

الخليج

إداعة وتلفزيون

منتدى الإحصاء الخليجي
يضع خارطة طريق
معلوماتية

الحدّ من فوضى
الممارسات في المؤتمر
الدولي الثاني للإعلام

مركز الأمير
سعود الفيصل
للمؤتمرات

تخليد خليجي
لاسسم عميد وزراء
الخارجية وفارس
الدبلوماسية





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.

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



Multi-Spot
Beams in
Ka-band

30

Transponders in
Ku-band



www.arabsat.com

ولنا كلمة

يومًا بعد يوم، يثبت مجلس التعاون لدول الخليج العربية سيره بخطى ثابتة، جعلت منه كيانًا راسخًا، ونموذجًا متفردًا في تطبيق وتحقيق المفهوم الصحيح لـ «الاتحاد».

لذا، كانت «الإطالة» الأولى لملف «خليجنا واحد» فرصة مواتية لاستعراض العناوين الرئيسة لما حققه العمل الخليجي المشترك من نجاحات حتى الآن.

ولأن هذا الكيان المعطاء مجبول أهله على الوفاء، فقد عشنا ووثقنا من خلال هذا العدد حفل تدشين مركز الأمير سعود الفيصل للمؤتمرات، حيث كانت مشاعر الحب والتقدير والاعتزاز عنوانًا بارزًا ليوم الثلاثين من مارس 2017م.

وما بين العطاء والوفاء، يأتي نشاط هنا وحراك هناك، لتتقد العقول طمعًا في إنارة طريق المستقبل لأجيال شابة تنتظر من العمل الخليجي المشترك فكرًا ملهمًا ورأيًا داعمًا، فكان «منتدى الإحصاء الخليجي الأول» و«منتدى الدبلوماسية والاتصال الحكومي» نموذجين للعصف الذهني المثمر، حبًا وعملاً.

أما ملفنا الخاص لهذا العدد فقد تمّ تخصيصه لحدث إعلامي أكاديمي واكب مستجدات الإعلام الحديث وطرح أهم التحديات التي تواجه الإعلام التقليدي، وهو «المؤتمر الدولي الثاني للإعلام» الذي نظّمته جامعة الملك سعود بالرياض، تحت عنوان «البيئة الجديدة للإعلام التفاعلي في العالم العربي» واستضافت من أجله عددًا من الباحثين، الذين قدموا خلاصة دراساتهم التي ستسهم بلا شك في تطوير المحتوى الإعلامي.

وبين هذا وذاك، مقالات لأسماء إعلامية تحمل رؤى وأفكارًا تصبّ في صميم العمل الإعلامي، بالإضافة للدراسات العلمية المتخصصة ذات القيمة العميقة.

ومن خلال التبويب الجديد والإخراج المتطور الذي تصافحكم به مجلة «إذاعة وتلفزيون الخليج» في هذا العدد، يحدونا أمل كبير في أن يحوز العدد على رضاكم، شكلاً ومضموناً، وعلى الخير نلتقي دائماً.



108

رئيس التحرير

مجري بن مبارك القحطاني

مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج

مدير التحرير

عبد الله علي القط

الهيئة الاستشارية

أ.د. عبد الرحمن الشاعر

د. أحمد الضبيبان

أ. حسن بن علي الشيخ

التحرير

فواز الريس

هيثم السيد

محمد القحطاني

الاتصالات الإدارية

عبد الله الحبشي

علي ثابت

سامي ناصر

الجرافيك والإخراج الفني

مروان غالب اليزيدي

المراسلات

ص.ب 6802 الرياض 11452

المملكة العربية السعودية

فاكس: +966 11 8109899

magazine@gulfvision.org.sa

الموقع على الإنترنت

www.gulfvision.org.sa

هاتف المجلة

+966 11 8109771

الرقم المعياري الدولي

ردم: 1403 - 1319 - الإيداع: 0485/14

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

المحتويات Contents

خليجنا واحد

4 مسيرة إنجازات
للرضاء الطموحات

مقالات

15 أخلاقيات البث الإعلامي

19 فرقعات التدريب الإعلامي

23 الإعلام وقضايا الاتجار في البشر

45 الإعلام .. وصناعة الحدث

63 الثقافة الإعلامية

72 زمن جديد .. إعلام جديد

73 حقائق رمادية

متابعات

20 منتدى الدبلوماسية العامة

24 المنتدى الإحصائي الخليجي الأول

دراسة

28 القبائل الإلكترونية منظور رابع
للتفاعلية في الوسائط الاتصالية
الجديدة

34 الصحافة المتخصصة في مجال
تكنولوجيا المعلومات

ملف خاص

34 المؤتمر الدولي الثاني للإعلام

حوار

56 عايذة طاهر: أنا حكاية في (محرار)

تكنولوجيا

60 «ياه سات» الاماراتي

و «سهيل» القطري

64 ما العمل إن هاجر الأطفال

شاشة التلفزيون

66 معرض (كابسات) تظاهرة

إعلامية دولية تحتضنها دبي

الرياضة

68 التعصب في الإعلام الرياضي

ظاهرة والحل في القانون



10 تدشين مركز الأمير سعود
الفصل للمؤتمرات



16 تنظيم دورة تدريبية حول
«توظيف الأجهزة
الذكية في إنتاج البرامج
التلفزيونية»



46 الثقافة في منصات
التلفزة
والإذاعات الخليجية ..
خلل التعريف أم غياب
التوظيف



في تقرير الأمانة العامة لعام 2016 لحصاد العمل الخليجي المشترك

مسيرة إنجازات تسعى لإرضاء الطموحات



|| هيثم السيد - الرياض

فيما يدخل العالم منعطفات تاريخية تواكبها تحولات غير مسبوقة في الشكل السياسي والاقتصادي والاجتماعي في كثير من الدول، يرسخ مجلس التعاون لدول الخليج العربية وجوده بمزيد من أسباب الثبات والاستدامة، مستمداً من العمق الثقافي والهوية المشتركة لشعوبه دافعا متجدداً لتكريس هذه التجربة الناجحة، بل والدفع بها نحو أقصى درجات التكامل، وصولاً إلى مرحلة الاتحاد بين دول المجلس التي بدأت بعض القوانين والأنظمة التجارية في العالم تدرجها ككيان واحد هو «مجلس التعاون».





أعمال الدورة السابعة والثلاثين للمجلس الأعلى لمجلس التعاون لدول الخليج العربية



كشفت السنوات الماضية عن درجة عالية من الحكمة والثقافة السياسية التي تعاملت بها قيادات المجلس مع تحديات المنطقة

ونقلة نوعية في طبيعة أعمال قطاع الشؤون الاقتصادية والتنمية، ولمساهمة القطاع في دعم مسيرة العمل الخليجي المشترك، وذلك باعتبار المجلس كيان إقليمي له وجوده لدى المنظمات العالمية على غرار الاتحاد الأوروبي، كما يُعدّ تطبيقاً لأهم أهدافه وهو توحيد الأنظمة والسياسات والإستراتيجيات في المجالات التجارية المختلفة، وصولاً إلى التكامل الاقتصادي التام بين دول المجلس.

شراكات إستراتيجية مع دول ومجموعات إقليمية ودولية

يرى كثير من المراقبين أن ثمة نقلة نوعية حدثت خلال العقد الماضي في تعامل مجلس التعاون مع العالم الخارجي، ففي فترة التأسيس كان التركيز كما هو مطلوب، على تعزيز التعاون والتكامل والترابط بين دول المجلس

ششهد يوم الثلاثاء 6 ديسمبر 2016م انعقاد الدورة السابعة والثلاثين للمجلس الأعلى لمجلس التعاون لدول الخليج العربية في مملكة البحرين، حيث تم الوقوف على أبرز منجزات العام 2016م، الذي كان من أكثر الأعوام نشاطاً وتأثيراً في تاريخ مسيرة عطاء حافل لم يتوقف منذ الجلسة التي عقدت بتاريخ 25 مايو 1981م، معلنة من أبو ظبي عن انطلاق أولى دورات مجلس التعاون لدول الخليج العربية الرسمية، وإن كان المجلس قد حقق في العقود الماضية منجزات لا ينكرها العقل ولا تخطئها العين، إلا إن السنوات القليلة الماضية كشفت عن درجة عالية من الحكمة والثقافة السياسية التي تعاملت بها قيادات المجلس مع تحديات المنطقة، حيث نجح الأشقاء بالدول الست في تحويل هذه التحديات إلى حوافز لمزيد من العمل المشترك وتطوير العلاقة فيما بينهم من ناحية، وما بين المحيط الإقليمي والدولي من ناحية أخرى.

وليس من قبيل المصادفة أن يتجه مجلس التعاون نحو أكثر مراحل اتحاداً وتكاملاً، فيما يتجه كثير من الدول والتكتلات إلى التشظي والانقسام، بل إنه أصبح قوة متكاتفه لها مكانتها وتأثيرها العالمي بما يمهّد لمستقبل يواكب المستجدات الإقليمية والدولية، وذلك من خلال تعميق مسيرة مجلس التعاون وغرس مفهوم المواطنة الخليجية، والعمل الجاد في تنسيق وتطوير مختلف المجالات الاقتصادية، والسياسية، والعسكرية، والأمنية، والاجتماعية، والتعليمية، والإعلامية والثقافية، والبيئية، والرياضة والشباب، وغيرها.

لقد حققت مسيرة المجلس إنجازاً متمثلاً في قيام منظمة التجارة العالمية بنشر مجموعة من الإخطارات الموحدة باسم كل دول المجلس تحت مظلة «مجلس التعاون لدول الخليج العربية»، ويعدّ هذا الحدث مرحلة متقدمة



واقع العمل المشترك بين دول المجلس استمد قوته من منجزات هذه الدول وخبرتها محافظًا على العراقة التاريخية والأسس الموضوعية

تكامل عسكري وأمني .. قوة حماية الاستقرار

لأن الاستقرار يقوم على ترسيخ القوة وتطوير كفاءة الاستعداد ووسائل المواجهة، فقد كان عام 2016م حافلًا بالتعاون في المجال العسكري، فقد شهد تحقيق عدد من الإنجازات التنسيقية والتنظيمية والتنفيذية، ومنها إعداد الخطة الزمنية لتنفيذ رؤية خادم الحرمين الشريفين، ومحاوّر التكامل الدفاعي، وإقرار النظام الجديد للجانب العسكرية، مع متابعة وتنظيم هذه اللجان، كما أعدت الإستراتيجية الموحدة للأمن السيبراني لدول المجلس بدراسة تنسيق شراء الأسلحة والمعدات والأجهزة وصنوف الذخائر، وتوحيد المواصفات للمنظومات العسكرية.

أما على الصعيد الأمني، فقد استمرت مسيرة العمل المشترك تسير بخطى ثابتة ومتناسقة بين كافة الأجهزة الأمنية ذات العلاقة في وزارات الداخلية بدول المجلس، مع استمرارها في تقديم الدعم لكل ما يخدم هذا المجال الحيوي الحساس وزيادة فاعلية التنسيق والاتصال بين الأجهزة الأمنية، ورفع مستوى التعاون الإقليمي والدولي في مجال مكافحة الجرائم، ودعم وتعزيز الجهود بين الدول الأعضاء في مجال مكافحة الإرهاب.

تخطيط مشترك لاقتصاد متنوع وتنمية شاملة

استمر تعاون دول المجلس في مجال التخطيط والتنمية ليسير بخطوات ثابتة نحو تحقيق الغاية المحورية لإستراتيجية التنمية الشاملة المطورة بعيدة المدى لدول مجلس التعاون خلال الفترة من عام (2010 - 2020م)، والتي تتمثل في تحقيق مسيرة تنمية مستدامة ومتكاملة لدول المجلس في كافة المجالات، وفي هذا السياق تمّ تطوير التقرير الموحد (لمتابعة تنفيذ الإستراتيجية في الدول الأعضاء)، بحيث يتضمن تحليلًا إحصائيًا ورسومًا بيانية وعمل مقارنات بين الدول.

وشهدت المرحلة الماضية كذلك، عملاً ملموساً على مواءمة الخطط الوطنية بما يسهم في تفعيل العمل الخليجي المشترك مع أهداف التنمية المستدامة، كما تمّ إدراج موضوع الاقتصاد القائم على المعرفة ضمن أولويات عمل اللجنة الوزارية للتخطيط والتنمية

نفسها، وبعد أن توثق التكامل الاقتصادي بقيام الاتحاد الجمركي والسوق الخليجية المشتركة، وغيرهما من آليات التكامل بين دول المجلس، أصبح الوقت مناسباً لتعزيز وتطوير العلاقات الإستراتيجية والاقتصادية والثقافية مع الدول والمجموعات الأخرى، وذلك من خلال عدد من الآليات التي تم تطويرها في السنوات الأخيرة.

وقد حرص المجلس منذ إنشائه على تعزيز وتطوير علاقاته الاقتصادية والتجارية مع أهم شركائه التجاريين، وسعى إلى تطوير هذه العلاقات من خلال عدة آليات أهمها الحوار الإستراتيجي، والاتفاقيات الإطارية، والتعاون الفني، ومفاوضات التجارة الحرة، كما انتقل المجلس إلى مراحل جديدة من تعزيز روابط الإخوة مع عدد من الدول العربية الشقيقة، وذلك بتوقيع اتفاقيات شراكة إستراتيجية عبر مجالس تنسيق عالية المستوى لها خطط وبرامج عمل مشتركة تهدف إلى تحقيق علاقة نموذجية مع هذه الدول في مختلف المجالات.

لقد شهد عام 2016م، المضي قدماً في شراكات إستراتيجية مع دول عربية شقيقة، فتم الاتفاق مع المملكة الأردنية الهاشمية على تعزيز البرامج المشتركة المتفق على تنفيذها خلال الفترة من (2013 - 2018م)، كما جدد المجلس شراكته الإستراتيجية مع المملكة المغربية، والتي تمّ ترويجها بقمة جمعت أصحاب الجلالة والسمو قادة دول مجلس التعاون وصاحب الجلالة الملك محمد السادس ملك المملكة المغربية في مدينة الرياض يوم الأربعاء 20 أبريل 2016م، في حين يواصل المجلس دوره المستمر في دعم الجمهورية اليمنية من خلال المشاركة في المسارات السياسية والإغاثية والإنسانية، ووضع الأسس التي تتطلبها مرحلة إعادة الإعمار بالتعاون مع الحكومة الشرعية والمنظمات الدولية.

أما على الصعيد الدولي، فقد جدد المجلس شراكته الإستراتيجية مع الولايات المتحدة الأمريكية، والتي تمّ ترسيخها عبر عدة لقاءات وزارية رفيعة المستوى كان أبرزها لقاء كامب ديفيد 2015م، والذي تشكلت من خلاله عدة مجموعات تنسيقية في عدة مجالات كالإقتصاد، والاستثمار المتبادل، والتدريب الأمني، والعسكري، ومحاربة الإرهاب، كما استمر التعاون المشترك مع المملكة المتحدة استكمالاً لأول حوار إستراتيجي بين الطرفين انطلق في عام 2012م، حيث يتوقع أن تسهم هذه الشراكة في تحقيق التنوع الاقتصادي ودعم خطط التحول الوطني، بالإضافة إلى الحوارات الإستراتيجية والمجالس الوزارية والخطط والبرامج التي يجري تنفيذها فعلياً مع كل من فرنسا، أستراليا، اليابان، كندا، تركيا، روسيا، والصين، فإن المجلس واصل اجتماعاته الوزارية السنوية مع الاتحاد الأوروبي في تكريس لشراكة تعود إلى عام 1988م، وتعنى بالتنسيق السياسي، والاقتصادي، ومناقشة القضايا الإقليمية، وكان آخر اجتماعات الطرفين في الدورة الـ (25) للمجلس الوزاري المشترك بين مجلس التعاون والاتحاد الأوروبي في يوليو 2016م في مدينة بروكسل.

العمل الخليجي المشترك . . تطوير نوعي لقاعدة تعاون تاريخي

سواء نظرنا إلى الخبرة التراكمية والتجربة الممتدة التي أسسها مجلس التعاون لدول الخليج العربية على أرض الواقع على مدى قرابة أربعة عقود، أو نظرنا إلى التطور الحضاري المتزامن في دوله الست، والذي لا ينفصل عن تقدم عالمي مطرد يعززه الازدهار العلمي والتقني، فإن جميع المؤشرات تؤكد أن واقع العمل المشترك بين دول المجلس قد استمد من منجزات هذه الدول وخبرتها ما جعله يدخل مرحلة عصرية ونوعية في آلياته وإستراتيجياته وتطبيقاته العملية، محافظاً في الوقت ذاته على عراقة التاريخ وأسس الموضوعية المتينة.



في المرحلة المقبلة، بالإضافة إلى زيادة التعاون في مجال السياسات السكانية بين دول المجلس حيث تعمل الأمانة العامة على إعداد تقرير تحليلي موجز وموحد للدول الأعضاء عمّا تمّ تنفيذه بشأن محاور الإطار العام للإستراتيجية السكانية.

مواءمة خطط التحول الوطنية والانتقال للاقتصاد المعرفي أولى خطوات المجلس نحو تنمية شاملة ومستدامة

الكهربائي والمائي، هو: الموافقة على اعتماد الإستراتيجية الموحدة للمياه ورفعها إلى المجلس الوزاري، على أن تكون بصفة استرشادية لمدة ثلاث سنوات، ويعاد تقييمها بعد ذلك، ومن جهة أخرى تجري متابعة الحملة الإعلامية للترشيد الكهربائي، والتنسيق بين الدول الأعضاء بشأن حملات التوعية لتبادل الخبرات، وقد تمّ اعتماد دليل جائزة أفضل أداء مميز لإدارة خدمات المشتركين مع التركيز على الجانب الإعلامي للجائزة.

البريد والاتصالات .. مرحلة (خليجي إكسبرس)

اعتمدت لجنة البريد والاتصالات خطة العمل المستقبلية للبريد الخليجي، حيث سيدخل هذا المجال مرحلة من التطوير، مع تبادل الخبرات والتجارب والاستفادة من

أنظمة تساعد بعضها لخدمة التجارة والصناعة

على خطى التجربة الناجحة التي مارستها وزارة التجارة والصناعة في المملكة العربية السعودية في التحول الإلكتروني لتسجيل العلامات التجارية منذ نهاية عام 2013م، فقد طلبت لجنة التعاون التجاري من وزارة التجارة والاستثمار بالمملكة العربية السعودية إعداد دراسة حول إنشاء منصة إلكترونية لتسجيل العلامات التجارية بدول مجلس التعاون، فيما وافقت لجنة التعاون التجاري على مشروع القانون (النظام) الموحد لمكافحة الغش التجاري، كما تمّ إعادة مشروع قانون (نظام) المنافسة الموحد لدول مجلس التعاون.

أما في المجال الصناعي، وتماشياً مع ذلك التوجّه فقد استمر إعفاء مدخلات المنشآت الصناعية من (الرسوم) الجمركية لدول مجلس التعاون لتشجيع الصناعة الوطنية في دول المجلس، وتعزيز قدرتها على المنافسة وتخفيض تكاليفها الإنتاجية، واستمرار الإعفاء للصناعة الخليجية بشكل مطلق من دون تحديد مدة للإعفاء أو تمييز بين تلك الصناعات، بغرض تشجيع الصناعات الوطنية لزيادة قدرتها على المنافسة.

الكهرباء والماء .. استرشاد وترشيد

إدراكاً لأهمية قطاع المياه في دول مجلس التعاون، وتحقيقاً للتنمية المستدامة فيها، فقد كان من أبرز ما تمخضت عنه أعمال لجنة التعاون



تشهد المرحلة المقبلة تحقيق تطلعات مواطني دول المجلس في توفير بيئة آمنة وسريعة للتحويلات المالية بين دولهم

بإدارة فعاليات مشروع ربط أنظمة المدفوعات لحين تأسيس شركة المدفوعات الخليجية.

النقل والمواصلات .. شريان حديدي يفضح الحياة

مما لا شك فيه أن مشروع «السكك الحديدية» لدول المجلس التعاون يمثل نقلة نوعية في مسار التنسيق والتكامل الاقتصادي الخليجي، الأمر الذي جعله يحظى برعاية كريمة من أصحاب الجلالة والسمو قادة دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، والذين يتابعون هذا المشروع الإستراتيجي المهم، ويؤكدون على أهمية إنجازه في الوقت المحدد، وبأفضل المواصفات المتوافرة عالميًا، واتخاذ ما يلزم لتذليل العقبات التي قد تواجهه. أما الخطوة القادمة، فتتمثل في إعداد برنامج زمني يتضمن تفاصيل تنفيذ المشروع، بحيث يتم إقراره بشكل نهائي العام الجاري 2017م، وذلك خلال اجتماعات لجنة وزراء النقل والمواصلات في دول المجلس ولجنة التعاون المالي والاقتصادي.

القدرات بين الدول الأعضاء، وقد تمت دعوة المختصين في مجال تكنولوجيا البريد لمناقشة احتياجات دول المجلس من أجهزة وإمكانات تقنية لإدارات البريد في دول المجلس بشكل موحد، وتمت الموافقة على تشكيل فريق عمل تنسيقي لمشروع (خليجي إكسبرس) والخدمات التي سيتضمنها، مثل: خدمة الطرود، والاستلام من مقر الزبائن، والتسويق بتقديم سلة من الخدمات بدلاً من خدمة واحدة، وتفعيل نظام الشرائح السعيرية لهذا المشروع، حيث سيتم اعتماد (خليجي إكسبرس) في الدول الأعضاء كمنتج رسمي ووحيد لتبادل البعثات البريدية بين الدول الأعضاء، ومن الجدير بالذكر أن دول مجلس التعاون والأمانة العامة تشارك في الاجتماعات وورش العمل التي يعقدها الاتحاد الدولي للاتصالات.

التعاون المالي .. أفكار مبتكرة لتوثيق الارتباط

من أبرز ما ترمّ في مجال التعاون المالي، الموافقة على مشروع النظام الأساسي للهيئة القضائية الاقتصادية، كما ترمّ تكليف الأمانة العامة بالرفع للمجلس الأعلى بمشروع قرار يتضمن الموافقة على تأسيس وبناء نظام ربط المدفوعات في دول المجلس، وتفويض مؤسسات النقد والبنوك المركزية في دول المجلس بتملك وإدارة المشروع، من خلال تأسيس شركة مستقلة تملكها وتمولها مؤسسات النقد والبنوك المركزية في دول المجلس، ومن المتوقع أن تشهد المرحلة المقبلة تحقيق تطلعات مواطني دول المجلس في توفير بيئة آمنة وسريعة للتحويلات المالية بين دولهم، في ظل التوجه نحو تأسيس وبناء نظام ربط لأنظمة المدفوعات في دول المجلس، كما تمت الموافقة أيضًا، على المتطلبات اللازمة لتنفيذ ربط أنظمة المدفوعات في دول المجلس التي أوصت بها اللجنة الفنية لنظم المدفوعات، بالإضافة إلى الموافقة على إنشاء مكتب تنسيقي مؤقت في الأمانة العامة لمجلس التعاون ضمن متابعة وإشراف إدارة المال والنقد بقطاع الشؤون الاقتصادية والتنمية ويتم تمويله من قبل مؤسسات النقد والبنوك المركزية، وتفويضه



اعتماد الدليل الاسترشادي للممارسات الجيدة في التعليم العالي والبحث العلمي في دول المجلس

التنسيق في المجال الصحي

تملك دول المجلس إمكانات بشرية وفنية وتنظيمية تعززها رغبة في تطوير مجال الرعاية الصحية، كما تمتلك هذه الدول تاريخاً ممتداً من التنسيق فيما بينها لتعزيز الواقع الصحي لمواطني دول المجلس وفقاً لأحدث المعايير العلمية والمهنية، وقد شهد العام الماضي جهوداً كبيرة في إقامة فعاليات صحية مشتركة، بالإضافة إلى التنسيق لتوحيد مواقف دول المجلس تجاه القضايا المطروحة على جدول أعمال المؤتمرات والمنظمات الدولية ذات العلاقة بالشأن الصحي، كما تم الانتهاء من وضع تصور مشترك لواقع العمل التطوعي في المجال الصحي في دول المجلس، وتتجلى أهمية تنسيق الجهود، أيضاً، في أهداف التنمية المستدامة ذات العلاقة بالمجال الصحي، حيث سيشهد هذا العام عمل كل وزارة في دول المجلس على رصد المؤشرات الصحية وبلوغ الأهداف الإنمائية على المستوى الوطني.

الثقافة والإعلام .. تراث من العمل المشترك

ظلّ تعاون دول الخليج العربية في المجال الإعلامي واحداً من المسارات الأكثر رسوخاً في ذهن المواطن الخليجي وارتباطاً بوجدانه، وذلك عبر مسيرة من العمل المشترك في إنتاج المحتوى الثقافي والتثقيفي والفني الذي وضع ضمن اعتباراته توثيق التاريخ الخليجي، حتى تحول هو في حد ذاته إلى تاريخ يستحق التوثيق، واستمراراً لهذا التعاون فقد تمّ التدشين الرسمي لإذاعة «هنا الخليج العربي» التي تبث من مملكة البحرين بمساهمة من إذاعات دول المجلس، بهدف تعزيز وتعميق الهوية الخليجية، كما يستمر بث برنامج (خليجنا واحد) من إذاعات دول المجلس للعام الثالث على التوالي، وذلك لاطلاع المستمع في دول المجلس على مسيرة العمل المشترك، في حين تمّ تدشين التطبيق الموحد لوكالات أنباء دول المجلس على الهواتف الذكية، كما استمر التنسيق الثقافي بين دول المجلس في ضوء لقاء وزراء الثقافة الذي عُقد في العاصمة السعودية الرياض في أكتوبر 2016م، معلناً عن منظومة من الفعاليات المشتركة التي تشمل تكريم المبدعين، وإقامة مهرجان للسينما، فضلاً عن إقرار إنشاء قاعدة إحصائيات الثقافة لتوفير بيانات إحصائية خاصة بالمجال الثقافي في دول مجلس التعاون، ويتواصل العمل هذا العام على استكمال هذه البيانات ووضعها تحت تصرف أصحاب القرار.

المواطنة الخليجية في مقدمة الأولويات التربوية

في إطار السعي المشترك لتحسين مخرجات التعليم في دول الخليج العربية، من خلال غرس قيم المواطنة الخليجية في التعليم العام، تمّ تضمين موضوع الهوية الخليجية في الرسائل التربوية والبرامج التعليمية، مع الاستفادة من تجارب الدول الأعضاء في هذا الخصوص، فيما ستقوم وزارات التربية والتعليم في دول المجلس بتزويد مكتب التربية العربي لدول الخليج بما يتوافر لديها من برامج وأنشطة ومشاريع وخطط تتعلق بتعزيز المواطنة، كما سيتم العمل خلال المرحلة الحالية على تحقيق رؤية خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، في تشجيع العمل التطوعي بدول المجلس، من خلال دراسة تجارب وزارات التربية والتعليم في دول المجلس في مجالي العمل التطوعي وخدمة المجتمع، ودعوة وزارات التربية والتعليم في دول المجلس لتشجيع هذه الرؤية في جميع المدارس الحكومية والخاصة مع دعم العمل التطوعي ضمن الأنشطة الطلابية.

ومن الجدير بالذكر أنه قد تمت الموافقة خلال هذا الاجتماع على إنشاء جائزة للمعلم الخليجي تحت مسمى: (جائزة أفضل معلم في دول مجلس التعاون)، وذلك بناءً على مقترح مقدم من معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، لتحفيز وتشجيع المعلمين من مواطني دول المجلس، وإيجاد روح المنافسة لديهم في تطوير وابتكار أساليب ومهارات التعليم لأبنائنا الطلاب في دول مجلس التعاون.

الاستثمار في التعليم .. نحو اقتصاد المعرفة ومجتمعها

الاستثمار في التعليم، مفردة تحضر بقوة ضمن أجندة العمل الخليجي المشترك، لتمثل مساراً مؤدياً إلى تحقيق قيم اقتصاد المعرفة في المستقبل، ولوضع الخطوط الرئيسية لهذا التوجه موضع التنفيذ، فإن هذا العام سيشهد إقامة ورشة (الاستثمار المشترك في التعليم لحصر وتقدير احتياجات دول المجلس من المشاريع المشتركة ذات الجدوى المالية والاقتصادية في المجال التعليمي)، بالتنسيق مع وزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين.

على صعيد آخر، فقد تقرر جمع المبادرات والمبادرات التي أعدتها وزارات التعليم العالي والبحث العلمي في دول مجلس التعاون في هذا الشأن للعمل بها، إضافة إلى استمرار إقامة أنشطة وفعاليات ثقافية ورياضية تهدف لتعزيز المواطنة الخليجية، كما تمّ اعتماد الدليل الاسترشادي للممارسات الجيدة في التعليم العالي والبحث العلمي في دول المجلس مع إقرار الضوابط والمعايير الخاصة بمعادلة شهادات التعليم العالي للتخصصات الطبية والصحية، والموافقة على إنشاء مكتب لإدارة الشبكة الخليجية لضمان الجودة في التعليم العالي في الأمانة العامة.

ميداليات الثقافة .. محو الأمية البدنية

يستمر العمل الخليجي المشترك في تحقيق التعاون والتكامل الرياضي، غير أن السمة البارزة في هذا القطاع تمثلت في حس الابتكار الذي تميزت به العديد من المبادرات، ويكفي أن نتحدث هنا عن مشروع (محو الأمية البدنية الخليجية) الذي تتم دراسته حالياً، أو عن مبادرة سمو الشيخ أحمد بن محمد ابن راشد آل مكتوم بشأن الرياضة المدرسية، بالإضافة إلى دراسة مقترح مشروع إنشاء لجنة العمل التطوعي في المجال الرياضي، وكذلك تفتت الموافقة على إقامة دوري خليجي لنخبة الأندية في الألعاب الرياضية، والموافقة، أيضاً، على الاقتراح المقدم من معالي الشيخ طلال بن فهد الأحمد الجابر الصباح، بإضافة ميداليات للثقافة والفنون في الدورات المجمععة للألعاب الرياضية في دول المجلس والبدء في العمل بها في الدورات القادمة.

|| هيثم السيد ومحمد القحطاني - الرياض

لم يكن شهر مارس قد انتهى تمامًا عندما تمّ تدشين مركز الأمير سعود الفيصل للمؤتمرات في مقر الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية في مدينة الرياض، حيث حانت هذه اللحظة في الشهر ذاته الذي وقف فيه الوزير الراحل في المكان نفسه قبل عشرة أعوام مستخدمًا تعبير (الأهداف الثابتة والمستمرة) كعنوان للحديث عن تعزيز مسيرة التعاون الخليجي، داعيًا حينها إلى ترسيخ المواطنة الخليجية وتأكيد دورها في بناء اقتصاد خليجي متين و موحد.

مركز الأمير سعود الفيصل للمؤتمرات تخليد خليجي لاسم عميد وزراء الخارجية وفارس الدبلوماسية

قائد محنك في ذاكرة أبدية

نجحت فقرات حفل الافتتاح في استعادة المحتفى به في ذهن الحاضرين في مقر الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، حيث تضمن عرض فيلم وثائقي بعنوان: «فارس الدبلوماسية»، وعرضًا مرئيًا بعنوان: «المبنى والمعنى»، وفيلم قصيدة «رجل كأمة»، والتي توضح مواقف وأدوار الأمير سعود الفيصل، رحمه الله، غير أن اللحظة الأكثر تأثيرًا كانت ذلك التصفيق الحار المعبر عن تقدير جم مع إزاحة الستار عن اللوحة التذكارية التي تحمل صورة سعود الفيصل، رحمه الله، أمام وزراء الخارجية في دول مجلس التعاون، وصاحب السمو الملكي الأمير تركي الفيصل بن عبد العزيز، رئيس

قبل ذلك الموقف وبعده، استضاف مقر الأمانة لقاءات عديدة بحضور سعود الفيصل، رحمه الله، الذي ظل يؤكد فيها دائمًا على توحيد المواقف الخليجية حيال أكثر ملفات العالم والمنطقة تعقيدًا، فقد استمر الوزير المحنك يلتقي نظرائه الخليجيين في مقر الأمانة على مدى ثلاثة عقود شهدت الكثير من أحداث السياسة وتحولاتها، حتى أصبح من الممكن القول: إن تلك القاعة قد شغلت حيزًا في سيرة الوزير الراحل، ومن هنا، جاء يوم الخميس الموافق 30 مارس 2017م، معلنًا تخليد سيرة الفيصل في ذاكرة القاعة، بل في ذاكرة المكان الذي تمّ إعادة تشييده بالمفهوم الحديث لمراكز المؤتمرات.



