

مجلة فصلية تصدر  
عن اتحاد إذاعات الدول العربية

3

2025

# المجلة الإذاعات العربية



الحرب على غزة :  
مراسلو الاتحاد من مواقع الحدث  
مهنية عالية ومصادقية



البرامج الموجهة إلى الطفل :  
أزمة إنتاج أم غياب الاستراتيجيات ؟



الرصد الاعلامي :  
آلياته وأدواره في تطوير  
المشهد السمعي البصري

# مجلة الإذاعات العربية



◀ رئيس الاتحاد

محمد بن فهد الحارثي

◀ المدير العام

عبد الرحيم سليمان

◀ إدارة التحرير

الإدارة العامة للاتحاد

الآراء التي تنشر في المجلة  
بأسماء كتّابها لا تعبّر بالضرورة  
عن وجهة نظر الاتحاد أو إدارة التحرير

## مجلة الإذاعات العربية:

فصلية مختصة تعنى بشؤون الإذاعة والتلفزيون في الوطن العربي غايتها التعريف بالواقع الإذاعي والتلفزيوني العربي وتطويره نحو الأفضل

تعمل على إرساء الأسس النظرية العلمية للعمل الإذاعي والتلفزيوني العربي وبلورة تصور نظري مشترك متكامل تدرس مختلف جوانب المشكلات الإذاعية والتلفزيونية وتقتترح الحلول الموضوعية التي تساهم في تنمية الإبداع الفني

تواكب التطورات التكنولوجية الجديدة فتعمل على تطويرها الفائدة تطوير العمل الإذاعي والتلفزيوني العربي تسعى إلى أن تكون مرجعا للإذاعيين والمخططين والمبدعين والأكاديميين والباحثين والصحفيين.

مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية



عدد

3

2025



# الفهرس

## إضاءات

4 المهندس عبد الرحيم سليمان

4

الحرب على غزة: مراسلو الاتحاد من مواقع الحدث  
مهنية عالية ومصادقية  
عودة إلى مؤتمر الإعلام العربي (4) وأبعاد مخرجاته

## ملف العدد :

- |    |                     |                                                                                      |
|----|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 6  | أ. محمد رؤوف يعيش   | - البرامج الموجهة إلى الطفل :<br>أزمة إنتاج أم غياب الاستراتيجيات؟                   |
| 7  | د. ليلى شمس الدين   | • واقع الإنتاج العربية الموجهة إلى الأطفال                                           |
| 23 | د. أمين بن مسعود    | • من «إعلام الطفل» إلى «الطفولة المرقمة»                                             |
| 38 | أ. Giuseppe Solinas | • أطفالنا مستقبلنا:<br>التنشئة على المشاهدة والتفكير والإبداع في العالم الرقمي       |
| 54 | أ. بسام مصطفى عيشة  | • استراتيجيات تطوير الإعلام الموجه إلى الطفل<br>نحو إنتاج محتوى إعلامي مبتكر وجذاب.. |

- استثمارات الاتحاد: فندق كارلتون بدمشق يتحوّل إلى وجهة سياحية عالمية 77
- التعاون العربي الصيني: دفع جديد في قطاع الإعلام 84

- الرصد الإعلامي: آليّاته وأدواره ..... أ. سميرة بن عمارة 88
- أيّ مستقبل للتلفزيون المدفوع؟ ..... أ. د عبد المجيد فاضل 105

- اجتماعات اللجان الدائمة
- ندوات حوارية وورشات :
- اعتماد الاتحاد مراسلين إخباريين بمناطق الحروب... «فلسطين نموذجاً»، تجربة ناجحة بكلّ المقاييس
- البرامج التلفزيونية ورهانات تطوير المحتوى وتوظيف التكنولوجيا
- الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإذاعي
- الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني :
- من الذكاء الاصطناعي إلى الأنظمة المتكاملة الذكية

- ملخص العدد باللغة الإنجليزية

## ١. الحرب على غزة: مراسلو الاتحاد

### من مواقع الحدث مهنية عالية ومصادقية



عندما اندلعت حرب الإبادة التي شنها الكيان الصهيوني يوم 7 أكتوبر 2023 ضد الشعب الفلسطيني في غزة، وامتدت إلى باقي الأراضي المحتلة والقدس، تابعت شعوب العالم في ذهول، فظاعة الانتهاكات الإسرائيلية واعتداءاتها الهمجية على المواطنين الأبرياء، وقد خلفت هذه الحرب الجائحة حسب آخر الإحصائيات نحو 70 ألف شهيد، وراح ضحيتها ما يناهز 260 صحفياً، وأكثر من 170 ألف بين جرحى ومصابين، وتدمير حوالي 80% من المنازل والبنى التحتية والمرافق الحياتية، وعمليات ممنهجة في التطهير العرقي والتجويع والتفجير القسري... وإزاء هذه الأوضاع المأساوية، التي لم يعرف التاريخ الإنساني مثيلاً لها، ومن منطلق إيمانه برسالته القومية وتأكيداً لتضامنه مع الشعب الفلسطيني الصامد، كان قرارات اتحاد إذاعات الدول العربية حاسماً، باعتماد مراسلين خاصين لتغطية الأحداث الدامية هناك، وتقديم مواد إخبارية آنية، تتوفر فيها معايير الجودة والنزاهة والمصادقية. وقد استطاع هؤلاء الأبطال، الذين نتوجه إليهم بتحية إكبار وتقدير، لما تحلوا به من روح نضالية رفيعة، وما أظهروه من خبرة واسعة في عملهم الدؤوب، أن ينجزوا، رغم الظروف العصيبة التي مروا بها، 5500 موضوع طيلة 735 يوماً من الحرب، شملت مضامينها تقارير ميدانية ومصوّرة، وملفات تحليلية وقصصاً إنسانية من المستشفيات ومراكز الإيواء. وحرص الاتحاد، بالتنسيق مع مركزه للتبادل بالجزائر، على تمكين هيئاته الأعضاء وسائر الأطراف الراغبة، من هذه التغطية الإخبارية بشكل مستمر.

ومما يلفت النظر، هو حجم استفادة الهيئات التابعة للاتحادات الإذاعية الدولية من هذه الأخبار، حيث بلغ 2290 موضوعاً، موزعة بين اتحاد الإذاعات الأوروبية واتحاد الإذاعات الآسيوية والتحالف الإعلامي اللاتيني، أمريكي. وأشاد مسؤولو هذه الاتحادات بالنوعية الجيدة التي ميّزت الإنتاج الإعلامي المقدم، مع وصف المواد الإخبارية المستغلة بكونها «استثنائية وشيئاً يتجاوز التوقعات»، مبرزين أنه، لولا اتحاد إذاعات الدول العربية، لما أمكن لهيئاتهم مواكبة الحرب على غزة.

وبقدر ما يعتزّز الاتحاد بهذا التنويه الصادر عن شركائه، فإننا نشكر لهيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية تعاونها الوثيق في إرساء هذه التجربة، الأولى من نوعها في تاريخ الاتحاد.

ولعلّ ذلك سيكون بالنسبة إلينا حافزاً للبناء على هذه المبادرة، بتوسيع مداها لتشمل جهات ساخنة أخرى في المنطقة العربية، رائدنا نقل الحقيقة بموضوعية واتزان، ونشر الخبر العربي إلى الآخر على أوسع نطاق.

## II. عودة إلى مؤتمر الإعلام العربي (4) وأبعاد مخرجاته

كنّا خصّصنا «إضاءات» العدد السابق من مجلّة الإذاعات العربية لمؤتمر الإعلام العربي الذي استضافت دورته الرابعة شبكة الإعلام العراقي مشكورة، فيما بين 20 و24 مايو/أيار 2025 بالعاصمة بغداد. وقد مثّل هذا المنتدى الإعلامي السنوي حدثاً شدّ إليه الانتباه في الوطن العربي وخارجه، بالنظر إلى ما اكتسبه الموضوع الذي تطرّق إليه من أهميّة بالغة، وهو «التغيّر المناخي»، وتحديدًا الدور الذي يتعيّن على الإعلام ومنتسبيه أدائه لمواجهة هذه المعضلة العالمية المتفاقمة، وما تشكّله من تهديد وجودي على البشرية، وما تحدّثه من آثار ضارّة، وانعكاسات سلبية على كافة مظاهر الحياة بكوكب الأرض.

لقد سلّط المؤتمر الضوء، من خلال محاضرات ثلّة من أفضل المهنيين والأكاديميين والإعلاميين والخبراء المختصّين – بين عرب وأجانب –، وما تلاها من نقاشات ثريّة، على واقع التغيّرات البيئية والمناخية ومستقبلها، وطريقة معالجتها في وسائل الإعلام المختلفة، واستعرض ما يمكن أن تقوم به من وظائف تعزّز وعي الجمهور بالتحديات المطروحة، والمساعدة على تمكين الأفراد والمجموعات من التعامل معها بفعالية وإيجابية، مع التأكيد على منع انتشار المعلومات المضلّلة التي تتطلّب درجة عالية من الحذر واليقظة.

وصدرت عن إعلان المؤتمر توجيهات وتوصيات لوسائل الإعلام (وهو ما تناولناها سابقاً).

وقد اتجهت التوصيات أيضاً إلى الحكومات والجهات الوطنية، حيث دعا المؤتمر إلى إدماج قضايا المناخ ضمن السياسات الإعلامية الوطنية وتيسير النفاذ إلى المعلومات الدقيقة، بوصفها حقّاً من حقوق المواطن وركيزة لإعلام مسؤول. كما شدّد على ضرورة توصيف أنظمة الإنذار المبكر عربيّاً، حتى تصبح المواجهة جماعية ومنسّقة، وإدراج التربية البيئية في المناهج التعليمية، لتنشئة أجيال تترك منذ الصغر أهميّة الحفاظ على البيئة، دون إغفال مسألة تشجيع البحث العلمي المرتبط بالمناخ وربطه بالإعلام، من أجل تبسيط مخرجاته للمجتمع.

هذا فضلاً عن دعم التعاون والشركة مع الأمم المتحدة وجامعة الدول العربية عبر منظماتها المختصة في قضايا البيئة والتغيّر المناخي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واتصالات الطوارئ، وتبادل المعلومات والتجارب في الشأن. وفيما يتعلّق بالمجتمع المدني، أكّد المؤتمر على دوره الحيوي والناجع، كحلقة وصل بين الإعلام والمواطن، وجاءت التوصيات لتشجّع على تعزيز المبادرات المحليّة التي تترجم الخطاب الإعلامي إلى أفعال ملموسة على أرض الواقع، مع تمكين المواطنين من الوصول إلى المعلومة البيئية الموثوقة قصد التصدّي للشائعات وتوجيه السلوكيات، كما دعت إلى تنظيم أنشطة توعية مستمرّة في المدارس والمعاهد والجامعات والفضاءات العامّة، وإلى بناء قدرات المجتمعات المحليّة على الاستجابة للكوارث، عبر التدريب والاستعداد المبكر، بما يجعل الأفراد شركاء حقيقيين في مواجهة التحديات، التي تتعاظم من يوم إلى آخر جرّاء تداعيات البيئة والتغيّر المناخي.

## البرامج الموجّهة إلى الطفل :

### أزمة إنتاج أم غياب الاستراتيجيات؟

إنّ المتابع للقنوات التلفزيونية العربية على مدار فصول السنة، يدرك التفاوت الموجود بين هذه الوسائل الإعلامية في مدى اهتمامها بالطفولة، من خلال تخصيصها لمساحات ضمن خراطمتها البرمجية، تتوجّه فيها إلى هذه الفئة المهمّة من المجتمع، وعادة ما تختلف الموادّ المقدّمة في مضامينها وتنوّع في أشكالها.

وعلى الرغم من الجهود المبذولة في مجال الاعتناء بهذا الصنف من البرامج، فإنّ الواقع يفرض القول بأنّ ذلك لا يفي بالحاجة، ممّا يطرح الكثير من التساؤلات: هل هو أزمة إنتاج أم غياب الاستراتيجيات؟

هذا الموضوع تدارسته بعمق ندوة حوارية أقامها اتحاد إذاعات الدول العربية بمناسبة الدورة (25) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، ودعا إليها نخبة من ألمع الخبراء والباحثين الجامعيين المهتمين بشؤون الطفل.

ويسرّ مجلة الإذاعات العربية أن تخصص ملفّ هذا العدد لعرض هذه الدراسات القيمة على القراء الكرام.

أولاًها تحمل عنوان: واقع الإنتاجات العربية الموجّهة إلى الأطفال في عصر الذكاء الاصطناعي.

واسُئِلت بالإشارة إلى أنّ قراءة نقدية لمجموعة من الإنتاجات العربية تكشف أنّ جزءاً كبيراً منها لا يزال يستند إلى نماذج الترفيه السريع والدبلجة الجاهزة، ويقدم محتوى خفيف الأثر، محدود القدرة على ترسيخ قيم جوهرية، مثل حبّ المعرفة، التعاون، المسؤولية المشتركة واحترام الاختلاف. كما رسمت الدراسة إطاراً يشهد فيه الإعلام الموجه إلى الطفل اليوم لحظة انعطاف حاسمة، تجعله لم يعد يجلس أمام شاشة واحدة ينتظر برنامجاً في موعد ثابت، بل أصبح يتحرّك في فضاء رقمي واسع، تتقاطع فيه الألعاب والفيديوهات وتطبيقات الترفيه ومنصات التعلم، بينما تعمل خوارزميات دقيقة على اقتراح ما يراه ويسمعه ويتفاعل معه. وتذهب الدراسة إلى أنّه في ظلّ هذا المشهد الحافل بالرسائل والمحفّزات، لم يعد الإعلام مجرد وسيلة للمتعة، بل غداً إحدى أقوى أدوات تشكيل الهوية واللغة والخيال والقيم.

المقال الثاني: عنوانه: "من إعلام الطفل إلى الطفولة المرقّنة"

وانصرف فيه الجهد البحثي لصاحبه إلى الإجابة عن السؤال الإشكالي، الكامن في مدى إسهام مدوّنة المدرسة الوظيفية والنقدية في مباحث علوم الاتصال، في تأثيث المقاربة التعديلية المؤثّرة والمُستجيبة لثنائية الإعلام والطفل.

ويتضمّن الملفّ دراسة أعدّها خبير إيطالي خصّيصاً للمجلة بعنوان:

أطفالنا، مستقبلنا: التنشئة على المشاهدة والتفكير والإبداع في العالم الرقمي.

وقد مهّد لها بكون الطفل مصدراً مُلهماً لتطوير الإعلام، وأنّ إنترنت الطفل هي رفاه ومخاطر.

وينطلق الكاتب من تجربة الهيئة الوطنية للإذاعة والتلفزة الإيطالية RAI وفلسفة القائمين عليها في إنتاج البرامج المُعدّة للأطفال، ثمّ يعرّج على بعض التجارب الرائدة في الفضاء الأوروبي، مع إجراء مقارنات واستنتاجات غاية في الأهمية.

ويتّوجّ الملفّ بدراسة تعرض لاستراتيجيات تطوير الإعلام الموجه إلى الطفل، على نحو يساهم في تحقيق إنتاج برامجي تتوفّر فيه عناصر الابتكار، ويكون جذاباً ومواكباً للعصر.

## واقع الإنتاجات العربية الموجّهة للأطفال في عصر الذكاء الاصطناعي تحليل نقدي وتطلّعات مستقبلية

د. ليلي شمس الدين

باحثة في الإعلام والأنثروبولوجيا، خبيرة ومستشارة إعلامية، أستاذة في الجامعة اللبنانية

### مقدّمة

نُقارب من خلال هذه الدراسة، المضمون الذي يتعلّق بمفهوم «البيئة الإعلامية» أو «الفضاء الإعلامي» المتعدّد المصادر الذي يعيش فيه الطفل المعاصر، وهو موضوع أساسي في حقل «دراسات الأطفال والإعلام». وبالرغم من أننا ندرك تمامًا أنّ للبرامج الإعلامية تأثيرها على الأطفال، لكننا بالتالي، ندرك جيّدًا أنّ لكلّ شريحة من الأطفال اعتباراتها وخصائصها التي تتراوح بين طفل وآخر، وفق عوامل متعدّدة، ليس أقلّها البيئة، والتربية، والدين،

والخيارات المتاحة، والإمكانات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من المحدّات المتشعّبة والمرتبطة بهذا الأمر ومفاعيله، ممّا يجعل قياس الأثر الناتج عن تأثير القيم لدى الأطفال أمرًا تصعب قراءته، كون البُتّ المرئيّ يُشكّل أحد مكوّنات التنشئة الاجتماعية.

لذلك نعتقد أنّ هذا المبحث يطال أمرًا في غاية الأهميّة، مسألة تتعلّق بالقيم التي تُقدّم للطفل العربي من قبل وسائل ووسائط ومنصّات إعلامية متعدّدة، لا سيما إنّنا أمام قيم تتداخل وتثاقف، ومن ثمّ تتأثّر وتذهب باتجاه التغيير، وهذا التغيير ليس سوى نتيجة العلاقة القائمة بين الثقافة المعولمة والثقافة المحليّة. كما ندرك جيّدًا أنّ مثل هذه الأبحاث التي تتناول القيم من خلال البرامج التي تُبثّ للأطفال، وبما تثيره من معطيات ونتائج، تفتح الباب أمام الكثير من التساؤلات التي لا شكّ ستشكّل منطلقاً لأبحاث جديدة في عالم متخصص بإعلام الطفل ومضامينه.



من هذا المنطلق، قد يتبادر إلى الأذهان السؤال التالي: إلى أين تذهب هذه الفضائيات والمنصات الموجهة إلى الطفل العربي بمشاهديها في رسم ملامح هويّة جماهيرها في ما تقدّمه؟ سؤال قد تصعب الإجابة عنه مع إدراكنا أنه لا يمكن النظر إلى أيّ إنتاج إعلامي «بمعزل عن السياق الثقافي للمجتمع المنتج له، فهو يُبنى على المنظومة المعرفية والقيميّة التي تمثّل هذا المجتمع» (الموسوي، نانسي - رعد، مريم، 2016، صفحة 2)، وفي ظلّ هذا الإيقاع المتسارع الذي يحيط بنا.

إذ «لم يعد من الممكن التمسك بمفهوم الهوية الذاتية المستقرّة، في ظلّ التسارع الاجتماعي الذي ستزداد وتيرته، وفي ظلّ تزايد في الحداثة المتقدّمة الخيارات في كلّ ما يخصّ المجالات التي تمسّ الحياة اليومية؛ فغدت الهوية الشخصية مؤقتة الطابع، وأصبحت الهويّات تُبنى ويُعاد بناؤها، حتى أمكننا القول إنه لم يعد هناك هويّات مستقرّة وناجزة» (عيسى، 2017، صفحة 5).



وفي خضمّ عالم مفتوح على وسائل ووسائط إعلامية متعدّدة المشارب، منها التلفزيون، والإنترنت بمنصّاته ووسائطه الإعلامية المتعدّدة والمتنوّعة، والتي تشكّل جميعها مدخلات ثقافية يتعرّض لها الطفل، تجعلنا نتوقّف أمام مرحلة نعتبرها صعبة جداً في عملية التربية والتنشئة، وبالتالي نجد أنفسنا أمام تشكّل جيل يصعب علينا رؤية تحولاته وماهيّته.

ولأنّ الإعلام، ليس بمعطى مستقلّ بذاته، وإنما هو عملية بناء اجتماعي، «فالمعلومة التي يبتّها لا توجد إلّا من خلال سياق اجتماعي تنظيمي، وعبر استراتيجية فاعلة لمجموعة أقطاب يساهمون في تشكيل أو تسوية معناها، سواء أكان في مرحلة إنتاجها أم تلقّيها» (Muller, 2001, p. 237)؛ وبالتالي ندرك أنّ لكل قناة هويّتها الخاصة بها والتي تحدّدها وهي تتطور بناء لأُسُس أيديولوجية يُمكن أن تكون جامعة، كما يُمكن أن تحمل بُعداً أو أكثر من الأبعاد السياسية، والثقافية، والاجتماعية، والرياضية وغيرها، وفي العادة لا تظهر كثيراً وبشكل جليّ، لكننا نعمل على استخلاصها من خلال:

- أ. كلام معيّن.
- ب. خطاب معيّن.
- ج. الطريقة التي قدّمت فيها المعلومة.
- د. نوعية المعلومات التي تقدّمها الوسيلة الإعلامية.

لذلك نجد أنّ أهميّة دراسة هذه الظاهرة تتمثّل في الكشف عن الطرق التي تساعد الأطفال

والثقافي للأجيال الجديدة. مع الإشارة إلى أنَّ القنوات العربية الخاصة الموجهة إلى الطفل بلغت 54 قناة، من أصل 889 قناة تمحورت هويّتها حول الآتي:

#### القنوات العربية الخاصة 889 بينها 54 مخصّصة للأطفال

|              |             |         |          |          |            |
|--------------|-------------|---------|----------|----------|------------|
| ثقافية       | أخبار       | دينية   | جامعة    | رياضة    | طبخ        |
| وثائقية      | مسرح        | دراما   | برلمانية | اقتصادية | Life style |
| ميكانيك      | تنمية بشرية | ترفيه   | أفلام    | موسيقى   | مسلسلات    |
| إعلانات      | فلاحة       | مرأة    | صحة      | سياحة    | ترفيه      |
| علاج روحياتي | شوات        | كوميديا | توعوية   | غنائية   | نثرية      |
| أطفال        |             |         |          |          |            |

ويعود السبب في تركيز هذه الورقة البحثية على القنوات الإعلامية المرئية، كون الصورة تعتبر ذلك «الوسيط الحافل بالرموز والدلالات، وكأنها كلمة في سياقات الجمل التي تفصح عن طبيعة المكان؛ لذلك ليس باستطاعتها الانفلات من كونها متورّطة في لعبة المعنى» (كاظم، 2013، صفحة 50)، باعتبارها «أداة تعبيرية تقود إلى الكشف عن دلالات الأشياء لا عن وضعها» (غوثيه، 2012، صفحة 27)، فتستلقت انتباهنا إلى الحياة اليومية وما فيها من تفاصيل تعدّ من المسلّمات، وتمنح جمهورها وعياً مبلوراً عن وضعه الثقافي، بوصفها دلالة ثقافية ونسقاً رمزياً» (كاظم، 2013، صفحة 41).

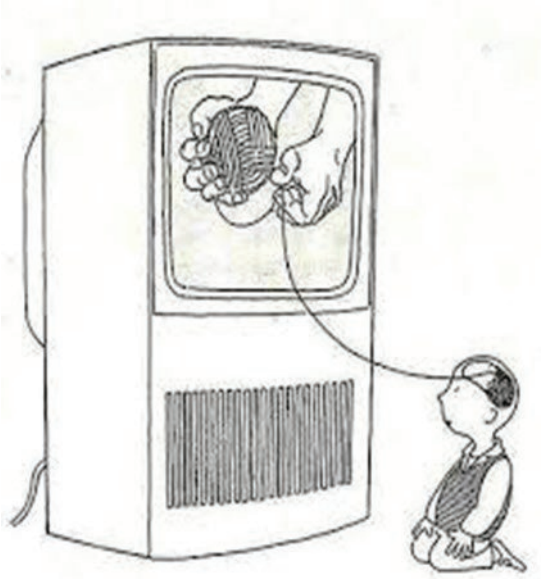
على فهم العالم من حولهم، وفي تكوين هويّتهم الثقافية والاجتماعية، فضلاً عن دور القنوات والمنصّات الرقمية في دعم التعلّم المبكّر، وتعزيز التفاعل مع البيئة الاجتماعية. (Ihmeideh, 2019, p. 215)

وفي إطار متّصل، نشير إلى أنه وبحسب تقرير «البثّ الفضائي العربي للعام 2023» والصادر عن اتحاد إذاعات الدول العربية (ASBU، 2023)، هناك قناة واحدة، قناة ماجد، مخصّصة للأطفال، من أصل 190 قناة عمومية عربية، وتتوزّع مضامين هذه القنوات وفق الآتي:

#### القنوات العمومية العربية 190 .. بينها واحدة مخصّصة للأطفال

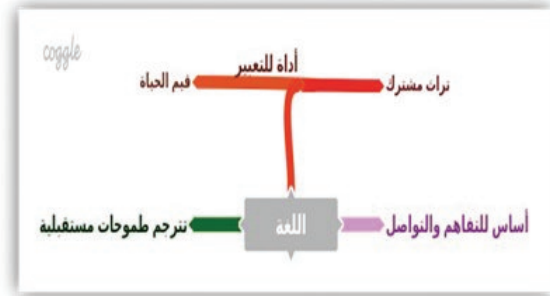
|         |         |        |          |
|---------|---------|--------|----------|
| دينية   | جامعة   | رياضة  | تعليمية  |
| صحة     | توعوية  | ثقافية | أخبار    |
| مسلسلات | وثائقية | دراما  | برلمانية |
| أطفال   | ترفيه   | أفلام  | تربوية   |

وفي ظلّ ازدياد عدد القنوات الفضائية والمنصّات الرقمية المتخصّصة للأطفال، والتي تتوجّه إلى أكثر من 182 مليون طفل في العالم العربي تحت عمر 18 سنة. تتبوّأ القنوات الفضائية الموجهة إلى الأطفال في العالم العربي موقعاً مركزياً في تشكيل المخيال الاجتماعي



ينسحب هذا الاهتمام بالصورة إلى الاهتمام أيضاً بلغة الطفل لما لها من أثر «بالغ في تكوين شخصيته ونظرته إلى الحياة مستقبلاً، بما يحمله من قيم وقواعد اجتماعية» (لعموري، 2013، صفحة 22)، وبذلك تؤثر اللغة بشكل كبير على طريقة «الاستماع، واللعب، والاستيعاب، والتفكير والتكيف الاجتماعي، وتترك تأثيراتها على كل مراحل الحياة» (سبيني، 2001، الصفحات 17 - 20)، وهو ما له من أهمية يجب لحظها عندما نتناول مضامين البرامج التي تتوجه إلى الطفل في إعلامنا العربي.

### الدور الوظيفي للغة في بناء المجتمعات



في هذا السياق، تبدأ اللبنة الأولى في بناء ثقافة الفرد من مرحلة الطفولة، ما يُعطي لهذه المرحلة أهميتها «كونها تُسهم بشكل واضح في بناء شخصية الطفل من جميع الجوانب، ولا سيما الجانب الثقافي، وتعدّ مرحلة الطفولة من أهمّ المراحل التي يتمّ فيها تكوين ملامح الشخصية في حياة الإنسان؛ إذ تتشكّل خلالها القيم والعادات والاتجاهات، وتنمو الميول والاستعدادات، ويتحدّد مسار نموّ الطفل الجسمي والعقلي والاجتماعي والوجداني» (بشير، هدى وآخرون، 2015، صفحة 9).

وبالتالي، أضحى موضوع القيم التي تُروّج لها فضائيات الأطفال في العالم العربي موضوعاً بحثياً متزايد الأهمية في السنوات الأخيرة، لارتباطه بتشكيل الوعي المبكر والهوية الثقافية والاجتماعية للأطفال. لذلك تكمن أهمية القيم كونها «تدفعنا إلى تفضيل أو تبني إيديولوجية

### ١. تشكّل شخصية الأطفال بحسب الخصائص العمرية

تتعدّد التقسيمات لمرحلة تشكّل شخصية الأطفال في غير موضع، ووفقاً لمتغيّرات متعدّدة تفرضها الظروف الموجودة ضمن بيئات ومجتمعات الأطفال، إلّا أنه لكلّ من هذه المراحل خصائصها التي تترك تأثيراتها على الأطفال بصورة عامّة.

فرصها من خلال ملاحظة موضوعات المواطنة والانضباط والمشاركة، وتُترجم المعاني الروحية وبناء الحكم الأخلاقي من خلال القيم الدينية والأخلاقية.

ومن هذا المنطلق، ينتقل تحليلنا من الوصف العام إلى قياسٍ قيميّ مُمنهج يُظهر «بصمة القيم» لكل قناة عربية للأطفال في سياق التنافس على الانتباه والتعلّم في البيئات الرقمية المعاصرة.

ضمن هذا الإطار، يُعدّ تصنيف كنعان إطارًا عربيًا عمليًا لتحليل القيم في مضامين القنوات الفضائية الموجهة إلى الطفل؛ إذ يعرف كنعان «القيم» بأنها ما يؤمن به المجتمع ويؤثر في سلوك أفرادهِ وتوجّهاته، إيجابًا أو سلبيًا، ظاهرةً أو ضمنيةً، بما يحدّد ملامح الشخصية ومسار الحياة (علي، 1995، صفحة 136).



سياسية أو دينية دون أخرى» (سفيان، 2012، صفحة 93)، كما أنها «توجّه العملية التربوية كاملة وتستند عليها بعملية تبادلية» (رضا، 2015، صفحة 36). وفي هذا الإطار تدلّ الدراسات على أنّ الشخصية الفردية والجماعية للإنسان تُبنى من خلال «ثلاثة ميادين: التنشئة الاجتماعية، نقل الأفكار، والقيم» (patrick-charaudeau, 2006).

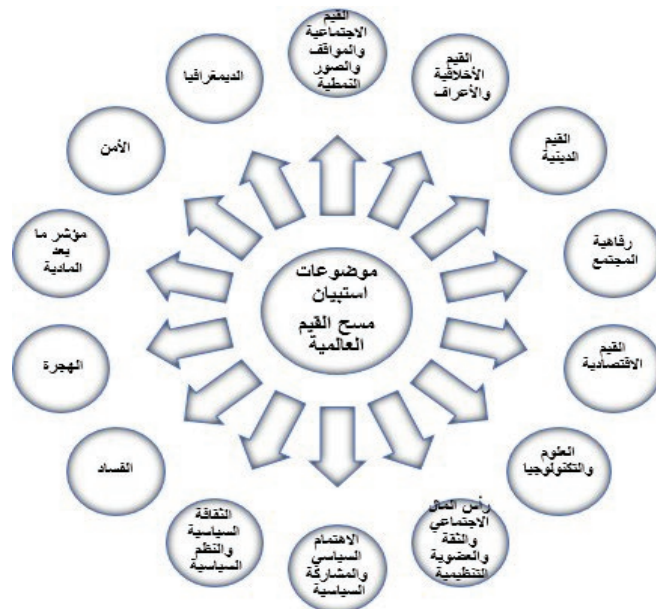


وتجدر الإشارة إلى أنّ إطار قيم سبرانجر (Spranger, 1928) يوفّر عدسةً تحليلية لقراءة مضامين القنوات العربية الموجهة إلى الطفل، إذ يُمكن تتبّع حضور القيمة النظرية، والتي تتضمن المعرفة والاستكشاف في البرامج، وتتبع القيمة الجمالية من خلال السرد البصري والموسيقى، أمّا القيمة الاجتماعية فنلاحظها من خلال التعاون والتعاطف، ويمكننا تتبّع القيم الاقتصادية من خلال رسائل الاستهلاك والبضائع المصاحبة، أمّا القيم السياسية

ويضمّر هذا التصنيف عشر مجموعات قيمية تشمل 70 قيمة فرعية، وهو ما يتيح تشغيلاً منهجياً لتحليل المضمون التلفزيوني عبر مصفوفة ترميز تربط كلّ فقرة أو حلقة بقيمة سائدة؛ فبرامج الاستكشاف والعلوم على سبيل المثال تُثقل «المعرفية والثقافية»، وفواصل السلوك الحَسَن تعزّز القيم «الروحية والأخلاقية»، وفقرة النشاط البدني تخدم «الرياضية»، وحملات الوعي الصحي تُنمي «الصحية، والصحة الوقائية»، بينما تتولّى الأناشيد والهويّات البصرية المحليّة تعزيز «القومية والوطنية». وبذلك، يمكن مقارنة القنوات والفترات بحسب «بصمة القيم» لا بمجرد الكمّ الزمني للبرامج. إشارة إلى أنّ اعتماد هذا الإطار يساعد على الانتقال من الوصف العام إلى قياسٍ قيميّ مُمنهج، يلتقط أثر المحتوى في تشكيل التوجّهات والسلوكيات لدى الطفل العربي في بيئة إعلامية رقمية متحوّلة.

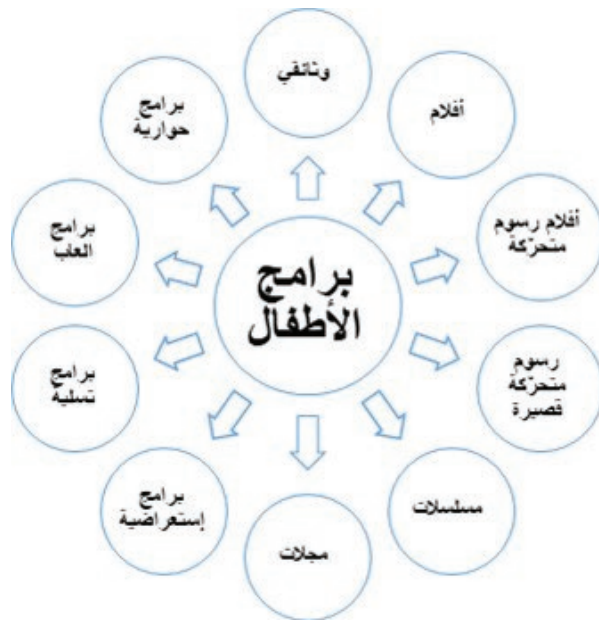
ولا يسعنا عندما نتحدّث عن القيم، إلّا أن نستحضر القيم العالمية، هذه القيم التي ترتكز إلى دراسة أكاديمية تغطّي كمّاً كبيراً من الدراسات الموحّدة في جميع المناطق الثقافية الرئيسية في العالم. وتتميّز مسوحاتها بإدراج موضوعات جديدة، تشمل قضايا العدالة، والمبادئ الأخلاقية، والفساد والمساءلة والمخاطر، والهجرة، والأمن القومي والحكم العالمي، بالإضافة إلى قياس المواقف تجاه المؤسّسات المتعدّدة الأطراف، والاختلافات والتشابه الثقافي، بين المناطق والمجتمعات (Research, 2025)

كما تُشير أدبيات العقد الأخير، إلى اتجاهات متكرّرة في أنواع القيم المضمّنة في محتوى برامج الأطفال، فضلاً عن فروق واضحة بين المحتوى المحلي والأجنبي المعاد دبلجته، وبين القنوات الفضائية التقليدية والمنصّات الرقمية المصاحبة.



كما أظهرت دراسة نُفِذت في العام 2024 على ثلاث سلاسل «تعليم وترفيه» تبثُّ بُنْسَخَهَا العربية على MBC3 والجزيرة للأطفال (جيم) أنَّ الأعمدة التعليمية الأكثر حضوراً تُقَدِّم عبر نسخٍ مدبّجة من أعمال أجنبية، ما يُفسِّر هيمنة المدبلج على ساعات بثِّ لا بأس بها في هذه النوافذ (Saed, Hadeel & others, 2024).

تصنيف البرامج في القنوات العربية الموجهة إلى الأطفال بحسب القوالب الفنية



في هذا الإطار، تتّجه قنوات عربية عدّة للأطفال، مهما قدّمت من قوالب في برامجها، إلى مزيجٍ تعليمي – ترفيهي مُعلن في وثائقها الرسمية يُقَدِّم غالباً بالعربية الفصحى (Abulawi, Farah Mustafa & Others, 2022, pp. 125-141) مع وجود بدائل لهجية بحسب القناة مراعين للملاءمة الثقافية، مع تباين ملحوظ

## ١١. مروحة القيم في مضامين البرامج الموجهة إلى الطفل العربي

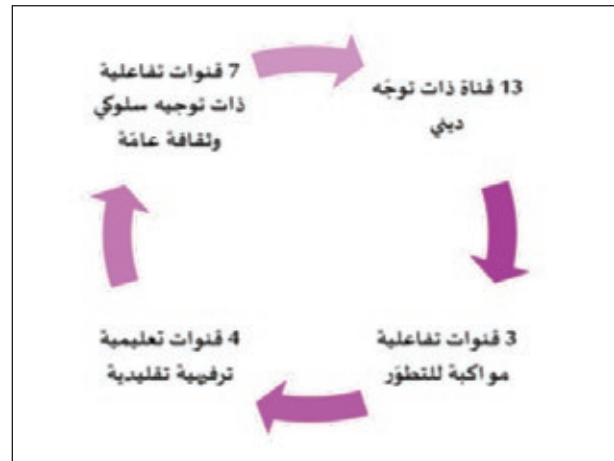
تشير تحليلات لمضامين برامج تُبثُّ عبر قنواتٍ عربية للأطفال، إلى أنَّ الأعمال الأجنبية المُستوردة والمدبّجة تُشكّل الغالبية من المعروض، وفي عيّناتٍ متعدّدة تجاوزت حصّتها ثلثي المحتوى؛ حيث حلّت دراسةً دكتورالية عيّنات من برامج MBC3 وسيستون وطيور الجنّة، وأظهرت رجحان الموادّ المستوردة/المدبّجة على الإنتاج الأصلي ضمن جداول البثِّ المُرمّزة، بحيث فاقت نسبة العناوين، أو الدقائق المرمّزة، من الأعمال الأجنبية المدبّجة الـ 50% من عيّنة التحليل ضمن القناة في الفترة المدروسة؛ وبالتالي شكّلت الغالب عددياً وزمناً مقارنةً بالأعمال الأصلية المنتجة محلياً. نتائج تعرّز الاستنتاج بأنَّ «الأصلي» يشغل حصّةً محدودة نسبياً في العيّنات المدروسة، وإن اختلف ذلك بين القنوات والدورات البرمجية.

وفي إطار متّصل، فيما يتعلّق بقناة سيستون تحديداً، فقد بيّن تحليلٌ بحثيٌّ حديثٌ لعيّنةٍ من عروض الأنمي المدبّجة إلى العربية (1985-2020)، أنَّ العيّنة كانت مدبّجة بنسبة 100% بحكم نوعها، وهو ما يدعم القول الذي يُشير إلى أنَّ نسبة المدبلج تتخطّى ثلثي المعروض في فئاتٍ واسعة من برمجة القناة (سعاد، 2024، صفحة 580).

بين القنوات في وزن التعليم قياسًا بالترفيه وطبيعة الدبلجة.

وتبيّن مقدّمة كتاب ساكر وستيمرز «أنّ الإنتاج الثقافي المحلي للأطفال الناطقين بالعربية بطيّء في التطوّر والانتعاش، ولا تزال القنوات الرائدة تعتمد اعتمادًا كبيرًا على الرسوم المستوردة» (Sakr Naomi, Steemers Jeanette , 2017, p. 1)، ما يقلّل من أصالة المحتوى الثقافي ويهمّش هويّة الطفل العربي.

### تصنيف القنوات العربية الخاصة الموجّهة إلى الأطفال بحسب أنواع برامجها



تجدر الإشارة إلى أنّ العديد من هذه القنوات والمنصّات تستند في عرض برامجها إلى قوالب ومضامين دينية، بشكل مباشر أو غير مباشر. إذ يبيّن الصفحات الإلكترونية، والمنصّات الخاصة بالقنوات الفضائية العربية الموجهة إلى الأطفال، أنّ 13 قناة من أصل 27 قناة تعتمد في رسالتها على بثّ برامج دينية (انظر الشكل المُقابل).

وبما أنّ الدين جزء لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي، وينظر إليه باعتباره «مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي» (موسى حلس و ناصر ومهدي، 2010، صفحة 147)، لذا تكتسب هذه البرامج أهميّة استثنائية يجب لحظها من خلال معايير متعدّدة، ومنها المساحة المتاحة لها ضمن البرمجة كما في المضامين التي تتناولها.

ومع ذلك، لن نغوص هنا في كيفية تناول هذه القنوات، والوسائل والوسائط، والمنصّات للهويّة الدينية من خلال ما تبثّه عبر برامجها، إنّ من حيث المساحة أو الشكل، أو من حيث المضامين التي تفرد بها لجمهورها في هذا السياق.

إلاّ أنّه لا بدّ من التوقّف للتفكّر في موقع هذا النوع من البرامج في التأثير الاجتماعي، ونستند في هذا الإطار إلى ماكس فيبر الذي لم يدرس الأديان لذاتها، وإنما شكّلت عنده «منطلقاً للدراسة في علاقتها بالممارسات اليومية. فوجّه اهتمامه نحو البيئة الداخلية لتأثيرها، بوصفها





في هذا الإطار، تظهر ملامح هذا التحوّل بالاستناد إلى ما برز من خلال دراسة عير سالم (2024) أنّ التصرّوات العربية الأحدث للتربية الإعلامية تتجاوز الوقاية إلى بناء «جمهور ممكن» قادر على التحقق والمساءلة والمشاركة، لا مجرد تجنّب المخاطر (Salem, 2024). وفي هذا السياق، تعتبر (ساكر وستيمرز) أنّ التوزيع الهجين من الإعلام الفضائي المستخدم للمنصّات يُعيد تعريف علاقة الطفل بالمحتوى، وتربط الدراسة سياسات الوصول والسلامة والمشاركة ببيئة رقمية متحوّلة نحو استراتيجيات تمكينية (Sagr Naomi, Stee-) (mers Jeanette , 2021, pp. 222-241)



لذلك تُشير الأدبيات الراهنة إلى تحوّل منهجي من سؤال «ماذا نعرض للطفل؟» إلى «كيف يتفاعل الطفل مع ما نعرضه؟ وكيف نُخصّص التجربة على أساس هذا التفاعل؟»؛ إذ تُجمل «علوم التعلّم» أنّ الخبرات الأكثر نفعا تكون نشطة، منخرطة، ذات معنى، اجتماعية التفاعل، تكرارية ومبهجة (Zosh, Jennifer M.) (others, 2017, p. 3). وهو ما يعني أنّ جودة التفاعل - وليس زمن المشاهدة فقط -

في المحصّلة، لا يمكن إلّا أن نضع في الاعتبار الجهد المبذول من قبل بعض القنوات تجاه مشاهديها، من دون أن نغفل أو نتجاهل وجود العديد من النقاط التي تفتح الباب للبحث والنقاش على غير اتجاه في مجال تشكيل ثقافة الأطفال. فكيف سيكون عليه واقع الأطفال المشاهدين لقنوات تلفزيونية لا تملك من الأساس استراتيجية واضحة مبنية على رؤى تربوية وتنموية، ولا تلزم نفسها باعتماد معايير حماية الأطفال وبناء قدراتهم الذاتية والمعرفية؟

### ٣. واقع المنصّات الإعلامية العربية الموجهة إلى الأطفال

قبل ثلاثين عامًا، اقتصر الاتصال الرقمي على بضعة ملايين من الأشخاص حول العالم. ومنذ ذلك الحين، اجتاحت الثورة الرقمية العالم، واليوم، يتصل ما يقرب من خمسة مليارات شخص بالإنترنت.

ومع صعود المنصّات و«التوزيع الرقمي» لبرامج الأطفال عربيًا، يتقدّم الخطاب التربوي من نموذج الحماية السلبية، والحجب والرقابة، إلى نموذج التمكين النقدي الذي يركّز على التفكير الناقد والمشاركة الواعية. إلّا أنّ الإنتاج العربيّ الموجه إلى الأطفال لا يزال متباطئًا في تبني تكنولوجيا الوسائط الجديدة، وتطوير بدائل رقمية أصيلة مثل التطبيقات التفاعلية، ومنصّات الفيديو التعليمية، أو الألعاب الرقمية التي تعزّز التعلّم، بالرغم من ازدهار المحتوى الرقمي عالميًا.

## ١٧. الإعلام ووعي الطفل العربي في العصر الرقمي

تشكّل مرحلة الطفولة اللبنة الأساسية في بناء شخصية الإنسان وتشكيل وعيه وهويّته، حيث تكون القدرات المعرفية والوجدانية في ذروة مرونتها واستعدادها للتشكيل. وفي عصرنا الحالي، لم تعد الأسرة والمدرسة هما المصدران الوحيدان لهذا التشكيل، بل برز الإعلام بوصفه قوة فاعلة وحاسمة، بل وقد يتفوّق في تأثيره أحياناً على المصدرين التقليديين، لا سيما في ما يُعرف بـ «العصر الرقمي» الذي طغّت فيه الشاشات على كل تفاصيل الحياة.



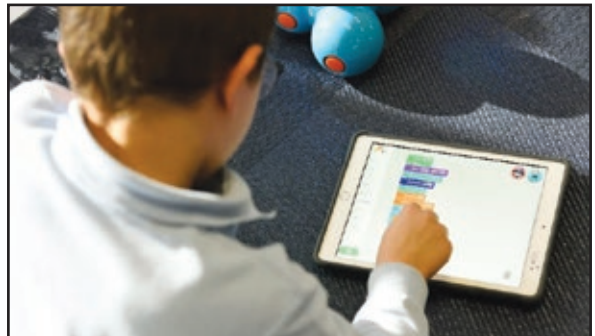
فالأطفال اليوم، ومنذ سنواتهم الأولى، هم «رغميون أصليون» (Digital Natives)، يسبقون تعلّم القراءة أحياناً في إتقانهم التمرير السريع للشاشات والتفاعل معها. وفي هذا الفضاء الإعلامي الشاسع، تتنازعهم قوتان رئيستان: قوة «الجذب العالمية» المتمثلة في منصات مثل «يوتيوب» و«تفليكس» التي تقدّم محتوى معولماً، إضافة إلى كونه عالي الجودة، وشديد التخصيص بفضل خوارزميات الذكاء الاصطناعي المتطورة. وفي المقابل، تقف قنوات الأطفال

يجب أن تصبح معيار التصميم والتقييم للمحتوى الموجه إلى الصغار.

**فهل يوجد في العالم العربي قنوات مخصصة للأطفال تستخدم مثل هذه التقنيات؟**

يشهد العالم العربي منذ العقدين الأخيرين طفرة في إنتاج المحتوى الإعلامي الموجه إلى الأطفال، محتوى يتنقل بين القنوات الفضائية التقليدية والمنصات الرقمية الحديثة. فيمثل هذا الانتقال جزءاً من التحوّلات الكبرى في استهلاك الأطفال للوسائط الإعلامية، إذ لم يعد الطفل مجرد مشاهد سلبي، بل أصبح مستخدماً وناقداً وفاعلاً ضمن شبكة محتوى تفاعلية (Sabry & Mansour, 2019, p. 112).

وفي دراستهم الإثنوغرافية يشير صبري ومنصور إلى أنّ التغلغل العميق للإعلام الرقمي في العالم العربي قد غيّر موقع الطفل من كونه «جمهوراً سلبياً» إلى مستخدمٍ فاعل، يتحكّم جزئياً في وقت المشاهدة، ونوع المحتوى، وحتى في طرق المشاركة والتقييم، كما من حيث تفاوت إمكانية الوصول إلى أنماط التكنولوجيا المتاحة (Sabry, T., & Mansour, N., 2019, p. 7).



وبالتالي، بعد إطلاق Majid Universe في 2021، انتقل "الجديد" الفعلي إلى ADtv، الذي يشمل تحديثات التطبيق، وصفقات المحتوى، والإتاحة المجانية الموسمية، وتدفق العناوين.

**ثانيًا:** اعتمدت **MBC3**، المجموعة السعودية، توزيعًا رقميًا متقدمًا عبر منصة «شاهد»، وبذلك يبيّن المعيار التطبيقي لـ «المواكبة التقنية» لهذه المجموعة، أي الحضور المتعدد المنصات من خلال بث مباشر، وكتالوج أطفال مُصنّف، وأدوات أمان أبوي، وتدفق شراكات محتوى تعليمي - ترفيهي مدبلج للعربية.

وبذلك تبرز **MBC3** ضمن منظومة شاهد، بحيث تتيح بثًا مباشرًا داخل «شاهد» مع منطقة Kids المخصصة للأطفال، وأدوات التحكم الأبوي وبروفيلات منفصلة تُهيئ مشاهدة آمنة ومُوجّهة إلى العمر.

**ثالثًا:** وفقًا لمتابعتنا لـ **Spacetoan GO** بوصفها منصة أطفال OTT متخصصة بالأدنى – الرسوم، يتّضح أنها تعمل عبر تطبيقَي iOS/Android من خلال موقعها الرسمي، وتقدّم اشتراكًا خاليًا من الإعلانات (SVOD) مع مكتبة تُسوّق نفسها كـ «آمنة – نظيفة للعائلة»، مدعّمة Full-HD وخيارات العرض على الشاشات الذكية، وهذه الخصائص موثّقة في صفحات التطبيق على App Store و Google Play وفي الموقع الرسمي الخاص بالقناة.

العربية الفضائية اليوم في مفترق طرق تاريخي، وهي التي كانت في يومٍ ما النافذة الترفيهية والتعليمية الأساسية للطفل العربي.

وأثناء عملنا على قياس «المواكبة التقنية» في قنوات الأطفال العربية بقدرتها على التحوّل المتعدد المنصات، من التطبيقات، إلى الألعاب، كما اليوتيوب، برزت المعطيات التالية:

**أولًا: ماجد،** التابعة لأبوظبي للإعلام، قدّمت باكراً نموذجًا «عبر-تجريبي»، فطرحت تطبيق Majid Universe الذي يجمع الفيديو، والألعاب، وأرشيف المجلّة الرقمية (+800 ساعة، وأكثر من 2000 عدد) مع حسابٍ واحدٍ عبر عدّة أجهزة، وبذلك نشهد تكاملاً إعلامياً تعليمياً لا يقتصر على البث الخطّي. كما تؤكد صفحة Majid TV على موقع ADtv، على طرح تقنية البث الحيّ والمشاهدة عند الطلب داخل تطبيق ADtv Kids.

وبذلك أضحى استهلاك محتوى (ماجد) اليوم مُتمركزاً عبر ADtv كمنصة الفيديو التابعة لأبوظبي للإعلام.



VOD على خدمة TOD beIN، ما يدعم انتقال المحتوى التفاعلي إلى بيئة البث عند الطلب ويُعزّز الحضور عبر المنصات.

**خامسًا: SAT-7 KIDS** تبث عبر منصة SAT-7 PLUS 7، مع بث مباشر ومكتبة عند الطلب للأطفال بالعربية؛ وتؤكد المنصة نفسها توسّع البث الرقمي إقليميًا، بحيث نشهد انتقالا واضحا من البث الخطي إلى بيئة تحت الطلب.

**سادسًا: قناة المجد** للأطفال، ضمن شبكة المجد، ويتاح محتواها عبر تطبيق HADIF (أندرويد والتلفاز الذكي)، من خلال بث مباشر لشبكة المجد ومكتبة VOD، التي تتضمن أكثر من 10,000 حلقة من الرسوم والبرامج التعليمية للأطفال، وتقدّم برامجها ضمن بيئة بلا إعلانات.



