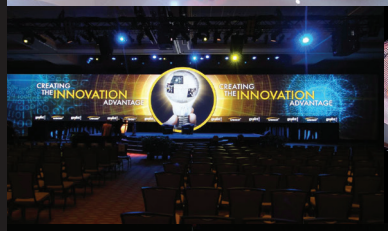
الخليج
إذاعة وتلفزيون
مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج - السنة «37» العدد «126» صفر 1443هـ سبتمبر 2021م

عقول تتواصل.. ومستقبل يتشكل

إحترافيتنا تميزنا في تقديم أعمالنا



CREATIVE MEDIA
إبـــداع الإعـــلام

”نحن نحب ما نعمل لنبدع بما نحب“

- إنتاج الأفلام الوثائقية والرسوم المتحركة
- إنتاج وصناعة الصوتيات الدعائية والإعلانية
- إنتاج وصناعة الصوتيات الدعائية والإعلانية
- الإستشارات الإعلامية والإعلانية
- إدارة وتنفيذ الفعاليات والمهرجانات
- إنشاء الهوية التجارية
- العلاقات العامة والتسويق
- الحملات الإعلانية المتكاملة
- التسجيل والمكساج الصوتي
- خلق وإدارة المحتوى الرقمي
- إنتاج البرامج المسجلة والبث المباشر
- الإستراتيجيات التسويقية

FIRST DAY

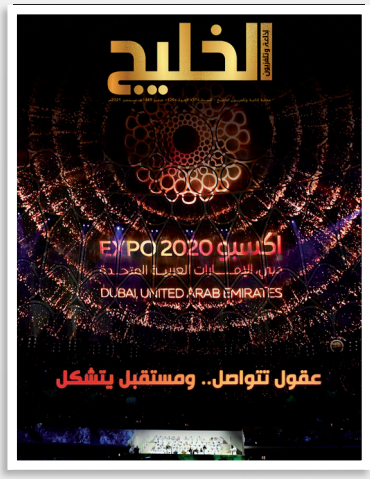
ROSHAN

kingdom of Saudi Arabia,
Riyadh, Alyasmin,king Abdulaziz Street
Info@creativemedia.sa

www.creativemedia.sa

Creativemedia_sa

ولنا كلمة



عقولٌ مستنيرة.. وهممٌ عالية.. وقلوبٌ تنبض بالوفاء لتترجم الحب إلى عطاء.

هم أبناء دول مجلس التعاون، الذين ينافسون أنفسهم ويتجاوزون المصاعب، ليسجلوا تفوقهم ويثبتون تميّزهم في كل المجالات.

وبسواعد هؤلاء المخلصين، منذ الآباء المؤسسين وحتى اليوم، قطعت دول المجلس أشواطًا تقدمت فيها على دول كانت تسبقها في التطور إلى وقت قريب.

هذا العمل التراكمي، وهذا البناء المعتمد على أسس راسخة، جعل من هذا الكيان «أيقونة» نجاح ومضرب مثل.

ولم يكن الحفل المبهر لافتتاح معرض «إكسبو دبي2020» سوى امتداد لإبداعات أبناء مجلس التعاون، ومؤشر لما سيكون عليه مستوى المعرض خلال ستة أشهر تكون فيها دبي قبلة العقول التي تتواصل لتصنع مستقبلاً مشرقًا للإنسان بإذن الله.

وقبل أن تفتح دبي أبوابها للعالم بأيام، كانت الشارقة قد فتحت قلبها ووظفت خبرتها في تنظيم النسخة العاشرة من المنتدى الدولي للاتصال الحكومي، لتصنع حراكًا مميزًا استقطب أبرز العقول وأميز الخبرات تحت شعار «دروس الماضي، تطلعات المستقبل»، في سبيل تطوير التواصل في العلاقات الإنسانية.

وفي الرياض، كان حفل افتتاح معرض الكتاب الدولي مغذّيًا لروح العروبة، وحضنًا للمثقفين وعشاق القراءة، وطريقًا مختصرًا يسلكه المتخصصون ليرووا عطشهم بالحصول على مبتغاهم دون عناء.

من هنا جاء احتفاء «إذاعة وتلفزيون الخليج» بهذه الإنجازات، فرحًا وتوثيقًا.

ولم يغفل هذا العدد عن سبر أغوار الإعلام وتطوراته، حيث يأتي الملف الخاص مشرحًا ومحللاً لواقع الإعلام والتغيرات التي طرأت عليه في السمات والأدوات وفي العقول التي تصنع محتواه.

كما حظيت مهنة الإعلام والمنتسبين لها بتشخيص حالهم وتلمّس مخاوفهم وطرح احتياجاتهم.

إلى جانب ما تطرحه «إذاعة وتلفزيون الخليج» من أفكار ورؤى للمختصين، وما ترصده من متغيرات فنية وتقنية تؤثر بشكل مباشر في مجالي الإعلام والاتصال.

ليكون الطموح إثراء المتلقي وكسب رضاه..

وعلى الودّ نلتقيكم دائمًا..

جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج
لمجلس التعاون لدول الخليج العربية

الخليج
إذاعة وتلفزيون

مجلة فصلية متخصصة في مجال الإعلام والاتصال يصدرها
جهاز إذاعة وتـلفزيون الخليج
السنة «37» العدد «126»
صفر 1443هـ سبتمبر 2021م

رئيس التحرير
مجرّي بن مبارك القحطاني
مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج

مدير التحرير
عبد الله بن علي القحط

التحرير
فواز الريس
فيصل محفوظ المالكي
هيثم السيد

التوزيع
محمد عبسي
سامي ناصر

الجرافيك والإخراج الفني
مروان غالب اليزيدي

المراسلات
ص.ب 6802 الرياض 11452
المملكة العربية السعودية
فاكس: 4851422 / 4851423 11 966+
magazine@gcc-grt.org.sa
الموقع على الإنترنت
www.gcc-grt.org.sa
هاتف المجلة
4851363 11 966+

الرقم المعياري الدولي
ردمد: 1403 - 1319 - الإيداع: 0485/14

سعر النسخة: 15 ريالاً سعوديًا أو مايعادلها.
الاشتراك السنوي 50 ريالاً سعوديًا أو مايعادلها.

المحتويات Contents

خليجنا واحد

8 الأمين العام يفتتح جناح مجلس التعاون في اكسبو دبي2020

6 الأمين العام يؤكد على دور مجلس التعاون في تعزيز الأمن والاستقرار الإقليمي والعالمي

متابعات

28 برعاية خادم الحرمين الشريفين.. الرياض تحتضن أكبر معرض كتاب في تاريخ المملكة

رؤية نقدية

50 عن صحافة «العدوى»

دراسة

42 الصحافة الاستقصائية: المعايير المهنية والأخلاقية

تقرير

48 الحديث مجددًا حول إنجاز الأعمال الفنية بالذكاء الاصطناعي

تكنولوجيا

46 (هوتستار) مظلة ترفيهية من الهند إلى جنوب شرق آسيا

الرياضة

66 تأجيل بطولة «خليجي 25» إلى ما بعد كأس العالم

ملف خاص

32 هوية الإعلام إلى أين؟! مكامن التحديات والفرص..

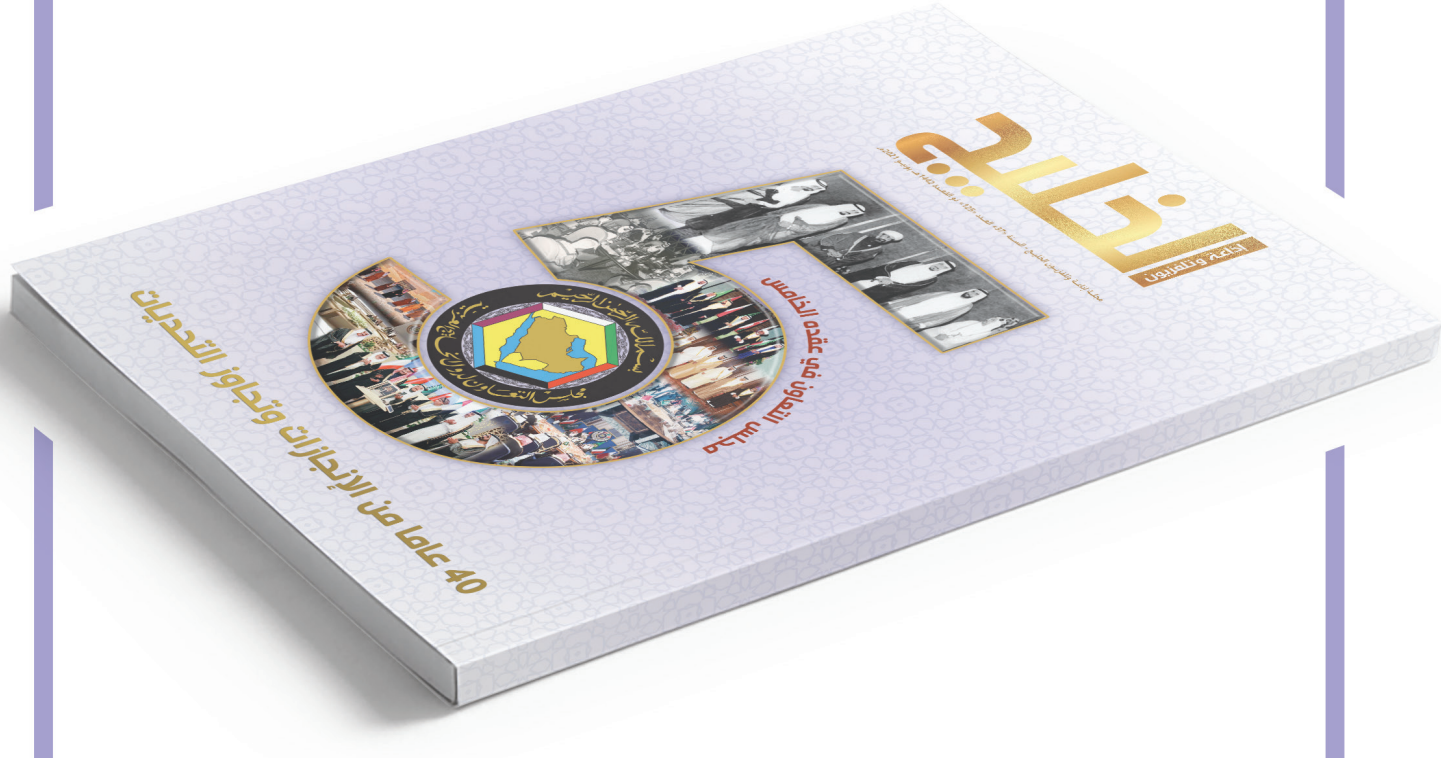
أنشطة الجهاز

22 دورة تدريبية حول «الأمن السيبراني في الإعلام»

جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج

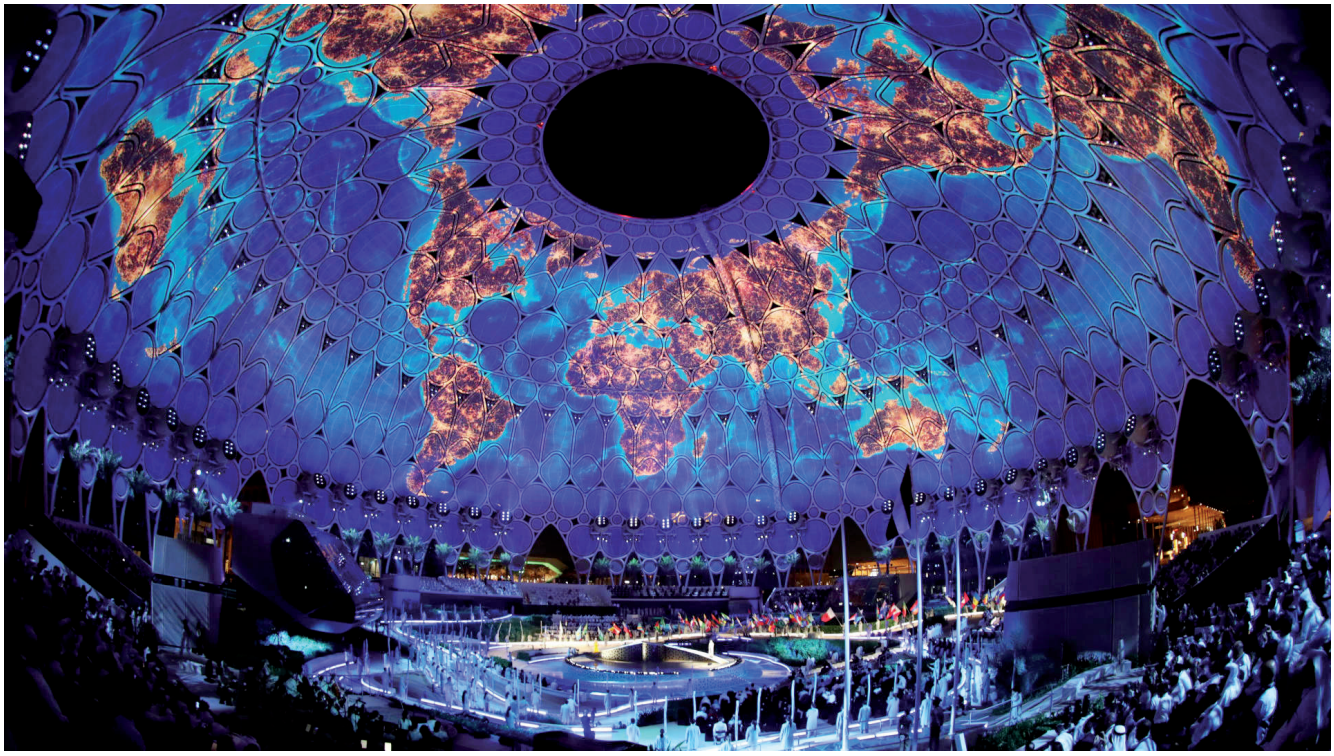
لمجلس التعاون لدول الخليج العربية

GULF RADIO & T.V. ORG. FOR THE G.C.C STATES



نحو إعلام عربي هادف ..

www.gcc-grt.org.sa



اكسبو EXPO 2020

عقول تتواصل.. ومستقبل يتشكل

|| الرياض - هيثم السيد

«اليوم يلتقي العالم بأسره على أرض دولة الإمارات العربية المتحدة، واليوم نشهد معًا انطلاقة جديدة.. نفتتح على بركة الله إكسبو 2020 دبي، والله ولي التوفيق»

بهذه الكلمات أعلن ولي عهد دبي، الشيخ حمدان بن محمد بن راشد، الخميس 30 سبتمبر 2021م، عن انطلاق فعاليات إكسبو 2020، وذلك في حفل الافتتاح الذي حضره الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، والشيخ محمد بن زايد آل نهيان، ولي عهد أبو ظبي نائب القائد الأعلى للقوات المسلحة، بجانب عدد من القيادات والمسؤولين والضيوف.

انطلق الحفل بالنشيد الوطني الإماراتي، وتوالت فقراته من «ساحة الوصل» وهي تستمد من طابعها الهندسي المميز طريقة عرض إبداعية تغمر الحواس بأحدث تقنيات الإخراج والصوت والضوء، وقد تم بثه عبر 340 موقعاً في دولة الإمارات، كما نقل مباشرة عبر الإنترنت للملايين في مختلف أنحاء العالم، فيما تكاملت اللوحات الغنائية والبصرية والعروض الأدائية والموسيقية مع عروض الألعاب النارية، لتصنع حدثاً وصفته وسائل إعلام بـ«الأسطوري»، وشارك فيه فنانون من الإمارات ودول الخليج والعالم، كما قدم الحفل الأغنية الرسمية للحدث «هذا وقتنا» مع حوارات مسرحية ولمحات متميزة عن منجزات الدول المشاركة وتنوع ثقافاتها.

محور العالم

إذا كان بالإمكان اقتراح محور للعالم خلال الأشهر الستة التي تبدأ بالأول من أكتوبر 2021م، فمن المؤكد أن هذا المحور سيكون إمارة دبي، جوهرة الخليج العربي، وتحديداً قبة الوصل التي تتوسط موقع إقامة «أكسبو 2020»، وهي التحفة النوعية التي تعد أكبر شاشة عرض في العالم بنطاق 360 درجة وتستوعب 10 آلاف شخص، كما تمثل العقل المفكر والقلب النابض لمكان تتواصل فيه الأفكار والمشاعر، فتبدو كنقطة التقاء للخطوط القادمة من جميع الاتجاهات، وكأي

شـيء آخـر يمكن تخيله فـي أي لحظـة أخرى، فهـذه تجربة لا يتوقـف الخيال فيهـا على توصيـف معين.

أنموذج دبي.. التفرد بالتخصص

مـر الوقت سـريعاً منذ العـام 2013م، حيـث اللحظـة التاريخية التـي فـازت بهـا دبـي باسـتضافة معـرض إكسـبو، لتهـدي منطقـة الخليـج والشـرق الأوسـط فرصـة اسـتضافة هـذه التظاهـرة العالمية لأول مرة، وخلال السـنوات التالية لذلك دارت محـركات العمل لبنـاء مدينة متكاملة جديـدة في جنوب دبي، فالمدينـة الخليجية التـي تعد أنموذجـاً تنموياً ومركـزاً تجارياً وماليـاً واقتصاديـاً مهمًا، ظلـت تثبت خلال الفترة التي تسـبق انطلاق «إكسـبو 2020»، أنها ليسـت عازمة فقـط على تنظيم حدث لا ينسـى فـي تاريـخ المنطقـة، ولكنها كذلك شـغوفة بصنـع تجربة لا تنسـى فـي تاريخ الحدث نفسـه.

نسخة استثنائية لذاكرة البشرية

وعـد الشـيخ محمـد بـن راشـد آل مكتـوم بتنظيـم نسـخة اسـتثنائية ترسـخ في ذاكـرة البشـرية، وإن كانت أهـم عناصر هـذه الاسـتثنائية تتمثل في نمـوذج دبي الذي اعتـاد التفوق حتـى تخصص فيه، وفي بديهيـة انعقاد هذه الـدورة بالتزامن مـع أقصى ما وصلـت إليه المعرفـة والتقنية فـي العالم، إلا أن عنصـراً إضافياً لم يكن متوقعاً قد انضم إلى أسـباب اسـتثنائية هـذه النسـخة، وهـو انعقادهـا متأخرة عـن موعدهـا المحدد مسـبقاً، وذلك بسـبب جائحـة كورونـا المسـتجد (كوفيد19-) التـي أعادت رسـم شـكل الحياة بعين البشـر.

عام إضافي يضاعف الدوافع

بـث الأمـل فـي النفـوس، قيمـة إضافية اكتسـبها «إكسـبو 2020» مـن حيـث كونـه أكبر تجمع بشـري علـى الإطلاق بعد الجائحـة، في الوقـت الذي تحـاول فيـه دول العالم اسـتعادة العافيـة الاقتصاديـة والصحية معـاً، بعد فترة اسـتنفرت فيها جهـود العلـم لإيجاد الحلـول، إلى أن جـاءت الأخبار بمؤشـرات عـودة الحياة لطبيعتهـا، لينطلق معها هذا الحـدث، بعد قرابة عـام إضافي على موعـد انطلاقه المفترض، مسـتعداً بدافعية مضاعفـة لتحقيق شـعاره «تواصل العقول وصنع المسـتقبل»، وليركـز علـى محـاوره الثلاثة الأساسـية وهـي «الاسـتدامة» و«التنقـل» و«الفـرص»، فيمـا ينطلـق الحـوار فيه مـن ضرورة العمل المشـترك وفق وحدة الأهداف والمصيـر، بكفاءة وفاعلية، لبنـاء غد أفضـل للجميع.

أهداف في 600 ملعب كرة قدم

لعـل من المهم هنا أن نشـير إلى أن موقع «اكسـبو2020» الذي تـم بناؤه مـن الصفر بتكلفة وصلـت إلى 7 مليـارات دولار، يمتد على مسـاحة تتجـاوز أربعـة كيلومترات مربعة، وهـو ما يعادل المسـاحة الإجماليـة لقرابـة 600 ملعب كرة قدم، وقد شـيدت فيـه الـدول المشـاركة أجنحتها انطلاقـاً من مفاهيـم ثقافية وحضاريـة تم تجسـيدها معمارياً، لتزين هذه النسـخة الخليجية والعربيـة من المعرض الـذي انطلق للمرة الأولـى في لندن عام 1851م.

التنقل.. من الأبجدية إلى الخاتم الملهم

حـرف الألـف، مسـتهل الأبجديـة العربيـة، هـو كذلـك عنوان تجربـة أساسـية فـي إكسـبو 2020 حيـث سـمي بـه «جناح التنقـل» الذي يحتوي أكبـر مصعد في العالـم، و يأخذ الزوار في رحلـة عبر الزمن تعـود بهم إلى منطقة «سـاروق الحديد» قبل قرابـة (4500) سـنة، وهي منطقـة العثور علـى الخاتم الأثري الذي اسـتلهم منه شعار «إكسـبو 2020»، هذه الرحلة التاريخية سـتقود الـزوار كذلـك إلى زيـارة مدينـة مسـتقبلية افتراضية تضعهـم علـى أقرب نقطـة ذهنيـة ممكنة مما سـيبدو عليه

شكل التنقل خلال السنوات المقبلة، ولا يكتفي الجناح بذلك بل يعرض دور الحضارة العربية في تأسيس حركة النقل والسفر والاكتشاف، من خلال شخصيات رحالة مثل ابن بطوطة، وابن ماجد، كما يسلط هذا الجناح الضوء على نجاح دولة الإمارات عبر (50) عاماً كمركز استراتيجي يربط العالم، وعلى تجربتها الرائدة في استكشاف الفضاء.

ساحة الفرص.. سانحة الاقتناص

القسم الرئيسي الثاني في إكسبو 2020 هو جناح الفرص الذي أخذ هيئة معمارية مستمدة من «الساحة» بمعناها المعبر عن مجال التقاء الناس من مختلف الأعمار والجنسيات واللغات، يجمعهم المشترك الإنساني، في منطقة تم توظيفها بما يلهم إطلاق القدرات الكامنة داخل الأفراد والمجتمعات، وتتضمن هذه الساحة أنشطة ومعارض ومتاجر وفعاليات ثقافية، كما تركز على ربط الناس بأدوارهم في تحسين واقع العالم وذلك عبر رسالة يدعو فيها «إكسبو 2020» الزوار إلى استشعار قيمة الفعل وتأثيره حين يقوم به كل شخص من مجمل 8 مليار إنسان، وفي حين يمثل «لا شيء مستحيل» شعاراً للدولة المضيفة، تم ربط جناح الفرص بعبارةmission possible.

الاستدامة.. وقفة لأجل الكوكب

حين يتعلق الأمر بكوكب الأرض فإن ما يحدث في جزء منه لن يبقى في ذلك الجزء فقط، كما أن الخطر الذي يحدق بالبيئة عاماً بعد عام ليس أمراً يخص مجموعة من البشر دون غيرهم، من هذه المنطلقات وغيرها، خصص إكسبو 2020 موضوع الاستدامة ليكون العنوان الرئيس الثالث لفعالياته من خلال جناح خاص أطلق عليه اسم «تيرا»، يوفر للزوار فرصة استكشاف كنوز الأرض وأسرارها عبر التجول في أحراش غاباتها وأعماق محيطاتها ومن ثم التعرف على حجم الضرر الذي لحق بهذه المكونات المهمة للبيئة على إثر التدخل البشري لمئات السنين، يتناول الجناح حلول الاستدامة وإدارة الموارد المائية والطاقة الشمسية والتصدي لتغير المناخ، مقدماً نصيحته ببساطة للزوار «علينا أن نتصرف سريعاً، ليس لدينا كوكب آخر لنعيش فيه».

جناح مجلس التعاون.. رؤية المستقبل

تمثل منطقة إكسبو 2020 ما يشبه درساً واقعياً للجيل القادم من الهندسة المعمارية، وقد جاء جناح مجلس التعاون الخليجي الموجود في منطقة «الفرص» ليمثل إضافة حقيقية للمباني التي تتحدث بلغة الأبعاد والزوايا عن فلسفتها وقيمها، حيث يتزين بست مجسمات تم نسجها بطريقة مبتكرة، لتمثل دول المجلس الست وتنعكس على مساحة جميلة من المناظر الطبيعية والمسطحات المائية، فيما تم توظيف مجموعة من الخيوط المترابطة التي تتحد لتشكل بندولاً عملاقاً يرمز إلى وحدة الكيان الخليجي وتماسكه.

«رؤية موحدة.. لمستقبل واعد» هو عنوان مشاركة المجلس في هذا الحدث العالمي الكبير المقام على أرض دولة خليجية، فيما يضم الجناح معرضاً تفاعلياً يسلط الضوء على إنجازات مجلس التعاون لدول الخليج العربية وقواسمها المشتركة التي شكلت أنموذجاً من العمل المتكامل المنسجم، وهو المبدأ الذي يتبنى إكسبو 2020 تطبيقه على نطاق البشرية ككل، وقد ركز المجلس عبر هذه المشاركة على تشجيع الإسهام الهادف في التنمية المستدامة، وتعزيز الأثر الإيجابي للأفراد في بناء مجتمعاتهم، إضافة إلى التعريف بالشراكات الاستراتيجية وبالإرث الجغرافي والحضاري لمجلس التعاون.

الأجنحة الخليجية.. تحليق في التنوع

تمثل أجنحة دول مجلس التعاون معالم لافتة جمعت جمالية التصميم الذي قامت عليه أكبر بيوت الخبرة الهندسية في العالم، مع الهوية الثقافية والاجتماعية المميزة التي تشكل جوهر المحتوى الثري الذي تقدمه الدول الخليجية عبر أجنحتها المستقلة في إكسبو 2020 بما يتسق مع أهمية الحدث وانعقاده في دولة شقيقة تربطها بمحيطها الخليجي أواصر الأخوة الوثيقة والمحبة الراسخة.

بداية جولتنا من الجناح الإماراتي، الممتد على 15 ألف متر مربع، والذي تشكل بإبداع على هيئة جناح صقر يستعد للتحليق في رمزية معبرة عن الهيبة والشموخ والتطلع نحو اقتناص الأهداف والمنجزات، ويتسم التصميم بإمكانية فتح الأجنحة في غضون ثلاث دقائق كما يرتفع هذا الجناح بأربعة طوابق تمثل معارض متعددة عن منجزات الإمارات وثقافتها.

فيما تشارك المملكة العربية السعودية بثاني أكبر جناح في الحدث، وذلك على امتداد 13 ألف متر مربع، بتصميم يرتفع من مستوى الأرض باتجاه السماء تعبيراً عن الطموح، وبمشاركة جاءت بعنوان «رؤية سعودية ملهمة لمستقبل مشترك» ركز الجناح السعودي على أربعة ركائز هي الطبيعة والمجتمع المتنوع والتراث والفرص الاستثمارية، مع تسليط الضوء على رؤية المملكة 2030، كما يتضمن تقنيات متقدمة مسجلاً من خلالها ثلاثة أرقام قياسية في موسوعة غينيس العالمية للأرقام القياسية، بالإضافة إلى حصوله على الشهادة البلاتينية في نظام الريادة في تصميمات الطاقة والبيئة LEED من مجلس المباني الخضراء الأميركي (USGBC) كواحدٍ من أكثر التصاميم استدامة في العالم.

من ناحيته، جاء الجناح البحريني منطلقاً من الاستثمار في تحفيز التجارة عبر التاريخ بوجود إرث عريق ومعالم تراثية مسجلة في اليونسكو، كما تطرق إلى الاستفادة من الكثافة السكانية في صنع الزخم الثقافي والصناعات المتنوعة.

في حين يشدّ الجناح القطري الزوار بتصميمه على شكل قارب شراعي يعكس شعار المشاركة التي جاءت تحت عنوان «المستقبل .. الآن» وتضمنت تعريفاً بتراث قطر وثقافتها من خلال فنون بصرية ووسائل عرض حديثة شملت استخدام الهولوجرام والخرائط ثلاثية الأبعاد، كما تناول الجناح التطور التنموي في الدولة، واستضافتها للحدث الكبير المتمثل في كأس العالم 2022م.

أما مشاركة الكويت فقد جاءت تحت عنوان «كويت جديدة.. فرص جديدة للاستدامة» وذلك بجناح هو الأضخم في تاريخ

مشاركاتها في إكسبو، حيث شاركت في (5) دورات سابقة، وقد جاء الجناح معبراً عن رؤية «كويت جديدة 2035» ليركز على إبراز اهتمام الدولة بمناخها ومواردها وقدرات شعبها، بجانب ما تتمتع به من تجارب حسية غنية في الفن والثقافة والتراث.

فيما استلهمت سلطنة عمان من شجرة اللبان تصميم جناحها في إكسبو، والذي عرضت فيه حضارة تمتد لآلاف السنين، وقد اختيرت له منطقة «التنقل» في تناغم مع كون السلطنة مركزاً تجارياً وجسراً للتواصل يربط القوافل بأنحاء العالم، وقد تميز الجناح بكونه من تصميم المهندستين العمانيتين رحاب الزكوانية وعلياء البطاشية، فيما جاءت المشاركة العمانية تحت عنوان «فرص عبر الزمن».

جولة معرفية في «اكسبو 2020»

بالتأكيد، لا يمكن معرفة كل شيء عن فعالية تختزل العالم كاملاً، حتى لو كان ذلك عن طريق الزيارة الواقعية، إلا أن هذا لا يمنع من محاولة التعريف ببعض المعلومات المنشورة صحفياً عن هذا الحدث الضخم، فهذا هو أول إكسبو دولي ليس فقط في إحدى دول مجلس التعاون ولكن كذلك في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا، فازت به دبي عندما حققت 116 صوتاً من أصل 168 صوت، وهو الحدث الأكثر تطوراً تكنولوجياً على الإطلاق عبر منظومة من تقنيات الجيل القادم التي تشمل وجود أكثر من 100 روبوت تبدأ مهامها بالترحيب بالزوار ولا تنتهي بتقديم الطعام والتقاط الصور لهم، فضلاً عن روبوت يعتبر تميمة الحدث، اسمه (اوبتي) وهو مكلف بحراسة جناح الفرص وهذه رمزية ملهمة في حد ذاتها!.

يشارك في المعرض فريق من المتطوعين يضم أكثر من 30 ألف شخص تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عاماً، أما عدد المشاركين والعارضين فيزيد على 200 ألف شخص، فيما تم بناء محطة مترو إكسبو 2020 بتصميم جناح الطائرة، ويمكن أن تستوعب 29000 شخص في الساعة خلال ساعات الذروة، ولأننا نتحدث عن التصاميم المميزة، فقد تميز تصميم الجناح الصيني بشكل الفانوس المعبر عن الأمل ولم الشمل، فيما صممت السويد جناحها على شكل غابة، وجاء الجناح الهندي في شكل هيكل يتكون من 600 كتلة فردية متحركة.

خلال مدة الحدث التي تمتد إلى 182 يوماً، سيتم الاحتفال بعدد من المناسبات العالمية مثل يوم اللغة العربية، وعيد الأم، واليوم العالمي للشعر، وغيرها من الأحداث التي تم تخصيص مدرج خاص للاحتفال بها، دون أن ننسى أجواء الاحتفاء بمطلع السنة الميلادية الجديدة 2022م التي سيترقبها العالم بكثير من الحماس، هذه المرة من موقع إكسبو 2020، بالإضافة إلى الاحتفالات المميزة برأس السنة، والتي عرفت بها دبي خلال السنوات الماضية، كما ستتمكن كل الدول المشاركة في الحدث بالاحتفال بيومها الوطني في المعلم الرئيس المتمثل في قبة الوصل، وبالطبع سيكون من أبرز هذه الاحتفالات، اليوبيل الذهبي لدولة الإمارات العربية المتحدة، الذي سيقام مطلع نوفمبر المقبل.

في مساحة المعرض التي تبلغ 4.38 كيلومتر مربع، تم توليد

الطاقة من المصادر المتجددة بنسبة 100%، حيث تم تصنيع أشجار إلكترونية تولد الكهرباء من الشمس، تحتوي كل منها على 120 لوحة شمسية دوارة وتتبع الشمس من شروقها إلى غروبها، وخلال وجود الزوار، الذين يتوقع أن يشكلوا الرقم الأكبر في تاريخ فعاليات اكسبو، ستقام أنشطة فنية وترفيهية، كما ستناقش موضوعات منها الغذاء والزراعة وتعزيز التسامح وتناغم التنمية الحضرية والريفية والتهيؤ للمستقبل والسفر والتحول الرقمي والصحة واللياقة، إضافة إلى تنمية قدرات الأطفال والشباب.

جواز سفر.. وعالم في مدينة

بالعودة إلى الحدث، فسنجد أن ارتباط دبي بالمبادرات المبتكرة قد أضفى طابعه من خلال عدد من الأفكار التي سيتم تطبيقها في إكسبو 2020، والتي كان من أبرزها إصدار جواز سفر تذكاري يمثل فرصة لتوثيق الرحلة عبر 200 جناحاً مشاركاً في الحدث، وهو ما يعد كذلك تعبيراً رمزياً عن رحلة السفر بين دول العالم ولكن في مكان واحد هذه المرة، وقد تضمن الجواز صورة للشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، تم التقاطها في العام 1971م الذي تأسس فيه اتحاد الإمارات، ليمثل ذلك ربطاً بين الماضي والحاضر، مجسداً احتفاء الحدث العالمي بتزامنه مع اليوبيل الذهبي للدولة المستضيفة.

ستة أشهر.. افتتاحية لما بعدها

وصل عدد الدول المشاركة في أكسبو دبي 2020 إلى 192 دولة، وهو عدد لم يصله المعرض من قبل، ومن المتوقع أن يصل عدد الزوار إلى 25 مليون زائر للمعرض الذي يختتم فعالياته في 31 مارس 2022م حيث سيتحول اسم موقعه حينها إلى «ديسترکت 2020» وهي عبارة عن مدينة ذكية دائمة لالتقاء وتواصل المجتمع البشري من كل أنحاء العالم، ولدعم مستقبل العمل والمعيشة من خلال بيئة أعمال وترفيه وسياحة واستثمار، تقوم على الابتكار والتكنولوجيا وتدعم فرص الصناعة والاستدامة، مما يعني أن الملايين من زوار إكسبو سيستمرون في زيارته، لعقود قادمة.

الأمين العام يفتتح جناح مجلس التعاون في اكسبو 2020 دبي ويؤكد:

الجناح يجسد مسيرة مجلس التعاون المباركة وإنجازاته ويبرز للعالم قوة المجلس وتكامله

أكد معالي الدكتور نايف الحجرف، الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، أن جناح مجلس التعاون في إكسبو 2020 دبي، يجسد مسيرة مجلس التعاون المباركة وانجازاته ويبرز للعالم قوة المجلس وتكامله.

جاء ذلك خلال افتتاح معالي الأمين العام لمقر الجناح، الجمعة 1 كتوبر 2021، حيث كان في استقباله المفوض العام لجناح مجلس التعاون، خالد آل الشيخ.

وخلال الافتتاح استمع معالي الأمين العام لشرح مفصل عن محتويات الجناح التي تعكس قوة كيان مجلس التعاون، وتصميمه الذي يعبر عن ارتباط دول مجلس التعاون ارتباطاً وثيقا منذ التأسيس والسيرة العطرة للمؤسسين قادة دول المجلس أصحاب الجلالة والسمو -رحمة الله عليهم -وكذلك مقتطفات من الثقافة الخليجية وإبراز الجهود والإنجازات الخليجية المشتركة والنهضة التي تشهدها دول المجلس في ظل القيادة الحكيمة لأصحاب الجلالة والسمو قادة الدول، حفظهم الله، والتطلعات المستقبلية، ليطلع عليها زوار الجناح.

وأبدى معالي الأمين العام إعجابه بتصميم الجناح والذي يحمل فكرة ترابط دول الخليج، وكيفية سرد واستعراض

محتوى قصة الجناح في المعرض، متمنيًا للقائمين على هذا الجناح التوفيق في إرسال رسالة مجلس التعاون لكل دول العالم من خلال هذا الحدث الاستثنائي.

المجلة -العدد 126 - خليجنا واحد - صفحة واحدة يسار

خلال افتتاح أجنحة مجلس التعاون في إكسبو 2020 دبي.. الأمين العام:

مشاركة دول مجلس التعاون تؤكد عمق العلاقات والتكامل والتعاون في نقل الرسالة الخليجية الموحدة للعالم

أكد معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، الدكتور نايف الحجرف، أن مشاركة دول مجلس التعاون في إكسبو 2020 دبي، يؤكد عمق العلاقات والتكامل والتعاون بين دول مجلس التعاون في نقل الرسالة الخليجية الموحدة للعالم.

جاء ذلك خلال حضور معاليه افتتاح جناح كل من: دولة الإمارات العربية المتحدة ومملكة البحرين والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان ودولة قطر ودولة الكويت في إكسبو 2020 دبي، الجمعة 1 أكتوبر 2021م، بمشاركة كبار المسؤولين في دول المجلس ومفوضي الأجنحة وسفراء دول المجلس في دولة الإمارات العربية المتحدة.

وخلال الافتتاح استمع معالي الأمين العام لشرح مفصل عن تصميم ومحتوى كل جناح والرسالة التي يحملها في هذا الحدث الاستثنائي الكبير، وكذلك المعلومات التي ستقدم لزوار الأجنحة.

وقال معالي الأمين العام: «إن احتضان دولة الإمارات العربية المتحدة لإكسبو 2020 دبي، يحمل رسالة للعالم بأكمله بقدرة الإنسان الإماراتي على استضافة هذا الحدث العالمي والذي يعتبر مصدر فخر واعتزاز لكل خليجي»، مؤكدا بأن إكسبو 2020 دبي سيشكل علامة فارقه في تاريخ معرض إكسبو، مبدياً إعجابه بما شاهده في الأجنحة من خلال رسائل متنوعة تحمل مزيجًا من عبق الماضي الجميل والازدهار والتقدم الذي تشهده دول المجلس في ظل القيادة الحكيمة لأصحاب الجلالة والسمو قادة دول المجلس - حفظهم الله -.

وهنأ الأمين العام لمجلس التعاون القائمين على الأجنحة بالمخرجات الرائعة للأجنحة والأفكار المطروحة للزائرين، متمنياً لهم التوفيق لتوصيل الرسالة المراد إرسالها من خلال هذا الحدث العالمي.

كما رفع معالي الامين العام التهاني والتبريكات لدولة الإمارات العربية المتحدة قيادة وشعبًا على الافتتاح الرائع والاستثنائي لمعرض إكسبو دبي 2020، والذي كان الحدث الأبرز الذي يشهده العالم ويعكس قدرة وإمكانيات دولة الإمارات العربية المتحدة على استضافة مثل هذه الفعالية العالمية وإبهار العالم أجمع بنسخه استثنائية في تاريخ معرض إكسبو.

