

عدد 4
2021



مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية



الفهرس

4 المهندس. عبد الرحيم سليمان

4

إضاءات

دورة ناجحة بامتياز

6 أ. محمد رةوقف يعيش

الحدث الإعلامي

الجمعية العامة للاتحاد (41)
في ضيافة العاصمة السعودية الرياض:

- انتخاب الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيسًا للاتحاد
- إعادة انتخاب المهندس عبد الرحيم سليمان مديرا عاما للاتحاد
- ندوة حول «تعامل الإعلام العربي مع الإعلام الرقمي العالمي»

31 أ. عبد الحفيظ الهراقم

التحول الرقمي

كيف تتفاعل عربيًا مع هيمنة المنصات الرقمية العالمية؟

47

م. سفيان النابلسي

مستجدات في تكنولوجيات الاتصال

47

• البودكاست PODCAST

60

قضية تغير المناخ

60

د. مهى زراقت

• إنذار أحمر للبشرية !

74

الميديا الاجتماعية والقانون

74

د. جابر غنيمي

• جرائم شبكات التواصل الاجتماعي

93

الملف

94

أ. المهدي الهمامي

• الإعلام العربي وأزمة كوفيد 19

105

أ. أحمد أكيكم

• البعد الاتصالي للأزمة الوبائية

111

د. جلييلة بن خليل

• كيفية التعاطي مع مصادر الخبر

115

د. محمد شطاح

• كورونا ومستقبل الأخبار في التلفزيون !

128

الدراما الإذاعية

أ. محمد مرعي

توظيف التقنيات الحديثة
في تطوير الإنتاج الدرامي الإذاعي العربي

135

Abstract

135

ملخص العدد باللغة الإنجليزية

دورة ناجحة بامتياز

كانت مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية خلال النصف الأول من شهر ديسمبر 2021، محط أنظار الفاعلين في المشهد الإعلامي والاتصالي العربي والعالمي، بل إنها تحوّلت إلى عاصمة للإعلام السمعي البصري بكل المواصفات، وذلك بمناسبة احتضانها أعمال الدورة الحادية والأربعين للجمعية العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية، والاجتماع السادس بعد المائة لمجلسه التنفيذي، وسائر التظاهرات المرافقة لها.

وقد سعدت كافة الوفود العربية المشاركة، وممثّلو الاتحادات الإذاعية والمنظمات المهنية الإقليمية والدولية، منذ حلولهم بهذه الأرض الطيبة، وطيلة إقامتهم في ربوعها المباركة، بمظاهر الحفاوة البالغة وحسن الوفادة وكرم الضيافة التي خصّتهم بها القيادة الحكيمة لهذا البلد الأمين، صاحب الريادة في تعزيز مقومات العمل العربي المشترك، ودعم رسالة الاتحاد الإعلامية والفنية والتكنولوجية.

كما لمس الجميع ما بذله الأشقاء السعوديون من جهود سخية، وما أبدوه من تعاون مثمر، تجلّى في إحكام التنظيم، وتوفير الظروف الملائمة التي يسّرت تنفيذ مجمل الأنشطة المبرمجة في كنف الأريحية، وأتاحت الخروج بنتائج إيجابية للغاية، سيكون لها أعمق الأثر في مسيرة الاتحاد المهنية، ودخوله في مرحلة جديدة تفتح أمامه سبل التطوير والتحديث، وتشحذ إرادته لرفع التحدّيات الناجمة عن التحوّل الرقمي العالمي والانخراط في أنساقه بثقة واقتدار.

وتجدر الإشادة بالرعاية السامية التي شمل بها معالي وزير الإعلام الدكتور ماجد بن عبد الله القصبي الجمعية العامة، حيث تفضّل بالإشراف على افتتاح أعمالها، فكانت فرصة سانحة طرح خلالها تصوّراته الوجيهة ورؤاه الصائبة لمستقبل الإعلام السمعي البصري العربي والارتقاء به إلى ما هو أفضل.

ونحن إذ نقدرّ عظيم التقدير هذه اللفتة الكريمة، فإننا نجدّد تهنئتنا الصادقة للمملكة الشقيقة بمناسبة انتخاب أحد أبنائها الأكفاء، وهو الأستاذ محمد بن فهد الحارثي الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، رئيساً لاتحاد إذاعات الدول العربية للفترة القادمة.

ومن دواعي سعادتنا أن نرحّب به الترحيب الذي يليق بمقامه، متمنين له التوفيق والنجاح في هذه المهمة القومية السامية.

ولا شكّ في أنه سيكون خير خلف للأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش الذي تحمّل أمانة رئاسة الاتحاد على امتداد سبع سنوات، قاد فيها دواليبه بحنكة وحسن تدبير، وكان مثالا للمتابعة الدقيقة لسير المشاريع المقرّرة، حسبنا الإشارة إلى أكاديمية التدريب الإعلامي، والفندق الذي شيّده الاتحاد، والقفزة النوعية التي سجّلها المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، واحتفالية الخمسينية... وفي ظلّ هذا الرصيد الثريّ من المنجزات المتنوّعة الذي تحقّق في عهده، انتخبته الجمعية العامة نائباً أوّل لرئيس الاتحاد ليواصل إعطاء الإضافة.

ولا يفوتني بدوري أن أجدّد الإعراب للجمعية العامّة عن عميق تأثّري ووافر امتناني لكافة أعضائها المحترمين، على الثقة الغالية التي وضعوها في شخصي المتواضع، بأن قرّرت إعادة انتخابي على رأس الإدارة العامة للاتحاد.

وسأبذل بعون الله، ما أوتيت من جهد، للمضيّ قدماً بالاتحاد نحو المزيد من الارتقاء بأدائه في كلّ مجالات اختصاصه، مستعيناً في ذلك بأسرته الحازمة التي تربطني بها وشائج متينة، ودعم الهيئات الأعضاء في الاتحاد وتجاوبها اللامحدود مع خطته وبرامجه.

فعلى وقع هذه الكلمات النابعة من الوجدان، يتطلّع جميعنا بكلّ أمل وتفاؤل إلى فترة مقبلة برئاسة الأستاذ محمد بن فهد الحارثي ومساعدة الأستاذه محمد عبد المحسن العوّاش وحسين زين النائب الثاني للرئيس، فترة نحرص على أن تكون زاخرة بالمبادرات والمكاسب حتى تواصل منظمنا العتيدة مسيرتها الظاهرة، وتكون أكثر حضوراً وأوسع إشعاعاً في محيطها العربي والإقليمي والدولي.

والله وليّ التوفيق.

الرياض؛ كتب محمد رؤوف يعيش

الجمعية العامة للاتحاد تقبل دورتها (41) بالرياض في ضيافة المملكة العربية السعودية



- انتخاب الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيساً جديداً للاتحاد
والأستاذين محمد عبد المحسن العواصم نائباً أول للرئيس
وحسين زين نائباً ثانياً للرئيس



- الجمعية العامة تقر إعادة انتخاب
المهندس عبد الرحيم سليمان مديراً عاماً للاتحاد

■ معالي وزير الإعلام الدكتور ماجد بن عبد الله الفيضي؛

■ نطلع إلى أن تحقق دورة الجمعية العامة نتائج تخدم مسيرة العمل العربي المشترك

■ للدكتور محمد بن فهد الحارثي؛

■ التوجه القادم للاتحاد سيكون نحو الاستثمار في التدريب وبناء الكوادر التي تقود إلى مسار التحول الرقمي

■ للدكتور محمد عبد المحسن العواصم؛

■ نتخرجات هذه الدورة ستطوينا دفعا جديداً للاتحاد في المرحلة المقبلة

■ المهندس عبد الرحيم سليمان؛

■ كل الشكر والامتنان للمملكة العربية السعودية على استضافتها المتميزة للجمعية العامة والاجتماعات المرافقة لها.

وقائع الجلسة الافتتاحية



افتتحت يوم 13 ديسمبر 2021 بمدينة الرياض أعمال الدورة الحادية والأربعين للجمعية العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية تحت إشراف معالي الدكتور ماجد بن عبد الله القصبي وزير الإعلام في المملكة العربية السعودية، وبحضور

الأستاذين محمد عبد المحسن العوّاش رئيس الاتحاد ومحمد بن فهد الحارثي الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، والمهندس عبد الرحيم سليمان مدير عام الاتحاد.

وحضر الجلسة رؤساء وممثلو هيئات الإذاعة والتلفزيون العربية الأعضاء في الاتحاد، ومسؤولو الاتحادات الإذاعية والمنظمات المهنية الإقليمية والدولية، وجمع غفير من المدعوين.

ورحب الوزير بالوفود المشاركة في الجمعية العامة بمدينة الرياض، مقدراً حضورهم إلى بلدهم الثاني المملكة العربية السعودية، وتفاعلهم مع اجتماعات الدورة الحادية والأربعين للجمعية العامة، والاجتماع السادس بعد المائة للمجلس التنفيذي لاتحاد إذاعات الدول العربية، والاجتماعات التحضيرية المتصلة بهما.



وبين أهمية دور الإعلام في توجيه السياسات العالمية وصناعة القرارات، وهو ما يؤكد أهمية العمل الجماعي لمواكبة التطورات والاستفادة من التقنيات الرقمية في تبليغ الرسائل الاتصالية إلى العالم.



وأضاف الوزير أنه بإلقاء نظرة سريعة على التطورات الحاصلة خلال العامين الماضيين، وتحديدًا أثناء تفشي جائحة كوفيد 19، سيطر الإعلام الرقمي على المشهد العالمي، وكان الخيار الأهم للدول، وساهمت التقنيات الرقمية في تغيير طريقة تلقينا للمعلومة، وتمّ التعامل مع الأحداث والتفاعل مع الآخرين، وقد أنتج هذا التحوّل بلا شك ثقافة مجتمعية جديدة تتطلّب دراستها والاهتمام بها، ومواءمة الجهود للتعامل معها بالطريقة المثلى.

وشكر الدكتور ماجد القصبي قيادة اتحاد إذاعات الدول العربية، متطلّعًا إلى أن تحقّق هذه الدورة نتائج تخدم مسيرة العمل الإعلامي العربي المشترك، من خلال مقارنة أفضل للتجارب الإعلامية، وأوضح أنّ الإعلام العربي يملك الخبرات والكفاءات، ويثبت دومًا أنه جدير بمكانة عالمية مرموقة تليق به، في ظلّ الحراك الكبير الذي نشهده



من أجل مستقبل أفضل لدولنا وشعوبنا العربية.



بدوره رحّب الأستاذ محمد بن فهد الحارثي الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية بضيوف المملكة، مشيدًا بمسيرة الاتحاد الذي يعدّ من أبرز مؤسسات العمل العربي المشترك، وقال إنّ العالم يعيش حقبة التحوّل الرقمي التي فتحت آفاقًا جديدة وتحديات كبيرة، يتمثّل أهمّها في توجّه الجمهور نحو المنصّات الرقمية التي اكتسحت

مظاهر الحياة واستفادت من أزمة كورونا، وأصبحت تسيطر على المشهد، بالإضافة إلى وجود منصّات التواصل الاجتماعي التي انتقل إليها الجمهور، وأضحى لها نجوم ومتابعون ومُعلنون، وصناعة تتشكّل خارج دائرة الإعلام الذي يعرفه الممارسون السابقون. ومضى قائلاً : إنّ هذه العوامل تسهم في إلزامية فهم أدوار الإعلام التي تستدعي في الوقت ذاته فهم الجمهور. وأضاف أنّ نجاح أيّ مؤسسة إعلامية

يُكمن في صناعة المحتوى الذي يرتبط بالمحلية ويلتزم بالمصداقية والمهنية، حيث يسهم تعدد مصادر المعلومة وتشتت الجمهور بين مئات المصادر الخبيرة، ثم اكتشاف عدم صحة بعضها، بلجوء ذلك المتلقي إلى المصادر الموثوقة، وهذه فرصة لأي وسيلة إعلامية تلتزم بالمصداقية، لأن الجمهور سيعود إليها ويحترمها ويرتبط بها.



وطالب الحارثي بإعادة النظر في التعامل مع شركات التقنية، بما يحقق العدالة لكل الأطراف، حيث تكشف الخارطة الإعلامية الحالية أن شبكات التقنية العالمية هي التي تهيمن على السوق الإعلامية، وهذه الشركات العملاقة أخذت نصيب الأسد من الجمهور والحصة الإعلانية، على حساب الشركات المحلية، واستخدمت

الخوارزميات لتحقيق سيطرتها، مما استدعى من الدول السبع الكبرى فرض ضرائب على تلك الشركات، وهو ما نطالب به مستقبلاً.

وأعلن الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية أن التوجه القادم للاتحاد سيكون نحو الاستثمار في التدريب وبناء الكوادر التي تدرك وتقود نحو مسار التحول الرقمي، مشيداً في الوقت ذاته بالعنوان الأساس لندوة الاتحاد، والتي اتخذت



«تعامل الإعلام العربي مع الإعلام الرقمي العالمي» موضوعاً لها، مبيّناً أن هذا الاختيار يعدّ استشرافاً مهماً للتعامل مع واقع يفرض نفسه ويستلزم مقاربة مختلفة ومبتكرة، حتى لا ينكمش الإعلام المحلي تحت هيمنة مصادر متسيّدة، ونظراً لنعيش في نفس الدائرة المشطورة إلى نصفين، الشمال الذي يملك الوسيلة والرسالة، والجنوب الذي يستهلك ويستقبل الرسالة.

وأشار إلى أن المتابع لمسيرة الاتحاد، التي تجاوزت الخمسين سنة، يقف أمامها بإعجاب كواحدة من أنجح مؤسسات العمل العربي المشترك. كما أنها استطاعت أن تطور منظومة التعاون بين الهيئات العربية، وكذلك تطوير علاقة الاتحاد مع نظرائه من الاتحادات الدولية، على نحو يستدعي توجيه الشكر إلى كل من ساهم في صناعة هذا النجاح منذ تأسيس الاتحاد حتى الآن، على دورهم الاستثنائي في تقديم عمل عربي مشترك ناجح.



من جهته، توجّه الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش رئيس الاتحاد بعبارات الشكر والتقدير إلى المملكة العربية السعودية على استضافتها للجمعية العامة للاتحاد والاجتماعات المرافقة لها، مبرزاً الدور الكبير لقيادة المملكة الحكيمة في سبيل تحقيق مقوّمات التقدّم والرخاء والازدهار للشعب السعودي الشقيق، ودورها الطلائعي في نصرة قضايا الأمة العربية والإسلامية، وإعلاء مكانتها بين أمم العالم...

وأكد الأهميّة التي يكتسيها انعقاد دورة الجمعية العامة وما ستسفر عنه من نتائج، ستدعم الإعلام العربي وتعطي دفعا جديداً للاتحاد في المرحلة القادمة.

واستعرض الأستاذ العوّاش الأشواط المهمة التي قطعها الاتحاد في السنوات المنقضية في مجالات اختصاصه، والإنجازات التي استطاع أن يحققها، في إطار جهوده الرامية إلى خدمة هيئاته الأعضاء بأحدث الوسائل التكنولوجية وأرقى المناهج العصرية.



أمّا المهندس عبد الرحيم سليمان، فأعرب عن مشاعر الابتهاج لافتتاح أعمال الدورة الحادية



والأربعين للجمعية العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية في مدينة الرياض، بدعوة كريمة من المملكة العربية السعودية الشقيقة، مهد الإسلام الحنيف، وأرض النور والهدى، وموطن الحرمين الشريفين، وهي البلد الأصيل المشهود له بمواقفه القومية الرائدة، والحريص دوماً على الإسهام الفاعل في بناء صرح الأمة العربية وتقدّم شعوبها ومناعة أقطارها. ورفع مدير عام الاتحاد

أسمى آيات الإكبار والعرفان إلى خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود ملك المملكة العربية السعودية وإلى صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان وليّ العهد، على ما حظيت به الوفود العربية والأجنبية من حفاوة وحسن وفادة.

وخصّ بالترحاب الحارّ معالي وزير الإعلام، الذي يؤكّد حضوره وتفضّله بالإشراف على جلسة افتتاح دورة الجمعية العامة، ما توليه الدولة السعودية من كريم عناية وجزيل رعاية لرسالة الاتحاد الإعلامية والفنية والتكنولوجية.



وأبرز أهمّية الدور المحوري الذي ما فتئت تضطلع به المملكة العربية السعودية في إسناد العمل الإعلامي العربي المشترك وتعزيز مقوماته، حتى يؤدي الإعلام العربي، ولا سيما السمعي والبصريّ منه، الوظيفة النبيلة الموكولة إليه في التنوير والتوعية وخدمة القضايا الحقيقية لشعوب الأمة العربية، على أساس مبادئ التضامن والوسطية والاعتدال، وبعيداً عن أيّ أشكال الغلوّ والتعصّب والتطرّف.

وحياً المهندس عبد الرحيم سليمان كوادر وزارة الإعلام، وأيضا هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية برئاسة الأستاذ محمد بن فهد الحارثي، على جهودهم الصادقة في وضع كلّ التسهيلات وإحكام التنظيم، وما أبداه الجميع من تعاون مثمر وتنسيق مشترك كان لهما الأثر الإيجابي الملموس في توفير المناخ المريح وإيجاد الأرضية الملائمة التي يسّرت مجمل الأعمال في كنف الأريحية.

وأكدّ المدير العام أنّ انعقاد الجمعية العامة يشكّل حدثاً سنوياً مهماً للغاية بالنسبة إلى الاتحاد وهيئاته الأعضاء، فهو مناسبة لتقييم حصيلة الأنشطة التي أنجزت خلال عام 2021 في شتى مجالات اختصاصه، وتعميق النظر في ملامح خطة عمله للعام القادم ورسم توجّهاته المستقبلية، وذكر أنّ الأزمة الوبائية التي شلّت مظاهر الحياة في كلّ أرجاء



المعمورة، لم تُثنّ الاتحاد عن الاستمرار في نشاطه، مستخدماً أحدث النظم التكنولوجية القائمة على الصيغ الافتراضية بتقنيات التواصل عن بعد في تنفيذ خطته وفعالياته، وعقد اجتماعات أجهزته، ولجانته الدائمة، التي أصبحت خلال هذا العام بوتيرة نصف سنوية، مشفوعة بالندوات الهندسية والإخبارية والبرامجية، الإذاعية منها والتلفزيونية.

تكريمات

تميّزت الجلسة الافتتاحية بتكريم نخبة من الشخصيات الإعلامية، في مقدّمهم السيد وزير الإعلام. أكثر تفاصيل عن هذا الموضوع تتابعتها بالكلمة والصورة إثر استعراض مداورات الجمعية العامة وأهمّ التوصيات المنبثقة عنها.

مداورات الجمعية العامة



انتخاب رئيس الاتحاد ونائبيه لدورة عامي 2022 – 2023

انتخبت الجمعية العامة :

- | | | |
|---|------------------------------------|---|
| رئيساً للاتحاد | – الأستاذ محمد بن فهد الحارثي |  |
| الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية | | |
| نائباً أول للرئيس | – الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش |  |
| نائباً ثانياً للرئيس | – الأستاذ حسين زين |  |
| | رئيس الهيئة الوطنية للإعلام المصري | |

وعبر الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش عن تمنياته للرئيس المنتخب بالتوفيق والنجاح في مهمّته الجديدة، مشيداً بما أبدته المملكة العربية السعودية من حسن تنظيم ومتابعة دقيقة لأنشطة الاتحاد واهتمام كبير بمشاريعه وبرامجه.

الأستاذ محمد بن فهد الحارثي الرئيس الجديد لاتحاد إذاعات الدول العربية



هو كاتب وإعلامي سعودي، تمتدّ خبرته لأكثر من 20 عاما في مجاليّ الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. وحاصل على درجتَيْ الماجستير في الصحافة الدولية من جامعة سيتي لندن البريطانية، والباكلوريوس في الهندسة المعمارية.

بدأ الأستاذ محمد الحارثي مسيرته المهنية في صحيفة «الشرق الأوسط» بلندن، ثمّ عمل بعدّة صحف ومجلات عربية وإنجليزية، وارتقى إلى خطة مدير تحرير لمجلة «الرجل» - ومجلتيّ «سيدتي» و«الجميلة» الصادرة في العاصمة البريطانية عن المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق)، ورئاسة تحرير صحيفة عرب نيوز الناطقة بالإنجليزية. فاز بانتخابات مجلس إدارة الرابطة العالمية للصحف وناشري الأنباء في بريطانيا. كما عين رئيساً لمنتدى الإعلام السعودي، ورئيساً لجائزة الإعلام السعودي. كان أطلق في عام 2015 برنامج «بدون شك» على شاشة قناة MBC كمقدّم ورئيس تحرير البرنامج الأسبوعي الأبرز الذي يناقش بجرأة قضايا اجتماعية متنوّعة، ويحلّها بأسلوب تلفزيون الواقع، ممّا كان له تأثير هامّ على خارطة البرامج التلفزيونية الاجتماعية، بأن حرّك جدلا إيجابيا وحقق نسب مشاهدة عالية في العالم العربي.

وفي سبتمبر عام 2020، تمّ تعيين الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيساً تنفيذياً لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية...

ولديه مبادرات في مجال الإعلام الاجتماعي والمسؤولية المجتمعية، حيث قاد عدّة حملات، من بين عناوينها: لا لزواج القاصرات في العالم العربي - بادر بالخير - ضدّ العنف الأسري...

وقد مكّن هذا التألّق الأستاذ الحارثي على الصعيدين العربي والدولي من نيل عديد الجوائز، تكريماً لنجاحه وإنجازاته في مجالات التحرير والصحافة المطبوعة والرقمية.

إعادة انتخاب المهندس عبد الرحيم سليمان مديراً عاماً للاتحاد

تابع أعضاء الجمعية العامة العرض الذي قدّمه الأستاذ محمد عبد المحسن العواش بشأن ما حققه الاتحاد من مشاريع متعدّدة وإنجازات متنوّعة لفائدة هيئاته الأعضاء خلال الفترة التي تحمّل فيها المهندس عبد الرحيم سليمان أمانة الإدارة العامة. واعتباراً لما يمتّع به من خبرة واسعة وكفاءة عالية، ولما يميّز به من عطاء متواصل ونظرة استشرافية فتحت أمام الاتحاد سبل النجاح والتطور، ومكّنته من الإشعاع المتزايد والحضور الفاعل في المشهد الإعلامي والاتصالي العربي والدولي، فقد قرّرت الجمعية العامة بالإجماع إعادة انتخاب المهندس عبد الرحيم سليمان مديراً عاماً للاتحاد لولاية ثالثة تبدأ من 1 يناير 2023 إلى 31 ديسمبر 2026.



جدول أعمال ثريّ :



هذا وقد باشرت الجمعية العامة أعمالها برئاسة الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيس الاتحاد، وصادقت على مشروع جدول الأعمال، وناقشت البنود العشرة الواردة فيه، وفي مقدّمتها التقرير السنوي عن نشاط الاتحاد خلال الفترة الفاصلة بين الدورتين العاديتين (40 و41) للجمعية العامة، وكذلك تقريراً المجلس التنفيذي وتوصياته في اجتماعيه (105) و(106).

واستعرض المهندس عبد الرحيم سليمان أبرز الملامح التي طبعت نشاط الاتحاد بمختلف أجهزته خلال عام 2021 في مجالات الإذاعة، والتلفزيون، والمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، والرياضة، والتكنولوجيا والتطوير، والإعلام الجديد، والتعاون العربي والدولي، والنشر والبحوث والدراسات، وتبادل الأخبار والبرامج



عبر الأقمار الصناعية، والتدريب الإذاعي والتلفزيوني.



وذكر المدير العام بالتطور المتنامي الذي سجّله حركة التبادلات الإخبارية والبرامجية في مستوى الكمّ والنوع، وتغطية الأحداث الكبرى في المنطقة العربية وخارجها افتراضياً، وبالتعاون الوثيق مع هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية في تغطية موسم الحج.

وتوفّق أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي

ومركزه للتدريب الإذاعي والتلفزيوني في تنفيذ كامل البرامج التدريبية المقررة لعام 2021، بالشكل الافتراضي.

وكان الاتحاد على موعد مع ثلاثة أحداث كبرى أضيفت إلى رصيده الثري من المنجزات،

وهي على التوالي :

– مؤتمر الإعلام العربي الذي عقده لأول مرة في تاريخه، وكان فضاءً رحباً للتفكير الجادّ أتاح للأكاديميين والخبراء والإعلاميين العرب والأجانب فرصة التداول في قضايا آنية ودقيقة تهتمّ الإعلام العربي بمختلف تفرّعاته وتقديم التصوّرات الكفيلة بحلّها.



- تنظيم المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون في دورته الحادية والعشرين تحت شعار (التواصل والتجديد)، حيث راوحت فعالياته بين الحضوري والافتراضي، وأمكن له بفضل الجهود المبذولة أن يحقق نجاحاً باهراً وإشعاعاً متزايداً داخل الوطن العربي وخارجه.



- وتُوجت هذه الأحداث بتدشين فندق الاتحاد الجديد **Royal Swiss Asbu Hotel** من قبل معالي الأمين العام لجامعة الدول العربية الأستاذ أحمد أبو الغيط.

وعلى وقع هذه المكاسب المتعددة والمتنوعة، يواصل الاتحاد مسيرته المهنية بثبات واقتدار، رائده الطموح إلى الأفضل، والتوق إلى مزيد تطوير العمل الإذاعي والتلفزيوني وتحديث مناهجه، والنهوض بأداء الموارد البشرية التي تزخر بها المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية العربية.

وأشادت الجمعية العامة بالإنجازات المحققة، وقررت المصادقة عليها.



صدرت عن الدورة (41) للجمعية العامة للاتحاد أهم التوصيات التالية :

• تشكيل المجلس التنفيذي من 14 عضوًا اعتبارًا من دورة عامي
2023 - 2022

• تركيبة جديدة للمكتب التنفيذي للشؤون الطارئة
• استعراض ودرس أوجه نشاط الاتحاد خلال عام 2021، والتنويه بما توفّق
إلى إنجازه، رغم تداعيات جائحة كوفيد 19.

• المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (21): تميّز دورة التواصل والتجديد،
ونجاح تجربة التحكيم الإلكتروني للمسابقات.

• التكنولوجيا والتطوير : آفاق واسعة ستفتحها شبكة الاتحاد السحابية
(الأسبو كلاود) وخدمات متطورة في مجال الذكاء الاصطناعي والإنتاج عن بعد.

• التدريب: إشادة بجهود مركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني، ودعوة الهيئات
الأعضاء إلى تكثيف الاستفادة من آليات التدريب الراقية التي توفرها أكاديمية
الاتحاد للتدريب الإعلامي.

• من المنتظر ندوتان تدريبيتان موجّهتان إلى كبار المسؤولين في الإدارة
والقيادة، وتنظيم احتفالية للأكاديمية بمناسبة عيدها الخامس.

• ارتياح لنجاح المؤتمر الأول للإعلام العربي، وإنجاز فندق الاتحاد.

• ندوة حوارية متميّزة في مدينة الرياض حول : «تعامل الإعلام العربي
مع الإعلام الرقمي العالمي».

• مشروع استثماري جديد: مركز أعمال اتحاد إذاعات الدول العربية.

تشكيل المجلس التنفيذي :



– يضمّ المجلس (14) عضوا من الأعضاء العاملين لمدة سنتين حسب الترتيب الهجائي المعتمد للدول العربية. ووفقا لما أقرته الجمعية العامة للاتحاد في دورتها 41 يتمّ تغييرهم حسب الشروط التي أقرتها الجمعية العامة للاتحاد في دورتها 29.

– إلغاء الفقرة المتعلقة بتغيير الأعضاء العاملين وفقا لقاعدة التغيير النصفي.

التركيبة الجديدة للمجلس :

الأعضاء العاملون :

1. الأردن	4. الجزائر	7. قطر	10. المغرب	13. العراق
2. البحرين	5. السعودية	8. الكويت	11. مصر	14. السودان
3. تونس	6. سلطنة عمان	9. لبنان	12. الإمارات	

التأكيد على القرار الذي ينصّ على أن تقوم الهيئة العضوة بتسمية ثلاثة من كبار المسؤولين بها يمثلون قطاعات الإذاعة والتلفزيون و(البثّ / الهندسة) وغيرها من القطاعات الأخرى للمشاركة في اجتماعات المجلس خلال كامل الدورة.

تشكيل المكتب التنفيذي للشؤون الطارئة لدورة عامي 2023/2022

رئيسا	– الأستاذ محمد بن فهد الحارثي
عضوا	– الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش
عضوا	– الأستاذ حسين زين
عضوا	– الأستاذ خالد عبد الله الدوسري
عضوة	– الأستاذة عواطف دالي
عضوا	– الأستاذ شعبان لوناكل
عضوا	– المهندس عبد الرحيم سليمان

هذا وصادقت الجمعية العامة للاتحاد على تقرير وتوصيات المجلس التنفيذي في اجتماعه
105 و 106 :

في مجال الإذاعة، استأثرت احتفالية اليوم العالمي للإذاعة بالاهتمام، وستكون إذاعات موريتانيا
وفلسطين والسعودية الإذاعات المركزية لاحتفالية عام 2022.

وفيما يتعلق بالمسابقة العربية للموسيقى والغناء في دورتها (13)، نوهت الجمعية العامة
بتجاوب الهيئات التي شاركت فيها (7 و 8 سبتمبر 2021 بمقر الاتحاد).

كما أشادت : بسير الإنتاج المشترك - السلسلة البرمجية حول «الفلاسفة العرب.. القدامى
والمعاصرون». وبالنتائج المسجلة في مجال التبادل الإذاعي لسنة 2021 التي حققت ارتفاعا ملحوظا
من حيث المواد المتبادلة ومساهمات الهيئات الأعضاء.

وتمّ التأكيد على الإعداد والتنظيم الجيد لتظاهرة «القدس العاصمة الدائمة للإعلام العربي».

كما ثمنت الجمعية العامة مبادرة الاتحاد بتنظيم اليوم الإعلامي المفتوح «الطارئ»
للتضامن مع الشعب الفلسطيني (27/ 05/ 2021) في مواجهة الأحداث الآنية الطارئة آنذاك،
حيث أنتج الاتحاد سلّة خاصة بمنظومة الأسبوع كلاود لتبادل المواد المتعلقة بهذا اليوم. والأمر ذاته
بالنسبة إلى اليوم الإعلامي المفتوح لدعم القضية الفلسطينية وصمود القدس.

في مجال التلفزيون (البرامج) : تمت المصادقة على قرار المجلس التنفيذي القاضي
باعتداد آلية التحكيم الإلكتروني لمسابقات التبادلات البرمجية السنوية عن طريق خبراء عرب
مستقلين بداية من العام 2022.

وحول الإنتاج التلفزيوني العربي المشترك، تمّ حثّ الهيئات الأعضاء على بثّ الأفلام الوثائقية
المنجزة في إطار الصيغة 4 من الإنتاج التلفزيوني العربي المشترك بعنوان «مبادرات الريادة والإبداع
لدى الشباب» على قنواتها التلفزيونية، فيما دُعيت الهيئات إلى المشاركة الفاعلة في الصيغة
(التاسعة) من الإنتاج التلفزيوني العربي الأوروبي المشترك بين الضفاف 8 وإلى بثّ الأفلام الوثائقية
العربية والأوروبية المنتجة في هذا الإطار.

الأخبار:

أثنت الجمعية العامة على الهيئات والاتحاد لجهودها في تعزيز التطور الملحوظ في حجم ونوعية التبادلات الإخبارية العربية عبر شبكة ASBUVISION لتشمل أخباراً صحية وسياسية وأمنية وثقافية ومنوعة وطارئة.

مع توجيه الشكر إلى هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية لقيامها بتأمين التغطية التلفزيونية لموسم الحج (1442هـ) في ظل الإجراءات الاستثنائية وتوفيرها البث المباشر للمشاعر المقدسة عبر شبكة الاتحاد للتبادل.

المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون : تميّز الدورة (21) على كل المستويات ، وإشادة بما سجّلته تجربة التحكيم الإلكتروني للمسابقات الإذاعية والتلفزيونية من نجاح ومهنية وشفافية. ودعوة الهيئات الأعضاء إلى دعم جهود الإدارة العامة للاتحاد في إحكام الإعداد لتنظيم الدورة (22) للمهرجان.

والمصادقة على اعتماد أصناف مسابقات الدورة القادمة للمهرجان.

الرياضة:

– مواصلة التعاقد مع الاتحاد العربي لكرة الطائرة بشأن بطولاته المبرمجة للعام 2022، والتنويه بتطور حجم التبادلات الرياضية بين الهيئات الأعضاء، والتأكيد على ضرورة تنويعها وتحسين جودتها شكلا ومضمونا.

– ودعوة الاتحاد والمركز العربي للتبادل إلى استمرار التنسيق مع التلفزيون الجزائري للحصول على حقوق بثّ ألعاب البحر الأبيض المتوسط – وهران 2022، والتواصل مع الجهة المالكة للحقوق نظرا إلى أهمية هذا الحدث الرياضي.

التكنولوجيا والتطوير

نظام المينوس MENOS-Plus

– تثمين الخطوات التي اتخذها الاتحاد في استكمال شبكة المينوس+، وتنفيذ عملية الشراء الجماعي لمحطات المينوس+ التلفزيونية، واستكمال جميع مراحل التنفيذ والتشغيل، والطلب من الإدارة العامة إيقاف خدمة المينوس التلفزيوني اعتبارا من 31/ 12/ 2021.

– الاستفادة من الخدمات السحابية التي يقدمها الاتحاد في مجال التبادلات وتغطية الأحداث والتي يمكن استخدامها كذلك للإنتاج عن بعد.

– التنويه بالجهود المبذولة في مجال تطوير الشبكة السحابية، لما ستقدمه من مزايا في مستوى التبادل والإنتاج عن بعد والخدمات الإضافية. والطلب من الاتحاد الإسراع في تنفيذ مشروع شبكة أسبو كلاود، وفق الدراسة الجديدة التي قدمها الاتحاد، والتي تشمل خدمات متطورة في البحث والفهرسة والذكاء الاصطناعي والإنتاج عن بعد.

الإعلام الجديد:

– تخصيص مسابقة، تُرصد لها جائزة ضمن مسابقات المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون في الصنفين التاليين :

- مسابقة التبادل للمواد المنتجة عبر وسائط الإعلام الجديد
- مسابقة أفضل إنتاج في الإعلام الجديد بالهيئات الأعضاء.

– تتمين تجاوب الهيئات الأعضاء مع مبادرة الاتحاد الخاصة بتنظيم المسابقات الإذاعية والتلفزيونية للدورة 21 للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون لأول مرة، وفق آلية التحكيم، والدعوة إلى الحرص على القيام بإنتاجات موجهة خصيصا إلى منصات التواصل الاجتماعي والتنوع في مضامينها.

التعاون العربي والدولي :

– الإشادة بجهود الاتحاد في سبيل تكثيف حضوره في عديد التظاهرات العربية والدولية وبمساهمته الفعالة في العمل العربي المشترك، ولا سيما من خلال الوثيقة التي أعدها بشأن تعامل الدول العربية مع الفضاء الرقمي والشركات الدولية الكبرى المسيطرة.

– الترحيب بالتعاون القائم بين الأسبو واتحاد إذاعات الدول الإسلامية من خلال إنشاء شبكة متكاملة لنظام تبادلات إذاعية وتلفزيونية لاتحاد إذاعات الإسلامية عبر استخدام شبكة الأسبو كلاود.

المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج

- توجيه الشكر إلى الحكومة الجزائرية على حرصها لاستكمال المبنى الجديد لمركز التبادل في موعده المحدد، وتقدير جهود مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي في متابعة أشغال إنجاز المقرّ الجديد للمركز.