**سابعًا: طيور الجنة**، وهي ذات حضور منظم على يوتيوب، عبر القناة الرسمية، إضافةً إلى تطبيقات موبايل تُيسّر استهلاك المحتوى الغنائي - البرامجي للأطفال على الهواتف (تحديثات 2025).

وفي هذا السياق، يُظهر الموقع الرسمي واجهة عربية وقسم «الميزات» و«التحكّم الكامل للأهل»، وتحديثات الكتالوج، بما يعزّز الصورة كمنصة «تحت الطلب» موجهة عائليًا.



**رابعًا: تُظهر قناتا جيم وبراعم (beIN)** ملامح مواكبةً تقنيّة «متعدّدة المنصات»، فالمادّة التعريفية الرسمية توطّر جيم كمنصة تعليم - ترفيه، تقدّم المحتوى عبر التلفزيون من خلال «تطبيقات تفاعلية»، مع برامج تفاعلية محدّدة مثل «جيم - جواب»، ومن خلال مسابقات مباشرة توظّف وحدات تفاعل. بينما تقدّم براعم نفسها كـ «منصة رقمية» موجهة إلى مرحلة ما قبل المدرسة، ما يعكس تصوّرًا يتجاوز البث الخطي إلى حضور رقمي منظم، وتثبت القنوات حضورًا على يوتيوب عبر قنوات رسمية محدّثة. في هذا الإطار، تبين مواد الصناعة أنّ جيم وبراعم توفّران «برامج تعليمية مستهدفة عبر يوتيوب» إلى جانب البث الخطي الحصري على beIN، بما يعمل على دمج توزيع خطي ورقمي، فيما يُتاح محتوى جيم عند الطلب على منصات البث التابعة للمجموعة؛ فبرنامج جيم جواب مثلاً «متوفّر

وعليه نجد أنّ ما يُقدّم من إنتاجات، يسعى إلى تحقيق نقلة للأطفال العرب على صعيد تنمية القدرات، وفتح المجالات والآفاق. وفي هذا السياق، أظهرت دراسة لليونيسكو، وجود عدد من القنوات الفضائية العربية الموجهة إلى الأطفال، تحاول مواكبة التطور التكنولوجي في محتواها، وإنّ بدرجات متفاوتة من الجودة والتخصّص. ومع ذلك، لا تزال هناك فجوة واضحة مقارنةً بالإعلام الموجه إلى الأطفال في الدول المتقدمة من حيث الدمج الذي للتكنولوجيا، والذكاء الاصطناعي، وأدوات التعلّم الحديثة (UNESCO, 2024).

في المحصلة، تتكامل الحجج النظرية، وأدلة الأثر، ومسارات السياسات لتدعم أطروحة مفادها أنّ الاستراتيجية الحديثة للتربية الإعلامية في إعلام الطفل العربي ينبغي أن لا تتمحور حول الحماية السلبية وحدها، وإنما يجب أن يدور رحاها حول التمكين النقدي، من الوصول الآمن، إلى التحقق، وليس انتهاءً بالمشاركة.



**ثامناً: كراميش،** وتبثّ عبر قناة يوتيوب نشطة، وتضمّ معها تطبيقات موبايل (iOS/Android) موجهة إلى الأطفال، ما يعكس تحوّلاً إلى منظومة توزيع رقمي موازية للبثّ.

**تاسعاً:** تمتلك قناة **Koogi TV** القبطية تطبيقات رسمية على متاجر التطبيقات، إضافة إلى بثّها الفضائي، ما يوسّع فرص الوصول الرقمي للفئة العمرية المستهدفة.

صحيح إنّنا أمام انبثاق منظومات إعلامية تفاعلية تيسّر للأفراد إمكانات إنتاج خطابهم والمشاركة في الاتصال العمومي، كما تسهم في تشكيل فضاء عمومي من الفضاءات المفتوحة للحوار والنقاش وإبداء الرأي والتعبير عن العديد من القضايا المطروحة، بحيث تقدّم اختراقاً إعلامياً يسهم في التأثير في البنية الفكرية للطفل العربي.

ومع ذلك، لسنا هنا بمعرض المفاضلة أو الإدانة لأيّ منظومة إعلامية، بل بمعرض التوصيف، لأننا أمام قنوات ومنصّات تلفزيونية عربية تعتمد رؤية استراتيجية، وتقييم، وسياسة وأهداف، وتنطلق إلى رحاب العالمية. وبالتالي نحن أمام محطات تخرج من محلّيتها لتكون صلة وصل تربوية على مستوى العالم، ما يضعنا أمام نموذج لفضاء إعلامي عربي جديد لم نعهده قبلاً في عالم القنوات العربية المخصّصة للأطفال.

## ■ المراجع والمصادر

- Abulawi, Farah Mustafa & Others. (2022). Modern Standard Arabic vs. Egyptian Vernacular in Dubbing Animated Movies: A Case Study of A Bug's Life. United States: International Journal of Communication and Linguistic Studies.
- ASBU. (2023). <https://arabsatellitebroadcasting.net>. تم الاسترداد من <https://arabsatellitebroadcasting.net>.
- Marcus Banks, Howard Morphy. (1997). Rethinking Visual Anthropology. London - UK: Yale University Press.
- Muller, P. (2001). Politiques Publiques et effets d'information " papier presente' a: les Effets d'information en politique : (Vle congres de l' Association francaise de science politique ). Paris - France: Harmattan.
- Ofcom. (2024). Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. London, UK.: Ofcom.
- patrick-charaudeau. (2006). Identités sociales, identités culturelles et compétences. Retrieved from <http://www.patrick-charaudeau.com/Identites-sociales-identites.html>.
- Research, C. f. (2025, September 15). <https://cps.isr.umich.edu/project/world-values-survey-wvs/>. Retrieved from <https://cps.isr.umich.edu/project/world-values-survey-wvs/>.
- Richards, M. B. (2010). Mass Media 's Relationship with Adolescents ' Values and Behaviors: A Theory of Mediated Valueflection. Georgia state: Georgia state University.
- Sabry, T., & Mansour, N. (2019). Children and screen media in changing Arab contexts: An ethnographic perspective. Cham / Switzerland: Palgrave Macmillan / Springer Nature.
- Saed, Hadeel & others. ( 2024). Dubbing English edutainment: Localizing educational content for Arab children. Research Journal in Advanced Humanities, 17.
- Sakr Naomi, Steemers Jeanette . (2017). Children's TV and Digital Media in the Arab World: Childhood, Screen Culture and Education. New York, USA: Bloomsbury Academic.
- Sakr Naomi, Steemers Jeanette . (2021). Children's Television in an Era of Digital Distribution: Arab and European Responses. New York, USA: New York University Press.
- Salem, A. (2024). Media Literacy and Forces of Change: Perspectives from the Arab World (Vol. 9). Giza, Egypt: MSA University, Faculty of Mass Communication.
- Spranger, E. (1928). Types of men: The psychology and ethics of personality. Halle (Saale), Germany: M. Niemeyer (Max Niemeyer Verlag).
- UNESCO. (2024). UNESCO supports Arab States in developing AI competencies for students and teachers . UNESCO.
- UNICEF. (12 June, 2025). Childhood in a Digital World. Florence, Italy: UNICEF Office of Research – Innocenti.
- Zosh, Jennifer M. & others. (2017). Learning through play: A review of the evidence. Billund, Denmark: The LEGO Foundation.
- القمّة العالمية لمجتمع المعلومات. (10 - 12 ديسمبر، 2003). إعلان مبادئ جنيف. الأمم المتحدة. جنيف. تاريخ الاسترداد 10 حزيران - يونيو، 2015، من [http://www.itu.int/net/wsis/outcome/booklet/declaration\\_Aar.html](http://www.itu.int/net/wsis/outcome/booklet/declaration_Aar.html)
- الموسوي، نانسي - رعد، مريم. (2016). القيم المتضمنة في القصص المعرّبة الموجهة إلى الأطفال من عمر ثلاث إلى ثمانية سنوات - دراسة تحليلية. بيروت - لبنان: كلية التربية - الجامعة اللبنانية.

- إنصار عبد الرزاق، صفد الساموك. (2011). الإعلام الجديد.. تطوّر الأداء والوسيلة والوظيفة (الإصدار الطبعة الأولى). العراق: جامعة بغداد.
- بشير، هدى وآخرون. (2015). واقع ثقافة الطفل في المجتمع القطري. قطر: المركز الثقافي للطفولة - واعدون، إدارة البحوث والتطوير - قطر.
- بلقزيز، عبد الإله، وآخرون. (نوفمبر، 2013). الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم. سلسلة كتب المستقبل العربي.
- بو عطيط، سفيان. (2012). القيم الشخصية في ظلّ التغيّر الاجتماعي. منتوري، الجزائر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- دراحي، السعيد. (ديسمبر، 2013). التلفزيون والأطفال .. الإيجابيات المأمولة والانعكاسات السلبية المحذورة. التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، صفحة 215.
- روبرت وشنو وآخرون. (2009). سلسلة العلوم الاجتماعية. تأليف التحليل الثقافي (ترجمة فاروق مصطفى وآخرون، المترجمون). جمهورية مصر العربية: مكتبة الإسكندرية.
- روبرت وشنو وآخرون. (2009). سلسلة العلوم الاجتماعية. تأليف التحليل الثقافي (مرجع سابق).
- سيرجيو سبيني. (2001). التربية اللغوية للطفل. (فوزي عيسى وعبد الفتاح عبد الفتاح، المترجمون) القاهرة - مصر، دار الفكر العربي.
- صبحي غندور. (نوفمبر، 2007). الهوية الثقافية العربية. تاريخ الاسترداد 15 سبتمبر، 2016، من [www.voltairenet.org](http://www.voltairenet.org/article152659.html)
- عبد الغني عماد. (2009). سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات. بيروت - لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- علاء كاظم. (2013). الصورة حكاية أنثروبولوجية - معانيات مونوغرافية في « الأنثروبولوجيا المرئية » (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت - لبنان: دار التنوير.
- غي غوتيه. (2012). الصورة، والمكونات، والتأويل، (سعيد بنكراد، المترجمون) بيروت - لبنان: المركز الثقافي العربي.
- كنعان، أحمد علي. (1995). أدب الأطفال والقيم التربوية. دمشق، الجمهورية العربية السورية: دار الفكر.
- لعزيزي، سعاد. (2024). دور القنوات الفضائية المتخصصة في برامج الأطفال في تدعيم الهوية الثقافية العربية في ظلّ العولمة: دراسة ميدانية وتحليلية لعينة من برامج قنوات Spacetoon، MBC3، طيور الجنة (. الجزائر: جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- لوران فلوري. (2008). ماكس فيبر (الإصدار الطبعة الأولى). (محمد علي مقلد، المترجمون) بيروت - لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- مجموعة من الباحثين والمفكرين العرب. (2008). تقرير حوار مستقبل الاستدامة في العالم العربي - رؤية من الجنوب. جمهورية مصر العربية: مكتبة الإسكندرية.
- معهد البحوث الاجتماعي والاقتصادي. (أيار - مايو، 2014). ملف العدد - مشروع مسح القيم العالمية. مجلة قطر للبحوث(العدد الثالث).
- موسى حلس و ناصر ومهدي. (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي. سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 12(العدد 2).
- نصيرة لعموري. (أكتوبر، 2013). مشكلة اللغة العربية عند الطفل الجزائري. مجلة المعارف، السنة الثامنة(العدد 14).
- نهوند القادري عيسى. (2017). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الشباب وصناعة التغيير. مؤتمر ثقافة الحوار ووسائل التواصل الاجتماعي. بيروت - لبنان: مديرية الدراسات والمنشورات في وزارة الإعلام اللبنانية.
- هلال، رضا. (2015). التعليم والتنشئة السياسية في العالم العربي. سلسلة دراسات.

## من «إعلام الطفل» إلى «الطفولة المُرَقمنة»

د. أمين بن مسعود

أستاذ بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة - تونس

### مُقدِّمة:

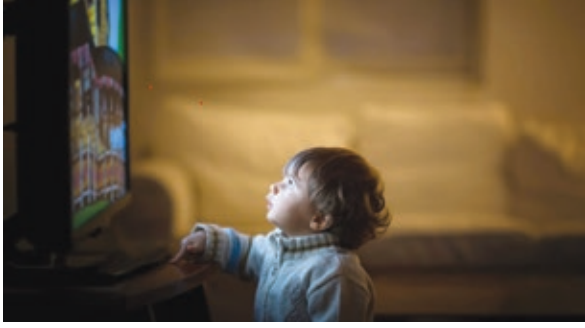
يمتدّ مبحث «الإعلام والطفل» على العديد من المجالات المعرفية، بدءًا بعلم نفس الطفولة، ومنه إلى علم الاجتماع وليس انتهاءً بعلم التربية، كما يتوسَّل بالكثير من المقاربات العلمية والإبستمولوجية التي تسعى إلى استقراره واستغراقه واستيعابه.

والمبحث على ما أنجز وما كُتب فيه لا يزال محتملا لاجتهادات وحفريات معرفية أخرى قادرة على تثويره معرفيا واستجلاء مضامينه العميقة، وهي قدرة علمية احتمالية تنبع أساسا من تعدّد المراحل العمرية والروافد النفسية والمجتمعية الخاصة بتعريف الطفل من جهة، ومن تنوّع الوسائط ومن التطوّرات الإدماجية للبنية والبيئة الإعلامية والاتصالية، ضمن سياق «المُجتمع الشبكي» وفق تعريف «داني بارني» للمشهد الرقمي القائم راهنا، من جهة ثانية.

وإنّ إيلاء الكثير من الهيئات الدولية على غرار «اليونيسيف»، والإقليمية العربية، مثل «المجلس العربي للطفولة والتنمية»، والمحليّة المختصّة في قضايا الطفل، والمنظمات المهنية الصحفية الوطنية والعالمية، ومؤسسات التعديل والتعديل الذاتي المشرفة على القطاعات الإعلامية في شتى بلدان العالم، لاهتمام عالي المستوى لثنائية «الإعلام والطفل»، راجع أساسا إلى الأهمية والحساسية التي يكتنفها الموضوع، سيما وهو يتعلّق بـ«الإعلام» كمنظومة صحفية واتصالية ذات استراتيجيات وأولويات تحريرية وإشهارية وذات نماذج اقتصادية محدّدة، وبـ«الطفل» بما هو «ذات بشرية في مرحلة نموّ مطّرد» في حاجة مستمرة إلى الرعاية والإحاطة والإرشاد، سواء من قبل العائلة أو المدرسة أو المؤسسات التربوية الأخرى.

الخيـط الرمزي الناظم للمشتغلين مهنيـا وقانونيا ومعرفيا في مسألة «الإعلام والطفولة».

وهي مقارنة على أهميتها وجدّيتها وجودتها، إلّا أنّها أعطت الأولوية للفاعل الإعلامي، ممثّلا في المؤسسة الإعلامية وفي الصحفي وفي المنتج، وقاربت المسألة الإعلامية الخاصة بإعلام الطفل من زاوية مسؤولية الباث في تعيين خصوصيّة الرسالة، أكثر من تطرّقها إلى جهة المتلقّي.



وقصد تأثيث هذه العلاقة الرمزية بين الإعلام كمنظومة صحفية ثقيلة، والطفل كذاتٍ في نموٍّ مطّرد، نشأت مقاربات ضبط وخيارات تعديل، دارت كلّها تحت عنوان «تأمين المصلحة الفضلى للطفل».

ولن نجانب الصواب، إنّ قلنا إنّ مقارنةً وقائيّةً وحمائيّة (نسبة للحماية) ضبطت ميكانيزم الإعلام والإخبار حيال الطفل، وحكمت، ليس فقط المقاربات التعديلية والتعديلية الذاتية للهيئات المشرفة على قطاع الإعلام، ومعها أيضا المؤسسات الدولية والإقليمية المهتمة بمسائل وقضايا الطفولة، بل أيضا حكمت المنظومة التفكيرية والتفكيرية لدى مراكز الأبحاث والدراسات، سيما منها العربية المشتغلة على قضايا الإعلام والطفل، وبالتالي فهي مثّلت

## 1 - في تفكيك المقاربة التعديلية لمنظومة إعلام الطفل

ستينات القرن المنقضي، ولكنها لا تزال تحافظ على وجودها وعلى وقوّتها وقدرتها التفسيرية إلى يوم الناس هذا، وقد استعملت في الكثير من دراسات الماجستير والدكتوراه في الجامعات العربية، المتسائلة عن الأدوار التي تؤدّيها وسائل الإعلام الجماهيرية، ومعها الميديا الاجتماعية الجديدة حيال الطفل.

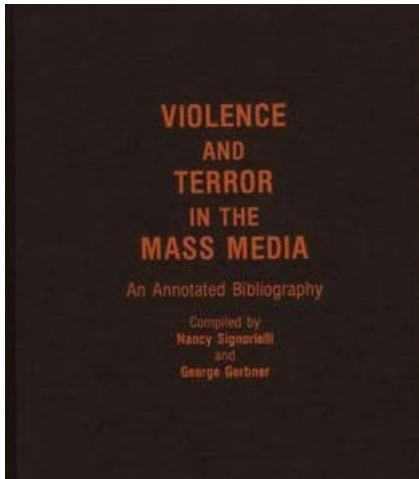
وتنطلق هذه النظرية من فرضية أنّ كثرة التعرّض لوسائل الإعلام ذات المضامين العنيفة، تجعل المستهلك أكثر قابلية للعنف،

### أ- نظرية الغرس الثقافي

ولئن رمنا التعمّق في الروافد الفكرية لهذه المقاربة التعديلية الوقائيّة، فإننا سنُبصر مصفوفة نظرية وإجرائيّة وأخلاقيّة، مكّنتها من الانتشار ومن التحكّم في منظومة التفكير لمبحث «الإعلام والطفل».

**أول الروافد** وأهمّها على الإطلاق يكمن في «نظرية الغرس الثقافي **cultivation theory**» لعالم الاجتماع الأمريكي جورج غربنر George Gerbner (1919-2005) وهي نظريّة تعود إلى

تلقّت الهيئات الدولية المهتمة بالطفل وبالفئات الهشة هذه النظرية وبنّت عليها وعلى غيرها مدوّنة كاملة (أدلة تكوينية وتدريبية+ موثائق تحرير+ قوانين وإعلانات)، كما صارت نظرية «الغرس الثقافي» مُعتمَدةً في العديد من الدراسات الغربية والعربية الباحثة عن طبيعة التأثير المفترض للمنظومة الإعلامية على الطفل، خاصة بعد أن نال غربنر ونظريته مشروعية دولية بصياغة التقرير السنوي لمنظمة اليونسكو لسنة 1989، والذي كان حول «العنف والترهيب في وسائل الإعلام»  
.la violence et le terreur dans les medias



غلاف كتاب العنف والإرهاب في الإعلام الجماهيري. (صورة أرشيفية)

## ب- مقولة «اختفاء الطفولة»:

أمّا الرافد الثاني، والذي ساهم بدوره في تجذير المقاربة الوقائيّة، فهي مقولة «اختفاء الطفولة»، وهي مقولة راجت كثيرا في الأوساط

سواء في مستوى الإدراك أو الإجراء، وأنّ أكثر الفئات الاجتماعية تأثّرا بهذه المضامين هي الفئات الهشة، ممثلة في الأقليات والنساء وخاصة الأطفال، الذين يكونون، إمّا عرضة للعنف المسلّط عليهم داخل الأسرة أو في الشارع، أو أنهم يصبحون أكثر ممارسة للعنف على أقرانهم في المجالات العامة (الأحياء والمدرسة والمقاهي)..

وعلى الرغم من الانتقادات المعرفية التي هزّت هذه النظرية، إلّا أنّ نظرية الغرس الثقافي التي ستُعرف لاحقا بمدرسة «أنابرج» Anneberg في جامعة بنسلفانيا Pennsylvania بالولايات المتحدة الأمريكية نسبة إلى الإطارين الأكاديمي والمكاني اللذين جمعّا غربنر بزملائه، تمكّنت من الاستمرار والمحافظة على قدرتها التفسيرية، وذلك اعتمادا على بعض التجارب الإمبريقية التي أثبتت وجود علاقة - ليست بالضرورة سببيّة أو تلازميّة - بين منسوب قابلية العنف وممارسته لدى الأطفال وعليهم، وبين تعرّضهم للمضامين الإعلامية وكذلك الاتصالية العنيفة.



والكهول، يجعل منظومات التفكير والإدراك لديهم تقفز من مرحلة إلى أخرى، ولا تستوعب المراحل الأساسية التي نصّ عليها الباحث الفرنسي جون بياجي Piaget Jean في كتاباته المرجعية في مجال علم النفس التربوي.

ويُقسّم (بياجي) مراحل التطوّر المعرفي لدى الطفل، إلى 4 مراحل وهي على التوالي: المرحلة الحسّية الحركيّة، ومرحلة ما قبل العمليات، ومرحلة العمليات المادية المحسوسة، ومرحلة العمليات المجرّدة.

الفكرية الغربية خلال عقود الستينات والسبعينات والثمانينات من القرن المنقضي، وتعتبر أنّ الإعلام الجماهيري، وخاصة التلفزيون الذي يمتلك خصوصيّة «الشاشة» والذي يملك القدرة على تملّك انتباه واهتمام الجماهير العريضة، أدمج مراحل زمنية وصهر فترات عمّرية في بعضها البعض.

وتفسير هذه النظرية يكمن في أنّ تعرّض الأطفال (الذين هم في سنّ قبل البلوغ)، إلى مضامين إعلامية واتصالية مخصّصة للبالغين

| المرحلة          | العمر الزمني | الخصائص                                                                                |
|------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| الحس حركي        | 0-2 سنة      | الانتقال من الأفعال المنعكسة إلى النشاطات الهادفة، باستعمال النشاط الحسي الحركي.       |
| ما قبل العمليات  | 2-7 سنوات    | لغة والتفكير متمركزان حول الذات، والتفكير في اتجاه واحد.                               |
| العمليات المادية | 7-11 سنة     | فهم قوانين الاحتفاظ والترتيب والتصنيف. استعمال التفكير المنطقي باكتساب مبدأ المقلوبية. |
| العمليات المجردة | 11-15 سنة    | حل المشكلات المجردة بشكل منطقي والتدرج نحو التفكير العلمي واستعمال التفكير الافتراضي.  |

#### مراحل النمو الإدراكي عند الطفل لدى بياجي، (المصدر) منصّة كفايات على x

استدرار زوايا محدّدة يجبّذا الطفل ويحسن التفاعل معها.

وعندما تضيع براءة الطفولة في دهاليز القضايا والمسائل الخاصة بالكهول، يحصل للأطفال «بلوغ إدراكي مبكر»، سيُفرض بالضرورة في وقت لاحق إلى «طفولة / مراهقة متأخرة»، ذلك أنّ مراحل النمو لا بدّ لها من أحيار زمنية تظهر فيها، ودمجها لا يعني إلغائها وإنما يعني

وبالتالي تعمل المضامين العنيفة والقاسية والمواضيع الحسّاسة (على غرار العنف، والتعنيف، والإجرام، والتحرّش، والتهميش، وحتى قضايا الحروب والصراعات والنزاعات المحليّة والإقليمية والدولية) في صهر أزمنة الطفولة في أزمنة الشباب والكهولة، وهو ما يُضّر بمبدأ المصلحة الفضلى للطفل، والتي تفترض التطرّق إلى مواضيع معيّنة ومحدّدة من خلال

في تعبئة الجماهير وراء أفكار المعسكرين الليبرالي/الرأسمالي والشيوعي/الاشتراكي، وهي تعبئة تستهدف الطفولة بشكل خاص، سواء أكانت هذه التعبئة من خلال استغلال الأطفال في صراع الأفكار والإيديولوجيات، أو من خلال تسريع زمن الطفولة وتأهيل الأطفال بالتالي لتبني الأفكار المؤدجلة.

وهو ملمح تفسيري سرعان ما اختفى، ليحضر الملمح التحذيري من مغبة «اختفاء الطفولة»، زمننا ومعنى.

### ج- خطاب النهايات:

أما الرافد الثالث، فهي جملة التمثلات والتصوّرات الحاقّة بآخر التطوّرات التكنولوجية والتقنيات المعاصرة، ويمكن إجمالها ضمن ثنائية «التوجّس المفرط» و/أو «الاحتفاء المبالغ فيه».

حيث كثيرا ما يُزَلّ الوافد الجديد، سواء أكان رقمياً أو جماهيرياً، ضمن «خطاب النهايات»، وهو خطاب حتموي تقني «تبشيري» يقارب التطوّرات بمنطق ومنطوق احتفائي بـ «رسم النهايات» وبسط الخواتيم - أي خاتمة التفكير والتطوّر، وهي خاتمة كثيرا ما تعيد تقسيم الأدوار بشكل راديكالي، وينقسم أهل هذا الخطاب بالضرورة بين خطاب الاحتفاء والاحتفال من جهة، وخطاب التحذير والتخويف من جهة مقابلة، وفي كلّ الحالات، فإنّ تعامل هذا الخطاب مع قضايا الميديا والطفل كثيرا ما يتّجه نحو التحذير ودقّ ناقوس الخطر.

تأخيرها إلى وقت ظهور لاحق قد لا يكون هو ذاته وقت التبلور والتشكّل، وفي كلّ الحالات يضيّع «معنى الطفولة» شكلاً وفحوى.

المفارقة البحثية في هذا السياق تكمن في أنّ الترويج والتسويق لفكرة «اختفاء الطفولة»، خلال السنوات الاولى من ظهور المقولة، كان احتفاء بالأدوار المركزية للتلفزيون، من حيث قدرته على تقليص زمن الطفولة وتبكير زمن البلوغ والكهولة، من خلال مساهمته في تسريع مرحلة استكمال بناء التمثّلات والتصوّرات.



### الأطفال في صلب الدعاية السياسية خلال الحرب الباردة

وهذا الملمح يحيلنا إلى السياق التاريخي لرواج هذه الفكرة، (أي مرحلة الستينات والسبعينات) حيث كان العالم يعيش مرحلة الحرب الباردة، وهي مرحلة انشداد إيديولوجي صرف، وكانت الأهميّة المنوطة بالإعلام الجماهيري تكمن

## د- ثقافة حقوق الطفل والحق في الاعتراف:

أمّا الرافد الرابع، فهي المدوّنة الفلسفية والمعرفية المهمة للمدرسة النقدية - والتي تُعرّف بمدرسة فرانكفورت- بأجيالها الثلاثة، (الجيل المؤسس، والجيل الثاني ويمثله فيلسوف المجال العمومي (يورغان هابرماس) والجيل الثالث المعروف بجيل (إكسل هونيث).

وهي مدوّنة فلسفية وفكرية مهمة تناولت مبحث الإعلام والطفل من زاويتين اثنتين، الزاوية الأولى، وهي زاوية عرض الأدوار الرمزية «السلبية» للثقافة الجماهيرية وعلى رأسها الإعلام الجماهيري على الفرد والعائلة، من حيث التفكك والاغتراب والتشينة والاستلاب. وهي مبادئ تؤثر، ليس فقط على المجتمعات بشكلها الجماعي، بل إنها تؤثر أيضا على المجموعات وفق شكلها النووي الصغير والمتمثل في العائلة وبالتالي في أفرادها، والأطفال هم على رأس هؤلاء.



الاغتراب نتاج الثقافة الجماهيرية

وقد مثّلت هذه الأفكار قطب رحى كتابات الجيل المؤسس لمدرسة فرانكفورت، والمتمثل في هربرت ماركوز Herbert Marcuse وماكس هوركهايمر Max Horkheimer وثيرودور أدورنو theodor Adorno.

أمّا الزاوية الثانية، فقد مثّلها رائد الجيل الثالث من أجيال المدرسة النقدية، مجسّدا في الفيلسوف الألماني (إكسل هونيث)، والذي دارت كلّ بحوثه حول فكرة «الاعتراف» كقيمة رمزية وشرط أساسي لتأثير المجال العمومي الديمقراطي والتعددي وفق مقاربة الفيلسوف (يورغان هابرماس).

المحوري في تفكير (هونيث) يكمن في تمثّل الطفل كلبنة أساسية من لبنات مشروعه الفكري، حيث يعتبر الطفل حاضنا وموضوعا لمصفوفة من الحقوق الفردية والجماعية، وبطبيعة الحال لمجموعة من الواجبات، وذاتا مفكّرة مستقلة تمتلك كلّ القدرة على التفكير النقدي في الظواهر والمسائل وفي التفاعل المجتمعي وفي المشاركة في النقاش الجماعي والأخلاقي ضمن المجال العمومي .

في هذا السياق البحثي، يُشير الباحث الجزائري (كمال أبومنير) إلى أنّ علاقة الطفل بأمّه تُعتبر أوّل مستويات الاعتراف المتبادل، وذلك لأنّ الصورة الأولى لهذا الاعتراف تتمّ عن طريق التفاعل الأوّل القائم بين الأمّ وابنها، بحيث إنّ هذه الأخيرة هي التي تقوم بتلبية حاجاته البيولوجية والعاطفية، بل



فيلسوف الاعتراف إكسيل هونيث.

وتمثّل بالنسبة إليه نموذج الاعتراف المتبادل أو «التداول الأولي». فضلا عن ذلك، فإنّ التجربة التداوتية *Expérience Intersubjective* للحبّ تسمح للفرد-حسب (أكسل هونيث)- بالشعور بما يُسمّى «الأمن العاطفي» الذي يتعرّف من خلاله على قيمة عواطفه ومشاعره، بل وإمكانية إظهارها للآخرين الذين يتفاعل معهم في محيطه الاجتماعي.

## 2 - ماذا تفعل الميديا الكلاسيكية والاجتماعية بالأطفال؟

والحقيقة أنّ هذا التحوّل من قوّة وقدرة المنظومة الإعلامية والاتصالية على التأثير على الأطفال، تكرّس بشكل كبير، سيما بعد الحملات الرقمية للاستغلال الجنسي للأطفال، وعقب ظهور التداعيات السلبية لكثرة التعرّض للمضامين العنيفة والصادمة (سيما منها المضامين الجنسية والإباحية)، وتوظيف الأطفال في حملات الدعاية الحربية والديماغوجيا السياسية والطائفية وفي بثّ خطابات الكراهية والفتنة الأهلية، واستغلال منظومات الإعلان والإشهار لصعوبة تفرقة الأطفال بين عالم التسويق وعالم الحقيقة، وتوظيف عُسر كشف الاستراتيجيات الإقناعية المعتمدة في الإعلان والإشهار من قبل الأطفال للترويج للسلع والمنتجات التي قد لا تستجيب لمقتضيات الصحة والسلامة، مع ظهور ملامح الاكتئاب والانعزال وتأخّر النطق وحتى التوحّد

كلّ ما سبق من مقولات أثّرت التساؤل المنهجي العميق الذي على أساسه تأصّلت المدوّنة الإعلامية المهنية، والإعلامية العلمية في مبحث عنوانه «الإعلام والطفل» والمتمثّل في «ماذا فعلت الميديا بالطفل/ والطفولة معا؟ وماذا يمكن للميديا الاجتماعية والكلاسيكية أن تفعل بهما راهنا ومستقبلا؟



ظاهرة الإدمان الرقمي ومخاطرها الكثيرة على الطفل

في مستوى نموّه وإنما أيضا في مستوى استهلاكه وتلقّيه للرسالة الإعلامية.

والعائلة باعتبارها المجموعة المصغّرة، فهي التي تناط بعهدتها مسؤولية الإشراف على عملية تلقّي الطفل للمضامين الإعلامية والاتصالية، وكلّما كانت العائلة مُرافقة بالمعنى الإيجابي للطفل عند استهلاك المضامين، كلّما كانت تجربة المشاهدة ومعايشة المضامين الإعلامية تجربة مثمرة للطفل.

ويُبنى هذا الطرح على عدّة مقابلات علمية أجريت مع عائلات في دول غربية وآسيوية عديدة، أظهرت أنّ الأسئلة المطروحة من قبل الطفل والأجوبة التي تقدّمها العائلة (الأب - الأم - الجدّ - الجدّة - العمّ - الأخ الأكبر، إلخ).. تمثّل نقاشات ومعلومات في غاية الأهميّة، وهي مؤهّلة للرسوخ والتحوّل إلى معارف وتمثّلات وتصوّرات أكثر من غيرها من المعلومات التي تورد على ذهن الطفل في موارد وشوارد أخرى.



أثبتت الدراسات العلمية أنّ تجربة المشاهدة الجماعية للمضامين الإعلامية لها نتائج إيجابية جدّا.

لدى شرائح واسعة من «الأطفال الرقميّين» الذين أدمنوا العيش والانعزال داخل «الغرف الافتراضية المغلقة».

وبناء على كلّ ما سبق، تبلورت موثيق تحريرية ومدوّنات سلوك وإعلانات عالمية لحقوق الطفل، وأدلة تكوينية وتدريبية لتأطير ميكانزمات عمل المؤسسات والهيئات التعديلية والتعديلية الذاتية في العالم وفي العالم العربي على وجه الخصوص.

وهي أدلة تكوينية سعت إلى المزاوجة بين رافدين مهمّين، الرافد المعياري الدولي، من حيث القوانين والاتفاقيات الدولية التي أثّرت مسألة الطفولة، والرافد المحلي من حيث السعي لتبنيّة هذه النصوص والمعايير وفق البيئات المحليّة، وهي بيئات ذات خصوصية ثقافية وحضارية وأخلاقية محدّدة.

والمتمعّن في دراسة هذه النصوص، ينتبه إلى أنها قاربت مسألة «الإعلام والطفل» من زاويتي «الفرصة» و«الخطورة»، وبمقتضى هذه الثنائية تنبثق مقارنة الحقوق الفضلى، والتي تعني من جملة ما تعنيه حسن توظيف الإعلام في تحقيق المصالح العليا والفضل للطفل.

إلا أنّ حسن التوظيف، أو التوظيف السليم لوسائل الإعلام والاتصال في تأمين المصلحة الفضلى للطفل، لا يمكن أن تتأبّى فقط من خلال التعديل والتعديل الذاتي للمنظومة الإعلامية، ما لم تجتمع مع العائلة باعتبارها المجموعة النووية الأولى والبكر للطفل، لا فقط

على غرار الحروب والمجاعات والنزاعات الأهلية والتغيّرات المناخية والجريمة المنظّمة والاتّجار بالبشر، فإنها تبقى دائمة قاصرة ما لم يُمكن الطفل من حاضنات آمنة لتلقّي المعلومة واستقبال الرسائل الإعلامية.

وفي كلّ الحالات، فإنّ الدراسات والأبحاث المعاصرة الرصينة في مجال الإعلام والطفل، بدأت في لفت انتباه المشرفين والفاعلين على القطاع الإعلامي، والمشرّعين له أيضاً، إلى ضرورة الانتباه للتغيّرات القائمة في هذا المجال المتسارع، والسعي إلى اجترار مقاربات تستبق الزمن الرقمي وتسابق التغيّرات الهائلة القائمة في مبحث الإعلام والطفولة.

وتمثّل هذه الدراسات المتطرّقة إلى أساليب استهلاك الطفل للمضامين الإعلامية والاتصالية نقلة علمية مهمّة من سياق المدرسة الوظيفية، إلى سياق مدرسة الدراسات الثقافية والتي تستعين بمناهج الأنثروبولوجيا والأنثوغرافيا قصد فهم إجرائي وواقعي لمنظومة التفاعل بين الطفل والإعلام.

والملاحظ في هذا المبحث أنّ المنظومة التعديلية والتعديلية الذاتية، على أهمّيتها من حيث سعيها إلى تأثيث منظومات أخلاقية ومهنية دقيقة، يسترشد بها الصحفي والإعلامي خلال تغطيته للمسائل المتعلقة بقضايا الطفولة، سيما في الأزمات الإنسانية الكبرى،

### 3 - مُراجعات وإضاءات معرفية:

#### أ- الطفولة من «المرحلة الانتقالية» إلى «الذات الكيانية»:

تعتبر بعض المحاولات البحثية - التي نزع منها حريّة بالانتباه والاهتمام-، آخرها محاولة الباحثة (دافنا لاميش) في كتابها المرجعي «الأطفال والإعلام نظرة عالمية»، أنّ التمثّل الكلاسيكي للقائمين على الإعلام للطفل خاصة وللطفولة على وجه خاص، تركز حول اعتبار الطفولة «مرحلة انتقالية تهيئّة للأدوار الرمزية القادمة». فالأطفال وفق المقاربة الكلاسيكية، والتي نراها في الكثير من عناوين الجرائد

والمجلّات والإذاعات والقنوات التلفزيونية المختصّة في الطفولة في عالمنا العربي، كثيراً ما تنظر إلى الطفل بأنهم «شباب الغد» و«رجال المستقبل»، وبناء على هذه المقدّمة، يُنظر للمنظومة الإعلامية الخاصة بالطفل على أنها منظومة تحضيرية للمستقبل القريب، وتُقيّم قيمة البرامج من خلال زاوية قدرتها على تأهيل الطفل لهذه الأدوار القادمة، ويصير الحكم على سلوك الطفل حيال المضامين الإعلامية، بناء على معيار سلوك الشباب والكهول، سواء كان تنافراً أو تقارباً.

والتهيئة» للأدوار الاجتماعية المقبلة، هو في المحصلة إسقاط لحمولات رمزية وأخلاقية على الطفل، وبهذا المعنى تضيع الطفولة وتحضر «كهولة مبكرة». وبنفس المقاربة التفكيرية في العلاقة القائمة بين الطفل/الطفولة والإعلام، تعتبر هذه الدراسات المعاصرة أنه من الضروري تدوير الزوايا البحثية والمعرفية والتحليلية في ثنائية «الإعلام والطفل»، للخروج من إشكالية «ماذا يفعل/ يمكن أن يفعل الإعلام بالطفولة؟»، إلى سؤال «ماذا يفعل الطفل مع الإعلام؟».

وسؤال المعية هنا، سؤال مركزي ومحوري جدًّا، لا فقط لأنه يُخرج البحث من المقاربة الوظيفية التي تبنى على سؤال «التأثيرات» والتي تنطلق من فرضية الإعلام القوي في مقابل الطفل الهش، وإنما أيضا لأنها تضع ثنائية الإعلام والطفل في محور بحوث الأنثوغرافيا والأثروبولوجيا الرقمية.

وهي مباحث على أهميتها، إلا أنها بقيت إلى حد كبير على هامش البحث العلمي أساسا والمنظور التواصلي، في الفضاء العربي.

إذ تساعد هذه المقاربات الفكرية وهذه المناهج البحثية كثيرا في إعادة فهم واستكناه طبيعة «الحبل السري» بين الطفل والإعلام بشكل عام، والطفل والميديا الاجتماعية بشكل خاص، على ضوء مُعايشة الطفل للتجربة الاتصالية، مع كل ما يندرج تقنيا وأداتيا وفيها صُلب «ثقافة الشاشة».



## قناة شباب المستقبل شعار قناة

«سبايس تون»

تقول (لاميش): «تبنّي هذه الدراسات على الأطفال والتلفاز نظريات النمو في علم النفس المعرفي التي تركز على الطفل الفردي، وبناء على ذلك، ترى هذه المقاربة أنّ الأطفال مازالوا في عملية «التحوّل» إلى شخص بالغ، ويتمّ اختبار وقياس قدراتهم ومهاراتهم مقارنة بالنموذج المثالي للمفكر البالغ. وقد سُمّيت هذه المقاربة بـ«نموذج النقص» حيث يفترض أنّ الطفل «ناقص» مقارنة بالبالغين.

وتطرح (لاميش) في المقابل، مقارنة كيانية استقلالية للطفل وللمراحل المتعددة التي يمرّ بها، واعتباره ذاتا مفكّرة لها الحق في النمو والتطور والتراكم والاطّراد بناء على تجاربها الذاتية والجماعية، بعيدا عن المقاربة الانتظارية المعيارية التي تثبت النقص لمرحلة عُمرية محدّدة وتُلبس الكمال والنضج لمرحلة ثانية.

ذلك أنّ التعامل الإعلامي والعلمي مع مرحلة الطفولة على أنها مرحلة «الإعداد والتحضير

لعدّة أسباب. وهي فئة انتبه إليها المعلنون والمستشعرون وباتوا يبنون استراتيجياتهم التسويقية كلّما أنبأتهم الخوارزميات أنّ الجهاز انتقل من يد الأب إلى يد الطفل.



### باتت فئة «أصحاب الحفّافات» من أكثر الفئات استهلاكاً للميديا الجديدة

ومن خلال «الطفولة المُرَقَّمة»، يبدو أنّ دعوة (لاميش) إلى إعادة تحريك ساعة الرمل البحثية في مجال الإعلام والطفل باتت معقولة جدّاً، بالنظر لا فقط إلى السياقات وإلى البيئة الرقمية الجديدة، بل إلى طبيعة الظاهرة التي تستوجب استغراقاً لملاساتها واستيعاباً لحيثيّاتها وتأثيراً لتفاصيلها، بعيداً عن مقارنة «التأثير والاستجابة».

### ب - النظر إلى الطفولة والإعلام من خلال منظومة «4C».

تدعو الدراسات الحديثة في مبحث «الإعلام والطفل» إلى تنزيل الظواهر الإعلامية والاتصالية الخاصة بالطفل، ضمن إطار بحثي ومعرفي، تُطلق عليه بـ «4C»، وهي منظومة

ولقد ساعدت هذه التجربة كثيراً مراكز البحث في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا، في إعادة تحقيب المراحل العمرية للطفولة بناء على تجربتها الإعلامية والاتصالية، وبالتالي إعادة النظر نسبياً في تقسيم عالم الاجتماع النفسي لعالم النفس الاجتماعي (جون بياجيه).

وقد توصّلت هذه الدراسات إلى نتائج مهمّة جدّاً في مستويات عادات القراءة والاستهلاك الاتصالي لدى الطفل، وفي مستوى اكتساب عادة التصفح/ التمرير السريع Scrolling للصفحات والحسابات، وتمكّن اللغات واللهجات عبر الإعلام الرقمي، واكتشاف الاستراتيجيات الجديدة للمعلنين والمستشعرين في المنتجات الخاصة بالأطفال.



### ثقافة التمرير scrolling تغزو سلوك الأطفال الاتصالي

والأهمّ من كلّ ما سبق، اكتشاف فئة جديدة من كبار مستهلكي ومستعملي الميديا الجديدة، وهي فئة «أصحاب الحفّافات» وهي الفئة العمرية ما بين 0 إلى سنتين أو ثلاث سنوات، وهي فئة ما قبل الدخول إلى الروضات والمدارس التحضيرية، ونُعتبر هذه الفئة من أكثر الفئات تعرّضاً للمضامين الإعلامية والاتصالية

وفي الأخير التداعيات، والتي قد نُفسرها بالمعاني الإيجابية (التفاعل مع الآخر، فهم الثقافات والاطلاع على اللغات واللهجات الأخرى، الاندماج في المجتمع،...) أو بالملامح السلبية (الاكتئاب وقابلية العنف، والعزلة وحَتَّى الإدمان).

وهي كلّها مقوّمات نظرية ومعرفية قادرة على تفكيك الظاهرة الاتصالية لدى الطفل العربي، وتجزير الفهم العميق المنبني على فعل المعاشية والتبئية، بعيدا عن الإسقاطات المعرفية لمدوّنة النظريات الغربية العاجزة نسبيا عن تفسير الحالة العربية، فيما يخصّ «الإعلام والطفل».

### ج- الطفولة في زمن المؤثرين وصانعي المحتوى:

والحقيقة أنّ التطرّق إلى موضوع «الطفل» في زمن الرقمنة وفي ظلّ البيئات الإلكترونية، يفترض تحيينا عميقا لطبيعة علاقة الإعلام به، وذلك بفعل ظاهرة المؤثرين وصناعة المحتوى الرقمي، وهي ظاهرة تَقْتَحِم عالم الطفل والطفولة، بشكل يفترض الاهتمام والانتباه.

حيث تطرح العديد من الدراسات والأبحاث الرصينة وضعية الطفولة في منظومة صناعة المحتوى الرقمي ضمن مبحثين اثنين يعدّان في غاية الأهمية.

**المبحث الأوّل** وهو مبحث «توظيف الطفل» في صناعة المحتوى الرقمي من لدن المؤثرين

تفسيرية وتحليلية متكوّنة من 4 محاور تبدأ جميعها بحرف C. وهي على التوالي (الطفل child) و(المحتوى Content)، و(السياق Context)، و(التداعيات consequence).

حيث من الضروري النظر إلى الطفل وفق طوره من حيث العُمر والنموّ، والمحتوى من حيث النظر إلى طبيعته التفسيرية أو التربوية أو الإعلانة، أو من حيث طبيعته المضمونية تخيلية أو واقعية أو في منزلة ما بين المنزلتين، أو من حيث خصوصيّته واختصاصه، فهل هو يستهدف الأطفال أم يتحدّث عنهم؟

أمّا السياق، فهو سياق التجربة الاتصالية مع الوسيلة والرسالة على حدّ سواء، وهو سياق ثلاثي، حميمي خاص، عائلي خاص، عامّ (إمّا متعلّق بالبيئة الثقافية والحضارية، أو متعلّق بحالة البيئة، من بيئة حرب ونزاع أو بيئة أقليّات ثقافية ولغوية أو بيئة مجاعة أو بيئة رفاهية، وهي كلّها بيئة مفسّرة للرسائل وضابطة لأنواع ومحدّات التأثير).



التجربة الاتصالية والإعلامية تعتبر من أهمّ الملامح

وقد أولت العديد من الدراسات البحثية، أهمية معتبرة لهذا المبحث، مستنتجة أنّ الطفل يدخل بدوره في صيرورة ومنظومة استعراض حياته الخاصة وأعلمته خصوصياته، ويصبح يلث وراء البوز سعيا إلى تأمين بقاء وتوسعة المعجبين به ومتابعيه على شبكات التواصل الاجتماعي.



### ظاهرة «الطفل المؤثر»، ظاهرة تستحق الاهتمام البحثي

وقد أدّى قرار تطبيق تيك توك tik tok فتح المجال أمام المراهقين لفتح حسابات وصفحات رسمية، المجال أيضا أمام ظواهر لافتة واستثنائية، سيما وأنها ارتبطت بمنظومة المنح والهدايا والدفع المالي من قبل المعجبين والمتابعين للمؤثر في البث المباشر. وهي كلّها مباحث تضع المهنيين والقائمين والمشرفين على مجال إعلام الطفولة، من هيئات إقليمية ودولية ومن مؤسسات تعديل وتعديل ذاتي، حيال استحقاق تطوير آليات وميكانزمات عملها وضرورة توسعة آفاق عملها نحو تعديل أخلاقي ومهني للمحتوى الرقمي الخاص بالطفولة، يعالج المسألة بمقتضى واقعها وحسب مقتضياتها.

والمؤثرات الذين يستعرضون حياتهم الخاصة، ويؤعلمون المجال الحميمي، وبالتالي يحولون الطفولة بمختلف مستوياتها إلى موضوع للعرض الرقمي، وبالتالي لزيادة المتابعين والمشاهدين. هنا بالإمكان تقديم أمثلة عن مؤثرين ومؤثرات في العالم، حولوا تحديد جنس الرضيع إلى موضوع حلقاتهم، وفعل الولادة إلى موضوع للمحتوى، ناهيك عن الاحتفال بعيد الميلاد الأول، وحتى الختان، ودخول الحضانة...إلخ.

وهم بهذا المستوى، يؤعلمون الطفولة دون أدنى مقومات مهنية أو أخلاقية، ويوظفون أطفالهم، لا فقط قصد تسويق بعض الآراء وشرعة بعض المعتقدات والعادات والتقاليد التي لا تنتمي إلى فضاء الطفولة بأيّ حال من الأحوال، وإنما أيضا وهو الخطير جعل الأطفال هدفا للإعلانات التجارية الخاصة بالأطفال، وبالتالي تحويل فضاء العائلة عامّة والأطفال على وجه الخصوص إلى مجال للتسويق التجاري.

أما **المبحث الثاني**، فهو «الطفل المؤثر l'enfant influenceur»، وهو مبحث قادر على أن يقلب ظهر المجنة على المدرسة الوظيفية وعلى التقسيم الكلاسيكي للأدوار ما بين الإعلام والطفولة، حيث إنّ الطفل هنا يصبح هو الفاعل في الميديا لا المفعول به من قبلها، ويصير مؤثرا على فئة من المتابعين من مختلفي الشرائح العمرية، ومن بينهم الأطفال أيضا.

## الخاتمة:

تبقى اللوائح المهنية ومدونات السلوك ومواثيق التحرير، والمعاهدات القانونية والإعلانات التشريعية المؤنّثة للعلاقة بين «الإعلام والطفل / الطفولة»، في غاية الأهمية التأسيسية والتأصيلية والمعيارية، ولا يمكن تجاوزها بأيّ حال من الأحوال، حتّى وإن انطلقت من فرضيات وارنكزت على أسس قابلة للنقاش، لا من حيث قدرتها التفسيرية ودقّة منطقها الداخلي فهذا مُسلّم بوجودتها وجديتها، وإنما من حيث ضرورة تحيينها وتحديثها لمحاكاة التغيّرات الشاملة التي هزّت مقومات البيئة والبنية الإعلامية والاتصالية على حدّ سواء.

في ديباجة كتابه عن التنوّع الثقافي، شدّد الفيلسوف الفرنسي (أرمان ماتلار) على ضرورة تقليب الساعة الرملية للتاريخ لفهم صيرورة التاريخ ومساراته الكبرى، ويبدو أننا في أمسّ الحاجة إلى تقليب متسارع وحثيث للساعة الرملية للإعلام والاتصال، لفهم التغيّرات القائمة على الظواهر الاجتماعية في زمن الرقمنة...

ذلك أنّ إبقاء الساعة الرملية على حالها، زمنًا طويلا، يُسقطنا في مطبّين اثنين، الأوّل الإيهام بأنّ الحالة مستقرّة وثابتة، مسار عمودي قارّ من فوق إلى الأسفل، والثاني «الفراغ» لجانب وامتلأ آخر، والحقيقة أنّ الظاهرة الإعلامية والاتصالية، مثلها مثل الطبيعة، ترفض الفراغ، وتأبى الاستفراغ.

## المراجع

1. دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، (الدوحة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2015)، ص39.
2. بسّام عيشة، دليل عملي للتعاطي الإعلامي مع قضايا الطفل، الهيئة العليا المستقلّة للاتصال السمعي البصري، مكتب اليونيسيف في تونس. 2021.
3. George Gerbner, «Press Perspectives in World Communication: A Pilot Study», Journalism Quarterly, 1961(3), 313-322.
4. George Gerbner, «Pouvoir institutionnalisé et systèmes de messages», In: Communications, 14, (1969), La politique culturelle, p116-128.