في كلمة أمام مؤتمر بغداد للتعاون والشراكة.. الأمين العام

العلاقات الخليجية العراقية تمثل ركيزة استراتيجية لتعزيز الأمن والاستقرار وتحقيق التنمية في المنطقة

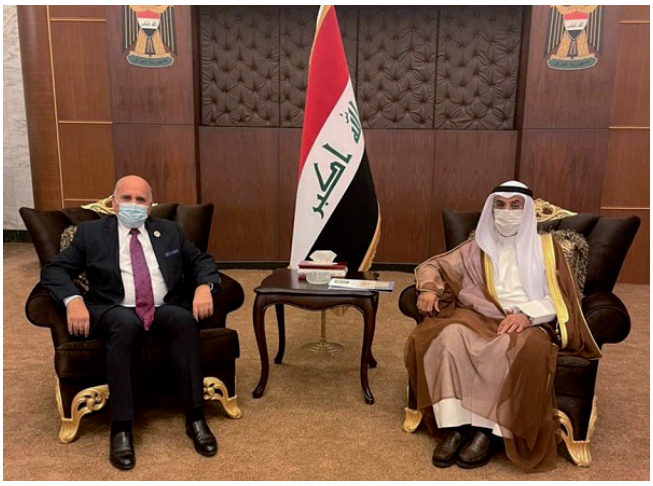
أكد معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، الدكتور نايف الحجرف، أن من أهم القضايا التي تشغل عالمنا اليوم ظاهرة التطرف والإرهاب، التي تفرض علينا مواصلة العمل وتبادل وجهات النظر بشأنها من خلال الشراكة الاستراتيجية بين مجلس التعاون والعراق، وتعزيز التنسيق والتعاون الإقليمي والدولي لمواجهة التنظيمات الإرهابية المتطرفة العابرة للحدود والتصدي لفكرها المتطرف، انطلاقاً من مواقفنا المشتركة في نبذ كافة أشكال الإرهاب وصوره، وأياً كان مصدره، والعمل على تجفيف مصادر تمويله، والتأكيد على أن التسامح والتعايش من أهم المبادئ والقيم التي تبنى عليها العلاقات بين الدول والشعوب.

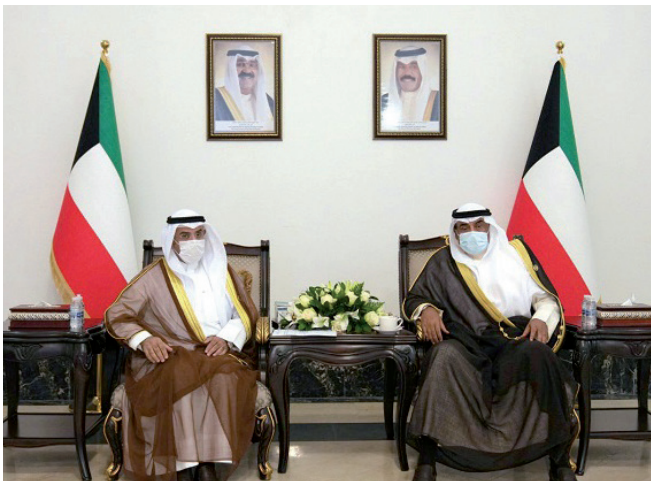
جاء ذلك خلال مشاركة معاليه في مؤتمر بغداد للتعاون والشراكة الذي انعقد ببغداد في 28 أغسطس 2021م.

وأشار الأمين العام إلى أن هذا المؤتمر أتى في وقت دقيق من تاريخ المنطقة وهي تسعى لاستعادة السلام والأمن والاستقرار، وتعزيز البناء والتنمية، بما يلبي تطلعات شعوبها بالرخاء والازدهار، بعد فترة عصيبة واجهت فيها دول المنطقة كبقية دول العالم تحديات كبيره وغير مسبوقة تمثلت في جائحة كورونا والركود الاقتصادي، بالإضافة إلى المواجهة المستمرة مع الإرهاب والسعي لتجفيف منابعه، حيث شكلت تلك التحديات جملة من المتغيرات التي فرضت نفسها على قائمة أولويات الدول جماعات و فرادي للتمكن من التصدي لها بفاعليه وشموليه.

وقال الدكتور الحجرف: «إنْ كانت دول مجلس التعاون قد تعاملت مع تلك المتغيرات بمسؤوليه، فإنها في الوقت نفسه قد حافظت على جملة من الثوابت وأولتها الاهتمام الكامل والعناية اللازمة، وتأتي علاقة دول مجلس التعاون مع جمهورية العراق من ضمن تلك الثوابت التي نسعى من خلالها لبناء شراكة استراتيجية وثيقة في كافة المجالات، انطلاقاً مما يربط دول مجلس التعاون والعراق من علاقات راسخة مرتكزة على الجوار الجغرافي والدين واللغة وتعززها وشائج القربى والتاريخ المشترك، وتدفعها الأهداف المشتركة لبناء المستقبل وتعزيز التنمية والسلم الجماعي»، مستعرضًا قرارات وتوجيهات قادة دول المجلس العديدة والتي تصبّ جميعها في تطوير علاقات مجلس التعاون مع جمهورية العراق في جميع المجالات السياسية والأمنية، والاقتصادية، والثقافية وغيرها.

ونوّه معالي الأمين العام إلى بعض ثمرات هذه التوجيهات، مشيرًا إلى إتمام الاتفاق على ربط شبكة الكهرباء في جنوب العراق بشبكة الربط الكهربائي لدول مجلس التعاون، وحشد الموارد اللازمة لذلك، مؤكدًا أن المشروع أصبح على وشك التنفيذ بعد استكمال النواحي الفنية ومراجعة الاتفاقية بشكلها النهائي، بالإضافة إلى التحضير والإعداد لمؤتمر الاستثمار والأعمال الخليجي -العراقي بالتنسيق مع اتحاد الغرف التجارية الخليجية، والذي كان مقررًا إقامته في دولة الإمارات العربية المتحدة في شهر سبتمبر 2021، إلا أن اتحاد الغرف التجارية طلب تأجيله إلى الربع الأول من العام القادم 2022 إن شاء الله، كما استشهد بالمؤتمر الدولي لإعادة إعمار العراق، والذي عُقد في دولة الكويت خلال الفترة 12-14 فبراير 2018، وأعلن فيه عن تعهدات بلغت نحو (30) مليار دولار، منها خمسة مليارات قدمتها دول مجلس التعاون، مؤكدًا على ضرورة إحياء ومتابعه مخرجات مؤتمر الكويت





وتنفيذ التعهدات التي قدمها المجتمع الدولي في ذلك المؤتمر، لإعادة إعمار المناطق المتضررة من الحرب وتعزيز البنية التحتية والقطاعات الرئيسية للاقتصاد العراقي.

وقال الحجرف: «إن ما نقوم به من جهود لتعزيز التعاون وإرساء قواعد الشراكة الاستراتيجية بين دول مجلس التعاون والعراق في جميع المجالات، لهو تعبير عن الثوابت والقناعة الراسخة بأن هذه الشراكة ستعود بالخير والمنفعة على دولنا ومنطقتنا والعالمين العربي والإسلامي، وهو تأكيد على مواقف دول مجلس التعاون الثابتة بشأن العراق وأهمية الحفاظ على سلامة ووحدة أراضيه وسيادته الكاملة وهويته العربية ونسيجه الاجتماعي ووحدته الوطنية، ومساندته في مواجهة التحديات التي تعترضه، وتعزيز سيادة الدولة وإنفاذ القانون على كامل ترابه الوطني، ودعم العملية الدستورية، وتعزيز جهود العراق في تحقيق الاستقرار وإعادة الإعمار والتنمية والرخاء لشعبه الشقيق»، داعيًا إلى أن يكون (مؤتمر بغداد) بكل ما ترمز اليه بغداد من حضارة وتاريخ وبكل ما أسهمت به هذه المدينة العريقة من إرث بشري عبر الزمن رسالة للشباب وجيل الغد وقادة المستقبل، يلاقي آمالهم ويلبي طموحاتهم، ويمكنهم من تحقيق تطلعاتهم، لتنطلق عجلة التنمية والبناء، ودعم الأمن والاستقرار، ومكافحة الإرهاب والتطرف، وتعزيز التعايش السلمي، واستمرار المساهمة في المسيرة البشرية نحو غد مشرق ومستقبل واعد.

الأمين العام يجتمع مع وزير خارجية جمهورية العراق

وعلى هامش المؤتمر، اجتمع معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية بمعالي وزير خارجية جمهورية العراق، الدكتور فؤاد محمد حسين، حيث جرى خلال الاجتماع بحث علاقات التعاون المشترك بين مجلس التعاون وجمهورية العراق، وسبل تعزيزها وتنميتها في مختلف المجالات، بما يخدم المصالح المشتركة بين الجانبين، بالإضافة إلى تطورات الأوضاع في المنطقة والقضايا ذات الاهتمام المشترك.

كما تم خلال الاجتماع الإشادة بما تشهده العلاقات الخليجية العراقية من تنامي وتطور، والذي من شأنه تعزيز علاقات التعاون المشترك بين الجانبين في المجالات المختلفة، لما فيه الخير والمنفعة لشعوب المنطقة، وحفظ أمنها واستقرارها.

بحث مختلف القضايا العربية

كما بحث معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، مع معالي الأمين العام لجامعة الدول العربية، أحمد أبو الغيط، على هامش المؤتمر، عدداً من القضايا والموضوعات العربية والإقليمية.

وخلال اللقاء تم التأكيد على ضرورة التنسيق بكل ما من شأنه تعزيز العمل العربي المشترك لمواجهة التحديات التي تواجه العالم العربي والحد من التدخل في شؤون الدول العربية، كما تم تناول مجمل التطورات العربية والتحديات التي تواجه المنطقة على كافة الأصعدة، خاصة في ضوء التغيرات العالمية التي تستلزم تكثيفاً للتعاون والتنسيق على المستوى العربي.

الأمين العام لمجلس التعاون يجتمع مع أمين عام منظمة التعاون الإسلامي

واجتمع معالي الدكتور نايف الحجرف أيضًا بمعالي الأمين العام لمنظمة التعاون الإسلامي، الدكتور يوسف بن أحمد العثيمين، حيث تناول الاجتماع القضايا ذات الاهتمام المشترك، والأوضاع الراهنة في المنطقة، وعدداً من القضايا السياسية.

كما تم التأكيد على أهمية علاقات التعاون والشراكة بين مجلس التعاون والمنظمة وسبل تعزيزها في شتى المجالات.

سمو رئيس مجلس الوزراء بدولة الكويت يستقبل الأمين العام لمجلس التعاون

كما استقبل سمو الشيخ صباح خالد الحمد الصباح، رئيس مجلس الوزراء بدولة الكويت، معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، وذلك على هامش مشاركة سموه ومعاليه في المؤتمر، وجرى خلال الاستقبال التأكيد على حرص دول مجلس التعاون على تنمية العلاقات الأخوية مع جمهورية العراق، ودعم دول المجلس للعراق في تحقيق أمنه واستقراره وسيادته وإعماره، وكذلك تنمية العلاقات والتعاون الثنائي المشترك في مختلف المجالات ولا سيما التجارية والاقتصادية.

عقدها الأمين العام على هامش الدورة (76) للجمعية العامة للأمم المتحدة

لقاءات متعددة ومتنوعة لتحقيق أهداف مجلس التعاون إقليميًّا ودوليًّا

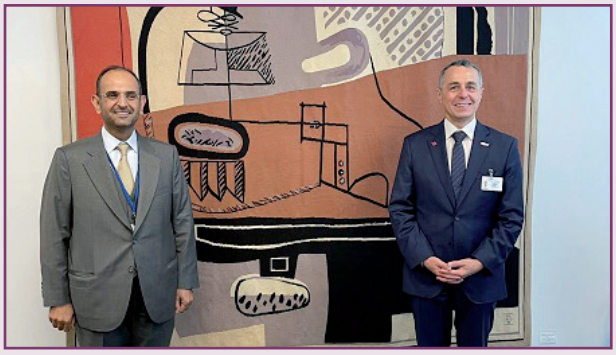
التقى معالي الأمين العام لمجلس التعاون، الدكتور نايف الحجرف، على هامش مشاركته في اجتماعات الدورة السادسة والسبعين للجمعية العامة للأمم المتحدة، بعدد من المسؤولين الأمميين ووزراء خارجية عدد من الدول، وتم خلال هذه اللقاءات استعراض عدد من القضايا الإقليمية والدولية ذات الاهتمام المشترك ومستجدات الأوضاع في المنطقة، كما شارك معاليه في الاجتماعات الخليجية والوزارية التي تم عقدها، وفيما يلي أبرز التفاصيل:

بحث مع معالي أحمد أبوالغيط، الأمين العام لجامعة الدول العربية، آخر المستجدات في الساحة العربية، إلى جانب القضايا المتعلقة بمسيرة العمل العربي المشترك. (1)

اجتمع مع معالي السيد انطونيو غوتيريس، الأمين العام للأمم المتحدة، وبحث الجانبان أهم القضايا الدولية والإقليمية والجهود المبذولة لدفع المسار السياسي لحل الأزمات في المنطقة وفرض السلام الدولي ومحاربة الإرهاب. (3)

التقى معالي السيدة آن كريستين ليندي، وزيرة خارجية مملكة السويد، وجرى خلال اللقاء بحث العلاقات الخليجية السويدية وسبل تنميتها، والقضايا ذات الاهتمام المشترك، وأهم الجوانب السياسية والاقتصادية التي تصب في مصلحة المنطقة، وتعزيز التعاون الدائم للجانبين في المجالات المشتركة. (2)

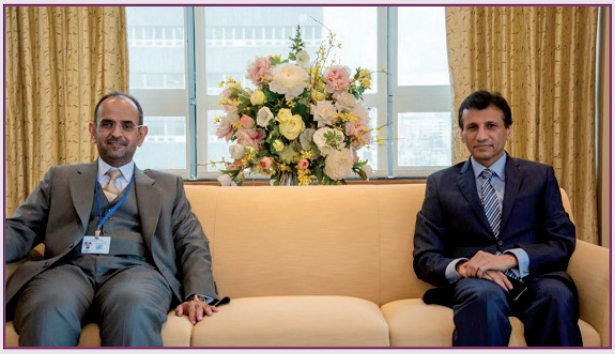
استعرض مع معالي السيد نيكوس ديندياس وزير خارجية جمهورية اليونان، مذكرة التفاهم التي تم توقيعها في 20 أبريل لعام 2021م بين مجلس التعاون وجمهورية اليونان، والتي تهدف إلى تعزيز العلاقات بين الجانبين، ودعمها وتطويرها من خلال المشاورات السياسية والاقتصادية، والتنسيق بين الجانبين في جميع المجالات اعتمادا على القواسم والمصالح المشتركة التي تجمعهما، وتشجيع عقد الاجتماعات بين الجانبين لمناقشة المواضيع ذات الاهتمام المشترك. (4)



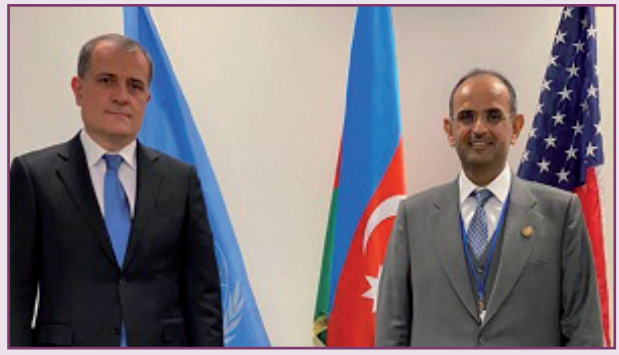
التقى بمعالي السيد إينياتسيو كاسيس وزير خارجية جمهورية سويسرا، وجرى خلال اللقاء بحث أوجه التعاون بين دول مجلس التعاون وسويسرا في مجالات مختلفة والتأكيد على أهمية دفع العلاقات الخليجية - السويسرية لخدمة المصالح المشتركة. (5)

استعرض مع معالي السيد نيكوس ريستودوليديس وزير خارجية جمهورية قبرص، مسار العلاقات التي تجمع مجلس التعاون بجمهورية قبرص، كما بحث اللقاء سبل تعزيز وتنمية التعاون الثنائي في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والقضايا ذات الاهتمام المشترك على الساحتين الإقليمية والدولية. (7)

اجتمع بسعادة السيد فلاديمير فرونكوف وكيل الأمين العام لمكتب الأمم المتحدة لمكافحة الإرهاب، وأكد معالي الأمين العام خلال الاجتماع على دعم مجلس التعاون لجهود مكتب الأمم المتحدة لمكافحة الإرهاب، كما شدد على أهمية دور دول مجلس التعاون في مكافحة الإرهاب ومكافحة تمويله والسعي المستمر في المساعدة لإحلال السلام في المنطقة. (6)



بحث مع معالي الدكتور فيفيان بالاكرشنان، وزير خارجية جمهورية سنغافورة، العلاقات الخليجية السنغافورية وسبل تنميتها وتعزيزها، وأهم القضايا ذات الاهتمام المشترك، والجوانب السياسية والاقتصادية التي تصب في مصلحة المنطقة، وتعزيز التعاون الدائم بين الجانبين في المجالات المشتركة. (8)



ناقش مع معالي السيد جيهون بايراموف، وزير خارجية جمهورية أذربيجان، مذكرة التفاهم التي وقعت بين مجلس التعاون وجمهورية أذربيجان عام 2013م، إلى جانب أهم الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، كما تم مناقشة عدد من القضايا الإقليمية والدولية والتأكيد على ضرورة توحيد مواقف المجتمع الدولي تجاه التحديات التي تواجه العالم. (9)

التقى بسعادة السفير محمد الحسان المندوب الدائم لسلطنة عمان بالأمم المتحدة، واستعرض اللقاء أهم الجهود التي تقوم بها دول مجلس التعاون تجاه القضايا الدولية والإقليمية، خصوصا فيما يتعلق بنشاطات التجارة الحرة ومكافحة الإرهاب، والقضايا ذات الاهتمام المشترك، إلى جانب الشأن اليمني ومستجدات الأحداث في المنطقة. (11)

استعرض مع معالي السيد إيفاريست بارتولو، وزير خارجية جمهورية مالطا، أبرز التطورات على مذكرة التفاهم التي وقعت بين مجلس التعاون وجمهورية مالطا عام 2017م، إلى جانب أهم الموضوعات ذات الاهتمام المشترك. (10)

التقى سمو الشيخ صباح خالد الحمد الصباح، رئيس مجلس الوزراء في دولة الكويت، وبحث اللقاء مسيرة العمل الخليجي المشترك في إطار مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وتعزيز دور المنظومة الخليجية وتحقيق غاياتها وتطلعات شعوبها، وفقاً لتوجيهات أصحاب الجلالة والسمو قادة دول مجلس التعاون حفظهم الله ورعاهم. (12)

في كلمة أمام ملتقى الخليج للأبحاث في دورته (11)

الأمين العام يؤكد أن التكامل الاقتصادي عنوان العقد الخامس لمسيرة المجلس

|| الأمانة العامة - الرياض

أكد الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، الدكتور نايف الحجرف، على دور مجلس التعاون في تعزيز الأمن والاستقرار في المنطقة وأن التكامل الاقتصادي لدول مجلس التعاون عنوان العقد الخامس لمسيرة المجلس.

جاء ذلك خلال مشاركة معاليه في الدورة الحادية عشرة لملتقى الخليج للأبحاث، والذي نظمه مركز الخليج للأبحاث وجامعة كامبريدج عن بُعد في 23 يوليو 2021م.

وأوضح الدكتور الحجرف أن أحد أهم الدروس المستفادة من جائحة كورونا أن العمل الجماعي هو الطريق الوحيد لمواجهة هذه التحديات، وأنه لا يمكن لأي دولة كانت أن تعمل بمعزل عن الآخرين في مواجهة هذه التحديات، مضيفًا: «على الرغم من الأولوية القصوى التي تمثلها التجارب الخاصة التي خاضتها الدول والأفراد في مواجهة جائحة كورونا إلا أن هناك تحديات أخرى تتطلب اهتمامنا الجماعي وغير المشتت"، مؤكدًا على أهمية توافر مثل هذه المنصة لمناقشة بعض هذه التحديات التي تواجه العالم، ومسلطًا الضوء على التحديات في منطقة الخليج العربي.

وقال الأمين العام: "صادف الخامس والعشرون من مايو 2021م الذكرى الأربعين لتأسيس مجلس التعاون لدول الخليج العربية، حيث لعب المجلس دورًا مهمًا للغاية في تحقيق الاستقرار والحفاظ على السلم والأمن في المنطقة والعالم، وانخرط مجلس التعاون خلال السنوات الأربعين الماضية بشكل بناء مع المجتمع الدولي وأوفى بالتزاماته في مكافحة الإرهاب وتبني سياسة طاقة مسؤولة ومتوازنة للغاية، تأخذ في الاعتبار مصالح كلا من المنتجين والمستهلكين، كما استجاب مجلس التعاون للنداءات الإنسانية والإنمائية اللازمة".

وأضاف الحجرف: «في ذات الوقت وعلى الصعيد المحلي، تسعى دول مجلس التعاون في تنفيذ خطط التنمية الوطنية التي تركز على تنمية رأس المال البشري والتنويع الاقتصادي وتحقيق مستويات المعيشة الجيدة، إلى جانب تطوير شامل للبنى التحتية لدعم خطط التنمية، وعلى الرغم من أن السنوات الأربعين الماضية كانت مليئة بالتحديات إلا أن مسيرة مجلس التعاون ظلت قوية وراسخة أمام هذه التحديات".

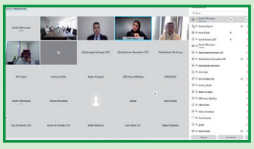
وتحدث الأمين العام عن استشراف المستقبل قائلاً: "عندما ننظر إلى المستقبل نجد هناك تحديات جديدة وحقيقية تواجه منطقة الخليج، بالإضافة إلى التحديات التي فرضتها الجائحة، والمتمثلة في أمن المنطقة الذي يعتبر ذا أهمية بالغة لأمن العالم، وهو الأمر الذي يحتاج إلى تسليط الضوء، وبينما يظل مجلس التعاون ملتزمًا بالحفاظ على الأمن الإقليمي وتعزيزه، نود أن نشارككم مخاوفنا ذات الأهمية القصوى، حيث يمثل الوضع الراهن في العراق وسوريا ولبنان واليمن تهديدًا واضحًا ومباشرًا لأمن المنطقة واستقرارها، حيث يقف مجلس التعاون بحزم لدعم الالتزام بالقانون الدولي وميثاق الأمم المتحدة، كما أن المجلس من أشد الداعين إلى احترام السيادة الوطنية وعدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول الأخرى".

واختتم معاليه كلمته بالتأكيد على أهمية التكامل الاقتصادي، والذي يأتي على قائمة أولويات العقد الخامس لمجلس التعاون، قائلاً: "إن من أولوياتنا تعزيز المكانة الرائدة لدول مجلس التعاون في المنطقة والعالم، ولقد شهدنا خلال السنة الماضية رئاسة المملكة العربية السعودية لمجموعة العشرين، واستضافة الإمارات العربية المتحدة (إكسبو 2020م) في أكتوبر من هذا العام، وننتظر استضافة دولة قطر لكأس العالم لكرة القدم 2022م، حيث تشكل الرؤى الوطنية وخطط التنمية في دول مجلس التعاون الزخم المناسب للتركيز على المستقبل واستغلال الفرص السانحة".

العمل الخليجي المشترك

نشاط مستمر لمستقبل أفضل

1 الأمين العام والأمير تركي آل سعود وزير الدولة عضو مجلس الوزراء السعودي يستعرضان الموضوعات الخليجية المشتركة.



5 ورشة عمل بشأن مشروع العملة الرقمية المشتركة والسجلات الموزعة (عابر) بدول مجلس التعاون.

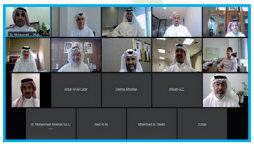
8 الأمين العام يبحث مع وزير الاقتصاد والتخطيط السعودي التعاون والتكامل الاقتصادي بين دول المجلس.

28 الاجتماع (١٩) لقادة القوات البحرية بدول مجلس التعاون.

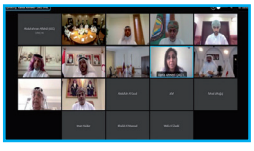
10 الأمين العام يستقبل مدير عام مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك ويشيد بالجهود الإعلامية للمؤسسة.

11 سمو مستشار خادم الحرمين الشريفين أمير منطقة مكة المكرمة يستقبل الأمين العام لمجلس التعاون.

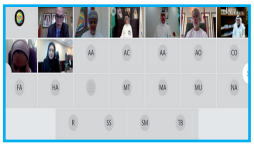
12 الاجتماع التنسيقي لرؤساء الأجهزة الحكومية المعنية بحقوق الإنسان بدول المجلس.



6 الاجتماع الأول لفريق عمل إنشاء هيئة الربط المائي بدول المجلس.



12 الاجتماع (17) للجنة رؤساء هيئات وجمعيات الهلال الأحمر بدول مجلس التعاون.



13 الاجتماع (23) للجنة رؤساء هيئات الأسواق المالية بدول المجلس.

يوليو 2021م

أغسطس 2021م

سبتمبر 2021م

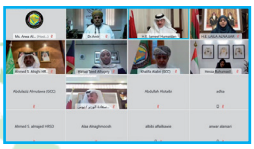
29 عقد الاجتماع (31) لوزراء العدل بدول مجلس التعاون

28 عقد الاجتماع (77) للجنة محافظي البنوك المركزية بدول مجلس التعاون

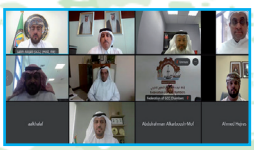
27 عقد الاجتماع (15) لرؤساء مجالس الشورى و النواب والوطني والأمة بدول مجلس التعاون

21 عقد الاجتماع (١٩) للجنة وزراء الإسكان بدول مجلس التعاون

21 عقد الاجتماع السابع للجنة وزراء العمل بدول مجلس التعاون

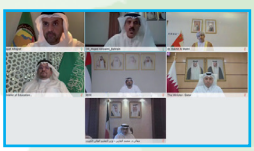


21 عقد الاجتماع السابع للجنة وزراء الشؤون/التنمية الاجتماعية بدول مجلس التعاون

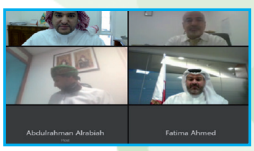


19 عقد الاجتماع (32) للجنة السوق الخليجية المشتركة

19 عقد الاجتماع الخامس للجنة وزراء التربية والتعليم بدول مجلس التعاون



19 عقد الاجتماع (21) لوزراء التعليم العالي والبحث العلمي بدول مجلس التعاون

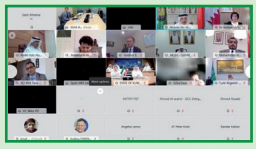


13 الاجتماع الثالث لفريق عمل معالجة التحديات التي تواجه العمل الخليجي المشترك في مجال التجارة.

شؤون دولية

نشاط مستمر لمستقبل أفضل

7 الأمين العام يبحث مجالات التعاون مع نائب رئيس البنك الدولي.



13 الحوار السياسي (23) بين مجلس التعاون والاتحاد الأوروبي.

29 الأمين العام والمبعوث الأمريكي الخاص لليمن يؤكدان أهمية الضغط على الحوثيين لإنهاء الأزمة في اليمن.

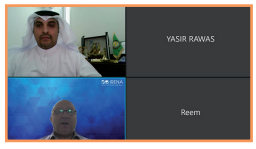
30 الأمين العام يستقبل رئيس معهد الشرق الأوسط في الولايات المتحدة الأمريكية .

3 الأمين العام يستعرض جهود مجلس التعاون في مكافحة الإرهاب مع مدير مركز الأمم المتحدة لمكافحة الإرهاب.

9 جهاز الشرطة الخليجية ومركز الأمم المتحدة لمكافحة الإرهاب يبحثان التعاون في مجال مكافحة التطرف والإرهاب.

11 الأمين العام يبحث مجالات التعاون مع البنك الإسلامي للتنمية.

11 مجلس التعاون والمملكة المتحدة يبحثان أوجه التعاون في جميع المجالات.



17 اجتماع بين الأمانة العامة والوكالة الدولية للطاقة المتجددة.

17 الأمانة العامة تعقد اجتماعًا مع مكتب الشؤون الإنسانية للأمم المتحدة (OCHA).

يوليو 2021م

أغسطس 2021م

سبتمبر 2021م

28 عقد الحوار المشترك بين محافظي البنوك المركزية بدول مجلس التعاون ومحافظ بنك الشعب الصيني

22 الأمين المساعد للشؤون التشريعية والقانونية يؤكد مواصلة مجلس التعاون العمل على تعزيز حقوق الإنسان.

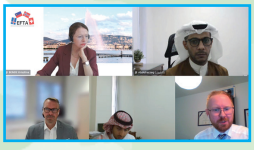
20 الأمانة العامة تشارك في أعمال الدورة العادية السنوية الـ(65) للمؤتمر العام للوكالة الدولية للطاقة الذرية

16 الأمين العام يؤكد على أهمية دعم جهود الأمم المتحدة لتحقيق الحل السياسي في اليمن

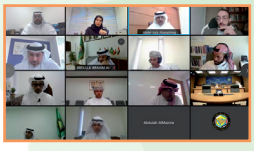
13 اجتماع اللجنة المشتركة من كبار المسؤولين في وزارات الخارجية بين مجلس التعاون وجمهورية العراق.

12 الأمين العام يتسلم رسالة من مستشار الدولة وزير الخارجية ووزير التجارة في جمهورية الصين الشعبية.

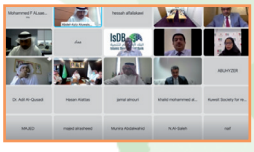
2 اجتماع كبار المسؤولين المشترك بين مجلس التعاون والجمهورية اليمنية.



2 الأمانة العامة تعقد اجتماعًا مع رابطة التجارة الحرة الأوروبية (افتا).



30 الأمانة العامة تقيم ندوة افتراضية متعلقة بالعلاقات الخليجية الصينية.



24 الاجتماع (20) للجنة المشتركة لتحديد الاحتياجات التنموية للجمهورية اليمنية.

ضمن تكامل وتعاون منظمات العمل الخليجي المشترك

توقيع اتفاقية فعاليات الجهاز في جناح مجلس التعاون بـ «إكسبو دبي 2020»

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - الرياض

استعدادًا لمشاركة جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، في المعرض العالمي الأبرز «اكسبو دبي 2020»، بدولة الإمارات العربية المتحدة، وقع مدير عام الجهاز، مجري بن مبارك القحطاني، في 4 يوليو 2021، بالمقر الدائم للجهاز في مدينة الرياض، اتفاقية اعتماد فعاليات الجهاز المصاحبة لجناح مجلس التعاون في معرض اكسبو، والذي ينطلق مطلع أكتوبر 2021، ويستمر على مدى ستة أشهر، حيث جرى التوقيع مع المفوض العام لجناح مجلس التعاون في المعرض خالد آل الشيخ.

وتضمنت الاتفاقية اعتماد الفعاليات التي ينظمها جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج ضمن مخططها الزمني، بالتنسيق مع فريق عمل «اكسبو» بالأمانة العامة لمجلس التعاون.

وتأتي هذه الاتفاقية في إطار العمل الخليجي المشترك، وتعكس الدور المحوري للأمانة العامة لمجلس التعاون في تحقيق سبل التعاون والتكامل الخليجي، مع كافة المنظمات الخليجية، ومن بينها جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج؛ باعتباره المنظمة الإعلامية الخليجية الرائدة التي تجمع الهيئات الإعلامية الأعضاء، ومؤسساتها الإذاعية والتلفزيونية في كل دول مجلس التعاون، على مدى أربعون عامًا أسهم من خلالها الجهاز في التطوير والتنسيق وابتكار البرامج والفعاليات التي تدعم العمل الإعلامي الخليجي، ويبرز ذلك من خلال ما اعتمدته هذه الاتفاقية من فعاليات.

فعاليات الجهاز في إكسبو دبي 2020

يقيم جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج أربع فعاليات رئيسية ضمن جناح مجلس التعاون، تواكب مناسبات عالمية هامة، وتثري الإعلام الخليجي، وتؤكد تفوق العاملين في الحقل الإعلامي في دول مجلس التعاون، وتفتح نافذة للتواصل وتبادل الرؤى والأفكار، إذ يمد «اكسبو دبي 2020» الجسور

الثقافيــة والمعرفيــة مع العالــم، ويمكّن المبدعيــن الخليجيين بمختلــف فئاتهــم، حيث اختار الجهــاز الفعاليــات التالية، والتي ســتقام كل واحــدة منها في موعدٍ مســتقل على مدى الســتة أشــهر، بما يلائــم الهدف الــذي تنظم مــن أجلــه كل فعالية.

«أبرز مدن مجلس التعاون»

يشــارك جهاز إذاعة وتلفزيــون الخليج، بفيلــم وثائقي عن «أبرز مدن مجلــس التعــاون» وفــي مقدمتهــا العواصــم الخليجية، حيث يعرض الفيلم في ســاحة الوصل، إحدى ســاحات المعرض؛ لتكــون فعالية إعلاميــة مواكبة لليوم العالمي للمدن، وأســبوع التنميــة الحضريــة والريفيــة، والــذي يوافــق 31 أكتوبــر 2021، ويســتمر حتــى 6 نوفمبر 2021.

وتأتــي هذه الفعالية كأحــد روابط الإعلام بالتنميــة، والتي تبرز الوجه المشــرق لحضارة عواصم ومــدن دول مجلس التعاون، في مناســبة عالمية انطلقت عــن منظمة الأمم المتحــدة منذ عام 2013، حيــث يتجدد الاحتفال مــن قبل المجتمــع الدولي باليوم العالمي للمــدن، الذي اعتمد التوقيت الذي تســتهدفه الفعالية مــن كل عــام، بحيث يكــرس هــذا اليــوم للتوعيــة بالنجاحات والتحديــات في مجال الاســتدامة علــى الصعيــد الحضري، في متابعــة لتنفيــذ أهداف خطــط التنميــة المســتدامة العالمية لعــام 2030، بما فيها الــرؤى التنموية الخليجيــة الواعدة.

ذوي الهمم في الإعلام الخليجي

ينظم الجهاز على مســرح ســاحة الوصل بمعرض «اكســبو دبي 2020» جلســات حواريــة إعلاميــة مفتوحــة، تعــرض «تجارب ناجحــة لــذوي الهمم في الإعلام بــدول مجلس التعــاون»، أمام جمهــور المعرض، في 3 ديســمبر 2021، خلال الفترة المســائية.

وتواكــب الفعاليــة اليــوم العالمــي لــذوي الهمــم، وتنقســم الفعاليــة إلى جزئين رئيســيين، وعلى مدى ســاعتين، يتخللهما مشــاركات ومداخــلات مــن الجمهــور، حيــث يُجري فــي الفترة الأولــى من الفعالية عدد مــن إعلاميي الخليج مــن ذوي الهمم، لقــاءات تســتضيف مخترعين خليجييــن، ممن قدمــوا ابتكارات تخــدم ذوي الهمــم، وفي الفتــرة الثانيــة من الفعالية يســلط الضــوء على تجارب هــؤلاء الإعلاميين الخليجيين الذين ســطعوا في ســماء الإعــلام الخليجــي، ومثلوا ذوي الهمــم بدول مجلس التعــاون في المجــال الإعلامي بــكل جدارة.

وتأتــي هــذه الفعالية لتبــرز التمكيــن والإمكانات، التي تشــارك مهمــة اثباتها وتأكيــد جودتها كل مــن إعلاميــي الخليج ذوي الهمــم، وتلــك المؤسســات الإعلاميــة الخليجية التــي دعمت وهيــأت الفرص لهــم، إلى جانــب المخترع الخليجي الذي ســخر إبداعــه لخدمة هــذه الفئة الغاليــة في مجتمعاتنــا الخليجية.

وتحقــق هذه الفعالية عــدد من الأهداف التــي يعمل من أجلها جهــاز إذاعة وتلفزيون الخليج من خلال مشــاركته في «اكســبو دبــي 2020»، ومنهــا التواصل وفتح الآفاق، ونقل صورة مشــرقة فــي المحفــل العالمي المرتقــب عن إعــلام الخليــج والمخترع الخليجي.

تكريم الفائزين بمسابقة اكتشاف الموهوبين

يقيــم الجهــاز، فــي 27 يناير 2022م، بجنــاح مجلــس التعاون فــي «إكســبو» حفــل تكريــم الفائزين في مســابقة اكتشــاف الموهوبيــن، أحــد البرامج الدائمــة التي ينظمها الجهــاز، والتي أطلقــت مطلع ســبتمبر الماضي، وتســتهدف في هذا الموســم «المواهــب الخليجيــة في مجــال التصويــر»، بفرعيــه الفيديو والفوتوغرافي.

ويهــدف الجهاز بتكريــم الفائزين ضمــن فعالياته فــي المحفل الدولي «اكســبو» إلى دعم وإبــراز الموهبــة الخليجية في هذه المجــال الحيــوي الهام في العمــل الإعلامي، حيــث الصورة أحد أهــم عناصر المنتــج الإعلامي، كمــا أن الموضوع الرئيســي الذي وضــع للمســابقة هو تصويــر معالم وآثــار تاريخيــة أو ثقافية أو حضاريــة أو عمرانيــة أو ســياحية في قــرى أو مــدن أو مناطق داخــل دول مجلس التعــاون الخليجي.

ويحقق الجهاز بالزمــان والمكان المحددان لهــذا التكريم أهداف عدة، ترتبــط بخططه لتنفيذ برامجه، ومنهــا أنه يليق بموضوع المســابقة الــذي يبــرز الهوية الخليجيــة أن تعرض المشــاركات الفائزة ضمــن هذا المحفل الدولي، وأن يجــد الموهوب الخليجي فرصــة لحضور هذه الملتقيــات الدولية.

