

مجلة فصلية تصدر
عن اتحاد إذاعات الدول العربية

1
2023

مجلة الإذاعات العربية



المهرجان
العربي
للإذاعة
والتلفزيون
الدورة 23



« الفنون والثقافة تجمعنا »

تونس : 12 – 15 جوان / يونيو 2023

بمدينة الثقافة الشاذلي القليبي



الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي
في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي



الملف : الريادة النسائية
في الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية

عدد 1
2023



مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية



الفهرس

4 المهندس. عبد الرحيم سليمان

إضاءات

مُخَرَّجات المؤتمر في طريقها إلى التفعيل
الإذاعة في خدمة السلام

6

الحدث الإعلامي والفني والتكنولوجي المرتقب :
المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون : (الدورة 23) بتونس

الملف

المدخل	الريادة النسائية في الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية
7	أ. محمد رؤهف يعيش
9	أ. اعتدال مجبري
23	د. حسان فلحة
38	د. منى مطيعم
54	د. لمياء محمّد

◀ مقالات ودراسات في هذا العدد

- المؤتمر الثاني للإعلام العربي :
قراءة في الأعمال المقدّمة (الجزء الأول)
الأمن السيبراني : أهمّيته، أنواعه وتحدياته
- أ. د كريم بلقاسي 59
- د. جابر غنيمي 72

◀ مستجدات في تكنولوجيات الاتصال 86

- الذكاء الاصطناعي والتعلّم الآلي
في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي
- إشكالية المصدر في صحافة المواطن
وسبل التوفيق مع الصحافة الكلاسيكية
- قياس الجمهور في أوروبا :
الأهداف المشتركة والتطوّرات الراهنة
- م. حسن رضا سيّد حسن 86
- أ.د شفيق إيكوفان 96
- د. برنارد إنجل 108

◀ أنشطة الاتحاد 119

- الاجتماعات السنوية لمنسّقي الإذاعة والتلفزيون بالجزائر
- أ. أحمد براهيم محمّد 119

◀ متابعات 126

◀ Abstract 135

- ملخّص العدد باللغة الإنجليزية

بقلم: المهندس عبد الرحيم سليمان
المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية



مُخَرَّجات المؤتمر على طريق التفعيل

لم يكن المؤتمر الثاني للإعلام العربي الذي عقده اتحاد إذاعات الدول العربية في منتصف يناير 2023 بتونس تحت عنوان « الهيمنة الرقمية العالمية وسبل مجابقتها عربيا » من قبيل الأنشطة التقليدية، بل على العكس من ذلك، شكّل حدثا بارزا في الأوساط الإعلامية العربية والدولية، واستأثر بمتابعة جمهور واسع من الإعلاميين وصنّاع القرار والفاعلين في تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

فالموضوع له علاقة مباشرة بسطوة الشركات العملاقة التي اكتسحت الفضاء السيبراني، من خلال ما تفرضه على المستهلكين لها من مضامين رقمية، ذات تأثيرات سلبية وتداعيات لا تخلو في غالبيتها من مخاطر مُحَدقة بالمجتمعات العربية، ولا سيما الأطفال والشباب.

ولعلّ الذي أكسب مؤتمرنا أبعاداً عميقة وقيمة مضافة، ما برز فيه من حرص دؤوب على معالجة هذه القضية الشائكة، وفق مقاربة منهجية، لم تقتصر على الجوانب الإعلامية والثقافية والاجتماعية وما ينطوي عليها من تحدّيات فحسب، بل تنزيلها في سياقها الحضاري الشامل، بحكم ما أفرزته الثورة الاتصالية العارمة من واقع جديد ومغاير، تجاوز ما سُمّي بما بعد عصر الحداثة، وهو «عهد الحداثة الرقمية».

ولابدّ من التنويه بالمستوى الراقى للنخبة المتميّزة التي ساهمت في الجلسات العلمية لهذا المنتدى السنوي، بين وزراء ومسؤولين كبار في قطاع الإعلام ومهنيين وأساتذة جامعيين وخبراء من ذوي الكفاءة العالية في مجالات اختصاصهم، حيث قدّموا أبحاثا جادة تناولوا فيها بالدرس والتحليل : التعامل مع المنصّات الرقمية العالمية، والإجراءات التحفيزية والإصلاحية في المستويات الدولية، الإقليمية والوطنية، وتعزيز إنتاج المحتوى الرقمي العربي، وتطوير العنصر البشري، وحماية البيانات والأمن السيبراني. ودارت نقاشات ثريّة أسهمت في توضيح المفاهيم والطروحات المقدّمة، ممّا أتاح الخروج بمجموعة من التوجيهات والتوصيات اختزلها إعلان المؤتمر.

وقد كانت النتائج التي تمّ التوصل إليها محلّ اهتمام المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العرب لدى اجتماعه يوم 15 مارس 2023 بدولة الكويت، حيث قدّم سعادة رئيس اتحاد إذاعات الدول العربية الأستاذ محمد بن فهد الحارثي عرضا بخصوص إعلان المؤتمر، اشتمل على رؤية متكاملة حول كيفية التعامل مع شركات التكنولوجيا الرقمية الكبرى. وأوصى المكتب التنفيذي باعتماد إعلان المؤتمر، كما تمّ تشكيل لجنة تضمّ الأمانة العامة لمجلس وزراء الإعلام العرب واتحاد إذاعات الدول العربية والمملكة الأردنية الهاشمية (بوصفها ترأس اللجنة المعنية بوضع استراتيجية موحّدة للتعامل مع جميع شركات الإعلام الدولية)، وجمهورية مصر العربية ومنظمات العمل العربي المشترك ذات العلاقة، وتكليفها بوضع خطة عمل تنفيذية لهذا الإعلان، تتضمّن مختلف العناصر المطلوبة للتعامل مع هذه الشركات، ورفع توصياتها إلى مجلس وزراء الإعلام العرب لاتخاذ القرار المناسب.

المهندس عبدالرحيم سليمان

الإذاعة في خدمة السلام

إنّ اختيار منظمة اليونسكو هذه السنة «الإذاعة والسلام» عنواناً للاحتفاء باليوم العالمي للإذاعة (13 فبراير 2023)، يمثل في تقديرنا بادرة فيها الكثير من الوجهة. ذلك أنّ هذا الاختيار يجسّد ما يُقَصُّ مضجع البشرية جمعاء من انشغال عميق، إزاء ما يشهده العالم اليوم من نزاعات عنيفة وصراعات دامية، وحروب ضارية تؤدي بحياة ملايين الضحايا الأبرياء، فضلاً عمّا تخلفه من كمّ هائل من الجرحى وتشريد وتهجير. إنّ السلم (أو السلام) كلمة مُثْقَلَةٌ بالمعاني والدلالات، وهي تعني لغةً واصطلاحاً، الحالة المضادّة للحرب، والمتمثلة في التصالح والتعايش والانسجام. وقد أوردت اليونسكو هذا التعريف وربطته بشرطٍ لا بدّ من توفره لنشر السلام في أرجاء المعمورة، ألا وهو ثقافة السلام...

إنه رهان كبير لا يتسنى كسبه إلا من خلال إشاعة هذه القيمة السامية في المجتمعات، بواسطة التربية والتعليم، ولا سيما بواسطة الإعلام على اختلاف وسائله، لما له من تأثير واسع في تفكير الأفراد والجماعات وسلوكاتهم.

ولا جدال في أنّ الإذاعة، بما هي وسيلة إعلامية جماهيرية، تعدّ من أكثر الوسائل جاذبية وقرباً من المستمعين والمتابعين لها حيثما وجدوا، وقد حافظت على وظائفها في الإخبار والتثقيف والتوعية والترفيه. ولا شكّ في أنّ سعة انتشارها وتعصير محاملها، من شأنه أن يمنحها قدرات متزايدة في مجال النهوض برسالتها الحضارية المتجدّدة، وفي مقدّمة ذلك : تعميق وعي الناس بمعاني السلام والتعريف بمقاصده ومراميه، وإبراز انعكاساته الإيجابية على حياة الأمم والشعوب.

فالسلام يزيل أسباب الأحقاد والكراهية والبغضاء، المُفضية إلى التحارب والاقتتال والتوتر. كما يحقّق إذكاء روح التضامن والتكافل بين البشر.

وللإذاعيّين في هذا المجال مسؤولية كبرى، بما يركّزون عليه من مضامين هادفة تعزّز نشر ثقافة السلام، على أساس صيغ مبتكرة وأساليب فاعلة عند طرح قضايا السلام وتناول شتى أبعادها. وحيث إنّ التربية على السلام تقتضي مخاطبة الأجيال الجديدة والعقول الناشئة، فإنّ البرامج الإذاعية الموجهة في هذا الصدد إلى شرائح الأطفال والشباب لها تأثير بيّن ويجب أن تحتلّ مكانتها ضمن مختلف الشبكات البرمجية.

وإيماناً من اتحاد إذاعات الدول العربية بأهمّية الدور الذي ينهض به الإعلام عمومًا، والإعلام الإذاعي بوجه خاص، فهو لا ينفكّ ينزّل موضوع السلام المنزلة التي يستحقّها، ضمن أنشطته وبرامجه وخطط عمله، سواء من خلال لجانه الدائمة أو مؤتمراته وسائر التظاهرات التي يقيمها، ومن بينها المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.

المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون الدورة (23) : « الفنون والثقافة تجمعنا »



يجدّد اتحاد إذاعات الدول العربية العهد مع مهرجانه العربي للإذاعة والتلفزيون في دورة جديدة، هي الدورة الثالثة والعشرون، وقد اختار لها شعار: **الفنون والثقافة تجمعنا.**

وستمتدّ من 12 إلى غاية يوم 15 يونيو / حزيران 2023 بمدينة الثقافة، الشاذلي القليبي، تونس.

من خصوصيات هذه الدورة أنها تقام بالتعاون والشراكة، فضلا عن التلفزة والإذاعة التونسيّتين، لأوّل مرّة مع وزارة الشؤون الثقافية، كما تسجّل عودة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائيّة (عرب سات).

وتشكّل هذه التظاهرة الإعلامية والفنية والتكنولوجية الأبرز والأعرق في الوطن العربي، مناسبة للقاء المبدعين في المجال السمعي والبصري وصنّاع الصوت والصورة، والفاعلين في تكنولوجيات الاتصال الحديثة. وتتميّز هذه الدورة بتعدّد الفعاليات وتنوّعها، خدمة للإبداع الإعلامي والفنيّ العربي، وتشجيعاً لروّاده :

حفل الافتتاح : بمسرح الأوبرا ، مدينة الثقافة : سهرة فنية ذات مواصفات عالية يتخلّلها الاحتفاء بضيوف الشرف، من نجوم الشاشة والأثير والسينما العربية، وتكريم أشهر الإعلاميين.

المعرض التكنولوجي : يتيح الاطلاع على آخر المبتكرات في مجال المعدّات التقنية والتجهيزات المتطوّرة.

سوق البرامج : فضاء يقدّم أحدث الإنتاجات الإذاعية والتلفزيونية.

البرنامج العلمي : يشمل عدّة ندوات بين برامجية وهندسية، اختيرت مواضيعها من صميم اهتمامات المهنيين في عالمنا اليوم.

المسابقات الإذاعية والتلفزيونية : في شتى الأصناف البرامجية والإخبارية، وتندرج في إطار الارتقاء بالإنتاج العربي المرئي والمسموع، وتحفيز المبدعين على مزيد الجودة والابتكار والإضافة.

الحفل الختامي، يقدّم في شكل سهرة بمواصفات فنية رفيعة المستوى، ويكون مناسبة للإعلان عن الأعمال الفائزة في مسابقات المهرجان وتوزيع الجوائز على أصحابها.

إنّ كلّ المؤشّرات والاستعدادات الجيدة لاتحاد إذاعات الدول العربية، ومعاودة كافة الشركاء، ستكسب هذه الدورة عوامل النجاح والإشعاع والتألّق، وتضفي عليها مسحة من الجمالية وروعة المشهد.

أ. محمد رُؤف يعيش

الريادة النسائية في الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية

هذا هو عنوان الملف الذي نفتتح به العدد الجديد من مجلّة : «الإذاعات العربية». وللإشارة فإنّ الأبحاث التي يشتمل عليها مأخوذة من الندوة التي أقامتها مؤخراً أكاديمية اتحاد إذاعات الدول العربية للتدريب الإعلامي، وجمعت فيها نخبة متميّزة من الإعلاميّات اللّاتي تُشرفن الوطن العربي، حيث قدّمن خلالها دراسات في غاية الأهميّة، اتسمت بالدقة في التحليل وتوّحي الموضوعية في الطرح.

- الأستاذة عواطف دالي : المكلّفة بتسيير التلفزة التونسية : مكانة المرأة في المؤسسة التي تديرها
- الأستاذة سعاد الإسحاقية : المديرية العامة للإعلام الخارجي بوزارة الإعلام (تجربة سلطنة عمان)
- الأستاذة حورية حشير : المديرية السابقة للمركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج الجزائر: اختراق الحاجز الزجاجي (تجربة إعلامية جزائرية)

وإذ تعتذر المجلّة عن عدم التمكن من استغلال هذه المداخلات القيّمة، اعتباراً لكونها تحتاج إلى إعادة صياغة تحريرية، فإنها تقترح نشر الأبحاث التالية التي جهّزها أصحابها خصيصاً لهذا العدد. وأولها بحث الأستاذة اعتدال مجبري بعنوان :

الإعلاميات العربيات في مواقع القرار: تغيب وفرص مهدورة وأخرى في الأفق !
وثانيها : **الريادة النسائية اللبنانية في الإعلام العربي، الدور والمهام ، للدكتور حسان فلحة**
أمّا الدراسة الثالثة فقد أعدّتها **الدكتورة منى مطيع** تحت عنوان :
تأنيث قطاع الصحافة في تونس مرآة عاكسة لمسار ريادة تغييرية في الحقل الإعلامي.
ويتوّج الملفّ بدراسة استعرضت فيها **الدكتورة لمياء محمود** : **أشهر القيادات النسائية التي مرّت في الإذاعة والتلفزيون بمصر .**

وقد اختتم أعمال الندوة **المهندس عبد الرحيم سليمان مدير عام الاتحاد**، مشيراً إلى أنّ موضوع الريادة النسائية قلّما يتمّ التركيز عليه أو حتى الالتفات إليه بجديّة، رغم ما يكتسبه من أهميّة، وذلك اعتباراً للمكانة التي تضطلع بها المرأة في المجتمع، وفي سائر القطاعات، ولا سيما مهن الإعلام والاتصال. هذا وصدرت عن الندوة توصيات تدعو إلى تحسين مكانة المرأة في وسائل الإعلام السمعية البصرية العربية في المستويات التالية :

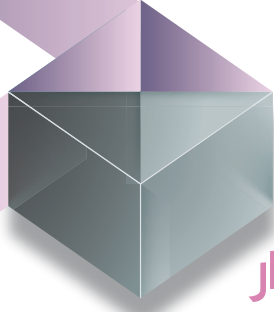
- التمثيل ضمن مختلف الوظائف
- على صعيد النفاذ إلى مراكز القيادة
- حاجيات التكوين المستمرّ في مجال الريادة والتسيير.

الملف

الريادة النسائية

التمكين
مشاركة المرأة الوصول إلى التمويل
في الأنشطة الاقتصادية
التحسينات المرتبطة
الرقمية
بالتربية
المرور في العمل
إنتاجية
المعلومات
إقامة شبكات
القدرات والمهارات
ريادة
الأعمال النسائية
الخبرة الطابع غير الرسمي
تقنيات تكنولوجيا
المعلومات
والاتصالات
إنتاجية
الوصول على
قدم المساواة
القدرات
والمهارات
القانونية
إقامة شبكات





الإعلاميات العربيات في مواقع القرار تغيب وفرص مهدورة وأخرى في الأفق !

أ. اعتدال مجبري

مركز «كوثر»

المقدمة

إنّ التطرّق إلى مسألة المرأة وصنع القرار في المجال الإعلامي، يطرح أكثر من إشكالية، ويمكن تناوله وفق أكثر من مقارنة، ذلك أنّ مفهوم صنع القرار في المؤسسات الإعلامية «يختلف» عن مفهومه في المؤسسات الأخرى. ففي المؤسسات الإعلامية، يمكن لمن يحتلّ مراتب «ثانوية» أن يكون/تكون ليس قائدا/ة فحسب، بل ومؤثرا/ة وذات مواصفات قيادية تغييرية تبرز للناس بصفة جليّة.

صحيح أنّ المقاربة التقليدية تفرض علينا النظر كمّيّا، في المناصب وفي أعلى السلم الهرمي للمؤسسة، وكذلك مكانة المرأة في النقابات المهنية التي هي في صلب القرار الإعلامي، علاوة على مكانتها في الهياكل المهنية الأخرى التعديلية وغيرها، لكن اليوم ومع تداخل الإعلام التقليدي والميديا الجديدة، وأيضا بروز مصطلح القيادة التغييرية، يفرض علينا تلمّس الموضوع من زوايا مختلفة.

الأرقام تتحدّث وحدها لتبلغنا حقيقة أنّ النساء في العالم العربي، تقلّدن بصفة محتشمة للغاية مناصب قيادية في المؤسسات الإعلامية، وإنّ بتفاوت من بلد إلى آخر، فكانت مصر وتونس الاستثناء. وكذلك الأمر بالنسبة إلى ملكية وسائل الإعلام التي تكاد تكون حكرا على الرجال، ما عدا بعض المحاولات في الصحافة الإلكترونية.

ولا يختلف الأمر على المستوى الدولي. فالفيدرالية الدولية للصحافيين تشير إلى أنَّ العالم يضمُّ اليومَ أزيد من 300 ألف صحافية تشتغلن في مختلف قطاعات الإعلام، غير أنَّ عدد اللّواتي بلغنَّ منهنَّ مراكز القرار يظلُّ محدودا مقارنة بعدد الرجال.

وفي المنطقة العربية، وتفيدا للمقولة الشائعة بتأنيث القطاع، يبقى المشهد الإعلامي العربي، بالنظر إلى العاملين فيه مؤنثا مظهرا فقط، مذكرا عددا، ومذكرا قرارا وملكية وإشرافا ونشرا وحضورا في الهياكل المهنية. ولئن يعدّ هذا المعطى قديما، فإنه يستلزم تحديثا علميا، بما يضمن معطيات حيّنة عن الموضوع، لكن

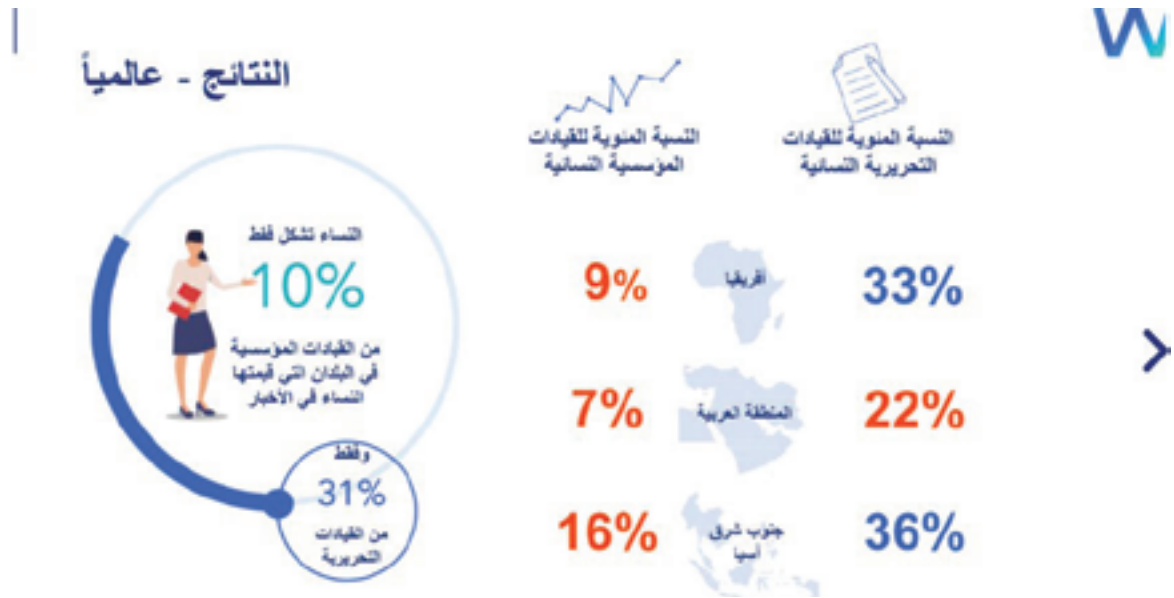


الأرجح أنَّ المسألة لم تتغيّر منذ ذلك الوقت، ما عدا لجهة المظهر الذي أصبح في أغلب المحطات ذكوريا، والتغطيات الميدانية الكبرى، خاصة في فلسطين المحتلة وفي أوقات الحرب، كما في العراق، والأحداث الإرهابية كما في تونس. ومنهنَّ من أصبحن أيقونات الصحافة بتغطيات متتالية وبعمل ميداني يرتقي إلى مستوى دولي و/أو بعد أن فدينَّ العمل الصحفي بأرواحهنَّ.

والجدير بالملاحظة، فحسب دراسات مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر» أنَّ تزايد عدد الإعلاميات في بعض الدول العربية، الذي رافقه تراجع في عدد الإعلاميين لم ينجّر عنه تغييرات تُذكر في تبادل الأدوار بين المرأة والرجل في جُلِّ مراحل إنتاج المادة الإعلامية. كما أنَّ طريقة تناول مواضيع المرأة وقضاياها في وسائل الإعلام حافظت على توجّهاها الكبرى في المعالجة والتحليل، والتي تحيل إلى أدوارها التقليدية وتغييبها في مناقشة الشأن العام وقولبتها في مواضيع بعينها، كالصحة والتربية والتعليم، بما يعزّز الصور النمطية حولها.

وتأتينا تقارير أخرى ببيانات تبرز إلى أيّ مدى تغيب المرأة عن صنع القرار الإعلامي في البلدان العربية، مقارنة ببلدان أخرى. ففي عام 2022، حلّت الرابطة العالمية للصحف وناشري الأخبار- النساء في الأخبار بيانات واردة من 192 شركة إعلامية داخل 17 بلداً حول المناصب التحريرية العليا وفق نوع الجنس ليتبيّن أنَّ ثلاث دول عربية، وهي فلسطين والأردن والصومال، بلغ عدد النساء اللّواتي يشغلن المنصب المؤسسي صفرا، وأنَّ « في الصومال، لم تشغل أيّ امرأة أعلى

منصب تحريري بدءاً بعام 2022، وتلتها مصر، حيث شغلت النساء 9% فقط من المناصب التحريرية العليا». وإذا ما قارنا هذه النسب بالفلبين، حيث تشغل النساء 78% من مناصب رئيسات التحرير، تلتها زمبيا حيث شغلت النساء 57% من المناصب التحريرية العليا، ندرك مدى الفجوة ليس بين النساء والرجال فحسب، بل بين بلداننا وبلدان أخرى. فالمنطقة العربية تحتل المرتبة الأخيرة في نسبة القيادات النسائية التحريرية، وكذلك في نسبة القيادات النسائية المؤسسية بعد إفريقيا وجنوب شرق آسيا.



صنع القرار مع وقف التنفيذ



وفقا للرسمين أعلاه، نجد نسبة محتشمة للغاية لنساء تقلدن مناصب قيادية. وحيث تعتبر مسألة المشاركة في صنع القرار وممارسته من المؤشرات المعتمدة بكثافة في كافة المجالات للتدليل على تقلص فجوة المساواة بين الرجال والنساء، فإنّ اتخاذ القرار أو المشاركة فيه لا يعني الحصول على رتبة أو لقب وظيفي تغيب معه الممارسة، بل هو المشاركة الفعلية في التخطيط والتسيير والإدارة. وهذا الأمر يعدّ صعب المنال. فقد أصبح شائعاً، في العديد من المؤسسات الإعلامية العربية، أن نجد عدداً من رؤساء التحرير غير فاعلين على مستوى القرار، وليس لهم أيّ دور في تحديد المحتوى

والأولويات التحريرية والإخبارية، وهو وضع أفرز واقع وجود الإعلاميات على وجه التحديد في مواقع قرار، دون أن تكون لهنّ بالضرورة صلاحيات اتخاذه أو ممارسته أو المشاركة فيه. وهو ما يستدعي مجهودا أكبر لتفعيل الحضور النوعي للإعلاميات وتحسين وضعيتهنّ ومواقعهنّ داخل المؤسسة، وتمكينهنّ من الاشتغال في مختلف مجالات الإعلام، وجعل حضورهنّ الكمي المتزايد في وسائل الإعلام حضورا نوعيا أيضا، وتمكين النساء من الوصول إلى مراكز القرار، لا كواجهات فقط وإنما كمسؤولات لهنّ سلطة القرار أيضا.

إذن، لا يزال السقف الزواجي قائماً في جُلّ الدول العربية والمنابر الإعلامية، عمومية و/أو حكومية كانت أو خاصة. فعدد الإعلاميات رئيسات التحرير أو مديرات قنوات أو مؤسسات إعلامية، لا يزال محدوداً مقارنةً بنظيره عند الرجال، كما أنّ الإمكانيات الفعلية أمامهنّ لاتخاذ القرار لا تزال محدودة، حتى عندما تكنّ في موقع مسؤولية.

فهنّ في الغالب يوجدن في موضع مسؤولية خاضع لمسؤول يملك سلطة أكبر، أو رئيسات تحرير لهنّ مدير أو نواب مدير، بشكل يجعل من مسألة تمكين النساء من اتخاذ القرار الفعلي واليومي في المؤسسات الإعلامية العربية، أمراً مؤجّلاً في أغلب الأحيان. وبذلك يمكن التأكيد أنّ وصول النساء إلى مراكز القرار لازال محفوفاً بالكثير من الأشواك، ويظلّ السقف الزجاجي حدّاً ترتطم عنده طموحات الكثير من النساء، لتبقى مراكز القرار حِكراً ليس على الرجل فحسب، بل على عدد محدود من النساء.

مواقع القرار بين الهمة والاستحقاق

غالبا ما تجنح البلدان العربية إلى القيام من وقت إلى آخر بتعيينات نسائية على رأس المؤسسات الإعلامية الحكومية والعمومية، وغالبا ما تكون هذه التعيينات سياسية أو «تكتيكية». في المقابل، طرح حق وصول النساء إلى مراكز القرار ليس مطلباً للقيام بإجراء امتيازي مجاني يمنح المرأة هذا المنصب، وإنما هو دعوة إلى تمكين الجميع من إثبات القدرات، ومن اكتساب التجربة التي لا تأتي حتما بالإقصاء والتهميش -فالممارسة هي المحك الأساس، وأيضا اتخاذ القرارات داخل المؤسسة الإعلامية.

ويتحقق التوازن بين النساء والرجال في المشهد الإعلامي، وفق سياسة إعلامية حقيقية يركّز من خلالها على مبدأ التنافس وفق الكفاءة، من خلال تحقيق توازن في ثلاثة مجالات أساسية:

- المشاركة في مسار صنع القرار داخل المؤسسات الإعلامية،
- التواجد في مختلف الخطط الوظيفية الإعلامية، من تحرير وإعداد وتقديم وإنتاج ومونتاج وإخراج...
- المساهمة في تغيير المضامين الإعلامية والمحامل والأداء الإعلامي.

ولئن انتهجت بعض المؤسسات الإعلامية الخاصة تكريس مبدأ المساواة بين النساء والرجال في مواقع القرار بالتنصيص عليه صراحة، على غرار ما ورد في ميثاق تحرير راديو موزاييك التونسية في مادته 12 « (...) «تبنّى موزاييك اف ام مبدأ المساواة بين الجنسين في تقديم البرامج والعمل الصحفي ومراكز القرار على أساس الكفاءة المهنية، دون اعتبارات فكرية أو عقائدية أو جهوية



أو فئوية، وتعمل على توفير الحظوظ نفسها للمرأة كما للرجل في المداخلات والحضور»، فإنّ تجسيده على أرض الواقع يبقى دون المأمول. وهو ما يحيلنا إلى العقبات التي تحول دون وصول المرأة إلى مناصب قيادية في المؤسسات الإعلامية.

الأردن

تقدّر نسبة وجود النساء الإعلاميات بقطاع الإعلام في الأردن الربع. ويلاحظ عدم وجود وسيلة إعلام أردنية تملكها امرأة، عدا قلّة من المطبوعات الإلكترونية وقناة فضائية واحدة. وأيضا خلّو المواقع القيادية الأولى في الصحف اليومية من النساء، باستثناء صحيفة الغد اليومية التي ترأست تحريرها «جمانة غنيات» لأكثر من ستّ سنوات قبل أن تصبح وزير دولة لشؤون الإعلام عام 2018، في حين برزت النساء في مواقع إدارية متوسطة وعليا في بعض المحطات الإذاعية والتلفزيونية.

ويقدرّ مجموع الإعلاميين والإعلاميات بعضوية نقابة وغير عضوية بـ 1873، منهم 444 إعلامية، وبما نسبته 23٪ تقريبا من المجتمع الإعلامي.

المصدر : تقييم واقع عمل الصحفيات، في مؤسسات الإعلام الأردنية،

دراسة صادرة عن منظمة دعم الإعلام الدولي 2018، IMS،

https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2018/12/WomenJournalists_IMS_AR_March-2019.pdf

القيادة التغييرية دونها مناصب



تمّت في بداية المقال الإشارة إلى أنّ مفهوم صنع القرار داخل المؤسسات الإعلامية قد يختلف عن بقية المؤسسات ويتخذ أشكالا عديدة، نظرا إلى طبيعة الإنتاج والبروز والتميّز التي تفرضها بيئة العمل الإعلامي، وهو ما قد يقترب أكثر من مفهوم القيادة التغييرية باعتبارها «تختلف عن أنواع القيادة الأخرى، بأنها لا تختصّ فقط بمهارات قيادية بحتة، بل تعمل بشكل أساسي وتهدف إلى إحداث عملية تغيير جذري في

المفاهيم والممارسة وخلق أدوات التغيير المجتمعي، والتي ستساعد على استدامة هذا التغيير. وفي تعريف اليونيفيم (٢٠٠٠) للقيادة التحويلية على أنها تبدأ في الشخص لتتجاوزته إلى مجموعة، ومن ثمّ إلى المجتمع ككلّ (...) وتحدّي هياكل عدم المساواة في الممارسة والمعتقدات».

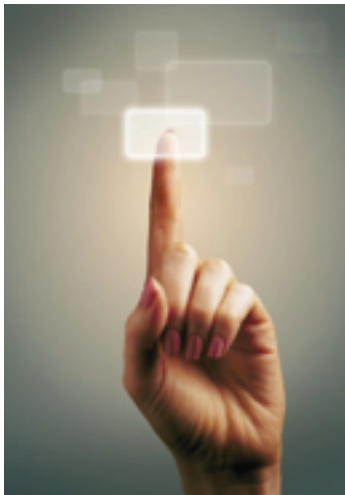
وقياسا عليه، نجد على موجات الأثير أو شاشات التلفزيون أو في الإشراف الرقمي للمؤسسات التقليدية أو التغطيات الكبرى أو الإعداد لبرامج ضخمة، نماذج كثيرة من هذه القيادات النسائية الإعلامية.

ويكفي أن نستحضر هنا شهيدة الصحافة الفلسطينية شيرين أبو عاقلة وشهيدتي إعلام الحرب في العراق رنا العجيلي وأطوار بهجت، واللبنانية مي شدياق وجيزيل خوري في إدارة الحوارات السياسية، والمصرية منى الشاذلي وبرامجها الحوارية السياسية والثقافية في مختلف محطات مسيرتها، ومذيعة الأخبار وبرامج سياسية الكويتية أنوار مراد، والإذاعية السعودية خديجة الوعل، وهند بوشمر من المغرب التي نوّعت من تجربتها لتصل مجال الرياضة، وعميدة الصحفيات الموريتانيات الناه بنت سيدي، وأمة العليم السوسوة من اليمن، وآمال عبّاس العجب من السودان، وسميرة مهداوي التي تشرف على النشر الرقمي للإذاعة التونسية، وأستاذة الأجيال خيرية السقّاف من السعودية... وغيرهنّ كثيرات من أجيال مختلفة كانت لهنّ تأثيرات في المشاهد/ة والمستمع/ة وعلى صفحات التواصل الاجتماعي، بعيدا عن الجانب المكرّس للإثارة فيه.

ولا يعني ما سبق أن لا حاجة لنساء في مناصب قيادية في المؤسسات الإعلامية، وإنما دفع للتفكير والتفكير في مقاربة مواقع القرار في عصر التحوّل الرقمي، بما يكرّس أعدادا أكبر للنساء في القرار الإعلامي.

القرار الإعلامي المؤنّث : عقبات بالجملة

بصفة عامة، يُلاحظ في بلداننا العربية غياب سياسات إعلامية، وإن وجدت فإنها تغفل مبدأ تكافؤ الفرص وفقا للكفاءة ولا تهتمّ بإدراجه كبنء أساسي فيها، وكذلك تفعل المؤسسات الإعلامية نفسها، حتى في البلدان التي تشهد انتقالا سياسيا، حيث تتوفّر مجالات أوسع للبناء في مجالات عدّة، ومن ضمنها الإعلام. وقد سبق لمنظمة اليونسكو أن اعتمدت مواضيع حاسمة حول المساواة يمكن للسياسات الوطنية اعتمادها «لتحقيق المساواة بين الجنسين في الإعلام، وتمكين المرأة في وعبر كافة وسائل الإعلام، بقطع النظر عن التكنولوجيا المعتمدة»، ووضعت لها مؤشّرات من ضمنها التكافؤ على مستوى القرار بين الإعلاميات والإعلاميين داخل المؤسسة الإعلامية، وكذلك المتابعة



المستمرة للإحصاءات المتعلقة بذلك. ومن ضمن المؤثرات أيضا السياسات الناجمة لتعزيز المساواة في الفرص وآليات الإنفاذ المفصلة وإجراءات وسياسات لرفع كّل العراقيل أمام المرأة. كما اقترحت اليونسكو اعتماد «كوتا» لضمان تمثيلية النساء في مواقع القرار، وأنشأت التحالف العالمي المعني بوسائل الإعلام والمساواة بين الجنسين لتطبيق المؤثرات المراعية لقضايا الجنسين في وسائل الإعلام.

كما يعرف المشهد الإعلامي العربي استقطابات سياسية، أضيف إليها الاستقطاب التجاري أو ما تسمّيه اليونسكو بـ«الاستحواذ»، «الذي يفسد الدور الرئيسي الذي ينبغي لوسائل الإعلام الاضطلاع به وهو إعلام الجمهور، إذ تتحوّل وسائل الإعلام بدلا من ذلك إلى اختيار التقيّد بالتأثير التجاري»، وهو ما لم تتمرّس به الإعلاميات نظرا إلى ما يستوجبه من شبكة علاقات ممتدة في الفضاء العام التي قد تسيء إليهنّ على أكثر من مستوى في مجتمعات محافظة.

اليمن

إنّ المستويات الوظيفية التي تعمل فيها النساء داخل المؤسسات الإعلامية تدرج في مستوى الإدارة الوسطى بنسبة 60%، كما توجد النساء بنسبة 33% في مستوى الإدارة الدنيا، فيما يوجد الذكور بنسبة 21% في مستوى الإدارة العليا، مقابل 6% من إجمالي عيّنة الدراسة للنساء، وهذه النتائج تؤكد سيطرة الذكور على المناصب القيادية العليا. وحول العوائق أمام تمكين الإعلاميات، يقول د. صالح حميد أنّ العادات والتقاليد غير المشجّعة كانت في المرتبة الأولى بنسبة 32% تليها سيطرة الذكور على العمل في تلك الوسائل الإعلامية بنسبة 21%، ثمّ الالتزامات الأسرية بنسبة 17%، إضافة إلى عدم الثقة بالقيادات النسائية من قبل الذكور بنسبة 13%.

د. صالح محمد حميد، أستاذ مشارك - إعلام واتصال جماهيري، كلية الإعلام - جامعة صنعاء. <https://yementimesradio.net/%d8%a3%d9%88%d8%b1%d8%a7%d9%82-%d8%b9%d9%85%d9%84>

ولا تقتصر العقبات أمام وصول الإعلامية إلى مواقع صنع القرار على غياب السياسات المحفّزة على ذلك، أو إلى ما توصّلت إليه دراسات «كوثر» من غياب بيئة إعلامية مواتية لسيطرة

الثقافة الذكورية عليها، حتى خلال ممارسة العمل اليومي أو استشارات قاعات التحرير أو التدريب أو التغطيات الكبرى. فقد برزت مظاهر عنف وتحرش لفظي وجنسي تجاه الإعلاميات بشكل أكبر منه لدى الإعلاميين.

فمن أكبر دراسة من نوعها شملت 2000 فرد من الرجال والنساء في مجال وسائل الإعلام بـ 20 دولة في إفريقيا، وجنوب شرق آسيا، وأوراسيا (روسيا) والمنطقة العربية ودول مختارة في أمريكا الوسطى، ومقابلات مع 85 من كبار المديرين/ات التنفيذيين/ات، استخلصنا النتائج الخاصة بالمنطقة العربية، وتحديدًا من مصر والأردن ولبنان وفلسطين. وتبين هذه النتائج أنّ «واحدة من كلّ ثلاث نساء في المتوسط واجهت شكلاً من أشكال التحرش الجنسي في العمل (35%)، أكثر من 50% تعرّضن للتحرش اللفظي - إلا أنّ الحالات التي تمّ الإبلاغ عنها لم تتجاوز 12% فقط من الحوادث. وفي إطار الحالات التي تمّ إبلاغ الإدارة بها، فإنّ 50% من هذه الحالات نتج عنها إجراءات رسمية من جانب المؤسسة، عندما كان القائم بالإبلاغ رجلاً، مقابل 41% لحالات النساء». أشارت الأغلبية الساحقة من الإجابات إلى نقص في المعرفة أو الوعي حول سبل الإبلاغ عن التحرش، والخوف من التداعيات السلبية في حالة الإبلاغ عنها، خاصة في صفوف النساء.

وتتعرّض الإعلاميات إلى شتى أنواع العنف، خاصة على الميدان وفي مواقع التواصل الاجتماعي، ما حدا بالاتحاد الدولي للصحفيين سنة 2021 إلى دعوة الحكومات للتسريع بالمصادقة على اتفاقية 190 لمنظمة العمل الدولية للعام 2019، وهي الاتفاقية بشأن القضاء على العنف والتحرش في عالم العمل، والتي لم تحظ بعدُ باهتمام دول المنطقة العربية لا مصادقة ولا معالجة تشريعية ولا التزاماً ولا تعهداً بالمصادقة. وقد جدّد الاتحاد الدولي للصحفيين دعوته سنة 2022 متوجّهاً هذه المرّة إلى المؤسسات الإعلامية للعنف السيبراني وجعله أولوية، واتخاذ إجراءات ملموسة للحدّ من هذا النوع من التهديدات. وقد أبرز الاتحاد غياب دعم المؤسسات والزملاء في الإعلام في حال تعرّض زميلاتهم للعنف الرقمي. وعربياً، نادى اليونسكو خلال مؤتمر عربي عقدته سنة 2022 بتطوير آليات حماية وأمان للإعلاميين عموماً وللإعلاميات على وجه الخصوص للإعلام على الاعتداءات والمضايقات والتحرش الذي يتعرّضن له. فالأرقام أبرزت أنّ 73 بالمائة من الإعلاميات في المنطقة تعرّضن لمضايقات وتهديدات وإهانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في علاقة بمهنتهنّ.

القرار النسائي وبداية الهجرة نحو الرقمنة



ظهرت في السنوات الأخيرة بفضل التقدم التكنولوجي مؤسسات إعلامية ناشئة تجمع بين المكتوب والمسموع والمرئي في جميع المجالات. ولئن لا تتوفر معطيات ضافية عنها ولا إحصاءات حسب الجنس ولا دراسات إلا ما ندر، فإنّ انخراط الإعلاميات فيها كمؤسسات أو مساهمات في التأسيس أو رئيسات تحرير، يمكن أن يُعدّ مؤشراً على بداية

هجرة الإعلاميات نحوها. وفي بحثنا عن معطيات عنها، لم نتوصل سوى إلى دراسة «الشركات الرقمية الناشئة في العالم العربي: نموذج لبنان والمغرب والأردن، حالات وتطبيقات». «ويبدو واضحاً من خلال الدراسات الثلاث، أنّ هناك توجّهاً قوياً لقيام المؤسسات الرقمية الإعلامية الناشئة في هذه الدول، وأنّ هناك محاولات جدّية كي تكتسب هذه المؤسسات موقعها في مجال الابتكار وريادة الأعمال والتأسيس لمفاهيم اقتصادية جديدة. وما يشجّع في هذا الميدان وجود حاضنات وصناديق راعية لمثل هذه المشاريع يمكن الاعتماد عليها لإطلاق مبادرات مبتكرة» وهو ما قد يفتح فرصاً أمام الإعلاميات للانتقال الرقمي في ظلّ الصعوبات الاقتصادية التي تعرفها وسائل الإعلام التقليدية، خاصة وأنّ نسبة مستخدمي/ات الإنترنت في العالم العربي وصلت إلى 70 بالمائة سنة 2022، وهو ما يستوجب ثقافة المخاطرة التي قلّما تتوفر في النساء لأسباب موضوعية، منها التنشئة الاجتماعية واضطلاعهنّ بأدوار إنتاجية وإنجابية ومجتمعية في ذات الوقت، علاوة على صعوبة المجال وما يتطلبه من طول نفس وقدرّة على المنافسة التي تكبّل جماحها المجتمع الذكوري. أضف إلى ذلك غياب التدريب المكثّف على الرقمنة والانتقال الرقمي.

وعلى الرغم من ذلك، حقّقت الإعلاميات نجاحات في المؤسسات الرقمية الإعلامية الناشئة، فعرب-نت التي تضمّ من ضمن مؤسسيها امرأة، كما تصدر مجلّة معروفة بهذا العنوان: «QuarterlyArabNetThe»، وهي الإصدار المطبوع الأول من نوعه للمؤسسات الرقمية النامية والشركات الرائدة، وتصل نسبة الوصول إلى تلفزيون عرمم التي ترأس تحريرها إعلامية إلى ستة ملايين شخص شهرياً، وتجاوز عدد فيديوهاتها 2500 فيديو أون لاين.

وتستوجب المؤسسات الرقمية الإعلامية الناشئة اهتماماً رصدًا وبحثًا وتهيئةً لبيئة قانونية وتحفيزية خاصة للإعلاميات لخوض غمارها.