آل خليفة: حافظ الراحل على المصالح الخليجية
والعربية ودافع عن القضايا الإسلامية إرساءً للأمن
والسلم لجميع دول العالم



الشيخ خالد بن أحمد بن محمد آل خليفة

مجلس إدارة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية،
ومعالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية الدكتور
عبد اللطيف بن راشد الزياتي، وبحضور ومشاركة الأميرين خالد وفهد
نجلي الأمير سعود الفيصل، رحمه الله.

خليجي يحبه العالم

(فارس الدبلوماسية وحكيم السياسة والقائد المحنك)، هكذا
وصف معالي الأمين العام لمجلس التعاون الدكتور عبد اللطيف
الزياتي، الأمير الراحل سعود الفيصل متناولاً حجم ما حققه من
إعجاب قادة وزعماء دول العالم، ومتوقفاً عند إسهام الفيصل
الإيجابي في مسيرة العمل الخليجي المشترك منذ انطلاقتها
المباركة في الخامس والعشرين من مايو 1981م.
لقد كان التعاون سمة بارزة حتى في اتخاذ القرار بهذه المبادرة
العرفانية، والذي جاء باتفاق بين أصحاب السمو والمعالي وزراء
خارجية دول مجلس التعاون تعبيراً عن الوفاء والمحبة للوزير الراحل،
وهذا ما أشاد به الزياتي، مؤكداً على أن المركز الجديد يمثل التقدير
لما بذله الفيصل من فكره النير وثقافته الرفيعة وخبرته الواسعة
لتعزيز مسيرة التعاون الخليجي وتعميق روابطها والدفاع عن
مصالحها وأهدافها.

إرث من التفاني

اختار الوزراء أن يكون صاحب السمو الملكي الأمير تركي الفيصل
رئيس مجلس إدارة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات
الإسلامية، ضيف شرف الحفل، وذلك تقديرًا لعلاقته الوثيقة



صاحب السمو الملكي الأمير تركي الفيصل بن عبد العزيز



تركي الفيصل: الراحل لعب دورًا قياديًا في نصرته
القضايا الخليجية والعربية والإسلامية



معالي الدكتور عبد اللطيف بن راشد الزياتي



الزياتي: وظف الفيصل فكره النير في تعزيز مسيرة
التعاون والدفاع عن مصالحها وأهدافها



بسعود الفيصل، وإطلاعاً على جوانب عدة من تاريخه العملي الحافل، فضلاً عن معرفته بالجوانب الشخصية والإنسانية للفريد، ورفع الأمير تركي الفيصل شكره وتقديره لأصحاب السمو والمعالي وزراء خارجية دول مجلس التعاون على هذه المبادرة، مستذكراً الصفات النبيلة والمواقف الإنسانية والشجاعة لسمو الأمير سعود الفيصل، رحمه الله، ودوره القيادي في نصرته القضايا الخليجية والعربية والإسلامية في مختلف المحافل الدولية، مؤكداً على أن الأمير الراحل سعود الفيصل قد ترك إرثاً وكنزاً عظيماً من المآثر والتفاني، كما عاد الأمير تركي الفيصل بذاكرة الحاضرين إلى أول اجتماع للمجلس الوزاري لمجلس التعاون، والذي عُقد في مدينة الطائف بالملكة العربية السعودية عام 1981م، وحينها كان الأمير سعود الفيصل، رحمه الله، قائداً ملهماً نجح باقتدار في وضع الأسس الإستراتيجية التي قامت عليها مسيرة التعاون واستمرت حتى اليوم.

الأخ الصديق .. والأستاذ الكبير

يحتفظ وزراء الخارجية الخليجيون بصور عدة تجمعهم بسعود الفيصل، ويملكون ذاكرة قوية تجمعهم مع الراحل في المجال الدبلوماسي، وما تتضمنه من تنسيق دؤوب وتفاهم مستمر، إلا إن جانباً شخصياً وإنسانياً في سعود الفيصل، رحمه الله، كان هو المحور الأكثر تأثيراً بالنسبة لهم، هذا ما اتضح خلال حفل تدشين مركز المؤتمرات الجديد، حيث كانت المناسبة فرصة متجددة للحديث عن الفيصل، وهو التاريخ الكبير الذي تم تناوله في مناسبات عديدة، كان أبرزها مؤتمر «سعود الأوطان» في أبريل 2016م.

وخلال حفل التدشين ألقى وزير خارجية البحرين، الشيخ خالد بن أحمد ابن محمد آل خليفة، كلمة باسمه وباسم أصحاب السمو والمعالي وزراء خارجية دول المجلس، واصفاً فيها هذه المبادرة بالمهمة والأصيلة، وأن الراحل كان أخاً عزيزاً بكل معنى الإخوة، وصديق غالي بكل ما تغنيه الصداقة من معان، كما تحدث عن السيرة العملية للفيصل قائلاً: كان أستاذاً في الدبلوماسية وسياسياً بارعاً يوجب مشارق الدنيا ومغاربها، يلتقي الأصدقاء ويحاور الحلفاء، ويقف بالمرصاد للمتربصين والأعداء في جميع المحافل الإقليمية والدولية، حفاظاً على المصالح الخليجية والعربية، ودفاعاً عن



كيف يبدو مركز المؤتمرات الجديد؟

من النظرة الخارجية، فإن مركز الأمير سعود الفيصل للمؤتمرات، أو ما كان يعرف بقاعة المؤتمرات الرئيسية، هو الجزء الذي يرتفع نسبياً عن مستوى بقية المباني في مقر الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، وبينما يعقد الوزراء الخليجيون اجتماعاتهم لتقوية دعائم الأمن وحماية المصالح، فإنهم يكونون حينها في مبنى تمّ تصميمه بالسّمات المعمارية للقلاع والحصون التي توحى بالصلابة والمنعة والرسوخ. أما من الداخل، فنحن نتحدث عن مساحة لا تقل عن (8900) متر مربع، وعن طريقة لا تختلف كثيراً عن أسلوب عميد الدبلوماسية، رحمه الله، في مواكبة متغيرات السياسة وديناميكية تفاعله معها، حيث جاء مركز الأمير سعود الفيصل للمؤتمرات مواكباً لأحدث التقنيات العالمية الموجودة في مجاله، الأمر الذي يجعل منه أحد المراكز المتميزة في المنطقة.

وعلى الرغم من استضافة المركز لـ (1787) اجتماعاً في عام 2016، وبطاقة استيعابية وصلت إلى (16443) شخصاً، إلا أن هذا العدد مرشح للزيادة في ظل التوسع الجديد، وإيجاد مجموعة متكاملة من القاعات لاستضافة العديد من الاجتماعات على كافة المستويات في وقت واحد، فضلاً عن أنه بات مكاناً جاذباً لعقد الاجتماعات والمؤتمرات والفعاليات الرسمية، بخاصة في ظل موقعه الإستراتيجي على طريق الملك خالد بالقرب من حي السفارات، وخلال الفترة التي سبقت إطلاق الاسم وتدشين المشروع، تمّ تزويده بمرافق عصرية، مع إعادة تأهيل البنية التحتية، وإعادة تصميم القاعات وتجهيزها بالديكور والأثاث المناسبين، وكذلك تزويده بالأنظمة الصوتية والمرئية والخدمات المساندة، وشمل ذلك قاعة خاصة بالمؤتمرات الصحفية، وقاعة طعام، بالإضافة إلى قاعة الاجتماعات الرئيسية، وعدد من القاعات التابعة، ومنها: الخليج، والاتحاد، والعين، والمعذر، ودسمان، والرفاع، والريان، والرياض وصلالة.

اسم ملهم لتعاون مستدام

أن يكون عميد دبلوماسية العالم خليجياً، فهذا أمر يستحق التخليد في حدّ ذاته، إلا أن الجهود البناءة والدور الفاعل والعطاء السخي كانت جميعها أسباب موضوعية للاحتفاء بتاريخ سعود الفيصل، رحمه الله، من خلال مركز مؤتمرات خليجي الروح عالمي المعايير، ليبقى الأمل في أن يكون هذا المركز منطلقاً لتعاون أكبر باتجاه تحقيق آمال شعوب دول المجلس، والعمل على استدامة أفكار وثقافة سعود الفيصل، رحمه الله، وتحقيق رؤيته للمنطقة.

القضايا الإسلامية، وإرساءاً للأمن والسلام لجميع دول العالم، مؤكداً على أن المكانة القيادية التي صنعها الراحل الكبير لسياسة المملكة العربية السعودية، مشيراً إلى الهاجس الخليجي الذي كان يحمله سعود الفيصل، رحمه الله، حيث كان يولي أهمية قصوى لتحقيق مصالح دول مجلس التعاون وشعوبها المترابطة، ويعمل باستمرار على أن يتبوأ المجلس مكانته كمنظمة إقليمية قوية تؤدي دورها الفاعل والأساسي في تحقيق الأمن والسلام الدوليين.

شجاعة التحرير الدبلوماسي

على الرغم من أن المحطات المحورية والعلامات الفارقة كثيرة في سيرة عميد الدبلوماسيين، إلا أن ما قام به إبان أزمة غزو الكويت كان بمثابة عملية تحرير دبلوماسية موازية لما تمّ اتخاذه من إجراءات عسكرية حينها، وقد أعاد معالي الشيخ صباح خالد الحمد الصباح، النائب الأول لرئيس مجلس الوزراء وزير خارجية دولة الكويت، هذا الموقف إلى الذاكرة وهو يتحدث عن تدشين المبنى، معبراً عن كل التقدير للأمير سعود الفيصل، رحمه الله، ومؤكداً على ما كان يتمتع به الراحل من حنكة واقتدار وجدارة في مختلف الشؤون والملفات التي تولاه، مضيفاً أنه كان سخياً بثقافته الواسعة وحكمته وآرائه السديدة، ومدرسة راسخة في فنون السياسة والدبلوماسية، وأفنى جلّ حياته في خدمة الدين والوطن وقضايا الأمة، وأسهم في تعزيز السلم العالمي، إضافة إلى بصماته الواضحة في المسيرة المباركة لمجلس التعاون.

وفي السياق ذاته أبدى الشيخ محمد بن عبد الرحمن آل ثاني، وزير خارجية قطر، سعادته بهذه المبادرة التي تحمل التكريم والعرفان لصاحب السمو الملكي الأمير سعود الفيصل، رحمه الله، مشيداً بما قدمه من عطاء بارز و متميز للمملكة العربية السعودية ومجلس التعاون لدول الخليج العربية، الذي أسهم في تأسيس كيانه وعمل على تعزيز دوره.

خلال الاجتماع (142) للمجلس الوزاري في الرياض توحيد الرؤى والإستراتيجيات لدعم نهضة واعدة لمستقبل الخليج

هيثم السيد - الرياض

فيما تؤكد دول مجلس التعاون على مواقفها الراسخة في مرحلة استثنائية من تاريخ المنطقة والعالم، فإنها تسير كذلك على مواصلة بناء تاريخها المشترك وتلمس آفاقه الجديدة، واضعة آمال الشعوب نصب أعينها، ومتمسكة بالوعي التام بالتحديات الراهنة، مع إدراك ضرورة مواجعتها مزيد من العمل على تعزيز الصف، وإكمال الأسس الرئيسية لتحقيق التحول من مرحلة التعاون إلى مرحلة الاتحاد.



مشروع السكة الحديد، والتخطيط العمراني، ومفاوضات التجارة الحرة والتعاون والشراكة الإستراتيجية مع الدول والمجموعات الاقتصادية الدولية.

الاستمرار في دعم الاستقرار

أكد مجلس التعاون لدول الخليج العربية على استثمار الشراكات في تعزيز التفاهم لبناء الاستقرار والتقدم، وقد استمرت هذه الدورة في طرح هذه الرؤية عبر سياسات المجلس ومواقفه من أحداث العالم والمنطقة، حيث دعا دائماً لتغليب العقل وإعلاء الحق، وهذا ما تم التأكيد عليه خلال نقاشات هذه الدورة.

لقد جدد المجلس موقفه تجاه محاربة الإرهاب، مشيداً بتحقيق ولي العهد ووزير الداخلية السعودي الأمير محمد بن نايف بن عبد العزيز آل سعود، جائزة وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية للعمل الاستخباراتي المميز في مجال مكافحة الإرهاب، كما أشاد المجلس بما تحققة الأجهزة الأمنية البحرينية في محاربة الإرهاب، مع التأكيد على استمرار دعم دول المجلس لكافة الجهود الدولية لمواجهة التطرف.

وحدة وثبات .. في مرحلة انقسام وتحولات

هذا ما يمكن استنتاجه من قراءة سريعة لانعقاد الدورة (142) للاجتماع الوزاري لمجلس التعاون الذي عُقد في 30 مارس 2017م بمقر الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية في العاصمة السعودية الرياض، برئاسة معالي الشيخ خالد بن أحمد ابن محمد آل خليفة، وزير خارجية مملكة البحرين، ومشاركة معالي الدكتور عبد اللطيف بن راشد الزياني الأمين العام، إذ حرص المجلس على مواصلة المسيرة نحو مزيد من الإنجازات في العمل الخليجي، رؤية دعا إليها خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، ومن خلال هذه الرؤية أكد الجميع على رسوخ وقوة موقف دول المجلس في تعزيز الوحدة الداخلية ومواجهة التحديات والتهديدات أيًا كان مصدرها، حماية للمصير المشترك والمصالح العليا لدول المجلس، ولا ينفصل هذا التوجه الحازم عن استمرار الاجتماع الوزاري في استقرار ملامح مستقبل اقتصادي واعد ينتظر دول الخليج العربية، وذلك من خلال مجموعة من المشروعات التي ناقشها وزراء الخارجية الخليجيون، ومنها:

د. العواد وزيراً للثقافة والإعلام بالمملكة العربية السعودية

|| واس - الرياض



أصدر العاهل السعودي الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، في 22 أبريل 2017م، أمراً ملكياً بتعيين معالي الدكتور عواد بن صالح بن عبد الله العواد، وزيراً للثقافة والإعلام بالمملكة العربية السعودية.

ويحمل معالي الدكتور عواد بن صالح بن عبد الله العواد دكتوراه في أنظمة الأسواق المالية من جامعة «وريك» البريطانية عام 2000م، وماجستير في العمليات المصرفية من جامعة بوسطن الأمريكية عام 1996م، ونال معاليه شهادة البكالوريوس من كلية العلوم الإدارية من جامعة الملك سعود بالرياض عام 1992م.

ويملك د. العواد مسيرة مهنية متميزة، حيث بدأ عمله الحكومي عام 2000م مديراً للدراسات المالية والرقابة المصرفية في المعهد المالي بمؤسسة النقد العربي السعودي (ساما)، وفي عام 2004م شغل منصب نائب محافظ الهيئة العامة للاستثمار، ورئيس مركز

التنافسية الوطني، الذي يهدف إلى تطوير أنظمة وإجراءات الاستثمار في المملكة وفقاً للمعايير العلمية، ثم مستشاراً لسمو أمير منطقة الرياض عام 2010م، ومستشاراً للشؤون الاقتصادية والمالية في المكتب الخاص لولي العهد عام 2013م، ثم سفيراً لخدام الحرمين الشريفين لدى جمهورية ألمانيا الاتحادية عام 2015م، حتى صدور الأمر الملكي بتعيينه وزيراً للثقافة والإعلام.

الكعبي رئيساً لمجلس إدارة شركة أبو ظبي للإعلام الإماراتية

|| وام - أبو ظبي



أصدر صاحب السمو الشيخ محمد بن زايد آل نهيان، ولي عهد أبو ظبي نائب القائد الأعلى للقوات المسلحة رئيس المجلس التنفيذي لإمارة أبو ظبي في 12 أبريل 2017م، قراراً بإعادة تشكيل مجلس إدارة شركة أبو ظبي للإعلام برئاسة معالي نورة محمد هلال الكعبي.

وتشغل الكعبي حالياً منصب وزير الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة منذ فبراير 2016م، ورئيس مجلس إدارة هيئة المنطقة الإعلامية أبو ظبي (twofour54)، بالإضافة إلى عدد من مجالس إدارات الشركات، مثل: غرفة تجارة وصناعة أبو ظبي، وإيمج نيشن (Image Nation) أبو ظبي، وفلاش للترفيه، ومجلس أبو ظبي الرياضي، فضلاً عن مشاركتها البناء في المجلس الاستشاري لمجموعة أبو ظبي للثقافة والفنون، وكذلك اللجنة العلمية لجائزة الشيخ زايد للكتاب.

وتحمل معاليها شهادة البكالوريوس في أنظمة إدارة المعلومات من جامعة الإمارات العربية المتحدة، كما أكملت برنامج القيادة من كلية لندن للأعمال في المملكة المتحدة البريطانية (London Business School).

المنصوري مديراً عاماً للمجلس الوطني للإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة

|| وام - أبو ظبي



أصدر صاحب السمو الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان، رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة، في 21 أبريل الجاري مرسوماً اتحادياً رقم (40) لسنة 2017م، القاضي بتعيين منصور إبراهيم المنصوري مديراً عاماً للمجلس الوطني للإعلام.

ويحمل منصور إبراهيم المنصوري درجة الماجستير في الدراسات الإستراتيجية الأمنية، وإدارة الموارد الوطنية من كلية الدفاع الوطني، وبكالوريوس في هندسة علوم الحاسب الآلي من جامعة توليدو في الولايات المتحدة الأمريكية، كما حصل على عدد من الشهادات المتخصصة، مثل: الإدارة التنفيذية للمناصب العليا من كلية لندن للأعمال بالمملكة المتحدة، وقيادة إستراتيجية الابتكار من معهد «ماساتشوستس» بالولايات المتحدة الأمريكية، وإدارة الأداء من المعهد الدولي للتنمية الإدارية (IMD). ويُعد المنصوري من القيادات الوطنية الإماراتية الشابة، حيث تولى منصب مدير عام المجلس الوطني للإعلام بالإنابة في مايو 2015م حتى صدور المرسوم الاتحادي بتعيينه رسمياً، ويشغل حالياً عضوية مجلس إدارة هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، كما شغل خلال مسيرته المهنية العديد من المناصب، من أبرزها: مدير مكتب الاتصال الحكومي التابع للأمانة العامة للمجلس التنفيذي لإمارة أبو ظبي خلال الفترة من 2011 - 2014م، ومدير خدمات دعم الأعمال التجارية في شركة أبو ظبي للخدمات العامة «مساعدة» عام 2010م، ومدير تطوير الأعمال في الشركة ذاتها خلال الفترة من 2008 - 2011م.



بالتعاون بين الجهاز ووزارة الإعلام في دولة الكويت
وبمشاركة (14) متدرباً من الهيئات الأعضاء
تنظيم دورة تدريبية حول:
«توظيف الأجهزة الذكية في إنتاج
البرامج التلفزيونية»

|| إذاعة وتلفزيون الخليج - الكويت

نظم جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج دورة تدريبية بعنوان: «توظيف الأجهزة الذكية في إنتاج البرامج التلفزيونية» بالتعاون مع وزارة الإعلام في دولة الكويت، وذلك خلال الفترة من 2-13 أبريل 2017م، وشارك فيها (14) متدرباً من منسوبي الهيئات الأعضاء بالجهاز.



التدريب، قبل أن يشاهد الحضور المشاريع الثلاثة الأفضل من بين أعمال المتدربين، وبعد ذلك قام وكيل وزارة الإعلام في دولة الكويت ومدير عام الجهاز بتكريم المساهمين في تنظيم الدورة وتنفيذها، بالإضافة إلى توزيع شهادات إتمام الدورة على المتدربين. يشار إلى أن هذه الدورة تُعد الثالثة والعشرين منذ أن بدأ الجهاز في تنفيذ برنامج التدريب في عام 2005م.



وفي الأسبوع الثاني من برنامج الدورة بدأ المشاركون في تنفيذ المشاريع العملية النهائية بشكل مستقل، حيث تمّ تكليف كل متدرب على حدة بزيارة سوق «المباركية» الشعبي واختيار فكرة مبتكرة للمشروع، وبعد عرض الأفكار ومناقشتها واعتمادها قام المتدربون بتصوير وتسجيل موادهم الأولية وتحرير النصوص المتعلقة بها، ومن ثم المونتاج والإخراج، خلال مدة عمل قدرها دقيقتان، بعدها تم عرض أعمال المتدربين وتقييمها من قبل المدرب والمشرفين، واختير من بينها ثلاثة أعمال لعرضها في حفل الختام.

وفي آخر أيام الدورة أقيم حفل الختام بحضور وكيل وزارة الإعلام في دولة الكويت طارق بن عيد المزرم، ومدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج مجري بن مبارك القحطاني، حيث بدأ الحفل بكلمة للوكيل المزرم قدم خلالها الشكر لجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج على اهتمامه بتدريب منسوبي الهيئات الأعضاء بشكل عام، وعلى حُسن اختيار موضوعات التدريب وانتقاء الخبراء لتنفيذها بشكل خاص، مؤكّداً ترحيب دولة الكويت الدائم بتنظيم مثل هذه الدورات.

بعدها ألقى مدير عام الجهاز كلمة شكر خلالها دولة الكويت قيادة وشعباً على كرم الضيافة وعلى تقديم كل التسهيلات التي أسهمت في إنجاح الدورة التدريبية، مشيراً إلى اتفاق الجهاز ووزارة الإعلام في دولة الكويت على عدد من البرامج التدريبية التي ستنتم جدولتها خلال العام الجاري، كما قدم شكره لمشرف عام الدورة مشاري البعيجان، وللمدرب «ستيفن قروين» ومساعدته حسين طاهر، على الجهود التي بذلوها قبل وأثناء الدورة.

تلى ذلك استعراض سريع قدمه مشرف عام الدورة والمدرّب على ما تمّ خلال فترة

وأوضح مدير عام الجهاز مجري بن مبارك القحطاني، أن هذه الدورة تأتي ضمن البرنامج التدريبي المعتمد، مشيراً إلى أن البرنامج استهدف تطوير مهارات المتدربين في استخدام وتوظيف تطبيقات الأجهزة الذكية وتقنياتها الحديثة لمواكبة التطورات المتسارعة في إنتاج وبث الأخبار والتقارير التلفزيونية في أي وقت ومن أي مكان؛ بفضل استثمار ما تحتويه هذه الأجهزة من مواصفات وما تمتلكه من أدوات تساعد على دمج الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، مضيفاً أن الجهاز استعان في تنفيذ هذه الدورة بالخبير الأمريكي «ستيفن قروين»، والذي يحمل سيرة ذاتية مميزة في مجال التصوير والإخراج والإنتاج.

وقد بدأت الدورة بحفل خطابي حضره الوكلاء المساعدون في وزارة الإعلام الكويتية، ومدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، إلى جانب المشرف العام على الدورة ومشرفي التدريب في الجهاز، بالإضافة إلى المدرب ومساعد المدرب والمشاركين في الدورة. وعلى مدى عشرة أيام شرح المدرب للمشاركين أساسيات توظيف الأجهزة الذكية وتطبيقاتها في إنتاج المقاطع المرئية، مركزاً على التفاصيل الخاصة بكل أجزاء العمل، مثل التصوير وتسجيل الصوت، ومن ثم عمليات المونتاج والتطبيقات المساعدة عليها، وانتقل بعدها المدرب مع المتدربين للجوانب العملية، والتي بدأها بتقسيم المشاركين لمجموعات، حيث أجرت كل مجموعة مقابلات شخصية طبقوا عليها الأساسيات التي تمّ شرحها لهم، وبعد استعراض هذه الأعمال ونقدها استكمل المدرب منهج الدورة، كما عرض للمتدربين نموذجاً من صحيفة «نيويورك تايمز» يوضح كيفية دمج الصوت والصورة بطريقة الإعلام الجديد.

أخلاقيات البث الإعلامي

رأي



د. أحمد عبد المليك
أكاديمي وإعلامي قطري

حرصت قوانين النشر والبث على ترسيخ المبادئ العامة التي يقوم عليها النظام الاجتماعي في أي مجتمع، وعملت تلك القوانين على عدم تعارض النشر أو البث مع الدين أو القيم المجتمعية التي تحفظ حقوق الجميع، وتؤهل الجميع لخدمة أوطانهم بروح من الإنتاجية والمبادرة، حتى لو تمّ إدخال التسلية في ذاك النشر أو البث، والكل يدرك أن الإذاعة والتلفزيون أداتان للترفيه والتسلية في المقام الأول؛ إذ إن الإعلام اعتمد التسلية في المقام الأول، كما هو الحال في الإذاعة والتلفزيون والمسرح.

كما وضع علماء الإعلام مقاييس ومحددات ذاك النشر أو البث لكل وسيلة إعلامية، وما كان يصلح للنشر قد لا يصلح للبث، بحكم تبعية الإذاعة والتلفزيون للدولة في أغلب الظروف، وتبعية الصحف لشركات محلية، وإن كانت لا تتعارض مع توجه الدولة، إلا ما كان في البلدان التي تسمح بصحف المعارضة، وظهر في الإعلام ما تمّ التعارفُ عليه بـ (حارس البوابة)، الذي يتولى «تحصين» وسائل الإعلام مما قد يتعارض أو يخدش قيم المجتمع أو يخرج عن الأعراف التي تصالح عليها المجتمع، كما ظهر أيضًا، مصطلح (القذف) الذي صنّفته القوانين كأحد أنماط الخروج عن تلك الأعراف، وهو ما يتعلق بالمساس بخصوصيات وشخصيات الأفراد والمؤسسات، ووضع علماء الإعلام محددات للقائم على الاتصال، وهو موضوع اليوم! ما صفاته؟ ما سلوكياته؟ ما ثقافته؟ ما لباقة؟ ما الركائز التي يعمل عليها لضمان بث ناجح ومؤثر يحقق أهداف المؤسسة التي يعمل فيها.

والقائم بالاتصال في الإذاعة والتلفزيون هو المذيع! ولكل مؤسسة من مؤسسات البث مواصفات خاصة للقائم بالاتصال حدّدها علماء الإعلام بالآتي: حُسن الصوت بالنسبة لمذيع الإذاعة، وحسن الصوت والصورة بالنسبة لمذيع التلفزيون، وكذلك إجادته اللغة التي تبيّن بها المحطة إجادته متقنة، ويتمّ ذلك عبر إدخال المذيع دورات متخصصة، وأيضًا حُسن الإلقاء، ذلك أن المذيع الذي لا يتقن تقطيع الجمل، ويحافظ على (رتم) الإلقاء، ويقوم بعملية (التأكيد) على الكلمات المهمة، فإنه سوف يضيع وسط الجمل، ولن يوصل رسالته إلى الجمهور، هذا بالإضافة إلى احترام المستمع والمشاهد، وهي من الضروريات الهامة! إذ إن هنالك جمهورًا من المشاهدين يداومون على مشاهدة قناة معينة من أجل المذيع، الذي يُعتبر (ماركة أو لوجو) للمحطة، ويحدث ذلك في الإذاعة، بل إن شركات الإعلان تختار أوقاتًا لبث إعلاناتها وقت ظهور مذيع معين على الهواء!

كما يجب أن يتمتع المذيع بقدر كاف من الثقافة العامة واللباقة، حيث إننا نلاحظ الكثير من الخروج على القيم المهنية للبث من قبل بعض محدودي الخبرة ومحدودي الثقافة، ونلاحظ أيضًا، خروج بعض الألفاظ التي تُستخدم في برامج البث المباشر يتم تأويلها تأويلًا سلبيًا بحكم أن المذيع أو المذيعة لم يُحسن لفظ تلك الألفاظ، وكذلك يجب أن يتمتع المذيع أو المذيعة بحُسن التصرف، فإن المذيع أو المذيعة يُعتبران ضيفين في بيوت الناس، والتوقع هنا أن يُحسن الضيف التصرف؛ ويتعامل مع المستمعين والمشاهدين انطلاقًا من هذا المبدأ! كما أن المستمع والمشاهد يتوقعان أن يُحسن المذيع أو المذيعة استخدام (التون) أو (الرتم)، من دون الحاجة إلى أساليب المبالغة في تلوين الصوت أو استخدام أكثر من لهجة في برنامج واحد، أو الميل إلى أسلوب «الغنج» وراء المايكروفون بالنسبة للمذيعة، الأمر الذي يُشعر المستمع أو المشاهد بأن هذا الشخص «يُمثل» وبالتالي لا يستحق تصديقه أو الثقة فيه، ولقد شهدنا حالات معينة وشواهد لهذا الخروج الذي يدفع المستمع لأن يُغيّر مؤشر المحطة، حتى تنتهي المذيعة من كلامها «الممجوج»، كما تميل بعض المذيعات إلى استخدام كلمات عفا عليها الزمن من الأسجاع أو التوريات، بل و«التأوهات» التي لا تصلح أن تظهر على الهواء. أنا أستغرب: أين حُراس البوابة من هذا؟

إن أخلاقيات البث تُحوّل القائم على الاتصال إلى مصلح اجتماعي في نهاية الأمر! ونأمل أن يزداد عدد المصلحين الاجتماعيين في عالم إعلامي تسوده هذه الأيام «فوضى البث .. وزيادة العبث».

فرقعات التدريب الإعلامي

رأي



ماجد بن جعفر الغامدي
خبير تدريب إعلامي - السعودية

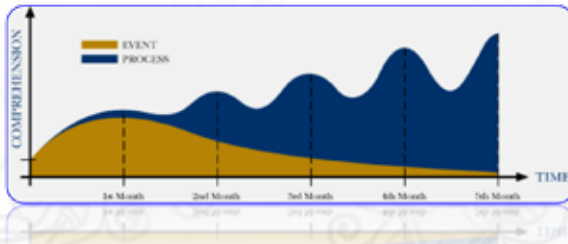
يحرص كثيرٌ من الجهات الإعلامية على إجراء دورات تدريبية لمنسوبيها، من أجل التطوير والارتقاء بالعمل الإعلامي، ثم بعد الانتهاء من تلك الدورات يصدمون بعدم وجود الأثر المتوقع من هذا التدريب، بالإضافة إلى إنفاق مبالغ طائلة على تنفيذ هذه الدورات التدريبية، لذا تحتاج عملية التدريب إلى إعادة نظر في الآليات والطرق والوسائل المستخدمة، فهناك بعض الجهات الإعلامية لا يعينها الارتقاء بالمهنية الإعلامية، بل الإثبات للمسؤول أو الجهة الراعية أنها قدمت شيئاً، في المقابل توجد جهات إعلامية لم تؤمن بأهمية التدريب، ولذلك تجد عزوفاً كبيراً عن التدريب لمنسوبيها، وعدم متابعة أي مستجدات حديثة في عالم الإعلام، فبدل منها التراخي والخمول، فالإعلام هو مهنة المهارات وأفضل وسيلة لاكتساب المهارات بالطريقة المناسبة هو التدريب التطبيقي، الذي يراعى الأثر العائد من التدريب، فمن خلال إجراء العديد من البحوث والدراسات (ASTD) على أثر عملية التدريب، توصلت هذه البحوث والدراسات إلى أن: (4%) من المشاركين في الدورات التدريبية يتغيرون كلياً بعد الانتهاء من برنامج الدورة، و(21%) يتغيرون جزئياً بعد الدورة، و(75%) لا يتغيرون أبداً!!!.

ومن خلال نتائج هذه البحوث والدراسات وجدنا أيضاً، أن معظم الجهات الإعلامية تحتاج إلى إعادة النظر في العائد من التدريب ومحاولة تنميته بطرق حديثة حتى لا يكون هدراً للوقت والمال، فلابد من التركيز على البرامج التدريبية التي تقوم على التطبيق أكثر من الحشو المعلوماتي، فمثلاً حضور البرامج التدريبية بهدف إحداث التغيير لما لا يقل عن (60%) من المشاركين، وذلك عن طريق التدرج في الدورات والبرامج والمتابعة والتطبيق الميداني، وتغيير بيئات وظروف تنفيذ بعض البرامج، وتوكل المهام للمشاركين، استناداً إلى ما أخذوه من مهارات في البرامج التدريبية، وتطبيق القياسات العلمية لقياس التغيير من دخول البرنامج إلى نهايته.

يوجد كثير من الطرق والأشكال والأنماط الحديثة في التدريب الإعلامي، ومن أفضلها شكلين، هما:

الشكل الأول: التدريب على رأس العمل، بمعنى أن يحصل المتدرب على المعلومات العامة في الدورة والمهارات والاتجاهات في اليوم الأول بشكل نظري، ثم تكون بقية أيام الدورة التدريبية في مكان عمل المتدرب، ويأتي إليه المدرب ويطور أداءه ومهاراته، ويشاركه في تنفيذ بعض المهام الاعتيادية التي يقوم بها، ويصنع المدرب له بعض النماذج، بهذه الطريقة يكون الأثر كبير وملحوس وسريع.

الشكل الثاني: الاعتماد على البناء التراكمي في التدريب مع التطبيق، ليكون التغيير جذرياً، بإذن الله تعالى، وفي الشكل التالي توضيح لأثر التغيير في البرامج التدريبية المبنية على التعلم بالتطبيق.