إسهامات المرأة الخليجية في الإعلام

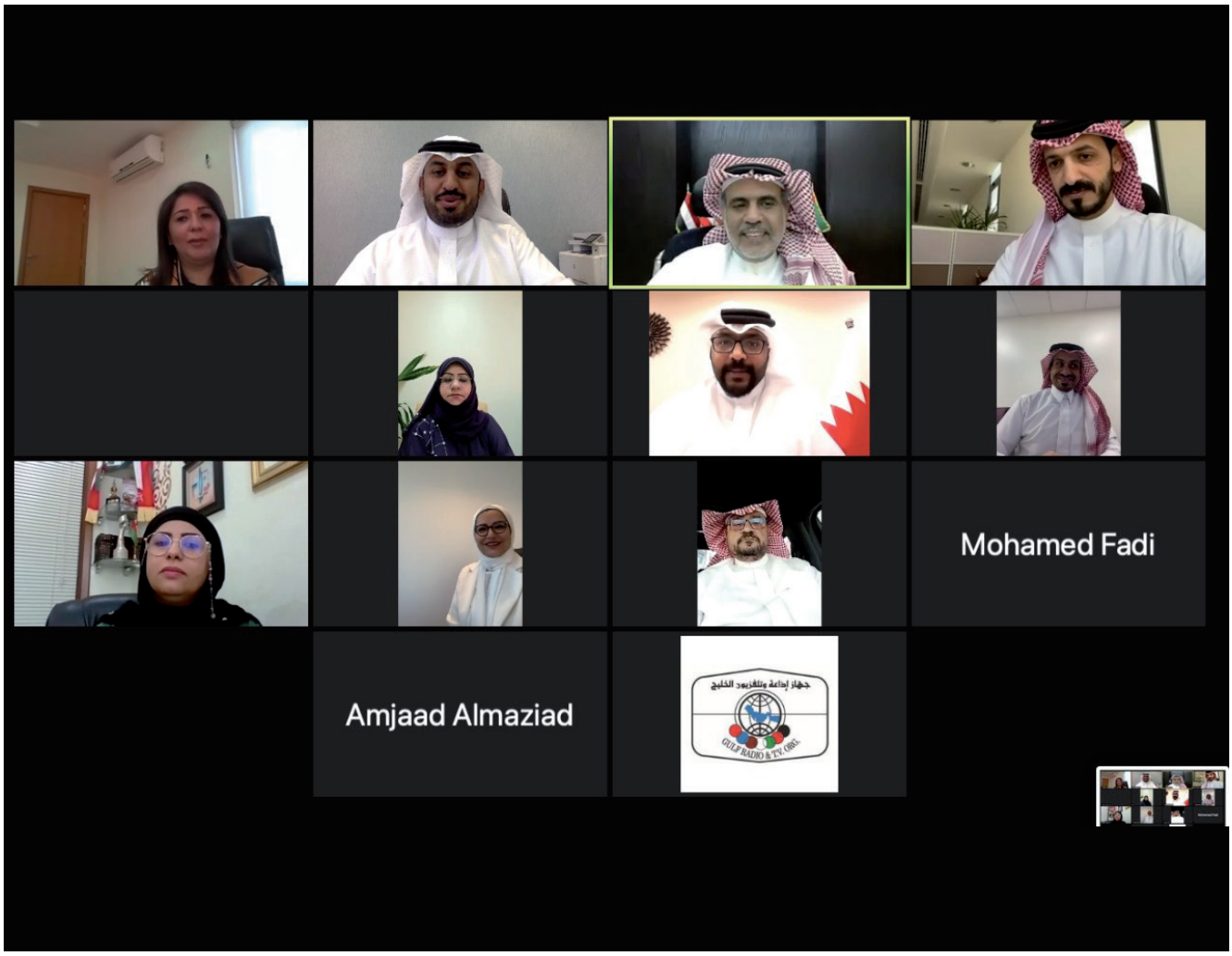
يشــارك الجهــاز في يــوم المــرأة العالمــي، 8 مــارس 2022، في جنــاح المــرأة المقــام على أرض معرض «اكســبو دبــي 2020»، بفعاليــة عــن إســهامات المــرأة الخليجيــة في تطــور الإعلام بــدول مجلــس التعاون.

ويأتــي الاحتفاء العالمــي بالمرأة، منذ أقر كمناســبة عالمية في الفتــرة التي حققت فيهــا المرأة الخليجية العديــد من الإنجازات في شــتى المجالات، ولا ســيما المجال الإعلامي، ويحرص الجهاز مــن خلال خططه وبرامجــه على العناية بدور المــرأة الخليجية، التــي أثبتــت جدارتهــا في الحقــل الإعلامــي الخليجــي، منذ نشــأت المؤسســات الإعلامية الخليجية، حيــث قدمت الإعلامية الخليجيــة الصورة المشــرفة للمــرأة العربية، وتفوقــت بما تملك من إبداع فكــري ومهني.

اتفاقيات الأمانة العامة والمنظمات الخليجية

ســعيًا من الأمانــة العامــة لمجلس التعــاون ممثلة فــي جناح مجلــس التعاون فــي «إكســبو دبــي 2020»، لمشــاركة جميع القطاعــات والمكاتــب والهيئــات الداخليــة والخارجيــة التابعة لمجلــس التعاون في الفعاليــات المزمع عقدهــا، وقعت الأمانة العامــة عــددًا مــن الاتفاقيات مــع المنظمــات الخليجيــة التي تشــكّل قواعــد العمــل الخليجــي المشــترك، وتجســد التعاون والتكامــل فــي مختلــف المجــالات، لإبــراز دور تلــك المنظمات فــي التكامــل الخليجي فــي جميــع الجوانب، وبيــن كافة دول المجلــس، وبما يلائــم أهدافه من المشــاركة في هــذا المحفل الدولي.

حيــث تــم التوقيع مــع كلٍ مــن منظمــة الخليج للاستشــارات الصناعية، وهيئــة التقييــس لــدول مجلــس التعــاون لــدول الخليــج العربيــة، ومركــز الاعتمــاد الخليجي، ومكتــب بــراءة الاختــراع، ومكتب التربيــة العربي لدول الخليــج العربية، والمركز الاحصائــي لدول مجلس التعــاون لدول الخليــج العربية، وهيئة الربــط الكهربائــي لــدول مجلــس التعــاون، وجامعــة الخليــج العربــي، ومجلــس الصحــة الخليجي.



الاجتماع الخامس لمسؤولي التدريب الإعلامي بدول مجلس التعاون

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

عقد جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، في 31 أغسطس 2021، الاجتماع الخامس لمسؤولي التدريب الإعلامي بالدول الأعضاء، وذلك عن بُعد عبر تقنية الاتصال المرئي، بحضور ممثلي الهيئات الإعلامية الخليجية الأعضاء بالجهاز، إلى جانب الأمانة العامة لمجلس التعاون، ومؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، والجهاز.

وناقش الاجتماع ما تم تنفيذه من توصيات الاجتماع الرابع خلال العام الجاري 2021 من برامج تدريبية، إضافة إلى الخطة التدريبية للعام المقبل 2022، باستعراض ما قدم من مقترحات.

وأكدت مديرة الموارد البشرية والمالية بوزارة شؤون الإعلام البحرينية الأستاذة جنان عباس، ممثلة مملكة البحرين، دولة رئاسة الدورة الواحدة والأربعون لمجلس التعاون، خلال الاجتماع، على الدور الريادي لجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج في مجال التدريب الإعلامي، والمساهمة في تطوير الكوادر الإعلامية بدول مجلس التعاون، في إطار استراتيجية العمل الإعلامي الخليجي المشترك.

وأقر الاجتماع الخطة التدريبية للعام 2022م، والمشتملة على التنوع والاحتياج التدريبي الفعلي لمتطلبات الإعلام، ومواجهة المستقبل وتأهيل شباب وشابات الخليج العاملين في المجال الإعلامي بكافة مساراته.

دعمًا للمواهب الخليجية في التصوير.. والتتويج في «اكسبو دبي 2020»

جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج يطلق مسابقته لاكتشاف الموهوبين

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

أطلق جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، في الأول من سبتمبر ، مسابقة اكتشاف الموهوبين، والتي خصصت هذا العام 2021 للموهوبين الخليجيين في مجال التصوير بفرعيه الفيديو والفوتوغرافي، حيث تعد الصورة من أهم عناصر العمل الإعلامي؛ لأهميتها البالغة في التأثير والتوثيق، ورفع مستوى الوعي بالكثير من جوانب الحياة، وتعزيز الانتماء لهذه المنطقة الهامة من العالم، إضافة إلى التشويق والجذب في مجالات تنموية مثل المجال السياحي، كما تعتبر الصورة من الوثائق التاريخية والثقافية التي تجب العناية بها؛ لما تزخر بهِ دول الخليج من إرث وحضارة.

وحددت المسابقة موضوعًا رئيسيًا للمشاركات أن تكون في تصوير معالم وآثار تاريخية أو ثقافية أو حضارية أو عمرانية أو سياحية في قرى أو مدن أو مناطق داخل دول مجلس التعاون الخليجي، ويستمر استقبال المشاركات حتى 31 أكتوبر 2021.

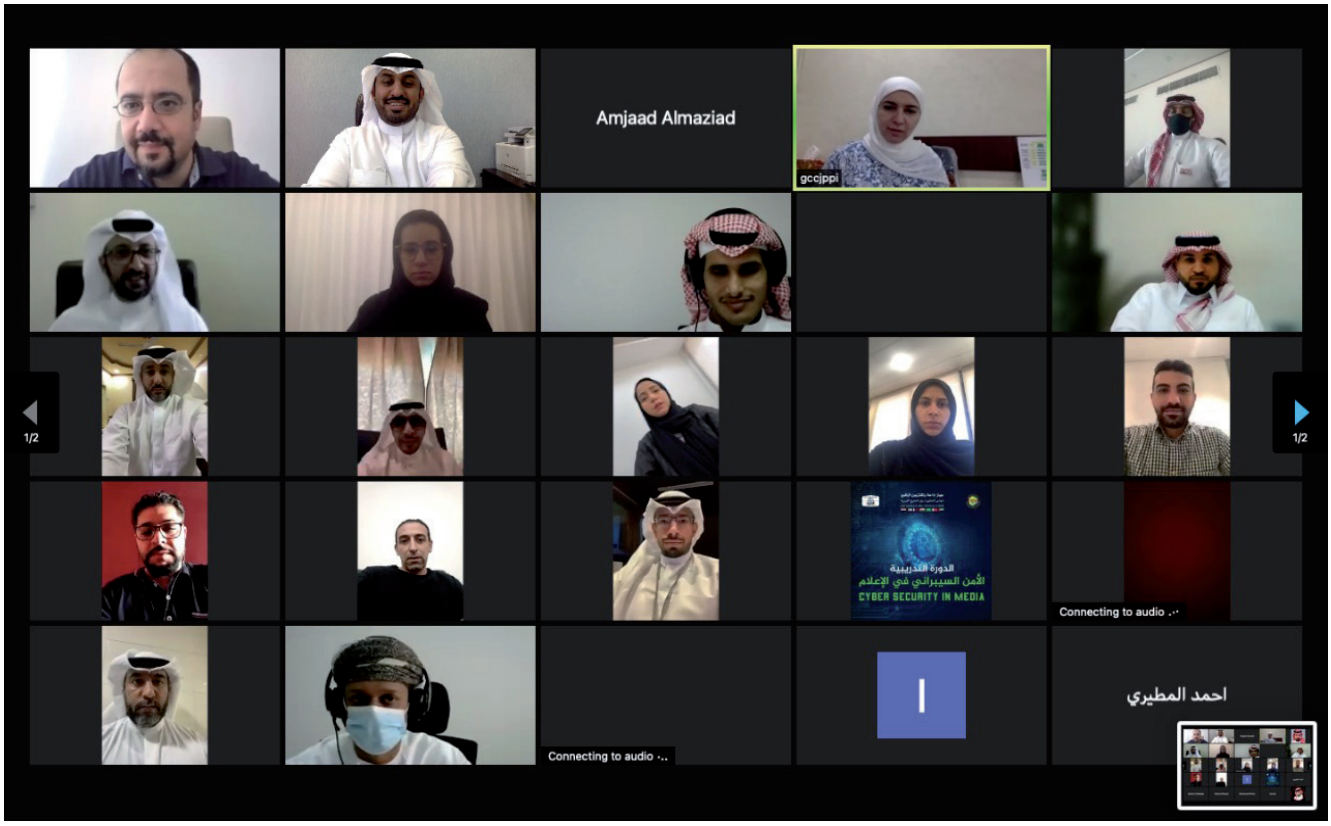
وتأتي المسابقة ضمن برنامج الجهاز لاكتشاف المواهب الخليجية؛ باعتباره منظمة خليجية من أهدافها إبراز الهوية الخليجية، وخدمة الهيئات الأعضاء من خلال تغذيتها بالمواهب الخليجية الشابة في كافة المجالات الإعلامية، ومن منطلق مسؤولية الجهاز تجاه شباب وشابات الخليج، وسعيه الدائم لإتاحة الفرص وفتح الآفاق العملية لهم وتنمية قدراتهم، وربطها باحتياجات الأجهزة الإعلامية في دول المجلس، وبث روح المنافسة بين الشباب، وتوفير المناخ المناسب لإطلاق إبداعاتهم في هذا المجال الإعلامي الحيوي الهام.

ويقدم الجهاز للمشاركات الفائزة جوائز نقدية تبلغ (60.000) ريال سعودي، تشمل الثلاثة المراكز الأولى في كل من فرعي المسابقة، بالإضافة إلى شهادة التقدير ودرع المسابقة لكل فائز.

وسيتم تتويج الفائزين في جناح مجلس التعاون بمعرض «اكسبو دبي 2020» الدولي، المزمع إقامته في دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد خصص الجهاز منصة إليكترونية لاستقبال المشاركات، وفق شروط محددة تتضمنها المنصة من خلال الرابط التالي: (https://tdc.gcc-grt.org) .

مواكبة للتطور التقني وخطورة القرصنة والاختراقات..

جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج ينظم دورة تدريبية حول «الأمن السيبراني في الإعلام»



الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

نظم جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، خلال الفترة من 13-15 سبتمبر 2021م، عبر الاتصال المرئي عن بعد، دورة بعنوان «الأمن السيبراني في الإعلام»، قدمها الدكتور رائد الشيخ، الخبير في الأمن السيبراني.

شارك في الدورة التدريبية (55) متدرباً ومتدربة من الهيئات الأعضاء، والأمانة العامة لمجلس التعاون، ومؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، والمركز الإحصائي لدول مجلس التعاون، وهيئة التقييس لدول مجلس التعاون، وصحيفة سبق الإلكترونية، إلى جانب الجهاز.

تناولت الدورة التدريبية تاريخ الأمن السيبراني والقرصنة، ومجالات الأمن السيبراني، وأنواع القرصنة، وكذلك الهندسة الاجتماعية، والحوكمة والمخاطر ونماذج لمراكز الأمن السيبراني، خليجياً وعالمياً، وأهمية الأمن السيبراني في المجال الإعلامي.

حملت هذه الدورة الرقم (51) فيما بلغ إجمالي المستفيدين من برنامج التدريب (1042) متدرباً ومتدربة.

لإعداد خطة عمل تدعم المشاركة الإستثنائية

الاجتماع التنسيقي الأول للتغطية الإعلامية لجناح مجلس التعاون في اكسبو دبي2020

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

نظم جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الثلاثاء 26 سبتمبر 2021م، عبر الاتصال المرئي، الاجتماع التنسيقي المشترك الأول لمسؤولي الإذاعة والتلفزيون بدول مجلس التعاون للتغطية الإعلامية لجناح مجلس التعاون في معرض اكسبو دبي2020، والذي يفتتح في الأول من اكتوبر ويستمر حتى نهاية مارس 2022م.

واستعرض المفوض العام لجناح مجلس التعاون، خالد بن إبراهيم آل الشيخ، استعدادات الأمانة العامة لمجلس التعاون للجناح، بالإضافة إلى الفعاليات والأنشطة التي تم اعتمادها، والدور المنتظر من الدول الأعضاء للإسهام في جهود التغطية الإعلامية.

من جانبهم، أبدى مسؤولو الإذاعة والتلفزيون في دول مجلس التعاون المشاركون في الاجتماع استعداد أجهزتهم الإعلامية لتنفيذ التغطية الإعلامية لجناح المجلس، بما يواكب أهمية المناسبة ويتوازى مع مكانة مجلس التعاون وتطلعات قادته وشعوبه، مؤكدين إعطاء الأولوية لجناح المجلس وفعالياته ضمن الهيكل البرامجي والتقارير الإخبارية اليومية، كما أكدوا أيضًا تسخير كافة إمكانياتهم، وبخاصة المتوافرة في أجنحة الدول الأعضاء في المعرض، لخدمة جناح مجلس التعاون والإسهام في إظهاره إعلاميًا بالشكل الذي يستحقه.

وخلال الاجتماع، طرح المشاركون عددًا من الأفكار والاقتراحات التي تمت مناقشتها وأثمرت عن اعتماد التوصيات النهائية للتغطية الإعلامية لجناح مجلس التعاون في اكسبو دبي2020، مشكّلة خارطة طريق يتم تحديثها بشكل مستمر من خلال الاجتماع الدوري الذي اتفق المجتمعون على عقده طيلة فترة إقامة المعرض.

في أول فعالية إعلامية كبرى تستضيفها دول المجلس بعد انحسار الجائحة

منتدى الاتصال الحكومي يرفع مستوى جاهزية الإعلام الرسمي لإدارة الأزمات ومواجهة التحولات

|| الشارقة - إذاعة وتلفزيون الخليج

مع عودة الحياة إلى الأنشطة والمنتديات في مختلف المجالات، بعد فترة من التوقف بفعل جائحة كورونا المستجد، عادت دول مجلس التعاون لتجدد عهدها مع استضافة الملتقيات الكبرى في الإعلام والاتصال، حيث عقدت الأحد 26 سبتمبر فعاليات الدورة العاشرة من المنتدى الدولي للاتصال الحكومي، والتي أقيمت برعاية صاحب السمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي، عضو المجلس الأعلى حاكم الشارقة، في مركز إكسبو الشارقة.

المنتدى الذي أقيم تحت شعار «دروس الماضي، تطلعات المستقبل» تضمن مشاركة 79 شخصية من 11 دولة، منهم رؤساء دول سابقين ومسؤولين حكوميين وإعلاميين، بجانب عدد كبير من المتخصصين في الاتصال والصحافة ووسائل التواصل الاجتماعي، فيما حل كلٌ من الأمير تركي الفيصل بن عبد العزيز آل سعود، رئيس مجلس إدارة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية والدكتور نايف الحجرف أمين عام مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وأحمد أبو الغيط أمين عام جامعة الدول العربية، كضيوف شرف.

دروس لخدمة الإنسان

خلال كلمته الافتتاحية، أكد سمو الشيخ سلطان بن أحمد القاسمي نائب حاكم الشارقة رئيس مجلس الشارقة للإعلام على أن بناء الإنسان قيمة نبيلة، لا تتحقق بتوفير الشروط المادية للعيش فحسب، وإنما بغرس الفكر وصقل العقل، مشيراً إلى أن إمارة الشارقة تبنت هذا المبدأ منذ الثمانينات، ومازالت تواصل مشروعاً تنموياً يضع الثقافة في موضع قيادته، ويسعى لترسيخ بنية اجتماعية ومؤسساتية تحقق التوازن بين التطور المادي والفكري والوجداني.

وأشاد سمو نائب حاكم الشارقة بتجربة انعقاد المنتدى على مدى عقد من الزمن وأثرها العلمي والعملي على تطوير منظومة العمل الحكومي، مؤكداً أن هذا الحدث بتجاربه وممارساته المتنوعة مازال يمثل فرصة للاستفادة من دروس الماضي والتطلع إلى المستقبل، وذلك بتجاوزه مجرد البحث في الخطاب الرسمي الموجه للجمهور، ليغوص في أصل العلاقات البشرية، حيث يسهم التواصل في توثيق العلاقات، وصون القيم والمبادئ، وفي النهوض الأمم.

إدارة التحولات لتحقيق العدالة

بدوره، تحدث الأمير تركي الفيصل بن عبد العزيز بكلمة تميزت بنظرته الاستراتيجية المعتادة لواقع الأحداث واستشراف المراحل المقبلة على ضوء الراهن، حيث أكد على أن العالم اليوم يتشابك في مصالحه وتداخل فضاءاته المختلفة، كنتيجة لحالة من العولمة الاقتصادية والمالية والإعلامية، مستشهداً بجائحة كورونا المستجد التي لم تميز بين البشر ولم تعترف بالحدود، وداعياً إلى توظيف هذه الوحدانية العالمية في تحقيق التقدم والتواصل المحكوم بما يحقق مصلحة الإنسان.

وفي معرض حديثه عن ضرورة تكيف الدول مع الأحداث بما يعزز فاعليتها في المنظومة الدولية وصونها لمصالح مواطنيها، أشاد الفيصل بنجاح دول مجلس التعاون الخليجي في الاندماج ضمن العولمة الاقتصادية والمالية والاستفادة منها إيجاباً، ودعا إلى اتخاذ سياسات فاعلة تساعد على التخطيط لمستقبل أفضل في مواجهة التحديات الاستراتيجية للعالم، موضحاً أن التحدي الأكبر اليوم يتمثل في إدارة التحولات الجارية حالياً من أجل إيجاد نظام دولي عادل يوفر بيئة استراتيجية للدول من أجل صون مصالحها الخاصة، في عالم يسوده الأمن والاستقرار.

وفي حين استقرأ الأمير تركي الفيصل ملامح حرب باردة جديدة على إثر التحالفات الدولية الجديدة التي ستنعكس آثارها على كل دول العالم، فقد شدد على ضرورة أن تتحد الجهود من أجل تفادي الوقوع في صراعات دولية قد تهدد ما أنجزته البشرية خلال العقود الماضية من إنجازات في كافة المجالات، بما فيها العولمة، كما أشار إلى أهمية الحفاظ على الدولة الوطنية في العالم العربي بوصفها أمراً حيوياً لسلامة وأمن المجتمعات، محذراً من عواقب الاستقطاب الحاد للقوى السياسية والاجتماعية الجديدة التي أفرزتها التحولات السياسية الراهنة.

الإعلام والأمن الوطني

من جانبه، أكد معالي الدكتور نايف الحجرف، الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، على أن لكل حدث بالماضي نتيجة، ولكل نتيجة أثر، وهذا الأثر هو الذي سيرسم ملامح المستقبل، داعياً إلى تناول الأثر المتوقع من الأحداث التي يتناولها الإعلام وتحديد التطلعات المترتبة عليه، وكذلك إلى إيجاد تواصل فعال ومؤثر وموثوق يلبي ثلاثة متطلبات أساسية هي المصداقية والاستباقية، والمهنية والاحترافية، والتجديد والابتكار.

وتضمنت كلمة الدكتور الحجرف دعوته إلى أن يصبح التواصل الحكومي سباقاً ولا يترك مجالاً للأخبار المغلوطة أو غير الصحيحة في ضوء الفضاء المفتوح أمام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن يوصل رسالته عبر أهداف واضحة وضمن فريق متكامل ومتمكن، مضيفاً أن المستقبل للشباب ومجتمعات اليوم تمر بمرحلة تحول تاريخية غير مسبوقة في عصر الذكاء الاصطناعي والثورة الصناعية الرابعة، والمتلقي في هذه المرحلة تواق لكل جديد.

وأشار معالي الأمين العام للمجلس إلى دور الإعلام الخاص في رفد التواصل الحكومي ومساندته في إيصال رسالته، من منطلق أن الأهداف الوطنية الكبرى هي مسؤولية الجميع، داعياً إلى إيجاد ميثاق يحكم الفضاء المفتوح وما يحتويه من أخبار ومعلومات بما يحول دون إساءة استغلاله من قبل المغرضين في بث الشائعات والتشكيك ونظريات المؤامرة، ومشدداً على أن التواصل الحكومي الفعال يمثل أحد متطلبات الأمن الوطني والاجتماعي للدول والمجتمعات في مواجهة تحديات كبيرة وغير مسبوقة تواجهها المنطقة والعالم حالياً.

بناء الثقة

من جانب آخر، أشاد أحمد أبو الغيط، أمين عام جامعة الدول العربية، بتأثير الاتصال الحكومي في نجاح الحكومات خلال جهودها لإدارة أزمة كورونا المستجد، وأكد أن إشراك الشعوب في معرفة حجم التحديات يعزز من الثقة لديهم بحكوماتهم، ويعيد تشكيل الخطاب السياسي على أساس من الواقعية، موضحاً أن قنوات الاتصال المفتوحة مع الجمهور تلعب دوراً كبيراً في بناء الثقة وأداء الرسائل التوعوية بشكل أكثر كفاءة.

حراك استثنائي

على مدى يومين متواصلين، استفاد قرابة (5700) زائر من (31) فعالية موزعة على (7) جلسات حوارية و(5) خطابات ملهمة و(7) ورش تدريبية و(12) منصة تفاعليّة، وقد ناقشت هذه الدورة من المنتدى، والتي وصفت بالاستثنائية، موضوعات عديدة تتعلق بمستقبل الاتصال الحكومي إقليمياً وعالمياً من حيث الأدوات والخبرات والتخصصات والمنهجيات المتوقعة، بما في ذلك توسيع التخصصات داخل إدارات الاتصال الحكومي لتشمل علماء النفس والاقتصاد السلوكي وتحليل البيانات، وكيفية الاستفادة من هذه الإمكانات وغيرها لتحقيق الفوائد المرجوة من مبدأ التواصل كضرورة إنسانية، واستثماره لتعزيز الاستراتيجيات الحكومية الفاعلة.

تحت عنوان «وجهة جديدة.. فصل جديد» .. والعراق ضيف الشرف

برعاية خادم الحرمين الشريفين.. الرياض تحتضن أكبر معرض كتاب في تاريخ المملكة

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

على مدى عشرة أيام عامرة بالمعرفة، زاخرة بعبير الأفكار وتعبيرها، تحتضن العاصمة السعودية فعاليات معرض الرياض الدولي للكتاب 2021م، تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز، وبمشاركة أكثر من (1000) دار نشر تنتمي لـ(30) دولة، تقدم لعشاق القراءة مليون عنوان، فيما تحلّ دولة العراق كضيف شرف على المعرض الذي يقام تحت عنوان «وجهة جديدة.. فصل جديد»، ويعد معرض الكتاب الأكبر في تاريخ المملكة.

وقد دشن الأمير بدر بن عبد الله بن فرحان وزير الثقافة السعودي، الخميس 30 سبتمبر، فعاليات المعرض في موقعه الجديد «واجهة الرياض»، بحضور وزير الثقافة والسياحة والآثار العراقي، الدكتور حسن ناظم، بالإضافة إلى مثقفين ومفكرين ومسؤولين في قطاع صناعة النشر من المملكة ودول الخليج وأنحاء العالم، وذلك خلال أول دورة تنظمها وتشرف عليها هيئة الأدب والنشر والترجمة، التابعة لوزارة الثقافة في المملكة العربية السعودية.

وجهات وفصول.. لإبداعات شتى

المعرض الذي يقام على مساحة تتجاوز (36) ألف متر مربع، يتضمن برنامجاً ثقافياً يشمل عدداً من الندوات والجلسات الحوارية وورش العمل والأمسيات النوعية بمشاركة نخبةً من المفكرين والمؤلفين والمشاهير المؤثرين، إلى جانب أمسياتٍ شعرية وفنية، وأنشطة تستهدف شرائح المجتمع كافة مثل: عروض الطهي، وفعاليات الأطفال وغيرها من الفعاليات التي تنتمي إلى (16) قطاعاً مختلفاً.

في حين لا تقتصر الفعاليات الإثرائية المصاحبة على موقع المعرض، بل امتدت لعروض ومسرحياتٍ عالمية تقدم في ثلاثة مسارح خارجية، منها مسرحان بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، ومسرح بمركز الملك فهد الثقافي.

مؤتمر دولي لمستقبل النشر

يقام على هامش المعرض مؤتمر الناشرين الدولي، يومي 4 و5 أكتوبر، الذي يناقش سبل إعادة صياغة مستقبل صناعة النشر عربياً وعالمياً، من خلال ورش عمل يقدمها عدد من كبار الناشرين واتحادات النشر في العالم، كما يبحث المؤتمر تطوير القطاع؛ وتعزيز العلاقات بين الناشرين، ويتضمن جلساتٍ حواريةٍ تتناول عملية نقل الحقوق والترجمة والآفاق الواعدة في مجال النشر والتأليف.

بلاد الرافدين.. في قلب نجد

يشكل حضور دولة العراق - كضيف شرف - بتاريخها الثقافي الحافل ومثقفيها ومبدعيها محل احتفاء كبير في معرض الرياض الدولي للكتاب 2021م، حيث خصصت وزارة الثقافة السعودية جناحاً رئيسياً ليكون منصة نشطة من اللقاءات الودية بين نخبة مفكري وأدباء بلاد الرافدين مع نظرائهم من زوار المعرض المنتمين إلى المملكة ودول الخليج وعدة دول عربية وعالمية، فيما يتضمن الجناح معرض صور تاريخي يستعرض العلاقات السعودية العراقية الممتدة عبر عقود من الزمن.

ومن خلال (13) دار نشر، و(8) جلسات ثقافية، يقدم العراقيون لوحة متكاملة من الإبداع الخلاق والفكر النير، لتلتقي رؤاهم النقدية مع رؤى نظرائهم في السعودية، فيما يتألق جمال الشعر العراقي المقترن بعبقريات السياب والجواهري، ويتعرّف الجمهور السعودي والخليجي على أسرار تجارب عراقية عريقة في الثقافة، من أبرزها شارع المتنبي الشهير في بغداد، الذي يعد معرضاً يومياً للكتاب، طيلة العام.

وقد وصف وزير الثقافة والسياحة والآثار العراقي المعرض بأنه احتفالية ثقافية عربية، فيما أكد مدير الجناح العراقي الدكتور عارف الساعدي، أن العراق لم يحضر بكتبه فحسب، بل حضر بكبار مثقفيه وشعرائه ومبدعيه، مؤكداً على قوة التقارب الثقافي العراقي السعودي والأخوة بين البلدين الشقيقين، ومشيداً بمكانة المملكة العربية السعودية وتأثيرها الثقافي المتواصل في المحيط العربي.

نجومية البرنامج تنافس الكتب

البرنامج الثقافي المصاحب لمعرض الرياض الدولي للكتاب ثريٌّ في طرحه، وشاملٌ في موضوعاته، حيث يستوعب مختلف مجالات المعرفة وجاذبٌ لجميع المهتمين بها، إلى الدرجة التي تجعله بما يحتويه من أسماء مؤثرة ومحاور حيوية لا يقل نجومية عن الطابع الأهم للمعرض، والفعالية الأساسية والمفضلة للزوار وهي اقتناء الكتب عبر التجول الدؤوب بين دور النشر.

وتناقش الندوات موضوع السينما وعلاقتها بالأدب والقضايا المتعلقة بهما مثل كتابة السيناريو وإشكالية معالجة النصوص الأدبية للكتابة السينمائية، لاسيما وأن الرواية ظلت تمثل مصدراً مهماً للعديد من الأفلام المعروفة عالمياً، كما تستضيف منصات المعرض متحدثين عالميين يشاركون للمرة الأولى في معرض الرياض الدولي للكتاب، من أبرزهم «جوردن بلفورت» و«كريس جاردنر» الذين يتناولون جانباً من تجاربهم الشخصية وسيرهم الذاتية التي شكلت فيما بعد عناصر لكتب حققت ملايين المبيعات، فيما تحوّل بعض هذه القصص لأفلام سينمائية شهيرة.

نوتة الموسيقى.. قراءة أخرى

تشكل الأمسيات الموسيقية والغنائية طابعاً خاصاً يحظي بتفاعل جماهيري كبير، ولذا يحتضن مسرح جامعة الأميرة نورة عدداً من العروض والحفلات التي يشارك فيها عدد من نجوم المملكة والمنطقة والعالم، ومن أبرزهم عازف البيانو والموسيقار الشهير عمر خيرت، وعازف العود العراقي نصير شمة والمطرب العراقي المخضرم سعدون جابر، كما تتضمن العروض أداء لفرقة دار الأوبرا المصرية تقدم معها الفنانة مي فاروق، والفنان محمد متولي عدداً من أشهر الأغاني المصرية، والختام مع الموسيقار الألماني العالمي «هانز زيمر» الذي يقدم مجموعة من سيمفونياته ذائعة الصيت حول العالم.

مدونات الورش.. أوراق عمل

رغم أن ورش العمل تميل بطبيعتها إلى الطابع التدريبي والتطبيقي إلا أنها تتسم في معرض الرياض الدولي للكتاب بشخصية تقترب من مفهوم أوراق العمل التي يطرحها مثقفون ويناقشونها مع زوار المعرض.

المدربة هناء حسنين تطرح فكرة تنمية عادة القراءة لدى الأطفال واضعة على عاتق الوالدين مسؤولية إخراج الأبناء من نمط التفكير المقولب بالمنهج المدرسي من أجل امتلاك قدرات إدراكية خلاقة، في حين يحلل الكاتب والمدرب ثامر شاكر غياب الإصدارات العربية المتخصصة في المجال الإداري، وتقدّم المؤلفة الكويتية إيمان العنزي مجموعة من النصائح للمؤلفين الجدد من ناحية ضرورة النظر لأعمالهم بعين الناقد، وإجادة الحوار مع قرائهم وناشريهم.

خير الكلام.. ما أوجز ولم يخل

معرض الرياض الدولي للكتاب فرصة لمعرفة أحدث أنماط النشر والقراءة، حيث لا تقتصر الأجنحة المشاركة على النموذج التقليدي المرتبط بالرفوف المليئة بالكتب، بل يمر الزوار كذلك على جناح «وجيز» الذي لا يضم أي كتاب، لأنه ببساطة يقدم تطبيقاً لتلخيص الكتب عبر الهواتف الذكية، حيث يتيح قراءة أربعة كتب في الساعة الواحدة، وقد نجح التطبيق في اجتذاب أكثر من مليون مشترك حتى الآن، في الوقت الذي يؤكد فيه القائمون على التطبيق أنهم يختصرون الكتب بطريقة تواكب العصر ولا تخل بمضمون الكتاب، و يؤكدون «لاغنى عن الكتاب الورقي»!

وسائل التواصل .. بطاقات التعارف

من أبرز ما تم رصده، الطريقة التي تسهم بها وسائل التواصل في ظهور نمط جديد من التفاعل بين القراء مع المؤلفين المشاركين في معرض الرياض الدولي للكتاب، حيث لا يحتاج كثير من المتحدثين في الورش والندوات إلى التعريف بأنفسهم، بل تكفل حضورهم في المنصات الاجتماعية بهذه المهمة، وعددٌ ليس بالقليل من زوار المعرض هم من متابعيهم في هذه المنصات.

هذه الحالة الثقافية من الاطلاع المسبق على أفكار الكاتب أو المؤلف، لها دورها كذلك في إثراء الحوارات والنقاشات التي تجمعهم بالجمهور، سواء عبر ورش العمل أو من خلال التواصل المباشر في أروقة المعرض، حيث إن الفرصة مواتية للكثيرين لمناقشة عدد من الرؤى الثقافية والموضوعات الفكرية مباشرة مع المؤلفين وإبداء الرأي النقدي بشأنها، في جو من التقدير المتبادل.

خلال جائحة كورونا..

هل أسعف الإعلام المنظومة التعليمية؟

|| د. وجدان فهد

باحثة في الإعلام - مملكة البحرين

شرع أبناؤنا الطلاب في معظم الدول العربية ببدء العام الدراسي الجديد، ما بين الحضور الفعلي في المؤسسات التعليمية أو مواصلة التعلم عن بُعد، فقد انقضت قرابة السنتين على مرور جائحة فيروس كورنا (كوفيد - 19) التي حاصرت العالم وشلت كل مفاصل الحياة، وأرغمت الدول والحكومات والمجتمعات على اختلاف إمكاناتها ومستوياتها بالبحث عن بدائل لضمان ديمومة الحياة واستمراريتها، على الرغم من التحديات والصعوبات التي فرضتها ظروف وتداعيات الجائحة.

وقد كانت المنظومة التعليمية واحدة من أهم المجالات الحيوية التي اختبرت تلك التحديات وحاولت أن تتعامل معها بشتى الطرق والإمكانات لأجل عدم توقفها أو انقطاعها عن الطلاب في مختلف المراحل الدراسية، من رياض الأطفال وحتى الجامعات، وما يهمنا حاليًا أن نتوقف على دور الإعلام وما إذا كان قد استطاع فعلاً أن يسعف المنظومة التعليمية ويسهم في تدفق إنتاجيتها، فمن المعروف بأن الإعلام ذو أهمية كبيرة على المستوى العالمي لما له من دور كبير بالغ الأثر على المستويات الثقافية والتعليمية والتوعوية، ولما لوسائله من تفرعات عدة تعددت وتنوعت وأصبحت اليوم متداخلة، كما نرى حاليًا الصحيفة الورقية نفسها بشكل إلكتروني، ومثلها نرى وسائل التواصل الاجتماعي تنقل الأخبار كما هي الأخبار التلفزيونية والإذاعية والصحفية، فأصبح هناك تداخلاً بأبعاد غير محددة المدى.

حقيقةً لقد شهدنا مع بداية أزمة كورونا وحتى الآن التسارع الإيجابي في استخدام التكنولوجيا عن طريق وسائل الإعلام في التعلم عن بُعد لكافة المستويات التعليمية، فانطلقت الدروس التعليمية عبر محطات التلفزيون الوطنية بمختلف الدول، ونقلها بأوقات منظمة لمن ليس لديه أجهزة إلكترونية، بجانب نقلها عبر تطبيقات الأجهزة الذكية

وأصبحت مسـخّره لمسـتخدميها والمسـتفيدين منهـا في أي وقـت وفـي أي مـكان، وكان لها جانـب توعـوي وتثقيفي عبر وسـائل التواصـل الاجتماعـي والتي تُعـدُّ جزءًا مـن المنظومة الإعلاميـة الحديثة للتأكيد علـى وجود المحتويـات المنهجية عبـر الوسـائل الإعلامية.

ومسـألة نقل الحصص الدراسـية على التلفزيون ليست بجديدة أساسًـا، فمنـذ الثمانينيات والتسـعينيات شـهدنا فـي عالمنا العربي محطـات فضائيـة تعليمية كانت تنقل دروسًـا لحصص الرياضيـات والعلـوم واللغـة العربيـة والإنجليزيـة، أي المـواد الأساسـية، ومنها كذلـك الفيزياء والكيمياء والأحيـاء وغيرها من المـواد التي كانت تعـد كـدروس تقوية يقوم بشـرحها بعض الأسـاتذة فـي قنـوات تعليمية مخصصـة في كثير مـن الدول، منهـا جمهوريـة مصـر العربيـة والجزائـر والمغـرب والمملكة العربيـة السـعودية وغيرها، وهـذا كان على سـبيل المثال.

كما شـهدنا - أيضًـا - التعليـم الجامعي عن بُعـد، حيث قامت بعض الجامعـات في الدول الأوروبية وغيرها مـن الدول العربية بتوفيـر التعليـم الجامعي عن بُعـد أيضًا، وكانت هنـاك البرامج التثقيفيـة المتنوعـة المرتبطـة بالتعليم عبر وسـائل التواصل الاجتماعـي والإعلامـي كل ذلك كان أمـراً اختياريًـا، لكنه أصبح اليـوم أمـرًا إجباريًـا للراغبين فـي التعليم ومواصلة مسـيرتهم التعليميـة في ظل هـذه الجائحة.

ويـكاد يتفـق غالبية الخبـراء التربويـين والتعليميـين بأن من أهـم إيجابيات اسـتخدام وسـائل الإعـلام في التعلـم عن بُعد مـا يلي:

-سرعة وصول المعلومات في أوقاتها المحددة.

-سـهولة وصول التعليـم لمختلف الأفراد فـي أي مكان وفي أي وقت، حيث سُـجلت الدروس الخاصة بالمناهج الدراسـية للرجوع لهـا في أي وقت بما يتناسـب مع ظـروف المعنيين بها.

-إمكانيـة التفاعـل الإلكتروني ومواكبة العصـر الرقمي لمختلف الفئات.

-التعليم في وسـط أسـري بعيدًا عـن ثقافات أخـرى، والابتعاد عن مسـاوئ الحياة.

-الحصول على مزيد من الوقت لاستغلاله.

-التخلـص من مشـكلات الازدحام والنقل للوصـول إلى المدارس والجامعـات والأعمال في الفتـرات الصباحية.

-إعطـاء فرصة للمعلمين فـي إيجاد وسـائل إبداعية وتقديمها إلى طلابهـم عبر المنصات الإعلاميـة والإلكترونية.

أما عـن سـلبيات التجربـة، فقـد تكـون محـدودة وتتركز في النقـاط التالية:

-عـدم جديـة بعـض الطـلاب فـي متابعـة محتـوى الدروس والمـواد الدراسـية التي تُشـرح وتراخي البعض عن المشـاركة.

-عـدم وجود التفاعـل الإيجابي في طلب إعـادة ما لا يفهم لأن الوقت محـدد إلكترونيًا فـي التعلم عن بُعد.