صحفيات في مواقع قرار إلكتروني (أمثلة)

• اليمن

مديرة "منصة هودج"، مروى العريقي
رئيسة تحرير موقع "يمن فيوتشر"، ثريا دماج
المديرة العامة لشركة "بلقيس ميديا"، هناء الجرادي

• العراق

مديرة عامة منصة مكاتي، شايدا حسامي
رئيسة تحرير/ القسم الكردي لمنصة مكاتي، نياز عبدالله
رئيسة تحرير/ للقسم العربي، لمنصة مكاتي، حنان زبيس

• لبنان

رئيسة التحرير المشاركة لرصيف22، رشا حلوة
شريك مؤسس ورئيسة مجلس إدارة "درج"، عليا إبراهيم
شريك مؤسس وسكرتير تحرير "درج"، ديانا مقلد
مؤسسة مجلة خطيرة الإلكترونية، أمندا أبو عبد الله
إحدى مؤسسات عرب-نت، ريتا مخول

• تونس

رئيسة تحرير موقع "كشف ميديا"، خولة بوكريم
مؤسسة ومديرة كوسموس_ميديا، مبروكة بوخدير
رئيسة تحرير كوسموس ميديا، أمل الصامت

• سوريا

مؤسسة راديو «سوريات»، أميرة مالك

• المغرب

مؤسستا اليوم ناس، شامة الطاهري وريم القالدي

• الأردن

المحررة التنفيذية وإحدى مؤسسات حبر، لينا عجيلات
رئيسة تحرير عرمرم (أول محطة تلفزيونية على النت)، همس رباح
إحدى مؤسسات خرايش، وفا النابلسي

في الختام، يبدو أنّ تغيير مفهوم القيادة آخذ في التبلور بصفة مختلفة عن المفهوم التقليدي، ولا يعني التخليّ عن هذا الأخير في المؤسسات الإعلامية تماما. كما عرف مفهوم الحدود تغييراً جعل من المشهد الإعلامي العربي، كما المشهد العالمي تغييراً. فهو، حسب سيّد أحمد مصطفى «سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقّدة، لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، إنّما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية (...) تبتّ رسائله عبر وسائل تتخطّى حواجز الزمان والمكان واللغة لتخاطب مستهلكين متعدّدي المشارب والعقائد والرغبات والأهواء»... ويبدو أنّ المشهد الإعلامي العربي تبلور في هذا الاتجاه ليخلق فرصاً أخرى للتمييز والإبداع وتكريس القرار النسائي، خلافاً لمشهد إعلامي تقليدي قام بإقصائهنّ منه.

وحرّيّ بالتذكير أنّ المسألة ليست بالبساطة التي يمكن أن نعتقدّها، ذلك أنه من الضروري توفير الإرادة السياسية لتكافئ الفرص من ناحية، ولتهيئة بيئة تشريعية وداعمة وممكنة للإعلاميات بغية الوصول إلى مواقع القرار، أيّاً كانت المحامل من ناحية أخرى.

فمع أنه لا يمكن تجاهل ما وصلت إليه المرأة في بعض المؤسسات الإعلامية العربية، حيث تقلّدت أعلى المناصب والمسؤوليات، فإنّ الصورة الغالبة التي يمكن استنتاجها من حضور المرأة منتجة للمواد الإعلامية، تُظهر أنها تشغل في الغالب مواقع التنفيذ، فيما يتولّى الرجل مواقع التسيير. فصنع القرار النسائي في المؤسسات الإعلامية، مع وقف التنفيذ أصبح ممارسة متواترة وجليّة في بعض الأحيان، حيث أثبتت دراسات مركز المرأة العربية على امتداد السنوات العشر الأخيرة أنّ :

- مسألة المشاركة في صنع القرار وممارسته تعتبر من المؤسّرات المعتمدة بكثافة في كافة المجالات، للتدليل على تقلّص فجوة المساواة بين الرجال والنساء.
- اتخاذ القرار أو المشاركة فيه لا يعني الحصول على رتبة أو لقب وظيفي تغيب معه الممارسة، بل هو المشاركة الفعلية في التخطيط والتسيير والإدارة.
- أصبح شائعاً، في العديد من المؤسسات العربية، أن نجد عدداً من رؤساء التحرير غير فاعلين على مستوى القرار، وليس لهم أيّ دور في تحديد المحتوى والأولويات التحريرية والإخبارية.
- وضع أفرز واقع وجود الإعلاميات على وجه التحديد في مواقع قرار، دون أن تكون لهنّ بالضرورة صلاحيات اتخاذه أو ممارسته أو المشاركة فيه.



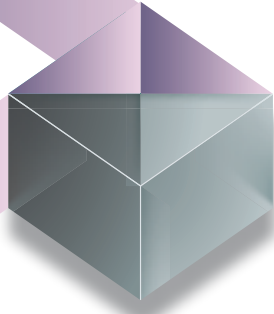
وفي كل الأحوال، يستلزم الموضوع التعمق في بحثه كيفاً لا كمّاً، كما أنه حان الوقت للاهتمام بالسياسات الحكومية و/أو العمومية للإعلام، وفقاً لمقاربة النوع الاجتماعي. وتبقى المؤسسات الرقمية الإعلامية الناشئة خارج أطر البحث والتوثيق في البلدان العربية، ما يستوجب الاهتمام بها ومعالجتها كحقل إحصائي وبحثي لجهة وجود المرأة فيها مؤسسة وصاحبة قرار ومدى اختلاف مسارات اتخاذ القرار بينها وبين مؤسسات الإعلام التقليدية. ويستوجب ذلك الوقوف على أبرز التحديات:

- تحدي الانتقال الرقمي أولاً وثانياً وثالثاً
- تحدي السياسات الإعلامية
- تحدي الاستقطابات التجارية والسياسية والأيدولوجية
- تحدي التدريب المستمر في مجال القيادة التقليدية والتحويلية/التغيرية

الهوامش

1. مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" ومقرّه تونس www.cawtar.org
2. تقرير تنمية المرأة العربية الثالث، «المرأة العربية والإعلام العربي: دراسة تحليلية للبحوث الصادرة ما بين 1995 و2005، كوثر والأجفند، 2006
3. <https://womeninnews.org/ar/%d8%b1%d8%b5%d8%af-%d8%a7%d9%84%d9%82%d9%8a%d8%a7/%d8%af%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d9%86%d8%b3%d8%a7%d8%a6%d9%8a%d8%a9>

4. <http://www.mosaiquefm.net/assets/content/pdf/final%20livret%20charte%20mosaique.pdf>
 5. القيادة التحويلية لحقوق المرأة: دليل الأوكسفام، 2014
 6. الاتجاهات العالمية على صعيد حرية التعبير وتطوير وسائل الإعلام، التقرير العالمي، اليونسكو 2018
 7. تقرير دراسة التحرش الجنسي في وسائل الإعلام، 2020-2021، <https://sexualharassment.womeninnews.org/research/articles/?lang=ar#arab>
 8. Violence against women: Journalists' unions urge governments to expedite ratification of ILO Convention 190 <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/press-releases/article/violence-against-women-journalists-unions-urge-governments-to-expedite-ratification-of-ilo-convent.html>
 9. Online abuse: We need to talk, says IFJ, <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/vaw/article/online-abuse-we-need-to-talk-says-ifj.html>
 10. <https://www.unesco.org/en/articles/no-impunity-crimes-against-journalists-arab-region>
 11. الشركات الرقمية الناشئة في العالم العربي : نموذج لبنان والمغرب والأردن، حالات وتطبيقات، مهارات، 2019 <https://maharatfoundation.org/media2019.pdf>
 12. الاتحاد الدولي للاتصالات <https://www.itu.int/en/ITU-D/Technology/Documents/Publications/From%20electricity%20grid%20to%20broadband.pdf>
 13. سيد أحمد مصطفى (2000)، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، المستقبل العربي، العدد 256، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت
- مصدر الصور: مركز كوثر**



الريادة النسائية اللبنانية في الإعلام العربي : الدور والمهام

د. حسان فله

مدير عام وزارة الإعلام اللبنانية

منذ أن خلق الله آدم وحواء، والبشرية تتنازع المسؤولية حول المساواة بين الجنسين الرجل والمرأة ومقدارها (المساواة)، وحجمها.

هذا الجدل المستديم لا يمكن إسقاطه بالتعميم وفق القياس الكمي بين مجتمع وآخر أوبين فترة زمنية وأخرى، لأنّ القاعدة هي النزوع نحو السيطرة الذكورية وطغيانها، إلاّ من استثناءات بسيطة لا تعدو كونها سوى استثناءات عابرة في مسار بعض المجتمعات الحديثة إجمالاً.

المرأة تشكّل نصف إمكانيات العالم و قدراته، والنساء يشكّلن أكثر من نصف سكانه عدداً، ما دفع إلى السعي الحثيث من أجل تمكين المجتمعات من استثمار هذه الإمكانيات، عبر إتاحة المشاركة الفاعلة والصحيحة لعمليات التطوّر المجتمعي والنموّ الاقتصادي والترقيّ الثقافي والاكتماب المعرفي والتحصيل العلمي، وتأمين الرفاه الصحي و توفير الأمان، ومدخل ذلك ،

تلازم العدالة في الحقوق (الحق لا يتجزأ)، والمساواة الاجتماعية العادلة والصحيحة، انطلاقاً من إقرار واقعي ومنطقي أنه ما من مساواة مطلقة لاتعير أهميّة للخصوصية التي يتّصف بها كلّ من الرجل والمرأة، أقلّه من الناحية التكوينية أو الفيزيولوجية.



المساواة بين الجنسين، وأنا أميل إلى عبارة العدالة بين الجنسين، بما يحفظ التوازن النوعي في تغطية النشاطات المتعلقة بالمرأة والرجل على حدٍ سواء. الأمر المحوري هو تقاسم الأدوار وتوزّعها على التكامل بين الجنسين في حركة الحياة المستديرة التي لا تتوقف.

حقّ المرأة قبل الولادة، وحقّها في الحياة، وحقّها بعد الممات هو ليس منّة، بل طبيعة البشر الحقيقية، وكلّ ما عداها هو حالات تُصَف باللاعْدالة والشذوذ والامتهان للإنسان ولكلّ إنسان.

إلاّ أنّ الواقع يعطي انطباعاً عن الأشكال المتعدّدة للعنف وعدم المساواة في الحصول على التعليم الجيّد والصحة والأمان وصناعة شبكات الأمان الاجتماعية، وإنتاج المشاركة الحقيقية في الحياة السياسية والاقتصادية، إذن الهدف تحقيق تكافؤ الفرص المناسبة في تولّي المناصب والوظائف كافة، بما فيها الوظائف القيادية التي تؤثر في صناعة القرار وصياغته وتحويله من عمل توجيهي إلى عمل تنفيذي تطبيقي



على المستويات كافة، وهذا منطق الأمور.

بموازاة ذلك، نحن نعلم أنّ الثقل الاجتماعي في مقارنة الأمور يتفوّق في أحيان كثيرة على التشريعات الدينية ويتجاوزها ويتعدّها، مثل حق المرأة ودورها ومشاركتها في تحمّل أعباء الحياة. النظرة إلى المرأة من حيث المبدأ ومن حيث المضمون والمبنى هي نظرة احترام وتقدير، لأنها مقارنة إنسانية صرف وليست تسليعاً أو «تشيئاً»، والمقارنة بين مكانة الأديان وسطوتها وبين الضوابط الاجتماعية تُظهر تفوّق الأديان على كثير من المجتمعات في النظرة الإيجابية إلى المرأة.

ميثاق الأمم المتحدة دعا إلى تحقيق التعاون الدولي لتعزيز احترام حقوق الإنسان والحريّات الأساسية للناس، على قاعدة عدم التمييز، بسبب الجنس أو اللغة أو الدين ولا تفريق بين الرجال والنساء.

وفق مبدأ المساواة، حسب الطبيعة البشرية الحقيقية، حقوق الإنسان تُعني حق المرأة أسوة بالرجل تماماً، وعند إقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة شرعة حقوق الإنسان أو الإعلان

العالمي لحقوق الإنسان.(1) تمّ التأكيد إنّ «جميع البشر يولدون أحراراً ومتساوين في الكرامة والحقوق وإنّ لكلّ فرد الحق في جميع الحقوق والحريّات المنصوص عليها في هذا الإعلان دون تمييز من أيّ نوع، مثل العرق أو اللون أو الجنس أو اللغة أو الدين أو المولد أو أيّ وضع آخر»...

الخليفة عمر بن الخطّاب قال قبل ألف وأربعمئة سنة «متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحراراً».

تعزيز دور المرأة في المجتمع ليس في سياق المنافسة لدور الرجل، بل التآزر مع دوره وفق طبيعة التكامل الإنساني، ولما فيه خير الصالح العام المتمثّل في المجتمع وأفراده.

ردم الهوة بين الطرفين لا السعي أو العمل لتوسيع الشرح أو إيجاد عقدة التفوّق أو الدونية. يسّر التقدّم التكنولوجي وثورة الاتصال سبل التوعية وآفاق الإدراك وجودة المعرفة، ولا سيما إذا ما استثمر الإعلام بشكل جيّد في التمكين من بناء شبكات أمان مجتمعية لأفراد الأسرة كافة. مقدرة الإعلام بيّنة على تقديم صورة المرأة الحقيقية والإجادة في هذا السياق، من خلال زرع الثقافات الصلبة والمهارات المؤثّرة.

التغييرات المجتمعية والبنوية لوسائل التواصل والبنى المعرفية والثقافية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، قادرة على الحفاظ على منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية، من دون الغرق في الشكليات التي غالباً ما تستند إلى مفاهيم اجتماعية ودينية خاطئة.

بعض الحركات المتطرّفة والمغالية (النسوية) تصوّر الرجل أو الذكورية بشكل مغاير للواقع، وتريد إنتاج وعي مُعَادٍ للرجل من شدّة المغالاة في تضخيم الدفاع عن المرأة.



روبن مورغان

الناشطة والكاتبة الأمريكية روبن مورغان Robin Morgan كتبت في مقال لها بمجلة MS الأمريكية: «نحن لا نستطيع أن ندمّر عدم المساواة بين الرجال والنساء إلى أن ندمّر الزواج»، معتبرة أنّ «الزواج ممارسة تشبه العبودية». (2)

إنَّ عجز الخطاب الإعلامي عن الخروج من دوائر التبعية للسلطة الذكورية لا يبرّر الحملات المنظمة للترويج لمجتمعٍ ما يُعرف اليوم بالـ «ميم» ،

يدفع الاستغلال الواضح والمتنامي لبعض وسائل الإعلام وأبرز شبكاته العالمية إلى الريبة والشك، من الأهداف التي ترمي إلى ضرب القيم والعادات والتقاليد والأعراف الحميدة التي اكتسبتها المجتمعات، عبر التراكم الثقافي والمعرفي واتخذتها معايير أخلاقية لسلوكياتها، هذا التدمير الممنهج يدفع إلى الظنّ المشروع بالخلفيات السياسية والدينية والاقتصادية والمالية والاجتماعية والثقافية التي تسعى إلى فرض أنماط جديدة عرفتها البشرية، كحالات غير مقبولة لتصبح متاحة وطبيعية.

ما نشهده في بعض الإعلام الوافد، هو حالات سعي دؤوبة لتغيير كلّ المسلّمات وإسقاط كلّ منظومات الأخلاق والقيم الإنسانية. من هنا يستطيع الإعلام إنتاج ثقافات وازنة وراثة تقوم على الذكاء المعرفي لمواجهة هذا الكمّ الهائل والنوعي الذي يستهدف الطبيعة البشرية واستبدالها بأنماط سلوكية أقلّ ما يقال فيها إنها شاذّة.

الاستخدام الصحيح للأفعال الإيجابية هو هدف ملحّ في إرساء معرفة التفاهم والتخفيف من استخدام الأفعال السلبية قدر المستطاع، لتأمين سياسة الحوار الفاعلة والتفاهم، وهذا هو المدخل إلى ذلك. إذن لا بدّ من الحديث علمياً عن دور الإعلام في تطوّر النظرة إلى المرأة وتعزيز مكانتها وإعطائها حقوقها بشكل عام، وواقع المرأة في الإعلام في لبنان بشكل خاص، نموذجاً.



وزارة الإعلام بلبنان

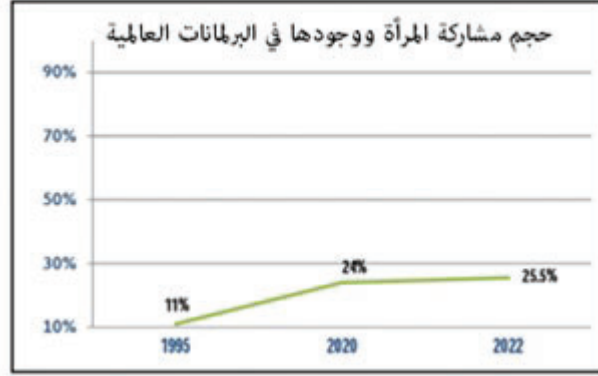
لقد قلّصت التقنيات المعرفية والبنى التواصلية من حجم الفجوات التقليدية بين الرجل والمرأة عموماً، وبين مراكز الرجل والمرأة، والمناصب التي يتولّاها كلّ من الطرفين خصوصاً، وسدّت وسائل المعرفة والتكنولوجية من حجم هذه الفجوات وقصّرت المسافات وقربتها إلى أضيّق حدودها، وأسهمت في ردم ذكورية الأعمال الإعلامية المتّسعة، ولاسيما مع الإعلام الحديث، إلّا أنّ الفوارق ما زالت كبيرة.

ولكننا نستنتج الملاحظات الآتية :

- تغيير المفاهيم والسعي إلى تبديل المسلّمات الحاكمة والمعتقدات الاجتماعية المعبر عنها بمفاهيم الأخلاقيات العامة والخاصة، أيضاً أصبح أمراً ضرورياً كي نستطيع تغيير السلوكيات الجماعية والفردية.
- والتمييز المفرط في تميّط صورة المرأة كعنصر إغراء وجذب، وهذا نقض للقيم ومعيب للمرأة والرجل.
- التمييز واضح بين العاملين والعاملات في الحقل الإعلامي والخبري والبرامجي على مستوى موقع القرار، أو ما يُعرف بالقيادات الإعلامية، السطوة للرجال بشكل حادّ.
- الصورة النمطية في المضمون الإعلامي غير متوازنة وفيها الكثير من المثالية، التركيز على تربية الأطفال، الاهتمام بالبيت والمنزل والملبس والموضة. المطلوب عطاءات المرأة، ثقافات المرأة وخبراتها.
- الاستغلال للمرأة وصورتها، والتسليع الحادّ للمرأة هو إسقاط لها إلى مستوى الأدوات والوسائل للاستفادة من عمليّتي الجذب المادية والإعلامية، وأغلب الإعلان ينزع إنسانية المرأة ويحيلها شخصاً لا تعود إليه إرادة ووعي وحرّية وكرامة واستقلالية هو « تشييء المرأة ». (3)

إنّ بعض الإعلام التبشيري الجنسي يهدف إلى ضرب كلّ القيم والاعتبارات الاجتماعية والأخلاقية التي يمكن أن تحمي الأنثى والمرأة والمجتمع أيضاً، وهذا ليس على المستويين العربي واللبناني فحسب، حيث تظهر المرأة في الإعلام العالمي في ربع نشرات الأخبار، وتشكّل أقلّ من عشرين بالمائة كخبيرات في إعداد المواد الإخبارية أو الإشراف عليها، ولا تتجاوز الأربعين بالمائة كعاملات في مجال المراسلات والمراسلين.

هذا الأمر لا يقتصر على الإعلام بل يتعداه إلى الشؤون السياسية والقيادية.



إذ أنّ مشاركة المرأة في البرلمانات العالمية لا تتجاوز حدود ال 24% في العام 2020، وهذا رقم غير متفائل، ويؤشّر إلى أنّ المشاركة السياسية في صناعة القرار وصياغته مازالت بسيطة. وكانت مشاركة المرأة قبلها في عام 1995 لا تتجاوز ال 11%. (4)

الاتحاد البرلماني الدولي أعلن أنّ نسبة مشاركة النساء في المجالس التشريعية بأنحاء العالم وصلت إلى 25.5% عام 2022. (5)



امرأة لبنانية تصوّت أثناء الانتخابات البرلمانية

في حين أنّ مشاركة المرأة في العمل الإعلامي وصلت أعلى نسبها إلى 46% للفترة ذاتها. (6)

أمّا في لبنان، فإنّ مشاركة المرأة في الانتخابات الأخيرة لعام 2022 وصلت ترشّحاً إلى 155، مقابل 1043 مرشّحاً رجلاً، أي ما نسبته 15% فقط (7)، ما يعني أنّ واقع المرأة من الناحية الإعلامية في لبنان أفضل من مشاركتها في العمل السياسي.

مشاركة المرأة ترشّحاً في انتخابات 2022

155	15%	نساء
1043	85%	رجال

بعملية استدلالية يتّضح أنّ التطوّر الإعلامي الكمي والنوعي أظهر بشكل ملحوظ أنّ تغييرا كبيرا بدأ يظهر في أنماط المجتمعات ونوعية المشاركة السياسية، لكن هذا الأمر ليس حصرا أو خاصا بالإعلام، بل إنه يكشف ضعف مشاركة المرأة في الحياة العامة ككل.

أمّا أسباب التفاؤل، فإنها تنتج من حجم التراكم الثقافي المبني على التواصل الإعلامي الذي أسهم في إعادة إنتاج ثقافة اجتماعية فاعلة ومؤثرة في الإقرار بحقوق المرأة، وبدل الكثير من الموروثات الاجتماعية والأخلاقية وخفف من السطوة الدينية.

إذن التنمية الإنسانية تبدأ من استثمار الإعلام، لردم الهوة الطبقية، إذا جازت العبارة بين النساء والرجال.

إنّ التربية والتعليم هما المدخل الواسع والقاعدة الصلبة والركيزة الأساس التي تسهم مع وسائل الإعلام في إسقاط تفوّق النظرة الذكورية، وتواجه استراتيجية طمس الذكورية والأنوثة لصالح «الذكوراثية»، أو «المتلازمة الأنثوية» أو «المتلازمة الذكورية».

وعليه المطلوب، ليس تأنيث لغة التخاطب أو تذكيرها، المطلوب الأنسنة للغة، وقد أسهم الإعلام إلى جانب العوامل الأخرى في إيجاد التوازن الجندري، وعزّز من المشاركة في تبوأ مراكز صناعة القرار الإعلامي وإدارة وسائل التواصل الاجتماعية ووسائل الإعلام.

سابقاً عانينا من موضوع دمج المرأة في المجتمع، وهو ليس هدفاً في حدّ ذاته، بل هو أمر واجب إنسانياً وأخلاقياً في سياق المجتمع العادل.

المسعى الحقيقي، هو في رفع مستوى الأسرة الاجتماعي والمادي والثقافي والعلمي من خلال استخدام وسائل الإعلام المختلفة، والمقدرة على الربط بين الإعلام الحديث والتقليدي في مقاربة مواضيع المرأة واهتماماتها. ولا سيما الضوابط الدينية والقيود الاجتماعية والعوامل الاقتصادية والقدرات التربوية والمستويات التعليمية التي تسهم في صياغة القوانين والتشريعات التي تمكّن المرأة من اعتلاء درجات المساواة الممكنة والمطلوبة مع الرجل (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (8) . وأيضاً قوله تعالى (وَقَضَى رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا) (9).

بالمقابل، فإنّ الإعلام ذاته الذي قد يشوّه صورة المرأة هو ذاته قادر على تحقيق المساواة بين المرأة والرجل، حيث تكون المساواة منطقاً وواقعاً طبيعيين.

المرأة أثبتت التفوق في المجال العائد إليها.

بناءً عليه، نحن أمام أمرين يتعلّقان بصورة المرأة في العالم العربي:

- الأول: صورة المرأة في الإعلام العربي تُسمّر بالسلبية
- الثاني: صورة المرأة تُسمّر بالإيجابية عند تضخيم إنجازاتها وأعمالها وعطاءاتها (وهي نظرة موازية أو مشابهة عند الحديث لدى البعض عن ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث يتمّ إنتاج مخيّلات للأفعال والأعمال الخارقة من باب تحسين الصورة أو وضع صور فوتوشوب للحقائق)...

وإذا أردنا أن نحصر موضوع بحثنا هذا بواقع المرأة في الإعلام العربي واللبناني، فإنّ المنهجية الإعلامية التي تتوسّل الوصول إلى الحقيقة أو تصبو إليها، تستدعي التركيز على ثلاثة محاور أو مستويات، ولكنّ لبنان بلد متنوّع طائفيّاً توجد فيه سبع عشرة طائفة، وهناك حرّية إعلامية شديدة، والإشكالية تتعلّق بالإعلام الحرّ، وهذه المحاور هي :

- **المستوي الكمي**

- **المستوى النوعي**

- **و مستوى المضمون.**

الأول يتركّز على العدد والحجم،

والثاني على المراكز والمواقع والمناصب،

والثالث والأخير القضايا والمواضيع المطروحة والمتعلّقة بالمرأة.

المرأة في الإعلام اللبناني، كاتبة، مُعدّة، محلّلة، مذيعة، منتجة، مخرجة، مهندسة، وتنبّوا أيّ منصب أو مركز، وتُجاري الرجل وتزيد، إلّا أنّ المرأة اللبنانية عملت بالدرجة الأولى ككاتبة ومذيعة في لبنان، المرأة لا تملك مؤسسات إعلامية، إلّا ما ندر وبحكم الوراثة، عدا أنّ القانون المتعلّق بالمرئي والمسموع أوجب الملكية المشتركة وخارج إطار العائلة من حيث القانون، وإنّ كان ذلك يتمّ تجاوزه بأسماء تمتلك الأسهم اسمياً وليس فعلياً.

الإعلام في لبنان مؤنّث، والحرف الأكثر حضوراً هو تاء التأنيث والتاء المربوطة، ولكنّ القرار مذكّر.



هند نوفل

غير أنّ ذلك يستدعي إلقاء نظرة تاريخية حول واقع المرأة اللبنانية العاملة في الإعلام.

تعتبر **السيدة هند نوفل** أول صحفية لبنانية في العالم العربي وهي مؤسّسة الصحافة النسائية فيه، حيث قامت بإصدار مجلّة «الفتاة» بالإسكندرية عام 1893، وكان الترخيص بأسم شقيقتها سارة، وكانت تصدر باللغة العربية، مرّة واحدة في الشهر.



ثمّ تبعتها **سليمى أبي راشد** التي تولّت إصدار صحيفة «فتاة لبنان» عام 1914 في لبنان، وفيها كتبت مقالات أدبية وعلمية وروائية، وكانت تتقن أربع لغات، العربية والإنجليزية والفرنسية والإيطالية، ومن أقوالها: «علّموا بناتكم، فالبنت يجب أن تكون دائرة معارف» (10).

كما أصدرت **ماري زمار** مطبوعة «فتاة الوطن» في مدينة زحلة عام 1917. وبعد الحرب العالمية الأولى، قامت اللبنانية **روز اليوسف** بإنشاء الصحافة النسائية السياسية في وادي النيل عام 1925 (اسمها الكامل فاطمة محمد محي الدين يوسف)، وهي المؤسّسة لمطبوعة مجلّة روز اليوسف الشهيرة، وابنها الكاتب الروائي إحسان عبد القدّوس، **أنيسة صعب** صاحبة مجلّة الحوادث المصوّرة 1923،



الاعلامية روز اليوسف

مي زيادة (1838 - 1941)، الشاعرة والصحافية التي أسهمت في إطلاق أكثر من مطبوعة بمصر ولبنان والعالم العربي.

الأبرز أنه منذ العام 1893 وحتى العام 1925، نشأت في مصر أربع عشرة مطبوعة صحفية نسائية، أسّست إحدى عشرة مطبوعة منها على أيدي إعلاميات لبنانيات، واثنان منها أسّستها سيّدتان مصريتان، وواحدة أسّسها رجل مصري، هو إبراهيم بك رمزي، مطبوعة «المرأة في الإسلام» 1901 (11).

من المعروف أنّ لبنان شهد أوّل لجنة أو نقابة للعاملين في مجال الصحافة والإعلام منذ عام 1911، هي لجنة الصحافة برئاسة خليل سركيس(12)، وحتى تاريخه، لم تتولّى أيّ سيّدة هذا المنصب ولم تشارك أيّ سيّدة كعضو في مجلس النقابة إلى ما بعد اندلاع الحرب الأهلية في لبنان عام 1975.

ولم يشكّل العنصر النسائي أكثر من خمسة بالمائة من أعضاء مجالس هذه اللجان لاحقاً، أي من أعضاء مجالس النقابات الصحفية والإعلامية التي تعمل حتى يومنا هذا.



شارل الحلو في زيارة الى تلفزيون اللبناني

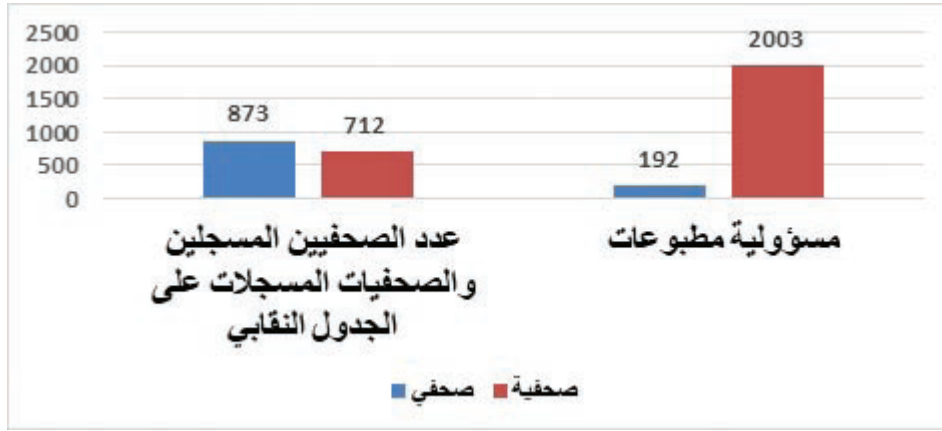
على سبيل المثال: أوّل لجنة جدول وتأديب للصحافة ألّفها وزير الأنباء شارل الحلو عام 1949 (الذي أصبح لاحقاً رئيساً للجمهورية عام 1964)، واللجان التي تلتها حتى عام 1962 لم تشارك أيّ امرأة أو صحفية فيها.

• منذ انتخاب أوّل نقيب المحرّرين عام 1941 وحتى تاريخه لا توجد امرأة واحدة تولّت منصب نقيب.

• عدد الصحفيات اللّواتي سجّلن في نقابة المحرّرين، ومارسن التحرير لغاية 1962، كان 23 صحفية (قانون المطبوعات المعمول به حالياً صدر سنة 1962).

يبلغ عدد المطبوعات المرخّص لها في لبنان 110 مطبوعة سياسية، و2085 مطبوعة غير سياسية (المرسوم الاشتراعي رقم 75 تاريخ 13 نيسان 1953 منع إصدار مطبوعات سياسية جديدة حتى تاريخه).

عدد الصحفيّين المسجّلين والصحفيات المسجّلات على الجدول النقابي لغاية 2022/11/1، هو 1585 صحفياً وصحفية (873 صحفياً و712 صحفية)، النسبة متقاربة من حيث العدد إجمالاً، ولكنه يوجد خلل حادّ لصالح الذكور لجهة الملكية أو المسؤولية، إذ أنّ عدد الصحفيات اللّواتي يتحمّلن مسؤولية مطبوعات هو 192 صحفية من أصل 2195 مطبوعة مرخّصة (هناك العديد من الصحف المرخّصة لا تصدر نهائياً، لكن يجب أن يكون لها مدير مسؤول).



على سبيل المثال آخر دفعة انتسبت إلى نقابة المحرّرين عام 2022، كان عددها 230 عضواً، بينهم 127 أنثى، أي أنّ الإناث أكثر من الذكور (13).

على مستوى الإذاعة، أسست إذاعة لبنان عام 1938.

ومن أبرز المذيعات والمقدّمات للبرامج السياسية، السيّدة **عبلة أيوب الخوري** وهي من بلد الكفير قضاء حاصبيا بجنوب لبنان، وبدأت عملها في إذاعة دمشق عام 1949، ومن ثمّ انتقلت إلى إذاعة لبنان الرسمية. ومن المذيعات في تلفزيون لبنان الذي أسس عام 1958 السيّدة **ليلي رستم** والسيّدة **شارلوت وازن**، فضلاً عن السيّدة **ناهدة فضل الدجاني** التي قدّمت العديد



من البرامج في إذاعة لبنان الرسمية.



في القطاع العام، إنّ عدد العاملين والعاملات في وزارة الإعلام لسنة 2022 يبلغ 424 شخصاً، ينقسم مناصفة بين الذكور والإناث تقريباً، 209 ذكور و193 إناث، بعدما أُحيل إلى التقاعد اثنان وعشرون شخصاً. ولكن اللافت أنّ الإناث تفوّقن في تويّ المراكز ذات القيادة الوسيطة الفئة الثالثة (113 سيّدة متعاقدة، أي ما نسبته 62%) مقابل (68 رجلاً متعاقداً، أي ما نسبته 38% الذكور) (14).

المراكز ذات القيادة الوسيطة الفئة الثالثة

نسء	113	62%
رجال	68	38%

عدد المراسلين والمراسلات العرب والأجانب المعتمدين والمعتمدات بلبنان عام 2022، يبلغ 366 مراسلاً ومراسلة، بينهم 102 مراسلة، أي نسبة 27.8%، في حين أنّ الرجال يشكّون 72.13 % (15)

وفي الإعلام الحديث، وسائل التواصل الاجتماعي، إنّ التوزّع بين الذكور والإناث من ناحية الملكية، والمناصب القيادية هو على الشكل الآتي :

عدد المواقع التي تمّ تسجيلها في سجلات المجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع هو 827 موقعاً.

يبلغ عدد النساء اللواتي يمتلكن أو يتحمّلن المسؤولية الإدارية 195 امرأة، أي ما نسبته 23.5%، وقد تصل نسبة الخريجين إلى 4 خريجات مقابل خريج واحد في كلية الإعلام بلبنان.



هذه الأرقام الدقيقة تبدو متوافقة مع السياق العام الذي تشغله المرأة، حتى على مستوى السياسة في الدول المتقدمة صناعياً وذات الرفاهية المعيشية الأعلى، إذ لم تتمكّن المرأة من تجاوز الرجل في برلماناتها من حيث العدد والنسبة. ففي عام 2022، لم تتجاوز نسبة مشاركة المرأة أكثر من 26% من تكوين البرلمانات العالمية.

إنّ الاستعراض الكمي لواقع المرأة في صناعة القرارات، وتأدية الأدوار تُظهر تباطؤاً كبيراً في سياق ردم الفجوات مع الرجل على المستويات كافة، السياسية والإعلامية في لبنان وفي العالم ككلّ على المستوى النوعي. وتبوّأ المناصب مازال فيه وضع المرأة وضعاً ثانوياً. أو أنها تحلّ دائماً في المرتبة الثانية بعد الرجل. وإن كانت تستمرّ في تأدية الدور الأساسي كعنصر جذب وإثارة وفق الصورة النمطية، ولم يتح لها استثمار إمكانياتها وقدراتها بما يسدّ الخلل واللاتوازن مع الرجل. هذا الأمر لا يقتصر على حقل الإعلام والسياسة فحسب، بل يتجاوز ذلك إلى الأعمال المكتبية والإدارية والحسابية، حيث أثبتت الدراسات أنّ قدرات المرأة تتفوّق على قدرات الرجل، ولكنها ما زالت في الدرجة الثانية أو الثالثة.

أمّا على مستوى المضمون، فإنّ المرأة في الإعلام اللبناني تعاني من تصلّب الصور النمطية، بالرغم من اتّساع حدود حرّية التعبير إلى مستوى يلامس ما لا تستسيغه بعض المجتمعات الغربية ذات الضوابط المرنة. وما زالت أسيرة قوالب محدّدة الأدوار والمهام. ويتعرّض الإعلام اللبناني إلى تأثيرات حادّة من الإعلام الغربي الوافد، ولا سيما التطرّق إلى مواضيع غير مستساغة، ولم تطرح من قبل بهذه الجرأة، وهي غريبة أو هجينة على امتداد الآفاق الفكري والمعرفي في لبنان والعالم العربي. لا شك أنّ هذا الأمر يطرح جدلية خرق كلّ المحرّمات المجتمعية. وسأركّز في هذا الإطار على أمرين جوهريين :

الأول مقارنة أمور تخالف الطبيعة البشرية المعتادة كالمثليّة أو غير المألوفة أو المتوافق على ما دأبت عليها المجتمعات من ضوابط وأسس، أو ما ركنت إليه من قيم وأعراف



وأخلاقيات كانت نتائج طبيعية للتراكم الثقافي والمعرفي والانصياع الجماعي على مستوى الفرد والجماعة، مع الإقرار بأنّ دور الإعلام ووسائل المعرفة وثورة الاتصالات والتكنولوجيا غيرت وبقوّة من هذه العادات الاجتماعية وضوابطها، وقلّصت من صرامتها، لا بل أطاحت بها، وبالتالي الصراع بين الوافد وبين

المعتاد وبين التغيير الذي أحدثه الإعلام والتواصل، وبين المسلّمات التي لم تعد تفيد معها عمليات التشدّد المجتمعي، هذا أتاح وبيّح للمرأة أن تفرض الحصول على حقوقها، ولكنه زاد بالمقابل من حضور تسليعها.

فالمضمون لم يعد على شاكلته القديمة أو سابق عهده حتماً، ولكنه لم يعطها الحضور الإنساني كقيمة إنسانية، بل زاد من استغلال تسليع دورها وحضورها وفق أنماط جديدة لا تتوافق بأيّ حال مع القبول الاجتماعي الذي يتعرّض بواسطة الإعلام إلى متغيّرات متسارعة جداً أسقطت كلّ المحرّمات، وغيّرت من القيم وقلّصت من الضوابط الأخلاقية ومن الالتزامات الدينية. ولا بدّ من القول إنّنا انتقلنا، في الإعلام من صورة نمطية إلى صور متبدّلة متعدّدة الأبعاد هجينة لم يركن أو تركز إليها المجتمعات، ولكنها تتقبّلها على مضض وبصور متدرّجة.

الثاني في المضمون: لا بدّ من الاعتراف بأنّ الإعلام يتعرّض إلى حملة لإعادة صياغة شاملة للغة، لما تؤدّيه من قدرة تأثيرية فاعلة في صياغة المواقف الإعلامية والثقافية والاجتماعية والأدبية تحت شعار «تعزيز المساواة بين الجنسين ومناهضة التمييز اللغوي». ولا بدّ من الوقوف هنا أيضاً عند عملية تحويل اللغة وطمس نوع الجنس البشري، مذكراً أو مؤثّثاً لإعطائه لغويا هويّة جديدة لاتعطي المرأة ولا تسلب الرجل، وهذا ليس مساواة في لغة الإعلام ولا تطوير اللغة، بقدر ما قد يكون انتقاماً، ويخطئ السائد ويُجيز ما عرف أو ما يعرفه البعض بالشواذ.



إنّ الإعلام يتعرّض إلى حملة لإعادة صياغة شاملة للغة، لما تؤدّيه من قدرة تأثيرية فاعلة في صياغة المواقف الإعلامية والثقافية والاجتماعية والأدبية تحت شعار «تعزيز المساواة بين الجنسين ومناهضة التمييز اللغوي».

ففي فرنسا هناك محاولات لاستبدال كلمة il وSHE-HE (Elle) بكلمة واحدة iel واستخدام ما يُعرف بالإنجليزية بكلمة woke للإيقاظ والتمرد والانتباه على (التمييز بين الجنسين، وهذه الكلمة استخدمت في ستينات القرن الماضي بالولايات المتحدة الأمريكية لمناهضة التمييز حسب اللون والعرق)، والهدف الآن هو تطويع اللغة وفق قاعدة إزالة الإيحاء والمؤشّر إلى الجنس، أي أن تكون أمام لغةٍ بلا تأنيث أو تذكير .

هذا يشكّل عملية إزالة لكلّ المعايير والقواعد التي دأبت عليها البشرية، ويشكّل ضرباً لجمالية اللغة ورهافتها، ولا يؤدّي إلى الصحة أو إلى تعزيز المساواة وسيادة الحقوق على الجميع.

غداً سيقول الولد، إذا ما التشريعات التي تقرّها وأقرّتها بعض الدول لصالح طمس الجنس الإنساني الذكر أو الأنثى، إنّ أمّي وأميّ أو صلاتي أو أوصلتاني إلى المدرسة، أو أبي وأبيّ أتيّا بي إلى البيت، هذا الانعطاف الوجودي سيقوم على إنتاج مجتمعات جديدة لم تعرفها البشرية سابقاً. ولم تستسغها ولم تقرّ بها، مثل أصحاب الميول الجنسية الواحدة الذين يتبنّون أطفالاً.

بعض الإعلام العالمي يؤدّي دوراً تسويقياً لغرس مثل هذه (الانحرافات) أو أنّ البعض الآخر لا يستطيع التصدّي لمثل هذه الظواهر التي تنمو تحت حجج الحرّية الشخصية، والتي لا تأبه لأيّ نوع من أنواع الضوابط الاجتماعية والأخلاقية والدينية.

إذن الإعلام العربي، ومنه الإعلام اللبناني الذي استساغ سابقاً اعتماد اللهجات المحليّة مكان اللّغة العربية الفصحى سيواجه الآتي :

- **الصفة الإيجابية،** إذا استطعنا أن نحدث فارقاً لغوياً لا يتوسّل الانتقام من التنوّع بين الجنسين ولا التئمّر، ولا يفقد اللّغة مزاياها وإبداعاتها التعبيرية أو عناصر جذبها القائم على التناغم بين المبنى والمعنى، وهنا أرى صعوبة فائقة.
 - **والصفة السلبية** أنّ اللّغة وأيّ لغة ستفقد جمالياتها ودلالاتها وأبعادها، ورصيد تعبيرها وخميرة التألّق والتآلف والتخالف إزاء ما توصّلت إليه البشرية من تطويع متفوّق في أداء اللّغة ورسالاتها. لمن يبحث عن المساواة الفعلية فليُنظر إلى المقابر.
- وسأختم بقول جورج برنارد شو ليس هناك امرأة في العالم يمكن أن تقول وداعاً بأقلّ من ثلاثين كلمة، أمّا أنا فقد قلتها بأكثر من ثلاثين سطرّاً ويّيف.

ها مش

1. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي تبنته الأمم المتحدة في 30/ 12/ 1948 كوثيقة حقوق دولية، مؤلّفة من 30 مادة ونشر باللّغتين الفرنسية والإنجليزية.
2. Patrick. Buchanan (باتريك بوكانن)، موت الغرب، مكتبة العبيكان، الرياض، 2005 الطبعة الأولى، الرياض، ص 88.
3. مجلة الصحافة اللبنانية، العدد الرابع والأربعون، شباط 2003، ص 25.
4. موقع الأمم المتحدة بتاريخ 5 - 3 - 2021.
5. ويكيبيديا، المرأة في وسائل الإعلام 2022.
6. مصدر سابق.
7. جريدة النهار ، 23 - 3 - 2022
8. سورة الحجرات، آية 13.
9. سورة الإسراء، آية 23.
10. جورج عارج سعادة، النهضة الصحافة في لبنان، 1965، ص 249.
11. مصدر سابق.
12. مصدر سابق.
13. إحصائية دائرة الصحافة والعلاقات العامة والتنسيق في وزارة الإعلام اللبنانية.
14. إحصائية قسم الموظفين والخدمة الداخلية في وزارة الإعلام اللبنانية.
15. إحصائية دائرة المراسلين العرب والأجانب في وزارة الإعلام اللبنانية.