يمثل اللون الأصفر ثبات السلوك لدى المتدرب في الدورات التقليدية السريعة، ويمثل اللون الأزرق تراكم المهارات لدى المتدرب خلال التدريب الطويل والمعتمد على التطبيق والقياس [المصدر شركة كرسكو كوم العالمية].

آملنا كبيرة وكلنا تفاؤل في تدريب إعلامي مميز يقوم على تنمية المهارة وتغيير الاتجاهات لدى المتدربين، وكذلك بناء القناعات الإيجابية التي تستند على الطرق العالمية الحديثة في التدريب.

بهدف توظيف وسائل الاتصال الحديثة في تعزيز الخطاب الرسمي منتدى الدبلوماسية العامة والاتصال الحكومي ي دشّن أولى دوراته



|| وام - دبي

نظم المكتب الإعلامي لحكومة دبي يومي 12، 13 مارس 2017م أعمال الدورة الأولى لـ«منتدى الدبلوماسية العامة والاتصال الحكومي»، وذلك في مدينة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتحت رعاية صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، رعاه الله، وبحضور سمو الشيخ حمدان بن محمد بن راشد آل مكتوم، ولي عهد دبي رئيس المجلس التنفيذي، ومعالي الشيخ نهيان بن مبارك آل نهيان، وزير الثقافة وتنمية المعرفة، ومعالي سلطان بن أحمد الجابر، وزير الدولة رئيس مجلس إدارة المجلس الوطني للإعلام، ومعالي الدكتور عبد اللطيف الزباني، الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، وبمشاركة محلية وإقليمية وعالمية من وزراء ومسؤولين حكوميين وخبراء وأكاديميين متخصصين في هذا المجال.



الزياني: رسالة دول المجلس تعكس القيم التي طالما آمنت بها وجعلتها أساساً ترتكز عليه



تحدث خلال الجلسة الافتتاحية معالي الدكتور عبد اللطيف الزياني، من خلال جلسة حوار أفردها المنتدى لمعالجه تناول فيها الخطوط العريضة التي ميزت الرسالة الخليجية للعالم خلال السنوات القليلة الماضية، في ظل التحديات الكبيرة التي شهدتها المنطقة في تلك الفترة، وما أفرزته من تحديات استوجبت مستوى جديداً من الحوار مع العالم، لتوضيح المواقف وتأكيد الثوابت الخليجية والعربية حيال القضايا الراهنة على جميع المستويات الإقليمية والدولية، موضحاً أن رسالة دول المجلس تعكس القيم التي طالما آمنت بها وجعلتها أساساً ترتكز عليه، وهي القيم الأساسية لدينا الإسلامي الحنيف وعاداتنا وتقاليدها العربية العريقة، وهي السلام والتعايش والتعاون والتسامح وعدم التدخل في الشؤون الداخلية للغير، مؤكداً على أن دول الخليج العربية أدت دوراً رائداً في وضع الحلول للتحديات التي تواجه المنطقة، معرباً عن تفاؤله بمستقبل المنطقة في ظل القرارات والرؤى الرشيدة لأصحاب الجلالة والسمو قادة دول المجلس، مشيراً إلى أن هناك فرصاً عديدة لتأكيد التلاحم والتضامن وبناء جسور تعاون مع الأصدقاء في مختلف أنحاء العالم، مشيراً إلى أن رسالة الدبلوماسية الخليجية قائمة على أسس واضحة، وهي: الشفافية والوضوح والاحترام المتبادل والتي أكسبتها احترام وتقدير العالم. وخلال الجلسة الافتتاحية لمنتدى الدبلوماسية العامة والاتصال ألقى «جوش إيرنست» المتحدث الرسمي باسم البيت الأبيض خلال ولاية الرئيس السابق باراك أوباما كلمة أشاد فيها بفكرة المنتدى، مؤكداً على أن هذه الفكرة تبعث على التفاؤل كون هذا اللقاء يمثل نموذجاً لاهتمام الحكومات بإقامة حوار بناء مع المجتمع وإشراك أفراده في عملية التنمية. من جهتها استهلّت منى غانم المري، المدير العام للمكتب الإعلامي لحكومة دبي، الجهة المنظمة للمنتدى، الجلسة الافتتاحية



بكلية رحبت فيها بالحضور وضيوف الحدث من مختلف أنحاء العالم، موضحة الأهداف التي انطلق من أجلها المنتدى نحو فتح آفاق جديدة تؤكد قدرة الدبلوماسية العامة والاتصال الحكومي على مواكبة المتغيرات السريعة التي أصبحت السمة الأكثر حضوراً في هذه المرحلة المفصلية من تاريخ المنطقة والعالم. وقد سلط المنتدى الضوء على تعزيز الحوار حول جميع الموضوعات المتعلقة بالدبلوماسية العامة والاتصال الحكومي في ظل الاهتمام العالمي المتنامي بهما لدورهما في إيصال رسائل الشعوب وصوتها إلى أوسع نطاق ممكن وبما يؤازر مواقفها من مختلف القضايا، ويؤكد قدرتها على إنجاز أهدافها الإستراتيجية بتوسيع دائرة الشراكة وتوطيد ركائز التعاون مع الشركاء سواء في الداخل أو الخارج، وذلك من خلال استعراض مجموعة من أهم التجارب والممارسات العالمية المرتبطة بهذا المجال وأبرز الشخصيات التي كان لها تأثير واضح، وتوظيف الأدوات الفعالة التي مكنتهم من إحراز أعلى مستويات النجاح في إقامة جسور تواصل فعالة ومؤثرة مع مجتمعاتهم والعالم. ومن أهم الجلسات التي احتضنها المنتدى، جلسة حملت عنوان: «الاتصال الإستراتيجي في مواجهة الإرهاب»، حيث ناقش «برناردينو ليون» رئيس أكاديمية الإمارات الدبلوماسية، والبروفيسور «هوارد كلارك» الأكاديمي المتخصص في مجال الإستراتيجيات ومواجهة التطرف، الصيغ المختلفة للاتصال الإستراتيجي وما تحمله من رسائل وآليات لمواجهة الإرهاب والفكر



والرءاء، موضحاً أن الاتصال الحكومي يكتسب أهميته في نقله للرسائل الرسمية والخطاب الحكومي على مختلف المستويات ومؤازرة جهود الحكومة لنقل رسالة تضمن وصولها إلى مختلف شرائح المجتمع بدقة وشفافية ووضوح. وفي ختام المنتدى أكد سعيد العطر، المدير العام لمكتب الدبلوماسية العامة في وزارة شؤون مجلس الوزراء، على أن التطور الكبير الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال تبدلت معه الصورة التقليدية للإعلام لتصبح الغلبة اليوم للسرعة والمحتوى الجيد الذي لم يعد يقاس بالكم ولكن بالكيف وقوة التأثير، مشيراً إلى أن فيديو مدته دقيقة على وسائل التواصل الاجتماعي أصبح يختصر كثيراً من الأخبار المنشورة في الصحف، ما يستدعي اهتمام القائمين على الاتصال الحكومي بتلك النوافذ الجديدة التي تستحوذ على اهتمام مستخدميها لاسيما عبر الهواتف النقالة، مضيفاً أن مقياس نجاح المحتوى الإعلامي والحملات الإعلامية لم يعد الوصول إلى أكبر شريحة من الناس فحسب، بل أصبح يقاس بمدى تأثير هذا المحتوى فيهم وتأثيرهم به.

ومشدداً على ضرورة صياغة الدول لرسالة محلية وعالمية واضحة يتم التواصل من خلالها مع الجميع لتوضيح الهدف ومنهجية العمل، على أن تكون هذه الرسالة جامعة ومانعة تحسباً لظهور الأخبار المغرضة والتي تحول في مثل هذه الأوقات بمنتهى السرعة والسهولة لتصبح قنوات راسخة في عقول البعض.

وفي جلسة بعنوان: «الإمارات: رؤية القيادة .. وتواصل نحو الريادة»، استعرض الفريق سمو الشيخ سيف بن زايد آل نهيان، نائب رئيس مجلس الوزراء وزير الداخلية، تجربة دولة الإمارات المتميزة في مجال الاتصال وأثرها في منحها مكانة متميزة إقليمياً ودولياً، كما عرج سموه على الخلفيات التاريخية التي وضعت أسس الخطاب الرسمي الإماراتي المتوازن المبني على رؤية القيادة في تعزيز مفاهيم السلم والتعايش المشترك بين مختلف شعوب العالم، مؤكداً أن الدولة بطبيعة تشكيلها السياسي والاجتماعي تعتمد أسلوباً متميزاً وأصيلاً في الحوار البناء والتواصل الفعال، وتعمل على استشراف المستقبل لتطوير وسائل الإعلام والتواصل على نحو يساهم في تحقيق مزيد من التقدم والاستقرار

وأكد «كلارك» أن تكلفة بناء وتطبيق إستراتيجية اتصال فعالة زهيدة، على الرغم من أن تأثيرها المتوقع سيكون كبيراً وسيسهم قطعاً في تحقيق انتصارات على المدى الطويل، مشدداً على ضرورة مواجهة ما أسماه بالتوغل الإعلامي للجماعات الإرهابية لاسيما باستخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي، لافتاً الانتباه إلى أنه ثبت أن بعض التنظيمات الإرهابية قامت بفتح حوالي خمسة آلاف حساب على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي قبيل وقوع انفجارات «نيس» في فرنسا ليستخدمنها التنظيم في بث رسائله وتجنيد مزيد من الشباب.

وخلال جلسة رئيسية، حملت عنوان: «نظرة على الأزمة الاقتصادية» تحدث «باولو بورتاس» نائب رئيس مجلس الوزراء البرتغالي السابق، من خلال خبرته في المجال الصحافي، حيث أسس ثاني أكبر صحيفة أسبوعية وطنية في البرتغال عن الممارسات الإعلامية المثلى لإدارة الأزمات المالية، موضحاً أن الاعتماد على الإعلام التقليدي كوسيلة للتواصل لن يؤدي إلى النتائج المطلوبة، مشيراً إلى أهمية استخدام المنصات الحديثة للتواصل،

الإعلام وقضايا الاتجار في البشر

رأي

تُعَدُّ قضايا الاتجار في البشر مصدر قلق للضمير العالمي في الآونة الأخيرة، فهي تُمثِّل شكلاً من أشكال الرق المعاصر، كما تُعَدُّ انتهاكاً صارخاً لحقوق الإنسان وحرياته الأساسية، ولا تقتصر على دولة معينة بل أضحت عالمية، لكن تختلف صورها وأنماطها من دولة إلى أخرى طبقاً لنظرة الدولة لمفهوم الاتجار في البشر ومدى احترامها لحقوق الإنسان، ووفقاً لعاداتها وتقاليدها وثقافتها والتشريعات الجنائية النافذة فيها في هذا المجال.

ولقد عرّف بروتوكول الأمم المتحدة لمنع وقمع ومعاقبة الاتجار في البشر، بخاصة النساء والأطفال على أنه: «تجنيد أشخاص أو نقلهم أو إيواؤهم أو استقبالهم بوساطة التهديد بالقوة أو استعمالها، أو غير ذلك من أشكال القسر أو الاختطاف أو الاحتيال أو الخداع أو استغلال السلطة أو استغلال حالة استضعاف أو بإعطاء أو تلقي مبالغ أو مزايا لنيل موافقة شخص له سيطرة على شخص آخر لغرض الاستغلال»، ويشتمل الاستغلال في حده الأدنى على استغلال الآخرين في البغاء أو الأشكال الأخرى من الاستغلال الجنسي أو العمالة أو الخدمة القسرية أو العبودية أو ممارسات مشابهة للعبودية أو العمل بالإكراه أو نقل الأعضاء.

وتحجيماً لنطاق تلك القضايا والجرائم المهددة للأمن والتنمية، فإن المنظمات الدولية والإقليمية تحرص على عقد المؤتمرات والندوات الدولية لوضع الأسس والمعايير الدولية للحد من انتشارها، ويكون ذلك من خلال إبرام الاتفاقيات الدولية متعددة الأطراف فيما يتعلق بمكافحة الاتجار بالبشر، وحث الدول المختلفة على سنّ التشريعات الداخلية بها التي تُجرّم الوقائع المرتكبة لصور الاتجار في البشر، ومتابعة الجهود المبذولة من كل دولة وما اتخذته من إجراءات وتدابير لمكافحة هذه النوعية من الجرائم وتقييمها.

وتوازيًا مع تلك الجهود الدولية تنشط منظمات المجتمع المدني أيضًا، على خط المواجهة من خلال التعاون والتنسيق المستمر بين المؤسسات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية كل فيما يخصه، وعلى رأس هذه المؤسسات تأتي وسائل الإعلام بما توليه من تركيز خاص على قضايا الاتجار في البشر من زاوية التعرض للقوانين المخصصة لها، ثم من زاوية التغطية الإعلامية عنها من باب الكشف المستمر عن المتورطين فيها من جهة، وسُبل عقاب هؤلاء بما يردع غيرهم ممّن يحاولون اختراق القوانين الخاصة بمكافحة الظاهرة.

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن: ما مدى الاهتمام الذي توليه وسائل إعلامنا العربية والخليجية بخاصة، لمثل هذه القضايا الحقوقية المؤرقة، وأبعاد التناول والسياق الذي تتم فيه معالجة الأطر الخيرية الخاصة بتناول هذه النوعية من القضايا؟

هناك عدة دراسات أُجريت في هذا الشأن وخلصت إلى العديد من النتائج المهمة، نذكر منها: إن أكثر الأطر الإخبارية المستخدمة في معالجة قضايا الاتجار في البشر تنحصر ما بين الإطار القانوني، والإطار الحقوقي، والأطر التوعوية، وذلك بهدف إبراز عنصر الجريمة في الموضوع، ثم لإبراز الجهود المبذولة من الجهات الأمنية للسيطرة على هذه الجرائم وطرق مكافحتها، وتركز معظم القصص الإخبارية على شخصيات المتورطين في قضايا الاتجار في البشر، سواء من المتهمين أو الضحايا.

لكن اللافت للانتباه أن معظم التغطيات الصحفية لمثل تلك القضايا تفتقد لنمط تغطية الصحافة الاستقصائية التي تعتمد إلى التحليل والتقصي والتعليق، والانخراط في عرض القضية بكافة جوانبها، ثم تقديم حلول مقترحة لها، وهو ما يدعو إلى توجيه مزيد من الجهود الإعلامية لتغطية قضايا الاتجار في البشر، بخاصة وأنها ذات أبعاد دولية.

إننا بحاجة ماسة اليوم إلى إعلام لا يغفل عن كشف الحقائق في قضايا الاتجار في البشر، وعرض التشريعات ومدى الجهود التي تتخذها الدول لمكافحة تلك القضايا ومعاقبة المتورطين بجرائمها، وأن يكون سبباً لتعرية القصور وأوجه التقاعس في حلة هذا الملف الذي بات عائقاً أمام بعض الدول في سبيل استكمال خططها التنموية، وعبئاً يطاردها حينما تستغله بعض المنظمات الحقوقية الابتزازية لمناكفة الدول وعرقلة مسيرتها لبناء مجتمع آمن وأكثر استقراراً وتنمية.



د. وجدان فهد جاسم
إعلامية وباحثة - مملكة البحرين

المنتدى الإحصائي الخليجي الأول GCC Statistical Forum



ركز على دور الشراكات الإحصائية في رسم السياسات الاقتصادية المنتدى الإحصائي الخليجي الأول يضع حجر الأساس المعلوماتي للتنمية المستدامة

|| هيثم السيد - الرياض

اهتمامك بالإحصاء يصنع منك رقمًا اقتصاديًا مؤثرًا، هذه العبارة ليست هوية لفظية للمنتدى الإحصائي الخليجي الأول، لكن يمكن اعتبارها منطلقًا مناسبًا للمنتدى الذي احتضنت العاصمة الرياض أعمال دورته الأولى برعاية خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز، حفظه الله، ومشاركة (40) متحدثًا من الخبراء والأكاديميين الإحصائيين، وعدد من ممثلي المنظمات الإقليمية والدولية، خلال الفترة من 20 - 22 مارس 2017م، على مدار ثلاثة أيام من النقاش العلمي والبحثي، تصدرها تتويج الفائزين في مسابقة البحث الإحصائي للشباب 2017 م، دعمًا لروح التنافس بين الإحصائيين الشباب في دول المجلس، واكبتها إقامة معرض قدمت فيه وفود الدول الخليجية أحدث آلياتها ومنجزاتها في مجال الإحصاء، فضلًا عن اللقاءات والجلسات غير الرسمية التي جمعت خبراء المجال من دول العالم بنظرائهم الخليجيين، ويعتبر المنتدى البادرة الأولى للأجهزة الإحصائية الخليجية بتنظيم من الهيئة العامة للإحصاء في المملكة العربية السعودية والمركز الإحصائي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.



الزياني: المنتدى يجسد اهتمام قادة دول المجلس بالاستفادة من دور الإحصاء في تحقيق تطلعات المواطن الخليجي

التعاون والترابط والتكامل، لافتاً الانتباه إلى أن تعزيز التعاون والتكامل الخليجي في مجال المعلومات الإحصائية سيقود دول المجلس إلى رسم وتنفيذ سياسات اقتصادية فاعلة، في ظل جهود المركز الإحصائي لدول مجلس التعاون الخليجي، الذي يتخذ من مسقط مقراً له، لاسيما بعد نجاحه خلال سنوات قليلة من تأسيسه في استقطاب الكفاءات الخليجية في مجال الإحصاء، وتأسيس قاعدة للعمل الإحصائي، وإنجاز أعمال إحصائية عديدة غاية في الدقة والإتقان تدعم تطوير إدارة العمل الخليجي المشترك ومسيرة التنمية الخليجية.

الأمم المتحدة .. عين على الإحصاء الخليجي

كان المنتدى فرصة لتعرّف الافاق العالمية التي وصل إليها العمل الخليجي المشترك في مجال الإحصاء، وهو ما جعل مدير شعبة الإحصاءات في الأمم المتحدة، ستيفان شوينفيسست، يؤكد على رغبة الأمم المتحدة في توطيد العلاقات مع دول الخليج العربية فيما يتعلق بالتكامل الإحصائي، من منطلق أن التحديات التي يواجهها العالم تتطلب تنسيق الجهود بين دول المنطقة والمنظمات الدولية، على أن تتجاوز الأجهزة الإحصائية إلى مشاركة القطاعات الأكاديمية والخاصة ومنظمات المجتمع المدني، مشيراً إلى القيام بإعداد برنامج زمالة بين المركز الإحصائي الخليجي وشعبة الإحصاءات في الأمم المتحدة.

الإحصاء مرتبط أساسياً لتنمية المستقبل

تحت شعار «تعزيز الشراكات الإحصائية لدعم السياسات الاقتصادية والتنمية المستدامة في دول مجلس التعاون» انطلق المنتدى بكلمة لوزير الاقتصاد والتخطيط السعودي المهندس عادل فقيه، متطلعاً إلى أن يحقق هذا المنتدى أهدافه في تعزيز الشراكات بين مستخدمي ومنتجي البيانات والمعلومات الإحصائية، لدعم التنمية بكل أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على المستويين الوطني والإقليمي، بما في ذلك دعم السياسات الاقتصادية الجديدة لدول مجلس التعاون الخليجي، ودعم أجندة التنمية المستدامة لعام 2030م، مؤكداً على أن هذا المنتدى يُعد منصة معرفية وعلمية، ومشيراً إلى دوره في تبادل الخبرات ومناقشة بعض القضايا الرئيسية المتعلقة بمؤشرات تدعم السياسات الاقتصادية وتقيس التنمية المستدامة.

إخوة خليجية فوق حدود الإحصاء

هذه الأرضية المتفائلة ذات الطابع الاقتصادي المتخصص لم تلغ الحقيقة الأكثر رسوخاً، والمتمثلة بدور هذا المنتدى في تعزيز روابط الإخوة ودعم مسيرة العمل الخليجي المشترك، وهو ما أكده معالي الأمين العام لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، الدكتور عبد اللطيف ابن راشد الزياني، الذي اعتبر هذا الحدث الإحصائي تجسيداً لاهتمام قيادات دول المجلس بالاستفادة من دور الإحصاء في تحقيق تطلعات مواطنيهم نحو مزيد من



نقاشات علمية لتأسيس معرفة إحصائية

من خلال تنظيم أربع جلسات رئيسية، تناول المنتدى نقاش عدداً من الموضوعات ضمن ثلاثة محاور رئيسية، هي: طلب البيانات والمعلومات الإحصائية الناشئة عن المسارات الإنمائية الوطنية وأجندة التنمية المستدامة والقضايا الاقتصادية العالمية الناشئة، وتوفير المنتجات والخدمات الإحصائية لدعم المسارات الإنمائية الوطنية والتنمية المستدامة في دول مجلس التعاون، وتعزيز الشراكات الإحصائية بين مستخدمي ومنتجي البيانات، بدأت الندوات من محور (الطلب من منظور دولي) والتي تناولت القضايا العالمية، وتأثيرها من حيث السياسات والإصلاحات في جميع أنحاء العالم، ثم تمت مناقشة (الطلب من منظور وطني وإقليمي)، وتسايلط الضوء على طلب البيانات والمعلومات الناشئة عن الاحتياجات الإحصائية المتعلقة برسم السياسات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية بهدف تحقيق الأهداف المعتمدة وطنياً، فيما خصصت ندوات أخرى لاستعراض وسائل وآليات نشر وإنتاج الإحصاءات،



وضع المنتدى الإحصائي الخليجي ضمن نقاشاته قواعد رئيسية لنموذج الإعلام الذي يخدم العملية الإحصائية

على أهمية استخدام التكنولوجيا، والتوسع في المؤشرات الإحصائية وفقاً لاحتياج المجتمعات الحديثة، ولقد أكد المتحدثون على أن استخدام الثورة المعلوماتية يؤدي بشكل كبير إلى الحصول على المخرجات المناسبة لاتخاذ القرارات الصحيحة، كما سيسهم في تسهيل وتسريع وتأمين وتحسين موثوقية العمل الإحصائي بكافة جوانبه، بما في ذلك جمع ومعالجة وتحليل ونشر البيانات والمعلومات الإحصائية، والتواصل مع المستخدمين والمجتمع ككل، ونشر الوعي الإحصائي والثقافة الإحصائية، وإدارة المؤسسات والموارد البشرية والمالية.

المواطن شريك في العملية الإحصائية

إذا كانت مفاهيم الإحصاء التقليدية تنظر إلى المواطن كمصدر لجمع المعلومات في البداية، وكمستفيد نهائي من الخدمات التنموية المبنية على الإحصاء، فإن هذه النظرة قد تغيرت تماماً وفق ما أكده متحدثون في منتدى الإحصاء الخليجي، فالحديث الآن يدور حول مواطن شريك فاعل يملك الوعي ويضمن الدقة ويراقب التنفيذ. من جانبه أكد الدكتور «يوهانيس يوتينق»

وتطرق كذلك إلى تعزيز المعرفة الإحصائية، وهو أحد أهم التحديات التي تواجه الأجهزة الإحصائية في دول مجلس التعاون الخليجي.

الإحصاء من مقابلة الأشخاص إلى الأقمار الصناعية

من أبرز المشاركات في المنتدى كانت ورقة عمل البروفيسور «انريكو جيوفاني» أستاذ الإحصاءات الاقتصادية بجامعة روما، والذي لفت فيها إلى أن البيانات الإحصائية لم تعد مقتصرة على الحكومات، بل تتجاوز ذلك للمواطنين لتحسين اتخاذ قراراتهم، فيما طالب نائب محافظ مؤسسة النقد السعودي، عبد العزيز الفريح، بتطوير آلية جمع البيانات وتعديل المناهج التعليمية، وذلك لمواكبة التحديثات على المشهدين الاقتصادي والاجتماعي، وهي الفكرة التي تبناها كذلك نائب مدير الإحصاء في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية «بول شرابر»، حيث شدد على فعالية استخدام التكنولوجيا في جمع الإحصاءات بشكل ذكي، مبيناً أن جمع المعلومات الذي كان يتم سابقاً بمقابلة الأشخاص بات الآن ممكناً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بل وصل في بعض الأحيان إلى استخدام الأقمار الصناعية.

تقنية المعلومات بوصفها استثماراً للإحصائيين

لا يكفي الإحصائي أن يكون مستخدماً عادياً لمعطيات تقنية المعلومات والثورة الاتصالية، بل عليه أن يستثمرها ويجعل منها وسائل نوعية لتغيير مفاهيمه العملية وطرق أداء مهامه، هذا ما اتفق عليه المشاركون في المنتدى، والذين شددوا

مدير أمانة باريس، خلال حلقات النقاش على أهمية إشراك المجتمع المحلي في العملية الإحصائية لضمان دقة المعلومات والأرقام وبالتالي وضع خطة مناسبة، كما صادق الدكتور عبد الله آل خليفة وكيل الشؤون الدولية بوزارة خارجية البحرين على أن المواطن هو شريك أساس في الإحصاءات، وهو مسؤول عن التجاوب مع مؤسسات الإحصاء وأخذ على عاتقه المشاركة المجتمعية والتعامل بإيجابية.



الإعلام الإحصائي .. إعلام الجميع

يتطور دور الإعلام الإحصائي مع تطور الإحصاء نفسه، هذه حقيقة كافية لنعرف أن الأمر لم يعد يتعلق فقط ببرنامج وإعلانات تلفزيونية تدعو المواطنين للمشاركة في حملات التعداد على سبيل المثال، وقد وضع المنتدى الإحصائي الخليجي ضمن نقاشاته التي شارك فيها إعلاميون ومختصون قواعد رئيسية لنموذج الإعلام الذي يخدم العملية الإحصائية، حيث يملك الجمهور اهتماماتهم داخل المنتج الإعلامي، لكن ليس هناك مَنْ لا يرغب في تلقي معلومة إحصائية، هذه الحقيقة جعلت الدكتور محمد الأحمد يصف الإعلام الإحصائي بأنه إعلام الجميع، فيما شدد المذيع أحمد كشوب على أهمية تدريب الإعلاميين لتعزيز الوعي الإحصائي، كما طالب المؤسسات المختصة بإقامة الشراكات مع وسائل الإعلام وتعزيز مراكز الإحصاء في دول المجلس.

وفي ختام نقاشات ورشة الإعلام الإحصائي طالبت الورشة باحتواء التصادم بين سرعة توصيل المعلومة ومصداقيتها، ودعت إلى تضيق الفجوة بين المجتمع وما تصدره المؤسسات من بيانات، كما أشارت إلى ضرورة الشراكة بين الإحصائيين والإعلاميين والتفاهم بينهما حول طريقة نشر نتائج الإحصاءات عبر وسائل الإعلام بشكل يفيد المجتمع ولا يتضمن وجود أي جدل بين الطرفين.

توصيات المنتدى .. برنامج عمل متكامل

استطاع المنتدى الإحصائي الخليجي في ختام أعمال دورته الأولى الوقوف على (14) توصية في المجال الإحصائي، كانت في مجملها نواة مثالية لبناء عمل احترافي مستدام لخدمة تطلعات دول المجلس، داعياً إلى المضي قدماً في تعزيز وزيادة فاعلية الجهود المبذولة حالياً في شتى المجالات ذات الصلة، وذلك حسب ثلاثة مسارات إستراتيجية (الشراكات، التطوير والمواءمة، والموارد).

واتفق المشاركون، أيضاً، على أهمية عقد المنتدى بشكل منتظم كل عامين، لرصد التقدم، والوقوف على الإنجازات التي تحققت في مجالات العمل المشترك، ومناقشة آخر التطورات في طلب وإنتاج ونشر الإحصاءات الرسمية، حيث سيتم عقد المنتدى الثاني في مارس 2019م في مدينة مسقط، بإذن الله.

كما تضمنت التوصيات تعزيز آليات التعاون والحوار بين مستخدمي ومنتجي الإحصاءات داخلياً وعلى الصعيدين الإقليمي والدولي، كما دعت إلى إقامة الشراكات مع المجتمع الأكاديمي لضمان مواءمة أفضل للتعليم مع

احتياجات العمل الإحصائي المستقبلية، وتحسين المعرفة الإحصائية، وتعظيم القيمة المضافة للإنتاج الإحصائي. وشملت التوصيات كذلك، تحسين جودة الإحصاءات الرسمية وقابليتها للمقارنة، ومواكبة أحدث المعايير والتصانيف الإحصائية الدولية، والاستفادة من الأدوات والتقنيات الحديثة، وتعزيز الاستخدام الصحيح للإحصاءات وزيادة الثقافة والوعي الإحصائي في المجتمع، كما دعت للاهتمام بأصحاب الكفاءات من مواطني دول المجلس عبر التدريب لبناء وتعزيز قدراتهم في الإحصاء.

القبائل الإلكترونية

منظور رابع للتفاعلية في الوسائط

الاتصالية الجديدة (1)

(الجزء الأول)



د. رحيمة الطيب عيساني

أكاديمية وباحثة في مجال الإعلام والاتصال

جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا

مدخل:

إن المتتبع لتطور الأدوات والوسائط التي استخدمها الإنسان في الإعلام والتواصل يكتشف بوضوح قوة تلك الغريزة الفطرية التي مكّنت البشرية من تطوير أدواتها الإعلامية بشكل لافت للنظر منذ أن نقش الإنسان الأول على جدران الكهوف مروراً باستخدام المصريين القدماء للغة الهيروغليفية المصوّرة واستخدام ورق البردي، وحتى اختراع يوهان جوتنبرج لمطبعته ذات الأجزاء المعدنية في عام 1455م. فحتى ذلك التاريخ كان النص والصورة الثابتة المحفورة والمرسومة وكذلك الصوت البشري هي عناصر ومكونات المشهد الإعلامي والاتصالي في تلك الحقبة. وظلت كذلك ولم تتغير حتى ونحن نعيش عصر الإعلام الجديد وترسانته الواسطة في إنتاج وتوزيع ونشر المحتوى الإعلامي والاتصالي، فالذي تغير هو الأدوات والوسائط؛ من حيث الكم والكيف لتنتج ظواهر: «الاتصال الشبكي»، و«الإعلام الرقمي»، و«المتلقي النشط»، و«المحتوى الإلكتروني؛ المنشئت واللامتناهي»، و«صحافة المواطن»، و«المجتمعات الافتراضية»، و... غيرها من المصطلحات والظواهر المصاحبة للإعلام الجديد.

بشكل يوحى بالاندماج والتماهي مع الوسيلة والوسيط. وقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية، ابتداءً من نظرية شانون وويفر (Shannon & Weaver) مروراً بنظرية الطلقة السحرية (Magic Bullet Theory)، ونموذج نقل المعلومات على مرحلتين (Two Step Flow Of Communication) ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي (Selective Gate Keepers) وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين ومفاهيمها عن حراس البوابة (Gate Keepers) على أن وسائل الإعلام التقليدية وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد، وتفتقر إلى رجع الصدى الفوري، في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذي اتجاهين، أو اتجاهات متعددة⁽²⁾.

ما من شك في أننا أصبحنا نعيش عصر الثورة التكنولوجية بكل تجلياتها ومعانيها، ونعتمد أكثر على وسائط الإعلام الجديد ووسائله في الحصول على المعلومة والخبر وحتى القرار الشخصي والجماعي لما يتعلق بحياتنا اليومية الخاصة منها والعامة، وأصبح وجودنا واستمرارنا الثقافي والاجتماعي مرتبط بهذه الوسائط ومحتوياتها



التفاعلية ليست صفة للوسيلة، وإنما هي مفهوم مرتبط بالعملية الاتصالية

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة، بما تمتلكه من أدوات تفاعلية، أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات، وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل، التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاثة جوانب تمثلت في⁽³⁾:

- إن الطريق السريع إلى المعلومات مدّت الاتصال بوسائل إعلام جديدة (New Media)، والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.
- تميز بأنه تفاعلي، إذ أتاح لمستعمليه مزيداً من التحكم في المعلومات وتبادلها.

- إيجاد الطريق السريع للمعلومات وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية، كل من مكانه.

وقد برزت الإنترنت، كما أشرنا سابقاً، كأهم أداة من أدوات الإعلام الجديد في رسم المعالم الكبرى للتغيرات الكبرى التي يشهدها العالم المعاصر في مجال الإعلام والاتصال على حد سواء، ووفرت المرونة الكبيرة في استخدامها وسهولة الولوج إليها، وتصفح بعض محتوياتها مجاناً مجالاً خصياً بحرية الحصول على المعلومة وتبادلها، ومنذ ظهور الإنترنت وهي تشكل تباغاً مخرجة أنواعاً من التطبيقات والرسائل الإلكترونية التي كوّنت عناوين لعدد من أشكال الاتصال الفردي والجماعي والجهامي، تجاوزت معظمها الرقابة والعراقيل التي تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وأبرزت دور الفرد كمرسل للرسالة ومتفاعل معها بعد أن كان وظل لسنوات مستقبلاً فقط، وأوجدت طرقاً أخرى للتفاعل والتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية (وإن كانت افتراضية).