-انقطـاع الشـبكة الإلكترونيـة لبعض الأجهزة أو عـدم وصولها أو انقطـاع الكهربـاء أو فقـد الاتصال أو عدم الوضـوح للصوت أو الصـورة، مما يشـوش على العمليـة التعليمية.

-عـدم توافـر الأجـواء الدراسـية للبعض داخـل المنـازل والتي تشـغل البعـض أمـورًا أخرى مشـاغبة ومشوشـة علـى انتباه الطـلاب لدروسـهم التعليمية.

-فرضـت عملية التعلم عـن بُعد عالم افتراضي مفتوح يكشـف عن أسـرار البيوت والشـخصيات وتعاملها مع العملية التعليمية.

-القضـاء علـى المواد الدراسـية المهارية مثل التربيـة الرياضية والموسـيقى وغيرها مـن المهارات، مما ينقـل الطالب لأن يكون نظريًا فقط دون أن يسـتخدم المهـارات الحركية.

وبالنظر إلى كفتي الإيجابيات والسـلبيات، فقد جاءت الدراسـات التربوية والإعلاميـة التي اهتمت برصد أداء الاعلام وإسـهاماته فـي العملية التعليمية خـلال الجائحة موصية بعـدة توصيات، أبرزها:

-اسـتمرارية إنتاج برامج تسـتقطب الطلاب مع تشـجيع وزارات التربيـة والتعليـم للمعلميـن على ممارسـة التفكيـر الإبداعي فـي التعليم الإلكترونـي وطرح المسـابقات الخاصـة في ذلك.

-إيجـاد شـبكة اتصالات خاصة بالتعليم بالتنسـيق مع شـركات الاتصـال ووزارة التربيـة والتعليم والأهالي.

-توفيـر بطاقة طالب لشـراء أجهزة إلكترونية بأسـعار مناسـبة للجميع كمـا هي حقيبة المدرسـة.

-ربـط المكتبات العامـة مع المؤسسـات التعليميـة، من خلال أرقام سـرية للطـلاب المنتمين لمؤسسـات تعليميـة يمكنهم الدخـول للكتـب المطلوبة والمراجـع التي يحتاجـون إليها بعد تراجع سـوق الكتـب الورقية.

ويبقـى السـؤال الأهـم فـي ظـل بـوادر انحسـار الجائحة مع وجـود اللقاحات والعلاجـات المتطورة، هل سـتراهن الحكومات ممثلـة فـي وزارات التربيـة والتعليم علـى اسـتمرارية التعلم عن بُعد والتوسـع في اسـتخدام وسـائل الإعلام فـي العملية التعليمية ؟!.

بـلا شـك أن الإجابة عن هـذا السـؤال تسـتدعي المواءمة بين منافـع التعليـم النظامي بالمؤسسـات التعليميـة والتعلم عن بُعد فـي بيئات العمل والمنـازل، دون إغفال مقومـات العملية نفسـها، بما فـي ذلـك الإعلام الـذي سـيواجه تحـدي تدفق الإنتاج الإبداعي للمـواد التعليمية، وكذلك ممارسـة دور الرقيب علـى كل ما يمـر خلاله ويُعـرض على المجتمعـات؛ حرصًا على درء المعلومـات المشـوهة والمغلوطة التي تتسـبب في تصدع العقـول إذا لم يجابهها ترسـانة من التحصينـات الفكرية نابعة مـن البيئة المحليـة وخصوصيتها.

قنوات عين التعليمية

هوية الإعلام إلى أين؟!

مكامن التحديات والفرص..

|| د. محمد بن عبد العزيز الحيزان

أستاذ الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز

ابتكار الهاتف الذكي وقبله شبكة الانترنت، قلبت عالم الاتصال، وبخاصة الاتصال الجماهيري أو ما يعرف اصطلاحاً بـ «الإعلام»، رأساً على عقب؛ فبعد أن كان هذا النشاط الحيوي مستأثراً لسنوات طوال بالسواد الأعظم من دائرة الاتصال ومساحته بشكل عام، جاء الفضاء الرقمي ليُحطّم بقوة حدود ذلك الاحتكار في ثورة دراماتيكية شجعت؛ بل وأجبرت، كل القطاعات والأنشطة دون استثناء على الدخول في محيطه من أوسع ابوابه، وبالتالي لم يعد الإعلام الوسيلة الوسيطة المهيمنة في العلاقة بين صاحب الرسالة ومستقبليها، وإن تفاوتت الأهداف.

ولعل مما يؤكد استئثار الإعلام بمعظم حقل الاتصال، أن كليات وأقسام الاتصال ركزت جل اهتماماتها، ومقررات التدريس فيها على الاتصال الجماهيري دون النوعين الأخريين، ونعني بهما الاتصال الشخصي، والجمعي، وهي حالة توجب إعادة النظر فيها، بعد أن تحطمت الحواجز بين هذه الأنواع الثلاثة في بيئة الفضاء الرقمي الذي غير خارطة ومكونات الحقل بأكمله.

كان حريٌّ بالابتكار الجديد بما يوفره من فرص تطويرية هائلة، أن يدفع أصحاب التخصص - مهنيين كانوا أم أكاديميين - إلى الاستبشار بمقدمه والمبادرة باستثماره، لا أن يتم الاكتفاء - وفقاً لقناعات البعض - بما هو متوفر، أو على الأقل، كان عليهم أن يفطنوا لآثاره على واقع تخصصهم أو صنعتهم، خاصة أن الحاجات له قد اتسعت وأن مجالاته قد تعددت وتنوعت.

هذا التصرف برهن على وجود غياب بيِّن لمرجعية محورية يمكن أن يعتمد عليها علمياً وعملياً في فهم حقيقة القادم الجديد، بما في ذلك تحديد أطره وأساليب التعامل معه، وكذا طبيعة العلاقات بين متغيراته، وهو ما ترك الحبل على الغارب للكثير من الاجتهادات التي تفرضها ضرورة توظيف مزاياه الجاذبة لخدمة الجميع على نحوٍ يختصر المسافات، ويوفر العديد من الخدمات التي شهدت نقلات نوعية، وعجلت بتجسيد أحلامٍ كانت إلى قصص الخيال العلمي أقرب.

هل انتهى تخصص الاعلام؟!

الجواب عن هذا السؤال المتكرر يعد مسألة نسبية، ويخضع لطبيعة الزوايا التي ينظر من خلالها المجاوبون؛ وبالتالي لم يكن مستغرباً أن تتشكل جملة من الآراء التي تتفاوت نظرة أصحابها وإن كثرت بين رأيين متضادين، أحدهما إقصائي حدِّي تعجل بإطلاق رصاصة الرحمة على الإعلام وحكم عليه بالموت، ويستشهد أصحابه بالضرر البين الذي طال أشكال الوسائل التقليدية، وعزز من موقفهم ولا شك مؤشرات ملموسة بينها انهيار وتوقف العديد من الصحف الورقية عن الصدور على مستوى العالم، وكذلك انحسار توزيع المتبقي منها، مع تراجع ملحوظ في أعداد مشاهدي القنوات التلفزيونية ومستمعي محطات الإذاعات، التي بقيت تمارس مهامها وفقاً لما اعتادت عليه منذ نشأتها.

في الجانب الآخر، هناك فئة ترفض هذا الحكم تماماً وتفنده، إذ ترى أن الإرباك الحالي سببه خلل إداري في طريقة التعامل مع متغيرات يجهلها القائمون على الوسائل الحالية، فتسببوا في جعلها تعيش حالة جمود كلفها الكثير، وخسر معها الإعلام العديد من المقومات الأساسية التي كان يمكن التأسيس عليها في تطوير يمكنها من مواصلة المسيرة، خاصة أنها تتكئ على إرث مهني عريق.

كان من أثمن خسائرها تساقط العديد من أفراد كوادرها البشرية من الموهوبين وأصحاب المهارة ومن ذوي الحس الإعلامي والخبرة الطويلة، دون العمل على تهيئتهم للتحول من خلال إعادة تأهيلهم وتمكينهم من التعامل مع أبسط أساليب الساحة الرقمية. ولعل مما يبعث على

الحيرة أن تتمكن صحفاً الكترونية حديثة النشأة، بعضها غير مؤسساتي، من التقدم على صفوف صحف عريقة لديها من المراسلين في أماكن جغرافية متعددة ما يفوق المستحدث، وقد كان بإمكان الصحف القائمة قبل التحول أن تستثمر في منصة رقمية مستقلة قادرة على تحقيق تغطيات أوسع من الصحف الناشئة، بالنظر إلى تفوقها مالياً وبشرياً وفنياً.

وللبحث في تفسير الاختلاف بين الرأيين المتضادين وما بينهما، يتبين أنه يتمحور في مسألة تعريف الإعلام الجديد نفسه، فمن يحكم بنهاية الإعلام أو قرب تلاشيه يستند في حكمه على اعتقاد يقرر أنه نشاط فقد العديد من مقوماته وملامح شخصيته، وأن أدواره تفرقت بين مستخدمي الوسائل الرقمية، وبالتالي فإن بضاعته وتحديداً تغطية الأحداث أو ما يطلق عليه «الأخبار»، التي هي أساس المادة الإعلامية، باتت بضاعة كاسدة يوفرها الجميع؛ فأول من يقوم بتغطية الأحداث التي تمس المؤسسات الاعتبارية أو المجتمعات أو حتى الأفراد - على سبيل المثال - هم أصحاب الحدث نفسه، كونهم -خاصة بعد امتلاكهم للوسيلة- وبالتالي أصبحوا يستأثرون بخاصية السبق في النشر بغض النظر عن مهنهم أو اهتماماتهم، ويؤكد هذا حقيقة قيام بعض صناع القرار من الساسة والبارزين في مجالاتهم بنشر قراراتهم بشكل مباشر؛ فغدا مألوفاً أن يُقدِم القادة والمشاهير ومن في حكمهم على مخاطبة الجمهور من حساباتهم الشخصية، التي وجدوا بها من المزايا ما يفوق الاعتماد على آخرين (وسطاء) لبثها؛ وهي خطوة تضمن عدم اجتهاد غيرهم في التعبير عن مقصدهم، وهم بهذه الآلية يمنعون احتمالية تحريف مضامين موادهم،

وربما باتوا أكثر إقناعاً بموثوقية الخبر في حال التزامه بقيم النشر الإعلامي المعروفة.

هذه التحولات تقرر أن الحدث لم يعد ينتظر وكالات الأنباء أو مراسلي الصحف أو محطات الإذاعة والتلفزيون، من أجل نقل الصورة كما تظهر لهم، أو كما يبديها لهم من كان متواجداً في لحظة حدوثه ليكون شاهد عيان ويصفه بتفاصيله، ومن ثم يقوم مراسل الوسيلة بإرسال مادته لجهته التي تتعامل معها وفق أسس وضوابط مهنية محددة، ربما تحرق عامل الآنية، وبالاعتماد على هذا التبرير يتضح سبب قناعة من يرى أن الإعلام تخصص من الماضي، غير أن مما يلفت الانتباه هنا أن أساس الحكم اعتمد في النظر إلى نماذج محدودة يمكن التعامل معها بقدَرها.

ذلك أن المناوئين لهذا الرأي يؤكدون أنه على الرغم من صحة الدلائل والمؤشرات التي يستشهد بها أصحاب الرأي الأول، إلا أنها ليست كافية للحكم بهذه العمومية على صناعةً بأكملها، لأنهم يعتمدون في وجهة نظرهم على عناصر جانبية لا تمس الأهداف أو الجوهر لأنها تنحصر في أشكال الوسائل، وكما هو معروف عند المخططين، بل وحتى عرفاً في أوساط المجتمعات، أن أحد أبرز فشل المشروعات أو بطلان الآراء بشكل عام، يعود إلى انشغال أصحابها بالوسائل، ونسيان الأهداف أو تجاهلها. ليس هذا فحسب؛ بل إن هؤلاء المعترضين على الرأي السابق يرون أن هناك فرصًا عديدة للتجديد، وأن المقومات الإعلامية في هذا العصر باتت أفضل عما كانت عليه سابقاً.

وبالتالي فهم يرون بأن المتسرعين في الحكم على الإعلام بنهايته، تعوزهم النظرة الشاملة للمجال، بل إنهم يرون بأن هذا الحكم الجائر في نظرهم يعود لأسباب غير مهنية، بعضها شخصي يغلّب الأهواء والرغبات على المصالح العامة؛ والأسوأ أنه ذو أخطار على التنمية المجتمعية، بل ويُضعف قوة الدول في الوصول إلى الرأي العام، إذ أنه يعطل مهام القيام بالوظائف الإعلامية المعروفة.

إن وجود هذين التيارين في الحكم على مستقبل الإعلام، يضعه على مفترق طرق تستحق المراجعة، ويوجب تأمل البنية التحتية لواقع الحال بصفتها محرك رئيس في تقرير مصير التخصص، وللوقوف على هذا الجانب لابد من تحليل الواقع وفقاً لتقسيمين رئيسين، أحدهما: الشق المهني الذي يعكس طبيعة الممارسة الإعلامية وتطوراتها، وثانيهما: الشق المعرفي الذي يُعوَّل عليه في القيام بأدوار مهمة في التخطيط والاسهام في كيفية التحول الحتمي إلى الفضاء الجديد.

واقع الحقل المهني:

لعل من المفارقات أن أصحاب الرأي المقتنع ببقاء النشاط الإعلامي وضرورة حمايته وتطويره، يرون أن في مقدمة المتسببين بتشتيت هوية الإعلام في المرحلة الراهنة هم أقرب العاملين فيه، ويقصدون بهم أولئك الذين يصرون على المحافظة على أشكال وسائل الأمس، وكأنهم لا يريدون تصديق الحقيقة، أو أنهم لم يبحثوا كما يجب

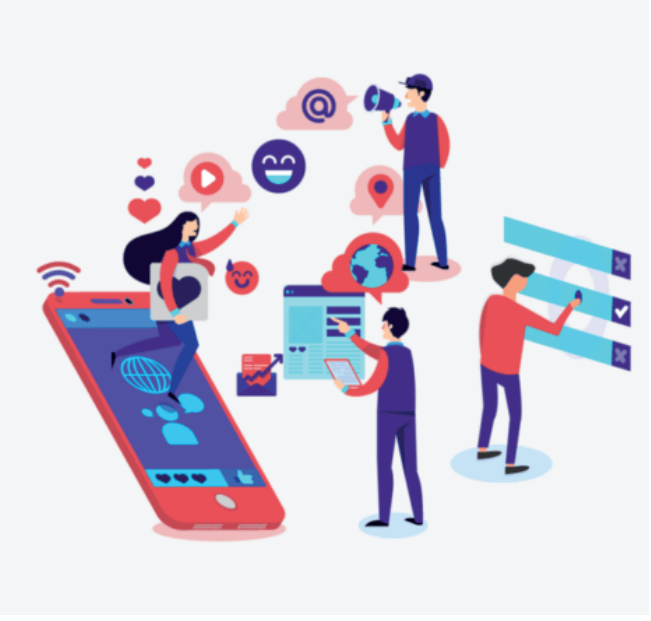
في الخيارات التي كانت ستقود إلى التطوير بصورة تعزز العلامة (السمعة) التي اكتسبتها العديد من المؤسسات الإعلامية العريقة، وتسهم في الوصول لجمهور أعرض وعالم أرحب، والشواهد في هذا موجودة.

ومن هذا المنطلق، فإن تصرف أولئك التقليديين يظهر أنهم إلى حد كبير ذَوُو نظرة آحادية وضيقة في تعريف الإعلام، إذ تقوم على قناعة غير مبررة بشكليات أوشكت ان تختفي، ومن مخاطر هذه النظرة، مهما كانت أسبابها، أنها ترسخ اعتقاداً خاطئاً مفاده أن الإعلام هو ذلك الشكل الذي يجب أن يبقى، وتنسجم هذه النظرة مع ما ذهب إليه أصحاب الرأي الأول الذي قرر أن نهاية هذه الشكليات تعني نهاية مهنة عريقة.

إن التخلص من التفكير بعقلية الورق حري بأن يضع الأمور في نصابها الصحيح، فيقرر من حيث المبدأ أن هناك إعلاماً منتظراً لم يُكتب له النهوض كما يجب حتى الآن، ويستدعي العمل على تصحيح الوضع والتدخل لمعالجته بأساليب علمية وعملية عدة، وبالتالي فإن هذا التصحيح لابد أن يبدأ مع التقليديين الذين تشبثوا بجوانب يفندها واقع الفضاء الرقمي، فنشاط الاتصال بأكمله، لم يعد حكراً على وسائل الإعلام كما كان عليه الأمر قبل حلول الانترنت، وهذا الأمر ليس شرطاً في بقاء الصناعة، فالواقع يُحتم التعامل معه وفقاً لمبدأ المرونة وتحديد الصلاحيات والمهام، وبناءً على نظرة براغماتية وموضوعية في التمييز بين الأنشطة المتخصصة التي باتت تختلف كثيراً عن السابق، وهذا يعني ضرورة القبول بأن بعض ما كان خاصاً بهم سابقاً لم يعد ممكناً بقاؤه ضمن إطار مهامهم وأدوارهم في الزمن الحاضر. وهذا الرأي يجب ألا يُنظر له على أنه تهديد لصناعتهم؛ لأن البدائل والخيارات في الأدوات والأساليب غدت أكثر من ذي قبل.

وهنا نعود إلى القول بأنه ما تكن هناك مرجعية مركزية، ذات هدف واضح همها الأول والأخير مناقشة واقع الإعلام، وسبل إعادة هيكلته وفقاً لما فرضته التغيرات الدراماتيكية في حقل الاتصال، والتعرف بدقة على أثرها الجذري في عمق التخصص، فإن المطاف قد ينتهي بالتخصص إلى ذوبانه في تخصصات أخرى، وهو ما ظهرت آثاره في أكثر من مسار، على نحو قاد بعضها رغم عدم صلته بصلب الاتصال إلى أن يرى أحقيته في عناصر وجوانب تعد أركاناً رئيسية في الإعلام.

يجب ألا يُفهَم من ذلك أن المطلوب إقصاء التخصصات الأخرى ذات الصلة؛ أو قصر الأمر على تخصص بعينه؛ بل إن الواقع يقرر العكس من ذلك في كثير من جوانبه، فالحاجة إلى بناء شراكات وصلات بينية مع تلك التخصصات؛ وبخاصة مع ما له علاقة وطيدة بالتطور التقني الاتصالي، باتت امراً مُلحاً وضرورياً لتحقيق التكامل، ذلك أن أحد أسباب الضعف الذي اخذ يعتري التخصص؛ والعجز الملحوظ في محاولات واسهامات التخصصات الأخرى عن القيام بوظائف الاتصال كما يجب، يكمن في عدم وجود التكامل والتعاون بين التخصصات.



ولعل أقرب الأمثلة على ذلك، العلاقة الهشة بين أربع تخصصات معنية بطريقة وأخرى بالنشاط الاتصالي. ونعني بها الإعلام، المعلومات، الحاسب الآلي، والفنون، فهذه التخصصات قادرة - في حال بناء الشراكات بينها - على إيجاد مزيج فريد يجمع بين طبيعة مجالاتها، وصلتها بالنشاط الاتصالي لتقديمه في ثوب رقمي فعال، وستفضي النتيجة إلى الوصول إلى المزيد من الابتكارات الاتصالية المذهلة، القادرة على الوصول للجماهير المستهدفة على نحو يفوق ما كان عليه الأمر قبل حلول الانترنت، لذا فقد آن الأوان لتوحيد الجهود للتعامل مع الحقل الاتصالي الجديد في شخصيته المختلفة وفق تخطيط محكم، قادر على جمع الأطراف المختلفة، ضمن رسم الخطوط الفاصلة، ويحدد الصلاحيات وفقاً للاختصاصات الدقيقة، على نحو يعيد تمَوضع التخصص ويعزز من قوة كافة أنواع الاتصال.

ولابد من التنويه إلى أن هذا التكامل المنشود لن يُكتَب له النجاح، وقد يكون مصيره الإخفاق، إذا لم يراع الاحترام الذي تفرضه الصناعة، فلابد أن تضمن بيئة التعاون عدم تجاوز أي من التخصصات الخطوط الفاصلة بينها، ذلك أن أكبر مهدد لتحققه سهولة اعتقاد البعض منها انه يملك القدرة التامة على القيام بما لدى التخصص الآخر، وهو ما يحدث في معظم الممارسات الحالية، وينعكس سلباً على الأداء، وسرعان ما يتضح عواره في أخطاء مهنية لا يعرفها سوى أصحاب التخصص المعني.

من أوجه هذا الخلل استئثار قسم او إدارة ما في بعض المؤسسات بتشغيل مشروع يتطلب الشراكة مع الأقسام المتخصصة في القيام بكامل المشروع، كأن تقوم إدارة تقنية المعلومات IT على سبيل المثال ببرمجة موقع المؤسسة الإلكتروني على شبكة الإنترنت، وهو نشاط في صميم عملها، غير أن الإشكالية تقع حين تتجاوز تلك الجهة مهمتها بالعمل على تصميمه، بل والقيام بصناعة المحتوى ربما بحسن نية أو طمعاً في أن تسجل حضور

أكبر، خاصة لدى الإدارة العليا، ولأنها تمتلك المعرفة اللازمة في البرمجة، تنظر خطأً للتحرير الإعلامي على أنه مهنة ميسورة، بل ومشاعة، وأن قدرة موظفيها على التحرير (دون إدراك للقواعد المتبعة في ذلك)، تجعلهم في غنى عن الاستعانة بإدارات أخرى.

هذه الحادثة وقعت بالفعل ذات مرة في إحدى المؤسسات، وكانت نتيجتها أن انتهى الأمر إلى تعالي أصوات بقية الإدارات بالتذمر من غياب القيم الإعلامية في النشر المؤسساتي، وتحديداً الموضوعية، وشيوع التحيز للإدارة المُشغِّلة، الذي يؤكده على سبيل المثال ظهور صور مسؤول تلك الإدارة المتكرر في الموقع.

واقع الحقل المعرفي:

في الجانب المعرفي، أصبحت كليات وأقسام الإعلام والمعاهد المتخصصة في موقفٍ لا تحسد عليه، نتيجة لبطئها الشديد في مواكبة التحول ومواكبة مرحلة حاسمة في تاريخ صناعة الإعلام، فبات ذلك مؤشراً على عجزها إلى حد كبير عن القيام بدورها كما يجب، بل إن من المهنيين من ألقى اللائمة عليها، واتهمها بخذلان المهنة، ليس فقط لعدم استشرافها لما وصل إليه الوضع؛ ولكن لأنها لم تقدم حلولاً مناسبة لأربابها في كيفية مواكبة التغيرات الجذرية ولم تحذر بما فيه الكفاية من مغبة تجاهله، خاصة أن الميدان كان يعج بتغيرات لافتة، وكان حري بالباحثين والدارسين أن يبذلوا فيها قصارى جهودهم للخروج بنتائج تضيء الطريق للتحول بسلاسة إلى ساحة الإعلام الجديد، وحريٌّ بهذا التقصير، أن يقرع ناقوس الخطر في أن المؤسسات التعليمية المتخصصة قد تعيش هي الأخرى مرحلة حرجة ربما تنتهي بها إلى نهاية لا تحمد عقباها، ما لم تتخذ خطوات جذرية في هذا الأمر.

هذه القول ليست استنتاجاً فردياً، بقدر ما يستند إلى نتيجة علمية لإحدى الدراسات المتخصصة التي وردت في كتاب صدر حديثاً، عنوانه: مستقبل تدريس الإعلام في العصر الرقمي. الدراسة استطلعت آراء 240 عضواً من أعضاء هيئة التدريس في عدد من كليات وأقسام الإعلام في ست جامعات خليجية شملت: المملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، والبحرين، والكويت. وتبين بناءً على شهادات أساتذة الإعلام أنفسهم أن هناك جملة من التحديات التي ما لم يتم التدخل السريع لمعالجتها بصورة جذرية، فإن مخرجاتها ستبقى قاصرة بشدة عن مواكبة العصر الجديد.

كان من أهم تلك التحديات الجوهرية؛ بل في مقدمتها، معاناتهم من غياب البرامج التدريبية اللازمة لهم لفهم ومواكبة وسائل الاعلام الجديد، خاصة وأن معظمهم كان قد حصل على مؤهله العلمي قبل حلول أدوات الإعلام الرقمي أو انتشارها. يلي ذلك المعوق إشكالية تواجدهم في بيئة بيروقراطية تتعارض في بطئها في الحركة واتخاذ القرار، مع بيئة التغيرات التي يشهدها تخصصهم، إذ أشاروا صراحة إلى أن «ضوابط ولوائح إعداد وتطوير الخطط الدراسية تشكل قيوداً على التغييرات الضرورية لتطوير تدريس الإعلام».

ليس هذا فحسب، وإنما جاء ثالثاً من بين التحديات: شح المصادر المعرفية الذي يقلل من قدرتهم على التماهي مع التطور ذاته، ونوّهوا إلى أن هناك ندرة كبيرة في الكتب الدراسية والمراجع المتخصصة القادرة على تمكين الأساتذة من تدريس الإعلام الجديد. وعزز من صعوبة الموقف، حسب الدراسة، وجود حاجز عدم الإلمام باللغة الإنجليزية بوصفها مفتاحاً مهماً للتعرف على ما هو جديد في تدريس الإعلام الرقمي كما يجب.

وكان من المفاجآت التي تضمنتها شكوى أعضاء هيئة التدريس في الدراسة المذكورة: عدم جاهزية البيئة التعليمية؛ إذ إن قاعات المحاضرات غير مهيأة لاستخدام وسائل الإعلام الجديد؛ بل أن الأكثر تحدياً من هذا اعتراف غالبية الأساتذة أن معرفة الجيل الجديد بأدوات الإعلام الجديد يفوق قدراتهم، وهو ما يوقعهم في حرج من أمرهم، ويستدعي المعالجة الفورية.

عدد غير قليل من المبحوثين نوه كذلك إلى عدم مبالاة الجهات المعنية في الجامعات أنفسها بالتطوير في هذا المجال؛ فلا يوجد تشجيع إداري كافي لاستخدام وسائل الإعلام الجديد في التدريس، كما أن هناك إشكالية لا تقل أهمية عن ذلك، وهي عدم وجود آليات مناسبة تضمن مواكبة النمو المتلاحق في حقل الإعلام الجديد.

هذه التحديات التي أقر بها السواد الأعظم من أساتذة الإعلام تكشف عن دلالة مهمة، هي أن التطوير في معظمه يقتصر في واقع الأمر على جهود فردية من قبل الأساتذة، ومؤشر على غياب شبه تام لسياسة تطويرية ملحة في حقل لا يقبل الانتظار.

خارطة طريق مقترحة:

يتبين مما تقدم أنه قد آن الأوان لإعادة النظر في واقع الإعلام في ضوء الأدوار التي يقوم بها، والتي اختلفت في بعض أشكالها عن سابقتها من حيث الوسائل والقائمين بالاتصال، لقد آن الأوان لتأمل المشهد بموضوعية، بحيث يتم تركيز التخصص أكثر من ذي قبل وإن اقتضى الأمر التنازل عن الأدوار التي كانت حصرية في الوسائل التقليدية، والدخول مباشرة في محيط الفضاء الرقمي، لتلمس العناصر الجوهرية الجديدة التي تستوجب الفهم والمعرفة الدقيقة بها، وكيفية ممارستها بصورة مهنية عالية لا يتقنها الجميع، كما لا يمكن للاجتهاد العشوائي أن يلبي متطلباتها.

من تلك العناصر - على سبيل المثال لا الحصر -واقع استخدام العامة لشبكات التواصل، فالمتأمل له يلحظ التفاوت الكبير بين المستخدمين في العديد من متغيراته، بدءً من حجم المتابعة، ومروراً بأساليب صناعة محتوياتها التي تعد لوحدها مادة خصبة يمكن لتخصص الإعلام الجديد أن يفرد مساراً خاصاً بها سواء في الحقل المهني أو التعليمي، وانتهاءً بالأثر الذي تحدثه هذه الشبكات، وطرق توظيفها لإيصال الرسائل الاتصالية بمختلف أنواعها. فهذا المسار الذي سلكه السواد الأعظم من أفراد المجتمع،

لا يـزال يفتقـد لوجـود الجهـات المرجعيـة مهنيـاً وتعليمياً القـادرة على تقديـم الطريقة المثلـي لاسـتخدامها، أو على أن تضـع الأسـس التي الممارسـون فـي ميدانه.

إن غيـاب تدريـس الأسـس والقواعـد الاتصاليـة والآليـات الصحيحـة لصناعـة المحتـوى، وغيرها ممـا له صلـة بالفضاء الجديـد هو ما يفسـر ضعف بعـض الممارسـين وعجزهم عن اسـتقطاب الجمهـور والمتابعين، ويمكن من خـلال المرجعية الغائبـة أن تطـور هـذا الجانـب؛ بـل وأهـم من ذلـك كيفية اسـتثمار هـذه الأدوات لصالـح كافـة القطاعات.

وعوضاً أن يسـتغرق المتخصصـون في الاتصال فـي المجالات التقليديـة، فقـد آن الأوان إلـى أن يقتحمـوا بقـوة -حتـى تبقـى هويـة تخصصهـم - كل مـا لـه صلـة بالاتصـال فـي الفضـاء الرقمـي، خاصـة أنهـم يملكـون خبـرة عريقـة في الأسـس وأسـاليب صناعة المحتـوى، ومهارات النشـر. وهم إن لـم يقومـوا بذلـك، على نحو مـا يحدث فـي هـذه المرحلة، فـإن غيرهـم مـن التخصصات؛ بـل وحتـى الهواة سـيعملون حتمـاً علـى مـلء الفـراغ بطرقهـم المتعـددة. وهنـا تظهر حجم المسـؤولية الملقاة علـى عاتق الاتصاليين بشـكل عام، ليـس مـن أجـل الحفاظ علـى حقهم الأصيـل، وإنمـا لخدمة العامـة كمـا يجـب في مسـارات باتـوا هـم فيه أحـوج إلى تمكينهـم مـن التعامـل مـع نشـاط اتسـعت دائرتـه، وغدا مقوماً لا يُسـتغنى عنـه في شـتى مناحي الحيـاة العصرية.

لعل مـن أكبر التحديـات التـي يواجهها الإعلاميـون مع مثل هـذا المقتـرح، التزاحم غيـر الصحي الذي يحدثـه من قبل من يدعـي إلمامـه ومعرفتـه بالإعـلام، خاصة ممن بات يمارسـه بأسـلوب غير مستسـاغ البتـة، ويصبح الكسـر مضاعفـاً حين يزايـد البعـض رغم عـدم معرفته على أهل الشـأن.

إن مثـل هـذا الطـرح ينبغـي ألا يُفهم أنـه يدعو إلـى إقصاء أحـد عـن القيام بنشـاط الإعـلام ممـن يمتلك القـدرة على القيـام ببعـض وظائفـه أو أحدهـا، بل علـى العكـس تماماً، فهو مبنـي على الإيمان بأن الركيزة الأساسـية لممارسـة هذا النشـاط والنجـاح فيـه يعتمد مـن حيـث المبدأ علـى توفر المهـارة لـدى المنتميـن إليـه، ومن ثـم تعزيزهـا وتوجيهها وفقـاً للأسـس المعرفيـة التـي يفتـرض تهيئتهـا مـن قبل الكليـات والأقسـام والمعاهـد المتخصصة المعتمـدة من قبل المؤسسـات المعنيـة التـي تحوكـم علـى الـدوام مناهجها وكوادرهـا تبعـاً لقواعـد دقيقة.

إن الواقـع الحالي للنشـاط الاتصالي في كافة مجـالات الحياة، يقـرر بـأن تخصص الاتصـال والإعـلام أصبح على المسـتويين المعرفـي والمهنـي يمتلـك منجمـاً ملـيء باللآلـئ القيمة، التي سـتمكنه إن أحسـن اسـتثمارها من الانطلاق نحو رحاب أوسـع وفضـاءات هائلـة. وأن الاسـتمرار فـي التنقيـب فـي المنجـم القديم، والتـردد في اقتحـام المنجم الأكثـر ثراءً هو مـا يهدد هويـة التخصـص وكينونته.

ونختـم بالقـول، بأنه سـيكون مؤلماً جـداً أن تسـتفيد كافة التخصصـات، والمجتمع مؤسسـات وأفراداً مـن الفضاء الرقمي، ويتعـرض أقرب التخصصـات ونعني به الإعلام، لانتكاسـة غير مبـررة، في حـال إخفاقه رغم أنـه كان الأولى بتعزيـز مكانته.

تطويرًا لأدواتهم وسعيًا لضمان مقاعدهم في الرحلة

الهواة المحترفون في مهنة البحث عن متاعب التحديات الرقمية

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - هيثم السيد

عبر عقود من الزمن، رسمت مهنة الإعلام لنفسها مساراً خاصاً يختلف عن غيرها، ليس فقط من حيث كونها لا ترتبط مباشرة بوجود التأهيل العلمي المتخصص، بل لأن أغلب النماذج الناجحة فيها كانت من غير المتخصصين فيها علمياً أو أكاديمياً، وإن كانت الصحافة مثلا تسمى بمهنة البحث عن المتاعب فهي جديرة كذلك بأن تسمى بمهنة الهواة المحترفين!

رافق هذا الاعتقاد قناعة راسخة لدى الكثيرين بأن طبيعة مهنة الإعلام تختلف عن غيرها من المهن، فهي تقوم بالدرجة الأولى على شغف اكتشاف المعلومة والإبداع في إعادة تقديمها للمتلقي، ولهذا شاعت عبارة مثل «الحس الصحفي» للدلالة على مقدرات إنتاج ونقد المادة الإعلامية، وهذا «الحس» قد يكون موجوداً فيصقل بالتجربة، لكن لا يمكن تدريسه لأحد.

لا يمكن أن نتجاوز هذه الجزئية دون أن نتطرق إلى كونها فتحت مجالاً من العشوائية التي تسببت في دخول الكثيرين إلى تصنيف أصحاب المهنة دون امتلاك صفات يمكن الاستدلال عليها بالعين المهنية المجردة، لاسيما بعد أن جاءت المنصات الجديدة لتبشر بمرحلة «المتلقي الصحفي» وتتحدث عن «الحساب المنبر»، هذا الواقع أنتج خلال السنوات الماضية جدلية أثارت حفيظة الصحفيين من

أبنـاء المجال الذيـن تعلموه وتعلمـوا منه وعملوا فيـه، والذين طالبـوا بوضـع معايير محـددة يتم مـن خلالها وصف شـخص بأنـه «إعلامـي» أو عدم وصفـه بذلك.

التغريبة الإعلامية في زمن «السناب»

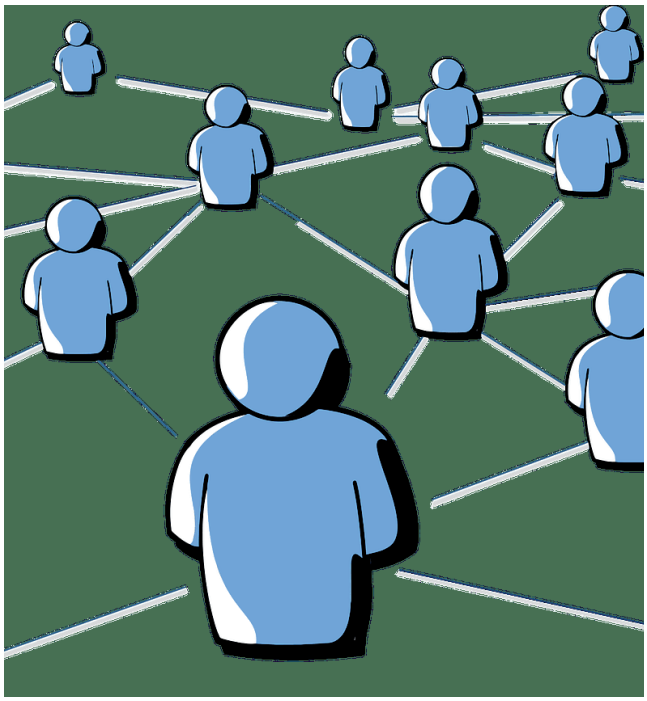
ظـل الإعلامي الهـاوي ينجح مع تطور مراحل الإعـلام التقليدي، لكنـه بـدأ يواجه تحديـات من نوع آخـر عندما ظهـرت الأنماط الحديثـة مـن الإعـلام التفاعلـي، فالموهبـة قـد تختلف من شـخص لآخر، ولكنها لن تسـعف الجميع دائماً، وبخاصة حينما تتغير قائمـة المتطلبات الأساسـية للإعلامـي، فتصبح مهارات تحليـل الخبر أهم من مهارات كتابتـه، ولا يغني الإلمام المعقول بالتقنيـة عن الضـرورة القصـوى لإتقان اسـتخدامها، ولا يتوقف الأمر هنـا، فحتى الإعلامـي الموهوب يحظى بفـرص عمل أقل اليـوم مقارنـة مع إعلامـي لا يملـك الموهبة ولكـن لديه عدد أكبـر مـن المتابعين، هذا كله فضـلاً عن أن المتغيـرات الجذرية التـي طالت المؤسسـات الإعلامية وأنماط عملهـا، طالت كذلك الإعلامـي لتحتـم عليه التحول إلـى صانع محتـوى، ليس فقط لكـي يبدع، بل لكي يسـتمر.

هـذه الحالة الجديدة سـتحتم علـى الإعلامي كذلـك أن يكون مستعداً لمنافسة أشـخاص آخرين قادمين من خلفيات مختلفة وجميعهم يطلـق عليهم «صنـاع محتوى»، كما سـيكون عليه أن ينمـي حاسـة التعلم المسـتمر ليفهم كيف يضـع مجهوده فـي المـكان الصحيح ويحـدد هدفه بشـكل واضـح، فالجمهور اليـوم يختلـف عـن رواد المنتديـات الإلكترونيـة قبـل عشـرة أعـوام، وعن قـراء الصحـف الورقية قبل عشـرين عامـاً، كما أن نجوميـة اليـوم يمكـن أن تتحقـق فـي مصادفة تحـدث دون تخطيط، وليسـت شـيئاً يتم بناؤه على مدى أرشـيف كامل من المواد الصحفيـة المكتبيـة والميدانية، أو التقاريـر التلفزيونية والإذاعيـة، رغـم أن هـذا لـم يمنـع بـروز نمـاذج لصحفييـن وإعلامييـن عرفتهم المهنة عبر مسـيرة طويلة، وعـادوا ليبرزوا كصحفييـن أيضـاً ولكن عبـر حسـابات التواصـل، أو بالتغطيات المباشـرة مـن خلال منصات تفاعل يومية مثل «سـناب شـات» أو أكثر رصانـة كـ«اليوتيوب».

التعلم الإعلامي .. مدى الحياة

الهـواة بحكم الموهبـة، المحترفون بحكم الخبـرة، أصبح عليهم مواكبـة التطـور الـذي يحدث فـي الإعـلام، والذي لـن يعتمد التميـز فيه على الاكتسـاب فقـط، خصوصاً حيـن نتحدث عن إعـلام رقمـي له قواعـده التي تبـدأ بكيفية توظيـف البيانات والصـورة والتصميم ولا تنتهي بفهم طبيعـة المتلقي والتناغم مـع اتجاهات الـرأي المتغيـرة باسـتمرار، وإذا اسـتبعدنا عناصر الاجتهـاد والقـدرات الشـخصية والمهـارات المهنيـة الخاصة، فسـيجد الإعلامي هنا نفسـه أمام السـؤال الأهـم «هل أنتجت التحـولات الإعلاميـة المتسـارعة مـواد معرفيـة وتعليميـة متواكبـة معها؟!»