تأنيث قطاع الصحافة في تونس : مرآة عاكسة لمسار قيادة تغييرية في الحقل الإعلامي



د. منى المطيع

صحفية وباحثة في مجال الإعلام
والنوع الاجتماعي



المصلح الاجتماعي التونسي
الطاهر الحدّاد

يعتبر مسار تأنيث القطاع الصحفي من السمات الأساسية لقطاع الإعلام في تونس منذ ما يزيد على العقدين، حيث تجاوز عدد الصحفيات، سنة 2012 حدّ التكافؤ الإحصائي بنسبة حضور نسائي تجاوز 51 بالمائة. وتواصل هذا المسار منذ ذلك الحين لتصبح نسبة تأنيث القطاع الصحفي سنة 2022، ما يقارب 53.57 بالمائة من مجمل 1861 صحفيا من بين الحاملين لبطاقة الصحفي المحترف.

ويعود دخول المرأة التونسية عالم الصحافة إلى أواخر الثلاثينيات، حيث تميّزت تلك المرحلة، رغم وجود البلاد تحت الحماية الفرنسية، بديناميكية ثقافية ترجمها المجتمع التونسي بنقاشات حول الحداثة تناولت، في جوانب كثيرة منها، قضية النهوض بالمرأة والحق في المشاركة في الشأن العام، وخاصة منه الحق في التعبير. ونذكر في هذا الصدد، الجدل الذي أثاره كتاب الطاهر الحدّاد: «امرأتنا في الشريعة والمجتمع» (1930) وردّ الشيخ محمد الصالح بن مراد على هذا التأليف، بكتاب «الحّدّاد على امرأة الحدّاد».

كانت الصحافة التونسية آنذاك المرآة العاكسة لهذه النقاشات التي كان لها الأثر العميق في نهضة المجتمع التونسي ومطالبته بالحق في الكرامة الوطنية والاستقلال. وساهمت التونسيات، بتشجيع من أسرهنّ، في هذا الحراك عبر منابر الصحافة المكتوبة، مع استعمال البعض منهنّ لأسماء مستعارة بسبب القيود الاجتماعية، إلى جانب حضورها بشكل مباشر، في الأنشطة العامة عبر مشاركتها الميدانية في الحركة الوطنية من أجل استقلال البلاد.

ويكشف استقراء الصيرورة التاريخية لتطور المهنة الصحفية في تونس وجود تقاطع بين تطوّر الوعي بالحق في حريّة الإعلام والحق في التعبير، من جهة، ونسق تطوّر مكانة المرأة في المجتمع التونسي وحضورها في المجال الإعلامي، من جهة أخرى، وما رافق ذلك بشكل مواز من تضاعف نسق تأنيث القطاع الصحفي، بما جعله من بين المؤشرات التي يمكن أن يستدلّ بها حول مدى نضج المجتمع وانفتاحه.

وبالفعل يمكن أن نتبيّن، في هذا الخصوص، تعاقب ثلاثة أجيال رئيسية للصحفيات التونسيات طوال الأربعة عقود المنقضية، مع تميّز كلّ محطة منها بخصوصيات سوسيو مهنية ونظرة فريدة من نوعها لمهمّة الإعلام والممارسة الصحفية. وتؤشّر هذه التصنيفات لخصوصيات فريدة تحمل، في جانب كبير منها، مؤشرات حول تطوّر حضور المرأة ومكانتها في المجتمع التونسي، بوجه عام، وارتقاء أوضاع الإعلام وحريّة الصحافة والحق في التعبير، في جانب آخر.

وتتمثّل تصنيفات الأجيال المتعاقبة من الصحفيات التونسيات على النحو التالي :

الجيل الأول: الصحفيات الرائدات (1930 - 1976)

إنّ الصحفيات الرائدات، اللواتي نشأن في فترة الحماية وعاشن السنوات الأولى



توحيدة بن الشيخ

من الاستقلال (1956) وبناء الدولة المعاصرة ينتمين في معظمهنّ إلى الأسر البرجوازية الحضريّة التي قامت بتعليم بناتهنّ. ونذكر من بين الرائدات اللاتي كانت لهنّ مساهمة هامة في مجال الصحافة المكتوبة : توحيدة بن الشيخ وجليلة حفصية وراضية كنان ودرّة بوزيد.



الراحلة مليكة بلخامسة

أمّا في مجال الإعلام الإذاعي فنذكر مليكة بلخامسة وسيّدة المحرزي والسيّدة القايد، وهنّ إعلاميات عملن في مؤسسة الإذاعة في مجال إنتاج البرامج النسائية أو تقديم النشرات الإخبارية الناطقة باللغة العربية.

الجيل الثاني: أولى خريجات الجامعة التونسية (1977 - 1990)

تضاعف عدد الصحفيات المهنيات نتاج ارتفاع نسبة حضور المرأة في الجامعات التونسية، وخاصة إثر تأسيس معهد الصحافة وعلوم الإخبار، سنة 1976. وكانت الساحة الإعلامية تتعدّد سنة 1981 ما يناهز 375 صحفياً محترفاً، من بينهم 47 صحفية، أي ما يعادل 12.5 في المائة من بينهن، أكثر من 50 بالمائة من خريجات الجامعات التونسية. وتطوّرت هذه النسبة لتبلغ 21,6 بالمائة في أواخر الثمانينات.

كان لهذا الجيل من الصحفيات مساهمة هامّة في نقاشات الشأن العام، خاصة ضمن مكوّنات المجتمع المدني والنقابي الذي كان شديد الانتقاد لمنظومة الحكم آنذاك، مُطالباً بإطلاق الحريّات العامة وحرّية العمل النقابي. وكان لأوائل الصحفيات، خريجات الجامعة التونسية، مساهمة هامة في الحراك الحقوقي والنقابي، نذكر من بينهنّ رشيدة النيفر وحميّدة بن صالح ورندة العليبي وسميرة دامي وفوزية المزي وآمنة عطالله وغيرهنّ كثيرات. وحملت صحفيات الجيل الثاني تصوّراً خاصاً بهنّ حول موقع المرأة في المجتمع ودور الإعلام في ذلك. وكان لصحفيات الجيل الثاني مساهمة فاعلة في نشأة الحركة النسوية التونسية وتأسيس مجلة «نساء» (1984) وتأسيس جمعية النساء الديمقراطيات ولجنة المرأة العاملة التابعة للاتحاد العام التونسي للشغل، أكبر منظمة عمّالية نقابية في تونس.

الجيل الثالث: الصحفيات المعاصرات (1991 - 2022)

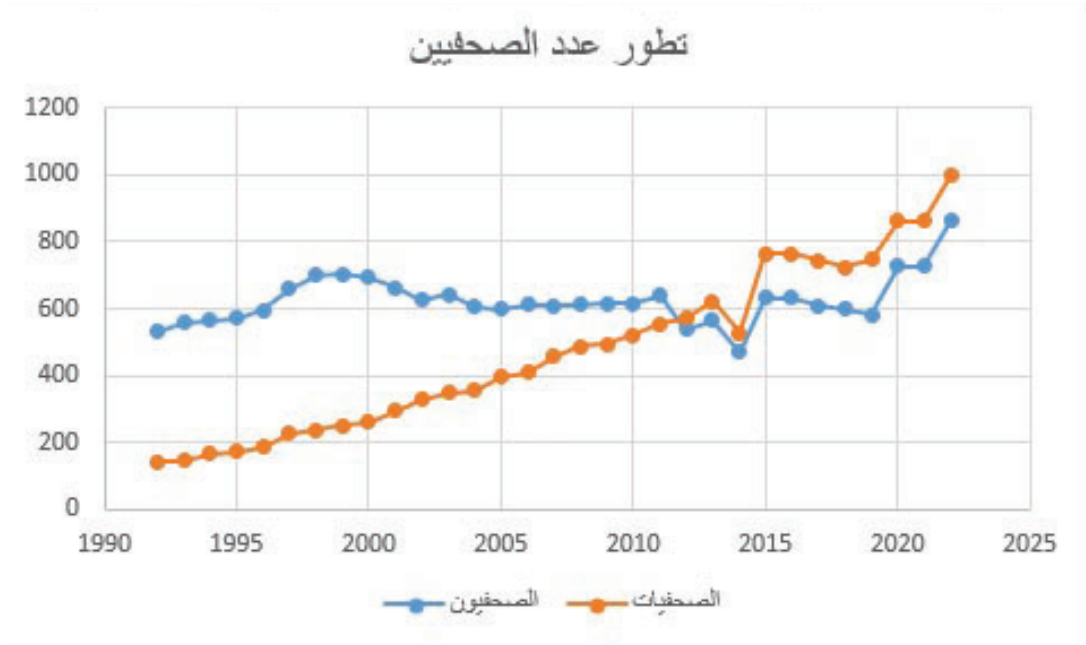
تميّزت الساحة الإعلامية منذ بداية التسعينات بارتفاع عدد الطالبات في معهد الصحافة وعلوم الإخبار الذي بلغ ذروته سنة 1994 - 1995، حيث وصلت نسبة الطالبات إلى ما يعادل 64 بالمائة

من مجموع خريجي المعهد. وبلغت بداية التسعينات نسبة حضور المرأة في القطاع الصحفي وهو ما يعادل 21 بالمائة، «وهي نسبة الأوكسيجين في الهواء»، وفق قول إحدى الصحفيات.

وقد ساهمت عديد الصحفيات في إنشاء النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، وهي نقابة مستقلة. كما برز لديهنّ خلال تلك الفترة اهتمام متصاعد بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية، خاصة وأنّ نسبة هامّة منهنّ تشكو من وضعية مهنية هشة بسبب عدم الاستقرار المادي والمهني.

تضاعف عدد الصحفيين في تونس ثلاث مرّات خلال العقود الأربعة الأخيرة، وفق منحنى تصاعدي معتدل نسبياً تخلّله فترات ذروة، من ذلك سنة 2006 حين تجاوز عدد الصحفيين الحاملين لبطاقة الصحفي المحترف مجموع 1000 صحفي (1021 بطاقة)، من بينهم 40 بالمائة من الصحفيات. واتّسمت هذه المرحلة بتأسيس عدد من المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية من القطاع الخاص الذي كان حكرًا على القطاع العام. ونذكر من بينها «موزاييك اف ام» وهي أوّل إذاعة خاصة (2003)، والقناة التلفزيونية «حنبل تي في» (2005).

وتحقّق التكافؤ الإحصائي في عدد الصحفيين/ات سنة 2012، حيث بلغت نسبة تأنيث القطاع الإعلامي إجمالاً 51 بالمائة. وتواصل، منذ تلك الفترة، تطوّر حضور المرأة الصحفية إحصائياً في المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع العام أو الخاص.

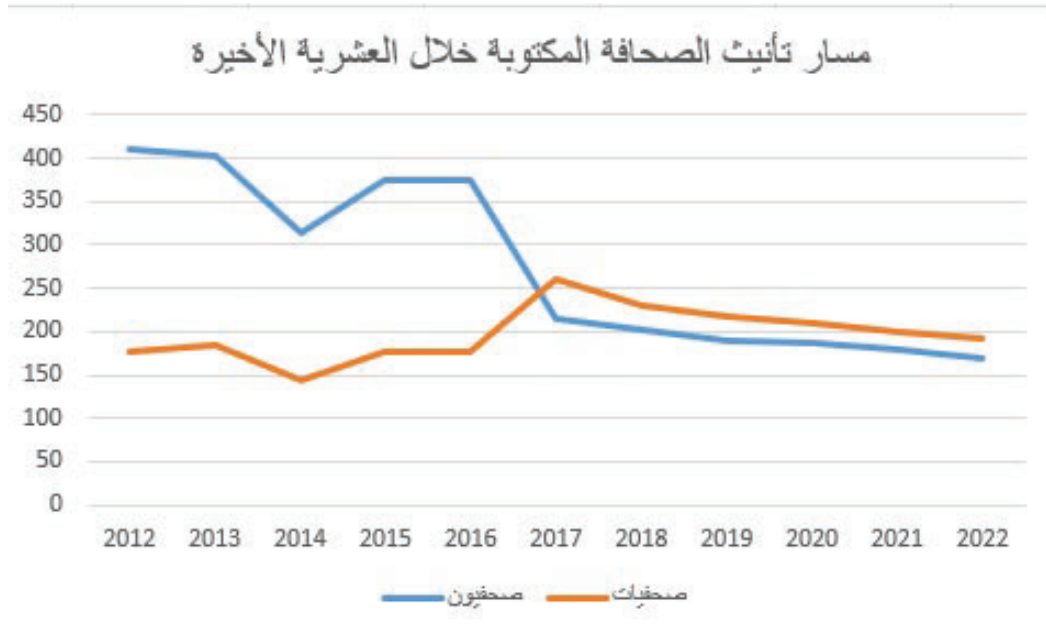


وتطوّر حضور المرأة في القطاعات الإعلامية بشكل متفاوت على النحو التالي:

الصحافة المكتوبة

على غرار الوضع في المستوى العالمي، فإنّ الصحافة المكتوبة في تونس تعيش خلال السنوات الأخيرة أزمة خانقة أدّت إلى اختفاء عدّة عناوين. ويعدّ قطاع الصحافة المكتوبة حاليا 7 صحف يومية، من بينها صحيفتان عموميتان (لابراس وجريدة الصحافة)، إلى جانب وكالة أنباء وطنية «وكالة تونس إفريقيا للأخبار»، وهي مؤسسة عمومية تعود بالنظر إلى رئاسة الحكومة، وعدد من المجلّات والدوريات من القطاع الخاص أو التي تصدرها مؤسسات عمومية.

وصلت نسبة تأنيث قطاع الصحافة المكتوبة، سنة 2022، إلى ما يعادل 53.31 بالمائة من مجمل 362 صحفيا من بين العاملين في هذا القطاع. وتهمّر هذه النسبة بشكل مميّز وكالة تونس إفريقيا للأخبار، حيث بلغت نسبة حضور المرأة 63 بالمائة من مجمل صحافييها.

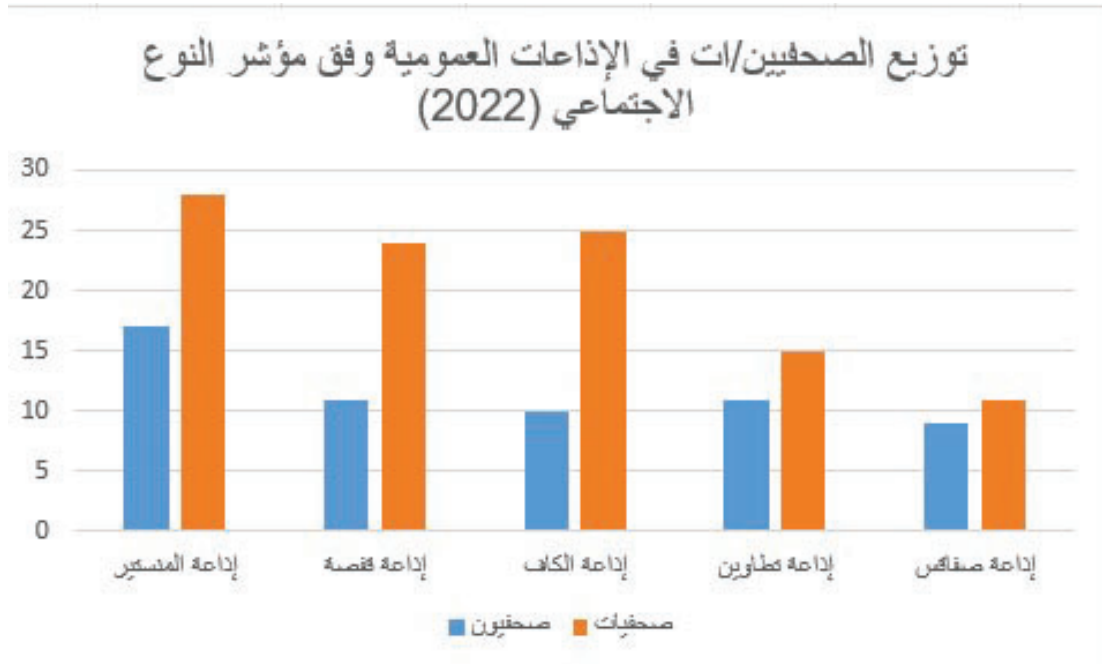


الإعلام الإذاعي

تأسست الإذاعة التونسية العمومية سنة 1938، وهي تضمّ 5 إذاعات مركزية و5 إذاعات جهوية. كما يعدّ القطاع الإذاعي ما يقارب 15 مؤسسة خاصة، و10 إذاعات جمعياتية، إلى جانب العديد من الإذاعات التي تبثّ على الواب.

ويقدّر حضور المرأة في قاعات التحرير بالمؤسسات الإذاعية العامة والخاصة سنة 2022 ما يعادل 63.7 بالمائة. وبلغت هذه النسبة 63 بالمائة في الإذاعات العمومية الجهوية والمركزية و59.25 بالمائة في الإذاعات الخاصة والجمعياتية رغم حداثة نشأتها.

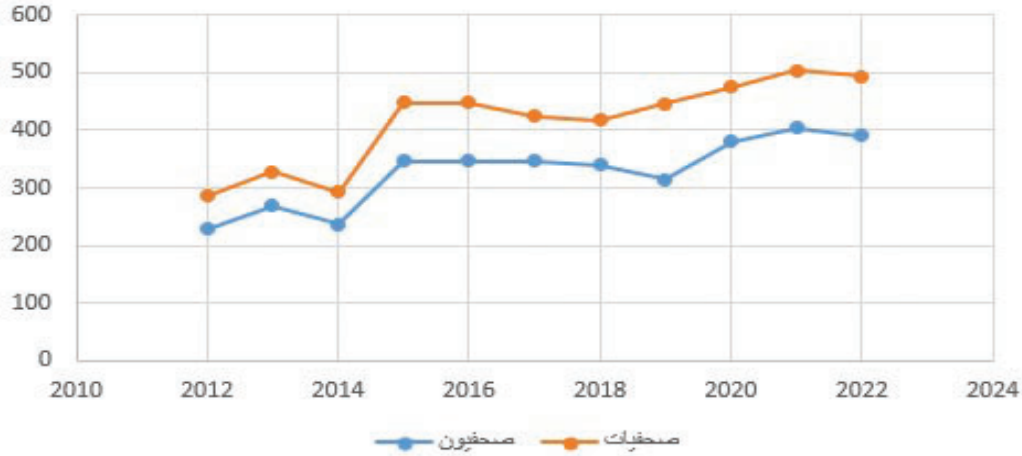
ويمثّل حضور المرأة في المؤسسات الإذاعية المحليّة، الخاصة والعامة، نسبة هامّة، حيث بلغ عدد الصحفيات المهنّيات إجمالاً ما يعادل 151 صحفية (103 صحفية قطاع عام و48 صحفية قطاع خاص)، أي بنسبة تأنيث إجمالية تقدّر بـ 64.5 بالمائة.



الإعلام التلفزيوني

يعدّ قطاع الإعلام التلفزيوني عشر قنوات، من بينها مؤسسة التلفزة التونسية بقناتها «الوطنية1» و«الوطنية2»، إلى جانب 9 قنوات خاصة. وتشغلّ هذه القنوات ما يقارب 368 صحفياً من بين الحاملين لبطاقة الصحفي المحترف، أي ما يعادل 19.77 بالمائة من مجمل الصحفيين التونسيين. وتقدّر نسبة تأنيث القنوات التلفزيونية إجمالاً 44.83 بالمائة. وتتوزّع هذه النسبة بشكل متساوٍ بالنسبة إلى القنوات التلفزيونية الخاصة (45.4 بالمائة) أو العمومية (44.44 بالمائة).

مسار تأنيث الإعلام السمعي البصري خلال العشرية الأخيرة



الصحافة الإلكترونية

تطوّرت الصحافة الإلكترونية في تونس خلال السنوات العشر الأخيرة في غياب إطار قانوني واضح. وقد جعلت هذه الضبابية من الصعب تحديد عدد المنصات الإلكترونية وتحديد مالكيها. وكان نتيجة لذلك ظهور صعوبات في الوضع المادي للصحفيين العاملين فيها. وأسندت اللجنة الوطنية لبطاقة الصحفي المحترف أولى البطاقات المهنية إلى الصحفيين العاملين في المنصات الإلكترونية سنة 2012. ونشير إلى أنّ مؤسسات الإعلام الإلكتروني، التي ارتفع عددها بعد ثورة 2011، قد استقطبت العشرات من خريجي معهد الصحافة وعلوم الإخبار الذي شرع منذ 2004 - 2005 في تدريس الصحافة الإلكترونية.

ويعدّ القطاع حاليا 195 صحفيا، من بينهم 103 صحفية، أي بنسبة تأنيث تعادل 52.82 بالمائة.

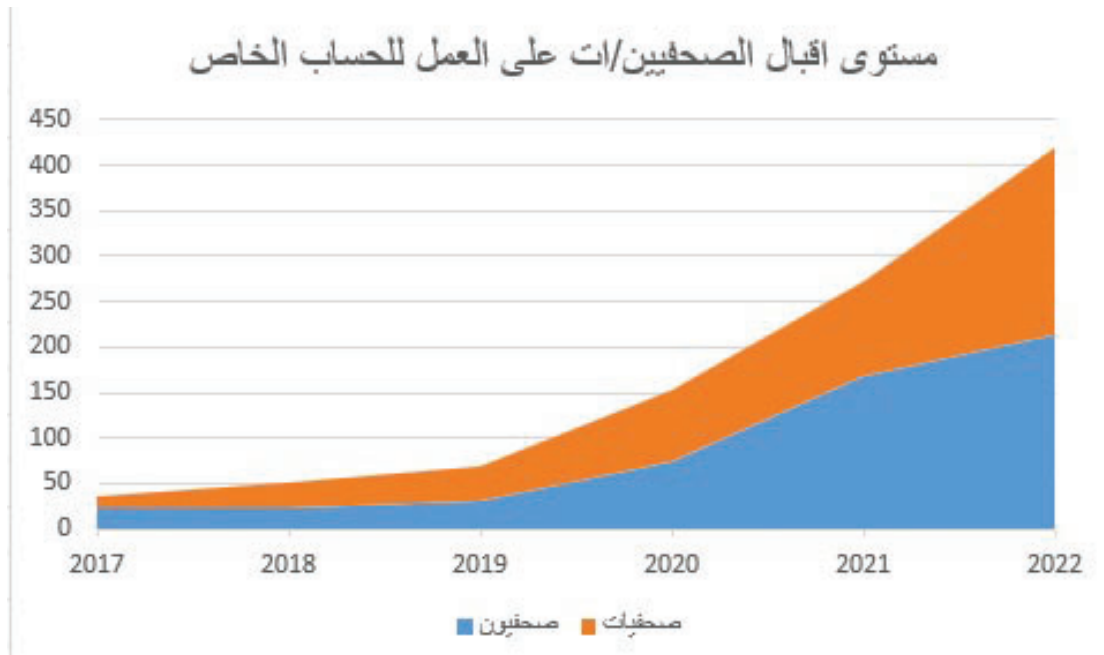
تطور عدد الصحفيين/ات في المنصات الإلكترونية خلال العشرية الأخيرة



الصحفيون العاملون لحسابهم الخاص

تحصل الصحفيون العاملون لحسابهم الخاص Freelance على بطاقة الصحفي المحترف سنة 2017. وقد تضاعف عدد الصحفيين/ات ضمن هذه الفئة بشكل ملحوظ خلال السنوات الثلاث الأخيرة، حيث لم يكن يمثل سوى 2.9 بالمائة من مجموع الصحفيين، سنة 2016 لترتفع النسبة إلى 9.5 بالمائة سنة 2020 وتتضاعف سنة 2022 لتبلغ معدّل 22.5 بالمائة.

وقد شهدت هذه الفئة من الصحفيين تطوّراً ملحوظاً نظراً إلى ارتفاع حاجيات مؤسسات الإعلام الأجنبية التي انتدبت مراسلين/ات محليّين لها في تونس لمواكبة الأحداث المتتالية منذ قيام الثورة، ولكن أيضاً بسبب ضعف الانتدابات في مؤسسات الإعلام الخاص وانعدامها تقريباً في القطاع العام. وبلغ، سنة 2022، عدد الصحفيين العاملين لحسابهم الخاص والحاصلين على بطاقة الصحفي المحترف إجمالاً 420 صحفياً، من بينهم 207 صحفية، أي بنسبة تأنيث تقارب 49.28 بالمائة.



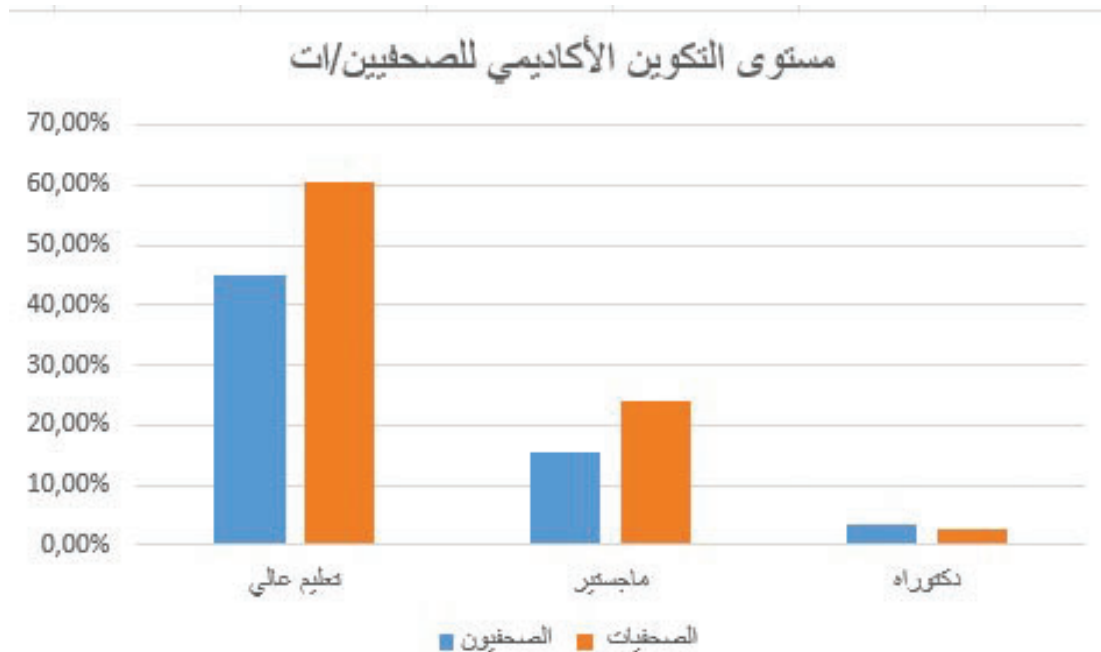
الملح العام للمرأة الصحفية في تونس

تتميّز التركيبة الاجتماعية للصحفيات التونسيات بعدد من المؤشرات، نذكر من بينها مؤشر السنّ، حيث إنّ 29 بالمائة من الصحفيات هنّ من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 25 و34 سنة و43.2 بالمائة من الفئة العمرية 35 و44 سنة. وتبيّن الإحصائيات أنه، ولئن لا توجد اختلافات بالنظر إلى

مقاربة النوع الاجتماعي، إلّا أننا نلاحظ فارقاً هاماً ما بين الصحفيات والصحفيين من الفئة العمرية التي تفوق 55 عاماً التي قُدّرت بـ 5.9 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيات و 15.7 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيين. ويعود هذا بالخصوص إلى حداثة دخول المرأة إلى القطاع الصحفي مقارنة بزملائها من الصحفيين.

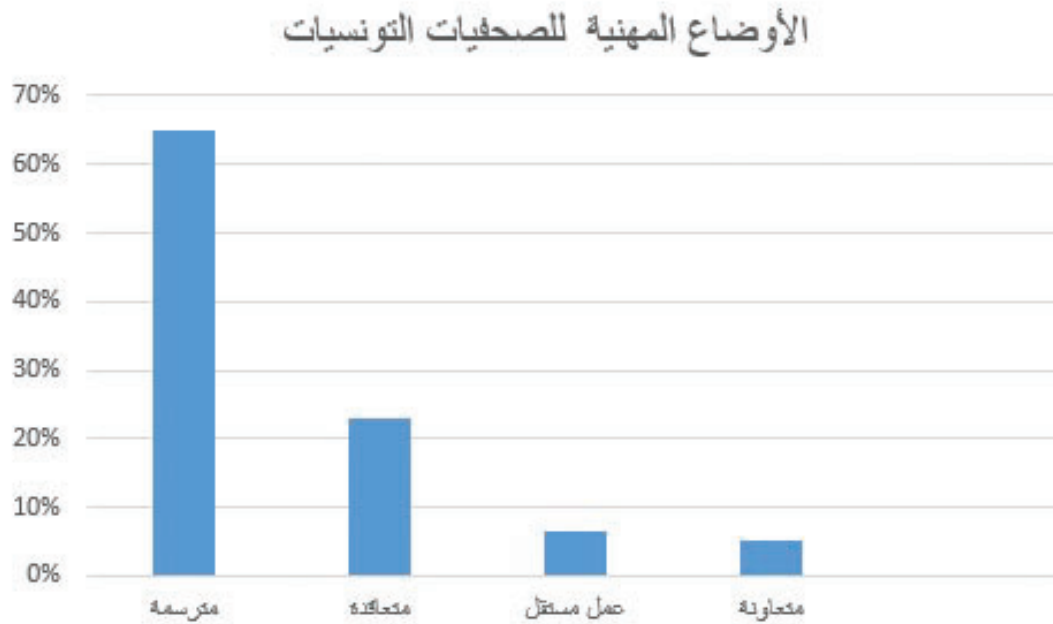
ويعتبر التدريب الأكاديمي والتكوين المستمر من بين الشواغل الرئيسية للصحفيات، خاصة وأنّ الغالبية منهنّ لم تلتحق بالمهنة إلّا بعد استكمال دراساتها الجامعية. كما أنهنّ تميّزن بإقبالهنّ على متابعة دراسات الماجستير أو الدكتوراه.

وتمثّل خريجات معهد الصحافة وعلوم الإخبار في مختلف الاختصاصات أكثر من 74.8 بالمائة، في حين أنّ نسبة هامّة من الصحفيين هم من خريجي اختصاصات جامعية أخرى، ولا يمثّل خريجو المعهد سوى 51.7 بالمائة.

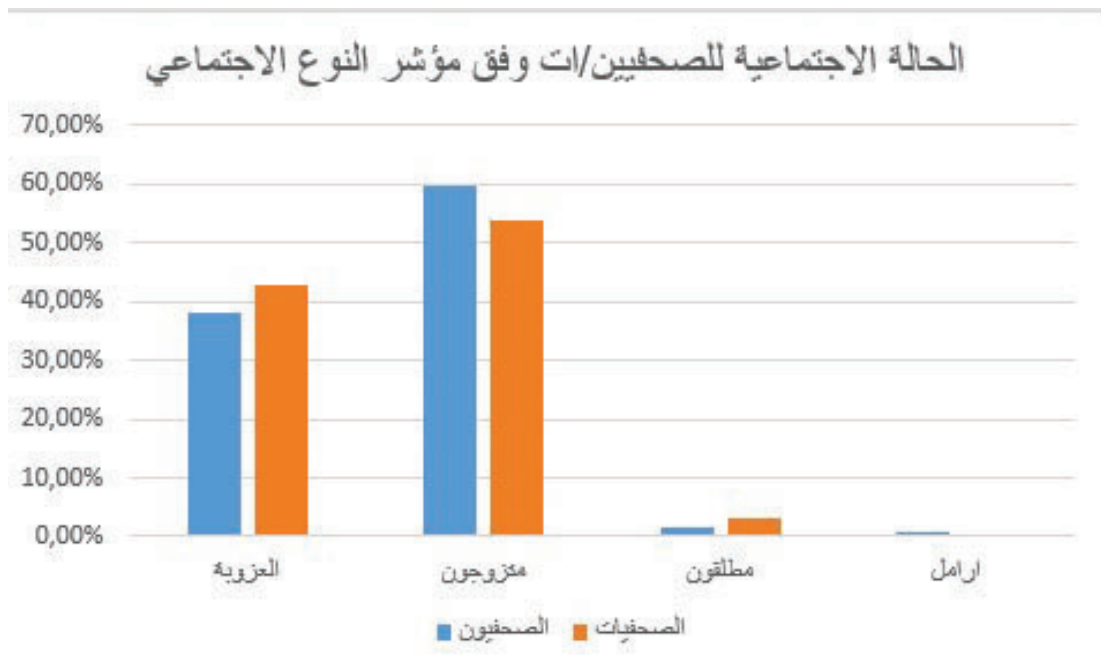


وعلى الرغم من ارتفاع مستوى التكوين الأكاديمي، فإنّ الوضع المهني للصحفيات يتّسم بالنسبة إلى الغالبية منهنّ بحالة تهميش، حيث لا نجد سوى 10 بالمائة من الصحفيات في مواقع قيادية. كما تميّز الوضع بعدم الاستقرار، إذ جاء في دراسة أعدّتها النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين أنّ 65 بالمائة فقط من الصحفيات لديهنّ وضعية مهنية مستقرّة، في حين أنّ 23 بالمائة هنّ في وضع تعاقدية. ويقترن انعدام الاستقرار الوظيفي بتفاوت هام في مستوى الأجور مقارنة بالصحفيين. وأظهرت البيانات بشأن معدّلات الأجور أنّ 5.9 بالمائة من الصحفيات يتقاضين أقلّ من 500 دينار تونسي، مقابل 3.3 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيين. أمّا بخصوص المرتبات التي تتجاوز الألف دينار،

فإنها تمثل 63.7 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيات مقابل 65.8 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيين.



أما فيما يتعلق الحالة الاجتماعية للصحفيات التونسيات، فقد كشفت دراسة استمارات مطالب العضوية بالنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين أنّ معدّل العزوبة مرتفع إلى حدّ ما في صفوف الصحفيات/ات إجمالاً، حيث يمثل نسبة 40.6 بالمائة. وترتفع هذه النسبة لتقدّر بـ 42.9 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيات، مقابل 30.1 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيين.



يعتبر مؤسّر الحالة الاجتماعية، وخاصة منها نسبة العزوبة، من المسائل التي تستقطب اهتمام الدراسات التي تتناول حضور المرأة في القطاع الإعلامي. وجاء في دراسة أنجزتها جمعية الصحفيين التونسيين بمناسبة انعقاد مؤتمر الصحفيات العربيات سنة 1984 بتونس، إشارة إلى ارتفاع نسبة العزوبة في صفوف الصحفيات. كما كانت هذه السّمة اللافتة ضمن نتائج المسح الذي أنجزته جمعية الصحفيين التونسيين سنة 1991 بمناسبة انعقاد أول مؤتمر للصحفيات الإفريقيات، التي بيّنت أنّ نسبة العزوبة تقدّر بـ 51.5 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيات و 17 بالمائة بالنسبة إلى الصحفيين. وتعتبر نسبة العزوبة وتأخّر سنّ الزواج من السّمات التي تميّز النساء العاملات في تونس بشكل عام. وتبيّن أغلب هذه الدراسات أنّ عدم الاستقرار المهني والمادي لا يشجّع الصحفيين والصحفيات كذلك على الزواج، خاصة وأنّ المرأة المتزوجة تتحمّل ذات الالتزامات المادية تجاه الأسرة، مثلها في ذلك مثل الزوج، إلى جانب أعباء الأشغال المنزلية التي تبقى من بين أنشطة النساء المغيّبة إحصائيا. ونشير إلى أنّ تغييرات عميقة طرأت خلال العشرية الأخيرة على مستوى الوضع الأسري للمرأة الصحفية، حيث نلاحظ ارتفاعا نسبيا في معدّلات الطلاق بالنسبة إلى الصحفيات الذي تضاعف تقريباً سنة 2019 (3 بالمائة) مقارنة بمعدّلات سنة 2016 (2 بالمائة). وفي المقابل، نجد إقبالا أكبر للصحفيات على الزواج، خاصة منهنّ الصحفيات في الإذاعات المحليّة العمومية، وهو ما يتوافق مع العقلية السائدة في المجتمعات التقليدية الداعية إلى الالتزام بالمعايير والتقاليد الاجتماعية الذي يميّز المناطق الداخلية للبلاد، إذ هي تولى لمنظومة الزواج الأهميّة البالغة.

المرأة الصحفية ... الريادة بشكل مغاير

ولئن اقترن مفهوم الريادة النسائية في المجال الإعلامي بمدى نفاذ الصحفيات إلى مواقع القرار، إلّا أنّنا نشهد خلال السنوات الأخيرة تحوّلا وظهور تعريفات مستحدثة لمفهوم الريادة بشكل عام. فقد أصبح مفهوم الريادة يُستدلّ به على مدى التأثير في الواقع المعيش ومدى الإضافة في مجال الابتكار والتحديث، ولم تعد تقتصر على النفاذ إلى مواقع القرار العمودية التي قد تكون في غالب الأحيان ذات نفوذ صوري. ويعتبر العمل الصحفي من بين القطاعات التي يمكن أن نعتمد فيها على هذا التعريف المستجد لمفهوم الريادة، لكون علاقات العمل في قاعات التحرير تنحو، نظريا وعمليا، نحو التسيير التشاركي، إلى جانب التفاعل مع مشاغل المواطن التي يتمّ التعرّف عليها من خلال العمل الميداني. كما أنّ العمل الصحفي هو من بين أبرز القطاعات التي استبطنت بسرعة فائقة التحوّلات التكنولوجية وطرق العمل المستحدثة والتفاعلية. كلّ هذه العوامل كان من شأنها أن تطبع بشكل عميق مفهوم الريادة التغييرية في القطاع الإعلامي، ولا سيما الطرق والوسائل التي تساعد على بلوغها.

وانتقدت عديد التقارير التي تناولت قطاع الإعلام حالة التهميش للكفاءات النسائية بالمؤسسات الإعلامية، مشيرة إلى تواصل وجود «السقف الزجاجي» و«الحواجز الخفية» التي تحول دون وصول الصحفيات إلى مواقع القرار. واعتبرت العديد منها أنّ طغيان النموذج التقليدي للأسرة الذي يحمل المرأة كافة المسؤوليات، إلى جانب سطوة التقاليد والنظرة الاجتماعية التي تختصر المرأة في الوظيفة الإنجابية، هي من العوامل الأساسية التي تحدّ من تقدّم المرأة وحصولها على مواقع الريادة وصنع القرار.

واكتسب مفهوم الريادة تعريفا مغايرا، مواكبا في ذلك تطوّر حضور المرأة في القطاع الصحفي، حيث كانت الأجيال المتعاقبة من الصحفيات التونسيات تحمل كلّ منها مفهوما خاصا بها لمسالة الريادة في الإعلام.

وحملت الصحفيات الرائدات نظرة توافقية لمفهوم الريادة، حيث اختار أغلبهنّ التمرّك في الصف الثاني، ومعاوضة الخطاب الرسمي الداعم لحقوق المرأة وحققها بالخصوص في التشغيل. وتركّز عمل الصحفيات، اللاتي كنّ قريبات من دوائر النفوذ السياسي آنذاك، على التوعية بالنظرة الجديدة التي كان يحملها قادة الاستقلال وبناء الدولة المدنية الحديثة حول المرأة ومساهمتها



في «المعركة الكبرى» معركة التنمية والبناء والتشييد. وسعت صحفيات الجيل الأول إلى اغتنام التوجّه الذي دعا إليه الرئيس الراحل الحبيب بورقيبة أوّل رئيس للجمهورية التونسية، الذي كان يعتبر أنّ تحرير المرأة جزء من السياسة التنموية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد. وتركّزت استراتيجية الصحفيات الرائدات على تبني الخطاب السياسي الرسمي واستغلال هذه القنوات، بشكل غير مباشر، لتمرير آرائهنّ التحرّرية، والدفاع عن أوضاع النساء، وخاصة منها الحقوق المدنية والاقتصادية للمرأة.

أمّا بالنسبة إلى الجيل الثاني، وهنّ أولى خريجات الجامعة التونسية، فقد برزت على الساحة الوطنية رؤية جديدة لموقع المرأة في الشأن العام، فكانت نشأة الحركة النسوية التونسية التي انبنت بالأساس على المطالبة بالحقوق السياسية والاقتصادية، من ذلك الحق في التشغيل والتعليم.

كما تميّزت تلك الفترة بالمطالبة بتطوير الحياة العامة واحترام الحريّات، ومنها بالخصوص حرّية التعبير وحرّية الإعلام، مع التأكيد على أهمّية دور الصحافة.

وعلى الرغم من مساهمتهم الفاعلة، لم يكن من السهل النفاذ إلى مواقع صنع القرار. وجاء في دراسة استطلاعية، أُنجزت سنة 1984، أنه رغم أنّ نسبة وجود الصحفيات الجامعيات تجاوزت 92 في المائة، في حين أنّ المعدل لم يتجاوز 70 في المائة بالنسبة إلى المهنة بأكملها، إلّا أنّ قلّة من النساء استطعن الحصول على مواقع قيادية في قاعات التحرير. ولم تتجاوز نسبة الصحفيات المسؤولات في قاعة التحرير 0.5 بالمائة، في حين أنّ هذه النسبة تُقدّر إجمالاً بحوالي 23.5 بالمائة. ومن الضروري الإشارة إلى أنّ حضور المرأة ضمن المناصب الوظيفية في وسائل الإعلام العمومية والخاصة في غرفة الأخبار (رئيسة التحرير، ومديرة، رئيسة نشرة، الخ) لا يعكس بالضرورة ممارسة حقيقية وفعّالة لسلطة صنع القرار.

أمّا بالنسبة إلى الجيل الثالث، فإنّ الصحفيات المعاصرات كانت لهنّ مساهمة متميّزة ضمن الحراك الاجتماعي الذي تركز على المطالبة بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية، وحضور لافت لهنّ خلال التحرّكات النقابية للتنديد بالأوضاع المهنية الهشّة. وقد مكّن ذلك عديد الصحفيات من تقلّد مسؤوليات ضمن الهياكل التنفيذية للهيئات النقابية المنتخبة للصحفيين.

ونسجّل من جهة أخرى حضوراً أقوى نسبياً للمرأة في مواقع القرار الوسيطة في وسائل الإعلام، خاصة منها العمومية. وجاء ذلك بدفع من السلطة السياسية التي كانت تعتمد على صورة المرأة في المجتمع للتسويق لسياسة الانفتاح والمدنية. ونذكر من بين المبادرات قرار إسناد مجموعة هامة من المواقع الوظيفية إلى عدد من الصحفيات العاملات في وسائل الإعلام العمومية على هامش إطلاق اليونسكو لاول دورة من برنامج «هنّ يصنعن الخبر».