- تثمين جهود كلّ من الهيئات التلفزيونية والاتحاد في مجال تنشيط التبادلات على شبكة مينوس+ الجديدة والعمل على الإطلاق القريب لخدمات شبكة التبادلات الإذاعية الجديدة مينوس+.

- التنويه بالنتائج المسجّلة في مجال التبادل الإذاعي خلال سنة 2021 بتحقيق معدّل تبادل قدره 16 ساعة، واستمرار المساهمة الإيجابية للهيئات بالبرامج والأخبار والاستخدام في سابقة استثنائية، متحدّية الظروف الصعبة التي فرضتها جائحة (كوفيد19).

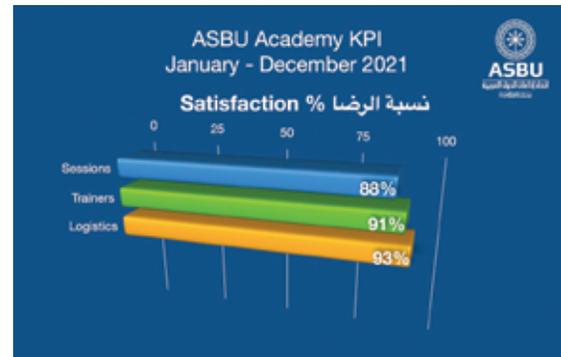


ووافقت الجمعية العامة على إعادة تعيين الأستاذ محسن كريم سليمان مديرا للمركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج لولاية ثانية اعتباراً من 15 يناير 2022 إلى 14 يناير 2026.

التدريب:

أشاد المجلس التنفيذي بالجهود التي بذلها مركز التدريب بدمشق لاستمرار عمله.

واستأثر نشاط أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي باهتمام الجمعية العامة التي نوّهت بجهودها في تأمين مواصلة توفير برنامج تدريبي لفائدة الهيئات الأعضاء بالآليات المناسبة، لضمان معايير الجودة العالية في التدريب، مع دعوة الهيئات إلى تكثيف الاستفادة من آليات التدريب المتطورة والمتنوّعة التي تتيحها الأكاديمية، وخاصة عبر استغلال الدروس المتوفّرة على منصّة التدريب عن بُعد، والتي تشمل جميع الاختصاصات في المجال السمعي والبصري،



والمتاحة مجاناً على مدار الساعة وعلى كل منصات الاستقبال.

والطلب إلى الهيئات الأعضاء الحرص على المشاركة في الندوتين التدريبيتين اللتين تستهدفان كبار المسؤولين في الإدارة والقيادة :

«التعديل الذاتي لهيئات الإذاعة والتلفزيون (يونيو 2022)»

«الريادة النسائية في الهيئات العربية للإذاعة والتلفزيون (نوفمبر 2022)»

ودعوة الهيئات الأعضاء إلى المشاركة في برنامج الاحتفالية بمرور خمس سنوات على إنشاء الأكاديمية التي ستقام خلال شهر مايو 2022، والمساهمة في إنجازها.

تقرير المكتب التنفيذي للشؤون الطارئة : فندق الاتحاد

أحيطت الجمعية العامة علماً بتدشين فندق الاتحاد يوم 20 أكتوبر 2021 تحت إشراف معالي أمين عام جامعة الدول العربية، وبحضور العديد من الوزراء والسفراء والديبلوماسيين العرب ومن رؤساء وممثلي الهيئات الأعضاء بالاتحاد، وأشادت بهذا الإنجاز الخدمي والاستثماري الذي تتمثل أهميته في الفوائد الاقتصادية والعملية والاستراتيجية التي ستعود على الاتحاد وكافة هيئاته الأعضاء بالنتج العميم.

المشروع الجديد للاتحاد : مركز أعمال اتحاد إذاعات الدول العربية

وافقت الجمعية العامة على إنشاء هذا المشروع الاستثماري ASBU BUSINESS CENTER. وفقاً للخطوط العريضة التي حدّتها الإدارة العامة، وما تضمنته دراسة الجدوى من الناحية الاقتصادية والمردودية الربحية.

وستتشكّل لجنة برئاسة رئيس الاتحاد تفوّض من قبل الجمعية العامة بالإشراف وتسيير مشروع هذا المركز من كافة جوانبه وفي جميع مراحلها، وذلك عبر استكمال هذه الدراسة من كل النواحي العملية والاستراتيجية والمالية والإجرائية. مع التنويه بجهود اللجنة التي أشرفت وسيّرت مشروع فندق الاتحاد.



مراسم التكريم

تولّى الدكتور ماجد بن عبد الله القصبي وزير الإعلام تكريم :



الأستاذ سعد الجريس النائب الأول للرئيس



الأستاذ محمد عبد عبد المحسن العوّاش



المهندس عبد الرحيم سليمان



الأستاذ حسين زين النائب الثاني للرئيس



ومن جهته أهدى المهندس عبد الرحيم سليمان معالي الوزير الدكتور ماجد بن عبد الله القصبي درع اتحاد إذاعات الدول العربية.

وقدّمت أسرة اتحاد إذاعات الدول العربية هدية تذكارية إلى الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش، اعترافاً بالدور الكبير الذي قام به طيلة رئاسته للاتحاد، ووفاء للعلاقة الطيبة التي جمعتهم بالعاملين فيه.



وشمل الحفل، تكريم السيد وزير الإعلام لثلة من الإعلاميين السعوديين الذين كانت لهم إسهامات قيّمة مع الاتحاد، خلال عملهم بوزارة الإعلام وهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية.



د. رياض كمال نجم



أ. عبد الرحمان الهزّاع



أ. أمين بن ناصر نيابة عن أبيه
أ. صالح بن ناصر



د. عادل النجعي نيابة عن أبيه
د. علي محمد النجعي



أ. محمد عثمان المنصور



د. علي الخضير



أ. سعد السعدون



م. صالح المغيلث



د. عايض الرّدادي

الانشطة المرافقة للجمعية العامة الاتحاد والتعاون الدولي



انعقد الاجتماع المشترك بين اتحاد إذاعات الدول العربية والاتحادات الإذاعية الدولية (اتحاد الإذاعات الأوروبية، واتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي، واتحاد الإذاعات الإسلامية، والمؤتمر الدائم للوسائل السمعية والبصرية في حوض البحر الأبيض المتوسط : كوبيام).

الاجتماع أشرف عليه الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيس الاتحاد والمهندس عبد الرحيم سليمان المدير العام، وخصّص لبحث سبل تطوير التعاون بين الاتحادات الإذاعية في مجالات :



- تبادل البرامج التلفزيونية والإذاعية
 - تبادل الأخبار التلفزيونية
 - دعم الإنتاج التلفزيوني والإذاعي المشترك
 - التدريب وإعادة تأهيل الموارد البشرية.
- كما تمّ التطرّق إلى الأنشطة التقنية والوسائل الكفيلة بتطويرها.

وأكد عدد من ممثلي الهيئات الأعضاء الذين حضروا الاجتماع على أهمية تحسين المهارات في القطاع الهندسي، ولاسيما فيما يتعلق بالتعامل مع الإعلام الرقمي.

واستأثر توجّه الاتحاد في الانتقال نحو الإنتاج بواسطة تقنية بروتوكول الإنترنت (IPTV) باهتمام المشاركين، حيث تعرّفوا على الخدمات التي يقدمها الاتحاد، من خلال شبكته السحابية (الأسبو كلاود)، إلى جانب التركيز على الذكاء الاصطناعي والإنتاج عن بعد.

توقيع مذكرة تفاهم بين اتحاد إذاعات الدول العربية واتحاد الإذاعات الإسلامية



حرصاً من الاتحادين على تعزيز التعاون القائم بينهما، تحقيقاً لأهدافهما المشتركة، وبالخصوص ربط جسور التواصل العربية الإسلامية، تولى المهندس عبد الرحيم سليمان والدكتور عمرو الليثي الأمين العام لاتحاد الإذاعات الإسلامية يوم 14 ديسمبر 2021 بالرياض التوقيع على مذكرة تفاهم : تنصّ على اتفاق الطرفين على تنفيذ أنشطة متنوعة، ولا سيما إنشاء نظام التبادل الإذاعي والتلفزيوني بين البلدان الإسلامية الأعضاء باتحاد الإذاعات الإسلامية، وكذلك مع الاتحادات الإقليمية الأخرى، عبر استخدام شبكة الاتحاد السحابية، ويمكن أن تكون منصة الأسبو للخدمات السحابية منصة أساسية لتبادل المحتوى الإعلامي الإخباري والبرامجي والرياضي بين الهيئات العربية والإسلامية، الإذاعية والتلفزيونية، وستتاح لهذه الأخيرة القدرة على التبادل الحرّ والآني للأخبار فيما بينها بشكل يومي، كما تستطيع تحديد الأصناف البرمجية التي ترغب في تبادلها بصورة دورية.

دورة تدريبية بالمناسبة



أقامت أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي دورة تدريبية بالرياض حول موضوع: «صحافة الهاتف الجوّال» بإشراف الخبير محمد عدنان الشواشي. واستفاد منها جمع من الأشقاء السعوديين المنتسبين إلى هيئة الإذاعة والتلفزيون

ومن محتويات الدورة : تطبيقات التصوير الفوتوغرافي والتصوير بالفيديو، والتدرّب على التصوير. وتركزت التمارين على «قارئ الجريدة».

الندوة الحوارية

« تعامل الإعلام العربي مع الإعلام الرقمي العالمي »



شارك في هذه الندوة التي أدارها الدكتور عبد الله الحمّود جمع من المهنيين والخبراء العرب والأجانب ، وكانت محاورها كالتالي :

مدخل عام للندوة : طرح الإشكالية ودواعي اختيار الموضوع



المهندس عبد الرحيم سليمان ، المدير العام لاتحاد
إذاعات الدول العربية
«كيف يجب أن نتفاعل عربيا مع الهيمنة الرقمية العالمية؟»

المحور الأول – التعامل الإقليمي مع الإعلام الرقمي العالمي



المنطقة الأوروبية

الأستاذ Giacomo Mazzone ، خبير إعلامي / سويسرا
الأستاذ Christophe Leclercq ، الرئيس التنفيذي لمؤسسة

Media Network EURACTIV

منطقة آسيا والمحيط الهادي

الدكتور جواد متقي ، الأمين العام لاتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي ABU



«أفضل الممارسات» في مجال التعامل مع الإعلام الرقمي العالمي
الدكتور David Wood ، خبير اتحاد إذاعات الأوروبية EBU

المهندس باسل الزعبي ، مدير إدارة التكنولوجيا والتطوير
اتحاد إذاعات الدول العربية.

المحور الثاني – التجارب الوطنية في المنطقة العربية وأوروبا وآسيا



تجربة المملكة العربية السعودية

الدكتورة عهود بنت سلطان الشهيل، خبيرة إعلامية

تجربة الصين

الأستاذة WEN YARU، رئيسة تحرير CGTN الرقمية

تجربة كوريا الجنوبية

الأستاذ LEE TAE-HYUN، الرئيس التنفيذي لشركة

WAVVE



كيف يمكن للدول العربية الاستفادة من التجربة الأوروبية

الأستاذ Giacomo Mazzone

وانبثقت عن الندوة عدّة توجّهات وتوصيات، دُعيت الهيئات الأعضاء إلى العمل بها.

كما طلبت الجمعية العامة من الإدارة العامة عرضها على الاجتماع المقبل لمجلس وزراء الإعلام العرب.

وسيقوم الاتحاد بتدوين كامل وقائع هذه الندوة، واصدارها ضمن منشوراته القادمة.



كيف نتفاعل عربيا مع هيمنة المنصات الرقمية العالمية؟

بقلم الأستاذ عبد الحفيظ الهرقام



اختار اتحاد إذاعات الدول العربية للحوار المهني الذي جرى على هامش الدورة الأخيرة لجمعية العامة المنعقدة بالرياض من 13 إلى 15 ديسمبر/ كانون الأول 2021، قضية تستدعي راهنتها الحارقة عرضها على بساط الدرس والتمحيص. فكان من المهم أن يتناول هذا الحوار هيمنة المنصات الرقمية العالمية وتداعياتها على القطاع السمعي والبصري، حاضرا ومستقبلا، وكيفية التفاعل معها عربيا، وذلك بالاستلهام من تجارب إقليمية مفيدة.

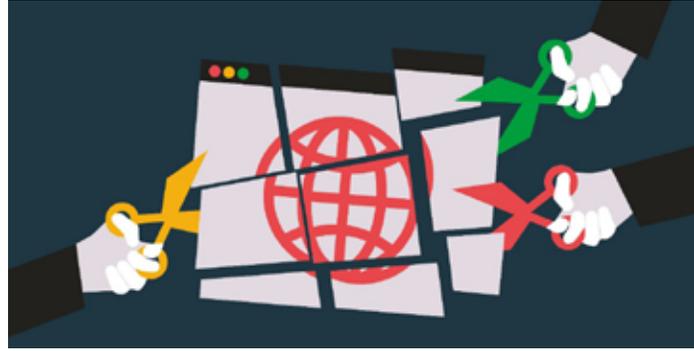
وجاء الخوض في هذه المسألة امتدادا لمداورات مجلس وزراء الإعلام العرب بشأنها في يونيو/ حزيران 2021، وكذلك لنقاشات ورشة عمل مندرجة ضمن فعاليات الدورة الأولى



لمؤتمر الإعلام العربي الذي انتظم في تونس العاصمة ببادرة من الاتحاد يوم 19 أكتوبر/ تشرين أول المنصرم، وقد تدارست هذه الورشة المستجدات في مجال صناعة المحتوى والتوزيع والبتّ عبر مختلف الوسائط، مشدّدة بالخصوص على ضرورة تحديد القواعد التشريعية والتجارية الملائمة للتعامل مع المنصّات الرقمية الكبرى التي غزت الوطن العربي، كما هو الحال في بقية مناطق

العالم، فغيّرت تغييرا جذريا سلوك المتلقّي، وفرضت على المستويين التكنولوجي والاقتصادي وفي مجال صناعة المحتويات السمعية والبصرية وتوزيعها، أنماطا وممارسات مغايرة تماما لتلك التي كثيرا ما اعتمدها وسائل الإعلام التقليدية.

ويهمّنا في هذا المقال أن نعرض في المقام الأول أبرز ملامح الواقع الجديد الناجم عن سطوة المنصّات الرقمية الكبرى في الفضاء الاتصالي المعولم، قبل تسليط الضوء على الحلول التي اهتدت إليها دول الاتحاد الأوروبي وهيئات أعضاء في اتحاد الإذاعات



الآسيوية لمواجهة هذه الظاهرة، لنخلص في الأخير إلى عرض محاور الاستراتيجية العربية التي بات من الضروري وضعها، بما يتيح لهيئات الإذاعة والتلفزيون ولسائر المؤسسات الإعلامية في المنطقة العربية فرص التموقع في العالم الرقمي الذي يسيطر عليه عمالقة التكنولوجيا، واكتساب أفضل الممارسات لمواجهة تحدياته بنجاعة واقتدار.

متاعب التلفزيون في زمن العملاقة

من تجليات الثورة الرقمية الهائلة التي يعيش على وقعها العالم منذ ثلاثة عقود، والتي أدّت إلى تغييرات عميقة في الخارطة الاتصالية الكونية، هيمنة مجموعة من الشركات العملاقة العابرة للقارّات يشار إليها باختصار بـ GAFA، وهي غوغل (Google) وآمازون (Amazon) وفايسبوك (facebook) وآبل (Apple)، وغالبا ما تضاف شركة ميكروسوفت (Microsoft)



إلى هذه المجموعة فتطلق عليها تسمية GAFAM، فيما تسعى شركات أخرى - صينية بالخصوص من بينها ByteDance - إلى أن تنبؤاً هي الأخرى مواقع متقدمة في قطاع الصناعات والخدمات الرقمية. وتقدم هذه الشركات عبر الإنترنت القارّ والإنترنت الجوّال خدمات وسائطية تستند إلى التكنولوجيات الجديدة بفضل تحكّمها في البيانات والخوارزميات. وأفضى دور الوسيط هذا (intermediation) إلى تنوع أنشطتها في مختلف المجالات الممكنة، هدفها في ذلك أن تصبح واجهات

استخدام interface كونية ومتعدّدة الوظائف تستجيب لاحتياجات مستخدمي الإنترنت. وبفعل الانتشار الواسع للهواتف واللوحات الذكية وتنامي استخدام الإنترنت، استطاعت هذه الكيانات العملاقة تغيير عادات الاستهلاك، من بينها تلك المتعلقة بالإعلام والاتصال. 1

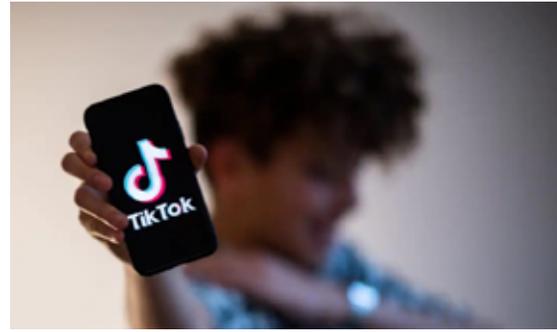
ففي فرنسا على سبيل المثال، تجاوز الإبحار على الإنترنت الإقبال على مشاهدة التلفزيون، فيما تقدّمت شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث على وسائل الإعلام التقليدية، من إذاعة وتلفزيون وصحافة مكتوبة، في نسبة الحصول على الأخبار. وحسب وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للقطاع السمعي البصري في هذا البلد، فقدت كلّ وسائل الإعلام قرابة نصف عائداتها منذ بداية الألفية الحالية. وأدت هذه التحوّلات إلى تقلص كبير في قدرة وسائل الإعلام التقليدية على تدارك ما فاتتها في مجال الرقمنة، رغم قيامها باستثمارات ضخمة والزيادة في عدد الشركات مع أكبر عدد ممكن من الفاعلين في القطاع. 2. لذلك لا نتعجب من أن يبلغ مجمل النفقات على التحوّل الرقمي في العالم 7,5 تريليون دولار، نتيجة اقتناع البعض بحتمية الانخراط في العصر الرقمي وحرص البعض الآخر على الاستفادة من فرصه وتوظيف أدواته، بما يتيح احتلال مواقع الريادة وجني أوفر الأرباح في سوق ضخمة. وتفيد الأرقام أنّ رسملة شركات GAFAM في البورصة بلغت 4000 مليار دولار، وأنّ عائدات المنصّات الرقمية ما فتئت تشهد ارتفاعا مستمرا مع تزايد عدد المشتركين فيها.





ويعود السبب في ذلك، إلى خيارات عمالقة التكنولوجيا الرقمية التي زادت في استثماراتها لتركيز منصّات بثّ محتويات خاصّة بها وفيديوهات حسب الطلب مقتحمة مجال صناعة المحتويات السمعية والبصرية، ومنها بالخصوص الأعمال الدرامية، فضلا عن إنجاز شراكات مع مؤسسات إعلامية كبرى ومؤسسات إنتاج.

وقد بلغ عدد المشتركين في منصّة نتفليكس، على سبيل المثال، حوالي 204 ملايين مشترك في أواخر 2020، مقابل 111 مليونا في بداية 2018. وهي منصّة متعدّدة اللغات، 55 بالمائة من محتوياتها بالإنجليزية و10 بالمائة بالهندية و6 بالمائة بالإسبانية و4 بالمائة باليابانية و3 بالمائة بالصينية والكورية و2 بالمائة بالعربية و17 بالمائة بلغات أخرى.



وقدّر رقم معاملات الشركة الصينية Byte Dance صاحبة تطبيق تيك توك Tik Tok المتعدّدة الوسائط بـ 58 مليار دولار سنة 2021 ، مسجّلا نسبة نموّ بلغت 70 بالمائة مقارنة بالسنة السابقة، بينما تساوي قيمة الشركة 300 مليار دولار.

وتعتبر القنوات التلفزيونية أكبر متضرّر من منافسة كبريات المنصّات الرقمية العالمية. ومهما بلغ حجم استثمارات هذه القنوات في مجالي التكنولوجيا وصناعة المحتوى، فإنه يظلّ دوما غير كافٍ لمواجهة هذا التحدّي الجسيم، ما لم تسنّ الدول والتجمّعات الإقليمية المنتمية إليها تشريعات ناجعة وتضع سياسات متكاملة من أجل ضمان ديمومة مكّونات المشهد السمعي البصري الوطني، ولا سيما المرفق العمومي من ناحية، والحدّ من هيمنة عمالقة التكنولوجيا الرقمية، من جهة أخرى، ولنا في التجريبتين الأوروبية والآسيوية خير مثال.

المقاربة الأوروبية

لمجابهة هيمنة عمالقة التكنولوجيا، اعتمدت الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي جملة من التوجيهات (directive)، من بينها توجيهه حول حماية المعطيات الشخصية دخل حيّز

النفاز في 25 مايو/ آيار 2018، وآخر يتعلّق بالأمن السيبراني صودق عليه في 2020 وينصّ على ضرورة حماية الشبكات السحابية للحكومات الأوروبية، والتي لا يمكن أن تخضع لتشريعات أخرى وإحداث وكالات للأمن السيبراني في كلّ الدول الأعضاء، وتنسيق الجهود ضدّ مخاطر القرصنة، علاوة على توجيهه يخصّ الملكية الفكرية، بينما تمّ في مجال التعديل السمعي والبصري مراجعة التوجيه لسنة 2018 المتعلّق بخدمات الوسائل السمعية والبصرية . 3

ويهدف التوجيه إلى إنشاء سوق موحّدة لخدمات الوسائل السمعية والبصرية في الاتحاد الأوروبي وتأمين حسن سيرها، والإسهام في الآن نفسه في النهوض بالتنوع الثقافي وضمان مستوى مناسب لحماية المستهلكين والأطفال.

ويحدّد هذا التوجيه قواعد التنسيق، على صعيد الاتحاد الأوروبي، بين التشريعات الوطنية التي تشمل كلّ الوسائل السمعية والبصرية، سواء تعلّق الأمر بالبرامج التلفزيونية التقليدية أو بخدمات الوسائل السمعية والبصرية حسب الطلب.

وترمي التعديلات التي أجريت على هذا التوجيه، في إطار استراتيجية السوق الرقمية الموحّدة، إلى توسيع مجال بعض الترايب السمعية والبصرية ليشمل منصات تقاسم الفيديوهات، وكذلك المحتوى السمعي والبصري الذي يتمّ تقاسمه عبر بعض شبكات التواصل الاجتماعي، والتخفيف من القيود المطبّقة على التلفزيون.

كما ترمي إلى دعم النهوض بالمحتويات الأوروبية وحماية الطفولة ومقاومة خطاب الكراهية بنجاعة أكبر، وتعزيز استقلالية سلطات التعديل الوطنية.



وفي خطوة مهمّة نحو اعتماد مشاريع نصوص قانونية أوروبية تؤطّر نشاط عمالقة العالم الرقمي، صادق الوزراء المكلفون بالاقتصاد الرقمي في دول الاتحاد الأوروبي السبعة والعشرين يوم 25 نوفمبر / تشرين الثاني 2021 على قانون الخدمات الرقمية Digital services Act

وقانون الأسواق الرقمية Digital markets Act. وقد تحدّث المفوض الأوروبي تييري بروتون Thierry Breton الذي يرجع إليه بالنظر القطاع الرقمي والقطاع السمعي البصري بالخصوص عن «يوم تاريخي»، مشيراً إلى أنّ أوروبا ستكون أول قارة تمتلك ترسانة صلبة من القوانين المتعلقة بالعالم الرقمي، معرباً عن الأمل في أن تتحمّل المنصّات مسؤولياتها، ومؤكداً أنّ ما هو غير قانوني خارج الإنترنت سينسحب كذلك على هذه الشبكة العالمية.



وقد توصلت المجموعات السياسية داخل البرلمان الأوروبي إلى اتفاق بشأن قانون الأسواق الرقمية، معتبرة أنّ القوانين الحالية لم تعد ملائمة للإشكاليات التي فرضها عمالقة العالم الرقمي، الذين لم يعد باستطاعتهم بعد صدور هذا القانون أن يملؤوا قواعدهم القانونية، حيث أصبح من واجبهم الالتزام بالتشريعات المحلية.

أمّا فيما يخصّ قانون الخدمات السمعية والبصرية، فإنه سيمنّ من التعرّض مباشرة لمنظومة اشتغال المنصّات الرقمية بمطالبتها مثلاً بتكليف الخوارزميات، بالإضافة إلى إجبارها على سحب المحتويات غير المشروعة.

ويفضل هذا النصّ القانوني، ستدخل حيّز التنفيذ قواعد قانونية حول الممارسات المقبولة أو غير المشروعة لضمان تعديل أفضل للفضاء الرقمي في الدول الأعضاء. وسيتمّ إعداد لائحة في الممارسات غير الشريفة، وإقرار عقوبات مائيّة ضد المخالفين تتراوح بين 4 و20 بالمائة من رقم معاملاتهم.



ولا يهمل هذا الإجراء سوى المجموعات الكبرى (التي يبلغ رقم معاملاتها 80 مليار دولار، منها 8 مليارات دولار في الفضاء الاقتصادي الأوروبي، بالنسبة إلى قانون الأسواق الرقمية).

والهدف من وراء ذلك، وضع حدّ لهيمنة المنصات الرقمية الكبرى، كمحرّكات البحث وشبكات التواصل الاجتماعي وخدمات الإعلان الإلكتروني أو منصات البثّ عبر الواب، علماً بأنّ هذه المنصات والفاعلين في العالم الرقمي يمنعون بروز الأنماط التجارية البديلة للمؤسسات الصغرى والمتوسطة. 4

ضريبة «غافا»

تخضع الشركات الرقمية العملاقة للضريبة بمقدار يبلغ نصف الضرائب التي تدفعها الشركات التقليدية في أوروبا، ممّا دفع العديد من الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي إلى المطالبة بمزيد من العدالة الضريبية.

وتجدر الإشارة إلى أنّ كلّ دولة عضو بالاتحاد حرّة في تحديد سياستها الضريبية. ومن أجل اجتذاب الشركات، عمدت بعض الدول منذ ثمانينات القرن الماضي إلى التخفيض في الضرائب، في حين تبنت دول أخرى سياسة الإغراق الضريبي، ممّا أفضى إلى فوارق كبيرة في هذا المجال داخل السوق في الفضاء الأوروبي.

وتستفيد الشركات الرقمية العملاقة والشركات متعدّدة الجنسيات من هذه الاختلافات للتخفيض من قيمة الضرائب التي تسدّها، علماً بأنّ القواعد الحالية المعتمدة في مجال الضريبة على الأرباح تستند إلى مبدأ الاستقرار الدائم للشركة في بلد ما، لذلك غالباً ما تختار الشركة مقرّها الرئيسي في دولة مختلفة عن الدولة التي يوجد فيها مستخدمو خدماتها.

وفي غياب تنسيق أوروبي في الميدان الضريبي، يمكن للشركات العملاقة أن تنشئ فروعها الأوروبية - وأن تتخذ بالتالي مجالاً لوجودها المادي- في الدول التي تتيح فرص الاستفادة من معدّلات ضريبية منخفضة، مع الحدّ من وجودها المادي في الدول الأخرى.

وعلى سبيل المثال، لم تصرّح شركة Google France في عام 2018 إلّا بمبلغ 411 مليون يورو رقماً لمعاملاتها فدفعت ضريبة بلغت فقط 17 مليون يورو، بينما قد تكون عائدات الإعلانات التي حققتها الشركة في هذا البلد ناهزت ملياراً دولار، وفقاً لتقديرات نقابة وكالات الإنترنت.

وكشفت المفوضية الأوروبية في 21 مارس/ آذار 2018 عن مشروع يتعلّق بضريبة على الخدمات الرقمية بنسبة 3 بالمائة، توظّف في جميع الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي

على رقم معاملات الشركات (وليس فقط على الأرباح، كما هو الحال في النظام التقليدي) والنتائج عن أنشطة رقمية معيّنة، ويتعلّق الأمر ببيع البيانات الشخصية وبيع المساحات الإعلانية عبر الإنترنت التي تستهدف المستخدمين وفقا للبيانات التي قدّموها، فضلا عن الخدمات التي تتيح التفاعلات وتسهّل تجارة السلع والخدمات بين المستخدمين. وقد اعتُبر المستخدمون منطلق هذه الضريبة، إذ أنهم هم الذين يصنعون قيمة هذه الخدمات، وتبعاً لذلك كانت الضريبة ستدفع في كلّ دولة عضو، بحسب استخدام الخدمات الرقمية المقدّمة فيها.



ونشير كذلك إلى أنّ هذه الضريبة كانت ستخضع لها كبريات الشركات في الاقتصاد الرقمي، والتي يفوق رقم معاملاتها السنوي على المستوى العالمي 750 مليون يورو، منها 50 مليون يورو خاضعة للضريبة في الاتحاد الأوروبي، بما كان سيحقّق عائداً ضريبية ضخمة تقدر بـ 5 مليارات يورو سنوياً، منها 500 مليون يورو لفرنسا.

غير أنّ البلدان الأعضاء في الاتحاد الأوروبي لم تتوصّل إلى اتفاق حول مشروع الضريبة هذه، ويقال إنّ ألمانيا تراجعت عن موقفها خوفاً من ردّ فعل أمريكي يؤثّر سلباً على اقتصادها خاصة في مجال صناعة السيارات.

وفي ظلّ عدم وجود اتفاق أوروبي، اعتمدت فرنسا، في 11 يوليو/ تموز 2019، الضريبة الخاصة بها على الخدمات الرقمية.

وتنطبق الضريبة الفرنسية على نوعين من الخدمات الرقمية، وهما من ناحية الواجهات الرقمية (أو خدمات الوساطة) التي تسمح للمستخدم الموجود في فرنسا بالتواصل مع مستخدمين آخرين، بهدف تسليم البضائع أو تقديم الخدمات، ومن ناحية أخرى بيع الخدمات الإعلانية التي تستهدفها منصة ما،



والتي تعتمد على البيانات التي يتم جمعها عند قيام المستخدمين بزيارتها.

لقد أزعج إحداث هذه الضريبة بشدة الولايات المتحدة التي ينتمي إليها العديد من عمالقة القطاع. في نهاية عام 2019، هدّدت إدارة ترامب بفرض ضريبة على عدد من المنتجات الفرنسية بنسبة تصل إلى 100 بالمائة، قبل التوصل إلى هدنة في يناير/كانون الثاني 2020، حيث تعهّدت فرنسا بتجميد الضريبة للسماح بإجراء مفاوضات دولية بشأن مشروع الضريبة العالمية في نطاق منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

وطبقت دول أوروبية أخرى، مثل المملكة المتحدة وإسبانيا وإيطاليا وتشيكيا والنمسا ضرائبها الخاصة على الشركات الرقمية العملاقة.



وفي ربيع عام 2021، أعاد الرئيس الأمريكي جو بايدن إطلاق المفاوضات بشأن الضريبة العالمية المقترحة على الشركات متعدّدة الجنسيات، والتي تمّ حظرها من قبل الإدارة السابقة. ودفعت الولايات المتحدة الأمريكية الاتحاد الأوروبي إلى تعليق مشروع ضريبة Gafa في 12 يوليو/ تموز 2021. وفي 21 أكتوبر/ تشرين الأول 2021، تعهّدت

الدول الأوروبية التي استحدثت الضرائب الخاصة بها، بسحبها بمجرد فرض الضريبة العالمية.

ويستخلص ممّا سبق ذكره، أنّ دول الاتحاد الأوروبي تحرّكت على جبهتين للتصدّي لهيمنة عمالقة العالم الرقمي: جبهة تشريعية من خلال استصدار نصوص قانونية جاءت لسدّ فراغ ناتج عن عدم تلاؤم النصوص القديمة مع التطوّر الكبير والعميق الذي شهدته البيئة الرقمية، وجبهة جبائية حيث وظّف عدد من البلدان ضريبة على الخدمات الرقمية، في انتظار التوصل إلى ضريبة عالمية لا تخصّ فقط الشركات الرقمية وإنما أيضا الشركات متعدّدة الجنسيات. 4

المقاربة الآسيوية

تعدّ أستراليا والقارة الآسيوية سوقا ضخمة بالنسبة إلى كبريات الشركات الرقمية، حيث يوجد في هذا الفضاء العدد الأكبر لمستخدمي الإنترنت في العالم والبالغ مليارين ونصف مليار مستخدم، في حين بلغ عدد المشتركين في الهاتف الجوّال 1,23 مليار مشترك في سنة 2021. وكان لانتشار المنصّات الرقمية في هذا الفضاء انعكاسات سلبية على هيئات الإذاعة والتلفزيون التقليدية التي ما فتئت تفقد جانبا كبيرا من جمهورها، ممّا دفعها إلى مراجعة خططها وإعادة النظر في ممارساتها للتكيّف مع وضع جديد مليء بالتحديات.



ولئن استطاعت الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي أن تعتمد تشريعات موحّدة لمواجهة هيمنة عمالقة العالم الرقمي، كما بيّنا آنفا، فإنّ أستراليا والبلدان الآسيوية لم تعتمد بعد مقاربة مشتركة إزاء هذه الظاهرة، على الرغم من أنّ اتحاد الإذاعات الآسيوية لم يتخلّف عن الاهتمام بها، داعيا هيئاته الأعضاء إلى تبادل المعلومات والخبرات فيما بينهم لاعتماد أنجع السبل لمواجهتها.

لذلك اختلفت المقاربات من دولة إلى أخرى بحسب تقيّماتها للوضع وقدراتها التكنولوجية والاقتصادية.



ففي أستراليا، أصدرت الحكومة الأسترالية أوّل مدوّنة في العالم خاصة بالعالم الرقمي، وقد أصبحت في فبراير/ شباط 2021 قانونا يُجبر غوغل وفايس بوك على دفع ضريبة مقابل بثّها أخبارا عبر منصّاتها الرقمية، ودخلت الهيئة العمومية ABC في مفاوضات تجارية مع المنصّات

الرقمية، وأبرمت اتفاقا معها لتقاسم المراهج، كما استحدثت منصة رقمية : video on ABC ' demand and catch-up iView تعتبر مثالا لتجربة ناجحة للبت عبر منصة رقمية.

ABC iVIEW AUSTRALIA

وفي مجال الإذاعة، تم استحداث منصة ABC Listen التي تربط المستمعين بأفضل بودكاستات podcasts، وكذلك بالبت الإذاعي المباشر وبالمكتبات الصوتية وذلك للوصول إلى المتلقين حيثما كانوا عبر الهواتف الجوالة واللوحات الرقمية وأجهزة الإذاعة في السيارات.



وفي اليابان، أنشأت هيئة الإذاعة والتلفزيون العمومية NHK منصة NHK Plus التي تتيح متابعة البرامج الأرضية للهيئة عبر الإنترنت، وهي بصدد إنجاز شراكة مع منصة Amazon Prime تخص عرض مواد مختلفة من أفلام وثائقية ودراما وبرامج ترفيهية.

وفي الصين، أطلقت مجموعة China Media Group منصة رقمية عبر الجيل الخامس تسمى Yangshipin، وستوفر المنصة مواد بجودة عالية جدا في مجالات الأخبار والثقافة والرياضة.5

وتستعد العديد من الهيئات الإذاعية والتلفزيونية لإطلاق منصات خاصة بها، فضلا عن الدخول في شراكات مع منصات عالمية. وبالتالي يمكن القول إن المقاربة التي تشترك فيها أغلب الهيئات الآسيوية تتمثل في عرض محتويات جذابة تبت على منصات رقمية تابعة لها تكون بديلا لما تعرضه الشركات الرقمية العملاقة.