الإعـلام هو جزء مـن مجـالات الحيـاة المختلفة التـي يتحدث العالـم اليـوم عن ضـرورة تعلمهـا وفـق تطبيقاتهـا الجديدة وليـس بنـاء على ما تـم الاعتياد عليـه، «التعلم مـدى الحياة» عبـارة متداولة بشـكل كبير في عصرنـا الراهن، كمـا أن الأعذار



لا تبـدو وجيهـة لعـدم المبـادرة إلـى هـذا التوجـه في ظل توفـر عناصـر المعرفة ومصادرها بشـكل غير مسـبوق، فبمجرد محاولـة واحـدة ستكتشـف أن أكبر جامعـات العالـم تتيح في اللحظـة الحاليـة برامـج تطويـر وتدريـب ودورات فـي شـتى المجـالات، يمكـن الحصـول على كثيـر منهـا دون مقابل، وعن طريق الدراسـة عبر شبكة الإنترنت فحسـب، وفكرة كهذه تبدو عادلـة جداً، فالتقنيـة التي صنعت التحديات، هـي التي تصنع الحلـول أيضاً.

المنهج الأكاديمي.. الوثائقي

انطلاقـاً مـن السـؤال السـابق، سـنجد أن الكثير مـن المناهج الأكاديميـة فـي كليات الإعـلام مازالـت تعتمد علـى نظريات تعـود إلى عقـود مضت، الأمـر الذي جعـل بعض المـواد تبدو كفيلـم وثائقي حيـن تتم مقارنتهـا بواقع الإعـلام الراهن، في حيـن تبدو مواد أخرى أشـبه بمسـابقات لاختبار ذاكـرة الطالب، أكثـر من كونها معـارف حقيقيـة يمكنه اكتسـابها وتطبيقها عمليـاً في مجـال العمل.

مـع تخريـج الآلاف سـنوياً من طلاب كليـات الإعـلام، كان عدد مـن ينضمون منهـم إلى العمـل الإعلامـي قليـلاً مقارنة بمن يتجهون إلـى مجالات أخـرى كالعلاقات العامة والتسـويق، في حيـن أن نسـبة غير يسـيرة مـن الذيـن يعملون فـي الإعلام واجهـوا صعوبـة في الاسـتمرار فيه، يبـدو هـذا منطقياً حين يتعلـق الأمـر بطالب قـد لا يمتلـك الموهبة التي تمثـل عنصراً حاسـماً فـي هذا المجـال، بجانـب أنه يتلقـى مـادة تعليمية تنتمـي إلى زمـن، ويجـد أن واقع المهنـة الإعلاميـة في زمن آخر.

التدريب.. يتسع للجميع حرفياً

هذه الفجـوات المعرفيـة والتطبيقية التـي لا تردمها الموهبة ولا يغطيهـا التعليـم الأكاديمـي، أوجـدت حالـة طارئـة مـن

إنتاج مواد وبرامج تعليمية وتدريبية ذات عناوين براقة يتم تفصيلها من أدبيات الإعلام الجديد، ووفقاً لما يلائم ملف السيرة الذاتية الذي قد يحتاج الشخص اليوم إلى تقديمه إلى جهات العمل المختلفة في القطاع الإعلامي بمختلف تصنيفا ته .

علينا أن نتذكر أيضاً أن الحدود قد تلاشت أكثر من أي وقت مضى، بين الوظائف الإعلامية والاتصالية، فإعلامي اليوم هو من يضع استراتيجيات المواقع الإلكترونية، ويشرف على حسابات التواصل الاجتماعي، وهو كذلك من يفترض به صنع المحتوى التسويقي والإعلاني، والتفاعل المباشر مع الجمهور بكل فئاته، وهذه المتوالية من المهارات بدورها أوجدت موادها التدريبية التي قد يتم دمجها جميعاً في دورة واحدة قد لا تتجاوز أياماً معدودة، وقد لا تتجاوز فائدتها مدة انعقادها، كما أن عناوينها اللافتة قد لا تكون كافية لبناء معرفة حقيقية.

وإن كان قطاع التدريب قد أتاح ظهور أسماء تقدم دورات إعلامية رغم أنه لم يسبق لها ممارسة الإعلام، أو أن خبرتهم لا تسعفهم للترقي لمرتبة «خبير تدريبي»، إلا أنه في الوقت نفسه أتاح للكثير من أصحاب الخبرة الإعلامية، ممن يملكون مهارات تعليم الآخرين، تقديم تجاربهم في برامج تدريبية وتطبيقية كانت بمثابة فرصة لنقل معرفتهم التي تعززت بالتجارب العملية، وتعاملت مع مختلف الظروف المهنية، وهؤلاء يملكون كذلك النظرة الناقدة والتحليلية لواقع الإعلام الجديد، والنصائح المناسبة للنجاح فيه.

تحرك الجامعات للحاق بالزمن

مع الوقت، تشكلت ملامح المعادلة التي يحتاجها التأهيل العلمي المطلوب للإعلاميين اليوم، فعصر السرعة قد لا ينتظر تعطيل عجلة التعلم على أمل إنتاج مناهج أكاديمية جديدة بالكامل، ولهذا يبدو من المعقول أن يحصل الإعلامي على مواد معرفية وتطبيقية تنتمي إلى الواقع الجديد للمهنة، يقدمها إعلاميون حقيقيون، لأشخاص يمتلكون الحس والموهبة والشغف، غير أن هذا الجهد لا ينبغي أن يبقى حصراً على اجتهاد الأفراد، كما أنه لا يجب أن يغني الجامعات وكليات الإعلام عن إعادة إنتاج مناهجها التعليمية وفقاً للمتطلبات الحديثة، ولو بالتدريج.

والخبر الجيد هنا أن عجلة التحرك المؤسسي والجامعي قد بدأت الدوران بالفعل، فقد أطلقت جامعة الملك فيصل في المملكة في يونيو 2020م برنامجاً للدراسات العليا يتناول الصحافة والنشر الرقمي والاتصال الاستراتيجي، كما أعلنت جامعة الملك عبد العزيز في يونيو 2021م عن برنامج الماجستير التنفيذي في الإعلام الرقمي، فيما انطلق في سبتمبر 2021م ماجستير إدارة وسائل الإعلام في جامعة ميدلسكس في دبي، وقدمت جامعة السوربون في أبو ظبي برنامجاً للدراسات العليا يجمع التسويق والإعلام والإدارة معاً، انطلاقاً من تكامل دورها.

وبجولة سريعة، فسنجد أن جامعات خليجية عدة قد دشنت تخصصات وكليات إعلامية جديدة خلال السنوات الخمس الماضية فقط، بمعنى أنها نشأت في أثناء عصر الإعلام

الجديد، ومنها كلية الإعلام في جامعة قطر، وإعلان جامعة الكويت عن خطة تحويل قسم الإعلام إلى كلية مستقلة، وبرنامج الدبلوم الذي أطلقه معهد البحرين للتدريب بشهادة رسمية تحت مسمى (الصحافة والإعلام)، كما سنجد أن الأخبار الصحفية التي تنقل أنباء هذه البرامج تتحدث عادة عن كونها جاءت لتواكب متغيرات واقع الإعلام، في حين نرى أن عدداً غير قليل من كتاب الرأي كانوا قد طالبوا بهذه الخطوات منذ وقت طويل، فيما يرى بعضهم حتى اليوم أن ما قامت به الجامعات حتى اليوم مازال محدوداً جداً، بالمقارنة مع ما حدث من تحولات جذرية في الإعلام.

أدوار مساندة بتأثير واضح

إذا كان هناك من يرى أن الجامعات تتحرك ببطء باتجاه تطوير وتحديث المعرفة الإعلامية، ففي المقابل، ومن باب الإنصاف، سنجد أن مؤسسات وكيانات ذات طبيعة إعلامية لعبت ومازالت تلعب دوراً مهماً في سد مساحات مقدرة من الفراغ التأهيلي الذي عانى منه صحفيون وإعلاميون، فضلاً عن تعزيز مهاراتهم، وحين نعود بالذاكرة إلى العام 1999م مثلا فسنجد أنه شهد تأسيس نادي دبي للصحافة، الذي مثل منصة لالتقاء أبناء المهنة وتطويرهم، سواء كان ذلك بالفعاليات ذات الإثراء المعرفي مثل منتدى الإعلام العربي، أو بالبرامج التدريبية على مدار العام، أو بالمنافسات والجوائز التي تعد أبرزها جائزة الصحافة العربية، وقد سبقه مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون، الذي انطلق في الثمانينات الميلادية، في منح الجوائز للبرامج الإذاعية والتلفزيونية للأعمال المتميزة، مسهمًا بذلك في تحفيز المبدعين في الإنتاج الإعلامي المرئي والمسموع في دول مجلس التعاون وفي سائر الدول العربية.

وحين ننتقل بالزمن إلى السنوات الخمس التالية لتأسيس

نادي دبي للصحافة، تحديداً إلى العام 2004م وفي المملكة العربية السعودية، فقد تم إنشاء أكاديمية الأمير أحمد بن سلمان للإعلام التطبيقي، كاستجابة لاحتياج عدد من الإعلاميين لدراسة وتعلم مهارات تتصل بحاضر ومستقبل سوق العمل الإعلامي، ومازال المعهد اليوم يقدم هذه المواد والبرامج التي يتم تحديثها باستمرار.

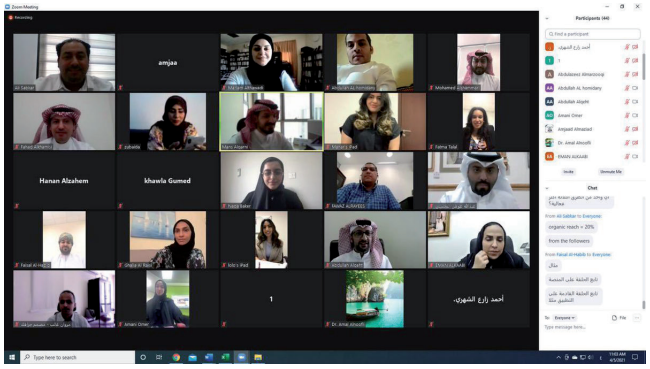
ولأننا في سياق الاستجابة المؤسسية لمتطلبات التأهيل الإعلامي الحديث، فمن المهم أن نشير إلى تجربة بارزة نشأت في الخليج العربي، وتحديداً في دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث أطلق سمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، رئيس مجلس الوزراء وحاكم دبي، أكاديمية الإعلام الجديد في شهر يونيو 2020م، لتكون منصة تهدف بشكل مباشر لتخريج جيل جديد من رواد العالم الرقمي عبر ثلاث خدمات أساسية وهي: التعليم، وتطوير المبدعين، وإنتاج المحتوى، وفي الغالب فإن الأكاديمية تمثل أنموذجاً خاصاً من حيث استهدافها لتطوير الإعلام الذي يتم بثه على شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بطريقة علمية وببرامج مخصصة لهذا الهدف.

من جانبه، ينفذ جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، منذ العام 2005م، استراتيجية لتدريب الإعلاميين في مجالات متجددة، وذلك في تجربة يتم التواصل فيها مع المدربين المتخصصين من جميع دول المجلس لوضع خطط وبرامج تدريبية نوعية يتم تحديثها سنوياً وفقاً لمتطلبات سوق العمل ومعايير تطوير الكوادر الإعلامية الخليجية، وقد شملت هذه البرامج مؤخرًا «صناعة المحتوى الإعلامي، وإدارة وتنظيم الفعاليات، والتسويق الرقمي، وتقييم المحتوى، والإعلامي الإذاعي الشامل، والتصوير التلفزيوني، والأرشفة الرقمية، والمونتاج»، بالإضافة للدورات التي تقرأ المستقبل وتخطط له، ومنها: «الذكاء الاصطناعي في الإعلام، والأمن السيبراني في الإعلام، والتخطيط الاستراتيجي، وإدارة الأزمات»، وغيرها من الدورات التي استفاد منها مئات الشباب والشابات من المتخصصين والمهتمين بالإعلام في دول المجلس.

الدراسات العليا.. والتفكير بواقعية

من وقت لآخر، تصلنا نماذج الدراسات والاستطلاعات التي يقوم بها طلاب دراسات عليا في مجال الإعلام، أو قد نصادف أشخاصاً مشغولين بكتابة رسائل وطروحات للماجستير، أو يستعدون لمناقشة الدكتوراه، هذا الواقع يعكس اهتماماً متزايداً بالحصول على شهادات متقدمة في مجال الإعلام الذي أصبح مغرياً بالنظر إلى حجم ونوعية تطوره وتأثيره، هذا بالإضافة إلى أن الكثير من الجهات أصبحت تبحث عن متخصصين مؤهلين لصياغة سياساتهم الإعلامية والاتصالية وقيادة توجهاتهم في البيئة الرقمية حيث لم يعد الأمر يتصل بمجرد منصة لعرض ومشاركة المحتوى، ولكنه كذلك يتعلق بمكان لإنشاء مشاريع حقيقية وبناء صور ذهنية وعلامات تجارية في سوق يتميز بتنافسية عالية، ولا يتوقف عن التجدد الجاذب.

هذا التوجه نحو الدراسات العليا تحركه رغبة الباحثين عن الشهادات المتقدمة في الحصول على ميزات إضافية في



عملهم، أو توسيع نطاق منافستهم في سوق العمل، وأحياناً الاستجابة، لأن بعض الجهات والشركات تشترط وجود شهادة أكاديمية في المجال الإعلامي ولا يمكن إقناعها فقط بمجرد وجود الخبرة والموهبة، أما أبرز التحديات التي تواجه الراغبين في الحصول على الماجستير أو الدكتوراه في الإعلام، فتتمثل في أن بعض الجامعات لا تقبل سوى من يحملون البكالوريوس في المجال ذاته، وهؤلاء يمثلون جزءاً بسيطاً من المتقدمين لنيل هذه الشهادات، إشكالية كهذه انتبهت لها جامعات أخرى فتخلت عن هذا الشرط، غير أن الإشكاليات لم تنته عند هذا الحد، فوجود أغلب الموظفين على رأس العمل مازال يمثل حائلاً دون حصولهم على برامج الدراسات العليا التي تتطلب الدراسة الحضورية، ومشكلة كهذه يمكن لها بالتوسع في برامج التعليم الجامعي عن بعد، والتي تتسق مع حركة التحول التقني التي عرفها العالم خصوصا بعد جائحة كورونا المستجد، كما أنها تواكب أسلوب حياة الجميع.

الشهادات الوهمية تتاجر بالمأزق!

من ذلك المأزق الذي يحاول طلاب دراسات الإعلام العليا التعامل معه، يتسلل عدد كبير من البرامج والشهادات الوهمية التي يتاجر بها البعض باعتبارها حلاً عملياً لأولئك الباحثين عن الشهادة مع الحفاظ على التزامهم اليومي بالعمل، فما أن تضع كلمة «ماجستير إعلام عن بعد» أوزارها في محرك البحث، حتى يجد المستخدم نفسه أمام خيارات لا تنتهي من الجامعات الافتراضية والمواقع الإلكترونية التي تحمل أسماء لكليات لا يعرف عنها أحد شيئاً، ولكن بعضها يملك من الثقة بحيث يتحدث عن كونه الحل المتوافق مع التقنية الحديثة، والذي سيكفل لك الحصول على شهادات عليا عالمية، لكنه لن يخبرك أنها شهادات وهمية لا يعترف بها أحد، بل قد تضعك أمام مشكلات قانونية تتعلق بالنزاهة والمصداقية إذا قدمتها لنيل منصب ما.

هذه المواقع لا تتضمن الكثير منها شرحاً واضحاً عن نوعية المواد أو البرامج الأكاديمية ولكنها في الغالب ستقودك إلى أرقام اتصالات أو عناوين بريد إلكتروني للتفاهم بشأن الشهادة المطلوبة، والاتفاق على متطلباتها التي لا تتعلق غالباً بقضاء ساعات تعليمية، وإنما بإنفاق مبالغ نقدية!! وهذا يعيدنا بلا شك لـ«مربط الفرس»، تطوير برامج ومسارات وأنظمة التعليم والتأهيل والتدريب الإعلامي بما يحقق المستهدف ويمنع التسرب ويسدّ الثغرات.

الصحافة الاستقصائية: المعايير المهنية والأخلاقية
(الجزء الأول)

أ. د. فايزة يخلف

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

مقدمة

تُعتبر الصحافة الاستقصائية لون من ألوان الإعلام الذي يتوخى الكشف عن الحقائق وتسليط الضوء على الانحرافات وأوجه الفساد الذي يعرفه المجتمع، وهي بهذا المسعى تكرس الدور «التحرري» لوسائل الإعلام، وهو المعطى المفاهيمي الذي يترجم ثنائية فلسفة حرية التعبير (نظرة فردية) ومواجهة السلطة (نظرة عامة).

وإزاء هذا الدور القيادي في المجتمع، أضحت الصحافة الاستقصائية اليوم مهنة لها أعرافها وقواعدها، حتى أن أغلب الصحف الغربية خصصت لها أقسامًا ومحررين متميزين قادرين على البحث والتحري والكشف عن قضايا معينة تحدث في المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد، ونتيجة لذلك سمي هؤلاء المحررون بـ «المنقبين عن الفساد».

وعلى الرغم من أن الصحافة الاستقصائية تملك قدرة لا تضاهى على ربط مسؤولين بجرائم معينة، لكنها قد تُنتج أيضًا إحساسًا خاطئًا لدى الناس بأن هناك دومًا تصرفات خاطئة، وهو ما يستلزم أدبيًا ضرورة نشر التقارير حول التصرفات الخاطئة وتدليل الصحفي المستقصي على وفائه للمهنية والاحترافية.

وهنا تكون المسؤولية الأخلاقية مهمة للغاية، فيمكن أن يؤدي نشر الصحف لاتهامات غير مدعومة بأدلة دامغة إلى نتائج مدمرة لسمعة أفراد ومؤسسات، وفي هذا الصدد يقول وايزيورد (WASWORD)، أستاذ الصحافة في جامعتي راتجرز ونيوجيرسي في الولايات المتحدة الأمريكية: «إن معظم المناقشات التي دارت بين خبراء الإعلام في السنوات الأخيرة حول أخلاقيات الصحافة الاستقصائية تركزت على المنهجية، أي على المقاربة التي يتم بمقتضاها الكشف السليم عن التصرفات الخاطئة. هل يعتبر اللجوء إلى الخداع شرعيًا عندما يهدف الصحفيون إلى قول الحقيقة؟ هل يمكن تبرير اللجوء إلى أسلوب معين إذا كانت ظروف العمل وصعوبات الحصول على المعلومات تستدعي ذلك؟ هل يجوز للصحفيين استعمال هويات مزيفة من أجل الوصول إلى معلومات؟ ...إلخ»[1].

وبالنظر إلى كل هذه الاستشكالات تصبح مهنة الصحفي المستقصي على قدر كبير من الحساسية والصعوبة[2]، الأمر الذي يجعل الصحفي أديبًا أمام حتمية تحري الحيطة والحذر المهنيين في الوصول إلى الحقيقة.

ويعد مفهوم القيم والمعايير المهنية من المفاهيم الجوهرية في الصحافة الاستقصائية، فهي الموجهات التي تحدد خيارات الفرد المهنية، وهي الضوابط التي تحكم اختيار وأداء ومخرجات العمل الصحفي، فما هذه المعايير؟ وكيف السبيل إلى تحقيقها عبر الصحافة المطبوعة السمعية البصرية وكذا الإعلام الإلكتروني؟

قبل أن نستعرض مبادئ وآليات ممارسة التغطية الاستقصائية في الصحافة المكتوبة - وهو محور الجزء الأول من هذه الدراسة - ارتأينا ضرورة الوقوف على معنى الصحافة الاستقصائية وعلى أهميتها بالنسبة للصحفي والعمل الإعلامي.

-1هوية الصحافة الاستقصائية وقيمتها:

تشير الصحافة الاستقصائية (Investigative journalism) في أبسط تعريفاتها إلى ذلك العمل الإعلامي الذي يستهدف كشف أمور خفية للجمهور، أمورًا إما أخفاها عمدًا شخص ذو منصب في السلطة أو اختفت صدفة خلف ركام فوضوي من الحقائق والظروف التي أصبح من الصعب فهمها، ويتطلب هذا العمل استخدام مصادر معلومات ووثائق سرية وعلنية[3].

ويجمع معظم الصحفيين الاستقصائيين، على أن التحقيق الاستقصائي هو عمل صحفي منهجي يقوم به صحفيون أنفسهم من دون الاكتفاء بالمعلومات التي تنشرها وتسربها السلطات الرسمية، وهو يصبو إلى إماطة اللثام عن مشاكل متكررة وليس حادثة واحدة معزولة[4].

كما يرتكز عمل الصحافة الاستقصائية أساسًا على تفسير قضايا اجتماعية معقدة، ويظهر مفاصل خلل اقتصادية، ويكشف عن الفساد والأعمال المخالفة للقانون والاستخدام السيئ للسلطة[5].

لهذه الاعتبارات يطلق الكثير من الصحفيين والمحررين البارزين في مجال صحافة الاستقصاء على هذا النوع الإعلامي تسميات عدة، من بينها:

(أ) صحافة العمق: كونها تدقق في المعلومات وتتحقق من مصداقيتها وتغوص في التفاصيل، وتسعى دومًا إلى سبر أغوار الظواهر المجتمعية المختلفة، سياسية واقتصادية أو اجتماعية للوصول إلى الحقائق مستعينة في ذلك بالبيانات والأرقام والأدلة التي تثبت طروحاتها[6].

فمثلما يدل عليه اسمها تقوم الصحافة الاستقصائية بالتنقيب في القضايا التي تهم المجتمع بطريقة موضوعية ومنهجية لكشف معلومات وحقائق أريد لها أن تكون خفية أو غير معلنة وتقديمها للرأي العام خدمة لصالح الوطن.

(ب) صحافة البحث عن المتاعب: فهي رحلة بحث يتم التركيز فيها على أدق التفاصيل، ومعاينة الحدث من أكثر من زاوية، والبحث في أبعاده المختلفة وتحليلها بشكل موضوعي حتى يتم الكشف عن مواضع الخلل والفساد[7]، وبهذا التوجه تصبح الصحافة الاستقصائية كما يقول «مارك لي هنتر»، أستاذ الإعلام والصحافة الاستقصائية في جامعة باريس: «بمثابة السلطة التي تراقب أداء المؤسسات الحكومية والمنظمات والشركات بغرض الكشف عن التجاوزات والممارسات الخاطئة وتفعيل مبدأ المساءلة والمحاسبة بما يساعد على تصويب الأوضاع»[8].

وهو ما يبرر التوصيف الآخر لهذه الصحافة بكونها:

(ج) صحافة المراقبة والتوجيه والتقويم: وهي المهام التي تستهدف متابعة عمل الحكومات والمشروعات العامة والخاصة بقصد الكشف عن الانحرافات والأخطاء التي ترتكب في حق الشعوب[9].

بهذا المسعى، تجنح الصحافة الاستقصائية إلى الحرص على كشف مختلف الخروقات والانتهاكات التي تهدد المصلحة العامة وتعرقل السير الحسن للمؤسسات.

وهذا ما يجعلها صحافة ذات قيمة في المجتمع، وتكمن قيمتها في أنها:

-تنبيه للسلبيات في الظواهر الاجتماعية وتصحيح للتصورات الخاطئة والمنحرفة والتي يمكن أن يكون لها آثار وخيمة على سير المرافق العامة والقوانين.

-الإسهام في كشف الفساد ودفع أجهزة الدولة لفتح تحقيقات في قضايا الفساد وسوء الإدارة والقوانين وتفعيل المحاسبة وتعديل القوانين.

-تعزيز الثقافة والنزاهة، من خلال كشف كيفية خرق الأنظمة والقوانين، والمسؤولين عن الأخطاء، وحالات الفساد وتحميلهم المسؤولية.

لكل هذه الأسباب كان لهذا اللون من الإعلام أهمية بالنسبة للصحفي والعمل الإعلامي على حد سواء:

فهي تمثل بالنسبة للصحفي سياقًا مواتيًا لاختبار مدى تمكنه من تطويع مفهوم القيم الإخبارية وتكريسه لإنجاح العمل الصحفي الاستقصائي.

فالقيم الإخبارية، هي تلك العناصر التي تشترط توافرها في الخبر، أو توافر بعضها في الخبر، لكي يكون خبرًا[10].

وهذه القيم هي أول ما يسأل الصحفي المستقصي نفسه عندما يحصل على مادة الخبر، فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر استمر في جمع مادته وكتبه وقدمه إلى رئيس القسم الذي يعمل له[11].

ويجمع خبراء الاتصال في هذا المجال على أن القيم الإخبارية الأساسية الواجب توافرها في الصحافة الاستقصائية من دون شك، الآتي:

(1) الأهمية:

تعني هذه القيمة أن ينطوي الخبر على أهمية بالنسبة للجمهور وأن يكون له دور في الكشف الفعلي عن حقائق غائبة، والخبر المهم - كما يقول بول برنيي (PAUL BERNIER) - «هو ذلك الخبر الذي يتوافر فيه عنصر الفائدة أو المصلحة العامة، وهو الذي يعكف على توضيح مسائل غامضة وقضايا مبهمة بالنسبة للجميع».

ويعزي بعض الباحثين قيمة الأهمية في الصحافة الاستقصائية إلى الحيثيات المرتبطة بالتحقيق، فهي لا تتعلق بالجدة والآنية كما هو الشأن بالنسبة للوقائع أو الأخبار العادية وإنما هي مرهونة ببلوغ الحقيقة، وعلى هذا الأساس ليست هناك أية حدود للاستقصاء، لا سيما إذا كان مهنيًا وقانونيًا ويصب في خدمة الصالح العام ولا يقوم على نوايا مبيتة وعواطف شخصية، فعلى صعيد الزمن يمكن استقصاء الماضي والحاضر وآفاق المستقبل، فالحادث الذي راحت ضحيته الأميرة ديانا في باريس عام 1997م، ما زال ينقب فيه صحفيون استقصائيون من مختلف دول العالم، وكلما توقف فريق عن البحث والاستقصاء ظهر فريق غيره ليواصل المهمة على الرغم من انقضاء مدة زمنية طويلة على الحادث، ومن ذلك مقتل آخر قيصر روسي على يد ثوار أكتوبر عام 1917م، إذ ما زالت التقارير تكتب حتى يومنا هذا

بشأن هذه الحادثة[12].

(2) التفرد أو التميز:

هذا يعني الاهتمام بالمواضيع التي تكتسي نوع من الخصوصية والتفرد، بحيث تؤدي عملية إماطة اللثام عنها إلى الكشف عن أبعاد درامية مثيرة في الواقع، مثل أخبار اختلاس الأموال والجنس والجرائم الخلقية التي ترتكبها بعض الشخصيات المرموقة في المجتمع[13].

(3) القيمة المضافة:

هي القيمة التي تضفي على الخبر معطيات جديدة غير مألوفة، وهي في الغالب تتعلق بشهادات، إحصائيات، وثائق تدعيمية تزيد في تأكيد الخبر وإثارته[14].

وإذا ما التزم الصحفي بهذه القيم استطاع أن يرقى بهذا النوع من الصحافة إلى مرتبة العمل الرقابي التخصصي الذي يتسم بالمهنية والذي يمكن أن يصنع رأيا عامًا بين الجمهور، خاصة إذا تبنت نتائجه بعض الجهات السياسية ووسائل الإعلام[15].

ولا تقف مزايا هذا النوع الإعلامي عند حدود الصحفي فحسب، بل إنها تؤثر إيجابًا على العمل الإعلامي برمته، فهي المعين الذي يستقي منه الصحفي أساسيات الوصول للحقيقة من مصدرها الأصيل، وشروط الوقوف على صدقها من كذبها، تضخيمها من تحجيمها، عمقها من سطحيتها. كما أنها توجه العمل الإعلامي إلى امتلاك أسباب التحري المنهجي الذي يستند إلى المعايير المهنية والأخلاقية التي تعصم الصحفي من الدخول في الممنوع والمحظور، كانتهاك الخصوصية الفردية وتشويه سمعة الأفراد والمؤسسات من دون أدلة دامغة أو أي شكل من أشكال التعدي على مؤسسات يكون التحري والحكم فيها من اختصاص المحاكم ورجال الأمن[16].

على هذا النحو، كانت صحافة الاستقصاء بالنسبة للعمل الإعلامي إضافة نوعية وعلامة فارقة في المهنة، فهي ليست منتجًا إعلاميًا فحسب، بل إنها أكثر من ذلك خدمة تجعل حياة الناس أفضل[17].

ومن النقاط التي تضاف أيضًا لإيجابيات الصحافة على العمل الإعلامي أنها تضفي عليه سمة المزاوجة بين الصحافة والبحث العلمي في كل مراحل التغطية الاستقصائية بدءًا بتحديد المشكلة، وضع الأسئلة واستخدام الفرضيات، جمع البيانات والمعلومات، ثم اختبار الفرضيات وصياغة تقرير عام للإجابة[18].

وإذا كانت هذه الاتجاهات هي الخصائص المميزة لكل أنواع التحقيقات الاستقصائية، فإن هناك ما يميز تشكل صحافة الاستقصاء في كل من الصحافة المكتوبة، التلفزيون والإعلام الإلكتروني.

-2مبادئ وآليات التغطية الاستقصائية في الإعلام المكتوب:

تنطلق التغطية الاستقصائية في الصحافة المكتوبة من خبر أو قصة تستدعي الاستقصاء[19]، ويمكن الحصول على القصص الخلاقة (Germinal ideas) من المصادر الخارجية (Outside sources) مثل مصدر المعلومات السرية والزملاء وعناوين بعض المعلومات الأخرى، كما يمكن الاستناد إلى شكاوى المواطنين بخصوص قضايا تهم الرأي العام[20].

على إثر ذلك، يلجأ المحقق الصحفي إلى استخدام بعض الافتراضات والالتزامات الأساسية ومن ثم التحرك نحو هدف معين، ويعتبر وضع الفرضيات في هذا الإطار أهم وسيلة ذهنية بالنسبة للمحقق، حيث يساعد وضع الفرضية المحقق على تلمس طريق الحقيقة، ويجب أن يستغل وضع الفرضيات كأداة لكشف الحقائق الجديدة وليس كهدف في حد ذاته[21]، وقد يكون إثبات خطأ الفرضية هو إنجاز في حد ذاته.

بعد هذه الخطوة، يمر المحقق الصحفي إلى رسم خريطة الموضوع كمن يريد رسم لوحة مشروع افتراضي قبل التنفيذ، وتسمى هذه العملية أيضًا «وضع الخلفية» في إشارة إلى العثور على ما يقع خلف الموضوع وحوله من معلومات، ويمكن للصحفي أن يستعين في هذه لمرحلة بمجموعة من المحررين أو الصحفيين يقومون بتوزيع العمل فيما بينهم، حيث يتجه كل صحفي إلى جزئيه من الخطة وبعد أن يكتمل ما لديهم من أعمال يجتمعون لصياغة التحقيق في صورته النهائية التي يظهر بها على صفحات الجريدة[22].

وجدير بالذكر أن هناك مجموعة من الأسس التي يجب أن يأخذها المحررون بالاعتبار عند رسم خريطة لإجراء تحقيق استقصائي في الصحافة المكتوبة، وهي:

أ-اسم مختصر أو كلمة واحدة لكل جزء في التحقيق.

ب-وصف موجز لموضوع التحقيق في صفحتين أو ثلاث.

ج-الوقت اللازم لإعداد التحقيق وتاريخ نشره، وموقعه في الصحيفة.

د-توقيت الحد الأقصى للانتهاء من التحري أو الاستقصاء.

هـ-تحديد الصور والرسوم البيانية وغيرها من الجوانب الفنية التي سوف يتم إضافتها للتحقيق الصحفي كشواهد ثبوتية.

إن الالتزام بهذه الأساسيات والمبادئ هي من الضوابط الفاعلة التي تؤطر المرحلة الحاسمة في إخراج التقارير.

-3كتابة التحقيقات الصحفية:

تعد كتابة التحقيق الصحفي واحدة من المحطات المهمة في إخراج العمل الاستقصائي، لذا فهي تتطلب معرفة جيدة بصياغة التقرير الإخباري وأسلوب الحديث الصحفي والإلمام بتقنيات الربورتاج (تجميع المشاهد)، لأن المحرر في مثل هذه الحالات سيكون بحاجة إلى استخدام كل الأجناس الصحفية في التحقيق الواحد، ويجب التفرقة في هذا الخصوص

بين التحرير - أي اختيار القالب الفني - وبين أسلوب كتابة التحقيق.

ومعروف أن القالب الفني في مجال فنيات التحرير هو الكيفية التي يتم بمقتضاها ترتيب المعلومات والبيانات والتصريحات ترتيبًا منطقيًا داخل بناء التحقيق، وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابة التحقيقات الاستقصائية يقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل، وكل قالب يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية هي: مقدمة التحقيق، جسم التحقيق، خاتمة التحقيق[23].

ويتفق الباحثون في مجال فنيات تحرير الاستقصاء المكتوب على وجود ثلاثة قوالب رئيسية شائعة في صياغة التحرير في الصحافة المكتوبة، هي على التوالي:

(أ) قالب العرض الموضوعي:

يعرض فيه المحرر الصحفي القضية أو المشكلة التي يتناولها التحقيق بشكل موضوعي من خلال مقدمة تعمل على إثارة اهتمام القارئ بالموضوع، ويقوم على عرض الزوايا الرئيسية في الموضوع ثم التدرج في عرض باقي الزوايا وفقًا لأهمية كل منها، وتعد تغطية صحيفة «واشنطن بوست» لفضيحة «واترجيت» نموذجًا بارزًا على هذا القالب الفني.

(ب) قالب الوصف التفصيلي:

يقدم فيه المحرر الصحفي في مستهل التحرير إما وصفًا للحدث بصورة عامة وسريعة أو وصفًا لجزء بارز منه ويترك الوصف التفصيلي للجسم، وتأتي خاتمة التحقيق للربط بين تفاصيل الحدث، وهو القالب الذي طبقته التحقيقات الصحفية الأمريكية في فضيحة «وايت وتر» (White water) المتعلقة بتوجيه اتهامات إلى كل من بيل كلينتون وزوجته هيلاري بالتورط بقضايا خاصة بالفساد والرشوة أثناء مشاركة كل منهما في أحد مشروعات التطوير العقاري في منطقة «وايت وتر» بالولايات المتحدة الأمريكية[24].

(ج) قالب السرد القصصي:

يلجأ المحقق في كثير من الأحيان إلى كتابة التحقيق الصحفي على هيئة قصة تشبه تمامًا القصة الأدبية من حيث أسلوب السرد الصحفي ولا تختلف إلا في كونها تقوم على وقائع حقيقية وليست أحداث من نسج خيال الكاتب. وتستند كل رحلة استقصائية مبنية على سرد غني إلى أربعة أركان قوامها حروف (C) المعروفة، وهي:

-1الشخصيات (Caracters): حيث يقدم المحقق وصفًا عنها، الدخول بتفاصيل تظهر حالاتها والبحث عن شيء بارز فيها.

-2السياق (Context): ويتضمن الوصف والتحديد الدقيق للإطار الزماني والمكاني لحيثيات القصة.

-3الصراع (Conflict): وهو الجزء المشوق في القصة، فإن لم يكن هناك صراع فلا وجود لمعنى القصة، بل إن هذه المرحلة المرتبطة بالذروة وتصاعد الأحداث هي التي تعطي قوة وأهمية للقصة الصحفية، فهي عنصر المفاجأة الذي يشد انتباه القارئ، وهي الحبكة التي تستبطن تبعات القصة وباقي تفاصيلها المهمة[25].

-4الخاتمة (Conclusion): وهي الإطار الذي يتم فيه تلخيص النتائج وإظهار مخرجات المساءلة التي تضمنها السرد الصحفي.

وجدير بالذكر أن مثل هذا القالب قد وظف بشكل واسع في تغطية الانحرافات التي تورطت فيها الحكومة الأمريكية والتي غالبًا ما يتم دفنها في الصفحات الداخلية، في حين تظهر القصص المثيرة للمشاعر والأحاسيس في الصفحات الأولى[26].

ومهما تكن طبيعة القالب الفني المعتمد لا بد على الصحفي الاستقصائي فحص الملاحظات جيدًا، واختيار الأدلة، وربط الأجزاء واستنتاج الصلات واختبار الجانب الأخلاقي عندما لا يشعر بالراحة تجاه تلك الحقائق.

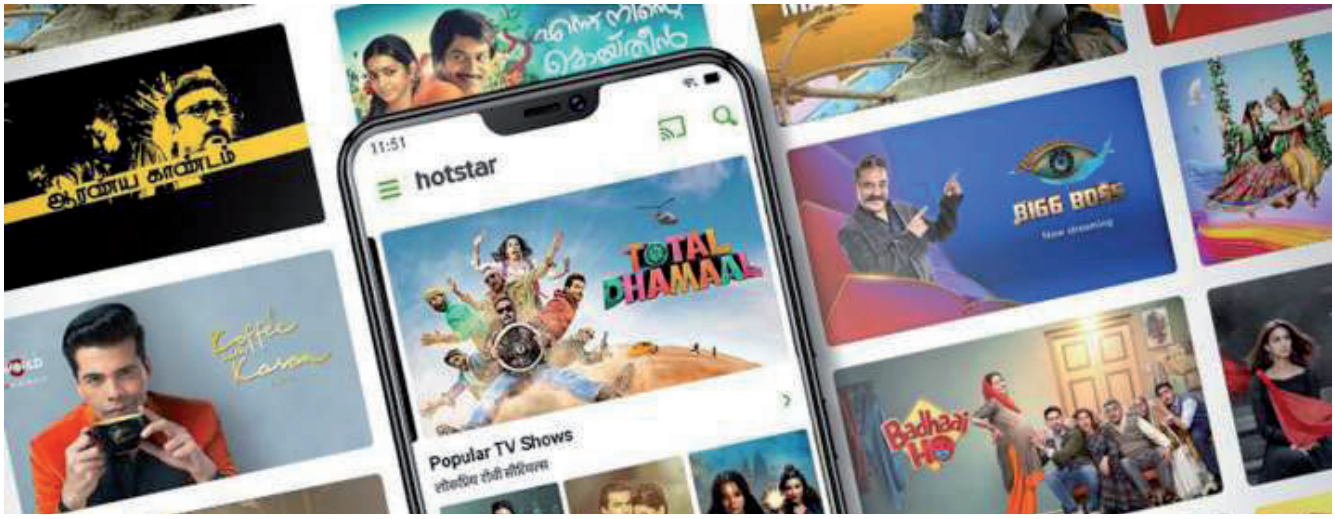
فهذه المعايير المهنية والأخلاقية هي وحدها الحاسم في الحكم على موضوعية واحترافية أي تغطية استقصائية سواء كانت في الصحافة المكتوبة، أو في الإعلام السمعي البصري أو الإلكتروني، كما سنبرزه في الجزء الثاني من هذه الدراسة، إن شاء الله.