5. Paquette Etienne Gingras, «La violence des autres : la violence et les medias de l'assemblée populaire à la télévision», thèse du doctorat, Université du Québec à Montréal, Juin 2010.
  - التميمي فهد عبد العزيز مندي، «التراث البحريني كما تعكسه الدراما التلفزيونية- دراسة تحليلية في إطار نظرية الغرس الثقافي»، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، الجامعة الأهلية، البحرين، 2022.
  - شائق وفاق زقاق شقيب، «دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطن لدى طلبة الإعلام والاتصال»، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022/ 2023.
  - العيسى هدى إسماعيل جبرائيل، «الإنماء الثقافي والإعلانات التجارية على قناة Mbc1 خلال نشرة الأخبار»، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، الشرق الأوسط، البحرين، 2011.
- (George Gerbner, Violence et terreur dans les medias, (Paris: Unesco, 1989).
6. دافنا لاميش، الأطفال والإعلام، نظرة عالمية، ترجمة محمد زيد ملك وعبد الإله بن عبد الله الجاسر، دار جامعة الملك سعود للنشر، الرياض، 2021، ص305.
7. تعتبر بعض الدراسات الفلسفية أنّ جيل إكسيل هونيث هو الجيل الرابع لمدرسة فرانكفورت.
8. إكسيل هونيث، فلسفة الاعتراف ونزع الحقايرة، كتاب كوّة، 2 يناير 2021، ص35 - 36.
9. كمال أبو منير، مسألة الاعتراف لدى إكسيل هونيث.
10. دافنا لاميش، المرجع نفسه، ص22 - 26.
11. المرجع نفسه، ص 29 - 30.
12. المرجع نفسه.
13. Vanessa Cezarita Cordeiro, Les « enfants-influenceurs » et les réseaux sociaux : L'évolution de l'exploitation des enfants à l'ère du numérique, <https://www.humanium.org/fr/les-enfants-influenceurs-et-les-reseaux-sociaux-levolution-de-lexploitation-des-enfants-a-lere-du-numerique>.
14. Ibid.

## أطفالنا، مستقبلنا: التنشئة على المشاهدة، والتفكير، والإبداع في العالم الرقمي

أ. Giuseppe Solinas

الهيئة الإيطالية للإذاعة والتلفزيون Rai



الولادة، فلا يبدأ بالمشي إلاّ بعد عيد ميلاده الأول، وحتى في سنّ التاسعة، يكون قد قطع نصف الطريق فقط نحو النضج. هذا الاختلاف يرتبط هيكلياً بالاستراتيجية التطورية التي جعلت الإنسان كائناً مهيمناً. فالإنسان، لأنه الأكثر هشاشة مقارنة بالحيوانات الأخرى، تعلّم كيف يكون المسيطر بفضل الذكاء، والرعاية الأسرية، وحماية الأطفال. لقد قاد التطور الإنسان إلى أن يفضّل التنظّم في مجموعات عائلية على الصيد الفردي، وهذا ما سمح للأطفال بأخذ الوقت الذي يحتاجون إلى النموّ وتطوير القدرات.

من الطبيعي كآباء وأمّهات أن نشعر بأننا موعودون بشكل مطلق لأبنائنا. فجميعنا نشعر بأنّ أبنائنا هم الأشخاص الأهمّ والأعلى في حياتنا. ومع ذلك، فإنّ الأطفال والشباب ليسوا مجرد أبطال داخل أسرهم، بل هم واحد من أهمّ موارد تطوّر البشرية عبر تاريخها، مثلما أكدته الاكتشافات الحديثة لعلوم الآثار.

يستطيع المهر أن يقف على قدميه بعد 20 إلى 45 دقيقة من ولادته، ويصبح الحصان مكتمل النموّ في سنّ التاسعة. أمّا الإنسان حديثاً

الأدوات. وبذلك اجتمع العمل، والتعلم، واللعب في آن. لقد وُفِّرَ إبداع الأطفال الابتكار: جَرَّبُوا موادَّ جديدة، وطَوَّروا مهارات جديدة، ونقلوها إلى الآخرين. العديد من رؤوس سهام حجر السج صُنعت بأيدي صغيرة وهي الأيدي نفسها التي أبدعت فنَّ الكهوف.

اليوم أيضاً، لا نزال نفعل نفس الشيء: نغذي أطفالنا، ونعلمهم في المدرسة، وننتظرهم حتى يكونوا مستعدين لدخول سوق العمل وأخذ مكانهم في المجتمع. في العصور القديمة، كان الكبار يعتمدون على الأطفال والشباب في جمع الطعام، والصيد، وصناعة

## الطفل مصدر ملهم لتطوير الإعلام

اللغة والقيم الثقافية التي ينشؤون عليها. لقد أحدثت التكنولوجيا تغييرات جذرية في عادات المستهلكين، وهي تغييرات متشابهة في جميع أنحاء العالم. لم يعد أفراد الجيل Z (المولودون بين أواخر التسعينيات و2010) والجيل ALFA (المولودون بعد 2010) يجلسون أمام التلفزيون أو يعتزلون في غرفة للاستماع إلى الراديو. وهذا ينطبق على أوروبا وأمريكا، كما ينطبق على

**يمكن للتلفزيون والراديو الانتقال بفعالية إلى الإنتاج الرقمي، إذ كان هذا التطور مستلهماً من الأطفال ومصمماً لتلبية احتياجاتهم.**

آسيا وإفريقيا.

وللتكنولوجيا تشابك مع بعض الوظائف النفسية والعصبية والعاطفية الأساسية في دماغ الطفل، مثل الانتباه والتركيز، والتشكل العاطفي، والشعور بالذات، والتفاعل مع الأقران والأسرة. وهذا صحيح بصرف النظر عن جنسية الطفل.

عند التفكير في كيفية تأقلم إعلام الخدمة العامة مع التقنيات الرقمية، فإنَّ إحدى الإجابات الممكنة هي أنَّ وسائل الإعلام التقليدية يمكنها أن تتعلَّم الكثير من الجماهير الشابة. يمكن للتلفزيون والإذاعة الانتقال بفعالية إلى الإنتاج الرقمي، إذا كان هذا التطور مُستلهماً من الأطفال ومصمماً لتلبية احتياجاتهم.

إنه تحدُّ عالمي مشترك. وبحكم النظام القانوني الذي

يعمل ضمنه، والبيئة الثقافية، وعلاقته مع الجمهور، وموقعه السياسي والدولي، يمكن لإعلام الخدمة العامة أن يقارب دوره بطرق مختلفة. ومع ذلك، يمكن القول إنَّ أفضل الممارسات لتلبية احتياجات الأجيال الشابة تكاد تكون كونية، رغم الاختلافات، فأطفالنا لديهم احتياجات متشابهة، بغض النظر عن

واعتبار الصبغة الضرورية للتعاون الدولي، بقدر ما توجد تحديات، توجد كذلك أسباب للتفاؤل.

ومع تقدّم الابتكار بسرعة مذهلة، أصبح الحوار بين الثقافات أكثر أهميّة من أيّ وقت مضى. وهنا، يجب تبادل أفضل الممارسات،

## إنترنت الطفل: رفاه ومخاطر

الآباء مع أطفالهم حول تجاربهم على الشبكة. ودير بالذكر أنّ البحث المشار إليه، أجري في المملكة المتحدة على عيّنة تضمّ 1001 طفل تتراوح أعمارهم بين 9 و16 عامًا وآباءهم. ورغم كلّ تلك المزايا، تطلّ لدى الآباء بعض الأسباب الوجيهة للحفاظ على قدر من الرقابة، إذ تشير الأبحاث إلى أنّ المراهقين يقضّون ما يصل إلى سبع ساعات يوميًا أمام الشاشات، وهذا يعادل تقريبًا نصف ساعات يقضّونها.



**75 % من الأطفال يعتبرون التكنولوجيا مهمّة لاستقلاليتهم، فيما يعتبر 41 % أنّ قضاء الوقت على الواب يحسّن ثقتهم بأنفسهم، ويقول 65 % بأنّ الإنترنت يجعلهم يشعرون بالسعادة.**

ويمكن للإنترنت أن تفاقم مخاوف هؤلاء اليافعين بشأن صورتهم الجسدية ومظهرهم الخارجي. وتفيد الإحصاءات: أنّ عددًا متناميًا من الأطفال يبلغون عن تواصل غريباء معهم، خاصة الفتيات في سنّ 15 و16 عامًا. كما أنّ هناك أقلية متزايدة من العيّنة وهي 14 %

يُظهر التقرير الموسوم بـ«رفاهية الأطفال في العالم الرقمي» لعام 2024 الصادر عن Internet Matters أنّ 75 % من الأطفال يعتبرون التكنولوجيا مهمّة لاستقلاليتهم، فيما يعتبر 41 % أنّ قضاء الوقت على الواب يحسّن ثقتهم بأنفسهم، ويقول 65 % بأنّ الإنترنت يجعلهم يشعرون بالسعادة.

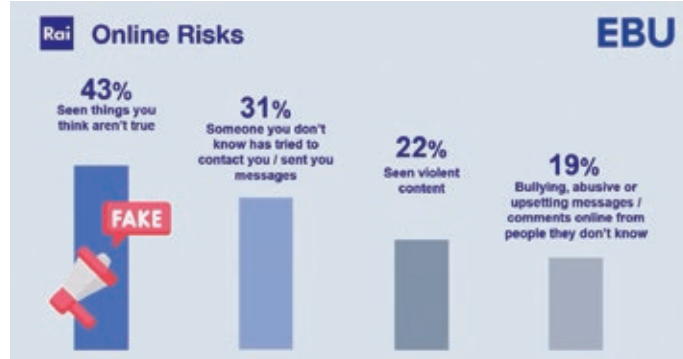


واعتمادًا على ذات التقرير، يستفاد أنّ الإنترنت مصدر إلهام لـ 72 % من الأطفال ومحفّز للإبداع لـ 31 % منهم. ويتّفق المراهقون بنسبة 83 % على أنّ التكنولوجيا الرقمية أساسية للبقاء على اتصال مع الأصدقاء وبنسبة 60 % للانتماء إلى مجموعة.

لقد غدت الرقابة الأبويّة على الأنشطة عبر الإنترنت أكثر فعالية، ممّا يؤدّي إلى تحسين الحوار بين الأجيال، حيث يتحدّث المزيد من

الشبكة يؤثر سلبًا على صحتهم الجسدية. وإلى ذلك كله، هناك أيضًا وقع سلبيّ متزايد للمعلومات المزيّفة، والمحتوى العنيف، والمحتوى العنصري. والمحتوى الجنسي.

يشعرون بالوحدة أو العزلة بعد قضاء وقت في استعمال الإنترنت. ولقضاء الوقت أمام الشاشات تأثير جسدي، حيث يقول 63% من الآباء إنّ الوقت الذي يقضيه أطفالهم على



## مواليد العصر الرقمي

يريدون حوارًا حقيقيًا؛ إنهم يسعون للمشاركة، ويريدون التحدّث عن أنفسهم بأنفسهم ويتطلّعون إلى أن يكونوا ممثّلين بصدق في وسائل الإعلام، وهم يقدرّون المبدعين الذين يتحدّثون إليهم مباشرة بلغتهم وبمحتوى أصيل، وأنت، كوليّ أو كأحد المتخصّصين في الإعلام، إنّ أنت تجاهلت انتظاراتهم ضيّعتهم وخسرتهم.

لقد أزيح المتخصّصون في الإعلام عن مقعد القيادة بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي، وابتاتوا يصارعون للحفاظ على الصّدارة والمصداقية. إنهم يتنافسون مع خوارزميات لديها جاذبية لا تقاوم، فهي تجعل التجارب على الإنترنت محفّزة، وجذّابة عاطفيًا، ومن ثمّة مسبّبة للإدمان.

لقد صيغ مصطلح «مواليد العصر الرقمي» لأوّل مرّة في عام 2001 لوصف جيل نشأ بشكل طبيعي مع التكنولوجيا الرقمية، ولا يمكنه تذكّر زمن ما قبل الإنترنت، والهواتف المحمولة، ومشغّلات MP3. في يونيو 2007، أُطلق أوّل هاتف آيفون، ذاك الذي جمع لأوّل مرّة في جهاز واحد بين الهاتف، والشاشة التفاعلية، والوصول إلى الإنترنت، ومشغّل MP3. بدت المسألة كمصباح علاء الدين «انقر على الشاشة، افرك المصباح السحري، وها هو الجنيّ عندك ليحقّق أمنياتك». اليوم، تجاوز الأطفال ذلك السّحر وابتات من الممكن تعريفهم بـ «أبناء المنصّات». لقد ولدوا ونشأوا في عالم يوتيوب، وفيسبوك، وتيك توك. في هذا العالم، لن يقبل الأطفال أن يُتعامَل معهم باستعلاء، بل تراهم

إنّ من الصعب على وسائل الإعلام التقليدية أن تجاري ذلك، لاسيما مع المراهقين الذين يندفعون بشكل خاص في هذا التيار بسبب حاجتهم للاعتراف، والاندماج والقبول، من مجموعتهم الاجتماعية. لا مفرّ إذن: يجب على إعلام الخدمة العامّة أن يستخدم هذه الأدوات لصالحه، وعليه أن يتأكد من أنّ محتواه عالي الجودة وجذاب، وعاطفيّ، ومُحفّز.



منذ البداية، رفضت منصّات وسائل التواصل الاجتماعي تحمّل المسؤولية عن المحتوى الذي تنشره، حتى عندما يكون ضارًا بالأطفال والكبار على حدّ سواء. وفي خطوة تعرّضت لانتقاد واسع، تخلّت شركة «Meta» عن استخدام مدقّقي

الحقائق المستقلّين على فايسبوك وإنستغرام في وقت سابق من العام 2025، واستبدلتهم بـ «ملاحظات المجتمع».

تأتي هذا التحوّلات في سياق تغيير عميق للخطاب السياسي العامّ. لقد ولّى زمن الصّراع بين الأخبار المزيّفة والأخبار الجيدة. نحن نعيش الآن في عصر يتمّ فيه استغلال الأخبار المزيّفة بشكل صارخ من قبل السياسيين ورؤساء الدول المنحازين لمصلحتهم الخاصة. وفي هذا المناخ السياسي، قام (مارك زوكربيرج) بإقالة

«المراقبين المتحيّزين سياسيًا» الذين ينتقدهم من أجل «العودة إلى جذورنا المتعلقة بحريّة التعبير»، على حدّ قوله. وهكذا راح حارس بوّابة كان يمكن أن يساهم في السيطرة على بعض أخطر التهديدات عبر الإنترنت: المعلومات الخاطئة ونظريات المؤامرة، والتنمّر، والعنف والإساءة، والمحتوى الجنسي، والاتصال غير المرغوب فيه من الغرباء.

لقد وقع الربط سببًا بين الاستعمال المبكّر للهواتف الذكية وألعاب الفيديو، والعزلة الاجتماعية، والعبء المعرفي الزائد، وقصر مدّة الانتباه. ومن المفهوم، تبعًا لذلك، أن تناقش الدول فكرة إقرار «سنّ للرشد الرقمي» - وهو اقتراح

### تناقش بعض الدول فكرة إقرار "سنّ للرشد الرقمي" وهو اقتراح لحظر الهواتف الذكية أو وسائل التواصل الاجتماعي على القاصرين.

لحظر الهواتف الذكية أو وسائل التواصل الاجتماعي على القاصرين. على سبيل المثال، أعلنت أستراليا نيّتها تطبيق قيود على وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد الذين تقلّ أعمارهم عن 16 عامًا. وتمثّل هذه المبادرة سابقة عالمية من حيث تنظيم الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أساس العمر. وبمقتضى ذلك، ستكون المنصّات مسؤولة عن اتخاذ التدابير المناسبة للتحقّق من عمر المستخدمين، مع فرض عقوبات تصل إلى 50 مليون جنيه

الوقت الذي يقضونه مُبحرين. وأفادوا أنهم شاركوا أقرانهم وأشقائهم ما تعلموه للمساعدة في الحفاظ على سلامة الآخرين.

يجب علينا أيضًا أن نعترف بأننا قد نفع في شيء من الانحياز، فثقافة الإنترنت ليست سامة بطبيعتها، وهي في حالاتها الفضلى شاملة، مبدعة، مُمكنة، وتوفّر فرص التواصل، والهويّة، والتعلّم، والمتعة. لذلك إن قُيِّض للإعلام العمومي أن يكون له تأثير، فسيكون ذلك على الإنترنت بدلاً من الراديو والتلفزيون، فعلى الإنترنت، نستطيع الوصول إلى جماهير جديدة وشابة.

### السؤال هل يستطيع إعلام الخدمة العامة بناء عالم رقمي أفضل بدلاً من مجرد حضره؟

إنّ تركيز سائر هيئات البثّ الدولية على مناقشة الاتجاهات الجديدة وأفضل الممارسات، في محافل من قبيل المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون في دورته (25)، وأيام هيئة الإذاعة والتلفزيون الإيطالية واتحاد الإذاعات الآسيوية في نابولي، ABU Rai 2025، دليلاً على الأهمية الحاسمة لبرامج الأطفال في العالم الرقمي.



إسترليني في حال عدم الامتثال. وتتخذ كلّ من ميتا، ويوتيوب، وتيك توك، وسناب شات موقفاً قوياً بشأن هذه القضية، مؤكدين على التزامهم بحماية المستخدمين المراهقين وبتبنيهم اتخاذ إجراءات قانونية إذا لزم الأمر. ويُنظرُ إلى المثال الأسترالي باهتمام من قبل الدول الأخرى. ومع ذلك، يظلّ السؤال قائماً حول ما إذا كان مثل هذا الحظر واقعياً وفعالاً حتى لو كان قابلاً للتنفيذ.

هذه هي آراء الكبار. ولكن هل ناقشنا مثل هذه السياسات مع أطفالنا؟ فقد خلصت دراسة حديثة إلى أنّ الشباب يريدون الشعور بالاعتدال على إدارة حياتهم على الإنترنت وممارسة حكمهم الشخصي قدر الإمكان، بدلاً من أن يتمّ الإشراف على المحتوى من قبل الآباء/مقدمي الرعاية. ووفقاً لبحث لوزارة الرقمنة والثقافة والإعلام والرياضة في المملكة المتحدة يعود إلى مارس 2022، أجرته شركة Ecorys UK، فإنّ الأطفال ليسوا بأيّ حال من الأحوال متلقّين سلبين للمحتوى الضارّ المحتمل على الإنترنت، وهم قادرون على تطوير استراتيجياتهم الخاصة وتغيير سلوكهم في ضوء المخاطر التي يواجهونها على الشبكة، إذ يصبحون أكثر انتباهاً لتلك المخاطر ويتعلّمون كيفية اكتشافها والحماية منها. وذكر المستخدمون الشباب أيضاً أنهم أصبحوا أكثر حذراً بشأن ما ينشرونه على الإنترنت، وبشأن الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبمقدار

إدارة Rai وعضوة مجلس إدارة اتحاد الإذاعات الأوروبية (EBU): «هدفنا هو تلبية احتياجات الجيل Alfa، ونريد أن نكون أكثر قدرة على المنافسة بعروضنا التعليمية والإخبارية على التلفزيون الخطّي والمنصّات الرقمية، كليهما».

لقد شكّلت هذه المحافل فرصًا، بالنسبة إلى Rai، لمناقشة تقاليدنا العريقة في برامج الأطفال مع مذيعين من المنطقة العربية ومنطقة آسيا والمحيط الهادئ. وفي هذا الاتجاه، تقول سيمونا أغنيس، عضوة مجلس

## تجربة هيئة الإذاعة والتلفزيون الإيطالية

والعائلات، قياسا للخيارات التجارية العديدة المتاحة، مع التركيز الواضح على القيم العامة، والتعليم، والابتكار.

هناك ثلاثة مبادئ توجيهية رئيسية في الغرض:

### - أولاً الترفيه والتعليم

عبر إنشاء محتوى لا يقتصر على جذب الأطفال والمراهقين فحسب، بل يوفر أيضاً فرصاً تعليمية ذات مغزى.

### - ثانياً الرواية المبتكرة

وذلك قصد استكشاف لغات وأساليب جديدة تناسب مع شباب اليوم.

### - ثالثاً تنمية المواهب الجديدة ودعم

المبدعين الناشئين لتقوية صناعة السمعي البصري في إيطاليا.

ويتجاوز عمل Rai Kids الإنتاج الداخلي ليشمل الترويج الفعلي لإنشاء محتوى أصيل بالشراكة مع شركات الإنتاج المستقلة، خاصة في قطاع الرسوم المتحركة.

اليوم، تدير هيئة الإذاعة والتلفزيون الإيطالية Rai، عبر شركتها Rai Kids المتخصصة في إنتاج المحتوى الموجّه إلى الطفل، ثلاث قنوات تلفزيونية للأطفال وهي: Rai Yoyo



الموعودة لجمهور مرحلة ما

قبل الدراسة، و Rai Gulp الموجّهة إلى الأطفال الأكبر سناً، و Rai Scuola وهي قناة تعليمية تتضمّن محتوى للأطفال، بينما تتوفّر خدمة إذاعية منفصلة ومتخصصة على Rai Radio Kids. وعلى المنصة الرقمية Raiplay،

يوجد قسمان مخصّصان للجمهور الشاب، هما Raiplay Bambini - وهي مجموعة مختارة من الرسوم المتحركة وبرامج الأطفال و Raiplay Teens - وهي مجموعة مختارة من المسلسلات، والبرامج، والمنوعات الحيّة للمراهقين.

لقد كان محتوى الأطفال على الدوام حجر الزاوية في مهمّة Rai للخدمة العامة. ويتميّز دور Rai في تقديم برامج عالية الجودة للأطفال

غالبًا ما تكون Rai Yoyo هي الشاشة الأولى التي يصادفها الصغار. Rai Yoyo ليست مجرد قناة تلفزيونية - إنها ترحب دافئًا بالعالم بالنسبة إلى الأطفال الذين لم يلتحقوا بالمدرسة بعد، أو الذين اتخذوا للتو خطواتهم الأولى فيها. إنها أيضًا الوجه الودود للبت العام، حيث تقدّم محتوى عالي الجودة بلا مقابل. في الواقع، إنها خالية تمامًا من الإعلانات، وتركّز فقط على العطاء، وليس على الأخذ.

ما هي المقاصد من ذلك؟ الإجابة هي مساعدة الأطفال على التعامل مع العالم بثقة، وتبصيرهم بأنّ هناك مكانًا لكلّ شخص، وأنّ التحديات يمكن التغلّب عليها، وأنّ الآخرين يمكن أن يكونوا أصدقاء، وأنّ للخيارات عواقب وتبعات. إنها بوصلة عاطفية يومية، تتكوّن من قصص، وألوان، وشخصيات تتحدّث لغتهم.

**الشبكة البرمجية لقناة Rai Yoyo مزيج ملوّن من المحتوى المصمّم للمشاهدين الأصغر سنًا، إلى برامج ما قبل الدراسة، تلك التي تعمل كمدخل سلس لولوج المدارس الابتدائية.** هناك أيضًا الكثير من البرامج المناسبة للعائلة، لأنّ مشاهدتها مع الأطفال لا تزال تعدّ واحدة من أفضل الطرق لتحقيق نموّهم.

من حلقة إلى أخرى، تمزج Rai Yoyo بين الرواية، والترفيه، والمحتوى التعليمي. بعض البرامج تقدّم أساسيات في اللغات، والفنون، والتاريخ، أو الرياضيات - مع الحفاظ دائمًا على الأشياء

ويضع مؤلّفو Rai Kids دائمًا في الاعتبار أهميّة تعزيز القيم الإنسانية والمدنية، وتقديم أدوات تعلّم ذكية، وتقديم نماذج قدوة شاملة وغير نمطية لكلّ من الأولاد والبنات. ويهدف المحتوى إلى مساعدة الشباب على فهم أهميّة احترام الآخرين، واحتضان التنوّع بين الجنسين، والتصدي للعنف. وهناك أيضًا تركيز قويّ على اللغة، عبر تشجيع الأطفال على استخدام اللغة الإيطالية الصحيحة، مع تعلّم الإنجليزية واللغات الأخرى.



وتهدف Rai أيضًا إلى تعليم قيمة احترام القواعد، ورصد العلامات المبكرة للسلوك الضارّ، واستخدام وسائل الإعلام والإنترنت بأمان وحكمة. إنّ الإصغاء إلى ما يحتاج إليه الأطفال وإعطاءهم الكلمة يشكّل أولوية رئيسية أخرى. تريد Rai كذلك أن يشعر الشباب بأنهم أكثر ارتباطًا بأوروبا وأن يرسّخوا شعورًا قويًا بالانتماء. باختصار، تريد **Rai Kids المساعدة في نموّ الأطفال وهم يستمتعون، وتريد إثارة الفضول والخيال لديهم، وتعليمهم تذوّق الجمال.**

الاجتماعي ويكتشفون الويب، وغالبًا ما يسترشدون بالأصدقاء أو الأشقاء الأكبر سنًا، فيجدون جميع أنواع المحتوى. إنها مرحلة مليئة بالضغوط لاستعجال النمو ودخول مرحلة المراهقة قبل الأوان. ومع ذلك، هناك رغبة هادئة، لا يتم التعبير عنها أحيانًا، في التمسك بالطفولة لفترة أطول.

لهذا السبب، تقدّم Rai Gulp مجموعة متنوعة، ومفتوحة لكل شكل من أشكال الرواية: من الرسوم المتحركة إلى الخيال، ومن برامج الأستوديو إلى الأفلام الوثائقية، والوثائقيات المتخيّلة، والأشرطة السينمائية، والموسيقى. إنه محتوى مصمّم ليس فقط للترفيه ولكن لدعم النمو. هناك التزام يتمثل في مساعدة الأطفال ليصبحوا مواطنين واعين، وتطوير التفكير النقدي لديهم، وتمكينهم من إدراك معنى التمييز ورفضه، وقبل كل شيء، الثقة في قدراتهم الخاصة. لا يقتصر الأمر على قول «لا» للصّور النمطية، التي تأتي بقوة من الويب، والإعلانات، والعادات الثقافية البالية بل يتعلّق بتفكيكها بالذكاء والاحترام، عبر استخدام نهج



الخفيفة والمرحة. وتتجنّب القناة أيضًا التمايز المبكر القائم على النوع الاجتماعي، والذي غالبًا ما يمارس لدوافع تسويقية لاحتياجات حقيقية، وذلك بعروض مصمّمة لجميع الأطفال: الأولاد والبنات معًا، دون تصنيفات.

وبما أنّ الأطفال الصغار اليوم سريعو الانتقال من التلفزيون إلى الهواتف الذكية أو الأجهزة اللوحية لوالديهم، فإنّ عالم Rai Yoyo يتوسّع بشكل طبيعي ليشمل RaiPlay Yoyo، وهي منصّات حسب الطلب، تمكّن المشاهدين الصغار من إعادة مشاهدة شخصياتهم المفضّلة أو اكتشاف شيء جديد. إنه عرض ديناميكي متنوّع، صمّم لينمو معهم. وماذا عن Rai Gulp؟ إنّ مهمّتها لا تقلّ عن مرافقة الأطفال والمراهقين خلال إحدى أكثر المراحل حساسية في حياتهم، أي الانتقال من الطفولة إلى المراهقة. إنها ليست بالرحلة السهلة، بل هي طور من العمر يتّسم بتغيّرات سريعة ومعالم تتبدّل كلّ عام.

**جمهور القناة المستهدف يتراوح بين 7 و12 عامًا، أي عندما يكتشف الأطفال المدرسة، والقراءة، والاستقلالية، والاختلافات التي تبدأ في الظهور من حولهم.** يشاهد هؤلاء الأطفال القنوات المخصّصة للجمهور الشاب، ولكنهم أيضًا فضوليّون بشأن برامج أوقات الذروة. ومع توقّر الهواتف الذكية في أيديهم، يصبحون مستخدمين لوسائل التواصل

الإيجابي. وهنا، يحظى موضوعان باهتمام خاص، هما مكافحة التنمر وتجاوز التنميط الجندري، والموضوعان كثيرا ما يتداخلان، ومعالجتهما أمر حاسم للنمو في عالم أكثر عدلاً وانفتاحاً.

في عام 1950، طوّرت (ماريا مونتيسوري)، وهي طبيبة ومربية إيطالية، نهجاً تعليمياً ثورياً مصمماً لتعزيز المهارات في العالم الحقيقي، مع احترام القدرات والاهتمامات الطبيعية للأطفال. ومن روح ذلك النهج، ابتدعت RAI سلسلة من البرامج التعليمية المصممة لتزويد الجماهير بالأدوات اللازمة للتعاطي مع عالم دائم التغير.

هناك ثلاث مبادرات جديدة بالتنويه في هذا الغرض هي - «SkillZ» (مهارات)، و«Pillole contro la disinformazione» «حبوب ضد التضليل»، و«Quando batte il cuore» «عندما ينبض القلب»، وثلاثها تجسّد بشكل مثالي المهمة المطلوبة، رغم أنها تستهدف فئات عمرية مختلفة وتستكشف مواضيع مختلفة، إذ تشترك في خيط ناظم:

أما سلسلة «Pillole contro la disinformazione» «حبوب ضد التضليل» فهي عبارة عن مقاطع فيديو قصيرة تتناول مخاطر المعلومات المضلّة، وتوفّر أمثلة وأدوات لمساعدة المشاهدين على رصد تلك المعلومات ومكافحتها، وهذه السلسلة المتوفرة عبر الإنترنت وعلى قنوات Rai التلفزيونية الخطيّة، تغطّي قضايا مختلفة، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي، والتلاعب بالصور، والتحيز الذاتي، ودور التحقق من الوقائع وتدقيقها.

في عام 1950، طوّرت (ماريا مونتيسوري)، وهي طبيبة ومربية إيطالية، نهجاً تعليمياً ثورياً مصمماً لتعزيز المهارات في العالم الحقيقي، مع احترام القدرات والاهتمامات الطبيعية للأطفال. ومن روح ذلك النهج، ابتدعت RAI سلسلة من البرامج التعليمية المصممة لتزويد الجماهير بالأدوات اللازمة للتعاطي مع عالم دائم التغير.

هناك ثلاث مبادرات جديدة بالتنويه في هذا الغرض هي - «SkillZ» (مهارات)، و«Pillole contro la disinformazione» «حبوب ضد التضليل»، و«Quando batte il cuore» «عندما ينبض القلب»، وثلاثها تجسّد بشكل مثالي المهمة المطلوبة، رغم أنها تستهدف فئات عمرية مختلفة وتستكشف مواضيع مختلفة، إذ تشترك في خيط ناظم:



اليوم، تدير هيئة الـ Rai عبر شركتها Rai Kids 3 قنوات تلفزيونية للأطفال؛ RAI Yoyo، الموجهة إلى جمهور مرحلة ما قبل الدراسة. Rai Gulp إلى الأطفال الأكبر سناً Rai Saro قناة تعليمية.

تقدّم كلّ حلقة أمثلة عملية وأدوات لمساعدة المشاهدين على التعرّف على المحتوى المضلل. صُمّم هذا العمل للاستخدام الفوري، وهو بمثابة إسعافات أولية رقمية سريعة ومؤثرة، تعلّم المشاهدين أن لا يكتفوا بالاستهلاك وأن يتساءلوا.

وبخصوص سلسلة «SkillZ» ذات الأسلوب الوثائقي، فهي



موجّهة إلى الجيل Z، أي الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و35 عامًا، وهي تهدف إلى استكشاف وشرح المهارات الحاسمة لفرص العمل المستقبلية. تدور أحداث كلّ حلقة في سياقات إيطالية مميزة، مثل الرياضة، وكذلك التكنولوجيا، والفن، والبيئة،

حيث يلتقي مقدّم البرنامج، وهو مبدع شاب، بالمهنيين ويقدم للشباب أمثلة حول كيفية الاستعداد للمتغيّرات في عالم العمل، والنتيجة صورة ديناميكية لعالم متحوّل، يتمّ سردها من خلال أصوات أولئك الذين يشكّلونه بالفعل. ومن المهارات الرقمية إلى حلّ المشكلات بإبداع والذكاء العاطفي، توضّح سلسلة «SkillZ» شيئًا واحدًا، وهو أنّ المستقبل من نصيب الأشخاص القابلين للتكيف، والفضوليين، والمتعطشين للتعلّم.

وبدلاً من التحدّث إلى الشباب بشكل متسلّط وفوقي، تتوجّه «SkillZ» إليهم بصدق، وبلغتهم وبما يناسب مستواهم.

في زمن تتعرّض فيه ثقة الناس وانتباههم وتطلّعهم إلى الرفاه، إلى التجاذب والسلعة، يتحمّل المذيعون العموميون مسؤولية اجتماعية رئيسية. هكذا تسعى هيئة الإذاعة والتلفزيون الإيطالية RAI إلى أن تكون أكثر من مجرد منصّة سلبية، لترقى إلى مرتبة الشريك في تنمية الشباب. وهذا الالتزام مذكور بوضوح في عقد الخدمة الذي يحكم عمل الشركة.

تعمل Rai بموجب عقد خدمة مع وزارة التنمية الاقتصادية، يحدّد التزاماتها، لا سيما فيما يتعلّق بالأطفال

بحيث تكون منتجاتها مختلفة وجوبا عن المنتجات التجارية، وعلى الشركة بمقتضى ذلك العقد أن تتبني ثورة الوسائط المتعدّدة، وأن تلبي الانتظارات في مجالات التعليم والترفيه والإخبار، على أن يكون للترفيه غرض تعليمي. يجب عليها أيضًا تعزيز الإبداع وتشجيع المواهب الشابة، ودعم صناعة السمعي البصري، وإعادة توزيع ما تتلقاه من رسوم البثّ عبر عقد الشراكات والتعاون مع المؤسسات الخاصة.

**3 مبادرات أطلقتها هيئة ال RAI في اتجاه فئات عمرية مختلفة، تشترك في المعرفة والتفكير النقدي والذكاء العاطفي، وهي:**  
- مهارات

- حبوب ضدّ التضليل  
- عندما ينبض القلب.

## الوضع في أوروبا

الإعلامية والاستقلالية في الاتحاد الأوروبي وصون حرية الإعلام في الدول الأعضاء، ويسعى إلى حماية وسائل الإعلام من التدخل السياسي، وضمان شفافية ملكية وسائل الإعلام، وتعزيز الخدمات الإعلامية عبر الحدود.

ويعدّ توفير المحتوى والخدمات لجميع الأطفال جزءاً من مهمة الخدمة العامة لأعضاء اتحاد الإذاعات الأوروبية EBU، والتي غالباً ما يتم تضمينها بشكل صريح في مواثيقهم وعقودهم. هذه الهيئات مسؤولة عن إنشاء محتوى يثقّف صغار السن ويرفّحهم من سن مبكرة حتى مرحلة المراهقة. وعلى المحتوى المنتج أن يأخذ في الاعتبار نموّ الشباب وسلامتهم وفضولهم، بدلاً من استغلال بياناتهم. ولا بدّ من الإقرار بأنّ محتوى الخدمة العامة يوفر شيئاً لا يمكن للخوارزميات توفيره، ونعني بذلك نبل الهدف، والمعنى، والرعاية. والأهمّ من ذلك، عرض نماذج إيجابية يقتدي بها الشباب، بدلاً من الانجذاب إلى الشخصيات السامة التي تتغذى على إثارة الغضب والانقسام.

اليوم، 85 % من إذاعات الخدمة العامة في جميع أنحاء أوروبا لديها عروض على الخطّ مخصّصة للأطفال. ومن بين هذه الإذاعات، 82 % لديها أيضاً وجود على الإنترنت. كلّ عام، تبثّ هيئات الإعلام العمومي أكثر من 220,000 ساعة من محتوى الأطفال عبر جميع

بما أنّ إيطاليا عضو مؤسس للاتحاد الأوروبي وفخور بذلك، فإنّ للتشريعات الأوروبية علاقة مباشرة بما تقوم به الهيئة الإيطالية للإذاعة والتلفزيون، ويشمل هذا « توجيه الاتحاد الأوروبي لخدمات الإعلام السمعي البصري لعام 2018 » الذي يهدف إلى تحديث وتنظيم خدمات الإعلام السمعي البصري داخل الاتحاد، مع الأخذ في الاعتبار المشهد الإعلامي المتطوّر وظهور المنصّات عبر الإنترنت.



في عام 2022، أطلق الاتحاد الأوروبي قانون الخدمات الرقمية (Digital Services Act)، الذي يهدف إلى خلق بيئة رقمية أكثر أماناً وشفافية وخاضعة للمساءلة، من خلال حماية الحقوق الأساسية للمستخدمين وتعزيز المنافسة العادلة بين المنصّات. ويركّز القانون على تنظيم الخدمات عبر الإنترنت، والاعتدال في المحتوى، وشفافية الإعلانات، وحماية المستهلك. وأخيراً، يضع قانون حرية الإعلام الأوروبي (European Media Freedom Act) مجموعة جديدة من القواعد لحماية التعددية

المتحرّكة ومقاطع الفيديو بدون إعلانات وبشكل آمن ومصمّم خصيصًا للأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 3 و12 عامًا وعائلاتهم.



وعلى شاكلة «Les Odyssées» وهو عمل منتج من راديو فرانس Radio France توجي تسميته بمغامرات يونانية قديمة، جرّب بعض المذيعين البودكاست الموجّه إلى الأطفال. ويدعو «Les Odyssées» الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 7 و12 عامًا لاسترجاع العديد من اللحظات التاريخية الخالدة في التاريخ البشري. في المملكة المتحدة، نجد مثالاً آخر للبودكاست هو سلسلة «Once Upon a Time in Zombieville» التي تحوي مغامرات رعب كوميدي خيالية موجّهة إلى الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 9 و12 عامًا وعائلاتهم. أُطلق العمل في الأصل عبر BBC Scotland في سنة 2017 كرسوم متحرّكة هالوين إذاعية للأطفال ضعاف البصر، وهو مصمّم لأولئك الذين يجدون صعوبة في القراءة، ولكنهم يحبّون الاستماع إلى قصص رائعة لا تخلو من رعب.

قنواتها التلفزيونية الخطيّة. وهذا يمثل نسبة 8 % من جميع ساعات البثّ التلفزيونية لتلك الهيئات، وهي نسبة مماثلة لنسبة البرامج الرياضية والبرامج الترفيهية.

وتدير هيئات الإعلام العمومي في أوروبا 56 خدمة تلفزيونية وإذاعية وتدفعيّة على الإنترنت تستهدف الأطفال على وجه التحديد. وتقدّم هذه الخدمات برامج تعليمية ومحتوى إخباريًا مخصّصًا. دعنا نلقي نظرة على أنجحها:

في النرويج، يرتبط برنامج «NRK Super» بخدمات هيئة الإذاعة والتلفزيون النرويجية NRK الخطيّة المخصّصة للأطفال. ويمكن للآباء إنشاء حسابات لأطفالهم واختيار المحتوى المناسب لأعمارهم.

وفي السويد، يشكّل «UR Play» تطبيقاً البثّ لجميع محتوى هيئة البثّ التربوية UR الموجّه إلى الكبار والأطفال، والذي يضمّ أفلامًا وثائقية وبرامج تعليمية وترفيهية.



وفي فرنسا، ترتبط خدمة «Okoo»، بالعلامة الخطيّة للتلفزيون العمومي France Télévisions، المخصّصة في برامج الأطفال، والتي يتمّ بثّها على القناة الرابعة France 4. وتشتمل هذه الخدمة على عرض الرسوم

والمناخ، والرياضة، والثقافة. ويقدم Logo! القصص من وجهة نظر الطفل بحثًا عن زاوية بناءة، تحقق فهما أفضل للعالم الذي يعيش فيه الأطفال وتقلل بالتالي من القلق.



وتتولى الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بسلافينيا RTVSLO إنتاج «Izodrom»، وهو برنامج تعليمي حيّ تم بثه لأول خلال الحجر الصحي كوفيد-19. كان الهدف توفير المعلومات حول الجائحة، والتعليم، والمرح للأطفال في المنزل. بعد نهاية الحجر، تم بث 50 حلقة ناجحة. وقد أتاح نجاح البرنامج إمكانية إنشاء عرضين جديدين في عام 2020، وهما مستمران وناجحان حتى الآن.

«Les Niouzz» في بلجيكا برنامج أخبار للأطفال أُطلق في عام 2000، ويتم بثه يوميًا على قناة الأطفال الخطية «OUftivi» بعقلية رقمية بالكامل، حيث يُنتج المحتوى بشكل أساسي لحسابات البرنامج على وسائل التواصل الاجتماعي قبل إضافة الرسومات والصور المتحركة لنسخة البث. وللبرنامج حاضنة تضم أكثر من 200 مدرسة في جميع أنحاء اتحاد والونيا-بروكسل، ما يتيح بانتظام تصوير برامج في الفصول الدراسية، كجزء من جهوده للتفاعل المباشر مع الأطفال وتعزيز دورهم النشط في المجتمع.

وفي ألمانيا يشكل برنامج «Logo!» مرافقًا أساسيًا للأطفال الألمان، بفضل وجود خطّي على كل من القناة الثانية للتلفزيون العمومي ZDF و Kika (قناة مشتركة بين ZDF و ARD)، بالإضافة إلى وجود رقمي قوي على العديد من المنصات ووسائل التواصل الاجتماعي. تتراوح المواضيع بين السياسة والمجتمع، والمدارس،

## منافسة حادة

لضغط كبير من المذيعين المحليين والدوليين على حدّ سواء، ذلك أنّ ما يقرب من نصف قنوات تلفزيون الأطفال في أوروبا، 48 % على وجه التحديد، مملوكة لشركات أمريكية. وتعتبر فئة الأطفال ثاني أكبر فئة للقنوات المملوكة للولايات المتحدة في أوروبا. بالإضافة إلى ذلك،

إنّ المنافسة في سوق تلفزيون الأطفال في أوروبا على أشدها. وتتولى شركات خاصة تشغيل 90% من جميع القنوات التلفزيونية الموضوعاتية الموجهة إلى الأطفال، بينما يمثل الإعلام العمومي 10% PSM فقط من القنوات في هذه الفئة. ويتعرّض الإعلام العمومي

«تبادل الأفلام الوثائقية للأطفال» التابعة لاتحاد الإذاعات الأوروبية EBU توفير أفلام وثائقية عالية الجودة وأصلية وحقيقية لجمهور تتراوح أعمارهم بين 10 و12 عامًا. أحد الأمثلة على ذلك هو سلسلة الأفلام الوثائقية للأطفال «I Can Do It» وهي عبارة عن مسلسل تلفزيوني يدعو الأطفال إلى القيام بمجموعة متنوعة من الأنشطة والتجارب الطريفة.

في كل حلقة، يستضيف طفل مختلف العرض، فيجرب أنشطة جديدة ويعرضها على الأطفال الآخرين. ويتولى هؤلاء تكرار الأفعال نفسها وإحداث أشياء جديدة، ومن ثمّة تطوير استقلاليّتهم من خلال اتّباع النماذج ذاتها.

تسعى هذه السلسلة إلى تشجيع الأطفال على أن يكونوا أكثر استقلالية، من خلال تحدّيهم للمشاركة في أنشطة مختلفة، بفضل توصيات وتعليمات أطفالٍ مثلهم، بشكل يساعدهم على التعرّف على قدراتهم الخاصة والثقة بها.

ومن الأمثلة الجميلة الأخرى للحوار بين الثقافات هي الجوائز والفعاليات التي ينظمها المركز المتوسطي للاتصال السمعي البصري CMCA PriMed، وكذلك أنشطة المؤتمر الدائم للوسائل السمعية والبصرية في المتوسط COPEAM.

تهيمن الشركات الأمريكية على أنواع أخرى من المحتويات، إذ تمثّل حوالي 60 % من القنوات الوثائقية، وحوالي 30% من القنوات في فئات الترفيه، والأفلام والدراما، وأنماط الحياة.



ومع ذلك، يقود الإعلام العمومي حركة الابتكار، كونه أكبر الجهات المكلّفة بصناعة المحتوى الموجّه إلى الأطفال والعائلة، وهو مطالب في أوروبا بإنتاج ثلاثة أضعاف عدد العناوين ذات الصلة بهذه الفئة مقارنة بالمذيعين الخاصين، الذين بلغ نصيبهم 21% من جميع التكاليف. ومثّلت برامج الأطفال والعائلة في أوروبا سنة 2022 ما قدره 8 % من مجموع الإنتاج البرامجي الموكول إلى القطاع العام، مع تركّز الاهتمام على الرسوم المتحرّكة بنسبة 30 %، وعناوين العلوم والتعليم بنسبة 22 %.

يمكن للتعاون الدولي والإنتاج المشترك أن يساعدنا في التغلّب على التحديات التي نواجهها. في هذا السياق، تتيح منظومة

”

**تبتّ الهيئات الأوروبية للإعلام العمومي سنويا أكثر من 220 ألف ساعة من محتوى الأطفال عبر جميع قنواتها الخطّية، أي ما يمثّل 8 % من ساعات بثّها، وهي تعادل نسبة البرامج الرياضية والترفيهية.**

## خاتمة

إنّ تحدّي مواكبة الثورة التكنولوجية هو شيء يوحدنا، بغضّ النظر عن أوطاننا أو لغاتنا أو خلفياتنا الثقافية.

يقول المدير العام لـ EBU، نويل كوران: «لا نتراجع عن العالم الرقمي بل نشكّله»، ويضيف كوران: «لنغمره بالمحتوى ونوسّع المساحات التي تساعد الشباب على النموّ، وطرح الأسئلة والتواصل».

إنها دعوة إلى إعادة البناء، وليس إلى التفرقة، ولعلّه ليس من قبيل الصدفة أن نجد أنفسنا في أوقات الأزمات والحروب، وعدم الاستقرار، قلقين بشأن أطفالنا.

الأطفال مركز اهتمامنا وفي الوقت الذي يتسلّقون فيه البرج التكنولوجي العملاق الذي نبنيه لهم، لا يبدو من المناسب أن نعلم إلى التحدّث بلغات كثيرة غامضة ومثيرة للانقسام. دعونا نعمل معًا.



## استراتيجيات تطوير الإعلام الموجّه إلى الطفل

### نحو إنتاج محتوى إعلامي مبتكر وجذاب ومواكب للعصر

أ. بسّام مصطفى عيشة

خبير عربي ودولي استشاري في مجال حقوق الطفل والإعلام - ليبيا



- **محدودية القدرة على دعم القضايا المختلفة، للطفل العربي، وخاصة حقوقه ونشر ثقافتها.**

- **الإساءة إلى الأطفال وحقوقهم، من خلال بعض المضامين الإعلامية التي تُقدّم، وخاصة الأجنبية منها، والتي تُشجّع على العنف بأشكاله المختلفة، واحتواء بعضها على ظواهر سلبية.**

- **ضعف في تنشيط العملية الابتكارية للأطفال، نظرًا إلى الاعتماد إلى حدّ كبير على المضامين المستوردة التي لا تتفق مع العادات والتقاليد، والتي تثبط من النواحي الإبداعية الأطفال.**

على الرغم من الدور الفاعل الذي تقوم به البرامج التلفزيونية العربية في مجال الطفولة على المستوى الصحي، والمعرفي، والوجداني، والثقافي، والديني، وغيره من المجالات، والذي لا يمكن إنكاره، إلّا أنّ عددًا من التحديات تواجه إنتاج هذه البرامج، وخاصة في ظلّ صعوبات التمويل، وقد أجملنا من خلال تحليل نتائج عدد من الدراسات العربية المتخصصة في المجال.

أبرز تلك التحديات كالآتي:

- **غياب خطة استراتيجية شاملة للطفولة** تقوم على دراسة متأنّة لواقع الطفولة واحتياجاتها وانتظاراتها.

- التباين الواضح بين قضايا الطفولة التي تطرحها القنوات التلفزيونية في المنطقة، والواقع الفعلي للطفل وقضاياها ذات الأولوية.

- تقديم صورة نمطيّة لاستدراك العطف والإحسان على حساب المعالجة الموضوعية الشاملة عند تناول قضايا الأطفال في وضعيات الهشاشة، كالأطفال ذوي الإعاقة أو فاقد السند العائلي، أو في سياق الفقر أو التشرد أو العدالة أو اللجوء أو الهجرة أو النزاعات والصراعات المسلّحة أو الاحتلال أو استغلال بعض الحالات لرفع نسب المشاهدة على حساب قضاياهم واحترام كرامتهم وحماية خصوصياتهم الشخصية والعائلية.

- غياب شبه كليّ (ربّما تكون هناك استثناءات لا نعلمها) لإشباع الاحتياجات النفسية للأطفال ذوي الإعاقات السمعية وعدم استعمال لغة الإشارة في برامج الأطفال أو البرامج الموجّهة إليهم.

- ضعف كبير في أدب الأطفال الموجود على الساحة وفي وسائل الإعلام.

- ضعف حصانة الأطفال ضدّ الرسائل الاتصالية المختلفة، وعدم وعيهم لما قد يتعرّضون له من مضامين سلبية.

- غياب رقابة مستمرة من قبل العائلة على ما يستهلكه الطفل من برامج وموادّ إعلامية،

- تزايد القيم السلبية التي ينقلها كثير من البرامج والتي يتعرّض لها الطفل، حتّى وإن لم تكن موجّهة إليه بشكل مباشر، كالعدوان والخيانة والظلم والكذب والتفكير الخرافي، ممّا يؤدّي إلى التأثير السلبي على عقلية الطفل العربي.

- تأثّر السلوك الاجتماعي للطفل العربي بمشاهدة الإعلانات التجارية (الإشهارات)، من أهمّها: تأثّر زاده اللغوي بلغة «سوقية»، وإثارة مشاعر الحرمان لديه، وزيادة السلوك الاستهلاكي، والذي يزداد بازدياد معدّلات تكرار الإعلان في اليوم الواحد، وانخفاض المرحلة العمرية للطفل. ناهيك عن أنّ بعض تلك الإعلانات تروّج لسلع غذائية ضارّة بصحة الطفل.



- محدودية مشاركة الطفل في البرامج التلفزيونية وإن وُجدت فإنها تبقى مقتصرّة على أنماط محدّدة للتعبير.

مما يعرضه للتأثر بمواد قد تناقض هويته الأصلية، وتنشئه المحافظة على مبادئ الأصالة وتقبل الآخر في ذات الوقت.

- الافتقار إلى معايير وقواعد وضوابط مرجعية للتعامل الإعلامي مع الأطفال وإنتاج برامج ومواد تستند إلى معرفة أكاديمية،

تهتم بتأثير تلك المواد على تعليم الطفل وسلوكياته أو حقوقه.

- التركيز الإعلامي على شكل واحد من أنظمة الأسرة يعتمد على وجود أبوين وأطفال، وذلك دون مراعاة للأشكال الأخرى من الأسر.