من الوعي إلى الفعل

لم تغب خطورة هيمنة عمالقة التكنولوجيا الرقمية ومنصاتهم وتأثيراتها في المنطقة العربية عن القائمين على شؤون الإعلام والاتصال فيها، حيث حظيت هذه القضية في السنوات الأخيرة باهتمام بالغ من قبل مجلس وزراء الإعلام العرب الذي تدارس في دورته الحادية والخمسين المنعقدة بمقرّ الأمانة العامة لجامعة الدول العربية في يونيو/ حزيران 2021 السبل الكفيلة بالتصدّي لهذه الظاهرة. ومن منطلق متابعته الدقيقة للتطوّرات التكنولوجية في العالم ولمختلف المسائل المتعلقة بصناعة المحتويات السمعية وبيئتها وتوزيعها عبر مختلف الوسائط، قدّم اتحاد إذاعات الدول العربية ورقة عمل استعرض فيها مختلف الإشكاليات التي تطرحها الظاهرة موضوع الدرس، ومنها بالخصوص وضعية التفرد والاحتكار الاقتصادي والتكنولوجي (MONOPOLE) الذي توجد فيها الشركات التكنولوجية العملاقة في العديد من البلدان العربية في غياب أيّ منافسة، ممّا يؤثّر سلباً في الاقتصاديات المحليّة، والمخاطر الناجمة عن انعدام التشريعات التي تنظّم العلاقة مع هذه الشركات في مجال حماية المعطيات الشخصية، فضلاً عمّا تتضمنه محتويات المنصّات الرقمية أحياناً من أخبار كاذبة (fake news)، ومن ترويج لخطابات الكراهية، ومن إساءة للقيم الدينية والأخلاقية للمجتمعات العربية. ودعا الاتحاد إلى تبني قرار موحد يمكن



الدول العربية من الحصول على حصّتها من مداخيل المبيعات والخدمات والإعلانات التي يجنيها عمالقة المنصّات الرقمية لتصرف في دعم الإنتاج السمعي والبصري العربي. كما شدّد على ضرورة متابعة نشاط هذه المنصّات في جمع المعلومات حول الحياة الخاصة بالمواطن العربي، وتحديد جملة من الضوابط التي يجب أن تلتزم بها عند إنتاج أو توزيع المضامين الموجهة إلى المشاهد العربي.

وقد اقترحت المملكة الأردنية وضع استراتيجية عربية للتعامل مع شركات الإعلام الدولية بعد إجراء دراسة قانونية من قبل لجنة عربية تضمّ خبراء قانونيين متخصصين، والشروع إثر ذلك في «مناقشات ومفاوضات مع هذه الشركات من أجل تطبيق آليات التعويض وحذف المحتوى المخالف، بحيث يتولّأها عن الجانب العربي جهة ممثلة للعمل العربي المشترك، مثل اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني لإثراء المقترح وتطبيقه، بهدف دعم وسائل الإعلام العربية وحفظ حقوقها وحماية المجتمعات العربية من الممارسات غير الحميدة التي تؤثّر سلباً في سلوكيات أفرادها». 6



وفي ضوء هذا المقترح قرّر مجلس وزراء الإعلام العرب تشكيل لجنة برئاسة المملكة الأردنية الهاشمية وعضوية المملكة العربية السعودية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، وجمهورية العراق، والجمهورية اللبنانية والجمهورية الإسلامية الموريتانية، لإعداد خطة كافية لوضع الإطار التنظيمي والاستراتيجي للإعلام الإلكتروني، وفق المقترح المقدم من المملكة العربية السعودية، مهمتها إعداد مسودة أولية لغرض إقرارها من المجلس.

ودعا المجلس المملكة الأردنية الهاشمية إلى عرض مقترحها الخاص بتأطير العلاقة القانونية مع شركات الإعلام الدولية على اللجنة المعنية، بوضع استراتيجية موحدة للتعامل مع جميع شركات الإعلام الدولية. 7

محاور الاستراتيجية العربية

في مواجهة تحديات المنصات الرقمية العالمية

يمكن أن تقوم هذه الاستراتيجية في تقديرنا على المحاور الثلاثة التالية :

أ- سنّ التشريعات الملائمة

تتطور التكنولوجيا وتطبيقاتها بنسق سريع يجعل رقعة الثغرات صلب التشريعات المنظمة للقطاعات التي تستخدمها في اتساع مستمر، مما يستوجب تحيينها حتى تكون قادرة على مواكبة كلّ التحوّلات وتوفير الحلول القانونية للإشكاليات المستحدثة. وقد أبانت هيمنة عمالقة الفضاء الرقمي أهميّة العمل التشريعي في إيجاد الآليات الكفيلة بمواجهتها، لذلك سارعت دول الاتحاد الأوروبي كما أوضحنا سابقا إلى سنّ جملة من النصوص القانونية، سواء على الصعيد الوطني أو على صعيد الاتحاد، لحماية مصالحها والذود عن «السيادة الرقمية» - وهو مفهوم جديد

أوصت به اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني. ويتطلب إنجاز هذا المشروع الطموح القيام بمجهود كبير في مجال الرقمنة وتخيار المواد الأكثر جاذبية المُعدّة للبت، فضلا عن توفر إرادة عربية قوية وتعبئة الاستثمارات اللازمة.

ج - تعاون وشراكة مع المنصات الرقمية

نظرا إلى الحضور الضعيف للمحتويات السمعية والبصري العربية على الشبكة العنكبوتية (2) بالمائة على منصة ناتفليكس على سبيل المثال)، فإنه من المفيد أن تقيم هيئات الإذاعة والتلفزيون العربية علاقات تعاون وشراكة مع المنصات الرقمية، العالمية، وذلك بإدراج جزء من الإنتاج المحلي ضمن المواد المعروضة عبر هذه المنصات، شريطة أن يكون هذا الإنتاج جذابا وذا جودة فنية عالية ومدبلجا بإحدى اللغات الذائعة. كما يمكن أن يتوسّع مجال التعاون ليشمل الإنتاج المشترك في أصناف برامجية معينة، كالدراما والرياضة والثقافة والافلام الوثائقية. وما من شك في أنّ الهيئات العربية ستجني من هذه الشراكة عائدات مالية هامة.



إنّ محاور هذه الاستراتيجية مستوحاة من فحوى العروض المهمة التي قدّمت خلال الحوار المهني المنعقد في الرياض على هامش الجمعية العامة للاتحاد، وكذلك من النقاش الثريّ الذي تلاها، وهو ما ساهم في مزيد توضيح معالم الطريق الذي على الدول العربية أن تسلكه حتى تقوى - من موقع الفعل والمبادرة- على مجابهة ما تفرضه سطوة المنصّات الرقمية من تحدّيات جسام، ولا تكون بالتالي مجرد «مستعمرات رقمية».

وتمزج الاستراتيجية المقترحة بين المقاربة الأوروبية والمقاربة الآسيوية. فهي تدعو من ناحية إلى سدّ الفراغ التشريعي في العالم العربي لفرض مدوّة سلوك تلتزم بها المنصّات الرقمية حمايةً للمجتمعات العربية من مخاطر الأخبار الكاذبة والممارسات المسيئة لقيمها الحضارية، فضلا عن مطالبة المنصّات بدفع جزء من مداخيلها المتأتية من المبيعات والخدمات والإعلانات، وهي تؤكّد من ناحية أخرى ضرورة توفير بديل راق وجذاب للبتّ الرقمي الوافد وإقامة شراكات تضمن حضورا أكبر للمحتويات السمعية والبصرية العربية عبر الواب.

فهل يتحوّل الوعي العربي بهذه التحديّات إلى خطط تحرك فعلي على قدر خطورتها وجسامتها؟ ذلك هو المؤمل.

المراجع

1. Technologies & Innovation Media et Télécoms, 17 nov 2020
2. Technologies & Innovation Media et Télécoms, 17 nov 2020
3. Mathieu Chartier, Gafam : l'UE fait un pas de géant pour mieux encadrer leurs activités, [https:// www.lesnumeriques.com](https://www.lesnumeriques.com)
4. Qu'est-ce que la taxe Gafa? , Toute l'Europe, 18 janv 2022
5. Javad Mottagi, How ABU members are dealing with changes in the digital media landscape

مقال عنوانه : الحكومة وصانعو المحتوى الإخباري ي خسرون من عدم تطبيق «ضريبة غافا»، موقع الغد، الأردن 5 يناير/ كانون الثاني 2022
المصدر السابق.

أ- تكنولوجيا الاتصالات والإعلام الجديد

أفرزت ثورة تكنولوجيا الاتصالات نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية التقليدية، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبتّ المباشر من جمهورها في تطوّر يغيّر من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال.

أحدثت ثورة المعلومات التي يعيشها العالم الآن طفرة هائلة في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها، حيث أدى هذا التطوّر إلى تقسيم القطاع الإعلامي إلى مجالين هما :



- "الإعلام التقليدي" الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.
- "الإعلام الجديد" الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي.



الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال الرقمي التي تولدت من التزاوج بين تقنيات الحاسب والأجهزة الذكية (Mobile) والوسائل التقنية للإعلام، مثل الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والصورة والفيديو.

حقّق الإعلام الرقمي الاكتساح الكبير، وفرض السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز، سواء كانت حواجز مكانية أو زمنية، إضافة إلى التنوع اللامتناهي في رسائله ومحتواه، نظراً إلى ما يملكه من قدرات ومقوّمات تمكّنه من الوصول إلى الجميع، والإعلام بمعناه البسيط هو : نقل المعارف والمعلومات والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة محدّدة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، بقصد التأثير والتوجيه في سلوكيات وأفكار المتلقّين، إيجاباً أو سلباً.

وسائل الإعلام الرقمي وأشكاله:

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية.
- الإذاعة والتلفزيون الإلكتروني، ويشمل خدمات البثّ الحيّ للقنوات التلفزيونية، والإذاعية على مواقع الإنترنت من خلال حزم البثّ الإذاعي.
- الإعلانات التجارية عبر مواقع الإنترنت.
- المدوّنات.
- استخدام الهواتف الذكية في البثّ التلفزيوني، وغير ذلك من المجالات المختلفة والمتنوّعة التي تزخر بها مواقع الإنترنت.

الخصائص التي يَتميّز بها الإعلام الرقمي :

- تنوّع وتعدّد المحتوى وسهولة الوصول إليه.
- إعلام مفتوح يقلّص من السيطرة الرسمية على الإعلام ويتخطّى الحدود الجغرافية بين الدول ويفعّل من دور القطاع الخاص.
- تكاليفه غير مرتفعة، بسبب اعتماده على التقنية الحديثة.
- تنوّع الثقافات واختلاف التوجّهات بين طرفي العملية الإعلامية.
- عدم وجود احتكار، ممّا يوسّع دائرة التنافس الإعلامي.
- أكثر الخدمات الإعلامية الإلكترونية خدمات تفاعلية، ممّا يحوّل الجمهور من متلقٍ إلى شريك أساسي في صنع المحتوى وصياغته.
- ظهور نوع جديد من الإعلام يسمّى بإعلام الفرد ويقوم على شخص واحد.

2- تكنولوجيات الاتصالات والإعلام الجديد



قبل تعريف **البودكاست (Podcast)**، لنلقي نظرة على أصل الكلمة. **بودكاست** هو محتوى موجود منذ عام 2003، وينقسم اسمه إلى كلمتين، أولاً كلمة Pod اختصاراً لجهاز شركة أبل "iPod" والجزء الآخر cast اختصاراً لمصطلح "Broadcast" والذي يعني الإذاعة، ولا يعني ذلك أن تمتلك جهاز iPod للاستمتاع بالبودكاست.

وجاءت كلمة البودكاست اشتقاقاً من كلمتي الإذاعة (Broadcast) وآي بود (iPod) لتعبّر عن البرامج الإذاعية حسب الطلب - فيمكنك الاستماع للبودكاست في أيّ وقت ترغبه، بعكس محطات الراديو والتلفزيون، حيث يُرمج بثّ المحتوى. وتتنوّع فئات البودكاست، فمنها الدراما والكوميديا والرياضة والتحليل السياسي والتجارة والأعمال وغيرها...

البودكاست عبارة عن إذاعة صوتية أو محتوى صوتي متوفّر على الإنترنت، ويختلف عن الراديو أنه يمكنك سماعه في أيّ وقت وليس عند البثّ المباشر فقط، ويمكن للبودكاست أن يكون في صيغة صوتية أو فيديو. يمكنك أن تستمع إليه عندما تقود السيارة أو تتنقّل في المواصلات أو أثناء النشاطات المختلفة، مثل العمل أو ممارسة الرياضة.



يتوفّر هذا المحتوى الصوتي لدى قنوات مختلفة، وتقوم كلّ قناة بنشر حلقات متتالية على فترات معيّنة، ويمكنك الاشتراك في هذه القنوات لمتابعة كلّ حلقة جديدة ومعرفة ميعاد توفّرها. يقدّم هذه الحلقات شخص أو شخصان، أو يقومون بدعوة ضيف في كلّ حلقة للنقاش في موضوع محدّد ومشاركة أفكارهم، وهذه المواضيع قد تكون أيّ شيء بدايةً بزيادة الأعمال، التسويق، العلوم، وصولاً إلى السفر والكوميديا.

كيف تستمع للبودكاست؟

يمكن الاستماع للبودكاست من خلال التطبيقات المختلفة المتوفّرة لكلا النظامين iOS و Android كمثل Apple Podcast و Google Podcast. كما توجد مواقع مختلفة لصانعي البودكاست على الإنترنت، ويمكن البحث عنهم والاستماع من خلال المتصفّح مباشرة في جهاز الكمبيوتر.

تمت صناعة البودكاست ليناسب الحياة المليئة بالأنشطة، فيمكن تحميل الحلقات أوّلاً بأوّل لسماعها عندما يكون المرء غير متّصل بالإنترنت، سواء في جهاز الكمبيوتر من خلال المتصفّح أو في هاتفه الذكي، من خلال التطبيقات الآتفة الذكر.

ينتشر البودكاست في الخارج، وبالأخص في الدولة التي شهدت نشأة البودكاست وهي الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يستمع أكثر من 124 مليون من تعداد سكانها إلى البودكاست، وبناءً على دراسة Edison Research قام أكثر من 42 مليون من الأمريكيين بسماع البودكاست بشكل أسبوعيّ عام 2017، ويبلغ حجم الدعاية التي تنفق في البودكاست بالولايات المتحدة 256 مليون دولار سنوياً، وتوقع الدراسات زيادة كبيرة خلال السنوات القادمة.

3- ما هو الإعلام الرقمي؟ كل ما نحتاج إلى معرفته عن هذا المجال



لتعريف الإعلام الرقمي، يمكننا البدء بتحليل معنى كل كلمة على حدة، فبينما يشير مصطلح "الإعلام" إلى طريقة إذاعة المعلومات أو إيصالها، نجد أنّ "الرقميات" تُعرّف على أنها أيّ بيانات ممثلة بسلسلة من الأرقام (1,0).

لذلك بالنسبة إلى أيّ شخص عادي، يشير الإعلام الرقمي إلى أيّ نوع من المعلومات يتم بثها من خلال الشاشات (الكمبيوتر/ الحاسوب اللوحي/ الهاتف/ ...)، ويمكن العثور عليها عبر مواقع الويب أو التطبيقات والبرامج وألعاب الفيديو وغيرها...

أنواع الإعلام الرقمي

يمكننا تصنيف موادّ الإعلام الرقمي وفقاً لتقسيمات وتصنيفات مختلفة، مثلاً تبعاً لتنسيقها أو شكلها، أو الغرض منها، أو الجهاز المستخدم في الوصول إليها، أو حواسننا التي نستخدمها لإدراكها، على النحو التالي:



الصوتيات

تشير الصوتيات إلى موادّ الإعلام الرقمي التي ندرکہا عبر السمع، فيمكننا الاستماع لصوتٍ ما عبر تشغيله في الإنترنت، أو الاستماع لملفّات mp3 أو mp4 وغيرها، دون الاتصال بشبكة الإنترنت. وتتضمّن بعض أمثلة الصوتيات الرقمية ما يلي :

- الأغاني المنتجة لمواقع بثّ الفيديو (على سبيل المثال يوتيوب).
- المدوّنات الصوتية (Podcasts) والكتب الصوتية (Audiobooks).
- الأغاني التي يتمّ بيعها رقمياً (عبر الأسواق مثل iTunes و Google Play).
- الموسيقى التصويرية لألعاب الفيديو أو الكمبيوتر.
- خدمة الصوت عبر الإنترنت (VoIP – Voice over IP) مثل سكايب.

الفيديوها



الفيديوها مرئية وسمعية تماماً مثل الصوتيات، يمكن الوصول إليها عبر شبكة الإنترنت وبدونها، وفيما يلي بعض الأمثلة على موادّ الفيديو الرقمية :

- مقاطع الفيديو المنتجة لمواقع بثّ الفيديو..
- أفلام يمكن تشغيلها أو تنزيلها من الإنترنت.
- الفيديوها المباشرة (على سبيل المثال محادثات بالصوت والصورة أو المؤتمرات عبر الإنترنت).

الصور / الرسوم التوضيحية



يمكن العثور على الصور والرسوم التوضيحية في كل مكان على الأجهزة الرقمية، حيث يعتبر هذا النوع من الوسائط جزءًا أساسيًا من واجهات المستخدم لأجهزة الكمبيوتر والهواتف والأجهزة اللوحية، فما علينا سوى إلقاء نظرة على سطح مكتب جهاز الكمبيوتر الخاص بنا لنجد أن كل رمز من الرموز هناك هو رسم توضيحي صغير (أيقونة).

يتم أيضًا مشاركة الصور والرسوم التوضيحية عبر الإنترنت، وتستخدم هذه الصور لتوضيح منشورات ومقالات المدونة، أو تباع كأعمال فنية رقمية، أو تُستخدم كجزء من تصميمات مواقع الويب وواجهات البرامج.

النصوص



تشمل معظم موادّ الإعلام الرقمي نوعًا من النصوص، وتتيح لنا النصوص التنقل عبر واجهات المستخدم في الأجهزة الرقمية وحزم البرامج، كما تستخدمها محرّكات البحث للمساعدة في تحديد مواقع صفحات الويب، ففعليًا نحن نبحت بشكل رئيسي على غوغل من خلال "النصوص" ويمكن للنص الرقمي:

- مساعدة المستخدمين على التنقل في مواقع شبكة الإنترنت.
- تزويد المستخدمين بالمعلومات أو تسليتهم (نصوص المنشورات أو مقالات المدونات).
- شرح كيفية استخدام البرامج.

أنواع محتوى الإعلام الرقمي

الكتب الإلكترونية

الكتاب الإلكتروني هو كتاب يتمّ نشره بتنسيق رقمي، وقد يكون ملفّ PDF مؤلّفًا من 10 صفحات عن وصفات لإنقاص الوزن، وصولًا إلى عمل أدبي طويل يُباع رقميًا ويمكن تصفّحه عبر أجهزة قراءة الكتب الإلكترونية.



تخدم **الكتب الإلكترونية** العديد من الأغراض المختلفة، فقد تكون كتباً إلكترونية تجارية مثل الأوراق البيضاء، والتي تعكس خبرة المؤسسة في موضوع معيّن، أو قد يكون كتاباً لطيفاً صغيراً، مثل كتاب وصفات فقدان الوزن الذي ذكرناه،

فيُمكن القول إنّ كثيراً من الكتب الإلكترونية تُستخدم في التسويق الرقمي (بحيث يتمّ تحميل الكتاب الإلكتروني مجاناً مقابل إعطاء عنوان البريد الإلكتروني الخاص بالقارئ، والذي

يمكن استخدامه فيما بعد لأغراض تسويقية). كما أنّ العديد من الكتب الإلكترونية تخدم ببساطة نفس أغراض الكتب العادية: (تقديم المعلومات والترفيه)، حيث يُباع هذا النوع من الكتب الإلكترونية في الأسواق الرقمية مثل أمازون كيندل.

المقالات والتدوينات

التدوينات والمقالات هي نوع آخر من موادّ الإعلام الرقمي، وهي أقصر من الكتب الإلكترونية ويمكن الوصول إليها عبر الإنترنت، ويمكن قراءتها عادةً في غضون خمس دقائق إلى 20 دقيقة.

والغرض من المقالات أو التدوينات، هو إعلام الجمهور بسرعة عن موضوع معيّن، ويمكن كتابتها من خلال مدوّن أو صحفي أو شركة متخصصة في صناعة المحتوى.



وسائل التواصل الاجتماعي

تشمل **شبكات التواصل الاجتماعي** الشهيرة مثل فايسبوك وتويتر وانستغرام ولينكد إن، ويمكن لأيّ شخص نشر المحتوى عليها، ويتمّ استخدامها من قبل:

- الأفراد لمشاركة المحتوى مع الأصدقاء والعائلة.
- العلامات التجارية، للإعلان عن منتجاتها والتواصل مع العملاء (الحرفاء).
- الشركات الإعلامية لمشاركة مقالاتهم وفتح حوارات مع القراء.

الأخبار والنصوص الأدبية

الإنترنت هي إحدى أهمّ مصادر الأخبار اليوم، فهناك الكثير من المواقع الإخبارية التي يعتمد عليها الكثيرون لمعرفة ما يجري حولهم، من جانب آخر تبرز الأهمية المستمرة للعمل الكتابي في الإعلام الرقمي، فهناك انتشار واسع للمواقع الأدبية، والموسوعات الحرّة مثل ويكيبيديا، بالإضافة إلى أدوات القراءة الإلكترونية مثل Kindle.



الإعلانات المدفوعة

الإعلان عبر الإنترنت هو مثال آخر للإعلام الرقمي، يتضمّن بعض أنواع إعلانات الإعلام الرقمي ما يلي :

- إعلانات عبر المواقع.
- الإعلانات عبر محرّكات البحث.
- إعلانات الفيديو.
- إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي.

الفن الرقمي

ينتج بعض منشئي وسائط الإعلام الرقمية الرسوم التوضيحية أو مقاطع الفيديو أو الموسيقى أو الصور الفوتوغرافية كشكل من أشكال الفن. ويمكن بيع إنتاجات الفن الرقمي أو تحقيق الدخل منه في الأسواق مثل Getty Images (للصور) و iTunes (للموسيقى) و YouTube (لمقاطع الفيديو).



ألعاب الفيديو

تصمّم ألعاب الفيديو لترفيه الناس، ويتمّ لعبها عادةً على مشغّل ألعاب الفيديو، مثل بلاي ستيشن وإكس بوكس، مع إمكانية تشغيل بعض أنواع الألعاب أيضًا على أجهزة الكمبيوتر أو الأجهزة اللوحية أو الهواتف الذكية.

الواقع الافتراضي



هناك نوع جديد من الوسائط الرقمية يزداد شيوعًا بشكل مطّرد، وهو **الواقع الافتراضي**. يتضمّن الواقع الافتراضي ارتداء النظارة ومشاهدة تجربة رقمية غامرة، وقد تشمل هذه التجربة ألوانًا أو أصواتًا أو رسومات ومقاطع فيديو واقعية للغاية.

الخلاصة : الإعلام الرقمي عالم ممتدّ بشكل متسارع. لذا ستستمرّ التكنولوجيا الرقمية في تعزيز مكائنها في المجتمع. وفي المستقبل القريب، من المرجّح أن تنتشر أجهزة الواقع المعزّز، ونرى تلاشي وسائل الإعلام التقليدية تدريجيًا.

4- التلفاز الرقمي



أحدث **التلفاز الرقمي** ثورة في مفهوم التلفاز، باستخدام نماذج رقمية جديدة تسمح ببث صوت وصورة محسّن وتحسين جودتها، حيث يمكن تضمين وصول إضافي إلى مجتمع المعلومات أو الخدمات التفاعلية، كما يمكن الوصول إلى التلفاز الرقمي من خلال تقنيات الوصول المختلفة الموجات الأرضية (DTTV) والكابل والأقمار الصناعية و(ADSL) والأجهزة المحمولة.

التلفاز الأرضي الرقمي - DTTV

يتمّ الإرسال باستخدام الموجات الأرضية، أي تلك التي يتمّ بثّها عبر الغلاف الجوي دون الحاجة إلى كابل أو قمر صناعي، ويتمّ استقبالها من خلال هوائيات (UHF) التقليدية. تحتوي جميع الأنظمة على مخطط إرسال رقمي مماثل، استناداً إلى معيار تدفق نقل (MPEG) مع تشفير فيديو (MPEG-2 و H264)، حيث تكمن الاختلافات الرئيسية في الطريقة التي يصبح بها تدفق النقل إشارة بثّ، أمّا في تنسيق الفيديو قبل التشفير أو بعد فكّ التشفير وفي تنسيق الصوت وأيضا في أنظمة التشكيل.



التلفاز الرقمي عبر الأقمار الصناعية :

تُبتّ الإشارة إلى منطقة جغرافية واسعة من خلال أقمار الاتصالات، على عكس التلفاز الأرضي الذي لا تصل موجاته إلى الغلاف الجوي، أو تلفاز الكابل، بناءً على البتّ عبر شبكات الألياف الضوئية والكابل المحوري. يوجد في البتّ التلفزيوني الفضائي امتدادان مختلفان، وهما:

- **الوصلة الصاعدة** التي يتمّ من خلالها إرسال المعلومات من مركز البتّ إلى القمر الصناعي.
- **الوصلة الهابطة** التي تبثّ هذه المعلومات، من قمر الاتصالات باتجاه المنطقة التي تضيء في سطح القمر الصناعي.

ولتجنّب التداخل بين كلّ الوصلات، يستخدم كلّ منهما نطاق تردّد مختلفاً. الميزة الرئيسية لاستخدام أنظمة القنوات الفضائية هو مدى سهولة الوصول إلى مناطق التغطية الكبيرة، كما أنه يسهّل استقبال الإشارة في المواقع البعيدة أو المعزولة، على عكس الأنظمة الأخرى، مثل الموجة الأرضية أو تلفاز الكابل، حيث تتميز الاتصالات الساتلية بإحداث تأخيرات مهمّة في إرسال الإشارة، ونظراً إلى المسافة التي يجب أن تغطّيها. يتمّ تحديد اللوائح الفنية الخاصة بالبتّ الفضائي (DVB-S) في المعيار الأوروبي (EN 300 421) منذ نشر الإصدار الأوّل من مواصفات (DVB-S) واستمرّت التكنولوجيا في التطوّر، ممّا أدّى إلى نشر مجموعة جديدة من اللوائح المعروفة باسم (DVB-S2)، حيث يستخدم كلّ من (DVB-S و DVB-S2 تعديل QPSK)، كما تتمثّل المزايا الرئيسية لـ (DVB-S2) في كفاءة أعلى بنسبة (30%) مقارنة بـ (DVB-S) ومجموعة واسعة من التطبيقات للاستخدام المنزلي والمهني وتقنيات مثل تكييف التشفير لتعظيم القيمة في استخدام موارد الأقمار الصناعية والتوافق مع الإصدارات السابقة نحو الجيل السابق (DVB-S).

تلفاز الكابل الرقمي:



في **تلفزيون الكابل الرقمي**، يتمّ توزيع الإشارة عبر شبكات الكابل، أي كابل الألياف الضوئية والكابل المحوري، حيث يمكن تقديم خدمات أخرى عبر هذه الشبكات مع إشارة التلفاز الرقمي، مثل خدمة الهاتف الأرضي واتصال الإنترنت، أمّا المعيار المستخدم في أوروبا للبتّ التلفزيوني الرقمي هو بتّ الفيديو الرقمي (DVBC)، ويستخدم (DVB-C) تعديل (QAM) والإشارة قوية ضد الضوضاء والبتّ محصّن ضد التداخل والتأخير ضئيل.

تلفاز بروتوكول الإنترنت - IPTV



في **تلفاز بروتوكول الإنترنت**، يتم توزيع الإشارة من خلال بروتوكولات الشبكة إلى المستخدم النهائي، وعادةً من خلال اتصالات بيانات (ADSL) عالية السرعة، ونظراً إلى أن العامل المميز الرئيسي مقابل بقية تقنيات الوصول إلى التلفاز الرقمي، حيث تجدر الإشارة إلى المكون التفاعلي القوي لهذه الأنواع من الخدمات، والتي تكون بشكل أساسي عند الطلب (VOD)، أي يمكن للمستخدم النهائي اختيار المحتوى الذي يرغب في مشاهدتها وتحديد وقت القيام بذلك.

التلفاز المحمول



التلفاز الرقمي المحمول : هو خدمة البث التلفزيوني باستخدام التكنولوجيا الرقمية التي يتم استقبال إشاراتها في الأجهزة أو المعدّات المحمولة، كالهاتف المحمول والكمبيوتر المحمول والمساعد الرقمي الشخصي. وفي هذه البيئة يوجد وضعان للبث : أحادي الإرسال، حيث يتم إنشاء قناة حصرية بين الباعث أو المحطة الأساسية والجهاز المحمول.

البث : خدمة البث، حيث يتم إرسال الإشارة من الباعث أو المحطة الأساسية نحو جميع الأجهزة المحمولة، إلى عدد غير محدود من المستخدمين.

إنها «أزمة المناخ» وليس «تغير المناخ»... فهل تتحرك وسائل الإعلام؟

د. مهى زراقت

كلية الإعلام - الجامعة اللبنانية



«الأمل الأخير» و«الفرصة الأخيرة» عبارتان تكررنا في معظم التقارير الإعلامية التي واكبت أعمال قمة المناخ (كوب 26) التي عقدت في غلاسكو مطلع شهر نوفمبر 2021. وكلّ متابع للدراسات العلمية والتقارير الإعلامية المعنيّة بقضية «تغير المناخ» يقع على عبارات تدقّ ناقوس الخطر، من قبيل «نهاية العالم»، «إنذار أحمر للبشرية»، «تهديد خطير»، «الكارثة المناخية»، إلخ. على الرغم من ذلك تبقى قضية «تغير المناخ» شبه غائبة عن شاشات المؤسسات الإعلامية الجماهيرية، حتى عندما تعقد قمة عالمية مثل التي شهدناها أخيراً، تغلب التقارير المتعلقة بكواليس اللقاءات بين زعماء العالم، على نقاشاتهم الجديّة لمعالجة القضية التي يجتمعون من أجلها.

هذا السلوك الإعلامي يثير التساؤل عن سبب ضعف التغطية الإعلامية لقضية تتوفّر فيها كلّ معايير النشر: فهي آنية، وتهتمّ المصلحة العامة، وتسبّب كوارث طبيعية بدأت أعدادها

تزايد في العالم ، وتشكّل تهديداً وجودياً للإنسان، كما أنّ عدداً من مشاهير العالم بدأوا يثيرونها لكي يدفعوا بوسائل الإعلام إلى الإضاءة على أهميتها.

يمكن تعداد الكثير من الأسباب لغياب الاهتمام الإعلامي بقضية المناخ، بدءاً بأولويات وسائل الإعلام ومصالحها الاقتصادية، مروراً بالتسييس الذي تخضع له، وصولاً إلى مهارات الصحفيين في تغطية القضايا البيئية والعلمية. لكن الأكد أنه أياً كان السبب الآن، فإنّ قضية «تغير المناخ» ستصبح قريباً خبراً عاجلاً في مختلف دول العالم، وسيكون اسمها «أزمة المناخ» لأنّ الأخبار السيئة هي التي ستطغى (مثل أخبار الفيضانات والأعاصير والهجرات المحلية والأوبئة والأمن الغذائي، إلخ.) على ما يمكن الإضاءة عليه اليوم من حلول والضغط من أجل تنفيذها.

في هذا المقال نحاول الإضاءة على أهمية إيلاء وسائل الإعلام، بمختلف وسائلها، «تغير المناخ» مساحةً أوسع وأكثر جدية. فنعرض بدايةً لتحديات «تغير المناخ»، ثمّ نستعرض أبرز ما قامت به وسائل الإعلام منذ الشروع في الحديث عن القضية، وصولاً إلى اليوم، وما الذي يمكن أن تقوم به في المساعدة على التوعية، تمهيداً لقيام كل شخص بدوره: الأفراد ليغيروا سلوكياتهم البيئية ويضغطوا على حكوماتهم، والحكومات للقيام بخطوات جدية للإيفاء بالتزاماتها.

ما هو تغير المناخ؟

تعرف الأمم المتحدة 1 تغير المناخ بأنه «التحوّلات طويلة الأجل في درجات الحرارة وأنماط الطقس». وتعدّ الأنشطة البشرية المسبب الرئيسي لتغير المناخ، من خلال حرق الوقود الأحفوري، مثل الفحم والنفط والغاز، إذ ينتج عن حرق الوقود الأحفوري انبعاثات الغازات الدفيئة «التي تعمل مثل غطاء يلتفّ حول الكرة الأرضية، ممّا يؤديّ إلى حبس حرارة الشمس ورفع درجات الحرارة». ونتيجة لذلك، أصبحت الكرة الأرضية الآن أكثر دفئاً بمقدار 1.1 درجة مائوية عمّا كانت عليه في أواخر القرن التاسع عشر. وتتخوّف الأمم المتحدة من أن يؤديّ هذا الأمر «إلى عواقب خطيرة، مثل الجفاف الشديد وندرة المياه والحرائق الشديدة وارتفاع مستويات سطح البحر والفيضانات وذوبان الجليد القطبي والعواصف الكارثية وتدهور التنوع البيولوجي. كما يمكن أن يؤثرّ تغير المناخ على صحتنا وقدرتنا على زراعة الأغذية والسكن والسلامة والعمل».



ما يحذّر منه تقرير الأمم المتحدة لم يعد حبراً على ورق، إذ شهد العالم في السنوات الأخيرة أمثلة عديدة على ما يمكن لتغير المناخ أن يسببه، وقد لا يكون آخرها الفيضانات التي شهدتها دول أوروبية الصيف الفائت وأبرزها ألمانيا، متسببة في وفاة نحو 200 شخص.

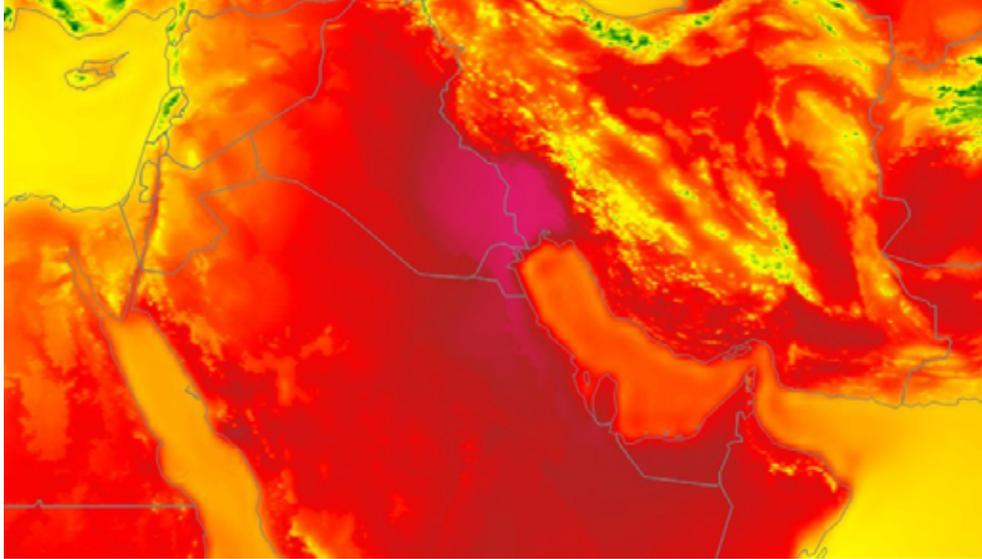
نهاية الشرق الأوسط

وإذا أخذنا منطقة الشرق الأوسط مثلاً، نقرأ تقريراً مخيفاً نشرته جريدة «غارديان» البريطانية



تحت عنوان «نهاية العالم قريبة: هل يتغلب الشرق الأوسط على أزمة المناخ؟» في 29 أكتوبر 2021 الماضي. يعدّ الكاتب (باتريك فينتر) واقع بعض دول المنطقة المناخي، فيشير إلى «إعصار شاهين» الاستوائي الذي ضرب شمال سلطنة عُمان، وارتفاع درجات الحرارة في العراق والكويت إلى ما يتجاوز الـ50 درجة مئوية لأيام متتالية.