ورغم الحضور القوي عددياً للمرأة الصحفية في مختلف قطاعات الإعلام، فإنّ وجودها في مواقع القرار يبقى محدوداً، حيث إنه لا يتجاوز عموماً، وفقاً لأحدث الدراسات في المجال، نسبة 11 بالمائة. كما أنّ حضور المرأة في مواقع القرار يهمل بالأساس مواقع القرار الوسيطة (رئيس قسم) في حين لا تكون النسبة متكافئة بالنسبة إلى خطة رئيس دسك أو مدير تحرير. ويكون نفاذ المرأة إلى مواقع القرار أفضل في مؤسسات الإعلام العمومي، من ذلك وكالة تونس إفريقيا للأنباء حيث تقدر نسبة وجود المرأة في مواقع القرار عموماً بـ 66 بالمائة، منها 63 بالمائة في قاعة التحرير.

ويظلّ نفاذ المرأة إلى مواقع أخذ القرار متميّزاً نسبياً في قاعات التحرير دون غيرها، إذ أنّ المرأة تكون غائبة تماماً في المواقع الأخرى داخل المؤسسات الإعلامية، من ذلك مثلاً، أقسام العمل التقني

والمعلوماتية أو ضمن الطاقم الإداري. ونذكر على سبيل المثال الوضع بمؤسسة التلفزة التونسية، حيث إنّ حضور المرأة يُقدَّر بـ 65.4 بالمائة في القطاع الصحفي، غير أنّ حضورها يبقى باهتا في المجالات الأخرى، فهو لا يتجاوز نسبة 17.6 بالمائة في القطاع التقني، ونسبة 33.9 بالمائة في القطاع الإداري، و22 بالمائة في قطاع الإنتاج.



أهمّ الاستنتاجات :

- سجّل حضور المرأة في قطاع الإعلام بتونس نسقا تصاعديا متواصلا، بالتوازي مع التحوّلات العميقة التي يشهدها المجتمع التونسي عموما والقطاع الإعلامي بالأساس. وهي مؤشّرات دالة على مدى نضج المجتمع وقدرته على تقبّل الحقوق الإنسانية للمرأة والانفتاح على التغيير.
- بيّنت المرأة الصحفية ضمن هذه الديناميكية مدى قدرتها على مواكبة التحوّلات والتأقلم مع خصوصيات كلّ مرحلة من مراحل نهضة المجتمع التونسي. وكشفت هذه المؤشّرات الاتجاه العام لتطوّر المهنة الصحفية، التي تنحو تدريجيا نحو هيكلية أكثر ليبرالية للقطاع الإعلامي، كما يستدلّ على ذلك التضخّم المتسارع لفئة الصحفيين/ات العاملين لحسابهم الخاص، وتطوّر عدد المؤسسات الإعلامية الخاصة مقابل ركود لمؤسسات الإعلام العمومي.
- ولئن كبّلت النظرة النمطية المرأة الصحفية من الجيل الأول والجيل الثاني التي اختارت التموّج في الصّفّ الثاني، إلّا أنّ ذلك جعل الصحفيات من الجيل الثالث، أو الصحفيات المعاصرات، أكثر استعدادا لطرح أحقيّتهنّ بالنفاذ إلى مواقع القرار وأكثر حرصا في الدفاع

عن حقوقهنّ الاقتصادية والاجتماعية، من خلال الحضور بقوة ضمن التحرّكات الاجتماعية والهياكل النقابية.

- ساهمت المرأة بشكل فاعل في إدخال تغييرات على مفهوم الريادة في القطاع الصحفي التي لم تعد تختزل في النفاذ إلى مواقع أخذ القرار العمودية، بل دفعت بها نحو مفهوم الريادة التشاركية التي هي في صميم خصوصيات العمل الصحفي.
- كان لتبعات النظرة النمطية التي طالما اختزلت اهتمامات المرأة الصحفية في المسائل الاجتماعية وقع إيجابي، باعتبار أنّ ذلك جعلها أكثر استعدادا لتناول الأحداث ضمن الرؤية المعاصرة التغييرية التي تولي اهتماما أكبر لمشاغل المواطن اليومية، وخاصة منها الجوانب الاجتماعية.
- حضور المرأة بشكل مكثّف في وسائل الإعلام المحليّة من شأنه أن يعطيها إمكانية التوقيع في مسار الثقافة التغييرية، من خلال تناول مضامين جديدة هي الأقرب إلى حاجيات المواطن في علاقة بالتنمية المحليّة والبيئة.
- واصلت المرأة الصحفية حركة تحقيق الذات، وقامت باكتساح المساحات المهنية الجديدة، من ذلك المنصّات الرقمية التي سجّل فيها معدّل التآنيث تقدّمًا كبيرًا، وإن كانت هذه المؤسسات تتّسم بهشاشة أوضاعها الاقتصادية.
- إنّ تراجع نسبة العزوبية لدى الصحفيات العاملات في مؤسسات الإعلام المحليّ، جعل من الضروري مراجعة المقولات التي وردت في بعض الدراسات حول واقع المرأة الصحفية، حيث اعتبرت أنّ متطلّبات المهنة الصحفية (العمل الليلي والتنقّلات، الخ) هي من أبرز أسباب عزوف الصحفية عن الزواج.
- يبقى كفاح المرأة الصحفية وسعيها إلى فرض ذاتها مسارا محفّوفا بالمخاطر، لا سيما مع ما رافق ذلك من ارتفاع لمنسوب العنف القائم على النوع الاجتماعي، مستغلّا التطوّرات التكنولوجية، من ذلك بالخصوص التّنمّر الرقمي.



سجّل حضور المرأة في قطاع الإعلام بتونس نسقا تصاعديا متواصلا، بالتوازي مع التحوّلات العميقة التي يشهدها المجتمع التونسي عموما والقطاع الإعلامي بالأساس.

بيبلوغرافيا مختارة باللغة العربية

- عبد الكريم الحيزاوي (1998)، المرأة العربية ووسائل الإعلام: دراسة ميدانية في أربعة أقطار عربية. مركز كوثر 1998، ص148.
- محمد حمدان (1991) أعلام الإعلام في تونس 1860-1956 ص 311
- رشيدة النيفر (1981)، واقع الصحافة في تونس ودورها في النهوض بالمرأة التونسية. ورقة منشورة في وثائق الحلقة الدراسية الأولى لاتحاد وكالات الأنباء العربية «فتنا» حول «مشاكل الصحفيات العربيات» بيروت. ص37.
- رندة العليبي وسعيدة بن زينب (1981) لمحة عن وضعية المرأة التونسية. ورقة منشورة في مجموعة أعمال ندوة الصحفيات العربيات، الجزائر تحت عنوان «الخدمة الإعلامية للمرأة العربية». ص73.
- آمنة عطالله، عائدة القليبي، سهام بن سدرين: دراسة ميدانية حول التدرّج المهني للصحافية التونسية، الندوة الثانية للصحفيات العربيات، جمعية الصحافيين التونسيين، تونس، 1984 (وثيقة غير منشورة)

باللغة الفرنسية

- Larbi Chouikha (1999). Les journalistes femmes de la presse écrite : entre les risques du métier et la précarité du genre, résultats d'une enquête sociologique. revue tunisienne de communication, N°35/36. Janvier/juin et juillet/décembre 1999. p114.
- Azza Ghanmi (1993). Le mouvement féministe tunisien: témoignage sur l'autonomie et la pluralité du mouvement des femmes (1979-1989). Tunis, Chama.p 157.
- Mohamed Hamdane, Mouldi Bchir, femme et journalisme écrit en Tunisie, revue tunisienne de communication, N° 26, IPSI, Tunis, juillet/décembre 1993.
- Hamida Ben Salah, Randa Alibi, Mouna Mtibaa (1992) ; La femme journaliste tunisienne, le vécu et la pratique (étude non publiée)
- Dorra Mahfoudh, Amel Mahfoudh (2014). Mobilisations des femmes et mouvement féministe en Tunisie. Nouvelles Questions Féministes, vol. 33,(2), 14-33. doi:10.3917/nqf.332.0014.

المراجع

- جمعية الصحافيين التونسيين (1990)، واقع الصحفيات التونسيات. دراسة غير منشورة تمّ إعدادها بمناسبة انعقاد أول مؤتمر للصحفيات الإفريقيات بتونس.
- دراسة إحصائية للجنة الوطنية لإسناد بطاقة الصحفي المحترف.

قيادات نسائية مصرية في الإذاعة والتلفزيون



د. لمياء محمود

رئيسة اللجنة الدائمة للإذاعة
باتحاد إذاعات الدول العربية

لا يستطيع أحد أن ينكر أنّ المجتمعات العربية تعتبر بوجه عام مجتمعات ذكورية، ويتضح ذلك في كثير من المظاهر، منها شغل الرجال مقاعد القيادة في كثير من المواقع والمجالات، وربما يرجع البعض ذلك إلى كون الرجال كانوا أسبق في الحصول على القسط الكافي من التعليم الذي يؤهلهم للوصول إلى المواقع القيادية، على عكس المرأة التي كانت أعداد من يلتحقن بالتعليم النظامي منهنّ في مراحل مختلفة يُعدّ على أصابع اليد الواحدة، يضاف إلى ذلك ثقافة المجتمعات العربية التي كانت لا ترحّب بأن تكون المرأة على رأس العمل. الدليل المهمّ على قلّة أو ندرة وصول المرأة إلى بعض المجالات أو المواقع القيادية، يتمثّل في الاحتفاء الشديد، عندما يُعلن عن السماح للمرأة بشغل مواقع معيّنة، كانت حكرًا على الرجال لعقود طويلة.

وبالنسبة إلى الإعلام المسموع والمرئي في مصر، فقد بدأت الإذاعة ممثّلة في الإذاعات الأهلية في منتصف عشرينيات القرن العشرين، أمّا الإذاعة الرسمية التي بدأت إرسالها عام 1934، فقد كان العمل فيها حلماً لفتيات ذلك الجيل، خاصة بعد أن اشتغل عدد منهنّ في الصحافة المكتوبة، وإنّ كانت بدايتهنّ بأسماء رمزية حتى لا يُعرفن.

ويأتي عام 1945، أي بعد أحد عشر عامًا من انطلاق الإذاعة الرسمية في مصر، ليكون موعدًا لظهور أوّل صوت نسائي عبر الأثير، ليس في مصر وحدها، بل في كلّ المنطقة العربية، وكان **للسيدة صفية المهندس**، التي كانت أيضًا السيّدة الأولى التي تصل إلى مقعد رئيس الإذاعة عام 1975، وبين البداية واعتلاء قمّة الهرم الوظيفي في الإذاعة ثلاثون عامًا، كانت مليئة بالعمل الجاد لإثبات الذات والتميّز، فتدرّجت في المواقع الوظيفية، من مسؤولية ركن المرأة، إلى مديرة المنوّعات، فريسة البرنامج العام، فنائب لرئيس الإذاعة.



السيدة الثانية التي التحقت بالراديو مذيعةً، هي **تماضر توفيق** عام 1946، وكانت لها ميول إلى العمل بالدراما الإذاعية، فأوفدت إلى هيئة الإذاعة البريطانية، والتحقت بدورات متخصصة بها، عادت بعدها مسؤولة قسم التمثيليات بالإذاعة، ثم أصبحت أول سيدة مسؤولة عن القسم الأوروبي بالإذاعة، ومع بداية الإعداد لإطلاق التلفزيون المصري كانت ضمن النواة الأولى له، حيث تم إيفادها إلى الولايات المتحدة الأمريكية للحصول على دورات متخصصة في فنون التلفزيون، وعادت لتكون أول مخرجة في التلفزيون المصري الذي انطلق عام 1960، وتدرّجت في المناصب، حتى صارت أول سيدة رئيسة للتلفزيون المصري عام 1977.



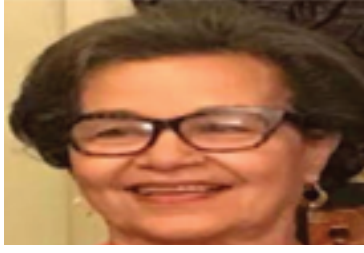
وضمن الطليعة الأولى للسيدات اللائي عملن بالإذاعة المصرية السيدة **سامية صادق** التي التحقت بالإذاعة عام 1950 لتكون من البارزين في تقديم البرامج الإذاعية الشهيرة، وتدرّجت في المناصب حتى أصبحت رئيسة للبرنامج العام، ثم تولّت رئاسة التلفزيون عام 1985.



السيدة **همت مصطفى**، التي التحقت بها عام 1951، واهتمت بنشرات الأخبار والبرامج الإخبارية، وعندما بدأ الإعداد لإطلاق التلفزيون كانت ضمن الفريق الأول به، وكانت أول قارئة للنشرات على شاشة التلفزيون المصري، وتدرّجت في المناصب، حتى صارت الرئيسة الثانية له عام 1980.

صوت العرب، وهي المدرسة الإذاعية الفريدة كانت بداية الانطلاق في 4 يوليو عام 1953، وفي اليوم الأول لإرسالها كانت السيدة **نادية توفيق** هي مسؤولة البرامج، وكانت تمثل 50% من قوّة العمل بصوت العرب مناصفة مع الرئيس المؤسس الأستاذ أحمد سعيد، وكانت أول سيدة تقرأ نشرة الأخبار في صوت العرب، التي كانت وقفًا على الرجال لسنوات.





السيدة مرفت رجب، كانت في طليعة المذيعات في صوت العرب، حيث التحقت به عام 1964، وقدمت البرامج وقرأت نشرات الأخبار، ولإجادتها وتميزها، عُهد إليها بتدريب المذيعين الجدد، فتخرج على يديها عشرات المذيعين الذين حققوا تميزًا في عدد كبير من الإذاعات والقنوات المصرية والعربية والأجنبية، وتدرّجت في المناصب حتى أصبحت رئيسة للتلفزيون المصري عام 2001.

السيدة نجوى أبو النجا التحقت بصوت العرب عام 1967، وقدمت البرامج الثرية التي استضافت الزعماء والرؤساء والعلماء والشخصيات الكبرى في الوطن العربي، فتدرّجت في المواقع القيادية، وتولّت رئاسة شبكة الشباب والرياضة كأول رئيسة لها، وتوجّ مشوارها لتكون رئيسة لقطاع القنوات التلفزيونية المتخصصة عام 2001.



السيدة أمينة صبري التحقت بصوت العرب مقدّمة للبرامج عام 1968، وحقّقت تميزًا كبيرًا، وتدرّجت في المناصب حتى أصبحت أول رئيسة لصوت العرب عام 1999.

وبين هذه الأسماء والشخصيات التي صنعت تاريخًا للمرأة في العمل الإذاعي والتلفزيوني في مصر، وكانت لهنّ الريادة، هناك عشرات ومئات الأسماء اللاتي كانت لهنّ بصمة في العمل، وكنّ جزءًا في فسيفساء الصورة المشرقة للمرأة، إذاعية وتلفزيونية.

من هذه الأسماء - وكلّ منهنّ لها شهرة وتميّز :



السيدة آمال فهمي



السيدة فوزية المولد

- السيدة آمال فهمي.
- السيدة مديحة نجيب
- السيدة فوزية المولد
- السيدة أميمة عبد العزيز .



السيدة مديحة نجيب



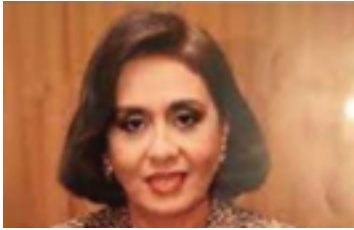
السيدة سلوى حجازي



السيدة ليلي رستم



السيدة سهير الإتري



السيدة زينب سويدان



السيدة نجوى إبراهيم



السيدة درية شرف الدين



السيدة سناء منصور

• السيدة بديعة رفاعي .

• السيدة جمالات الزيايدي .

• السيدة سلوى حجازي .

• السيدة ليلي رستم .

• السيدة سهير الإتري .

• السيدة هالة الحديدي .

• السيدة زينب سويدان .

• السيدة نادية صالح .

• السيدة نجوى إبراهيم .

• السيدة سميحة عبد الرحمن .

• السيدة فضيلة توفيق .

• السيدة فريال صالح .

• السيدة ملك إسماعيل .

• السيدة عفاف عبد الرازق .

• الدكتورة درية شرف الدين .

• السيدة هند أبو السعود .

• السيدة حمدي حمدية .

• السيدة كاميليا الشنواني .

• السيدة هالة حشيش .

• السيدة سناء منصور .

إحصائيات مهمّة :

- أربع سيّدات من بين اثنين وعشرين رئيسًا للإذاعة المصرية.
- عشر سيّدات من بين ثمانية عشر رئيسًا للتلفزيون المصري.
- سيّدة واحدة من بين أربعة عشر رئيسًا لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري الذي تحوّل إلى الهيئة الوطنية للإعلام.
- سيّدة واحدة بين أربعة وعشرين وزيرًا للإعلام في مصر.

ملاحظات مهمّة :

- واقع وجود المرأة في العمل الإذاعي والتلفزيوني بمصر يعكسه بشكل جليّ عدد الدارسين في أقسام الإذاعة والتلفزيون بكلّيات ومعاهد الإعلام، حيث النسبة تميل بشدّة إلى العنصر النسائي، وربما يمكن القياس على العدد في عام محدّد يختار بشكل عشوائي بأنّه العنصر النسائي يمثّل ما يقارب عشرة إلى واحد.
- بالنسبة إلى واقع نفاذ المرأة إلى مناصب القيادية يتغيّر من فترة لأخرى، وإن كان الأغلب في بعض الفترات للنساء، حيث انتقل كثير من الرجال في العمل الإذاعي والتلفزيوني للعمل في الإذاعات والقنوات العربية والدولية، فيما بقيت السيدات على سلم العمل، وهذا أحدث بعض الخلل في نسب وجود الرجال في كادر الترقّي الوظيفي، فأتاح لهم الصعود إلى المناصب القيادية.
- قانون العمل في مصر لا يفرّق بين الجنسين في جميع الحقوق والواجبات الوظيفية.
- أصدر مجمع اللّغة العربية بالقاهرة إجازة لوضع تاء التأنيث في الوظائف القيادية كرئيسة وعميدة ووزيرة.
- إذا كان الجيل الأول من الإذاعيات في مصر قد بدأ منتصف أربعينيات القرن العشرين، وإذا كان الجيل يمثّل عشر سنوات، فأتشرف بأنني أُنتمي إلى آخر الجيل الرابع من الإذاعيات، حيث التحقّت بالإذاعة كمذيعة ومقدّمة برامج عام 1984.
- استمرارًا لريادة المرأة في التميّز الإذاعي، أتشرف بأنني أوّل مذيعة تحصل على درجة دكتوراه الفلسفة في الإعلام، وكان ذلك عام 1999.

الهيمنة الرقمية العالمية وسبل مجابهتها عربياً التحديات، جهود عربية وتجارب دولية

أ.د كريم بلقاسي

أستاذ باحث في علوم الإعلام والاتصال
جامعة الجزائر



تسعى شركات الاتصال والمعلومات للتنافس في البيئة الرقمية نظراً إلى أهميتها، والتي تعتمد في استراتيجيتها على جمع البيانات، «لما لهذه الأخيرة من قيمة أكسبت بعض الشركات مكانة في السوق الرقمي من خلال اكتساب حصة، بل وقوة في السوق أهلها للحصول على المراتب الأولى في الاقتصاد العالمي وجعلها في وضع المهيمن على البيئة الرقمية¹. وهو ما بات مقلقا على المستوى العربي بشكل خاص، مما دفع اتحاد إذاعات الدول العربية إلى أن يخصص مؤتمره الثاني للإعلام العربي، لطرح إشكالية الهيمنة الرقمية العالمية، حيث تناول بالدراسة والتحليل والنقاش هذا الموضوع من عدة جوانب، مع التركيز على سبل مجابهته عربياً. ودُعيت إلى هذا المؤتمر ثلّة من الوزراء والخبراء والمهنيين والباحثين والأكاديميين.



أول المحاور التي تمّ التطرّق إليها: «التحديات المطروحة في المجالات الثقافية والاجتماعية والإعلامية في الوطن العربي». وخلال الجلسة العلمية التي أدارتها الدكتورة فتحية السعيدى أستاذة علم الاجتماع بالجامعة التونسية. تحدّث البروفيسور فتحي التريكي صاحب كرسي اليونسكو للفلسفة بالعالم العربي عن الثورة العلمية وأخلاقياتها، وانطلق من فكرة أنّ العصر الذي تعيشه البشرية اليوم هو عصر الحداثة السيبرانية أو الرقمية، نظرا إلى ما ينتجه الذكاء الاصطناعي من مستجدّات وابتكارات تصاحب الإنسان في نمط حياته. وبالتالي فالسؤال الذي يطرح نفسه، هل علينا حقّا مجابهة الثورة الرقمية أم التأقلم معها ومع نتائجها. وللإجابة عن هذا التساؤل المحوري، تعرّض المتحدث لتوصيف الواقع الحالي باعتباره فضاء عموميا معلوماتيا افتراضيا قلّص عمق التفكير رغم وجود هذا الأخير في كلّ مكان. كما أثار الظواهر التي أفرزها هذا الفضاء في مصطلحات شائعة وهي: الخبير متعدّد التخصصات، الهيمنة الغربية، الهوية الهوياتية (تشبّث عناصر الهوية) والحداثة الرقمية والمجتمع الشبكي. رغم أنه لا ينبغي إغفال الجانب الإيجابي للثورة الرقمية، باعتبارها تقدّم فرصا غير مسبقة للتعاون الإقليمي بين أوروبا والبحر الأبيض المتوسط وأفريقيا. فالأمر يتطلّب ويضاعف تبادل الخبرات، سواء من حيث المدن الذكية أو ترويج السلع الجماعية أو إنتاج المحتوى الرقمي، في اقتصاد يتمّ إنتاج موارده وإعادة إنتاجها بشكل مشترك، إذ أنّ القرب الجغرافي والتاريخي والثقافي يعدّ ميزة استراتيجية، كما أشار إليه الباحث الفرنسي بيار بكوش Pierre Beckouche في حديثه عن أثر الثورة الرقمية على بلدان البحر الأبيض المتوسط 2، مشيرا إلى «أنّ تعقيد التفاعلات بين المجالين الاقتصادي والاجتماعي من حجج التكامل الإقليمي أكثر من أيّ شيء آخر».

وأكد المتدخّل على ضرورة تكيّف العالم العربي وتعلّم الفرد فيه واكتسابه للمهارات الرقمية، من خلال جودة الإبداع، وبالتالي لابدّ من تصوّر استراتيجية عربية موحّدة لتحرير الهيمنة الرقمية من هذا الزحف وتحويلها لتخدم قضايانا ومجتمعاتنا بمنظومة قانونية وفلسفية سلوكية (التدخّل الأخلاقي الفلسفي كمجموعة من القيم والمبادئ والتواصل الأخلاقي).

أما الأستاذ شوقي قدّاس رئيس الهيئة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية بتونس، فركّز مداخلته على حماية المعطيات الشخصية، إذ اعتبر المسألة تقنية، وهي طريقة معالجة المعطيات بصفة عامة والمعطيات الشخصية بوجه خاص، وهو تحدّد دولي يحمل خصوصيات على المستوى العربي، كما أنه مرتبط بمسألة سيادة الدول وسيادة الشخص على معطياته. وفي التوصيف الذي قدّمه المتحدث أشار إلى أنّ 90% من المعطيات الكونية تمّ إنشاؤها في أقلّ من السنتين السابقتين، وأنّ هذه المعطيات في تطوّر متسارع تشمل أبسط تحرّكات الشخص على الفضاء الرقمي، حيث يتمّ معالجتها لتصبح ثروة اقتصادية، بل وصارت المعطيات الشخصية هي البترول الجديد new oil. ومنصّة الفايسبوك هي من تتحكّم في معطيات الأشخاص بواسطة الذكاء الاصطناعي، والشركات الأولى عالميا من الولايات المتحدة والصين هي التي تتخصّص في معالجة المعطيات الشخصية للأفراد عن طريق برمجيات لا ندركها، فنكون بضاعة ولعبة في أيديها، وتعمل على تمييط الأشخاص والتأثير عليهم في اتخاذ قرارات اقتصادية وسيادية سياسية بعد ذلك، مثلما حدث في فضيحة كمبريج أنتلنك، فايسبوك تلاعب بالمعطيات الشخصية للتأثير على مآل انتخابات ديمقراطية في بريطانيا، واستخدم كذلك في إيصال ترامب إلى البيت الأبيض، لذلك غرّم الفايسبوك ب 725 مليون دولار لتدخّله في المساس بالديمقراطية في الولايات المتحدة ودول أخرى. والحلّ اليوم حسب المتحدث هو حلّ قانوني بتأطير كيفية حماية المعطيات الشخصية، وذهب في ذات السياق إلى ترتيب الدول العربية من حيث التشريعات القانونية لحماية المعطيات الشخصية حسب تاريخ إصدارها، وكانت في مقدّمتها تونس عام 2004، وبعدها المغرب عام 2009، وبعدها الجزائر وموريتانيا عام 2017، وآخرها الأردن عام 2022.

لكن السؤال المطروح : أين هذا من ناحية التطبيق، أي الهياكل أو المواقع الحامية للمعطيات الشخصية؟! وأشار في سياق حديثه أنه يمكن للمعطيات الشخصية أن تعالج من قبل شركات في بلدان غير حامية للمعطيات الشخصية، وهذا يمسّ بسيادتك الوطنية. ولذلك فهناك ستة التزامات قانونية للمسؤول عن معالجة المعطيات الشخصية وهي: **الإجراءات المسبقة لدى هيئة مستقلة، الحصول على الموافقة المستنيرة، تحديد غاية واضحة وصريحة معلنة، التدابير اللازمة لتأمين المعطيات، تحيين المعطيات الشخصية، تدابير إضافية عند الإحالة والتحويل من دولة لأخرى وفق ترخيص من هيئة حامية للمعطيات الشخصية،** وختم المتحدث بإيجاز أهمّ الحقوق التي يتمتع بها الشخص المعني، وهي: الحق في النفاذ، الحق في الاعتراض، الحق في التصحيح والفسخ، والحق في النسيان، ومن وضع مجموعة من المقترحات بغية مجابهة عربية لهيمنة رقمية، أهمّها الانضمام إلى الاتفاقية المفتوحة عدد 108 لمجلس أوروبا، ويتعلّق الأمر باللائحة العامة لحماية البيانات RGPD التي وضعها الاتحاد الأوروبي، حيث وضعت مجموعة من الإجراءات الملزمة بحماية جميع أنواع المعلومات المتعلقة بشخص طبيعي ، أي فرد ، والتي تجعل من الممكن تمييز هذا الشخص، بشكل مباشر أو غير مباشر، عن مجموعة من الأشخاص.

يمكن أن يكون رقم تعريف بسيطاً أو خصائص هويّة، سواء كانت مادية أو اقتصادية أو اجتماعية. قد تشكّل التسجيلات الصوتية أو المرئية أيضاً بيانات شخصية عندما يمكن التعرف على الشخص الذي تتعلّق به3. كما يستوجب الأمر صياغة معاهدة عربية لحماية المعطيات الشخصية، وأخيراً منع إيواء معطيات المواطنين والدول العربية خارج فضائهم السيادي.

من جهته أفاد المهندس محمد بن عمر الأمين العام للمنظمة العربية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات متحدّثاً عن الأمن السيبراني، بأنّ الثورة الصناعية الرابعة وجائحة كوفيد في علاقة تكاملية، حيث أفرزت هذه الأخيرة خلال فترة الحجر الصحي توجّهاً كبيراً للتكنولوجيا الرقمية قصد الحفاظ على الأمان وفكّ العزلة عن الأشخاص، وانتقلت نسبة مستخدمي الإنترنت من 54% عام 2019 إلى 61% عام 2021 في العالم، وهو ما أدى إلى زيادة هيمنة شركات GAFAM التكنولوجية والمالية. وتمثّل المنصّات الرقمية مجال ممارسة هذه الشركات لنشاطها في البيئة الرقمية، بما تتيحه كمؤسسات من تفاعل بين فئات مختلفة من المستخدمين، مثل محلّات التطبيقات بين مبتكري التطبيق والمستهلك الذي يستخدمه، أو فايسبوك بين الشركات التي تقوم بالإشهار والمستهلك، أو غوغل (google) بين المؤسسات المختلفة التي تودع معلومات فيه والمعلنين والمستهلك الذي يبحث عن المعلومة، تعمل هذه المنصّات وفقاً لبيانات تجمعها وبرمجيات تربط بين المعلومات وتدرسها في إطار خوارزميات لاستغلالها وبيعها إلى طرف ثالث 4.

الهيمنة الرقمية العالمية لشركات GAFAM

وقدّم لمحة عن هذه الشركات، وكيف أنها تمتلك موارد مالية هائلة وتسيطر على حياة الأشخاص، وهي كلّها توطّن مقرّاتها ومراكز بياناتها في بنيتها التحتية خارج المنطقة العربية، وبالتالي يتمّ التصدير لكلّ المعطيات والبيانات، مركّزا على المخاطر، الاقتصاد، السياسة، المجتمع، وتأثيرها على الأمن القومي.

وبهذا انتقل إلى الحديث عن السيادة الرقمية العربية في ظلّ التحوّلات التكنولوجية الكبيرة وهيمنة شركات GAFAM/GAFAN، أي كيفية امتلاك آليات الحماية أو الأدوات الهجومية لتعزيز الابتكار الرقمي. وهنا شدّد على ضرورة امتلاك المنطقة العربية لأدوات حامية لبياناتها الرقمية وانتقالها خارج حدودها من منطقة لأخرى، فالأمن السيبراني هو إحدى ركائز السيادة الرقمية. ويواصل المتحدث أنّ البلدان العربية أدركت أنّ الأمن السيبراني جزء لا يتجزأ من منظومتها الاقتصادية ويتعلّق أساساً بالأمن القومي، وهو وعي كان مرفوقاً بالعديد من السياسات والإجراءات، فهناك دول حسب الاتحاد الدولي للاتصالات كالسعودية، الإمارات، عمان، تحتلّ المراتب الأولى للتصنيف الدولي. ثمّ ركّز بعدها على أهمّ نقاط ضعف الأمن السيبراني لبعض الدول العربية في بُعدها التشريعي والإجرائي، واقترح في الأخير استغلال التوجّهات التكنولوجية لتوجيه مجالات البحث والتطوير للاستثمار في إنتاج حلول وخدمات عالمية عربية وأخذ الريادة فيها.

جهود عربية



سبل التفاعل عربيا مع الهيمنة الرقمية العالمية

تحت إدارة الخبير الإعلامي الدكتور رياض كمال نجم، عُرضت التجربة الأردنية من قبل الدكتور علاء سالم الزبيد المستشار الإعلامي بالسفارة الأردنية ومندوبيتها لدى جامعة الدول العربية، إذ أكد على أن المملكة الأردنية كباقي الدول، رغم تأثرها بثورة المعلومات ومستجدات الرقمنة وانعكاساتها، فقد تدرّجت في تطبيق رؤية لها في هذا المجال، وهذه الرؤية تأخذ شقين: شق محلي (الإطار الوطني القطري)، وشق متعلق بالمساهمات مع الدول العربية وجامعة الدول العربية للتعامل مع الهيمنة الرقمية. فالاستفادة من توجهات هذه الثورة والتكيف والتطور والتهيؤ لانعكاساتها والتقليل من مخاطرها، جعلت التجربة الأردنية تقوم على ثلاثة محاور: أولها التكيف والتطور المؤسسي مع الثورة المعلوماتية ومتطلباتها، ثانيا تطوير مهارات الكوادر المسؤولة عن عملية التواصل الإعلامي والمعلوماتي مع الرأي العام، وثالثا تحصين جيل الشباب من الغزو المعلوماتي، من خلال إشباعه بالمفاهيم الإعلامية والاتصالية السليمة. وبالتالي ففي المحور الوطني الأول على الصعيد القطري، اتخذ الأردن عدّة خطوات، منها إنشاء وزارة الاقتصاد الرقمي لوضع السياسات والإجراءات على صعيد التكنولوجيا ودعم عملية التحوّل الرقمي وإيجاد إطار تشريعي له وتشجيع ريادة الأعمال فيه، كما تمّ إحداث وزارة الاتصال الحكومي لتعزيز الحريات وحماية التعددية والتصدي لبعض إفرازات الثورة المعلوماتية من مخاطر الكراهية والتنمر وغيرها.

ويأتي هذا التحوّل الرقمي نحو الإدارة الإلكترونية للاستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة والتكيف معها، إلى جانب التحوّلات الديمقراطية وما رافقها من متغيّرات وتوقعات اجتماعية من جهة، والتحوّل إلى التقنية الجديدة والمعاملات الإلكترونية 5.

كما تمّ إنشاء المركز الوطني السيبراني لنشر الوعي في مجال الأمن السيبراني وإيجاد بيئة وبنية تحتية تعمل على هذه التحدّيات، إلى جانب تأهيل وتعزيز قدرات الكوادر العاملة في هذا المجال للتعامل والتكيّف مع التطوّر المعلوماتي الحاصل في عدّة مشاريع. في حين أنّ الشقّ العربي تمثّل في مشاركة الأردن في لجنة عربية ترأّستها الأردن لوضع استراتيجية موحّدة للتعامل مع شركات الإعلام الدولية، وكانت الرؤية الأردنية في ذلك، هي الاستراتيجية التي تمّ تقديمها حول فكرة أنّ المحتوى هو حجر الزاوية في حماية العالم العربي أو التعامل مع شركات الإعلام الدولية، وتمثّلت اتجاهات المحتوى في ثلاثة أشكال وهي: **الجانب الاقتصادي، حماية الهوية العربية، والثقافة العربية،** وبالتالي **حماية المحتوى العربي ومقوّماته الثقافية والحضارية واللغة العربية، وثانيا ضرورة الاستفادة وسائل الإعلام العربية من الربح الفائت عبر ضريبة رقمية وإيجاد آلية قانونية تحدّ من خطاب الكراهية،** وتمّ تقديم الاستراتيجية الأردنية مؤخّراً للجامعة العربية.

سلبيات الإعلام الرقمي، في انتهاك الخصوصية والقانون

بدوره عرض الدكتور خليل الطيّار عضو مجلس الأمناء في هيئة الإعلام والاتصالات (سابقاً - بغداد) **التجربة العراقية**، مبرزاً أنّ الإعلام الرقمي ساهم في إعطاء صورة نمطية عن بلاده منذ 2003 وبالتالي كانت خارجة عن السيطرة الرقمية، إذ أنّ الصور التي نقلتها وسائل الإعلام الأمريكية سنة 2001 كانت بمثابة المخدّر الذي عكس الحقائق ومنهج لمخطط مستقبلي برّرت آثارها باحتلال العراق، بدأ بضلوع الحكومة العراقية في إخفاء الحقيقة عن المراقبين الدوليين للطاقة الذرية من جهة، وإرساء الديمقراطية في أرض بلاد الرافدين من جهة أخرى 6.

واستمرّ ذلك إلى حين تشكيل هيئة الإعلام والاتصالات في 2004، إلى جانب وزارة الإعلام وهيئة المعلومات التي أخذت على عاتقها تنظيم قطاع الإعلام والاتصالات، إضافة إلى وزارة الاتصالات وشبكة المعلومات. وخطّت هذه الهيئات خطوات حثيثة للتعامل مع الهيمنة الرقمية التي انعكست على الإعلام التقليدي والرقمي على حدّ سواء، ونوّه بتسمية الباحث الكندي «آلان دون» هذا العصر بعصر التفاهة، حيث لم يعد كلّ شيء مقبولا، فهو يعطينا نظرة شاملة على ما يدور اليوم في العالم لتنزح من رأسك فكرة الصدفة، فكلّ شيء مدبّر، فسقطت المثل والقيم والاعتبار والنموذج، وحلّ محلّها النموذج السيئ والانفلات، فكسر الحدود صار سهلا. وبالنسبة إلى التجربة العراقية، أضاف المتحدث أنّه يمكن إيجاز جهودها في ثلاثة عناصر أساسية: عملت الجهات المختصة على وضع لوائح لتنظيم عمل المنصّات الرقمية بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة، وهي في طور المناقشة لاستكمال جوانبها التنظيمية والقانونية، كما عملت العراق على وضع سياسة تصنيف البيانات وعرضتها للاستثمار العام، وتمّ وضع لوائح إنتاج واستقبال وتسويق المحتوى الرقمي من خلال القيام بورشات من قبل مختصّين، كما عملت على محاربة خطاب الكراهية والتحريض على العنف كأبرز تحدّيوواجه الجهات الفاعلة الرسمية في العراق، وهو تحدّ يمسّ الأمن السيبراني رغم وجود لائحة قواعد البثّ الإعلامي،

بسبب ضعف تغطية مساحة القوانين التشريعية لمعالجتها. وفي الأخير قدّم جملة من المقترحات أهمّها : دعوة الجهات الحكومية المسؤولة عن تنظيم الإعلام والاتصالات في الدول العربية، وضرورة استكمال خريطة تشريع القوانين واللوائح المنظّمة للفضاء الإلكتروني لتشمل كلّ أبعاده على مستوى النشر والتسويق والإعلان. مع الدعوة إلى استثمار الضريبة الرقمية بالاتفاق مع شركات منصّات التواصل الاجتماعي.

الأمن الرقمي وسبل التعامل مع المحتوى الضارّ

واستعرض التجربة المصرية وكيل المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام الأستاذ صالح عبد السميع **الصاحي**، إذ أكد على أهميّة الإعلام المتزايدة في ظلّ ظهور المنصّات الرقمية في أيّ دولة، مشيرًا إلى الاتفاق على أنّ معطيات وأدوات الإعلام في الوقت الحالي تختلف عن أيّ وقت مضى، من حيث خطورة تأثيرها بتطوّر التقنيات الجديدة في نقل المعلومة بسرعة في كلّ بقاع الأرض في لحظات معدودة. وأنّ مفاهيم القوى قد تغيّرت في عالمنا المعاصر وارتبطت بوسائل الاتصال والمعلومات في الحياة على المعلومات والردّ على الشائعات، وهي ما يسمّى بالحرب المعلوماتية. وأثار المتدخّل موضوع استراتيجية قطاع الإعلام من خلال المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في التعامل مع الثورة الرقمية، وذلك بإصدار تنظيم التراخيص في قانون 20-20، ونصّت المادة 1 منه على كيفية إصدار ترخيص الوسائل الإعلامية، غير المصرية والمنصّات الإلكترونية غير المصرية التي تقدّم الخدمات الإخبارية أو الإعلانية، والتي تعرض محتوى الترويج للأعمال والخدمات أو المنتجات وغيرها. كما عرّج على بعض المواد القانونية الأخرى في هذا السياق حول كيفية التعامل مع شكاوي المحتوى الضارّ. وعلى أرض الواقع اجتمع المجلس الأعلى للإعلام بتاريخ 15 يونيو 2022 مع شركة نتفليكس netflix وتمّ فيه تبادل وجهات النظر حول كيفية التنسيق والتعاون بين المنصّة مع الجهات المختصة لعدم مخالفة المحتوى المعروض مع قوانين الدولة، وتمّ التزام الشركة بذلك، إلى جانب اتفاق آخر بين مؤسسة فودافون المصرية ومنصّة ديزني بلوس Disney+ وغيرها من الاتفاقات.

هذا وتمّ عرض **التجربة اللبنانية** من قبل **المدير العام لوزارة الإعلام اللبنانية الدكتور حسان فliche**، إذ أفّر بأنّ واقع التكنولوجيا المتسارعة أعاد إنتاج الطبائع المجتمعية البشرية كليًا وجوهريًا، وأنّ التطوّر التقني والمعرفي خلال الأربعين سنة الماضية أعطى من المعلومات ما يُعرف بلغة اللغات أو الثورة والهيمنة الرقمية حاليًا وأفرت مستويات : كمّي من وفرة المعلومات، ونوعي من تنوّع الدعائم. حيث إنه مع الثورة الرقمية، ينتقل المجتمع من الملكية إلى المشاركة (الاقتصاد التعاوني، إلخ)، من التحكّم الفردي إلى التجميع (السحابة، سلسلة الكتل، إلخ)، من النظام إلى النظام البيئي (الشبكات الاجتماعية، API، إلخ) 7.

وفي لبنان وفي العالم العربي، فإنّ الجميع ينساق تحت التطوّر التقني والتكنولوجي المذهل، ولكن نكتشف أنّ التشريعات والتنظيمات والقوانين لا تكفي، لذا فلنُقلع عن سياسة أننا نريد

أن نكمّم الأفواه، وأننا قادرون على المنع، بل يجب أن نسعى اليوم إلى كيف لدينا مساحة من المنع. واليوم، يضيف المتدخّل أنّ طبيعة الإعلام تغيّرت بشكل أساسي، لذلك أضحت التشريعات السابقة لا يمكن أن تنظّمها، فغدت اليوم بحاجة إلى منظومة تشريعية جديدة. ولبنان كان الرائد الأول على المستوى العربي في الجانب التشريعي للإعلام، إلّا أنه اليوم، مثل العالم العربي، يعاني تقادما في مجال التشريع الذي يرفع الإعلام الرقمي بسبب التطوّر التقني المتواصل، واليوم هناك 750 موقعا إلكترونيا بلبنان يعمل من دون نصّ قانوني. وعلى هذا الأساس يضع المتدخّل مجموعة من المقترحات أهمّها: ضرورة اتخاذ تدابير وإجراءات فاعلة في سياق عدم الانجرار إلى التبعية والوقوع تحت سطوة الهيمنة، بل من خلال تلاقح الحضارات والثقافات والمقدرة على إنتاج وسائلها وأدواتها وبرمجياتها التي تواكب العصر ولا تجعلنا خارج السمع والبصر، كإنتاج ثقافات قوية ذات جودة إعلامية رقميّة، الانعتاق من سياسة الاستيراد التقني، والتشارك في الجهد العربي من خلال المؤسسات الإعلامية العربية، ولاسيما اتحاد إذاعات الدول العربية.

الثورة الرقميّة بين الحرّية والسيطرة



التجارب الدولية ومړثيات شركات التكنولوجيا الرقميّة العالمية

كانت محوراً مهمّاً ضمن المؤتمر، وذلك بإدارة الدكتور جواد متقي الأمين العام لاتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي، و ركّز الخبير الإعلامي جياكومو ماتزوني Giacomo Mazzon على التجربة الإيطالية، التي تحاول خلق بيئة ابتكارية، مشيراً إلى ضرورة توصيف الوضع بدقة، لذا عنون مداخلته بـ: من الإنترنت أقصى الغرب نحو تنظيم العالم الرقمي، ومهّد بنظرة عامة حول كيفية بداية الألفية الرقميّة في الولايات المتحدة عام 1998، وحقوق التأليف والنشر

واتفاقية منظمة التجارة العالمية بشأن الاتصالات، كآليات للعولمة. وتعدّ أوروبا السبّاقة في التعامل وتنفيذ عولمة الإنترنت وتنظيم التجارة الإلكترونية، وإلى غاية سنة 2000 قامت أوروبا بالموافقة على مبادئ خصوصية الملاذ الآمن الدولي لحماية المنظمات الخاصة بالاتحاد الأوروبي، التي تخزّن بيانات العملاء (الحرفاء) من الكشف عن المعلومات الشخصية أو فقدانها عن طريق الخطأ. كما تمّ عام 2016 إنشاء الاتحاد الأوروبي اتفاقاً آخر يحدّد مبادئ وأهداف هذه المنظّمة، ونطاق العمل ضمن مجالات سياسته، كما يحدّد التفاصيل التنظيمية والوظيفية لمؤسسات الاتحاد الأوروبي، يسمّى القانون العام لحماية البيانات (GDPR) على مبادئ خصوصية راسخة ومقبولة على نطاق واسع، مثل الحدّ من الأغراض، والقانونية، والشفافية، والتكامل، والسريّة. وهو يعزّز متطلبات الخصوصية والأمان القائمة، بما في ذلك متطلبات الإشعار والموافقة، وتدابير الأمن التقني والتشغيلي، وآليات تدفّق البيانات عبر الحدود، إلّا أنّه لا يأتي بالجديد في حماية البيانات الشخصية بالاستناد إلى مبدأ حقوق الإنسان.