## مسؤولية الإعلام في تطوير الإنتاج الموجّه إلى الطفل

تقع على منتجي برامج الأطفال والبرامج الموجهة إليهم في الإعلام عامة، والعمومي منه خاصة، مجموعة من التزامات ومسؤوليات مهنية وأخلاقية، بل وحتى قانونية بموجب القوانين والمراسيم السائدة<sup>1</sup> في بعض الدول العربية ذات الصلة بتنظيم الإعلام ومؤسساته، كذلك بموجب القانون الدولي لحقوق الإنسان، وعلى وجه الخصوص اتفاقية حقوق الطفل<sup>2</sup>.



وتأتي هذه الالتزامات في إطار الدور الخطير الذي تلعبه وسائل الإعلام، لاسيما المرئية منها، والذي لم يعد خافيًا على أحد، وهو تنشئة الأطفال وتثقيفهم، إمّا على قيم الاغتراب أو ثقافة «التفاهة»، أو

على قيم المواطنة والتنمية المستدامة، وفي ممارسة حقهم في المعرفة والثقافة وتلقي ونشر المعلومات، وفي الترفيه أيضًا، إضافة إلى مسؤوليتها الرقابية في تشخيص الظواهر السلبية ورصد الانتهاكات التي يتعرض لها الأطفال في الواقع، وتقديمها في إطار دورها في تعرية تلك الانتهاكات وكشفها، وتقديم المقترحات المناسبة والعملية للتغلب عليها، ومسؤوليتها الوقائية، في توعية الأسر والأطفال حول أفضل الوسائل والطرق المناسبة للتربية الشاملة وللوقاية من الظواهر الاجتماعية الهدّامة والممارسات التربوية والسلوكية، سواء للأطفال أو اليافعات واليافعين أو الأسر أو الإطارات التربوية التي تتعامل مع الأطفال. وفي ذات الوقت - وكما بينت الدراسات وتقارير هيئات تنظيم الإعلام ورصد محتواه في معظم الدول- فإنّ بعض تلك المؤسسات تنتهك حقوق الطفل وتسيء إليه،



وذلك من خلال نشر موادّ ومعلومات تضرّ بمصلحته الفضلى أو ببقائه أو بنمائه، أو باستغلاله في إنتاج برامج وموادّ ضارّة به وبتنشئته الشاملة والمتكاملة.<sup>3</sup>

## إطار معياري لتطوير الإعلام الموجّه إلى الطفل

والثقافية للطفل»<sup>5</sup>، ومن قناعتنا بأنّ التلفزيون يمكن أن يكون إحدى أكثر الوسائل تمكيناً لتحسين حياة الأطفال وأسّرههم على حدّ سواء.



فيما يلي مقترح لإطار معياريّ أوّلٍ لتطوير الإعلام الموجّه إلى الطفل، ولإنتاج محتوى إعلامي تلفزيوني مبتكر وجذاب ومواكب للعصر، يمكن أن يكون نواةً لمشروع أوسع نطاقاً يتبنّاه اتحاد إذاعات الدول العربية وتشارك في تطويره هيئات تنظيم الإعلام ومحتواه وخبراء الاتحاد من المنطقة.

### طبيعة الإطار ومنطلقاته:

هو إطار يتعلّق بالمحتوى والمضامين التي تُقدّم في الإعلام الموجّه إلى الأطفال، وفي برامجهم المرئية خاصة، من خلال تحديد المعايير المرجعية التي من شأنها أن تساعد المسؤولين والقائمين بالاتصال على إنتاج محتوى إعلامي تلفزيوني جيّد، وفي الوقت نفسه، حماية الأطفال من المعلومات والمضامين الضارّة بهم.

وقد انطلقنا في إعداد هذا الإطار من مسؤولية الإعلام العمومي في إنتاج البرامج الموجّهة إلى الطفل وفي تطويرها<sup>4</sup>، وفي «نشر المعلومات والموادّ ذات المنفعة الاجتماعية

### أهداف الإطار:

يسعى هذا الإطار إلى وضع المعايير التوجيهية للإعلام الموجّه إلى الأطفال، وإثراء عمل المؤسسات الإعلامية العمومية المرئية والمسموعة وتطوير برامجها الموجّهة إلى الأطفال أو عن الأطفال وتعزيزها شكلاً ومضموناً، بغاية تحسين حياتهم، من خلال تحقيق الأهداف التالية:

## - الارتقاء بالطفولة وتنميتها،

بما لها من خصوصيات ذاتية تميّز إمكانياتها الجسميّة وميولها الوجدانية وقدراتها الفكرية ومهاراتها العملية إلى مستوى ما توجهه من رعاية تهَيِّئ أجيال المستقبل بتأكيد العناية بأطفال الحاضر.

## - تنشئة الطفل على الاعتزاز بهويّته

الوطنية، وعلى الوفاء لوطنه والولاء له، أرضاً وتاريخاً ومكاسب، والشعور بالانتماء الحضاري، على الأصعدة الوطنية والعربية والإسلامية، مع التشبّع بثقافة التآخي البشري والانفتاح على الآخر.

## - إعداد الطفل لحياة حرّة مسؤولة في

مجتمع مدني متضامن، قائم على التلازم بين الوعي بالحقوق والالتزام بالمسؤوليات، وتسوده قيم المساواة والتسامح والاعتدال والمشاركة المجتمعية.

## - نشر ثقافة حقوق الطفل والتبصير

بخصوصياتها الذاتية، بما يضمن تناسق شخصيته وتوازنها من ناحية، ورسوخ الوعي بالمسؤولية تجاهه من قبل أبويه وعائلته والمجتمع بأسره من ناحية أخرى.

## - تشريك الطفل بالطرق الملائمة

في البرامج الموجّهة إليه وفي كلّ ما يعنيه، واحترام حقوقه وتعزيزها، باعتبار مصلحته الفضلى، حتى ينشأ على خصال المشاركة والعمل والمبادرة وأخلاقيات الكسب

الشخصي وروح التعويل على الذات.

## - تنشئة الطفل على التحلي بالأخلاق

الحميدة، مع ضرورة تنمية الوعي لديه باحترام محيطه العائلي والاجتماعي<sup>6</sup>.

## - تنمية احترام الطفل للبيئة

الطبيعية وضمان استدامتها<sup>7</sup>، والمحافظة على الممتلكات العامّة كجزء من القيم العليا المنشودة<sup>8</sup>.

## - تعزيز ثقافة قبول الآخر، واحترام

اختلافه على جميع المستويات، وترسيخ السلوك الإنساني النبيل في المُنجز الإعلامي، عبر الإعلاء من القيم الإنسانية كجزء من المنظومة الاجتماعية الوطنية العامّة<sup>9</sup>.



## مبادئ الإطار:

يستند الإطار المعياري المقترح إلى مجموعة من المبادئ التي تعدّ بمثابة مبادئ توجيهية ومرجعية وقياسية، وعلى الإعلام الموجّه إلى الطفل وبرامجه والبرامج التي تعنى به في المؤسسات الإعلامية المرئية والمسموعة الاستناد عليها لإنتاج محتوى

والإعاقة والهجرة واللجوء والعيش في حالات الطوارئ والنزاعات المسلّحة، أو أولئك الذين يحتاجون إلى حماية خاصة من العنف والاستغلال والإساءة.



• **الشّمول والتنوّع:** يتّخذ التنوّع البشري أشكالاً متنوّعة عبر المكان والزمان. ويتجلّى في أصالة وتعدّد المجموعات والمجتمعات التي تتألّف منها الإنسانية. والتنوّع، بوصفه مصدراً للتبادل والتجديد والإبداع، هو ضرورة للجنس البشري، كضرورة التنوّع البيولوجي بالنسبة إلى الكائنات الحيّة. وبهذا المعنى فالتنوّع يشكّل للإنسانية ثراءً ثقافياً ومعرفياً وتراثاً حضارياً مشتركاً، وينبغي الاعتراف به والاحتفاء به وحمايته وإثراؤه، فأكثر المجتمعات رقيّاً وثراءً وجمالاً هي تلك التي احتفت وحمت تعدّد الثقافات والتنوّع البشري واحترمته. والتنوّع البشري مكوّن حيويّ للحرية الإنسانية والرفاهية، وشرطٌ ضروريّ للتقدّم البشري، وقيمة إنسانيّة، ولكنّه يحتاج باستمرار إلى إدارة رشيدة، لكي

إعلامي يحترم الطفل، وإعمال وتطبيق مضامين الإطار المقترح وأهدافه المذكورة آنفاً من جهة، والسعي إلى تكريسها من خلال محتوى تلك البرامج وأنشطتها المختلفة الموجهة إلى الطفل من جهة ثانية، واستخدامها من جهة ثالثة كمبادئ قياسية لتقييم تلك البرامج ومضامينها ورسائلها وطرق تنفيذها وتقويمها ذاتياً في إطار نشر ثقافة «التعديل الذاتي». والمبادئ هي:

• **أن يكون الطفل محور تلك البرامج، وأن تتناسب مضامينها مع سنّه ونضجه وقدراته المتطورة<sup>10</sup>**، حيث تختلف احتياجات الأطفال من مرحلة إلى أخرى، كما تختلف طرق تعلّمهم باختلاف الوسائط والمواد. ويتواصل الأطفال بطريقة أفضل ويستفيدون أكثر عندما تكون البرامج الإعلامية الموجهة إليهم قد صُمّمت حسب قدراتهم النمائية، والعُمرية واحتياجاتهم واهتماماتهم. وتكون البرامج ذات نوعية جيّدة وفعّالة وجذّابة عندما تقوم على فهم علمي وشامل لأسس تطوّر الطفل وكيفية تنشئة هذا التطوّر والتعلّم على نحو أفضل.

• **احترام كرامة جميع الأطفال والكبار:** على البرامج الإعلامية الموجهة إلى الطفل، والمرئية منها بالخصوص، تكريس احترام كرامة الطفل في جميع مضامينها باعتباره «ذاتاً» بشرية مستقلة. وينطبق هذا على الأطفال في وضعيات الهشاشة، كالفقر

تؤدي هذه القوة دورها في البناء والتطوير وتنظيم العلاقة بين الجماعات والأفراد. ويمكن أن تلعب برامج الطفل المرئية والمسموعة دوراً حيوياً وهاماً في إدارة هذا التنوع وتنظيمه، من خلال دعمها للأطفال المجموعات في وضعيات الهشاشة دون تمييز، ودعوتها وتوعيتها بأهمية «المعاملة التفضيلية» التي تسمح بإعمال العدل والإنصاف لكل الأطفال، وتسعى إلى إصلاح آثار أوضاع التمييز السلبي المباشر وغير المباشر والتعويض عنها. وفي تشجيعها على احتواء ومشاركة كل الأطفال على قدم المساواة وعلى قاعدة تكافؤ الفرص، لضمان التماسك الاجتماعي وتعزيز حيوية المجتمع، وإشاعة وتعميم ثقافة قبول الآخر والتعايش المشترك والتسامح والحوار والحرية والمواطنة المتساوية في المجتمع، لأن هذه الثقافة بتأثيراتها ومتطلباتها، تشكل الأرضية المناسبة لخلق أجواء من الحرية تسمح لكل أشكال التنوع والاختلاف البشري من ممارسة دورها، بعيداً عن إجراءات القمع وضغوط الإقصاء والتهميش والتمييز، وتساهم في النهوض المجتمعي وفي إزالة كل المخلفات التي تحتضن أي شكل من أشكال التمييز والإقصاء والتهميش، وترفض التنوع والاختلاف والتعدد؛ وتحارب كل مستلزماته ومقتضياته ومظاهره. بحيث يتحول التنوع البشري إلى أداة لتوسيع نطاق المشاركة

والخيارات المتاحة لكل طفل؛ وأحد مصادر التنمية والتمكين، لا بمعنى النمو الاقتصادي فحسب، وإنما من حيث هي أيضاً وسيلة للنماء الشامل والمتوازن والمستدام لكل البشر ومع البشر ومن أجل البشر<sup>11</sup>.

• **الصور النمطية:** وهي توجد في كل بلد تقريباً، بدءاً من الطرائف والقصص التقليدية وحتى وسائل الإعلام الحديثة. وتشمل الطبقة الاجتماعية والمرض والإعاقة والدين والعمر والنوع البشري.. الخ. حتى لو لم يكن للصورة النمطية أي علاقة بالرسالة الجوهرية، تعمل وبمهارة ودون إدراك منا على تعزيز معتقدات الناس فيما يتعلق بأنفسهم والآخرين.

• **إعلاء مصلحة الطفل الفضلى فوق كل الاعتبارات**<sup>12</sup>. يعدّ هذا المبدأ فردياً وجماعياً في آن واحد، وتطبيقه على الأطفال يساهم مجموعة واحدة يتطلب البحث في كيفية ارتباط هذا المبدأ بالحقوق الإعلامية والثقافية الجماعية، وفي أن تحظى مصالح كل طفل بصفته الفردية بالأولوية أيضاً. ويعتبر تطبيق هذا المبدأ الأصعب من بين أقرانه، لأن المفهوم «يتسم بالتعقيد ويجب تحديد مضمونه على أساس كل حالة على حدة (...) وهو مرن وقابل للتكيف. وينبغي تعديله وتحديثه على أساس فردي، وفقاً للحالة الخاصة للطفل أو للأطفال المعنيين،

• **مشاركة الطفل في البرامج التي تخصّه<sup>16</sup>**. تمثّل المشاركة في الإعلام والحياة الثقافية لأيّ مجتمع عنصراً هاماً لشعور الطفل بالانتماء الوطني. ويرث الأطفال ويعيشون الحياة الاجتماعية والثقافية والفنية لأسرتهم ومجتمعهم المحلي، ويكتشفون من خلال تلك العملية شعورهم الخاص بالهويّة ويكوّنونه ويسهمون بدورهم في تنشيط واستدامة الحياة الاجتماعية والثقافية والفنون التقليدية والقيم المجتمعية. وبالإضافة إلى ذلك، يستنسخ الأطفال الثقافة ويحوّلونها ويبتكرونها وينقلونها من خلال لعبهم الإبداعي وأغانيتهم ورقصهم ونشاطهم وقصصهم ولوحاتهم وألعابهم ومسرحهم في الشارع ودُمَاهم ومهرجاناتهم، وما إلى ذلك. ويمكن أن تساهم البرامج المرمّية للأطفال في اكتسابهم فهماً للحياة الثقافية والفنية حولهم ليتمكّنوا من تمثّلها وترجمة معناها وتكييفها من خلال تجاربهم الخاصة بجيلهم، وأثناء مشاركتهم مع أقرانهم، وابتكار ونقل لغتهم وألعابهم وعوالمهم السريّة وتخيّلاتهم، وغير ذلك من المعارف التي يتلقّونها عبر عدد من وسائل الإعلام وبرامج الأطفال<sup>17</sup>.



بمراعاة أوضاعهم الشخصية وظروفهم واحتياجاتهم. وفيما يخصّ القرارات الفردية، يجب تقييم مصالح الطفل الفضلى وتحديدّها في ضوء الظروف الخاصة بطفل معيّن. أمّا بالنسبة إلى القرارات الجماعية، فيجب تقييم مصالح الطفل الفضلى بوجه عام وتحديدّها في ضوء ظروف مجموعة معيّنة و/أو الأطفال بوجه عام. وفي كلتا الحالتين، ينبغي تقييم هذا المبدأ وتحديدّه بالمراعاة الكاملة للحقوق الواردة في الاتفاقية وفي بروتوكولاتها الاختيارية<sup>13</sup>.



• **حياة الطفل وبقاؤه ونموّه<sup>14</sup>**. مفهوم النموّ "مفهوم شامل، حيث يتضمّن نموّ الطفل البدني والعقلي والروحي والمعنوي والنفسي والاجتماعي"<sup>15</sup>. وتؤكد الدراسات الاجتماعية وعلم نفس الطفل على أهميّة العادات والقيم الثقافية لكلّ شخص، وبخاصّة ما يتعلّق منها بحماية الطفل ونموّه المتناسق.



و"المعلومات الضارة"، عبارة نسبية يصعب إيجاد تعريف موحد لها، وتتضمن ثلاث أفكار محورية، الأولى **حقّ الطفل في تلقي المعلومات**، والثانية **الإقرار بأنّ بعض المعلومات يمكن أن تضرّ بالطفل**، والثالثة **أنّ حماية الطفل من الأضرار المتوقعة أو المحتملة** يمكن أن تُتخذ ذريعة لمصادرة حقّه. لذا فإنّ المعلومة الضارة حسب المقاربة الحقوقية، هي تلك التي تتنافى مع مصلحة الطفل الفضلى، والتي تُعرّض بقاءه ونمائه وسلامته النفسية والمعنوية والجسدية والصحية والاجتماعية لخطر ما، ولذلك جاءت الدعوة إلى إيجاد "مبادئ توجيهية لحماية الأطفال من الموادّ الضارة بهم"<sup>21</sup>.

• **إمكانية الوصول والتهيئة والإتاحة**<sup>22</sup>. حق الطفل في المشاركة في وسائل الإعلام مرهون بإمكانية وصوله إلى فضاءاتها ومرافقها ومنبجاتها، ومدى إتاحتها له بأشكال ميسّرة تتناسب مع سنّه وقدراته البدنية والذهنية والاجتماعية المتنامية، ومدى ضمان فرص متكافئة وملموسة له للاختيار بحريّة. كما يجب أن تُتاح لجميع الأطفال منبجات إعلامية

• **احترام خصوصيّات الطفل وأسرته ومعطيّاته الشخصية**<sup>18</sup>. يقع على وسائل الإعلام واجب احترام خصوصيّات الطفل وأسرته ومعطيّاته الشخصية وحمايتها، ولاسيما الأطفال في وضعيات الهشاشة، كالفقر والإعاقة والهجرة واللجوء وفقدان السند العائلي وغيرها. ولذلك لجأت عدّة دول في المنطقة إلى وضع مبادئ توجيهية لحماية الطفل من المعلومات الضارة به، أو التي تنتهك كرامته أو التي تنتهك خصوصيّته وثقافته ومعطيّاته الشخصية<sup>19</sup>.

• **حماية الطفل من المعلومات والموادّ الإعلامية والثقافية والأدبية الضارة برفاهه**<sup>20</sup> فلأطفال الحق في الحصول على المعلومات والموادّ التي تفيدهم اجتماعياً وثقافياً، والتي تتبع من مصادر مجتمعية ووطنية ودولية متنوّعة. والوصول إلى هذه المعلومات والمواد ضروريّ لضمان مشاركتهم الكاملة في الأنشطة والبرامج الإعلامية المرئية أو المسموعة. وتطالب اتفاقية حقوق الطفل الدول الأطراف فيها بتشجيع مختلف الوسائط الإعلامية على ضمان إتاحة وصول الأطفال قدر الإمكان، إلى المعلومات والمواد المتّصلة بثقافتهم الخاصة وبثقافات أخرى، بلغة يفهمونها، بما في ذلك لغة الإشارة وطريقة بريل. مع ضرورة اتخاذ الترتيبات اللازمة لحماية وحفظ التنوّع الثقافي وتجنّب القوالب النمطية الإعلامية، وحماية الأطفال من المعلومات والموادّ الإعلامية الضارة بهم.

• **المساواة وعدم التمييز**<sup>24</sup>. يتعرّض الأطفال بشكلٍ عامٍّ لخطر التمييز ضدّهم، بسبب ضعفهم نسبياً واعتمادهم على الآخرين من أجل بقائهم ونمائهم؛ ويتّخذ التمييز أشكالاً عديدة مثل: التمييز على أساس الجهة أو اللون أو الجنس أو الوضع الصحي أو الوضع الاجتماعي أو الوضع الاقتصادي أو الدين والعقيدة أو الرأي أو الإعاقة، أو سوى ذلك من أشكال التمييز.



ويتعرّض للخطر بصورة خاصة الأطفال الذين يعانون من التمييز المركّب أو المتعدّد الأشكال (مثلاً أنواع التمييز المتّصلة بالأصل العرقي والمكانة الاجتماعية والثقافية ونوع الجنس و/أو أوجه العجز). كما قد يعاني الأطفال من آثار التمييز الذي يلحق بوالديهم. وتختلط أشكال التمييز مع عدم المساواة الاقتصادية والاجتماعية وتؤدي إلى الاضطرابات والنزاعات والعنصرية والكراهية للآخر. وتقع على عاتق برامج الطفل المرئية والمسموعة مسؤولية رصد مثل هذه الأشكال من التمييز، والعمل على التوعية بمخاطرها وتأثيرها على الطفل عامّة،

وبيئات ومرافق يمكن الوصول إليها وشاملة، كما ينبغي اتخاذ تدابير استباقية لإزالة الحواجز وتعزيز سبل وصول جميع الأطفال، بمن فيهم الأطفال ذوو الإعاقة، إلى الفرص المفتوحة للجميع قصد المشاركة في جميع الأنشطة والبرامج المرئية والمسموعة للأطفال<sup>23</sup>. ويجب أن تركز تلك البرامج والأنشطة الموجّهة إليهم أيضاً على مبادئ الاحتواء الشامل والمشاركة وعدم التمييز، فالعديد من الأطفال وخاصة ذوي الإعاقة يواجهون الحواجز الماديّة الناتجة عن نقص إمكانية الوصول والترتيبات التيسيرية، والحواجز السلوكية الناجمة عن الصور والقوالب النمطيّة المتجذّرة في ثقافة وتصورات وسلوك المجتمع حول الإعاقة ودلالاتها، وهي الأكثر خطورة وتأثيراً على حرمانهم من حقوقهم والتمييز ضدّهم، وهي أفكار واتجاهات مبنية على صور نمطيّة سائدة في المجتمع حول الأشخاص ذوي الإعاقة عامّة، وتنعكس على طريقة تواصلهم وتعاملهم معهم، إمّا بحساسية مُفرطة أو بأحكامٍ مسبقة عن "عدم مقدرتهم" على القيام بمهامّ بعينها، أو تجنّب الحديث معهم، واتخاذ قرارات بالنيابة عنهم وانتهاك حقّهم في الاختيار واتخاذ القرارات، أو اتخاذهم مثاراً للسخرية أو "جسراً إلى الجنّة" على حساب حقوقهم المتأصّلة، على أساس من المساواة مع الآخرين وتكافؤ الفرص، دون أيّ شكل من أشكال التمييز.

وعلى أطفال الجماعات في وضعيات الضعف بصورة خاصة، والمشاركة في مكافحتها حيثما تقع - داخل الأسر أو المجتمعات المحليّة أو المدارس أو المؤسسات الأخرى<sup>25</sup>.

• **تكافؤ الفرص**<sup>26</sup> يُنظر إلى هذا المبدأ تكافؤ الفرص باعتباره متمماً لمبدأ المساواة وعدم التمييز، والذي يُشير إليه البعض باعتباره "التمييز الإيجابي"، ويشكّلان معاً أساس تحقيق العدالة والإنصاف، والذي يعني إتاحة مرافق المجتمع وفرص العمل والإنتاج والمعلومات والمنتجات الإعلامية، المرئية منها والمسموعة لجميع الأطفال بسهولة ويسر وأمان، وذلك بما يتناسب مع قدراتهم المتنوّعة والمتفاوتة والمتنامية. وفي سياق هذا المبدأ ينبغي إيلاء

اهتمام خاص لقضايا بعض الفئات من الأطفال، ومن جملتها الفتيات والأطفال ذوو الإعاقة، والأطفال الذين يعيشون في بيئات فقيرة أو خطيرة، والأطفال الذين يعيشون في الفقر، والأطفال الذين يوجدون في مؤسسات عقابية أو مؤسسات رعاية صحية أو مؤسسات إقامة، والأطفال الذين يعيشون في حالات صراع مسلّح أو احتلال أو كوارث طبيعية، والأطفال الذين يعيشون في مجتمعات ريفية وفي الشوارع ومجموعات الرّحل، والأطفال المهاجرون أو المُشرّدون داخلياً، وأطفال الأقليّات، والأطفال العاملون، والأطفال المحرومون من الوالدين، والأطفال الخاضعون لضغط كبير للحصول الدراسي.

## الأدوار والمهام

لترجمة مسؤوليات الإعلام في تطوير الإنتاج الموجّه إلى الطفل، ولإنتاج محتوى إعلامي مبتكر وجذاب ومواكب للعصر موجّه إلى الطفل العربي، من الجدير أن تركز مضامينه على القضايا التالية:

**أولاً- القضايا التربوية والتثقيفية (قضايا التنشئة الاجتماعية):**



وإشراكهم في وسائل الإعلام مشاركة فعّالة تعزيزًا لاستخدامهم السليم لهذه الوسائط والمساهمة في حمايتهم، وبتوعيتهم بالآثار السلبية لتلك الوسائط، وإتاحة الفرصة للآباء والمعلّمين للمشاركة في القرارات والسياسات المتّصلة بالبرامج الموجّهة إلى الأطفال وفي رصد وتوثيق الانتهاكات وتقديم البدائل.

### 3- الوقاية:

تقع على كاهل وسائل الإعلام مسؤولية وضع مبادئ توجيهية ملائمة لوقاية الأطفال من المعلومات والمواد التي تضرّ بصالحه، وحمايتهم من آثار المواد التي تشكّل اعتداءً على حواسهم العاطفية والبدنية.



إذ على وسائل الإعلام أن تحرص على نشر قيم احترام الكرامة، وإعلاء مصلحة الطفل الفضلى فوق جميع الاعتبارات الأخرى، والتوجيه والإرشاد الملائمين لأولياء الطفل في إطار مسؤولياتهم وواجباتهم تجاه تربية الطفل وتوجيهه، وتوفير موادّ ومعلومات حول الدعم اللازم للطفل ولأولئك الذين يتعهّدونه برعايتهم، وتزويد الطفل، بالمعلومات الأساسية المتعلقة بصحته وتغذيته، وتوعيته بمبادئ حفظ الصحة والبيئة، والوقاية من الحوادث، وتزويده بالمعلومات الضرورية في الشأن، والتعامل بشكلٍ فعّال مع متطلّبات الحياة اليومية وتحدياتها، مثل مهارات التواصل بين الأشخاص.

### 2- الرصد والتوثيق:

تقع على وسائل الإعلام مسؤولية رصد المظاهر السلبية في المجتمع عامّة والمتّصلة بالأطفال خاصة، وتحليلها بالاستعانة بالمختصّين، كاستغلالهم في التسوّل، والتوعية حولها. ورصد مدى التزام مختلف وسائط التواصل باحترام قضايا الأطفال وكرامتهم.

## استراتيجيات للتطوير:

الذي هو أفضل أسلوب لغرس القيم والحكايات الشعبية والتمثيلات الهادفة، وطرق أساليب التعامل مع الألعاب ومع الناس في أسرهم وفي مجتمعهم بشكل عام<sup>27</sup>.

يتوجّب على ذوي الخبرة والعاملين في مجال برامج الأطفال وإعلامه، مراعاة مراحل نموّ الأطفال وخصائصهم اللغوية والثقافية والمعرفية. والتأكيد على الأسلوب القصصي

وفي هذا السياق نقترح عدداً من الاستراتيجيات ذات الصلة بالبرامج الموجهة إلى الطفل، وهي:

### - استخدام لغة وشخصيات وقصص ودعابة ملائمة للطفل:

فالأطفال يتعلّمون بطريقة أفضل عندما يكون التواصل معهم قد صُمّم حسب نموّهم العُمري واحتياجاتهم واهتماماتهم. ويبدأ هذا التواصل بفهم أسس تطوّر الطفل وتنشئته وتعلّمه على نحو أفضل. ولكلّ فئة عمرية محدّدة نقاط قوّة واهتمامات، والتي تُترجم إلى الخيارات الأكثر ملاءمة عند اختيار القصص والشخصيات ومحتوى مُعيّن.<sup>28</sup> وفي الممارسة يُنصح بـ:

#### • استخدام اللغة العربية السهلة التي

تناسب قدرة الأطفال اللغوية؛ والتقليل من استخدام اللهجة المحليّة...

#### • استخدام لغة بسيطة مع الكلمات

الوصفيّة والحسيّة والتكرار والإيقاع والغناء، فضلاً عن استخدام الشخصيات الحيوانية والبشرية، (الأطفال من سنّ الولادة إلى عُمر 6 سنوات).

#### • استخدام قصص عن الصداقات

والمهارات أو الأحداث اليومية التي توفّر فرصاً متاحة للنموّ، وكذلك لاختبار مهارات التفكير النقدي، (الأطفال من سنّ 7 إلى 10 سنوات).

#### • استخدام نماذج لأدوار إيجابية تتمتع

بمعايير أخلاقية عالية وقصص حول

موازنة تأثير الأسرة والأصدقاء ووسائل الإعلام والأشكال غير التربوية للمساعدة في توجيه الحاجة للتجريب والاستقلال إلى اختيارات حياتية سليمة، (الأطفال من سنّ 11 إلى 14 سنة).

#### • الحذر عند انتقاء الموضوعات الخيالية

والدقة لتنمية الخيال التكويني لدى الأطفال، بما لا يتيح المجال للجروح إلى مستوى التوهّم والخيال الهدّام.

#### • الابتعاد عن الأسلوب الخطابي

والتعليمي، وأن يكون هناك لوانان من البرامج على الأقل: لون للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (3 - 6) سنوات، ولون آخر لمن هم بين (6 - 12) سنة.

#### • تضمين البرامج ما ينمي عواطف الطفل

وتهذيب ضميره وانفعالاته، وتنمية حبّ الوطن.



### - استخدام المؤثرات الخاصة بحصافة وحكمة:

إذا كان التواصل غير مرتّب، فقد تشوّش هذه المؤثرات على الأطفال، بدلاً من أن تؤدّي

الكاملة لجميع الأطفال، بغض النظر عن وضعهم. ويجري عرض الثقة بالنفس لدى الأفراد الذين يُظهرون صفات المرونة والمثابرة والتفاؤل والعزيمة والإبداع.



ويُنصح بالآتي:

- **استخدام القصص والكلمات والصور والنماذج** التي تعمل على بناء الثقة والكفاءة.
- **تضمين الأفكار** المتعلقة "بالأمور الكبيرة التي يمكن للصغار القيام بها لإحداث فرق"، وخصوصاً حالات الطوارئ.
- **تقديم طرق** يمكن للأطفال والكبار أن يستخدموها يومياً لتوفير الشعور بالراحة ودعم بعضهم البعض، من خلال كلمات وأفعال واللعب وطرق تعلّم بسيطة.
- **تقديم نماذج للكبار والأطفال** يوجّهون الشكر إلى بعضهم البعض "كونهم أفضل الكبار" أو "كون الطفل هو الأفضل"، بغض النظر عن ظروف المعيشة.

إلى التركيز، ممّا يتسبّب في فقدان الإنتاج لقيّمته المحتملة. ولذلك لا بدّ أن يكون هناك توازن يستوعب ويدعم التعليم لدى الأطفال دون تحميل عقولهم فوق طاقتها. وعلى مستوى الممارسة يُنصح بالآتي:

- **استخدام المؤثرات الخاصة** البصرية أو السمعية والحيل المرئية فقط للتعليم، أو التأكيد على الرسالة الرئيسية أو جانب ملائم منها، بما يتفق ومراحل نموّ الأطفال؛ ولكي تشجع الحركة والحيوية في البرنامج كلّ.
- **الحذر في استخدام الإثارة** التي تتميز بها البرامج، حتى لا تكون طاغية للحدّ الذي يؤدّي إلى لفت انتباه الأطفال واجتذابهم إلى مستوى الانقياد.
- **إجراء اختبار تمهيدي** لجميع أنواع التواصل للتأكد بذلك من أنّ الرسالة الرئيسية واضحة.
- **إجراء التجارب** على طرق التواصل، وخاصة مع الأطفال الصغار، والأطفال في ظروف صعبة.

### - **بناء الثقة بالنفس والكفاءة:**

عندما يرى الأطفال ويسمعون، وعلى نحو متكرّر أنهم مُهمّون وفي موضع احترامٍ وتقدير، فإنهم يتعلّمون بناء أسس التفكير النقدي وحبّ التعلّم مدى الحياة. كما تعرّز الثقة بالنفس مهارات التأقلم، وإيجاد الحلول والإمكانات

لتكون أقل من 10% من الإنتاج. ونعتقد أن كل ما يتعرض له الأطفال سيكون له أثر محتمل في التحفيز على التعلم والنمو.<sup>29</sup>

#### - مناقشة جميع احتياجات الأطفال،

بما في ذلك الأطفال الأكثر حرماناً، يعكس التلفزيون صورة من وما الذي يقدّره المجتمع. ويُعدّ هذا أمراً صحيحاً فيما يخص كيفية تقديم الناس والثقافة والتقاليد. ومن الأهمية بمكان أن البرامج المقدمة تسمح لجميع الأطفال بسماع ورؤية صورة أنفسهم، وقد جرى عكسها إيجابياً، على عكس ذلك النوع من البرامج والمواد التي تركز على التهميش ورسم أو رعاية صورة سلبية للأطفال. وتتضمن البرامج الجيدة رسم صورة إيجابية للأطفال من مختلف الثقافات وجميع الطبقات الاجتماعية والاقتصادية، والأطفال ذوي الإعاقات وأولئك الذين يعانون من صدمة نفسية أو حزن أو يعيشون حالات الطوارئ. وينبغي أن تنبع الحلول الخلاقة والكفاءات من الفئات في وضعيات التهميش أنفسهم، وليس فقط من الأشخاص في مراكز السلطة أو من خلفيات اجتماعية مميزة. وينبغي اتخاذ قرارات واعية بشمول الأطفال الأكثر ضعفاً وحرماناً باعتبارهم جزءاً منتظماً في جميع أنواع وأشكال البرامج والمواد الإعلامية.

#### - إظهار الجوانب الإيجابية للثقافات والتقاليد الأصلية وتعزيزها: من الضروري

- تقديم نماذج إيجابية للبالغين فيما يخص علاقاتهم مع الأطفال وتجنّب الصور النمطية، ففي كل مجتمع هناك نماذج من مقدّمي الرعاية الذين يدعمون التنمية والمرونة، والذين يعملون على بناء المهارات لدى الأطفال التي من شأنها مساعدتهم على التعامل مع الأزمات اليومية، مثل تعرّضهم للمعاملة القاسية أو استغلالهم أو التعايش مع أمراض مستدامة أو البقاء على قيد الحياة، بعد وقوع الكوارث وحالات الطوارئ.

- تعليم الأطفال المساواة وعدم التمييز والعدل والدفاع عن أنفسهم وحلّ المشاكل، وأنهم قادرون على أن يحدثوا فرقاً، حتى في عمرهم الصغير.



- الحذر عند تقديم مخاوف الأطفال الشائعة (من الإساءة، أو الهجر، أو تجربة حالة الطوارئ، التعرّض للعنف...)، ولكن الامتناع عن عرض المشاهد الصريحة والعنيفة والمبالغ فيها والتقليل من الأحداث "المسببة للخوف"

تشتهم لتطوير القيم والأخلاق ومبادئ المساواة والعدالة واحترام الآخرين. ويمكن للأطفال أن يكونوا نماذج وسفراء لأقرانهم الأصغر منهم، عندما يجري تشجيعهم على التفكير والتصرّف "على نحو غير تقليدي" وبطرق غير نمطيّة وإبداعية،

ولتمكين برامج الطفل من تحقيق الأهداف التربوية والثقافية والترفيهية التي تحقّق مصالحه الفضلى، والوفاء بمهامّها وأدوارها سائلة الذّكر، وبناء إعلام طفل عربي راقٍ، يُسهم في إثراء مكتسباته القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعرفية.

**نقتصر على التوجيه إلى:** وضع "مدوّنات سلوك" ملائمة، لوقاية الطفل من المعلومات والموادّ الإعلامية التي تضرّ بمصلحته الفضلى، تُدمج فيها تلك المبادئ المرجعية والتربوية والأهداف الإستراتيجية لجميع القطاعات ذات الصلة بإعلام الطفل.

**- إرساء برامج تدريبية، تروّج لتلك المبادئ والأهداف، وذلك لكتّاب ومعدّي برامج الأطفال والأعمال الفنيّة والمسرحية والتلفزيونية أو الإذاعية وللإعلاميين وغيرهم من المعنّيين بإعلام الطفل،**

**- الحرص على إعداد الكادر الإعلامي المُتخصّص والمُدرب للعمل مع الطفل، إعداداً يتيح له فهم أبعاد شخصيته وتوظيف الإمكانيات الإعلامية في خدمة الرسالة**

تتمين وتعزيز الممارسات الإيجابية لجميع الثقافات والشعوب. وعلى مستوى الممارسة يمكن ترجمة هذه الاستراتيجية بعدّة طرق، وذلك من خلال تقديم نماذج المعرفة الأصلية، والمرونة المحليّة، والممارسات الإيجابية والهويّة الثقافية، باعتبارها مكّمة للحقائق والمعارف الجديدة.

**- التعامل مع الأطفال كمواطنين فاعلين،** يُنظر إلى مشاركة الأطفال على أنها فرصة رائعة لإظهار نقاط قوّتهم والمساهمات التي يقدّمونها للأسرة وأقرانهم والمجتمع، من جهة، توجيه وتنشئة الأطفال على المشاركة في البرامج الإعلامية والفنيّة والثقافية سيُحدث فرقاً نوعيّاً في نجاحها من جهة ثانية. ولاسيما عندما يتمّ توجيه الأطفال للتشارك فيما بينهم بما يخصّ نقاط قوّتهم، وليس مشاكلهم فقط. وأن يجري تشجيعهم على التفكير والتصرّف المشترك على حدّ سواء.



وفي الوقت الذي يجري فيه تعليمهم لتطوير طرق التواصل المتعلّقة بهم، فإنه يمكن

والهدف الذي يسعى إلى تنشئة مواطن يسهم في بناء مجتمع الغد،

- **تشجيع الكوادر الإعلامية** التي تعمل في إنتاج وإعداد وإخراج وتقديم المواد الإعلامية التي تُسهم في إثراء العمل الإعلامي الموجّه إلى الأطفال.

- **منح برامج الأطفال مساحات زمنية مناسبة في الخارطات البرمجية للقنوات التلفزيونية.**

- **مراعاة مراحل نموّ الأطفال وخصائص كلّ مرحلة منها عند إنتاج برامجهم، ومراعاة خصائصهم اللغوية والثقافية والمعرفية،**



- **مخاطبة خيال الأطفال وعواطفهم وانفعالاتهم الخاصة، من خلال الاعتماد على الأساليب العلمية،**

- **تشجيع الاهتمام بأدب الأطفال بكّل أنواعه، ودعم القائمين عليه،**

- **تشكيل لجان أو مجالس استشارية**

من المهتمّين بثقافة الطفل وفنّه، ومن الخبراء التربويّين والاجتماعيين والنفسانيين لصياغة تطوّرات دقيقة لثقافة الطفل وإعلامه، ولتقييم البرامج التلفزيونية الموجهة إليهم.

- **تفعيل قوانين الرقابة على المنتجات الإعلامية الأجنبية** ذات الصلة بالأطفال التي تدخل السوق ومتابعتها.

- **إجراء البحوث والدراسات الميدانية** التي تقوم باستطلاع آراء الأطفال والمريّين عن مضمون برامج الأطفال، وطُرق إخراجها، والاستفادة من نتائج هذه الدراسات.

- **تشجيع الاستثمارات العربية في مجال إنتاج البرامج والأفلام والرسوم المتحرّكة التي تحمل مبادئ وعادات وتقاليدها تتناسب مع المجتمعات العربية، وتغرس في نفوس الأطفال القيم الإيجابية وتعلّمهم السلوكيات الجيدة.**

- **منع نشر أو ترويج أخبار تتعلّق بما يدور في جلسات القضاء التي تعالج فيها قضايا الأطفال بأيّ وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال، والتي من شأنها أن تطلع العموم على هويّة الطفل المتهّم أو المتضرّر أو المهدّد أو التدليل على مكان إقامته، بما من شأنه أن ينال من شرفه أو سمعته أو شرف عائلته أو سمعته.**

- **ضرورة إجراء الاستطلاعات للتعرف على آراء الخبراء في مجال الطفولة والتربية وعلم النفس، والأطفال حول ما تقدّمه برامج الأطفال بأشكالها الفنية المختلفة.**



## - التعاون بين التلفزيونات وكليات

التربية التي يمكن أن تمده بالعديد من الدراسات التربوية حول الطفولة في كافة المجالات النفسية، والاجتماعية، والأكاديمية، بما يساعد المسؤولين على رسم التّصوّر الصحيح للفقرات التي تقدّمها برامج الأطفال.

## من المراجع:

- بسّام عيشة - الحقوق الثقافية للأشخاص ذوي الإعاقة - المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو) - 2021 الرباط - المغرب.
- البرامج التلفزيونية الموجّهة إلى الطفل العربي وآثارها على القيم والسلوكيات - لويّزة درار - دفاتر البحوث العلمية - العدد التاسع - 2016 / 12 / 24 - المركز الجامعي مرسلّي عبد الله - تيبازة- الجزائر.
- هاشم أحمد نغميش، الموادّ التلفزيونية في قناة 3mbc الفضائية للأطفال، بحث في واقع الموادّ المعروضة في القناة لمُدّة أسبوع، مجلّة الباحث الإعلامي العدد 9 - 10 - 2010، قسم الإعلام، كُلية الآداب، جامعة الأنبار- العراق.
- عبد الفتّاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمّان، 2000.
- عبد المهدي زعموم، برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، نموذج الرسوم المتحرّكة من 1999 إلى 2001، دراسة وصفيّة ميدانية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كُلية العلوم السياسية والإعلام، 2008 - 2009 .
- عبلة الكحلوي، الخطاب الديني والطفل، مجلّة الإذاعات العربية، العدد 01، 2007.
- غسان عبد الله - الإعلام وثقافة الطفل العربي- مجلّة الوحدة الإسلامية - لبنان - السنة 14 - العدد 160 - أبريل 2015
- التعليق العام رقم 01 بشأن أهداف التعليم - لجنة حقوق الطفل - 2001 جنيف.
- التعليق العام رقم 17 بشأن حق الطفل في الراحة ووقت الفراغ ومزاولة الألعاب وأنشطة الاستجمام والمشاركة في الحياة الثقافية وفي الفنون (المادة 31)- لجنة حقوق الطفل - 2013 جنيف.
- التعليق العام رقم 21 بشأن عدم التمييز في الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، اللجنة المعنية بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية- 2009 جنيف.
- UNESCO, "Mexico City Declaration on Cultural Policies," World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 26 July - 6 August 1982-
- <https://storyteller.mootion.com/referral?code=BAZdz2Nb0wH>
- <https://www.renderforest.com/ar/ai-cartoon-generator>
- 1. - انظر مثلاً:
- مرسوم عدد 116 لسنة 2011 مؤرّخ في 2 نوفمبر 2011 يتعلّق بحريّة الاتصال السمعي والبصري ويأحداث هيئة عليا مستقلّة للاتصال السمعي والبصري - تونس.
- مرسوم عدد 115 لسنة 2011 مؤرّخ في 2 نوفمبر 2011 يتعلّق بحريّة الصحافة والطباعة والنشر
- قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام رقم 180 لسنة 2018 - لبنان.
- قانون | رقم 382 تاريخ: 11/ 04 / 1994 بشأن البثّ التلفزيوني والإذاعي بلبنان.
- مرسوم بقانون اتحادي رقم (55) لسنة 2023 في شأن تنظيم الإعلام

- القانون رقم (26) لسنة 2015 بشأن الإعلام المرئي والمسموع.
- ظهير شريف رقم 17027 صادر في 3 أكتوبر 2002 بتنفيذ القانون رقم 77.00 المغير والمتمم بموجبه الظهير الشريف رقم 1.58.378 الصادر في 15 نوفمبر 1958 بشأن قانون الصحافة والنشر
- المرسوم الملكي رقم 33 بشأن نظام الإعلام المرئي والمسموع بالسعودية.
2. - جميع الدول العربية منضمة إلى الاتفاقية الصادرة عام 1989
3. - انظر ملحق يتعلّق بحماية الأطفال وحقوقهم - كراسة شروط الحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة بالجمهورية التونسية - قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري - 5 مارس 2014. وانظر أيضًا دليل المحتوى الإعلامي في سياق رؤية الكويت 2030 - وزارة الإعلام - دولة الكويت.
4. - اتفاقية حقوق الطفل - المادة 17.
5. - المصدر السابق - المادة 17.
6. - مجلة حماية الطفل - الفصل الأول-1995-الجمهورية التونسية
7. - اتفاقية حقوق الطفل - المادّتان 17 و29.
8. - دليل المحتوى الإعلامي - وزارة الإعلام بدولة الكويت = ص 03
9. - المصدر السابق.
10. - اتفاقية حقوق الطفل - المادة 05.
11. - مشاركة اليافعين واليافعات في العمل البلدي دليل توجيهي- بّسام عيشة - مشروع : أنت جزء من القرار جمعية ADO+ قيد الطبع - 2021.
12. - المصدر السابق- المادة 03.
13. - لجنة حقوق الطفل- التعليق العام رقم 14 لسنة 2013- الفقرة 32.
14. - اتفاقية حقوق الطفل - المادة 06.
15. - التعليق العام رقم 05 بشأن التدابير العامة لتنفيذ اتفاقية حقوق الطفل - لجنة حقوق الطفل - 2003
16. - اتفاقية حقوق الطفل -المادة 12.
17. - التعليق العام رقم 17(2013)- مصدر سابق.
18. - اتفاقية حقوق الطفل - المادة 16.
19. - انظر الدليل العملي للتعاطي الإعلامي مع قضايا الطفل - بّسام عيشة - الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري واليونيسف - تونس - 2021.
20. - اتفاقية حقوق الطفل - المادة 17.
21. - حقوق الطفل والإعلام دليل توجيهي، بّسام عيشة الهيئة المستقلة للاتصال السمعي والبصري واليونيسف - قيد الإنجاز -.
22. - اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة- المادة 03.
23. - التعليق العام رقم 9(2006) بشأن حقوق الأطفال ذوي الإعاقة- لجنة حقوق الطفل- جنيف.
24. - اتفاقية حقوق الطفل - المادة 02.
25. - التعليق العام رقم 07(2005) بشأن إعمال حقوق الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة- لجنة حقوق الطفل - جنيف.
26. - اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة- المادة 03.
27. - صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط 4، دار الفكر، عمّان، 2008 ، ص 46
28. - استراتيجيات التواصل من أجل التنمية - اليونيسف- 2018
29. - استراتيجيات التواصل من أجل التنمية - اليونيسف- 2018

## الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيس الاتحاد يكرّم بجائزة « امتنان للشخصيات الملهمة »

حظي الأستاذ محمد بن فهد الحارثي الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية (سابقاً)، ورئيس اتحاد إذاعات الدول العربية بنيل هذه الجائزة، إحدى أبرز الجوائز الوطنية في مجال العمل الاجتماعي بالملكة العربية السعودية.

وقال المحتفى به: إنَّ جائزة الأميرة صيته بنت عبد العزيز للتميّز في العمل الاجتماعي تكتسب أهميتها مِن تحمل الجائزة

اسمها رحمها الله، موجّهاً شكره إلى كلّ من أحسن الظنّ وبارك وهنأ...

وأضاف: إذا كان الإلهام أحد معايير الجائزة، فنحن نستلهم النجاح والثقة والإرادة من ملهم ومن عراب الرؤية، صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان، الذي امتطى صهوة التغيير، بقلب شجاع وفكر نافذ وشغف عارف، فجعل المستحيل ممكناً والصعب سهلاً والبعيد قريباً، برؤية رشيدة رفعت سقف الطموحات.



وجرى حفل التكريم بالرياض، بحضور سمو الأمير سعود بن فهد بن عبد الله عضو مجلس أمناء الجائزة، ونائب رئيس اللجنة التنفيذية، وأ.د فهد بن حمد المغلوف الأمين العام للجائزة وسمو الأمير سلمان بن محمد بن سلمان بن محمد بن سعود بن فيصل آل سعود عضو مجلس الأمناء وعضو اللجنة التنفيذية، وثلة من أصحاب السمو والمعالي والقيادات السعودية.

وجدير بالذكر أنّ الأستاذ محمد بن فهد الحارثي يمتلك خبرة واسعة في الإعلام المطبوع والمرئي والرقمي وصاحب مبادرات في العمل الاجتماعي، وقد حصل على عدّة جوائز عربية ودولية، من أهمّها: جائزة الخليج للتميّز (2002) وجائزة الإبداع الإعلامي في بيروت (2014). وإلى جانب كونه رئيس الاتحاد، تولّى مناصب قيادية في مؤسسات إعلامية، محلية ودولية وأسهم في إطلاق مشاريع وبرامج عزّزت من حضور الإعلام السعودي على الصعيدين العربي والدولي.

ويسرّ المدير العام وأسرة الاتحاد تقديم أجمل التهاني إلى الأستاذ محمد بن فهد الحارثي بهذا التشريف المستحق، مع أطيب التمنيات لسعادته بدوام التوفيق ومزيد النجاحات في مسيرته الموفّقة.



## برعاية جامعة الدول العربية، انعقاد المنتدى الأول للذكاء الاصطناعي في مصر بمشاركة النسبو 28 أغسطس 2025



احتضنت الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري هذا المنتدى بمدينة العلمين الجديدة، ويأتي تنظيمه تنفيذًا لقرار القمة العربية التنموية الاقتصادية والاجتماعية التي عقدت في مايو 2025 ببغداد، ويُعدّ خطوة مهمة لتفعيل «المبادرة العربية للذكاء الاصطناعي: نحو ريادة تكنولوجية وتنمية مستدامة» التي أطلقها الأستاذ أحمد أبو الغيط أمين عام الجامعة العربية.

عدد من الوزراء وكبار المسؤولين العرب وممثلي المنظمات العربية ونخبة من الخبراء والمتخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي شاركوا بالمناسبة، وناقشوا جملة من المحاور، كدور المنظمات ومؤسسات العمل العربي، ودور القطاع الخاص ورجال الأعمال العرب، ودور مؤسسات التمويل العربية، وحوكمة الذكاء الاصطناعي والأطر الأخلاقية والتعاون الدولي، والبنية التحتية للأمن السيبراني والسيادة الرقمية والتنمية الاقتصادية والابتكار، وتنمية القدرات البشرية والحفاظ على الهوية الثقافية.

الأستاذ أحمد أبو الغيط: المشهد العربي الحالي يعكس ضعفًا في الإنفاق على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. توجه الأمين العام للجامعة العربية بدعوة إلى مضاعفة الجهود العربية المبذولة في البحث والتطوير والابتكار في هذه المجالات، مؤكدًا أنّ زيادة الإنفاق عليها ستعزّز من فرص المنطقة العربية في استقطاب الاستثمارات الخارجية



والداخلية، وتساعد على التحوّل من كونها مجرد مستهلك للتكنولوجيا إلى منتج ومطوّر لها، بالإضافة إلى تقليل الفجوة الرقمية بين الدول العربية.