الهوامش:

(1) Pierre Vinieu, le monde d'investigation, Paris, Edition Dunod, 2009, P11.
(2) Ibid, P13.
(3) Joseph Turow, an introduction to investigative journalism, Houghton Muffin company, USA, 2010, P17.
(4) Ibid, P18.
(5) Paul Bernier, journalisme d'investigation, role enjeux, Edition Gallimard, Paris 2013, P43.
(6) Pierre Vinieu, le monde d'investigation, op, cit, P36.
(7) Ibid, P37.
(8) Ibid, P38.
(9) Ray Hiebert, principales and technique of modern journalism, Rootledge, London, 2005, P61.
(10) علي دنيف حسن، دور الصحافة الاستقصائية في مكافحة الفساد المالي، دار الكتاب الجامعي، العين، 2005م، ص21.
(11) **نفس المرجع، ص23.**
(12) John Vester Stall, objective news reporting communication research, Rootledge, London, 2008, P35.
(13) Ibid, 36.
(14) Paul Bernier, journalisme d'investigation, op, cit, P113.
(15) Ibid, P114.
(16) Ibid, P117.
(17) Ibid, P119.
(18) Yvonne T. Chue, investigative journalism as academic research output? Asia Pacific, media education, Sage, New York, 2015, P13.
(19) **بشرى حسن الحمداني، التغطية الصحفية الاستقصائية تحقيقات عابرة للحدود، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013م، ص 28.**
(20) Edward Wasserman, Investigative reporting, strategies for its survival, Sage, New York, 2017, P118.
(21) Mark Lee Hunter, Story-based inquiry, unesco, France; 2011, P14.
(22) Mark Lee Hunter, The global investigative journalism casebook; unesco, France, 2012; P12.
(23) **هالة حمدي حسن غرابة، دوافع تعرض الشباب الجامعي للتحقيقات الاستقصائية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو قضايا الفساد، العربي للنشر والتوزيع، 2013م، ص124.**
(24) Jim Ongorwo, investigative journalism kinds and ethics, Rootledge, London, 2019, P317.
(25) Ibid, P319.
(26) Ibid, P321.

منصات الإعلام والترفيه الرقمي الجديدة

(هوتستار) مظلة ترفيهية من الهند إلى جنوب شرق آسيا



|| دكتور عباس مصطفى صادق

الخبير في الإعلام الرقمي

لزمن طويل سادت الإعلام الدولي أسماء إمبراطوريات معروفة، مثل: «تايم وارنر، وإكسل شبرنغر وبرتلزمان، وديزني وغيرهم». الآن دخلت وجوه جديدة تصنع محتوى جديد كليًا ويعرفها جيل الشباب، أسماء مثل: «نتفليكس، فايس ميديا، وبزفيد، وفوكس، وإم أي سي ميديا، وأمازون برايم فيديو، وهولو وإم أي سي، ودرودج ريبورت، وبارامونت بلس وهوتستار». هم عمالقة جدد في الإعلام والترفيه الدولي، بأحجام وتأثيرات واتجاهات مختلفة، بعضهم حقق نجاحًا منقطع النظير وبعضهم تعرض للفشل.

منصة هندية بتسع لغات حية

(هوتستار Hotstar)، المعروفة أيضًا بـ(Disney+ Hotstar)، هي منصة رقمية هندية لخدمة البث المباشر عبر الإنترنت عند الطلب، مملوكة لشركة (Novi Digital Entertainment)، وهي شركة فرعية مملوكة لشركة (Star India).

تقدم هذه المنصة العملاقة أكثر من مائة ألف ساعة من المحتوى التلفزيوني والأفلام بتسع لغات حية في المنطقة، ويتم تغطية الأنشطة الرياضية الرئيسية حية ومباشرة.

كما توفر المنصة محتوى من شبكات «ستار إنديا» المحلية (Star India)، بما في ذلك الأفلام والمسلسلات التلفزيونية والرياضات الحية والبرامج الأصلية، بالإضافة إلى توفير محتوى ترفيهي مرخص من جهات خارجية مثل (إتش بي أو HBO)

و(شوتايم Showtime) وغيرهما، وهي جاذبة لفئة الشباب المتزايدة بشكل واضح، وتعرض إعلانات «شديدة الاستهداف» لهذه الفئة.

ومع النمو المضطرد لشبكات النطاق العريض المتنقل في الهند، سرعان ما أصبحت «هوتستار» خدمة البث المهيمنة في البلاد.

وبينما شهدت الخدمات من أصل أمريكي مثل «أمازون برايم فيديو، ونتفليكس» بعض النمو في السوق الهندية، ظلت «هوتستار» هي خدمة البث المهيمنة.

بجانب الداخل والمحيط الإقليمي تستهدف المنصة الهنود في الخارج، مع التركيز على المحتوى الترفيهي والرياضي المحلي، وهي تعمل مع «ديزني بلس» في إندونيسيا وماليزيا وتايلاند، لتعرض المحتوى الترفيهي المرخص من استوديوهات محلية وأخرى تابعة لجهات خارجية، ومواد من مكتبة «ديزني بلس» العملاقة، ومن المفترض أن تكون

قد تمددت هذا العام 2021م في الفلبين وكندا وسنغافورة والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية.

انطلاقة احترافية مع كأس عالمية

بالعودة التاريخية، أطلقت المنصة في 11 فبراير 2015م، أي بعد خمسة عشر شهرًا من التطوير، وذلك بالتزامن مع كأس العالم للكريكت والدوري الهندي الممتاز في نفس العام، وقد تضمنت الخدمة المدعومة بالإعلانات في البداية مكتبة تضم أكثر من (35) ألف ساعة من المحتوى بسبع لغات إقليمية، بالإضافة إلى تغطية البث المباشر للألعاب الرياضية المختلفة.

وبعد أربعة سنوات، أي بحلول عام 2019م، كان للخدمة أكثر من (150) مليون مستخدم نشط شهريًا، وقد قامت في مارس من نفس العام بترقية المشتركين في خطتها الرياضية إلى مستوى دخول أعلى باسم (Hotstar VIP) يشمل الوصول إلى محتوى رياضي متعدد، فضلاً عن الوصول المبكر إلى المسلسلات قبل بثها التلفزيوني، والمسلسلات الأصلية الجديدة.

وخلال رحلة التطور القصيرة، استقطبت المنصة ما لا يقل عن (340) مليون مشاهدة طوال كأس العالم للكريكت عام 2015م، وأكثر من (200) مليون خلال موسم 2015م للدوري الهندي الممتاز. كما حطم دوري عام 2019م الأرقام القياسية في نسبة المشاهدة المتزامنة على المنصة.

وقد عزا موقع (تيكرنش TechCrunch) الأمريكي على الإنترنت هذه المكاسب إلى النمو الكبير في استخدام الإنترنت في الهند، وقد تم تجاوز الأرقام خلال نصف نهائي كأس العالم للكريكت عام 2019م بين الهند ونيوزيلندا بـ(25.3) مليون مشاهد، وبعد مباراة الهند وباكستان في وقت سابق من البطولة تجاوزت المنصة (100) مليون مستخدم يوميًا.

وفيما يتعلق بالشراكات وتطوير الأعمال، وفي سياق استحواذها على الشركة الأمريكية «فوكس للقرن الواحد والعشرين» (Twenty-First Century Fox) استحوذت شركة «والت ديزني» على «هوتستار» في عام 2019م.

وخلال فبراير 2020م، أعلن بوب إيجر، رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي السابق لشركة والت ديزني، أن العلامة التجارية الدولية للبث المباشر «ديزني بلس» سيتم دمج برمجتها الأصلية في «هوتستار» كجزء من إعادة إطلاق في 29 مارس 2020م، وقد بدأت المنصة في تقديم جانب من خدماتها لبعض المستخدمين في 20 مارس 2020م، متأثرة بوباء (كوفيد - 19) والتأجيل المرتبط به.

وفي 2 مايو 2020م، تم إطلاق الخدمة رسميًا مع السجادة الحمراء الافتراضية ومعه العرض الأول لسلسلة (The Lion King)، وقد وزعت المنصة خدماتها مجانًا للعمال المهاجرين في سنغافورة وذلك حتى 21 يوليو، لتحسين الروح المعنوية وسط تأثرهم بجائحة (كوفيد - 19).

ويشمل محتوى «هوتستار/ديزني بلس VIP» المحتوى المحلي، بما في ذلك المسلسلات من شبكات «ستار» التلفزيونية الناطقة باللغة الهندية، والوصول المبكر إلى البرامج التلفزيونية الهندية قبل العرض التلفزيوني الأول في «ستار»، وتغطية منافسات الكريكت، والدوري الممتاز لكرة القدم من المملكة المتحدة، فضلاً عن الوصول إلى محتوى شركة «مارفل» السينمائية.

أما منصة «هوتستار بريميوم/ديزني بلس»، فتتيح إمكانية الوصول إلى الأفلام والمسلسلات الدولية، من خدمات شركة ديزني المختلفة ومكتبتها العملاقة وشركائها مثل استوديوهات «مارفل، ولوكاس فيلم، وتلفزيون أي بي سي، وناشيونال جيوغرافيك، وسيرشلايت، وهوليوود بكتشرز» وغيرهم.

وفي يونيو 2020م، بدأت المنصة في تقديم عروض من البث المباشر للأفلام الهندية بسبب إغلاق دور السينما بسبب الجائحة.

وبالإضافة إلى المحتوى الثري من مكتبة ديزني، يظل لإصدارات جنوب شرق آسيا وجود واسع في المنصة التي ركزت بشكل كبير على عمليات الاستحواذ المحلية.

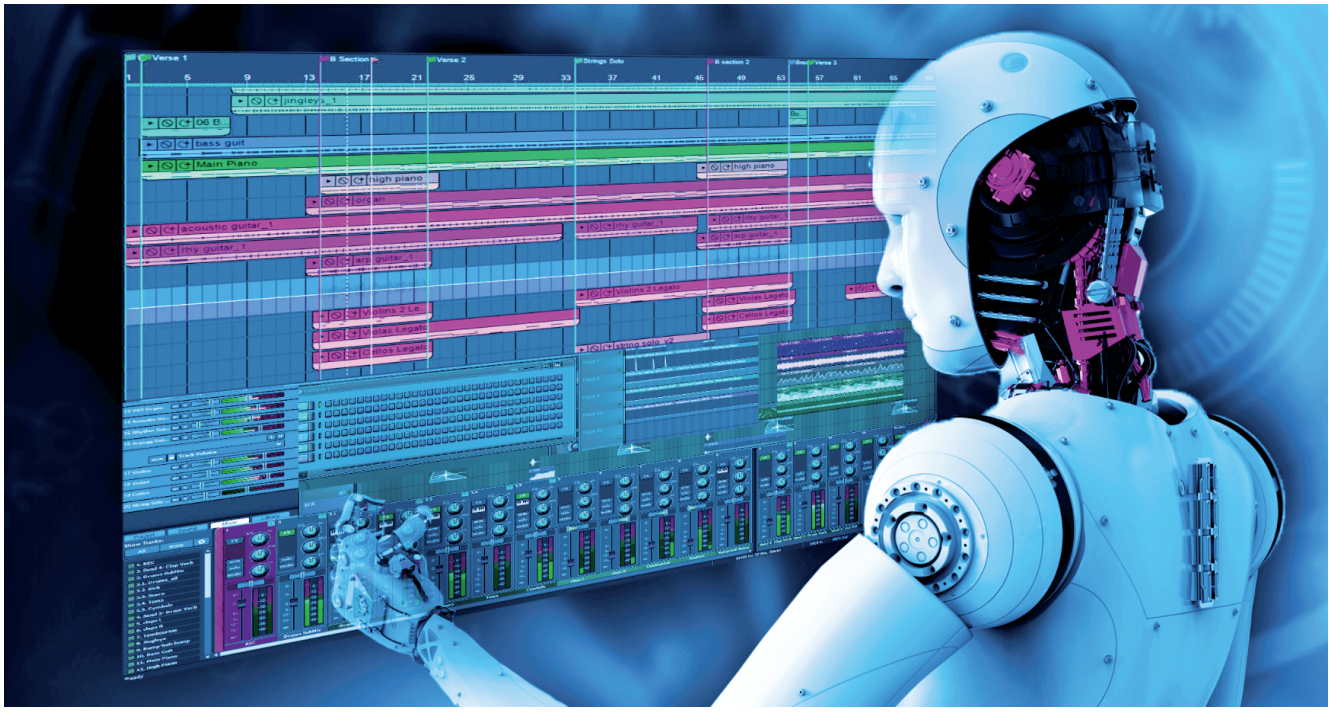
ففي إندونيسيا توصلت إلى اتفاقيات لتوريد المحتوى مع عدد كبير من الاستوديوهات، كما حصلت - أيضًا - على اتفاقيات للبث المباشر، ولجذب المشاهدين المحليين تقدم المنصة أفلام «بوليوود» مترجمة أو مدبلجة إلى اللغة الإندونيسية من خلال شراكة مع عدد من صانعي الأفلام في المنطقة لإنتاج مسلسلات وأفلام.

وقد شملت بعض المواد الأصلية المبكرة على الخدمة برنامج الكوميديا الإخبارية (On Air With AIB) وبرنامج (Cine Play)، وضمن المحتوى الأصلي المتميز بثت أول إنتاج وهو «زئير الأسد» (Roar of the Lion) وهو مسلسل درامي وثائقي متعدد اللغات يعرض قصة فريق تشيناي سوبر كينغز، الذي عاد إلى نسخة 2018م من الدوري الهندي الممتاز بعد أن قضى فترة حظر لمدة عامين بزعم تورطه في فضيحة التلاعب في النقاط عام 2013م.

أما فيما يخص تقنيات البث والعرض، تقول المنصة إن تقنية دفق الفيديو الخاصة بها تضمن الحصول على أفضل جودة ممكنة للفيديو، وذلك بناءً على النطاق الترددي المتاح، مما يوفر تجربة مشاهدة ممتازة على كل من شبكات الهاتف المحمول والأجهزة المتصلة بالواي فاي.

ويتوفر بث المنصة في متصفحات الويب المدعومة على أجهزة الكمبيوتر الشخصية وأجهزة ماك والهواتف الذكية، بالإضافة إلى تطبيقات أبل وأندرويد مع دعم إقليمي لأجهزة مثل (روكو Roku) في كندا والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة، و«أمازون فاير تي في، وسامسونغ سمارت تي في» في الهند وكندا والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة.

وتسمح المنصة للمستخدمين بالمتابعة على جهازين بشكل متزامن، وفي الهند يتم توفير العروض كخدمة مجانية مدعومة بالإعلانات، فضلاً عن توفير مستويين للاشتراك، حيث تتضمن الخدمة المدعومة بالإعلانات الوصول إلى أفلام هندية مختارة وسلسلة ستار بعد بثها التلفزيوني.



بعد إعادة تصور السيمفونية العاشرة غير المكتملة لبيتهوفن

الحديث مجددًا حول إنجاز الأعمال الفنية بالذكاء الاصطناعي

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - خاص

نجاح أوركسترا نيكزس السويسرية مع خبراء الذكاء الاصطناعي في إعادة تصور السيمفونية العاشرة غير المكتملة للموسيقار الألماني «لودفيج فان بيتهوفن» يفتح الباب أمام إكمال بعض الأعمال الفنية من لوحات ومواد مصورة وإذاعية وغيره، ويعيد التذكير بأعمال تم إنجازها فعلاً وعرضت على الجمهور.

وكانت الملاحظات البسيطة التي دونها بيتهوفن في دفتره الخاص هي كل ما تركه من سيمفونيته العاشرة قبل وفاته عام 1827م، وخلال السنوات الماضية ظل علماء الموسيقى والمبرمجين يتسابقون لاستكمال نسخة من المقطوعة باستخدام الذكاء الصناعي.

هذا العام عزفت أوركسترا نيكزس مقتطفًا مدته أربع دقائق بقيادة الموسيقار جيوم بيرني، وأشرف فلوريان كولومبو، عالم الكومبيوتر في معهد لوزان الاتحادي للفنون التطبيقية، على عملية تطوير خوارزميات باستخدام تقنية التعلم العميق، وهي مجموعة فرعية من الذكاء الاصطناعي تهدف إلى تعليم أجهزة الكمبيوتر «التفكير» من خلال هياكل على غرار الدماغ البشري، حيث قام كولومبو أولاً بتغذية الشبكة العصبية بجميع الرباعيات الوترية الستة عشر الخاصة ببيتهوفن، ثم طلب منها كتابة نوتة اعتمادًا على إحدى الأجزاء الموجودة في ملاحظات بيتهوفن المتفرقة، التي يعتقد علماء الموسيقى أنها ربما كانت لسيمفونية جديدة.

وقال الموسيقار بيرني لوكالة الصحافة الفرنسية وهو يلتقط الصفحات الأولى الخارجة من الطابعة: «إن الأمر أشبه بمشاهدة عملية ولادة»، فيما قال كولومبو: «إن استخدام جهاز كمبيوتر لإعادة إنشاء شيء بدأه أحد أعظم عباقرة الموسيقى في العالم، هو أمر لا يتعدى على الإبداع البشري»، مضيفًا أنه رأى الخوارزمية الخاصة به كأداة جديدة لجعل التأليف الموسيقي أكثر سهولة ولتوسيع الإبداع البشري.

وعدا عن سيمفونية بيتهوفن يعتقد إيلون ماسك المؤسس المساعد لمصانع تيسلا موتورز ومديرها التنفيذي أن الذكاء الاصطناعي يعمل بكفاءة في كل المجالات تقريبًا وسيتفوق في كل شيء بحلول عام 2030م، وبعد أن كان الفن دائمًا وفق النظرة التقليدية حكرًا على البشر، تغيّر ذلك الآن.

ففي 2018 تخطى سعر لوحة من تصميم الذكاء الاصطناعي كل التوقعات، وبيعت في مزاد دار كريستي في نيويورك (بورتريه إدموند بيلامي) بسعر (432) ألف دولار، وهي تصور رجلاً بدينا يرتدي معطفًا داكنًا بياقة بيضاء، وتم طمس معالم وجه صاحب البورتريه المبتكر، وتحمل في أسفلها معادلة رياضية بدل توقيع الفنان الذي يكون عادة مرافقا للوحة، وقد صمم الشبكة العصبية التي أنتجتها فريق من فرنسا يدعى (Obvious).

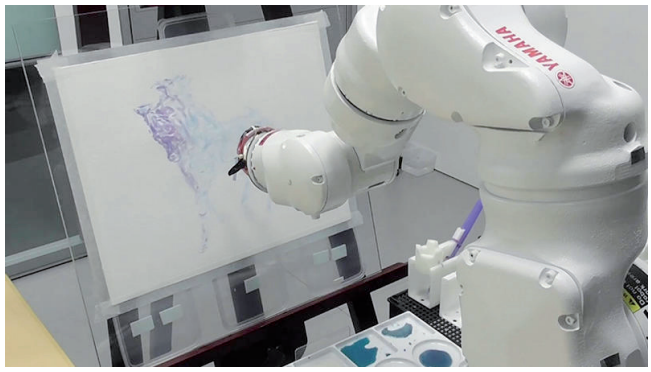
وتحت عنوان «هل يستطيع الإنسان الآلي أن يكتب رواية؟»، نشرت الكاتبة «هيفزيباه أندرسون» مقالا في «بي بي سي» جاء فيه: «قد يبدو لنا الأمر مجرد خيال علمي عندما نعلم أن الباحثين يعملون على استخدام الذكاء الاصطناعي لتأليف روايات وقصص قصيرة، لكن هل ستكون هذه الروايات على مستوى من الجودة يدفعنا لقراءتها؟ وتعيد الكاتبة تنبؤ «راي كيرزويل»، مدير قسم الهندسة بشركة «غوغل» الأمريكية، الذي يرى بأن أجهزة الكمبيوتر ستكون أكثر ذكاء من أي إنسان بحلول عام 2029م».

ويرى كيفين واريك، أستاذ علم المستقبليات، أن أجهزة الكمبيوتر ستكون قادرة على ذلك قريبًا، وعلى المشككين في ذلك أن يتذكروا أن واريك تنبأ بظهور الطائرات من دون طيار، وبالفعل، هناك أنظمة برمجية قادرة على إلقاء النكات والمداعبة، كما يمكنها أن تؤلف قطعًا موسيقية وابتكار قطع فنية، ونجحت بعض هذه البرامج في كتابة قطع شِعرية وذلك منذ عام 1983م، عندما ألّف برنامج يدعى «راكتر» كتابًا تجريبيًا باسم «لحية الشرطي نصف نامية»، ويمكن لبعض الأجهزة أن تكتب روايات كاملة.

ومع التطور الجاري تم في نوفمبر عام 2019م، عرض أكثر من (120) عملاً يجمع بين الفن والعلوم والتكنولوجيا الحديثة، وذلك في المعرض الدولي الخامس للأعمال الفنية والعلمية، الذي أقيم تحت عنوان: «تكامل الفن والعلوم في عصر الذكاء الاصطناعي»، وذلك في المتحف الوطني الصيني في بكين، أبدع تلك الأعمال نحو مائتي فنان من أكثر من عشرين دولة ومنطقة، وأبرزت هذه الأعمال استكشافات الفنانين المتعددة في مجال الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك موضوعات مثل حدود الإدراك البشري والنموذج الفني للابتكار التكنولوجي والابتكار التعاوني للتكنولوجيا والفن، وأظهرت جاذبية عصر «الفن والعلوم».

وقد اشتملت المعروضات على أعمال فن وسائل الإعلام الجديدة والتصميم الصناعي والتصميم المعماري والبيئي وتصميم الاتصالات المرئية وتصميم المنسوجات والأزياء والتصميم الخزفي وغيرها من الأعمال المبتكرة ذات الخصائص المميزة التي تعكس تكامل الفن والعلوم، وقام العلماء والفنانون من جميع أنحاء العالم بدمج التغييرات التكنولوجية لإدخال إلهام مستمر في الأعمال الفنية وتفسير المنطق الأساسي وفلسفة التصميم في العلوم والفن وأظهروا التفاعل المتعمق بين العلم والفن.

إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكتابة والرسم والتأليف الموسيقي، والتطبيق العملي لتكنولوجيا سلسلة الكتل



في مجال الفن، واستكشاف التصميم في مجال الهندسة الصحية، وإمكانية تطبيق تكنولوجيا الواقع الافتراضي في الصناعات الطبية وصناعة المعدات، وتطبيق الذكاء الحسابي في توسيع عالم الفن.

كل هذه التطبيقات والاكتشافات المتعددة التخصصات للفن والتكنولوجيا أثارت، بحسب موقع الصين اليوم، مناقشات ساخنة وتأملات حول ثورة ابتكار الفن والاقتصاد الذكي للعلوم والتكنولوجيا، وتعرض للناس إمكانيات متعددة لإنشاء أعمال فنية تفاعلية من خلال الحياة الذكية والذكاء الاصطناعي، وتوفر طرق فعالة متعددة لحل المشاكل الاجتماعية من خلال دمج الطبيعة والفن والتصميم والتكنولوجيا.

وليس كل المبتكرات في هذا الجانب بعيدة عن منطقتنا العربية، فالمهتمون يعرفون «آرتاثون الذكاء الاصطناعي»، وهو أحد مبادرات القمة العالمية للذكاء الاصطناعي التي تنظمها الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي وشراكة إستراتيجية مع وزارة الثقافة والاتحاد السعودي للأمن السيبراني والبرمجة.

وكانت مسابقات هذا الآرتاثون انطلقت في الرياض، بمشاركة (300) من خبراء علماء البيانات والذكاء الاصطناعي في العالم واستمرت لمدة ثلاثة أيام، وقد وصلت قيمة جوائز المسابقة إلى (500) ألف ريال سعودي، وتم التنافس على ابتكار أفضل أعمال الفنون المرئية.

وقد امتدت الفعاليات على أربع مراحل، شملت: مسابقة الآرتاثون التي أقيمت خلال الفترة من 23 - 25 يناير 2020م، وتأهل منها (20) فريقًا، تلتها مرحلة البرنامج التدريبي التي أقيمت خلال الفترة من 26 يناير - 30 مارس، حيث حصل المتأهّلون على أكثر من (140) ساعة تدريب من قبل مدربين وخبراء عالميين في صناعة الفن القائم على الذكاء الاصطناعي، وجاءت المرحلة الثالثة عبر الاحتفال الافتراضي الخاص بالإعلان عن الأعمال الفنية العشرة المتأهلة من أصل عشرين عملاً لتُعرض في المرحلة الأخيرة خلال المعرض الفني المصاحب للقمة العالمية للذكاء الاصطناعي وتكريم أصحاب المراكز الأولى.

لقد حظي الآرتاثون السعودي بدعم فريق من استشاري عالمي، من ضمنهم: لورين ماكارثي، مستشارة فنون قائمة على التقنيات من الولايات المتحدة الأمريكية، وكريستيان لوكلير، مستشار فنون رقمية ومؤسس شركة فنون قائمة على الذكاء الاصطناعي بألمانيا، ولوبا إليوت، مستشارة فن قائم على الذكاء الاصطناعي بالمملكة المتحدة.

عن صحافة «العدوى»

|| أ. د. نصر الدين لعياضي

باحث في الإعلام - الجزائر.

مـاذا لو بُعـث عالم الاجتمـاع الأمريكي «جـورج هربت ميد»، واسـتمع بملء أذنيه إلـى المختصين وهم يصفـون ممارسـات الصحافة المعاصـرة بمصطلحات ومفاهيـم عديدة ومتنوعـة، هل يصاب بالذهـول مـن كثرتهـا أو الغبطة بصحة ما ذكـره منذ ما يربو عـن قرن؟ حين أكد فـي عام 1926م، بأنـه لا وجود سـوى لنوعين من الصحافـة: صحافة الإعلام، وصحافة السـرد والقـص، فالصحافي لا يُرْسَـل في الغالب لنقـل الوقائع بل للحصـول على قصة.

إن تزاحـم وتنـوع المصطلحـات والمفاهيم التي تعبر، بشـكل أو بآخـر، عـن تطـور الممارسـة الصحفية مـع ميـلاد «الواب»، خاصـة جيلـه الثانـي، تدفـع للتأمـل مليًـا فيمـا قالـه عالم الاجتماع «ميد»، ولسـت أدرى هل نوفق في جرد كل مسـميات الصحافـة المعاصـرة إن حصرناها فيما يلـي: الصحافة الجديدة، وصحافـة الإنترنـت، وصحافـة الـواب، والصحافة التسـاهمية، وصحافـة المواطـن، وصحافـة المصـادر الشـعبية، والصحافة الإلكترونيـة، وصحافـة الويكـي، وصحافة البيانـات، والصحافة الرقميـة، وصحافـة «الموبايـل»، وصحافة الوسـائط المتعددة، وصحافة المواءمـة (Convergence)، وما بعـد الصحافة (Post-journalism)، وأخيـرًا صحافـة العدوى.

ماذا؟.. العدوى؟! وما دخل العدوى في العمل الصحفي؟!!

أو بالأحرى كيف «تسللت» العدوى إلى العمل الصحفي؟!.

ما العدوى؟

تجمـع قواميس اللغـة العربية القديمـة والحديثة على معنى فعـل أعـدى، إذ تؤكد بـأن «أعدى فلانـًا من خُلُقـه أو مرضه: أصابـه بالعَـدْوى، أي نقل إليـه المرض أو الخُلُق، وأكسـبه مثلَه حُمَّـى مُعْديـة»، فالعـدوى هـي انتقـال المـرض مـن مصاب بـداء إلى شـخص سـليم، فيصبـح بـدوره مصابًا به بوسَـاطةٍ مـا، مثلما هـو الأمر اليـوم مع جائحـة (كوفيـد - 19)، وانتقلت العـدوى إلى الاسـتعمال في الحقـل المجازي، فأصبحنا نسـمع «بعَدْوَى الفسـاد»، و«عَـدْوَى الغش في الامتحانـات»، وعَدْوَى التحايـل علـى القوانين»، وغيرهـا، لكن لا أحـد كان يعتقد أن العدوى تصـل إلى عالـم الصحافة.

تؤكد القواميس في اللغات الأجنبية على أن أصل كلمة العدوى «فيروس» (Virus) يعود إلى اللغة اللاتينية، وانتقلت إلى تداول من عالم الطب إلى عالم المعلوماتية في عام 1984م، لتدل على البرمجيات القادرة على التسلل إلى المنظومة الإعلامية لتعطّل أداءها أو تبدد بياناتها أو تخربها، ومنها انتقلت إلى التداول في مجال التسويق، فأصبح يقال «التسويق المعدي» (viral Marketing) الذي أزداد انتشارًا بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، فعرّفت العدوى في عالم التسويق بأنها: «التوزيع المفاجئ وغير المتوقع لبعض المحتويات المتعلقة بالسلع والخدمات والمنشآت من دون معرفة مصدرها».

لذا لا وجود للعدوى من دون بثّ أو إعادة توزيع، ويسلك مسار العدوى في مواقع التواصل الاجتماعي المخطط التالي: «مصدر ما ينشر أو يبثّ مضمون ما في شكل نص قصير أو تسجيل صوتي، أو مقطع موسيقي، أو أغنية، أو صورة أو شريط فيديو أو مادة صحفية» تتضمن بعض هذه العناصر التي تكونها إلى مشترك أو مشتركين في موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، وليكن «الفيسبوك، أو تويتر، أو اليوتيوب أو إنستغرام»، فيتشاركونها مع أصدقائهم ومعارفهم، ويقوم هؤلاء بدورهم بنشرها وتوزيعها على معارفهم، وهكذا تتسع حلقة انتشارها.

لقد استفادت العدوى الرقميّة من «علم الشبكات الجديد» الناشئ على يد الباحث «واتس دنكن» (Watts Duncan)، و«علم الواب» على يد الباحث «هندلر جيمس» (Hendler James)، وآخرون.

أسهم الإشهار والتسويق في تطوير قياس نسبة العدوى التي تحظى بها بعض المحتويات، والذي يأخذ بعين الاعتبار بعض المتغيرات مثل عدد الأشخاص الذين أوصوا بالاطلاع على المحتوى المتداول، أو عدد الذين حمّلوه أو شاركوه مع غيرهم، وأخيرًا عدد الذين اطلعوا عليه، وقد جنى التسويق والإعلان من هذا القياس فائدة كبرى، تتمثل في «شخصنة» رسائلهما، أي توجيهها إلى أشخاص بعينهم، ومتابعة صداها بشكل أسرع وأدق.

عدوى الأخبار

إن مجال العدوى ليس محصورًا في مواقع التواصل الاجتماعي، بل إن للميديا التقليدية نصيبها من العدوى، فقد ولجت حقل الإعلام والاتصال مؤسسات مختلفة لا علاقة سابقة لها بالأخبار، فزادت في فيضها بشكل أصبح من الصعب مواكبة تدفق الأخبار عبر الحوامل المتعددة والمتنوعة، واشتدت المنافسة بينها ليس من أجل إبلاغ أكبر عدد من الجمهور بمستجدات الأحداث، بل بدفع هذا الجمهور إلى إعادة توزيع الأخبار والترويج لها، ففي خضم هذه المنافسة ظهرت «صحافة العدوى».

يؤكد الباحثان (دوماجو بيبي Domagoj Bebić)، و(ماريجا فلاررفيك Marija Volarević) بأن المثال الأبرز عن صحافة العدوى هو موقع «بوز فيد» (BuzzFeed)، في شبكة الإنترنت الذي تأسس في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية في عام 2006م، ثم جرى تدويله بعد خمس

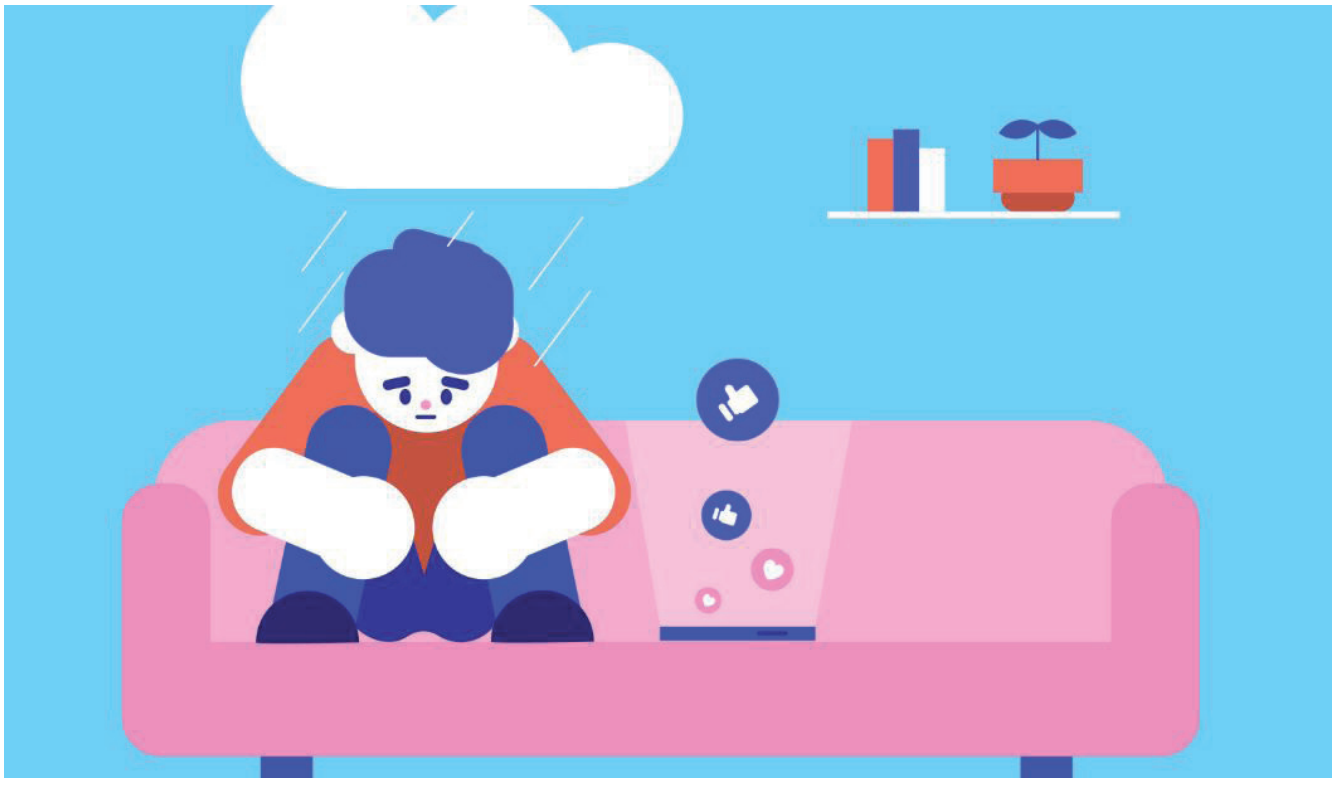
سنوات، أي أصبح موقعًا دوليًا بعد صدور طبعته البريطانية والكندية والهندية والأسترالية والفرنسية في عام 2013م، ثم الإسبانية والألمانية في عام 2014م، والمكسيكية واليابانية في العام الذي يليه، واعتبر هذا الموقع أشهر موقع عالمي بالنظر إلى الإحصائيات عن زواره ومستخدميه، ومواده التي أعيد توزيعها.

وحسب رئيس تحرير طبعته الفرنسية «بن سميث» فإن «موقع بوز فيد» (BuzzFeed) يركز على المواضيع التي تتجاهلها الصحف الفرنسية؛ أي المواضيع الخفيفة والطريفة والمازحة التي تحرر بجمل مختصرة وتساؤلية، وبعناوين جذابة ومبتكرة ومثيرة تسرد قصصًا شيقة تارة وصادمة طورًا.

وقد اقتفى موقع صحيفة «هافينتون بوست» (Huffington Post) أثر موقع «بوز فيد» ليتحولا إلى نموذج لصحافة العدوى.

إنّ صحافة العدوى تمثل شكلاً جديدًا من الصحافة وجدت لتستقطب انتباه المستخدمين في ظل بروز «اقتصاد الانتباه»، وتوزع عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يتطلب تفاعل المستخدمين معها، أي أنها تعتمد على ديناميكية المواقع وانتشارها، وعلى دور المستخدم في توزيعها ومشاركة محتواها، وتستند إلى سرد الأخبار بلغة بسيطة وإيجاز حتى لا تأخذ من وقت المستخدم الكثير.

وإن استلهمت صحافة العدوى من الصحافة الصفراء التي ظهرت في عام 1890م بالولايات المتحدة الأمريكية، والتي عملت على رفع عدد مبيعاتها بخفض سعرها، والإسراف في نشر الأخبار الطريفة والمثيرة والاستثنائية، مثل السرقات والجرائم والفضائح الأخلاقية، والتركيز على المحتوى العاطفي والحسي للأحداث أكثر من قيمتها الإخبارية، واستعمال لافتات عريضة للعناوين، والرسوم التوضيحية



المختلفة، إلا أنها تختلف عنها وذلك لأن الصحافة اليوم تعيش تحولات كبرى مستفيدة من المبتكرات التكنولوجية المختلفة: الوسائط المتعددة، الاستعجال في نقل الأحداث لحظة وقوعها، والسرعة في إعادة صياغة الأخبار وتجديدها لتواكب الأحداث، وتتمتع بتعدّد حواملها، خاصة المتنقلة منها، التي حرّرت المستخدم من عائق المكان والزمان.

كل هذا يدفع الأخبار اليوم لتكون معدية، بمعنى أنها تغري المستخدم على نشرها في مواقعه الإلكترونية أو صفحته، واقتسامها مع أصدقائه في موقع التواصل الاجتماعي، وتحميلها، أو التعبير عن إعجابه بها، أو استيائه من مضمونها، والتعليق عليها لحظة نشرها.

وحتى ندرك جيدًا سياق ظهور هذا النموذج من الصحافة لا بد من العودة إلى مراحل تطور الصحافة كما وصفها الكاتبان المذكوران، إذ أكدا بأن المطبعة أسهمت في ميلاد الصحافة الورقية، وأسهمت الإنترنت بفاعلية في تطور الصحافة عبر الخط، ومواقع التواصل الاجتماعي والعُدّة التقنيّة المتنقلة، خاصة الهاتف الذكي الذي رسخ التغيير المعدي في الصحافة.

ففي هذا الإطار يمكن التذكير بالدراسة المسحية التي قام بها معهد «رويترز» في عام 2015م، وشملت (12) بلدًا و(20) ألف شخصًا، من أجل رسم خريطة بيئة الأخبار المتغيرة. لقد وقفت هذه الدراسة على الدور الرئيس الذي قام به الهاتف الذكي في زيادة استخدام الميديا الاجتماعية، وفي مشاركة الأخبار ومناقشتها.

إذًا، إن صحافة العدوى تكشف عن التغيير الكبير الذي طرأ على العمل الصحفي، بدءًا من طرائق جمع البيانات، وتعدد مصادرها وتنوعها، وثراء المواضيع والأحداث التي يتطرق إليها، وتنوع أشكال تحرير المادة الصحفية وسردها وعرضها، واستهلاكها الذي يرتكز على شعبية مواقع التواصل الاجتماعي والدور الأساسي الذي يقوم به المستخدم في نشرها، وما ما يترتب على توزيعها من رد فعل مما يجعلها مشخصة أكثر، أي موجهة لشريحة من المستخدمين بعينهم نظرًا لتطابقها مع اهتماماتهم وخصوصيتهم.