وأدى هذا التحول في شكل ومضامين الاتصال ترسيخ ظاهرة الإعلام الجديد، الذي تغيرت فيه معايير العملية الإعلامية والاتصالية، وأطاحت أشكاله وتداعياته بالعديد من المفاهيم والمسلمات في المجال، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تعطي أبعاداً مغايرة للإعلام والاتصال وسيلة ومحتوى، فقد أضحت المنتج الإعلامي أكثر ثراءً وتعدداً في أدواته وأوعيته، وأصبح المستهلك (المتلقي) سواء كان قارئاً أم مستمعاً أم مشاهداً أكثر نهماً للمعلومات والأخبار بشكل غير مسبوق، ولم يقتصر تأثير الإنترنت ومن ثم الإعلام الجديد على المحتوى والمتلقي فقط، بل امتد ليشمل جميع أطراف وعناصر العملية الاتصالية والإعلامية، وظهرت ممارسات جديدة تعلي من دور الجمهور الذي كان وما زال مهمساً في الاتصال الجماهيري التقليدي، وتضاءلت سيطرة المرسل والمؤسسة الإعلامية التقليدية على العمل الإعلامي، بعد أن أصبح بوسع كل من يستطيع استخدام الإنترنت أو أي أداة أخرى من أدوات الإعلام الجديد أن يصبح إعلامياً بالشكل الذي يرغب فيه.

ولعل أهم تطبيقات الإنترنت التي ترسخ هذا المفهوم للإعلام والاتصال في بيئة «الإعلام الجديد» ما اصطلاح على تسميته



بـ«أدوات التواصل الاجتماعي»، أو «الشبكات الاجتماعية»، فقد تحولت إلى المنصة الأوسع للمستخدمين لأشكال الإعلام، الاتصال والتواصل الاجتماعيين، تدل على ذلك الأرقام والنسب الضخمة التي تكشف وكشفت عنها الدراسات المتواترة في المجال خاصة في السنوات الثلاثة الأخيرة.

وقد عدت شبكات التواصل الاجتماعي واحدة من أهم الظواهر التكنولوجية في القرن الواحد والعشرين، إذا تزايد عدد مستخدميها في السنوات الثلاث الأخيرة وأصبحوا يعدّون بالملايين، فـ«فيسبوك» أصبح منذ أكتوبر 2012م ثالث دولة في عدد السكان بعد الصين والولايات المتحدة الأمريكية. وأسهم الانتشار الواسع للحواسيب المحمولة وهواتف الجيل الثالث إلى زيادة تعلق ومتابعة المستخدمين لها. كما أن نمط الحياة الحديثة السريع قد أسهم في انتشارها، فالجميع يتبادل الرسائل والمحادثات، ويشارك بالصور ومقاطع الفيديو من خلال هذه الشبكات، نظراً لانشغاله عن الحياة الاجتماعية الواقعية.

وأظهرت نتائج الدراسات التي أجريت في بعض الدّول العربية أن منطقة الشرق الأوسط باتت تعتمد أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى؛ التواصل وجهاً لوجه، أو عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف، فقد أشارت الدراسة التي أجرتها «يونيفيرسال مابان» سنة 2013م (وهي شركة عالمية متخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية) إلى أن هناك اتصالاً بين كل فرد في المنطقة مع حوالي (38) شخصاً عبر شبكات الإعلام الاجتماعي بشكّم منتظم⁽⁴⁾.

وقد تطور دور هذه الشبكات من مصدر للمعلومات والتسويق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم. وبالإضافة إلى مشاهدة وتشاطر «كليبات الفيديو» عبر الشبكة الإلكترونية واستخدام التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم على شبكات الإعلام الاجتماعي وقراءة المدونات.

المنظير الثلاثة للتفاعلية في الوسائط الاتصالية:

تناول عدد من الدراسات موضوع التفاعلية ومؤشراتها ودلائلها وأشكالها ومظاهرها فيما سمي بالإعلام التقليدي والجديد، وأظهرت القراءة العلمية التحليلية لكثير من هذه الدراسات أنها تندرج تحت ثلاث اتجاهات رئيسية هي⁽⁵⁾:



المنظور الأول: التفاعلية باعتبارها خاصية للوسيلة: استنادًا إلى دراسة (Heeter, 1989) التي قدمت مقياسًا للتفاعلية في المواقع الإلكترونية يتضمن ستة أبعاد هي: تعدد الخيارات، المجهود المبذول من قبل المستخدم، الاستجابة للمستخدم، سهولة إضافة المعلومات، تسهيل الاتصال الشخصي، مراقبة نظام المستخدم⁽⁶⁾. وقد استخدمت معالم «هيتير» هذه للتفاعلية في عدد من البحوث منها: دراسة (Tremayne, 1997) إلى قياس التفاعلية في (15) موقعًا إلكترونيًا لعدد من الصحف ومحطات التلفزيون عبر مقياس يضم ست درجات، وخلص إلى أن هذه المواقع حققت مستوى متوسطًا من التفاعلية في هذا المقياس، وأن مواقع الصحف الخمس الأكثر توزيعًا تميزت بتفاعلية أكثر من مواقع المحطات التلفزيونية⁽⁷⁾.

ودراسة (Keith Kenney, Alexander Gorelik, Sam Mwangi) المعنونة بـ: «Interactive features of online newspapers»، التي درسوا من خلالها (100) صحيفة، وطبقوا (18) مقياسًا للتفاعلية على هذه الصحف للكشف عن علاقة الصحف الرسمية وغير الرسمية بالاهتمام بالتفاعلية، وانتهت الدراسة إلى: لم تستخدم سوى (2%) من الصحف خيار اللغة، راعت (2%) من الصحف في اعتبارها تعدد المتصفحات لدى المستخدمين بما يوفر سرعة الاتصال، وقرت (23%) من الصحف العينة للمستخدم محرك بحث، اهتمت (83%) منها بالأخبار على الصفحات الرئيسية، وقرت (33%) منها وصلات للأخبار، وكانت (52%) منها بعض الوصلات الفائقة⁽⁸⁾.

وبحثت دراسة (Tanjev Schultz, 2000)، بعنوان: «علاقة مفهوم التفاعلية بوسائل الإعلام التقليدية، وكذا مواقع الدردشة الإلكترونية والبريد الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن: الاتصال من خلال وسائل الإعلام التقليدية يفقد عنصر التفاعل مقارنة بالإنترنت التي توفر مساحة عريضة من حرية النقاش وتبادل الرأي من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية التي تضم جماعات متنوعة من الأفراد من مختلف أنحاء العالم، إن هذا الحال أتاح للجمهور أداة إعلامية إلكترونية مستقلة تمامًا عن المؤسسات الإعلامية المعروفة⁽⁹⁾. ومن أحدث هذه الدراسات دراسة (Morison, 2010) عن «التفاعلية في الصحافة الإلكترونية»⁽¹⁰⁾.

أما في البيئة العربية فهناك عدد من الدراسات التي اهتمت بدراسة التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والأجنبية مثل: (دراسة عبد الباسط هاشم، 2005م) التي استهدفت رصد وتقويم الأدوات التفاعلية المتاحة على مواقع المجلات الإلكترونية المصرية والأمريكية عبر المقارنة بين مجلتي (التايم) الأمريكية و (آخر ساعة) المصرية، وتوصلت إلى: أن كلا الموقعين اهتم بتوفير عدد من الأدوات التفاعلية مثل: خدمة البحث، والوسائط المتعددة، والوصلات الداخلية والخارجية وغياب عدد من الأدوات من كلا الموقعين مثل: الدردشة، واختيار لغة العرض وخدمة الرسائل الإلكترونية مع تفوق موقع مجلة (تايم) في توفير بعض الخدمات التفاعلية، مثل: خدمة التسلي، والأرشيف الإلكتروني⁽¹¹⁾.

كما استخدم (حلمي محمود محاسب، 2008م) مقياس (هيتير) لدراسة التفاعلية في موقعي قناتي (الجزيرة) القطرية و(CNN) الأمريكية بعد أن أضاف إليها بعدي السرعة والوبلوج (weblog) واستبعد بعد مراقبة المستخدم؛ وقد خلصت الدراسة إلى نتيجة عامة تؤكد تفوق موقع (CNN) في تضمينه أدوات التفاعلية مع بعض الاختلافات بالنسبة للنتائج التفصيلية، حيث تفوق موقع (CNN) على الجزيرة في سهولة الاتصال الشخصي المتمثل في البريد الإلكتروني والمنتديات، وكذلك تعدد الخيارات اللغوية والنص

الفائق ومحركات البحث والوسائط المتعددة، لكن موقع (الجزيرة) تفوق في سرعة حصول المعلومات حسب الطلب، وتساوى مع موقع (CNN) في الاستجابة للمستخدم⁽¹²⁾.

وفي الإطار نفسه، أجرى (سعيد محمد غريب النجار، 2009م) دراسة تحليلية مقارنة لقياس مستوى التفاعلية بين الصحف العربية على الإنترنت ذات النسخ الورقية المطبوعة من جهة، والصحف العربية الإلكترونية الخالصة مستخدمًا مقياس (هيتير)، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تفوق الصحف الإلكترونية التي ليس لها صحف ورقية تفوقًا محدودًا في تحقيق التفاعلية، في حين تنحصر التفاعلية في الصحف التي لها نسخ ورقية في توفير بعض الوصلات الفائقة وعناوين البريد الإلكتروني ومحركات البحث على موقعها الإلكتروني، ومن ثم خلص النجار إلى: أن هذه الصحف لازالت تعمل وفق النموذج التقليدي للاتصال أحادي الاتجاه غير متأثرة بالطبيعة التفاعلية لوسائل الإعلام الجديد⁽¹³⁾.

المنظور الثاني: التفاعلية من وجهة نظر المتلقي: حيث اهتمت الدراسات التي أجريت في هذا الاتجاه بالكشف عن اتجاهات المتلقين وإدراكاتهم نحو التفاعلية في مواقع الويب، ومن أشهر هذه الدراسات دراسة (نيوهاجن وآخرون، 1995) التفاعلية من زاوية إدراك المتلقي للتفاعلية، من خلال دراسة إدراك الجمهور لتفاعلية البريد الإلكتروني، وكانت عينة الدراسة مجموعة من الرسائل التي أرسلها مشاهدو قناة (NBC) الأمريكية عبر البريد الإلكتروني إلى المحطة، حيث ركزت الدراسة على بحث المتغيرات النفسية للمتلقى باعتبارها المنحكمة في إدراكه للتفاعلية، وتوصلت الدراسة إلى أن البريد الإلكتروني المرسل إلى المحطة كان يعكس إحساس المرسل بعمق العلاقة بينه وبين القائم بالاتصال، مما جعل الاتصال أكثر تفاعلية وجدوى⁽¹⁴⁾.

ودراسة (ماكميلان وهوانج، 2002م) (McMillan and Hwang) التي استهدفت قياس إدراك الجمهور للتفاعلية المتاحة على المواقع التجارية على الإنترنت عبر دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الجمهور تتراوح أعمارهم بين (21) و (74) عاماً، واعتمدت مقياسًا مكونًا من ثلاثة أبعاد رئيسة وهي اتجاه الاتصال، وسيطرة المستخدم على العملية الاتصالية، والزمن، وقد انتهت الدراسة



مواقع الصحف الإلكترونية تتميز بتفاعلية أكثر من مواقع المحطات التلفزيونية

اهتمت بدراسة المجموعات الاتصالية عبر الإنترنت بهدف التعرف على خصائص هذا النمط الاتصالي والإمكانات التفاعلية التي تميزه عبر تحليل مضمون عينة عشوائية بسيطة من المضامين الاتصالية المتاحة في ثلاث مجموعات هي: «يوزنت» (Usenet) و«كمبيوتر» (Compuserve) و«بنتنت» (Bitnet) وافترض الباحثان أن تقود التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية التي تتوسطها الإنترنت إلى الاتفاق أكثر من الاتصال الشخصي المواجهي، وخلصا إلى أن التفاعلية ليست صفة للوسيلة وإنما هي مفهوم مرتبط بالعملية الاتصالية-كما سبق ذكره⁽¹⁹⁾.

• أما الدراسات العربية، فنجد دراسة (عبد الله الحقيقل، 2011م): «المرجعية المنهجية لقياس التفاعلية في الإعلام الجديد» والتي انطلقت من ذات الرؤية التي انطلق منها (رافائيلي وسديوكس) كذلك لكنه طرح فرضية مغايرة لفرضية (رافائيلي وسديوكس) القائلة: إن التفاعلية تقوم على ترابط رسائلها تاريخياً أي بما سبقها، وإنما على تطور المضمون بمعلوماته ومواقفه، وقام الحقيقل بتطبيق فرضيته عبر تحليل مضمون (72) محادثة في مواقع إلكترونية ناقش مستخدميها قضية غلاء الأسعار، وقد كشفت النتائج عن تأييد واضح للفرضية البديلة التي طرحتها هذه الدراسة، وعدم تأييد لتصور (رافائيلي وسديوكس)⁽²⁰⁾.

• ودراسة (حمد بن ناصر الموسى، 2012م) بعنوان: «العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية للتفاعلية في المنتديات الإلكترونية السعودية»، التي سعت إلى مقارنة مفهوم التفاعلية في الإعلام الجديد عبر دراسة التفاعل الاتصالي في المنتديات الإلكترونية من خلال قياس مظاهر هذا التفاعل والعوامل الاتصالية وغير الاتصالية المؤثرة فيه، وقد أكدت نتائج الدراسة قوة التفاعل الذي يتم عبر المنتديات بشكل عام، كما كشفت أن التفاعل والحوار من خلال وعاء اتصالي مستقل يكون أكثر ثراء وقوة من التفاعل الذي يتم عبر وعاء محسوب على تيار معين سواء الإسلامي أو الليبرالي، وكان للاتجاه الفكري للمنتدى تأثير واضح على طبيعة القضايا التي يتناولها أعضاء كل منتدى، كما أشارت الدراسة إلى أن قوة التفاعل تتأثر إيجاباً بعدد من العوامل بعضها داخل العملية الاتصالية وهي: عدد المشاهدات وعدد المشاركات، وجنس المشاركين، وبعضها الآخر خارج العملية الاتصالية بخاصة اعتماد المتحاورين على الحجج المنطقية والعقلية، والتجارب الذاتية، كما تتأثر قوة التفاعل سلباً باستخدام المتحاورين للحجج الاجتماعية المستندة على التقاليد والأعراف⁽²¹⁾.

ونلاحظ من خلال استعراضنا لهذه الرؤى: إما أنها اهتمت بدراسة التفاعلية ومعالمها في الوسيلة وسارت على درب (هينر) لتطبيقه على وسائل التواصل الجديدة منها خاصة؛ والتي تتوافر فيها التفاعلية أكثر من التقليدية، أو درست المستخدمين ومدى إدراكهم لتفاعلية الوسيلة، أو سارت على درب نتائج دراسة (رافائيلي وسديوكس) و«أن التفاعلية مفهوم مرتبط بالعملية التواصلية، وليس صفة للوسيلة ولا المستخدم».

إلى أن البعد الأول حظي بالثقل الأكبر في تفسير إدراك المتلقين للتفاعلية بنسبة (47,34%)، والثاني بنسبة (64,14%)، والثالث بنسبة (97,10%)، وبذلك تكون هذه المحاور قد فسرت مانسبته (60%) تقريباً من تباين الإدراك الحسي للمتلقين للتفاعلية⁽¹⁵⁾.

ومن الدراسات العربية التي تناولت هذا الجانب دراسة (حنا جند، 2003م): «تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة المصرية»، التي ناقشت فيها مدى اعتماد طلاب الجامعة على الاتصال التفاعلي عبر شبكات الإنترنت كمصادر أولية للمعلومات عن القضايا السياسية العالمية والمحلية، وأثره في وعيهم السياسي ومشاركتهم السياسية، وقد كشفت نتائج الدراسة عن تأثير الإنترنت على أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعات، ودعماً للاتصال التفاعلي من قبل الطلاب عبر المناقشة مع الآخرين من خلال الاتصال الشخصي أولاً ثم من خلال مواقع الدردشة، والمشاركة في استطلاعات الرأي الإلكترونية⁽¹⁶⁾.

وتناولت دراسة (فهد العسكر وعبد الله الحمود، 2005م): «اعتماد النخب السعودية على المصادر الإخبارية الإلكترونية وإنجهااتهم نحو المستقبل»، مدى إدراك هذه النخب للتقنيات التفاعلية في المواقع الإلكترونية، وخلصت إلى: أن أفراد العينة يستخدمون فعلاً بعض هذه التقنيات وأكثرها منتديات الحوار التي تعدّ ميداناً رحباً للتفاعلية عبر طرح الأفكار والآراء ومناقشتها⁽¹⁷⁾.

ودراسة (رضا أمين، 2009م): «حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت» التي أجريت على نوعين من المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت أولاهما: تلك المجتمعات الافتراضية التي تقوم على التفاعل الثقافي والاجتماعي، وتبادل الأفكار والآراء عبر مواقع تسمح لمستخدميها بالإضافة والتعليق والمشاركة النشطة مثل: (المنتديات، المدونات، غرف الدردشة، الفيسبوك)، والنوع الثاني هي المجتمعات الافتراضية الكاملة على شبكة الويب، وهي المواقع الإلكترونية التي تحاول محاكاة العالم الواقعي من خلال إتاحة عدد من الخيارات المتعددة أمام المستخدمين تمكنهم من ممارسة تفاصيل حياتهم في العالم الحقيقي من بيع وشراء وارتداء ملابس والسفر عبر الطائرات وغيرها مثل: (سكند لايف، مجتمع جوجل لايفلي)، وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على أنماط المجتمعات الافتراضية في الإنترنت والسمات العامة التي تميز كل نمط، وحدود ما يمكن أن تقدمه من علاقات تفاعلية اجتماعية وثقافية بين سكان هذه المجتمعات الافتراضية على الإنترنت، وتم استخدام الملاحظة العلمية وتحليل المحتوى الكيفي لبعض المجتمعات الافتراضية وتوصلت الدراسة إلى⁽¹⁸⁾:

• أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر في المجتمعات الافتراضية سلباً أو إيجاباً، منها مدى الاتساق أو الاختلاف مع القيم والمعتقدات السائدة، ومدى تبنّيها لأنماط الاتصالية البناءة التي تسهم في تطوير الحياة الواقعية.

• أن شبكات التعارف الاجتماعية مثل: «الفيسبوك» أعادت صياغة العلاقة بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، كما أنها أضافت أبعاداً جديدة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد داخل النظام، وكذلك استخدمت لحشد الجماهير المتفرقة جغرافياً وعقائدياً للضغط على الأنظمة السياسية للمطالبة بمزيد من الحقوق والتعبير بحرية كاملة عن الآراء والمعتقدات.

المنظور الثالث: التفاعلية باعتبارها حالة اتصالية وليست خاصية للوسيلة أو لجمهورها أو للرسالة: الذي وضحت معالمه دراسة (رافائيلي وسديوكس، 1997م) (Rafaeli and Sudweeks) التي



التفاعلية في الوسائط الاتصالية الجديدة، منظور رابع:

الاتصال من خلال وسائل الإعلام التقليدية يفتقد إلى عنصر التفاعل مقارنة بالإنترنت

طريق الشبكات الاجتماعية، وقد طرحت (18) سؤالاً في محورين أساسيين:

1 - المحور الأول: تناول أنماط استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت، من حيث عدد سنوات الاستخدام، عدد مرات الاستخدام أسبوعياً، عدد ساعات الاستخدام يومياً، وتفضيلات الاستخدام وأهدافه.

2 - المحور الثاني: وتناول أسئلة حول مدى تفاعلية الشباب العربي على شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال النشاط على هذه الشبكات وحجمه ونوعه، وحجم ونوع المنشورات والمشاركات على الشبكات.

وعلى أداة الملاحظة والتتبع لكيفية استجابة وتفاعل الشباب العربي مع الاستبانة كمحتوى منشور على شبكات التواصل الاجتماعي مطلوب منهم الاطلاع عليه وقراءته والإجابة عن أسئلتها، وكذا التفاعل مع ناشرها (القائم بالاتصال) من خلال عملية رجع الصدى في أقرب وقت ممكن، فقد حددت من الأول أنه مفتوح للإجابة عنه لمدة شهر فقط.

وكنيت أتبع يومياً تفاعل أفراد العينة مع الاستبانة والإجابة عن أسئلتها الذي نشرت رابطته على أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً لديهم (وقد استندت في تحديدها والاعتماد عليها إلى الدراسات السابقة في المجال)، وهي «فيسبوك» وبعض مجموعاته، «تويتر»، «قوقل بلاس»، وكذا كنت أدون يومياً كيفية تفاعلهم وتجاوبهم مع الإعلانات والتذكيرات والتنبيهات للاستبانة، وأهم هذه الملاحظات ما يلي:

الملاحظة الأولى: بدأ معدل الاستجابات خلال الأسبوع الأول مرتفعاً نوعاً ما، فقد بلغت مع نهاية الأسبوع الأول أكثر من (100) استجابة بمعدل (15) استجابة لكل يوم (انظر: المخطط رقم 1)، وكنيت في الأيام الخمسة الأولى من الأسبوع الأول أنشر كل يوم تذكيراً بالاستبانة وأهميتها، ولاحظت الآتي:

• أن أول المجيبين كانوا كلهم تقريباً من الجزائر، ومعظمهم من الذين تربطني بهم علاقات اجتماعية واقعية، فهم إما من أهلي وأقربائي أو من طلبتي الذين درّسهم أو بعض أساتذتي وأصدقائي وصديقاتي، فقد كانت تصلني منهم رسائل عبر «فيسبوك» (خاصة) بأنهم أجابوا على الاستبانة وربما يستفسرون عن بعض أسئلتها، أو يوجهون لي ملاحظات عن جدوى بعض الأسئلة فيها، أو يشيدون بالدراسة ويطلبون أن أشاركهم نتائجها متى انتهت منها.

• وأن كل الذين شاركوني رابط الاستبانة وعددهم (20) شخصاً، هم كذلك من الأفراد الذين أعرفهم ويعرفونني في الواقع، وإضافة لذلك هم من المقربين جداً مني، كأخي وأختي، وبعض صديقاتي المقربات، وبعض طلبتي وطالباتي وأساتذتي الذين تربطني بهم قرابة أو صداقة أو علاقات اجتماعية قوية.

• كلما ذكرت بالاستبانة يتفاعل المستخدمون مع التذكير مباشرة، ويجيبون عن الاستبانة وبأعداد كبيرة قد تصل إلى (12) استجابة في الساعة بمعدل استجابة كل (4) دقائق، فيوم الأربعاء 17 ديسمبر 2014 مثلاً شاركنتني إحدى أخواتي رابط الاستبانة ونشرته إلى أصدقائها وصديقاتها على الفيس بوك على الساعة 6 و 45 دقيقة،

إنطلق منظورنا الجديد حول التفاعلية من محاولة الجمع بين الاتجاهين الأوليين والاسترشاد بالاتجاه الثالث في جانب وصفه للتفاعلية من منطلق العملية التواصلية ككل، وتبني فكرة التفاعلية كصفة للعملية التواصلية التي تتم عبر الوسائط بين مستخدمين فاعلين ومن خلال وسيلة تتميز بالتفاعلية.

فقدم مفهوم التفاعلية كصفة للعملية التواصلية التي تتم عن طريق وسيط بين مستخدمين فاعلين ووسيلة تفاعلية، فهي خاصية للوسيلة والمستخدم معاً، وليس كما اتجهت دراسة (هيتز) سنة 1989م، ومن طبق مقياسه في السنوات التالية نحو مقولة: «إن التفاعلية صفة للوسيلة»، ولا كما انتهت نتائج دراسة (رافائيلي وسدويكس، 1997م) (Rafaeli and Sudweeks): «إن التفاعلية ليست صفة للوسيلة وإنما هي مفهوم مرتبط بالعملية الاتصالية»²².

لذلك أسست للافتراض التالي: تتوافر التفاعلية في العملية التواصلية التي تتم عبر الوسائط بشكل كبير في وجود وسيلة تتيح التفاعلية، ومستخدم فاعل في آن واحد، وبالتالي فإن توافر صفة التفاعلية في الوسيلة لا يعني بالضرورة أنها ستجعل المستخدم أكثر نشاطاً وفعالية، وإنما هي صفة ملازمة للمستخدم تبرز أكثر في وجود الوسيلة التي تتيح التفاعلية.

فالتفاعلية حسب اتجاهنا في هذه الدراسة هي نشاط ذاتي يدعم الاتجاه المعرفي للمستخدم في علاقته بوسائل الاتصال ومحتوياتها، وليست نتاجاً مرتبطاً بمهارات التصميم والإنتاج التي تتوافر للوسيلة، وهي أداة للارتفاع بمستوى هذه العملية ونشاطها لتحقيق أكبر قدر من المشاركة والفعالية أثناء الاستخدام.

ومن أجل اختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة ميدانية عن مدى تفاعلية المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من الشباب في المنطقة العربية، طرحت تساؤلاً رئيسياً مفاده:

ما مدى استفادة الشباب العربي مما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من أشكال التفاعلية؟

وتساؤلات فرعية، هي:

- 1 - هل هناك علاقة بين تزايد استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي وتوافرها على معالم التفاعلية؟
- 2 - ما المؤشرات الدالة على تفاعلية الشباب العربي (العينة) على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3 - ما الأشكال التفاعلية التي يظهر بها الشباب العربي على شبكات التواصل الاجتماعي؟

وحتى نحقق الهدف الأساسي من الدراسة حاولت التواصل معهم عن طريق الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً في المنطقة العربية وهي: «فيسبوك»، «تويتر»، «انستغرام»، «واتساب»، وبعض المجموعات على «فيسبوك»، وحثهم على الإجابة عن الاستبانة الإلكترونية بتزويدهم برابطها، وقد تلقت الاستجابات لمدة ستة أسابيع، فقد طرحت الاستبانة يوم الاثنين 15 ديسمبر 2014م، وانتهت من تلقي الاستجابات يوم الثلاثاء 27 يناير 2015م، وبلغ عدد الاستجابات (560) استجابة، استبعدت منها (25) استبانة لعدم اكتمال بعضها، أو لنقص البعض الآخر من الإجابة عن أحد أسئلة البيانات الشخصية الأوليين، وهما: النوع والسن، لتصبح عدد الاستجابات المقبولة والقابلة للتفريع والمعالجة والتحليل (535) استبانة.

واعتمدت في جمع البيانات على أداة الاستبانة عن طريق استبانة استقصاء وزعتها وتلقيت الاستجابات عليها بالدرجة الأولى عن

استجابات العينة حسب الأسابيع

الأسبوع	استجابات العينة حسب الأسابيع
الأسبوع الأول	103
الأسبوع الثاني	103
الأسبوع الثالث	102
الأسبوع الرابع	60
الأسبوع الخامس	57
الأسبوع السادس	124

مع بداية الأسبوع الرابع (يوم الأربعاء 14 يناير 2015م) وعلى الساعة 6,38 مساءً كتبت على صفحتي على «فيسبوك» وشاركتها كل صفحتاتي على بقية الشبكات الاجتماعية العبارة التالية: «أنا حزبييييييين: فقد أرسلت إلى مستخدمي «فيسبوك»، تويتر، ووقوف بلس من الشباب العربي رسالة تطلب منهم مساعدتي في استيفاء استبانة حول: «استخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي»، منذ شهر (15 ديسمبر 2014 بالتحديد)،

Tremayne, M. W, The Internet: (7)

الصحافة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات الأوجه والممارسات الجديدة



|| أ. د. فايزة يخلف

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

المقدمة

تمثل الصحافة الإلكترونية، وهي الصحافة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات، حقلاً بحثياً جديداً ضمن الحقل الواسع لعلوم الإعلام والاتصال، وما يميزها أنها ظاهرة غير مستقرة وذات خصوصية متعاطمة في محتوياتها، فهي تجمع بين موضوعات وأخبار الصحافة الكلاسيكية، بإعادة إنتاجها للمضامين الصحفية الكلاسيكية، وتبتكر فضلاً عن ذلك نماذج خاصة بها تجعل منها إعلاماً متفرداً بامتياز.

إن الإقرار بمبدأ خصوصية وتفرد الصحافة الإلكترونية يعني أن ثمة بُعدان على الأقل، يقتضيان التفكير في مقارنة نظرية ومنهجية خاصة بالصحافة الإلكترونية، وفي معالجة معرفية ملائمة لدراسة الصحافة الإلكترونية، ويتعلق البُعد الأول بالخطاب الصحفي الإلكتروني الذي يختلف في بنيته عن الخطاب الصحفي الكلاسيكي، كونه يتسم بتعدد الوسائط وتفاعلها في بنية واحدة (صوت، وصورة، وفيديو، ونص، وكاريكاتير، ورسوم غرافيك ... إلخ)⁽¹⁾، كما يتسم النص الصحفي الإلكتروني بانفتاح بنيته على أنظمة ووصلات تحيل القارئ على مصادر تكميلية (داخلية وخارجية)، وهو ما يجعله يختلف عن النص الصحفي الكلاسيكي الذي يتسم بالثبات والجمود⁽²⁾، وأخيراً فإن النص الصحفي الإلكتروني تفاعلي ومنفتح لإسهامات الجمهور.

أما البُعد الثاني، فهو ذلك الذي يتعلق بخصوصية الموقع الإلكتروني باعتباره منظومة مستقلة بذاتها تتعاطم باستمرار من خلال الإستراتيجيات المتعددة لإشراك المتلقي عبر التعليق على المقال والمشاركة في منتديات الحوار وحتى مراسلة الموقع⁽³⁾ بالنص أو بالصورة أو الفيديو.

وفي هذا الاتجاه تتأسس حرمة هذا النوع من الصحافة الإلكترونية وتتبدى ملامحها التقنية والمهنية الحديثة التي أسهمت في إثراء النقاش الأكاديمي وتعميق النشر في مجال هذا الضرب من الصحافة. فما خصوصية هذه الصحافة؟ وما طبيعة الممارسات الجديدة التي لازمتها؟



تداخل الخبر والرأي، من خلال وصل المقال الإخباري بتعليقات القراء والروابط نحو المدونات ومقالات الرأي.

3- تجاوز التقسيم الوظيفي بين الوسائط الإعلامية: حيث تسعى الصحافة الإلكترونية إلى الجمع بين الوظائف التحليلية والإخبارية والاستعراضية، ومن هذا المنظور فإن الأدوار الجديدة التي تقوم بها الصحافة الإلكترونية في إعادة الخطاب الصحفي ووظيفة الإعلام وإنتاج المعنى والتمثيلات للوقائع الاجتماعية والسياسية تقتضي بدورها استجابة بحثية لسياق جديد⁽¹⁶⁾.

من جهته يعتبر «مارك ليتز» (Mark Lits) هذا التغير إعلاناً عن ولادة سردية صحفية جديدة، فالخطاب الصحفي يقوم على بناء رمزي للأحداث يسردها وفق آليات خاصة، فهو يعرضها على شاكلة لا تخضع لأي تنظيم كلاسيكي⁽¹⁷⁾، وعلى هذا النحو يُسهم النص المتشعب في تعميق عمليات اختلاف النص الصحفي، فهو بلجاً إلى تقنيات جديدة تمزج العوالم الواقعية والافتراضية، كاستخدام الصورة الافتراضية في بناء وقائع الأحداث⁽¹⁸⁾. بهذا المعنى يمكن للإنترنت أن تؤسس لخطاب جديد قائم على تعدد الأصوات بفضل تعدد المصادر «تخصيب المقال بالروابط الداخلية والروابط المحاذية كالمقالات ذات الصلة»⁽¹⁹⁾.

وإذا كان هذا هو واقع الصحافة الإلكترونية، فإن التلفزيون في عهد الوسائط المتعددة، هو موضوع معقد ومتعدد المقاربات، معقد من حيث اكتسابه لأبعاد ثلاثة، إذ إنه صناعة، وهو في الوقت ذاته جملة من النصوص السمعية والبصرية، وهو وفق وجهة نظر «دوبري» (Regis Debray) فضاء ممتاز لملاحظة تأثيرات تكنولوجيا الاتصال على مقارباته ومضامينه، حيث يتأثر بثّ المضامين التلفزيونية بتعدد تكنولوجيا البثّ والاستقبال وباختلافها وتطورها المستمر وتشعبها وتداخلها وتعميم استخدامها⁽²⁰⁾.

كما كان لهذه المضامين، أيضاً، ممارسات واستخدامات وطرق جديدة للاستهلاك يعبر عنها بمصطلحات تتجاوز مجرد توصيف هذه السلوكيات التلفزيونية الحديثة بالتنبيه إلى شكل علاقة جديدة

كتطبيقات تحريرية تهدف إلى استقطاب القراء إلى الموقع، كمنتديات الحوار وتخصيص فضاءات خاصة بمدونات القراء، وربط الموقع بمواقع الشبكات الاجتماعية، وإدراج تطبيقات الفيديو الشخصي وغيرها من الأوجه العملية الملازمة⁽²¹⁾.