الدكتور عمرو طلعت: مصر تقترح إنشاء مجلس وزراء عرب للذكاء الاصطناعي والتكنولوجيات البازغة...

وزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بجمهورية مصر العربية أبرز أنّ التعاون المشترك في مجال الذكاء الاصطناعي لم يعد ترفاً بل أصبح ضرورة حتمية، مبيناً أنّ المجلس الذي اقترحه بلاده يهدف إلى أن يكون منصة رفيعة المستوى لتوحيد الجهود وتنسيق السياسات، وتعزيز الحضور العربي



على خريطة الذكاء الاصطناعي الدولي.

الدكتور إسماعيل عبد الغفّار إسماعيل فرج:

انطلاقة هذا المنتدى تتزامن مع بداية المرحلة التنفيذية لمشروع طموح..

رئيس الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، ذكّر بأن مسيرة هذا المنتدى العربي الأوّل للذكاء الاصطناعي بدأت قبل أشهر قليلة، من خلال دائرة الحوار العربي حول الذكاء الاصطناعي التي عقدت بمقرّ الأمانة العامة لجامعة الدول العربية برئاسة الأستاذ أحمد أبو الغيط.

كما تولّت الأكاديمية العربية إعداد دراسة شاملة للمبادرة، تبنّاها الأمين العام ورفعها إلى القمة العربية الاقتصادية والاجتماعية والتنمية الأخيرة التي أقرتها، وأنّ هذا المنتدى يمثل نقطة الانطلاق لتنفيذ هذه المبادرة المتكاملة والشاملة.



المهندس عبد الرحيم سليمان: سعي حثيث للاتحاد من أجل استغلال الفرص التي يتيحها الذكاء الاصطناعي التوليدي لتطوير طرق عمل هيئاته الأعضاء وجودة إنتاجها.

كان العرض الذي قدّمه مدير عام اتحاد إذاعات الدول العربية تحت عنوان «توظيف الذكاء الاصطناعي أولوية استراتيجية في أنشطة الأسبوع»،



وعبر عن تثمين الاتحاد لهذه المبادرة التي يقودها الأمين العام لجامعة الدول العربية وأكد دعمه لها، موضحاً ما يوليه من اهتمام بالغ لتوظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، ولا سيما الذكاء الاصطناعي التوليدي. كما يعمل بصفة استباقية على دراسة الرهانات التي تطرحها هذه التقنيات المتقدمة من الناحية الأخلاقية والاقتصادية والاجتماعية وإيجاد الحلول المناسبة لرفع هذه الرهانات.

وذكر بتخصيص الدورة الثالثة لمؤتمر الإعلام العربي لموضوع «الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي» وصدرت عنها توجيهات وتوصيات في شكل إعلان رسمي.

ويمثل هذا الموضوع إحدى ركائز البرنامج التدريبي لأكاديمية الاتحاد، حيث إن 40% من دوراتها (الـ30) سنوياً، مخصصة للذكاء الاصطناعي.

كما أن منصة أسبو السحابية (ACP) التي هي منصة تحريرية متكاملة لتبادل المحتوى الإعلامي بين الهيئات الأعضاء في الاتحاد، توفر أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة الإنتاج الإعلامي عبر الفهرسة والتحليل الذكي، وإثراء المحتوى بالبيانات الوصفية تلقائياً.

وأشار المهندس عبد الرحيم سليمان إلى مبادرة الاتحاد بإنشاء المجموعة العربية للذكاء الاصطناعي التي تُعدّ فضاء لتبادل الآراء والخبرات، ومناقشة جوانب مختلفة من تطوير الذكاء الاصطناعي وتأثيره على المشهد الإعلامي.



## استثمارات الاتحاد فندق «كارلتون» بدمشق يتحوّل إلى وجهة سياحية عالمية

- وزير السياحة السوري: العودة إلى الاستثمار تفتح آفاقاً ذهبية لتحريك عجلة الاقتصاد السوري
- مدير عام الاتحاد: توقيع عقد الاستثمار بين الأسبو وشركة «لوكس» سبيل إلى عودة مركز دمشق ليكون منارة عربية في مجال تدريب الكفاءات الإعلامية والهندسية.
- ممثّل الشركة: هذا الحدث يشكّل إعلاناً عن انطلاقة سياحية وثقافية وإعلامية نوعية.



يملك اتحاد إذاعات الدول العربية هذا الإنجاز السياحي الكائن بجوار المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني. وقد انتظم يوم 20 أغسطس / 2025 بالعاصمة السورية حفل تمّ خلاله توقيع عقد استثمار هذا الفندق بين الأسبو (مالك الفندق) وشركة «لوكس للاستثمار»، وذلك بحضور وزير السياحة السوري محمد الصالحاني، ومدير عام الاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان، ورئيس المجموعة الاستثمارية مازن الخيرات، ومحافظ درعا.

وكان هذا الحفل، الذي حضرته ثلّة من الشخصيات الاقتصادية والإعلامية، مناسبة لإطلاق التصاميم المعمارية والأعمال التنفيذية للمشروع، بما هو من أبرز المشاريع السياحية المنتظرة في دمشق. والغاية من ذلك تحويل فندق «كارلتون» إلى منشأة فندقية من فئة خمس نجوم، بمعايير عالمية، مع ملحق خاص للإنتاج الإذاعي، ومساحات مخصّصة للمبدعين.

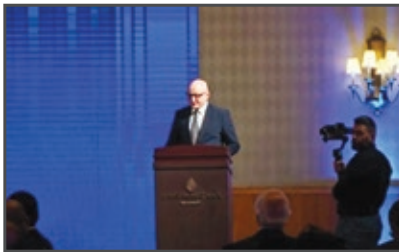


ويمثل هذا المشروع لبنة جديدة تضاف إلى السياسة الاستثمارية الناجحة التي ينتهجها اتحاد إذاعات الدول العربية، كما أنه يُعدّ مكسبا استثماريا رائدا ضمن مشاريع استثمارية أخرى في دولة مقرّ الاتحاد تونس، كفندق رويال أسبو، ومركز الأعمال ASBU Link Center الذي هو بصدد الإنجاز. والهدف الأساسي من بعث هذه المشاريع الاستثمارية الخدمية والربحية، تنمية موازنات الاتحاد، اعتبارا لكونه منظمة عربية متخصصة في شؤون الإعلام السمعي البصري والرقمي، والقاطرة التي تدفع هيئاته الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء إلى مزيد التطوير والتحديث.



الوزير محمد الصالحاني ذكر لدى إشرافه على هذا الحفل الرسمي أنّ العودة إلى الاستثمار في هذا التوقيت تمثّل موقفا وطنيا مشرفا، وتفتح آفاقا ذهبية لتحريك عجلة الاقتصاد السوري، مشدّدا على أهمية الشراكة بين القطاعين العام والخاص في بناء مستقبل سياحي واعد.

أمّا المهندس عبد الرحيم سليمان، فقد وصف توقيع عقد الاستثمار بأنه لبنة مباركة في بناء السياحة السورية، مؤكدا أنّ المشروع يعزّز حضور الإعلام العربي في المشهد السياحي، ويعكس التزام الاتحاد بالإسهام في إعادة بناء سوريا، ودعم مكانتها السياحية والإعلامية، وأعرب عن اليقين بأنّ فندق «كارلتون» سيكون رافدا مهماً للحركة السياحية السورية، ودعامة للاتحاد ومركز التدريب بدمشق في مجال الاستثمار، وبذلك سيجدّد المركز العهد ليعود منارة عربية في مجال تدريب الكفاءات الإعلامية والهندسية العربية، وإسداء العديد من الخدمات المتطورة إلى جميع الهيئات الأعضاء في الاتحاد.



بدوره أعرب السيد مازن الخيرات الشريك في شركة لوكس «للاستثمار» عن فخره بالمشروع، وقال : إننا نضع خبرتنا الدولية في خدمة الوطن، ونؤمن بأنّ الاستثمار الحقيقي يبدأ بالإنسان، وإنّ توقيع عقد استثمار فندق «الكارلتون» العريق مع اتحاد إذاعات الدول العربية، هو إعلان عن انطلاقة سياحية وثقافية نوعية، تجسّد إرادتنا المشتركة في تحويل التحديات إلى فرص، والماضي العريق إلى مستقبل مزدهر، وإنّ الاستثمار في سوريا ليس مجرد مشروع اقتصادي، بل هو رسالة وطنية وإنسانية. فنحن لا نبني حجرا فوق حجر فحسب، بل نبني أملا لوطننا ووظائف وفرصا لشبابنا، وصورة مشرقة لبلادنا في أعين العالم.

## دفع التعاون بين الاتحاد والمركز العربي لدراسات المناطق الجافة والأراضي القاحلة في دمشق

جانب آخر من زيارة العمل التي أداها المهندس عبد الرحيم سليمان إلى سوريا يتمثل في تحوُّله إلى مقرّ المركز العربي لدراسات المناطق الجافة والأراضي القاحلة «أكساد».



جرى ذلك في إطار تعزيز التعاون بين منظمات العمل العربي المشترك وبهدف تطوير التعاون الإعلامي وتبادل الخبرات في مجالات الإعلام الزراعي، وبخاصة ما يهتم نشر الوعي حول قضايا الأمن الغذائي والمائي، والتحديات البيئية في الوطن العربي.

مدير عام الاتحاد التقى بالدكتور نصر الدين العبيد وجمع من الخبراء والباحثين العرب في هذه المنظمة المتخصصة، حيث استمع إلى الرؤى والأفكار بشأن أحدث التطورات في مجالات البحث العلمي الزراعي والبيئي، ومناقشة سبل الاستفادة من الخبرات المتراكمة لدى «أكساد» في إثراء المحتوى الإعلامي العربي المتخصص، وتعزيز التواصل المستمر بين الإعلاميين والخبراء لضمان دقة الرسائل الموجهة إلى الجمهور وفعاليتها حول القضايا العلمية والبيئية والتغير المناخي.

المهندس عبد الرحيم سليمان أبرز أنّ اتحاد إذاعات الدول العربية بصفته المظلة الإعلامية لجامعة الدول العربية ومنظمات العمل العربي المشترك، يدرك تماماً الدور المحوري والهام الذي يقوم به «أكساد» في معالجة التحديات البيئية والزراعية والمائية التي تواجه البلدان العربية، لا سيما في ظلّ التغيرات المناخية المتسارعة وشحّ الموارد. ممّا يساهم في بناء مجتمعات أكثر وعياً وقدرة على التكيف مع التحديات المستقبلية.





وأكد أنّ الاتحاد مستمرّ في دعم عرض وبثّ وتعميم نتائج دراسات وأبحاث وإنجازات وقصص نجاح المركز العربي لدراسات المناطق الجافة والأراضي القاحلة، لتحقيق الأمن الغذائي والمائي العربي عبر مختلف المنصّات الإعلامية، حتى تصل إلى أكبر عدد من الجمهور العربي، وكذلك إلى المهتمّين في كافة أرجاء العالم،

من خلال علاقات التعاون التي تقوم بين الأسبو وشركائه من الاتحادات الإذاعية، الإقليمية والدولية. أمّا الدكتور نصر الدين العبيد فأثنى على جهود اتحاد إذاعات الدول العربية في تطوير وتوسيع الفضاء الإعلامي العربي.



وأبدى المدير العام أمله بأن تسهم مُخرجات هذه الزيارة في دفع آفاق التعاون نحو مراحل جديدة للتواصل الفعّال مع المجتمعات المحليّة وصنّاع القرار، والمساهمة في تسليط الضوء على أهميّة الاستثمار في البحث العلمي الزراعي والبيئي، وتبني الحلول المبتكرة لضمان الأمن الغذائي والمائي العربي، من خلال برامج إعلامية توعوية وحملات إرشادية ومواد مرئية ومسموعة تساعد على بناء قدرات المزارعين والمهنيين، وتعزيز من قدرة مجتمعاتنا على مواجهة التحديات البيئية.



## بين الأسبو و«فرانس ميديا موند»: تعاون في المجال التدريب الإعلامي



مركز التدريب بدمشق والمنعرج: نحو ترسيخ دوره كمنصة إقليمية للتدريب والإنتاج،  
إسهامًا في تطوير الكفاءات الإعلامية العربية

بحث المهندس عبد الرحيم سليمان في إطار زيارته إلى سوريا مع السيد أنطوان كورمييري مدير أكاديمية «فرانس ميديا موند» للتدريب الإعلامي علاقات التعاون الثنائي بين الجانبين وسبل دعمها وتطويرها، وخاصة في مجال تنفيذ دورات تدريبية لصالح مركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني وأكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي.

للتذكير فإنّ مركز دمشق قدّم منذ تأسيسه في أوائل الثمانينات خدمات جليلة في تدريب وتأهيل آلاف الإعلاميين، وهو مُقبل على مرحلة واعدة، ستميّز بإطلاق مشروع تطوير ليوصل مسيرته كمؤسسة تطبيقية متخصصة في التدريب الإعلامي، تتّجه بالأساس إلى المحترفين، والإعلاميين والفنيين في بدايات حياتهم المهنية.



ويهدف المشروع المرتقب إلى توفير بيئة تدريبية راقية، مرتكزاتها بنية تحتية حديثة تضمّ استوديوهات ومرافق إنتاج متكاملة، على نحو يُمكّن المركز من تقديم خدمات إعلامية بمهنية عالية المستوى في مجالي الإذاعة والتلفزيون، ومن خلال منصة عربية لخدمات البثّ والإنتاج الإعلامي تُعنى بإيجاد حلول مرنة وفعّالة للهيئات الإعلامية العربية والدولية، انطلاقاً من العاصمة السورية دمشق .

ويمثّل هذا التوجّه العصري خطوة استراتيجية في اتجاه ترسيخ دور المركز كمنصة إقليمية للتدريب والإنتاج، تُسهم في تطوير الكفاءات الإعلامية العربية، وتعزيز القدرات الإنتاجية في المنطقة العربية، وفي دولة مقرّ المركز سوريا.

## حضور الأسبوع مداولات الجمعية العامة لاتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي



شارك اتحاد إذاعات الدول العربية، ممثلاً بمديره العام، في الدورة (62) للجمعية العامة التي عقدها اتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي بمنغوليا في منتصف شهر سبتمبر 2025، وذلك تحت شعار: «دور الإعلام في المحافظة على التراث الوطني والثقافي».



المهندس عبد الرحيم سليمان يُحاضر حول:

الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في البث وإنشاء المحتوى.

كان ذلك في جلسة النقاش المهني الثانية للجمعية العامة بعنوان: الأطر الأخلاقية، الشفافية، والابتكار في دمج الذكاء الاصطناعي في البث وإنشاء المحتوى.

### الاتحاد وقيادة التحول الرقمي في الإعلام العربي



استعرض المدير العام في محاضرته استخدامات الاتحاد للذكاء الاصطناعي وتبادل الأخبار عبر المنصة السحابية والبث الفضائي والتدريب المهني وتعزيز الشراكات الإقليمية والدولية. وتحدث عن المؤتمر الثالث للإعلام العربي الذي خصص لموضوع: الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي، وقد صدرت عنه توجيهات وتوصيات من أبرزها:

- تشجيع الهيئات أعضاء الاتحاد على تبني أدوات الذكاء الاصطناعي
- بناء القدرات، من خلال التدريب، دعم الشراكات الناشئة، إحداث حاضنات للابتكار ولتعزيز الثقافة الرقمية في الذكاء الاصطناعي.



- استخدام الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار، الترجمة الفورية، الترجمة النصية، التنبؤ بالكوارث، ورصد التغير المناخي.
- تطوير تشريعات وطنية وإقليمية شاملة للذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- اعتماد مواثيق أخلاقية داخل المؤسسات الإعلامية، وبعث لجان لمراجعتها لضمان العدالة والشفافية والمساءلة.

## الاتحاد يستخدم بصفة فاعلة وناجعة تقنيات الذكاء الاصطناعي في عدّة خدمات وأنشطة، من ذلك:

- في المنصة السحابية لتبادل المحتوى، يُستخدم الذكاء الاصطناعي في الفهرسة الآلية، وإثراء البيانات الوصفية، النسخ، الترجمة النصية والترجمة الفورية وتلخيص النصوص.
- أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي أقامت في العام 2025 خمس دورات تدريبية في الذكاء الاصطناعي، استفاد منها 89 مهنيًا.



- في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، استُخدم الذكاء الاصطناعي في الإعلان عن الجوائز والترجمة الفورية للنصوص، والرسوم البيانية الديناميكية، وتحويل النصوص إلى صوت لتحسين الوصولية، تقديمه استشارات تقنية لمساعدة الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء في اعتماد مسارات عمل قائمة على الذكاء الاصطناعي، وتطوير مشاريع ابتكار.

## ضرورة أن يوازن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في البث بين الابتكار والأخلاق والثقة والتنوع الثقافي

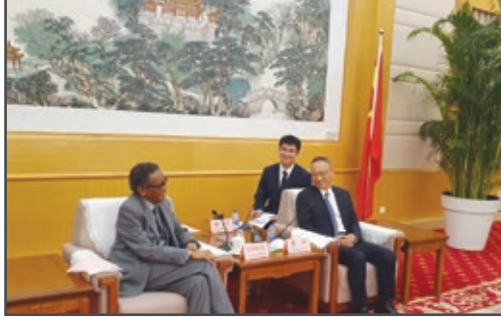


في هذا الإطار، لاحظ المهندس عبد الرحيم سليمان أنّ مستقبل البث في عصر الذكاء الاصطناعي يعتمد على كيفية استخدامنا لهذه التكنولوجيا، إذ يجب ضمان أن تسير الابتكارات دائماً جنباً إلى جنب مع المسؤولية والأخلاق وثقة الجمهور.

وبالإضافة إلى ذلك، فإنّ دور الذكاء الاصطناعي لا ينبغي أن يقتصر على تحسين الكفاءة والإبداع، بل يجب توظيفه في التحقق من الأخبار ومكافحة المعلومات المضلّة، وهو ما يحتم تدريب الصحفيين والمهنيين والإعلاميين على الاستخدامين التقني والأخلاقي للذكاء الاصطناعي. ووجّه المدير العام الدعوة إلى بقية الاتحادات الإذاعية في العالم للعمل معاً، من خلال الحوار وتبادل المعارف، ووضع أطر مشتركة للحوكمة، وبناء منظومة إعلامية قائمة على الذكاء الاصطناعي، محورها الإنسان وتُعزّز المصادقية والشمولية والاستدامة.

## زيارة مدير عام الاتحاد إلى الصين الشعبية تعطي دفعا جديدا للتعاون الثنائي في قطاع الإعلام

أجرى المهندس عبد الرحيم سليمان خلال الزيارة التي أداها إلى بكين من 21 إلى 23 سبتمبر 2025، سلسلة من المحادثات رفيعة المستوى مع مؤسسات إعلامية وطنية كبرى، إلى جانب مشاركته في ندوة متخصصة بشأن أحدث التقنيات في مجالي الإذاعة والتلفزيون.



### لقاءات مع مسؤولي المؤسسات الإعلامية الصينية

اجتمع المدير العام بقيادات هيئة الإذاعة والتلفزيون الوطنية الصينية NRTA، حيث استقبله نائب الوزير الصيني السيد دون سينغ.

وتناول اللقاء آفاق تطوير الشراكة الإعلامية، لا سيما في مجالات التبادل الإخباري والإنتاج المشترك وتبادل الخبرات التقنية.

وكانت مناسبة نوّه فيها الجانب الصيني بالبتّ المباشر الذي وفّره اتحاد إذاعات الدول العربية لعدّة أحداث وطنية صينية، على غرار، العرض العسكري في ذكرى الانتصار على الفاشية، معتبرا ذلك تجسيدا للتعاون والتوازن في التغطية الإعلامية.

### مع مسؤولي قناة CCTV Plus

تمّ الاتفاق على تفعيل آلية التبادل الإخباري بشكل أوسع، بما يتيح تبادل الأخبار بين الصين والعالم العربي بصورة أكثر انتظاما وفعالية.



## في الندوة العلمية:

وهي من تنظيم مكتب بيكين البلدي للإذاعة والتلفزيون.

وقد أبرز المهندس عبد الرحيم سليمان بهذه المناسبة أن الصين حققت تقدماً في تقنيات الجودة فائقة الدقة العالية (Ultra High Definition) والذكاء الاصطناعي، مما يجعلها نموذجاً يُقتدى به، وذكر أن تثبيت هذه التقنيات وتفعيلها عملياً يمثل فرصة لبلدان العالم النامي، وخاصة العربية منها، للاستفادة من الخبرة الصينية.



وأكد المدير العام على ضرورة تعزيز التعاون العربي الصيني، ولا سيما في مجال تدريب المهنيين العرب على توظيف الذكاء الاصطناعي في القطاع السمعي البصري والرقمي، مضيفاً أن الإعلام العربي مطالب بالانخراط بقوة في الثورة الرقمية، وتعزيز التعاون مع الصين، بما يضمن تطوير الإنتاج السمعي البصري العربي، وفتح آفاق جديدة أمام الشراكات الاستراتيجية.

ويبين أن الاتحاد أولى اهتماماً خاصاً بالذكاء الاصطناعي التوليدي في القطاع السمعي البصري، لما يوفره من إمكانيات لتطوير طرق العمل وجودة الإنتاج في الهيئات الأعضاء، من إذاعات وتلفزيونات عربية.



كما تحدّث عمّا قطعه الاتحاد من خطوات أولية في هذا الشأن، مستعرضاً تجربة المؤتمر الثالث للإعلام العربي الذي أقيم في يناير 2024 تحت عنوان «الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي: الفرص والرهانات» وذكر بالتوصيات الصادرة بالمناسبة والتي منها:

ضرورة توسيع الشراكات مع مطوّري تقنيات الذكاء الاصطناعي والشركاء الدوليين، معتبراً أن الصين تبقى الشريك الأبرز الذي يثق الاتحاد بخبرته، ويعوّل على دعمه في هذا الخصوص.

ووجّه المدير العام دعوة رسمية إلى الجانب الصيني للمشاركة في فعاليات الدورة (26) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.

وفي مقابل ذلك، سيشارك اتحاد إذاعات الدول العربية بفعالية في الملتقى العربي - الصيني الأعلى للإذاعة والتلفزيون (نوفمبر 2025) بمدينة تشانغتشون الصينية.

## الاتحاد، ممثلاً بمديره العام يشارك في منتدى بيكين للثقافة 2025

أقيم هذا المنتدى تحت شعار «التراث - الابتكار - التعلم المتبادل»، بمشاركة 800 شخصية من الصين وخارجها، من بينهم خبراء ومسؤولون وصنّاع قرار في المجالات الثقافية والإعلامية. اتسم برنامج الملتقى بالغزارة، حيث توزّع البرنامج إلى جلسة رئيسية وستّة منتديات موازية، وأكثر من 20 ندوة متخصصة ومعارض وفعاليات عامة. وقد تركّزت محاورها حول دمج الثقافة والتكنولوجيا، التراث الرقمي، الإبداع الثقافي، والابتكار في الصناعة السمعية والبصرية.



### مداخلة المهندس عبد الرحيم سليمان في المنتدى

أعرب عن سعادته بالمشاركة لأوّل مرّة في هذا الحدث الثقافي الدولي الهام، مبرزاً أنّ الثقافة ليست مجرد إنتاج فكري أو فني، بل هي رافد أساسي للتواصل الثقافي والتآخي بين الشعوب، وأنّ الصداقة بين الدول تقوم على التقارب بين الأمم.

كما أنّ العلاقات التاريخية العريقة بين العرب والصينيين، والتي تأسّست عبر طريق الحرير، تمهّد اليوم لبناء روابط أكثر متانة، تنبني على مستقبل مشترك يسوده الاحترام المتبادل والحوار. دمج الثقافة والتكنولوجيا، التراث الرقمي، الإبداع الثقافي والابتكار في الصناعة السمعية والبصرية.

### التعاون في مجال الذكاء الاصطناعي: ركيزة للتقارب الثقافي

ولدى استعراضه تحديات العصر الرقمي، لفت المهندس عبد الرحيم سليمان النظر إلى أنّ التعاون في مجال هذه التقنية المتقدّمة، فضلاً عن كونه دعامة للتقارب الثقافي بين الصين والعالم العربي، إلّا أنّ ذلك يطرح رهانات أخلاقية وثقافية ينبغي التعامل معها بجديّة، مؤكداً أهميّة تبادل الخبرات لتسخير الذكاء الاصطناعي، بما يخدم الهوية الثقافية ويحترم الخصوصية.

وذكر في هذا المصمار بتوقيع اتحاد إذاعات الدول العربية، في إطار قمة المجموعة الإعلامية للحزام والطريق (2024)، على إعلان التطوير المشترك والمشاركة لنظام بيئي للابتكار التكنولوجي، في خطوة ترسخ التعاون العربي الصيني في القطاع السمعي البصري.

### على خطى الازدهار المشترك

وأبرز المدير العام أنّ كلّ هذه المجالات للتعاون تضع لبنات جديدة في صرح التقارب الثقافي الصيني العربي، وتسهم في تسريع خطوات الازدهار المشترك، مبيناً أنّ الحوار الثقافي الهادئ والمتساوي بين الشعوب هو شريان التقدّم، وأنّ الاتحاد ملتزم بالعمل مع شركائه الصينيين، من أجل بناء مستقبل قائم على التساوي والمصلحة المتبادلة ورؤية مشتركة.

### الإعلام: أداة فاعلة في تكريس التقارب الثقافي بين الشعوب



وأشار المدير العام إلى أنّ اتحاد إذاعات الدول العربية أخذ على عاتقه هذه المسؤولية، من خلال تعزيز التعاون مع الشركاء الصينيين، مثل مجموعة الصين للإعلام، الهيئة الوطنية للإذاعة والتلفزيون CCTV+، ومكتب بيكين البلدي للإذاعة والتلفزيون. وذكر أنّ الأسبوع هو عضو فاعل في المجموعة الإعلامية للحزام والطريق منذ تأسيسها، حيث شغل منصب نائب الرئيس، على نحو يعكس التزامه العميق بدعم التعاون الإعلامي الصيني — العربي.

### مبادرات مشتركة ومشاريع تبادل ثقافي

من بين المبادرات، مسابقة الفيديوهات القصيرة الصينية — العربية، تحت شعار «نحو مستقبل مزدهر»، وهي تهدف إلى دعم الشباب المبدع وتبسيط الضوء على مشاريع التعاون الثنائي. ومن ذلك أيضاً: بثّ اتحاد إذاعات الدول العربية لفعاليات صينية كبرى، كالاحتفالية (80) لانتصار الشعب الصيني في حرب المقاومة ضدّ العدوان الياباني، والحرب العالمية الثانية، وقد استفادت من البثّ الإذاعات والتلفزيونات الأعضاء.

هذا وقد شرع الاتحاد منذ 2024 في تبادل برامج ثقافية مع شبكة CGTN، تشمل عروضاً كبرى، مثل سهرة الربيع بمناسبة السنة الصينية الجديدة، مترجمة إلى اللغتين العربية والإنجليزية، إلى جانب برامج حوارية صينية - عربية.

## الرصد الإعلامي: آليّاته وأدواره في تطوير المشهد السمعي البصري

أ. سميرة بن عمارة

مسؤولة مركز البحوث والدراسات

في الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري - تونس



يتناول هذا البحث الرصد الإعلامي media monitoring مفهومه ومجالاته ومنهجيّاته خاصة في مجال التنظيم (أو التعديل الإعلامي).

فالرصد هو أحد أهمّ مجالات اختصاصات الهيئات التنظيمية، حيث يُعرّف التنظيم السمعي البصري بأنه الإطار القانوني والمؤسسي الذي يهدف إلى تنظيم وسائل الإعلام السمعية والبصرية، مثل التلفزيون والإذاعة لضمان التوازن\* والشفافية\* في التغطية الإعلامية.

أمّا غايات التنظيم السمعي البصري وأهدافه فتشمل تعزيز التنوّع والتعدّدية الإعلامية\* وحماية المستهلكين من المضامين الضارّة، وضمان الوصول العادل إلى المنصّات الإعلامية ودعم حرّية التعبير، مع الحدّ من الاحتكار لضمان المهنية والتنوّع.

وتقوم منهجية الرصد الإعلامي على عدّة أدوات، على غرار التحليل الكميّ الذي يركّز على قياس الحيّز الزمني\* المخصّص للفاعلين السياسيين باحتساب مدّة البثّ ومدّة أخذ الكلمة\* أثناء رصد التعدّدية السياسية أو عند احتساب مدّة الحيّز الزمني المخصّص للومضات الإشهارية/ الإعلان، والبعد الكيفي الذي يقيّم جودة المضامين والحيادية. كما تعتمد منهجية الرصد على تحليل المضمون بطريقة آليّة\* أو يدوية، باستخدام تقنيات مثل برمجيات الرصد، وجمع البيانات الكميّة عبر عيّات إحصائية، مع التركيز على مؤشّرات ومعايير مضبوطة مسبقاً، مثل توازن التغطية في الانتخابات.

كما يتضمن الرصد بُعداً قانونياً يتحقق من مدى الامتثال للقوانين والمعايير الأخلاقية. ويواجه الرصد تحديات جديدة في عصر الرقمنة، مثل انتشار المنصات الرقمية، على غرار شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار الأخبار المزيفة\* والمضللة، واستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الصحفية والإعلامية، وضمان الخصوصية\* في ظل التدفق الهائل للبيانات، مما يتطلب تطوير منهجيات دقيقة ومتقدمة وتكثيف التعاون الدولي.

وتتضمن هذه الدراسة روابط مفيدة نحو أهم الموارد المتصلة بالتنظيم والرصد، إضافة إلى ثبات للمصطلحات المتخصصة.

## 1. تعريف التنظيم السمعي البصري

يُعرف التنظيم (أو التعديل) السمعي البصري (Régulation des médias / Media regulation) على أنه مجموعة القوانين والمعايير والآليات المؤسسية التي تضعها الدولة للإشراف على إنتاج وبت واستهلاك البرامج السمعية البصرية وتنظيمها.

ويُقصد بتنظيم الإعلام السمعي البصري كذلك، جميع الإجراءات والقواعد والآليات القانونية التي تضعها السلطات العمومية أو الهيئات المستقلة لتنظيم قطاع الإعلام السمعي البصري (الإذاعة، التلفزيون والمنصات الرقمية) وضمان عمله وفق المعايير الموضوعة له.

وتستخدم عدّة مصطلحات في العالم العربي لوصف وظيفة الهيئات (instances / bodies) وتصنيفها، على غرار مصطلح التعديل (تونس) والتنظيم (مصر) والضبط (الجزائر).

ويهدف هذا التنظيم / التعديل إلى تحقيق التوازن بين حرية التعبير وحماية المصلحة العامة، وذلك عبر ضمان تنوع الآراء والتعددية الثقافية والفكرية وحماية الفئات الهشة (خاصة القُصر). كما تعمل الهيئات والمجالس التنظيمية/ التعديلية للإعلام السمعي والبصري على التصدي لبت خطاب العنف والكراهية.



وخلافاً للرقابة المسبقة أو الرقابة القبلية\*، يُعدّ التنظيم السمعي البصري، وفق المعايير الدولية عملية مؤسسية مستقلة تتحمّل مسؤولياتها هيئات متخصصة، تفرض عقوبات وتصدر تنبيهات متناسبة مع المخالفات التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية،

والسعي إلى تشجيع الابتكار وإنتاج مضامين ذات جودة وضمان الوصول العادل إلى وسائل الإعلام.

يمثل رصد الإعلام السمعي البصري مهمة من مهام الهيئة التنظيمية/ التعديلية تتجاوز بكثير مجرد المراقبة أو الإشعار عن المضامين الضارة أو المخالفة للتشريعات والأخلاقيات المهنية. وهي مهمة استراتيجية متعددة الأبعاد قائمة على إجراءات معيارية وآليات تقنية. والرصد الإعلامي هو عملية منهجية مستمرة لجمع وتحليل المضامين وتفسيرها وبيانات البث الخاصة بالإعلام السمعي البصري (التلفزيون والراديو وخدمات الإعلام السمعي البصري عند الطلب\*) والإبلاغ عنها.

ويمثل الرصد الأداة الأساسية التي تُمكن الهيئة التنظيمية / التعديلية من الانتقال من دورها الأولي أو البسيط كـ «شرطي» إلى دورها الفعّال كضامن لمشهد إعلامي سمعي بصري سليم. والغاية من الرصد الإعلامي السمعي البصري، ليس الرقابة بمعنى السيطرة بل حماية حقوق المواطنين والجمهور (الحق في الإعلام والتعددية وحماية القصر واحترام الكرامة الإنسانية) وتوافق أداؤها مع المعايير المحددة من قبل الهيئات التنظيمية لسوق الإعلام (المنافسة العادلة، والالتزام بالمواصفات).

وبالنسبة إلى المشرفين على قطاع الإعلام السمعي البصري، سواء في وزارات الإعلام أو في الهيئات التنظيمية / التعديلية، من الضروري إدراك أنّ التنظيم/ التعديل السمعي البصري يُنظّم القطاع بأكمله حول عدّة محاور رئيسية، ومنها ضمان الحريات الأساسية والمسؤولية الاجتماعية والتكيف المستمر مع التغيرات التكنولوجية والثقافية في المشهد الإعلامي.

يُمثل هذا التنظيم إذاً إطاراً وقائياً ورافعة للابتكار في بيئة متطورة باستمرار.



ولا يقتصر الرصد على مجرد الكشف عن الانتهاكات، بل له آثار بنوية على بيئة الإعلام بأكمله من خلال التقارير والتوصيات، فتُستخدم المعطيات المجمعة في إعداد تقارير عامة مفصلة ضرورية للتنظيم وتحسين السياسات العامة في مجال الإعلام. كما يسمح الرصد باعتماد العقوبات المترتبة

والنهج التوعوي. ففي حالة المخالفة، تمتلك الهيئات ترسانة من العقوبات المتناسبة: التنبيه، الغرامات المالية، إيقاف البرنامج أو منع مرتكب المخالفة، خاصة إذا كانت جسيمة، من الظهور في الإعلام لمدة تحددها المؤسسات التنظيمية / التعديلية وحتى تعليق الترخيص. يهدف الرصد أيضًا إلى مساءلة المؤسسات الإعلامية وتعزيز ثقافة أخلاقية مشتركة. كما أنّ الرصد المنهجي والشفاف يساهم في تعزيز الديمقراطية وضمان حرية التعبير والتنوع واحترام الحقوق الأساسية في الفضاء الإعلامي.

ويمكن أيضا أن نجد للرصد علاقة وطيدة بما يسمّى التنظيم / التعديل الذاتي\* الذي يحيل على الآليات التي يضعها الصحفيون داخل المؤسسات الإعلامية أو خارجها، كإطار ذاتي لمساءلة أنفسهم على قاعدة الموثيق الأخلاقية التي وضعوها لأنفسهم. وفي هذا السياق، طوّر الباحث الفرنسي جون كلود برتراند Jean Claude Bertrand مفهوم «وسائل ضمان المسؤولية الاجتماعية للإعلام» ويحيل هذا المفهوم على تجسيد الأخلاقيات في شكل آليات عملية. وتشمل منظومة «ضمان المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام» عدّة آليات صنّفها الكاتب وفق فئات ثلاث، وهي الوسائل أولاً، والأفراد والجماعات ثانياً، والعمليات ثالثاً. ويندرج الرصد ضمن فئة الوسائل التي تتضمن أيضاً التكوين والتدريب والتقييم، وهو يتمثّل هنا في تقييم أداء الصحفي أو أداء مؤسسات الإعلام بشكل عام، وهي عملية تقوم بها جهات مستقلة، مثل الخبراء والأكاديميين لضمان الحيادية.

## 2. غايات التنظيم السمعي البصري وأهدافه

يهدف التنظيم السمعي البصري إلى تحقيق الغايات التالية:

- **ضمان حرية الاتصال** ممّا يقتضي فرض معايير ضرورية لحماية الحقوق الأساسية والكرامة الإنسانية والنظام العام.
- **ضمان التعددية وتنوّع وجهات النظر**، بالإضافة إلى التمثيل العادل للتيارات الفكرية في المضمون الذي يتمّ بثّه في القنوات التلفزيونية والإذاعية.
- **تعزيز التنوّع الثقافي ودعم الإنتاج الوطني / المحليّ**: من خلال تحديد حصص للإنتاجات الوطنية أو الأوروبية.
- **حماية الجمهور**: حماية القُصّر والفئات الهشّة من المحتوى العنيف أو الجنسي أو التمييزي أو المحرّض على العنف والكراهية.



- **تعزيز التنوع والتعددية:** ضمان تمثيل متوازن للآراء السياسية والثقافية واللغوية، لا سيما من خلال تحديد حصص للبت (مثلاً، ما لا يقل عن 40% من البرامج على القنوات الأرضية في فرنسا). يشمل ذلك أيضاً المساواة والإنصاف في مدة البت خلال الانتخابات للحفاظ على الديمقراطية.

- **التنظيم الاقتصادي والتنافسي:** على غرار مراقبة تركيز وسائل الإعلام وتوزيع الترددات.

فالتركز الإعلامي\* المفرط قد يؤدي إلى احتكارات تُضرب بالتنوع السياسي والفكري والبرامجي.. كما أنّ التنظيم/التعديل يحدّ من مخاطر الممارسات الإشهارية/الإعلانية (وضع حدود للحيّر الزمني المخصّص للإشهار\*/الإعلان وحظر إعلانات الكحول والتبغ والمضامين الإعلامية التي تهدّد الصحة العامة ومراقبة المضامين الموجهة إلى الأطفال). ويهدف أيضاً إلى إدماج المنصات الرقمية (مثل Netflix) في تمويل الإنتاج المحلي.

- **تنظيم ممارسات الإشهار (الإعلانات التجارية):** يحدّ التنظيم من إساءة استخدام الإعلانات (مثل فرض قيود على إشهار الكحول أو التبغ)، ويحمي المؤسسات الإعلامية من ضغوط المستثمرين، ممّا يساعد على الحفاظ على استقلاليتها التحريرية.

- **مكافحة المخاطر الرقمية:** ملاءمة التنظيم مع التحديات التي تطرحها المنصات الإلكترونية، مثل التضليل المعلوماتي وخوارزميات التوصية والقرصنة وذلك بفرض التزامات تتعلق بالشفافية.

- **الترويج الثقافي والابتكار:** تشجيع إنتاج أعمال ذات جودة وإنتاج مضامين تعزّز نشر الثقافة الوطنية والتكيّف مع التكنولوجيات الرقمية (التلفزيون الخطّي والفيديو حسب الطلب\* وشبكات التواصل الاجتماعي).

- **وفي المجال الانتخابي،** يسهر التنظيم/التعديل على أن يؤدي الإعلام أدواره الأساسية في توعية الناخبين وتوفير المعلومات الأساسية وذلك قصد تمكينهم من اتّخاذ قرار واعٍ عند التصويت. وفي هذا الإطار تقوم الهيئات التنظيمية بوضع منظومة متكاملة





في الرصد لمراقبة تقيّد المؤسسات الإعلامية بمعايير الإنصاف والمساواة للنفاذ إلى وسائل الإعلام. وتقوم هذه المنظومة على معايير موضوعية لرصد البرامج الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية أو المواد الصحفية في الصحافة المكتوبة (المطبوعة) التي تتناول الانتخابات بكل أنشطتها.

وخلاصة القول هنا، إنّ لتنظيم الإعلام السمعي البصري أهمية بالغة للمؤسسات الإعلامية نفسها وللجمهور، في سياق يؤدي فيه الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي أدواراً أساسية في تشكيل الآراء، وفي سياق يتعاظم فيه تأثير التضليل المعلوماتي\*.

### 3. الأبعاد الرئيسية للرصد

- **البعد القانوني والتعاقدي:** تكمن هذه الوظيفة في مراقبة امتثال الحاصلين على الإجازة في البث\* وأصحاب المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية الخاصة أو حتى العمومية للقانون والالتزامات الواردة في اتفاقياتهم .
- **مراقبة المضامين غير القانونية** على غرار التحريض على الكراهية والتشهير والإرهاب، والمضامين غير المتطابقة مع الصحة العامة مثلاً والالتزام بمعايير الإشهار (الإعلان) والالتزامات المتصلة بنسبة البرامج الوطنية أو المحلية أو مراقبة الالتزام بالمعايير اللغوية.



- **البعد الاقتصادي:** دور «مرصد السوق»: يمثّل الإعلام مجالاً تسوده قواعد السوق، ممّا يدفع الهيئات التنظيمية/ التعديلية إلى العمل على ضمان شفافية المنافسة وعدالتها، كما تعمل على مراقبة الإنفاق الإشهاري وحماية المستهلكين.

- **وفي مجال الإشهار/الإعلان** يُمثّل رصد الإشهار مهمة بالغة الأهمية للهيئات التنظيمية لوسائل الإعلام السمعية البصرية، فلا تقتصر هذه المهمة على مجرد احتساب الحيز الزمني المخصّص للإشهار\* أو عدد الفواصل الإشهارية/ الإعلان، بل تتعدّها لتشمل حماية المستهلك وضمان مدى مطابقة المضمون الإشهاري مع المعايير والضوابط التنظيمية.

وكما هو الحال بالنسبة إلى أنواع الرصد الأخرى، فإنّ رصد الإشهار/ الإعلان يمثّل عملية منهجية تشمل إحصاء الومضات الإشهارية/ الإعلان وتحليلها والتحقّق من مطابقتها للمعايير المحدّدة من قبل الهيئات التنظيمية/ التعديلية. وتعمل الهيئات التنظيمية/ التعديلية على عدم تجاوز المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية للمدّة المسموح بها في الساعة الواحدة، والذي يضبطه القانون بدقة لتجنّب الإفراط في البرامج .

- **البعد المجتمعي والديمقراطي:** دور «ضمان التعدّدية» لعلّ هذه المهمة هي الأكثر أهميّة، إذ أنها تضمن قيام المؤسسات القائمة على تنظيم الإعلام السمعي البصري بدورها كمؤسسات عمومية تسهر على حقّ المواطنين في النفاذ إلى الأخبار المتصلة بالشأن العام، وذلك بالسعي إلى أن تكون التيارات السياسية والفكرية ممثّلة في الإعلام باعتباره فضاء عاما، كما تسعى الهيئات التنظيمية إلى أن تكون جميع الفئات الاجتماعية والجهات والأقاليم ممثّلة في الإعلام بكلّ الأشكال، سواء في البرامج الإخبارية أو في غيرها. وفي هذا الإطار أيضا تعمل الهيئات على مراقبة احترام المؤسسات الإعلامية لحقوق الفئات الهشّة.

- **البعد الانتخابي** ترصد الهيئات التنظيمية وسائل الإعلام خلال الانتخابات لتقييم احترام القوانين المتعلقة بتخصيص النفاذ العادل إليها، مثل توقيت فترات البرامج الانتخابية ومراعاة فترات الصمت الانتخابي وضمان تغطية نزيهة للأحزاب والمرشّحين في البرامج الاخبارية. كما يشمل تغطية أنشطة هيئة إدارة الانتخابات.



## 4. منهجية الرصد الإعلامي وأدواته

تستخدم الهيئات التنظيمية/التعديلية استراتيجية متطورة تجمع بين التكنولوجيا الرقمية والخبرة البشرية لضمان رصد فعال وشفاف، هذا النهج يضمن مراقبة دؤوبة وموضوعية تكيّف مع تعقيدات المشهد الإعلامي المعاصر. وتشكّل الأدوات التكنولوجية العمود الفقري للرصد. ويعتمد الأساس التقني الحديث على عدّة ركائز أساسية، منها على وجه الخصوص المعالجة الآلية\* من خلال مراكز ومنصّات متخصصة. وتقوم البنية التحتية، مثل مراكز الرصد بالتقاط وتسجيل وأرشفة جميع التدفّقات السمعية والبصرية\* الوطنية، بما في ذلك المنصّات الرقمية المتزايدة.



كما يتمّ الاعتماد على برامج التحليل التي تدمج التحليل التلقائي للإشارة والنسخ الصوتي والتعرّف على الصوت والكشف عن الوجوه أو عناصر العلامات التجارية وإنشاء بيانات وصفية منظمّة. كما يتيح الذكاء الاصطناعي الآن الكشف الاستباقي عن المخالفات، مثل خطاب الكراهية والتضليل.

وتعتمد الهيئات التنظيمية/التعديلية كذلك على فرق متعدّدة التخصصات، حيث يتمّ إجراء التحليلات من قبل خبراء ومستشارين قانونيين وعلماء اجتماع وتقنيين قادرين على فكّ شفرة المعنى الضمني للمضمون، وتقييم الامتثال للأطر القانونية والأخلاقية، وتفسير البعد الاجتماعي والسياسي أو الثقافي للرسائل.

كما يتمّ **اعتماد المنهجيات العلمية**: يقع استخدام شبكات مراقبة موحّدة تضمن موضوعية النتائج مثل: مدّة البثّ وتنوّع المتحدثين والمعالجة المحايدة ومدوّنات قواعد السلوك المهني\*. وتعمل بلاغات وشكاوى الجمهور على إثراء واستكمال عملية الرصد وتوجيه عمليات المراقبة نحو القضايا التي تهمّ المجتمع حقًا.

وفي مستوى **التعاون الدولي والمعايير الدولية** تُسهّل شبكات الهيئات التنظيمية التعاون بين المؤسسات، من خلال شبكات مثل الشبكة الفرنكوفونية لهيئات التعديل الإعلامي أو مجموعة الهيئات التعديلية الأوروبية للخدمات الإعلامية.

كما يتمّ الاعتماد على التكيّف مع التكنولوجيات الرقمية، إذ يجري تحديث الأنظمة بانتظام لتشمل مراقبة المنصّات الاجتماعية ومكافحة التلاعب الخوارزمي\* والحفاظ على التعدّدية في عصر البثّ المباشر والشبكات الرقمية.



وتركّز منهجيات رصد التعدّدية السياسية في وسائل الإعلام على ضمان تمثيل متوازن، متعدّد الأطراف، وشفّاف لجميع القوى السياسية، ليس فقط خلال الفترات الانتخابية، بل على مدار الدورة الديمقراطية بأكملها.

ويعتمد هذا النوع من الرصد على منهجيات مختلفة تجمع بين التحليل الكمي (مدّة البث، الحضور على الشاشة\*)، تكرار الذكر\*) والتحليل النوعي

(نبرة المعالجة\*)، الحياد، تنوّع المواضيع) لضمان تقييم دقيق ومتعدّد الجوانب للتعدّدية السياسية.

وتتمّ تطوير أدوات موحّدة: تُستخدم أدوات مثل Media Pluralism Monitor في الاتحاد الأوروبي التي تعتمد على مؤشرات تشمل الحماية الأساسية والاستقلالية السياسية وتعدّدية السوق والاندماج الاجتماعي لتشخيص المخاطر والاختلالات في كلّ بلد.

وفي حالة رصد التنوّع السياسي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، يقع توسيع الرصد خارج الحملات الانتخابية، ممّا يضمن الرصد المستمر واحترام مبادئ التعدّدية والإنصاف والحياد من قبل وسائل الإعلام على مدار العام، ونشر تقارير دورية وإصدار تنبيه إن أوجب ذلك، وتهدف هذه التقارير إلى الإشارة إلى أيّ خروقات وتنبيه وسائل الإعلام المعنيّة وتوجيه الرأي العام نحو فهم أفضل لقضايا التنوّع السياسي.

كما أنّ هذا النوع من الرصد الذي يهتمّ بالإدماج والتنوّع والمواطنة يولي أهمية خاصة للأصوات المهمّشة والمجموعات الأقلّ تمثيلاً، والتنوّع الاجتماعي والثقافي لإثراء النقاش الديمقراطي وجعله أكثر اندماجية وأكثر ضماناً لتعزيز مشاركة المواطنين: لدفع المواطنين إلى المشاركة في عملية الرصد عبر تقديم الشكاوى والبلاغات والمشاركة في الاستشارات العامة حول جودة التغطية السياسية.

ومن شروط جودة الرصد وخدمته للغايات التي وُضعت له، تعمل الهيئات التنظيمية/التعديلية على ضمان حيادية فرق الرصد، من خلال الشفافية التنظيمية وتوحيد إجراءات العمل والرصد والتدريب المستمرّ وتنوّع الكفاءات.



## 5. الرصد الداخلي في المؤسسات الإعلامية: غاياته ومجالاته

أرست العديد من المؤسسات الإعلامية الكبرى مراصد داخلية في إطار سياساتها القائمة على احترام المعايير الأخلاقية، وما يسمّى منظومات الوساطة\* mediation ombudsman وهذه المراصد هي جزء لا يتجزأ من آليات التنظيم/ التعديل الذاتي\*.

ولعلّ هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي BBC هي على الأرجح المثال الأكثر تقدماً وتنظيماً في العالم في هذا المجال، إذ إنها تمتلك قسمًا كاملاً مخصصاً للمبادئ التحريرية (Editorial Guidelines).

وتتمثّل مهامّ هذا الفريق في وضع وتحديث مدوّنة قواعد السلوك المهني المفصّلة التي يلتزم بها جميع الصحفيين، وتقديم توجيهات استباقية للهيئات التحريرية في المسائل الحساسة (التغطية الإرهابية، احترام الحياة الخاصة والتغطية الانتخابية إلخ) والتدريب المستمرّ لجميع الموظفين على المبادئ التحريرية والتحليل بأثر رجعي للمحتوى الذي يتمّ بثّه، لضمان الامتثال للقواعد، أي بتعبير آخر، الرصد إلى جانب «المراقبة» للشكاوى عبر وحدة الشكاوى التنفيذية (ECU) المستقلّة تحقّق في شكاوى الجمهور بشأن انتهاك المبادئ التحريرية وتكون استنتاجاتها علنية وتُستخدم كسابقة داخلية.

ويعتمد نموذج الإعلام العمومي الفرنسي في معالجة شكاوى المواطنين على آلية الوساطة. والوسيط هو شخصية مستقلّة لا تنتمي إلى هيئة التحرير ويدافع عن الجمهور، يتعامل مع الشكاوى التي يقدّمها وتكون عادة متعلّقة بالأخبار. وينتج بشكل مستمرّ تقارير أو تحليلات تنتقد أو تشرح أو تدافع عن الخيارات التحريرية للقناة. وتمثّل هذه التقارير شكلاً من أشكال الرصد والتنظيم العلني والشفاف، يمكن أن تفضي إلى توصيات داخلية لتصحيح الممارسات.