اتفاقية الاتحاد الأوروبي لحماية البيانات

وحاول الاتحاد الأوروبي هذه المرّة المشاركة الذاتية من خلال المنصّات على أساس الالتزام الذاتي في تجنّب الإعلام المضلل، إلّا أنّ الدول الأوروبية لم تكن راضية عن التنظيم الذاتي لفضاء الإعلام الرقمي الذي لم يجسّد بصفة صارمة، وبالتالي وجوب العودة إلى قانون الملاذ الآمن، من خلال وضع معايير تُحترم من قبل الجميع، وبالتالي فإنه خلال عام 2018 تمّ وضع قانون حماية البيانات الشخصية، وهو يُجبر المنصّات الرقمية على احترام بعض المعايير في جمع وتخزين واستخدام ومعالجة البيانات الشخصية، وكانت الخطوة الثانية في نوفمبر 2022، حيث وُضع قانون ينصّ على أنّه يؤدي عدم احترام الالتزام الذاتي في التعامل مع البيانات الشخصية من قبل المنصّات الرقمية وتثديد الرأي العام بذلك، إلى توقيف عملها في كامل الدول الأوروبية. ويرى أنّ هذا التنظيم لا يمكن أن يعمل دون تطبيق إجباري لبنوده، فأصبح من المُلزم للمنصّات الرقمية دفع قيمة مالية جرّاء استخدام البيانات الشخصية، وهو القانون الذي لم تتبنّه كندا عام 2022، وأشار المتدخل إلى ما حدث مؤخّراً، إذ تقاضي مؤسسة ميتا فايسبوك شركة مراقبة إسرائيلية لجمعها بيانات 600 ألف مستخدم عبر حسابات مزيفة. وبعد سنوات من تطبيق لائحة الاتحاد الأوروبي لحماية البيانات، شهدت أوّل الآثار الإيجابية للقانون ولكن أيضاً معاناته. حيث يستخدم الأشخاص الذين يعيشون في الاتحاد الأوروبي حقوقهم في الوصول إلى البيانات والمسح والاعتراض وسحب الموافقة وغير ذلك؛ تمّ تقديم عدد كبير من الشكاوى أمام السلطات؛ وبدأت سلطات حماية البيانات (DPAs) ببطء في تطبيق القانون، من خلال تطبيق الغرامات الأولى⁸.

وتوقّف الدكتور جواد متقي الأمين العام لاتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي عند التجربة الأسبوية، فانطلق من ملاحظة التزايد المذهل لعدد مستخدمي محرّك البحث غوغل،

والذي وصل إلى 4 بليون، وإيرادات حالية قدّرت بـ 286.11 بليون دولار، في حين وصل الدخل الصافي لمؤسسة آبل عام 2022 إلى 99,8 بليون، كما بلغت المداخل الإخبارية تيك توك لمنصة تيك توك 11.64 بليون سنة 2022، وهذه الأمثلة تؤكد ثراء هذه المنصات الرقمية أكثر من عديد بلدان العالم. أمّا بالنسبة إلى آسيا فقد سجّلت أكبر عدد في العالم من حيث كثرة المستخدمين، وقد وصل إلى 2.5 بليون، وأكثر من 1.23 بليون مشترك لمستخدمي الهاتف النقال في منطقة آسيا والمحيط الهادي، ويتوقع أن يصل بها عدد مشاهدي الفيديوهات الرقمية إلى 82.2% بحلول 2025، وبالتالي يتساءل الأمين العام ما العمل؟ فالمذيعون يحتاجون اليوم إلى تغيير أنفسهم للبقاء على صلة وتقديم خدمات ذات قيمة مضافة لجمهورهم. وكيف تجاوب اتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي مع التغيّر الرقمي رفقة أعضائه في كلّ العالم الذي يهيمن عليه عمالقة الرقمنة؟ هذا طبعاً يكون عبر مجموعة من الإجراءات، أولها معالجة الفجوة الرقمية في هذه المنطقة المتنوّعة، وذلك عن طريق الحوار والتعاون وتبادل الرؤى، هذه الفجوة التي تمّ توصيفها في مشكلتين رئيسيتين هما :

(1) البنية التحتية المحدودة والمكلفة

(2) المعرفة الرقمية المحدودة في المجتمعات منخفضة أو متوسطة الدخل.

وثاني هذه الإجراءات :

- الدعوة إلى التحوّل الرقمي عن طريق القيام بالدراسات والأبحاث والملتقيات العلمية وغيرها، أمّا ثالث عنصر، فيتمثّل في :
- احتضان الابتكار الرقمي على مستوى إنتاج المحتوى الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، الواقع المعزّز، الألعاب. إلخ. وبالتالي وجوب صناعة محتوى رقمي إبداعي وفق الثقافة المحليّة للدول، ومن أمثلة ذلك في آسيا تقدّم الأعضاء محتوى أصلياً عالي الجودة، مع تركيز ثقافي على مستوى عالمي، واستدلّ المتحدث ببعض الإنتاج الرقمي الترفيهي في نتفليكس Netflix.



معالجة الفجوة الرقمية في آسيا تكون باتخاذ مجموعة من الإجراءات، أولها معالجة الفجوة الرقمية في هذه المنطقة المتنوّعة، وثانيها، الدعوة إلى التحوّل الرقمي عن طريق القيام بالدراسات والأبحاث والملتقيات العلمية وغيرها... أمّا ثالثها، فيتمثّل في احتضان الابتكار الرقمي على مستوى إنتاج المحتوى الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، الواقع المعزّز، الألعاب...

دول آسيا والمحيط الهادئ تستعجل التحول الرقمي

كما يعزّز الأعضاء الشراكة والتعاون مع منصات الطرف الثالث ومحطات البث الأخرى مثلما حدث في كوريا. وللإشارة، فقد بادرت دول آسيا والمحيط الهادئ في إطار السعي نحو التحول الرقمي لمؤسساتها إلى عقد حلقة دراسية افتراضية بعنوان «التحول الرقمي للاقتصاديات الرقمية: فيروس كورونا في جنوب آسيا» كجزء من الندوة الدولية العشرين لمنظمي الاتصالات (20GSR). وقد شمل الحدث توصيات ملموسة مصممة لمساعدة المنضمين وواضعي السياسات وقادة الصناعة في آسيا والمحيط الهادئ على فهم أفضل للتحول الرقمي في منطقتهم، وتحديد الأدوات التي يمكن أن تهيئ بيئات سياسية تمكينية، على الرغم من التحديات التي طرحتها الجائحة العالمية. وقد جمع هذا الحدث الذي أقامه الاتحاد بالشراكة مع هيئة تنظيم الاتصالات في الهند (TRAI) ورابطة النظام العالمي للاتصالات المتنقلة (GSMA)، ممثلين من الهيئات التنظيمية الوطنية، والقطاع الخاص وأصحاب المصلحة الآخرين، لتبادل الخبرات والتقدم في المناقشات بشأن تخفيف اللوائح من أجل تسريع مسار التحول الرقمي في فترة ما بعد جائحة فيروس كورونا 10.

اليونسكو ونداء تنظيم المنصات الرقمية

أشاد الأستاذ جواد عواد مسؤول برامج الاتصال والمعلومات، (مكتب اليونسكو في بيروت) بتجربة هذه المنظمة الأممية في مجال الحوكمة العالمية الرقمية، باعتبارها أحد أهم الفاعلين في البيئة الرقمية، إلى جانب عدة هيئات ومنظمات حكومية وخاصة، إلا أنها تواجه عدة تحديات، لا سيما محاربة التعبير عبر الإنترنت، وبالتالي تبنت اليونسكو نهجا شاملا يعمل على الحد من الشفافية والمساءلة لجميع المنصات الرقمية، في كل ما يتعلق بالتضليل الإعلامي وخطاب الكراهية، كما تعمل على تزويد الناس بمهارات التعلم ومحو الأمية، وتمكينهم من المحتوى الرقمي الثقيفي وصمودهم أمام الزحف الرقمي الخطير. فتعمل اليونسكو على التصدي للمعلومات المضللة وخطاب الكراهية ودعم الشعوب والدول والسياسات في هذا الإطار، من منطلق حقوق الإنسان وتعليم الأفراد كيفيةولوج إلى الفضاء الرقمي، والتعامل مع المحتويات بطريقة آمنة ومسؤولة. كما عملت اليونسكو في إطار محو الأمية الإعلامية على تلقين الأفراد مهارات التفكير الناقد والإبداعي إزاء المحتوى الإعلامي الرقمي، كما عملت في إطار صلاحية وصحة وسائل الإعلام، خاصة الرقمية منها، بالتعاون مع الدول والمنظمات على تأكيد أهمية صداقية مصادر المعلومات، وتحديدًا خلال أزمة كورونا. وفي هذا السياق ومنذ يناير 2021، قامت اليونسكو بإنشاء مبادرة دول الاتحاد الإفريقي للتحول الرقمي للتعليم والتدريب التقني والمهني وأنظمة تطوير المهارات في إفريقيا الذي يهدف إلى إنشاء نظام بيئي يفضي إلى تحول رقمي حقيقي في التعليم والتدريب التقني والمهني وأنظمة تنمية المهارات في هذه القارة، بما يتماشى مع أجندة 2030 للتعليم 11.

أما بالنسبة إلى التصدي للمحتوى الرقمي الضار، فتعمل اليونسكو على رفع الوعي لدى الشباب من خلال بعث التربية الإعلامية الرقمية في التعليم النظامي وغير النظامي للمراهقين والشباب، وذلك لإدراك مؤشرات التضليل الإعلامي والتزييف الإعلامي في إطار التنمية المستدامة. وحاليا تُجري اليونسكو مشاورات مع أصحاب المصلحة المتعددين للمشاركة في إحداث إرشادات لتنظيم المنصات الرقمية، بغية دعم الدول والشركات أثناء التعامل مع المحتوى، الذي من المحتمل أن يُضّر بحقوق الإنسان والديمقراطية، وهذا تحت شعار: **الإنترنت من أجل الثقة: تنظيم المنصات الرقمية للمعلومات والصالح العام.**



تعمل اليونسكو على رفع الوعي لدى الشباب من خلال بعث التربية الإعلامية الرقمية في التعليم النظامي وغير النظامي للمراهقين والشباب

الدعوة إلى التنظيم القانوني لاستخدام البيانات الرقمية

أفاد الأستاذ أندريا ستازي (إيطاليا) المسؤول عن السياسة العامة بجنوب أوروبا والتواصل الأكاديمي بأوروبا غوغل google بأنّ البيانات هي عملية جمع المعلومات وتحليلها واستخدامها لفهم العالم، كما يستدعي الأمر اكتساب التقنيات التكنولوجية والمهارات لتحليل والحصول على المعلومات، من خلال البيانات الرقمية. فهذه تختلف من جهة إلى أخرى ولا تتطابق من شركة إلى أخرى، حسب طريقة تحليلها وقراءتها ونوع المعلومات المستخرجة منها. فنفس المعلومة لا تكون من بيانات مختلفة، فمن منتج المعلومات يختلف من ناحية البيانات المعتمدة والتحليل التكنولوجية، من أجل استخراج هذه المعلومات، لهذا فرغم وجود سوق كاملة تشغل على البيانات والتحوّلات الرقمية، حيث تقوم الشركات الكبرى بتجهيز تلك البيانات الرقمية، فهذه الكثرة لهذه المعلومات التي تنتجها مختلف الأسواق والشركات مهمة جدًا، والحدود الدولية مهمة جدًا أيضا في هذا الإطار، مع استعمال الخدمات السحابية، فتوظيف هذه البيانات خارج عن السيطرة التي لا تتحكم فيها الحكومة الأمريكية، وبالتالي تأمين هذه البيانات مهم جدًا وكذلك الشأن بالنسبة إلى الاتفاقية الأوروبية المتعلقة بحماية الاقتصاد الرقمي بالقارة، لذلك فإنّ الإطار الذي قدّمته منظمة اليونسكو على غاية من الأهمية في مجال التعامل مع الخبراء والشركات الخاصة التي توفر هذا الإطار من القواعد والقوانين، فيجب العمل بسرعة وتحليل الواقع يوما بيوم، وفق التحوّلات السريعة جرّاء صعوبة السوق للانتباه دائما إلى ما يحدث، لذا وجب تحديث هذه القوانين. فالتعاون بين الاتحاد الأوروبي ومختلف الدول مهم، أمام الأسواق التي تجرى فيها منافسة شرسة بين مختلف الشركات، في علاقتها مع البيانات واستخدامها. وفي الأخير دعا المتحدث إلى وجوب وضع قوانين تنظم وتحمي مختلف البيانات، بما فيها الخاصة.

المراجع:

1. مريم عطوي، نورالدين بن الشيخ، 2022، ص1047، مجلة صوت القانون، مجلد8، ع2، جامعة جemis ، الجزائر
2. Pierre Beckouche : Révolution digitale : Quels impacts sur la localisation des activités, Quelles incidences pour la Méditerranée?IPEMED Palimpsestes, N15, mars 2022. https://www.ipemed.coop/adminIpemed/media/fich_article/1496351106_ipemedpalimpsestes15revolution-digitale-en-mediterraneebd.pdf.
3. RGPD. (decembre 2022), Le RGPD : nouveau droit de la protection des données personnelles, <https://zestedesavoir.com/tutoriels/pdf/2529/le-rgpd-nouveau-droit-de-la-protection-des-donnees-personnelles.pdf>.
4. BIG DATA: BRINGING COMPETITION POLICY TO THE DIGITAL ERA, Organisation for Economic Co-operation and Development, COMPETITION COMMITTEE, DAF/COMP(2016)14, 27 oct 2016, p.13, 16, on-line : <https://bit.ly/2UHB97q> 7 How Google Search Works, online: <https://bit.ly/3hnJ8jP>
5. عمر أحمد أبو هاشم الشريف وآخرون. (2013) الإدارة الإلكترونية، مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن.
6. عبد الرحمن عمّار. (2013)، الصورة والرأي العام: السلطة الخامسة، منشورات البغدادي، الجزائر.
7. syntec,Révolution digitale : Un nouveau rôle pour les acteurs du numérique / Livre blanc innovation technologies, décembre2017, p4, <https://numeum.fr/sites/default/files/Documents/livre-blanc-innovation-technologies-revolution-digitale-syntec-numerique.PDF>
8. ONE YEAR UNDER THE EU GDPR AN IMPLEMENTATION PROGRESS REPORT, May2019,<https://www.accessnow.org/wp-content/uploads/2019/07/One-Year-Under-GDPR-report.pdf>
9. - Chetty, K. et al. (2017). Bridging the digital divide: measuring digital literacy. Economics E-Journal. 12. 10.5018/economics-ejournal.ja.2018-23.
10. سمير شارما: استكشاف التحوّل الرقمي في آسيا والمحيط الهادي، مجلة أخبار الاتحاد الدولي للاتصالات ITU، ع4، 2020، ص59، الرابط: https://www.itu.int/en/itu-news/Documents/2020/2020-04/2020_ITUNews04-ar.pdf
11. Unesco: Initiative Panafricaine pour la Transformation Digitale de l'EFTP et des Systèmes de Développement des Compétences en Afrique. https://pefop.iiep.unesco.org/sites/default/files/ckeditor_files/note_presentation_etude_web_avril2021.pdf.

الأمن السيبراني

أهميته، أنواعه وتحدياته



د. جابر غنيمي

باحث في القانون ومدرس جامعي



مقدمة:

أدى انتشار شبكات الإنترنت وأنظمة الاتصال وأجهزة الكمبيوتر إلى ظهور ما يُعرف بالجرائم الإلكترونية أو السيبرانية.

وتتعدد الجرائم السيبرانية، ولعل أهمها :

أولاً : جرائم التعدي على البيانات المعلوماتية

تشمل الجرائم التي يكون موضوعها البيانات المعلوماتية، أي التي تقع على بيانات معلوماتية، وهي جرائم التعرض للبيانات المعلوماتية. وجرائم اعتراض بيانات معلوماتية، والبيانات هي كل ما يمكن تخزينه ومعالجته وتوليده ونقله بواسطة الحاسب الآلي كالأرقام والحروف والرموز وما إليها.

ثانياً : جرائم التعدي على الأنظمة المعلوماتية

تشمل جرائم الولوج غير المصرح إلى نظام معلوماتي أو المكوّن فيه، مع التعرض للبيانات المعلوماتية وجرائم إعاقة عمل معلوماتي، ويتمثل النظام المعلوماتي في مجموعة البرامج وأدوات مُعدّة لمعالجة وإدارة البيانات والمعلومات.

ثالثاً : إساءة استعمال الأجهزة أو البرامج المعلوماتية

تتضمن هذه الجرائم كل من قديم أو أنتج أو وزّع أو حاز بغرض الاستخدام جهازاً أو برنامجاً معلوماتياً أو أي بيانات معلوماتية مُعدّة أو كلمات سرّ أو كودات دخول، وذلك بغرض اقتراف أي من الجرائم المنصوص عليها سابقاً.

ويتضمّن البرنامج المعلوماتي مجموعة من التعليمات والأوامر القابلة للتنفيذ باستخدام الحاسب الآلي ومُعَدّة لإنجاز مهمّةٍ ما، أمّا البرامج المعلوماتية فهي الكيان المعنوي غير المادي، من برامج ومعلومات وما إليها ليكون قادرا على القيام بوظيفة.

رابعاً : الجرائم الواقعة على الأموال

- الاحتيال أو الغش بوسيلة معلوماتية
- التزوير المعلوماتي
- الاختلاس أو سرقة أموال بوسيلة معلوماتية
- أعمال التسويق والترويج غير المرغوب فيها
- الاستيلاء على أدوات التعريف والهويّة المستخدمة في نظام معلوماتي والاستخدام غير المشرّع لها
- الاطلاع على معلومات سرّية أو حسّاسة أو إفشاؤها.

خامساً : جرائم الاستغلال الجنسي للقاصرات

تُظهرها الأفعال التي تتعلّق باستغلال القاصرين في أعمال جنسية، وتشمل :

- الرسوم أو الصور أو الكتابات أو الأفلام أو الإشارات
- أعمال إباحية يشارك فيها القاصرون
- تتعلّق باستغلال القاصرين في المواد الإباحية
- إنتاج مواد إباحية للقاصرين بقصد بثّها بواسطة نظام معلوماتي.

سادساً : جرائم التعدي على الملكية الفكرية للأعمال الرقمية

تشمل جرم وضع اسم مختلس على عمل، وجرم تقليد إمضاء المؤلّف أو ختمه، وجرم تقليد عمل رقمي أو قرصنة البرمجيات، وجرم بيع أو عرض عمل مقلّد أو وضعه في التداول، وجرم الاعتداء على أيّ حق من حقوق المؤلّف أو الحقوق المجاورة.

سابعاً : جرائم البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية

تشمل أعمال تقليد بطاقات مصرفية بصورة غير مشروعة واستعمالها عن قصد، وتزوير إلكترونية بصورة غير مشروعة عن قصد، لما لذلك من إخلال بالاقتصاد الوطني وتأثير سلبي على العمليات المصرفية.

ثامنا : جرائم تشفير المعلومات

تشمل أفعال تسويق أو توزيع أو تصدير أو استيراد وسائل تشفير، بالإضافة إلى أفعال تقديم وسائل تشفير تؤمّن السريّة دون حيازة تصريح أو ترخيص من قبل المراجع الرسمية المختصة في الدولة، وأيضاً بيع أو تسويق أو تأجير وسائل تشفير ممنوعة.

وللجرائم السيبرانية عدّة أسباب:

- الرغبة في جمع المعلومات وتعلّمها.
 - الاستيلاء على المعلومات والاتّجار فيها.
 - قهر النظام وإثبات التفوّق على تطوّر وسائل التقنية.
 - إلحاق الأذى بأشخاص أو جهات.
 - تحقيق أرباح ومكاسب مادية.
 - تهديد الأمن القومي والعسكري.
- ومن هنا ظهرت الحاجة إلى تأمين مختلف شبكات الإنترنت وأنظمة الاتصال وأجهزة الكمبيوتر من الهجمات الإلكترونية، وهو ما يُعرف بالأمن السيبراني.
- ويُعرّف **الأمن السيبراني (Cyber Security)** : بأنه توظيف التقنيات، والعمليات، والتدابير اللازمة لضمان أمن الأنظمة، والشبكات، والبرامج، والأجهزة، والبيانات وحمايتها من الهجمات الإلكترونية، ويتمثّل الغرض الرئيسي منه في تقليل المخاطر الإلكترونية التي قد تتعرّض لها الأنظمة والشبكات وحمايتها من الاستغلال غير المصرّح به.
- ويعود تاريخ نشأة الأمن السيبراني إلى سبعينيات القرن العشرين، الوقت الذي لم تكن فيه بعض المصطلحات شائعة كبرامج التجسس، والفيروسات، والديدان الإلكترونية.



الأمن السيبراني هو توظيف التقنيات، والعمليات، والتدابير اللازمة لضمان أمن الأنظمة، والشبكات، والبرامج، والأجهزة، والبيانات وحمايتها من الهجمات الإلكترونية، ويتمثّل الغرض الرئيسي منه في تقليل المخاطر الإلكترونية التي قد تتعرّض لها الأنظمة والشبكات وحمايتها من الاستغلال غير المصرّح به.

وفي ثمانينيات القرن العشرين، ابتكر روبرت تي موريس أول برنامج فيروس إلكتروني، والذي حاز على تغطية إعلامية هائلة نظرًا إلى انتشاره بين الأجهزة وتسببه بأعطال في الأنظمة، فحُكم عليه بالسجن والغرامة، وكان لذلك الحكم دور في تطوير القوانين المتعلقة بالأمن السيبراني.

مشكلة البحث

الأمن السيبراني له مكانة كبيرة في حياة الناس. وقد تعددت أشكال ووسائل الاختراقات في عصرنا هذا، وفي ضوء ثورة المعلومات مما ترك آثارا سلبية على وسائل حماية البيانات والمعلومات الشخصية. ومن هنا تأتي مشكلة البحث في محاولة الإجابة على أهمية الأمن السيبراني وأنواعه وتحدياته.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الأمن السيبراني في الحفاظ على المعلومات وسلامتها وتجانسها وحماية الأجهزة والشبكات واستكشاف نقاط الضعف والتغيرات في الأنظمة ومعالجتها وتوفير بيئة آمنة جدا خلال العمل عبر الشبكة العنكبوتية.

أهدافها

تحديد دور الأمن السيبراني في حماية المعطيات والبيانات والشبكات والحواسيب وأنواعه وتحدياته.

الإطار النظري

تكمن أهمية الأمن السيبراني كقضية ناشئة في حقل العلاقات الدولية، من خلال حداثة هذا المجال، فهناك تاريخ طويل من التخمينات حول دور التكنولوجيا الرقمية في الدراسات الأمنية، والتي يودّ منشؤها إلى حدّ ما من خلال مفهوم حرب الإنترنت.

ولقد أصبح الباحثون في حقل العلاقات الدولية وبقية الحقول الفرعية في الدراسات الأمنية والدراسات الاستراتيجية يركّزون بشكل متزايد حول أثر التكنولوجيا على الأمن القومي والدولي.

منهجية الدراسة

ستكون منهجية الدراسة كالآتي :

تحديد أهداف ومميّزات الأمن السيبراني
وبيان أنواعه واستراتيجيته.



البحث الأول : أهداف ومميزات الأمن السيبراني

أهداف الأمن السيبراني

تكمُن أهميّة الأمن السيبراني في تحقيق الأهداف الأساسية الآتية :



1 - حماية سرّية البيانات : يُساعد الأمن السيبراني على حماية سرّية البيانات عن طريق منع الوصول إليها من قبل الأشخاص غير المصرّح لهم بذلك، كما أنه يمنح المستخدم فرصة تطبيق مجموعة من الطرق تضمن له الوصول إليها بأمان، دون السماح للمتطفّلين بمعرفة محتواها، أو الكشف عن معلوماتها. ومن الطرق المُستخدمة في حماية سرّية البيانات ما يأتي :

- **التشفير :** تُعدّ من أفضل الطرق المستخدمة في مجال حماية سرّية البيانات. ويعتمد التشفير أساسًا على استخدام الخوارزميات لتحويل البيانات إلى رموز غير قابلة للقراءة إلّا من قبل المستخدمين الذين يمتلكون مفتاح فكّ الشيفرة.

- **صلاحية التحكم والدخول :** تُتيح هذه الطريقة للمستخدم الوصول إلى بياناته عن طريق استخدام بيانات الاعتماد الخاصة، مثل : اسم المستخدم، أو الرقم التسلسلي، وغيرها.

- **المصادقة :** تُمكن هذه الطريقة المستخدم من حماية بياناته عن طريق السماح له بالوصول إليها، من خلال تأكيد هويّته باستخدام البطاقة الذكية أو كلمة المرور أو بصمة الإصبع.

- **التفويض :** تمنح هذه الطريقة الإذن للمستخدم بالوصول إلى البيانات والأنظمة بعد التحقق من هويّته، وأنه من الأشخاص الذين يُسمح لهم بالوصول إليها بناءً على سياسات الشركة.

الأمن المادي يحمي الأمن المادي جميع ممتلكات منشآت تكنولوجيا المعلومات، مثل المعدّات والأجهزة والمرافق والموارد من التهديدات المادية، مثل: التخريب، والسرقة، والحرائق، وغيرها، من خلال وضع تدابير مصمّمة بطريقة مناسبة وتمنع الوصول إلى ممتلكات تكنولوجيا المعلومات.

2 - النزاهة و الحفاظ على سلامة وصحة البيانات : ويدلّ مصطلح النزاهة على الوسائل المتّبعة لضمان صحة البيانات، ودقتها، وحمايتها من تعديل أيّ مستخدم غير مصرّح له بذلك؛ فهي الخاصية التي تهدف إلى عدم تغيير المعلومات بطريقة غير مصرّح بها، وضمان أنّ مصدر المعلومات حقيقي.

ويضمن الأمن السيبراني للمستخدم أنّ بياناته دقيقة، ومحمّية، وأنها لم تتعرّض لأيّ تعديل غير مُصرّح به.

ومن أهمّ التقنيات التي يُوظّفها الأمن السيبراني لضمان النزاهة: النسخ الاحتياطية، ومجاميع الاختبار، ورموز تعديل البيانات:

- **النسخ الاحتياطية :** تعتمد هذه الطريقة على نسخ البيانات بشكل دوري والاحتفاظ بنسخ احتياطية منها، وذلك لاستخدامها في حال فُقدت البيانات الأصلية أو تعرّضت للتلف.

- **المجاميع الاختبارية :** هي الطريقة التي يمكن من خلالها التأكد من سلامة البيانات وخلوّها من التلاعب أو الأخطاء بعد نقلها وتخزينها، حيث إنّها تُستخدم لضمان سلامة البيانات وأسلوب نقلها عن طريق تحويلها إلى قيمٍ عددية، فإذا حدث أيّ تغيير على إدخالها ستتغيّر مباشرة قيمة الإخراج، وغالبًا ما تُستخدم للمقارنة بين مجموعتين من البيانات والتأكد من مطابقتها لبعضها البعض.

- **رموز تصحيح البيانات :** تعتمد هذه الطريقة على تخزين البيانات كرموز ليسهل اكتشاف أيّ تغيير قد يطرأ عليها، من ثمّ القيام بتصحيحه تلقائيًا.

3 - توفير البيانات : يوفّر الأمن السيبراني للمستخدم طرقًا آمنة وموثوقة للوصول إلى بياناته والتعديل عليها في أيّ وقت، وتُستخدم لتحقيق هذا الأمر طريقتان رئيسيتان، كالآتي :

- **الحماية المادية :** تُوفّر هذه الطريقة حماية المعلومات المختلفة من خلال تخزين الحساس منها في أماكن ومنشآت آمنة مؤمّنة ضدّ التعرّض لأيّ هجمات أو انتهاكات.



- **تكرار البيانات:** يضمن الأمن السيبراني حماية أجهزة الكمبيوتر التي تحتوي على نسخ احتياطية عند التعرّض لأية مشاكل أو أعطال.

وللأمن السيبراني عدّة مميّزات.

مميّزات الأمن السيبراني :

يُعدّ الأمن السيبراني منصةً آمنةً تُساعد المؤسسات على حماية بياناتها من الهجمات السيبرانية والانتهاكات، لذلك من المهمّ أن تطلّع المؤسسات على أهمّ الميزات التي يجب أن تتوفر في النظام المثالي للأمن السيبراني، وهي :

1 - التحليل الجيّد: يجب على كلّ مؤسسة اعتماد التحليلات الأمنية الجيدة لمنع وقوع أيّ تهديد محتمل، إذ يُساعد تقييم هذه التحليلات وامتلاك سجلّ كامل لكافة المخاطر التي تعرّضت لها المؤسسة سابقاً، على منحها رؤيةً مستقبليةً للمخاطر المتوقعة، وبالتالي مراقبة كلّ ما يُمكن أن يُشكّل تهديداً، والاستجابة له بسرعة قبل حدوثه.

كما يُمكن أن تُساعد هذه البيانات التحليلية المؤسسة على التعامل مع تلك التهديدات بعد حدوثها ضمن بروتوكول واضح ومحدّد.

2 - القدرة على تغطية أكبر التهديدات الخارجية: تأتي معظم التهديدات والهجمات الإلكترونية التي تعرّض لها المؤسسات من مصادر خارجية، عن طريق التصيّد الاحتيالي، ومرفقات البريد الإلكتروني الضارة، ومواقع الويب المخترقة، وغيرها، لذلك يجب أن تمتلك المؤسسة تطبيق أمان يُراقب هذه الهجمات باستمرار ويتعامل معها.

3 - الدفاع ضدّ التهديدات الداخلية: تعرّض المؤسسات لتهديدات داخلية ناتجة من الأخطاء، كاستخدام الحلول غير المُصرّحة، أو الاختيارات والقرارات الخاطئة من قبل الموظفين، والتي قد تؤدي إلى تعرّض المؤسسة للسرقة والتجسس، ولذلك يُساعد نظام الأمن السيبراني الجيّد في تنبيه المؤسسة بسرعة عن أيّ خطأ أو إساءة استخدام لبياناتها وأنظمتها.

4 - الامتثال : تمتلك كلّ منظمة أو مؤسسة، سواء أكانت رعاية صحية أو مالية، مجموعة من المعايير والإجراءات واللوائح الخاصة بنظام أمن المعلومات الذي تتّبعه، ويجب أن يُساعد نظام الأمن السيبراني المُتبّع في المؤسسة على تحقيق هذه المعايير والامتثال لها وفقاً لمتطلّبات الصناعة، وبالإضافة إلى الموقع الجغرافي الخاص بالمؤسسة.

5 - التعامل مع الأخطار بجميع مصادرها: تتعامل المؤسسات في عملها مع أطراف تشمل البائعين، والشركاء، والمقاولين، وغيرهم، وتُعدّ هذه الأطراف سبباً في حدوث الانتهاكات والتهديدات للمؤسسة، وذلك بسبب إمكانية وصولهم إلى بيانات وشبكات المؤسسة، إضافةً إلى عدم قدرة المؤسسة على مطالبتهم بالالتزام بمعاييرها وأسسها المُحدّدة.

ويُساعد نظام الأمن السيبراني المثالي المؤسسات على مراقبة وإدارة المخاطر والتهديدات التي قد تُسببها الأطراف الثالثة.

6 - كشف المخاطر والتصدي لها: يُساعد نظام الأمن السيبراني المثالي المؤسسات على منع حدوث التهديدات أو اكتشاف التهديدات التي لا يمكنهم منعها، عن طريق تتبعها وتوفير تنبيهات مُستمرة تُبين جميع المسارات المشبوهة التي تنتقل عبرها، ثم توفير إجراءات مُناسبة للتغلب عليها، وإعادة النظام المُهاجم إلى حالته الموثوقة.

7 - المراقبة المستمرة: يُنفذ نظام الأمن السيبراني المثالي عمليات مراقبة مستمرة لإدارة المخاطر لحماية المؤسسات من أيّ ثغرات قد تُعرضها للمخاطر والتهديدات، ولذلك من المهمّ أن تتّبع المؤسسات أنظمة مراقبة مستمرة، بدلاً من أنظمة مراقبة سريعة، وخاصةً مع الأطراف الثالثة والتي من الممكن أن تتأخّر في تنبيه المؤسسة عن أيّ اختراق يحدث، وبالتالي لا يمكنهم التعامل معه في الوقت المناسب.



يُعدّ الأمن السيبراني منصةً آمنةً تُساعد المؤسسات على حماية بياناتها من الهجمات السيبرانية والانتهاكات، لذلك من المهمّ أن تطلع المؤسسات على أهمّ الميزات التي يجب أن تتوفر في النظام المثالي للأمن السيبراني،

أنواع واستراتيجية الأمن السيبراني

للأمن السيبراني عدّة أنواع واستراتيجية :

أنواع الأمن السيبراني

وتتمثّل في :

1 - أمن الشبكات : (Network Security) يوفّر هذا النوع الحماية لأيّ من شبكات الحاسوب بأنواعها من أيّ هجمات، سواء أكانت داخلية أو خارجية بالنسبة إلى شبكة، وذلك عبر استخدام أحدث التقنيات المختلفة لمنع البرامج الخطرة أو سرقة أيّ من البيانات الأخرى.

وتجدر الإشارة إلى أنّ نوع أمن الشبكات يُستخدم في عدّة بروتوكولات مختلفة؛ وذلك لمنع أيّ من الهجمات الإلكترونية، حيث يسمح فقط للمستخدم المصرّح له بالوصول إلى الشبكة الآمنة.

2 - أمن التطبيقات : (Application security) والذي يسعى إلى إفشال أيّ نوع من الهجمات على الأمن السيبراني، وذلك بواسطة استخدام العديد من الأجهزة والبرامج، أثناء مرحلة تطوير المشروع الإلكتروني.

ومن خلال هذا النوع، تستطيع الشركات أو المؤسسات اكتشاف مجموعة البيانات الحساسة، والتي يجب حمايتها بشكل كبير، وهناك عدّة طرق مرتبطة بأمن التطبيقات، وهي :

- برنامج مضادّ للفيروسات.
- جدران الحماية.
- عملية التشفير، والتي يتمّ القيام بها عبر برامج خاصة.

3 - الأمن السحابي : (Cloud Security) حيث تميل معظم المؤسسات في الوقت الراهن نحو استخدام الذكاء الاصطناعي؛ وذلك لتحسّن من عملها، بالإضافة إلى تعزيز تجربة الزبائن، وفعالية إنجاز العمليات.

إنّ كمّيّة البيانات الهائلة في المؤسسات تزيد من صعوبة الاحتفاظ بتلك البيانات بصورة مادية، ومن الممكن أن تكون هذه البيانات غير منظّمة، أو أنها من مصادر غير معروفة، ولذلك تقدّم مجموعة من الشركات خدمات لحلّ هذه المشكلة ومنها :

- خدمات أمازون ويب : (Amazon Web Services).
- خدمات مايكروسوفت أزور : (Microsoft Azure)
- خدمات غوغل كلاود : (Google Cloud) إذ تقدّم كلّ منها لزيائتها نظامًا مُخصّصًا للحوسبة السحابية، حيث تُمكن المستخدمين من تخزين البيانات ومراقبتها، وذلك باستخدام تطبيق الأمن السحابي: (Cloud Security).

4 - أمن إنترنت الأشياء : (Internet of Things security) عبارة عن ثورة تكنولوجية قائمة بحدّ ذاتها، وذلك وفقًا لتقرير صادر عن شركة Bain and Company

وقد ذكر التقرير أنّ حجم السوق الخاص بأمن إنترنت الأشياء توسّع بمقدار 520 مليار دولار أمريكي في عام 2021، ومن خلال شبكة الأمان الخاصة بها، يقوم أمن إنترنت الأشياء بتوفير أجهزة هامة للمستخدم؛ كأجهزة الاستشعار، والطابعات، وأجهزة توجيه (wifi).

وبواسطة القيام بدمج النظام مع أمن إنترنت الأشياء، سيتمّ تزويد المؤسسات بتحليلات واسعة وأنظمة مختلفة، وبذلك يتمّ الحدّ من مشكلة تهديد الأمن.



5 - الأمن التشغيلي: يهدف الأمن التشغيلي: (Operational Security) إلى إدارة المخاطر لجميع مجالات الأمن السيبراني الداخلي، وغالبًا ما يقوم باستخدام هذا النوع مجموعة من مسؤولي إدارة المخاطر؛ وذلك لضمان وجود خطة بديلة إذا ما تعرّضت أحد بيانات المستخدمين لأيّ هجوم كان.

كذلك يضمّ الأمن التشغيلي بيانًا يشتمل على توضيح كيفية توعية الموظفين بأفضل الأعمال التي يجب القيام بها؛ من أجل حماية أمان المعلومات الشخصية والتجارية.

استراتيجية الأمن السيبراني

تتطلب هذه الاستراتيجية اتباع نهج مُنسّق يشمل أفراد المؤسسة وعملياتها وتقنياتها.

1 - الأفراد :



معظم الموظفين غير مدركين لأحدث التهديدات وأفضل ممارسات الأمان التي تساعد على حماية أجهزتهم وشبكاتهم وخادمهم. إنّ تدريب الموظفين وإعلامهم بمبادئ الأمن السيبراني يقلّل من مخاطر الرقابة التي قد تؤدّي إلى حوادث غير مرغوب فيها.

2 - العملية :

يطوّر فريق أمن تكنولوجيا المعلومات إطار عمل أمني قويّ لضمان المراقبة المستمرة والإبلاغ عن نقاط الضعف المعروفة في البنية الأساسية الحاسوبية للمؤسسة. إطار العمل هو خطة تكتيكية تضمن استجابة المؤسسة وتعافيها فوراً من الحوادث الأمنية المحتملة.

3 - التقنية :

تستخدم المؤسسات تقنيات الأمن السيبراني لحماية الأجهزة والخوادم والشبكات والبيانات المتصلة من التهديدات المحتملة.

على سبيل المثال، تستخدم الشركات جدران الحماية وبرامج مكافحة الفيروسات وبرامج الكشف عن البرامج الضارة وفلتر نظام أسماء النطاقات (DNS) من أجل اكتشاف الوصول غير المصرّح به إلى النظام الداخلي تلقائيًا، ومنعه.

تستخدم بعض المؤسسات التقنيات التي تعمل على أمان انعدام الثقة لتعزيز الأمن السيبراني بشكل أكبر.

ما هي تقنيات الأمن السيبراني الحديثة؟

هذه هي تقنيات الأمن السيبراني الحديثة التي تساعد المؤسسات على تأمين بياناتها.

انعدام الثقة :

انعدام الثقة هو أحد مبادئ الأمن السيبراني الذي يفترض عدم الوثوق بأي تطبيقات أو مستخدمين تلقائيًا، حتى في حالة استضافتهم داخل المؤسسة. بدلاً من ذلك، يفترض نموذج انعدام الثقة أن عنصر التحكم في الوصول هو الأقل امتيازًا، ما يتطلب مصادقة صارمة من السلطات المعنية ومراقبة مستمرة للتطبيقات. تستخدم AWS مبادئ انعدام الثقة لمصادقة كل طلب فردي لمواجهة برمجة التطبيقات (API) والتحقق منه.

تحليلات السلوك :

تراقب تحليلات السلوك عملية نقل البيانات من الأجهزة والشبكات لاكتشاف الأنشطة المشبوهة والأنماط غير المعتادة. على سبيل المثال، يتم تنبيه فريق أمن تكنولوجيا المعلومات بحدوث ارتفاع مفاجئ في نقل البيانات أو بتنزيل ملفات مشبوهة إلى أجهزة معينة.

نظام كشف التسلل :

تستخدم المؤسسات أنظمة كشف التسلل لتحديد الهجوم السيبراني والاستجابة له بسرعة. تستخدم حلول الأمان الحديثة تقنية تعلم الآلة وتحليلات البيانات بهدف الكشف عن التهديدات الخاملة في البنية الأساسية الحاسوبية للمؤسسة. تحدد آلية الدفاع ضد التسلل أيضًا مسارًا للبيانات في حالة وقوع حادث، ما يساعد فريق الأمن على اكتشاف مصدر الحادث.

التشفير السحابي :

يعمل التشفير السحابي على تشفير البيانات قبل تخزينها في قواعد البيانات السحابية. هذا يمنع الأطراف غير المصرح لها من إساءة استخدام البيانات في انتهاكات محتملة.



الخاتمة :

للأمن السيبراني أهمية كبيرة في مكافحة التهديدات والجرائم الإلكترونية.

غير أنّ هناك الكثير من المصاعب والتهديدات التي تحيط بالأمن السيبراني، بما يجعل قطاع أمن المعلومات في حالة تأهب إزاءها، ومنها ما يأتي :

- **زيادة تعقيد الهجمات الإلكترونية :** من مشكلات الأمن السيبراني زيادة تعقيد الهجمات الإلكترونية تزامناً مع تقدّم المجال الإلكتروني، إذ أسفر استحداث مجالات تعلّم الآلة، والذكاء الاصطناعي، والعملات المشفّرة وغيرها إلى زيادة البرامج الضارة التي تُعرض بيانات الشركات والحكومات والأفراد لخطر دائم.
- **إخفاء الهويّات:** أصبح لظهور بعض التقنيات كالعملات المشفّرة البيتكوين، دور في إخفاء هويّة المستخدمين، ما أتاح للمحتالين نشر تقنيات لسرقة المعلومات دون الخوف من الكشف عن هويّتهم. وكذلك نقص الخبراء في قطاع الأمن السيبراني، ويعني النقص الحادّ في الخبراء الذي حيث يعاني منه قطاع الأمن السيبراني، حيث يعاني هذا المجال من قلة المختصّين فيه.
- **الاتصال غير الآمن بالإنترنت:** إنّ الاعتماد المفرط على الاتصال غير الآمن بالإنترنت قد يؤدّي إلى انهيار أنظمة تبادل المعلومات، ويزيد من احتمال انتشار البرامج الضارة.
- **انتشار المعلومات المغلوطة:** النشر المتعمّد للمعلومات المغلوطة باستخدام الروبوتات أو المصادر الآلية، والذي يُعرض سلامة مستخدمي المعلومات الإلكترونية للخطر.
- **تطوّر عمليات الاحتيال:** ازدياد عمليات الاحتيال خداعاً، إذ أصبح البعض يستهدف بيانات الأشخاص عن طريق خداعهم للنقر على أحد الروابط وقلة الوعي بين الأشخاص حول ذلك، وتوظيف التعليم الإلكتروني في صياغة رسائل أكثر إقناعاً لخداع الأشخاص المثقّفين بشأن عمليات الاحتيال. الهجمات الإلكترونية المادية تتعدّى نطاق البيانات الإلكترونية؛ إذ أصبح هناك مَنْ يهاجم بيانات محطات المياه، والكهرباء، والقطارات.
- **إمكانية الوصول إلى أطراف إضافية (الأطراف الثلاثة):** وتعني الأطراف الثلاثة إتاحة المستخدم وصول أطراف أخرى إلى بياناته.