أمّا جدّة ومكّة (في السعودية) فقد شهدتا فيضانات مفاجئة وارتفع متوسط درجات الحرارة في جميع أنحاء المملكة بنسبة 2%، وسجّلت درجات الحرارة القصوى ارتفاعاً نسبته 2.5% عما كانت عليه منذ الثمانينيات. وفي الإمارات، تشير التقديرات إلى أنّ أزمة المناخ تكلف الدولة أكثر من 8 مليارات دولار سنوياً، بسبب ارتفاع التكاليف الصحية بعدما زادت ملوحة مياه الخليج بنسبة 20% نتيجة تكاثر محطات تحلية المياه، ما يؤثر سلباً على الحياة البحرية والتنوع البيولوجي. أمّا في قطر، الدولة التي لديها أعلى نسبة انبعاثات للفرد من الكربون في العالم وهي أكبر منتج للغاز السائل، صارت مكيفات الهواء حاجة ضرورية حتى في الهواء الطلق، فيما يتسبب تلوث الهواء في طهران (إيران) في وفاة 4000 شخص كل عام. ويخلص الكاتب إلى أنّ الأمر سيزداد سوءاً مع ارتفاع درجات الحرارة والرطوبة ومنسوب المياه، لافتاً إلى أنّ منطقة الشرق الأوسط «تزداد سخونة بمعدّل الضعف عن بقية مناطق العالم.»



إنها «أزمة المناخ» وليس «تغير المناخ»... فهل تتحرك وسائل الإعلام ؟

وفي تقرير مماثل نشرته «فورين بوليسي» 3 في 25 أغسطس 2021، حمل عنوان «الشرق الأوسط بات حرفياً غير صالح للسكن»، تحذّر الصحافية (أنشال فوهرا) من أنّ «معدّل الاحترار في منطقة الشرق الأوسط يساوي ضعف المتوسط العالمي. وبحلول العام 2050 ستكون المنطقة أكثر دفئاً بمقدار 4 درجات مائوية مقارنة بالحد الفاصل الذي يسمح به علماء المناخ لإنقاذ البشرية، وهو 1.5 درجة كحدّ أقصى».

وقد حذّر رئيس الوزراء البريطاني (بوريس جونسون) في كلمته الافتتاحية لقمة المناخ من غرق مدن عديدة حول العالم، مثل الإسكندرية وشنغهاي وميامي، في حال ارتفعت درجات الحرارة إلى أكثر من أربع درجات مائوية.

قمة المناخ

المحافظة على درجة احتار 1.5 هو الهدف الذي اجتمع عليه المشاركون في قمة المناخ الأخيرة، والتي أطلق عليها رئيسها (ألوك شارما) لدى افتتاح «قمة الأمل الأخير والأفضل لإبقاء هدف 1.5 درجة مائوية ممكناً». ويمكن تصديق مخاوف (شارما) إذا راجعنا عدد القمم والمؤتمرات الدولية التي عُقدت من أجل مواجهة التحديات المناخية من دون إحراز تقدّم ملموس.



باختصار، يمكن ذكر ثلاث محطات أساسية مرتبطة بتغيّر المناخ. **المحطة الأولى** تعود إلى العام 1992، تاريخ عقد **قمة ريو دي جانيرو**، المعروفة أيضاً باسم «**قمة الأرض**»، والذي وُقعت خلاله «الاتفاقية الإطارية للحدّ من انبعاثات الغازات الدفيئة».

المحطة الثانية تُعرف باسم «**بروتوكول كيوتو**» الذي تمّ اعتماده في ديسمبر 1997، لكنه لم يدخل حيّز التنفيذ إلّا في شهر فبراير 2015، وهدفه تفعيل اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغيّر المناخ وإلزام الدول الصناعية الكبرى بخفض انبعاثات غازات الكربون في الغلاف الجوي. تتالت الاجتماعات التي كان «بروتوكول كيوتو» محوراً إلى أن وصلنا إلى المحطة الثالثة في العام 2015، والتي شهدت أول اتفاق عالمي بشأن المناخ عُرف باسم «**اتفاقية باريس للمناخ**» خلال مؤتمر الأمم المتحدة 21 للتغيّر المناخي.





الاتفاق، الذي تراجع عن «إلزام» الدول الصناعية بخفض انبعاثات غاز الكربون، حدّد هدفاً أساسياً وهو «احتواء الاحتباس الحراري العالمي لأقلّ من درجتين، وصولاً إلى 1.5 درجة»، وقد وافقت 195 دولة، شاركت في أعمال المؤتمر على الاتفاق. لكن على مدى السنوات الست التي تلت الاتفاق، لم تقم الدول المعنيّة بأيّ جهود للوفاء بالتزاماتها، خصوصاً مع انسحاب رئيس الولايات

المتحدة الأميركية دونالد ترمب من الاتفاق في العام 2017. في المقابل، شكّل «تغيّر المناخ» عنواناً أساسياً للحملات الانتخابية في أميركا (ومؤخراً في ألمانيا)، حتى أنّ الرئيس الأميركي الحالي جو بايدن وقّع وثيقة إعادة الانضمام إلى اتفاقية باريس في أوّل يوم له في منصبه وقبل استلامه مهامه فعلياً.

ماذا عن الإعلام؟

لم يغيب الإعلام عن «تغيّر المناخ»، لا سيما في نهاية ثمانينيات القرن الماضي، لكن تغطيته كانت خجولة. وتلحظ الدراسات العلمية اهتماماً إعلامياً أكبر بـ«تغيّر المناخ» في الفترات التي رافقت قمر المناخ منذ مطلع تسعينيات القرن الماضي، من دون أن ترتقي هذه التغطية غالباً إلى مستوى القضية. كما تلفت بعض التقارير إلى ارتفاع نسب التغطيات في



حال كانت توأكب إطلاق أفلام تعنى بالموضوع. وفي هذا المجال يمكن ذكر ثلاثة أفلام رئيسية تناولت تغيّر المناخ وحظيت باهتمام إعلامي واسع هي: «an inconvenient truth» (آل غور للمخرج

دافيس غوغنهايم) في العام 2006، و**بيتنا (home)** للمخرج (يان آرتس برتراند) الذي صوّر في أكثر من 50 دولة حول العالم، وتمّ إطلاقه في يوم واحد بمختلف صالات السينما حول العالم وبلغات متعدّدة في العام 2009، والفيلم الثالث هو **(planet of humans)** الذي أطلقه (مايكل مور) العام الماضي (نيسان 2020) عشية الذكرى العشرين ليوم الأرض على منصّة يوتيوب وأبقى مشاهدته مجانية لمدة شهر كامل.





لكن بعيداً عن الأفلام، التي يمكن تصنيفها تحت خانة المبادرات، تلفت دراسة 4 تناولت تغطية الصحافة لـ«تغير المناخ» في 45 دولة، إلى أنه على مدى ثلاثة عقود من تزايد الحديث عن تغير المناخ، والتأكيد على أنه من صنع الإنسان ويمكن التدخل للحد منه، إلا أن ذلك لم ينعكس زيادة في التغطية الإخبارية لهذه القضية. وعن سبب لا مبالاة الصحافة بالموضوع، تنقل

الدراسة عن صحافي الـ«بي بي سي» (أليكس كيري) أن الموضوع، على أهميته «ليس منتجاً مطلوباً، كما أن المحررين باتوا يشعرون بالملل من الاستمرار في الكتابة عنه لأنه قصة قديمة سمعوها من قبل».

في المقابل، تؤكد دراسة ثانية 5 تناولت «تمثّلات تغير المناخ في وسائل الإعلام» على حاجة الجمهور إلى مَنْ يُخبره عن القضية، إذ تشير إلى أن «عدم اهتمام الكثير من الناس بهذا المجال يعود إلى ما قد يوحي الحديث عنه من صعوبة، لذا تقتصر معرفة الغالبية على ما يتلقّونه من معلومات حوله من وسائل الإعلام».

لكن كيف تقدّم وسائل الإعلام هذا الموضوع؟

أكاديمياً، أجريت الكثير من الدراسات عن كيفية تغطية وسائل الإعلام لقضية «تغير المناخ»، ولفنت إلى أن الاختلاف لا يكمن فقط في الحجم والتوقيت، بل في كيفية مقارنة الموضوع أيضاً. وإذا عدنا إلى نتائج الدراسة الأولى الوارد ذكرها أعلاه، تلفت إشارتها إلى أن الصحافة الأميركية كانت تعبر عن عدم وجود «يقين علمي» بقضية تغير المناخ، في مقابل تحفّظ سويدي.

ثمّ عرضت الدراسة للأطر الإخبارية التي تقدّم فيها القضية، وهي العلمية، البيئية، الاقتصادية، الدولية، السياسية، مشيرة إلى أن الإطار الأكثر استخداماً هو الإطار العالمي، أي أن التعامل معها في الصحافة يتم على أنها قضية عالمية. وتفضّل وسائل إعلام أخرى الحديث عن الأثر الاقتصادي (بين من يرى أن الالتزام بالمكافحة سيكون له تأثيرات اقتصادية كبيرة، في مقابل من يحذّر من التأثيرات الاقتصادية للكوارث الطبيعية). وفي الدول الغربية يمكن تقديمه في إطار سياسي (كيف يصبح تغير المناخ قضية مؤثرة في الانتخابات مثلاً؟). أمّا أقلّ الأطر استخداماً فهو «التقدّم الاجتماعي» المرتبط بأنماط حياة جديدة.



وفي فرنسا، لاحظت دراسة تحت عنوان «تغيّر المناخ على التلفزيون: من العلم إلى الخيال»⁶، تراوح الخطاب التلفزيوني الفرنسي (بين عامي 2007 و2010) بين التعليمي التوعوي وبين الخطاب التفسيري الكارثي. وشرحت مُعدّة الدراسة بأنّ الرغبة في تفسير الظاهرة تتعارض مع الرغبة في جذب جمهور «قد لا يستجيب لمحتوى علمي أكثر من اللازم»، لذلك يحصل التحوّل نحو خطاب ينذر بالخطر.

تأثير وسائل الإعلام

السؤال الذي يمكن التوقّف عنده بعد استعراض هذه الدراسات: أيّ أثر يمكن أن تتركه وسائل الإعلام لدى المتلقّي؟

بالتأكيد يمكن أن يؤدّي التحذير من الخطر إلى إخافة المتلقّين. لكن هل هذا هو المطلوب، أم أنّ المطلوب هو الدفع نحو القيام بخطوات عملية لمواجهة التحدّيات؟

هذا ما يمكن أن يتحقّق في حال قدّم الموضوع في إطار مناسب يسمح باتخاذ موقف منه، ومن هنا يمكن فهم اهتمام غالبية الدراسات العلمية بالبحث عن الأطر الإخبارية التي كان يقدّم فيها الموضوع. ذلك أنّ تقديم تغيّر المناخ في إطار اقتصادي مثلاً، يعني غالباً الترويج لمخاوف أصحاب المال. أمّا تقديمه في إطار عالمي (من قبل الدول الفقيرة غالباً) فيأتي كنوع من الاستسلام، إذ تعترف هذه الدول، التي تعاني أكثر من غيرها من التحوّلات المناخية، بعجزها عن المكافحة في ظلّ استمرار الدول الغنية بتلويث الكوكب.

استخدام الأطر الإخبارية المناسبة لتقديم القصة الصحافية يساعد في قيادة أجندة وسائل الإعلام، وفي تحديد الأولويات الوطنية، والتأثير على قيم المجتمع، وتشكيل اهتمامات عامة. ولا بأس في هذا المجال من التأكيد على ما يمكن لوسائل الإعلام أن تُحدثه من تأثير، من خلال استعادة قصة ذكرها الصحافي (دانيال فرموس) في مقال له عن دور وسائل الإعلام في الدفع نحو التغيير⁷. يذكر فرموس أن أزمة الغذاء التي حصلت في النيجر بين عامي 2004 و2005 لم تحظ بتغطية إعلامية مناسبة، لكن عندما بثّت قناة «بي بي سي» تقريراً في 19 يوليو 2009 عن حالات احتضار لدى أطفال نيجيريين «استيقظ العالم». وينقل فرموس هذه العبارة عن مستشار الأمم المتحدة للنزوح الداخلي (دنيس ماكنامارا)، الذي لاحظ الأثر الذي تركه بثّ التقرير «بعد أسبوع تلقت الأمم المتحدة مساعدات قيمتها 17 مليون دولار. الحكومات أكثر تأثراً بما تبثّه وسائل الإعلام، ممّا تقوله الأمم المتحدة».



ويلفت (فرموس) إلى تحوّل حصل خلال قمة المناخ في كوبنهاغن 2009، وبعدها الزلزال الذي ضرب هايتي (يناير 2010). فقد لاحظ أنّ «وسائل الإعلام تصرّفت بمسؤولية بعد سنوات من اللامبالاة (1970 - 2000) ضاعفت المشكلة»، مشيراً إلى تعاون المؤسسات الإعلامية الكبرى مع المؤسسات المحليّة لمساعدتها على التوعية حول المواضيع البيئية والمناخية.

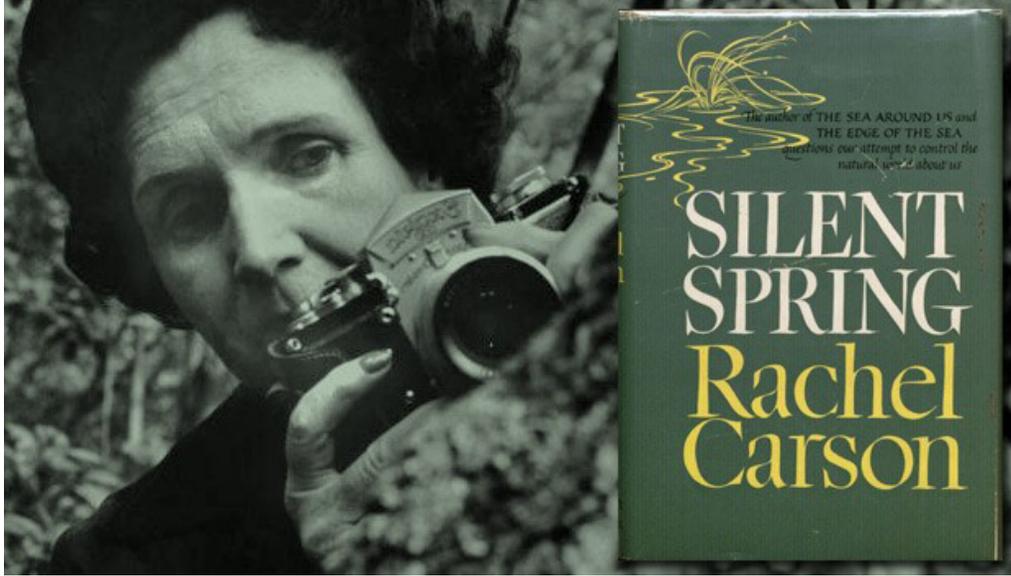
استخدام كلمة «مسؤولية» ليس تفصيلاً عابراً، بل يشكّل دعوة إلى وسائل الإعلام لكي تتعامل مع «تغيّر المناخ» بوصفها طرفاً، أو لاعباً أساسياً عليه القيام بدوره. ذلك أنّ لوسائل الإعلام، والصحافيين العاملين فيها، قدرة على تبسيط المصطلحات العلمية وشرحها ودفع المتلقّين إلى تغيير سلوكياتهم البيئية أو الضغط على حكوماتهم، كما يمكنها أن تطالب المعنّيين وتدفعهم إلى التحوار... بعيداً عن إشكالية «موضوعية الصحافي»، وضرورة أن يقدّم خبراً متوازناً. بعد أكثر من خمسين عاماً على ولادة الصحافة البيئية، يبدو النقاش حول «توازن» مطلوب من الصحافي لدى تناوله قضية «تغيّر المناخ» نوعاً من المزاج. هذه الصحافة ولدت «مقاتلة»، ووضعت نصب أعينها الحفاظ على بيئة سليمة. فلا يمكن اليوم، بعدما خفّت أصوات المشكّكين بقضية «تغيّر المناخ» أن يُطلب من الصحافي البقاء على الحياد.



الصحافة المقاتلة

يُعيد الباحثون تاريخ ولادة الصحافة البيئية إلى الستينيات، مع قيام صحافيين بمواكبة تحركات ناشطين بيئيين كانوا قد بدأوا يرفعون الصوت ضد الممارسات المضرّة بالبيئة في محيطهم. وتعتبر عالمة الأحياء الأميركيّة، (راشيل كارسون 1907 - 1965) رائدة في تفعيل الحراك البيئي، لا سيما بعد صدور كتابها «الربيع الصامت» عام 1962، والذي وصفت فيه المبيدات السامة بالسلح النووي،

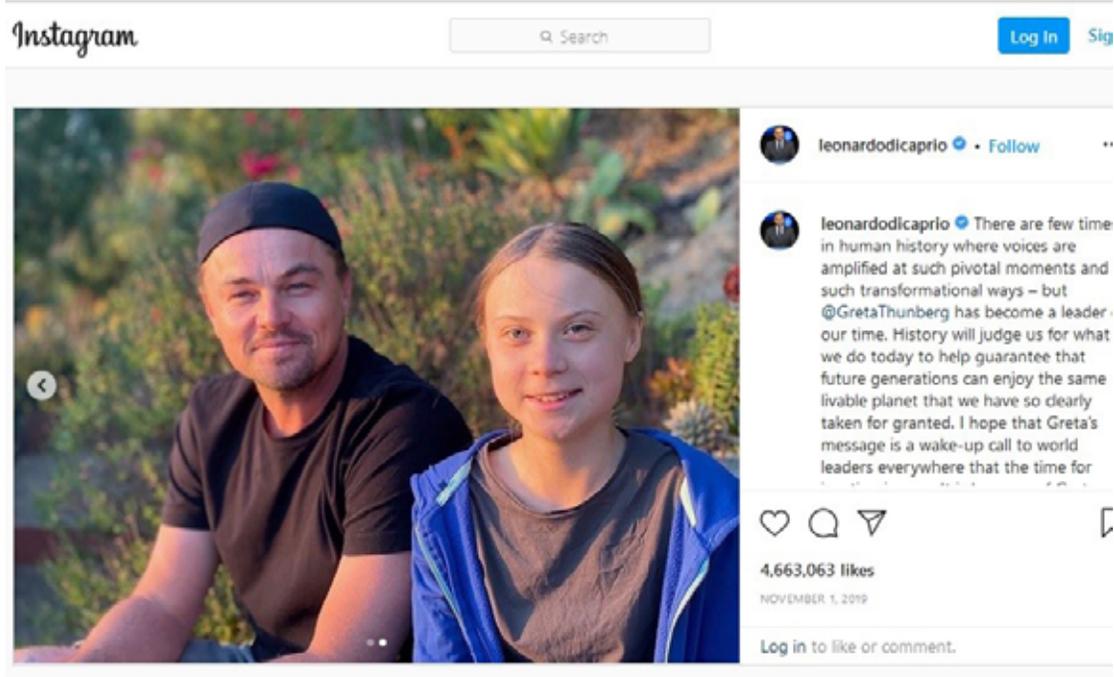
بعدها قضى مبيد الحشرات DDT على ملايين العصافير. حظي كتابها باهتمام واسع، وطلب الرئيس الأميركي آنذاك، (جون كينيدي)، بإجراء تحقيق للتأكد مما أوردته (كارسون) في كتابها، قبل أن يمنع استخدام هذا المبيد. أسس هذا الأمر لولادة حركة بيئية ناشطة، ولمبادرات حكومية تهتم بالبيئة وتحافظ عليها ابتداء من السبعينيات، بالإضافة إلى ولادة تشريعات بيئية متعدّدة.



لكن ما حصل مع (كارسون) لم يتكرّر مع ناشطين كُثُر تصدّوا لمحاربة الاعتداءات البيئية وحوربوا بشراسة، لذا يعتبر الباحثون أنّ الصحافة البيئية هي واحدة من أخطر ميادين العمل الصحفي. يذكر الباحث (إريك فريدمان) في دراسة له تحت عنوان «مخاطر الصحافة البيئية» 8 أنّ عدد الصحفيين الذين قُتلوا بين عامي 2005 و2016 وصل إلى الأربعين «أي أكثر من عدد الصحفيين الذين قتلوا أثناء الحرب على أفغانستان». ويُعيد السبب إلى أنّ الصحفي الذي يغطّي قضايا بيئية، يتناول مصالح شركات كبرى واقتصادات ضخمة ورجال أعمال وسياسة، ما يجعله عرضة لتهديداتهم. وتتنفق دراسة أعدتها «لجنة حماية الصحفيين» (CPJ) مع هذا الكلام، معتبرة أنّ «الصحافة البيئية تعدّ أخطر المجالات في المهنة بعد المراسل الحربي»، مُحصية أكثر من عشر وفيات بين عامي 2009 و2017.

كما يمكن أن يتعرّض الصحفي لمضايقات ضمن مؤسسته الإعلامية، فيُمنع مثلاً من تغطية موضوع يهدّد مصالح أصحاب النفوذ أو المعلنين. هذا ما حصل مع الصحفي الفرنسي (هيرفيه كمبف) الذي غادر جريدة «لوموند» بعد 15 عاماً من العمل فيها، لأنها سحبت منه تغطية تتعلّق بإنشاء مطار في منطقة Notre-Dame-des-Landes تبنت فيها اعتراض الأهالي على الأمر. برّرت الصحيفة قرارها بأنه يمكن لـ(هيرفيه كمبف) أن ينشر ما يريد بوصفه «كاتب رأي ملتزم» ولكن ليس كأحد أفراد هيئة التحرير.

تبرير «لوموند» يُعيد النقاش الذي لطالما رافق الصحافة المتخصصة عموماً، عن الفارق بين «الصحافي البيئي» و«الناشط البيئي». الأخير لم يَغِب يوماً عن ساحة النضال من أجل التوعية، التحذير والمطالبة، مقدّماً لوسائل الإعلام قصصاً كثيرة تستحق أن تروى.



تأثير الناشطين

أيّ حديث عن حضور قضية تغيّر المناخ في الفضاء العام، يجب أن لا يغفل دور الناشطين. وهؤلاء لم يغفلوا الإعلام، بل استعانوا به مراراً، سواء عبر اللجوء إليه لرواية قصصهم، أو عبر إطلاق منصات خاصة مع انتشار الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. ومن الناشطين في هذا المجال، الشابة السويدية (غريتا سنبرغ) التي صارت وجهاً إعلامياً معروفاً منذ كانت في الثانية عشرة من عمرها، متصدية للحديث عن خطورة «تغيّر المناخ». (سنبرغ) وجّهت مع زميلتها الأوغندية (فانيسا ناكات) رسالة إلى وسائل الإعلام العالمية عام 2019 دعتاهم فيها إلى تحمّل مسؤولياتهم في تغطية قضايا تغيّر المناخ المحلية.

ولا تزال مداخلة الكندية (سيفرن سوزوكي) في قمة الأرض عام 1992، وكانت بدورها طفلة في الثانية عشرة من عمرها أيضاً، تشكّل مادة إعلامية تجذب المهتمين، وموجودة في فيديوهات متعدّدة على يوتيوب. كما أنّ عدداً من المشاهير أعلنوا اهتمامهم بالقضية، مثل الممثل الأميركي (ليوناردو ديكابريو) الذي عين سفيراً للسلام في مجال التركيز على مسألة تغيّر المناخ، قبل انعقاد مؤتمر قمة المناخ



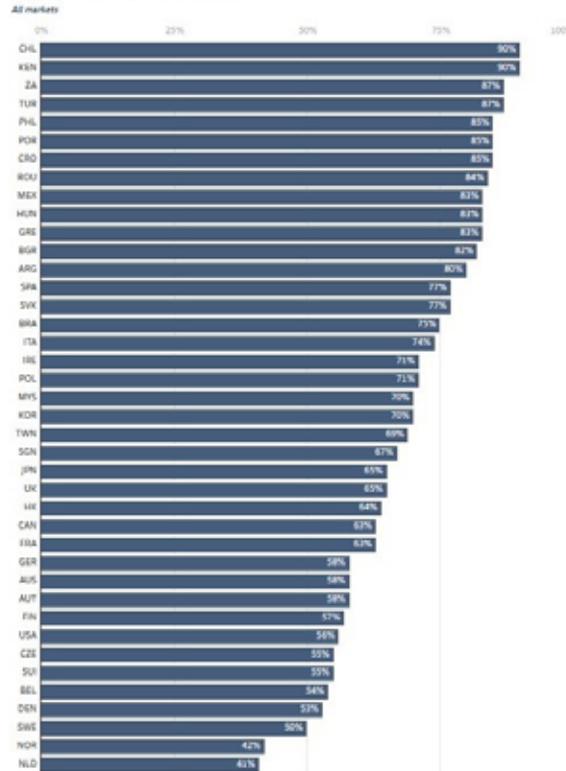
في العام 2014، بهدف تحفيز وتنشيط العمل في مجال المناخ صوب إبرام اتفاق عالمي بشأن المناخ عام 2015.

هذا الاهتمام من قبل أطفال، شباب، ونجوم، وانخراطهم في نشاطات تنشر الوعي حول «تغيّر المناخ» وتضغط على الحكومات، كان من بين النقاط الإيجابية التي سجّلها المراقبون لأعمال القمة الأخيرة. لقد تجاوزت أعداد المشاركين في

التظاهرات المواكبة لأعمال القمة ما كان متوقّعا، وأتاح وجودهم إمكانية تغطية مختلفة لوسائل الإعلام التي اهتمت بنقل تحركاتهم وآرائهم في ما يدور من نقاشات خلف الجدران.

ارتفاع أعداد الناشطين لم يكن الخبر السارّ الوحيد الذي خرجت به القمة، بل إجماع جميع المشاركين في القمة على خطورة القضية. وهذا ما لاحظته الصحافي (حبيب معلوف)9 خلال تغطيته، إذ لفت في تقريره إلى أنه «للمرّة الأولى في قمم المناخ الـ25 المشابهة، لم يعد هناك أيّ صوت مشكّك في ظاهرة تغيّر المناخ، وأنّ كلّ الدول، في السنتين الأخيرتين، باتت مقتنعة بهذه الظاهرة وخطورتها على المستوى العالمي، وأنّ ظواهرها المتطرّفة باتت تظال أيّ بقعة من العالم».

PROPORTION THAT THINK CLIMATE CHANGE IS VERY OR EXTREMELY SERIOUS



QC1_2020: How serious a problem, if at all, do you think climate change is? Showing % who say very or extremely serious.
Base: Total sample in each market.

مصادر الأخبار عن «تغيّر المناخ»

ينسحب هذا الأمر نسبياً على المواطنين، إذ يفيد تقرير صادر عن «معهد رويترز لدراسة الصحافة» 10، في العام 2020، تحت عنوان «كيف يتلقّى الجمهور الأخبار عن تغيّر المناخ؟» أنّ 69% من المستطلعين (في 40 دولة شملتها الدراسة) يعتبرون «تغيّر المناخ» قضية بالغة الجدّية، في حين رفض 9% اعتباره كذلك.

لكن الإجابات كانت تختلف بحسب الدول التي ينتمي إليها المستطلعون: فتصدّر كينيا وتشيلي بنسبة 90%، فيما تنخفض في هولندا إلى 41%. وردّ التقرير سبب اهتمام التشيليين بالقضية إلى أنّ تشيلي «شهدت أول نزوح سكاني داخلي في العام الماضي نتيجة جفاف استمرّ عشر سنوات»، أي أنّ الدول التي بدأت تتأثر جدّياً بتغيّر المناخ، مثل تشيلي وكينيا وجنوب أفريقيا، هي التي تعي خطورة الأمر أكثر من غيرها.

9 August 2021

Journalism and climate change

A selection of charts, readings and seminars from the Reuters Institute for the Study of Journalism



وبما أنّ «تغيّر المناخ» شكّل لعقود مادة تجاذب سياسية، فقد اختلفت الإجابات بحسب الانتماءات السياسية أيضاً: (89% من الأميركيين ذوي الميول اليسارية يعتبرون تغيّر المناخ مشكلة خطيرة، في مقابل 18% من الأميركيين ذوي الميول السياسية اليمينية).

أمّا عن مصادر الحصول على الأخبار عن قضية تغيّر المناخ، فقد أفاد 35% من المستطلعين أنهم يعتمدون على التلفزيون لمعرفة الأخبار عن تغيّر المناخ، لكن هؤلاء تتجاوز أعمارهم الخامسة والثلاثين، في مقابل 17% (دون الخامسة والعشرين من العمر) يعتمدون على مصادر إخبارية بديلة مثل المدوّنات ومواقع التواصل الاجتماعي. وأشار التقرير إلى أنه من المحتمل أن يصل الجيل Z (ما بين 18 و24 عاماً) إلى مصادر بديلة للأخبار حول تغيّر المناخ ثلاث مرّات، مقارنة بمن هم فوق 55 عاماً. وغالباً ما تكون هذه المصادر البديلة بتوقيع النشطاء والمؤثّرين وليس الصحفيين.

ويُعيد التقرير عدم تعامل نسبة قليلة من المستطلعين مع قضية «تغيّر المناخ» بشكل جدّي إلى ثلاثة أسباب: إمّا لأنهم غير مرتبطين بالقضية، أو لأنهم يشكّون بالعلم، أو لأنهم يُولون أهمّية أكبر للاقتصاد الذي سيتأثّر، في حال اتخذت تدابير جدّية للتقليص من تحدّيات «تغيّر المناخ».

تحديات

يمكن تعداد الأسباب الثلاثة نفسها للحديث عن سبب ضعف تغطية وسائل الإعلام لـ«تغيّر المناخ». الشعور بعدم الارتباط بالقضية يدفع وسائل الإعلام إلى إهماله، ومعالجة قضايا قد تعتبرها أكثر إلحاحاً. كما أنّ التشكيك بالعلم يضع الصحافي في مأزق، خصوصاً إذا لم يكن متابعاً للموضوع الذي يكتب عنه. في المقابل يجب التذكير أنّ التشكيك بالعلم رافق «تغيّر المناخ» منذ بدء الحديث عنه قبل نحو 150 عاماً، وهو يرافق كلّ قضية علمية، كما حصل مؤخراً مع انتشار «كوفيد19»، والتحذير من اللقاحات المضادة له. لكن التحدي الأبرز يبقى في الاقتصاد، إذ يرتبط القِيمون على وسائل الإعلام بمصالح مالية مع كبار الملوّثين. هذا الأمر هو الذي يدفع غالباً إلى تسييس القضية.

يضاف إلى هذه الأسباب، عدم اهتمام الصحافيين بالتخصّص وعدم استثمار وسائل الإعلام في تدريب صحافييها على معالجة القضايا العلمية والبيئية، والمتخصّصة عموماً.

... وطلول

إذا كان العلماء يؤكدون أنه لا تزال هناك إمكانية للحدّ من مخاطر «تغيّر المناخ»، ألا يمكننا القول أيضاً إنه لا يزال بوسع وسائل الإعلام التحرك والقيام بمسؤولياتها للمساعدة في التوعية على الموضوع؟



في الحقيقة، لا تبدو المهمة صعبة على الإطلاق، وهي لا تتناقض مع ما تتطلبه السوق الإعلامية. الاختباء خلف عدم آنية الموضوع لم يعد حجة مقنعة، بما أننا جميعاً نتناعرف أنّ آثار «تغيّر المناخ» السلبية صارت «الآن وهنا» وقد بدأت آثاره تظهر بوضوح في مختلف دول العالم، كما بينّا آنفاً، فهي ليست بعيدة عنّا، لا مكانياً ولا زمنياً لكي نهملها لصالح قضايا أخرى.

اقتصادياً، إذا عدنا إلى تقرير «معهد رويترز»، نلاحظ ارتفاع نسبة الاهتمام بالقضية، وخصوصاً لدى فئة الشباب. وهذا يعني أنّ إنتاج موادّ وبرامج تتناول الموضوع ستجد لها جمهوراً واسعاً يمكن أن يأتي بأرباح مالية، على أن نحسن توظيف هذه المواد عبر منصّات مختلفة، ولا نحصرها فقط بشاشة التلفزيون أو أثير الإذاعة أو صفحات الجرائد.

علمياً، يجب العمل انطلاقاً من أنّ الحقيقة حول تغيّر المناخ واحدة، ويقرّها العلم. لذلك لا داعي إلى استضافة الرأي والرأي الآخر ليصبح الموقف من تغيّر المناخ وجهة نظر.

لا مكان لـ«موضوعية» تضلل الرأي العام في قضية لم تعد تقبل المزاح حول جدّيتها. في المقابل، ينبغي الابتعاد عن المصطلحات العلمية صعبة الفهم من قبل المتابع العادي، والعمل عند الضرورة على تبسيطها وشرحها.

اجتماعياً، يجب العمل على أنسنة القضية، من خلال البحث عن قصص تكشف آثار «تغير المناخ» على حياتنا اليومية. هذه قصص متوفرة بكثرة حولنا، فالقضية ليست عالمية (و فقط) و«تغير المناخ» بات يؤثر على أكثر من قطاع (الصحة، البيئة، التربة، الأمن الغذائي). لذا يجب العمل على إدراجه كلما سنّحت الفرصة. والأهم هو عدم التركيز على الأمور السلبية فقط، بل الإضاءة على المبادرات الإيجابية، والاستفادة من حضور مئات الناشطين حول العالم ودعمهم لهذه القضية لجذب انتباه الناس إلى الموضوع.

يبقى أخيراً التذكير بالفرق في العمل بين الدول الغنية والدول الفقيرة، إذ لا يمكن التوجّه بالخطاب الإعلامي نفسه في الدول المسبّبة للأزمة، من خلال كميّة التلوّث التي تسبّبها، وبين الدول الفقيرة التي تعدّ ضحية لهذا التلوّث ولا تتوافر لديها أيّ قدرة على المكافحة.

مراجع:

- 1 موقع الأمم المتحدة : <https://www.un.org/ar/climatechange/what-is-climate-change>
- 2 Patrick Wintour, 'Apocalypse soon': reluctant Middle East forced to open eyes to climate crisis, the guardian, october24, 2021, <https://www.theguardian.com/environment/2021/oct/29/apocalypse-soon-reluctant-middle-east-forced-to-open-eyes-to-climate-crisis>
- 3 Anshal Vohra, The Middle East Is Becoming Literally Uninhabitable, foreign policy, August 24, 2021. <https://foreignpolicy.com/2021/08/24/the-middle-east-is-becoming-literally-uninhabitable/>
- 4 Hong Tien Vu, Yuchen Liu, Duc Vinh Tran. Nationalizing a global phenomenon: A study of how the press in 45 countries and territories portrays climate change. Global Environmental Change, 2019.
- 5 Mike S. Schafer & Inga Schlichting: Media Representation of Climate Change: A meta-analysis of the research field, 2014.
- 6 Laure Bolka-Tabary, Le changement climatique à la télévision : de la science à la fiction, Communication & langages, No 72, 2012.
- 7 Daniel Wermus, Les medias comme catalyseurs de changements, revue internationale et stratégique, Iris, 2010.
- 8 Eric Freedman, In the Crosshairs: The Perils of Environmental Journalism <http://knightcenter.jrn.msu.edu/wp-content/uploads/2018/08/AEJMC-In-the-Crosshairs-as-presented.pdf>
- 9 حبيب معلوف، «قبيل نهاية قمة غلاسكو: بيان ختامي قاتم»، جريدة الأخبار اللبنانية، 11 نوفمبر 2021. <https://www.al-akhbar.com/World/323060/%D9%82%D8%A8%D9%8A%D9%84-%D9%86%D9%87%D8%A7%D9%8A%D8%A9-%D9%82%D9%85%D8%A9-%D8%BA%D9%84%D8%A7%D8%B3%D9%83%D9%88-%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%AE%D8%AA%D8%A7%D9%85%D9%8A-%D9%82%D8%A7%D8%AA>
- 10 Simge Andi, How People Access News about Climate Change, 2020. https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/how-people-access-news-about-climate-change/?utm_campaign=Future%20of%20Journalism&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter

جرائم شبكات التواصل الاجتماعي

د. جابر غنيمي

متخصص في القانون ومدرس جامعي



تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الإنترنت، لتسهيل التواصل بين المستخدمين، وتبادل المعلومات فيما بينهم، من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة.