وفي فرنسا كذلك، أحدثت القناة الخاصة الفرنسية TF1 خلية الوساطة لضمان احترام القواعد الأخلاقية كما وردت في الميثاق التحريري، وتقوم بتحليل المضمون مسبقاً (للمواضيع شديدة الحساسية) أو بأثر رجعي بعد الشكاوى التي تتلقاها أو للمراجعة الداخلية)، تعمل هذه الخلية كدرع وقائي داخلي لمنع أيّ إخلال بأخلاقيات المهنة أو القانون.

وإضافة إلى خلية الوساطة فقد وضعت القناة لجنة الأخلاقيات، تعمل على ضمان احترام مبادئ النزاهة والاستقلال والتعددية أثناء بثّ الأخبار السياسية والعامة على القنوات المختلفة للمجموعة.

وفي عام 2017 ألغت جريدة نيويورك تايمز وظيفة الناشر public Editor ثمّ تعويضه بمركز القراء Reader Center والذي يقوم أيضا بوظيفة الرصد. وفي الإعلام العمومي الأميركي PBS يقوم الوسيط بأدوار عديدة، منها الرصد البعدي للمضامين التي يتلقّى بموجبها شكاوى الجمهور. وفي سياقات بعينها، يمكن أن يشمل الرصد تغطيات ذات علاقة بقضايا وأحداث مخصوصة، وفي هذا الاتجاه يقوم معهد الجزيرة للإعلام برصد تغطية الإعلام الدولي للحرب على غزة.

## - التحديات الجديدة للرصد في عصر الرقمنة



يركّز التنظيم التقليدي على وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمكتوبة، على الرغم من أنّ جزءا متزايدا من استهلاك المعلومات يتمّ على شبكات التواصل الاجتماعي. ومن هذا المنطلق، فإنّ للهيئات التنظيمية أدوارًا متزايدة في مراقبة التضليل المعلوماتي وخطاب الكراهية أو الإخلال بالقواعد السلوكية للإشهار/الإعلان على منصّات مثل YouTube، TikTok، أو Instagram. كما أنّ مفهوم

«المؤثّر\*» الذي يجمع بين المواطن والصحفي المهني يطرح أسئلة قانونية وأخلاقية معقّدة.

ومن التحديات الجديدة التي تواجهها هيئات التنظيم، مكافحة «التزييف العميق\*» (Deepfakes) والذكاء الاصطناعي التوليدي\*، أصبح إنشاء مقاطع فيديو مزيفة أو مضمون سمعي بصري زائف أكثر سهولة، ممّا يستوجب تجهيز المراسد بأدوات قادرة على كشف آليات التلاعب التي تهدّد مصداقية الإعلام، خاصة في الفترات الانتخابية.

وتتدخّل أيضا بعض هيئات التنظيم، على غرار الهيئة الفرنسية، في مراقبة خوارزميات التوصية\*، إذ تلعب خوارزميات المنصّات الرقمية دوراً رئيسياً في تشكيل الرأي العام. ويقوم الرصد الناجع على تقييم ما إذا كانت هذه الخوارزميات تعزّز تعدّدية المعلومات، أم أنها تحبس المستخدمين في «فقاعات التصفية\*» و«غرف الصدى\*»؟

وفي البيئة الحالية للإعلام، يمثّل الرصد أداة للحوكمة والتنمية. فبالإضافة إلى الجانب التنظيمي، يمكن أن يكون الرصد أداة استباقية لتطوير مشهد إعلامي أكثر شمولاً. ويمكن استخدام البيانات المجمّعة حول تمثيل المرأة أو الأقليات أو الفئات الاجتماعية الأقلّ تمثيلاً كأساس لوضع سياسات قطاعية تهدف إلى تعزيز المساواة والتنوّع.

وفي البلدان التي تشهد تحوُّلاً نحو الديمقراطية، يلعب الرصد دوراً حاسماً في تعزيز مناخ ديمقراطي يمكن أن يساعد في ضمان احترام قواعد اللعبة السياسية من قبل وسائل الإعلام، ومنع التلاعب بالمعلومات وتعزيز ثقة المواطنين في المؤسسات التنظيمية.

ويساهم الرصد أيضاً في التثقيف الإعلامي ومشاركة المواطنين، إذ يمكن استخدام تقارير الرصد كأداة تعليمية لتثقيف الجمهور على التفكير النقدي وفهم تحديات التنظيم/التعديل. كما أنّ المشاركة الفعّالة للمواطنين (عبر البلاغات أو الاستشارات) تعزّز شرعية الهيئات التنظيمية/التعديلية وتخلق نظام رصد أكثر تعاونية.

وخلاصة القول إنّ رصد الإعلام لا يقتصر على مجرّد الكشف عن المخالفات، بل هو أداة معقّدة وديناميكية ضرورية لصحّة النظام الإعلامي وحيوية الديمقراطية.

## - هل ثمة حاجة إلى التكوين الأكاديمي في رصد الإعلام؟



وبالنظر إلى أهميّة رصد الإعلام في إطار تنظيم/تعديل الإعلام السمعي البصري (مثل رصد المضامين، احترام القوانين) مثلما بيّنا ذلك سلفاً، لأنّه من الطبيعي أن يُدرّس الرصد بأشكال مختلفة في الجامعات في إطار الماجستير المتخصّصة في الإعلام في قانون الإعلام وتنظيم الإعلام وإدارة المؤسسات الإعلامية. وفي هذا السياق

تقوم برامج التطوير والتدريب على رصد المعارف في عدّة مجالات، ومنها على وجه الخصوص:

- **قانون الإعلام السمعي البصري والاتصالات الرقمية** أي الأطر القانونية (قوانين حرّية التعبير، الحصص، العقوبات)، مع التركيز على التوجيهات الأوروبية والوطنية.
- **تحليل المضمون وأخلاقيات الإعلام**: التدريب على تقييم البرامج (خطاب الكراهية، الأخبار الكاذبة، احترام التعدّدية)، بما في ذلك تحليل المشاعر وأخلاقيات الصحافة.
- **أدوات المراقبة الفتيّة وتحليل البيانات**: تعلم برامج الرصد (مثل برامج تتبّع البثّ التلفزيوني/الإذاعي/المنصّات والذكاء الاصطناعي للتحليل الآلي وأساسيات الأمن السيبراني\*).
- **اقتصاديات الإعلام**: فهم النماذج الاقتصادية في المجال السمعي البصري وتأثيرات المنصّات الرقمية
- **حماية الجمهور والمواطنة الرقمية**: التربية على وسائل الإعلام\*.

## الخاتمة: دور الرصد الإعلامي في عصر التحول الرقمي

لقد سعيينا في هذه الدراسة «الرصد الإعلامي وأدواره في المجال السمعي البصري»، إلى إبراز أدوار الرصد الإعلامي كأداة حيوية تتجاوز مجرد مراقبة المخالفات، ليصبح ضرورياً لضمان صحة النظام الإعلامي وحيوية الديمقراطية.

وقمنا بتعريف التنظيم السمعي البصري كمجموعة من القوانين والمعايير المؤسسية للإشراف على إنتاج وبث البرامج، كما بيّنا أنّ الرصد كمهمة استراتيجية متعدّدة الأبعاد، قائم على إجراءات معيارية وآليات تقنية، ممّا يسمح للهيئات التنظيمية/التعددية بتجاوز دور «الشرطي» السلبي لتصبح ضامناً لمشهد إعلامي سليم يحمي حقوق المواطنين، مثل الحقّ في الإعلام والتعددية، كما ورد في التعريف الدقيق للرصد الإعلامي كعملية منهجية مستمرة لجمع المضامين وتحليلها.

على الرغم من أهميّة الأطر القانونية والمؤسسية التقليدية، إلّا أنّ التطوّر السريع للمشهد الرقمي يفرض تحديات جديدة للرصد في عصر الرقمنة، في سياق يُشار إلى انتشار المنصات بالإضافة إلى مكافحة الأخبار المزيفة والتزييف العميق الناتج عن الذكاء الاصطناعي التوليدي، ممّا يهدّد مصداقية الإعلام، خاصة خلال الفترات الانتخابية. كما تناولت الدراسة منهجيات الرصد الكميّة (مثل قياس الحيز الزمني ومدّة البث ومدّة أخذ الكلمة)، والكيفية (مثل تقييم الحيادية) والقانونية (كالامتثال للمعايير الأخلاقية).

ولضمان فعالية الرصد، يجب تكييف منهجيته باستمرار، بتطوير أدوات قادرة على كشف التلاعب بالمضامين والتضليل المعلوماتي\* ومراقبة خوارزميات التوصية\* التي قد تحبس المستخدمين في «فقاعات التصفية»\* مع تعزيز التعاون الدولي لمواكبة التجارب الحديثة، كتلك المذكورة في روابط الهيئات التنظيمية/التعددية بدول عربية مختلفة.

وبالإضافة إلى دوره التنظيمي، يُعدّ الرصد الإعلامي أداة استباقية للحوكمة والتنمية، إذ من غاياته ضمان حرّية الاتصال والتعددية



وحماية الجمهور من المضامين الضارة. فمن خلال توفير بيانات موضوعية وتحليلات معمّقة، يساهم الرصد في إثراء النقاش العام وتوجيه السياسات العامة ومسألة الفاعلين في المجال الإعلامي، كما يعزّز التنوّع والاندماج الاجتماعي، من خلال ضمان

تمثيل متوازن للتيارات الفكرية والجهات، من ثقة الجمهور في المؤسسات التنظيمية/التعددية عبر تقارير عامة وتوصيات. ويمثل الرصد الشفاف والدقيق والمُتجدد حجر الزاوية في بناء فضاء إعلامي سليم وديمقراطي ومرن قادر على مواجهة التحولات التكنولوجية والاجتماعية المتسارعة. ويستوجب كل هذا منهجيات مختلطة تجمع بين التحليل الكمي (قيس زمني لمدة البث) والكمي (مثل نبرة المعالجة).

كما أكدنا خلال الدراسة على أهمية الرصد الداخلي في المؤسسات الإعلامية، فمع ظهور تحديات جديدة ناجمة عن تركّز وسائل الإعلام وهيمنة المنصات الرقمية، يصبح من الضروري تجديد أدوات الرصد، كاستخدام الذكاء الاصطناعي للكشف الاستباقي عن خطاب الكراهية أو التضليل وتشجيع التعاون بين الهيئات التنظيمية، وتعزيز دور المواطنين النشط في حوكمة المعلومات، من خلال تقديم الشكاوى والبلاغات التي تثير عملية الرصد. وأبرزنا أيضاً الحاجة إلى التكوين الأكاديمي في مجالات، كقانون الإعلام وتحليل المضمون.

وهكذا يبرز الرصد الإعلامي كأداة حيوية وحاسمة في منظومة التنظيم السمعي البصري، حيث يتجاوز دوره المراقبة التقليدية ليصبح رافعة استراتيجية لتعزيز الديمقراطية وحماية الحقوق الأساسية، وضمان التعددية والشفافية في المشهد الإعلامي، لضمان بناء إعلام مسؤول يعكس تنوع المجتمعات ويحمي مصالحها، ممّا يعزّز في النهاية الثقة العامة في النظام الإعلامي ويسهم في بناء مجتمعات أكثر عدلاً ووعياً.

## ثبت المصطلحات

|                                                      |                          |
|------------------------------------------------------|--------------------------|
| Autorégulation/Self regulation                       | التنظيم / التعديل الذاتي |
| Concentration des médias                             | تركّز وسائل الإعلام      |
| Air time /Temps d'antenne                            | مدّة البثّ               |
| Speaking time/Temps de parole                        | مدّة أخذ الكلمة          |
| Algorithmes de recommandations                       | خوارزميات التوصية        |
| Algorithmic manipulation/ Manipulation algorithmique | التلاعب الخوارزمي        |
| Regulation/Régulation                                | التنظيم/التعديل          |
| VOD                                                  | الفيديو حسب الطلب        |
| Disinformation/désinformation                        | التضليل المعلوماتي       |

|                                                                                             |                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Broadcasting license /Autorisation de diffusion                                             | إجازة البثّ                                   |
| Airtime dedicated to advertising/ Temps d'antenne consacré à la publicité                   | الحيز الزمني المخصّص للإشهار                  |
| Tracking des flux/TV/radio/streaming media tracking                                         | برامج تتبع البثّ التلفزيوني/الإذاعي/ المنصّات |
| Data analysis/Analyse des données                                                           | تحليل البيانات                                |
| Digital citizenship /citoyenneté numérique                                                  | المواطنة الرقمية                              |
| Echo chamber/chambre d'écho                                                                 | غرف الصدى                                     |
| Filter bubbles/ Bulles de filtrage                                                          | فقاعات التصفية                                |
| Deepfakes                                                                                   | التزييف العميق                                |
| Prior restraint/ Censure préalable                                                          | الرقابة القبليّة أو المسبقة                   |
| Influencer/influenceur                                                                      | مؤثّر/مؤثّرين                                 |
| Cybersecurity/ Cybersécurité                                                                | الأمن السيبراني                               |
|                                                                                             | الحضور على الشاشة                             |
|                                                                                             | تكرار الذكر                                   |
|                                                                                             | نبرة المعالجة                                 |
| Diversity/ Diversité                                                                        | التنوّع                                       |
| Purality/ Pluralité                                                                         | التعدّد                                       |
| Pluralism/ Pluralisme                                                                       | التعددية                                      |
| Codes of professional ethics/ Chartes de déontologie professionnelle                        | مدوّنات قواعد السلوك المهني                   |
| Automatic processing ou Automated processing/ Traitement automatique                        | المعالجة الآلية                               |
| Media literacy/ Education aux médias                                                        | التربية على وسائل الإعلام                     |
| Generative artificial intelligence/ intelligence artificielle générative                    | الذكاء الاصطناعي التوليدي                     |
| Mediation systems ou Mediation mechanisms/ systèmes de médiation ou mécanismes de médiation | منظومات الوساطة                               |

1. انظر على سبيل المثال  
- في الأردن اللاتحة العامة لتنظيم الإعلام المرئي والمسموع <https://shorturl.at/QSrHk>  
في تونس المرسوم عدد 116 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 يتعلّق بحريّة الاتصال السمعي والبصري ويحدد هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري. <https://shorturl.at/nUHQV>  
- في مصر : قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى <https://shorturl.at/1zL8f>  
2. في هذا الإطار، أصدرت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري دليلاً يتضمن 35 صفحة ينظم التعاطي الإعلامي مع قضايا الطفل. ودليلاً ينظم الممارسات الفضلى بخصوص المعالجة الصحفية لخطاب الكراهية.  
• وكذلك دليلاً يمنع الممارسات المسيئة، مثل التضليل المعلوماتي. désinformation : دليل الصحفي التونسي في التثبت من أخبار الواب والشبكات الاجتماعية  
3. وفي مصر، قام المجلس الأعلى للإعلام يوم 31 أغسطس 2025 وتحت رعاية لجنة التصديّ للشائعات بحملة للتصديّ للتضليل المعلوماتي تحت شعار "خليك واعي" لمواجهة الشائعات، بالتنسيق بين الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات والهيئة الوطنية للإعلام. كما قرّر المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر منع رياضي سابق من الظهور الإعلامي في كافة الوسائل الإعلامية لمدة ثلاثة أشهر، لمخالفة المعايير من خلال إساءته لرئيس وأعضاء مجلس إدارة النادي «الأهلي».  
4. انظر على سبيل المثال، تقارير رصد الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري في تونس <https://shorturl.at/612PV>  
5. انظر المقال إغلاق قناة سي 8 يثير غضب اليمين في فرنسا  
• رابط المقال <https://shorturl.at/n5HyE>  
6. Moyens d'assurer la responsabilité des médias أو بالإنجليزية media accountability  
• BERTRAND, Claude-Jean. Media ethics and accountability systems. Routledge, 2018.  
7. Arcom : Song quotas on the radio  
• <https://www.arcom.fr/en/about-us-our-missions/promoting-and-protecting-content-creation-production-and-distribution/song-quotas-radio>  
8. على سبيل المثال، تُشرف الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري (HAICA) في تونس على إسناد «إجازات إحداث واستغلال قناة تلفزيونية وإذاعية خاصة أو جمعياتية» لمنع هيمنة بعض الجهات الفاعلة على السوق، وفقاً لما ينصّ عليه القانون الأساسي رقم 116-2011. وهذا يسمح لوسائل الإعلام المستقلة أو الجهوية بالتواجد في مواجهة مجموعات إعلامية كبيرة  
9. في تونس مثلاً، كرّس الشروط المتعلّق بالحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة، وفي المغرب ينظم «دفتّر التحمّلات» الشروط والممارسات التي يجب على الجهة المتعاقدة معها التقيد بها للحصول على إجازة للبثّ الإذاعي أو التلفزيوني. في موريتانيا تعتمد «السلطة العليا للصحافة والسمعيات البصرية» على «دفا تر التكاليف» لإسناد الرخص.  
10. في تونس مثلاً، ينصّ الفصل 22 من كرّاس الشروط المتعلّق بالحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة «ألاّ تتجاوز مدّة بثّ الإشهار/الإعلان في القناة ثمانين دقيقة في السّتين دقيقة، وتُرفع هذه المدّة استثنائياً إلى اثنتي عشرة دقيقة خلال شهر رمضان».  
11. في الاتحاد الأوروبي، ينصّ توجيه خدمات الوسائط السمعية والبصرية (Audiovisual Media Services Directive - general principles) على ألاّ يتجاوز الإعلان التجاري 12 دقيقة في الساعة من البرنامج.  
• انظر هنا نصّ الوثيقة  
• <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/general-principles-avmsd>  
• وتقيس الهيئة التنظيمية باستمرار وقت الإشهار الفعلي (الإعلانات، والرعايات، والتسويق عبر الهاتف) لمعاقبة الإعلانات الزائدة.

12. <https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/mee/mee01>
13. هذه المراكز تابعة للهيئة العليا للاتصال السمعي البصري (HACA) في كوت ديفوار والمغرب، أو الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري (HAICA) في تونس.
14. مثل برنامج HMS Médiathèque الذي طوّره الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري في المغرب لرصد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، والذي يستخدم في عديد الهيئات التنظيمية/التعديلية في أفريقيا
- انظر الرابط التالي : <https://www.haca.ma/fr/hms-0>
15. Le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM)
  - <https://www.refram.org/>
16. Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels – ERGA
  - European Regulators Group for Audiovisual Media Services – ERGA
  - [https://media-board.europa.eu/index\\_en?page\\_id=14](https://media-board.europa.eu/index_en?page_id=14)
17. انظر هنا مهام الهيئة التعديلية/التنظيمية الفرنسية ARCOM في مجال الإنترنت والشبكات الاجتماعية
  - <https://www.arcom.fr/en/internet-and-social-networks>
18. Media Pluralism Monitor 2024
19. الهايكا تطلق تطبيق خاصة بالشكايات
  - <https://shorturl.at/IMQ7N>
  - انظر صفحة الشكاوى على موقع المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
  - <https://scm.gov.eg/complaints/>
20. انظر إستراتيجية البي بي سي في هذا المجال
  - BBC publishes plans for “fair, accurate and unbiased” content
  - [https://www.prolificnorth.co.uk/news/bbc-publishes-plans-fair-accurate-and-unbiased-content/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.prolificnorth.co.uk/news/bbc-publishes-plans-fair-accurate-and-unbiased-content/?utm_source=chatgpt.com)
21. Executive Complaints Unit findings
  - <https://www.bbc.co.uk/contact/recent-ecu>
22. انظر هنا تقارير وحدة الشكاوى
  - <https://www.bbc.co.uk/contact/complaint-service-reports>
23. انظر هنا صفحة الوسيط على موقع الفيسبوك
  - <https://www.facebook.com/MediateurFTV>
24. <https://www.tf1info.fr/tf1-info/charte-editoriale/>
25. المصدر ذاته
26. <https://www.nytimes.com/column/the-public-editor>
27. <https://www.nytimes.com/section/reader-center>
28. <https://www.pbs.org/ombudsman/mission.html>
29. [https://institute.aljazeera.net/en/news/al-jazeera-journalism-review-dedicates-page-monitoring-unprofessional-press-coverage-war-gaz?page=27&utm\\_source=chatgpt.com](https://institute.aljazeera.net/en/news/al-jazeera-journalism-review-dedicates-page-monitoring-unprofessional-press-coverage-war-gaz?page=27&utm_source=chatgpt.com)
30. صورة هذا المقال على غلاف المجلة مولدة بواسطة الذكاء الاصطناعي

## أيّ مستقبل للتلفزيون المدفوع؟

أ.د عبد المجيد فاضل  
مدير المعهد العالي للإعلام والاتصال (سابقا)  
الرباط، المملكة المغربية



لا تدخل خدمات التلفزيون المدفوع ضمن المنطق الاقتصادي الذي يحكم الاقتصاد التقليدي للتلفزيون في مجال التمويل، وإنما تندرج في إطار المنطق الاقتصادي الذي يسري على باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، حيث إنّ السعر يحدّد انطلاقا من العرض والطلب. وتكون لهذه العلاقة المباشرة بين العرض والطلب انعكاسات مهمّة على وظيفة التلفزيون المدفوع، وعلى استراتيجيته في مجال البرمجة. وتشكّل صيغة الأداء حسب المشاهدة (الاستهلاك)، التي يدفع فيها المشاهد فقط مقابل ما يستهلكه، أحد الإفرازات الأساسية لهذا المنطق. فالأداء يجعل البرمجة وموارد القناة خاضعة لمستلزمات السوق، غير أنه في المقابل يمثّل وسيلة للتمويل المباشر تُقضي أيّة وساطة.

انتشرت طريقة التمويل عبر الاشتراك، بانتشار قنوات التواصل عبر الكابل والساتل، الأمر الذي مهّد إلى تجزّئ السوق والاستعمال الفردي لوسائل الاتصال، بعد عهد للتواصل الجماهيري وسيادة التلفزيون الكوني .

انطلقت هذه الخدمة في الخمسينات من الولايات المتحدة الأمريكية في القنوات الموضوعاتية الموزعة عبر الكابل، وانتشرت بعد ذلك في الثمانينات في أوروبا وباقي العالم، مع انتشار البث عبر الأقمار الصناعية وتحسين جودة بث الصورة والصوت. ولقد وجدت إقبالا ورضا المشتركين بسبب تنوع الخدمات المعروضة وخصوصية البرمجة المتشكّلة من برامج حصرية، مثل الأخبار والأفلام والرياضة.

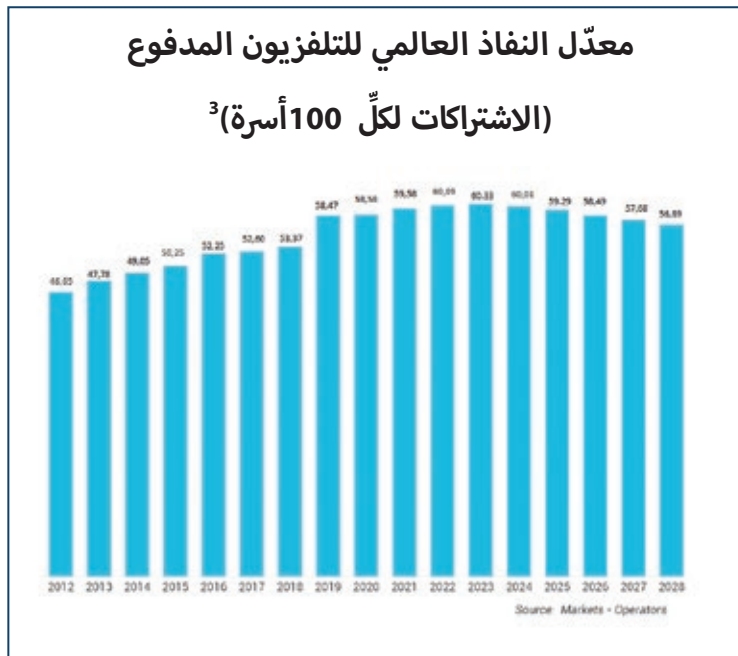
بعد بضع سنوات من النجاح، يشهد حاليا التلفزيون المدفوع تراجعاً متزايداً لمشركيه وجمهوره، بسبب النمو السريع الذي يعرفه الاشتراك في خدمات الفيديو تحت الطلب (SVOD)، نتيجة ظهور منصّات التلفزيون الرقمي والبث عبر بروتوكول الإنترنت التي بدأت تجذب الكثير من زبائنه وتهدّد توازناته المالية. **في ظلّ هذا الوضع يجوز التساؤل عن أيّ مستقبل ينتظر التلفزيون المدفوع؟**

الإجابة تقتضي منّا القيام بتحليل موجز لمكانة الاشتراك ووضعيته في المنظومة الاقتصادية للسمعي البصري.

لفهم وضعية الاشتراك في الخدمات المدفوعة ومكانتها في المشهد السمعي البصري، سنستعين بمجموعة من المعطيات والمؤشرات.

**1. من المهمّ التأكيد على أنّ هناك علاقة قوية بين معدّل الاشتراك ومعدّل النفاذ إلى القناة (خارج القسمة ما بين عدد الاشتراكات وعدد الأسر التلفزيونية)،** إذ أنّ العائدات الإجمالية للقنوات هي مرتبطة بهذين المعدّلين، وبعدها الأسر القادرة على الاشتراك.

ووفقاً لدراسة أجرتها الشركة البريطانية «Ampere Analysis»، فإنّ معدّل النفاذ العالمي للتلفزيون

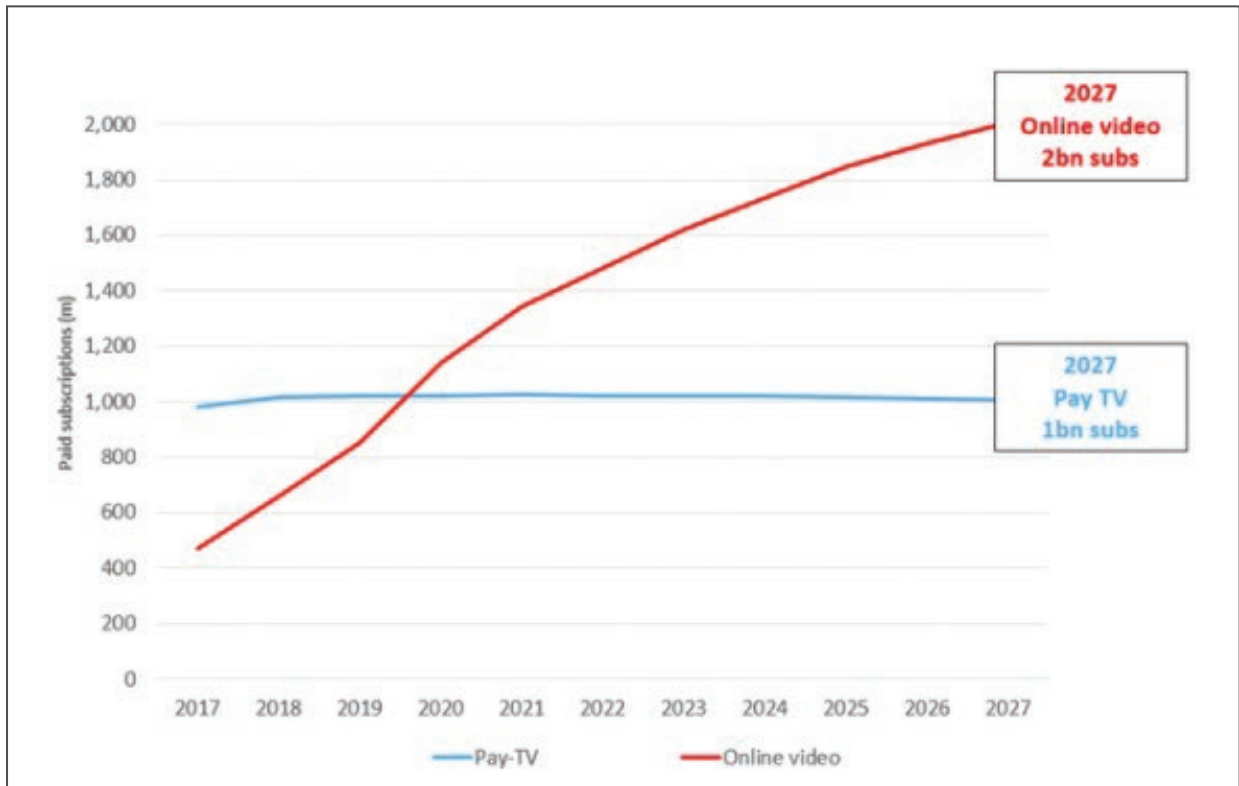


المدفوع سجّل أوّل انخفاض له في عام 2024. ومن المتوقع بحلول عام 2028، أن يخسر التلفزيون المدفوع حوالي 4 نقاط، حيث سينتقل المعدّل من 60,33 % عام 2023 إلى 56,89 % عام 2028. في الواقع، سيكون هذا الانخفاض مدفوعاً إلى حدّ كبير بأمريكا الشمالية، إذ سينتقل معدّل النفاذ إلى التلفزيون المدفوع في هذا البلد، من 84% في عام 2009 إلى 45% عام 2028.

تتوافق هذه المعطيات مع التوقعات لعام 2027 لشركة الأبحاث البريطانية «أوميديا» (OMEDIA) التي تشير إلى نموّ سريع للفيديو عبر الإنترنت، وركوداً في التلفزيون المدفوع. فوفقاً لهذه الدراسة، من المتوقع أن يتجاوز إجمالي الاشتراكات العالمية مجتمعة 3 مليارات، من بينها ما يقرب من 2 مليار للفيديو عبر الإنترنت<sup>4</sup>. ويرجع جزء كبير منها إلى أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا الشرقية، وهو ما سيعوّض الخسائر المتوقعة في منطقة أمريكا الشمالية.

### توقعات تطوّر عدد المشتركين في الفيديو عبر الإنترنت والتلفزيون المدفوع

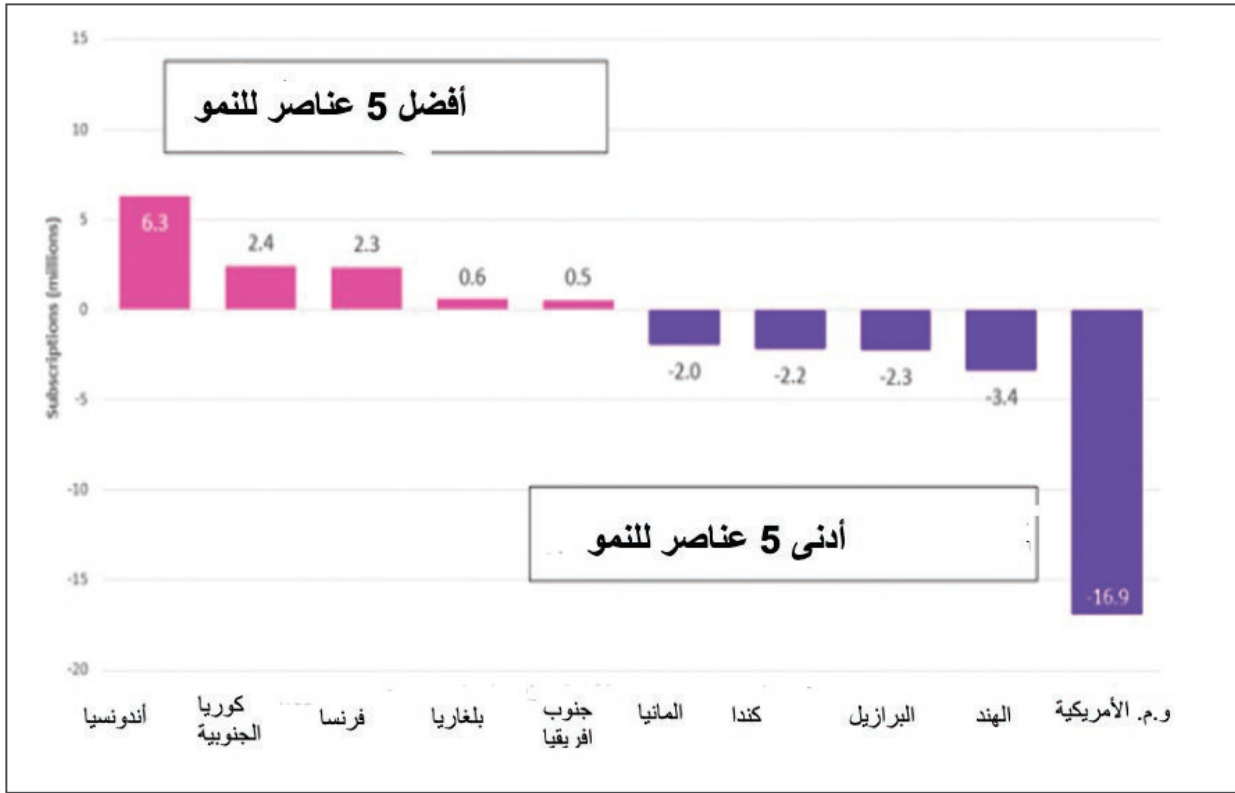
على الصعيد العالمي بحلول عام 2027 (بالملايين)



المصدر: Pay-TV and Online Video Report : Global – 2022

تختلف وضعية التلفزيون المدفوع بشكل كبير من بلد إلى آخر. في أسواق التلفزيون المدفوع البالغ عددها 101 والتي درستها «أوميديا»، أظهرت النتائج تقلّبات كبيرة. ومن المفترض أن ترتفع الاشتراكات بحلول عام 2027 في 55 سوقاً وتنخفض في 41 سوقاً أخرى، بينما ستبقى 5 أسواق مستقرّة. وتتوقع «أوميديا» أن يستمرّ هذا الوضع المتناقض، حيث إنّ دولاً مثل إندونيسيا وكوريا الجنوبية، ستعرف نمواً كبيراً، في حين ستشهد دول أخرى، ولا سيما الولايات المتحدة، تراجعاً مستمراً.

## أقوى التغييرات المتوقعة لعدد المشتركين في التلفزيون المدفوع بحلول عام 2027



المصدر: Pay-TV and Online Video Report : Global – 2022

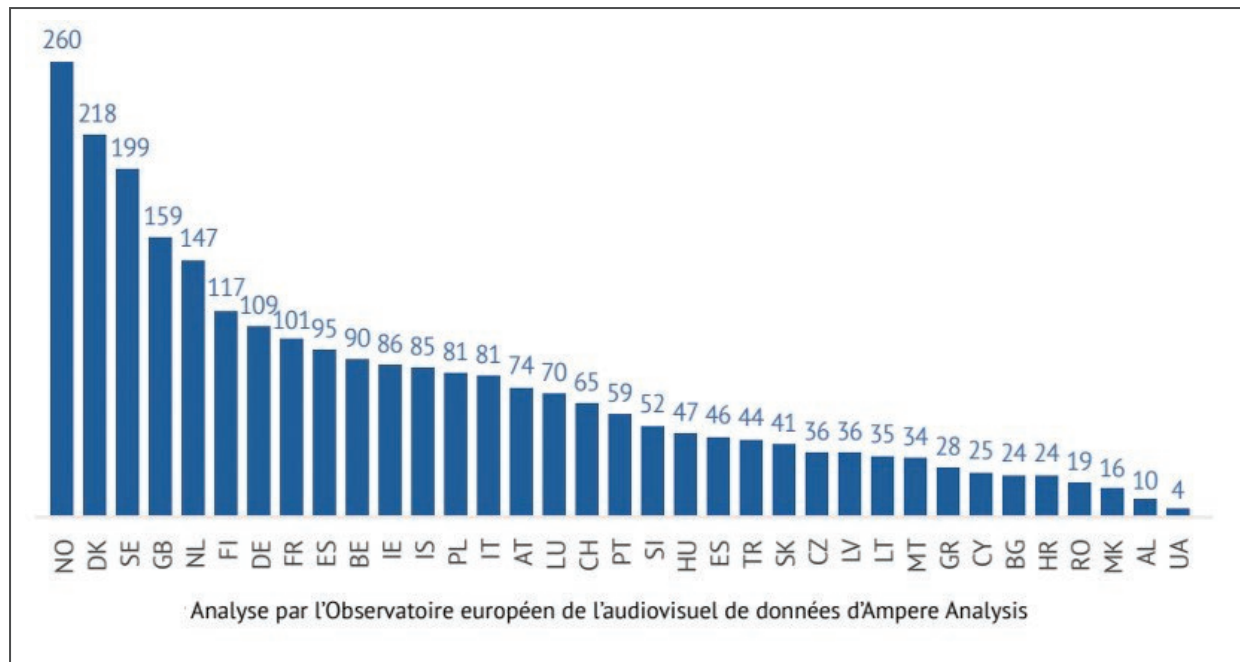
أما بخصوص أوروبا، فوفقاً لتقرير صادر عن المرصد السمعي البصري الأوروبي<sup>5</sup>، مثلت، في عام 2022، الخدمات السمعية والبصرية المدفوعة أكثر من 50% من سوق الخدمات السمعية والبصرية في هذه المجموعة، ويعود ذلك بشكل خاص إلى زيادة الإنفاق على خدمة الفيديو حسب الطلب (+27% على أساس سنوي). ولم يؤدّ توسّع خدمة الفيديو حسب الطلب إلى إضعاف نموّ الإيرادات من الخدمات السمعية والبصرية المدفوعة، لكنه استحوذ على جزء كبير منها.

وفيما يخص أفريقيا والشرق الأوسط، تتوقع العديد من الدراسات ديناميكية قوية في سوق التلفزيون، ونموّ نفاذ مهمّ للتلفزيون المدفوع. فوفقاً لدراسة للمكتب الأمريكي Digital TV Research، يتوقع في عام 2028، أن يحقق سوق التلفزيون المدفوع في أفريقيا 6,44 مليار دولار، أي 5,15% من الإيرادات العالمية. ويقدر أنه من بين 1,4 مليار أفريقي، سيصل عدد المشتركين في التلفزيون المدفوع بحلول عام 2028 إلى 57 مليوناً<sup>6</sup>.

## 2. تطوّرت قنوات الكابل والتلفزيون عبر بروتوكول الإنترنت والأقمار الصناعية بطريقة متفاوتة على الصعيد العالمي:<sup>7</sup>

✓ في البلدان التي تعتمد بشكل كبير على التلفزيون الأرضي، ولا سيما بلدان حوض البحر الأبيض المتوسط، هناك معدلات اشتراك منخفضة في التلفزيون المدفوع، مع قلة في السيولة، وتمثيل مفرط لخدمات OTT (Over-The-Top)<sup>8</sup>. على سبيل المثال، في الدول الإسكندنافية (النرويج، الدنمارك والسويد) نجد أنّ للأسر في المتوسط اشتراكين أو أكثر في خدمة التلفزيون تحت الطلب (SVOD)، عكس ما هو الحال في دول أوروبا الوسطى والشرقية.<sup>9</sup>

### نفاذ خدمات التلفزيون تحت الطلب (SVOD - OTT) في أوروبا عام 2022 (عدد الاشتراكات لكل 100 أسرة)



المصدر: OEA, Annuaire 2023/2024, tendances clés, 2024, p.51

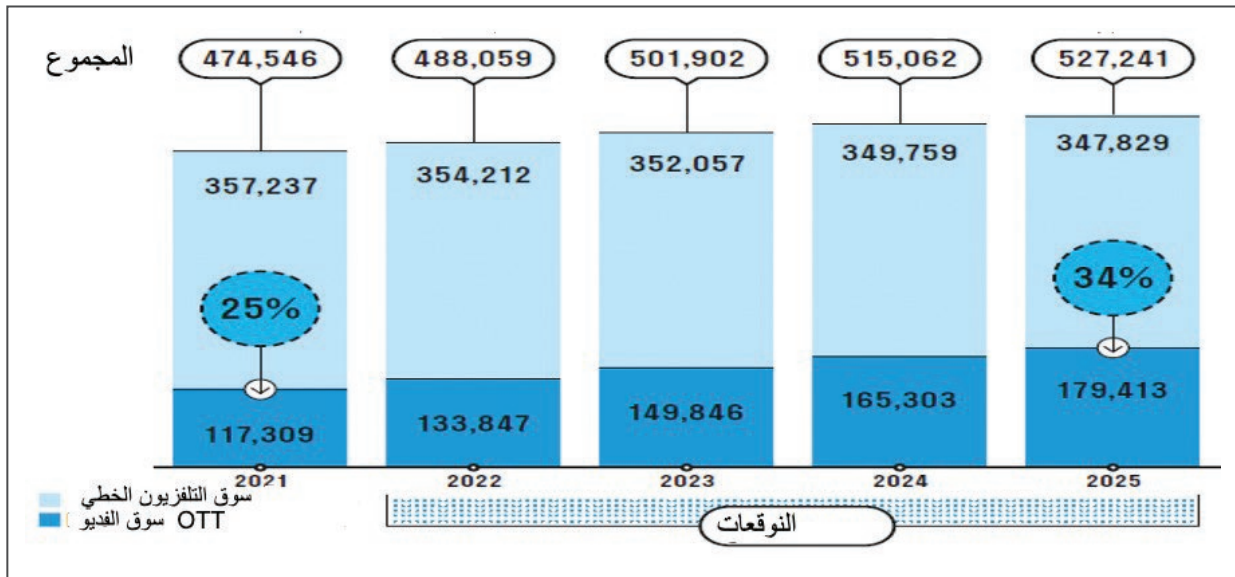
✓ في البلدان المرتبطة تاريخيًا بالكابل، مثل البنلوكس ودول أوروبا الشمالية، تمّ تطوير التلفزيون عبر بروتوكول الإنترنت (IPTV) على نطاق واسع، ويتوفّر جميع السكان تقريبًا على اشتراك شهري للولوج إلى عرض واسع للتلفزيون.

✓ في البلدان التي يسود فيها الاستقبال عبر الأقمار الصناعية، يختلف الموقف: إمّا أنّ الأسر تشترك في عروض التلفزيون المتميّزة، كما هو الحال في بولندا، حيث إنّ 98% من الأسر الفضائية

(التي تستعمل الساتل) تشترك في عرض مدفوع، أو تستهلك بشكل أساسي القنوات المجانية، كما هو الحال في ألمانيا، حيث تشاهد غالبية المنازل القنوات الفضائية المجانية فقط.

**3. شهدت خدمات OTT نموًا سريعًا في السنوات الأخيرة، مدعومة بتطور خدمات التلفزيون تحت الطلب (SVOD)، وتميل إلى أن تحل محل الأشكال الأخرى للاشتراك في العديد من الدول، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية. ففي عام 2025، تقدر السوق العالمية للفيديو OTT بحوالي 179,403 مليار أورو، أي ما قدره 34 % من إجمالي السوق السمعية والبصرية. ومن المتوقع، وفقًا لتقرير صناعة خدمات OTT أن تنمو هذه السوق، من عام 2023 إلى عام 2030، بمعدل نمو سنوي مركب قدره 19,8 %، وأن تصل الإيرادات إلى 200 مليار دولار بحلول عام 2030.<sup>10</sup>**

### تطور سوق الفيديو العالمي (بملايين الأورو)



المصدر: IDATE Digi World, World Tv & Video Services Markets, Decembre 2021

✓ على مستوى المشاهدة، يشاهد 85% من الأفراد التلفزيون عبر الإنترنت يوميًا. وتمثل خدمات بث الفيديو 44,8% من إجمالي استخدام التلفزيون.

يستحوذ يوتيوب على 9,9% من وقت بث الفيديو، مما يجعله منصة البث الأكثر شعبية في العالم. وتُعدّ تيفليكس منصة الفيديو حسب الطلب الأكثر اشتراكًا وشيوعًا في معظم مناطق العالم، بحيث تتوفر على أكبر حصة سوقية لخدمات البث عالميًا، بأكثر من 301,6 مليون مستخدم حول العالم، وحققت في الربع الثاني من عام 2025 رقمًا للمعاملات يقدر بحوالي 11,08 مليار دولار.<sup>11</sup>

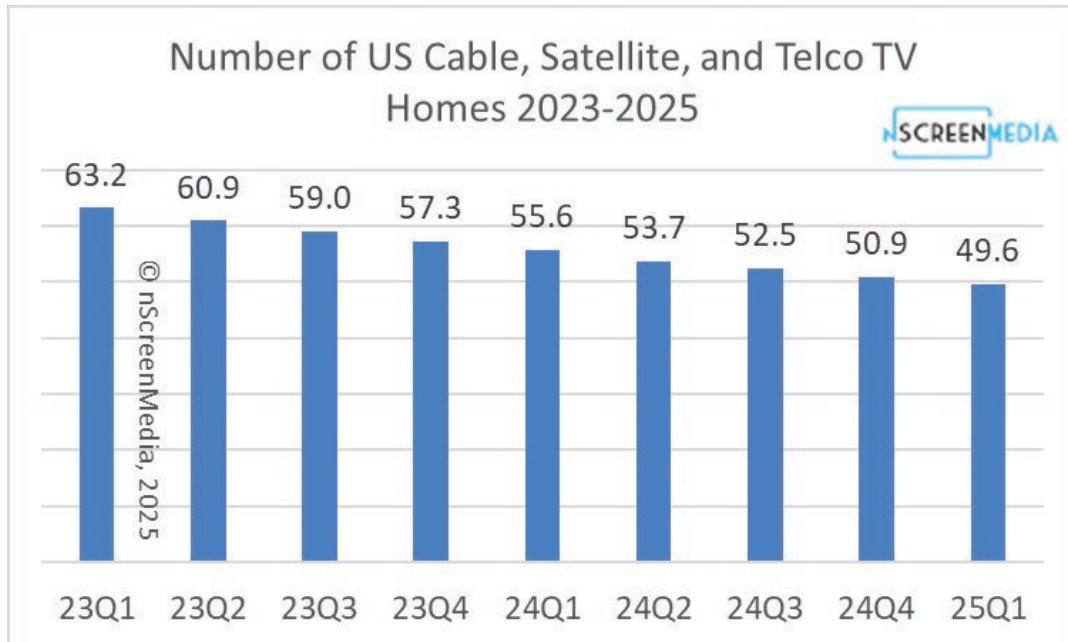
### توزيع عدد مستخدمي نتفليكس حسب المنطقة

| المنطقة                       | أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا | الولايات المتحدة وكندا | آسيا والمحيط الهادئ | أمريكا اللاتينية |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------------|---------------------|------------------|
| عدد مستخدمي نتفليكس بالهلايين | 101,13                        | 89,63                  | 57,54               | 53,33            |

المصدر: Statista

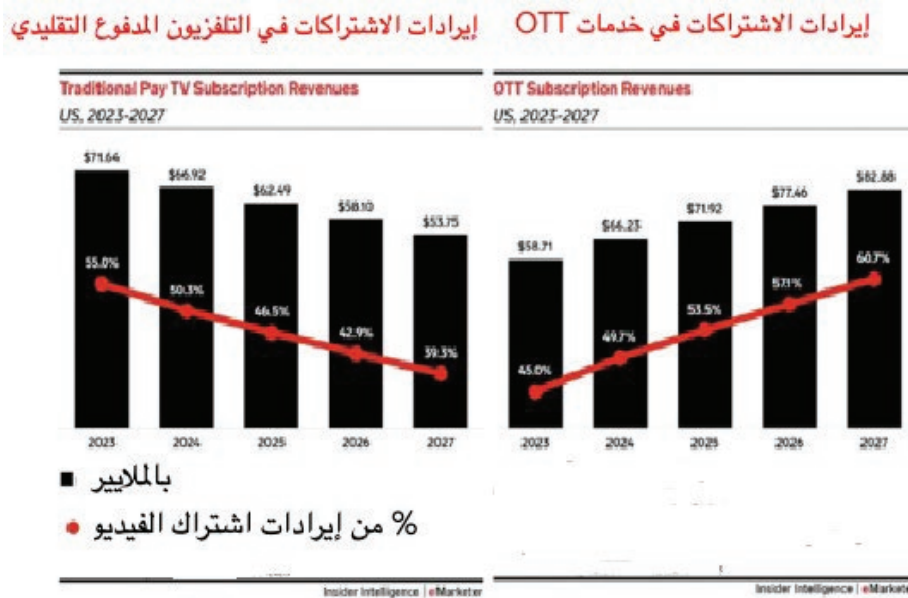
✓ ففي الولايات المتحدة الأمريكية، تسبب التطور السريع لمنصات بث الفيديو (Netflix، Hulu، Disney، Amazon وما إلى ذلك) في موجة من فسخ العقود تهّم التلفزيون المدفوع. هذه الظاهرة التي تُنعت «بقطع الأسلاك» (cord-cutting) أثّرت على جميع مزوّدي خدمة التلفزيون المدفوع وتهّد توازنهم المالي. فبعد بلوغ معدّل نفاذ القنوات التلفزيونية المدفوعة أعلى مستوياته سنة 2009، بمقدار 87,8% من الأسر المشتركة، انخفض إلى 37,6% في بداية عام 2025. فخلال عقد من الزمن، سجّل مقدّمو خدمات التلفزيون المدفوع خسارة صافية قدرها 25 مليون مشترك، حيث انتقل عدد المشتركين من 95,5 مليون مشترك في نهاية عام 2012 إلى 70,2 مليون مشترك في عام 2022، ليصل في الربع الأول من عام 2025 إلى 49,6 مليون مشترك، ممّا يظهر التحوّل العميق في سوق التلفزيون المدفوع<sup>12</sup>.

### عدد المشتركين في التلفزيون عبر الكابل والأقمار الصناعية والاتصالات (بالملايين)



وهكذا، ما بين عام 2017 وعام 2025، شهد مؤرّعو برمجة فيديو المتعدّد القنوات ( MVPDs Charter و Comcas و DIRECTV و DISH) انخفاضاً في عدد مشتركهم وإيراداتهم، بينما شهد مقدّمو خدمات الفيديو تحت الطلب ( OVDs Amazon و Netflix و Hulu و Disney+)، خلال الفترة نفسها، زيادة في عدد المشتركين والإيرادات. وتهيمن خدمة (أمازون برايم فيديو) على سوق البثّ في الولايات المتحدة بحصة سوقية تبلغ 22% عام 2025، بينما تحتلّ نتفليكس «Netflix» المركز الثاني بحصة سوقية تبلغ 21%، متبوعة بكلّ من ماكس «Max» بحصة 13% وديزني+ «Disney+» بحصة 12%، وهولو «Hulu» بحصة 11%.<sup>13</sup>

## تطوّر إيرادات الاشتراكات في التلفزيون المدفوع التقليدي ومقدّمي خدمات الفيديو تحت الطلب



المصدر Clément FAGES, La SVoD va peser plus de 50% du marché US de la vidéo payante en : 2025. In The Media Leader, (30/4/2024)<sup>14</sup>

وبالرغم من هذا الكمّ الهامّ في فسخ عقود الاشتراك، فإنّ عروض الفاعلين في الكابل والأقمار الصناعية والاتصالات تقاوم، حيث من ناحية، لا يزال رقم المعاملات الذي يجنيه هؤلاء أعلى بكثير من الرقم الذي يسجّله التوزيع عبر الإنترنت. ومن ناحية أخرى، فإنّ الخسائر التي لوحظت في جانب التلفزيون المدفوع يتمّ تعويضها نسبياً من خلال مكاسب المشتركين على مستوى خدمة الصبيب العالي.