على هذا النحو استقام الحديث عن نوع جديد من الصحافة ذات خصائص جديدة تتمثل في إمكانات النفاذ المتواصل والشامل للأخبار والتقارير الحينية والتفاعلية والمضامين متعددة الوسائط والشخصية⁽²²⁾، كما يكمن التفرد، أيضاً، في خصوصية العلاقة الجديدة مع الجمهور أي في أشكال بناء العلاقة مع المستخدم والتفاعل معه⁽²³⁾، إذ تمثل هذه العلاقة مؤشراً إستراتيجية المؤسسة الإعلامية ويتجسد تمثل المؤسسة الإعلامية لجمهورها في مضامينها وفي إستراتيجيتها الاقتصادية⁽²⁴⁾، ومن هنا تأتي أهمية قياس الجمهور باعتباره آلية لتحديد القيمة الاقتصادية للمؤسسة في اقتصاد إعلامي يقوم على المنافسة، هكذا تحولت العلاقة بالجمهور إلى مبدأ ناظم لتراتبية المجال الإعلامي ومؤشراً لسلطتها وقيمتها.

ومن هذا المنطلق يمثل التفاعل مع الجمهور بُعداً أساسياً في بناء خصوصية الصحافة الإلكترونية التي تتميز عن نظيرتها المكتوبة والإذاعية والتلفزيونية بقدرتها الفائقة على معرفة جمهورها إحصائياً بفضل المعطيات التي توفرها برمجيات متطورة، ومن خلال التفاعل مع الجمهور بوساطة مدونات القراء والتعليقات على المقالات والمشاركات في المنتديات ... إلخ⁽²⁵⁾.

هكذا يؤكد الباحثون في مجال علوم الإعلام والاتصال على أن التغير الذي لازم الصحافة الإلكترونية يظهر في مستويات ثلاثة:

1 - الوفرة مقابل الندرة: وهي السمة التي تتكرس بفضل تحرير الصحافة الإلكترونية من عامل الفضاء والزمن.

2 - ضعف التراتبية: إذ يؤدي تراكم المواد الإعلامية إلى انحسار مبدأ الناظم لها، وهو ما يتجلى من خلال ظاهرة «التناص» التي تسم طبقات الخطاب الصحفي الإلكتروني، إذ يتجلى في كل أشكال

أخرى تجسدت في أنماط الكتابة، كالتدوين، وصحافة المواطن، وفي فضاءات جماعية للتبادل كمنتديات الحوار، ومواقع الشبكات الاجتماعية، وفي أشكال متعددة من المشاركة في الإعلام الكلاسيكي (البرامج الحوارية والمنتديات التلفزيونية، وغيرها من الممارسات الجديدة التي أتاحها البيئة التواصلية التي تقوم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ونظرًا لما أحدثته هذه الصحافة الجديدة من ممارسات وأفكار تواصلية غير معهودة، فقد كانت هي ذاتها مادة لصحافة متخصصة شملت بالتعريف والتوصيف.

النشر المتخصص في مجال تكنولوجيا المعلومات

مثلما أسهمت تكنولوجيا المعلومات في ظهور نوع جديد من الصحافة، أسهمت أيضًا في بروز صحافة متخصصة عملت على توصيفها التكنولوجي، كما تناولت مختلف تطوراتها، وكذلك تطبيقاتها التقنية، والمقاربات العلمية التي عملت في اتجاه مساءلة محتوياتها ومظاهرها الحداثيّة، ومن أبرز ما نشر في هذا المجال نذكر مجلة «عالم التكنولوجيا» البريطانية، وهي المجلة التي صدرت في عام 2000 م، واعتبرت رائدة في هذا المجال، حيث كانت تهتم بكافة المستجدات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات وبإسهاماتها الحداثيّة في تحقيق التنمية⁽²⁸⁾، وابتداءً من عام 2010 م عرف المشهد الإعلامي المتخصص في مجال تكنولوجيا المعلومات طفرة نوعية في ميدان النشر، وفي هذا الإطار نشطت عدة دوريات ومجلات، مثل مجلة «الصحافة الإلكترونية» الأمريكية، و«تكنولوجيا اليوم» الفرنسية و(new media) وغيرها. ركزت هذه المجلات على دور الصحافة الإلكترونية وعلى رهاناتها في مجال التحديث والتنمية، كما شملت، أيضًا، كل الأخبار المتعلقة بأفاق تطوراتها وإسهاماتها المتباينة في إثراء المعرفة وبناء مجتمع المعلومات، من خلال دراسات فلسفية رصينة ذات بُعد ميداني تطبيقي⁽²⁹⁾.

الخاتمة

نخلص من خلال هذا البحث إلى أن: الصحافة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات هي صحافة تجمع بين النموذج الإعلامي الكلاسيكي وصحافة الرأي، وهي صحافة كونية تختزل المسافات وتقفز على الجغرافيا، محققة بذلك فتحًا عظيمًا في مجال حرية التعبير وفي مجال الهوية الفردية والجماعية السياسية، والثقافية، واللغوية والفكرية التي كانت منظومة الإعلام الرسمي تحاول جاهدة على ستره، بل على إلغائه، وهكذا عملت هذه الصحافة على تعزيز ديناميكية الانكشاف التي بقيت محدودة في عهد الإعلام الكلاسيكي والفكرة الموجهة.

ومعقدة بين التلفزيون وجماهيره المشاهدة⁽²¹⁾، ومثلما يمثل التلفزيون في علاقته مع تكنولوجيا الاتصال نظامًا خاصًا، تمثل الصحافة الإلكترونية نظامًا مختلفًا من العلامات ومنظومة وسائطية مستحدثة تفترض أشكالًا مختلفة من النفاذ إلى المضامين والتفاعل معها (التفاعلية)، فإن الصحافة الإلكترونية تفترض ضرورة علاقة جديدة مع الجمهور الذي انتقل من حالة التلقي كآلية ذهنية تقوم على التأويل إلى الاستخدام باعتباره آلية للفعل في المضمون، وهذا ما أدى إلى بروز ممارسات جديدة، مثل:

١- التدوين:

تشير ظاهرة المدونات إلى نوع جديد من الاستخدام الاجتماعي للشبكة، وهو الاستخدام الذي يتجاوز الممارسات الاستهلاكية (الإبحار، القراءة...) ويتسم بطابعه النشط⁽²²⁾، وبهذا المعنى يُعدّ التدوين أحد أبرز الأساليب التعبيرية التي تختصر مفهوم حرية التأليف وإبداء الرأي⁽²³⁾، ولهذا فقد شهد تطورًا كبيرًا في المجتمعات العربية⁽²⁴⁾.

كما يحيل تعاظم ظاهرة المدونات في المجتمعات العربية إلى تنامي ثقافة سياسية جديدة تتيح إمكانيات المشاركة الواسعة التي تسمح بها الشبكة التي تسير ظهور الفرد في المجال العمومي، إذ يتحكم الفرد عندما ينشئ مدونته في المعارف والمهارات التي تسمح له بنشر آرائه والمشاركة بالتعليق على آراء الآخرين.

ومن هذا المنطلق، يتضح أن للمدونات بُعد سياسي جلي، لأنها تعيد توزيع كفاءة الكلام في القضايا العامة⁽²⁵⁾، وعلى هذا النحو تحيل المدونات على مسألة التواصل العمومي⁽²⁶⁾ المترجم لكل عمليات إنتاج الآراء والأفكار والمعتقدات الفردية والجماعية وتبادلها وإشهارها ومناقشتها على نطاق واسع.

هكذا أسست المدونات لمفهوم جديد للمجال العمومي لا يختلف في جوهره عن المجال العمومي (الهابرماسي) نسبة إلى نظرية (يرغان هابرماس) المنبثقة من فكرة الفضاءات العامة (مقاهي، صالونات، مكتبات، نواد ثقافية، جمعيات فكرية... إلخ)، والتي كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون داخلها في مسائل تتعلق بالفن والأدب، ثم في المسائل السياسية بعد الثورة الفرنسية، وهي ذات الفضاءات التي تطورت مع تنامي القراءة وتبادل الكتب والمجلات والصحف، وتحولت بفضل الوسائط الجديدة (الإنترنت) إلى فضاء رمزي يجتمع فيه المواطنون لتبادل الآراء وتداول الأفكار والنقاش والحوار المتصل بالشأن العام والمرتبط بدوره بالديمقراطية⁽²⁷⁾.

٢- التعبيرات الاجتماعية الأخرى:

بالإضافة إلى التدوين، أتاح الوسائط الجديدة ممارسات اجتماعية

الهوامش:

un nouveau contexte, Paris: édition .Gallimard, 2008, p21 .Ibid., p22 (23) .Ibid., p23 (24) Jean Louis Missika: La fin de la (25) télévision, Paris: Seuil, 2008, p95 Bernard Miège: L'information- (26) communication, Paris: De Boeck, 2004, p33 .Ibid., p41 (27) David Woltan: La trajectoire des (28) innovations, Paris, édition: Dunod, 2010, p210 .Ibid., p29 (29)

.Ibid., p64 (15) Charles Rosen: The age (16) of egocasting, London, Sage publications, 2005, p28 Louis Manovich: The language of (17) new media, Op, Cit, p25 .Ibid., p26 (18) .Ibid., p27 (19) Regis Debray: Introduction à une (20) nouvelle médiologie, Paris: Édition Dunod, 2014, p3 Marc Starr: Public télévision (21) in the digital age, New York: Sage publications, 2009, p24 Daniel Bougoux: Les Bloggs: (22)

Bernard Miège: l'ère des nouveaux (8) médias, Op, Cit, p53 .Ibid., p53 (9) Louis Manovich: The language of (10) new media, London: Sage publication, 2003, p12 André Bayard: La presse (11) électronique: un nouveau élan, Op, Cit, p15 .Ibid., p17 (12) .Ibid., p18 (13) Antoine Lievrouw: Handbook of (14) new media, Social shaping and social consequences, London Routledge, 2008, p63

André Bayard: La presse (1) électronique: un nouveau élan, Paris: édition Payot, 2011, p7 .Ibid., p8 (2) Bernard Miège: l'ère des nouveaux (3) médias, paris: édition Gallimard, 2012, p23 Bernard Latour: Les enjeux des (4) nouveaux médias, Paris: édition P.U.F, 2006, p16 .Ibid., p18 (5) Michel Lipiansky: Les médias en (6) action, Paris: édition La découverte, 2010, p31 .Ibid., p32 (7)

نظمته جامعة الملك سعود على مدى يومين المؤتمر الدولي الثاني للإعلام يناقش الضوابط التي تحدُّ من فوضى الممارسات الإعلامية

|| أنس الخميس - الرياض

نظمت جامعة الملك سعود في العاصمة السعودية الرياض المؤتمر الدولي الثاني بعنوان: «البيئة الجديدة للإعلام التفاعلي في العالم العربي: الواقع والمأمول»، وذلك خلال يومي 21 و 22 فبراير 2017م، برعاية صاحب السمو الملكي الأمير فيصل بن بندر آل سعود، ومشاركة أكثر من (50) باحثًا وباحثة من داخل المملكة وخارجها، وهدف المؤتمر إلى دراسة واقع البيئة الإعلامية الجديدة المحلية والتعرف على الظواهر الممتدة والمتغيرة وطبيعتها، بالإضافة إلى التحديات الاجتماعية والثقافية للتفاعل الاتصالي.





معالي الدكتور بدران بن عبد الرحمن العمر

مشيرًا إلى أن المؤتمر يكشف التحول الذي شهده الجمهور العربي في الألفية الثانية وما صاحبه من تغيرات نوعية لطبيعة وسائل الإعلام.

فعاليات المؤتمر

ركز المؤتمر خلال انعقاده على قطاع الإعلام ووسائل التواصل، وبحث أبرز المستجدات وكيفية الاستفادة منها، وذلك من خلال (60) ورقة علمية تم اختيارها من بين أكثر من (230) ورقة خضعت للتحكيم والتدقيق، وقدمها نخبة من المختصين والباحثين في الصحافة

الوطنية والأخلاقية للوطن والمجتمع. من جانبه أكد عميد كلية الآداب المشرف العام على المؤتمر صاحب السمو الأمير الدكتور نايف بن ثنيان بن محمد أن المؤتمر يأتي في وقت يُعَدُّ فيه الإعلام سلاحًا مهمًا، موضِّحًا أن المؤتمر يسلط الضوء على ظاهرة التفاعلية لوسائل الإعلام الرقمية الصاعدة في المشهد الإعلامي وتأثيراتها الحالية.

وفي السياق ذاته أبان رئيس قسم الإعلام ورئيس اللجنة العلمية الدكتور علي العنزي أن وسائل الإعلام الجديد وفرت فرصًا وسمات اتصالية تخطت الإعلام التقليدي،

العمر: السعي الجاد إلى حمل رسالة إعلامية هادفة تُسهم في تشكيل الهوية الوطنية

أكد معالي مدير جامعة الملك سعود الأستاذ الدكتور بدران بن عبد الرحمن العمر خلال افتتاح المؤتمر على أن قطاع الإعلام يشهد ثورة كبيرة على مستوى الوسائل وحجم الانفتاح ومدى الانتشار، حتى تضاعف دور الإعلام وأثبت قدرته الهائلة على التأثير في جميع مناحي الحياة، مشيرًا إلى أن وسائل الإعلام بمختلف أصنافها وأشكالها، تعد الوسيلة الأقوى لتمرير الأفكار، وكسب الولاء أو إثارة الكراهية، وتوحيد الصف أو إحداث الفقرة، ونشر الأمن أو إشاعة الفوضى، لافتًا الانتباه إلى محورية الإعلام بوسائله المختلفة في حياة الأفراد والمجتمعات.

وأوضح العمر أن المملكة العربية السعودية اليوم تحتل مركزًا متقدمًا في جميع إحصائيات استخدام الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، لهذا فإن المتخصصين في الإعلام أمامهم مسؤوليات متعددة الوجوه تفرض عليهم ضرورة التعاطي الأمثل مع هذه المتغيرات، والسعي الجاد إلى حمل رسالة إعلامية هادفة تُسهم في تشكيل الهوية



بلغت (89.3%)، ثم التعريف بخدماتها بنسبة بلغت (75%).

تشكيل الهوية الافتراضية للشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي

قدّم الدكتور تومي فضيلة من جامعة قاصدي مرباح في رقلة، دراسة تطرقت إلى إحدى قضايا استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والمتمثلة في تشكيل الهويات الرقمية في المجالات الافتراضية، ومحاولة استكشاف دوافع استخدامها لدى عينة من الشباب الجزائري المستخدم لموقع «فيسبوك»، وقد دلت نتائج الدراسة على أن أسس تكوين العلاقات الافتراضية عبر «فيسبوك» مكنت من التعارف على مستخدمين جدد، وكذا الاهتمامات المشتركة باعتبارهما أهم عنصرين تبنى عليهم العلاقات الافتراضية بالنسبة للمبحوثين عبر الموقع.

وخلص الباحث إلى أن أهم إشباع يحققه هذا الموقع يتمثل في دافع التعرف على أصدقاء افتراضيين جدد بنسبة (29.56%)، وطرح مجموعة من الأفكار والرؤى حول مواضيع هامة وطرحها للحوار والمناقشة بنسبة (28.26%).



أميرة إبراهيم: مشاركات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي واقعاً جديداً فرض نفسه على الإعلام التقليدي

برامج القنوات الفضائية وبين مشاركات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه القوة المؤثرة لم تنعكس بدرجة كبيرة على مضمون وأجندة برامج القنوات السعودية.

واقع الإعلام التفاعلي في المؤسسات الاجتماعية

شاركت الدكتورة رنا مبارك الكنديري بدراسة هدفت إلى التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الاجتماعية بالإعلام التفاعلي، وعلى مجالات استخدامه في هذه المؤسسات، ومما أسفرت عنه نتائج هذه الدراسة تنوع وسائل الإعلام التفاعلي التي تملكها المؤسسات الاجتماعية، وأن أكثر مجالات استخدام المؤسسات الاجتماعية للإعلام التفاعلي شيوعاً تمثلت في الإعلان عن برامج المؤسسة بنسبة

والعلاقات العامة والإعلام التفاعلي، وتكونت هذه الأوراق في عدة محاور أساسية، ومنها: البيئة التفاعلية للإعلام، ومشروعات الإعلام التفاعلي، والفجوة بين الإعلام التقليدي والإعلام التفاعلي، والإعلام التفاعلي والمجتمع.

وشهدت فعاليات المؤتمر انعقاد العديد من الجلسات التي سلطت الضوء على قضايا الإعلام، حيث قدمت الدكتورة أميرة إبراهيم، أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الملك فيصل، دراسة تطبيقية حول: «التفاعلية في وسائل التواصل الاجتماعي وتغيير مفهوم ترتيب الأولويات لدى القائم بالاتصال في الإعلام التقليدي»، وأشارت فيها الباحثة إلى أن الخصائص والسمات الاتصالية التي وفرها الإعلام التفاعلي، انتهت بسيطرة جمهور وسائل الإعلام الجديد على الموقف الاتصالي، مما جعل هذا الجمهور هو صانع الأجندة، ويمكن القول إن هذا الشكل الجديد للعلاقة قد صنع منظوراً جديداً لكثير من النظريات والنماذج التي كانت تفسر سابقاً تأثير وسائل الإعلام إما على مستوى الفرد أو على مستوى المجتمعات.

وخلصت دراسة أميرة إبراهيم إلى أن مشاركات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي شكلت واقعاً جديداً فرض نفسه بشكل أو بآخر على الإعلام التقليدي، فتنوعت أشكال العلاقة التفاعلية بين



دور المصادر الإخبارية الغامضة في نشر الشائعات من خلال وسائل الإعلام الجديدة

وفي دراسة قدمها الدكتور طالب كبحول أوضح من خلالها أن ظهور وسائل الإعلام الجديدة لم يفتح المجال فقط للقارئ أو المستخدم بأن يكون منتجاً ثانياً للمادة الإخبارية من خلال إيجاد بيئة تفاعلية تمكنه من إعادة إنتاج المادة الإعلامية بشكل جديد، بل إن الأمر امتد ليكون المستخدم نفسه مصدراً للمعلومة في كثير من الأحيان، سواء من خلال تشكيل المنتج الإخباري المعروض بقيم مضافة، أو تزويده لوسائل الإعلام الجديدة بأخبار ومعلومات حصرية أطلق عليها المختصون «صحافة المواطن» و«منصات التشبيك الاجتماعي» التي أضحت مصادر مهمة لوسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على حد سواء. غير أن ضخامة هذه المصادر وضعت قاعات التحرير في أزمة اللاتقائية، الأمر الذي دفع بكثير من وصفها بالمصادر الإخبارية الغامضة والتي حولت رجال الصحافة من ممارسي مهنة الإعلام إلى أداء دور رجال الدعاية وبت الإشاعات، سواء عن قصد أو عن غير قصد، وهو التحدي الذي طرح مشكلة المهنية والمصداقية بخاصة، مع وجود ما يعرف بالمصادر المستترة، والتي



وفاء صلاح: لعل أهم ما حققته الثورة التكنولوجية السرعة الفائقة في صناعة وسائل الاتصال والتكنولوجيا التفاعلية

يجمع المختصون بأنها أدوات يستخدمها الصحفيون تحت مبرر سرية استقاء الأنباء وحماية مصادر المعلومات من التهديد والتصفية الجسدية في مناطق الصراع، غير أنها تحولت إلى أدوات تبريرية لبث الإشاعات لتوجيه الرأي العام.

أثر الإعلانات التفاعلية على السلوك الشرائي للمستهلكين

من جانبها أكدت الدكتورة وفاء صلاح أن العالم يعيش اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني، ولعل أهم ما حققته الثورة التكنولوجية التي يشهدها العالم اليوم هو السرعة الفائقة في صناعة وسائل الاتصال وتطويرها، بخاصة في مجال تكنولوجيا الإعلان، وهي ما أطلق عليها التكنولوجيا التفاعلية، ويمكن القول: إن تلك التكنولوجيا تسعى إلى تخليص الإعلان من المتلقى

السلبى، حيث يعطى المتلقى دوراً مؤثراً في عملية الاتصال، بحيث يتبادل المستقبل دوره مع المرسل بطريق إيجابية، فشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) باعتبارها من أهم الوسائط التفاعلية المتواجدة الآن على الصعيد الاتصالي، ساعدت على ظهور بُعد جديد في مجال الإعلان، فأصبح الوسيط الذي يشكل بالفعل تأثيراً شديداً على حياتنا، بل إن تأثيره سيتعاظم أيضاً، في السنوات القادمة، وسيجلب الكثير من البدائل والفرص لإيجاد طرق جديدة لتوصيل الرسائل الإعلانية للجمهور المستهدف.

اتجاهات الجمهور السعودي نحو إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي

أشارت الدكتورة نهى السيد من خلال ورقة بحثية إلى ارتفاع معدل كثافة تعرض الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو الذي جاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (73.5%)، وأشارت نتائج الدراسة إلى قدرة إعلانات هذه المواقع على إقناع الجمهور السعودي الذي يقوم بالشراء من خلال هذه الوسائل إلى تكرار التجربة أكثر من مرة، وهو ما يشير في مجمله إلى قدرة إعلانات هذه المواقع على إقناع الجمهور بالميزات المختلفة التي يحصل عليها من خلال



**الد: يجب وضع قوانين صارمة
وملزمة على موقع «يوتيوب»
لمنع نشر مشاهد العنف
والإرهاب**

الشباب، مشيرة إلى أهمية الاستثمار في مجال الإعلام الجديد وتطوير الإستراتيجيات البحثية على أسس إحصائية دقيقة لتدعيم وتعزيز رسالة المؤسسات الإعلامية.

**معالجة موقع «يوتيوب»
لظاهرة العنف والإرهاب في
المنطقة العربية**

شاركت الدكتورة هويدا الدر في المؤتمر بتقديم دراسة تحليلية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الجديد، وأوصت الباحثة بضرورة وضع قوانين صارمة وملزمة على مواقع «يوتيوب» لمنع نشر مشاهد العنف والإرهاب والالتزام بالسياسات المنصوص بها من خلال موقع «يوتيوب» على شبكة الإنترنت، إلى جانب نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية الفردية للمشاهد في عدم تداول أو التفاعل مع المشاهد العنيفة من خلال «يوتيوب»، وأن يكون مشاركا إيجابيا من خلال تفاعله في التوعية بمخاطر العنف والإرهاب، حيث ترى الباحثة بأنه من الضرورة التعمق أكثر في الدراسات التحليلية التي تبحث في أنماط تفاعل الجمهور مع مشاهد «يوتيوب» التي تتضمن مظاهر العنف والإرهاب، بالإضافة إلى تقديم دراسات ميدانية تستهدف

يرى أفراد العينة سوى مساهمة بشكل متوسط لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في التنبيه حول خطر استخدام وسائل التواصل في نشر الفكر المتطرف، واتفق نصف العينة تقريباً على أن المؤسسات التعليمية تقوم بتوعية الطلاب حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمحاربة الفكر المتطرف.

**تفاعلية الإعلام الجديد وأثرها
في زيادة الوعي السياسي
لدى الشباب**

وعن تفاعلية الإعلام الجديد وأثر هذه التفاعلية على زيادة الوعي السياسي لدى الشباب، تحدثت الباحثة منى باضريس من منطلق دراسة مسحية على طلاب جامعة حضرموت، أوصت بضرورة حرص جميع الوسائل الإعلامية على الاستفادة من خصائص وسائل الإعلام الجديدة لتدعيم رسالتها الإعلامية من خلال إنشاء حسابات لها على مواقع التواصل الاجتماعي، وأوصت باضريس بالتركيز على الخدمات التي تتيحها وسائل الإعلام الجديد، ومنها: التفاعلية مع المستخدم والمتلقي التي تتنوع فيها خيارات المحتوى الإلكتروني للوسائط المتعددة، مع ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية بالفورية في نشر الأخبار، خاصة السياسية للحفاظ على جمهورها المنفتح على شبكة الإنترنت، كما أوصت الباحثة القائمين على المؤسسات الإعلامية بمواكبة أي تطور في مجال الإعلام الاجتماعي، وذلك من خلال إنشاء قنوات أو حسابات عليها، مع الأهمية بمكان الأخذ في الحسبان ضرورة إنتاج مقاطع فيلمية قصيرة للإسهام برفع الوعي السياسي لدى

الشراء عبر إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي، كما أوضحت نتائج الدراسة حيادية اتجاهات الجمهور السعودي نحو إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء هذا الاتجاه في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (62.8%)، يليه الاتجاه الإيجابي في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (19.8%)، بينما جاء الاتجاه السلبي في المرتبة الأخيرة وذلك بنسبة (17.5%)، كما أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين شراء المبحوثين من خلال إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو إعلاناتها.

وأوصت الدراسة بأنه يجب على المسوقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مراعاة الاعتبارات الثقافية للمجتمعات التي يسوقون لها، حيث أوضحت أن المجتمع السعودي يفضل مواقع بعينها لأنها تتلاءم مع ثقافته وخصوصيته.

**مدى قصور المشاهير في
الإسهام بالتوعية من خطورة
استخدام الشبكات في نشر
الفكر المتطرف**

أعدّ الباحث الدكتور علي بن ضميان العنزي رئيس قسم الإعلام وعلوم الاتصال بجامعة الطائف، دراسة عن قصور مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في مدى إسهامهم في التوعية من خطورة استخدام شبكات التواصل في نشر الفكر المتطرف، وكان من أهم نتائجها استخدام أغلب أفراد عينة البحث التي تكوّنت من (116) مبحوثاً من جميع طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، لوسائل تواصل اجتماعي عدة؛ حيث يستخدم (75%) منهم «تويتر»، و(66%) «سناب شات»، و(61%) «يوتيوب»، و(59%) «إنستغرام»، بينما لا يستخدم «فيسبوك» سوى (13%) فقط.

كما ذكرت الورقة البحثية أن نصف أفراد العينة يعتقدون أن التنظيمات المتطرفة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لهم بشكل كبير أو متوسط، وأن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في نشر الفكر المتطرف عبر الشباب، كما يرون أن المؤسسات الأمنية تقوم بجهود فاعلة لمحاربة الفكر المتطرف عبر هذه الوسائل أيضاً، ويرون كذلك أن الوعي الاجتماعي في استخدامها أسهم في التصدي لنشر الفكر المتطرف، ولا

تنافر وتضاد، واتضح لدى الباحث أن هناك تبايناً واضحاً لاستخدام الشباب الجامعي للإعلام التفاعلي للمؤسسات الإسلامية الرسمية في المملكة العربية السعودية مع نسب استخدام مرتفعة أيضاً، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود استخداماً محدوداً لوسائل الإعلام التقليدية للمؤسسات الإسلامية الرسمية في المملكة كالمجلات الورقية، والمطويات، والكتيبات، والتقارير السنوية، والنشرات الإخبارية، والملصقات، والأفلام الوثائقية وذلك من قبل الشباب الجامعي.

وقد ناقش الباحثون في جلسات المؤتمر العديد من الدراسات الأخرى التي اشتملت على محور استخدامات تكنولوجيا الإعلام التفاعلي، وفيه قُدمت خمس أوراق علمية، وهي: «دراسة تبني شبكات التواصل في مصر»، و«إشكاليات استخدام الألعاب الإلكترونية»، و«تجربة السلفي من وجهة نظر السعوديات»، و«الإبداع في استخدام الألوان وأثره في تطور الإعلام التفاعلي»، ودراسة ميدانية عن: «تنمية مهارات التنمية الإعلامية في الشبكات الاجتماعية». وحول استخدامات وسائل الإعلام التفاعلي، تطرق الباحثون إلى العلاقة بين استخدام الهاتف الذكي كوسيلة اتصال، وواقع استخدام الإعلام التفاعلي في المؤسسات الاجتماعية، وعن وسائل الإعلام التفاعلية والجمهور.

وفي جانب العلاقات العامة والتفاعلية في هذا المجال، تناول المؤتمر موضوع العلاقات العامة في بيئة الإعلام التفاعلي، بمشاركة الدكتور عبد الرحمن المطيري من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، حيث تحدث عن استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، وشملت الدراسة عينة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام في القطاعين العام والخاص، كما قُدمت الدكتور دواء عبد الفتاح دراسة تحليلية عن الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في «تويتر» للجامعات السعودية، فيما شاركت الدكتورة فؤادة البكري بدراسة ميدانية عن استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي. وعن القيم والهوية الثقافية والاجتماعية في بيئة الإعلام التفاعلي، شاركت الدكتورة آيات رمضان بورقة عمل عن قيم المجتمع العربي وانعكاساتها في موقع «فيسبوك»، وقدمت الدكتورة مها أحمد دراسة تحليلية عن القيم المضمّنة في صفحات الثقافة الأخلاقية بالمواقع التفاعلية. تلا ذلك



الحازمي: على مؤسسات الإعلام والإعلاميين العرب إنتاج مواد موجهة للشباب ونشرها عبر وسائط الإعلام الجديد



الإعلاميين التركيز لإيجاد مساحات جديدة وواسعة للإبداع والتميز في العمل الإعلامي بما يشمل ذلك من تشجيع استخدام التطبيقات المبتكرة التي تتيحها التكنولوجيا الرقمية والجيل الثاني من الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) وشبكات الجيل القادم.

تعرض الشباب السعودي لإعلام المؤسسات الإسلامية

سعى الدكتور أحمد عسيوي من خلال دراسته التي قدمها للتعرف على طبيعة تعرض الشباب السعودي للإعلام التفاعلي للمؤسسات الإسلامية الرسمية في المملكة وأنماط الاستخدام ودوافعه والإشبعات المتحققة منه والعوامل المؤثرة في عملية الاستخدام وعلاقة استخدام الوسائل الجديدة باستخدام الوسائل التقليدية، من خلال بحث هذه العلاقة إذا ما كانت علاقة تكاملية أم علاقة

استطلاع آراء الجمهور والنخبة فيما يقدمه موقع «يوتيوب» من قضايا شائكة في الوطن العربي.

أبعاد العلاقة بين الإعلام التفاعلي ودوره في خدمة المجتمع

قَدّم الأستاذ الدكتور مبارك الحازمي ورقة علمية لاستكشاف وضبط مواقع التواصل الاجتماعي التي تبني الأفكار المتطرفة، وخرج الدكتور الحازمي أخيراً بعدد من التوصيات، حيث دعا مؤسسات الإعلام العربي والإعلاميين العرب إلى إنتاج مواد إعلامية للنشر في الوسائط المتعددة والجديدة تخصص للشباب والأطفال، لتنمية قدرتهم على التفاعل وعلى الاستفادة من التكنولوجيات الجديدة في تنمية معارفهم وتوسيع مداركهم، والتعامل الإيجابي مع العالم، مؤكداً على أهمية توجه مؤسسات الإعلام العربية والإعلاميين العرب نحو استثمار البنية الأساسية المتاحة حالياً للبحث الفضائي والإعلام الإلكتروني بالمنطقة العربية في إنتاج مواد باللغات الأجنبية، خاصة وأن الفضاء الإعلامي العربي التلفزيوني منه والإلكتروني يشهد باستمرار ظهور خدمات وبرامج تبث من دول أخرى إلى المنطقة العربية باللغة العربية، مشيراً إلى أهمية دعوة مراكز البحوث الإعلامية في المنطقة العربية والأكاديميين العرب إلى الاهتمام بإجراء دراسات وبحوث لاستكشاف واقع العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في المنطقة العربية، وآفاق واتجاهات التحول نحو الإعلام الجديد ومتطلبات الإنسان التكنولوجي المتواصل لهذا الانتقال، إلى جانب ذلك، فعلى



من توصيات المؤتمر: ضرورة الاستفادة من تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والإعلام الجديد لمواجهة الأفكار المنحرفة



سيف السويلم ورقة بحثية عن: أثر توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في بث الإعلانات التجارية «تويتر» نموذجًا.