وتعتبر ثورة تكنولوجيا الاتصالات السبب الرئيسي في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة؛ فكانت الإنترنت التي تربط ما بين الشبكات الحاسوبية في جميع أنحاء العالم مهد ولادة تلك المواقع.



وظهر أول موقع للتواصل الاجتماعي عام 1997، حيث عُرف باسم (Six Degrees)، وكان مُختلفاً عن طبيعة المواقع الإلكترونية السائدة في ذلك الوقت، حيث سمح هذا الموقع لمستخدميه بإنشاء ملفات تعريفية خاصة بهم خلاله، فضلاً عن سماحه بإضافة مُستخدمين آخرين إلى صفحة المستخدم على الموقع.

و شهد عام 2003 ظهور موقع تواصل اجتماعي جديد عُرف باسم (Friendster) الذي أصبح بعد عامٍ واحد أكبر شبكة تواصل اجتماعي موجودة آنذاك ، حيث أتاح للمستخدمين مشاركة أنواع مختلفة من المحتوى؛ كالصور، ومقاطع الفيديو، فضلاً عن إمكانية التواصل مع المستخدمين الآخرين في الموقع. كما ظهر في العام نفسه موقع (Myspace) الذي مكّن مستخدميه من ممارسة الألعاب خلاله، علاوة على إمكانية التواصل مع المستخدمين الآخرين، وإنشاء المجموعات، وغيرها من الميزات الأخرى التي وفّرها الموقع ليعتلي الصدارة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من عام 2005 حتى عام 2008 ، حيث بدأت شعبيته في التراجع مع صعود موقع «فايسبوك» وظهور عدّة مواقع أخرى.



ولعلّ من أشهر المواقع الاجتماعية يمكن أن نذكر :

1. فايسبوك : فهو الموقع الأشهر على الإطلاق، إذ يسمح بنشر الصور والآراء، ومراسلة الأصدقاء. واقتصر هذا الموقع بدايةً على طلاب جامعة «هارفرد» الأمريكية، حيث كان مارك زوكربيرغ، مبتكر «فايسبوك»، طالباً فيها. ثمّ سرعان ما انتشر هذا الموقع في العالم كلّهُ.

2. تويتر: «تويتر» هو ثاني أشهر موقع للتواصل الاجتماعي عالمياً، يسمح لمستخدميه بكتابة «التغريدات» وقراءتها، إلا أنّ هذه التغريدات قصيرة، أُطلق الموقع عام 2006. وهو مسؤول عن إطلاق الهاشتاغ (#)، كما أنه رمز للكلمات الأكثر تداولاً. وقبل «تويتر» كان استخدام الهاشتاغ مقتصرًا على الأرقام في الهواتف.

3. لينكدإن (Linkedin): « لينكدإن» هو ثالث أشهر موقع في العالم، موجّه إلى المحترفين، إذ هو مخصّص لإيجاد فرص عمل. تأسس الموقع في جانفي/يناير 2002، وأطلق رسميًا في 5 أبريل من العام 2003. وهو متوفّر بعشرين لغة.

4. بينتيريست (Pinterest): يسمح « بينتيريست» لمستخدميه بتحديد صفحة أو موقع معيّن وتعليقه على لائحتهم. ويستخدم هذا الموقع للتخزين والجمع والتبادل. والعناصر التي تُحفظ، يُطلق عليها اسم «بينز»، أي دبابيس. كما يسمح «بينتيريست» بمتابعة اهتمامات الأصدقاء وأفراد العائلة.

5. غوغل بلاس: تملك شركة «غوغل» تطبيق «غوغل بلاس» الذي يتيح لمستخدميه إنشاء صفحة خاصة بهم تحتوي على صورتهم، ومعلومات شخصية، كالسيرة الذاتية. ويتيح للمستخدمين تبادل الصور مع الأصدقاء أيضًا. كما يضم زرّ «بلاس 1» مشابهاً لزرّ «لايك» في موقع «فايسبوك».

6. تمبلر: ابتكر ديفيد كارب موقع «تمبلر» عام 2006. ويتيح لمستخدميه نشر ما يريدون من صور وفيديوات ونصوص على شكل مدوّنة قصيرة. كما يمكنهم من تبادل الروابط مع باقي المستخدمين. ورمز الهاشتاغ (#) هو الطريقة المثلى التي تمكّن المتابعين من إيجاد ما نشره المستخدم.

7. انستاغرام: يُستخدم لتبادل الصور والفيديوهات بواسطة الهاتف. وقد ابتكره (مايك كريغر) و(كيفن سيستروم)، وأطلقاه قبل ست سنوات في يناير 2010. ويتيح للمستخدمين ربط حسابهم على «انستاغرام» بحساباتهم في مواقع أخرى كـ «فايسبوك» و«تويتر»، حتّى تُنشر الصورة في مختلف المواقع في الوقت نفسه. منذ إنشاء «انستاغرام»، انتشرت نزعات عدّة كالسلفي، ثروبك (Throwback)، هاشتاغ نشاطات نهاية الأسبوع.

8. في كي (VK): موقع روسي يُستخدم في أوروبا أيضًا. وعلى الرغم من أنه متوفر بعدّة لغات، إلّا أنّ اللغة الروسية هي الأكثر شيوعًا فيه. ويُستخدم بشكل أساسي بهدف المراسلة، وتبادل الرسائل، الصور، الفيديوات، النصوص، الخرائط، الملفات... كما يمكن المستخدمين من نشر أخبار ومقالات من المجلات، وإبداء إعجابهم بها.

9. فليكر: يسمح لمستخدميه بنشر صور وفيديوات، وهذا الموقع استحوذت عليه شركة Yahoo عام 2005.

10. فاين (Vine): تأسس الموقع في جوان /يونيو من العام 2012، ومنذ ذلك الحين، يسمح



لمستخدميه بتعديل وتسجيل وتحميل أفلام تتراوح مدتها من 5 إلى 6 ثوانٍ. ويتيح للمستخدمين متابعة بعضهم وإعادة نشر ما نشره الآخرون. كذلك، بإمكانهم نشر الفيديو على كلٍّ من «تويتر» و«فايسبوك» في الوقت نفسه.

11. ريديت : هو موقع إلكتروني ومنتدى إخباري اجتماعي يتم فيه تنسيق القصص وترويجها من قبل أعضاء الموقع، ويتكوّن من مئات الأقسام الفرعية، ويحتوي كلّ قسم فرعي على موضوع محدد، مثل التكنولوجيا أو السياسة أو الموسيقى.



وتحقّق شبكات التواصل الاجتماعي فوائد عديدة،

تتمثّل في كونها :

- تربط بين مجموعات مختلفة من الناس وتعزّز التواصل بين فئات مختلفة من بلدان أخرى في العالم. تكسّر الحواجز الثقافية والعرقية.
- تعطي الكثير من الفرص التجارية الناجحة بوصفها منصة إعلانية.

- تعزّز الشراكات الاقتصادية بين المؤسسات والدول.

- تعدّ شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة وسيلة آمنة في كثير من الأحيان يمكن خلالها حجز دعوات السفر والسياحة بأماكن مختلفة.

- تدعّم الأفكار الناجحة وتشرها بين أكبر قدر من الناس في أيّ مكان، وهي من أهمّ فوائد شبكات التواصل الاجتماعي.

إنّ إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي لم يمنعها من أن تنتج، مثلما ينتج الواقع المادي، أنواعا جديدة من الجرائم تسمى الجرائم الإلكترونية، عبر خلق فضاء جديد للمجرمين مكّنتهم من تصفّح الإنترنت وارتكاب جرائم مثل القرصنة، والاحتيال، والتخريب، والسبّ والقذف، والتعامل في معلومات العدالة والأمن والنظم البنكية...

ودراسة جرائم التواصل الاجتماعي تدفعنا إلى التعرّض لأشكالها ووسائل إثباتها (المبحث الأول) وزجرها في التشريعات العربية (المبحث الثاني).

المبحث الأول : أشكال ووسائل إثبات جرائم شبكات التواصل الاجتماعي

تتخذ جرائم التواصل الاجتماعي أشكالا مختلفة (الفقرة الأولى) ويقع إثباتها بوسائل كثيرة (الفقرة الثانية)

أشكال جرائم شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لارتكاب عدّة جرائم، لعلّ أهمّها:

أولا : جرائم تسبّب الأذى للأفراد:

ومن خلالها يتمّ استهداف فئة من الأفراد أو فرد بعينه من أجل الحصول على معلومات هامّة تخصّ حساباته، سواء البنكية أو على الإنترنت، وتتمثّل هذه الجرائم في :

- **انتحال الشخصية:** وفيها يستدرج المجرم الضحية ويستخلص منها المعلومات بطرق غير مباشرة، ويستهدف فيها معلومات خاصة من أجل الاستفادة منها واستغلالها لتحقيق مكاسب مادية أو التشهير بسمعة أشخاص بعينهم وقلب الوسط رأساً على عقب، وإفساد العلاقات، سواء الاجتماعية أو علاقات العمل.
- **تهديد الأفراد:** يصل المجرم عبر القرصنة وسرقة المعلومات إلى معلومات شخصية وخاصة جداً بالنسبة إلى الضحية، ثم يقوم بابتزازه من أجل كسب الأموال وتحريضه للقيام بأفعال غير مشروعة قد يصاب فيها بأذى.
- **تشويه السمعة:** يقوم المجرم باستخدام المعلومات المسروقة وإضافة بعض المعلومات المغلوطة، ثم يقوم بإرسالها عبر الوسائط الاجتماعية أو عبر البريد الإلكتروني للعديد من الأفراد بغرض تشويه سمعة الضحية وتدميره نفسياً.



- **التحريض على أعمال غير مشروعة:** يقوم المجرم باستخدام المعلومات المسروقة عن أفراد بعينهم واستغلالها في ابتزاز الضحايا، بالقيام بأعمال غير مشروعة تتعلق بالدعارة وتجارة المخدرات وغسيل الأموال والعديد من الجرائم الإلكترونية الأخرى.

ثانياً : جرائم تسبب الضرر للمؤسسات:

- اختراق الأنظمة :

- وتتسبب الجرائم الإلكترونية في خسائر كبيرة للمؤسسات والشركات المتمثلة في الخسائر المادية والخسائر في النظم، بحيث يقوم المجرم باختراق أنظمة الشبكات الخاصة بالمؤسسات والشركات، والحصول على معلومات قيّمة وخاصة بأنظمة الشركات، ومن ثمّ يقوم باستخدام المعلومات من أجل خدمة مصالحه الشخصية، والتي تتمثل في سرقة الأموال وتدمير أنظمة الشركة الداعمة في عملية الإدارة، مما يسبب خسائر جسيمة للشركة أو المؤسسة.
- كما يمكن سرقة المعلومات الخاصة بموظفي المؤسسات والشركات وتحريضهم وابتزازهم من أجل تدمير الأنظمة الداخلية للمؤسسات، وتثبيت أجهزة التجسس على الحسابات والأنظمة، والسعي إلى اختراقها والسيطرة عليها لتحقيق مكاسب مادية وسياسية.
- وتؤثر الجرائم الإلكترونية الخاصة باختراق الشبكات والحسابات والأنظمة بشكل سلبي على حالة الاقتصاد في البلاد، كما تسبب في عديد المشاكل تتعلق بتهديد الأمن القومي للبلاد، إذا ما لم يتم السيطرة على الفاعلين ومكافحتهم بكل جدارة.

- اختراق المواقع الإلكترونية والسيطرة عليها، ومن ثمّ توظيفها لتخدم مصالح كيانات خطيرة تهدف إلى زعزعة الأمن بالبلاد والسيطرة على عقول الشباب وتحريضهم للقيام بأعمال غير مشروعة.



- تدمير النظم :

- يكون هذا النوع من التدمير باستخدام الطرق الشائعة، وهي الفيروسات الإلكترونية التي تنتشر في النظام وتسبب الفوضى والتدمير، ويتسبب ذلك في الكثير من الخسائر المرتبطة بالملفات المدمرة ومدى أهميتها في إدارة وتنظيم الشركات والمؤسسات.
- أو تدمير الخادم الرئيسي الذي يستخدمه جميع مَن بالمؤسسة من أجل تسهيل الأعمال، ويتم ذلك من خلال اختراق حسابات الموظفين في المؤسسة الخاصة بالشبكة المعلوماتية للمؤسسة والدخول على الحسابات جميعاً في ذات الوقت، ويتسبب ذلك في عطل تام للخادم، مما يؤدي إلى تدميره وبالتالي تعطل الأعمال في الشركات والمؤسسات.



ثالثا : جرائم الأموال :

- **الاستيلاء على حسابات البنوك:** وهي اختراق الحسابات البنكية والحسابات المتعلقة بمؤسسات الدولة وغيرها من المؤسسات الخاصة، كما يتم سرقة البطاقات الائتمانية، ومن ثمّ الاستيلاء عليها وسرقة ما بها من أموال.
- **انتهاك حقوق الملكية الفكرية والأدبية:** وهي صناعة نسخ غير أصلية من البرامج وملفات الملتيميديا ونشرها من خلال الإنترنت، وتجرّ عن ذلك خسائر فادحة في مؤسسات صناعة البرامج والصوتيات.

رابعا: الجرائم التي تستهدف أمن الدولة:

- **برامج التجسس:** تنتشر العديد من برامج التجسس والمستمدة في أسباب سياسية والتي تهدد أمن الدولة وسلامتها، ويقوم المجرم بزرع برنامج التجسس داخل الأنظمة الإلكترونية

للمؤسسات، فيتولّى أعداء الوطن هدم أنظمة النظام والاطلاع على مخططات عسكرية تخص أمن البلاد، لذلك فهي تعتبر من أخطر الجرائم المعلوماتية.

- **استخدام المنظمات الإرهابية لأسلوب التضليل:** ويعتمد الإرهابيون على استخدام وسائل الاتصال الحديثة وشبكة الإنترنت من أجل بثّ ونشر معلومات مغلوبة، والتي قد تؤدي إلى زعزعة الاستقرار في البلاد وإحداث الفوضى من أجل تنفيذ مصالح سياسية ومخططات إرهابية، وتضليل عقول الشباب من أجل الانتفاع بمصالح شخصية.

وسائل إثبات جرائم التواصل الاجتماعي :



يمكن إثبات الجرائم الإلكترونية بواسطة وسائل الإثبات التقليدية، وكذلك وسائل الإثبات الحديثة.

- وسائل الإثبات التقليدية : وهي تتمثل في الإقرار والشهادة والمعينة والتفتيش والحجز والاختبار.

1 - الإقرار : يُعرّف الإقرار بأنه إقرار المتهم على نفسه بارتكاب الوقائع المكوّنة للجريمة كلّها أو بعضها ، من خلال إقرار المتهم بكلّ أو ببعض الوقائع المنسوبة إليه.

2 - الشهادة : الشهادة هي إثبات واقعة معيّنة من خلال ما يقوله أحد الأشخاص عمّا شاهده أو سمعه أو أدركه لحواشيه من هذه الواقعة بطريقة مباشرة.

والشاهد في الجريمة الإلكترونية هو ذلك الشخص الفني صاحب الخبرة والتخصّص في تقنية وعلوم الحاسب الآلي، والذي تكون لديه معلومات جوهرية وهامة للدخول في نظام المعالجة الآلية للبيانات.

3 - المعينة : يُقصد بالمعينة الانتقال إلى الأماكن التي وقعت فيها الجريمة لإثبات حالة الأماكن والأشخاص وكلّ ما يفيد في كشف الحقيقة عن الجريمة وعن مرتكبيها، وبالتالي يجب الانتقال إلى أماكن وقوع الجريمة فور ارتكابها حتى لا يكون هناك فارق زمني طويل بين وقوع الجريمة وإجراء المعينة التي تسمح للجاني بتغيير أو إزالة كلّ أو بعض الآثار المادية للجريمة التي تساعد على إظهار الحقيقة.

4 - التفتيش : يقصد بالتفتيش الدخول إلى نظم المعالجة الآلية للمعطيات بما تحويه من مدخلات وتخزين ومخرجات، وذلك من أجل البحث عن الأفعال والسلوكيات المرتكبة وغير المشروعة والتي تشكل جريمة.

5 - الحجز: يُقصد بالحجز وضع اليد على شيء مرتبط بجريمة تمت ويفيد في كشف الحقيقة عنها وعن مرتكبيها. ويمكن حجز المكونات المادية للحاسب الآلي وملحقاته الذي يشتمل على الحاسوب ومكوناته الأساسية والثانوية.

6 - الاختبار : تكمن أهمية الاستعانة بالخبير في أنه ينير الطريق للقاضي لتحقيق العدالة والوصول إلى الحقيقة.

والخبير هو شخص متخصص فنيا في مجال من المجالات الفنية أو العلمية أو غيرها من المجالات الأخرى، ويستطيع من خلال ما لديه من معلومات وخبرة إبداء الرأي في أمر من الأمور المتعلقة بالقضية التي تحتاج إلى خبرة فنية خاصة.

" تم القبض "



- وسائل الإثبات الحديثة :

ظهرت وسائل إثبات حديثة سهّلت الكشف عن الجريمة، وتتمثل في وسائل مادية ووسائل إجرائية.



1 - الوسائل المادية الحديثة: يُقصد بالوسائل

المادية تلك الأدوات الفنية التي تستخدم في نظم المعلومات والتي تثبت وقوع الجريمة وتحدّد الجاني. فالوسائل المادية عبارة عن أدوات أو برامج ذات طبيعة تقنية يتم استخدامها بغرض إثبات وقوع الجريمة وتحديد مرتكبيها، أو بالأحرى وسائل فنية الهدف منها جمع مختلف الأدلة الجنائية الرقمية التي يمكن من خلالها الكشف عن ملبسات الجريمة الإلكترونية.

ومن بين هذه الوسائل استخدام بروتوكول IP/TCP والبروكسي Proxy والمعلومات التي تحتويها ملفات الكوكيز Cookies وبرامج التتبع وكشف الاختراق.

2 - الوسائل الإجرائية الحديثة : يُقصد بالوسائل الإجرائية الحديثة المستخدمة في جمع الأدلة

الجنائية الرقمية، الإجراءات التي تستعمل أثناء تنفيذ طرق التحقيق الثابتة والمحدّدة والأساليب المتغيرة وغير المحدّدة التي تثبت وقوع الجريمة وتحدّد شخصية مرتكبها، فالوسائل الإجرائية عبارة عن أساليب محدّدة قانوناً تهدف إلى إثبات وقوع الجريمة وتحدّد شخصية مرتكبها، وذلك باستخدام تقنيات وبرامج إلكترونية مختلفة.

وتتمثل هذه الوسائل الإجرائية في اعتراض الاتصالات والمراقبة الإلكترونية.

- اعتراض الاتصالات : يُقصد بها اعتراض أو

تسجيل أو نسخ الاتصالات التي تتم عن طريق قنوات أو وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية أو شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الاتصالات هي عبارة عن بيانات قابلة للإنتاج والتوزيع والتخزين والاستقبال والعرض.



- المراقبة الإلكترونية : تُعرّف بأنها عمل أمني

أساسي له نظام معلومات إلكتروني، يقوم فيه المراقب

بمراقبة المراقب بواسطة الأجهزة الإلكترونية وعبر شبكة الإنترنت، لتحقيق غرض محدّد وإفراغ النتيجة في ملف إلكتروني، وتحرير تقارير بالنتيجة.

المبحث الثاني : زجر جرائم شبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية

سنت أغلب القوانين العربية تشريعات لمكافحة جرائم شبكات التواصل الاجتماعي. وفي هذا الصدد سنستعرض زجر هذه الجرائم في دول المغرب العربي (الفقرة الأولى) وفي دول المشرق العربي (الفقرة الثانية)

زجر جرائم التواصل الاجتماعي في دول المغرب العربي :



- **تونس** : نص الفصل 86 من مجلة الاتصالات «يعاقب بالسجن لمدة تتراوح بين سنة واحدة وستين، وبخطية من مائة إلى ألف دينار كل من يتعمد الإساءة إلى الغير أو إزعاج راحتهم عبر الشبكات العمومية للاتصالات».

- **الجزائر** : تنص المادة 394 مكرر من القانون الجنائي « يُعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة

وبغرامة من خمسين ألف إلى مائة ألف دينار كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من المنظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك. تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظمة. وإذا ترتب على الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام أشغال المنظومة، تكون العقوبة الحبس من 06 أشهر إلى سنتين وغرامة من خمسين ألف إلى مائة وخمسين ألف دينار».

وتنص المادة 394 مكرر 1 « يُعاقب بالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات وبغرامة من 500.000 دينار جزائري إلى 2000.000 كل من أدخل بطريقة الغش معطيات في نظام أو أزال أو عدّل بطريقة الغش المعطيات التي يتضمنها».

وتنص المادة 394 مكرر 2 « يُعاقب بالحبس من شهرين إلى 03 سنوات وبغرامة من 1000 دج إلى 5000.000 دج كل من يقوم عمدا وعن طريق الغش بما يلي :

- تصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مراسلة عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم
- حيازة أو إفشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصّل عليها من إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم.



- **المغرب:** ينص الفصل 1-447 من القانون الجنائي على ما يلي: «يُعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وغرامة من 2.000 إلى 20.000 درهم، كل من قام عمداً، وبأبيّ وسيلة، بما في ذلك الأنظمة المعلوماتية، بالتقاط أو تسجيل أو بثّ أو توزيع أقوال أو معلومات صادرة بشكل خاص أو سرّي، دون موافقة أصحابها. يُعاقب بنفس العقوبة، مَنْ قام عمداً وبأبيّ وسيلة، بتثبيت أو تسجيل أو بثّ أو توزيع صورة شخص أثناء تواجده في مكان خاص، دون موافقته».



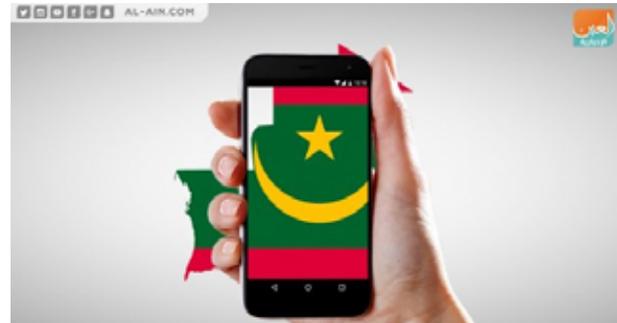
وتطرقت المواد 65-71-73-75-76-78 من قانون الصحافة إلى مختلف الجرائم التي يمكن أن ترتكب بواسطة المواقع الإلكترونية، سواء بواسطة صاحب الموقع أو الناشر أو الزائر صاحب التعليق.

- **موريتانيا:** تنص المادة 5 من قانون «مجتمع المعلومات» كل من يعترض أو يحاول أن يعترض، بصفة احتيالية مستخدماً وسائل تقنية بيانات معلوماتية صادرة عن أو من داخل نظام معلوماتي، يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة مالية من 1000000 إلى 6000000 أوقية أو يحدى هاتين العقوبتين فقط.

- كل من يفشي أو يساعد أو يشارك في انتهاك سرّ بيانات معلوماتية، يمكن أن يعاقب بنفس العقوبات المنصوص عليها في الفقرة السابقة.»

وتنص المادة 6 «كل من يخرب أو يحاول تخريب أو يمحو أو يحاول محو أو يفسد أو يحاول إفساد أو يغيّر أو يحاول تغيير أو يعدّل أو يعيد تعديل بيانات معلوماتية بصفة احتيالية، يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة من 1000000 إلى 6000000 أوقية أو يحدى هاتين العقوبتين فقط.»

وتنص المادة 8 «كل من يحصل بصفة احتيالية، لنفسه أو للغير، على فائدة مهما كانت، عبر إدخال أو إفساد أو محو أو حذف بيانات معلوماتية أو بأيّ شكل آخر يضرّ بعمل نظام معلوماتي، يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة مالية من 1000000 إلى 6000000 أوقية أو يحدى هاتين العقوبتين فقط.»



- كل من يساعد أو يشارك في محاولة أو تنفيذ جريمة الإضرار بالبيانات المعلوماتية، يمكن أن يعاقب بالعقوبات على التوالي المنصوص عليها للجريمة نفسها.»

زجر جرائم شبكات التواصل الاجتماعي في دول المشرق العربي :

- **مصر** : تنص المادة 25 من القانون عدد 175 لسنة 2018 بشأن مكافحة الجريمة الإلكترونية على عقاب الجرائم المتعلقة بالاعتداء على حرمة الحياة الخاصة والمحتوى المعلوماتي غير المشروع بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر، وبغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مائة ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من اعتدى على أي من المبادئ أو القيم الأسرية في المجتمع المصري، أو انتهك حرمة الحياة الخاصة أو أرسل بكثافة العديد من الرسائل الإلكترونية إلى شخص معين دون موافقته، أو منح بيانات إلى نظام أو موقع إلكتروني لترويج السلع أو الخدمات دون موافقته أو بالقيام بالنشر عن طريق الشبكة المعلوماتية أو بإحدى وسائل تقنية المعلومات، لمعلومات أو أخبار أو صور وما في حكمها، تنتهك خصوصية أي شخص دون رضاه، سواء كانت المعلومات المنشورة صحيحة أم غير صحيحة.



- **قطر**: تنص المادة 6 من قانون رقم (14) لسنة 2014 بإصدار قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية «يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز ثلاث سنوات، وبالغرامة التي لا تزيد على (500,000) خمسمائة ألف ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من أنشأ أو أدار موقعاً إلكترونياً عن طريق الشبكة المعلوماتية، أو إحدى وسائل تقنية المعلومات، لنشر أخبار غير صحيحة، بقصد تعريض سلامة الدولة أو نظامها العام أو أمنها الداخلي أو الخارجي للخطر. ويعاقب بالحبس مدة لا تجاوز سنة، وبالغرامة التي لا تزيد على (250,000) مائتين وخمسين ألف ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من روج أو بث أو نشر، بأي وسيلة، تلك الأخبار غير الصحيحة بذات القصد».

وتنص المادة 7 « يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز خمس سنوات، وبالغرامة التي لا تزيد على (500,000) خمسمائة ألف ريال، كل من أنتج مادة إباحية عن طفل بواسطة وسائل تقنية المعلومات، أو استورد أو باع أو عرض للبيع أو الاستخدام أو تداول أو نقل أو وُزِعَ أو أرسل أو نشر أو أتاح أو بثّ مادة إباحية عن طفل بواسطة وسائل تقنية المعلومات. ويعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة، وبالغرامة التي لا تزيد على (250,000) مائتين وخمسين ألف ريال، أو يحدى هاتين العقوبتين، كل من حاز مادة إباحية عن طفل. ولا يُعتدّ في الجرائم المعاقب عليها في هذه المادة برضا الطفل.»

وتنص المادة 8 « يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاث سنوات، وبالغرامة التي لا تزيد على (100,000) مائة ألف ريال، أو يحدى هاتين العقوبتين، كل من تعدّى على أيّ من المبادئ أو القيم الاجتماعية، أو نشر أخباراً أو صوراً أو تسجيلات صوتية أو مرئية تتصل بحرمة الحياة الخاصة أو العائلية للأشخاص، ولو كانت صحيحة، أو تعدّى على الغير بالسبّ أو القذف، عن طريق الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات.»

وتنص المادة 9 « يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاث سنوات، وبالغرامة التي لا تزيد على (100,000) مائة ألف ريال، أو يحدى هاتين العقوبتين، كل من استخدم الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات، في تهديد أو ابتزاز شخص، لحمله على القيام بعمل أو الامتناع عنه.»



وتنص المادة 11 « يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاث سنوات، وبالغرامة التي لا تزيد على (100,000) مائة ألف ريال، أو يحدى هاتين العقوبتين، كل من ارتكب فعلاً من الأفعال التالية:

- استخدم الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات في انتحال هويّة لشخص طبيعي أو معنوي.
- تمكّن عن طريق الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات، من الاستيلاء لنفسه أو لغيره على مال منقول، أو على سند أو التوقيع عليه، بطريق الاحتيال، أو باتخاذ اسم كاذب، أو بانتحال صفة غير صحيحة.

- **الكويت :** تنص المادة 2 من القانون رقم 63 لسنة 2015 بشأن مكافحة جرائم تكنولوجيا المعلومات « يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ستة أشهر وبغرامة لا تقلّ عن خمسمائة دينار ولا تتجاوز ألفي دينار أو يحدى هاتين العقوبتين، كل من ارتكب دخولا غير مشروع إلى جهاز حاسب آلي أو إلى نظامه أو إلى نظام معالجة إلكترونية للبيانات أو إلى نظام إلكتروني مؤتمن أو إلى شبكة معلوماتية.



فإذا ترتب على هذا الدخول إلغاء أو حذف أو إتلاف أو تدمير أو إفشاء أو تغيير أو إعادة نشر بيانات أو معلومات، فتكون العقوبة الحبس مدة لا تجاوز سنتين والغرامة التي لا تقل عن ألفي دينار ولا تجاوز خمسة آلاف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين. فإذا كانت تلك البيانات أو المعلومات شخصية، فتكون العقوبة الحبس مدة لا تجاوز ثلاث سنوات والغرامة التي لا تقل عن ثلاثة آلاف دينار ولا تجاوز عشرة آلاف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين.

ويعاقب بالحبس مدة لا تجاوز خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ثلاثة آلاف دينار ولا تجاوز عشرين ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من ارتكب أيًا من الجرائم المنصوص عليها أعلاه أو سهّل ذلك للغير وكان ذلك أثناء أو بسبب تأدية وظيفته.

و تنص المادة 3 « يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز ثلاث سنوات وبغرامة لا تقل عن ثلاثة آلاف دينار ولا تجاوز عشرة آلاف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من :

- ارتكب دخولا غير مشروع إلى موقع أو نظام معلوماتي مباشرة أو عن طريق الشبكة المعلوماتية أو بإحدى وسائل تقنية المعلومات بقصد الحصول على بيانات أو معلومات حكومية سرّية بحكم القانون.

فإذا ترتب على ذلك الدخول إلغاء تلك البيانات أو المعلومات أو إتلافها أو تدميرها أو نشرها أو تعديلها، تكون العقوبة الحبس مدة لا تجاوز عشر سنوات والغرامة التي لا تقل عن خمسة آلاف دينار ولا تجاوز عشرين ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين.

ويسري هذا الحكم على البيانات والمعلومات المتعلقة بحسابات عملاء (حرفاء) المنشآت المصرفية.

- زور أو أتلّف مستندا أو سجلا أو توقيعا إلكترونيا أو نظام معالجة إلكترونية للبيانات أو نظام إلكتروني أو موقعا أو نظام حاسب آلي أو نظام إلكتروني بطريق الاصطناع أو التغيير أو التحويل أو بأيّ طريقة أخرى، وذلك باستخدام وسيلة من وسائل تقنية المعلومات. فإذا وقع التزوير على مستند رسمي أو بنكي أو بيانات حكومية أو بنكية إلكترونية تكون العقوبة الحبس مدة لا تجاوز سبع سنوات وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف دينار ولا تجاوز ثلاثين ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين.

ويعاقب بذات العقوبة بحسب الأحوال، كل من استعمل أيّا ممّا ذكر، مع علمه بتزويره أو فقدته لقوّته القانونية.

- غير أو أتلّف عمدا مستندا إلكترونيا يتعلّق بالفحوصات الطبية أو التشخيص الطبي أو العلاج الطبي أو الرعاية الطبية أو سهّل للغير فعل ذلك أو مكّنه منه، وذلك باستعمال الشبكة المعلوماتية أو باستخدام وسيلة من وسائل تقنية المعلومات.

- استعمل الشبكة المعلوماتية أو استخدم وسيلة من وسائل تقنية المعلومات في تهديد أو ابتزاز شخص طبيعي أو اعتباري لحمله على القيام بفعل أو الامتناع عنه.

فإذا كان التهديد بارتكاب جناية أو بما يعدّ مساسا بكرامة الأشخاص أو خادشا للشرف أو الاعتبار أو السمعة، كانت العقوبة الحبس مدة لا تجاوز خمس سنوات، والغرامة التي لا تقلّ عن خمسة آلاف دينار ولا تجاوز عشرين ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين. - توصل عن طريق الشبكة المعلوماتية أو باستخدام وسيلة من وسائل تقنية المعلومات إلى الاستيلاء لنفسه أو لغيره على مال أو منفعة أو مستند أو توقيع على مستند، وذلك باستعمال طريقة احتيالية أو باتخاذ اسم كاذب أو انتحال صفة غير صحيحة متى كان ذلك من شأنه خداع المجني عليه».



- **الإمارات العربية المتحدة:** تنص المادة 2 من قانون الجرائم الإلكترونية في إمارة دبي رقم (5) لعام 2012 والمعدّل بقانون اتحادي رقم (12) لعام 2016 على عقوبة دخول موقع إلكتروني، أو نظام معلومات إلكتروني، أو شبكة معلومات، أو وسيلة تقنية معلومات بدون تصريح وبصورة غير مشروعة :

- الحبس والغرامة التي لا تقلّ عن مائة ألف درهم ولا تزيد على ثلاثمائة ألف درهم، أو بإحدهما.
- الحبس مدة لا تقلّ عن ستة أشهر، والغرامة لا تقلّ عن مائة وخمسين ألف درهم ولا تجاوز

سبعمئة وخمسين ألف درهم، أو بإحداهما، إذا ترتب على ذلك حذف، أو تدمير، أو إفشاء، أو إتلاف، أو تغيير، أو نسخ، أو نشر، أو إعادة نشر أيّ بيانات أو معلومات.

إذا كانت البيانات أو المعلومات محلّ الأفعال الواردة في الفقرة 2 من هذه المادة (شخصية)، فعقوبتها الحبس مدة لا تقلّ عن سنة واحدة، والغرامة لا تقلّ عن مائتين وخمسين ألف درهم، ولا تجاوز مليون درهم أو بإحداهما.

وتنصّ المادة 5 على عقوبة دخول موقع إلكتروني بغير تصريح بقصد تغيير تصميمه، أو إتلافه أو تعديله أو إلغائه، الحبس والغرامة بما لا تقلّ عن مائة ألف درهم، ولا تجاوز ثلاثمئة ألف درهم، أو بإحداهما.

وتنصّ المادة 11 على عقوبة الاستيلاء بغير حق على مال منقول أو منفعة، أو على سند بطريقة احتيالية الحبس مدة لا تقلّ عن سنة واحدة والغرامة التي لا تقلّ عن مائتين وخمسين ألف درهم، ولا تجاوز مليون درهم أو بإحدى العقوبتين.