السر

يظل سبب انتشار بعض الأخبار واتساع رقعة عدواها دون سواها من الأسرار التي سعى الكثير من الباحثين إلى الكشف عنها من خلال تحليل مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وتقنيات الإنزال الإعلامي وتكثيفه في مواقع التواصل الاجتماعي، وإن لم يوفق هؤلاء الباحثين التوفيق كله في ذلك، إلا أنهم استطاعوا أن يبيّنوا بعض العوامل التي تساعد على ذلك، مثل: تقليد الأصدقاء والمعارف ومشاركتهم ما يطلعون عليه ويتابعونه في شبكة الإنترنت، والتوصيات والنصائح التي يسديها بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى معارفهم وأصدقائهم الافتراضيين لمتابعة هذا المحتوى أو ذاك، وهذا العامل يذكرنا بنظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين للباحثين «إليهو كاتز» و«بول لازرسفيلد» اللذان تأكدا من الافتراض بأن لوسائل الإعلام تأثير محدود على الجمهور، وذلك لوجود وسيط يتدخل بينهما، ويتمثل في قادة الرأي الذي يؤثرون على أتباعهم، ويوجهونهم صراحة أو بشكل ضمني نحو المواد الإعلامية والثقافية التي يفضلون الاطلاع عليها، وما يفكرون في مضمونها، وقد تراجع دور هؤلاء القادة اليوم لصالح المؤثرين، هذا فضلاً عن عامل آخر، يتمثل في الموقع الذي ينشر فيه

الخبر، فإن كان في الصفحة الرئيسية لموقع في شبكة الإنترنت، فحظه من الانتشار يكون أكبر، وكذا جِدَّة الأخبار، فالأخبار الآنية تحظى بإقبال أوسع في مواقع التواصل الاجتماعي.

هذا مع العلم بأن الباحث «توماس بوفيزاج» (Thomas Beauvisage) يؤكد بأن موضوع الجدّة يمثل معضلة في صحافة العدوى، فمن جهة يمكن التأكد بأن الخبر الجديد يحظى بمتابعة لحظة نشره أكثر من الأخبار القديمة التي تعد في عرف ممتهني الصحافة التقليدية أخبارا ميتة، ومن جهة أخرى تأخذ العدوى شكل منحنى، يبدأ بمجرد نشر الخبر، ويرتفع تدريجيًّا إلى غاية بلوغه الذروة ثم يبدأ في الانخفاض إلى غاية نهاية العدوى، ويأخذ هذا المسار بعض الوقت، بمعنى أن منحى الخبر يتصاعد كلمًا فقد بعضًا من جدّته وظل منشورًا مدة من الزمن!.

لقد حاول بعض علماء الاجتماع رصد انعكاسات صحافة العدوى على الحياة الاجتماعية والثقافية، ففي هذا الصدد تنبأ الكاتب «رشكوف» مبكرًا في كتابه «فيروس الميديا، الأجندة المنسية في الثقافة الشعبية»، الصادر في عام 1994م بنيويورك، بمفعول العدوى، إذ أكد بأن الأحداث الإعلامية التي تؤدي إلى تغيير اجتماعي حقيقي هي فيروسات ميدياتيكية. إنها تنتشر في الجسم الجماعي مثلمًا ينتشر الفيروس البيولوجي، فبقدر ما تكون الصورة أو الأيقونة استفزازية تسافر بسرعة أكبر في فضاء البيانات، ويعتبر اهتمامنا وافتتاننا بها مؤشران يدلان على أننا ثقافيًا لا نملك «مناعة» ضد هذا الفيروس الجديد.

يبدو أن القليل من الباحثين حاول رصد تأثير صحافة العدوى على الصحافة بشكل عام وعلى ظيفتها في المجتمع، إن استثنينا الذين ربطوا ارتفاع نسبة الأخبار المزيفة بانتشار صحافة العدوى.

معيار النجاح

لقد أصبحت «العدوى» معيار نجاح الأخبار الأساسي الذي يكاد يكون الوحيد، لذا راحت صحافة العدوى تستعمل مختلف الحيل من أجل الحصول على أكبر عدد من «الكبسات» التي تعبر عن إعجاب المستخدم بها، أو تلك التي تخبر عن إعادة توزيع ما تنشره أو تعيد تغريده (Retweet).

لقد أسهمت صحافة العدوى بفاعلية في تغيير جينات الأخبار وحمضها النووي، فلم يعد التركيز على الأحداث وعلى ما جرى وبالنظر إلى واقعيتها، بل أضحى الاهتمام يتمحور على ردود الفعل على ما جرى، وذلك لسببين، أولهما تقني، ويرتبط بخصوصية الوسيط، فموقع «الفيسبوك» على سبيل المثال يدفع إلى التركيز على من تفاعل مع ماذا؟ ومن علق على تعليق هذا المستخدم أو ذاك؟ وثانيهما اجتماعي، ويتثمل في التوافق بين الأخبار المعدية التي تركز على الجانب العاطفي والوجداني في الأحداث، ومزاج المستخدم الذي أصبح يحتكم إلى مشاعره وأهوائه وقناعاته الشخصية أكثر من اعتماده على موضوعية الأخبار.

وبهذا دفعت صحافة العدوى العمل الصحفي إلى الانزياح عن الحديث باسم الجمهور في الفضاء العام، وطرح القضايا ذات الصلة بالمصلحة العامة، إلى محاولة تلبية الفضول العام لدى الجمهور، وهكذا أسهمت في إحداث الطلاق بين الأخبار والإعلام، فلم تعد الأخبار تعني الإعلام مثلما كان الأمر منذ قرون خلت.

صفقة «SRMG» و «ثمانية» تدشن مرحلة واعدة للمدونين الصوتيين في المنطقة

البودكاست يواصل المنافسة كجزء من مشاريع إعلام المستقبل وكمنصة رقمية للتحول

|| إذاعة وتلفزيون الخليج- هيثم السيد

في منتصف شهر يوليو الماضي، أعلنت المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام «SRMG» عن استحواذها على نسبة 51% من شركة «ثمانية»، التي عرفت خلال السنوات الخمس الماضية بمحتواها المتخصص في مجال «البودكاست»، وذلك بعد أيام قليلة من إعلان المجموعة عن استراتيجية تحولية تتضمن الاستثمار الاستراتيجي في منصات إعلامية ورقمية جديدة.

جمانا الراشد، الرئيس التنفيذي للمجموعة، وصفت هذه الخطوة بأنها تفتح آفاقاً جديدة بمجال المحتوى الصوتي الرقمي الذي يشهدا نمواً متصاعداً، وأشارت إلى أنه من المتوقع أن ينمو سوق البودكاست العالمي ليصل إلى 3.9 مليار دولار تقريباً، وذلك خلال العامين المقبلين، فيما أكد عبد الرحمن أبو مالح، الرئيس التنفيذي لشركة «ثمانية»، على أن من شأن هذا الاستحواذ أن يسهم في استقطاب شريحة جديدة من الجمهور عبر المنصات الإبداعية ا لمختلفة .

الصفقة التي حصلت على اعتماد الهيئة العامة للمنافسة في السعودية يوم 20 سبتمبر الماضي، تمثل تحولاً مهماً بالنسبة للعديد من المنصات الإعلامية الناشئة في مجال البودكاست العربي، والتي استطاعت بالفعل أن تشكل قاعدة جماهيرية واضحة وأن ترتقي بمستوياتها المهنية في الإنتاج والتحرير، وهو الأمر الذي جعلها تستقطب رعاية عدد من الشركات لها، وصولاً إلى أن تصبح هذه المنصات جزءاً أساسياً من المشاريع المستقبلية لمؤسسات إعلامية كبرى .

خبر استحواذ «SRMG» على «ثمانية»، أعقب سياقات متوالية لها خط أحداثها الزمني ودائرة عرضها الممتدة عالمياً، فهي المرة الأولى خليجياً وعربياً التي يتم فيها إعلان استحواذ شركة إعلامية معروفة على منصة بودكاست، وقد جاء ذلك بعد قرابة 7 أشهر من خبر إعلان أمازون عن استحواذها على شركة «وندري» الأمريكية لإنتاج البودكاست، في صفقة أشارت التقديرات الصحفية إلى أنها تجاوزت ربع مليار دولار، وشهدت منافسة من شركات مثل «ابل» و«سوني».

ماراثون البودكاست

شهد هذا العام أحداثاً مهمة أخرى لمحبي برامج البودكاست، من أبرزها دخول قناة «العربية» «في شهر مارس الماضي إلى هذا النمط الإعلامي الجديد، لتنضم إلى قنوات خليجية وعربية أخرى مثل «سكاي نيوز»، معلنة عن إنتاج مواد وحلقات معرفية وثقافية خاصة فضلاً عن نسخ صوتية من البرامج التي يتم بثها تلفزيونياً، وقد ذكرت الشبكة

الإخبارية الشهيرة بأنها تستهدف الوصول إلى نطاق أكبر من المستمعين الذين يستخدمون هواتفهم وأجهزتهم المحمولة.

تجربة البودكاست التي بدأت كمشاريع فردية، والتي توصف بأنها «برنامج حواري عند الطلب» تعيش اليوم حالة غير مسبوقة من الإقبال والتفاعل مع المستخدمين، لاسيما الفئات الشابة منهم، إذ نتحدث عن نسبة نمو سنوية تقدر بـ 30%، وفقاً لما نشرته صحيفة البيان الإماراتية في نوفمبر 2020م، الأمر الذي جعل البودكاست يوصف بأنه المنصة الإعلامية الأسرع نمواً في العالم، فيما شهد العام 2020م وحده إنتاج 900 ألف بودكاست بـ 100 لغة، أضيفت إلى40 مليون حلقة تم إنتاجها عالمياً، حسب ما نشره موقع إذاعة مونت كارلو في فبراير الماضي.

عربياً، وخلال الأشهر الثلاثة الماضية فقط قفز عدد قنوات البودكاست إلى أكثر من 1400 قناة، شكلت معظمها المواد الحوارية والاجتماعية، تلتها المواد الثقافية والتعليمية، فيما تجاوز عدد الحلقات التي تم بثها 37 ألف حلقة، وفقاً لما ذكره موقع البودكاست العربي، وفيما أشار تقرير نشرته صحيفة الاقتصادية في أبريل 2020م أن مستمعي البودكاست المنتظمين في المملكة وصل عددهم إلى 5.1 مليون مستمع، تشير تقديرات صحفية متخصصة في مجال الإعلام الرقمي

ثمانية

srmg
Saudi Research & Media Group

إلى أن عدد قنوات البودكاست في العالم قد تضاعف خلال هذا العام 2021 ليصل إلى مليوني قناة، فضلاً عن تحقيق عوائد إعلانية تزيد على مليارى دولار.

وبينما تواصل برامج البودكاست العربية بث حلقاتها بشكل يومي، ظلت الأخبار تتحدث خلال الأشهر القليلة الماضية عن تحركات متواصلة لتشكيل واقع تنافسي يتصاعد باستمرار، فالبودكاست هو جزء من المنتجات الرقمية الترفيهية التي باتت تمثلاً أنماطاً جديدة للمستخدمين حول العالم، وقد أعلنت منصات موسيقية معروفة خلال الأشهر الماضية عن إطلاق برامج البودكاست لتكون ضمن المكتبة السمعية الخاصة بها، لتأتي المرحلة التالية عبر البدء في إنتاجات أعمال أصلية من البودكاست، بحيث تكون تطبيقات الاستماع منتجاً وليست مجرد وسيط.

بين الإرث والابتكار

من ناحية أخرى، شهدت الفترة الماضية من هذا العام إطلاق عدد من الشركات والمؤسسات لمنصات بودكاست خاصة للوصول إلى جمهورها، لتصبح هذه المنصة أحد رهانات الوصول للجمهور وصنع العلامة التجارية، كما أن طبيعة البودكاست كمنتج رقمي عصري جعلته في مقدمة مستهدفات المؤسسات الإعلامية الباحثة عن خوض غمار صناعة المحتوى التفاعلي، ونذكر هنا مجلة نيويورك تايمز التي جربت إصدار عددها اليومي عبر بودكاست صوتي في العام 2017م، وقد حقق لها ذلك مليون مستمع في يوم واحد، وهو ما يمثل ضعف عدد قرائها اليوميين، كما يتمتع البودكاست بسهولة في الإنتاج بالنسبة للأفراد أو المؤسسات مقارنة بما هو عليه الحال في إعداد حلقة تلفزيونية أو إخراج صحيفة ورقية، بجانب إنه منتج سهل التلقي بالنسبة للجمهور، إذ لا يتطلب سوى الاستماع فقط بينما يمارس حياته.

لا يمكننا كذلك تجاهل الزخم الكبير الذي يصنعه صناع البودكاست في العالم العربي مثلاً، حيث يعملون بشكل متواصل على التعريف بهذه المنصة الواعدة، وتعرف شبكة الإنترنت ووسائل التواصل المزيد من المبادرات التي تجمع التخصص والشغف والاحتراف لمساعدة كل الراغبين في إطلاق برامجهم، ولعل أحدث هذه الأنشطة هو منصة «بودلاينز» التي انطلقت من دولة الإمارات العربية المتحدة، وتعمل على جمع مليون صانع بودكاست عربي وربطهم بالشركات التقنية والهيئات الحكومية المهتمة بدعمهم، كما عقدت المنصة مؤتمرا افتراضياً يوم 30 سبتمبر الماضي، تحت عنوان «البودكاست منتج رقمي» بالتزامن مع اليوم العالمي للبودكاست.

منافسة

في المقابل، كل هذه الإيجابيات لا تعد دليلاً جازماً على صورة وردية تامة بالنسبة لصناعة البودكاست، فجاذبية هذا النمط الإعلامي قد تواجه ظهور منصات أخرى بجاذبية أكبر بالنسبة للمتلقي، ومثال «كلوب هاوس» هو الأقرب هنا بالنظر إلى كونه منافساً صريحاً في الميدان الصوتي على وجه التحديد، كما تكمن التحديات الأخرى في استمرارية الإنتاج في سوق عالي التنافسية، إشكالية كهذه يمكن قراءتها في إحصائية لموقع البودكاست العربي عن أكثر من 400 برنامج قد توقفت، بالإضافة إلى تحد آخر يتمثل في التسويق وصناعة محتوى جذاب، حيث يشير مقال منشور في أغسطس 2019م عبر موقع «ساوندليز» المتخصص بالتدوين الصوتي، إلى أن التفاعل الفعلي يحدث مع 1% فقط من إجمالي محتوى البودكاست، وهو فارق كبير بين حجم العرض والاستهلاك، وصفه الموقع «بالفجوة الإبداعية».

غير أن الصورة الأبرز في البودكاست مازالت أكبر من تحدياتها حتى الآن، فهي مازالت تثبت توقع ستيف جوبز الذي وصفها في 2005 بأنها «مستقبل الراديو»، وقد بات اليوم لها شكلها الاستثماري، فمن الواضح أن قواعد المنافسة لن تعتمد على الإعلانات فقط وإنما ستشمل تقديم منتج متكامل بالتعاون مع منتجي البودكاست، وقد يشمل ذلك توقيع عقود احتكار واستحواذ واتفاقيات إنتاج محتوى، أو تطبيق رسوم على المستمعين مقابل إعفائهم مثلاً من الإعلانات على غرار يوتيوب، أو منحهم الوصول لحلقات حصرية، و قد بدأ هذا التوجه فعلياً حيث أصدرت شركة «ابل» مثلا من خلال موقعها العربي في أبريل الماضي، بياناً صحفياً يشمل الإعلان عن مزايا إضافية يتم تقديمها للمستمعين المشتركين دون غيرهم، فضلاً عن مزايا أخرى لصناع البودكاست يقدمها عملاق التقنية «ابل» الذي كان من أوائل مطلقي هذه المنصة وهو يستحوذ اليوم على ما لا يقل عن 40% من قنوات البودكاست عالمياً.

في أغسطس من العام 2019، كان عبدالرحمن أبو مالح يتحدث عبر البودكاست الشهير«فنجان» في منصته «ثمانية» عن طموحه بإثراء المحتوى العربي، مستشهداً بأن أقل من 1% من محتوى الإنترنت، هو محتوى عربي، وهو يعد قليلاً جدا بالنسبة لجمهور يقدر بـ(400) مليون شخص من متحدثي هذه اللغة، واليوم هو أقرب إلى تحقيق حلمه بعد صفقة الاستحواذ على شركته من قبل مجموعة إعلامية عريقة على المستوى العربي والإقليمي، الصفقة التي تحدث عنها من منصته فيما بعد، سعيداً بكونها ستنعش سوق صناع البودكاست، الذين يسعون معاً لنجاح مجالهم، ويعتبرون التنافس بينهم هو الطريقة التي يخدمون من خلالها بعضهم البعض.

الرموز غير القابلة للاستبدال

عندما تتحول الأعمال الفنية الرقمية المعقدة والبسيطة إلى ثروات

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - خاص

يكسب فنانون مبالغ هائلة من الأموال من شأنها تغيير مجرى حياتهم بشكل كلي عن طريق بيع الرسوم والأعمال الفنية الرقمية من النوع الذي يطلق عليه الرموز غير القابلة للاستبدال(NFT) (Non-fungible token) .

ومؤخرًا سجل الفنان الأمريكي (بات مايك وينكلمان Mike Winkelmann) الملقب بـ(بيبل) رقمًا قياسيًا عالميًا عندما باع أحد أعماله في شكل رمز غير قابل للاستبدال بـ(69.3) مليون دولار أمريكي، والعمل وهو تجميع لرسوم ثابتة ومتحركة.

والرموز غير القابلة للاستبدال بحسب نشرة مجرة التابعة لمنصة «إم آي تي» تكنولوجي، هي نوع من الرموز المميزة التي تنطوي على استخدام سلسلة الكتل أو (البلوكشين Blockchain) لتشفيرها وربطها بأصل رقمي فريد، مثل الأعمال الفنية الرقمية أو الموسيقى أو مقاطع الفيديو، ولا يمكن إنتاج مثيل مطابق له وتشبه بذلك المقتنيات عالية القيمة.

على سبيل المثال، إذا قام منشئ المحتوى بعرض بيع قطعة فنية قائمة على الرموز غير القابلة للاستبدال، فإن المشتري سيدفع ثمنها لقاء رمز مميز يمثل الأصل، ويمكنه بعد ذلك إثبات أصالة العمل الفني وملكيته له بالاعتماد على «البلوك تشين».

تتميز هذه الرموز عن غيرها من العملات المشفرة مثل: (بيتكوين Bitcoin) و(إيثريوم Ethereum) بأنها غير قابلة للاستبدال؛ ففي حين يمكن استبدال أي عملة بيتكوين بعملة أخرى بيتكوين، فإن الرموز غير القابلة للاستبدال تكون فريدة، ولا يمكن لرمز منها أن يمثل بديلاً مكافئًا لرمز آخر، ولذلك يتم التعامل معها باعتبارها مثل المقتنيات كلوحة فنية فريدة أو حجر كريم نادر، وهي تتضمن تفاصيل العمل الفني مثل هوية الفنان وتاريخ بيعه وهوية المشتري.

يعني هذا أنه بينما يمكن لأي شخص مشاهدة العمل عن

طريق الإنترنت، لا يمكن لأحد أن يدعي ملكيته إلا مشتريه الشرعي، ويمكن إعادة بيع الرموز غير القابلة للاستبدال وتداولها ونقل ملكيتها إلى شخص آخر؛ ولكن الفنان يحتفظ بحقوق الملكية الفكرية للعمل الفني المرتبط بالرمز، وبإمكانه الحصول على عوائد كلما تم بيع الرمز، فضلاً عن ذلك تمتلك سلاسل الكتل المختلفة مثل: (Ethereum وFlowg و Tezos) معاييرها الخاصة لدعم هذه الرموز لتعمل على ضمان أن العنصر الرقمي المعروض فريد من نوعه.

وبالإضافة إلى عمل الفنان «بيبل» الذي أشرنا إليه، فقد بيع له عمل آخر بعنوان: «Crossroad»، يتكون من مقطع فيديو مدته (10) ثوانٍ يُظهر مشاة متحركين يمشون بجوار شخصية دونالد ترامب، وذلك مقابل (6.6) مليون دولار أمريكي في (Nifty Gateway)، وهو سوق للعملات المشفرة عبر الإنترنت للفن الرقمي.

كما تم بيع نموذج ثلاثي الأبعاد لمنزل باسم (Mars House)، تم إنشاؤه بواسطة الفنانة (Krista Kim) كقطعة من العقارات الرقمية في سوق الرموز غير القابلة للاستبدال بأكثر من نصف مليون دولار أمريكي، كما باع مغني الراب (جا رول Ja Rule) صورة رقمية لشعار شركة (Fyre Media) بمبلغ (122) ألف دولار أمريكي من خلال منصة (فليبكيك Flipkick)، وهي سوق للفن الرقمي.

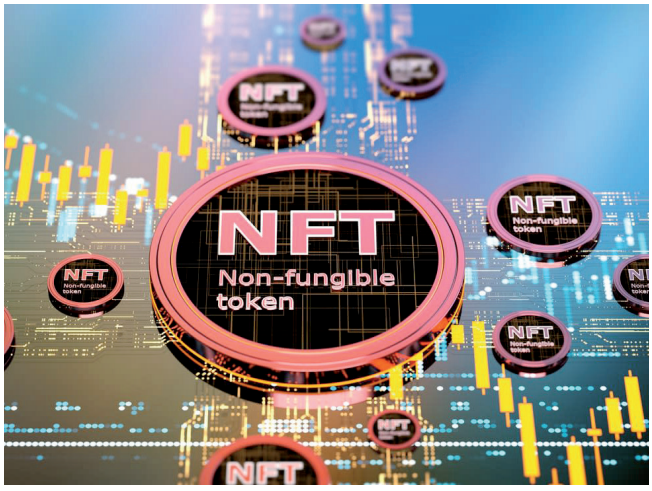
وعدا عن القطع الفنية، يمكن استخدام رمز غير قابل للاستبدال في ألعاب الفيديو لتمثيل الأصول داخل اللعبة، مثل قطع الأرض الرقمية، والتي يتحكم فيها المستخدم بدلاً من مطور اللعبة الأصلي، حيث يسمح الرمز غير القابل للاستبدال بتداول الأصول في أسواق الطرف الثالث من دون إذن من مطور اللعبة، فقد سجلت شركة (Axie Infinity) بيعًا بقيمة (1.5) مليون دولار لعناوين الأرض الرقمية في فبراير 2021م.

لقد تم إنشاء أول رمز غير قابل للاستبدال في 3 مايو 2014م، بواسطة «كيفين ماكوي وانيل داش»، وأعلن عنه في مؤتمر «بنيو ميوزيوم» في نيويورك، وهذه هي المرة الأولى التي يتم فيها وضع علامة بلوكشين غير قابلة للاستبدال مرتبطة بعمل فني فريد من نوعه، وقابلة للتداول عبر البيانات الوصفية على سلسلة من سلاسل الكتل.

وفي أكتوبر 2015م، تم إطلاق أول مشروع رمزي كامل غير قابل للاستبدال، باسم (إثيريا Etheria)، وتم عرضه في لندن، والطريف أنه لم يتم بيع معظم رموز إثيريا القابلة للشراء وللتداول البالغ عددها (457)، وظلت مهملة لمدة خمس سنوات، ثم تم بيع جميع الإصدارات في يوم واحد هو 13 مارس 2021م، بإجمالي (1.4) مليون دولار، وذلك خلال نوبة شراء عندما تجدد الاهتمام بالرموز غير القابلة للاستبدال.

الجدير بالذكر أنه في عام 2017م، بدأ «إثيروم» في اكتساب مكانة بارزة على منصات الرموز المميزة القائمة على البيتكوين، نظرًا لأنه يملك نظام لإنشاء الرموز وتخزينها في البلوكشين الخاص به، مما يلغي الحاجة إلى منصات تابعة لجهات خارجية.

في عام 2017م - أيضًا - أصدر الاستوديو الأمريكي (Larva Labs)، مشروع (Crypto Punks) لتداول الشخصيات الكرتونية الفريدة على «إثيروم».



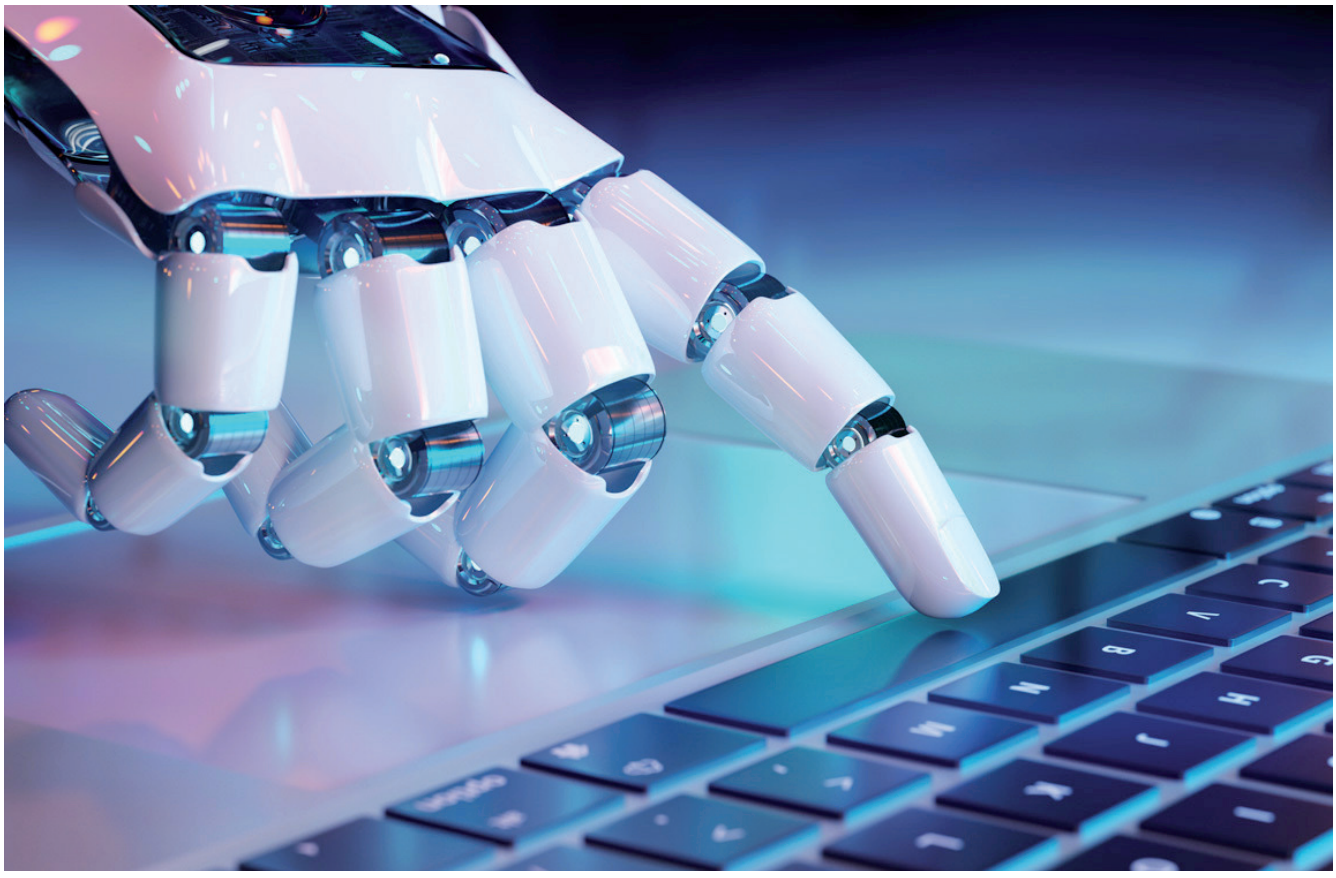
وفي أواخر عام 2017م، تم إطلاق مشروع آخر يسمى (Crypto Kitties) حيث يتبنى اللاعبون القطط الافتراضية ويتاجرون بها، وسرعان ما انتشر المشروع، حيث جمع استثمارًا بقيمة (12.5) مليون دولار، وبيعت بعض القطط بأكثر من مائة ألف دولار.

وفي عام 2019م، حصلت شركة (Nike) المشهورة على براءة اختراع لنظام يسمى (Crypto Kicks) يستخدم رمزًا غير قابل للاستبدال للتحقق من صحة الأحذية الرياضية وإعطاء نسخة افتراضية من الحذاء للعميل.

وفي أوائل عام 2020م، قام المعمل الذي طور مشروع القطط الافتراضية (Dapper Labs)، بإصدار النسخة التجريبية من مشروع لبيع المقتنيات الرمزية لأبرز لاعبي اتحاد السلة الأمريكي، وقد حقق المشروع أكثر من (230) مليون دولار من إجمالي المبيعات اعتبارًا من 28 فبراير 2021م، وفي 22 مارس 2021م، باع جاك دورسي، مؤسس «تويتر» رمزًا غير قابل للاستبدال يمثل أول تغريدة له بأكثر من (2.5) مليون دولار.

وسط هذه الهوجة من الاهتمام خاصة من رجال الأعمال تقول تقارير صحفية بأن العديد من المستثمرين بدأ يرغب في دفع معدلات عالية للتأمين والترويج في رمز غير قابل للاستبدال، لأنهم يتوقعون أن يتملكوا أكبر عدد من المقتنيات وأكثرها ربحية في المستقبل، كما اقترح مستثمرون مثل «مارك كوبان» طرقًا جديدة للتعامل مع تكنولوجيا الرموز غير القابلة للاستبدال لتحقيق المزيد من الدخل من خلال ربطها بالتذاكر الرياضية وغيرها من مبيعات مرتبطة بالمناسبات التذكارية والشخصيات المؤثرة.

في العام الماضي 2020م، تزايد الاهتمام بالتعامل مع هذه الرموز وتضاعفت قيمتها السوقية ثلاث مرات، لتصل إلى أكثر من (250) مليون دولار، وقد أدى سوق المضاربة في الرموز غير القابلة للاستبدال إلى قيام المزيد من المستثمرين بالتداول بأحجام ومعدلات أكبر، ولكن بحلول منتصف أبريل 2021م هدأ جنون الشراء بشكل كبير، مما تسبب في انخفاض الأسعار بشكل كبير.



المنصات الافتراضية ليست مجرد مخرج طوارئ.. قد تكون بوابة إعلامية جديدة

صحافة ما بعد الجائحة.. دعوة لتطوير الأدوات والاستثمار في الجيل القادم من المحتوى المدفوع

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - هثيم السيد

مع بدايات التعافي من جائحة كورونا المستجد (كوفيد19-)، عادت وتيرة الحياة الطبيعية إلى مختلف مجالات العمل بما فيها الصحافة والإعلام، وذلك بعد قرابة عامين وقف خلالها الصحفيون بجانب أبطال الخطوط الأمامية من العاملين في القطاع الصحي، من أجل تغطية أزمة استثنائية في ظروف غير اعتيادية، في الأسطر التالية نستعرض أبرز مستجدات المهنة على المستوى الدولي خلال الأشهر الثلاث الماضية، بعد أن تراجعت عناوين الجائحة وبدأ الصحفيون في استعادة لياقة الركض مجدداً في عناوين الأخبار المختلفة.

واقع جديد

نبدأ مع أهم التحليلات التي تناولت مرحلة ما بعد الجائحة على العمل الصحفي عالمياً، وأهم الدروس المستفادة في هذا الجانب، حيث أثيرت أسئلة تتعلق بكيفية استعادة فرص العمل بالنسبة للصحفيين الذين خسروا وظائفهم بسبب ظروف الوباء العالمي، وأسئلة أخرى عن كيفية إيجاد الوسائل لاستدامة جدوى المشاريع الإعلامية، خصوصاً بعد أن توقفت بعض هذه المشاريع كنتيجة لتراجع الإيرادات الناجم عن توقف الإعلانات خلال الجائحة، كما أن التحول للعمل من المنزل خلال فترات الإغلاق قد ألقى بظلاله على الصحفيين الميدانيين الذين بات عليهم التفكير في تغيير نموذج عملهم نحو أسلوب العمل عن بعد، وزيادة الاعتماد على

تحقيق الدخل من المنصات الافتراضية، وبناء موادهم على الندوات الافتراضية، والتطبيقات المرئية والصوتية.

وبما أننا في التقنية، فقد ظل الصحفيون يسمعون ويقرؤون كغيرهم أخباراً عن الوظائف التي يتوقع أن تستبدلها الآلة ويحيلها الذكاء الاصطناعي للتقاعد خلال السنوات المقبلة، ولكن أهل مهنة المتاعب كانوا من الفئة الأقل قلقاً بهذا الشأن، على اعتبار أن الجانب البشري يعد الجزء الأكثر تأثيراً في عملهم، بدليل أنهم مازالوا يقومون بأنفسهم بصياغة هذه الأخبار وهذا سبب كاف لطمأنينتهم، غير أن أخبار «الصحافة الروبوتية» التي حملتها لهم الصحف في سبتمبر الماضي كانت كفيلة بأخذ المخاوف من البدائل التقنية على محمل الجد.

يمكن اعتبار «الصحافة الروبوتية» نمطاً من صحافة البيانات التي يتوقع أن تشكل نقلة نوعية في مجال الأخبار، حيث تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتحديد الحدث وأهم المعلومات فيه ثم يقوم بالنشر تلقائياً، وتتمثل أهم فوائد هذه الصحافة المؤتمتة في قدرتها على إثراء المحتوى بشكل متواصل و في وقت قياسي وهو ما يعد إضافة مهمة لبعض المدونات والمواقع التي تحتاج تحديثا مستمراً، ويعد إيجاد محررين وصحفيين يقومون بهذه المهمة على مدار الساعة، مهمة صعبة ومكلفة على الصحف الإلكترونية.

ورغم أن أتمتة المحتوى الصحفي قادرة على تفادي الأخطاء التي يقع فيها البشر وتستهلك وقتاً أقل في البحث والبث، غير أن الحكم عليها ما يزال مبكراً خصوصاً مع كونها تواجه تحديات تتعلق بالتأكد من صحة المقالات والمعلومات التي تجمعها، وعدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية، غير أن رفضها المطلق قد لا يكون تصرفاً ذكياً، فالإمكانات التي توفرها يمكن أن تخدم الصحفي من حيث توفير المزيد من الوقت والحصول على البيانات من عدة مصادر، وهو ما يساعده خصوصاً في مجالات كمقالات الرأي والتحليل والصحافة الاستقصائية.

توظيف التقنية

وبما أننا نتناول استفادة الصحفي من التطبيقات الحديثة فمن المهم الإشارة إلى أن التحديثات التي حصل عليها كل من «سناب شات» و«تلقرام» قد أضافت العديد من المزايا للمستخدمين عموماً، ولكنها ستكون ذات فائدة إضافية للصحفيين أيضاً، ففي الحالتين نتحدث عن أنماط خاصة في عرض المحتوى ومشاركته، والقاعدة التي يمكن قولها في هذا الصدد هي « أصبح التطبيقان يساعدانك أكثر من ذي قبل على نشر الأخبار وإنتاج القصص الصحفية، ولكن إذا لم تكن مهتماً بذلك، فمازال بإمكانك استخدامهما كأدوات لجمع الأخبار ».

لقد عمل فريق «سناب شات» على تطوير قدرة الكاميرات وزيادة مدى استخدامها للذكاء الاصطناعي في إنتاج صور عالية الجودة خلال نقل أي حدث، ويمكن للصحفيين في منطقة الخليج والشرق الأوسط الاستفادة من زيادة استخدام هذا التطبيق في منطقتهم بشكل ملحوظ مقارنة بالمعدل العالمي، حيث بلغ مستخدميه في المنطقة أكثر من (75) مليون مستخدم، وفقاً لما نشرته الشرق الأوسط في مايو 2021م، في حين يواصل تطبيق المراسلة الفورية «تلقرام» امتلاكه لجاذبية خاصة للمستخدمين المهتمين بإنشاء قنوات خاصة لها جمهورها الذي يزيد اليوم عن (500) مليون مستخدم حول العالم، حيث يوفر التطبيق اليوم للصحفيين إمكانية بث الأخبار العاجلة، وإنشاء مجموعات تصل إلى (200) ألف شخص، والأرشفة الصحفية، وإجراء الاستبيانات، وقياس نسب التفاعل.

تنوع في الاستثمار

في شأن آخر، شهدت الأخبار في الشهور الأخيرة الحديث عن استحواذات على خدمات صحفية وإعلامية مرئية ومسموعة، كما بدأت بعض المنصات كـ«يوتيوب» و«تويتر» و«ابل» الإعلان عن اشتراكات مدفوعة لجزء من محتواها، في حين بدأت الكثير من الجهات الحكومية والخاصة والمؤسسات الإعلامية في تكثيف حضورها بطرق أكثر فاعلية وإبداعاً وتفاعلية عبر وسائل الإعلام الجديد والتطبيقات الذكية، ومستجدات كهذه من شأنها أن تحتم على الصحفي أن يفكر كمنتج للمحتوى أكثر منه مستهلكاً له، كما أن أحد أكثر الطرق مثالية في تلقي هذه الأخبار هو أن يسأل الصحفي أو الكاتب نفسه «كيف أنتج مادة أستفيد منها مادياً؟».

مواقع صحفية متخصصة نصحت صانعي المحتوى الإعلامي بالعمل أكثر على تقديم تجربة أكثر التصاقاً بما يريده المتلقي، مع إدراك كل ما يقدمه له المنافسون والعمل على التميز عنه، مع توفر المصادر وسهولة إدراك اتجاهات الرأي من خلال ما يكتبه الناس في وسائل التواصل، يمكن تحديد نقاط لبناء مادة إعلامية تمثل موضع تساؤل للجمهور الذي يتحرك بدوافع معرفية وفكرية ونفسية معينة ينبغي على الصحفي أن يفهمها، كما أن محركات البحث التي تقود إلى المعلومات، تقود كذلك إلى معرفة الموضوعات التي لم يتطرق لها أحد، وبالتالي فإن الكتابة فيها ستضمن كونها الأولى والوحيدة، وهذا في حد ذاته عنصر تفوق يمكن أن يستفيد منه الصحفي خلال تجربة إنتاج مادة أصيلة تستحق أن يدفع الجمهور المال، بامتنان، من أجل الحصول عليها.

السعي للتطوير

ولأن تطوير المهارات الصحفية عمل لا يتوقف، وهو اليوم يتجاوز رفاهية التميز إلى ضرورة الاستمرار في سوق العمل، وخلال شهري أغسطس وسبتمبر الماضيين، تم نشر مقالات ذات صلة بهذا الجانب، فمثلا سيكون من الجيد أن يضع الصحفيون في ذاكرتهم اسم «Cajo group» وهي منصة تقدم النصائح والإرشادات في مجالات إعلامية عدة، ومن أبرزها صحافة الموبايل، تغطية المؤتمرات، اختيار المايكروفون المناسب، التصوير الاحترافي، نصائح للعمل الصحفي من المنزل، خطوات إنتاج إعلان، وغيرها، أما أولئك الذين يمتلكون شغف الاطلاع على الأخبار بصيغة الانفوجرافيك واكتساب مهارات في تصميم هذا النوع الشائع من أسلوب تقديم المادة الصحفية والمعرفية فيمكنهم الاطلاع على الموقع «graphicnews».

فيسبوك تنقل العالم الرقمي إلى مستوى جديد

(الميتافيرس) مزيج من الواقع الافتراضي والمعزز والحياة الطبيعية

إذاعة وتلفزيون الخليج - هثيم السيد

مع نهاية شهر يونيو هذا العام، أبلغ مارك زوكربيرغ، الرئيس التنفيذي لشركة فيسبوك، موظفيه عن مبادرة جديدة طموحة تتجاوز فيها الشركة مشروعها الحالي المرتكز على مجموعة من التطبيقات الاجتماعية المتصلة وبعض الأجهزة لدعمها بدلاً من ذلك، حيث قال: «سوف تسعى فيسبوك جَاهِدَة لبناء مجموعة مترابطة من التجارب مباشرة من الخيال العلمي - عالم يُعرف باسم (ميتافيرس Metaverse) أو «الكون الماورائي».