توصيات المؤتمر

في ختام أعمال المؤتمر الدولي الثاني للإعلام خلّص المشاركون إلى العديد من التوصيات، من أهمها: ضرورة أن تأخذ الحكومات العربية في حسابها تطوير منظومة التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي، بما يتواءم مع التحولات التي فرضتها البيئة الاتصالية الجديدة، وذلك لضبط حالة الفوضى والعشوائية السائدة في كثير من الممارسات، مع التزامها بضرورة حماية حرية وسائل الإعلام، وضمان التعددية والتنوع، وتطوير السياسات الإعلامية القائمة، بحيث تصبح أكثر تعبيرًا عن هذه التحولات التي أفرزتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بما يضمن مشاركة أكثر للجماهير ومنظمات المجتمع المدني في رسم هذه السياسات، وأجندة اهتماماتها وأولوياتها، وضرورة تعظيم الاستفادة من ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وتوظيفها في خدمة قضايا المجتمع، وفي تطوير أداء مؤسساته بالشكل الذي يحد من مخاطر التوظيف السلبي لهذه التكنولوجيا، والعمل على إدراج مفاهيم التربية الإعلامية، وكيفية استخدام وسائل الاتصال وحدود الاستفادة منها، وكيفية تجنب مخاطرها في المناهج والمقررات الدراسية في المراحل التعليمية المختلفة لضمان ترشيد السلوك الاتصالي للقائمين بالاتصال ولجمهور وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى تطور وسائل الإعلام التقليدية، في حالة رغبتها في البقاء والصمود والقدرة على المنافسة، أساليب وأدوات العمل التي تطبقها،

دراسة تطبيقية قدمتها الدكتورة حنان جنيد، حيث تضمنت دور تكنولوجيا الإعلام الرقمي في التغير السياسي والاجتماعي، كما قدم الدكتور السعيد عواشيرة دراسة ميدانية عن أثر وسائل التواصل الاجتماعي في الخصوصيات الثقافية للشباب العربي في نظرية الاستخدام والإشباع، ثم قدم الدكتور عماد الدين جابر دراسة عن الزواج من الأجنيبات عبر الإنترنت وعلاقتها بالاعتراق النفسي.

وحول استخدامات الإعلام التفاعلي في قضايا الإرهاب والعنف، شاركت الدكتورة آمال الغزاوي والدكتورة خلود ملياني بورقة مشتركة عن: «اتجاهات النخب وأرائهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب»، وقدم الدكتور عادل المكينزي ورقة عن: «اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام في التعرف على قضايا الإرهاب الدولي».

وقدم الدكتور مساعد المحيّا دراسة مسحية عن: «مدى توظيف الصورة والفيديو في تويتر لدى داعش»، فيما تناول المؤتمر ضوابط الإعلام التفاعلي وتشريعاته وأخلاقياته في الإعلام العربي، حيث شارك الدكتور أشرف جلال بدراسة عن: «مقارنة ضوابط الإعلام التفاعلي وتشريعاته في العالم العربي»، كما شاركت الدكتورة رقية بوسنان بورقة عمل تناولت فيها أخلاقيات تفاعل القراء مع محتوى الصحف الإلكترونية، كما قدمت الدكتورة بشرى مداسي ورقة عن: «ضوابط الإعلام التفاعلي وتشريعاته»، وتحدث الدكتور مطلق المطيري من منطلق دراسة عن قانون الجرائم المعلوماتية في المملكة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. كما تطرق الباحثون المشاركون إلى العلاقات العامة العربية والدولية، وتحدثت الدكتورة همت السقا من منطلق دراسة تحليلية عن الإشكاليات المنهجية لبحوث العلاقات العامة الرقمية، كما شارك الدكتور عبد الراضي البلوشي بدراسة مسحية عن استخدام إدارات العلاقات العامة لوسائل الإعلام التفاعلي في الترويج لصورة المنشأة.

وفي جانب الإعلان في وسائل الإعلام التفاعلي، شارك الدكتور حسن نيازي بورقة عمل عن: «محددات اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو إعلانات الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باستجابتهم السلوكية»، وقدمت الدكتورة وفاء صلاح ورقة عن: «الإعلانات التفاعلية وأثرها على السلوك الشرائي للمستهلك»، وقدم

ومنظومة القيم والمعايير المهنية التي تتبناها، وعليها أن تتبنى ضرورات التحول الرقمي ومعاييره ومتطلباته، وضرورة الاهتمام بتطوير أساليب البحث العلمي المستخدمة في المجال الإعلامي من خلال تطوير أطره النظرية والمعرفية، وتطوير أجندة أولويات البحث في أقسام الإعلام في العالم العربي، بحيث تصبح أكثر قدرة على مواكبة هذه التطورات والتحولات الجديدة.

وتناولت التوصيات ضرورة الاهتمام بدراسات جمهور وسائل الإعلام بعامة، والإعلام الجديد بخاصة، وتحليل أهم السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تجعل هذه الجمهور أكثر تفاعلاً مع وسائل الإعلام وأكثر إيجابية في التعامل معها، إلى جانب تبني قسم الإعلام بجامعة الملك سعود مبادرة تحمل اسم «مبادرة الرياض للإعلام العلمي التفاعلي» بما يتوافق مع رؤية المملكة (2030) لتعزيز التدارس والتشاور بين المختصين في مجال الدراسات الإعلامية، وتطوير أبحاثها، ويترك للقسم المتابعة القانونية والتسويقية لتفعيل تلك المبادرة.

وشملت التوصيات التركيز على الاستفادة من تقنيات الاتصال، وتكنولوجيا المعلومات، ووسائل الإعلام الجديدة في مواجهة الأفكار السياسية والاجتماعية المنحرفة والمتطرفة، وفي تدعيم مكونات الهوية الذاتية والحضارية للمجتمعات العربية في مواجهة التطرف، ومخططات الإرهاب الفكري والمادي، وفي مواجهة التغريب الوافد، وكذلك العمل الجاد على تطوير واقع المؤسسات الإعلامية والعربية من خلال تطوير وتحديث بنيتها التنظيمية، والإدارية، والفنية، والتكنولوجية من خلال إعادة تأهيل وتدريب وتنمية مهارات وقدرات الإعلاميين العاملين بها لضمان مواكبة التطورات والتحولات الراهنة، وكذلك لضمان إمكانية تطوير وظائف وسياسات هذه الوسائل وقدرتها على التعبير عن العصر الجديد الذي نعيشه، والعمل على تطوير وصناعة «الصورة» الإعلامية المضيفة للمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة، بما في ذلك الدول نفسها لمواجهة الزخم الكبير من عوامل التشويه والتضليل، والشائعات التي تعمل على نشرها وسائل الإعلام الجديدة في عالمنا العربي، وأوصى المؤتمر كذلك المؤسسات الحكومية والخاصة بضرورة منح إدارات العلاقات العامة خاصية إدارة موقع المنشأة التفاعلي.

الإعلام .. وصناعة الحدث

رأي

الإعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة، وأخبار صادقة، وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة، وأفكار منطقية، وآراء راجحة، للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام، فالإعلام يخاطب عقول الجماهير وعواطفهم السامية ويقوم على الحوار والمناقشة والإقناع، وعلى هذا لا بد من أن تتسم العملية الإعلامية بالموضوعية والأمانة.

ولم يعد من المقبول أو المنطقي تجاهل التأثير الكبير لوسائل الإعلام أو عقد مقارنات بين الإعلام الجديد بكل قدراته التي لا حدود لها وبين الإعلام التقليدي بوسائله المعروفة، وفي مقدمتها الصحافة المطبوعة والقنوات التلفزيونية، وذلك لسبب بسيط يدركه الجميع في هذا العصر، وهو عامل الزمان والمكان.

وما بين حدوث حدث مثلاً وعرضه بالصوت والصورة في مواقع التواصل الاجتماعي أو موقع (يوتيوب) نجد أن الأمر لا يتطلب مهارات معقدة أو خبرات أو حتى تقنيات متطورة، فجهاز الجوال يكفي لتصوير هذا الحادث وبثه عبر الإنترنت في دقائق قليلة ليشاهده الجميع في جميع دول العالم، وليس أدل على ذلك من لجوء كثير من القنوات الفضائية والصحف اليومية إلى تطبيقات الإعلام الجديد ووسائله لمواكبة احتياجات المشاهد أو القارئ.

ولم تعد وسائل الإعلام اليوم مجرد ناقلة للخبر أو نافذة لعرض الآراء، بل أصبحت بالفعل شريكاً في صناعة الأحداث وتوجيه الرأي العام، ولا سيما في ظل الإمكانيات الهائلة لوسائل الإعلام الجديد التي أصبحت تنقل الحدث بالصوت والصورة بمجرد لحظات من وقوعه، بل وأصبح كل فرد عبر الأجيال الجديدة من الهواتف الذكية يمكن أن ينقل صورة كاملة لحدث معين وقت حدوثه، وأن تصل هذه الصورة الحية لملايين المواطنين والأشخاص في ثوان معدودة وأن يبدوا رأيهم بالتعليق والتحليل.

وضاعف من أهمية وسائل الإعلام الجديد ظهور أجيال جديدة من الحاسبات الكفية، مثل (الآي باد) و(البلاتك بيرى)، والتي أتاحت الفرصة لمستخدمي شبكة المعلومات لتلقي الأخبار المصورة والمواد الفيلمية أينما كانوا، وعلى مدار الساعة.

وعلى الرغم من أهمية امتلاك التقنيات والمهارات والخبرات في الإعلام الجديد، إلا أن الفكر الصحيح الواعي بخصائص الإعلام الجديد وما يميزه من قدرات تفاعلية تتيح للقارئ والمشاهد وكل من يعيش في قلب الحدث أن يكون مشاركاً بل صانعاً للرسالة الإعلامية وليس فقط متلقياً لها.

ففي الوقت الحالي تشهد تقنيات وإمكانيات وسائل الإعلام تطوراً كبيراً ومتسارعاً سواء من الفاعلية أو سهولة الاستخدام ودرجة تأثيرها في المتلقي، سواء كان فرداً أو جماعة وفقاً لإمكانيات كل وسيلة، ويتضح ذلك جلياً في تقنيات الإعلام الجديد ممثلة في وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، و(يوتيوب)، و(تويتر) و(إنستجرام) إضافة إلى المواقع والمنديات والصحف الإلكترونية.

ومن ثم يجب استثمار التطور في تقنيات الإعلام الجديد في تعزيز التواصل والشراكة المجتمعية مع كافة فئات المجتمع، ونشر ثقافة السلام، وتعزيز القيم من أجل مجتمع سليم وآمن.

ويبقى الأمل في الوصول لحالة من النضج والمسؤولية، تكون بداية لتحقيق أفضل استفادة من معطيات وتطبيقات وسائل الإعلام في العصر الحاضر، وذلك من أجل بناء شراكة مجتمعية بين الإعلام وأفراد المجتمع ومؤسساته لتقديم أفكار وحلول للارتقاء بجودة خدماته للحفاظ على مكتسبات الوطن وسلامة مواطنيه.



د. محمد محمود العطار
أستاذ مساعد بكلية التربية
جامعة الباحة

الثقافة في منصات التلفزة والإذاعات الخليجية.. خلل التعريف أم غياب التوظيف



|| سعيد الدحيه الزهراني

ما تزال منصات الشاشات التلفزيونية والفضائية والمحطات الإذاعية تقاوم وحيدة وصامدة ضمن منظومة الإعلام التقليدي التي داهمتها «حرب الشوارع» الإلكترونية التي اندلعت منذ ما يزيد على (20) عامًا سبقتها سنوات من المشاغبات التي لم تأخذها جماعة الإعلام التقليدي بمحمل الجد والمجاعة والاستثمار والاستحواد، ما أدى إلى خسارات عميقة في الجانب التقليدي طالت المهنة والمهنيون والصناعة بأكملها، يظهر هذا جليًا بصورة واضحة في حقل الإعلام المطبوع الذي ابتلي برحيل مؤسسات وذوبان فنون وانطمار تقاليد وأشكال وأجناس نشرية عديدة سادت ثم بادت.



الإعلام الجماهيري الذي دشنته المؤسسات وجعلت من نظام «المؤسسة» شرطاً رئيساً للجماهيرية الإعلامية، يقف الآن مترنخاً، بعض أجزائه سقط مثل: المجلات، والبعض الآخر يتهوى مثل: الصحف، والبعض الآخر لا يزال يقاوم مثل: الإذاعات والتلفزيونات، وهنا مكن فرصة المنصات البثية التي يتحتم عليها استثمارها والإفادة منها عبر منظومة تشمل أجهزة المحتوى والتقنية والعاملين وشكل الإدارة القادر على استيعاب «شكل الثقافة الجديد»، وهو مدار القراءة والتتبع في هذا المقال.

أستعيد قبل الدخول إلى أبعاد المعطى الثقافي الجديد، متغيري العنوان: (الثقافة بين التعريف والتوظيف ضمن إطار البث الإذاعي والتلفزيوني)، فالتعريف لحمولات مصطلح «الثقافة» يستجلب المعنى الشمولي الذي يتجاوز العد ويعتمد ما لا يحد، فالثقافة كل الأشياء، بل إن كل ما عليك فعله تجاه ما تشاء من مواضع لتمنحها رداء الجلال هو أن تضع كلمة «ثقافة» قبلها على نحو «ثقافة الإنتاج، ثقافة السلام، ثقافة الترفيه، ثقافة الجهل وحتى ثقافة الفشل!»، وهذه الأخيرة أورد حبالها هذه التدوينة الطريفة التي تتناول قصة تأسيس جمعية «الفاشلون المتحدون» في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تتضمن شروط الانضمام إلى عضويتها أن يثبت العضو أو المتقدم فشله في العمل والزواج والعلاقات الاجتماعية كلها، وألف رئيس هذه الجمعية كتاباً بعنوان: «كيف تصبح فاشلاً؟» ثم طرحه في الأسواق ولاقى رواجاً ونجاحاً كبيرين، مما دعا أعضاء هذه الجمعية إلى اجتماع عاجل قرروا فيه فصل المدير بنهمة النجاح، وعوداً على ما سلف فإن هناك تميمياً إشكالياً جرى جعل الأدب والثقافة وجهان لعملة واحدة ولا غير، فتأثر كلاهما الأدب والثقافة، وكل ما في الأمر أن الأدب فرع من سماء الثقافة كغيره من فروع المعرفة.

لهذا، ووفق متغيري العنوان، خلل التعريف أثر سلباً على حصة الثقافة التي هي الأدب في مضامين البث على مختلف المستويات المحلية والخليجية والعربية. أما غياب التوظيف فهو مشكلة أداء وتقصير في عطاء، لعل الأسطر التالية تشير إلى مناح منه.

هل بقي للثقافة الأدبية التقليدية اليوم بريق يرى؟ وما المساحة المتاحة للمضامين الرسالية مثل: «الثقافة» في منصات البث المرئي والمسموع؟ هنا سؤالان صادمان ومحبطان ملاً: الأول حول تكلس المادة الثقافية المختزلة في أجناس الأدب، والثاني

على إذاعات وتلفزيونات خليجنا المكتنز بواحات الثراء أن تستثمر هذه الفرصة التاريخية لتوليد مباهج الثقافة الخليجية بقوالب التلقي الإلكتروني

يطرح سؤالاً إنكارياً حول طبيعة الاتجاه القائم لدى مؤسسات الربحية والعائد الإعلاني، ومما لا شك فيه مؤسسات الثقافة الأدبية بفنونها استطاعت أن تتجاوز قوالبها النمطية، فيما تمضي منصات البث المرئي والإذاعي نحو ما «يبيع» من مضامين والثقافة الأدبية التقليدية حتمًا ليست بينها. على الصعيد الرسمي لتلفزيونات وإذاعات دول مجلس التعاون العربية تشير إحدى الدراسات إلى صدارة المحتوى الثقافي والديني ضمن مضامين ما تبثه هذه التلفزيونات والإذاعات سواء برامجياً أو من حيث التصنيف الثقافي العام، وهو دور تنويري تثقيفي تقدمه الحكومات بوعي وإرادة جادة، لكن مساءلة الحال اليوم يستحضر بالحتمية مدى جماهيرية هذه المنصات أولاً، ثم شكل التقديم الثابت أن خلاط يطال الجوانب الفنية والإخراجية والتقديمية تعانیه مؤسسات البث الرسمي ما يؤدي إلى تكريس التصور السلبي عن نمطية المادة الثقافية الأدبية وتقليديتها، يحدث هذا عبر ما يشبه الإصرار على الاكتفاء بجنس المقابلات الحوارية الجامدة، وتعطيل الفعل الدرامي الحركي، وتعدد فضاءات المضمون وتنويع بيئاته وفقراته، وهو الشكل الذي يُعدُّ الأداة الرئيسية لمنصة البث المرئي تحديداً في صلب دورها الاتصالي أصلاً.

أعود إلى تحدي دوائر الثقافة الجديدة الذي تناولته سابقاً عبر زاويتي الأسبوعية «ظل الروح» بصحيفة الجزيرة السعودية، وهو التحدي الذي يقوض أساس الفعل الحضاري الإنساني القائم الآن على ثقافة التدوين وفعل الكتابة بعد أن فرضت بيئة الاتصال الإلكترونية الجديدة أنساق ثقافة الحضارة الجديدة، وهي حضارة الشفاهية الجديدة الذي يظهر أننا أمام مرحلة جديدة ضمن سيروية البناء الحضاري الإنساني، هذه المرحلة تراجع فيها «فعل الكتابة الاتصالية» في ظل ولادة وظهور «الشفاهية الإلكترونية» التي خرجت من رحم المنظومات الشبكية ووسائل

التواصل الاجتماعي، وبصيغة أكثر شمولية: نحن أمام انحسار ثقافة الحضارة الكتابية اتصالياً وإعلامياً، وبالتالي انحسار تأثيرها، ثم انحسار المؤسسات القائمة عليها بالضرورة، في المقابل نحن أمام بروز تطبيقات البيئة الاتصالية الإلكترونية الجديدة، وبالتالي بروز تأثيرها ومن ثم تشكّل ثقافة الحضارة الشفاهية الإلكترونية، وكأن البشرية تعود من حيث انتهت إلى حيث ابتدأت.

هذه الشفاهية الإلكترونية قائمة على استخدامات تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي، التغريدة الموجزة في «تويتر»، والصيغة الاتصالية في «فيسبوك»، والصورة في «إنستجرام»، والتسجيلات المرئية في «سناب شات» وفق توصيف «والتر أونغ»، هي في حقيقتها فعل شفاهي إلكتروني جديد يقوم على استثمار الاقتصاد اللغوي المرتكز على قيم الخطابية والمباشرة والبالغة والتذكر السريع والانتشار، على العكس من فعل الكتابة المرتبط بالفكر والقراءة والتحليل والحالة الواعية. يقول الرئيس التنفيذي لشركة «سناب شات»، وفق جو ويزينثال: «يتساءل بعض الناس لماذا تلتقط ابنتهم (10) آلاف صورة في اليوم، وما لا يدركونه أنها لا تحتفظ بشيء من تلك الصور، إنها فقط تحدث» لاحظ صيغة الشفاهية الإلكترونية وأدواتها، إنها الصورة والسناية والتغريدة بوصفها انفعالات لا فعلاً كتابياً عميقاً ومعتبراً.

وسط هذا الاتجاه الشفاهي حضارياً أمام منصات البث الإذاعي والتلفزيوني أن تستثمر السمة المباشرة لأشكال التلقي والتعاطي الجديدة التي فرضتها البيئة الاتصالية الجديدة أيضاً، وبالتالي تقديم مضامين تستحضر السمة الرئيسية لأجيال الثقافة الجديدة ولبنية الفعل الثقافي الجديد القائم على السمة الأبرز، وهي: «السرعة والتسارع» إنتاجاً، واستهلاكاً، وتعاطياً، وترويجاً، وتأثيراً وخفوتاً أيضاً.

على تلفزيونات وإذاعات خليجنا المكتنز بواحات التنوع والتعدد والثراء الثقافي والمعرفي والأدبي والفني والفلكلوري الغنية أيضاً، وهو الأهم بطاقات الشباب الذي عدّ محرك ترسانة الثقافة الجديدة ومحور ارتكازها. أقول عليها أن تستثمر هذه الفرصة التاريخية الحاسمة في صيرورة وسيروية البناء الحضاري الإنساني الجديد نحو توليد مباهج الثقافة الخليجية وتقديمها ضمن قوالب ووسائل التلقي والانتشار الإلكترونية الجديدة التي ولد بها جيل الثقافة الجيد ورضع هويتها، ولن ينتمي إلى مَنْ لا يغني مواويلها ودندناتها السريعة الفاتنة.

قراءة في كتابي

«جماليات الإبداع اللفظي»
و«كيف تتحدث إلى أي شخص ..
في أي وقت .. وأي مكان»



|| عماد عبد المحسن - القاهرة



على الرغم من أهمية الدراسات والبحوث العلمية التي أصبحت غزيرة في مجال الإعلام، إلا أن بعضها صار إلى حد كبير نمطيًا، يختلف في الأسلوب وطرق تناول، من دون أن يختلف في الأفكار التي يسير الباحث عبرها للوصول إلى ذات النتائج التي أصبحت من المسلمات، وأؤكد هنا على أنني ذكرت بعضها، لوجود كتابات ودراسات أضافت بلا شك إلى رصيد البحث المستتير في الإعلام على اختلاف مجالاته. لذا فإن الحرص على البحث فيما وراء المعنى المباشر للأساليب المختلفة للتناول الإعلامي، صار أمرًا أكثر أهمية مما مضى، بخاصة في ظل العبث الذي أصاب هذه المهنة العريقة، في ظل التطور التكنولوجي الذي أتاح لأي فرد أن يكون أداة للخبر، ولأي مستقبل أن يكون مصدرًا للتحليل، وبين الطرفين، صار النقاد أكثر من القراء. وسط هذا الضجيج الحاشد الذي يزكم النفوس، ويصيبها بالوهن، تستضيف المكتبة العربية بين الفينة والأخرى، كتبًا تقاوم هذا الضجيج، قد لا تلقى الاحتراف المناسب بقيمتها، إلا أنها تصيب في بعض الأحيان قارئًا يفتن إلى قيمتها، أو في أقل تقدير تتمكن من إغوائه، لتنفرد به في عالم مغلف بالقراءة المتأنية، بعيدًا عن هذا اللهاث المجتمعي الخانق.

ع

عن دار رؤية للنشر والتوزيع، مصرية الموطن، صدرت عام 2016م ترجمة كتاب «جمالية الإبداع اللفظي»، للمؤلف الروسي باختين، ومترجمه المغربي الدكتور شكير نصر الدين، وقبل أن ندلف إلى متن الكتاب وما يعنينا فيه من إضاءات تُسهّم في تطوير الخطاب الإعلامي، نلقي في سطور قليلة الضوء على الكتاب وصاحبه، وفقًا لمقدمة المترجم، فالكتاب للمفكر الروسي ميخائيل باختين (1895 - 1975م)، وتَمَّ جمع الكتاب ونشره باللغة الروسية عام 1979م، وباللغة الفرنسية عام 1984م، والكتاب في نسخته العربية مترجم عن الفرنسية. ينطوي الكتاب على دراسات ثلاث تمثلت في: «المؤلف والبطل»، «رواية التعلم في تاريخ الواقعية»، وما تتمحور حوله هو الجزء الثالث: «أجناس الخطاب».

قبل الغوص المترقب في الكتاب المشار إليه، ألفت النظر إلى أنني لن أتوقف عند محتوى هذا الكتاب فقط، بل سأستخدمه محفزًا للبحث عن بعض مضامينه في دراسات وإصدارات أخرى، تعيننا على هضم المعنى، والوصول ببسر إلى المبتغى. في مدخل «باختين» لأجناس الخطاب اللفظي، متعرضًا للإشكالية والتعريف، يقول: «إن اللسان يقتحم الحياة بوساطة ملفوظات ملموسة (تحققه)، وكذلك عبر ملفوظات ملموسة تقتحم اللسان، إن الملفوظ يقع عند تقاطع مع الإشكالية، وهو تقاطع استثنائي». لو أننا تأملنا العبارات السابقة، لعقدنا مباشرة مقارنة بينها وبين مقدمي البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وبين المعنى من وراء تلك العبارات، فما قاله «باختين»، يمثل صراعًا بين اللسان واللفظ، يرغم أحدهما الآخر على الخوع له تارة، وتارة يفوز الخاسر، في سجال، يجب على المحاور أو مقدم البرامج، أن يتحكم في نتائجه، فالملفوظات التي تقتحم اللسان، في رأيي، هي الذلات التي يقع فيها الإعلامي، ملقبًا بمهنيته ورسالته إلى الهاوية.

ويتطرق الكاتب إلى شرح لما سبق ذكره بشكل أكثر تفصيلًا بقوله: «إن الملفوظات هي القنوات التي تنتقل من تاريخ المجتمع إلى تاريخ اللسان، إن أي ظاهرة جديدة (سواء كانت صوتية أو معجمية أو نحوية) لا تستطيع الدخول في نسق اللسان من دون أن تكون موضع تجربة وتدقيق من طرف الأسلوب».

اعلم عزيزي القارئ أن لغة الكاتب فلسفية بشكل قد ينفرك من استكمال القراءة، ولكن في الاستشهادات التالية ما يعيننا سويًا على مواصلة هذا الحديث الانتقائي عن «اللفظ وأثره في الحوار الإعلامي».

طالما لديك لسان.. ستخطيء لا محالة

في الكتاب الشهير للإعلامي الأمريكي «لاري كينج» والصادر في ترجمته إلى العربية عن مكتبة جرير (سعودية الموطن)، تحت

”

ينطوي الكتاب على دراسات ثلاث تمثلت في: «المؤلف والبطل»، «رواية التعلم في تاريخ الواقعية»، وما تتمحور حوله هو الجزء الثالث: «أجناس الخطاب»

“

عنوان: «كيف نتحدث إلى أي شخص في أي وقت وأي مكان»، تحت عنوان: «طالما كان لديك لسان.. ستخطيء لا محالة» مستشهدًا بأدائه لأحد الإعلانات على الهواء مباشرة في محطة «ميامي الإذاعية» وكان شعار الحملة الإعلانية «بلاجر براورو لأفضل المخبوزات»، فإذا به ينطقها «... لأخبز المفضولات»، لقد اقتحم اللفظ اللسان كما قال «باختين».

ويستطرد «لاري كينج» في الاستشهاد بنوادر الأخطاء اللسانية، وبراعة الهروب من فخاخها، فيذكر أنه في أول أيام الإذاعة وقف الإذاعي الشهير «هاري فون زيل» أمام الميكروفون البدائي، ليقع في أول خطأ إذاعي على الهواء مباشرة، وكانت فداحة الخطأ لأن لسانه زل في اسم رئيس



جماليات الإبداع اللفظي
للمفكر الروسي
ميخائيل باختين
(1895 - 1975م)

تم جمع الكتاب ونشره باللغة الروسية عام 1979م، وباللغة الفرنسية عام 1984م، والكتاب في نسخته العربية مترجم عن الفرنسية.

ينطوي الكتاب على دراسات ثلاث تمثلت في: «المؤلف والبطل»، «رواية التعلم في تاريخ الواقعية»، وما تتمحور حوله هو الجزء الثالث: «أجناس الخطاب».

الولايات المتحدة الأمريكية، «هوبرت هوفر» «الذي هيفر». وفي آخر سطور الكتاب يقول «لاري كينج»: «إن كان هناك شيء أريدك أن تخرج به من هذا الكتاب، فهو موقفك حيال الكلام، ينبغي ألا تنظر إلى الكلام على أنه تحدٍ، أو واجب ثقيل ينبغي أن تؤديه، أو طريقة لشغل الوقت، بل إن الكلام هو أعظم ابتكارات الجنس البشري على الإطلاق، إنه الطريقة التي نتصل من خلالها ببعضنا البعض، وهو أحد أسباب السعادة التي تمنحنا إياها الحياة. فكر في كل محادثة على أنها فرصة».

ولنترك الإذاعي الأشهر في وقتنا المعاصر، لنعود مرة أخرى إلى «باختين»، الذي يؤكد كلام «لاري» ولكن بطريقة فلسفية عميقة: «إن النبذة التعبيرية التي نلاحظ بجلاء في إنجاز شفوي، تمثل واحدة من أدوات التعبير عن العلاقة الوجدانية - القيمة عند المتكلم بموضوع خطابه، ولا وجود لهذه النغمة أو النبذة، خارج الملفوظ».

نبذة الحديث ورد فعل المتلقي ويستطرد في شرح للمقصود من النغمة، النبذة: «نجد جنس خطاب يعبر عن قيم من قبيل التشجيع والحماس، والتوبيخ والسب: «جميل، هيا، عظيم، ليسقط، ليحيا»، ويعرج على أن الكلمة التي تكتسب وزناً خاصاً داخل ظروف معينة من الحياة، مثل: «ليعم السلام!»، لنعم الحرية!».

وتعقياً على ما سبق، أذكر أنني في إحدى أسفاري، مرت الطائرة التي أستخدمها بمطبات هوائية شديدة أزعت الجميع، وجاء صوت قائد الطائرة واهناً ضعيفاً «السيدات والسادة، نمر بمطبات هوائية... ثم صمت طويلاً، أو لعلنا أحسبنا بطول صمته بشكل مبالغ فيه... وأكمل... يرجى الحفاظ على ربط أحزمة المقاعد والبقاء في... صمت... أماكنكم»، وما أن انتهت صاحبتنا، حتى تعالت صيحات الفرع، وأصوات الدعاء... وبعد قليل عاد، غفر الله له، بنبرة مستبشرة.. نرجو أن تكونوا قد استمتعتم برحلتكم معنا».

عدوى انتقال القوالب اللفظية النمطية

ينتقل بنا «باختين» إلى مستوى آخر من جماليات الخطاب ليذكر أن «الدلالات المعجمية لكلمة اللسان تضمن استعمالها المشترك والفهم المتبادل بين مستعملي اللسان، ولكن توظيف الكلمة داخل اللفظ التبادلي الحي يكون موسوماً «بالفردية والسياسي»، ويقسم «باختين» مظاهر الكلمة بالنسبة للمتكلم إلى ثلاثة مظاهر: «كلمة لسان محايدة لا تنتمي لأحد، كلمة الغير تنتمي للآخرين ويملوها صدى ملفوظات الغير، وأخيراً بصفتها كلمة في ذاتها، إذ في حدود تعاملنا مع هذه الكلمة في مقام معين، ويقصد خطابي مجدد تكون الكلمة مملوءة مسبقاً بتعبيري، ومن خلال هذا المظهر أو أي من المظهرين الآخرين، تكون الكلمة تعبيرية».

وبالتطبيق على إعلامنا العربي المرئي على وجه الخصوص، نجد العديد من الكلمات التي يملؤها صدى ملفوظات الغير، فهناك كلمات تظهر فجأة على لسان أحد المحاورين، وسرعان ما تتحول إلى لفظ شائع كأنه الوحيد الدال على وصف لأمر بعينه، على الرغم من ثراء لغتنا العربية، وتعدد ألفاظها التي تتفرد بها تجاه المعنى الواحد وتتفرد، أيضاً، بتأثير اللفظ واستخدام كل منه في سياق بعينه، وعلى سبيل المثال شاع في السنوات الأخيرة على ألسنة مقدمي البرامج الرياضية، عند مدحهم لأحد اللاعبين بكلمة «لاعب خلاق»، ومن كثرة استخدامهم لكلمة «خلاق» صار تأثيرها في الملتقي ضعيفاً، ناهيك عن «كليشيهات» البرامج السياسية «السلطوية، الشمولية، الصحافة الصفراء، الطرف الثالث»، كما يعتمد بعض مقدمي البرامج إلى تغيير بناء الجملة الصحيحة، من تقديم الخبر على المبتدأ، والفاعل على الفعل، من دون مبررات

”

كينج: الكلام أعظم ابتكارات الجنس البشري وهو أحد أسباب السعادة في الحياة

“

”

باختين: الدلالات المعجمية لكلمة اللسان تضمن استعمالها المشترك والفهم المتبادل بين مستعملي اللسان

“

تفيد في تقوية المعنى، كما تعلمنا من بديع صنع «القرآن الكريم»، وأظنني غير منصف إذا قلت إنني أستاذ من الكلمة التي تنهي تعليق المراسل وتسليمه دفعة الحديث إلى المذيع بالاستديو بقوله: «إليك فلان».. إنها ترجمات لأساليب يستخدمها إعلاميون غربيون تتسق مع اللغة الإنجليزية، ولكنها ليست تتسق بالضرورة مع لغتنا العربية.

ولم يفت «لاري كينج» أن يسخر في كتابه من عدوى انتقال الألفاظ بين الإعلاميين، فيقول: «مع سرعة انتشار وسائل الإعلام الحديث، تنتشر الكلمات والاستخدامات الجديدة لكلمات قديمة، وتشيع بسرعة كبيرة، وللأسف بعض من هذه الكلمات الجديدة لا تقدم شيئاً لتطوير قدرتنا على التواصل»، ويضرب أمثلة على ذلك: «إن كلمتي (impact) و (access) كانتا تستخدمان كأسماء فقط بمعنى «أثر»، و«دخول»، الآن صارتا تستخدمان كأفعال كما في جملة (to impact the situation) أي ليؤثر على الموقف، على الرغم من أن هناك كلمة قديمة أوضح في المعنى وهي (effect)، وتخدم المعنى بصورة أفضل، كذلك فإننا نعكس الأمر بتحويل الأفعال إلى أسماء كما في كلمة (commute)، حيث اعتدنا أن نقول (commute to work) بمعنى «أنتقل إلى العمل بالسيارة»، صرنا نقول (care) ويستشهد -أيضاً- بالجملة الشهيرة «إن أضراراً ألمت بالبنية التحتية»، بينما يرى أن الجملة الأوضح «أضرار ألمت بمرافق المياه والصرف والطرق السريعة».