و تنصّ المادة 16 على عقوبة ابتزاز، أو تهديد شخص للقيام بفعل، أو الامتناع عنه باستخدام شبكة معلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات :

- الحبس مدة لا تزيد على سنتين والغرامة التي لا تقلّ عن مائتين وخمسين ألف درهم ولا تجاوز خمسمئة ألف درهم أو بإحداهما
- السجن مدة لا تزيد على عشر سنوات إذا كان التهديد بارتكاب جناية أو بإسناد أمور خادشة للشرف أو الاعتبار.



المملكة العربية السعودية : تنصّ المادة 3 من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية 2007 « يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد على خمسمئة ألف ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين ؛ كل شخص يرتكب أيّا من الجرائم المعلوماتية الآتية :
- التنصّت على ما هو مرسل عن طريق الشبكة المعلوماتية أو أحد أجهزة الحاسب الآلي دون مسوِّغ نظامي صحيح - أو التقاطه أو اعتراضه.



- الدخول غير المشروع لتهديد شخص أو ابتزازه ؛
لحملة على القيام بفعل أو الامتناع عنه، ولو كان القيام
بهذا الفعل أو الامتناع عنه مشروعًا.

- الدخول غير المشروع إلى موقع إلكتروني، أو
الدخول إلى موقع إلكتروني لتغيير تصاميم هذا الموقع،
أو إتلافه، أو تعديله، أو شغل عنوانه.

- المساس بالحياة الخاصة عن طريق إساءة
استخدام الهواتف النقالة المزودة بالكاميرا، أو ما في حكمها.

- التشهير بالآخرين ، وإلحاق الضرر بهم، عبر وسائل تقنيات المعلومات المختلفة.

وتنص المادة 5 « يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على أربع سنوات وبغرامة لا تزيد على ثلاثة ملايين
ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين؛ كل شخص يرتكب أيًا من الجرائم المعلوماتية الآتية :

- الدخول غير المشروع لإلغاء بيانات خاصة، أو حذفها، أو تدميرها، أو تسريبها، أو إتلافها
أو تغييرها، أو إعادة نشرها.

- إيقاف الشبكة المعلوماتية عن العمل، أو تعطيلها، أو تدمير، أو مسح البرامج،
أو البيانات الموجودة، أو المستخدمة فيها، أو حذفها، أو تسريبها، أو إتلافها، أو تعديلها.
- إعاقة الوصول إلى الخدمة، أو تشويشها، أو تعطيلها، بأي وسيلة كانت.»

- **سلطنة عمان :** تنص المادة 3 من المرسوم السلطاني رقم 12/2011 بإصدار قانون مكافحة
جرائم تقنية المعلومات « يعاقب بالسجن مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على ستة أشهر وبغرامة
لا تقل عن مائة ريال عماني ولا تزيد على خمسمائة ريال عماني أو بإحدى هاتين العقوبتين ، كل من
دخل عمدا ودون وجه حق موقعا إلكترونيا أو نظاما معلوماتيا أو وسائل تقنية المعلومات أو جزءا منها
أو تجاوز الدخول المصرح به إليها أو استمرّ فيها بعد علمه بذلك .»

وتنص المادة 6 « يعاقب بالسجن مدة لا تقل
عن سنة ولا تزيد على ثلاث سنوات وبغرامة لا تقل
عن ألف ريال عماني ولا تزيد على ثلاثة آلاف ريال
عماني أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من دخل
عمدا ودون وجه حق موقعا إلكترونيا أو نظاما
معلوماتيا بقصد الحصول على بيانات أو معلومات
إلكترونية حكومية سرّية بطبيعتها أو بموجب



تعليمات صادرة بذلك، وتكون العقوبة السجن مدة لا تقلّ عن ثلاث سنوات ولا تزيد على عشر سنوات وغرامة لا تقلّ عن ثلاثة آلاف ريال عماني ولا تزيد على عشرة آلاف ريال عماني إذا ترتّب على الفعل المجرّم إلغاء أو تغيير أو تعديل أو تشويه أو إتلاف أو نسخ أو تدمير أو نشر البيانات أو المعلومات الإلكترونية...».

و تنصّ المادة 11 « يعاقب بالسجن مدة لا تقلّ عن ستة أشهر ولا تزيد على ثلاث سنوات وبغرامة لا تقلّ عن ثلاثة آلاف ريال عماني ولا تزيد على خمسة عشر ألف ريال عماني أو بإحدى هاتين العقوبتين، كلّ من استخدم الشبكة المعلوماتية أو وسائل تقنية المعلومات في إنتاج أو بيع أو شراء أو استيراد أو توزيع أو عرض أو إتاحة برامج أو أدوات أو أجهزة مصمّمة أو مكيفة لأغراض ارتكاب جرائم تقنية المعلومات أو كلمات سرّ أو رموز تستخدم لدخول نظام معلوماتي، أو حاز أدوات أو برامج ممّا ذكر، وذلك بقصد استخدامها في ارتكاب جرائم تقنية المعلومات.».



فتاها يمكن القول، وللحدّ من انتشار جرائم التواصل الاجتماعي يتّجه:

- توعية الأشخاص بكلّ مكان عن أسباب حدوث الجرائم المعلوماتية وكيفية تنفيذها، فالإعلام له دور هام في توعية المواطنين عن مدى خطورة الجرائم الإلكترونية، كما تبغى الإشارة إلى كيفية التعامل معها والحماية منها.
- تجنّب نشر أيّ صور شخصية أو معلومات شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي أو أيّ مواقع أخرى، وذلك حتى لا تتعرّض للسرقة، ومن ثمّ الابتزاز من قبل مرتكبي الجرائم الإلكترونية.

- عدم كشف كلمات المرور إلى أيّ حساب، سواء كان حساباً مصرفياً أو بطاقة ائتمان أو حساباً على موقع معيّن بالإنترنت، كما يجب تغييرها باستمرار لضمان عدم وقوعها في الأيدي الخاطئة.
- تجنّب استخدام أيّ برامج مجهولة المصدر، كما ينبغي تجنّب إدخال أيّ شفرات أو كلمات مرور مجهولة تجنّباً للتعرّض للقرصنة وسرقة الحسابات المستخدمة.
- تجنّب فتح أيّ رسائل إلكترونية مجهولة، وذلك حتى لا يتمّ اختراق نظام الحاسوب لدينا وسرقة كلّ ما عليه من معلومات شخصية وحسابات وكلمات المرور الخاصة بنا.
- تثبيت برامج حماية من الفيروسات والاختراقات من أجل الحفاظ على سلامة الجهاز المستخدم وسريّة ما يحويه من معلومات.
- وضع قوانين عقوبات رادعة لمرتكبي الجرائم المعلوماتية، وذلك للحدّ من انتشارها.
- تطوير طرق ووسائل تتبّع مرتكبي الجرائم الإلكترونية بشكل دقيق والإمساك بهم.

» للحدّ من انتشار جرائم التواصل الاجتماعي يجب توعية الأشخاص بكلّ مكان عن أسباب حدوث الجرائم المعلوماتية وكيفية تنفيذها، فالإعلام له دور هام في توعية المواطنين عن مدى خطورة الجرائم الإلكترونية، كما ينبغي الإشارة إلى كيفية التعامل معها والحماية منها. «





الملف



الإعلام العربي وأزمة كوفيد 19

أ. المولدي الهمامي

خبير إعلامي

المقدمة

مثّلت جائحة كوفيد 19 منذ ظهورها في أواخر سنة 2019 بالنسبة إلى الإعلام العربي بمنصّاته المختلفة، تحدّيًا غير مسبوق، تمثّل بالخصوص في مجموعة من العناصر لعلّ من أهمّها، كيميّة التعامل مع هذا الوباء المستجدّ، من حيث تغطية أخباره على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية، ومجاراته نسق انتشاره والقيام بالدور الإعلامي في التوعية والتحسيس، ووضع استراتيجيات للعمل في ظروف صحية خاصة، ضمانا لتدفّق المعلومات بالنسبة إلى المتلقّي من ناحية، ولسلامة الطواقم العاملة في المؤسّسات الإعلامية من ناحية أخرى. وفي الأثناء، برزت تحدّيات أخرى تجلّت في غياب المعلومات الكافية المسنودة بالدليل العلمي على المستوى العالمي فيما يتعلّق بهذا المرض، ممّا فتح الباب على مصراعيه تقريبا أمام الاجتهادات والشائعات والأخبار المضلّلة، لا سيما على وسائل التواصل الاجتماعي، وهي عوامل زادت من الصعوبات أمام الإعلام العربي بسبب عدم توفّر مصادر الخبر على وجه الخصوص لأكثر من سبب، وتأتي في المقدمة عملية التعتيم التي رافقت ظهور المرض بمدينة ووهان الصينية، ثمّ التذبذب الذي أظهرته منظمة الصحة العالمية في المسك بزمام الأمور، وقيادة معركة التصديّ لهذه الجائحة، والذي تبعه تعدّد في الآراء العلمية وانقسامها حول ماهية المرض الجديد ومدى خطورته.



الإعلام العربي أمام تفشي جائحة كوفيد 19

عرفت معظم وسائل الإعلام العربية في بداية ظهور الجائحة وانتشارها شيئاً من الارتباك، ليس جزاءً انعدام المهنيّة والخبرة بل كان بالأساس نتيجة غياب المعلومات الدقيقة عن هذا المرض الغامض وعدم الجاهزية في العمل خلال الأزمات، وقد اضطرت، وفي عدد من البلاد العربية، الصحف الورقية إلى التوقّف تماماً عن الصدور والاكْتفاء بمواقعها الإلكترونيّة للتواصل مع قرائها، في حين عاشت مختلف القنوات التلفزيونية والإذاعية العربية، خاصة الرسمية، سباقاً غير متكافئ مع وسائل التواصل الاجتماعي، التي وبحكم سرعة نشرها للأخبار وتشاركتها في وقت قياسي بين الجمهور، لعبت دور المصدر الذي يلقي إقبالا أكبر لدى المتلقّين، لكن كان ذلك على حساب الموضوعية والمصداقية. وتدرجياً، ومع مرور الوقت، استعاد الإعلام العربي العمومي شيئاً من مكانته، وبدأ يُوقّر على قدر المستطاع ما أمكن من المعلومات، خصوصاً مع التفاعل السريع لأصحاب القرار السياسي الذين وضعوا خططا لمجابهة انتشار الوباء، ثمّ كيفية التويّج منه، والاعتماد في ذلك على ما توصّلت إليه الهيئات الدولية المعنية، مثل منظمة الصحة العالمية من استنتاجات ومعطيات، وتركيز هيئات علمية وطنية للمساعدة في أخذ القرار المناسب، ووضع الخطط الملائمة لاحتواء الجائحة وتقديم الرعاية اللاّزمة للمصابين.

لقد سعت القنوات التلفزيونية العربية، وبنسب متفاوتة، إلى تغطية أخبار الجائحة على المستوى الوطني، من خلال نشرات الأخبار، والبرامج الصحية المتخصصة، وكذلك الريبورتاجات في المنوّعات التنشيطية ذات المنحى العام، في محاولة لتوفير أكبر ما يمكن من المعلومات للمتلقّي العربي مع بقيّة الأخبار التي تهتمّ بالجائحة على المستوى العالمي. ولئن اختلفت التغطيات الخاصة بالأزمة الصحية من قناة إلى أخرى فيما يخصّ الأولوية في المعالجة والاهتمام، فإنّ القاسم المشترك بين معظم هذه القنوات والإذاعات العربية، تمثّل، إلى جانب تغطية الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا على المستويين الوطني والعالمي في :

- تغطية الندوات الصحفية التي تعقدها الهيئات الصحية، مثل الوزارات وغيرها
- التحيين اليومي للأرقام المتعلقة بالإصابات على المستوى الوطني
- استضافة المختصّين في الشأن الصحي
- تعزيز البرامج الصحية وجعلها تركز على الجائحة
- تكثيف حملات التوعية والتحسيس ضمناً للوقاية.

وقد عملت العديد من القنوات التلفزيونية العربية والإذاعات، على رسم خطط إعلامية تتماشى وحالة الحجر الصحي التي عرفتها البلاد العربية في فترات مختلفة منذ بداية الجائحة، ممّا ساهم في ارتفاع نسب المشاهدة لدى المتلقّي العربي. لا سيما في ما يهتمّ القنوات العمومية التي أثبتت جدّيتها وموثوقيتها في تقديم المعلومات للمشاهد، وتحوّلها إلى منصات رسمية للمسؤولين

وللمختصين في المجال الطبي ومنابر للحوارات العلمية في إطار التغطية المستمرة لأخبار الجائحة، بعيدا عن التضخيم والتهويل والإثارة التي اكتسحت وسائل التواصل الاجتماعي في تلك الفترات.



تجارب إعلامية لافتة وعودة الإعلام العمومي إلى صدارة المتابعة

لقد أوجدت الكارثة الوبائية واقعا إعلاميا جديدا في البلاد العربية وفي العالم، من سماته بعث آليات تساهم في إيصال رسائل التوعية والتحسيس إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين. وعلى هذا الأساس يجدر استعراض البعض من تلك التجارب المستحدثة، لما تمثله من تجديد على مستوى الخطاب والممارسة.



تعتبر تجربة المملكة العربية السعودية لافتة في هذا المجال، من خلال بعث قناة تلفزيونية في الأشهر الأولى لسنة 2020، تحمل اسم « ذكريات » وهي منصة ترفيهية في ظل الإجراءات السعودية الصارمة لمواجهة فيروس كورونا المستجد، بعد فرض المزيد من القيود على المواطنين والمقيمين، مثل الحجر الصحي لمواجهة الوباء.

وفي **المملكة المغربية**، أشارت الإحصائيات التي أعلن عنها المركز المهني لقياس نسب مشاهدة التلفزة (CUAMED) إلى أنّ متابعة الأخبار التي تتناول تطوّر الوباء المستجد، في الإذاعة وفي القنوات التلفزيونية الوطنية بلغت %87. كما أنّ البرامج التي خصّصت لجائحة كوفيد 19 تابعها أكثر من ستة ملايين مشاهد.



وفي **تونس**، ووفقاً لمؤسسة سيغما كونساي لسبر الآراء فإنّ التلفزة التونسية بقناتها الأولى والثانية، تعدّ أكبر المستخدمين من الحجر الصحي العام في بداية العام 2020، بسبب تفشي فيروس كورونا، محققة المرتبة الأولى والثانية في نسب المشاهدة. فالقناة الأولى للتلفزة الوطنية التونسية حققت المرتبة الأولى في نسب المتابعة بعدد مشاهدين وصل إلى 3.257 ملايين مشاهد في مارس/آذار 2020، وهو رقم لم تحقّقه التلفزة من قبل إلاّ عند بثّ المناظرات في الانتخابات الرئاسية عام 2019.

ونظمت **المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري**، يوماً مفتوحاً للتحسيس والتوعية بمخاطر فيروس كورونا وضرورة التلقيح، مع الالتزام بقواعد البرتوكول الصحي لمنع تفشي الوباء، بمشاركة أطباء مختصين وفاعلين في المجتمع المدني، مرفقة ببثّ سلسلة من التقارير والريبورتاجات الميدانية حول أهمية التلقيح ضد كوفيد والوقاية منه. وفي الإطار ذاته، أقامت الإذاعة الجزائرية بكلّ قنواتها الوطنية يوماً مفتوحاً للتحسيس بمخاطر هذا المرض، وتضمّن هذا اليوم مقابلات وحوارات وريبورتاجات وتقارير إذاعية متنوّعة تبرز أهمية الالتزام بتدابير الوقاية من فيروس كورونا، بعد عودة ارتفاع مؤشرات هذا الداء.



وفيما يتعلّق **بالقنوات الفضائية العراقية**، فإنها عمدت إلى نشر الإحصائيات المحيئة على شاشاتها طوال اليوم، والتي تظهر معدّلات الإصابة على الصعيد الوطني وفي معظم دول العالم، إضافة إلى النشرات المفصّلة والحوارات المكثّفة والإعلانات التي تعرّف بهذا المرض، والأسباب التي من الممكن أن تؤدّي إلى الإصابة وطرق الوقاية والنصائح الصحية. وفي مستوى المواقع الإخبارية العراقية، فقد بادرت هذه الأخيرة بتضمين صفحاتها الأولى على مواقع التواصل الاجتماعي عرضاً للأخبار والإحصائيات الرسمية التي تتعلّق بفيروس «كورونا».



أما بالنسبة إلى **تلفزيون الكويت الرسمي**، فقد تمّ تشكيل فريق خاص للتغطية الإعلامية وإنتاج برنامج مسائي يستعرض تطوّرات المرض ويحاور المسؤولين المعيّنين، مثل وزراء الصحة والتجارة والخارجية والداخلية، إلى جانب الكوادر الطبية والعسكرية، مع قطع الإجازات الممنوحة لكافة موظفي القطاعين الحكومي والخاص، باعتبارهم لا يختلفون عن الطواقم الطبية والعسكريين الموجودين في «الصفوف الأولى» لمواجهة الفيروس. كما بثّ التلفزيون الكويتي إعلانات توعوية بكافة اللّغات التي ينطق بها المقيمون في الكويت وعلى رأسها العربية والإنجليزية والهندية والأردية والأمهرية والأرومو والبنغالية والفارسية والصينية وغيرها، أنتجتها فرق العمليات التي تمّ تخصيصها لإنتاج البرامج الإعلامية المتعلقة بفيروس كورونا وطرق مواجهته.



القضائية السودانية

وفي **السودان** يقول مدير الأخبار والشؤون السياسية في التلفزيون الحكومي، إنّ التركيز بالنسبة إليهم كان على بثّ حملات التوعية على مدار الساعة، والزيادة في المساحة البرمجية وتوفير مناخات الحرّية للصحافيين، وبثّ المعلومات التي تقدّمها لهم جهات الاختصاص بطريقة شفّافة. كما عمل التلفزيون السوداني على التصدّي للأخبار المضلّلة التي ظهرت في وسائل التواصل الاجتماعي دون تدقيق في صحّتها.

وفي **قطر**، تمّ بثّ قناة إذاعية جديدة مخصّصة للجالية البنغالية التي تعيش هناك، وتهدف إلى رفع الوعي الصحي لدى كافة أفراد هذه الجالية، وتعدّ الإذاعة الجديدة هي التاسعة التي يتمّ ترخيصها من قبل وزارة الثقافة والرياضة، إذ سبق للوزارة أن قامت بترخيص 8 إذاعات تبثّ برامجها بعدّة لغات منها (الهندية، النيبالية، السريلانكية، لغة التأميل، الفيليبينية، الفرنسية، الإسبانية، الإنجليزية)، وهي موجّهة أساساً إلى الجاليات والأقليات العرقيّة المقيمة بدولة قطر.



جائحة كوفيد تدفع إلى استنباط طرق عمل جديدة في الإعلام العربي

لقد دفعت الجائحة المسؤولين في دوائر الإعلام العربي عموماً إلى البحث عن صيغ عمل تتناسب مع الوضع الصحي. وقد لجأت معظم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة إلى تنظيم عمل طواقمها، من خلال التقليل من ساعات العمل والحدّ كذلك من عدد الأفراد المباشرين للدوام، وإقرار مبدأ

التناوب بين فرق العمل يقاعات التحرير وكذلك العمل عن بعد خصوصا في مجال الإنتاج البرامجي. كما شهدت المواقع الإلكترونية وصفحات وسائل الإعلام العربية على مواقع التواصل الاجتماعي حركية عاضدت ما تقوم به بقية القنوات الإذاعية والتلفزيونية في إطار مهامها الجديدة بفعل الأزمة، والتي تراوح بين الإخبار والتوعية، وهذه الإجراءات وغيرها نراها تنسجم مع الإجراءات التي أعلنتها الهيئات المتخصصة في عدد من البلدان العربية، كما هو الحال بالنسبة إلى دليل الإجراءات الصحية للتوقّي من الفيروس في تونس، والمستمدّة فصوله من البروتوكولات المعلنة من قبل الهيئات العالمية المتخصصة، والتي تنصّ على ضرورة :

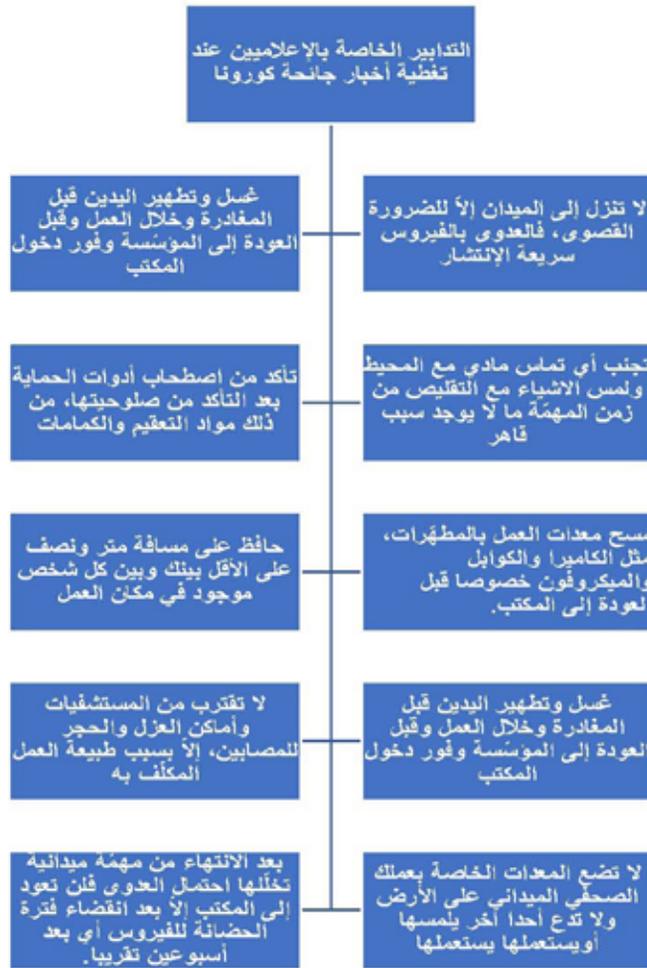
- احترام التباعد الجسدي
- تشجيع العمل عن بُعد
- الحدّ من عدد الأشخاص في مكان العمل وفي ذات الوقت
- إعادة تنظيم توقيت العمل
- العمل بنظام الحصة وبمكاتب فردية
- تجنّب المقابلات والاجتماعات قدر الإمكان
- تفضيل تبادل المعلومات بين المعنيين عبر البريد الإلكتروني أو جهاز الفاكس، إلى غير ذلك من الأجهزة التقنية المتوقّرة.



وقد دفعت هذه الإجراءات إلى تغيّر في المشهد التلفزيوني والإعلامي عموما، إذ خلت على سبيل المثال الأستوديوهات من الجمهور الذي كان يؤثث الكثير من البرامج الجماهيرية، مثل المنوّعات وبرامج المسابقات والألعاب. ولتعويض النقص الحاصل في البرامج المباشرة لجأت الكثير من المحطّات إلى العودة إلى أرشيفها وبثّ برامج ومسلسلات قديمة ساهمت بنسبة كبيرة في ارتفاع نسب المشاهدة، وهذا لم يمنع من أن تحظى النشرات الإخبارية وبرامج الحوارات ذات العلاقة بالجائحة أيضا بنسب مشاهدة عالية، تعكس حاجة الجمهور إلى الترفيه وإلى الاطلاع على جديد الأخبار والمعلومات بشكل متواصل.

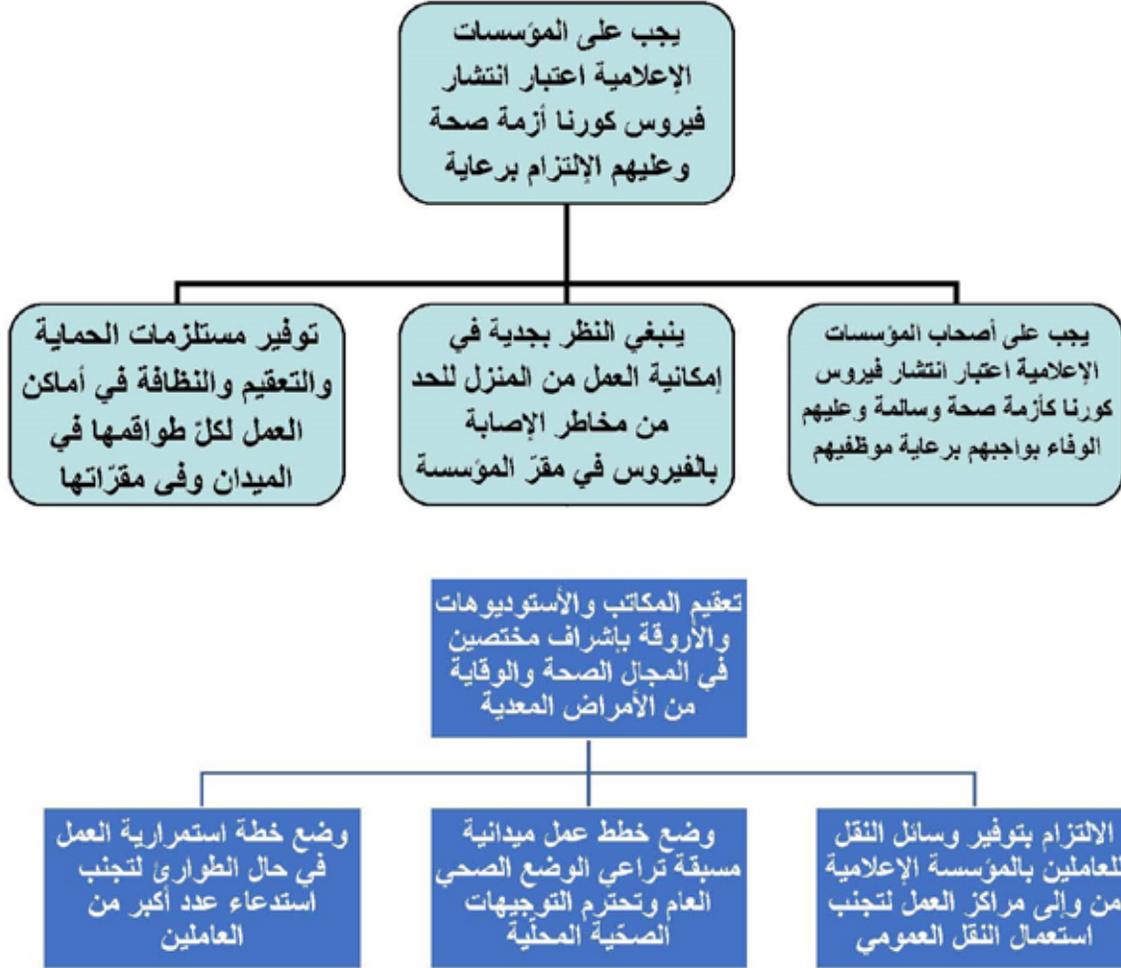
كما اقتضت ظروف الأزمة أن يعمل الإعلام العربي على أكثر من واجهة لتحقيق أكثر من هدف، بفعل أنه بات في الصفوف الأمامية في مجابهة المرض والوقاية منه. والمتتبع لأداء هذا القطاع يلاحظ التنوّع في الأشكال الصحفية من ناحية، والتنوّع في المواضيع

تماشيا مع تطوّرات الأزمة الصحية وطنيا وعالميا، وقد تعدّدت في هذا الإطار الومضات والبرامج والحوارات التي تتحدّث عن أهمّية اللقّاحات ضد كورونا، ودعوة الجمهور إلى الإقبال على التطعيم بعد أن كان كلّ التركيز ينصبّ على التعريف بالمرض وأسبابه وخطورته وكيفيّة التوقّي منه، ممّا يعطي الانطباع الجيّد على أداء الإعلام العربي، وخصوصا الرسمي، بما يتماشى والظروف المستجّدة. ومن بين الطرق الجديدة التي ظهرت في دوائر الإعلام العربي بجميع فروعها، هي صدور أكثر من دليل في أكثر من بلد عربي عن هيئات تُعنى بالعمل الصحفي وبمهنة الصحافة، تضبط إجراءات السلامة بالنسبة إلى العاملين في قطاع الإعلام، في شكل توصيات، إمّا للصحافيين أنفسهم أو للإدارات التي تشغّلهم، وجاءت مختلف بنودها وفصولها وتوصياتها مستلهمة ممّا نصّت عليه أغلب اللوائح في هذا الشأن، والصادرة عن مؤسّسات أمميّة، مثل منظمة الصحة العالمية ومنظمة العمل الدولية وكذلك منظمة اليونسكو، وأيضا عن هيئات المجتمع المدني، مثل الفيدرالية الدولية للصحافيين والشبكة العالمية للصحافة الاستقصائية، ومن هذه التوصيات ما يهّم تقنيات التغطية الصحفية الميدانية للأخبار المتعلقة بالجائحة، ومنها ما يهّم التدابير الخاصّة بالإعلاميين أنفسهم :





كما تهتمّ التوصيات الأخرى في إطار السلامة عند تغطية أخبار الجائحة المؤسسات الإعلامية في كفيّة تعاملها مع الإعلاميين، وقد اخترنا منها النقاط التالية :



وإلى جانب هذه التوصيات التي تهتمّ العاملين في قطاع الإعلام على الصعيد العالمي، بما في ذلك المنطقة العربية، وضعت عديد الهيئات العربية، مثل النقابات وجمعيات الصحفيين أكثر من دليل للوقاية من مرض كورونا، وأبرز الإجراءات الصحية التي على الإعلاميين التقيّد بها، خصوصا بعد أن سجّل القطاع ضحايا من الإعلاميين بسبب الجائحة في أكثر من بلد، بما في ذلك عدد من البلدان العربية، باعتبار أنّ عملهم في الصفوف الأولى لمجابهة الفيروس. ومن أبرز ما تمّ نشره في هذا المجال :



الإعلام العربي في فترة ما بعد كورونا

لقد جعلت الأزمة الوبائية المؤسسات الإعلامية والساهرين عليها، سواء كانت خاصة أو عامة وبكّل أنواعها، يقفون على التحدّيات الكبيرة التي جابهها القطاع ولا يزال، لذلك كان لا بدّ من التفكير في المستقبل، ووضع الخطط اللازمة التي تضمن استمرارية رسالة قطاع الإعلام من ناحية، وتغيير أنماط عمله من ناحية أخرى. وقد شهدت المنطقة العربية أكثر من اجتماع وندوة تبحث في مستقبل الإعلام العربي في فترة ما بعد الأزمة، من ذلك :

- مؤتمر "مستقبل الإعلام العربي" الذي انتظمت أعماله بجمهورية مصر العربية، نوفمبر/ تشرين الثاني 2020
- منتدى «الإعلام العربي في ظلّ وبعد جائحة كورونا» الذي أقامته عن بُعد مؤسسة دار «البلاد» للصحافة والنشر والتوزيع في مملكة البحرين خلال شهر مارس 2021
- مجلس وزراء الإعلام في دورته (51) بمقرّ جامعة الدول العربية لبحث مستقبل الإعلام العربي في يونيو 2021.

وهذه اللقاءات، بحثت في أداء الإعلام العربي أثناء السنوات القادمة، من خلال الاستفادة من تجربة أزمة كورونا التي أملت ظهور أنماط جديدة في طرق العمل، فرضتها الجائحة، وأظهرت أيضا ضرورة الارتقاء بالإعلام العربي وجعله في مستوى ما يستجد من تحديات. وعلى هذا الأساس فإنّ الإعلام العربي بمختلف قطاعاته ومن خلال مؤسّساته :

- مطالب بوضع استراتيجية تخضع للمقاييس المهنية، وتسمح له بالتعامل في كنف الاحترافية مع الأزمات المختلفة التي قد تطرأ في عالمنا المتغيّر، وفي مقدّمتها الأزمات الصحية
- مساندة التحوّلات الرقمية والتكنولوجيا المتطورة والاستفادة منها وتطويعها للارتقاء بأدائه
- تكثيف الدورات التدريبية لكافة العاملين، من صحفيين ومصوّرين في مجال إعلام الأزمات
- الاستفادة من تقنية العمل عن بعد لتوسيع مجال نشاطه وتنويعه
- تنمية محتوى وسائل الإعلام العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، خدمةً للحقيقة ومقاومة الأخبار الزائفة والمضلّلة
- تطوير المؤسسات الإعلامية العمومية، من إذاعات وتلفزيونات، ومزيد دعمها وتأطير العاملين فيها، لما أظهرته من حرفيّة عالية ومصداقية خلال الجائحة
- تنمية الإعلام المتخصّص في مجالات عدّة، كالمجال الصحي، وبعث شبكة من الإعلاميين المتخصّصين في المجال.

الخاتمة

يُجمع أهل الاختصاص والمراقبون والعارفون بشؤون الإعلام العربي، أنّ هذه التحدّيات التي برزت أمام الإعلام العربي بسبب الجائحة وخلالها، والتي استطاع رفعها، أوجدت واقعا جديدا يميّز بظهور أساليب جديدة في التغطيات الإعلامية أثناء الأزمات الصحية. كما أفرزت قرارات غير مسبوقه في التكيّف مع ظروف ومقتضيات الجائحة، وُضعت تحت اسم موحد على المستوى العالمي ألا وهو ما بات يُعرف بإعلام الأزمات، وهو الإعلام في صيغة جديدة إن شئنا ووضعنا له الشروط والركائز، لعلّ في مقدّمتها تعزيز حرّية التعبير ووصول المعلومات بيسر وشفافية إلى المتلقّي، والعمل على عدم حصول الهلع في أوساط الجمهور من خلال التضليل، وإعطاء المعلومات الخاطئة أو التعتيم عليها. ويضاف إلى كلّ هذا، الأساليب التقنية الجديدة التي فرضتها الجائحة

وضرورة إيلاء الإعلام البديل الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية الاعتناء اللازم لأهميته أثناء الأزمات، والاستثمار في المعرفة والتكوين بالنسبة إلى الطواقم الإعلامية. فكلّ هذه العناصر لم تعد في مستوى الخيارات المطروحة، بل باتت أمراً حتمياً يتعلّق بمستقبل ومصير الإعلام العربي كقطاع حيوي في الإخبار والتوعية والتأطير عند الأزمات بالخصوص، وذلك إذا ما أردنا اللحاق بالركب وبذات نسق التسارع الذي تشهده البشرية اليوم في قطاع الإعلام.

المصادر والمراجع:

- الشبكة العالمية للصحافة الاستقصائية- نصائح للصحافيين عند تغطية كوفيد-19 مارس 2020
- المعهد المصري للدراسات- دور وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي في جائحة كورونا. يونيو 2021
- موقع سكاى نيوز العربية - أبوظبي. أبريل 2020
- موقع العربي الجديد. مارس 2020
- موقع الاتحاد الدولي للصحافيين
- موقع صحيفة الدستور الأردنية - نوفمبر 2020
- <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/media-in-times-of-health-crisis>
- ,réseaux socionumériques et Covid-19 en Afrique. juillet 2020 Giardinelli Anastasia: Medias

لقد حاول الإعلام العربي منذ اندلاع الأزمة الوبائية نقل الأخبار وتعبّر سرعة تفشي الفيروس ومدى جدية تهديده، في الوقت الذي كان لا يزال فيه انتشاره أكبر خارج حدود المنطقة العربية. فكان الإعلام العربي حينها يركّز نشاطه على نقل أخبار من الدول التي تفشى فيها الوباء، والخطط التي سعت الحكومات إلى تطبيقها وفرضها للسيطرة على الوضع الصحي المستجد.



كان الإعلام العمومي دائماً في الصفوف الأمامية لمواجهة الجائحة. وتشير بعض الدراسات إلى أنّ الإعلام العمومي، كان ولا يزال يشكّل المصدر الرئيسي للأخبار حول الكارثة الصحية.

