغلين في الحقول البحثية على جعله نقطة انطلاق نحو بحوث إعلامية ونفسية واجتماعية، تقدّم مؤشّرات ودلالات علمية تستفيد منها الجهات المختلفة التي تتعامل مع هذه التنظيمات.

#### المصادر

1. سعيد مبارك ال زغير، التلفزيون والتغيّر الاجتماعي في الدول النامية، بيروت: دار ومكتبة الهلال لبنان، 2000، ص158.
2. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004 ص298.
3. عمّار طاهر محمّد، سعد معن، دوافع تعرّض عناصر التنظيمات المسلّحة للتلفزيون - دراسة مسحية على المُدّانين من أفراد تنظيم، وقائع المؤتمر العلمي الثامن - كُلية الإعلام، جامعة بغداد، عام 2015.
4. عمّار طاهر محمّد، سعد معن، استخدام تنظيم داعش لمواقع التواصل الاجتماعي.. الدوافع والتفاعلية - دراسة مسحية على المُدّانين من أفراد التنظيم في سوريا، وقائع المؤتمر العلمي الدولي الثاني - كُلية الإعلام، جامعة بغداد، عام 2020
5. العالمية المتخصصة، وتقدّم تعريفات لكافة المصطلحات والمفاهيم الخاصة بالكمبيوتر والإنترنت. (encyclopedia pc magazine) موسوعة مجانية على شبكة الإنترنت تابعة لمجلة الكمبيوتر العالمية المتخصصة، وتقدّم تعريفات لكافة المصطلحات والمفاهيم الخاصة بالكمبيوتر والإنترنت.

## حصاد مشرف لعام 2020

تضمّنت الخطة التي أعدتها أكاديمية التدريب الإعلامي لسنة 2020 سبعة وعشرين دورة تدريبية، قصيرة ومتوسطة شملت جميع الاختصاصات، من بينها اثنتان لا مركزيتان، فضلا على توفير دروس عن بُعد عبر منصّتها ASBU academy.

وقد تميّز النشاط التدريبي الحضورى في بداية العام المنقضى بانطلاقه جيّدة، حيث التّأمت خمس (5) دورات حضرها وشارك فيها 66 متدرّبا خلال شهريّ يناير وفبراير بمقرّ الأكاديمية. وأمام الظهور المفاجئ لجائحة كوفيد 19 التي هزّت العالم، توخّت الأكاديمية منهجية أملتھا الظروف المستجّدة، واقتضت التدابير الوقائية، حفاظا على سلامة المشاركين والمدريين، اعتمادا التدريب عن بُعد، كلّمّا تلاءم الموضوع مع هذه التقنية المتطورة، وذلك باعتماد ثلاث طرق مختلفة :

### • الأولى : عبر منصّة التدريب عن بعد

• الثانية : تنظيم دورات وندوات عن بُعد، و شرعت الأكاديمية في استعمال تطبيق ZOOM.

وتمّ إنجاز تسع عشرة (19) دورة تدريبية وندوة خلال الفترة ما بين شهريّ يناير وديسمبر 2020، شملت 426 متدرّبا ينتمون إلى 42 بلداً و84 هيئة.

### • الطريقة الثالثة : فهي مجانية المتابعة في ندوات الشركاء الدوليين.

في مستوى آخر، عقدت أكاديمية التدريب الإعلامي اجتماعي مجلسها الاستشاري عن بعد في شهريّ يوليو وأكتوبر 2020. وتوجّه أعضاؤه بالتنويه إلى فريقها التنفيذي على جهودهم المثمرة ونجاحهم في رفع التحدي والتأقلم السريع والناجع مع الأزمة الوبائية.

هذا وستواصل الأكاديمية اعتماد التدريب عن بعد في خطة عملها لسنة 2021، مع تنفيذ التدريب المزدوج الذي يتيح التكامل بين الحضورى والتدريب عن بعد، إن تيسّر ذلك.

وفي صورة تحسّن الوضع الصحيّ في العالم، فإنّ الأكاديمية ستعود إلى برمجة دورات تدريبية حضورية خلال النصف الثاني من هذا العام.

وتجدر الإشارة إلى صدور نشرية إخبارية فصلية للأكاديمية، تندرج في إطار مدّ جسور التواصل مع الهيئات الأعضاء والشركاء والمتدرّبين والمدريين، ومع سائر المهنيين والمهتمين بمجال التدريب المستمرّ.

وحرصا على مزيد التعريف بأنشطتها وتعزيز صورتها على أوسع نطاق، يقوم فريق الأكاديمية بتغذية ثلاث صفحات على الفايسبوك وتويتر واليوتيوب.