ومن الأمثلة على ذلك تسجيل الدخول إلى المواقع باستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني ما يتيح لمستخدمي تلك المواقع الوصول إلى معلومات الشخص.

النتائج و التوصيات :

يكتسي الأمن السيبراني أهمية بالغة في ردّ الهجمات السيبرانية وحماية الشبكات والأنظمة والبيانات من تأثيراتها السلبية.

ومن بين أهمّ التوصيات لتطوير وسائل وآليات الأمن السيبراني لصدّ الهجمات والجرائم السيبرانية:

- قيام جميع المؤسسات باعتبار الأمن السيبراني ضمن أبرز بنود وعناصر استراتيجية الأمن القومي للدول، والعمل الجادّ على تحصين البنى التحتية.

- إنشاء مراكز وفرق للاستجابة لطوارئ الحاسب الآلي لجميع القطاعات الحيوية، وتأسيس وإنشاء مركز استجابة موحد للبلدان يقوم بالتنسيق بين جميع مراكز الاستجابة الخاصة بالمؤسسات.

- ضرورة إنشاء مراكز لعمليات أمن المعلومات (Security Operation Centers-SOCs)، لتنفيذ أعمال المراقبة الأمنية المستمرة، وتوفير خدمات أمن المعلومات الاستباقية والتفاعلية، والتنسيق والتواصل المستمرّ مع مراكز وفرق الاستجابة الخاصة بالمؤسسات.

- تطوير وتخصيص معايير وأطر قياسية للأمن السيبراني متوافقة مع المعايير والأطر القياسية الدولية للأمن السيبراني، والتأكد من توظيفها والاستفادة منها في تحقيق أهدافها على النحو الصحيح، ومن هذه الأطر الدولية على سبيل المثال لا الحصر (ISO27001, NIST وغيرها).

- أهمية إنشاء وتحديث منظومة شاملة للتشريعات السيبرانية تتلاءم مع احتياجات البيئة الرقمية وتطبيقاتها، وتسمح بحماية المستخدم وتمكّن من بناء الثقة باستخدام الفضاء السيبراني وخدماته.

- تشجيع الاستثمار في تخصصات الأمن السيبراني والعمل على بناء القدرات في هذا المجال، ومراعاة إتاحة التدريب والتأهيل المستمر والمتخصص لجميع الكوادر البشرية، وتوسيع دائرة المتخصصين والعاملين في مجال الأمن السيبراني، وإتاحة فرص العمل والتدريب لجميع الفئات.



المراجع :

- جبّور، منى الأشقر (2012) الأمن السيبراني: التحديات ومستلزمات المواجهة، جامعة الدول العربية، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، اللقاء السنوي في أمن وسلامة الفضاء السيبراني.
- جبّور، منى الأشقر (2016): السيبرانية هاجس العصر، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، القاهرة.
- حجازي، عبد الفتاح بيومي (2007) مبادئ الإجراءات الجنائية في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، القاهرة: دار الكتب القانونية.
- الردفاني، محمد قاسم أسعد (2012) الجرائم الخطرة على الأمن العام، ط. الأولى، صنعاء : مكتبة خالد بن الوليد.
- مصطفى، سمير (2011) وآخرون: الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت، أثرها وسبل مواجهتها.
- شلوش، نورة (2018) القرصنة الإلكترونية في الفضاء السيبراني « التهديد المتصاعد لأمن الدول »، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية المجلد 8 العدد 2.

باللغة الأجنبية :

- 1- George Mutune (1/3/2021), "The Quick and Dirty History of Cybersecurity", cyber expert, Retrieved 28/11/2021.
- 2- Michelle Moore (1/1/2021), "Top Cybersecurity Threats in 2021", University of San Diego, Retrieved 28/11/2021.

الهوامش

1. شلوش، نورة (2018) القرصنة الإلكترونية في الفضاء السيبراني " التهديد المتصاعد لأمن الدول "، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية المجلد 8 العدد 2، ص 54.
2. شلوش، نورة (2018) القرصنة الإلكترونية في الفضاء السيبراني " التهديد المتصاعد لأمن الدول "، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية المجلد 8 العدد 2، ص 58.
3. مصطفى، سمير (2011) وآخرون: الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 85.
4. جبور، منى الأشقر (2012) الأمن السيبراني: التحديات ومستلزمات المواجهة، جامعة الدول العربية، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، اللقاء السنوي في أمن وسلامة الفضاء السيبراني، ص 45.
5. جبّور، منى الأشقر (2012) الأمن السيبراني: التحديات ومستلزمات المواجهة، جامعة الدول العربية، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، اللقاء السنوي في أمن وسلامة الفضاء السيبراني، ص 47.
6. حجازي، عبد الفتاح بيومي (2007) مبادئ الإجراءات الجنائية في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، القاهرة: دار الكتب القانونية، ص 77.
7. الردفاني، محمد قاسم أسعد (2012) الجرائم الخطرة على الأمن العام، ط. الأولى، صنعاء: مكتبة خالد بن الوليد، ص 41.
8. حجازي، عبد الفتاح بيومي (2007) مبادئ الإجراءات الجنائية في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، القاهرة: دار الكتب القانونية، ص 78.
9. مصطفى، سمير (2011) وآخرون : الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 87.
10. مصطفى، سمير (2011) وآخرون : الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 88.
11. مصطفى، سمير (2011) وآخرون : الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 89.
12. مصطفى، سمير (2011) وآخرون : الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 79.
13. مصطفى، سمير (2011) وآخرون : الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 99.
14. مصطفى، سمير (2011) وآخرون : الجريمة الإلكترونية عبر الإنترنت أثرها وسبل مواجهتها، ص 45.
15. الردفاني، محمد قاسم أسعد (2012) الجرائم الخطرة على الأمن العام، ط. الأولى، صنعاء: مكتبة خالد بن الوليد، ص 51.
16. الردفاني، محمد قاسم أسعد (2012) الجرائم الخطرة على الأمن العام، ط. الأولى، صنعاء: مكتبة خالد بن الوليد، ص 49.

الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي

م. حسن رضا سيد حسن

الرئيس التنفيذي لشركة ماستر ميديا

تعريفات

المصطلح	التعريف
Artificial Intelligence (AI) الذكاء الاصطناعي	يشير الذكاء الاصطناعي إلى قدرة أنظمة الكمبيوتر على أداء المهام التي تتطلب عادةً ذكاءً بشرياً، مثل الإدراك البصري والتعرف على الكلام واتخاذ القرار ومعالجة اللغة الطبيعية. تم تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي للتعلم والتطور بمرور الوقت من خلال استخدام الخوارزميات وتغذيتها بكميات هائلة من البيانات.
Machine Learning (ML) التعلم الآلي	التعلم الآلي مجموعة فرعية من الذكاء الاصطناعي يتضمن تدريب أنظمة الكمبيوتر على التعلم والتكيف مع البيانات والمواقف الجديدة، وتحسين دقتها وأدائها بمرور الوقت. وهو ينطوي على بناء وتدريب نماذج يمكنها التعرف على الأنماط وإجراء تنبؤات أو قرارات بناءً على البيانات، دون أن تتم برمجتها بشكل محدد.
Natural Language Processing (NLP) معالجة اللغة الطبيعية	معالجة اللغة الطبيعية هي حقل فرعي من الذكاء الاصطناعي وعلوم الكمبيوتر يركز على التفاعل بين أجهزة الكمبيوتر واللغة البشرية. يتضمن ذلك تطوير خوارزميات ونماذج حسابية يمكنها تحليل وفهم اللغة البشرية وتوليد نصوص بها. يشمل ذلك مهام مثل التعرف على الكلام والترجمة بين اللغات وتحليل المشاعر وتصنيف وتلخيص النصوص. تُستخدم معالجة اللغة الطبيعية في مجموعة واسعة من التطبيقات، بما في ذلك ذلك المساعدون الافتراضيون وروبوتات المحادثة وخدمات الترجمة ومحركات البحث.

أحدث الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي ثورة في العديد من الصناعات، ولا تعدّ صناعة إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه استثناءً. إذ يلعب الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي دورًا متزايد الأهمية في آليات إنتاج المحتوى واستهلاكه من أنظمة التوصية recommendation systems إلى الإعلانات الموجهة targeted advertising وطرق نشر المحتوى.

سنستكشف فيما يلي عددًا من التطبيقات المختلفة للذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في صناعة المحتوى ومقاربة الفوائد والتحديات المحتملة التي قد تتأثّر عنها.

كان لظهور الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي تأثير عميق على صناعة المحتوى، فقد أوجد طرقًا مبتكرة لإنتاج هذا المحتوى وتوزيعه. وتتمثل إحدى الفوائد الرئيسية لاستخدام الأدوات والخوارزميات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي في القدرة على توسيع نطاق العديد من مهام العمل وأتمتتها، مما يوفر الوقت لصانعي المحتوى للتركيز على أعمال أكثر إبداعًا وذات أهمية استراتيجية. كما يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى الأمثل والأكثر ملاءمة للقطاعات المختلفة من الجماهير المستهدفة. أمّا في توزيع المحتوى، فيتمّ استخدامه لتحليل سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم، مما يوفر تجربة أكثر تخصيصًا وجاذبيّة للمتلقيين.

ومع ذلك، تبرز أيضًا تحديات تترافق مع تطبيق آليات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في صناعة المحتوى، ولعلّ من أبرزها احتمال أن يكون المحتوى الذي يتمّ إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي متحيزًا أو مضللًا. كما أنّ هناك اعتبارات أخلاقية وقانونية يجب مراعاتها عند جمع بيانات المستخدمين الشخصية واستخدامها لتخصيص المحتوى.

استخدامات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه

نسلط في الفقرات التالية الضوء على بعض المجالات التي يتمّ فيها استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في إنتاج محتوى الوسائط وتوزيعه، ومنها:

- تحرير المحتوى الإخباري
- التوليف الآلي للفيديو وعمليات ما بعد الإنتاج
- البث المباشر
- إنشاء محتوى مخصص
- الإثراء الآلي للبيانات الوصفية
- بث وتوزيع المحتوى الإعلامي
- زيادة تفاعل الجمهور
- نسخ الصوت التلقائي
- إنتاج نسخ محلية من المحتوى
- الإشراف الآلي على المحتوى
- ضغط الفيديو وتحويله

1 - تحرير المحتوى الإخباري

يعدّ استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير المحتوى الإخباري من أبرز المجالات التي يتمّ استكشافها حالياً. يمكن استخدام برامج تحرير الأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي من إنشاء تلقائيّ لمقالات إخبارية وملخصات وحتى لمقاطع فيديو، ممّا يسمح للمؤسسات الإخبارية بإنتاج المزيد من المحتوى بوقت أقلّ. تُستخدم الخوارزميات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي لمسح آلاف مصادر الأخبار لتحديد المواضيع الإخبارية التي قد تكون ذات صلة بشرائح محدّدة من الجمهور، ثمّ إنشاء ملخصات لتلك المواضيع. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أيضاً استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات والاتجاهات العامة لتحديد القصص الإخبارية التي قد تكون ذات أهمية أو أولويّة.

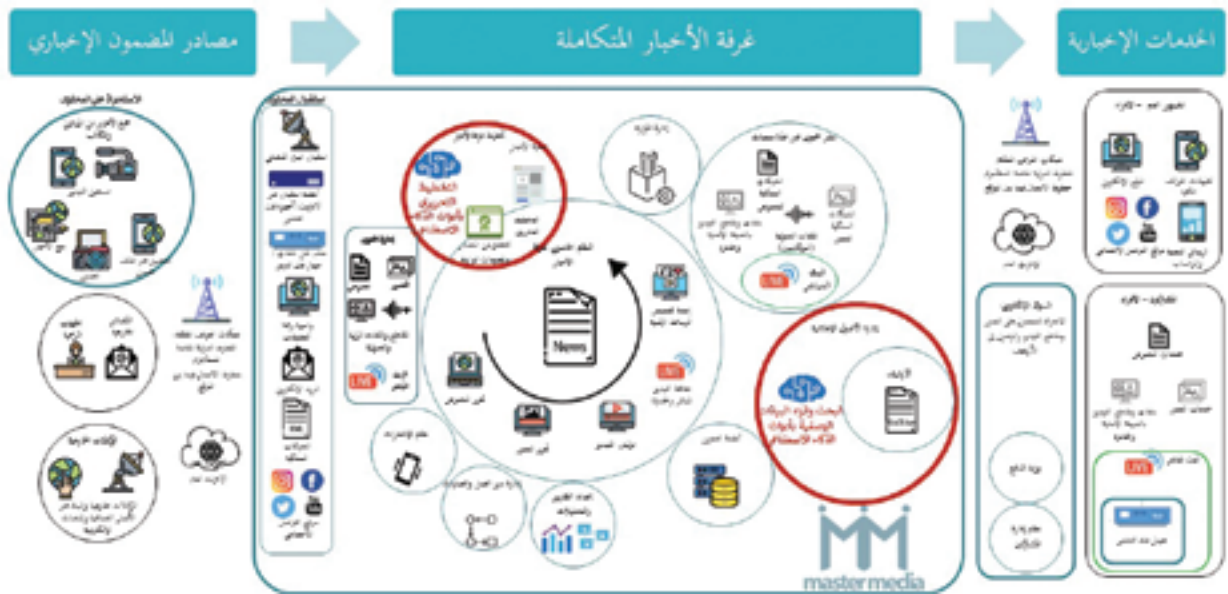
قد يكون إصدار ChatGPT في نوفمبر 2022 علامة فارقة على طريق أتمتة غرف الأخبار. يُظهر ChatGPT أداءً معقولاً في إتمام المهامّ الصحفية، مثل التلخيص وتحرير النسخ المختلفة للقصص الإخبارية، بينما تتطوّر تقنيّات الذكاء الاصطناعي وقدراتها بسرعة كبيرة. وفيما أصبح مفهوم الصحافة الآلية مألوفاً، يظلّ الاستخدام النشط لأدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار محدوداً بشكل عامّ، إلّا أنّ نموّه السريع متوقّع على نطاق واسع.

ومن أبرز استخدامات الذكاء الاصطناعي في التخطيط التحريري بغرف الأخبار:

تحليل المشاعر	• تحليل المحتوى والمحادثات النشطة عبر الإنترنت وتقييم النبرة والنتية والعاطفة وراءها
تتبع الانتشار / مراقبة الوسائط	• مراقبة بالوقت الفعلي وجمع بيانات حول المشاركات والنفوذ والإشارة إلى المحتوى المنشور على مواقع الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي
أدوات الاستماع الاجتماعي	• اكتشاف "الكلمات الطنانة" buzzwords على وسائل التواصل الاجتماعي، وتلقّي تحديثات آنية حول الموضوعات الرائجة trending، وتحليل لأهمّ علامات التصنيف والأشخاص والموضوعات المرتبطة بها
التنبؤ بالقصص الإخبارية	• التنبؤ بالقصص الإخبارية التي ستكون رائجة، وبالتالي من المتوقع أن يتمّ التفاعل معها ومشاركتها على نطاق واسع على منصات التواصل الاجتماعي، ممّا يسمح للمؤسسات الإخبارية بتحديد أولويّات مواردها
التحقّق من المعلومات والمصادر الواردة	• تدقيق الحقائق وكشف الأخبار الكاذبة: المساعدة في التحقق من صحة الأخبار، ممّا يحسّن دقّة وموثوقيّة المحتوى الإخباري
إنشاء رسوم بيانيّة	• تحليل البيانات وإنشاء رسوم بيانيّة تفاعليّة interactive infographics وشروحات مرئيّة لمرافقة المقالات الإخبارية.

أحد الأمثلة الرائدة على استخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة الأخبار هو وكالة «رادار» RADAR
<https://pa.media/radar>

تهدف «رادار» إلى مساعدة غرف الأخبار والمؤسسات الإعلامية على تحسين كفاءة عملية إنتاج المحتوى، من خلال توفير الوصول إلى البيانات والتحليلات في الوقت الفعلي للأحداث والمواضيع الإخبارية الرائجة التي تحوز على اهتمام الجمهور. وما يميز «رادار» هو جمعها بين استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحليل البيانات من مجموعة واسعة من المصادر، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الأخبار عبر الإنترنت، وبين عمل الصحفيين المهرة لإنشاء محتوى عالي الجودة على نطاق واسع وبطريقة ديناميكية. يمكن توفير هذه المعلومات الصحفيين والمؤسسات الإعلامية من تحديد الأحداث الإخبارية العاجلة والاستجابة لها بسرعة، وإنتاج محتوى عالي الجودة وذي صلة في الوقت المناسب.



2- التوليف الآلي للفيديو وعمليات ما بعد الإنتاج

شهد التوليف (المونتاج) الآلي للفيديو وعمليات ما بعد الإنتاج Post-Production دفعة كبيرة، مع إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة في مهام محددة، كتصحيح الألوان والتعرف على الأشياء وتتبع الحركة. يمكن لبعض هذه المهام أن تستهلك عادةً وقت الموظفين، وأن تصبح مكررة بشكل مُحبط، ولكن بمساعدة الذكاء الاصطناعي يمكن تنفيذها بشكل أسرع وبدقة أكبر. سيؤدي هذا بالتأكيد إلى جعل عمليات ما بعد الإنتاج أكثر كفاءة وانسيابية، مما يسمح للموظفين بالتركيز على الجوانب الأكثر إبداعًا في عملهم. وعلى سبيل المثال، يستخدم برنامج توليف الفيديو المعروف Adobe Premiere الذكاء الاصطناعي لتفعيل بعض ميزاته التي تعمل على أتمتة المهام، مثل تنظيم المحتوى وتدرج الألوان ومزج الصوت.

3 -البث المباشر

هناك مجال آخر بدأ يكتسب رصيّدًا مؤخرًا، وهو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال البثّ المرئي المباشر. يمكن استخدام الأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي، مثل المخرجين الافتراضيين، للتبديل تلقائيًا بين زوايا الكاميرات المختلفة، ومتابعة الحركة في حدث مباشر، ممّا يوفر تجربة مشاهدة أكثر ديناميكية.

تُستخدم أنظمة الإنتاج المباشر التي تعمل بالذكاء الاصطناعي بشكل خاص في المباريات الرياضية، عبر مجموعة من الكاميرات وأجهزة الاستشعار وخوارزميات التعلّم الآلي للتعرف على الصور وتتبع حركة اللاعبين والكرة واختيار أفضل زوايا الكاميرا ولقطات التصوير. كما يمكن للخوارزميات المتقدمة إنشاء رسومات تعتمد على البيانات قد تُعرض مرافقةً للبثّ المباشر. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل التعليقات الحية وتفاعل المتابعين عبر منصّات التواصل الاجتماعي، ودمج تعليقات المشاهدين مع البثّ المباشر، وبالوقت الفعلي.



صورة رقم 1

4 -إنشاء محتوى مخصّص

يعتبر إنشاء المحتوى المخصّص مجالاً رئيسياً يمكن فيه للذكاء الاصطناعي أن يكون شديد التأثير، باستخدام خوارزميات التعلّم الآلي، يمكن للمؤسسات الإعلامية تحليل بيانات المشاهدة وإنشاء محتوى مصمّم خصيصاً لشرائح الجمهور المختلفة. سيؤدي ذلك إلى تحسين ملائمة المحتوى وفعاليته بشكل كبير، ممّا يزيد من احتمالية تقبّل المشاهدين له، مثلاً عبر تحديد اللغة المفضّلة أو نوع المحتوى المفضّل لديهم. بناءً على هذا التحليل، يمكن للمؤسسات الإعلامية إنشاء محتوى مصمّم خصيصاً لجذب كلّ شريحة من الجمهور، ممّا يساعد على تحسين التفاعل والولاء بين المشاهدين.

5 - الإثراء الآلي للبيانات الوصفية

أصبح لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإثراء الآلي للبيانات الوصفية metadata أهمية متزايدة بالتزامن مع النمو المطرد لحجم المحتوى الإعلامي، ومع ازدياد اعتماد المستخدمين على البيانات الوصفية لاكتشاف واستهلاك المحتوى الذي يهتمون به.

إحدى الفوائد الرئيسية لأتمتة إثراء البيانات الوصفية تكمن في توفير الوقت والجهد مقارنة بالطرق اليدوية. ومن البديهي القول إنه باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، يمكن إنشاء البيانات الوصفية وتحديثها في الوقت الفعلي، مما يقلل الحاجة إلى التدخل اليدوي.

هناك العديد من الأدوات المستندة إلى الذكاء الاصطناعي المتاحة لإثراء البيانات الوصفية في المحتوى السمعي البصري، بما في ذلك تحليل محتوى الفيديو وإضافة البيانات الوصفية، بناءً على سمات مختلفة، مثل وجود الكائنات والأشخاص والمناظر والكلمات المنطوقة وغيرها العديد.



إثراء البيانات الوصفية باستخدام الذكاء الاصطناعي

من خلال أتمتة عملية استكشاف وإضافة البيانات الوصفية، يمكن تحديد أنماط وعلاقات في البيانات قد لا تكون واضحة للبشر، مثل المعلومات غير الصحيحة أو المفقودة التي يمكن تصحيحها عندئذٍ. بمرور الوقت، يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي التعلم باستمرار من البيانات الجديدة وتحسين أدائها، مما يزيد من دقة البيانات الوصفية واكتمالها.

6 - بثّ وتوزيع المحتوى الإعلامي

يمكن للذكاء الاصطناعي أن يلعب دورًا مهمًا في تحسين كفاءة وفعالية بثّ وتوزيع المحتوى، باستخدام الخوارزميات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، يمكن للمؤسسات الإعلامية وناشري المحتوى تحسين جدولة المحتوى ونشره، مما يساعد على الوصول إلى الجمهور المستهدف. كما تمكّنها من اكتساب فهم أعمق لجمهورها من خلال مراقبة وتحليل عادات المشاهدة والتفضيلات وأنماط المشاركة. وفقًا لذلك، يمكن لهذه المؤسسات الحصول على رؤية أفضل لما يحبّه الجمهور وما لا يحبّه وأوقات المشاهدة المفضّلة، ويمكنهم بالتالي جدولة محتوى أكثر ملاءمة لاحتياجات جمهورهم واهتماماته في كلّ الأوقات.

من أشهر الأمثلة، منصّة نتفليكس Netflix التي تستخدم خوارزميات التعلّم الآلي لتحليل بيانات المشاهدة وعرض توصيات مخصّصة للمحتوى والإعلانات. يساعد ذلك على ضمان رؤية كلّ مُشاهد لمحتوى ذي صلة باهتماماته وتفضيلاته، ممّا يزيد من احتمالية تفاعله مع المحتوى والاستمرار في الاشتراك بالخدمة.



صورة رقم 2- صمّمت عبر تطبيق الذكاء الاصطناعي DALL.E

7 - زيادة تفاعل الجمهور

تستخدم روبوتات المحادثة والمساعدات الافتراضيات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي لزيادة مشاركة الجمهور والتفاعل مع المشاهدين، عبر تقديم معلومات حول البرامج التي يتمّ بثّها.

ويمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي أن توفر تحليلًا شافيًا بالوقت الفعلي للمشاهدة، من خلال تحليل المشاعر sentiment analysis مثلًا، لمساعدة المؤسسات الإعلامية على زيادة التفاعلية مع مشاهديها. كما تتفاعل روبوتات الدردشة مع المشاهدين في الوقت الفعلي، ويمكنها أن تسمح لهم بالتصويت على نتيجة البرامج التي يتم بثّها.

8- نسخ الصوت التلقائي

يعدّ نسخ الصوت التلقائي automatic transcription (تحويل المحتوى الصوتي إلى نصوص) مجالًا آخر، حيث يستطيع الذكاء الاصطناعي أن يحسّن بشكل كبير من كفاءة عملية إنتاج وبتّ المحتوى. يمكن أن يكون نسخ الصوت المدعوم بالذكاء الاصطناعي أسرع وأكثر دقة من الطرق التقليدية، ممّا يسمح للمؤسسات الإعلامية بتوفير الوقت وتقليل التكاليف، مع ضمان دقة التعليقات والنصوص.

تتمثّل حالة استخدام أخرى بالنسخ الصوتي التلقائي للأحداث الرياضية الحيّة أو البثّ الإخباري والتعليق عليها، ممّا يحسّن بشكل كبير من إمكانيّة الوصول إلى المشاهدين الذين يعانون من ضعف السمع ويوفّر الوقت والتكاليف، مقارنة بأساليب نسخ الصوت المعتمدة حاليًا.



صورة رقم 3- صمّمت عبر تطبيق الذكاء الاصطناعي DALL.E

9 - إنتاج نُسخٍ محلّية من المحتوى

أدّى إطلاق خدمات البثّ التدفّقي العالمية OTT Services إلى فتح شهية الجمهور وتقبّله لمحتوى من بلدان وثقافات وبلغات متعدّدة، ممّا أدّى إلى ارتفاع الطلب على المحتوى المراد إنتاج نُسخٍ محلّية منه. يتمّ ذلك عبر ترجمة الأفلام والمسلسلات وعرض الحوارات على الشاشة مترجمةً، أو عبر الدوبلاج (استبدال أصوات الحوار الأصلية بأصوات ممثّلين باللغات المحليّة). نتيجة لذلك، تشهد شركات الترجمة والدوبلاج طفرة في حجم أعمالها، إلّا أنها غير قادرة على تلبية الطلب الهائل معتمدة على الوسائل والتقنيّات التقليدية.



صورة رقم 4 - صمّمت عبر تطبيق الذكاء الاصطناعي DALL.E

قد يكون التعلّم الآلي هو الحلّ. فقد أصبحت تقنيّات مثل الترجمة الآليّة وحتىّ الأصوات الاصطناعية Synthetic voices سائدة مؤخّراً، وصار التعلّم الآلي شائعاً بالفعل لمساعدة البشر في إنجاز هذه المهامّ.

وبينما تنتشر أدوات مثل تحليل الصور والتوافق الآلي مع الصوت بشكل متزايد، تظلّ الأتمتة الكاملة لخدمات الترجمة وإنتاج نُسخٍ محلّية من المحتوى محدودة الانتشار في صناعة المحتوى الاحترافي. إذ لا تزال الأصوات الاصطناعية تعتبر عمومًا غير مناسبة للاستخدام في دوبلاج محتوى عالي الجودة. ومع تحسّنها بمرور الوقت، تتوقّع أن توفّر تقنيّة استنساخ الصوت المدعومة بالذكاء الاصطناعي إمكانيات جديدة ومثيرة، من خلال نماذج للتعلّم الآلي مبنية على الأداء الصوتي لممثّلين بشريّين.

10 - الإشراف الآلي على المحتوى

يمكن أن يساعد الإشراف الآلي على المحتوى automatic content moderation باستخدام تقنيّات الذكاء الاصطناعي على تحسين دقّة هذه العمليّات. يمكن للخوارزميّات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي تحليل وتحديد المحتوى غير المناسب مباشرة لدى نشره، ممّا يسهّل إزالة هذا المحتوى أو الإبلاغ السريع عنه. تبرز جدوى هذه المهمة بشكل أوضح في خلال الأحداث والفعاليّات المباشرة، حيث يكون هناك تفاعل واسع وتدقّق لعدد كبير من التعليقات عبر وسائل التواصل الاجتماعيّ، حيث يمكن أن يكون الإشراف اليدوي غير فعّال وأبطأ مع استهلاكه الكبير للوقت والموارد.

وهنا تبرز أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في مراقبة الأحداث المباشرة ونشاط المنصات الرقمية، والتعرف بسرعة على أي محتوى قد يكون مسيئاً أو ضاراً، مما يؤمن للمؤسسات الإعلامية أن تحافظ على تجربة مشاهدة آمنة وإيجابية لجمهورها.

إضافة إلى كل ما سبق، يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تعمل على رصد وتصفية (أو فلترة filtering) المحتوى غير المناسب الذي يتم تحميله على المنصات الرقمية، أو المحمي بحقوق الملكية الفكرية والنشر.



صورة رقم 5 - صممت عبر تطبيق الذكاء الاصطناعي DALL.E

11 - ضغط الفيديو وتحويله

يتم حالياً استكشاف فعالية خوارزميات الذكاء الاصطناعي في مجال ضغط وتحويل الفيديو video compression and transcoding. فبمساعدة هذه الخوارزميات، يمكن ضغط ملفات الفيديو بكفاءة أعلى، مما يقلل التكاليف ويحسن جودة الصورة. كما يمكن استخدام هذه التقنيات لتحويل ملفات الصوت والصورة إلى أنساق متعددة، تتلاءم مع متطلبات منصات النشر وأجهزة المشاهدة المختلفة، الأمر الذي يساعد على ضمان وصول المحتوى للمشاهدين بجودة أعلى وعبر أوسع مجموعة من الأجهزة والتطبيقات.

خاتمة

لا شك أن استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في إنتاج المحتوى وتوزيعه القدرة على إحداث ثورة في صناعة الإعلام، وقد استعرضنا بعض الأمثلة عن كيفية استخدام هذه التقنيات لأتمتة وتحسين جوانب مختلفة من عمليات إنتاج المحتوى وتوزيعه ومشاركته مع المتلقين. ومن المؤكد أنه مع استمرار تطور هذه التقنيات، فإننا سنشهد بشكل متسارع مزيداً من الابتكارات في هذا المجال.

لكن من المهم القول إن الذكاء الاصطناعي بمواصفاته الحالية أو بالتحديثات التي ستطرق عليه لن يكون قادراً على استبدال كامل للعنصر البشري، وبشكل خاص للكفاء والمدرب، والذي يقدم إضافة نوعية في عملية إنتاج المحتوى وتوزيعه. ككل تطور تقني، تدعم هذه التقنيات والأدوات صنّاع المحتوى وتساعدهم على تحسين عملهم وزيادة الإنتاجية واختصار الوقت والجهد، لكن اللمسة البشرية المحترفة ستبقى الميزان الذي سيحكم روح أي مضمون وتوجهاته وأخلاقياته.

إشكالية المصدر في صحافة المواطن، وسبل التوفيق مع الصحافة الكلاسيكية

أ. شفيق إيكوفان
أستاذ التعليم العالي -
جامعة مولود معمري - الجزائر



مقدمة :

لا يمكن تعويضها بمجرد وجود الشخص في مكان الحدث وتصويره للوقائع ونشره لها. كذلك الأمر إذا نظرنا إلى صحافة المواطن من جانب البناء المؤسسي، الذي يغيب في هذا النوع الجديد من الصحافة، إذ لا يتعدى الأمر وجود الشخص ناقل المعلومة ووسيلة جمع المعلومات ومنصة نشرها، في حين أنّ المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي تشكّل منظومة ائتمان بين الصحفي والجمهور، وقاعدة لمسؤولية اجتماعية وقانونية إزاء ما تنشره أو تبثّه.

اشتدّ الخلاف أثناء السنوات الماضية، حول أهلية صحافة المواطن في تمثيل الإعلام بكلّ مقوماته من عدمه. والحقيقة أنّ صحافة المواطن إذا نظرنا إليها من زاوية نقل الخبر، فهي جديرة بأن تكون بديلا عن العمل الصحفي لاعتبارات سنذكرها لاحقا، بينما إذا نظرنا إلى صحافة المواطن من الناحية الاحترافية فهنا لا يمكن اعتبارها بديلا عن العمل الصحفي، لأنّ هذا الأخير مرتبط بضوابط تكوينية وأخلاقية وأخرى متعلّقة بالخبرة والتمرس،

المقومات الإعلامية لصحافة المواطن :

يمكن عرض أهمّ الاعتبارات التي تتيح لصحافة المواطن حتى تكون بديلا إعلاميا من زاوية نقل الخبر:

وجود القائم بالإعلام في قلب الحدث:

عادة ما يوجد الشخص المُرسِل للخبر أو المعلومة في قلب الحدث، ما يجعله أقرب لمعاينة الوقائع والأحداث، وهذا ما لا يتسنى للكثير من الصحفيين الذين يسارعون لجمع المعلومات من مصادر مختلفة. لهذا ينجح المواطن العادي الذي هو في عين الحدث في نقل تفاصيله بشكل أحسن من الصحفي الذي قد يصل إلى مكان الحدث في وقت لاحق، حيث تغيب عليه تفاصيل من الصعب تداركها.

حيازة الوسيلة الإعلامية: من مميزات

الإعلام الكلاسيكي، أنّ الوسيلة الإعلامية توجد في يد قلة من المحترفين الذين يستخدمونها في تسجيل أو تصوير الوقائع والأحداث، ما جعل العملية الإعلامية حكرا على هذه الفئة دون غيرهم. فضلا عن ثمن هذه الأجهزة التي ليست في متناول الجميع، وهو ما حوّل العمل الصحفي إلى استثمار حقيقي يسعى من خلاله ملاك هذه الوسائل إلى المضاربة لتحقيق ربح تجاري. غير أنّ التكنولوجيا الحديثة أتاحت الفرصة أمام الجميع لامتلاك الوسيلة الإعلامية بثمن معقول ومتاح للجميع، كما أنّ هذه الوسيلة متعددة الوسائط، أي تؤدي عدّة أدوار في وقت واحدة (تصوير، تسجيل، إرسال وبث.....).

ضمان الجمهور المستهدف :كان يتطلب

على وسائل الإعلام الكلاسيكية وقتا طويلا لتكوين جمهور قارّ لمضامينها، بحيث يعتبر هذا الأخير معيارا لنجاح ورواج هذه المؤسسة من عدمها. غير أنّ التكنولوجيا الحديثة وبواسطة مواقع التواصل الاجتماعي تجاوزت هذه المرحلة، من خلال نقل المضامين الإعلامية عبر خاصية التفاعل، وهو ما استفادت منه صحافة المواطن بشكل كبير. فلم يعد هناك حاجة إلى البحث واستمالة الجمهور المتابع للمواضيع والأخبار التي تبثّها عبر المنصّات المختلفة، بل أصبح ذلك مضمونا من خلال ما تتيحه هذه المنصّات من انتقال انسيابي للمعلومات بين جميع الأشخاص المشتركين في هذه المنصّات بفضل خاصية التفاعل والمشاركة، وهو ما يفسّر استقطاب بعض المدوّنين على مواقع التواصل الاجتماعي لجمهور أوسع ممّا تستقطبه بعض وسائل الإعلام.1

تحرّر صحافة المواطن من القيود

والحدود: على عكس الإعلام الكلاسيكي الذي طالما عانى ومازال من مختلف الضغوطات القانونية والسياسية، التي عطّلت في الكثير من الأوقات الدور الوظيفي للإعلام.



في حين تعتمد هذه الأخيرة على ما تنشره وسائل الإعلام الكلاسيكية من أجل التمهيد فيه وتطوير مضمونه.2

المجانية وعدم سيطرة الإشهار:

على عكس بعض القنوات التلفزيونية والصحف التي تقتضي مقابلا ماديا للاشتراك فيها وتمكين الجمهور من الاطلاع على محتواها الإعلامي، تتميز صحافة المواطن بمجانية النشر، فلا تكلف الجمهور سوى الاشتراك في المواقع المتخصصة في هذا النوع من الإعلام، ليكون على اطلاع بكل ما تنشره هذه الصحافة. هذا ما جعل الجمهور يُقبل على صحافة المواطن، دون أن يفكر في هاجس المقابل المادي.

من جهة أخرى، تكاد تخلو صحافة المواطن من إزعاج الإشهار، الذي استولى على وسائل الإعلام الكلاسيكية. فمواقع التواصل الاجتماعي تفصل بين المضامين الترويجية التي تخصص لها نوافذ لاسيما لمن تستهويه هذه الأخيرة، وبين المضامين الإعلامية، وهو ما يعزز رغبات الجمهور الذي يستهدف ما يريده ويتسنى له ذلك دون إقحام مضامين دخيلة لم يطلبها.



تمكنت صحافة المواطن من تجاوز كل ذلك من خلال هامش الحرية فرضته كبرى الشركات المصنعة للتكنولوجيا، وجعلته حتمية على جميع الدول، معتبرة ذلك في سياق الحق في التواصل والتعبير. هذا ما مكن صحافة المواطن من إزاحة كرسي الرقيب، وتمكين عموم الناس من بسط آرائهم وتصوير ونشر المواضيع السياسية والاجتماعية والاقتصادية على مدار الساعة ومناقشتها حتى دون رضا السلطة.



التوثيق بالصور أو مقاطع الفيديو:

تتميز صحافة المواطن بدعامة الصوت والصورة، اللتين تعملان على تعزيز مصداقية المعلومات المنشورة. فعادة ما تقتزن الأخبار بكل الدلائل التي تثبت صحة ما يتم تداوله، سواء كان تصويرا حيا أو وثائق أو تصريحات شخصية. ذاك ما جعل هذا النوع من الصحافة أكثر قبولا من لدن الجمهور، وجعل حتى الصحافة الكلاسيكية تستدل بما تنشره في الكثير من الأحيان. من هنا ظهر التوجيه الجديد الذي يرى أنّ العلاقة بين الصحافة الكلاسيكية وصحافة المواطن هي علاقة تكامل، حيث تستعين الصحافة الكلاسيكية بما تحقّقه صحافة المواطن من سبق موثّق،

الذي تعرّضت له، ما جعل السؤال عن أصل المعلومة غير مُجَدٍ لدى جمهور هذا النوع من الإعلام. خاصة وأنه يستعين بدعائم الخبر كالصورة والفيديو، رغم ما لهاتين الدعامتين من تحايل وفبركة.⁴



ورغم أنّ معظم قوانين الدول تحرص على ضبط صحافة المواطن، والتركيز على المصدر، في محاولة منها لكبح الإشاعات، على غرار الجزائر، من خلال التعديل الذي طرأ على المادة 196 مكرّر من قانون العقوبات سنة 2020، والذي ينصّ على معاقبة كلّ مَنْ قام عمداً بنشر وإشاعة أخبار بأيّ وسيلة، في الميدان العمومي، أخبار أو معلومات مغلوبة أو افتراضية من شأنها المساس بالنظام أو الأمن العمومي، بالنظر إلى الرعب الذي تزرعه في نفوس المواطنين أو مناخ انعدام الأمن الذي تولّده في المجتمع. إلّا أنّ محاولة ترويض هذا النوع من الإعلام وإحكام مجاله ليس بالبساطة التي تعتقدها هذه الدول، فقد وصل التحدي الذي رفعه الصحفي المواطن درجة كشف أسرار تكتّمت عليها الأنظمة والحكومات لفترة طويلة، متجاوزاً بذلك الخطوط الحمراء التي كانت بعيدة عن مرمى وسائل الإعلام الكلاسيكية لسنوات طويلة من الاحتكار الإعلامي.

والحقيقة أنّ السعي إلى فصل الصحافة الكلاسيكية عن التمويل الإشهاري ليس بالأمر الهين، خاصة وأنه أصبح أداة سياسية للسيطرة على توجه الإعلام، ما قد يؤثّر على مصداقية وسائل الإعلام ويفقدها مكانتها في نظر الجمهور.³

إشكالية المصدر في صحافة المواطن:

طالما مثّل المصدر عنصراً مهماً في بناء الخبر الصحفي، ذلك لأنه قد يكون منطلق المعلومة فتكون بذلك سبباً للوسيلة الإعلامية والصحفي، وقد تكون مؤكدة أو نافية للمعلومة، فتكون بذلك ضامنة لمصداقية الخبر. لهذا فضّل خبراء الإعلام والباحثين في مجال الصحافة في قواعد المصادر الصحفية وضوابط التعامل الفني والقانوني معها. غير أنّ تطوّر تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإفرازها للإعلام البديل أعاد قضية المصادر إلى مسار الجدال، بعدما حسمت هذه المسألة في الصحافة الكلاسيكية.

لقد كسّرت صحافة المواطن قواعد الالتزام المهني بمصادر المعلومات، وهو أمر منطقي مادامت الممارسة في حدّ ذاتها ليست ضمن القواعد المهنية الاحترافية التي تضبط العمل الصحفي. فالبدائل العديدة لجمع المعلومات، وغزارة التفاصيل عبر شبكة الإنترنت جعل من المصدر معياراً ثانوياً لنشر الخبر أو المعلومة. فلم يعد مهماً من نشر المعلومة، بل حتى يصعب أساساً تحديد أصل المعلومة بعد التداول الكبير



وترى بعض مدارس الإعلام، خاصة في أوروبا الشرقية والمشرق العربي، أنَّ المصدر الموثوق لا يمكن إقصاؤه في الإعلام الرقمي مهما كان الخبر موثِّقا. فالتكنولوجيات الحديثة عرفت كيف تُباغت الحقيقة وتخدع الحواس بفضل تقنيات الفبركة التي لا يمكن اكتشافها سوى من قبل قلة من المختصين، في حين أنَّ الجمهور العريض يستهلك المعلومة دون وعي أو قدرة على التمحيص وكشف التلاعب، خاصة إن كانت مرفوقة بالصور ومقاطع الفيديو التي تتعرّض أكثر للفبركة، فهو يصدّقها بسرعة، لأنَّ الأمر متعلّق بحاسة النظر التي يثق فيها الإنسان أكثر ممّا يثق في الحواس الأخرى، وهو ما يوقعه في شرك التدليس الإعلامي الذي قد يُخرج الخبر من سياق الحقيقة.

في خضمّ هذا التعدي الصارخ على مصداقية الخبر الصحفي، لا يبقى سوى المصدر كضامن وحيد لما ينشر، فعلى غرار الصحافة الكلاسيكية، تقاس مصداقية الخبر بمصدره، فالمصدر الرسمي يتحمّل مسؤولية ما يصرّح به ولو كان تصريحه خاليا من الصور

كلّ هذا أضعف دور المصدر في ضمان انتشار الخبر، فما يصوّره المواطن العادي ويوثّقه بهاتفه الذي يعدّ أكثر مصداقية من تصريح يقدّمه مسؤول حول نفس القضية، من منظور جمهور صحافة المواطن الذي فقد الثقة عبر عقود من الإعلام الموجّه الثقة في الجهات المسؤولة أو تلك الموالية لها، وأصبح يؤمن بشكل متزايد بكلّ ما يتمّ نقله من الواقع ويتداوله عموم الناس، بغضّ النظر عمّا إذا كانت تلك المعلومات والأخبار صادرة من مصدر رسمي أم لا.



عموما، انشطرت إشكالية المصدر في صحافة المواطن بين رأيين أو موقفين:

أ. الاتجاه المؤيّد لمكانة المصدر في صحافة المواطن:

أثار الرواج الكبير للمعلومات المغلوطة والمفبركة من خلال صحافة المواطن تحفّظ الكثير من المختصين، لاسيما وسائل الإعلام الكلاسيكية التي تعتبر ذلك اجتياحا خطيرا يهدّد الإعلام الحقيقي ويؤسّس لفوضى عارمة قد تؤثر سلبا على جلّ قطاعات الحياة.