وأمام اكتساح هذا المرض الفتاك منذ بداية سنة 2020، وضع الإعلام العمومي في الدول العربية إمكاناته المختلفة ووسائطه لمواجهة عدو استطاع أن يضع العالم في حرج صحي، إلّا في ما يتعلق بتدفّق المعلومات حول انتشار هذا الوباء، وذلك من خلال وسائل كثيرة مثل الإعلام الجديد والإعلام التفاعلي.

وأمام هذه الحالة، فإنّ الإعلام العمومي العربي أصبح، ومنذ ظهور الجائحة، مطالباً بوضع استراتيجيات يستمدّ منها مناعته، وقد استطاع أن يواكب تداعيات انتشار هذه الجائحة، كونه خدمة عمومية مطالبة بالسهر على ضمان حقّ المشاهد العربي في إعلام يجسّد مبدأ تلك الخدمة.

والمتتبّع لوسائل الإعلام العمومية بمختلف وسائطها، يلاحظ أنّ تلك القنوات، ومنذ بداية تفشي هذا الوباء في مختلف الدول العربية والإعلان عن تسجيل الحالات الأولى، سارعت إلى إنزال استراتيجياتها، من خلال تقديم خدمة إعلامية جسّدت مبادئ الخدمة العمومية القائمة على مبدأ المهنية والمسؤولية والمنفعة العامّة، رغم أنّ الجهات الإعلامية لم تعرف أزمةً في السابق مثل خطورة هذه الجائحة.

الإعلام العمومي العربي أصبح، ومنذ ظهور الجائحة، مطالباً بوضع استراتيجيات يستمدّ منها مناعته، وقد استطاع أن يواكب تداعيات انتشار هذه الجائحة، كونه خدمة عمومية مطالبة بالسهر على ضمان حقّ المشاهد العربي في إعلام يجسّد مبدأ تلك الخدمة.



للتذكير، قدّمت التلفزيونات العمومية العربية مادّة إخبارية متنوّعة من خلال نشرات إخبارية عاجلة على مدار اليوم، لإطلاع المشاهد العربي على الأخبار ذات الصلة في وطنه أوّلاً بأوّل، اعتماداً على مصادر رسمية موثّقة، واستضافت أخصّائيين وخبراء لتسليط الضوء على الوباء، بدلا من التسرّع في نشر الخبر قبل التأكد من صدقيته. كما عرضت التلفزيونات العمومية العربية خدمات إعلامية أخرى من خلال برامج تحسيسية تربية، كما تمّ الانفتاح على مختلف الفئات الاجتماعية لتناول موضوع كوفيد 19 المستجد، وكان للمجتمع المدني دور فعّال في وضع الخطط والبرامج لتلك القنوات. ونشير إلى أنّ منظمة الصحة العالمية حدّدت أربع مراحل لانتشار فيروس كورونا المستجد.



فالمرحلة الأولى تتعلّق بمصدر الإصابة الأولى وهو قادمٌ من الخارج، بينما تتمثّل المرحلة الثانية في الانتشار المحلي للفيروس، فالمرحلة الثالثة هي الانتشار المجتمعي للفيروس، وتعدّ المرحلة الرابعة هي الأسوء، لأنها تتمثّل مرحلة الانتشار الوبائي.



وقد برزت هنا أدوار المجتمع المدني العربي، عبر مواكبته لمجهودات الحكومات العربية أثناء تلك المراحل، وذلك بالمشاركة المجتمعية في التخفيف من الآثار الاقتصادية على بعض الفئات الاجتماعية الأكثر تضرراً من جائحة كوفيد، ودعم المجهودات التي تبذلها السلطات الصحية في المدن، كما في القرى والبيوادي، عن طريق حملات تحسيسية وتوعوية بخطورة هذا الفيروس.



لقد اضطلع الإعلام العمومي بوظيفة متميّزة في ربط الصّلة بين الفاعلين الجمعياتيين والمتلقّي العربي، - أي المواطن بصفة عامّة - من خلال مواكبة مختلف أنشطة جمعيات المجتمع المدني التي تجنّدت للمساهمة، إلى جانب بقيّة الجهات المعنية من سلطات عمومية ووطنية، في هذا الجهد. وتضافرت الجهود بين الإعلام والفاعلين في العمل الجمعياتي اقتناعاً منهم بأنّ الحاجة ماسّة في هذه الظرفية إلى تكثيف الجهود من أجل الخروج من الأزمة التي باتت تهدّد المجتمعات العربية. وكان للمجتمع المدني العربي الذي له صلاحيات حقيقية، الأثر الإيجابي في تجويد تلك الشراكة التي ساهمت الجائحة في إبرازها. وسجّل متبّعو القنوات التلفزيونية العربية إيجابيات الحملات الإعلامية التوعويّة التي نظمتها جمعيات المجتمع المدني بالتعاون مع السلطات العمومية في كافة الاقطار العربية، والتي انخرطت فيها فئات الفنّانين، حيث ساهموا في تعزيز نشر الطمأنينة بين المواطنين، وعدم الاستخفاف بهذا الوباء، خاصة في بداية انتشاره.



لقد بنّت القنوات العربية شعارات مختلفة استمدتها من المجتمع المدني مثل (خليك في دارك، تحمي بلادك تحمي نفسك وأوطانك)، وغيرها من الشعارات التي حثت على احترام إجراءات الحجر الصحي التي اتخذتها السلطات العمومية، توقيًا للانتشار السريع للفيروس. وأظهرت جائحة كوفيد أنّ العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والإعلام أخذت أبعادًا جديدة تجلّت في تأسيس تعاون أتي في إطار شراكات تأخذ في الاعتبار المصالح المشتركة للطرفين، كالعمل على تأمين تغطية جُلّ الأنشطة التحسيسية والتوعوية التي تقيمها الجمعيات المدنية، كلّ حسب مجالات تدخّلاته، وتبنيها على أساس قدرتها على المساهمة في إثارة الرأي العام العربي وتعبئته في مواجهة مختلف الآثار المحتملة للفيروس.

كما أكد الإعلام العربي العمومي مرّة أخرى، من خلال تعاطيه مع الدور الكبير للمجتمع المدني، كشريك فعّال في تجاوز هذه الأزمة العالمية، على أنه لا يمكن الحديث عن مجتمع حديث بعيد عن مرتكزات أساسية وهي:

- إعلام حرّ
- مجتمع مدني قويّ وفعّال.

سعيًا إلى تجسيد هذه الثنائية، بدأت بعض المعاهد والجامعات في الوطن العربي التي انتهت إلى الأهمية الخاصة التي أضحت يقوم بها المجتمع المدني في علاقته بالإعلام والاتصال، فبادرت إلى إحداث إجازات مهنية جعلت من بين موادها الأساسية، المجتمع المدني والإعلام، ويشرف على تأطيرها أساتذة باحثون في الإعلام والتنظيمات المدنية، ويسهرون على تكوين كفاءات مهنية تعطي للإعلام قدرته كمهنة في المحافظة على السمة الاجتماعية المتأصلة فيه، والتركيز على إدراك تلك الكفاءات لتأثير كلّ كلمة تكتب، وهو ما يجب وضعه نصب أعين كلّ صحفي أو صانع محتوى.



من الواضح أنّ جائحة كوفيد تحمل في طيّاتها الكثير من التحدّيات الاقتصادية والمهنية، ممّا جعل الإعلام مطالباً بإثبات قدرته كمهنة في المحافظة على السّمة الإنسانيّة والاجتماعية المتأصّلة به. كما أنّ هذه الجائحة تعتبر أيضاً أزمة صحية غير مسبوقّة تطال البشرية الموزّعة على أطراف الكرة الأرضية، ذلك لأنّ هذا الفيروس هو ليس وباءً عادياً يصيب مناطق معيّنة من العالم، بل هو وباءٌ يهدّد حياة الإنسان أينما وُجد، وسجّلت بسببه ملايين الإصابات التي تزرع القلق في النفوس.

يواجه الإعلام العربي بمختلف وسائله خلال فترة الأزمة الصحية حرباً مع فيروس كورونا، ممّا يتوجّب عليه أن يتّخذ من الشفافيّة والجديّة أسلوب عمل، مع التأكيد على نقل المعلومات بحيادية ليتسنى له أن ينتصر في هذه الحرب التي أربكت العالم وحبست أنفاسه، وذلك بتكثيف الحملات التوعوية الصحية والإعلامية، التي لا بد أن تتوفر فيها دقّة المعلومة، ومحاربة الشائعات وفضحها لكونها أخطر من الكورونا ذاتها. وقد أكدت العديد من الدراسات التي أنجزت خلال الكارثة الوبائية ضرورة تبني التلفزيونات العربية الاستثمار في الإعلام الصحي، من خلال تعزيز دورها ومواردها البشرية بأفضل الأطر الفاعلة في المجال الصحي، إعلامٌ يقود الإنسان العربي إلى مستقبل خالٍ من الجوائح والأوبئة التي قد تجعل الإنسان يجني على نفسه جهلاً أو تجاهلاً، في ظلّ عدم اعتماده السلوك القويم.

البعد الاتصالي للأزمة الوبائية، وكيفية التعااطي مع مصادر الخبر (2)

د. جلييلة بن خليل

عضوة اللجنة العلمية التونسية لمجابهة جائحة كوفيد 19



من الثابت أنّ الإعلام بكلّ فروعِهِ ومنصّاته يعتبر همزة الوصل بين المواطن وبين مصدر المعلومة، ومع ذلك ولأسباب عديدة، يمكن القول إنّ التعااطي الإعلامي الدولي والمحليّ عامّة، وفي بداية ظهور الأزمة الوبائية، تميّز بحالة تخبط في التعامل مع أخبار هذا الفيروس المستجدّ، ويعود ذلك أساساً إلى شبه غياب الرواية الرسمية في سيل الأخبار التي تنشر حول المرض، ممّا أدّى إلى حدوث مزيج من التناقضات تجلّت بالخصوص في تفاصيل الخطاب الإعلامي، سواء كان ذلك على مواقع التواصل الاجتماعيّ أو في الإذاعات والقنوات التلفزيونية أو في الصحافة المكتوبة. وقد خلق هذا الوضع أكثر من التباس في أذهان الجميع، متلقّين ووسائل إعلام، بسبب عدم وضوح الرواية الحقيقية حول الجائحة من زاوية كفيّة ظهورها وخصائصها.





وقد انتشرت الكثير من المعطيات والمعلومات غير الدقيقة، والتي لا تستند إلى مصادر رسمية وموثوقة، على غرار الحديث عن مخطط أمريكي يهدف إلى القضاء على دولة الصين. كما تحدّثت روايات أخرى عن أنّ الفيروس تمّ تصنيعه في المخابر ويدخل ضمن الحرب البيولوجية بين الدول الصناعية الكبرى، وعلى رأسها طبعاً كلّ من الصين والولايات المتحدة الأمريكية.

ومن بين الأسباب التي أدّت إلى هذا الإرتباك وهذا التخبّط، ما يرجع في معظمه وبالدرجة الأولى إلى اختيار المذيعين، وبدرجة ثانية إلى اختيار الضيوف، فالاختيار المتسرّع وغير الجدي لهؤلاء، يجعل الخطاب الإعلامي سطحياً نوعاً ما، ممّا يستدعي التأكيد على ضرورة نشر المعلومات الصحيحة، وإحكام اختيار مصادر المعلومة، مثل منظمة الصحة العالمية، ولو أنّ هذه المؤسسة الأممية عرفت هي الأخرى تذبذباً في المعلومات المقدّمة من جانبها.

وعلى وجهٍ أخصّ، ينبغي أن تكون مصادر المعلومة هي الجهات المعنية والموثوقة، واختيار هذه المصادر من أهدافه مراعاة الاعتبارات الإنسانية والأخلاقية، لجعل الخطاب الإعلامي بعيداً عن الزيف وعن التهويل والتضليل، وهي عوامل تجعل المواطن لا يشكّك في المعلومات التي يستقيها.

في تونس، ومع ظهور الجائحة، كانت الأخبار متذبذبة نوعاً ما بسبب غياب المعطيات، لا في المستوى المحلي فقط بل في العالم بأسره، إذ كانت المعلومات الواردة من الصين غير دقيقة في البداية، إذا ما علمنا أنه تمّ الإعلان عن أولى حالات كوفيد 19 في شهر ديسمبر 2019، لكن تبين لاحقاً أنّ أولى الحالات سجّلت في مدينة ووهان الصينية منذ شهر نوفمبر، لكن وقع تعميم هذه المعلومة.

لقد بدأ التعامل الصحفي في تونس مباشرة مع أعضاء اللجنة العلمية التي تكوّنت في شهر يناير 2020 وانطلقت في عملها، واعتبر الإعلاميون التونسيون هذه اللجنة المصدر الرئيسي والصحيح لكلّ المعلومات المتّصلة بالجائحة، وهذا ما حدث منذ الفترة الأولى وهو متواصل إلى حدّ الآن.



والملاحظ أيضاً أنه بالنسبة إلى الإعلاميين التونسيين، فقد كان تعاملهم يتميّز بالدقة والبحث المستمرّ عن المعلومات، وكانت هناك متابعة ومراقبة يومية للأحداث، وكانت ولا تزال تصل أعضاء اللجنة الكثير من الأسئلة من الإعلاميين الذين ينقلون المعلومات بأمانة ودون تشويه، وهذه تعدّ

نقطة مهمة، لأنّ المعلومة حين يتمّ تشويهاً، تصبح غير صحيحة، بل تؤدّي إلى عكس ما يراد تحقيقه من أهداف.

لقد كان الخطاب الإعلامي التلفزيوني أيضاً دقيقاً وموضوعياً، ويّسم بالمهنيّة التي يتطلّبها التعامل مع الأزمة. وكانت هناك نشرة يومية حول جائحة كوفيد، تُوجّه خلالها الدعوة إلى أشخاص عديدين من اختصاصات مختلفة لها علاقة بهذه الجائحة، لتشرح للمواطنين خصائص هذا الوباء وتقدّم لهم أكثر التفاصيل الممكنة بشأنه.

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن، في ظلّ كمّية العمل الذي كانت تقوم به اللجنة العلمية من متابعة للوضع العالمي، وتقصي الحالات المرضية، ومتابعة المرضى المقيمين بالمستشفيات، يتمحور حول كيفية تعامل أعضاء اللجنة مع نسق العمل الإعلامي من ناحية، وتعدّد وسائل الإعلام من ناحية أخرى، مثل القنوات التلفزيونية والإذاعية والمواقع الإخبارية على الإنترنت وكذلك الصحف والمجلاّت الدورية. لقد تمثّلت الصعوبات بالخصوص في أنّ أعضاء اللجنة وجدوا أنفسهم أمام سيل من الأسئلة التي تتكرّر دائماً تقريباً، ممّا يستدعي تقديم ذات الإجابات والشروح والبيانات لصحفيين مختلفين وأنواع متعدّدة من وسائل الإعلام، وهو ما اضطرّ وزارة الصحة إلى تنظيم نقطة إعلامية على أساس مرّة في الأسبوع. لتعطي إلى مختلف الإعلاميين ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة والإلكترونية، وفي ذات الوقت، جميع المعلومات المتعلقة بالجائحة على الصعيد الوطني.



ومن خلال هذه التجربة، يمكن الخروج ببعض الاستنتاجات والدروس التي حصلت من خلالها الاستفادة في هذه الأزمة. فبالنسبة إلى الإعلام ينبغي أن يختار أفضل مصدر للمعلومات، رغم أن بعض المواطنين يشككون في الأرقام التي توفرها اللجنة العلمية.

ولا ننسى بالمناسبة الشركاء الآخرين، مثل المستشفيات العمومية التي اعتمد عليها الإعلاميون أيضا لاستقاء المعلومة، وكذلك المخابر، خصوصا في ما يتعلق بالبروتوكولات الصحية التي وضعتها اللجنة العلمية مع قطاعات عديدة، بمناسبة فتح حدود البلاد. وعموما يجب الحذر في التعامل مع المصادر خارج هذه الأطر، مع التيقن دائما من صحة المعلومة.



أمّا الملاحظة الثانية الموائية، فهي أنّ بعض الإعلاميين، في إطار عملهم الذي يقتضي الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المواطنين، يعتمدون إلى اختيار عناوين لمقالاتهم تدخل في إطار ما يُعرف بالإثارة والفرقة الإعلامية (البوز)، وهي لا تمتّ بصلة إلى المعطيات التي يُدلي بها المختصون، وعليه، فلا بدّ من الابتعاد عن مثل هذه الممارسات لتكون الثقة متبادلة بين مَنْ يعطي المعلومة، وبين مَنْ يتلقاها، وأقصد الجمهور.



كورونا ومستقبل الأخبار في التلفزيون

د. محمد شطاح

كلية الاتصال والإعلام
جامعة العين - أبوظبي
الإمارات العربية المتحدة

مقدمة:

استقبل العالم في شهر مارس 2020 وافداً ثقيلاً، سرعان ما انتشر وعمّ جميع مناسط الحياة الانسانية، ولم تتمكّن أكثر الاستراتيجيات في العالم من التنبؤ أو توقّع بما حدث، إنها جائحة كورونا 2019، التي كثر الحديث عنها في وسائل الإعلام من خلال بعض الأخبار في النشرات و المواجهات، لكن تطوّر الوضع خلال الأسابيع اللاحقة وانتشار العدوى فاجأ القائمين على العملية الإخبارية في مختلف الوسائل، ومنها محطات و قنوات التلفزيون. كانت الصدمة في البداية كبيرة، وتمّ التعامل معها في الاستوديوهات و غرف الأخبار تعاملًا استثنائيًا من خلال الأخبار العاجلة، والنشرات الإخبارية الخاصة، والإحاطة الإخبارية اليومية بتطوّر الوباء، وظنّ الجميع أنّ الجائحة قضية أسابيع، وسيتمّ التعامل معها صحياً بنجاح كما حدث مع الأوبئة السابقة، لكن استمرار انتشار الجائحة وارتفاع عدد ضحاياها، وعجز المنظومات الصحية في العالم على المواجهة، مع التقارير الصادرة عن المنظمة العالمية للصحة التي أكّدت خطورة الأوضاع واستمرار الوباء لمُدّة أطول، فرض التفكير في طرق جديدة في التعامل الإخباري مع الجائحة، يأخذ في الاعتبار النتائج المترتبة عليها، التي لم تستثن العملية الإخبارية بجميع عناصرها، من القائم بالإعلام، إلى المحتوى، إلى الوسيلة، وصولاً إلى الجمهور.

أولاً- التعامل الإخباري مع جائحة كوفيد 19:

تابع العالم على مدى أسابيع وشهور تعامل وسائل الإعلام مع الجائحة، ومن بينها القنوات التلفزيونية على تنوّع ملكيّتها، خاصة وحكومية، وعلى تنوّع طبيعتها، متخصصة وقنوات عامة. ومن خلال الملاحظة والمتابعة لعدد من القنوات، سواء من خلال الشاشة أو من خلال المحامل الجديدة، فإنّ التغطية الإخبارية للجائحة تمّت عبر ثلاث مراحل:

1. المرحلة الأولى: تغطية الأحداث الجارية-الأخبار العادية-

ظهر فيروس كورونا في أوائل ديسمبر 2019، وأعلنته منظمة الصحة العالمية رسمياً في يوم 30 يناير، ثم أعلنت في 11 مارس من سنة 2020 تحوّل الفيروس إلى جائحة.



منظمة الصحة العالمية تعلن تحوّل فيروس كورونا إلى جائحة في 11 مارس 2020

تميّزت التغطية الإخبارية التلفزيونية للموضوع في الفترة من أوائل ديسمبر 2019 إلى منتصف شهر مارس بالتغطية العادية، فلم تُعرّ وسائل الإعلام عموماً، ومنها التلفزيون، كبير الاهتمام للموضوع، ودأبت على إدراج الأخبار الواردة من الصين ضمن دائرة الحوادث Les faits divers، واكتفت بالمعلومات من مصادرها التقليدية، وكالات الأنباء ووسائل الإعلام المحلية، وبعض من مواقع التواصل الاجتماعي في المدن والمناطق مصدر الجائحة.

كذلك لم يكن موضوع فيروس كورونا محلّ اهتمام و متابعة من لدن الجماهير، بسبب غياب المعلومات و غياب بيانات التحذير بخطورته، خاصة من منظمة الصحة العالمية. في هذه المرحلة لم تتحوّل جائحة كورونا إلى «قضية رأي عام»، ولم تُنل اهتماماً سوى نسبة ضئيلة من جمهور التلفزيون، وهم في الغالب من المشتغلين في الصحة و من الباحثين و الطلاب في هذا المجال، ولم تُشِر الأخبار في هذه المرحلة إلى تدابير الحيطة والحذر، فقد تمّ التعامل مع الموضوع بمنطق البعد المكاني والجغرافي، وعلى أساسه، تمّ إبعاد الأخبار التي تتحدّث عن الفيروس باعتبارها أخباراً قادمة من أماكن بعيدة، لا تلقى المتابعة و الاهتمام من جمهور المشاهدين.

أيضاً تميّزت التغطية الإخبارية بالموقف الباهت للحكومات في العديد من بلدان العالم، بما فيها بعض الدول العربية، حيث هوّنت في البداية من خطورة الجائحة، وأكدت على سهولة احتوائها. وفي هذا الإطار لاحظ عالم الاجتماع الإيطالي إدواردو نوفيلي من جامعة «روما 3» أنّ عدداً من وسائل الإعلام تباطأت في العمل مع بداية الأزمة. وكتب في دراسة بعنوان «إنفو مود» تناولت ما نشرته 257 وسيلة إعلام أوروبية على موقع «فايسبوك» جرت بين الأول من يناير و14 مارس ما يلي: «تأثرت الصحف إلى حدّ كبير بحكوماتها الوطنية التي قلّلت (ألمانيا وفرنسا وبريطانيا) من خطورة الأزمة المقبلة».

2. المرحلة الثانية: (مرحلة الصدمة والمباغثة)

يوم 11 مارس، أعلنت منظمة الصحة العالمية تحوّل الفيروس إلى جائحة، وشرعت الدول في اتخاذ إجراءات الوقاية، من حجر صحي وتباعد اجتماعي وكمامات، ومن غلق لأماكن العمل والتجمّعات، التي بدأت تعرف انتشار الوباء، وقد شكّلت صدمة عنيفة مباغثة لكل المنظومات، وشارفت المنظومات الصحية على الانهيار، وبنفس الدرجة، تفاجأت المنظومات الإعلامية في كل البلدان بتسارع انتشار الجائحة، وبتزايد حاجة الناس إلى الأخبار والمعلومات، وسجّلت الإحصائيات تزايداً كبيراً في عدد متابعي الأخبار بسبب الحجر الصحي، وبسبب البحث عن مصادر ذات مصداقية في ضوء تنامي الأخبار الكاذبة و تضارب التصريحات، تشير إحصائيات قياس المشاهدة Mediametrie بفرنسا في ذات الفترة أنّ معدّل متوسط المشاهدة للفرد الفرنسي في اليوم وهو 4 ساعات و40 دقيقة، وصل إلى رقم قياسي تاريخي جديد في أبريل. وأشارت تقارير ميديا ميري إلى تزايد عدد المشاهدين بسبب الحجر بداية من الساعة الثامنة صباحاً. وفي بيان صحفي نُشر في 23 أبريل، حدّدت ميديا ميري أنّ «الزيادة في الجمهور تبدأ من الساعة 8 صباحاً وتستمرّ على مدار اليوم»، مع وجود نقاط ذروة أثناء نشرات الأخبار للساعة الواحدة ظهراً والساعة 8 مساءً. بالإضافة إلى ذلك، فقد زاد وقت الاستماع بحوالي 50% بين الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 - 24 عاماً.



أخبار عاجلة عن كورونا

تميّزت التغطية والمتابعة الإخبارية لهذه المرحلة بالاعتماد على الأخبار العاجلة والنقل المباشر للإحاطة اليومية لمختلف الوزارات وخلايا الأزمة، كما تابعت الموضوع عن طريق النشرات الإخبارية الخاصة التي امتدّت إلى ساعات، جرت فيها استضافة أعداد من المتخصّصين لمناقشة الموضوع وتطوّراته، لكنها اتّسمت في الغالب بالتسرّع وبتضارب التحليلات والتصريحات، ويتناقض خطط وتدابير المواجهة، أمام حيرة المتابعين، وتميّزت النشرات الخاصة في هذه المرحلة بعدم قدرة الإعلاميين على تأطير النقاش بسبب المفاجأة وقلة الخبرة. وممّا زاد في متاعب القائمين على البرامج الإخبارية تعدّد المصادر وتضاربها بخصوص الانتشار السريع للجائحة. كما شهدت أستوديوهات وغرف الأخبار هذا «الارتباك»، فتمّ التقليل من عدد العاملين، وانتقل الكثير من الصحفيين إلى العمل من بيوتهم وتقديم برامجهم، ومنها النشرات الاقتصادية والثقافية والرياضية.

3. المرحلة الثالثة: مرحلة الاحتواء،

بعد مرور أكثر من ستة أشهر على الجائحة، وبعد كشف تقارير منظمة الصحة العالمية، وعدد من تقارير المخابر الطبية العالمية عن أنّ جائحة كورونا ستستمرّ لفترة طويلة، مع إمكانية تعرّض عدد من الدول إلى موجات جديدة، وفيروسات متحوّرة لفيروس كوفيد 19 ، بدأت مرحلة التعامل مع الموضوع بمزيد من الواقعية، وكذلك كان الحال مع القنوات التلفزيونية، حيث شرعت في تقديم مادة إخبارية متنوّعة تحاول الإجابة عن أولويات الجمهور في هذه المرحلة و هي : سبل الوقاية من الجائحة ، وسبل التعامل معها ، بعيدا عن أشكال العجز والحيرة والتخبّط التي ميّزت المرحلتين السابقتين،



يوم إعلامي بالتلفزيون الجزائري للوقاية من جائحة كورونا

مصدر الصورة:

<https://www.aps.dz/sante-science-technologie/tag/ENTV>

في البلدان العربية لاحظنا هذا التحوّل من خلال الاطلاع على مواقع عدد من القنوات التلفزيونية، وذلك إثر انقضاء أكثر من سنة عن إعلان اكتشاف الفيروس في مدينة «ووهان» Wuhan الصينية. فقد تضمّن موقع التلفزيون الجزائري إحاطة يومية بتطوّرات كورونا وتقارير المخابر الصحية، وأخبار الصحة، وأفردت التلفزة التونسية نشرة خاصة يومية تتابع آخر مستجدّات الوضع جائحة كورونا- وهي من أكثر البرامج مشاهدة في موقع القناة إلى جانب برنامج «صحتي بالدنيا» للتداوي بالأعشاب - والصحة الغذائية بالقناة الوطنية والبروتوكول الصحي الخاص بمؤسسة التلفزة التونسية- بالإضافة إلى استطلاعات عن :

- الوقاية من كورونا

- تغطية التلفزة التونسية لجائحة كورونا

- وضوح ومضات الحماية من كورونا

أيضا تضمّن موقع التلفزة المصرية استطلاعا حول توقّعات الجمهور بمدى التزام المواطنين بالإجراءات الاحترازية لمواجهة كورونا.



بروتوكولات السلامة- عن شبكة الصحفيين الدوليين

ijnet.org

ثانياً: تحولات صناعة الأخبار في ضوء جائحة كورونا:

ارتبط تطوّر الإعلام والممارسة الإعلامية بأحداث تاريخية كبرى كان لها أثرها في مسار تطوّر الأنشطة الإعلامية، فأدى اكتشاف الطباعة إلى مرحلة الصحافة المكتوبة. وبعد ثلاثة قرون شهد العالم ومع نهاية القرن التاسع عشر اكتشاف عدد من وسائل الاتصال كالراديو والسينما والتلفزيون، أطلق عليها «ثورة وسائل الاتصال الجماهيري»، وبعد قرن، تفجّرت الثورة الثالثة وهي ثورة الاتصال والمعلومات، وكلّ هذه الثورات ارتبطت بتطوير الوسائل التي نجم عنها تطوير الرسائل لاحقاً. إلى جانب هذه الأحداث ذات البعد التكنولوجي، هناك الأحداث التاريخية التي أثّرت في الممارسة الإعلامية وأبستها نوعاً من الخصوصية، فقد نجم عن الحريين العالميتين الأولى والثانية انتشار الراديو وتطوّر ظاهرة الدعاية التي استمرّت مع الحرب الباردة لعقود. كذلك يمكن، وضمن ذات السياق، اعتبار جائحة كوفيد حدثاً تاريخياً استثنائياً، أثّر وسيؤثّر في الأنشطة الإعلامية، سواء في الوسائل أو الرسائل، وسيؤرّخ للإعلام مستقبلاً بإعلام ما قبل كورونا وإعلام ما بعد كورونا، وسيكون حديثاً عن تلفزيون ما قبل كورونا وتلفزيون ما بعد كورونا، والأخبار التلفزيونية قبل كورونا وبعدها. وبعبارة أخرى، بات ضرورياً من الآن الحديث عن تحولات في العملية الإخبارية التي قادتها التكنولوجيا منذ فترة، وتقودها كورونا، التي ستعدّل في مساراتها، مع الأخذ في الاعتبار مدى انتشار الجائحة واستمرارها في الزمن.

ثالثاً: مظاهر تأثير جائحة كورونا على الأخبار في التلفزيون :

بعد أكثر من سنتين على انتشار كورونا وتحولها إلى جائحة، بات بالإمكان تحديد تأثير الجائحة على مختلف المهن والأنشطة الإعلامية. تشير البحوث والدراسات إلى أنّ أكثر مجالات النشاط الإعلامي تأثراً هي الصحافة الورقية، التي توقّفت عن صدور أو توزيع طبعاتها الورقية في عدد من البلدان، وهو أمر قد يؤدي في نظر المتخصصين إلى تسريع «المرحلة الانتقالية لموت الصحف الورقية». في فرنسا التي طبّقت سياسة صارمة في مجال العزل والحجر الصحي، ذكرت مجموعة التوزيع «بريستاليس» أنّ مبيعات الصحف تراجعت بنسبة 24% في إحصاءات الاثنين 16 آذار/ مارس، و31% في إحصاءات الثلاثاء 17 مارس من عام 2020.

ويرى المؤرخ باتريك إيفنو إن «الصحف ستموت أو تعيد تجمّعها وكل شيء مرهون بمدّة الظاهرة». ومن جهة أخرى يرى أن: «وسائل الإعلام التي تعتبر جديرة بالثقة ستستفيد عبر مضاعفة عدد اشتراكاتها الرقمية».



جائحة كورونا تريك عادات وأنماط استهلاك المادة الإخبارية

<https://larevuedesmedias.ina.fr/pandemie-covid-19-habitudes-consommation-information-medias>

ويذهب فريق آخر إلى أنّ انتشار جائحة كورونا مثل فرصة سانحة لاستعادة ثقة الجماهير في الوسائل التقليدية، بما فيها الصحافة، فقد قدّم معهد «أدلمان» في استطلاع للرأي نتائج باهرة أجريت في الفترة من النصف الأول من شهر مارس 2020، فقد كشف عن أنّ أكثر من 90% من الإيطاليين واليابانيين والكوريين يتابعون ويطلعون مرّة في اليوم على الأقل على التطوّرات المرتبطة بالجائحة، وأكثر من نصفهم يتعرّضون لوسائل الإعلام أكثر من مرّة في اليوم. وأكّد استطلاع لمعهد «ايبسوس» أنّ نصف الأمريكيين يثقون في الوسائل التقليدية في متابعة أخبار الفيروس، في حين تقلّ نسبة الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل لافت للنظر. فرغم جماهيرية الوسائط الجديدة كمصادر في الحصول على المعلومات، فإنّ ذلك يتقلّص كثيرا كلّما كان السؤال عن أكثر الوسائل مصداقية. وأكّد النتائج نفسها تقرير معهد « رويترز» للأخبار الرقمية 2020 بالتعاون مع جامعة أكسفورد، من خلال بحث ميداني شمل 80 ألف شخص في 40 دولة عبر العالم، وخلص إلى أنّ الإقبال على الأخبار تزايد مع جائحة كورونا، وارتفعت نسب القراءة والمشاهدة للأخبار في مقابل تراجع الثقة في المواد الإخبارية بسبب ظاهرة الأخبار الكاذبة.

اليوم وبعد مرور أكثر من عامين، يمكننا رصد بعض مظاهر هذا التأثير التي بدأت ترسم وتطغى على مختلف جوانب العملية الإخبارية في التلفزيون:

1- المهنة:



تعددت تسميات القائم بالمهنة بحسب وظائفه الاتصالية، فقد حدّدت إحدى الدراسات هذه المفردات في: القائم بالاتصال في شبكة الإنترنت - The Web Com-municator، والصحفي الإلكتروني، Online Journalist، والمحرّر المتكامل Integrated Reporter، وحارس البوابة الإلكترونية Online Gatekeeper، الإنترنت Internet Journalist، وصحفي الويب Web Journalist، ومحرّر النسخة الإلكترونية، والصحفي المباشر Online Journalist، أو «المنتج The Producer بسبب طبيعة الويب متعدّدة الوسائط. ويزداد الحديث اليوم عن وظيفة جديدة هي «محرّر التشارك والتفاعل»، وقد بيّن إيلي

باورز Elia Powers الأستاذ المساعد في الصحافة ووسائل الإعلام الجديدة في جامعة توسون بولاية ميريلاند في الولايات المتحدة وظيفته، بأنه، «محرّر يعمل مع زملائه في قاعات التحرير وغرف الأخبار في التحرير، ويمتدّ عمله ليشمل العلاقات العامة والتسويق. يتولّى تدقيق وتحليل البيانات وتحديد أفضل الفترات والأوقات لنشر القصص والموضوعات الإخبارية، بناء على تفضيلات جمهور المستخدمين، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ويساعد في إدارة حسابات غرف الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، فيتفاعل مع التغريدات وينفّح ويردّ على التعليقات».

مهنة الصحفي: نحو تحولات عميقة

وفي مجال التلفزيون تعدّدت المهن بحسب تقسيم العمل الإعلامي وتفرّعت وفقا لطبيعة المؤسسة، وعليه تصنّف المهن الصحفية في التلفزيون - على سبيل المثال - وفق مهن رئيسية تتفرّع منها مهن فرعية على النحو الآتي:

- **مهن الصورة:** وتشمل: المصور الصحفي، المخرج، ملتقط الصور، مدير التصوير.
- **مهن الصوت:** وتشمل مهندس الصوت، ملتقط الصوت.
- **مهن على الهواء:** المنشط، المذيع، المعلق.
- **مهن الإنتاج:** وتتمثّل في المكلف بالإنتاج، المكلف بما بعد الإنتاج.

ويشير الخبراء إلى استمرار تعدّد وتنوع مهن الإعلام والاتصال مستقبلا، إلى جانب اختفاء بعضها، وقد صنّفتها دراسة علمية حديثة في أربع مجموعات، تتفرّع عنها ثلاثون مهنة.

لقد كشف تفشي جائحة كوفيد 19 عن الحاجة إلى مهن جديدة في مجال العمل الإعلامي عموماً والعمل الإخباري التلفزيوني خصوصاً. إن حالة الذهول والدهشة التي طبعت تعامل مقدّمي الأخبار في الأسابيع الأولى مع الجائحة، كشفت عن الحاجة إلى مهن أخرى، والابتعاد عن الصورة النمطية للصحفي التي تصوّره بأنه: «الشخص الوسيم، الأنيق الذي يطلّ عبر الشاشات يتحدث بطلاقة ويعلم عن كل شيء!»!