وفيما يلي جدولان إحصائيان عن نشاط الأكاديمية خلال الفترة من شهر يناير إلى شهر ديسمبر 2020 :

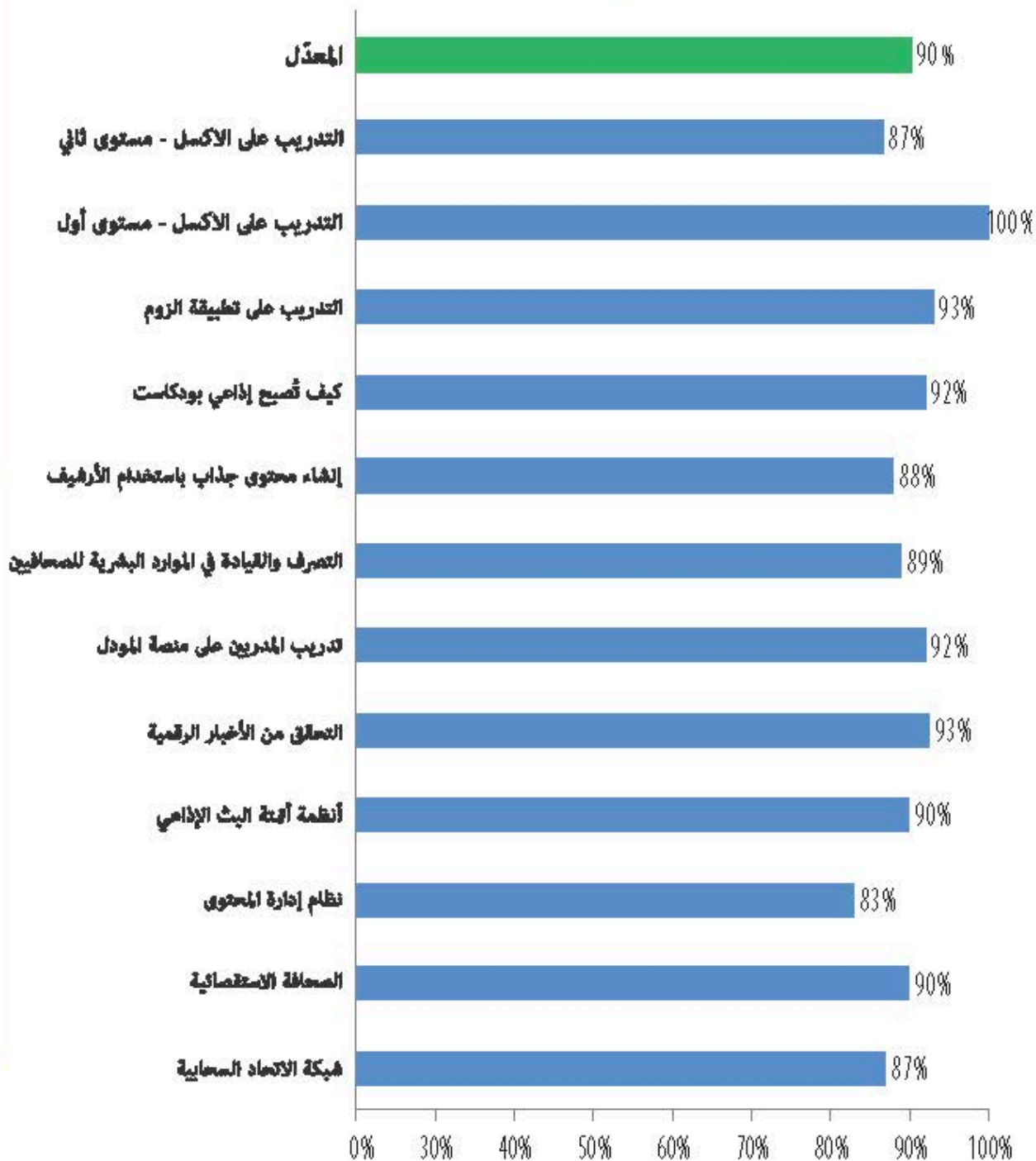
# الدورات التدريبية والندوات عن بعد المنجزة خلال الفترة من جانفي إلى ديسمبر 2020