وسياقًا مختلفًا للخبر، مثل كاتب الخبر، وحساباته على وسائل التواصل الاجتماعي، والأصدقاء الذين شاركوا الخبر، كما توفر هذه الخدمة إمكانية ظهور أهم المناطق الجغرافية على خريطة العالم التي تنتشر فيها مشاركة الخبر، وكذلك بعض المقالات والأخبار المرتبطة به، وبذلك سيظهر أمام المستخدم سياق واضح ومتكامل للخبر المنشور.⁶

كما أنَّ هناك العديد من المواقع التي تتخصّص في كشف مقاطع الفيديو والصور وحتى الأخبار المزيفة، وهي متاحة عبر شبكة الإنترنت، على غرار منصّة AIDR لتفنيذ الشائعات عبر «التويتر». وكذا منصّة People Browser التي تُتيح مراقبة وجمع الأخبار وأحداث الإعلام الاجتماعي بحسب الزمان والمكان، ويمكن تنقية هذه الأخبار بحسب مصداقيتها، كما يقيس هذا التطبيق نفوذ وتأثير مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. ويتيح موقع Snopes الذي يكشف الأخبار الزائفة المنتشرة على الإنترنت، ويمكن استخدامه للتحقق من المحتوى الذي يُنشئه المستخدمون.



أو المصدر الذي قد لا يروقه ما سيتمّ نشره. فالعبرة بمن يوثّق الخبر في مكانه وأوانه ولو كان شخصا عاديا، وليست العبرة بصفة الناقل للخبر أو حيازته على مصادقة المصدر لما ينشره.



ولا يعتقد أصحاب هذا التيار أنّ آليات الفبركة والتلاعب بالمعلومات في صحافة المواطن حجة يمكن التأسيس عليها موقف الشك، من مصداقية المعلومات وإقرار المصادر الكلاسيكية كرقب وحيد لها، بل مثلما انتشرت تقنيات قادرة على فبركة الصور والمعلومات، قدّمت التكنولوجيا أيضا تقنيات أخرى لكشف المعلومات الحقيقية من المغلوطة عبر مختلف المنصّات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تتخذ صحافة المواطن منها منطلقا لمعظم الرسائل الإعلامية.

فقد أطلق موقع «فايسبوك» ميزة تتمثّل في عرض علامة دائرية تحمل علامة تعجب (!) مع كلّ خبر أو مادة صحفية، وبمجرّد الضغط عليها تظهر للمستخدم مجموعة من المعلومات المرتبطة بالأخبار وتقدّم دلالات

سبل التكامل بين الصحافة الكلاسيكية وصحافة المواطن:

أثبت تاريخ وسائل الإعلام أنَّ التطوُّر التقني وظهور وسائل إعلام جديدة، لم تُلغ ما سبقها من الوسائل، بل ظلَّت قائمة ومحفوظة بدورها وجمهورها. فعندما تمَّ اختراع الراديو، كان الاعتقاد السائد أنَّ هذا الأخير سيُنهي عهد الصحافة المكتوبة التي عمَّرت لعقود طويلة. غير أنَّ الواقع فُتد ذلك، حيث بقيت الصحافة المكتوبة محتفظة بمكانتها، وسجَّلت ذروة تطوُّرها خلال السنوات العشر الأخيرة.

وعند اختراع التلفزيون، عاد الاعتقاد إلى الخطر المُحدق بالراديو وحتى الصحافة المكتوبة. غير أنَّ ذلك لم يحدث أيضاً، فمنذ ظهرت تجربة التلفاز عام 1928 في أمريكا، وفي عام 1935 ببريطانيا، بعدد محدود من الأجهزة، لم يتمكَّن هذا الاختراع الجديد من دثر الراديو أو الصحافة المكتوبة. واليوم في ظلِّ تكنولوجيا المعلومات وموجة شبكة الإنترنت وما أفرزته من إعلام جديد،

وفي خضمِّ التحدّيات المتنبِّئة بنهاية عهد التلفزيون الذي تجاوز عدد سنوات عمره الـ93 عاماً، لم يخسر حتى اليوم موقعه في البيوت، فقد واصل هذا الجهاز البديع الصمود أمام التقنيات الحديثة التي استلهمت منه أجمل ما فيها؛ مثل تطبيقات الفيديو والبتّ المباشر.

ورغم نموِّ خدمات الإنترنت والهواتف الذكية، مقابل تطوُّر محدود وبطيء يطرأ على التلفاز كجهاز وبرامج، ما زال هذا الأخير متمسكاً بفضائه الإعلامي وجمهوره الثابت. فالأمر المتحدة تحثي كلَّ عام باليوم العالمي للتلفزيون، في 21 نوفمبر، ليس باعتباره أداة، بقدر ما هو من أكثر الاختراعات تأثيراً في البشرية منذ انتشر حتى اليوم.

إنَّ القضية في الأساس ليست قضية بديل إعلامي، بقدر ما هي مسألة تكامل وظيفي، حيث تسعى كلُّ وسيلة إلى خدمة الجمهور بالطرق والأساليب التي تميّزها دون الأخرى، فالهدف واحد، وهو تقديم المعلومة وضمان حقَّ الجمهور في تلقي الأخبار بشكل احترافي بعيداً عن المزايدة أو التضخيم. فالأصل في العلاقة هي التنافس البناء لتقديم خدمة أفضل، أو التكايف وتنسيق الجهود للوصول إلى مستوى أفضل من الخدمة، حيث يكون الجمهور هو المستفيد الأول من كلِّ ذلك. 7

إنَّ وسائل الإعلام على اختلافها، تشترك في الكثير من النقاط التي تؤهلها لتكون وسائل متكاملة لبناء منظومة إعلامية متميَّزة.



أ. نقاط التشارك بين الصحافة الكلاسيكية وصحافة المواطن:



التلفزيون أو تبثه الإذاعة أو تنشره الجرائد، والعكس صحيح. فكل جمهور ثابت لدى وسيلة إعلامية، يعتبر جمهوراً محتملاً لوسيلة أخرى. فالجمهور ينظر في النهاية إلى وسائل الإعلام على اختلافها كناقل للخبر، بغض النظر عن الخدمات الأخرى التي يمكن أن تقدّمها هذه الوسائل.

- الهدف الإعلامي : تشارك الصحافة

التقليدية مع صحافة المواطن في الهدف الذي تسعى كل واحدة منها إلى تحقيقها، وهي بلوغ المعلومة ونقلها إلى الجمهور. فالمعلومة هي المحور الأساسي الذي تهدف كل وسيلة إعلامية إلى تحقيقه، فإن كان الهدف واحداً، فالتشارك لتحقيقه سيمنح فرصاً أكبر لضمان نوعية أفضل للمعلومة. وقد أثبتت هذه الفرضية من خلال كبرى القنوات التلفزيونية التي تكتلت صانعة مجمّعات إعلامية ضاعفت قدراتها الوظيفية، مقارنة بما كانت عليه.



- الاحتكام إلى قواعد وأخلاقيات العمل

الإعلامي: رغم التطور التقني الكبير الذي عرفه قطاع الإعلام وانعكس على مختلف الوسائل الإعلامية، إلا أن قواعد العمل الإعلامي وضوابطه وأخلاقياته ظلت ثابتة في مجملها. وبغض النظر عن التفاوت في احترام

جدير بالذكر أن كل وسيلة إعلامية أسست لنفسها طابعاً إعلامياً لا تستطيع وسيلة أخرى مجاراتها فيه، فأسلوب الكتابة ولغة الصحافة الراقية بقيت على عرش الصحافة المكتوبة، والصوت الأثيري الذي يغازل العواطف انفردت به الإذاعة دون غيرها. في حين بقيت الصورة والفيديو، بما فيها البرامج والدراما، علامة مسجلة للتلفزيون، فيما عجزت جميع وسائل الإعلام الكلاسيكية عن تحقيق ما حققه الإعلام الإلكتروني من تفاعلية وفورية في الأداء.

هذه الميزات وغيرها طبعت لكل وسيلة خصوصياتها، دون أن تلغي الخصوصيات المشتركة بينها، والتي سنوجزها في هذه النقاط التالية:

- كل من صحافة المواطن والصحافة

الكلاسيكية تمثلان منبرا لجمهور واحد: فرغم تبيان خصائص كل وسيلة وتمايز جمهور كل واحدة عن الأخرى، إلا أن ذلك لم يسرق جمهور أية وسيلة لصالح وسيلة أخرى، فمن يدمن المواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، لا يتوانى عن الاطلاع عما ينشره

من هذا المنطلق، تتعاضد أهمية هذه الوظائف، إذا تناسقت الجهود بين وسائل الإعلام الكلاسيكية وصحافة المواطن، ما يعطي قيمة مضافة إلى الخدمة الاجتماعية المقدّمة للجمهور.

ب. مظاهر التكامل بين صحافة المواطن والصحافة الكلاسيكية:

لم تمرّ سنوات قليلة من ظهور وانتشار صحافة المواطن كنموذج ناجح من نماذج الصحافة الإلكترونية، حتى بدأت مظاهر التكامل تتجلى بينها وبين الصحافة الكلاسيكية، فكلّ منهما استفاد من الآخر بشكل من الأشكال، مانحة نماذج ناجحة من الإعلام الحديث.

وهذه أبرز مظاهر التكامل الحاصل بين هذين النوعين من الصحافة:

- إثراء صحافة المواطن للمضامين

المنشورة في وسائل الإعلام الكلاسيكية: كثيرا ما تنطلق صحافة المواطن من المعلومات التي نشرتها وسائل الإعلام الكلاسيكية، لكونها تلقت الخبر أو المعلومة من مصادر لم ترقّ إليها صحافة المواطن. غير أنّ القيمة المضافة التي قدّمتها هذه الأخيرة هي إثراء تلك المعلومات أو التمهيص فيها، ومع خاصية التفاعل تتحوّل المعلومة إلى موجة من المعلومات من مصادر مختلفة، متجاوزة بذلك الحدود التي توقّفت عندها الصحافة الكلاسيكية في معالجة المعلومة أو الخبر

هذه القواعد من وسيلة إلى أخرى، إلا أنّ ذلك لم يمسّ هذه القواعد كمرجعية متّفق عليها في العمل الإعلامي الاحترافي. ومادامت هذه القواعد ثابتة، فإنّ ذلك لا يشكّل أيّة عقبة أو تعارض في الأداء المشترك بين هذه الوسائل الإعلامية، وخلق فضاء مشترك للتكامل الوظيفي.⁸

- الوظائف المشتركة: هناك العديد

من الوظائف التي تشترك فيها الصحافة الكلاسيكية مع نظيرتها من صحافة المواطن، على غرار الإعلام، التحقيق، تكريس القيم والمبادئ والترفيه، وغيرها من الوظائف التي يستفيد الجمهور منها.

إنّ تحديد الوظائف المنوطة بوسائل الإعلام، ليس توجّها سياديا تقرّره وتحدّده كلّ وسيلة، بقدر ما هو توافق عام يقدره العمل الإعلامي في حدّ ذاته من خلال الأسس والمنطلقات المهنية. ورغم التباين في كلّ وظيفة بين وسيلة إعلامية وأخرى، إلا أنّ جميع هذه الوظائف تدخل في مجملها ضمن المنطلقات الوظيفية لوسائل الإعلام، وهذا ما جعلها تصنّف ضمن وسائل التنشئة الاجتماعية.



(برودباند) لتقديم خدمات البث عبر الإنترنت، مع الاستغناء عن أطباق الالتقاط المعدنية.

- الاستشهاد الإعلامي: أصبحت كل من وسائل الإعلام الكلاسيكية، وكذا صحافة المواطن، تستشهدان بالمضامين المنشورة لكل منهما. فصحافة المواطن كثيرا ما تعرض مقاطع فيديو لمضامين تلفزيونية أو نصوص مكتوبة للجرائد أو روابط رقمية لها حول مواضيع نشرتها وأرادت صحافة المواطن تفعيلها. كما تستشهد الصحافة الكلاسيكية بما تنشره صحافة المواطن حول مختلف الأحداث، وتمثل في الكثير من الأحيان مصدرا لأخبارها ومضامينها. هذا الاستشهاد المتبادل يمثل وجها بارزا من أوجه التكامل بين هذين النوعين من الصحافة، وهو نوع من الإقرار بمكانة كل واحدة في نظر الآخر، ما يؤسس لمستقبل مشترك بينهما.

- إثراء مضامين الصحافة الكلاسيكية بإسهامات صحافة المواطن: تتجه كبرى وسائل الإعلام الكلاسيكية، سواء مكتوبة أو مسموعة ومرئية إلى الاعتماد على صحافة المواطن من أجل إثراء مضامينها. وقد وفّرت من أجل ذلك مساحات خاصة بإسهامات المواطنين، من مقاطع فيديو أو معلومات موثقة بحوزتهم. 9

هذا التوجّه منح الصحافة الكلاسيكية كما هائلا من المعلومات، وجعلها تتجاوز الخطوط الحمراء التي ترسمها الحكومات أمامها في الحصول على المعلومات. فقد مثل هذا المواطن مصدرا أساسيا للإعلام

الذي نشرته. وسرعان ما تنقلب الأدوار مجددا لتعيد وسائل الإعلام الكلاسيكية بث تطورات الخبر أو المعلومة التي سبقت نشرها، لكن وفق المعطيات الجديدة التي أنتجتها صحافة المواطن.

- استخدام المنصات الإلكترونية للبث الإعلامي : استفادت وسائل الإعلام الكلاسيكية كثيرا من التقنيات الحديثة، وحتى من منصات مواقع التواصل الاجتماعي، التي فتحت أبوابها أمام الصحافة المكتوبة لرفع عملية التفاعل بين الجمهور ومضامينها، كما وجدت لنفسها تموقعا من خلال عرض مضامينها إلكترونيا إلى جانب النسخ الورقية.



كذلك الراديو اغتنم هذا التطور الرقمي في تحديث عملية البث، من خلال تجهيزات تقنية مزودة بمنظومات رقمية متكاملة تعطي إمكانية كبيرة في تحسين جودة الصوت وتقديم خيارات جديدة تفاعلية مع المستمعين، بما تتيحه من خدمات إضافية، ليس فقط سمعية بل وأيضا بصرية.

بدوره التلفزيون استفاد كثيرا من التطور الرقمي الحاصل من خلال البث الرقمي عبر شبكة الإنترنت باستخدام الموجات العريضة

المراجع :

1. شفيق إيكوفان، فتيات التحرير الصحفي وأخلاقيات المهنة، دار الأمل للنشر، 2021، الجزائر.
2. حدّاد نبيل، في الكتابة الصحفية : السّمات - المهارات - الأشكال - القضايا، دار الكندي، عمّان ، الأردن، 2002.
3. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فنّ التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، الطبعة الرابعة، مصر.
4. فهد بن عبد العزيز السنيدي، صناعة المذيع الناجح، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007.
5. طارق حسن خليل علي البحر وعثمان جمال الدين عثمان، جماليات فنّ الاتصال الإذاعي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 18، 2017.
6. الحتو، محمد سلمان (2012): مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان.
7. حسن، عبّاس ناجي (2012): الصحفي الإلكتروني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمّان.
8. لعقاب محمد، الصحفي الناجح، دار هومة للنشر، الجزائر، 2004.
9. أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، عمّان، 1995.



الذي صدّت أمامه المصادر التقليدية، بعدما أصبح يشعر بواجبات توثيقية لكلّ ما يراه أو يسمعه، فتحوّلت صحافة المواطن إلى مادة أساسية تعتمد عليها وسائل الإعلام الأخرى في نقل الأحداث.

وعلى غرار وسائل الإعلام العربية التي تسعى إلى الاعتماد على المدوّنين من خارج طاقم تحريرها من أجل المساهمة في مضمونها الإعلامي، تنتهج وسائل إعلام أوروبية وأمريكية نفس النهج، حيث قامت العديد من المنظمات والهيئات الإعلامية باستقطاب هذا النوع من الصحافة بغية جذب أكبر قدر من الجماهير.

خاتمة :

ليس هناك شكّ أنّ مستقبل الصحافة سيكون في رحاب التكنولوجيا، وكما تغيّرت الوسائل الإعلامية، ستتغيّر معها الأساليب الإعلامية وكذا جمهور وسائل الإعلام، لهذا ينبغي التركيز على خصوصيات الإعلام الجديد وحاجات جمهور هذا الإعلام، مع فتح أبواب التشارك والتعاون بين الصحافة الكلاسيكية التي مازالت تحتفظ بمكانتها في الساحة الإعلامية، ومازال جمهورها قائماً، وبين الصحافة الرقمية التي أسست لمستقبل الإعلام وخلقت جمهوراً خاصاً يتضاعف من يوم إلى آخر.

قياس الجمهور في أوروبا : الأهداف المشتركة والتطورات الراهنة

Dr. Bernhard Engel
د. برنارد أنجل / خبير ألماني

قبل أن أقوم بإنشاء شركتي الخاصة VAM-C ، عملت لفترة 30 سنة لفائدة التلفزيون العمومي في ألمانيا ZDF ، كما ترأست لمدة تفوق 10 سنوات أخرى اللجنة الفنية لقياس الاستماع التابعة للجنة الصناعية المشتركة. وبعد إحداث شركتي ، اشتغلت مع هيئات مختصة في بلدان كثيرة، مثل أوكرانيا وتركيا، وتعاملت كثيرا مع اتحاد الإذاعات الأوروبية خصوصا لدراسة الجمهور في منطقة غرب البلقان، حيث يرتبط قياس الجمهور هناك برهانات كثيرة، مثل صغر حجم البلدان وتعدد الأقليات القومية واللغوية.



يمكنني أن أتحدث من قياسات الجمهور خاصة بالنسبة إلى التلفزيون بفضل مختبري وهو عبارة عن ربات يتيح مراقبة أجهزة التسجيل عبر البلدان والتحقق من اشتغالها، ويتيح تنفيذ نفس عمليات القياس في الظروف من حين إلى آخر، لأنّ المسار في هذا المجال مسار احتمالي، وإذا كانت الأمور جيّدة بنسبة 99% فهذا جيّد، ولكن إذا كانت في حدود 1 % فعندئذ يجب مراجعة الأمر وتعديل الأوتار.

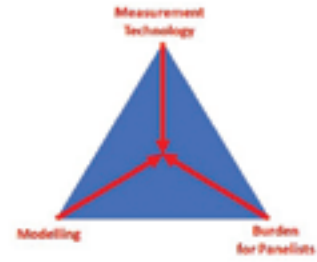


وعن أهميّة قياس الجمهور في حدّ ذاته، فإنّ السؤال الجوهرى يتصل بقدرة تقنيات القياس على تصوير واقع المشاهدة على حقيقته، ولا بدّ هنا من أن نفرّق بين الواقع وبين أنموذج الواقع، فهما أمران مختلفان. ولتقريب الفهم في هذا المجال، ترون على يسار هذا الشّفاف صورة طبيعية لكوكب الأرض فيها غيوم ومناطق مظلمة والليل والنهار وصحاري وأشياء أخرى، فيما ترون إلى اليمين كوكبا أصغر لكنه أكثر نقاء، إذ تبدو قارّة إفريقيا أكثر وضوحا، بينما تمّت إضافة خطوط الطوال والعرض على المحيطات، فالصورة الثانية تقوم إذن على هيكلة إضافية تجعل الواقع النمذج أكثر وضوحا من الواقع نفسه، وهذا أمر مهمّ، لأنّه يعطيكم فكرة عن الطريقة التي يمكنكم بها هيكلة قياسات المشاهدة وإنجازها، إذ يتيح لكم استعمال البيانات الإضافية التي تتوفّر للحصول على قياسات تتمتع بالموثوقية والمصادقية.

الملاحظة الثانية تتعلّق ببعض المبادئ حول كيفية عمل نظام قياس الجمهور. للتبسيط، نستخدم مثلاً يشتمل على عدد من الوظائف التي يتعيّن الموازنة بينها. إحدى هذه الوظائف والتي بدأ العمل بها في أوروبا منذ ما يفوق 30 سنة، هي القياس الفّي من قبيل اعتماد أنظمة قياس الأشخاص peoplemeter systems، ووضع علامات على تدفق المحتوى وما إلى ذلك. والوظيفة الثانية هي الحصول على بيانات تهمّ السكّان، والتي بدونها لا يتسنى القيام بقياس الجمهور، مثل العمر والجنس والمستوى التعليمي، ذلك أنه يحصل للأشخاص الذين يرغبون في استعمال

نظام ضغط أضرار القيس أو المشاركة في مسوحات المشاهدة أن يمتنعوا عن الإدلاء ببعض البيانات الشخصية. أما الوظيفة الثالثة والتي تصبح بناءً على ذلك أكثر أهمية، فهي استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية للحصول على صورة كاملة انطلاقاً من معلومات غير مكتملة. ويشمل استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية وهو الذي يشهد استعماله تطوراً مطّرداً منذ عشر سنوات أو خمس عشرة سنة أجزاء كثيرة من نظام قياس الجمهور، فإذا كان لدينا رفض متفاوت للمشاركة في العيّنة، فإننا نستخدم الترجيح، وإذا كانت لدينا مواقف غامضة في القياس الفني، فإننا نطبّق القواعد، وإذا كان مدى العيّينات يختلف عن بيانات التعداد، فعلينا عندئذ معايرة البيانات.

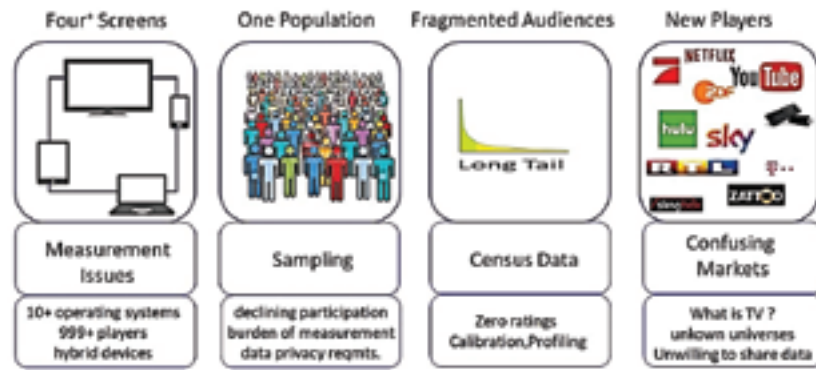
لقد كانت النمذجة في السابق، أي قبل ستين عاماً، عبارة عن سحب البيانات العامة للسكان على عيّينات مصغّرة، والأمر اليوم يفوق ذلك بكثير، إذ يستوجب الحصول على قياسات مثالية ضرباً من المزج بين استخدام التكنولوجيا وإبقاء العبء على أفراد العيّنة في حدود معقولة، واكتساب القدرة على النمذجة، والواقع أنّ تحقيق المثالية ليس شيئاً مفروغاً منه، لأنّ المسألة تتوقّف على الأهداف والموارد والهيكلية المحليّة للأسواق.



وفيما يتعلّق بالمشهد العام لقياسات الجمهور وما ينطوي عليه من مقوّمات وإشكاليات، فإنه يتعيّن حلّها. ففي أوروبا، يتحدّث الجميع عن الشاشات الأربع، والمقصود بذلك الشاشات الكبيرة، أي التلفزيون والهواتف الذكية والحواسيب الشخصية، وحتى إن كانت هذه الصورة واقعية، فهي تُظهر فقط جزءاً من العمل الذي يجب القيام به، إذ لدينا عدّة أنظمة تشغيل ومئات المشغّلين لقياس التدفّق المباشر streaming، ولدينا المزيد والمزيد من الأجهزة التي يمكن استخدامها لتلفزيونيا، حتى لو لم تكن مصمّمة أصلاً للاستخدامات التلفزيونية، مثل أجهزة الألعاب.

العنصر الموالي في المشهد هو السكّان وسبل أخذ العيّينات، حيث يتعلّق الأمر بإجراء قياسات على المستوى الوطني وحلّ المشاكل التي ترتبط بذلك، مثل انخفاض معدّلات المشاركة وحماية البيانات الشخصية. ولعلّ الأمر الجديد في قياسات الجمهور هو تشرذم المشاهدة، فالتدفّق اللامحدود لمقاطع الفيديو، خاصة عبر الإنترنت ممّا لا يمكن حصره عملياً، يخلق سوقاً غامضة، فالأمر شبيه ببنية طويلة الذيل تتمتّع ضمنها قنوات محدودة بنسبة مشاهدة عالية، فيما تتمتّع قنوات أخرى كثيرة جدّاً بنسب مشاهدة ضئيلة. أمّا العنصر الأخير في هذا المشهد العام، فيتمثّل في حلول فاعلين أو لاعبين جدد مثل يوتيوب وناتفلكس وغير ذلك من الصناديق العجيبة، بينهم لاعبون آخرون مثل ESPN RedBull لا يكون الفيديو من صميم أعمالهم، بل جزءاً فقط من الدرجات الـ 360 المشكلة لحقبة الترفيه الخاصة بهم.

إذن فالأمر لا يتّصل بأربع شاشات بل بوضع معقّد له صلة بوضع العيّنات وتشرذم المشاهدة وحلول فاعلين جدد من مزوّدي المحتوى والمعلّنين، وهو ما يستوجب تحديد المعايير لوضع النماذج. إنّ السؤال الذي يبقى مطروحا : ما الذي نعينه بالتلفزيون؟ والإجابة عن هذا السؤال ليست بالأمر السهل. كما أنه ليس من اليسير تحديد المقصود من طرح بعض الأسئلة، من قبيل « هل شاهدت التلفزيون الليلة البارحة؟ » وإذا قمت بمشاهدة بعض البرامج على يوتيوب فبأيّ برامج يتعلّق الأمر؟ وماذا عن المحتويات المنتجة من الجمهور، هل هي من التلفزيون؟. الحدود ليست بيّنة دائما ولا ثابتة، وهذا أمر مهمّ تتعيّن مراعاته لتحديد طريقة القيام بالقياسات.



نأتي الآن إلى أوضاع قياس الجمهور في أوروبا. فرغم وجود اختلافات خاصة بكل بلد، هناك مبادئ أساسية مشتركة. فالهدف الرئيسي في جميع البلدان يظلّ تغطية «إجمالي الفيديو» وإنشاء نظام يمكن من القياس الكامل كلّما وقعت مشاهدة مقطع فيديو أيّا كان المكان وأيّا كان التوقيت، إنما دون تكرار التعداد. فإذا كان هناك مليون شخص على التلفزيون ومليون شخص على الإنترنت، فأنت لا تعلم إن كان عليك أن تحتسب مليون مشاهد أو مليونين أو أمرا بين هذا وذاك باعتبار إمكانية استعمال الوسيّلتين، فمن المهمّ أن تكون لديك طريقة لضبط العدد الحقيقي، لأنّ الرهان هو أن تعرف ما يفعله الأفراد وليس ما تفعله الآلات، ومن هنا تشكّل عيّنة المشاركين في القياس panel مصدرا متّفقا عليه لاستقاء الحقيقة.

نقطة أخرى تتّصل بتجنّب الاعتماد الحصري على مصدر واحد للمعلومة، فهذا ليس خيارا، ومن المُجدي أن يكون هذا المصدر جزءا من منظومة كاملة تقوم على تعدّد مصادر البيانات عبر استعمال القياسات الهجينة وتكامل المعطيات ودمجها، إذ لا يمكن مثلا قياس مشاهدة التلفزيون وإهمال قياس استعمال الإنترنت أو العكس. لا بدّ هنا من ربط المصادر وتجميع البيانات وهو أمر معمول به في عدّة بلدان. ففي المملكة المتحدة هناك خدمة عبر الهواتف الجوّالة معروفة بـ touchpoint study وفي النمسا يوجد لديهم آلية media server، ويوجد شيء شبيه في ألمانيا وغيرها لتجميع البيانات بصفة كلّية، وجميع هذه الآليات تشتغل وفقا لوحداث زمنية

مدّتها خمس عشرة دقيقة، وهذا أمر غير كاف، فنحن نحتاج إلى قياسات لثانية بثانية لفائدة سوق الإعلان مثلا ، وتبعاً لذلك يتعيّن القيام بعمليات وضع المعايير والنمذجة.

من القواسم المشتركة لقياسات الجمهور في أوروبا كذلك، الاستعمال المتزايد للبيانات الضخمة أو الكبيرة Big Data، إذ لدينا بيانات المؤرّعات وبيانات تعدادات السكّان و بيانات صناديق التشغيل Set-top boxes وبيانات (Rapid File Database) RPD وبيانات الهوية، أي البيانات الديمغرافية. وفي ألمانيا مثلاً يجوز لك أن تشتري مثل هذه البيانات ممّا يهمّ العمر والجنس والسكن من فايسبوك الذي يعدّ 20 مليون مستخدم، وهي بيانات مهمّة بشكل خاص في صناعات الإعلان.

وفي أوروبا، تعتبر تقنية مطابقة الصوت audio matching التقنية الرئيسية في إنجاز قياسات الجمهور، فهي بمثابة سلاح ناجع متعدّد الأغراض، واستعمال هذه التقنية مُجدٍ في كلّ الأوقات رغم وجود بعض الثغرات. أمّا الخاصية الكبرى لتقنية المطابقة الصوتية فكونك لا تحتاج إلى أن تسأل المشاهدين، فعلى سبيل المثال، إذا كنت تريد قياس جمهور القنوات الإيطالية من تونس فسوف لن تحتاج إلى التعاون مع هذه القنوات، بل يكفيك أن تتوفّر على الجهاز المطلوب لالتقاط إشارتها الخفية المميّزة والنفّاذ إلى محتواها.

VAM-C

All European Countries face the same challenges

Challenges shared by most European countries

- Total Reach / Total Video (deduplicated!) is the holy grail
- The panel is the source of truth
- Single Source Measurement (exclusively) is not an option, a single source element as part of the system is useful
- Use of multiple data sources is a must („hybrid measurement“, „data integration“, „fusion“)
- Big Data usage: Server data, census measurement, RPD data, identity data (upon availability)
- Audio matching is the main measurement technique („all-purpose weapon“), watermarking/tagging becomes more important (non-linear TV)
- Regular, neutral and transparent auditing by TAM professionals is essential

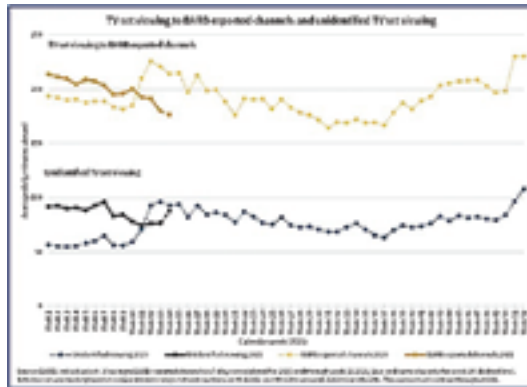
من جهة أخرى، هناك اعتماد متزايد لعمليات وضع العلامات والتوسيم / watermarking tagging بحكم تزايد استعمال أجهزة التلفزيون اللاّخّطية أو الرقمية، وهذا متاح ضمن تقنيات المطابقة الصوتية. وعلى العموم، فنحن نحتاج إلى بيانات قياس منتظمة ومحيدة وشفافة يوفّرها محترفون يتمتّعون بالقدرة على التصرّف التقني Technical Account Manager ، وهذا من صميم عملنا في مؤسسة VAM-C. فالأمر لدينا يتجاوز احتساب التكلفة للتعاطي مع نماذج معقّدة وجملّة

من الإحصاءات تُسَمَّر بالتشعب، وهناك قواعد كثيرة يتعيّن تطبيقها، فأنت في هذا العمل المعقّد مدعوّ إلى ربط الأشياء ببعضها البعض والتحقّق من المطابقة والتعمّق في البيانات ومقارنة النتائج، وعلى سبيل المثال، إذا كنت تحتاج إلى ضبط زمني للمحتوى time shift viewing فيتعيّن عليك العودة إلى توقيت التسجيل لاكتشاف ما تبحث عنه، ويحدث أحيانا أن يكون نفس المحتوى على قنوات مختلفة، وعندئذ يكون من الضروري، إن حدث ذلك، أن تقوم بالتمييز لتيقّن الحقيقة.

وتوجد اختلافات أخرى فيما يخصّ المشاهدة خارج المنزل (Of Home viewing (OOH Out في بلدان عديدة، تمّ إدراج هذه التقنية في قياس الجمهور، وتتمثّل العملية في تخصيص زرّ معيّن للغرض على لوحة التحكم في جهاز القياس، ويكفي أن تضغط على ذلك الزرّ لتُحتسب ضيفا مشاهدا وتضاف بالتالي إلى عيّنة المسح. وفي فرنسا فالأمر مختلف، إذ توجد عيّنة قياس خاصة موعودة للمشاهدة خارج المنزل ويقع استعمال تجهيزات محمولة لإنجاز القياسات.

وكما أسلفنا، تختلف مقاربات ومناهج دمج البيانات من بلد إلى آخر وطرق عرضها النهائية، ففي بعض البلدان، يقع اعتماد نظام مستوى بيانات المستجيبين (Respondent Level Data (RLD بالإضافة إلى أدوات أخرى لتحليل البيانات وهيكلتها بشكل محدّد مسبقا، وهو أمر معمول به بشكل أكبر في فرنسا. والسبب في تزايد اعتماد النماذج المحدّدة مسبقا من قبيل مستوى بيانات المستجيبين هو قدرتها على تحليل المهملات والمزيد من المهملات. هكذا إذن نرى أنّ وراء البيانات توجد نمذجة، وإذا لم تكن على دراية بهذه النمذجة فإنّ تحليلك قد يعيد إنتاج النموذج وليس حقيقة الواقع الميداني. أعلم أنّ هذه الأمور تبدو صعبة ومجرّدة، لكنّي تعمّدت الخوض فيها لتبيّن اختلاف الاستراتيجيات والمقاربات على الصعيد الأوروبي.

وفيما يلي بعض الأشياء القائمة في القارّة الأوروبية، بينها ما يعرف بالمشاهدة غير المغطّاة. وكما تلاحظون من هذا الرسم فهناك 200 دقيقة



من المشاهدة تتولّى وكالة BARBS لقياس الجمهور في المملكة المتحدة تغطيتها، ولكن هناك 100 دقيقة أخرى لا تتمكّن من تغطيتها، ونحن في الحقيقة لا نعلم على وجه التدقيق لماذا يفلت ثلث من وقت مشاهدة التلفزيون من التغطية. الوكالة تحاول استقصاء الأسباب الكامنة وراء هذه الفجوة وتقوم بتقييمات للغرض، وما نعرفه أنّ الأمر يتعلّق في غالب الأحيان بالاشتراكات في الفيديو تحت الطلب SVOD أو باستخدام أجهزة التلفزيون للألعاب gaming ، وهوما لا يخوّل إدراج تقنيات أخرى، وهذا يمثّل تحدّيًا حقيقيا لعمليات قياس الجمهور.

Target: Measure „TV-like content“ (Sept 2022)

The measurement body has also pulled three initial defining features of TV-like content, which align with the EU Audiovisual Media Services Directive, as a starting point. These are:

- Videos and channels should be under the editorial control of a professional media services provider.
- They should operate to industry-agreed standards for brand safety.
- They can be classified by genre to help advertisers and agencies know the editorial environment in which their ads appear.

في المملكة المتحدة، الجديد أيضا أنهم حاولوا وضع مفهوم «للمضمون التلفزيوني الشبيه» TV-like content وهو عالم مستقبلي كبير لقيس الجمهور ممّا له صلة بمنصّات تقاسم الفيديو. وقد اعتمدوا كمطلق لذلك ثلاث نقاط وردت في توجيهات الاتحاد الأوروبي الخاصة بخدمات الميديا السمعية البصرية، لأنّه من غير المُجدي في أمرٍ كهذا أن تناقش كلّ شيء من الصفر. النقطة الأولى تتّصل بما ورد من أنّ مقاطع الفيديو والقنوات يجب أن تكون تحت الرقابة التحريرية لمزوّد خدمات محترفين في المجال الإعلامي، معنى ذلك أنّ ما تقوم به القنوات

التلفزيونية العمومية هو التلفزيون حقّا، وليس ما يقوم به الآخرون من قبيل المحتوى المُنتج من المستخدم User Generated Content أو غير ذلك من المضامين. أمّا النقطتان الأخريان فلهما علاقة أكبر بصناعة الإشهار، وأساسا منها مساعدة وكالات الإشهار والإعلان على معرفة البيئة التحريرية التي تظهر فيها إعلاناتها.

المثال الآخر يهمّ سويسرا، حيث يقع تجميع كلّ المنصّات معا. ويتعلّق الأمر تحديدا بالتلفزيون والهاتف الجوّال ويوتيوب وتنفليكس وديزناي وبرايو فيديو وأبل تي في، ما يمكّن من مقارنة بيانات النفاذ، وهكذا نرى أنّ التلفزيون هو الذي يحظى بنسبة مشاهدة عالية، غير أنّ يوتيوب يتمتّع هو الآخر بمشاهدة قويّة. والملاحظ هنا أنّ مشاهدة لحظة واحدة يجعل منك مشاهدا يتمّ احتسابك في عمليّة القيس، رغم أنّ مشاهدة التلفزيون طويلة عادة، بينما تكون مقاطع الفيديو قصيرة.

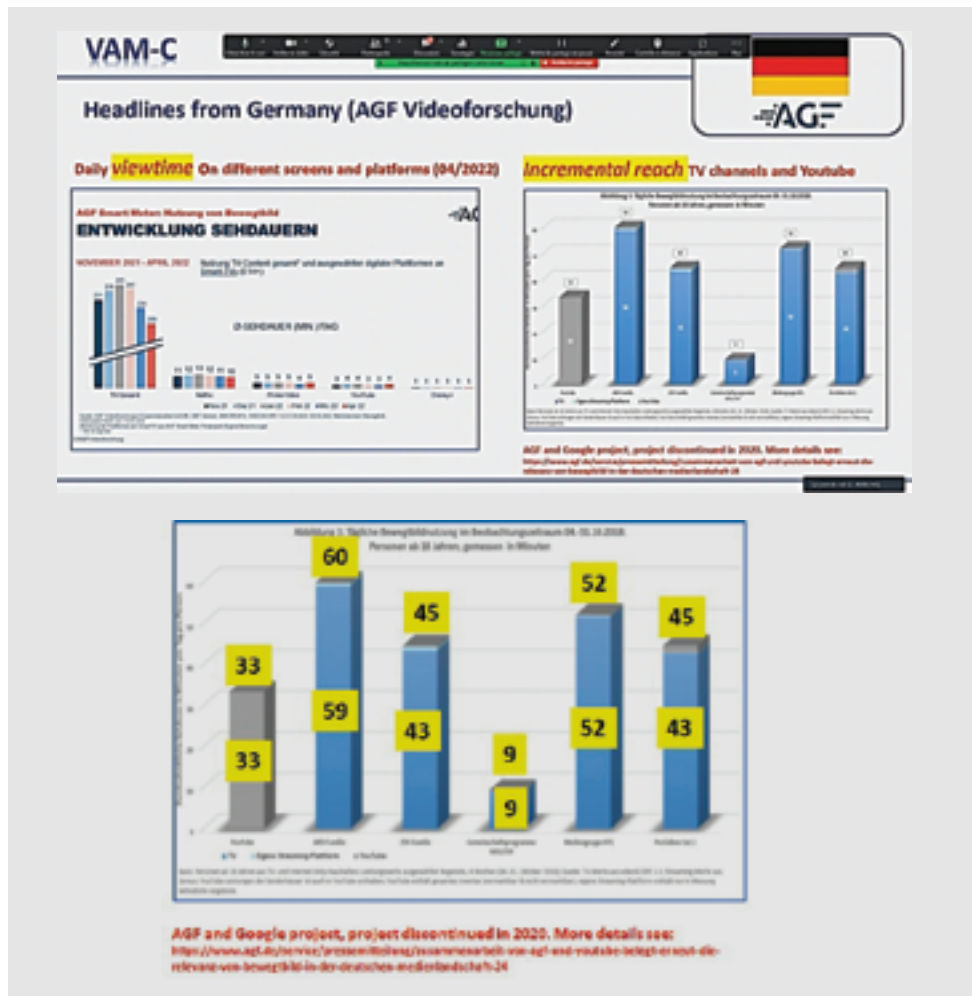


ولمعايينة تشبّت المشاهدة، تمّ في سويسرا دمج البيانات الخاصة بمشاهدة التلفزيون الواردة من أجهزة فكّ التشفير set-top box مع البيانات الخاصة بالمشاهدين والمنأّية من عيّنة القيس. وتمتاز عملية المزج هذه بالقدرة على تجاوز الحجم المحدود للعيّنة وتوسيع دائرة القيس إلى عدد كبير من القنوات حتى الصغيرة منها، تلك التي لا تحظى عادة بنسب مشاهدة عالية.

Hi-Res TV Boost Data in response to TV fragmentation. Hybrid measuring system: "Combining the advantages of both worlds!"

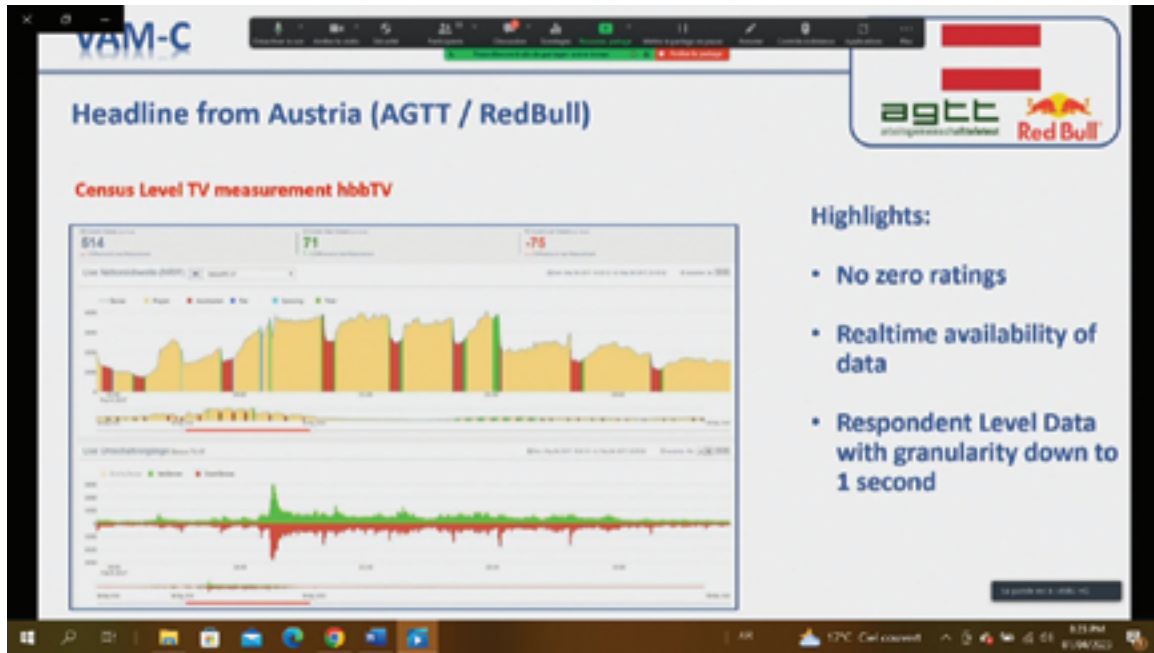


المثال التالي يأتي من ألمانيا، حيث تشابه الصورة مع صورة القيس القائمة في سويسرا، مع إضافة معطى هام يتصل ببيان مدة المشاهدة، فمدة المشاهدة مؤشّر أفضل من المشاهدة، إذ يمكنك من أن تبدي عناية أكبر لطول مقطع الفيديو ولطول مدة الاستخدام. وهنا أيضا نلاحظ فوارق مهمّة، إذ يحظى التلفزيون بـ 200 دقيقة من المشاهدة، مقابل 10 دقائق لتفلكس و5 دقائق لبرايم فيديو و3 دقائق لليوتيوب، فيما تنزل نسب أخرى إلى ما دون ذلك، وهناك علاقات مختلفة بين محتوى هذه البرامج.