لقد كشفت الجائحة عجز الإعلاميين على تقديم ما تنتظره الجماهير من إجابات مقنعة عن تطوّر الفيروس و انتشاره ، والعجز في التعامل مع المختصّين في تناول الموضوع من منظور صحي و علمي، ووقعت الأحاديث و الحوارات في الابتذال و السطحية ، و هو ما يدعو إلى فتح الوظيفة والتوظيف في القنوات التلفزيونية والإخبارية إلى متخصصين في مختلف المهن المرتبطة بالأنشطة الإنسانية، وفي مقدّمها الإعلاميون العلميون المتخصصون في علوم الأوبئة وفي علوم البيئة، والجيولوجيا والمخاطر الكبرى، وفي الذكاء الاصطناعي و تقنية المعلومات، وفي الصحة أو في علوم التغذية، إلى غيرها من تخصصات علمية وتكنولوجية، القديمة والمستجدّة.



نحو أولويات جديدة في توظيف الصحفيين في التلفزيون

2-المضامين والأشكال الجديدة للأخبار:

وصف أحد المختصّين نشرات الأخبار التلفزيونية منذ سنوات بأنها « نوع في طور التكوين» بمعنى أنه لا يمكن الاستقرار على صورة واحدة لتقديم الأخبار وعلى أنماط ثابتة في مجال المحتويات والمضامين، والأمر مرتبط بتطوّر تكنولوجيات الاتصال، ويتطوّر وتنوّع حاجات الجماهير للمضامين الإخبارية، ويمكن أن نضيف إليها اليوم ما تفرضه الطبيعة والأحداث من تطوّرات، سواء تعلّق الأمر بالكوارث أو الأوبئة. فقد فرضت جائحة كورونا مضامين إخبارية جديدة، وأشكالاً جديدة في التعامل مع الأحداث والوقائع من قبيل النشرات الخاصة، الأخبار العاجلة، المراسلات الميدانية، والبلاتوهات، والإحاطة الإخبارية اليومية المباشرة، والنشرات والبرامج الإخبارية المُعدّة والمُقدّمة من بيوت الصحفيين. كلّ هذا كان على حساب شبكات برمجية مُعدّة مسبقاً تمّ إلغاؤها أو التقليل من ساعات عرضها أو إلغائها، مع كلّ ما ترتّب على ذلك من خسائر لمنتجي البرامج والمعلنين.

3- القيم الإخبارية الجديدة للأخبار التلفزيونية:

في دراسة أعدناها حول الأخبار العاجلة في التلفزيون قبل الجائحة بشهور، توصلنا إلى نتائج تلخص تحولات القيم الإخبارية التي باتت تطبع الأخبار في القنوات التلفزيونية، ونوجزها في القيم التالية :

1. من الجدة إلى اللحظية.
2. من الشمولية إلى الخاص.
3. من قيمة الإنسانية إلى قيم العنف والاستعراض.
4. من قيمة الصدق والواقعية إلى الدعاية الإخبارية.
5. من قيمة المصادر العليمة إلى قيمة المصادر المجهولة.
6. من الخبر العاجل إلى الخبر المستعجل.

لكن ظهور جائحة كورونا واستمرارها كشف عن العودة إلى القيم « النبيلة للعمل الصحفي » على الأقل في الوقت الراهن، وعلى رأسها: الواقعية، الجدة، الصدق، المصداقية، البعد الإنساني، الشمولية، باعتبار أنّ القيم السابقة أبعدت الجماهير عن الاهتمام بالأخبار التلفزيونية واتجهت إلى البحث عن مصادر أخرى.



أخلاقيات العمل الإخباري: التوازن- العدالة- الموضوعية- الدقة

[/https://sotor.com](https://sotor.com)

4- بناء الأخبار في القنوات التلفزيونية:

اتجهت العديد من القنوات التلفزيونية أمام انتشار الفيروس وعدم القدرة على تحديد مدة وجوده إلى تغيير بناء النشرات الإخبارية، فابتعدت عن البناء الرسمي والبروتوكولي، واتجهت نحو التغطية «الموضوعاتية»، وأصبحت موضوعات الصحة تتصدر عناوين الأخبار، تليها الموضوعات الاقتصادية التي لم تخرج في الغالب عن الصحة من منظور اقتصادي. لقد أصبح بناء نشرات الأخبار يرتب وفق أولويات المشاهدين وليس وفق الأجندة الإخبارية، التي تسعى إلى ترتيب أولويات المشاهدة التي كانت من أسباب عزوف المشاهدين عن متابعة الأخبار المقدّمة وبخاصة في القنوات الحكومية.

5- النجومية الجديدة في مجال الأخبار التلفزيونية:

كشفت كورونا في مجال الأخبار التلفزيونية عن نجومية جديدة، قادمة من خارج قاعات الأخبار، تمثّلت في أكثر المتدخّلين على شاشات التلفزيون وأستوديوهات المتابعة والتحليل، يتقدّمهم رؤساء حكومات ووزراء الصحة والمكلفون بالإحاطة اليومية من مقارّ وزارات الصحة، إلى جانب المتخصّصين في الصحة والأوبئة من خلال تعدّد الظهور في مختلف البرامج الإخبارية.

6- الأشكال الجديدة للعمل الصحفي (العمل عن بعد):

سارعت أغلب القنوات التلفزيونية في العديد من بلدان العالم إلى تطبيق إجراءات وتدابير الوقاية، شملت:

- منح إجازات لكبار السن (مثال)
- تقليل عدد الصحفيين والتقنيين في غرف الأخبار.
- تزويد الإعلاميين بوسائل الوقاية من الفيروس.
- تقليص ساعات العمل.
- تطبيق البروتوكول الصحي، من حجر صحي وكشف دوري عن الفيروس.
- التلقيح ضد كورونا.

كلّ هذه الإجراءات قلبت العمل الصحفي رأساً على عقب، خاصة إذا ما جرى التسليم بأهمّية العمل الجماعي. و في ظلّ جائحة كوفيد 19 - تکرّست تقاليد جديدة في العمل الإعلامي ومنه الإخباري، تقوم على:

- العمل عن بعد.
 - العمل الفردي.
 - توظيف تكنولوجيات جديدة في العمل الصحفي.
 - توظيف الذكاء الصناعي في العمل الصحفي.
- وكشفت هذه الإجراءات عن إمكانيات جديدة أمام العاملين في قطاع الأخبار، وهي إمكانية التوسّع في تجربة العمل عن بعد، ومن غير شك، السعي نحو تحسين الخدمة الإخبارية مستقبلاً من خلال الديكور الافتراضي والصورة الافتراضية، التي تجعل المشاهد لا يفرّق بين الواقع والافتراضي.

7- نهاية الإعلام الاستعراضي:

تميّزت الأخبار في التلفزيون قبل انتشار كوفيد 19 بالاستعراض، من خلال مشاهدة الأحداث، والتركيز على الموضوعات المثيرة، وتقديم قيم العنف والتسلية والترفيه على قيم الأمن والسلام



انتهت مرحلة لتبدأ مرحلة
في الأخبار التلفزيونية

والإنسانية، وساد العنف الإخباري من خلال أخبار الحروب والنزاعات، كل ذلك ضمن أجندة سعت إلى ترتيب أولويات المشاهد ضمن ثلاثية «ميردوك» (Rupert Murdoch (SSS) الرياضة، الجنس، الفضائح) أو ثلاثية إيغناسيو راموني : (L`Amour, L`Humour, La Mort)، لكن انتشار كوفيد 19 فرض أولويات الجمهور، و منها الصحة، والأمن النفسي والاجتماعي.

8 - الرسالة هي الرسالة:

ظلت مقولة مارشال مكلوهان: « الرسالة هي الوسيلة » ضمن نظريته عن الحتمية التكنولوجية التي تدعمت بفعل ثورة تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، لكن ظهور جائحة كورونا وانتشارها في المكان واستمرارها في الزمان، جعل التسليم بكل الفروض التي قامت عليها هذه النظرية محلّ مراجعة، فلم يعد تأثير الوسيلة هو الفيصل، بقدر ما بات الاهتمام بالرسالة ومحتواها هو الأهمّ في نظر المشاهدين، وقد أكدت العديد من الدراسات هذه التحوّلات فيما يتعلّق بعادات وأنماط المشاهدة للأخبار خلال الأزمة كورونا.

رابعا-سيناريوهات مستقبل الأخبار في التلفزيون:

في أحد بحوثنا المنشورة منذ خمس سنوات، قدّمنا من خلال دراسة بعنوان: «مستقبل العملية الإخبارية في التلفزيونات العربية»، رسمنا ثلاثة سيناريوهات محتملة لمستقبل المهنة والعملية الإخبارية بالتلفزيونات العربية في العقد القادم.

تناولت الدراسة مستقبل المهنة والعملية الإخبارية في التلفزيونات العربية من خلال مقارنة استشرافية. وجاءت هذه الدراسة في وقت شهدت فيه البلدان العربية جملة من التحوّلات، تنوّعت بين الثورات وحركات احتجاجية طالبت في غالبها بالمزيد من الحريّات، ومنها حرّية الرأي وحرّية التعبير. ولا شك أنّ التطوّرات التكنولوجية في مجال الإعلام قد أثّرت على واقع الممارسة الإعلامية، وفي مقدّمها الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بدءاً من المهنة وصولاً إلى قاعات التحرير في مختلف القنوات التلفزيونية العربية.

بإيجاز، حاولت الدراسة استشراف ملامح ومستقبل المهنة والعملية الإخبارية في البلدان العربية خلال العقد الثاني من القرن الحالي، واقترحت لذلك ثلاثة سيناريوهات هي:

- سيناريو الإصلاح الحذر.
- سيناريو الحتمية التكنولوجية.
- سيناريو الحركة الاجتماعية.

انتهت الدراسة إلى أنّ سيناريو الحتمية التكنولوجية. هو الأقرب إلى التحقيق أو السيناريو المؤكّد، في ضوء التطوّر الهائل لتكنولوجيا الاتصال والانتشار السريع لأدواتها ووسائلها.

لقد فرض انتشار كورونا و تحوّلها إلى جائحة على القائمين على التلفزيون إجراء تعديلات تراوحت طبيعتها من قناة إلى أخرى ، واتجهت في الغالب نحو إلغاء بعض البرامج أو توقيف بعضها أو تقليص مدة العرض لصالح التوسّع في المساحة الزمانية للبرامج المتعلقة بالصحة والتغذية والأمراض والأوبئة، وزادت من إعلانات الخدمة العامة، أو ما يطلق عليه بإعلانات الخدمة ذات المنفعة العامة، استهدفت الأخبار والتوعية، كما تمّددت النشرات الإخبارية والنشرات الخاصة إلى فترات أطول تسمح بمتابعة آخر التطوّرات قصد الإجابة عن اهتمامات الجمهور حول تطوّر الأحداث، من خلال الأخبار والتحليلات والتقارير والمراسلات لحظة بلحظة، كلّ ذلك على حساب الأخبار السياسية وبرامج التسلية والترفيه والرياضة والألعاب .

الخلاصة:

أدى استمرار جائحة كوفيد وشيوعها، إلى حتمية إعادة النظر في السيناريوهات المطروحة سابقاً، وفي مقدّمها سيناريو الحتمية التكنولوجية ، حيث كشفت الأزمة أنّ الحتمية التكنولوجية مسار إجباري لوسائل الإعلام ومنها التلفزيون، لكنه ليس محدّداً للرسائل والمحتويات التي تحدّدتها في اعتقادنا قيم أخرى، فبعد أن اتجه التلفزيون نحو التسلية والترفيه في مختلف برامجها، ونحو الاستعراض والعنف والإثارة في تقديم المواد الإخبارية، وجد القائمون على الشأن الإخباري أنفسهم أمام مقتضيات جديدة لا بدّ من مراعاتها في صناعة المادة الإخبارية و مضامينها ، ومنها:

- التحوّلات التي طرأت على المشاهدين والأنماط الجديدة للمشاهدة.
 - التحوّلات التي مسّت المهنة.
 - الواجبات والأدوار الجديدة للتلفزيون نحو المشاهدين والمجتمع.
 - الأدوار الجديدة للتلفزيون في مجال التوعية، وفي مواكبة جهود الهيئات الرسمية.
 - المحافظة على المصداقية التي تدعّمت بفعل أزمة كورونا.
 - المحافظة على معدّلات مقبولة من المشاهدة المسترجعة.
- وهذه المتطلّبات، لا تتحقق في اعتقادنا إلاّ من خلال إعادة التلفزيون والقنوات الإخبارية إلى العمل ضمن مبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، التي تنطلق من مبدأ أداء الواجب الإعلامي تجاه الدولة والوطن والمهنة والجمهور.



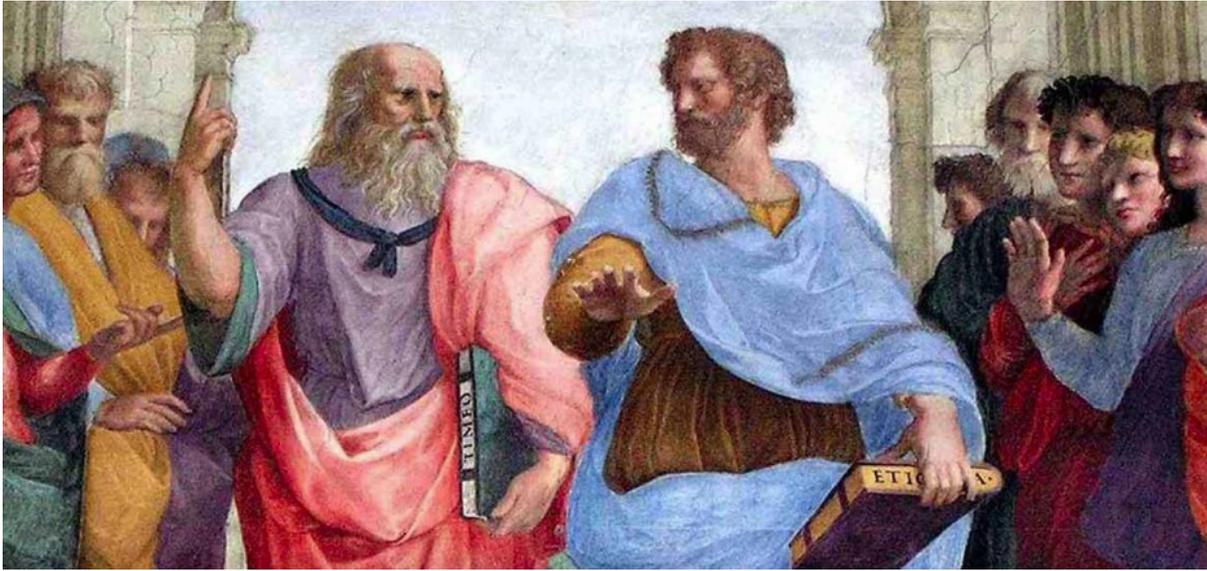
العراجع:

- 1 - حسن خليفة حسن خليفة 2020 (التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل الرأي العام البحريني : نحو أداء المؤسسات الصحية. مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، العدد ، 29 ، الجزء الأول ، 2020 ، ص: 281 .
- 2 - جائحة كورونا تشكّل تحديًا لوسائل الإعلام في العالم. نشر بتاريخ. 14 / 4 / 2021 . <https://www.dw.com/ar.2021/4/14>
- 3 - Coronavirus: le temps passé devant la télé par les Français atteint un nouveau record Par Géraldine Houdayer, France Bleu, - 3
Lundi 4 mai 2020
<https://www.francebleu.fr/infos/medias-people/coronavirus-le-temps-passe-devant-la-tele-par-les-francais-atteint-un-nouveau-record-1588603876>
- 4 - جائحة كورونا تشكّل تحديًا لوسائل الإعلام في العالم. نشر بتاريخ. 14 / 4 / 2021 . <https://www.dw.com/ar.2021/4/14>
- 5 راجع الموقع:
<https://larevuedesmedias.ina.fr/pandemie-covid-19-habitudes-consommation-information-medias>
- 6 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- 7 - د. شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، يونيو 2014 ، ص: 101 .
- 8 - إيلي باورز: دراسة دور محرّر التفاعل والتشارك في خمس غرف إخبارية. عن موقع: <http://mediashift.org/social>
- 9 - Assael Adary,Celine MAS, Et Autres (2018) ، Communicator- Toute La communication à l'ère digitale, édition /DUNOD - 9
،Paris
.Lycien Sfez: Dictionnaire critique de la communication, Edit/PUF.Paris,1993. P.1032 - 10
.Marlène Coulomb. Gully : Les informations télévisées. Edit/ P.U.F, Paris. 1995 p. 95 - 11

توظيف التقنيات الحديثة في تطوير الإنتاج الدرامي الإذاعي في العالم العربي

أ. محمد مرعي

الإذاعي والمخرج والخبير الإعلامي المصري



الفيلسوف اليوناني الشهير أرسطو تلميذ أفلاطون ومعلم الإسكندر الأكبر، هو أول من وضع نظرية للدراما، معتمداً في صياغتها على أعمال مسرحية لكاتب مسرحيين سابقين عليه من أمثال: سوفو كليس مؤلف أوديب ملكا.. وأيسخيلوس مؤلف أجا ممنون ويوريبيدس مؤلف هيلين.

قال أرسطو في نظريته: إنّ الدراما هي محاكاة لفعل بشري مهمّ، يتمّ إعدادها بأسلوب يسمح لممثلين أن يؤدّوها على خشبة المسرح بمعاونة عناصر مثل الديكور والملابس والموسيقى.

لم يكن أرسطو الذي عاش ومات في القرن الرابع قبل الميلاد يدري أنّ وسيلة اتصال مذهشة سيتمّ اختراعها في مستهلّ القرن العشرين بعد الميلاد، وأنّ هذه الوسيلة ستبنيّ الدراما كشكل من أشكال الإبداع الإنساني، وتجعلها واحدة من أهمّ الفورمات التي تقدّمها لجمهورها.. هذه الوسيلة هي الراديو.. ورغم أنها وسيلة عمياء blind كما يقول الخبراء.. يغيب فيها البصر.. إلا أنها تتمتع بديل مهمّ هو الخيال.. فجمهورها بخياله يستطيع أن يصنع كلّ العناصر المرئية التي يفتقدها الراديو، وفقاً لذوق كلّ فرد من هذا الجمهور وطبقاً لهواه.. هو حين يستمع إلى دراما إذاعية يتخيّل الديكور والملابس والإضاءة.. والشكل المادي للبطل والبطلة.. وبقية الممثلين.. **المسرح في الدراما الإذاعية - إذن - هو ذهن المستمع.**

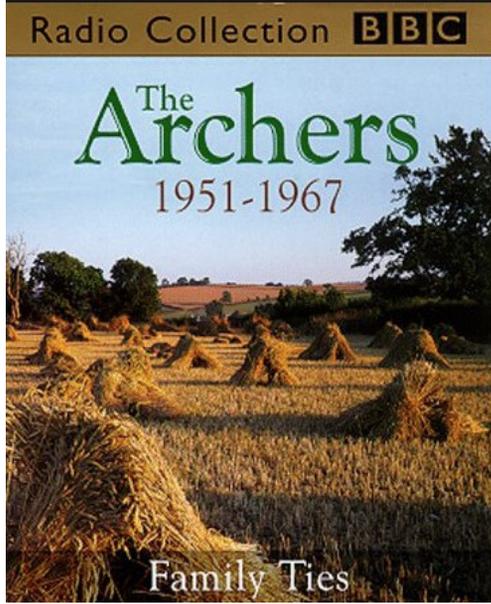
وقد أثرت التقنية التي أبدعت وسيلة الإذاعة تأثيراً بالغاً في أسلوب كتابة الدراما الذي يتناسب مع خصائص هذه الوسيلة، حيث أصبح يتعيّن على الكاتب أن يراعي وهو يكتب حوار الدرامي أن يختار الجمل والكلمات والعبارات التي تُعين المستمع على تحويل المسموع إلى مرئي.. **وهكذا أصبح لدينا فنّ درامي إذاعي قائم بذاته.. يختلف تماماً عنه في السينما.. أو في التلفزيون فيما بعد.**

المدهش واللافت أنّ الدراما وجدت طريقها واحتلت مكانها ومكانتها في الإذاعة في وقت مبكّر جداً بعد اختراع هذه الوسيلة.. فقد كتب البريطاني ريتشارد هيويز Richard Huges أول تمثيلية للراديو وفقاً لخصائصه في عام 1924، بعد عامين فقط من انطلاق أول بث جماهيري منتظم لشركة الإذاعة البريطانية (BBC British Broadcasting Company)، حيث كان ذلك هو اسمها عند نشأتها، قبل أن تتحوّل بعد ذلك في عام 1927 إلى هيئة الإذاعة البريطانية BBC أيضاً - British Broadcasting Corporation. كان اسم التمثيلية الخطر The Danger، وتدور أحداثها في أعماق منجم للفحم، وكانت أول جملة حوار فيها: What happened ماذا حدث؟.. توحدّ المستمع مع مجموعة صغيرة من العمّال عاشت كابوس حادثة وقعت لها في أعماق المنجم التي يلفّها ظلام دامس.

ريتشارد هيويز مؤلّف التمثيلية - أو إن شئنا الدقة، المبدع الأول لفنّ كتابة الدراما للراديو - لم يعتمد على العناصر المرئية كالإضاءة والديكور والملابس.. لم يكتب حواراً يتطلّب النظر بالعين.. فقط كتب حوار تمثيلته.. للأذن.



والدراما الإذاعية بشكل عام هي أحد الأشكال الإذاعية الأكثر جذباً لجمهور الراديو.



وقد تطوّرت الدراما الإذاعية من حيث الشكل مع تطوّر تقنيات بناء الأستوديوهات وصناعة الميكروفونات.. وصناعة أجهزة التسجيل.. والأشرطة التي يتمّ عليها تسجيل الصوت.. بعد ما كانت البداية تمثيلية قصيرة تدور أحداثها في قاع منجم للفحم أضحى إنتاج الدراما الإذاعية يتنوّع من السهرة إلى السباعية التي تتكوّن من سبع حلقات.. إلى المسلسل الذي يتكوّن من ثلاثين حلقة.. إلى شكل ابتكره الأمريكيون هو ال Soap Opera أو أوبرا الصابون.. وهو شكل نعلم متى وكيف يبدأ، ولكن لا نعلم متى وكيف ينتهى.. فقد تستمرّ إذاعته عقوداً.. وتعود تسمية هذا الشكل إلى إنتاج سلسلة من التنويهاات الدرامية الإعلانية للترويج لنوع جديد من الصابون، ثمّ تطوّر المضمون بعد ذلك ليعالج موضوعات اجتماعية..... ومن أمثلة هذا

الشكل، سلسلة رماة السهام The Archers التي بدأت إذاعتها في خمسينيات القرن الماضي على إحدى الإذاعات البريطانية المحليّة.. ومازالت تذاع حتى الآن..

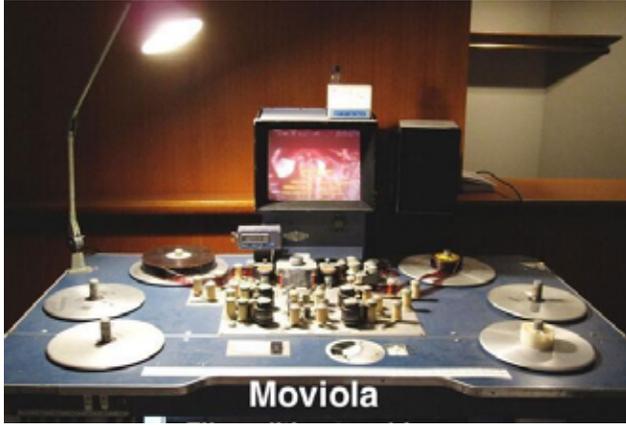
وفي مصر بدأت في الخمسينيات من القرن الماضي أيضاً سلسلة إذاعية درامية شهيرة، ومازالت تذاع حتى الآن على أثير الإذاعة الرئيسيّة.. وحين بدأت كان عنوانها عيلة مرزوق أفندي.. ثمّ حذفت مؤخّراً كلمة أفندي من العنوان.. ولست أدري لماذا؟.. هذا الشكل ال Soap Opera يستمرّ لسنوات.. ومن الطبيعي أن يتناوب عليه المؤلفون والمخرجون وأيضاً الممثلون.. فالبشر غير مخلّدين وإنما يرحل البعض ويحلّ محلّهم آخرون.

وقبل أن نتحدّث بشيء من التفصيل عن تأثير التقنيات الحديثة على تطوّر الدراما في الإذاعة.. قد يكون من المفيد الإشارة إلى تأثير التقنيات الحديثة على بعض الأنماط الفنية الأخرى.

في المسرح والعروض الموسيقية المسرحية والسينما والتلفزيون، كان للتقنيات الحديثة تأثير مذهل، ليس على المضمون فقط، ولكن ربما بصورة أكبر على الشكل أيضاً، بحيث أصبح على كاتب الدراما في هذه الأنماط أن يضع في اعتباره وهو يكتب المتغيّرات والإمكانات التقنية الحديثة.

في السينما - على سبيل المثال - كان مونتاج المشاهد واللّقطات المصوّرة يتمّ على جهاز تقليدي يسمّى الموفيولا.. كان شريط السينما المصوّر بالكاميرا السينمائية ما قبل عصر الديجيتال يسلم إلى أستوديوهات المونتاج، حيث يقوم مونتير متمكّن بعملية القصّ واللّصق لترتيب اللقطات والمشاهد

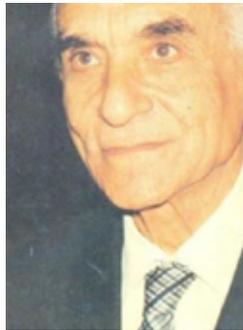
طبقاً لتسلسل السيناريو.. مع ضبط إيقاع الفيلم ككل.. كان المونتير في البداية يستخدم المقص ومادة الأسيتون للّصق، ثمّ مع التطوّر تمّ الاستغناء عن المقص واستبدلت به آلة صغيرة تسمى سبليسر - اللّصق بالسلوتيب.



كانت عملية المونتاج مضمّنة جداً وتتطلب مهارة كبيرة. وكانت وظيفة المونتير وظيفة مرموقة يؤدّيها فنانون كبار.. وغالباً ما كان المونتير المبدع يتحوّل إلى مخرج سينمائي مبدع أيضاً.. من الجيل القديم في مصر على سبيل المثال.. لدينا من هؤلاء صلاح أبو سيف.. وكمال الشيخ، ومن الجيل الجديد لدينا خالد مرعي.



أ. خالد مرعي



أ. كمال الشيخ



أ. صلاح ابو سيف

مع ظهور وتطوّر الإنترنت.. وفي ظلّ التطوّرات التكنولوجية التي دخلت على كاميرات التصوير السينمائي وكذلك التلفزيوني تطوّرت أيضاً أجهزة المونتاج في السينما والتلفزيون.. لم يعد هناك حاجة إلى شريط سينمائي أو تلفزيوني يتمّ التصوير عليه.. فقد دخلنا العصر الرقمي الـ Digital، حيث تمّ حلّ كثير من معضلات التصوير والمونتاج.

وهاتان صورتان توضحان التطور التقني لأجهزة المونتاج في السينما والتلفزيون من الموفيو لا إلى الأجهزة الرقمية.



في الإذاعة وقبل العصر الرقمي كانت أجهزة التسجيل بدائية .. وكانت الأشرطة التي يتم التسجيل عليها مصنوعة من سلك صلب، قبل أن تتطور إلى شريط بلاستيكي مغناطيسي.

وكانت عملية المونتاج تعتمد على القص واللصق لحذف الأخطاء.. كان استوديو تسجيل الدراما واسع الأرجاء ومزوداً بغرفة لصناعة الإيكو أي صدى الصوت طبقاً لحاجة النص وطلب المخرج، كما كان بالأستوديو بعض المعدّات لإحداث المؤثرات الحيّة (غير المسجّلة على أشرطة أو اسطوانات) مثل درجات سلّم .. فتح باب وغلقه، أجراس مختلفة الأنواع للأبواب والهواتف.. أحواض خشبية بها صخور صغيرة ورمال.

أما غرفة التحكم Control room الملحقة بالأستوديو، فكانت تضمّ ثلاثة أو أربعة أجهزة للتسجيل على شرائط وللمونتاج.. بالإضافة إلى جهاز أو جهازين لتشغيل اسطوانات الموسيقى أو المؤثرات.. من الطبيعي إذن أن يتطلّب كل ذلك وجود مهندس صوت أو فنيّ تسجيل ومونتاج إلى جانب المخرج ومساعديه بطبيعة الحال.. كما يمكن استدعاء مهندس أو فنيّ صيانة إذا تطلّب الأمر ذلك.

في العصر الرقمي يمكن أن يقوم المخرج بمفرده بكلّ هذه العمليات.. وهناك بعض مخرجي الدراما الإذاعية الآن يضع أقدامه بشجاعة ومهارة على بدايات الطريق نحو المستقبل.. وقدم هذا البعض نماذج متميّزة، معتمداً فقط على الهواتف الذكية والكمبيوتر وبدون استوديو للدراما وبدون معاونة من مساعدين فنيين.

من هؤلاء الذين يضعون أولى خطواتهم على بداية عصر مختلف، مخرج الدراما الإذاعية المصري المتميّز الدكتور محمد لطفي من الإذاعة المصرية.



وهذه نماذج لأعمال إذاعية درامية قام بإخراجها معتمداً على التقنيات الحديثة.

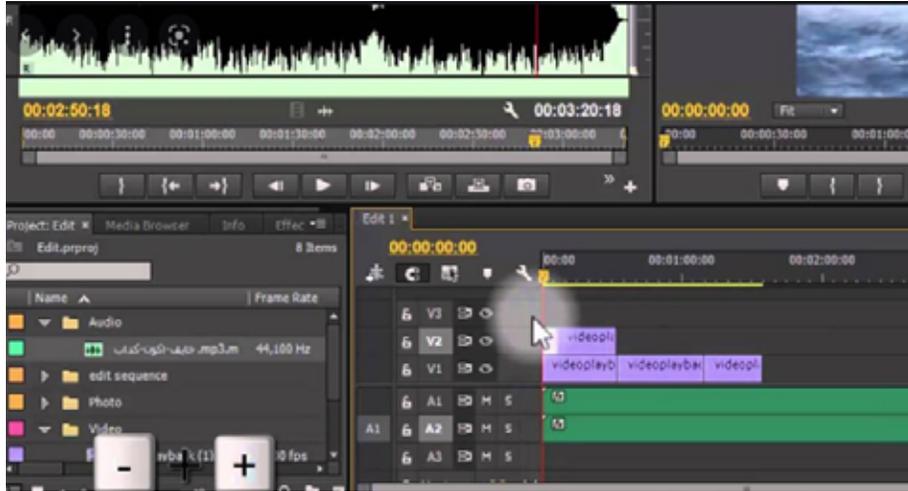
النموذج الأول.. عبارة عن تنويه بصوت الفنانة لطيفة من بين مجموعة تنويهات بعنوان : خليك بالبيت.. قامت الفنانة لطيفة بتسجيلها على الهاتف وأرسلت التسجيل إلى المخرج الذي قام بالمعالجة والمونتاج في منزله.

ونموذج آخر: عبارة عن تتر نُفِذَه المخرج بالكامل Online في منزله.

أما النموذج الثالث: فهو عبارة عن برنامج بعنوان المولد مصرى.. يتضمّن تسجيلاً مع الدكتور أحمد عكاشة أستاذ علم النفس الشهير تمّ تسجيله عبر الهاتف، وهذا النموذج ناسف به المخرج في مهرجان لاتحاد الإذاعات الأوروبية في باريس وحصل على الجائزة الكبرى Grand Prix.

يقول المخرج الدكتور محمد لطفي إنه يتعامل مع برنامج Adobe Audition وبرنامج Pro Tools ويستخدم أجهزة زوم Tascam's و iPhone.

في ظلّ هذا التطور التكنولوجي المتسارع، بالإضافة إلى التغيّرات الطارئة على عادات استماع جمهور الراديو، التي اختلفت اختلافاً جذرياً عما كانت عليه قبل ما يفوق نصف قرن مثلاً.. حين كان المسلسل الدرامي المصري الشهير «سمارة» الذي أخرجه المخرج الإذاعي الراحل الكبير يوسف الحطّاب.. والذي كان يذاع على موجات الإذاعة المصرية الرئيسية الساعة الخامسة والربع مساءً يومياً لمدة شهر.. كان جمهور المستمعين ينتظرون موعد إذاعة هذا المسلسل ويلتفون حول أجهزة الراديو ويتابعونه بشغف كبير.. ظروف العمل حينها وطبيعة الحياة الاجتماعية كانت تسمح لهم بذلك.. في ظلّي أنه من العسير أن يتكرر ذلك الآن.. ربما باستثناء مواسم الاستماع الكبرى، مثل فترة بعد الإفطار في شهر رمضان المبارك.



ما هو المتوقَّع - إذن - في ظل التطوُّرات التقنية المتسارعة التي تسبق قدرتنا على ملاحظتها.. وفي ظلَّ المتغيِّرات التي طرأت على حياة الناس وظروف أعمالهم.. ومع التعدُّد الهائل في الإذاعات.. والقنوات التليفزيونية الأرضية والفضائية.. المتوقَّع في مستقبل قد يكون قريباً.. حيث إننا قد دخلناه الآن.. إن لم تكن على مشارفه.. المتوقَّع أن تختفي بعض الأشكال الدرامية الإذاعية، مثل المسلسل متعدِّد الحلقات، لأنه قد لا يجد جمهوراً ينتظره ويتابعه.. التمثيليات الإذاعية القصيرة المتكاملة ربما تكون الأكثر ملاءمة.. وبذلك تعود الدراما الإذاعية إلى سيرتها الأولى ويعود إليها اسمها الذي بدأت به (*Radio Play*) حين قدّمت «شركة» الإذاعة البريطانية أوّل تمثيلية إذاعية في العالم عام 1924.

وهكذا.. على الإذاعيين في عالمنا العربي أن يدركوا أنه قد آن الأوان ليتحوّل كلّ منهم من إذاعي يذيع على نطاق واسع *Broadcaster* إلى إذاعي سيبراني معلوماً *Cyber caster*.



سمارة

إخراج: يوسف الخطاب تأليف: محمود إسماعيل تأليف: عبد المنعم السباعي

youtube.com/EgyRadio

زكريا سليمان	علي رشدي	سعد أردش	عمر عفيفي	عدلي كاسب	توفيق الدقن
					

Abstract

This new issue of the Arab Radios Review “Majallat al-Itiha’at Al-Arabiya” focuses on the 41st session of the Arab States Broadcasting Union (ASBU) General Assembly and its accompanying meetings, held in Riyadh at the kind invitation of the Kingdom of Saudi Arabia, during the first half of December 2021.

Engineer Abdelrahim Suleiman, ASBU Director General, saluted in the editorial “Idha’at”, the efforts of the Saudi “brothers” in tightly organizing these events, which will have a positive impact on ASBU as it will not only pave the path towards development and modernization but also strengthen its eagerness to meet the challenges related to Global Digital Transformation.

Among the most important outcomes of this session: the election of Mr. Mohammad bin Fahd Al-Harthy, CEO of the The Saudi Broadcasting Authority (SBA), as president of ASBU for the coming period, and the General Assembly’s decision to re-elect Engineer Abdelrahim Suleiman as Director General.

A symposium entitled “How the Arab Media Deal with the World Digital Giants” accompanied the events of ASBU General Assembly.

In this context, an article presents the prominent features of the new reality resulting from the dominance of major digital platforms in the globalized communication space. It also highlights the solutions that the European Union member states and the Asian Broadcasting Union member bodies have found to encounter this phenomenon.

We can also find articles in the magazine, dealing with Social Network Crimes, also called electronic crimes; such as hacking, fraud, cursing and others...

Another section of the review deals with the following topic “It is the climate crisis...not climate change? Will the media act?”

The issue also devotes a section addressing the communicative dimension of the current epidemiological crisis and how to deal with news sources, in keeping with the continuing outbreak of the Covid-19 virus.