ولا يفوت «لاري» أن ينتقد أخطاءً لغوية شاعت بسبب الإعلام منها استخدام (like) بدلاً من (as) في عبارة (telling



كيف نتحدث إلى أي شخص .. في أي وقت .. وأي مكان

للإعلامي الأمريكي لاري كينج

بدأ (لاري كينج) مسيرته الإعلامية بالعمل في إذاعة بمدينة (WIOD) ميامي الأمريكية، بعد استقالة أحد مذيعيها عام 1957م، ثم انتقل إلى العمل بالتلفزيون في قناة (سي إن إن) (CNN) عام 1985م، وقدم بها برنامج الشهير (لاري كينج لايف) (Larry King Live) حتى عام 2010م، لينتقل بعدها للعمل في قناة (روسيا اليوم - أميركا) (RT America)، حيث يقدم برنامج الأسبوعي (Politicking with Larry Kingg).



كينج: الثثرة لا تترك انطباعاً طيباً لدى المستمع بل تذهب بالانطباع الطيب الذي تخلّفه وتدفع ثمن ثرتك



يجيب «لاري» وكأنه قرأ معنا مقولة باختين: «إنني أعني نفسي من الآخرين»، فيقول: «سألتزم الصدق تماماً، وأقول: لقد كنت أسير في طرقات الـ (NBC) وأمسك بي أحدهم وسلمني الأوراق، وقال لي: باروكو مريض اليوم، وأنت على الهواء». يطلق «لاري» حكمته، أيضاً، «الآن وبعد أن أخبرتهم، صار المشاهدون معي في نفس القارب، وبالتالي سنجتاز معاً الموقف الذي نحن عالقون فيه، فهم يدركون أنني أصدقهم القول، وأنتي سأبذل لأجلهم كل ما في وسعي». ولكي أختتم هذه الرحلة بين كتابي «باختين»، و «لاري كينج»، أذكر ما قاله «باختين» فيلسوف الخطاب وأجناسه: «لا توجد كلمة أولى أو أخيرة، كما لا توجد حدود للسياق الحواري، إذ يضيع هذا الأخير داخل ماضٍ لا محدود، ومستقبل لا محدود، أيضاً، إن هذه المعاني تتغير دوماً وتتجدد في الحوار الجاري، نجد تعادلاً لا حصر له، ليس محدوداً من حيث المعاني المنسية، لكن في جزء معين من هذا الحوار يتم استذكاري معانيه مجدداً، وسترى النور في سياق جديد، ليس هناك معنى يموت بطريقة مطلقة، سيحتفل يوماً ببعثه من جديد».

(it like it is)، إلا أنه يبدى امتعاضه من كلمتين أيضاً هما «أنت تعرف .. أساساً».

أما كلمة (hope fully) التي تعني «أملًا» فيذكر «لاري» أنها يساء استخدامها في وقتنا الحالي، فما يعنونه في الغالب يكون (I hope) فعندما نقول: سيعقد الاجتماع يوم الثلاثاء، ثم تدخل كلمة (hope fully) يصبح المعنى أنك تقول إن الاجتماع سوف يعقد يوم الثلاثاء في جو يملأه الأمل.

أما كلمة (whatever) فقد أصبحت في رأي «لاري» كلمة جوفاء، حيث يضعها البعض في نهاية كل جملة، فأصبحت بعض الجمل «عندما اتصلت بي هاتفياً كنت أتشوق، أو أيا كان».

عليك أن تعرف متى تغادر خشبة المسرح

وفي موضع آخر من الكتاب، يذهب بنا «باختين» للحديث عن المستمع، ويقول: «إن الاستماع يقيم علاقة حوارية، فالكلمة تسعى إلى الاستماع، إلى الفهم، إلى الإجابة، وتريد أن تجيب عن الإجابة».

وكلنا يعرف عدم قدرة المحاور على الإنصات كثيرًا للمتحدث في إعلامنا العربي، فالمحاور لا يرضى بأن يكون المحفز على الحديث، بل تجره «الأنا» إلى استعراض رأيه قبل أن يكمل الضيف رسالته التي يريد إيصالها عبر حديثه.

وعن أدب التلقي يستشهد «باختين»، بمقولة كارل ماركس: «إن الفكرة لا تصبح حقيقة بالنسبة للآخر، وبالتالي بالنسبة للذات إلا عندما تكون ملفوظة في كلمة، غير أن هذا «الآخر» هو آخر مباشر (متلقي ثان).

يقول «لاري كينج» تحت عنوان «لا تحتكر المحادثة»: «من الأخطاء الفاتلة التي يقع فيها المتحدث في الحوارات الاجتماعية أن يطنب في الكلام حتى يحتكر المحادثة، وبالتالي يتحول من محاور موهوب، إلى متحدث يفتقر إلى موهبة الحوار».

يوجه لاري النصيحة للمحاورين بقوله: «تذكر أن الثثرة لا تترك انطباعاً طيباً لدى المستمع، بل تذهب بالانطباع الطيب الذي تخلّفه، ويدفع المثرثرون، حسبما يرى غيرهم، ثمن ثرتهم، ويفقدون قدرًا من مصداقيتهم، بدلاً من ذلك عليك أن تأخذ بنصائح قدامى الإعلاميين، عليك أن تعرف متى تغادر خشبة المسرح».

ليس هناك معنى يموت بطريقة مطلقة

وفي اعتقادي أن الحكمة الفلسفية التي نحتاج إليها في كتاب «باختين» تتمثل في حديثه عن المشاهد، عندما يقول: «إن المشاهد يستطيع فقط رؤية ومعرفة جزء صغير من الوجود، وذلك لا ينفي أن كل الوجود الذي لم تتح له رؤيته ومعرفته قد تغير في صفته وفي معناه، كي يصير وجودًا غير معروف وغير مرئي، وبالتالي لم يعد ذلك الوجود كما كان في السابق من دون علاقة بالمشاهد».

يسهب صاحبنا في شرح ما سبق، ضاربًا مثلاً أكثر وضوحًا «إن كل ما يتعلق بي، بداية من اسمي الذي يتسرب إلى وعيي، يأتي من العالم الخارجي، من أفواه الآخرين (من الأم)، ويمنح لي بلهجتهم، بالنبرة الانفعالية لقيمهم، إنني أعني نفسي من خلال الآخرين، إذ من عندهم أتلقى الكلمة والشكل والنبرة التي ستسعمل في التكوين الأصلي للصورة التي سوف أكونها عن نفسي».

يقول «لاري»: «استفسرني أحدهم قائلاً: افترض أنك تمشي في طرقات شبكة (NBC) الإخبارية، ثم فوجئت بأحدهم يمسك بك ويجلسك على كرسي في الاستديو ويلقي أمامك بأوراق ويقول لك: إن بروكو مريض اليوم، وأنت على الهواء، ثم أضيئت الأنوار، ماذا أنت فاعل؟».



مقدمو البرامج بين مهنية الطرح .. والمنافع الذاتية

|| زياد فايد - القاهرة

تؤكد الإحصائيات أن الفضاء العربي وحده يدور في فلكه أكثر من (750) قناة فضائية، بغض النظر عن الأقمار التي تحملها، وعلى الرغم من ضخامة هذا العدد من القنوات، إلا أن المشاهد منها «أقصد المشهور» لا يتعدى العشرين قناة في جميع المجالات والتخصصات والتوجهات، والطريف أن أكثر من نصف هذه القنوات يعتمد كلياً ورئيسياً، على برنامج واحد فقط رئيسي، وهو بالطبع برنامج من نوعية «التوك شو»، وإذا دققت المشاهدة عن طريق التنقل ببطء بين هذه القنوات باستخدام «الريموت كونترول»، سوف تكتشف أن القضايا المعروضة للمناقشة تكاد تكون متشابهة، وكذلك الضيوف لا يختلفون كثيراً على هذه الشاشات، بل أجزم أنهم نفس الوجوه، ونفس الآراء أو نقيضها على طول الخط، بالإضافة إلى طريقة أداء المحاورين، نسخة كربونية وإن اختلفت أسماءهم.

أكثر من كونها رسالة ذات أهداف سامية. تقول الباحثة الإعلامية صفاء جبارة في كتابها: «الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل»: إن التلفزيون يمكن أن يؤثر في تكريس المواقف الموجودة أصلاً، فالتلفزيون يمكن أن يساعد في بناء النموذج، ويمنح أوضاعاً شرعية، بينما ذكر الدكتور عبد الباسط سلمان في كتابه: «عولمة القنوات الفضائية» أن دراسات وبحوثاً أجريت على المتابعين للتلفزيون أشارت إلى أن الإنسان

في هذا الصدد معتبراً أن هذا الضجيج الإعلامي ما هو إلا مؤامرة لشغل الناس عن الواقع الذي يعيشون فيه، لأن أسباباً كثيرة تشترك في هذه الحالة العثبية التي نعيشها في إعلامنا العربي، بعضها يخص صناعة الإعلام نفسها ومنطق الربح والخسارة الذي بات يحكمها

هنا نطرح تساؤلاً: لماذا هذه الكثرة غير العملية من القنوات إذا كانت لا تحمل شيئاً لا في الشكل ولا في المضمون ولا في الوجوه، فهل أصبحت القضية مجرد البحث عن المنفعة الذاتية (البنفس) باستخدام وسيلة إعلانية بطريقة بعيدة تماماً عن علوم الإعلام والمهنية؟ نعم هو إعلام موجه لحساب آخرين لا نعلمهم ولا نعرف هويتهم الحقيقية، ولا يمكن أن نستسلم هنا لفكرة المؤامرة، كما يراها البعض

من البرامج، ولكن ما يحدث في بعض هذه البرامج هو العمل على ضياع الحقيقة، بخاصة أن الاتهامات تطلق على الهواء مباشرة من دون سند واضح أو دليل دامغ، وبذلك تصبح الحقائق ضائعة.

ومما لا شك فيه أن كثيراً من مقدمي برامج «التوك شو» يفتقدون إلى المهنية الإعلامية، حتى الصحفيين منهم من يفتقد الفرق بين الإعلام المقروء والإعلام المرئي، باعتبار أن الأمية قد تمنع الكثيرين من قراءة الصحف، ولكنها لن تمنعهم من اقتناء التلفزيون، أيضاً افتقاد البعض من مقدمي البرامج للقدرة على تفهم اعتبارات الأمن القومي المحلي والإقليمي، أو الظروف السياسية الحساسة، وقدرة المتلقي على استيعاب وتفهم أبعاد البرنامج من دون الحرص على تعدد الآراء لإيجاد حلول أو مقترحات ممكن أن تكون محل نقاش على نطاق أوسع، وأخيراً سعي مقدمي هذه البرامج للإثارة ولفت الأنظار لجذب النصيب الأكبر من كعكة الإعلانات، وبالتالي رفع أجره، حتى وصلت أجورهم إلى أرقام فلكية فاقت نجوم السينما.

من هذا المنطلق نطرح سؤال هذا التحقيق، حول مقدم البرامج بين مهنية الطرح والمنفعة الذاتية.

في البداية يقول الكاتب الصحفي صلاح عيسى: إن مقومات مقدم البرنامج من وجهة نظري من أهمها بالطبع القبول الجماهيري، بالإضافة إلى ثقافته الشخصية التي تساعده على إدارة الحوار والمشاركة فيه، وقدرته على اختيار ضيوف وموضوعات تهم المشاهد وتثري القضية، وفيما يتعلق بتدخل المذيع لفرض رأيه، فهذه مسألة مرتبطة بتنظيم المهنة، فالمفروض أن يكون لدى كل قناة ميثاق شرف مهني وأقسام تشهد البرامج وتوجيه فريق العمل، وبالنسبة للعيوب المهنية، فربما أهمها: أن ينحاز المذيع لأحد أطراف الحوار ساعياً لفرض وجهة نظر معينة، أو أن يختار ضيوف معينة تنحاز لوجهة نظره المعارضة، والتصدي لموضوعات لمجرد الإثارة، فالإعلام لابد من أن يقدم الصالح العام، ولا يسعى إلى استخدام وسائل رخيصة لجلب الإعلانات، وهذا السلوك المزاجي ربما أسهمت فيه الصحافة إلى جانب الإعلام التلفزيوني بشكل أو بآخر.

وتعليقاً على هذا التحقيق قالت دكتورة درية شرف الدين وزير الإعلام السابق أن برامج «التوك شو» خرجت عن المهنية الإعلامية إلى الإثارة ولفت الأنظار، والجدل بين ضيوفهم الذين لا علاقة لأكثرهم بالسياسة أو الإعلام، ولم يعد المواطن يجد فيها ما يهتم بقضاياها أو مشاكله اليومية، وهذا يُعدّ تردّي للإعلام المرئي الذي فقد بالفعل مصداقيته، وفتح للإعلام البديل المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي على الرغم من

يحصل على معلوماته بنسبة (90%) عن طريق النظر، وبنسبة (8%) عن طريق السمع، وأن العين تجذبها الحركة أكثر من أي شيء آخر، وهو ما جعل التلفزيون يقوم بالانتقال بمشاهديه صفاراً وكباراً إلى سلوكيات وعادات جديدة لم تكن موجودة من قبل.

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن: كيف يتعامل معدو هذه البرامج مع فكرة نقل الأحداث اليومية؟ والأهم هل يحتكم العاملون في هذه البرامج إلى معايير المهنية أم إلى معايير يضعها ملاك القنوات طمعاً في البحث عن مزيد من المعلنين، وبالتالي مزيداً من الأرباح؟

المتابع لهذه البرامج اليومية، يجد غالبية المذيعين يمسكون العصا من المنتصف، فتارة يشن هجوماً ضارياً تجاه تيار بعينه، وتارة أخرى يتبعون طريق المهادنة من دون أن تدري سبباً لهذا الموقف أو ذاك! الالف للاتباه أيضاً، أن سوق «التوك شو» أصبحت إضافة مكررة وضيوئه كذلك، فنجد ضيوف هذا البرنامج هم أيضاً، ضيوف برنامج آخر على قناة أخرى، وكأنهم الوحيدون القادرون على مناقشة قضايا المجتمع، ولأن التأثير في نفوس المشاهدين حرفة أصبح البعض يراها لا تحتاج إلى مهنية أو كفاءة إعلامية، فقط تحتاج إلى فنون المراوغة والتلاعب بالألفاظ، لذا أصبح لهذه النوعية من البرامج مجموعة من الإعلاميين الذين تتبادلهم القنوات، وفقاً لمبدأ: «مَنْ يدفع أكثر»، وأصبحت الفجوة المادية واسعة بين ما يتقاضاه مذيع اصطفته بعض البرامج ومذيع آخر، وازداد تحكم المعلن في الشخص الذي تختاره القناة لتقديم برنامجها اليومي الرئيسي الذي لابد من أن يحفل بالمفاجآت، والخلافات التي لا طائل منها سوى أن يعيش المشاهد مقتنعاً بأنه اكتشف اليوم حقيقة جديدة قد تكن في الأصل شائعة لا أساس لها من الصحة، بل إن هذه المبالغ الخيالية جعلت بعضاً في «مهن صديقة» مثل: الصحافة المقروءة والمكتوبة، بل ومن خارج كل هؤلاء يدخلون إلى حلبة المنافسة، طمعاً في الفوز ببرنامج «مليونني الدخل» ضاربين بمعايير الخبرة والتخصص عرض الحائط ولا عزاء للأكفاء، ويرى البعض أن التنوع والمنافسة في صالح المشاهد، وهو بالطبع ما أتفق معه، لكن ما يجب أن يُرفض هو اللهث وراء رسائل غير سليمة المقصد، تضع المشاهد في قفص لا يستطيع التحرر منه من دون أن يسمح له بإعمال العقل أو التفكير المنطقي.

كانت نشرات الأخبار هي أحد أهم مصادر التعريف بما يجري من أحداث محلية وعربية وعالمية، وذلك على مستوى الإعلام المرئي، ولكن برامج «التوك شو» أصبحت تتميز بمتابعة الخبر وملاحقته، بالإضافة إلى تحليله والتعرف على جوانبه الخفية، في إسهاب لا يمكن لنشرات الأخبار أن تقدمه، وهو من إيجابيات هذه النوعية

تقول الباحثة الإعلامية صفاء جبارة في كتابها: «الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل»: إن التلفزيون يمكن أن يؤثر في تكريس المواقف الموجودة أصلاً، فالتلفزيون يمكن أن يساعد في بناء النموذج، ويمنح أوضاعاً شرعية.



صلاح عيسى

عيسى: أهم مقومات مقدم البرنامج القبول الجماهيري والثقافة الشخصية

الإغفال نتيجة لتقصير أو عمل سلبي، ولكنه قد ينتج عن الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية، وقد تلجأ وسائل الإعلام أحياناً للتخلي عن «الحياة الإعلامي»، أو تتسامح بعض الشيء مع واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليدته، فضلاً عن ذلك هناك مجموعة من المعايير المهنية التي تؤثر في الحياة الإعلامي، ومنها: نمط الملكية، عامة أم خاصة أم حزبية أم تابعة لمؤسسة مجتمع مدني، وكذلك أسلوب الإدارة، والسياسات التحريرية، وعلاقات العمل وضغوطه، ومصادر الأخبار المتاحة، وأخيراً تأتي اعتبارات الجمهور ومدى قدرة وسائل الإعلام على تلبية رغباته واحتياجاته، وكل ما سبق يُعدُّ معوقات تحول من دون تحقيق الحياة الإعلامي وتقديم المعلومات الصحيحة. وبعد أن أصبحت الرغبة المحمومة من جانب وسائل الإعلام في تحقيق السبق الإعلامي في إطار انفتاح الأسواق، واحتدام المنافسة، والرغبة في التميز والتفوق، تم ضرب المعايير المهنية عرض الحائط، مثل: توخي الدقة، والتحقق من صحة المعلومات، والالتزام بالحياة والموضوعية، واحترام الحقيقة مهما كانت النتائج، ونقل المعلومات الموثقة التي يمتلك أصولها، وعدم إخفاء أجزاء أساسية منها، وعدم إجراء أي تغيير في النصوص أو الوثائق المتعلقة بها، والامتناع عن اللجوء إلى أساليب غير أخلاقية للحصول على الأخبار أو الصور أو الوثائق، وسرعة تصويب أية معلومات إذا تبين أنها غير دقيقة، والتقيد باحترام خصوصية الآخرين، وعدم الإفصاح عن مصادر المعلومات التي يحصل عليها في إطار من الثقة به، واعتبار حالات الانتحال والافتراء والفضائح والقذف والتشهير إساءات مهنية، ومقاومة كل أشكال الضغوط التي تتعلق بممارسة المهنة، كل هذه المعايير التي يدرسها طلاب الإعلام يتم انتهاكها في الممارسة الواقعية، مما أدى إلى انحدار مصداقية وسائل الإعلام على نحو غير مسبق.

وفي الأخير ما نشاهده اليوم وما يحدث في الإعلام مهزلة بكل المقاييس، ومع كثرة الفضائيات والمذيعين أصبح لا يوجد أي ضوابط أو معايير، وأصبح الإعلام مهنة من لا مهنة له، وأي شخص يستطيع الظهور على الشاشة ويتحدث من دون علم، فالعمل الإعلامي له قواعد مهنية لو اتبعت لتحققت رسالة الإعلام السامية، أما فيما يتعلق بوقوع مقدم البرامج بين إشكالية المهنة والمصالح الشخصية سواء ذاتية أو لتوجهات معينة، فأعتقد أن هناك تعاقب ينبع بالضرورة من ميثاق الشرف المهني محدد الشروط والمعايير، وعلى المذيع المهني أن يقبلها أو يرفضها.



د. شرف الدين

د. شرف الدين: نعم لمزيد من المهنية وقليل من الإثارة



عماد حسن مكاي

د. مكاي: تؤدي المعايير الذاتية للصحفي أو الإعلامي دوراً في مدى التزامه بالحياة

خطورتها، صحيح أنه كان سبباً عن الإعلام الرسمي في نقل أحداث بالصوت والصورة، خاصة في الأماكن غير المسموح فيها بدخول الصحفيين أو تعذر عليهم أن يكونوا شهود عيان، إلا أنه في نفس الوقت يمكن استغلاله بشكل سلبي، حيث يعتمد غالباً على معلومات غير موثقة لاستخدامها في إثارة الفتن أو التحريض والسب والتشهير بشخصيات عامة أو اتهامات مرسلة، أو تبادل شفرة بين شبكات الإرهاب والمافيا، وللأسف هناك كثير من مقدمي هذه البرامج يعتمدون عليها كثيراً في مادتهم الإعلامية، باعتبارهم يعبرون عن رجل الشارع، وإن كان يمكن تديبره عمداً عن طريق شائعة معينة يبدأ بعدها ردود أفعال يستغلها مقدم البرنامج كموضوع لحلقته.

ربما لهذا لم أجد مبرراً لإبداء رأيي صراحة في هذه القضية، حرصاً مني على الزملاء الإعلاميين الموجودين بالفعل على كل الفضائيات، وأحب أن أقول لهم: نعم لمزيد من المهنية وقليل من الإثارة، نعم لفتح ملفات المشاكل التي يعاني منها المواطن المتلقي، ولا لمحاولة كسر التابوهات أو الثوابت في الأديان، إلا عن علم وفهم واستيعاب، بخاصة «الدين الإسلامي» الذي أصبح في نظر (الغرب) إرهابي من كثرة الفتاوى التحريضية التي تصدر عن ضيوفكم من شيوخ الفضائيات وكفى؟!

وحول خرافة الإعلام المحايد قال الدكتور حسن عماد مكاي أستاذ الإعلام في جامعة القاهرة، على الرغم من أن وسائل الإعلام في جميع المجتمعات تسعى إلى تحقيق المصداقية لما تنشره أو تبثه من خدمات إخبارية، وتقارير، وحوارات وبرامج ومواد مختلفة إلى جماهيرها المستهدفة، وتزعم جميع الصحف ووسائل الإعلام أنها تتمسك بقيم حرية الرأي والتعبير، والدقة، والموضوعية، وإتاحة الفرصة لتقديم جميع الآراء في القضايا الجدية، والبعد عن المبالغة والتحويل، وعدم التحيز، إلا أن هناك عوامل كثيرة تؤثر في عدم تحقيق الحياة الإعلامي، وتجعل من مصطلح الحياة وهماً أو خرافة غير قابل للتطبيق على أرض الواقع، فالاتصال الجماهيري عبارة عن عملية مستمرة ذات عناصر متداخلة ومتشابكة مع ظروف نفسية واجتماعية تؤثر في النهاية على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات، ومن هذه العناصر القائم بالاتصال أي الصحفي أو الإعلامي الذي يسعى لاختيار الرموز المناسبة للتعبير عن أفكاره تعبيراً صحيحاً ودقيقاً، ولا بد من أن يمتلك القائم بالاتصال مهارات التحدث، والاستماع، والقراءة والكتابة والقدرة على التفكير السليم ووزن الأمور، وعادة ما تسعى وسائل الإعلام للحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، فأحياناً لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا

المجموعة **لمسة**

للمعارض والمؤتمرات وإدارة المناسبات

نعم نذكر ... وأنت تمتثل

www.touch.sa



+966 55 336 6223

info@touch.sa



لمسة
Touch

|| ميرفت حداد - دبي

أن تحاور المتألقة عابدة طاهر، فهذا يعني أن ترى الحياة بعين إعلامية حقيقية، فهي تتأمل كما تعيش وتعيش كما تتأمل، تأخذك تأملاتها إلى ما لا نهاية، وترى بها العالم جميلاً، تختزن بداخلها الكثير من الأحاسيس القادرة على مخاطبة الآخرين بكثير من الأحاسيس أيضاً.

تتميز تجربتها الإعلامية على مدى اثني عشر عامًا بالكثير من المميزات، استطاعت أن تؤدي رسالتها الإعلامية وثبتت على مدى مشوارها أن ولوجها للإعلام لم يكن صدفة فحسب، وإنما لامتلاكها موهبة حقيقية متفردة مكنتها من أن تكون ضمن أبرز الأسماء اللامعة في الإعلام الإماراتي، إعلامية مجتهدة من الصعب أن تتكرر كثيراً ومن السهل أن تتدفق تلقائياً أمامها، جاءت إجاباتها لتؤكد على أن لكل منا طاقات للإبداع والابتكار والتغيير.

واجهت الكاميرا لأول مرة عبر شاشة تلفزيون «الشارقة» وقدمت نشرة أخبار «الدار»

.....
أمنيته منذ الصغر أن
أكون صحفية

الإعلامية الإماراتية عابدة طاهر لـ «إذاعة وتلفزيون الخليج» أنا حكاية في (محار)

ظهرت لأول مرة في نشرة الأخبار عبر شاشة قناة «الشارقة»، ماذا عن ردة فعل أهلك حين رأوك لأول مرة على الشاشة؟

جميلة تلك المشاعر التي طالتهم جميعًا وتلك السعادة التي غمرتهم بها، حين تفاجئوا بيّ أطل عليهم عبر شاشة قناة «الشارقة»، فلم يكونوا على دراية بأنني سأظهر على القناة، أتذكر آنذاك أرسلت لهم رسالة نصية أخبرهم فيها بأن يشاهدوا قناة «الشارقة»، وبالفعل فوجئوا بتقديمي لنشرة أخبار «الدار».

حدثنا عن البرامج التي قدمتها حتى هذه اللحظة عبر شاشة قناة «الشارقة»؟

أبرز ما قدمته منذ عام 2005م وحتى الآن نشرة أخبار «الدار»، وهي تُعنى بالأخبار والفعاليات الرسمية والأنشطة لإمارة الشارقة على وجه الخصوص، والإمارات بشكل عام، قدمت «صباح الشارقة» على مدى ثلاث سنوات وأيضًا برنامج «صباحي»، وكذلك برنامج «في ضيافتنا»، وهو من إعدادي وتقديمي، وقمت بإعداد برنامج «لها رأي»، والحقيقة إنني متحيزة بشكل كبير للمرأة، وأحببت من خلال إعدادي لهذا البرنامج الاهتمام بقضايا المرأة والأخذ برأيها والخوض في التحديات التي تواجهها المرأة وتقديم كل ما هو نافع ومفيد.

ماذا عن إذاعة «الشارقة» هل لك أن تحدثنا عنها وعن بصمتك فيها؟

بالطبع سأحدثكم، العمل الإذاعي ممتع وشائق، فقد قدمت نشرات الأخبار فيما مضى وعددًا من البرامج، ومنها: برنامج «أثير الصباح»، وحاليًا أقدم نشرة الأخبار عبر إذاعة «الشارقة».

اليوم ما الإضافة التي اكتسبتها من مجال الإعلام؟

لا شك في أنني تعلمت المسؤولية ومدى أهمية الوقت وكيفية المحافظة عليه، في المجال الإعلامي لابد من أن يكتسب المرء مفاهيم عديدة لكل ما هو جميل ومتقن، إذ لابد من أن يعي الإعلامي لأهمية الجهد والمثابرة والانضباط، وفي مجالي الإعلامي أدركت كيفية السيطرة على الأمور بالصبر



الإعلام الخليجي أصبح له بصمة واضحة في مصاف الإعلام العربي

مواقع التواصل الاجتماعي هي السلطة الرابعة، لأنها الأكثر سرعة وتأثيرًا

«إذاعة وتلفزيون الخليج» أرادت أن تتعرف خلال لقاءها إلى طبيعة تجربتها في تلفزيون «الشارقة»، وإلى آرائها وأفكارها وذاتها المتلقية لكل مفردات الواقع المعاش بكل تفاصيله، وجاء هذا الحوار:

لو عدنا للبدايات .. بماذا ستخبرنا عنها؟

جبلتُ على حبّ الكتابة منذ الصغر، وخضت كتابة النثر والخواطر وكانت لي مشاركات في مقالات القراء، كانت أميني منذ الصغر أن أكون صحفية، وشاءت الظروف أن تأتيني فرصة الإعلام صدفةً وأقدم في تلفزيون «الشارقة»، حيث منحت فرصة التقديم من خلال دورات إعلامية في اللغة وطريقة الأداء على أيدي متخصصين، وبالفعل فاجئت الجميع بإطلائي عبر شاشة تلفزيون «الشارقة».

ما شعورك وأنت تقفين أمام الكاميرا لأول مرة؟

أنا بطبعي خجولة جدًا من الناس، وربما ذاك التحدي من ساندني وأنا أقف أمام تلك الكاميرا، أتذكر ذلك اليوم تمامًا حين وقفت لأول مرة أمامها وكان إصراري كبيرًا لمواجهتها، ولا أخفي عنك لقد تغلبت على مخاوفي من الكاميرا بذلك الحلم الرصين الذي جئت به إلى قناة «الشارقة»، أتذكر وقتها استمعت لنصيحة الإعلامي خالد صفر، مدير تلفزيون «الشارقة» آنذاك، حين تخيلت أنني داخل غرفة صغيرة وأنه لا أحد أمامي، وبالفعل نسيت أنني أمام الكاميرا والمشاهدين، تلفزيون «الشارقة» أعطاني الفرصة وكان أول ظهور لي على الهواء آنذاك في مارس 2005م، وقدمت حينها نشرة أخبار «الدار».

طبعاً، وكلنا يعلم أنه يراد بالسلطة الرابعة الإعلام، إلا أنني ومن وجهة نظري الشخصية أتوقع أن مواقع التواصل الاجتماعي صارت هي السلطة الرابعة، معظم الناس يلجؤون إليها ويتحاورون فيها، إذ صارت الأكثر سرعة وتأثيراً، لقد أصبحت تلك المواقع تؤدي دوراً بارزاً ومؤثراً تجاه المجتمع.

برأيك كيف لأي قناة تلفزيونية أن تحقق المكانة المرجوة وتؤثر في البيت العربي؟

من وجهة نظري لابد من أن تجذب المشاهدين، وذلك لن يتأتى إلا إذا كانت واقعية جداً في إظهار المشكلات والقضايا الأسرية، ولا شك في أن قناة «الشارقة» حافظت على رونق بقائها الثقافي والفكري للمادة الإعلامية، قناة «الشارقة» تتناول القضايا الأسرية من خلال المسلسلات والبرامج التي تُعنى بكل ما هو شائق ونافع وهادف، وتسعى لترسيخ الفكر المبدع والقيم المجتمعية والوطنية.

كيف ترين الشهرة، وهل فعلاً سلاحها ذو حدين؟

لا شك في أن للشهرة قيد أحياناً، ففي مواقع التواصل لا يمكن للإعلامي أن يظهر رأيه، إذ لابد من الحياد وهذا يعدّ قيداً، حقيقةً للشهرة مذاقاً آخر، إلا أنها تظل سلاحاً ذا حدين.

تشاركين أبنائك في حديثك عن الأمس .. ما الذي تروينه لهما؟

أحدثهم عن طفولتي ودراستي وتفوقي، أحدثهم عن مكانة والدي التي تتجلى في حياتي وأحدثهم عن والدتي، رحمها الله، والتي فقدتها وأنا في سن الثامنة عشرة من عمري، وعن كل الجوانب التي تتعلق بي وأشعر بسعادة غامرة حينما ألقنهم كل ذلك وأنقل بوعبهم إلى آفاق رحبة إيماناً بحتمية التأثير بالماضي.

هل تستذكرين فصولاً لم تُنس من شقاوة الأطفال؟

كانت طفولتي مميزة ولم تخلو بالطبع من الشقاوة، وفي صغري لم تكن والدتي، رحمها الله، تسمح لي بتربية حيواناتي المفضلة إلا في حوش المنزل، لذلك لا يجد أبنائي أي صعوبات معي في تربية الحيوانات، فابني الأكبر يحب القطط ولا غرابة في أن أهتم معه بتربية قطته داخل المنزل.

هل الإعلام المرئي وصل المعلومة كما ينبغي للمشاهد العربي؟

نعم، إلى حد ما وصل المعلومة، لكن على المتلقي أن يأخذ المعلومة من أكثر من مصدر.

ما تصوراتك عن مهام الإعلام الخليجي وإلى أين وصل اليوم؟

الإعلام الخليجي بالذات أصبح له بصمة واضحة في مضاف الإعلام العربي، إذ توجد قنوات إخبارية عربية مؤثرة جداً على المشاهد وأخذت حيزاً كبيراً في الإعلام.

للتعرف عن كُتب عما كان يراودك .. ما الذي جذبك إلى عالم الإعلام؟



والهدوء واكتسبت طاقتي للفكر والتغيير ضمن إطار تحقيق الذات.