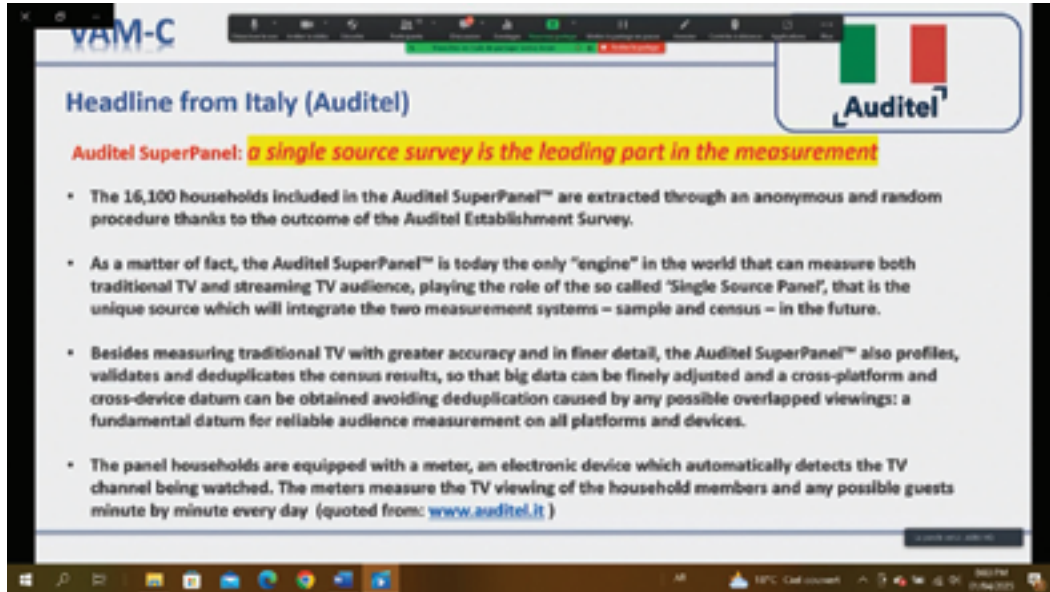
الأمر الثاني في ألمانيا يتّصل بقياس المشاهدة التراكمية incremental reach الناتجة عن بثّ القنوات التلفزيونية على يوتيوب، وهذا يعني أنه يمكنك على يوتيوب أن تشاهد التلفزيون في بثّ التقليدي، ووفقاً لبرتوكول الاستخدام، فالقناة التلفزيونية البثّة، هي القناة المالكة. ومن خلال البيانات الخاصة بالمجموعات التلفزيونية، نلاحظ أنّ الأمر يتعلّق بتحصيل بضع دقائق إضافية، وهنا فأنت مُطالب بإسنادين تجاه مالك المحتوى، إسناد للبثّ عبر القناة وإسناد آخر للبثّ عبر يوتيوب.

وهذا مثال آخر من النمسا، وهو يتعلّق بتلفزيون برتوكول الإنترنت IPTV، ويتعلّق الأمر هنا بتكنولوجيا خاصة تُعرف بالتلفزيون الهجين للنطاق العريض HbbTV، والتي على أساسها تمّ تطوير نظام قياس لا إحصاءات فيه بل منحنيات بيانية، ومثلما تلاحظون على الرسم، فإنّ الأجزاء الحمراء في المنخفضات توافق المحتويات الإعلان، ما يعطي فكرة عن مدى متابعتها في ارتباط بمتابعة المحتويات التحريرية. وفي الرسم الأدنى، يترجم المنحنى باللون الأخضر المكاسب، والمنحنى باللون الأحمر الخسائر المرتبطة بوضعية المشاهدة.



والحقيقة أنّ هذه المقاربة جديرة بالاهتمام، لكنّها مُكلفة ولا تستطيع كثير من المحطات التلفزيونية تحمّل تكلفتها، والمؤسسة التي اعتمدتها مؤسسة ثريّة رغم محدودية حضورها التلفزيوني في ألمانيا، هي راد بول Red Bull. أمّا مَنْ وضع نظام القياس هذا فهو واحد من أشهر معاهد قياس الجمهور في ألمانيا، معهد Fraunhofer IIS القائم على مزيج بين العلوم والصناعة. ويتولّى المعهد تطوير نماذج كثيرة ومتنوّعة بموازنة سنوية تقدّر بـ 500 إلى 600 مليون يورو.

والشأن في إيطاليا مختلف بعض الشيء، إذ يشكّل مصدر وحيد لدراسة الجمهور هو Auditel الجزء الرئيسي لعملية القياس، ويتعلّق الأمر بدراسة واسعة يتمّ فيها إدراج كلّ ما يقع تجميعه من بيانات مصدرها عيّنة عملاقة مكوّنة من 16100 عائلة.



المثال الأوروبي الأخير يأتي من السويد، حيث يقع تجميع ومزج بيانات عيّنة القياس الخاصة بالوسائط التقليدية وبيّنة القياس الخاصة بالإنترنت في رسم واحد، وهذه البيانات صادرة عن عدّة مراكز قياس احترافية، فمشاهدة التلفزيون الخطّي والإعلانات في هذا البلد تؤمّنهما مؤسسة نيلسن Nielsen، فيما تؤمّن مؤسسة Kantar قياس الحواسيب الخاصة والهواتف الذكية واللوحات الحاسوبية، بينما تعنى مؤسسة كومسكور comScore بقياس المحتوى والإشهار من خلال مختلف الأجهزة، بينما تقوم مؤسسة GfK بدمج البيانات ووضع النتائج.



والحقيقة أنّ هذا الوضع الذي يتمّ فيه اعتماد مُخرّجات عدّة مراكز قياس في آن واحد ليس خاصا بالسويد، فإذا كانت الجهة المكلفة بنشر نتائج القياس في بلد ما قويّة فإنه يحقّ لها أن تجمع البيانات وتمزجها، فنظام تعدّد التعاقد مع المزوّدين معمول به في المملكة المتحدة كذلك بغاية الحصول على أقصى درجات الموثوقية.

يمكن القول إنّ البلدان الأوروبية تستثمر الكثير من الأموال في أنظمة قياس جمهورها، وتحقق تقدّمًا خطوة خطوة نحو التغطية الكاملة للمشاهدة. ولئن اتخذت أنظمة القياس هذه صبغة تجارية، فإنّ التحديات تظل قائمة لتغطية إجمالي الفيديو، لا سيما الفيديو الرقمي، ومسح مشاهدة كبريات المنصات الرقمية GAFA ونتفليكس Netflix وغير ذلك. وفي المقابل، فإنّ إنشاء أنظمة قياس الجمهور لا يعطي فقط رؤى حول سلوك المشاهدة، بل يشكّل عاملاً اقتصادياً ملائماً لاستخدام التلفزيون كوسيلة للإعلان.



وإذا كانت التصنيفات لا غيّ عنها، فيجب ألاّ ننسى أنه توجد مؤشرات أداء أخرى مناسبة لمجال قياس سلوك المشاهدة، خاصة فيما يتعلّق بتقييم الميديا العمومية.





الاجتماعات السنوية لمنسقي الإذاعة والتلفزيون والمهندسين العرب بالجزائر

مدير عام الاتحاد : تنويه بالدعم والتسهيلات التي قدّمتها الجزائر للاتحاد
لتغطية فعاليات القمة العربية المنعقدة بالجزائر.

أ. أحمد براهيم محمد

احتضنت الجزائر خلال الفترة من 05 مارس إلى غاية 09 مارس الاجتماعات السنوية الخاصة بالمنسقين الإذاعيين والتلفزيونيين والمهندسين وممثلي الهيئات في مجال الإعلام الجديد، بمشاركة 09 هيئات عربية حضوريا، وعدّة هيئات عبر تقنية الزوم، بالإضافة إلى التجمّعات المهنية، من بينها اليوروفزيون والأفروزيون . وقد جاءت هذه الاجتماعات بالتوازي مع انتقال موظفي المركز وإدارته إلى المقرّ الجديد.



الاجتماع المشترك : المركز يواصل عمليات تدفق المواد الإذاعية والتلفزيونية نحو الهيئات الأعضاء والشركاء بمهنية عالية

أشرف وزير الاتصال الجزائري السيد محمد بوسليماني رفقة المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية المهندس عبد الرحيم سليمان، ومدير المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج الأستاذ محسن كريم سليمان على افتتاح الاجتماع المشترك للمنسقين الإذاعيين والتلفزيونيين والإعلام الجديد ومهندسي الاتصال للهيئات العربية العضوة في الاتحاد ASBU بالجزائر العاصمة، وأكد الوزير أنّ دور وسائل الإعلام العربية بكلّ وسائلها يتجلى في المساهمة الفعّالة في إنتاج محتوى عربي يعكس الواقع العربي ويخدم قضاياها المشتركة، مبرزا أنّ تعدّد الأنشطة وارتفاع الحجم الساعي لتبادل البرامج والأخبار الإذاعية والتلفزيونية، وكذا المكاسب الهندسية والتقنية المحقّقة تؤشّر لمستقبل واعد لأداء مؤسسات ووسائل الإعلام العربية. وأضاف أنّ اتحاد إذاعات الدول العربية يشكّل فضاء للتلاقى بهدف تقييم الإنجازات وتدارك العثرات من أجل تكريس الإعلام لخدمة حقّ المواطن العربي في المعلومة الصحيحة والاحترافية، من خلال ما تبثّه إذاعاتنا وتلفزيوناتنا من برامج وحصص متنوّعة. وذكر أنّ هذا النشاط يكرّس سعي الاتحاد إلى تفعيل الجهود وتجسيد استراتيجية إعلامية مشتركة تراعي اهتمامات دولنا وانشغالات شعوبنا وتطلّعاتها، تماشيا مع هذا الواقع والتحديات التي تواجه الأمة العربية، مشيرا إلى أنّ الاتحاد يوفّر لمستخدميه أسرع التقنيات وأفضلها كلفة لتبادل المواد الإعلامية، فضلا عن أنه يفتح آفاقا للتعاون مع منظومات التبادل العالمية.

من جهته أشاد المهندس عبد الرحيم سليمان بالدور «المحوري» الذي يقوم به المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج بالتنسيق مع الاتحاد وهيكله المهنية في مجال التبادلات الإخبارية والبرامجية، وتيسير تدفق المواد الإذاعية والتلفزيونية نحو الهيئات الأعضاء والشركاء من الاتحادات الإذاعية والمنظمات المهنية الإقليمية والدولية، معتبرا أنّ هذا التطوّر المتنامي هو نتيجة «الجهود المتواصلة المبذولة بكلّ جدية واحترافية».



الأخبار : رقم قياسي في عدد الأخبار المتبادلة بمشاركة 21 هيئة عربية

وقف المنسقون في اجتماعهم على التطورات التي شهدتها التبادلات الإخبارية العربية خلال عام 2022، حيث تميّزت بانتعاش كبير من حيث الكمّ والمضمون، و رقم مرتفع من حيث عدد الأخبار المتبادلة على المنصة السحابية أسبو كلود ضمن التدفق الإخباري الحرّ، شملت التطورات التي شهدتها معظم الدول العربية في الميادين السياسية والأمنية والاقتصادية والثقافية والعامة، من بينها العراق واليمن وتونس والسودان وليبيا ولبنان واليمن وسوريا وفلسطين، إذ بلغ عدد الأخبار المتبادلة على النظامين (المينوس والكلود) من الفترة 2022/ 01/ 01 إلى 2022/ 12/ 31 ما يقدر بـ 14113 خبراً.

على المنصة السحابية الكلود	8443 خبراً
على المينوس بلس	5670 خبراً
المجموع	14113 خبراً

وشكّلت التبادلات الإخبارية عبر المينوس 40 بالمائة والكلود 60 بالمائة، وهذا لأول مرّة منذ استخدام التدفق الإخباري الحرّ على المنصة السحابية بمساهمة (20 هيئة عربية على الكلود) بالتحاق الإمارات إلى النظام وضخّها لعشرات الأخبار المتنوّعة.

كما اتسمت السنة بعودة موفّقة للتلفزيون الليبي خلال الأشهر الأخيرة، بمساهمته بعدد من الأخبار السياسية والثقافية التي تسير الأوضاع في البلاد، واستعمال التلفزيون الفلسطيني المكثّف لسلّة الإعلام الجديد في تبادل الأخبار خلال هذا العام، حيث ساهم بأكثر من 200 خبر مصوّر بالهاتف الجوّال، قام المركز بنقلها على سلّة الإعلام الجديد للكلود.



القمة العربية الصينية بالرياض

وقد مثّلت الأخبار السياسية 41 بالمائة والأمنية 05 بالمائة والثقافية 09 بالمائة والعامة 23 بالمائة والاقتصادية 05 بالمائة والدينية 05 بالمائة، وتوزّعت باقي النسب بين العلمية والأثرية والرياضية.

كما اتسمت مضامين المواضيع بالتنوّع والآتية وسرعة البثّ وتجاوب المنسّقين على حساب الواساب وعبر المؤتمرات الصوتية اليومية مع طلبات المركز والإدارة العامة، فيما يخصّ تغطية وبثّ أهمّ الأحداث الطارئة والمتوقّعة. وتمّ تسجيل بثّ العديد من الأحداث الأمنية والسياسية في وقتها، رغم وقوعها في ساعات متأخرة من الليل على الكلود، خاصة من السودان والعراق وفلسطين وتونس والمغرب والجزائر في شكل أخبار طارئة، وهو ما حافظ على آنيّتها.



يُتَّجه نظام التبادلات الإخبارية العربية إلى تبني فكرة التدفق الإخباري الحرّ والسريع على المنصة السحابية للاتحاد، وقد يتطور أكثر مع المنصة الجديدة خلال السنة المقبلة، لما تقدّمه من خدمات متنوعة بصفة سريعة وآنية.

من جهة أخرى، يستمرّ التعاون بين اتحاد إذاعات الدول العربية وأنظمة التبادل الدولية على اختلافها في أحسن الظروف، ويزداد الاهتمام بالخبر العربي لما يشكّله من أهمية بالغة، حيث قام المركز باقتراح أكثر من 2000

خبر على تبادلات اليوروفزيون، والآسيافزيون والأفروفيزيون، كما وُقِر الكثير من الأحداث والمؤتمرات على المباشر لصالح اليوروفزيون من العديد من البلدان العربية، كلبنان والسعودية وسوريا والعراق.

في ذات السياق، قام المركز بتوفير حوالي 15000 خبر دولي، وبشكل يومي، انطلاقاً من منصة اليوروفزيون لفائدة الهيئات العربية، وسهّل تمرير كمّ من الأحداث على المباشر، عبر اليوروفزيون، منها المؤتمرات الصحافية ومداولات الأمم المتحدة ومجلس الأمن حول الحرب في أوكرانيا، واجتماعات مجموعة العشرين. كما نقل المركز أحداثاً غير سياسية على المباشر عبر اليوروفزيون لفائدة الهيئات العربية بطلب منها.



مؤتمر القمة العربية بالجزائر

الرياضة : وعي كبير من الهيئات بضرورة تكثيف عملية تبادل الخبر الرياضي العربي

شهدت مساهمات الهيئات الأعضاء ضمن تبادلات الأخبار الرياضية خلال عام 2022، انتعاشاً ملحوظاً بنسبة تقارب ضعف ما تمّ تبادله خلال الفترة نفسها من عام 2021، بحيث تمّ تبادل 897 خبراً مقابل 467 خبراً خلال ذات الفترة، ويعود هذا التطور إلى وعي الهيئات بأهمية عرض الخبر الرياضي العربي بكلّ أصنافه، وعدم التركيز فقط على دوريات وكؤوس رياضة كرة القدم التي أصبحت في أغلب الدول مرتبطة بحقوق البث التلفزيوني. ومن بين الأسباب أيضاً المؤتمرات الصوتية التي نظّمها مركز التبادل بصفة منفردة مع مسؤولي أقسام التنسيق لدى الهيئات خلال العام الماضي، بحيث تمّ من خلالها تخطّي العديد من العقبات التي كانت تعيق السير الحسن للتبادلات.

وقد تمّ أيضاً تسجيل بعض المساهمات من الاتحادات المهنية الدولية، كالآسيافزيون والأفروفيزيون، تمثّل معظمها في الأجواء المحيطة بفعاليات كأس أمم إفريقيا لكرة القدم التي استضافتها الكامبيرون، ومؤخراً تقارير حول استعدادات المنتخبات الإفريقية المتأهّلة لنهائيات مونديال قطر وفرحة الجماهير عند فوز منتخبهم، وفي ذات السياق تولّت الآسيافزيون إدراج عدد لا يستهان به من تقارير تعنى بمونديال قطر، إضافة إلى الاستعدادات لدورة الألعاب الأولمبية الشتوية بكين 2022.

في المجال البرامجي : برامج متنوّعة بمضامين راقية وجودة عالية



عرفت التبادلات البرامجية التلفزيونية، خلال السنة الماضية 2022، انتعاشاً ملموساً وذلك بعد شروع هيئات كلّ من قطر والكويت والعراق بالإضافة إلى الاتحاد، في عرض سلسلة معتبرة من مختارات برامجية متنوّعة خاصة بشهر رمضان، وبرامج أخرى دينية وقصصية واجتماعية وثقافية وتوعوية، بلغ عددها الإجمالي أكثر من 600 برنامج، بزيادة أكثر من 200 بالمائة مقارنة بسنة 2021، حيث تمّ تبادل 201 برنامج فقط، في حين تراوحت المساهمات في الأصناف

الأخرى المتضمّنة في خطة الاتحاد البرامجية السنوية، بين الحسنة والمتوسطة، حيث سجّل تبادل 17 سهرة عربية و 12 برنامجاً ضمن «البرنامج الوثائقي السنوي» و 11 حلقة من صنف «في ربوع الوطن العربي». والجدير بالذكر أنّ معظم هذه البرامج المتبادلة تميّزت بجودة عالية، وقد استخدمتها بعض الهيئات في خراطاتها البرامجية، كالتلفزيون الجزائري والتلفزيون السوداني والتلفزيون العراقي.

وقد شاركت 19 هيئة في التبادلات البرامجية، بالإضافة إلى الاتحاد، مقابل 15 هيئة خلال الفترة ذاتها من السنة الماضية، وذلك بعد عودة كلّ من التلفزة الموريتانية والتلفزيون الليبي والتلفزيون اليمني وتلفزيون دبي إلى المساهمة في التبادلات البرامجية. وقد تصدّرت المراتب الأولى من حيث التنوّع في المساهمات الهيئات التالية : التلفزيون العراقي بمجموع 91 ساعة والتلفزيون القطري بحجم 52 ساعة وتلفزيون دولة الكويت بـ 30 ساعة.



كما ساهم تلفزيون دبي بحجم ساعي قدره 150 ساعة بفضل التغطية الواسعة لمعرض (اكسبو دبي) من خلال إعداد ملخصات يومية

لهذا الحدث العالمي طيلة أيام انعقاده، و شارك التلفزيون السعودي بمجموع 191 ساعة شملت التغطية الواسعة للشعائر الدينية خلال شهر رمضان وموسم الحج 1443 هـ. كما شارك الاتحاد بـ 45 ساعة من خلال رفعه على منصّة الكلوود لسلسلة البرامج الرمضانية خلال شهر أبريل، والتلفزيون الفلسطيني بحجم قدره 25 ساعة من خلال عرضه لمختلف الشعائر الدينية المسيحية من بيت لحم، في حين تراوحت مساهمات باقي الهيئات ما بين 10 ساعات و 18 د

الإعلام الجديد : التأكيد على ضرورة تطوير التبادل على سلة الإعلام الجديد



عقد منسّقو الإعلام الجديد للهيئات العربية الإذاعية والتلفزيونية اجتماعهم السنوي بالجزائر تحت إشراف مدير المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج الأستاذ محسن كريم سليمان، ومدير إدارة التكنولوجيا والتطوير بالإدارة العامة للاتحاد المهندس باسل الزعبي، بمشاركة ممثلي إذاعات وتلفزيونات قطر والجزائر وفلسطين والسعودية وموريتانيا والأردن وسلطنة عمان والسودان والعراق، وممثلين عن اتحاد إذاعات الدول الأوروبية EBU واتحاد إذاعات الدول الأفريقية AUB والإدارة

العامة للاتحاد ASBU وممثلي مجموعة الصين للإعلام. وقد تمّ استعراض إحصائيات التبادلات الإخبارية التلفزيونية على منصة الأسبو كلودو والأخبار المصوّرة بالهاتف الجوّال التي بلغت أكثر من 130 خبراً، وهي تجربة يخوضها المركز تماشياً مع تطوّرات المشهد الإعلامي. كما جرت معاينة شريط فيديو عن نماذج من هذه الأخبار المتبادلة. وفي ذات السياق قامت ممثّلة اليوروفزيون السيّدة أن ماري باستعراض التجربة الأوروبية في التعامل مع أخبار شبكات التواصل الاجتماعي والضوابط التي تحكمها وميكانيزمات التحقق من موثوقيتها وصدقيتها ضمن ورشة تطبيقية مهمّة جدّاً. وقد خرج الاجتماع بعدّة توصيات سيتمّ عرضها على الاجتماع القادم للجنة الإعلام الجديد في تونس.

في المجال الإذاعي : 18 ساعة معدّل يومي للتبادلات بمساهمة 18 هيئة إذاعية عربية

بالتوازي مع اجتماعات التلفزيون، عقد الاجتماع 16 لمنسّقي التبادل الإذاعي الذي ينظّمه سنوياً المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج في الجزائر. وقد حضرته ستّ هيئات إذاعية، وهي الأردن والجزائر والعراق والسعودية وفلسطين وسلطنة عمان.



إلى جانب مشاركة عن بُعد عبر تطبيق Zoom لهيئات مصر وجزر القمر والمغرب ولبنان والكويت، حيث وقفوا على إحصائيات التبادل الإذاعي، علماً بأنّ الحجم الإجمالي للتبادلات الإذاعية بلغ 6600 ساعة بمعدّل يومي 18 ساعة، وذلك بمساهمة ثماني عشرة (18) هيئة على النظامين المينوس والكلود، وبلغ نسبة استخدام التبادلات الإذاعية (43.02%).

بعد ذلك ناقش الاجتماع المحاور التالية.

- عرض عن نشاط الإدارة العامة في مجال الإذاعة باتحاد إذاعات الدول العربية
- تقرير المركز في نشاط التبادل الإذاعي خلال عام 2022
- تجربة الإذاعة الفلسطينية في مجال (تبادل الأخبار)
- تجربة إذاعة لبنان في مجال (الصعوبات التقنية والتغلب عليها)، تقديم الأستاذ : محمد غريب مدير الإذاعة عبر تقنية الزوم.

في المجال الهندسي : منصة الاتحاد الجديدة للكلود تدخل خدمة التبادلات والإنتاج

في سياق آخر، وضمن سلسلة اجتماعات الجزائر السنوية لمركز التبادل عقد يوم 06 مارس اجتماع مهندسي ومشغلي شبكات التبادل في الهيئات.

وتمّت تركيزه المهندس محمد علي عبد الماجد من هيئة البثّ السودانية رئيساً للاجتماع، بحضور وفود الهيئات المشاركة ومؤسّستي عرب سات والبثّ الجزائرية ومهندسي الإدارة العامة ومركز التبادل.

وجرى تقديم ومناقشة عدد من العروض التقنية من القسم التقني بمركز التبادل، والإدارة العامة، ومؤسسة عرب سات، وقد تناولت الجوانب التشغيلية اليومية ومستجدّات الساعات الساتلية وترقيات نظام مينوس بلس، والانتقال التقني إلى مبنى المقرّ الجديد للمركز، وتطوّرات تشغيل الفضاء السحابي الجديد للاتحاد، وطرح عدد من القضايا والاستفسارات من الهيئات المشاركة. وكان التفاعل متميّزاً من الحاضرين.



اتفاقية تعاون وشراكة حول تنظيم المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون



انتظم بمقرّ وزارة الشؤون الثقافية (تونس) يوم 3 فبراير 2023، حفل توقيع اتفاقية بين اتحاد إذاعات الدول العربية والوزارة ومؤسسة التلفزة التونسية، تخصّ التعاون والشراكة في إقامة الدورة الجديدة للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، في الفترة ما بين 12 و15 يونيو 2023 بمدينة الثقافة تونس.

وتولّى التوقيع على الاتفاقية وزيرة الشؤون الثقافية الدكتورة حياة قطاط القرمازي، ومدير عام الاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان، والمكلفة بتسيير مؤسسة التلفزة التونسية الأستاذة عواطف دالي.

وعبّرت الوزيرة عن السعادة بعودة المهرجان إلى تونس بلد المقرّ، والاعتزاز بإمضاء هذه الاتفاقية التي تحمل بشائر خير بالنسبة إلى التعاون في الإعداد الجيد للدورة القادمة. وقالت إنّ تونس فخورة بوجود اتحاد إذاعات الدول العربية على أرضها، لما يقوم به من عمل جبار في إطار رسالته الإعلامية العربية، ولما ينجزه من مشاريع استثمارية، مثل الأكاديمية والفندق وهي تعود بالفائدة على الاتحاد وعلى تونس.

ومن جهته، ذكر المدير العام للاتحاد أنّ هذه الاتفاقية ستساهم بشكل كبير في ضمان ظروف الإعداد الجيد بشكل مسبق لهذه الدورات، معرباً عن اليقين في النجاح في رفع التحدي وكسب الرهان وتحقيق نقلة جديدة للمهرجان. وأضاف أنّ وجود الاتحاد في تونس هو مبعث ارتياح، لما يوفّره هذا البلد من مساحة حرّية لعمل الاتحاد وتسهيلات كبيرة لفعالياته وإنجازاته، وهو ما جعل الاتحاد يعقد معظم هذه الفعاليات في تونس بترحيب وتفاعل من هيئاته الأعضاء.



وبدورها أبرزت المكلفة بتسيير مؤسسة التلفزة التونسية علاقات التعاون والشراكة والتكامل القائمة بين الأطراف الثلاثة، بما سيعود بالفائدة والإضافة على المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون. وذكّرت بعلاقة التعاون بين التلفزة التونسية والاتحاد في تنظيم المهرجان، كما هو في مجالات أخرى غير المهرجان، معربة عن الأمل في التوقّع إلى إنجاز دورة متميّزة للمهرجان.

التعاون بين الاتحاد والمنظمات العربية



تأكيداً لدور اتحاد إذاعات الدول العربية في دعم مبادرات العمل العربي المشترك، انتظم يوم 2 فبراير 2023 حفل توقيع مذكرة تفاهم بين المنظمة العربية للسياحة والمنظمة العربية لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات، بإشراف وزير السياحة التونسي محمد المعز بلحسين. وتولّى التوقيع على المذكرة رئيس المنظمة العربية للسياحة الدكتور بندر بن فهد آل فهد، والمدير العام للمنظمة العربية لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات المهندس محمد بن عمر، بحضور المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية المهندس عبد الرحيم سليمان.

وتهدف هذه المذكرة إلى تعزيز التعاون لتحقيق الاستفادة من الفرص التي يقدمها قطاع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تطوير القطاع السياحي، وتوفير أفضل الوسائل والممارسات لتحسين الخدمات السياحية من أجل دفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المنطقة العربية. وأعرب وزير السياحة عن سعادته بوجوده في مقرّ اتحاد إذاعات الدول العربية وبمشاهدة إنجازاته في تونس، وخاصة المرتبطة بالقطاع السياحي، من خلال الفندق الذي شيّده Royal ASBU Hotel، والمشروع الجديد المزمع إنجازه ASBU Link Center، مبيناً أنّ هذه المشاريع تلقى من وزارة السياحة ومن دولة المقرّ بشكل عام كلّ الدعم، لما لها من دور في تعزيز القطاع السياحي التونسي، وخاصة سياحة الأعمال والمؤتمرات.

وأوضح أنّ المذكرة ستسهم في خدمة السياحة العربية على ضوء التحوّلات الرقمية العالمية، مبرزاً أهمية الإعلام السياحي واستعمال التكنولوجيا الحديثة في ذلك، وأعرب عن يقينه بأنّ الاتحاد سيكون له دور هام في تدريب الإعلاميين السياحيين العرب، عبر أكاديميته للتدريب الإعلامي.

أمّا رئيس المنظمة العربية للسياحة فقد بيّن أنّ توقيع هذه المذكرة يؤكد التكامل بين منظمات العمل العربي المشترك في إطار جامعة الدول العربية، بحرص من أمينها العام الأستاذ أحمد أبو الغيط، مذكّراً بالاتفاقية المبرمة سابقاً مع اتحاد إذاعات الدول العربية في مجال تدريب الإعلاميين. وأعلن عن تنظيم ملتقى عربي للإعلام السياحي هذا العام بتونس، سيكون الأول من نوعه. كما أشار إلى اللقاء الذي جمعه بالرئيس التونسي قيس سعيّد حيث سلّمه رمز السياحة العربية، تجسيماً لحرص المنظمة على



دعم قطاع السياحة في تونس وفي كلّ الدول العربية.

ومن جانبه، قال المدير العام للمنظمة العربية لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات إنّ هذه المذكرة ستساهم في مزيد تطوير السياحة في المنطقة العربية، خصوصا وقد بدأت تخرج من الأشكال التقليدية للنشاط السياحي، مستعينة في ذلك بما تتيحه التكنولوجيا الرقمية من آفاق رحبة وإمكانيات واسعة لتطوير القطاع السياحي.

وتولّى رئيس المنظمة العربية للسياحة تكريم وزير السياحة الأسبق الأستاذ التيجاني الحدّاد لجهوده في دعم عمل المنظمة، والمهندس عبد الرحيم سليمان تقديراً للدور الهام الذي يقوم به الاتحاد في النهوض بقطاع الإعلام وتعزيز مقوّمات العمل العربي المشترك.



مشاركة الاتحاد في دورة لجنة التنسيق العليا للعمل العربي المشترك

استضاف الاتحاد العربي للاقتصاد الرقمي بمدينة أبوظبي في الإمارات العربية المتحدة الدورة 54 للجنة التنسيق العليا للعمل العربي المشترك التي التّأمت برئاسة الأمين العام لجامعة الدول العربية، وبمشاركة 35 منظمة عربية متخصصة، من بينها اتحاد إذاعات الدول العربية ممثلاً في مديره العام. وشارك حوالي 40 اتحاداً من الاتحادات العربية النوعية المتخصصة. وقد تمحورت المناقشات

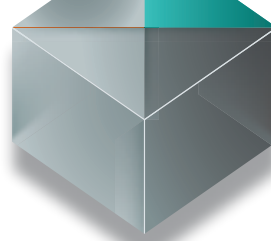


الرئيسية حول موضوعات الاقتصاد الرقمي العربي والأمن السيبراني والأمن الغذائي العربي في ظلّ التغيّرات المناخية، بالإضافة إلى الموضوعات المرتبطة بأنشطة المنظمات والاتحادات العربية والدور المطلوب منها في المرحلة القادمة.



وأبرز الأستاذ أحمد أبو الغيط أهمية الملتقى، بوصفه منصّة لتبادل الأفكار والتجارب الناجحة للاتحادات العربية، مثمناً دورها كبيوت خبرة تعمل في إطار جامعة الدول العربية، وحثّها على رفع المزيد من المبادرات والخطط إلى القمم العربية، وتوسيع نطاق عملها من خلال التعاون مع المنظمات العربية والمجالس الوزارية المتخصصة.

وقدّم المهندس عبد الرحيم سليمان عرضاً حول المؤتمر الثاني للإعلام العربي (13-14 يناير 2023) تحت عنوان «الهيمنة الرقمية العالمية وسبل مجابقتها عربياً»، ويبيّن أنّ هذا المؤتمر يأتي تنويجاً للعمل الذي أنجزه الاتحاد، بتكليف من مجلس وزراء الإعلام العرب، من خلال إعداد ورقة عمل ضمّت تصوّراً متكاملًا حول سبل التفاعل عربياً مع الهيمنة الرقمية العالمية. وأضاف أنّ التوجّهات والتوصيات التي تضمّنها إعلان المؤتمر من المقرّر أن ترفع إلى مجلس وزراء الإعلام العرب لاتخاذ القرار المناسب، بما يكفيل الإسهام في وضع استراتيجية عربية مشتركة في هذا المجال.



الاتحاد في تغطية متميّزة للقمّة الافريقية (36)



أمّن اتحاد إذاعات الدول العربية تغطية فعاليات القمّة الإفريقية في دورتها 36 التي انعقدت بالعاصمة الأثيوبية أديس أبابا، مقرّ الاتحاد الإفريقي، في الفترة من 15 الى 19 فبراير 2023.

وترأس المهندس عبد الرحيم سليمان فريق الاتحاد. وقد شملت التغطية الإخبارية والهندسية والتقنية البثّ المباشر للجلسة الافتتاحية للقمّة، وما تضمّنته من كلمات رسمية، وكذلك الجلسة الختامية التي أعلن فيها عن البيان الختامي. وأيضاً المؤتمر الصحفي. علماً بأنّ كلّ هذه الفعاليات بُثّت مباشرة، مصحوبة بالصوت الدولي والترجمة باللغة العربية عبر شبكة المينوس بلاص التابعة للاتحاد TVU، والشبكة السحابية للاتحاد Asbu Cloud.

وشملت التغطية كذلك إنتاج وبثّ أربع مراسلات مسجّلة، تضمّنت مواكبة يومية لأبرز الفعاليات ولقاءات مع عدد من الشخصيات المشاركة في القمّة.



الاتحاد يشارك في المنتدى السعودي للإعلام بالرياض



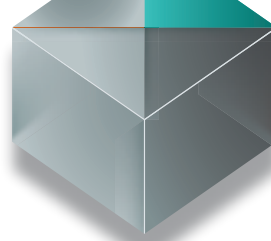
التأم هذا المنتدى في نسخته الثانية بالعاصمة السعودية يومى 20 و 21 فبراير 2023، بحضور أكثر من 1500 إعلامي من المملكة والدول العربية ومختلف بلدان العالم، وذلك برئاسة الأستاذ محمد بن فهد الحارثي، الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون وبرعاية الدكتور ماجد بن عبد الله القصبي وزير الإعلام المكلف (آنذاك) وقد مثل الاتحاد في هذا المنتدى المهندس عبد الرحيم سليمان، واستضاف المنتدى كبار المسؤولين في جلسات خاصة، ومنهم وزير الطاقة سمو الأمير عبد العزيز بن سلمان، ووزير الاستثمار خالد الفالح.



وانتظمت بالمناسبة عدّة فعاليات وحلقات نقاش، تناولت مستقبل التلفزيون في ظلّ وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، والتحديات التي تواجهه، وكيفية التعامل مع الأوضاع الجديدة في الإعلام. وناقش رؤساء تحرير عدد من الصحف العربية واقع الإعلام العربي في ظلّ تلك التحديات خلال جلسة «مستقبل الإعلام العربي.. أين البوصلة؟»

وركّزت جلسة «صحافة الروبوت في مواجهة الحسّ والموهبة» على حقيقة تبني المؤسسات الإعلامية لـ «صحافة الروبوت» التي أصبحت واقعا في المجال الإعلامي. وناقشت جلسة «الدبلوماسية الرقمية وثقافة الاتصال المجتمعي»، كيفية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والثورة الرقمية في التعريف بالدول ونشر ثقافتها.

كما عُقدت جلسات أخرى، من بينها جلسة «مراكز الأبحاث وقياس نسب المشاهدة : مَنْ وَلَمَنْ؟»، التي ناقشت المبادئ والأسس التي تستند عليها مراكز الأبحاث، ومعايير قياس نسب المشاهدة لدى هذه المراكز، فضلا عن مناقشة دور الأحداث الرياضية في التأثير على العالم، وحضور المرأة في المشهد الإعلامي، وتمكينها عبر توليها مناصب قيادية.



الاتحاد في احتفالية إطلاق أكاديمية الـ OSBU



أقيم بمدينة جدة السعودية يوم 15 فبراير 2023 حفل إطلاق أكاديمية اتحاد إذاعات وتلفزيونات دول منظمة التعاون الإسلامي (OSBU)، برعاية وزير الإعلام المكلف (آنذاك)، وبمشاركة عدد من الإعلاميين والسفراء والمندوبين الدائمين لدى المنظمة، واتحادي الإذاعات العربية الآسيوية. وأشاد المهندس عبد الرحيم سليمان بالتعاون القائم بين الاتحادين وما تربطهما من علاقة وثيقة، مؤكداً السعي إلى دعم هذا التعاون في كافة الأوجه الإعلامية وبخاصة التنمية البشرية. وتوجّه المدير العام بالتهنئة إلى الدكتور عمرو الليثي رئيس الاتحاد على هذا العمل الكبير وانطلاق الأكاديمية للتدريب والتعليم، بحكم التطور الحاصل في المجالات الإعلامية، ممّا غيّر من طبيعة العمل بهيئات الإذاعة والتلفزيون بطريقة لافتة، وخاصة في ظلّ التنافس مع الوسائط الإعلامية الأخرى، على نحو يكسب التدريب أهميّة قصوى ومكانة أساسية. ووصف افتتاح الأكاديمية بالخطوة المهمّة التي ستدعم الهيئات الأعضاء من الدول المشاركة في الاتحاد، وسترتقي بأداء العاملين بها، مضيفاً أنّ التعاون سيكون وثيقاً بين أكاديمية اتحاد إذاعات الدول العربية وأكاديمية اتحاد إذاعات وتلفزيونات دول منظمة التعاون الإسلامي. وتعدّ الأكاديمية الجديدة الأولى التي تخدم الدول الأعضاء البالغ عددها 57 دولة، في تدريب المنتسبين إلى وسائل الإعلام وصانعي المحتوى لصقل مهاراتهم في ظلّ التحدّيات التي فرضها الإعلام الجديد. وقد تزامنت احتفالية التدشين بتنظيم باكورة أعمال الأكاديمية، من خلال دورة تدريبية حول موضوع « الإعلام الإلكتروني الجديد » بمشاركة متدرّبين من 22 دولة عضوة في الاتحاد.

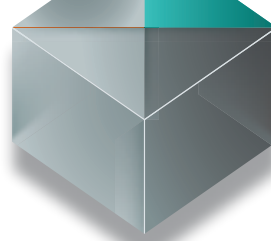


أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي : موقع خاص بها على الواب



سعيًا إلى مزيد تحسين رؤية الأكاديمية وتوسيع رقعة تسويق علامتها المهنية، أنشأت موقعًا لها بعنوان: asbuacademy.net ، مع الاحتفاظ بال رابط www.asbu.net الخاص بها على الموقع الرئيسي للاتحاد. ويمثل هذا الموقع بوابة جامعة لكامل خدمات الأكاديمية، ويُمكّن زائريه من الاطلاع على برنامج التدريب ودروس منصة التدريب عن بعد. كما يقدم آخر الأخبار ويوفر فيديوهات مجسمة لنشاطاتها.





الأسواق والناس موضوع ورشة « بين الضفاف » (9)



رَكَزَت هذه الورشة اهتمامها على مشروع الإنتاج المشترك بين اتحاد إذاعات الدول العربية والمؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية في حوض البحر الأبيض المتوسط. وكانت مناسبة لمشاهدة الأشرطة الوثائقية التي أعدتها 13 هيئة عضوة في الاتحاد والكوييام، بحضور مخرجيها ومنتجيهما، وفرق الخبراء والتنسيق والمتابعة. وقد مكّنت العروض من إبراز الجوانب الإيجابية لهذه الأعمال، والوقوف على النقاط التي تتطلب المراجعة أو التعديل لأخذها بنظر الاعتبار في الصيغة النهائية. ويستخلص من المشاهدة وما تبعها من نقاشات ثريّة، وجود تنوّع كبير في أفكار الأشرطة الوثائقية وفي السيناريوهات المعتمدة، وكذلك طريقة الإخراج التي تميّزت بالتشويق واللمسات الإبداعية. وقد أضفى الموضوع الذي تمّ اختياره وهو «الأسواق والناس» جمالية أكبر على الأعمال المنجزة، لما لهذه الأسواق من تاريخ عريق، ولكونها تشكّل القلب النابض للمدن، والنقطة الاقتصادية والاجتماعية الرئيسية في المناطق الحضرية والريفية على حدّ سواء.



Abstract

The new issue of the Arab Broadcasting Review “Al Idaat Al Arabiyaah” deals with two topics evoked by the Arab States Broadcasting Union (ASBU) Director General namely:

The second edition of the Arab Media Congress about “Visionary Approach to Global Digital Supremacy” held in January 2023 and attended by a number of well-known personalities, ministers, academic specialists and experts in the media field from the Arab world, Europe and Asia. The variety and richness of the interventions led to the issuance of the Congress Declaration which pointed out the challenges facing the Arab World and proposed action plans and strategies to face this threat, especially that it endangers Arab societies, especially children and youth.

The second topic raised by Eng. Abdelrahim Suleiman within this issue’s editorial “Ida2at” is «Radio in the Service of Peace». He explained the relevance of choosing this topic, by the fact that we are living at a time when crises, bloody conflicts and fierce wars intensify in several regions of the world. Radio, here, as a mass media, plays a crucial role in spreading the culture of peace, strengthening the bonds of love and tolerance among people and contributing to alleviating tensions and violent conflicts.

Other topics in this issue include:

- Women’s leadership in the Arab radio and television.
- Cybersecurity: importance, types and challenges .
- Artificial intelligence and machine learning in the production and distribution of media content.
- Audience measurement in Europe: goals and developments.

ISSN : 0330 – 6518

AL IDĀ ĀT AL ARABIYYAH

Radiodiffusion arabe
Revue trimestrielle spécialisée
publiée par
L'Union de Radiodiffusion des Etats
Arabes (A.S.B.U.)

AL IDĀ ĀT AL ARABIYYAH

Arab Broadcasting
Quarterly specialised review
published by the Arab States
Broadcasting Union (A.S.B.U.)



ASBU

اتحاد إذاعات الدول العربية

جامعة الدول العربية

المركز العمراني الشمالي
ص.ب 250 - 1080 - تونس
الهاتف : 71 849 000 (00216)
الفاكس : 71 843 054 (00216)

التلكس : 265.14

العنوان الإلكتروني : asbu@asbu.intl.tn

www.asbu.net