وتحت عنوان زوكربيرغ يراهن على ميتافيرس في مستقبل فيسبوك نقل موقع (ذا فيرج The Verge) رؤيته حول الأمر، حيث خاطب الموظفين، قائلاً: «إن الميتافيرس الذي شكلت فيسبوك فريقًا لتطويره، يمثل جزءًا كبيرًا جدًا من الفصل التالي لصناعة التكنولوجيا، وإن أقسام الشركة التي تركز على المنتجات الخاصة بالمجتمعات والمبدعين والتجارة والواقع الافتراضي ستعمل بشكل متزايد على تحقيق هذه الرؤية».

كما قال: «إن الميتافيرس سيوفر فرصة هائلة للمبدعين والفنانين الفرديين، للأفراد الذين يرغبون في العمل وامتلاك منازل بعيدة عن المراكز الحضرية اليوم، وللأشخاص الذين يعيشون في أماكن تكون فيها فرص التعليم أو الترفيه محدودة».

وكتب على حسابه الشخصي في فيسبوك «لتحقيق رؤيتنا للميتافيرس، نحتاج إلى بناء النسيج الرابط بين مختلف المساحات الرقمية بغية تجاوز القيود المادية وإتاحة التنقل بينها بسهولة التنقل بين الغرف في المنزل»، فالشاشات والصور المجسمة وخوذات الواقع الافتراضي ونظارات الواقع المعزز يُفترض أن تتيح تدريجيًا «تحركات» من الأكوان الافتراضية إلى الأماكن الفعلية، فالميزة الرئيسية للميتافيرس ستتمثل في الشعور بالوجود الفعلي مع الناس.

سيتولى مهمة تطوير وتشغيل الميتافيرس قسم الواقع الافتراضي والواقع المعزز «فيسبوك ريالیتي لابس» الذي يديره أندرو بوسوورث، وهو الوحدة المسؤولة راهنًا عن (خوذات أوكولوس Oculus) المستخدمة خصوصًا لأغراض ترفيهية في الواقع الافتراضي حتى الآن، وقد استعانت فيسبوك بخبراء يعملون في تطبيق إنستغرام وفي قسم ألعاب الفيديو

«فيسبوك غيمينغ» وفي «أوكولوس».

وتصف وكالة الصحافة الفرنسية الميتافيرس عمليًا كما يلي: «تخيلوا عالمًا رقميًا يمكنكم أن تعيشوا فيه حياة موازية من دون مغادرة المنزل: أهلاً بكم في الميتافيرس التي تعدها فيسبوك وشركات ألعاب الفيديو والإنترنت الأخرى العملاقة، القفزة الكبيرة التالية في تطور الشبكة العنكبوتية. فمن الرقص مع الأصدقاء على صيغة أفاتار، إلى تسلق قمة إيفرست من خلال خوذة الواقع الافتراضي، مرورًا بعقد اجتماعات مع الزملاء في مكاتب أعيد تهيئتها رقميًا، تفتح ميتافيرس آفاقًا من شأنها دفع حدود العالم المادي لتقريب العالمين الواقعي والافتراضي من بعضهما إلى درجة الاندماج».

لقد تم تطوير هذا المفهوم عام 1992م، من جانب (نيل ستيفنسون Neal Stephenson) في رواية الخيال العلمي (سنو كراش Snow Crash)، إلى أن أصبح مصطلح ميتافيرس في الأشهر الأخيرة إحدى أكثر الكلمات شعبية في عالم التكنولوجيا وألعاب الفيديو، وهو يشير إلى الاندماج بين الواقع المادي والمُعزز والواقع الافتراضي في مساحة مشتركة عبر الإنترنت.

وفي يناير 2020م، حدد مقال بقلم ماثيو بول Matthew Ball الخصائص الرئيسية للميتافيرس، كما يلي:

-يجب أن تمتد هذه الخصائص بين العالمين المادي والافتراضي.

-يجب أن تحتوي على اقتصاد متكامل.

-قادرة على توفير إمكانية تشغيل متبادل.

-يجب أن يكون المستخدمون قادرين على نقل (الافتارات)، والبضائع الخاصة بهم من مكان في ميتافيرس إلى مكان آخر.

وفي ظل موجة العمل من المنزل الحالية، والتي تحدث بسبب فيروس (كوفيد - 19)، يمكن للموظفين أن يتواجدوا سويًا ويتواصلون مع بعضهم البعض، واعتمادًا على نفس الفكرة يمكن للأشخاص من جميع أنحاء العالم أن يجتمعوا بشكل افتراضي لحضور حفل غنائي ما، تمامًا كما لو كانوا هناك.

ففي نهاية أبريل 2020م، وفي أوج مراحل الإغلاق الأولى خلال جائحة (كوفيد - 19)، بحسب الوكالة الفرنسية حققت خمس حفلات افتراضية ظهر فيها مغني الراب الأمريكي ترافيس سكوت على شكل أفاتار على لعبة فورتنايت، نجاحًا كبيرًا، وإثر هذا النجاح، أطلقت اللعبة مهرجانًا سينمائيًا، يُسمى «شورت نايت»، إضافة إلى «بارتي رويال» وهي حفلة افتراضية عملاقة يحييها منسقو أسطوانات معروفون.

وكانت بعض ألعاب الفيديو قد أنشأت «أكوانًا ما ورائية» محدودة الحجم للاعبيها، ومنها منصة «روبلوكس» التي تضم عددًا كبيرًا من الألعاب التي يبتكرها الصغار والمراهقون، ولعبة «فورتنايت» التي أشرنا إليها يبلغ عدد مستخدميها (350) مليونًا.

وفيسبوك وشركات أخرى لا تعمل في هذا المكان بدافع الابتكار فقط، بل إن نجاح هذه الفكرة سيسمح للشركة بتحقيق مبيعات ضخمة، وذلك من خلال بيع الأجهزة والمستلزمات الضرورية لدخول الميتافيرس، وكذلك بيع السلع الافتراضية التي سيمكن استخدامها وأنت داخل هذا العالم.

يقول زوكربيرغ: «إن واحدة من أهداف فيسبوك هو بيع نظاراتها بأرخص سعر ممكن والتركيز على جني الأموال من خلال التجارة والإعلان داخل الميتافيرس، مضيفًا: لن يدور نموذج أعمالنا بشكل أساسي حول محاولة بيع الأجهزة بربح كبير أو أي شيء من هذا القبيل لأن مهمتنا تتمثل في خدمة أكبر عدد ممكن من الأشخاص، لذلك نريد أن نجعل كل ما نقوم به في المتناول قدر الإمكان، وذلك حتى يتمكن أكبر عدد ممكن من الأشخاص من الدخول فيه ومن ثم يضاعف حجم الاقتصاد الرقمي بداخله».

وتدير فيسبوك قسم الواقع الافتراضي، وتعد نظارات الواقع الافتراضي من «أوكولوس» اليوم محدودة نسبيًا فيما يمكنها القيام به، ولكن تأمل الشركة في تحسين التكنولوجيا بحيث تبدو النظارات أشبه بالنظارات الطبية بدلاً من الخوذات. ووفقًا لزوكربيرغ، سوف لن تعمل ميتافيرس إلا إذا كان بإمكان الجهاز تزويد المستخدم بإحساس حقيقي بوجوده في العالم الرقمي.

غرفة حوار مقروءة عن صعود المنصات الصوتية في الفضاء الرقمي

بين «كلوب هاوس» و «مساحة تويتر».. إرضاء المتلقي غاية « لا تُترك»!

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - خاص

علـى غرار مـا يعرف بالغـرف الحوارية أو «الرومات» كما تعارف عليها مسـتخدمو وسـائل التواصل الاجتماعي، سـنتناول فـي هذه المسـاحة واقعاً جديداً يشـهده المهتمـون بالإعلام في الوقـت الراهن، وهـو صعود منصات الحـوار الصوتي التفاعليـة ولعـل أبرزها تطبيق «كلوب هـاوس» والذي أعقبه بعام واحد إطلاق تجربة مشـابهة هي «مسـاحات تويتر»، وكيـف يمكـن للتنافس بين هذه الوسـائل الجديـدة أن يفيد المحتـوى الإعلامي والجمهـور معاً، بقدر مـا يقدم نماذج ذكيـة في مواكبتها لأسـلوب الحياة الحديثـة، وقادرة على تحقيـق الإثراء المطلوب، بأسـهل الطرق.

جولة في «تايم لاين» التحولات

إذا كانت بداية التسعينات قد شهدت البداية الفعلية لعصر الإنترنت، لتنشأ بعدها من التحولات الجذرية التي طبعت تفاصيل حياة الناس وأخذت واقعهم نحو مراحل لا عودة منها، فلا شك أن بداية الألفية الجديدة قد جاءت بالتحولات داخل الإنترنت نفسه، وذلك بنشوء أنماط جديدة من استخدامات هذا الفضاء اللا نهائي من الأفكار والمعلومات، والتفاعل اللحظي - حرفياً- مع أكبر عدد متاح من البشر عبر قارات العالم، يعيش كل منهم التجربة التواصلية ذاتها.

وإن كانت لهذه الثورة التقنية والاتصالية دورها الخاص في التأثير على كل مجال بعينه، فقد كان الإعلام في مقدمة المجالات التي أعيدت صياغتها وبلورتها كلياً وفقاً لقواعد الواقع الرقمي، فلم تكد تظهر مفاهيم كالإعلام الجديد حتى استجد عليها إعلام أحدث، ولم تكد تقف وسائل كالصحف الإلكترونية في وجه وسائل تقليدية كالصحف الورقية، حتى ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي لتضعهما معاً أمام حقائق جديدة، يكون فيها المستهدف قارئ ما بعد عصر السرعة، الذي يسأل عن الخبر في جزء من الثانية، وينتظر الإجابة قبل أن يرتد إليه حرفه.

خلال عقدين فقط، استبدل الهاشتاق المانشيت، وحل التايم لاين مكان التنقل بين الصفحات، وبات على حروف الإعلام العتيقة أن تستجيب لخوارزميات الذكاء الاصطناعي وتتسق سريعاً مع شروط المعادلة الراهنة، لأن البديل لم يكن فقط فقدان القدرة على المنافسة بل الذهاب أبعد من ذلك إلى مواجهة أسئلة كبرى في كل مرحلة حول ضرورة بقاء وسيلة إعلامية معينة أو الجدوى من استمرار أخرى، بدا الأمر شبيهاً بلعبة الكراسي التي تدور من وقت لآخر بحيث يتحتم على أحد أن يخسر في كل مرة، ولأسباب لا تتعلق بنوعية المحتوى بقدر ما تتصل مباشرة بتغير نمط حياة الطرف الأهم للوسيلة الإعلامية، وهو المتلقي.

لعبة الكراسي.. ومباراة المنصات

وفي الوقت الذي أصبحت فيه تطبيقات مثل «فيس بوك» و«تويتر» و«يوتيوب» و«سناب شات» هي المنصات المرجعية للطرح الإعلامي، فضلاً عن كونها منصات للعلاقات العامة والإعلان، بالإضافة إلى ظهور وسائط تتجاوب مع أسلوب الحياة الحديث كالبودكاست، أو مواقع مثل «تيك توك» تدور في ذات الفلك التفاعلي السريع، ظلت أرقام مستخدميها في حالة مستمرة من الارتفاع، وهو ما يوحي بأن هذه المنصات لن تكون مضطرة، في المدى المنظور على الأقل، للدخول في لعبة كراسي لاستبعاد بعضها، ولعل أحد أهم مصادر قوتها هو أنها تمثل أنماط إعلامية أكثر منها وسائل إعلام، بل إنها حولت مليارات المتلقين، إلى مرسلين، وقدمت نفسها بما يتجاوز مجرد اعتبارها صحف ومجلات وقنوات ذات طابع جديد.

في المباراة الراهنة على ملعب وسائل التواصل والمنصات الاجتماعية، يفوز الإعلام لأن خطته الجديدة باتت تحقق الأهداف للجميع، لكل لاعب جمهوره، وكل الفرق تساعد بعضها، في أغلب مواقع الإنترنت التي تزورها أو المنتجات

> **تعدد الغرف الحوارية وتنوع موضوعاتها يعزز محتوى الإعلام ويضاعف خيارات الجمهور**

التي تحصل عليها، ستجد أيقونات الحسابات الاجتماعية وهي تصطف بجانب بعضها تحمل الاسم نفسه تقريباً، كما لو كانت تؤكد لك أنها لن تقبل فكرة أن يكون وجود أحدها على حساب الآخر، ولكنها ستتيح لكل مستخدم أن يختار ما يناسبه من أنماطها الإعلامية المختلفة، والتي يتسم كل منها بهويته التحريرية والبصرية وبنوعية الجمهور الذي يتفاعل معها، ولكنك لن تجد أياً منها أبداً بلا جمهور.

تطبيق وليد ينتقي جمهوره!

مباراة الإعلام لا تعترف بالتبديل، لكنها لن تمانع غالباً في انضمام لاعبين جدد، على شرط أن يمتلكوا لياقة المنافسة التي امتلكها الآخرون، ليس بسبب قدرتهم على الركض وإنما بطريقتهم فيه، أو ما وصفناه بامتلاك النمط الخاص، بهذه المقاربة البسيطة يمكننا قراءة الطريقة التي انضم فيها تطبيق «كلوب هاوس» إلى المنصات الإعلامية الحديثة الأكثر تفاعلاً، كمنصة مخصصة للحوارات الصوتية، ليصبح الحديث عنه اليوم بنفس البداهة التي يتحدث بها شخص عن «تويتر» أو «فيس بوك»، ليكون المقر المعتاد، والوحيد تقريباً، لإقامة ندوات صوتية بين رواد وناشطي مواقع التواصل، وبهذه الطريقة نجح التطبيق الذي لم يكن موجوداً قبل أبريل 2020 في دخول مباراة التنافس بقوة، دون أن يكون خصماً لأحد.

استهل «كلوب هاوس» رحلته تلك ببدايات بسيطة، تمثلت في دعوات خاصة يرسلها بعض المشاهير والمؤثرين إلى أصدقائهم، أو يتحدثون عن بعض ما يدور في تلك الغرف الحوارية أمام الغالبية العظمى من الذين لم ينضموا إلى التطبيق الوليد الذي قرر أن يحصر نفسه في البدء بمستخدمي نظام (IOS) مضحياً بكامل إرادته، وعلى مدى عام كامل، بحصة جماهيرية تزيد عن ثلاثة مليارات جهاز تستخدم النظام الآخر «اندرويد»، وهو العدد الذي تضاعف ثلاثة مرات في ظرف ست سنوات وفقاً لما نشرته صحيفة الاقتصادية في مايو 2021، الشهر الذي أصبح بإمكان الجميع فيه الانضمام إلى «كلوب هاوس» بما فيهم مستخدمو «اندرويد» الذين شكل دخولهم دفعة قوية لانتشار التطبيق الذي كان قد عرف على نطاق واسع.

تطبيقات تتنفس برئة الجائحة

حينما ظهر هذا التطبيق في غمرة أزمة كورونا المستجد (كوفيد19-) لم يخفِ الكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية تشكيكهم في نجاحه، لم يرى فيه البعض سوى مجرد إعادة إنتاج لغرف الدردشة الصوتية التي اشتهرت في التسعينات مثل «البالتوك»، بينما وصفه البعض بأنه

شغف التجارب الجديدة يخدم التطبيقات الناشئة ومخاوف الخصوصية قد تخرجها من السوق

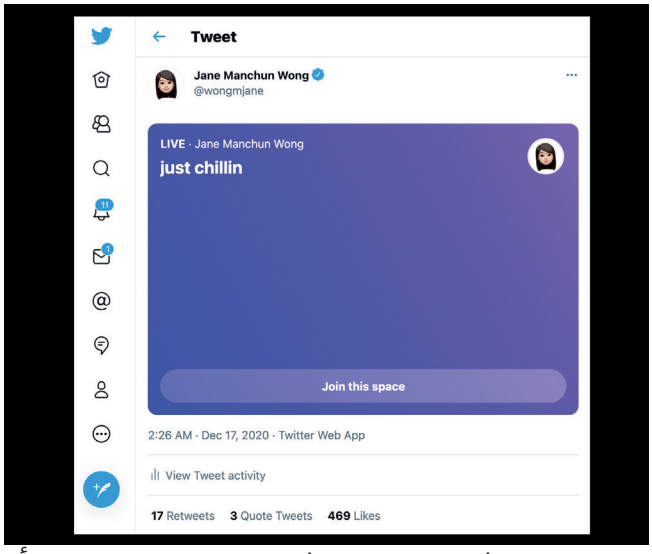
مجرد «هبّة» جديدة سرعان ما ستختفي كما اختفى غيرها من المواقع أو التطبيقات التي يتم الترويج لها بأنها منصة التواصل المهمة القادمة، ولكنه احتاج وقتاً أقل من المتوقع ليصبح محل مقارنات جدية مع الشبكات الأخرى، لاسيما حين بدأ يأخذ المزيد من وقت مستخدميها، فخلال شهور قليلة كانت الجائحة بمثابة السانحة لمؤسسي «كلوب هاوس» حين انضم الآلاف ممن تحولوا كلياً نحو استخدام البدائل الافتراضية بسبب ظروف الإغلاق وتقييد السفر والتنقل والتوقف تقريباً عن عقد اجتماعات ولقاءات واقعية للأسباب الاحترازية، هذه النجومية المفاجئة تحققت من قبل لتطبيق محادثات الفيديو «زووم» الذي مثل منصة الندوات المرئية، فيما جاء «كلوب هاوس» ليقدم نفسه، بالمنطق نفسه، كمنصة سمعية.

الصوت والصيت .. بلغة الملايين

أن تكون قادراً من مكانك، وبمجرد استخدام هاتفك النقال، على حضور ندوة متخصصة في المجال الذي تريد، في الوقت الذي تريد، في قاعات افتراضية يمكنها احتمال 5000 شخص من كل أنحاء العالم، بل وتشارك فيها بطريقة تشبه طلب المداخلة في الندوات الفعلية، فهذه جوانب مهمة قدمها «كلوب هاوس» للمستخدمين الذين وصل عددهم في فبراير الماضي إلى أكثر من 10 مليون مستخدم نشط أسبوعياً وفقاً لما نشرته وكالة بلومبيرغ، وإذا نظرنا إلى أن العدد قد تضاعف خمس مرات عن ما كان عليه في يناير 2021م، وهو العدد الذي يحتمل أن يكون قد حقق زيادة ملموسة خلال الشهور التالية وصولاً إلى يومنا الحالي، في حين نقلت مواقع تقنية في مايو الماضي تقارير عن شبكة CNBC ذكرت فيه أن عدد الغرف الحوارية التي يتم إنشاؤها يومياً في التطبيق الصوتي يتجاوز 300 ألف غرفة.

التجربة تتطور.. والنخبوية تكسب!

مع نهاية أغسطس الماضي، أعلن «كلوب هاوس» عن إضافة خواص تزيد من واقعية المشاركات الصوتية، بما يعزز من شعور المستخدم بأنه يتحاور مع أشخاص يشاركونه ذات المكان، جاء هذا بعد خمسة أشهر من تقدير قيمته السوقية بأربعة مليارات دولار وفقاً لرويترز، بدأت الأسئلة تتحول من تخمين إمكانية نجاح التطبيق إلى تحليل أسباب نجاحه، البعض عزاها إلى مستوى الطرح النخبوي الجاد والقيمة المعرفية والفكرية التي ارتبطت بصورته الذهنية لدى المستخدمين، وهي صورة تشكلت منذ بدايات التطبيق واقتصارها على دعوة أشخاص بعينهم، الأمر الذي يبدو مسؤولاً عن رسم الطابع العام لمحتوى النقاشات على



يد قاعدة موثوقة من المتحدثين، يعرف الجمهور اليوم أن «كلوب هاوس» مصنوع من مادة مختلفة تماماً عن «تيك توك» مثلا، كما يمكن اليوم دعوة الأكاديميين والمفكرين إليه بنفس انطباع الموثوقية المقترن بدعوة الاستضافة في ندوة جامعية أو حلقة تلفزيونية، لم يكن هذا الانطباع ليحدث غالباً في حال أتيحت أتاح الفرصة للجميع منذ اليوم الأول.

ما بعد الراديو والبودكاست معاً

كل هذه العوامل التقت في «كلوب هاوس» لتصنع منه أحدث جيل من وسائل الإعلام المسموعة، متميزاً على الإذاعة بأن الجمهور لم يعد متلقياً فقط وإنما هو المعد والمقدم الذي يعمل على مدار الساعة لمناقشة موضوعات تهم الجميع تقريباً، كما تميز هذا النمط على برامج البودكاست بوجود عنصر التفاعل المباشر بين المتحدثين، فيما وجد فيه الصحفيون والإعلاميون منصة نقاشية تتسم بسقف أعلى من حرية الطرح، وبيئة جاذبة لاكتشاف الأفكار ومناقشتها والحصول على مواد صحفية ثرية، وعلى الرغم من أن طبيعة الغرف الحوارية لا تسمح بالاحتفاظ بتسجيل للحوار، إلا أن قيمة ما يتم تناوله وأهمية الضيوف دفعت بعض منظمي هذه الندوات إلى تسجيلها بأنفسهم وإعادة بثها عبر منصات كاليوتيوب، وذلك بالتنسيق مع المشاركين، الأمر الذي ساهم في إثراء المحتوى الثقافي والإعلامي والفكري والمعرفي بشكل كبير، بل إن بعض حسابات تويتر باتت تخصص تغطية يومية لندوات «كلوب هاوس».

تحقيق الشعبية لا يعني بقاءها

رغم أن جزءاً من شعبية هذا التطبيق يتعلق بطبيعته، إلا أننا لا نستبعد كذلك ميل الجمهور الفطري لتجربة ما هو جديد، ولو على سبيل مواكبة العصر، كما أن أحداً لا يستطيع منع المستخدم من عقد المقارنات بين تطبيق وآخر، حتى في ظل الاختلاف النوعي بينهما، وعلى الأرجح فقد كان للعناصر السابقة دورها في لفت انتباه موقع مثل «تويتر» قد يكون لديه تخوف مشروع من فقدان جاذبيته لدى الجمهور بعد قرابة 15 عاماً على انطلاقه، وهذا لا علاقة له بالضرورة بالمثالين الأشهر في عالم «من لا يواكب التطور

سيخسر السوق» وهما «كوداك» و«نوكيا»، ولكن له علاقة غالباً بفهم طبيعة الإنترنت والتحولات السريعة في الفضاء الرقمي وعلى مستوى الثورة التقنية المنطلقة بسرعة غير مسبوقة لتمنح المستخدمين أسلوب حياة أذكى، ولتقدم لهم فائدة أكبر في وقت أقل، لا يمكننا استبعاد أن يأتي يوم يكون فيه وقت كتابة التغريدة أطول مما يجب بالنسبة للمستخدمين، فضلاً عن النقاش حولها، والدخول في كل وسم والتعليق عليه، في وقت تتحدث فيه الطروحات عن ضرورة استعادة وقت وتركيز الإنسان من التشتت الناتج عن وسائل التواصل الاجتماعي.

التغريد بالصوت» قبل أن يفوت الفوت»!

مع صعود نجم «تويتر» كان الاختصار هو بطل هذه القصة، أن تكتب عبارة موجزة عن موضوع ما، أو تقرأ خبراً موجزاً عن موضوع آخر، هذه الميزة بدأت تتراجع حينما أتاح التطبيق للمغردين حروفاً أكثر للكتابة، المغردون أنفسهم ابتكروا فيما بعد سلسلة التغريدات المتواصلة المعروفة بـ «ثريد»، بل إنهم درجوا على أن يرفقوها بالجملة الشهيرة «إذا ماكنت فاضي.. فضلها وارجع لها بعدين»، وهي الجملة التي تكشف على بساطتها المأزق الذي دخل فيه التطبيق الشهير وهو أنه أصبح يستغرق وقتاً أطول مما يجب بالنسبة للمستخدمين، فضلاً عن أن قراءة المحتوى المطول هي ليست أفضل ما يمكن للكثيرين فعله ونحن نتحدث عن عصر السرعة.

يحدث هذا التراجع في «تويتر» مع صعود تطبيق «كلوب هاوس» كمنصة تستهلك جهداً أقل من المستخدم، فهو لن يكون مضطراً للقراءة أو الكتابة، ولكنه سيستمع فقط في أغلب الأحوال، وسيكون هذا الاستماع متسقاً مع أدائه للرياضة أو ممارسته لحياته اليومية، كما أن المستخدم نفسه يستطيع أن ينشئ غرفة يتحدث فيها عن ما يشاء للمهتمين، فيستطيع بذلك تقديم قدر أكبر من المحتوى مقارنة بما كان سيكتبه، ودون أن يستغرق ذلك وقتاً طويلاً كوقت الكتابة، بل أنه يستطيع النقاش الفوري مع الأشخاص المعنيين، هذه المزايا جميعها جعلت «تويتر» يتحرك في مارس 2021 ليعلن عن إطلاق تجربة مطابقة للحوارات الصوتية في «كلوب هاوس» ولكن تمت تسميتها «مساحات»، بعد ذلك بشهر فقط تحدثت بلومبيرج عن أن تويتر قد خاض محادثات مع مطوري «كلوب هاوس» لشراء التطبيق، ولكنها فشلت.

الرمال المتحركة في الفضاء الرقمي

حتى لو نجحت هذه المفاوضات فهي لن تغير حقيقة واضحة هي أنه «لا قواعد ثابتة في عصر الإعلام الرقمي»، فبجولة سريعة يمكننا أن نتأكد أن الواقع الافتراضي لا يوفر الأرضية الصلبة دائماً حتى حين يتعلق الأمر بأقدام الشركات العملاقة، فشركة غوغل نفسها لم تنجح في إعادة إنتاج تجربة فيس بوك عبر تطبيقها «غوغل بلس»، في حين لم يكن مارك زوكربيرغ وفريقه يتوقعون أن النمط الاختزالي الذي قدمه تويتر سيتسبب في هجرة الملايين من مستخدمي منصة «فيس بوك»، ولا تتوقف الأمثلة عند حد معين، فنجومية «زووم» مثلاً خلال جائحة كورونا دفعت ب «فيس بوك» و«غوغل» لابتكار نماذج مشابهة، تماماً كما فعل «تويتر» حين استلهم تجربة «كلوب هاوس»، بل إن صحف عالمية تحدثت عن أن «زووم» نفسه دخل في مأزق تراجع الإقبال عليه نتيجة لتعافي العالم من الجائحة والعودة للحياة الطبيعية.

هذه التجارب، لا تستثني أحداً، بما في ذلك «كلوب هاوس» نفسه، فقد مر التطبيق خلال أسابيع قليلة من بدايته بأزمة حقيقية كانت كفيلة بتغيير مساره كلياً، تمثلت في انتشار أخبار عن مشكلات تتعلق بحفاظه على خصوصية المستخدمين، وقد عاودت هذه الجدلية الظهور أكثر من مرة، كان من أبرزها ما نشرته مواقع إخبارية في أبريل الماضي نقلاً عن تقرير ورد في موقع «سايبر نيوز» المختص بالتقنية، والذي أكد تسريب بيانات قرابة 1.3 مليون مستخدم للتطبيق في مواقع لقراصنة الإنترنت، كما أن هذه الإشكالية مثلت سبباً كافياً للبعض لتجنب الدخول إلى «كلوب هاوس» فيما مثلت كذلك جزءاً مهماً من مسوغات كونه تطبيقاً لا يمكن استخدامه حتى يومنا هذا في دول مثل سلطنة عمان والأردن والصين، ومشكلة كهذه قد لا تعيق استمرارية «كلوب هاوس» واتساع جماهيريته على الأرجح، ولكن يمكن أن تكون بمثابة عنصر تفوق لمنافسي التطبيق الذين سيقدمون ضمانات الخصوصية اللازمة وفي مقدمتهم «تويتر» الذي يمكنه كذلك الاعتماد على تطوير التجربة الصوتية التي يقدمها لقاعدة مستخدميه التي تزيد على 300 مليون مستخدم نشط حول العالم.

في جانب آخر، لم يكن تسرب البيانات المشكلة الوحيدة بالنسبة لمستخدمي «كلوب هاوس» الذين عبّر الكثير منهم عبر وسائل التواصل عن امتعاضهم من إساءة استخدام حرية الطرح خلال الحوارات الصوتية، وذلك بعد أن تكررت عدة حالات من التجاوز غير المقبول نتيجة اعتقاد المشاركين بأن المنصة توفر حرية مطلقة على مستوى الموضوعات وأسلوب مناقشتها، في حين أعلن مستخدمون توقفهم عن استخدام «كلوب هاوس» وطالب آخرون بحجبه في حال عدم التزام مستخدميه بأي ضوابط أخلاقية أو مواثيق إعلامية، أو حتى بقواعد منع الإساءة التي تطبقها منصات أخرى على مستخدميها بل وتربطها باستمراريتهم في التطبيق، والتي أسهمت في الحد من المخالفات والتجاوزات تجاه الآخرين أو تجاه قيمهم ومعتقداتهم.

المفاجآت في خدمة المتلقي

أخيراً، لو كان هذا التقرير يتحدث عن شيء اسمه «كلوب هاوس» قبل عامين فقط فربما سيكون للأمر علاقة بأندية كرة القدم أو نصائح حول بناء المنازل وليس بتطبيق رقمي جديد يتحدث فيه الملايين في مئات الآلاف من الغرف في هذه اللحظة، وهذه المفارقة تحديداً هي ما تجعلنا نستشعر عنصر المفاجأة في لعبة الإعلام ونلمس أن اتصالها المباشر بثورة التقنية والمعلومات لا يثري المحتوى فقط بل ينوّع أدوات طرح هذا المحتوى، فالساحة تتسع دائماً للاعبين جدد بمهارات نوعية قادرة على جذب الانتباه، والرابح الأكبر دائماً، هو المشاهد والقارئ والمستمع.

بعد اجتماع استثنائي لاتحاد كأس الخليج العربي

تأجيل بطولة «خليجي 25» إلى ما بعد كأس العالم

إذاعة وتلفزيون الخليج - خاص

أعلن اتحاد كأس الخليج العربي لكرة القدم، الاثنين 20 سبتمبر 2021، عن تأجيل بطولة «خليجي 25» إلى يناير 2023م.

جاء ذلك في بيان مقتضب نُشر عبر الحساب الرسمي للاتحاد في «تويتر» قال فيه: «قرر الاجتماع الاستثنائي للجمعية العمومية لاتحاد كأس الخليج العربي تأجيل بطولة خليجي 25 إلى شهر يناير من عام 2023».

ويأتي تأجيل بطولة كأس الخليج (25) لكرة القدم، إلى ما بعد كأس العالم 2022، بدلاً من موعدها المحدد مسبقًا في 24 ديسمبر 2021، والتي كان من المقرر إقامتها في مدينة البصرة العراقية.

واعتمد المكتب التنفيذي لاتحاد كأس الخليج العربي لكرة القدم خلال اجتماعه الاستثنائي لائحة المسابقات، وناقش آخر مستجدات «خليجي 25» واطلع على تقارير لجنة التفتيش التي زارت البصرة وملف ملاعب البطولة، ومقر سكن الوفود المشاركة.

وتناقلت وسائل إعلام رياضية خليجية أن سبب التأجيل يعود إلى حاجة البصرة إلى مدة أطول لإكمال بعض متطلبات الاستضافة، إلى جانب ضغط الروزنامة للمنتخبات الخليجية خلال الفترة المقبلة، من مشاركات في التصفيات الآسيوية، وكأس العرب، إضافة إلى الدوريات المحلية، ودوري أبطال آسيا.

العراق 2021

دورة كأس الخليج العربي ٢٥

The 25th Arabian Gulf Cup

وكان اختيار اتحاد كأس الخليج العربي لتنظيم البطولة في العراق قد تم في أبريل 2021، وذلك بعد انسحاب قطر من استضافتها، لتكون هذه المرة الثانية التي يستضيف العراق فيها البطولة، وكانت الأولى في عام 1979.

ويأمل العراقيون ألا تتعثر استضافتهم لبطولة «خليجي 25» بعد أن اختير بلدهم للاستضافة في الأربع نسخ الماضية، إلا أن عوامل عديدة نقلت البطولة بسبب عدم الجاهزية، أو إيقاف النشاط الدولي للعراق من قبل «فيفا».

حقق البطولة في نسختها الأخير منتخب كرة القدم البحريني في 2019، وتقام البطولة كل عامين بإشراف اتحاد كأس الخليج العربي والذي يضم ثمان منتخبات تمثل دول مجلس التعاون الخليجي إضافة لمنتخبي العراق واليمن.

الإمارات والسعودية وعمان للجولة الثالثة

منتخبات كرة القدم الخليجية في تصفيات كأس العالم 2022

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - خاص

تأهلت ثلاث منتخبات خليجية للجولة الثالثة من التصفيات المؤهلة لنهائيات كأس العالم 2022، هي منتخبات الإمارات والسعودية وعمان، بينما غادر المنافسة خلال الجولة الثانية من التصفيات منتخبي البحرين والكويت، فيما يضمن المنتخب القطري مقعده في البطولة باعتباره ممثل الدولة ا لمستضيفة .

وقسمت المنتخبات المتأهلة للجولة الثالثة في مجموعتين رئيسية، تتضمن كل مجموعة ست منتخبات للعب بنظام الذهاب والإياب.

وحتى نهاية سبتمبر 2021م لعبت كل المنتخبات مباراتين، حيث يقع المنتخب الإماراتي في المركز الثالث من المجموعة (A)، والتي تتضمن منتخبات إيران وكوريا الجنوبية وسوريا ولبنان والعراق.

ولعب المنتخب الإماراتي مباراتين تعادل في الأولى سلبيًا مع المنتخب اللبناني بلا أهداف، ومع المنتخب السوري بهدف لكل منهما ليحقق نقطتين في رصيده، ويتبقى له ثمان لقاءات.

ويأتي المنتخب السعودي في المركز الثاني من المجموعة (B)، والتي يرافقه فيها منتخب عمان في المركز الرابع، وتتضمن المجموعة منتخبات أستراليا واليابان وفيتنام والصين.

وحصد المنتخب السعودي (6) نقاط بعد فوزه في مباراتين، حيث تغلب على منتخب فيتنام بثلاثة أهداف مقابل هدف، وعلى شقيقه العماني بهدف مقابل لا شيء، بينما حقق منتخب عمان (3) نقاط بعد فوزه على نظيره الياباني.

وتستمر منافسات الجولة الحالية حتى نهاية مارس 2022، وتأمل جماهير كرة القدم الخليجية أن تحرز منتخباتها التفوق الذي يؤهلها للمشاركة في الحدث الكروي العالمي الأبرز.

يأمل الإماراتيون التأهل للمرة الثانية في تاريخ منتخبهم بعد مشاركته الوحيدة في نهائيات كأس العالم في إيطاليا 1990.

فيما يسعى المنتخب السعودي للحضور للمرة السادسة في تاريخه، حيث سبق له المنافسة في خمس نسخ من البطولة منذ 1994، وكان آخرها في مونديال روسيا 2018.

أما المنتخب العماني فيطمح لتسجيل حضوره الأول في المونديال العالمي.

«الهروب الكبير» بين السياسة والإعلام

مجرّي بن مبارك القحطاني

يقال في السياسة «هناك سياسة معلنة وهناك سياسة حقيقية»، ومن يهتم بدهاليز السياسة يعرف أبعادها وتشعباتها والفرق بينهما..

في الإعلام هناك أهداف وانعكاسات لهذه السياسات المعلنة والحقيقية، فالإعلام لا حرية مطلقة فيه، بل له ألف هدف وصورة ووجه..

وكما أن للتحليل السياسي محددات ومعطيات وربط بين الأحداث، فإن للإعلام عدة خيارات وزوايا واتجاهات..

التقاطعات بين السياسة والإعلام تمثلت بشكل جلي خلال ما حدث في العاصمة الأفغانية كابول من انسحاب القوات الأمريكية، الذي وصف بالحدث التاريخي، وما تبعه من اكتساح وسيطرة حركة طالبان على الأقاليم والمدن الأفغانية بسهولة ودون مقاومة، وما تلاه من مشاهد فوضوية وإنسانية مؤلمة وصف بالهروب الكبير من مواجهة المستقبل في بلد عُرف بالتناقضات والتنازعات وتعدد الزعامات..

المشاهد التي نقلها الإعلام كانت متناقضة كما هي المواقف السياسية المعلنة بأن تحديد العلاقات والخطوات القادمة ستقرر بناء على أفعال حكومة طالبان، وكأن الذاكرة نسيت أشهرًا من اللقاءات المباشرة خلف الأبواب المغلقة لتحديد المستقبل ورسم الأهداف.

فالجانب الإعلامي عكس اهتمام كل طرف، فهناك من ركز على الفوضى وتعلُّق الهاربين بعجلات الطائرات وتسلُّق أسوار مطار كابول، والانسحاب العسكري بعد سنوات طويلة من الحروب وإنفاق مئات المليارات من الدولارات، والدهشة من حجم ونوعية الأسلحة المبقاة في مخازنها، وإجلاء الآلاف عبر وفي عدة بلدان من العالم..

وفي الجانب الآخر كانت هناك اهتمامات إعلامية هدفها تحسين الصورة ونقل الاحتفالات في الشوارع والزوايا المحددة والتركيز على وجوه النساء الأفغانيات وكأنهن في طرق باريس أو شوارع نيويورك، بينما المشهد الحقيقي مختلف عن ساحة العرض، وكأنها إعادة تسويق وتأهيل بالرغم من أن التفاصيل مرسومة والأهداف محددة..

لكي نفهم علينا الإيمان بأن السياسة هي فن الممكن، وأن الإعلام مرآة للمواقف والمصالح، وانعكاس للسياسة، أيًا كان نوعها الحقيقي أو المعلن..

لا شيء يدوم على حال، ولا شك أن أفغانستان منطقة مهمة جغرافيًا وسياسيًا واقتصاديًا، وساحة متقدمة لصراعات قوى العالم..

وقد يكون من أبرز تفاعلاتها أن إبقاء عدم الاستقرار على حدودك يشكّل تحديًا مستمرًا ومتجددًا، واستنزافًا مؤثرًا في معادلات القوة والنفوذ..

تلخيصًا للمشهد السياسي والإعلامي هناك مثل منقول أعجبني يقول:

«الإنسان لا يعبر النهر بزورقين»..

والأكثر دقّة ما قاله الفنان الكبير يوسف وهبي: «وما الدنيا إلا مسرحُ كبير»، والستارة لم تسدل حتى الآن.. بل قد يكون المسرح دون ستارة!!

قريباً

المسابقة الكبرى

لاكتشاف المواهب في مجال التصوير

لابرز معالم ومدن وآثار دول مجلس التعاون

تابعونا على

www.gcc-grt.org.sa

عرب سات
ARABSAT
عالمنا... عالمكم.
Our world. Your world.

Arabsat BADR-7 @ 26°E, with unparalleled market specific beams covering the Middle East and Africa

with unrivaled Ku and Ka-band payload and a special Ka-band mission tailored to deliver broadband services from satellite.

يتمتّع بدر- ٧ @ 26 شرقاً، بتغطيات
خاصّة لا مثيل لها تغطي منطقة
الشرق الأوسط و أفريقيا