✓ في أوروبا، لا تعتبر ظاهرة «قطع الأسلاك» ظاهرة عامة، حيث تختلف حسب معايير ومعلّات السوق الخاصة بكلّ بلد. ومع ذلك، هناك علامات كثيرة تشير إلى تدهور التلفزيون المدفوع، ووقوع انخفاض في عائداته انطلاقاً من سنة 2019 بنحو 0,6% سنوياً في المتوسط إلى غاية سنة 2023.

يتميّز السوق الأوروبي للخدمات المدفوعة، بحسب تقارير المرصد الأوروبي السمعي البصري، بالعناصر التالية:<sup>15</sup>

- على مستوى التلفزيون المدفوع، يتوقّر المتعهّدون بالبثّ على غالبية الاشتراكات، إلا أنّ منصّات خدمات الفيديو تحت الطلب الأمريكية ( Netflix و Amazon و DAZN و ما إلى ذلك) تسجّل ارتفاعاً ملموساً.

- نموّ الدخل هو مدفوع بشكل رئيسي من قبل القطاع الخاص.

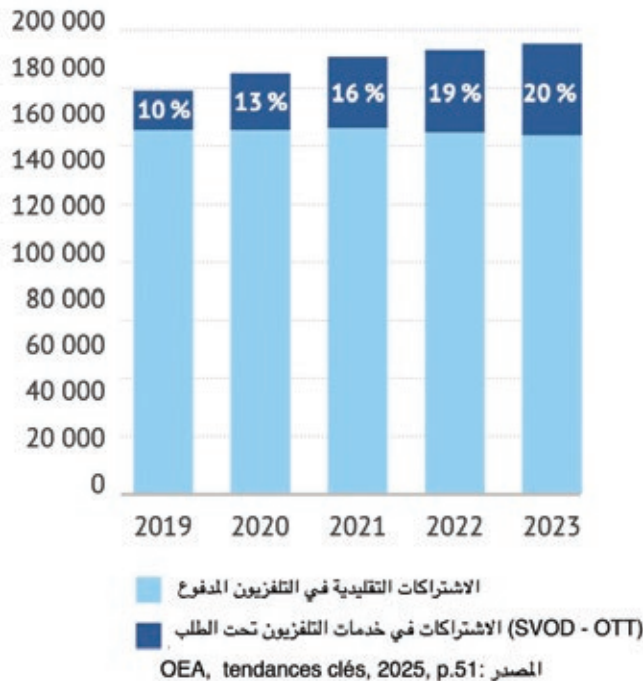
- يفسّر التطوّر الإيجابي لسوق الخدمات السمعية البصرية بشكل عام إلى ديناميكية الاشتراك في منصّات خدمات الفيديو تحت الطلب، التي تتميّز بتركيز كبير وهيمنة المنصّات الأمريكية. فلقد ارتفع عدد الأسر الأوروبية المشتركة في خدمات OTT SVOD بنسبة 22,6% ليصل إلى 233

مليون أسرة (166,6 مليون أسرة في دول الاتحاد الأوروبي السبع والعشرين، بزيادة قدرها 23,8%)، وفقاً لبيانات تحليل Ampere لشهر مايو 2023.<sup>16</sup>

وتهيمن في أوروبا المنصّات الأمريكية، حيث تراكم ثلاث منصّات OTT حوالي 85% من وقت المشاهدة (53% Netflix و 19% Prime Vide و 11% Disney+<sup>17</sup>)

ارتفعت، في عام 2023، إيرادات خدمات الفيديو حسب الطلب المدفوعة (SVOD و TVOD) في جميع قطاعات السوق، بنسبة 11% لتصل إلى 23 مليار أورو في أوروبا الكبرى. ولقد بلغت إيرادات اشتراك الفيديو حسب الطلب (SVOD)، التي كانت المحرّك

تطوّر اشتراكات التلفزيون المدفوع في أوروبا  
حسب نوع البث (2019-2023، بالآلاف و%)



الرئيسي لنمو سوق المحتوى السمعي البصري في السنوات الأخيرة، 221 مليار أورو (أي ما يزيد على 92% من إجمالي إيرادات الفيديو حسب الطلب)، إلا أن معدل النمو انخفض بشكل ملحوظ بنسبة 11% في عام 2023، وهو أدنى معدل نمو سنوي في الأعوام العشرة الأخيرة.<sup>18</sup>

**4. يعرف الوطن العربي بدوره في السنوات الأخيرة تحولات كبيرة على مستوى المشهد السمعي البصري،** يسجل فيه بث الفيديو ارتفاعاً كبيراً، حيث لأول مرة، في عام 2022، تجاوزت عائدات الاشتراك في الفيديو وخدمات إعلانات الفيديو قيمة سوق التلفزيون المدفوع.

وتتميز المنطقة بفوارق قوية بين الأسواق، خاصة ما بين بلدان المغرب العربي ودول المشرق العربي والخليج العربي. فدول مجلس التعاون الخليجي، يتميز بعضها بتركيبة سكانية فريدة، حيث تُقيم بها أغلبية من المغتربين وغير المواطنين، وتعرف بالتالي نفاذاً كبيراً لخدمات الاتصال والترفيه المتميزة، وارتفاعاً لمتوسط الدخل لكل مستخدم (ARPU) واستعمال قوي من قبل الأسر للأجهزة المتصلة بالإنترنت. كما تتبنى شركات الاتصالات والترفيه المحلية استراتيجيات تسويق مختلفة، يشكّل السعر فيها أحد العوامل التي يستخدمها مقدّمو الخدمة لتعديل عروضهم حسب الظروف والمستوى المعيشي لكل بلد. فمنذ إطلاق «ديزني+» في المنطقة خلال يونيو 2022، بلغ سعر خدمتها حوالي 8 دولارات أمريكية (29,99 ريال سعودي)، ولكن فقط بين 3 و3,5 دولارات أمريكية في المغرب العربي (399,99 دينار جزائري، 35 درهم مغربي).

وهناك عامل تمييز رئيسي آخر، يتجلى في اتفاقيات التوزيع التي تعقد مع مشغلي الاتصالات المحليين. ففي دول المغرب العربي، نجد نسبة الاشتراك في الإنترنت الثابت ضعيفة جداً<sup>19</sup>، مما يجعل نشر الخدمات التلفزيونية والترفيهية على الشبكات الثابتة لشركات الاتصالات أمراً صعباً، خلافاً للهاتف المحمول الذي هو وسيلة الوصول الأساسية إلى الإنترنت. ومن المفترض أن تتمحور حوله عروض الاشتراك لمقدمي خدمات الترفيه السمعية، غير أن هذا يبقى محدوداً جداً. ففي نهاية عام 2021، على سبيل المثال، أطلقت شركة «شاهد» عروضاً جزافية أرخص للهاتف المحمول في المغرب وتونس، مع عرض مجاني للمستخدمين الجدد على شبكة شريكها المحلي، أورانج.

إذا أضفنا إلى هذا طبيعة التضاريس الجغرافية لبعض الجهات، فإن خدمات البث المباشر إلى المنازل عبر الساتل تظل هي الطريقة الشائعة والمفضلة لتقديم خدمات تلفزيونية وترفيهية عالية الجودة في أجزاء من المنطقة العربية<sup>20</sup>. إلا أن أسعار الاشتراك المرتفعة نسبياً في الباقات التلفزيونية المتميزة عبر الأقمار الصناعية ليست محفزة، وتشكّل عائقاً في الأسواق ذات الدخل المنخفض. وبالتالي، لا يزال انتشار التلفزيون المدفوع منخفضاً جداً خارج أسواق دول مجلس التعاون الخليجي.

## حصة التلفزيون المدفوع من إجمالي الأسر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

| المغرب | الجزائر  | تونس     | ليبيا | مصر     | الأردن | العراق | سوريا |
|--------|----------|----------|-------|---------|--------|--------|-------|
| 1.3%   | 1.2%     | 0.6%     | 3.3%  | 1.3%    | 7.0%   | 0.9%   | 0.6%  |
| اليمن  | السعودية | الإمارات | قطر   | البحرين | عمان   | الكويت |       |
| 0.7%   | 22.1%    | 81.7%    | 91.3% | 35.5%   | 23.4%  | 22.5%  |       |

المصدر: DATAxis

يقدّر العدد الإجمالي للمشتركين في الساتل (DTH) والتلفزيون عبر الإنترنت (IPTV) في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حوالي 4,4 مليون أسرة. وفي ذات الوقت، فإنه، بسبب المنافسة المتزايدة من قبل خدمات «OTT» الأرخص، يعرف متوسط الدخل الشهري لكل مستخدم (ARPU) لخدمات البث التلفزيوني المدفوع عبر الأقمار الصناعية انخفاضاً مستمراً، ينجم عنه تقلص في إيرادات مقدّمي الخدمات. هذا ما دفع المزوّدين التاريخيين للتلفزيون عبر الأقمار الصناعية في المنطقة (OSN - beIN) إلى الانتقال إلى خدمات «OTT»، مع التركيز بقوة على منتجات البث المباشر، على التوالي «OSN+» للخدمة الأولى و«beIN Connect» و«TOD» للخدمة الثانية.

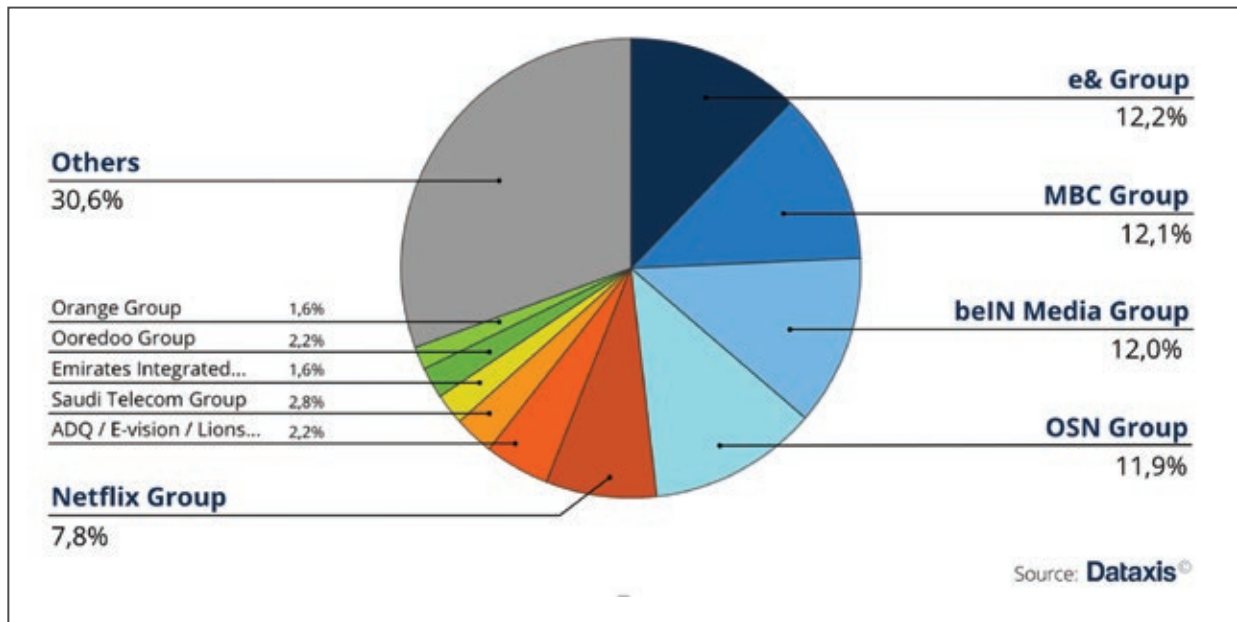
على مستوى منصّات بث الفيديو، تجدر الإشارة إلى أنّ «شاهد»، منصّة البث التي تديرها مجموعة البث السعودية «م.ب.س» (MBC)، تتألق في هذا المجال، فهي تتصدّر الاشتراك من حيث الحجم منذ عام 2021، وتشكّل خدمة الفيديو حسب الطلب حوالي ثلثي إيرادات المجموعة من خدمات التلفزيون والفيديو المدفوعة في عام 2022. ومن شأن شراكة توزيع المحتوى التي أبرمتها المجموعة مع عملاق الإعلام الأمريكي «Warner Bros» ومع «Discovery»، أن تدعم مكانة «شاهد» في السنوات القادمة، وتواصل توسيع نطاق وجودها، لا سيما مع وصول المزيد من محتوى الأطفال على المنصة.

وإلى جانب السعر، تركز المنافسة بشكل متزايد على المحتوى. فإذا كان في السابق، مقدّمو خدمات البث التلفزيوني المدفوع عبر الأقمار الصناعية بمثابة البوّابة الرئيسية للمحتوى المتميّز والعالمي، فإنّ معركة حقوق الملكية الفكرية للمحتوى تعيد الآن تشكيل السوق بأكملها، وتشهد بعض الغموض بسبب الاضطرابات الدولية المحيطة بعمليات الاندماج والاستحواذ للأستوديوهات العالمية الكبرى. ولمواجهة المنافسة، يعمل كلّ مقدّم الخدمات على تأمين وإغناء مضايمينه. فمنصة «OSN» تركز على الإنتاجات الأصلية والمحتوى العربي، ولحماية كتالوج البث الخاص بها وتأمين سوقها، أطلقت في عام 2022 «OSN+ Originaux». وفي غضون ذلك، تعمل «beIN» على تجديد عروض

البث عبر إطلاق منصّة «TOD»، التي على الرغم من أنها ركّزت في البداية على المحتوى الترفيهي، إلّا أنها، بفضل ملكية حقوق «beIN»، تطوّرت فيما بعد نحو المزيد من المحتوى الرياضي، وهو ما جعلها التطبيق الإعلامي رقم 1 في المنطقة خلال بطولة كأس العالم لكرة القدم 2022.

وفي ذات الفترة، اتخذ مشغل رئيسي آخر للتلفزيون المدفوع خطوة كبيرة نحو بث المحتوى وتأمينه، حيث في مارس من العام نفسه، استحوذت شركة «رؤية الإمارات» (E-Vision) التابعة لمجموعة «e&» (اتصالات سابقاً) وصندوق الاستثمار ADQ ومقرّه أبو ظبي على حصة أغلبية (قاربة 57%) في منصّة البث «StarzPlay Arabia»، المدعومة بالمحتوى للشركة الأمريكية الكندية «Lionsgate»، لتعزيز أوجه التآزر الجديدة بين خدمة البث المباشر و «E-Vision» الذراع الإعلامي والترفيهي لمجموعة «e&».

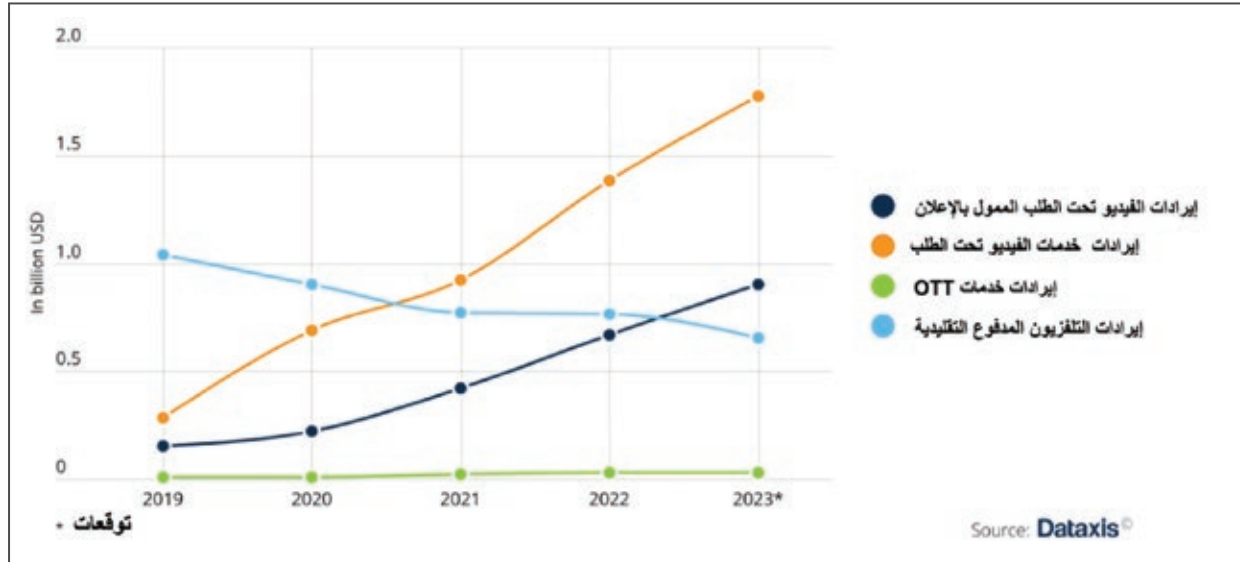
### نصيب كلّ مجموعة في سوق توزيع الفيديو والتلفزيون المدفوع من حيث القيمة (2022)



المصدر: DATAxis

أمّا فيما يخصّ مكانة عمالقة البثّ المباشر العالميين، فلا تزال «Netflix» تتمتع بمكانة مستقرّة في المنطقة، على الرغم من تباطؤ نموّ المشتركين، بينما يبقى «يوتيوب» (YouTube) أكبر خدمة فيديو مجانية من حيث الحجم والقيمة، حيث حقّقت في عام 2022 ثلثي إجمالي إيرادات الفيديو حسب الطلب في المنطقة. ولكن من المتوقع أن تراجع هيمنتها على السوق ببطء لإفساح المجال أمام منصّات محلية مجانية و«فريميوم».

## تطوّر خدمات الفيديو والتلفزيون من حيث الحجم في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، (توقعات)



5. في المغرب، لا يزال الاشتراك في الخدمات السمعية البصرية المدفوعة متواضعا للغاية بسبب انتشار القرصنة واستخدام العديد من الأسر لأجهزة مهيأة مسبقاً من قبيل «Android»، تسمح لهم بمشاهدة القنوات المدفوعة مقابل مبلغ زهيد. حسب التقرير السنوي للهيئة العليا للسمعي البصري برسم سنة 2023<sup>21</sup>. يتكوّن العرض المدفوع من خدمتين للولوج المشروط وثلاث خدمات للفيديو حسب الطلب.

يتكوّن عرض خدمات الولوج المشروط من باقتين من القنوات التلفزيونية تسوّق من قبل مشغّلين للاتصالات (اتصالات المغرب وشركة الأوائل العالمية) وفق ثلاثة أنماط للاستقبال، وهي الخط الرقمي للمشارك (ADSL) والساتل والهاتف المحمول. يعرف عدد المشتركين في هذه الباقات تقلّبات كبيرة من سنة إلى أخرى، حيث بلغ إجمالي عدد المشتركين 866 175 في عام 2023 مقابل 196 306 مشتركين في عام 2022.

### تطوّر حجم الاشتراك ورقم معاملات خدمات الولوج المشروط في المغرب

| الأعوام       | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022    | 2023    |
|---------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| عدد المشتركين | 26 129 | 12 673 | 11 178 | 81 311 | 306 196 | 175 866 |

المصدر: التقارير السنوية للهيئة العليا للسمعي البصري

وتعزى هذه التقلّبات والتآكل في الاشتراكات، إلى جانب تفشّي ظاهرة القرصنة، أنّ بعض الأعوام، تُنمّس بإجراء العديد من التظاهرات الرياضية ذات الصيت العالمي، مثل عام 2022، الذي عرف تنظيم كأس العالم في قطر، وكأس الأمم الإفريقية في الكاميرون، والألعاب الأولمبية في بكين. على مستوى أنواع البرامج، تهيمن في عرض الباقات القنوات الرياضية، حيث من بين إجمالي 266 قناة مُسوّقة، هناك 68 قناة رياضية (25,56%)، تليها في المرتبة الثانية 43 قناة متخصصة في الأفلام وأعمال الخيال بنسبة 16,16 %<sup>22</sup>.

أمّا فيما يتعلّق بعرض خدمات السمعي البصري حسب الطلب، فقد تمّ تسجيل 1,673 مليون مشترك خلال عام 2023، ممّن التزموا بالدفع لمدة لا تقلّ عن شهر واحد، مقابل 3,416 مليون مشترك في عام 2022<sup>23</sup>.

وتُبرز التقلّبات الكبيرة في عدد المشتركين، من سنة إلى أخرى، الطابع الدوري المرتبط بالمواسم لهذا النوع من الخدمات.

### تطوّر حجم الاشتراك خدمات الفيديو حسب الطلب في المغرب

| الأعوام       | 2023      | 2022      | 2021    | 2020   | 2019   | 2018  |
|---------------|-----------|-----------|---------|--------|--------|-------|
| عدد المشتركين | 1 673 000 | 3 416 000 | 300 361 | 48 889 | 67 606 | 1 325 |

المصدر: التقارير السنوية للهيئة العليا للسمعي البصري

تتولّى تسويق هذا العرض 3 شركات للاتصالات (اتصالات المغرب، أورانج «Orange» وشركة وانا كوربيت «Wana Corporate») عن طريق دعائم متّصلة بالإنترنت، سواء ثابتة أو متحرّكة.

ويتألّف العرض بشكل أساسي من الأعمال السينمائية والبرامج الوثائقية وبرامج الترفيه، والرسوم المتحرّكة، يعود مصدرها إلى حدّ كبير إلى أمريكا الشمالية والشرق الأوسط وآسيا.

والخلاصة، يبدو في حالة المغرب، حدوث بعض التغيرات في أنماط استهلاك المحتويات السمعية البصرية، التي ساهمت فيها جائحة كوفيد19 كعامل محرّك، والتي تمثّل بالنسبة إلى شركات الاتصالات رافعة نموّ مهمّ في المستقبل.

كخاتمة، نلاحظ من كلّ ما سبق، أنّ هناك انخفاضاً ملحوظاً في عدد المشتركين في باقات التلفزيون المدفوع، خاصة تلك المعتمدة على البثّ التقليدي، وتختلف درجته من بلد إلى آخر. هذا التراجع يُعزى إلى تشابك عدّة عوامل، أساساً: المنافسة الشديدة لمنصّات البثّ الرقمي

عبر الإنترنت، والتغيّر في عادات الاستهلاك والمشاهدة عند فئات من الجمهور (الشباب) الذين يفضلون المشاهدة عند الطلب وعلى الهواتف والأجهزة المحمولة، والطابع الموسمي لبعض الاشتراكات المرتبط ببعض الأحداث الرياضية الكبرى، مثل كأس العالم أو الألعاب الأولمبية. فالحصريّة التي تتوفّر عليها بعض القنوات المدفوعة في مجال الرياضة (مثل كأس العالم، ودوري الأبطال، والدوري الإنجليزي والإسباني،...) شكّلت لحدّ الساعة حصنا مكنّها من الاحتفاظ بجزء من جمهورها. لكن حتى هذه المسألة باتت مهدّدة، مع دخول بعض المنصّات الرقميّة على الخط وشراء حقوق البثّ.

وعليه فمستقبل التلفزيون المدفوع هو مرتبط بقدرته على التغيّر والتحوّل نحو البثّ الرقمي وخدمات الفيديو حسب الطلب وتوطيد التكامل مع الإنترنت، باعتماد منصّات تلفزيونيّة تقدّم محتواها عبر تطبيقات مختلفة، واقتراح مرونة في الدفع حسب الطلب أو حسب الأحداث، وعروض مشتركة تجمع بين الإنترنت والهاتف والتلفزيون. وهذا ما بدأت بالفعل تُجرّبه بعض القنوات الأجنبية.

## المراجع

1. انظر بهذا الخصوص إلى:
2. J.W. OPPENHEIM, Code : TV à la carte, op.cit .
3. R. BONNELL, La vingt cinquième image, op.cit .
4. Josette BONTE, La télévision à la carte aux États-Unis, PUF, collection que sais-je ? N° 3063, 996 .
5. نذكر على سبيل المثال: ظهور Filmnet في فنلندا (1982)، Téléclub في سويسرا (1983)، Canal + في فرنسا و Première في إنجلترا و Filmnet في هولندا و بلجيكا (1984) و M-Net في جنوب أفريقيا و VCC في الأرجنتين و Filmnet في الدانمارك (1986) الخ
6. <https://www.ampereanalysis.com/insight/global-pay-tv-penetration-to-fall-for-the-first-time-in-2024>
7. OMEDIA, Pay-TV and Online Video Report : Global – 2022 متوفّر على الرابط: <https://omdia.tech.informa.com/pr/2022-jun/omdia-forecasts-global-pay-tv-online-video-subscriptions-to-pass-3-billion-in-2027>
8. Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA), Annuaire 2023/2024, tendances clés, 2024, p.40
9. <https://www.agenceecofin.com/audiovisuel/2404-107658-en-afrique-en-2028-les-revenus-de-la-television-payante-representeront-5-15-du-marche-mondial-digital-tv-research>
10. IDATE, le marché de l'audiovisuel en Europe, février 2021
11. تشير هذه الخدمة إلى المضامين المقدّمة عن طريق الربط بالإنترنت، والتي ليس لمزوّد خدمة الإنترنت أيّ مراقبة عليها ولا يتحكّم فيها.

12. Observatoire Européen de l'Audiovisuel, Annuaire 2023/2024, tendances clés, 2024, p.51
13. Verified Market Reports, Le marché de la télévision et de la vidéo numériques, septembre 2025
14. SHUBHAM Singh, Statistiques des abonnés Netflix 2025 [Démographie et utilisateurs actifs], DemandSage, publié le 8 septembre 2025. متوفر على الرابط : <https://www.demandsage.com/netflix-subscribers/#:~:text=As%20of%202025%2C%20the%20United,U.S.%20still%20is%20for%20Netflix.>
15. NSCREENMEDIA, US Trad Pay TV & vMVPDs, 2025, URL: <https://nscreenmedia.com/us-pay-tv/>
16. Streaming Service Market Share (2025) : Global Revenue Data, URL: <https://evoca.tv/streaming-service-market-share/>
17. متوفر على الرابط :
18. <https://fr.themedialeader.com/la-svod-va-peser-plus-de-50-du-marche-us-de-la-video-payante-en-2025/#:~:text=25%25%20des%20consommateurs%20US%20ont,plus%20globalement%20dans%20son%20rapport>
19. - Laura Ene, Top players in the European AV industry: Ownership and concentration, 2022 Edition, Janvier 2023
20. - OEA, Annuaire 2023/2024, tendances clés, 2024 ;
21. - OEA, Tendances clés, 2025
22. OEA, Annuaire 2023/2024, tendances clés, 2024, p.50
23. OEA, , Tendances clés, 2025, p.31
24. OEA, , Tendances clés, 2025, p.52
25. في المغرب على سبيل المثال، فإنّ نسبة الاشتراك في الإنترنت الثابت لا تمثّل في سنة 2024 سوى 6,11 % مقابل 93,56 بالنسبة إلى الإنترنت المحمول. (مرصد الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات)
26. في المغرب، فإنّ الساتل هو نمط الاستقبال السائد عند الأسر بنسبة 97,2 % ، في حين أنّ الاستقبال الأرضي يمثل 35,8 % والاستقبال عبر الإنترنت يمثل 53,4 %.
27. التقرير السنوي للهيئة العليا للسمعي البصري لعام 2023، ص.54
28. التقرير السنوي للهيئة العليا للسمعي البصري لعام 2022، ص.56
29. تجدر الإشارة إلى أنّ عدد الزبناء النشيطين لم يتجاوز 160 ألف زبون سنة 2022 ، مقارنة بـ 102 ألف زبون سنة 2021.

## اعتماد الاتحاد مراسلين إخباريين خاصين بفلسطين تجربة ناجحة بكل المقاييس



المهندس عبد الرحيم سليمان: يمكن للاتحاد البناء على هذه التجربة نحو مناطق عربية أخرى. «اعتماد مراسلين إخباريين بمناطق الحروب وسبل تطويرها - فلسطين نموذجاً»: هو محور هذه الندوة التي حضرها أعضاء لجنتي الأخبار والإعلام الجديد في الاتحاد، وممثلو اتحاد إذاعات الدول الأوروبية واتحاد الإذاعات الآسيوية ووكالة (سبوتنيك) الروسية للأنباء، أحد الشركاء الرسميين للاتحاد. وكان المراسلون الفلسطينيون حاضرين عبر تقنية التواصل عن بعد، مما أعطى الندوة قيمة مضافة.

- صفاء الهبيل وفؤاد جرادة (مراسلا الاتحاد في قطاع غزة)
  - ميساء الأحمد: مراسلة في الضفة الغربية والقدس المحتلة.
- وكانت مناسبة لتقديم مداخلات مسجلة ومباشرة بالصوت والصورة، انطلاقاً من غزة ورام الله، استعرض كل منهم تجربته المهنية والإنسانية خلال حرب الإبادة.

### الإعلامية صفاء الهبيل: تعلمنا الكثير من الاتحاد وواكبنا بفضل التطورات التقنية



قالت إن دورها كمراسلة لا يقتصر على نقل مشاهد الدمار، بل يشمل اختيار الزاوية الإنسانية للرواية الفلسطينية، مضيفاً أن الكاميرا لا تقف أمام الدبابة، لكنها قادرة على فضحها أمام العالم. وفي حديثها عن ظروف عملهم في ظل حرب الإبادة، أشارت إلى أن أهم التحديات تمثلت في نقص المعدات وضعف الإمكانيات التقنية، والانقطاع المتكرر في مستوى الاتصال والكهرباء، إضافة إلى الاستهداف المباشر للطواقم الصحفية والطبية،

وشدّدت على أنّ ما يقدّمه المراسلون اليوم هو أمانة مهنية ووطنية وإنسانية.

وذكرت أنّ العمل في قطاع غزّة فرض عليها تعلّم مهارات جديدة في المونتاج والصوت والتصوير الذاتي بشكل سريع، في ظلّ غياب الطواقم الفنيّة أحياناً.

وقالت صفاء الهبيل إنها اضطرّت في كثير من الأحيان إلى أن تكون صحفية ومصوِّرة ومنتجة في آنٍ معاً



وأضافت: جعلتنا الحرب نمتلك أدواتنا بأيدينا، ودفعتنا إلى تطوير مهاراتنا الفنيّة، لأنّ الصورة الجيدة ليست رفاهية، بل هي جزء من مصداقية الخبر، مبرزة أنّ كلّ تقرير هو معركة بحدّ ذاته بين الحفاظ على المهنية، وبين مقاومة الانهيار النفسي أمام المشاهد القاسية، ولفتت النظر في هذا الخصوص إلى أنّ أعضاء الإدارة العامة للاتحاد ظلّوا يؤكدون دوماً على سلامة المراسل الصحفي، وهو ما يرفع من معنوياته، ويجعله يشعر أنّ هناك أمانة إنسانية ومهنية ووطنية لدى القائمين على الاتحاد.

### المراسل فؤاد جرادة - غزّة

الاتحاد شكّل لنا نحن مراسليه، مدرسة مهنية راقية استفدنا منها الكثير في أداء رسالتنا الإعلامية

علّق على تجربة الاتحاد في الأراضي الفلسطينية المحتلة، وخاصة في القطاع بالقول: إنها مدرسة مهنية بكلّ المقاييس، ولاحظ أنه رغم انقطاع الاتصالات واستهداف الصحفيين وصعوبة التنقّل، تمكّن المراسلون من تقديم موادّ ذات قيمة إخبارية عالية، اعتمد بعضها على لغة الأرقام لإبراز حجم الكارثة الإنسانية.



وأوضح أنه بعد أكثر من عشرين سنة في الإعلام، وجد في العمل مع الاتحاد مدرسة تحريرية جديدة موسومة بالدقة اللامتناهية في إيصال الحقيقة والمعلومة.



وفيما يتعلّق بالبعد التحليلي للتغطية الإخبارية، بيّن أنّ الحرب على غزّة ليست مجرد صور دمار، بل تتطلب معالجة معلوماتية دقيقة لتوضيح حجم الكارثة، مشيراً إلى أنه حاول في تقاريره أن يوازن بين الصورة والعدد، فخلّف كلّ عشرة آلاف منزل مدمّر، هناك عائلات بدون مأوى، ووراء كلّ رقم جريح، هناك قصّة لا تنتهي عند المستشفى. واعتبر أنّ تجربته مع الاتحاد مثّلت مدرسة تحريرية صارمة جعلته أكثر دقة في اختيار كلماته وتحديد زاوية كلّ قصة.

## المراسلة ميساء الأحمد - الضفة الغربية والقدس المحتلة

### عملنا الصحفي في الضفة الغربية والقدس المحتلة هو سباق دائم مع الوقت والمخاطر

من جهتها، أشارت إلى أنّ المراسلين يعملون يوميًا على خطّ النار، دون حماية دولية، ذلك أنّ الاحتلال يعتمد على مصادرة المعدات ومنع الوصول إلى مواقع الأحداث، فضلا عن الاعتداءات الجسدية والاعتقالات المبالغتة. ومضت تقول: كلّ صورة نلتقطها هي شهادة للتاريخ، نعلم أنّ الكلمة الحرة قد تكلفنا حياتنا، ومع ذلك نخرج كلّ صباح، لأننا نؤمن أنّ الصمت



أخطر، وأنّ واجبنا أكبر من خوفنا.

وأوضحت أنّ الصحفي يواجه ثلاثة مستويات من التقييد:

- الملاحقة الميدانية على الحواجز العسكرية
- الرقابة الإسرائيلية على الأجهزة والمعدات
- العنف المباشر من المستوطنين والجنود خلال التصوير.

ووسط هذه الممارسات الإسرائيلية الفظيعة قالت ميساء الأحمد :

إننا نضطرّ أحيانا إلى التصوير بهاتف عادي أو عبر نوافذ السيارات، خشيةً من مصادرة معدّاتنا، فنحن لا نروي القصص فقط، بل ننتزع حقنا في روايتها.

### تقرير مركز التبادل في الجزائر عن التغطية الإخبارية التلفزيونية للحرب على فلسطين

استعرض الأستاذ أحمد إبراهيم رئيس قسم المحتوى والتبادل بيانات مشفوعة بالإحصائيات لهذه التغطية التي يوفّرها اتحاد إذاعات الدول العربية عبر مراسليه الخاصين. وقد تمكّن هؤلاء المراسلون خلال الأيام الأولى لوقف إطلاق النار من إرسال ما يزيد على 114 موضوعا ميدانيا، توزّعت بين 56 تقريراً من غزة و49 من الضفة والقدس، شملت قصصا إنسانية من المستشفيات ومراكز الإيواء، وموادّ توثّق مظاهر الفرحة بالإفراج



عن الأسرى، وعودة بعض النازحين إلى بيوتهم المدمّرة.

وأنجز مراسلو الاتحاد أكثر من 5500 موضوع على مدى 735 يوماً، توزّعت مضامينها على النحو التالي:

40 % تقارير ميدانية

30 % قصص إنسانية

20% ملفّات تحليلية.

10 % تقارير مصوّرة حول الأوضاع الصحية والإغاثية.





وزيادة على الاستفادة الكبرى للهيئات التلفزيونية العربية الأعضاء في الاتحاد من هذه التغطية، فإنّ اللافِت هو حجم استفادة الهيئات في الاتحادات الإذاعية الشريكة، والذي بلغ 2287 موضوعاً، موزعة بين اتحاد الإذاعات الأوروبية واتحاد الإذاعات الآسيوية واتحاد إذاعات أمريكا اللاتينية.

### مدير عام الاتحاد: مراسلونا بفلسطين كانوا مثلاً للحرفية العالية

وجّه المهندس عبد الرحيم سليمان تحية إكبار وتقدير إلى جميع مراسلي الاتحاد المعتمدين لتغطية الحرب الإسرائيلية على غزة والأراضي المحتلة، مثنيًا على ما أبدوه من كفاءة في أداء رسالتهم الإعلامية، رغم الظروف الصعبة والمخاطر التي اعترضتهم.



ويرجع إليهم الفضل في نجاح التجربة الأولى من نوعها التي خاضها الأسبو في تاريخ تغطية الأحداث، وهو ما يجعلهم جديرين بالتكريم الذي سيسعى الاتحاد إلى القيام به حين تسمح الظروف بذلك.



وتوجّه المدير العام، بعد أن حيّا مراسلي الاتحاد، بالشكر إلى هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية على تعاونها الوثيق مع الاتحاد في إرساء هذه التجربة وتوفير أسباب النجاح لها، رغم الحصار والعدوان والاستهداف الإسرائيلي الممنهج للطواقم الإعلامية (ينظر إضاءات العدد).

وتناول الكلمة الأستاذ محمد البرغوثي مدير عام تلفزيون فلسطين، فتحدّث عن أوجه التعاون المثمر بين الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية واتحاد إذاعات الدول العربية، وهو ما كان عاملاً قوياً في إنجاح تجربة اعتماد المراسلين من فلسطين.



### ممثل اليورفيزيون: ممتنون جداً للاتحاد ومراسليه

السيد إيميلوسان بيدرو مدير التبادل الإخباري في اتحاد الإذاعات الأوروبية، أعرب عن اعتقاده أنه من العدل القول: نحن لم نكن لنتمكّن من تغطية حرب غزة وقصف إسرائيل والآثار التي خلفها ذلك على السكان هناك، لولا التغطية التي قدّمها اتحاد إذاعات الدول العربية، والتي كانت حاسمة.



لقد كانت التغطية تتألف من تقارير إخبارية ممتازة أظهرت المعاناة الحقيقية للشعب الفلسطيني، وفي وقت لم يكن فيه لمعظم أعضائنا في اتحاد الإذاعات الأوروبية أي وصول إلى غزة، حيث كان صحافيّوهم ممنوعين من دخول غزة من قبل إسرائيل.



وأبقت تغطية مراسلي الاتحاد ذلك الجزء من القصة حيًا، ما كان يحدث طوال هذا الوقت للشعب الفلسطيني في غزة: الجوع، حالة المجاعة، معاناة العائلات والاضطرار المستمر إلى الانتقال والهروب من القصف، كلّ هذه الأمور تمّ توثيقها بشكل جيّد للغاية من قبل مراسلي الأسبو، ونحن ممتنون جدًا لهم على ذلك.

**ممثّل الآسيفزيون: وفّر مراسلو اتحاد إذاعات الدول العربية في غزة لأعضائنا موادّ استثنائية بكلّ المقاييس.**

السيد إيندرا براكاش سينغ مدير الأخبار في اتحاد الإذاعات الآسيوية، أبرز من جهته أنّ الشراكة التي تربط اتحادهم بالأسبو مهمة للغاية، قائلاً إنهم كانوا رائعين للغاية، ذلك أنّ كلّ الموادّ التي يوفّرها هؤلاء المراسلون في غزة لأعضاء اتحادهم هي موادّ استثنائية بكلّ المقاييس، وشيء يتجاوز كلّ التوقعات. ويمضي قائلاً: ما من أحد من أعضائنا إلّا ويقدر ذلك جيّدًا، فقد أظهر هؤلاء الصحفيّون للعالم ما يحدث بالفعل في المنطقة، وأنهم قد عرضوا حياتهم للخطر من أجل إيصال الحقيقة إلى شعوب العالم، ونحن جميعًا نقف متضامنين معهم.



## الاجتماع (23) للجنة الدائمة للأخبار



■ تركيبة رئاسة اللجنة

■ منح جائزة أفضل قسم تنسيق إخباري (2025)

كان ذلك يوم 14 أكتوبر 2025، وقد شارك في الاجتماع، إلى جانب وفد الإدارة العامة للاتحاد والهيئات الأعضاء، ممثلون عن اتحاد الإذاعات الأوروبية واتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي ووكالة الأنباء الروسية (سبوتنيك) إحدى الشركاء الرسميين للاتحاد.

المهندس عبد الرحيم سليمان أشرف على عملية انتخاب مكتب الرئاسة عامي 2025 - 2026 و2027 فكانت النتائج على النحو التالي:

**رئيس اللجنة:** الأستاذ عبد العزيز الصرخي، مدير الأخبار ورئيس قسم التبادل الإخباري في هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية



**النائب الأول للرئيس:** الأستاذ جعفر مسهر حسن، مدير قناة الإخبارية بشبكة الإعلام العراقي



**النائب الثاني:** الأستاذ محمّد البرغوثي مدير عام تلفزيون فلسطين



المدير العام للاتحاد، ذكر أنّ الأسبوع ما فتى يوسّع نطاق التعاون الإقليمي والدولي في مجال التبادل الإخباري، فإلى جانب شركائه التقليديين (أوروبا وآسيا وإفريقيا)،



أصبح التبادل يشمل كذلك أمريكا اللاتينية، والاتحاد بصدد وضع اللمسات الأخيرة لإرساء تعاون عربي صيني، يتركز بالخصوص على التبادل الإخباري والتطوير التكنولوجي في المجال السمعي البصري والرقمي.

## جهود مراسلي الاتحاد بفلسطين: محل إشادة اللجنة

سجّل المشاركون بارتياح ارتفاع نسق هذا التبادل الذي انخرطت فيه 20 هيئة تلفزيونية، ونوّهوا بالجهود الجبّارة التي يبذلها مراسلو الاتحاد في غزة وباقي الأراضي الفلسطينية المحتلة الذين وفّروا أكثر من 5500 موضوع خلال الحرب .



وقد بلغ عدد الأخبار العربية المتبادلة 14734 خبراً، تصدّرتها الأخبار السياسية بنسبة 40%، تليها الأخبار الأمنية بنسبة 18%، ثمّ الأخبار الدينية بنسبة 12% والأخبار الثقافية (10%).

## التبادل الإخباري العربي الأوروبي: تطوّر ملحوظ

يستفاد من العرض الذي قدّمه مدير التبادل الإخباري في اتحاد الإذاعات الأوروبية إيميليو سان بيدرو، بأنّ التبادلات الإخبارية بين اتحاد إذاعات الدول العربية سجّلت في العامين الأخيرين تطوّراً ملحوظاً،



من ذلك أنّ الأرقام الخاصة بالفترة من يناير إلى سبتمبر 2025 أظهرت ارتفاعاً في المساهمات الإخبارية المتعلقة بتغطية الأحداث الكبرى، وفي مقدّمتها العدوان



الإسرائيلي على غزة، الذي مثّل أكثر من 40% من إجمالي المواد المتبادلة خلال تلك الفترة، بفضل ما وفّره مراسلو الاتحاد بفلسطين من مواضيع متنوعة. وساهم الأسبوع أثناء تلك الفترة بما يفوق 250 مادة إخبارية مصوّرة، مقابل 180 من الجانب الأوروبي، مع تزايد ملحوظ في التنسيق المشترك عند تغطية مداولات الجمعية العامة للأمم المتحدة في سبتمبر 2025.



## جوائز منسقي التبادلات الإخبارية

قرّرت لجنة التحكيم منح جائزة أفضل قسم تنسيق إخباري للعام 2025 على النحو التالي:

**الجائزة الأولى:** من نصيب هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية - الجائزة الثانية منحت لشبكة الإعلام العراقي.

وأشادت اللجنة بمجهودات هيئات كلّ من تونس والمغرب والجزائر والبحرين وسوريا خلال سنة 2025 في مجال تطوير التبادلات الإخبارية على صعيدي الكمّ والمضمون: كما نوّهت بجهود تلفزيون فلسطين في تغطية العدوان الإسرائيلي على الأراضي المحتلة خلال أكثر من عامين، رغم ظروف الحرب الدائرة هناك وما تتسبّب فيه من مخاطر.



## نحو تطوير تغطية الاتحاد للأحداث الكبرى



لدى استعراضها لخطة تغطية الأحداث الكبرى السنوية داخل المنطقة العربية وخارجها، وافقت اللجنة على مقترح الإدارة العامة، إضافة القمّة العربية الصينية إلى رزنامة الأحداث التي سيتولّى الاتحاد تغطيتها أثناء عام 2026 والتي تشمل: القمّة العربية 35 - القمّة الإفريقية 29 - موسم الحجّ 1447 هـ - الجمعية العامة للأمم المتحدة 81 - قمّة المناخ 31 - قمّة مجموعة العشرين G20 .

ودعا مدير عام الاتحاد أعضاء اللجنة إلى التفكير في السبل المثلى لتطوير تغطية الاتحاد السنوية للأحداث الكبرى، والاستفادة ممّا يمكن أن تتيحه التكنولوجيا الحديثة في هذا المجال، وخاصّة تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وتفاعلاً مع هذه الدعوة، قرّرت اللجنة أن يكون موضوع الندوة الإخبارية المقبلة حول:

تقييم وتطوير تجربة الاتحاد في تغطية الأحداث الكبرى داخل المنطقة العربية وخارجها.



## اللجنة الدائمة للإذاعة في اجتماعها (35)



- تركيبة رئاسة اللجنة
- ضبط أصناف المسابقات الإذاعية للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون الدورة (26)
- مبادرات جديدة
- الإعداد للمواعيد الإذاعية القادمة.



عقدت اللجنة هذا الاجتماع يومي 23 و 24 سبتمبر 2025 بإشراف المهندس باسل الزعبي مدير إدارة التكنولوجيا والتطوير، نيابة عن المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان، وبحضور الأستاذة هايدي الجلاد مديرة إدارة الإذاعة بالاتحاد، وممثلي الهيئات الإذاعية الأعضاء.

واستُهلّت أعمال اللجنة بانتخاب رئيسها ونائبيه للفترة 2025 - 2027، فكانت على النحو التالي:

- رئيس اللجنة: الأستاذ نبيل المؤدّب، مدير وحدة التنسيق المركزي للإذاعات بمؤسسة الإذاعة التونسية.



- **النائب الأول:** الأستاذ إبراهيم محمد عثمان إبراهيم، مدير الإدارة العامة لتقانة المعلومات ونائب المدير التنفيذي للإذاعة السودانية



- **النائب الثاني:** الأستاذ جابر محمد آل سرور، مراقب البرنامج العام في إذاعة قطر.

وتمت مناقشة مقترح تطوير المسابقة العربية للموسيقى والغناء التي ينظمها الاتحاد مرة كل سنتين، وقد بلغت دورتها (15)، ومقترح تأسيس المجموعة العربية للكتب الصوتية (ينظر تفاصيل الموضوع لاحقا).



## أنصاف المسابقات الإذاعية للدورة (26) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون

المسابقات الإذاعية الرئيسية والموازية:

ومواضيع مسابقات البرامج الإذاعية لسنة 2026:

- مسابقة «بعيون عربية»: مدن تتحدث، استكشاف تاريخ المدن العربية القديمة

- مسابقة «أعلام العرب»: في مجال حماية اللغة العربية.



## التضامن مع القضية الفلسطينية

سيقام اليوم الإعلامي المفتوح لدعم القضية الفلسطينية وصمود القدس في يوم 29 نوفمبر 2026، وستكون إذاعة قطر، الإذاعة المركزية مع إذاعة فلسطين...

وسيحيي الاتحاد وهيئاته الأعضاء قبل هذا الحدث مع إذاعة فلسطين، الذكرى (50) ليوم الأرض (30 مارس/ آذار 2026)، من خلال فترة مفتوحة مشتركة ستؤلي الدور المركزي فيها الإذاعة الجزائرية والإذاعة المصرية.

بادرة الاتحاد: تنظيمه يوما إعلاميا مفتوحا في 7 أكتوبر 2025 بالتعاون مع الإذاعة الفلسطينية، وبمشاركة بقية الهيئات الأخرى.



الورشة الإذاعية السنوية موضوعها «أمن المحتوى الإذاعي في البيئة الرقمية لحماية الحقوق والملكية الفكرية» وستقدّم إذاعات كل من تونس والجزائر والكويت بالمناسبة تجاربها في الغرض.

### في اليوم الثاني للاجتماع اللجنة:



إقرار مقترح الإدارة العامة تطوير المسابقة العربية للموسيقى والغناء إلى مهرجان الأغنية العربية

ذكر المهندس عبد الرحيم سليمان بأنّ اللجنة الدائمة للإذاعة، بما هي من أعرق اللجان المتخصصة في الاتحاد، كانت دائما لجنة مبادرة ومجدّدة، ناهيك عن أنّ عدّة أفكار ومشاريع ومبادرات أنشأها الاتحاد وطوّرها كانت في الأصل وليدة نشاطات هذه اللجنة، مثل مشروع VSAT أو نظام MENOS.



وقال المدير العام إنّ الهدف من المبادرة هو إعطاء انطلاقة جديدة للمسابقة العربية للموسيقى والغناء، بتحويلها مهرجانا كبيرا يساهم في دعم الإبداع الفني العربي، ومزيد إشعاع اتحاد إذاعات الدول العربية. وأبدى استعداد الإدارة العامة لتوفير الإمكانيات اللازمة لذلك، مبيّنا في هذا الصدد أنّ سياسة الاستثمار والاعتماد على التمويل الذاتي هي التي مكّنت الاتحاد من توفير عباءة مالية تسمح له بالتطوير المستمرّ لفعالياته، وللخدمات التي يُسديها إلى هيئاته الأعضاء.

من جهتها، قدّمت مديرة إدارة الإذاعة الأستاذة هايدي الجلاّد لأعضاء اللجنة تفاصيل مقترح تطوير المسابقة، تلاها نقاش ثري، انتهى إلى الاتفاق على النقاط التالية:



- تحويل المسابقة التي كانت وتيرة تنظيمها كلّ عامين إلى: مهرجان سنوي بعنوان: «مهرجان الأغنية العربية»

- إقامة الدورة التأسيسية بتونس دولة المقرّ، ثمّ تتناوب

الدول العربية الراغبة في استضافة المهرجان

- مدّة المهرجان ثلاثة أيام، تتضمّن إلى جانب الحفلات الفنّية، ندوتين حواريتين، فنّية ومهنية، بالتزامن مع اجتماع اللجنة الدائمة للإذاعة.

- **سهرات المهرجان** تكون في حفل فنيّ مباشر، يحضره الجمهور في المسارح المؤهّلة لذلك، مع فرقة موسيقية

- تشارك كلّ هيئة إذاعية عربية بأغنية واحدة في التظاهرة

- الفئة العمرية للفنانين المشاركين مفتوحة، مع إعطاء الأفضليّة للشباب

- كلّ دورة تختار موضوعاً للأغاني المتنافسة، وسيكون موضوع الدورة الأولى «الأغنية التراثية».