العدد Nbr	الموضوع Theme	الفترة Period	المشاركون Participants	البلدان Countries	الهيئات Organizations
1	شبكة لاتحاد لسحابية ASBU Cloud	2020/01/24-20	13	10	13
2	الصحافة لاستقصائية Investigative Journalism	2020/02/05-01/27	14	5	7
3	نظام إدارة ايمجوي Media Asset Management	2020/02/14-10	14	7	10
4	أنظمة أتمتة البث الإذاعي Radio Automation Systems	2020/02/21-17	13	4	8
5	التحقق من الأخبار الرقمية Fact Checking	2020/02/24-24	8	5	6
6	ندوة حول تكنولوجيا الصوت Webinar on Production Sound & Audio Editing for Multi-channel Audio	06/06/2020 02/07/2020	15	5	5
7	ندوة حول الإضاءة والتصوير في الاستديوهات التلفزيونية Webinar on Lighting in TV Studios	23-23/07/2020	51	10	11
8	ندوة حول الإرسال الإذاعي الرقمي الأرضي Webinar on DAB+ Digital Radio Broadcasting	18-17/09/2020	117	33	60
9	دورة تدريبية حول تدريب المدربين على منصة moodle Online Session on Training of Trainer on Moodle	21-24/09/2020	13	7	10
10	ندوة حول تسويق والشبكات الاجتماعية Webinar on Marketing & Social Media	29/09/2020	25	9	11
11	ندوة حول تقنية ال IP في الاستديوهات الإذاعية Online Session on IP in Radio Studios	05-06/10/2020	32	8	9
12	دورة تدريبية حول التصرف والقيادة في ضوء لشريعة للصحافيين Online Session on Editorial Management & Leadership	13-15/10/2020	7	3	3
13	دورة تدريبية حول إنشاء محتوى جذاب باستخدام الأرشيف Online Session on Creating engaging content with archives	20-22/10/2020	5	3	4
14	ندوة الأسلوب السمعي البصري Webinar Audio Visual Style	05/11/2020	19	5	5
15	دورة تدريبية حول كيف تصبح إذاعي بودكاست Online Session on How to become a Radio Podcaster	10-12/11/2020	16	5	5
16	ندوة حول القياسات لرقمية للإشارة التلفزيونية HD/SD Webinar on HD/SD TV Signal Measurements	24-26/11/2020	36	8	10
17	التدريب على تطبيقية الزوم -موجه لإطارات الاتحاد Training on Zooms Application for ASBU Staff	01-02/12/2020	12	1	1
18	التدريب على برنامج اكسل موجه لإطارات الاتحاد - لمستوى الأول Training on Excel Program for ASBU Staff - Level 1	08-10/12/2020	5	2	1
19	التدريب على برنامج اكسل موجه لإطارات الاتحاد - لمستوى الثاني Training on Excel Program for ASBU Staff - Level 2	15-17/12/2020	7	1	1
84	مجموع المشاركين Total of participants	426	42	84	

## مؤشرات المردودية Key Performance Indicators 2020

### نسبة الرضا عن الدورات من جانفي إلى ديسمبر 2020 Satisfaction about Sessions: January - December 2020





# Abstract

The first section of this issue is devoted to the event that the Arab States Broadcasting Union (ASBU) organized at the beginning of the new year 2021, namely the holding of the fortieth session of the General Assembly, which was unusual due to the continuing outbreak of the Covid-19 pandemic that affected the world and disoriented radio and TV production systems.

The General Assembly convened, as mentioned by Director General Eng. Abderrahim Suleiman, using the Zoom application, and it was an occasion to deepen the consideration of the ASBU 2021 working plan's most prominent features that shape the future orientations. The endeavor to develop appropriate strategies imposed by the nature of the new situation was evident, allowing the implementation of the bulk of the activities and projects scheduled for the past year.

The ASBU Director General highlighted the success of the professional debate organized on the occasion of the General Assembly on «Media at the Time of Crisis: Checks and Balances», which brought together a distinguished elite of university and professional figures in the Arab world and Europe. Remote participants brought forward a diversity of experiences and good practices on how media dealt with the pandemic.

Among the important features in debate was the academic reference study commissioned by ASBU on “Arab media efforts to deal with the Corona pandemic. It has monitored the effects of the epidemic crisis on the work, production and news systems of Arab radio and television corporations. Exceptional measures had been taken by setting up action plans to overcome the repercussions of the crisis and develop efficient future programs for times of crisis.

We can also read in this issue a number of articles on the following topics:

Social media platforms and the impact of the Corona pandemic in the Arab environment: «Between raising awareness of risks, challenges and fighting the spread of rumors».

The Corona pandemic is shifting from traditional to digital media: The ASBU cloud platform keeps pace with the event.

Mechanisms for dealing with fake news from a legal perspective.

Listeners and viewers research and challenges of the communication revolution.

Considering the audiovisual crisis in Tunisia.

Terrorist organizations: Do they prefer television or social media?

The Review's technology section reviews the latest developments in communication technology, including: The G6 development.

ISSN : 0330 - 6518

## AL IDĀ ĀT AL ARABIYYAH

( Radios arabes )

Revue trimestrielle spécialisée

publiée par

L'Union des Radiodiffusions des Etats

Arabes (A.S.B.U.)

## AL IDĀ ĀT AL ARABIYYAH

( Arab Radios )

Quarterly specialised review

published by Arab States

Broadcasting Union (A.S.B.U.)



# ASBU

اتحاد إذاعات الدول العربية

جامعة القاهرة

المركز العمراني الشمالي

ص.ب 250 - 1080 - تونس

الهاتف : 71 849 000 (00216)

الفاكس : 71 843 054 (00216)

التلكس : 14.265

العنوان الإلكتروني : asbu@asbu.intl.tn

www.asbu.net