- الأغاني المتنافسة يجب أن تكون من إنتاج سنة تنظيم الدورة أو السنة التي تسبقها، وأن لا تتجاوز مدّتها 7 دقائق

- التحكيم يتمّ مباشرة خلال الحفل، وليس بصفة مسبّقة

- تخصيص جوائز مالية مُجزية للأعمال الفائزة، دعماً وتحفيزاً للمبدعين العرب

- تستضيف كلّ دورة فناناً، ضيف شرف من البلد المضيف.



## الورشة الإذاعية السنوية تركز على الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإذاعي

شارك في هذه الورشة التي أقيمت يوم 22 - 9 - 2025 بمقرّ الاتحاد ممثلو هيئات الإذاعات العربية وخبراء دوليون، وحضرتها وسائل الإعلام المحليّة والعربية.

ونياً عن المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية، أوضح المهندس باسل الزعبي مدير إدارة التكنولوجيا والتطوير بالاتحاد أنّ الذكاء الاصطناعي لم يعد خياراً بل أصبح جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية ومن عمل المؤسسات الإعلامية.



وقال إنّ التحديّ الأكبر يكمن في ضعف المحتوى العربي على الإنترنت الذي لا يتجاوز 1% ، رغم أنّ عدد الناطقين بالعربية يمثّل 5% من سكان العالم، ممّا ينعكس سلباً على كفاءة نماذج الذكاء الاصطناعي في خدمة المنطقة العربية.

وأكد ضرورة الاستثمار في تدريب وتطوير نماذج ذكاء اصطناعي تعكس الثقافة العربية، وتستند إلى أرشيفنا الإعلامي والوثائقي، إلى جانب وضع ضوابط وإرشادات واضحة لاستخدامها، بما يحفظ حقوق الصحفيين والإعلاميين.

كما دعا إلى إقامة شراكات استراتيجية عربية في هذا المجال، لضمان أن تكون مخرجات التقنية أكثر ارتباطاً بواقعنا وهويّتنا الثقافية.



الورشة كانت فضاء لعرض تجارب عديد الهيئات الإذاعية العربية في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي:

### تجربة الإذاعة السودانية

المهندس إبراهيم محمد عثمان مدير الإدارة العامة لتقانة المعلومات والأرشيف الرقمي، ونائب المدير التنفيذي للإذاعة السودانية تحدّث عن الخطوات التي قطعتها الهيئة في استيعاب وإدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي صلب منظومة العمل الإذاعي بجميع مراحلها، مبرزاً أنّ الذكاء الاصطناعي هو وسيلة لتجاوز قيود المواد البشرية والمالية، ولبناء محتوى أكثر قرباً من اهتمامات الجمهور المحلي.



### إذاعة قطر



أفاد مراقب البرنامج العام بهذه الهيئة الأستاذ جابر السرور بأنّ المذيع أصبح يمتلك شريكاً ذكياً يساعده في التحضير قبل البثّ، فالذكاء الاصطناعي يقترح الأفكار والمواضيع ويقوم بصياغة أولية للنصوص، ليعيد المذيع ترتيبها وتطويرها، بما يناسب شخصية البرنامج وذوق المستمع.

ويرى المتدخّل أنّ هذه التقنية المتقدّمة لا تلغي دور المذيع، بل تجعله أسرع وأكثر إنتاجية، ويساعده على تجاوز ضغط الوقت وكثرة المهامّ.

وفي الجانب الموسيقي، وظّفت إذاعة قطر تقنيات ذكيّة قادرة على تحليل الفقرات واقتراح ألحان وفواصل موسيقية، لكنّها حرصت على أن تبقى اللمسة الإنسانية حاضرة في التلحين والإبداع، وبذلك صار الذكاء الاصطناعي أداة تطوير تسهم في صناعة تجربة سمعية متكاملة، دون أن تحلّ محلّ خبرة المبدعين.

### إذاعة الكويت

عن آفاق استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، أشار الدكتور يوسف السّريع مدير إدارة البرنامج الثاني والمحطات المحليّة بإذاعة الكويت إلى أنّ الأمر لم يعد خياراً تقنياً، بقدر ما أمسى ضرورة استراتيجية لضمان استمرارية المؤسسات الإعلامية ومواكبتها الدائمة للتطوّرات.





وبين أهمية الانتقال من مرحلة التجربة إلى بناء خطط متكاملة تضمن الاستفادة من هذه التكنولوجيا في تحسين جودة الصوت والبث، ودعم فرق التحرير والإنتاج وتطوير أدوات تحليل سلوك الجمهور، واعتماد عمليات آلية تسهل الجدولة وتكثيف التفاعل مع المستمع.

وشدد على أن التبنّي الفعّال للذكاء الاصطناعي يتطلب موازنة بين الجانب التقني والجانب الإبداعي، حتى يظل المحتوى الإذاعي نابضا بالروح الإنسانية، رغم التطور التكنولوجي.

## • منصّة «أسبو» السحابية مثال عملي على كيفية

### تسخير الذكاء الاصطناعي لتطوير الإعلام العربي



المهندس عوض عيد رئيس قسم شبكات التبادل عبر مختلف الوسائط بالاتحاد، قدّم بيانات بشأن تجربة توظيف الذكاء الاصطناعي في منصّة «أسبو» السحابية (ASBU Cloud PLATFORM ACP). وهي منصّة تحريرية متكاملة لتبادل المحتوى الإعلامي بين الهيئات الأعضاء، تشمل البث المباشر وتبادل الملفات والمواد الإعلامية.

وتمثل هذه المنصة نقلة نوعية في العمل الإعلامي المشترك، بفضل ما توفره من أدوات ذكية تسهم في تعزيز كفاءة الإنتاج وتحسين إدارة المحتوى.



## • أهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في المنصة:

- الفهرسة والتحليل الذكي للمحتوى، مع إثرائه بالبيانات الوصفية تلقائياً
- الترجمة التلقائية إلى اللغات المعتمدة في الاتحاد (العربية، الإنجليزية، الفرنسية)
- تلخيص المحتوى الطويل بشكل آلي لتوفير الوقت، وتسهيل الوصول إلى المعلومة.

### حالات الاستخدام العملية

- الترجمة النصية: تمكين المستخدم من تحميل النصوص المترجمة والبحث داخلها بمختلف اللغات.
- تحرير الصوت من خلال النص: إتاحة اختيار المقاطع الصوتية



مباشرة عبر النص المكتوب بلغاته المختلفة، مما يختصر وقت التحرير ويزيد من دقة الانتقاء. وفي ضوء ذلك، فإن منصة «أسبو» السحابية تعدّ مثالا عمليا على كيفية تسخير الذكاء الاصطناعي لتطوير الإعلام العربي، وتحقيق التكامل بين التكنولوجيا الحديثة والاحتياجات التحريرية اليومية للهيئات الأعضاء.

### الأستاذ أحمد الشيخ - مصر

**الذكاء الاصطناعي لا يقتصر على الدقة والسرعة فقط، بل يمكن أن يصبح أداة لتعزيز القيم التحريرية**



تميّزت الورشة بتقديم مداخلة أولى لهذا الخبير، وهو مدير تنفيذي ومستشار إعلام رقمي بلندن، حيث ذكّر بأبرز النماذج الدولية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، موضّحا كيف أنّ المؤسسات الكبرى لم تكتف باستيراد أدوات جاهزة، بل طوّرت حلولاً خاصة بها تتناسب مع احتياجاتها التحريرية والإدارية.

واستحضر تجربة BBC التي أطلقت أدوات للتلخيص السريع Style Assist لدعم الصحفيين في الالتزام بدليل الأسلوب التحريري، وهو ما يعكس رؤية تخطيطية تجعل الذكاء الاصطناعي شريكا للصحفي، بدلا من أن يكون بديلا عنه.

وتوقّف عند نموذج Sky News الذي وظّف الأتمتة في الترميز والترجمة، وتقنيات التعرّف على الوجوه وتحليل البيانات، لتخفيف الأعباء عن الصحفيين في التغطيات الكبرى، ممّا يبرز كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يزيد الكفاءة التشغيلية، دون أن ينتقص من الدور الإبداعي للإنسان. كما أنّ هذه التقنية لا تقتصر على السرعة والدقة، بل يمكن أن تصبح أداة لتعزيز القيم التحريرية على غرار تجربة Financial Times، التي طوّرت أداة تنبّه الصحفيين، إذا تضمّنت مقالاتهم اقتباسات غير متوازنة من الرجال على حساب النساء، في محاولة لتأمين تنوّع أكبر في المصادر.

وأكد أنّ مستقبل الإنتاج الإعلامي، خصوصا في مجال الإعلام، يتّجه نحو مزيج يجمع بين الكفاءة التقنية، عبر التلخيص والتحليل الفوري، وبين الالتزام القيمي، من خلال أدوات تراقب التوازن والعدالة في المحتوى، وبهذا تصبح المؤسسات الإعلامية الرائدة مختبرات عالمية ترسم ملامح المستقبل، حيث يعمل الصحفي مدعوما بالآلة لإنتاج محتوى أسرع وأعمق وأكثر شمولاً.



الدكتور وجدي الزغواني (تونس)

يجب أن يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة تعزز الإبداع ولا تحل محله

الأكاديمي والباحث في تقنيات الإعلام والاتصال هو أيضا أستاذ متخصص في الذكاء الاصطناعي وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي بجامعة نورثويسترن في قطر، أثار مسألة التمكين العملي للإذاعات العربية.



في هذا المجال، أشار المحاضر إلى أنّ هذه التقنية المتطورة أضحت جزءاً أساسياً من التحوّلات الرقمية التي تعصف بالمشهد الإعلامي، إذ يمكن أن

تسهم في رفع كفاءة الإذاعات، من خلال تسريع المهام الروتينية، مثل النسخ والترجمة والتلخيص.

وأكد على أهمية الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى مبسّط، وابتكار صيغة جديدة، كالنشرات التفاعلية والمحتوى الصوتي الذي، غير أنّ اعتماد هذه التقنيات في المنطقة العربية يواجه تحديات بارزة، مثل نقص التدريب، وضعف دعم اللغة العربية وتعقيدات لهجاتها، ومحدودية الأدوات المحلية، وانعدام الثقة في مصداقية المُخرجات الآلية.

ولمواجهة هذه التحديات، يرى المحاضر أنّ الحل يكمن في الاستثمار في التدريب الشامل، وتطوير أنظمة تدعم العربية، وتبني أطر تنظيمية وقانونية واضحة تضمن الشفافية وحماية البيانات.

واستشهد بما ذكره معهد رويترز من أنّ هذه التقنيات قد تكون وسيلة لإحياء الإذاعة، عبر تخصيص المحتوى وتأمين البث المستمر، مع بقاء العنصر البشري الضامن للجودة والمصداقية.



## الاجتماع (23) للجنة الدائمة للبرامج التلفزيونية

■ تركيبة رئاسة اللجنة

■ الإعلان عن توزيع جوائز التبادلات لعام 2025

■ التهيؤ للمرحلة القادمة.



التأم هذا الاجتماع يوم 7 أكتوبر 2025، واستُهلّ تحت إشراف المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان، بانتخاب المكتب الجديد لرئاسة اللجنة لدورة عامي 2025 - 2026 و2026 - 2027، على ضوء الترشيحات الواردة، وقد أفضت عملية الانتخاب إلى التركيبة التالية:

رئيس اللجنة: الأستاذ نوفل عبد دهش عبد الله مدير قناة العراقية العامة

بشبكة الإعلام العراقي



النائبة الأولى لرئيس اللجنة: الأستاذة لبنى بن مانع رئيسة قسم التبادل البرامجي

بمؤسسة التلفزة التونسية.



النائب الثاني: الأستاذ خميس ماخو مدير عام البرامج التلفزيونية بالهيئة العامة

للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية.



### الإعلان عن جوائز التبادلات البرمجية لعام 2025

كان الاجتماع مناسبة لاستعراض حصيلة التبادلات البرمجية للفترة من 01 - 01 إلى 31 - 08 - 2025، وقد تميّزت بزيادة ملموسة من حيث الكمّ والتنوّع في المحتوى. ويُستفاد أنه تمّ تبادل أكثر من 400 برنامج منوّع، ساهمت فيه 14 هيئة تلفزيونية، وتولّت توفير تغطية لمختلف الفعاليات الثقافية والفنية والدينية وبثّ العديد من الموادّ والبرامج التلفزيونية.



وفي إطار التعاون القائم بين اتحاد إذاعات الدول العربية وشبكة الصين الدولية (CGTN)، تمّ خلال تلك الفترة استقبال 14 برنامجاً ثقافياً منوّعاً أنتجتها الشبكة.

#### نتائج جائزة التبادلات التلفزيونية:

#### جائزة التبادلات البرمجية التلفزيونية

- المركز الأول: تلفزيون العراق
- المركز الثاني: تلفزيون قطر
- المركز الثالث: التلفزيون السعودي



#### جائزة التبادلات التلفزيونية الشاملة

- المركز الأول: التلفزيون السعودي
- المركز الثاني: تلفزيون العراق
- المركز الثالث: تلفزيون قطر

#### خطة العمل البرمجية للعام القادم:

انكبت اللجنة على مناقشة المواضيع المقترحة في إطار خطة العمل البرمجية للاتحاد بالنسبة إلى عام 2026 في مختلف أصناف الإنتاج، وبالنسبة إلى الندوة البرمجية، وأقرت الاختيارات التالية:



سلسلة: (في ربوع الوطن العربي): موضوع (الأسواق العربية)

- البرنامج الثقافي السنوي: موضوع (البيوت العربية القديمة)
- الصيغة التاسعة من الإنتاج التلفزيوني العربي المشترك: موضوع (فن المسرح: قوة للتأثير والتغيير)
- وفيما يتعلّق بالندوة البرمجية المقبلة فسيكون موضوعها: الإنتاج البرمجي التلفزيوني: كيف توظّف

الذكاء الاصطناعي؟



## الندوة المرافقة للجنة تبحث في موضوع:

### «البرامج التلفزيونية ورهانات تطوير المحتوى وتوظيف التكنولوجيا»



شارك في أعمال هذه الندوة (8 أكتوبر 2025) ممثلو الهيئات التلفزيونية الأعضاء، ودعي إلى تسييرها أكاديميون خبراء متخصصون في الإعلام الرقمي، إلى جانب حضور مهنيين من عدة وسائل إعلامية عربية.



الندوة ناقشت تحولات المشهد التلفزيوني العربي في العصر الرقمي، مع استشراف آفاق توظيف التكنولوجيا الحديثة في تطوير المحتوى، وتعزيز تجربة المشاهد.



نحو إعادة تموقع التلفزيون كفاعل رئيسي في المشهد الإعلامي الجديد أولى المحاضرات قدمتها الدكتورة شهيرة بن عبد الله الأستاذة بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار - تونس، وتركزت على تحولات المحتوى والمشاهدة التلفزيونية.



وذكرت أنّ التلفزيون التقليدي يواجه منافسة قوية من منصّات البث الرقمي OTT، وهو ما يفرض إعادة النظر في طرق الإنتاج وأساليب تقديم المحتوى. وأكدت المحاضرة أنّ التلفزيون العربي بحاجة إلى نماذج إنتاج جديدة موجهة إلى المنصّات الرقمية، تجمع بين العمق التحريري والتفاعل السمعي البصري، مع الحفاظ على هويّة القنوات الوطنية.

ودعت إلى دراسة سلوك جمهور الشباب الذي يستهلك المضامين عبر الهاتف والمنصّات الاجتماعية، والعمل على إنتاج برامج قادرة على استعادته، من خلال لغة بصرية متجددة وقصص قريبة من اهتماماته، مشيرة إلى أنّ التحدي الحقيقي يكمن في تحويل المنافسة إلى فرصة للإبداع، وإعادة تموقع التلفزيون كفاعل رئيسي في المشهد الإعلامي الجديد.



## توظيف التكنولوجيا لتعزيز تجربة المشاهد

هذا الموضوع تطرّقت إليه الأستاذة راضية الشرعبي أستاذة الصحافة الاستقصائية بالمعهد نفسه، حيث أشارت إلى الدور المتنامي للذكاء الاصطناعي بوصفه «المخرج الخفي» الذي يدير مراحل الإنتاج التلفزيوني، من تحليل البيانات إلى التوصية بالمحتوى والتنبؤ بنسب المشاهدة.

وبعد استعراضها أمثلة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحليل الآلي للمشاعر والرأي العام، وإدارة الحملات الإعلانية الذكية وتحليل الاتجاهات الرقمية، إضافة إلى الاستفادة من بعض الأدوات لفهم سلوك المشاهدين، تناولت البثّ التفاعلي ودور وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة ثانية لمشاركة الجمهور في صناعة المحتوى، إلى جانب تجارب الواقع الافتراضي والمعزز (VR/AR) في البرامج التعليمية والوثائقية والترفيهية. وشددت المحاضرة على ضرورة أن تتبنى المؤسسات الإعلامية استراتيجية تحوّل رقمي شاملة تقوم على الابتكار وتكوين الكفاءات واحترام القيم الأخلاقية والمهنية في استخدام الذكاء الاصطناعي.

## عيّنات من تجارب الهيئات في تحديث المضامين وتوظيف التكنولوجيا

### تجربة التلفزيون العراقي

أردف مدير قناة العراقية العامة نوفل عبد دهش مداخلته بعرض شريط فيديو استعرض من خلاله تجربة القناة في إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي صلب منظومتها الإنتاجية. وأوضح أنّ الذكاء الاصطناعي بات جزءاً من العمل اليومي في برامج القناة، مثل (صباح العراقية)، ذلك أنه



يسهم في صياغة الأفكار الأولية للحلقات، وإنتاج الصور والرسوم الافتراضية لمَشاهد نادرة أو صعبة التصوير... ولفت النظر إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج فيديوهات قصيرة توضيحية، ودعم البرامج التعليمية والترفيهية، ورصد آراء الجمهور على المنصّات الاجتماعية وكشف الأخبار الزائفة وإنشاء روبوتات محادثة، ما يعكس قدرة التكنولوجيا على تعزيز تجربة المشاهد ورفع جودة المحتوى.

### تجربة التلفزة التونسية



بيّن مدير المحتوى الرقمي بالمؤسسة، حمّادي الغيداوي رئيس التحرير أنّ التلفزة التونسية خاضت مساراً متكاملًا للتحوّل الرقمي، شمل تطوير المحتوى، وتعزيز الحضور على المنصّات الاجتماعية، وتبني أدوات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل العمل الإعلامي. وأضاف أنّ القناة

التلفزيونية نجحت في مضاعفة حضورها الرقمي لتتجاوز سبعة ملايين متابع ومشارك عبر صفحاتها الرسمية على فايسبوك ويوتيوب، من خلال إعادة توظيف المحتوى التلفزيوني في صيغ رقمية قصيرة وجذابة، وإنتاج مواد خاصة بالمنصات الاجتماعية. كما تمّ تطوير منصة Replay لمتابعة البرامج بعد بثّها، مع دمج خوارزميات توصية المحتوى وأنظمة تحليل بيانات الجمهور لتكييف البرمجة حسب الفئات الأكثر تفاعلاً.

واستعانت القناة بالذكاء الاصطناعي في عمليات المونتاج والتحليل الرياضي الآلي، مستخدمة المؤثرات البصرية وتقنيات الواقع المعزّز في البرامج الإخبارية والترفيهية لإثراء التجربة البصرية، إضافة إلى تكوين فرق إنتاج رقمية متخصصة تجمع بين خبرة الصحفيين والمهارات التقنية الحديثة لضمان تكامل العمل التلفزيوني مع متطلبات المنصات الرقمية.

### تجربة التلفزيون القطري



دكر رئيس قسم التخطيط عبد الله اللنجوي بالجهود التي يبذلها تلفزيون بلاده في مجال تطوير البرامج التلفزيونية وتعزيز المحتوى، باستخدام التكنولوجيا الحديثة، مع الأخذ في الاعتبار لغة الجيل الجديد ومراعاة الحفاظ على الهوية الوطنية.

وأبرز الحرص على تمكين الكفاءات الوطنية عبر تدريب الكوادر الشابة، وتطوير محتوى رقمي وحواري قصير للمنصات الاجتماعية، لضمان تجربة مشاهدة مبتكرة وتفاعلية، مشيراً إلى أنّ المرحلة المقبلة ستشهد تعزيز حضور القناة على المنصات الرقمية والبودكاست، واستخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل توجهات الجمهور، وتطوير شراكات إنتاجية عربية ودولية، مع الاستمرار في تقديم برامج تلهم الشباب وتدعم كذلك رؤية دولة قطر الوطنية 2030.

### نقاشات إيجابية أثرت أعمال الندوة

#### رهان التلفزيون العربي مستقبلاً: الاستثمار في التكنولوجيا

وشدّد المتدخلون في الحوار الذي دار مع الخبيرتين على أن يكون الاستثمار في التكنولوجيا دون التفریط في الهوية، عبر شراكات بين الهيئات التلفزيونية العربية والجامعات مطوّري الحلول التقنية.

وتمّ الاتفاق على أنّ التحوّل الرقمي لا يقاس فقط بتبني الأدوات، بل بمدى تجديد الرؤية التحريرية وإعادة تعريف العلاقة مع الجمهور الذي أصبح جزءاً مهماً في العملية الإعلامية. كما وقع التأكيد على أنّ مستقبل التلفزيون العربي لا يقوم على منافسة المنصات، وإنما على التكامل معها، من خلال محتوى مبتكر وتفاعلي، يُعيد إلى المشاهد مكانته في صميم التجربة التلفزيونية. ففي عصر الذكاء الاصطناعي، لن ينجح إلا التلفزيون الذكي: تلفزيون يفكر بالمحتوى، يتحدّث بلغة التكنولوجيا، ومخاطب جمهوره بشراكة حقيقية.



## الاجتماع (13) للجنة الدائمة للإعلام الجديد 17 أكتوبر 2025



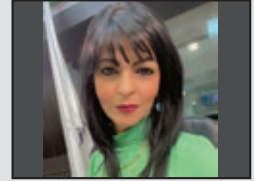
### رحلة في ربوع الوطن العربي: عنوان مسابقة الدورة 26 للمهرجان

استُهلّ الاجتماع الذي أشرف عليه مدير عام الاتحاد بانتخاب مكتب رئاسة اللجنة لدورة عامي 2025 - 2026 و 2026 - 2027، فكانت نتائج عملية الانتخاب كالتالي:

رئيس اللجنة: الأستاذ ذو الفقار عبد العلي عبد الحمزة  
مدير الإعلام الإلكتروني بشبكة الإعلام العراقي



النائبة الأولى لرئيس اللجنة: الأستاذة سماح نصار المديرية العامة للإعلام الرقمي  
بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية



النائب الثاني: الأستاذ محمد السخني، مدير المكتب الإعلامي  
بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون السورية.



ولدى مباشرة أعمال اللجنة، ذكر رئيسها أنّ الإعلام البديل لم يعد خياراً، بل هو مسار حتمي لتجديد الخطاب الإعلامي العربي وتعزيز حضوره في الفضاء الرقمي، مؤكداً العزم من خلال هذه اللجنة، على بناء تعاون حقيقي بين الهيئات الأعضاء، وتبادل الخبرات، ودعم المبادرات الشبابية والإبداعية في مجال الإعلام الحديث.

### تقنيات الذكاء الاصطناعي: سبيل إلى تطوير شامل للخدمات

كشف العرض المجسّم الذي قدّمه المهندس سمير الجميعي رئيس مكتب الإعلام الجديد أنّ عام 2025 شهد قفزة نوعية في دعم وتطوير الاشتراكات في منصات خدمات الذكاء الاصطناعي الموجهة إلى الإنتاج السمعي البصري. كما تمّ تعزيز قدرات الترجمة





النصية الفورية خلال عقد الاجتماعات، مما ييسر التواصل بين المشاركين من مختلف الدول.

وامتدّت الخدمات لتشمل ترجمة الوثائق الرسمية التي يصدرها الاتحاد بشكل آلي وسريع، الشيء الذي رفع من كفاءة العمل الإداري، وسهّل تبادل المعلومات بين الهيئات الأعضاء بمختلف لغاتها.

### البنية التحتية التقنية في تطوّر مستمرّ

وجاء في العرض كذلك، أنّ الاتحاد يواصل تطوير آلياته وبرمجياته المبتكرة لضمان أعلى معايير الجودة في التشغيل، إذ تمّ تحديث المنظومة الكاملة للبتّ المباشر والتسجيل مع توفير معدّات احترافية قادرة على الإنتاج بمواصفات البتّ المباشر. وقد مكّنت هذه الاستثمارات التقنية من تأمين الجوانب التشغيلية لكلّ الاجتماعات والندوات، سواء التي تُعقد في المقرّ الرئيسي أو في مواقع خارجية، مع إمكانية البتّ المباشر عبر الإنترنت حسب الحاجة.



### مزايا التحكيم الإلكتروني عن بُعد

تجدر الإشارة إلى أنّ الدورة (25) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون اتّسمت بتوظيف متقدّم لتقنيات الذكاء الاصطناعي، بهدف تغذية قاعدة البيانات الخاصة بالمسابقات بالمعطيات الواردة من المشاركين بشكل آلي سريع وفعّال، مع المراجعة اليدوية للتأكد من دقة المعطيات.



كما أنجزت الإدارة العامة للاتحاد تطويرات جوهرية على التصميم الأصلي والتنفيذ الفعلي لمنظومة التحكيم الإلكتروني، ذلك أنّ المنظومة تتيح المشاهدة الأولى والتحكيم النهائي عن بُعد، مع المتابعة الحينية الدقيقة لنشاط الخبراء والمحكمين. كما تشمل المنظومة جميع مراحل المسابقات، من تلقّي الموادّ إلى إعلان النتائج، مروراً بمراحل المشاهدة والفرز الأولى والتحكيم النهائي، ممّا يضمن أعلى درجات المهنية والشفافية والكفاءة في الإدارة. رحلة في ربوع الوطن العربي: ذلك هو موضوع مسابقة الإعلام الجديد في الدورة (26) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، على أن يكون إنتاج الأعمال المشاركة مدعوماً بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

## الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: من الذكاء الاصطناعي إلى الأنظمة الهكاملة الذكية محور ورشة تدريبية



استعرضت هذه الورشة التي أقيمت يوم 16 أكتوبر 2025 أمثلة عن استخدامات أدوات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج والتشغيل الإذاعي والتلفزيوني، وقد شارك فيها أعضاء لجنة الأخبار التلفزيونية ولجنة الإعلام الجديد، وعدد من ممثلي وسائل الإعلام العربية (صحافيين ورؤساء تحرير ومنتجين رقميين ومسؤولي أقسام الديجيتال. والغاية من هذه الورشة: تعزيز قدرات المؤسسات الإعلامية العربية في فهم التحوّلات الرقمية المتسارعة، والاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها العملية في غرف الأخبار وأقسام الإنتاج الرقمي والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني عموماً.

### مدير عام الاتحاد: دورنا مساعدة هيئاتنا على كسب الرهان دون خوف



أكد المهندس عبد الرحيم سليمان أنّ الذكاء الاصطناعي هو موضوع الحاضر والمستقبل، وله تأثير كبير في العمل الإذاعي والتلفزيوني، إذ يسهّل عملية الإنتاج ويجعلها أقلّ كلفة، وهذا مهمّ للمؤسسات الإعلامية العربية التي غالباً ما تشكو من ارتفاع هذه الكلفة..

وأضاف أنه مع الإيجابيات العديدة لاستخدام الذكاء الاصطناعي، توجد تحديات كبيرة، من بينها تأهيل العنصر البشري في شتى مراحل الإنتاج والتشغيل الإذاعي والتلفزيوني، والهدف من ذلك هو مساعدة الهيئات الأعضاء على كسب الرهان دون خوف. وأعلن المهندس عبد الرحيم سليمان عن قرب إنشاء المجموعة العربية بمبادرة من الأسبو، ومشاركة من كلّ الفاعلين في هذا الموضوع بالمنطقة العربية، ومن بينهم الإذاعات والتلفزيونات.



### دخول الذكاء الاصطناعي غرف الأخبار



الجزء الأول من هذه الورشة قدّمته المهندسة إيناس الجبالي رئيسة قسم تكنولوجيا التشغيل والإنتاج بالاتحاد، وتناول التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في قطاع الإعلام واستعرضت المحاضرة مجموعة واسعة من الأدوات الذكية

التي أصبحت اليوم جزءًا من العمل التحريري والإنتاجي اليومي.



من بين هذه الأدوات الذكية:

- توليد النصوص الإخبارية وتحسين الأسلوب اللغوي
- إنتاج الفيديو تلقائيًا وتحويل النصوص إلى تقارير مصوّرة
- إنشاء ملخصات للأحداث الرياضية والسياسية أو الاقتصادية بشكل آلي.
- إنتاج رسوم بيانية وانفوGRAفيك إعلامي بسرعة فائقة
- كشف المحتوى الزائف والمفبرك عبر أدوات تحليل الصور والفيديو والصوت.



ومضت تقول: إنّ الذكاء الاصطناعي لم يَعدّ يستخدم فقط في تحسين جودة الصوت أو تنقية الصور والفيديو، بل صار قادرًا على تنفيذ مهامّ تحريرية متكاملة، مثل كتابة العناوين، تحرير التقارير التلفزيونية، تلخيص البيانات، وتحليل اتجاهات الأخبار.

وركّزت المهندسة الجبالي عرضها على المشروع الاستراتيجي الذي يقوده الاتحاد في تطوير نموذج تحويل النص إلى خطاب صوتي بلغة عربية فصحي، من منطلق أنّ الصوت هو الذاكرة الحيّة للإعلام العربي، والمحافظة على الفصحى ليست ترفًا لغويًا بل هي مسؤولية ثقافية وإعلامية.



## من الذكاء الاصطناعي إلى الأنظمة المتكاملة الذكية Argentic Systems

عن هذا الموضوع، تحدّث المهندس سمير الجميعي رئيس مكتب الإعلام الجديد بالاتحاد، حيث أشار إلى الفرق بين الأتمتة التقليدية والأنظمة الذكية المتكاملة، مبيناً أنّ الجيل الجديد من الأنظمة الإعلامية بات قادراً على اتخاذ القرار الذاتي، وتنفيذ مهامّ إنتاجه متسلسلة، دون متابعة بشرية مستمرة، على غرار:



- إنجاز نشرات إخبارية كاملة تلقائياً
- استخراج الأخبار العاجلة وترتيبها
- إعداد فيديوهات قصيرة جاهزة للنشر الرقمي
- تنسيق خطة نشر تلقائية عبر مختلف المنصّات.



وأكد أنّ المؤسسات الإعلامية التي ستأخّر في اعتماد هذه الأنظمة ستواجه فجوة تقنية كبيرة خلال السنوات القليلة القادمة، داعياً المؤسسات الإعلامية العربية إلى تبني النماذج المفتوحة المصدر، واستخدام التثبيت الذاتي داخل المؤسسات، لحماية خصوصية البيانات وضمان السيادة الرقمية.



كما أبرز المهندس الجميعي قدرة النماذج اللغوية الحديثة على كشف التحيز في المقالات الصحفية وتحليل اللغة الإعلامية، موضحاً أنّ الذكاء الاصطناعي لا يلغي دور الصحفي، بل يعزّز مهنته بالأدوات الذكية الداعمة للتحليل الدقيق. واستخلص أنّ الذكاء الاصطناعي يمثّل فرصة وليس تهديداً، وأنّ مستقبل الإعلام العربي يعتمد على إرادة التطوير والاستثمار في المعرفة والتقنيات.

## أسبوع التكنولوجيا: تظاهرة سنوية ينظمها الأسبوع بالتعاون مع اتحاد الإذاعات الأوروبية



الندوة الهندسية تعرض آخر التطورات في مجالات التشغيل والإنتاج  
وشبكات التبادل وتوزيع المحتوى والبث الإذاعي والتلفزيوني  
واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

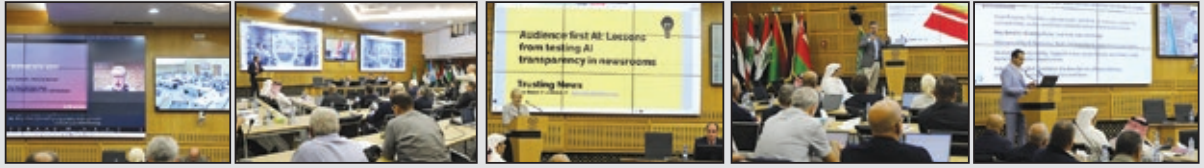
2025 / 10 / 22 - 21



شاركت في هذه الندوة الهيئات الأعضاء في اللجنة الدائمة للشؤون الهندسية وممثلو الاتحادات الإذاعية الإقليمية، وجمع من الخبراء والمهنيين في المجال الهندسي من عدة دول في العالم، منها أمريكا، إيطاليا، فرنسا، ماليزيا، اليابان والإمارات.

الندوة كانت مناسبة لإلقاء مجموعة من المحاضرات، وتدارس ومناقشة مواضيع ذات صلة بمسائل التشغيل والإنتاج المرئي والمسموع وشبكات التبادل وتوزيع المحتوى واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.





## الإنتاج الإعلامي الرقمي والذكاء الاصطناعي

عرض أحدث الابتكارات في هذا المجال، باستخدام البرمجيات والشبكات السحابية، وبواسطة بروتوكول الإنترنت، الذي عوّض أنظمة SDI التقليدية. بالإضافة إلى نقاشات مهمة حول الاستخدام الأخلاقي والمسؤول للذكاء الاصطناعي في الإعلام.



الجلسات تناولت أيضا مواقف الجمهور الأمريكي من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الأخبار، وإعادة استخدام المحتوى تلقائيا، لملاءمته وبثه عبر منصّات التواصل الاجتماعي، إلى جانب مواضيع الأمن السيبراني وتطوّر الشبكات الديناميكية.



وتّم تقديم عرض حول تحديات تنفيذ معيار C2PA الخاص بضبط أصل المحتوى وموثوقيته، من خلال إضافة إمضاء بصمة إلكترونية، تساعد في التعرف عليه والتحقّق منه عند استخدامه من مختلف البرمجيات، بما في ذلك الذكاء الاصطناعي. الندوة ركّزت الاهتمام أيضا على مسائل تبادل المحتوى وتوزيعه، والوقوف على التطوّرات الحديثة التي شملت تقنيات البثّ عبر شبكات الجيل الخامس، والمقارنة بين بروتوكولي RIST و SRT للبثّ المنخفض التأخير، وتنظيم الشبكات السحابية للمساهمة الإعلامية.

وناقش المشاركون مستقبل البثّ الفضائي بدقة فائقة 4K / 8K والمزامنة في البيئة الهجينة لشبكات الإنترنت (ساتلية وأرضية)، مع التعرّض إلى مستجّدات التحضير للمؤتمر العالمي الراديوي WRC - 27 في قطاع الاتصالات، حيث يعمل اتحاد إذاعات الدول العربية على حماية الخدمات الإذاعية في كافة نطاقات الطيف التردّدي.

وجرى التطرّق إلى تطوّر استخدام نظام الإنذار المبكر EWS من قبل الهيئات العربية ودور الأسبو في إرساء مثل هذا النظام، علاوة على إبراز الاتجاهات العالمية في الخدمات الإذاعية اللاّخطية OTT التي تعرف انتشارا واسعا، كمنصّات نتفليكس وشاهد وأمازون ومثيلاتها.

## في اجتماع اللجنة الدائمة للشؤون الهندسية (66): «منصة أسبو» السحابية والأمن السيبراني للهيئات الأعضاء من أبرز محاور الاهتمام، ومواضيع أخرى...



وصف المدير العام للاتحاد هذه اللجنة بكونها العقل التخطيطي والتقني الذي يواكب التطورات التكنولوجية، وقد حققت إنجازات معتبرة في مجالات التحوّل الرقمي، وحماية الترددات في المنطقة العربية، وتطوير خدمات الإرسال الإذاعي والتلفزيوني، علاوة على ما أنجزه الأسبو في مجال التبادل عبر المنصة السحابية التي بلغت نسبة استخدامها حوالي 80%.



ودعا المهندس عبد الرحيم سليمان إلى وضع خطة شاملة تواكب نهاية العقود التقنية الحالية، تقوم على تعزيز الاعتماد على الحوسبة السحابية، دون التخلّي عن البنى التقليدية مثل شبكتي MENOS و DTV. وشدّد المدير العام على ضرورة أن يظلّ الأسبو جهة استشارية رائدة لأعضائه في مجالات الإنتاج والبثّ والتقنيات الحديثة.



كما لفت النظر إلى التحديات الكبرى التي يفرضها الذكاء الاصطناعي على قطاع الإعلام، داعياً اللجنة إلى مواصلة ريادتها، بتقديم المشورة حول كيفية توظيف هذه التقنيات المتقدمة بفعالية في شتى مجالات العمل الإعلامي السمعي البصري والرقمي.

## منصة أسبو السحابية ASBU Cloud Platform

احتوى العرض الذي قدّمته إدارة التكنولوجيا والتطوير على جوانب من نشاط الاتحاد في مجال اختصاصها. ففيما يتعلّق بالمنصة السحابية للاتحاد، تبيّن أنّ تنفيذ المرحلة الثانية من المشروع، شملت بالخصوص الربط الأولي مع غرف الأخبار بعدد من الهيئات، ونظام مراقبة وتحليل الأداء والتقارير الفنية، وبدء عمليات الربط مع (منصة ABU: اتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي)، وإطلاق بوابة المنصة (ACP Portal) التي توفر تقارير وروابط التطبيقات.

### الشروع في تنفيذ المرحلة الأخيرة، وستشمل بالخصوص:

- الربط على مستوى تبادل المحتوى بين المنصة السحابية ومنصة المينوس + الساتلية
- تفعيل مشاركات من المنصة السحابية في منصات تواصل اجتماعي
- تطوير الحماية السيبرانية ومكافحة فيروسات حجب الخدمة
- تطوير آليات المراقبة والإدارة والإحصائيات الأدائية
- تعزيز وإدماج خدمات البث المباشر Live Stream

**الذكاء الاصطناعي والفهرسة:** دمج التعرف التلقائي على اللغة المستخدمة في المحتوى لتفريغه نصياً، والتعرف على الوجوه والأشياء، وإنشاء ملخصات نصية للمحتوى.

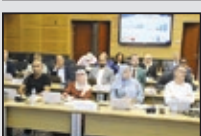
### استبيان حول الأمن السيبراني لدى الهيئات الأعضاء.

أنجز الاتحاد هذا الاستبيان بشأن السياسات التي تتبناها الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء في مجال الأمن السيبراني، في ظل الاعتماد بشكل متزايد على حلول IP وتكنولوجيا المعلومات ومزوودي البرمجيات والحلول من شركات خارجية، وهو ما يستوجب:

- اتخاذ تدابير استباقية لإدارة مخاطر الأمن السيبراني
- حماية أنظمة IP/IT
- اعتماد ممارسات فعّالة لإدارة الثغرات

### الخطوات الواجب اتخاذها وفق نتائج الاستبيان:

- تحديد نقاط الضعف في الأنظمة وتدابير التشغيل المعتمدة ووعي الموظفين
- ضمان الامتثال للمعايير ولوائح السلامة المعتمدة في نظم المعلومات
- تعزيز حماية البيانات وأمن العمليات
- رفع الوعي بالتهديدات الإلكترونية للبنية التحتية الإعلامية.



## سفير الأردن بتونس يزور الاتحاد

### استعداد لتطوير التعاون الثنائي



أدّى سعادة سفير المملكة الأردنية الهاشمية بالجمهورية التونسية السيد عبد الله أبو رمان زيارة إلى مقرّ اتحاد إذاعات الدول العربية (8 سبتمبر 2025).

وكان اللقاء الذي جمعه بمدير عام الاتحاد مناسبة أشار فيها إلى أن مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية هي من أعرق أعضاء الاتحاد، كما أنّ عضويته متميّزة، من خلال المشاركة النشطة في مختلف الفعاليات.



وأشاد بثناء الساحة الإعلامية الأردنية على مرّ التاريخ، بفضل الكوادر الذين أثروا - ولا يزالون - المشهد الإعلامي السمعي البصري العربي. وتابع السفير الأردني، الذي كان مرفوقاً بالمستشارة سحر القطارنة، بيانات قدّمها المهندس عبد الرحيم سليمان من خلال فيديو مجسّم، أوجه عمل الاتحاد والخدمات التي يسديها إلى هيئاتها الأعضاء في مجالات التبادل الإخباري والبرامجي والتطوير التكنولوجي والتدريب المهني، والأنشطة والفعاليات التي ينظمها الاتحاد سنوياً، خاصة مؤتمر الإعلام العربي والمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.

من جهته، أعرب السيد عبد الله أبو رمان عن اعتزازه ببلاده، التي تمتلك تجربة إعلامية عريقة، بانتمائها إلى الاتحاد، كواجهة للعمل العربي المشترك، ومن منطلق إيمانها بالرسالة الوطنية التي يضطلع بها الإعلام العمومي على الدوام، مؤكداً الاستعداد لدعم وتطوير التعاون المستمر مع الاتحاد.

هذا وكانت الزيارة فرصة لاطّلاع الضيف على أكاديمية التدريب الإعلامي ومكوّناتها، مبدياً إعجابه بمستوى التجهيزات التي تحتويها، وثناء البرامج التدريبية، وقيمة الخبراء والمدربين المشرفين على دوراتها.



وأكد الضيف الأردني العزم على تفعيل مشاركة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في هذه الدورات واستفادة منتسبيها ممّا تقدّمه من مواكبة للتطوّرات الحاصلة في القطاع السمعي البصري والرقمي.

## التعاون الإعلامي العربي والمغربي



تمّ التباحث في هذا الموضوع بمناسبة الزيارة التي أداها الدكتور عبد العالي الجاحظ القائم بأعمال سفارة المملكة المغربية بتونس يوم 8 أغسطس 2025 إلى مقرّ الاتحاد.

وكانت مناسبة قدّم فيها المهندس عبد الرحيم سليمان لضيفه بيانات عن رسالة الاتحاد الإعلامية والفنية والتكنولوجية، والخدمات التي يسديها إلى هيئاته الإذاعية والتلفزيونية لأعضاء، وخاصة في مجالات التبادل الإخباري، من خلال 12 حقبة إخبارية يومية في مختلف أرجاء العالم، ومن تغطية لأبرز الأحداث في الوطن العربي وخارجه، على غرار مؤتمرات القمة العربية والإفريقية و قمة المناخ، إضافة إلى التدريب المهني الذي يوفّره الاتحاد للعاملين في هيئاته، وكذلك إلى المشاريع الاستثمارية التي أنشأها في إطار تعزيز التوجّه الذي ينتهي به والمبني على التمويل الذاتي.



وأكد المدير العام بالمناسبة على الطابع المهني لاتحاد إذاعات الدول العربية الذي ينأى بنفسه عن كلّ ما له طابع سياسي، وهو ما يمثل أحد عناصر نجاحه. ومن جهته، أشاد الدكتور عبد العالي الجاحظ بتميّز الاتحاد على الساحة الإعلامية العربية، وإسهامه الفاعل في تعزيز العمل العربي المشترك، واعتبره قصة نجاح يُقتدى بها، منوها بمبادرة الاتحاد بإنجاز مشاريع استثمارية مكنته من تأمين مداخل مالية إضافية، وتوظيفها لتطوير الخدمات المسداة إلى هيئاته الأعضاء، وتحقيق توازنه المالي.

وعبر سعادة القائم بالأعمال عن تطلّعه إلى مزيد تفعيل المشاركة المغربية في كافة الفعاليات والأنشطة التي ينظّمها الاتحاد على مدار العام، مع تأكيد دعمه لها.



## مداخليل حفل افتتاح المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون تُسلّم إلى جمعية قرى أطفال SOS. تونس



أقيم يوم 2025/ 10/ 2 بمقرّ اتحاد إذاعات الدول العربية موكب سلّم خلاله المهندس عبد الرحيم سليمان الصكّ الحامل لمبلغ بيع تذاكر حفل افتتاح الدورة (25) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون إلى المدير الوطني للجمعية السيد أشرف السعيد، وذلك بحضور وفدي الإدارة العامة للاتحاد والجمعية، وممثلي عدد من وسائل الإعلام المحليّة والعربية.

انفتاح الأسبو على محيطه، وتفاعله المستمرّ مع المبادرات التنموية والخيرية في دولة المقرّ

بين المهندس عبد الرحيم سليمان أنّ زيارة مكتب الجمعية إلى الاتحاد، تحمل أبعاداً إنسانية نبيلة، وتعكس قيم التضامن والتراحم والتكافل التي يحرص الأسبو على تكريسها. وأبرز الجهود الكبيرة التي تقوم بها الجمعية التونسية لقرى الأطفال SOS في رعاية الطفولة فاقدة السند، ودعم الأسرة والوقاية من الإهمال والإدمان الاجتماعي والاقتصادي، والتعليم والتكوين المهني.



وفي إطار تجسيد هذا الدعم على أرض الواقع، يندرج تخصيص الاتحاد كامل مداخليل الحفل الفني الافتتاحي للمهرجان بمسرح قرطاج الأثري، وقيمتها 70 ألفاً و940 ديناراً تونسياً كتبرّع استثنائي لفائدة أطفال قرى SOS، من خلال بيع عدد محدّد من التذاكر، بخلاف العادة التي يتبعها الاتحاد، حيث تُوجّه الدعوات مجاناً.



وقال إنّ هذه اللفتة التضامنية تأتي تثبيّتاً لنهج الاتحاد في المسؤولية الاجتماعية، وقد سبق له أن اعتمد المبادرة ذاتها في الدورة قبل الأخيرة لفائدة أبناء الشعب الفلسطيني.

وأضاف، أنّ تسليم مبلغ التبرّعات في موكب تحضره وسائل الإعلام المحليّة والعربية يدخل في سياق الدعم الإعلامي للجمعية ومزيد التعريف بها، مؤكداً انفتاح الاتحاد على طرق أخرى لهذا الدعم الإعلامي.



**أشرف السعيد:** اعتزاز الجمعية بهذا الدعم من منظمة عربية متخصصة في الإعلام السمعي البصري



توجّه المدير الوطني لقرى أطفال SOS بالشكر والامتنان إلى اتحاد إذاعات الدول العربية على مبادرته التي تؤكد ثقته في دور الجمعية وما تبذله من جهود لفائدة الطفولة فاقدة السند، وأفاد بأنّ المبلغ المتبرّع به يخصّص للمساهمة في اقتناء مستلزمات العودة المدرسية لأطفال الجمعية، وعددهم يفوق الستّة آلاف طفل.

وانتهز الضيف الفرصة للتنويه بالدور الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام في التعريف بنشاطات الجمعية لدى عامّة الناس، وبما تنجزه من أعمال في إطار رسالتها الإنسانية، معرباً عن يقينه بأنّ إسناد اتحاد إذاعات الدول العربية سيزيد من إشعاع الجمعية.

ومضى السيد أشرف السعيد يقول: إنّ بادرة الأسبو من شأنها أن تفتح المجال لآفاق رحبة من التعاون الممكن بين الجمعية والاتحاد الذي لا يدّخر جهداً في تقديم السند الإعلامي لمثل هذه الأعمال الخيرية، خصوصاً وأنّ الجمعية تعتزم تطوير أدائها الإعلامي ببعث إذاعة جمعياتية لدعم الطفولة فاقدة السند في كافة أرجاء البلاد التونسية، كما تنوي القيام بحملة لجمع التبرّعات لفائدة قرى أطفال SOS فلسطين. واختتم الموكب بتسليم المدير الوطني إلى المهندس عبد الرحيم سليمان الدرغ الفخري للجمعية، تقديراً لمساهمة الاتحاد القيّمة لمؤازرة جمعية أطفال قرى SOS.



## ABSTRACT

This issue highlights the variety of activities and events that marked the third quarter of 2025 at the Arab States Broadcasting Union (ASBU). Beyond the usual standing committees' meetings, the period saw news and program-focused seminars, a radio workshop, and a week dedicated to technology.

At the same time, Arab and international cooperation made significant progress, reflecting ASBU's growing openness to the wider world.

In the "Highlights" section, Director General Engineer Abdelrahim Suleiman sheds light on key outcomes of the Fourth Arab Media Congress in Baghdad, themed "The Role of Media in facing Climate Change." He emphasizes the importance of providing guidance and recommendations to governments and national institutions, while fostering partnerships with UN agencies, the League of Arab States, and civil society.

The issue also reflects on ASBU's pioneering experience in accrediting news correspondents in Gaza, the West Bank, and AlQuds since Israel's devastating genocide against the Palestinian people. This first-of-its-kind initiative proved highly effective, producing a wealth of news content that was professional, objective, and reliable. The material benefited not only ASBU's member broadcasters but also its partners: the European Broadcasting Union, the Asia-Pacific Broadcasting Union, and the Latin American Media Alliance.

The main feature explores "Media for Children", asking a central question: is the challenge rooted in production limitations, or in the absence of clear strategies guiding the programs broadcast to young audiences?

Four in-depth studies examine the issue from multiple angles:

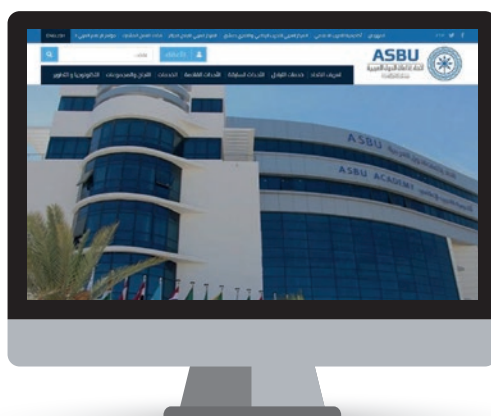
- 1- The State of Arab Children's Media Productions in the Age of Artificial Intelligence: A Critical Analysis and Future Perspectives
- 2- From Children's Media Narratives to the Age of Digitized Childhood
- 3- Our Children, Our Future: Cultivating Viewing Literacy, Critical Thinking, and Creativity in the Digital World
- 4- Strategies for Developing Children's Media

# منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية



يمكن للقارئ الكريم تصفّح النسخ الإلكترونية لمنشورات الاتحاد بالدخول إلى موقعه على شبكة الإنترنت

[www.asbu.net](http://www.asbu.net)



ISSN : 0330 – 6518

## AL IDÂ ÂT AL ARABIYYAH

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

## AL IDÂ ÂT AL ARABIYYAH

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



# ASBU

اتحاد إذاعات الدول العربية  
جامعة الدول العربية

المركز العمراني الشمالي  
ص.ب 250 - 1080 - تونس  
الهاتف : 71 849 000 (00216)  
الفاكس : 71 843 054 (00216)  
العنوان الإلكتروني : asbu@asbu.intl.tn  
[www.asbu.net](http://www.asbu.net)