من وجهة نظرك ما أهم الصفات التي تلازمك؟

أنا أعد حياة كل منا لوحة متكاملة من الصفات، ولكن الخجل والتحدي أهم صفتين تلازمانني في الحياة، أشعر بهما دائماً وحقيقةً يصعب التخلص منهما.

ماذا عن التواصل الاجتماعي في واقعك اليومي؟

كما يبدو أنني نشيطة في مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما، ومتواجدة عبر موقعي «الانستجرام» و«تويتر»، ويمكنني القول: إن مواقع التواصل صارت على علاقة وثيقة بتفاصيل الحياة اليومية، نحن نتنزع وقتاً لأرواحنا محاولين أن نمناها شيئاً إيجابياً.

إذا هل تتفقين مع وجود الحرية في مواقع التواصل الاجتماعي؟

طبعاً أنا مع الحرية ولكن بحدود، فالحديث عن هذا الأمر يتبلور بشكل كافٍ، أنا مع الحرية البناءة من دون جرح الآخرين ووضايقني التعدي على الآخرين في ظل انتشار الطائفية وفرض الرأي على الآخر.

من وجهة نظرك لإعلامية ما انطباعتك عن مواقع التواصل الاجتماعي، وهل صار لها دور إعلامي؟

ماذا تشكل الكتابة في حياتك؟

كنت ومازلت أحب الكتابة وأنوقف حيالها كثيرًا، ولا شك في أن عملي في التلفزيون أخذني من الكتابة، وكل الهوايات التي مارستها في صغري تشكلت وأفادتني كثيرًا ومازلت تصاحبني في عملي عند كتابة الأخبار والتقارير، حقيقة لم يعد لدي الوقت للكتابة كما كنت أفعل في الماضي ولكني أعوضها بالقراءة.

ما القراءات التي تستهويك؟

أقرأ في كتب التنمية البشرية، حيث أثرت في شخصيتي كثيرًا، وأقرأ في كل ما يتعلق بالقدرات الذهنية وما بين الفينة والأخرى أقرأ شغفًا في الاكتشاف والتجدد.

لربما تُشوّش الحياة ببعض المخاوف .. ما مخاوفك في الحياة؟

أتفق معك فأنا أخاف من المستقبل، والشيخوخة، وأخاف الموت، والوحدة، ولدي الفوبيا من الطائرة.

كيف تبددينها؟

لا شك في مسيرتي الحياتية قد تعترضني بعض السلبيات لكني أستاذت مسيرتي، وبعيدًا عن الفراغ والخواء أمضي بالتفاؤل والطموح والسعادة والسلام، حقيقة بالامتنان لله أبعد تلك المخاوف وأتجاوز السلبيات بالإنجازات التي تحققت.

في معترك الحياة بعض العقبات وقد تحتاج وقتًا مستقطعًا لتفاديها .. كيف تتجاوزينها إن صادفتك؟

صحيح، إلا إنني اعتدت تفاديها ومحو كل الجوانب المظلمة بانلاج الضوء في مفهومي للأشياء من حولي.

تري ما الذي يسعدك اليوم ويدخل البهجة إلى قلبك؟

الحياة ذات معنى، لذلك اعتدت أن أضع ذاتي في قالب الفرح بكل ما في أعماقي من حب للحياة وبكل ما أراه من جماليات الكون، وما يسعدني اليوم حين يهمس لي والدي، أطمح الله في عمره، ويخبرني أنه فخورًا بي، فحين يراني على شاشة التلفاز يخبر الآخرين عني مشيرًا لي وقائلًا لهم «هذه ابنتي» وحينها فقط أشعر أنني حكاية في «محرار».

المتلقي يجب أن يستقي المعلومة من أكثر من مصدر

“

أحب الكتابة وأنوقف عندها كثيرًا وعملي في التلفزيون أخذني منها

“

أحببت الكتابة والقراءة منذ الصغر، وكنت أشعر في كثير من الأحيان أنني سأكون مفيدة لمجتمعي وربما لشغفي بهذا العالم ولثقتي في أنني أحمل رسالة، وأنني سأقدم شيئًا لمجتمعي، وكما قلت أنفًا وجودي على الساحة الإعلامية كمذبة كان صدفة، ولكني ولله الحمد، وفقت على الرغم من أنني لم أكن أتصور أنني سأحقق حلمي، كل ما في الأمر أنني أحببت هذا المجال، وكنت بحاجة إلى أجنحة حتى أحلق نحو آفاق أرحب، وإن صح التعبير عالم الإعلام عالم ساحر ومن السهل أن يسلبك.

كيف ترين واقع الإعلام العربي؟ وهل ترينه بمستوى طموح الأسرة العربية أم أن الانفتاح الثقافي نال منه ما نال؟

إلى حد ما القنوات تحاول أن تتعاطى مع القضايا والمشكلات الأسرية، سواء من حيث المسلسلات التي تعرض أو من حيث البرامج المتنوعة التي تتناول جانبًا ما، ولا شك في أن بعض المسلسلات التي تعرض ليست واقعية دائمًا، إلا أن هناك برامج أخرى مهمة ظهرت ونجحت نجاحًا باهرًا داخل الإمارات، مثل: «البث المباشر»، حيث يبت في كل من دبي وأبو ظبي، وكذلك «الخط المباشر» في الشارقة والذي يستمر على مدى ثلاثة ساعات، وأيضًا هناك البث الإذاعي المباشر والذي يبت من عجمان، وما من شيء كمثل هذه البرامج اليومية التي تنصت لشكاوى المواطنين والمقيمين وتسعى لتقديم الحلول لكافة شرائح المجتمع، وهنا أستطيع القول: إن الإعلام الإماراتي وضع اليد على الجرح ونجح نجاحًا ملحوظًا، فالبث المباشر من البرامج الهادفة والبناءة ويضع مشاكل وهموم الناس بعين الاعتبار ويسعى لتقديم الحلول عبر الأثير بأكثر صراحة وأكثر شفافية.

عودة للمرأة .. كيف شاركت وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة لإنصاف المرأة وتعميق دورها في المجتمع الخليجي؟

لقد أنصفت وسائل الإعلام المرأة، وخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة التي تشد التقدم وتنهض بدور المرأة، فقد شهدت المرأة نجاحات كثيرة على كافة المجالات، كما حظيت بتوليها لبعض المناصب الوزارية، فالمرأة اليوم تتواجد في المجلس الاستشاري والمجلس التنفيذي مما أسهم في تسليط الضوء عليها عبر وسائل الإعلام المختلفة، لقد دعمها الإعلام ولم يقصر في تعميق دورها وبشكل كبير وملحوظ، لدينا كثير من البرامج والتي تحدثت مليًا حول المرأة وخصصت عنها في جميع المجالات العلمية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية أنها كثيرة ولا تُعد ولا تحصى.

ما أعمق آمنياتك وما أسمى أحلامك؟

أمل على المستوى العام أن يعم السلام دائمًا في كافة الوطن العربي، وأن تسود الإنسانية لفهم المجتمعات والارتقاء بها، وعلى المستوى الشخصي أمل في مزيد من النجاح وأتمنى الاستقرار في حياتي الشخصية وما زالت آمالي عريضة وأمنياتي خضراء باكتشاف مزيد من المعرفة في الحياة.



(ياه سات) الإماراتي و(سهيل) القطري لاعبان قويان في فضاء الإعلام العربي

|| د. عباس مصطفى صادق - أبو ظبي



أقمار (الياه سات) الإماراتية

شركة (الياه) للاتصالات الفضائية (الياه سات)، هي شركة مساهمة، مملوكة بالكامل لشركة مبادلة للتنمية، الذراع الاستثماري لحكومة أبو ظبي، عاصمة دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد بُنيت الإستراتيجية التجارية لشركة مبادلة على أساس الاستثمارات طويلة الأمد التي تحقق عائدات مالية راسخة ومستدامة، ومنذ تأسيس الشركة عام 2007م، قامت بإجراء دراسات مستفيضة، بهدف تصميم أول نظام أقمار صناعية متعدد الأغراض في المنطقة يرتبط ببنية تحتية أرضية متطورة، فوصلت إلى تطوير حلول الاتصالات عبر الأقمار الصناعية للقطاعات للحكومية والتجارية في الشرق الأوسط، وإفريقيا، وأوروبا، ووسط وجنوب غرب آسيا، فضلاً عن بناء شراكات إستراتيجية طويلة الأمد مع موزعي خدمات الاتصالات الفضائية ومع مصنعي معدات تشغيل الخدمات الفضائية.

بعد ذلك تم إطلاق أول قمر صناعي لك (الياه سات) (Y1A) من محطة إيربانسبيس الفضائية في غوايانا الفرنسية في شهر أبريل 2011م، ويقوم القمر بعدة أدوار من ضمنها إيصال البث التلفزيوني وخدمات تجارية أخرى على نطاق واسع. أما القمر الصناعي الثاني (Y1B)، الذي أطلق من قاعدة بايكونور في كازاخستان بعد ذلك بعام، فيقدم خدمات النطاق العريض الفضائية إلى دول الشرق الأوسط وإفريقيا وجنوب غرب آسيا.

تغطية واسعة

تغطي أقمار (الياه سات) الصناعية أكثر من (140) دولة في كل من مناطق الشرق الأوسط، وإفريقيا، وأوروبا، وجنوب غرب ووسط آسيا، بعد أن تمت دراسة وتحديد تغطية القمر الصناعي لدعم متطلبات

الأسواق وتوفير خدمات الاتصالات بما يشمل الإنترنت عبر الأقمار الصناعية في المناطق الحضرية والنائية، وهي بذلك توفر خدمات شاملة لكافة العملاء بما يشمل مستخدمي المنازل والمؤسسات المختلفة.

مشروع (ياه لايف)

(ياه لايف) (YahLive)، هي مشروع مشترك بين شركة الياه للاتصالات الفضائية (الياه سات) وشركة (SES) المشغل العالمي للأقمار الصناعية، وقد نجحت (ياه لايف)، التي تتخذ من أبو ظبي مقراً لها، وذلك منذ إطلاق خدماتها في العام 2011م، بترسيخ مكانتها كخدمة رائدة للاتصالات الفضائية في المنطقة، وتمتلك شركة (SES) أسطولاً مؤلفاً من أكثر من (50) قمراً صناعياً ثابتاً يغطي مجاًلاً عالمياً واسعاً وشمل كلا من شركات البث، ومزودي خدمات الإنترنت والمحتوى، ومُشغلي شبكات الهاتف الجوال والأرضي، والمنظمات التجارية والحكومية حول العالم، ويقع المقر الرئيسي لشركة (SES) في لوكسمبورج، وتعمل في جميع أنحاء العالم من خلال فرق إقليمية مخصصة. وتبث (ياه لايف) باقة قنواتها التلفزيونية عبر القمر الصناعي (الياه سات) (A1)، من الموقع المداري (52.5) درجة شرق، ويمتاز هذا القمر بقدرته العالية على توفير خدمات بثّ بإشارات قوية وموثوقة تلبي متطلبات العملاء، وهذه الإشارات تتيح للمشاهدين استقبال بث القنوات التلفزيونية عبر لواقط صغيرة بحجم (45) سم، وتتميز هذه اللواقط بكونها غير مكلفة، ويسهل تركيبها ووضعها بشكل منفصل، فضلاً عن ذلك لدى (ياه لايف) شبكة واسعة من محطات الإرسال الأرضية في أماكن مناسبة على مقربة من مراكز وسائل الإعلام الكبرى في أوروبا والشرق الأوسط، الأهم من ذلك، تختار (ياه لايف) أفضل قنوات البث في هذا القطاع للدخول في شراكات معها، كذلك تمتلك (ياه لايف) مركز مراقبة يعمل على مدار الساعة مهمته الكشف والإبلاغ عن أي تدهور في جودة إشارة القمر الصناعي أو استخدامه من قبل مستخدمين غير مصرح لهم، كما يراقب المركز باستمرار مستويات الجودة في الخدمات المقدمة لشبكات البث والمشاهدين.

أخيراً (ياه لايف)، هي اسم عربي يطلق على «نجم الشمال» أو ما يعرف باسم «نجم

شهد عام 2011م إطلاق أول قمر صناعي للياه سات)

تغطي أقمار (الياه سات) أكثر من (140) دولة





تمتلك شركة (SES) أسطولًا مؤلفًا من أكثر من (50) قمرًا صناعيًا

القطب الشمالي»، والذي كان المسافرون قديمًا يستدلون على الاتجاهات من خلاله، وتعني كلمة (لايف) من الناحية التقنية بث القنوات الإذاعية والتلفزيونية عبر موجات الأثير وتبث كافة القنوات التابعة لـ(ياه لايف) مجتًا.

(قمر سهيل 1) القطري

(سهيل 1)، هو: قمر صناعي قطري تم إطلاقه إلى الفضاء في 29 أغسطس عام 2013م، من قاعدة كورو في مستعمرة غويانا الفرنسية على متن الصاروخ أريان (5)، من الميناء الفضائي الأوروبي، ليكون أول الأقمار الصناعية القطرية التي تشغلها الشركة القطرية للأقمار الصناعية «سهيل سات»، وهي مشغل أقمار صناعية لأغراض الاتصال ومقرها الرئيسي في الدوحة بدولة قطر.

تأسست (سهيل سات) عام 2010م، لتحقيق هدف أساس، هو إدارة وتطوير الوجود القطري في مجال الفضاء، وتوفير لعملائها من القنوات والشركات والحكومة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وغيرها خدمات البث المستقل عالي الجودة، وقد بدأت (سهيل سات) العمل على القمر الصناعي الأول (سهيل 1) على الموقع المداري المتميز (25.5) درجة شرقاً في 2013م، لتبدأ في دعم خدمة شركات البث الرائدة في المنطقة، ومن المتوقع أن تطلق الشركة قمرها الصناعي الثاني (سهيل 2) في عام 2018م، للخدمات التجارية في الموقع المداري (26) درجة شرقاً.

يغطي القمر الصناعي (سهيل 1) كامل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من الموقع المداري (25.5) درجة شرقاً، ومن خلال تردد هذا البث تسمح المساحة الترددية على التردد (26/25.5) درجة شرقاً للمشاهدين الحاليين في دول مجلس التعاون وشمال إفريقيا بضبط أجهزة الاستقبال على القمر الصناعي (سهيل 1) فوراً، والقمر الصناعي (سهيل 2) في المستقبل من دون الحاجة إلى تغيير أو إعادة ضبط نقطة تلقي الإشارة من الأطباق

المنشآت في مركز الإطلاق والبث التابع لشركة (سهيل سات)، كما تقدم الشركة مجموعة كبيرة من الخدمات والحلول المناسبة لاحتياجات عملاء الاتصالات لديها، كذلك توفر (سهيل سات) خدمات الربط الوسيط الخلوي عبر القمر الصناعي لعملائها، ومن خلال هذه الشبكات الخلوية الممتدة، يمكن للعملاء والحكومات تقديم نطاق عريض من حلول الاتصالات إلى العملاء، بما يشمل الجيل الثاني والنصف (2.5G)، والجيل الثالث (3G)، والجيل الرابع (4G) من شبكات الاتصال.

وفيما يتعلق بالقمر الصناعي (سهيل 2)، فهو يدعم أيضاً، إمكانية البث بالترددات من النوع (Ku) و(Ka) وشبكات التلفزيون والاتصالات والخدمات الحكومية لأصحاب المصالح الإستراتيجيين والعملاء التجاريين، ممن يقدرون استقلال البث والمرونة في تداخل الموجات وجودة الخدمة والتغطية الجغرافية الواسعة، كما يوفر هذا القمر إمكانية أكبر للحماية المضادة للتشويش والتكرار والاحتياطية للقمر الصناعي (سهيل 1)، ومن المنتظر كذلك أن يكون القمر (سهيل 2) أول من يزود الجمعية الدولية لهواة اللاسلكي بإمكانية الاتصالات الجغرافية الثابتة التي تربط المستخدمين من مختلف أنحاء العالم.

أخيراً فإن اسم الساتل مستلهم من «نجم سهيل»، و«سهيل» هو النطق السائد للنجم بين العامة، المعروف عند العرب، حيث كانوا يستدلون عليه المزارعين بمعرفة موسم الخضرة وقدم الأمطار فيحرثون زرعهم، ويستدل عليه الملاحون في الصحراء لمعرفة الاتجاهات وغيره، وهو من ألمع النجوم في السماء.

الحالية للاستمتاع بقنوات عالية الوضوح. وقد دخل القمر (سهيل 1) الخدمة التجارية يوم 18 ديسمبر 2013م الموافق لليوم الوطني لدولة قطر، ويقدم حالياً خدمات البث عالية الجودة وبث المحتوى التلفزيوني، ويعمل (سهيل سات) على البث بالترددات من النوع (Ku) و(Ka)، وهو بذلك قادر على أن يقدم للمنطقة خدمات الأقمار الصناعية المتقدمة، والتي تشمل خدمات البث والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والنطاق الترددي الواسع، ويمكن لهذا القمر من خلال الترددات المذكورة أن يقدم خدمات متقدمة ومعقدة تتضمن البث والاتصالات اللاسلكية والنطاق الترددي الواسع، وتشمل: «البث التلفزيوني، الخدمات الإخبارية، خدمات الاتصالات للشركات، الشبكات الداخلية في الشركات، خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، خدمات الروابط الوسيطة بين شبكات النظام العالمي للاتصالات المتنقلة (جي إس إم) (GSM Backhauling)، خدمات الخطوط الرئيسية لعناوين بروتوكولات الإنترنت (IP Trunking)، الخدمات الحكومية»، وذلك من خلال منشأة الإطلاق في الدوحة، كما توفر شركة (سهيل سات) شبكة اتصالات عالمية لبث المحتويات السمعية والمرئية، وتوفر كذلك قدرة القمر الصناعي الأنشطة التالية: «الربط الوسيط للمواد من الاستديوهات بغرض التوزيع، النقل عبر القمر الصناعي من محطات البث الخارجية، التغلب على فجوات الاتصال في المناطق البعيدة أو الريفية»، فضلاً عن ذلك توفر شركة (سهيل سات) حلول شاملة عالية الجودة فيما يتعلق باتصال الإنترنت والبيانات، بالإضافة إلى خدمات رفع كفاءة

الثقافة الإعلامية

تتولى وسائل الإعلام رسم المعاني وتغيير المصطلحات في كل مناحي الحياة التقنية والثقافية والاجتماعية والسياسية، لنقل الثقافة البشرية من ثقافة القياس الذهني إلى الثقافة البصرية ومن ثقافة المنطق إلى ثقافة الصورة، من أجل تشكيل ذهن البشري من جديد وتحويله من ذهنية المنطق ونحوية اللغة إلى ثقافة ونحو الصورة، فالاستغناء عن الكلمات أدى إلى عزل اللغة ثم أدى إلى إلغاء السياق الذهني، فالصورة تفعل أكبر مما تفعله الكلمات فلا تحتاج إلى ترجمة فورية، فهي بهذا تفصل ذهن البشري في لحظة عن الاستقبال وتعزل العلاقة المنطقية التقليدية في الارتباط بين الأسباب والنتائج.

الإعلام هو الجهاز العصبي في جسم المجتمع لأنه يعمل على تفجير الطاقات الموجودة وشحنها في إطار تغيير القديم وإحلال الجديد من قيم وعادات وسلوك، وبمعنى أن مهمة وسائل الإعلام لا تبقى مقتصرة على تلقي وبث الأخبار والمعلومات ولا على تفسيرها وتحليلها، بل هناك مهمة غائبة، وهي: إيجاد مناخ فكري مجتمعي يسهم في رقي المجتمع من خلال دفع القراء والمستمعين والمشاهدين إلى التطلع إلى مستوى معيشة الشعوب المتقدمة بإثارة اهتمامهم بقضايا التنمية والبحث عن الحلول، وبالتالي العمل على تحقيق الانسجام بين فئات المجتمع مما يساعد في مهمة الضبط الاجتماعي والفكري والدفاع عن العلاقات السياسية والاقتصادية السائدة في المجتمع، وبالتالي التخلص من ثقافة الاستهلاك والتي تقوم على جعل الإعلام والثقافة سلعتين يمكن استيرادهما مثل أي سلعة، من خلال التركيز على اهتماماتهم بما يلائم تطور المجتمع وتطور متطلباته؛ وذلك بتوافر وسائل الاتصال والإعلام المطلوبة للقيام بإعلام تنموي وتوافر الكوادر المؤهلة لذلك، وإصلاح قانون الإعلام ومراجعة شاملة للقوانين التي تحد من حرية التعبير انسجاماً مع المعايير الدولية بإجراء عملية تشاورية تشارك فيها جميع أطراف المجتمع لتمكين كل امرأة ورجل وطفل وشاب من التعبير عن أنفسهم بحرية، وأن تكون لديهم القدرة على الوصول إلى المعلومات المتعلقة بحياتهم اليومية بتوسيع نطاق الحرية والاستقلالية والمهنية الإعلامية في الوطن العربي؛ لتعزيز مجتمع المعرفة والذي يخدم كل مَنْ يسكنون فيه من نواحي السلام والديموقراطية والتنمية المستدامة.

من هنا انطلقت الرؤية الملكية للإعلام الأردني، حيث كان إصلاح الإعلام جزءاً مهماً من عملية الإصلاح الديموقراطي في الأردن بإيجاد بيئة إعلامية حيوية بناءً على منهجية المعايير الدولية، لتحديد نقاط القوة والضعف وتحديد احتياجات الإصلاح، من أجل بناء مستقبل الانتقال الديموقراطي من خلال سياسة لاحتواء الإعلام، للسير نحو الحريات والإيمان بهذه الحريات إيماناً دقيقاً ومهنيّاً لتعيش الواقع معاشة دقيقة وعلمية برفع القيود عن أدوات الإعلام، والإعلام الإلكتروني بخاصة، والعمل على تصحيح الممارسات المخالفة بما يحفظ حرية الإعلام، وحماية الأمن الاجتماعي والثقافي من التأثيرات السلبية للبث الفضائي العالمي، والمشاركة الشبابية في عملية البناء، من خلال نقل تطلعاتهم والتعبير عن حاجاتهم ومشكلاتهم وتحليلاتهم لتواكب المستجدات التقنية واحتياجات الشباب المتغيرة.

فالإعلام هو البؤرة الثقافية الجديدة والنص الجوهري، حيث أصبح أقوى من أي لغة ومنطق في تحويل الدلالة وإحلال فهم جديد للحدث بالسرعة الخاطفة والتعامل المباشر واللحظي مع المؤثرات البصرية التي تتعاقب فيها الأحداث والصور تعاقباً كثيفاً، فيلغي بعضها بعضاً ويلغي الجديد كل ما سبقه؛ لأن الجديد كثيف وخطير وقوي في سرعته وفجائيته وفي قوة لغته التأثيرية التي تستفز أحاسيس المشاهد البصرية والسمعية وتولد رد فعل انفعالي بفعل الوسيلة لا الرسالة.



إيناس عبد الله النقروز
إعلامية وباحثة أردنية

ما العمل إن هاجر الأطفال شاشة التلفزيون

|| د. نصر الدين لعياضي - الجزائر

خلال المؤتمر الذي نظمه مخبر استخدامات المنتجات الإعلامية وتلقيها بجامعة الجزائر بعنوان: «سؤال العلاقة بين الميديا والثقافة»، وقفت أستاذة سائلة: ما بوسعي فعله، لقد أدار أطفالي ظهرهم للتلفزيون؟ استطردت حديثها عندما لاحظت أن بعض الحضور استغرب سؤالها قائلة: لقد انصرف أبنائي إلى لوحاتهم الإلكترونية وهواتفهم الذكية، وانزوى كل واحد منهم في ركنه، وتركوني مع والدهم أمام شاشة التلفزيون، لقد كنا نلتقي معاً في قاعة المجلس فتعج بالحركة والضجيج، وكان التنافس على أشده على مَنْ يستولي على أداة التحكم عن بُعد في جهاز التلفزيون ليُشاهد ما يريد ويفرضه على بقية أفراد الأسرة، وتطول مدة المنافسة لأن رغبات المشاهدة مختلفة ومتنوعة: فالابن البكر يريد مشاهدة مباراة كرة القدم، ووالده يريد متابعة نشرة الأخبار، والابن الصغير يريد مشاهدة أفلام الكرتون، والبنات ينتظرن مسلسلهن التلفزيوني المفضل، وكنت أترقب دوري لمشاهدة برنامج الطبخ. واليوم اختفى هذا الجو ولم نعد نشعر بوجود الأطفال في البيت، فحتى تناول وجبة العشاء أصبح يتم في صمت تام والعيون زائغة بين الشاشات الموضوعة بجانب الصحن!

ق

قد يكون أحد القراء الكرام، قد عاش، بهذا القدر أو ذاك، هذا الجو التنافسي الذي شكل موضوع بحث كثير من علماء الاجتماع، أمثال: (دافيد مورلي) الذي راح يستجلي أشكال التفاوض بين أفراد الأسرة حول البرامج التي تجمعهم وتلك التي تفرقهم، ويستكشف العلاقات بينهم عبر مَنْ يملك سلطة تغيير القناة التلفزيونية وأشكال استنباط المعنى مما يشاهد، والقليل مَنْ يشعر اليوم بخين إلى هذا الجو أمام شاشة التلفزيون.

لم يكن أحد ينتظر أن يغير السؤال مجرى النقاش في المؤتمر المذكور لينتقل من الحديث عن موقع الثقافة في وسائل الإعلام «التقليدية» إلى مخاطر الميديا الجديدة على الثقافة.

لقد أثار هذا السؤال رغبتني في قياس التحول الذي طرأ على نظرتنا إلى وسائل الإعلام، لقد بخسنا الوسائل السمعية البصرية حقها قبل بضع سنوات، وحكمنا على أن ما تبثه بأنه ثقافة سطحية، بل مبتذلة، وقدسنا الثقافة المكتوبة: ثقافة مجرة «غيتبرغ» مخترع المطبعة، وكنا وربما مازلنا، لم نفهم لماذا نميل إلى تميم قراءة رواية مطبوعة في كتاب ونستصغر مشاهدتها عبر شاشة التلفزيون، وها نحن اليوم نتباكى على تراجع مكانة شاشة التلفزيون في حياتنا اليومية، ونخشى عواقب العزوف عن مشاهدة برامجها على مستقبل الترابط الأسري ونماسكه بتفكك ما كان يشكل المتن الثقافي المشترك الذي يجمع كل أفراد الأسرة.

هل السؤال الذي طرحته السيدة يؤكد أننا لا نعرف قيمة الشيء إلا إذا فقدناه، ربما، لكن الأرجح أنه يشير إلى التغيير الحاصل في طرائق «استهلاك» الثقافة والانتقال من المشاهدة الجماعية للتلفزيون إلى الاستخدام الفردي للميديا الجديدة، وإلى الصعوبات التي أصبحت الأسرة الحديثة تواجهها من أجل التحكم في تعددية الشاشات وما تفرضه من «انعزال» الأطفال وغيباب التبادل اللفظي مع ذويهم. لقد أدرك الآباء اليوم أن التلفزيون وألعاب الفيديو كانت تحظى بثقتهم لأنهم كانوا يملكون القدرة على مراقبتها. أما اليوم فالأمر تغير مع تعدد الشاشات الطافحة بالمحتويات الثقافية والإخبارية والعلمية واللاهوية المختلفة فازداد قلقهم على أبنائهم.

يؤكد علماء النفس أن خطر شاشة التلفزيون على الطفل لا يكمن فيما يشاهده، بل في انفراده بالمشاهدة في غياب شخص راشد يتوسط بينه وبين ما يشاهده، الوسيط الذي يساعده في تأويل ما يعرض على الشاشة وفي امتصاص مشاهد العنف التي تبثها.

هل يمكن أن نساعد الأستاذة الكريمة بالإجابة عن سؤالها: ما العمل؟

قد يعتقد البعض أن الحل بسيط، ويكمن في حرمان الأطفال من الوسائط التي تمكنهم من تحقيق استقلالهم «الثقافي والإعلامي» بعيداً عن سلطة الآباء، وهذا ما قام به بعض الآباء، إلا أننا نعتقد أن أضرار هذا الحرمان أكثر من منافعه لأنه ببساطة يجرد الأطفال من وسائل اندماجهم وتكيفهم مع العالم المعاصر، ويجعلهم يعيشون غرباء عن أترابهم وبيئتهم، هذا إضافة إلى أن الميديا الجديدة والمنصات الرقمية أصبحت حاملاً للمعرفة وأداة تعليمية معتمدة في العديد من المؤسسات التعليمية التي استغنت عن الكتاب والورقة والقلم.

(دافيد مورلي)

يستجلي أشكال

التفاوض بين

أفراد الأسرة

حول البرامج التي

تجمعهم وتلك

التي تفرقهم،

ويستكشف

العلاقات بينهم

عبر مَنْ يملك

سلطة تغيير

القناة التلفزيونية

وأشكال استنباط

المعنى مما

يشاهده.

”

التغيرات الثقافية

أدت إلى الانتقال

من المشاهدة

الجماعية للتلفزيون

إلى الاستخدام

الفردى للميديا

الجديدة

“

لا يخفى على عاقل أن الفنون التلفزيونية أصبحت تبث كثير من برامجها وموادها في مواقعها على شبكة الإنترنت أو في بعض مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل: (يوتيوب) و(دلي موشن)، ومن الأفضل أن نشارك أطفالنا ما يفضلون مشاهدته من هذه المواد عبر المواقع المذكورة

ليكون مادة لتجديد الحوار والنقاش معهم تعزز اللحمة الثقافية التي تشكل القاسم المشترك بين أفراد الأسرة.

أذكر أن الصحافي الفرنسي «فرانسيس بزاني» المهتم بالتكنولوجيا الحديثة، الذي فتحت له صحيفة «لوموند» الفرنسية منبرها لنشر مدونته الإلكترونية، قد حاول أن يجيب عن تساؤلات الآباء وحيرتهم من البروز الاستعراضي للميديا الجديدة في حياتنا اليومية وفي ممارسات أطفالنا الثقافية في شكل وصايا، وأعتقد أن كثيراً منها مازال صالحاً.

أول وصية أوصى بها أولياء الأطفال هو الجلوس مع الأطفال، وتدريبهم على استخدام شبكة الإنترنت ومختلف المنصات الرقمية، ويعتقد أن هذا التدريب لا يقل أهمية عن تعليمهم أبجديات القراءة والكتابة التي كانوا يقومون بها منذ أريد من قرن ونصف، بالطبع إن تجسيد هذه الوصية يتطلب منهم بذل الجهد للتحكم التقني في الوسيلة التكنولوجية الحديثة. ويجب تطوير قدرات الأطفال النقدية، ورفع منسوب الشك والحذر مما يطلعون عليه، فليس كل ما ينشر على مواقع شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية، وكل ما يتم تداوله في مواقع الشبكات الاجتماعية صادقاً وصحيحاً ونزيهاً.

إن الويب أرضية رائعة للإبداع والابتكار، وعلى أولياء الأمور تشجيع الأطفال على التعبير على قدراتهم وتفجير مواهبهم على شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية، وإخراجهم من حالة المستهلكين السلبيين إلى المنتجين المبتكرين.

إن تنبيه الأطفال إلى الخدع والحيل المستعملة في مواقع شبكة النت والمنصات الرقمية لأغراض تجارية أو أخرى تضاهي تعليمهم كيفية المرور في الطريق المكتظ بحركة السيارات على حد قول «فرانسيس بزاني».

وأخيراً يمكن أن نضيف إلى هذه الوصايا محاولة التقرب أكثر من الأبناء من خلال الاشتراك معهم في المجموعات التي ينشئونها في مواقع التواصل الاجتماعي ليس بغرض التجسس على اتصالاتهم ومعارفهم، لأن أفضل طريقة لحمايتهم من أضرار استخدام هذه المواقع هو تزويدهم بمقومات حماية أنفسهم وليس التجسس عليهم، وأن أهمية هذا التقرب تكمن في اقتسام المعلومات والمواد الثقافية وتبادل الأجود من السرديات التي تُسهم في صقل شخصية الطفل وتمكينه من خوض تجاربه.



بمشاركة أكثر من (900) شركة وعلامة تجارية معرض (كابسات) تظاهرة إعلامية دولية تحتضنها دبي



|| إذاعة وتلفزيون الخليج - دبي

احتضنت مدينة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة فعاليات الدورة الثالثة والعشرين لمعرض كابسات الدولي للإعلام الرقمي واتصالات الأقمار الصناعية، وذلك خلال الفترة من 21 - 23 مارس 2017م في مركز دبي التجاري العالمي وبمشاركة أكثر من (900) شركة وعلامة تجارية، ويُعدّ معرض كابسات المنصة الأبرز في مجال البث والإعلام الرقمي والاتصالات في المنطقة، وهو من الفعاليات المهمة لخبراء القطاع والمهنيين والهواة الطامحين إلى الالتقاء والتواصل مع شركات البث، ودور الإنتاج والاستديوهات، وشركات الأنيميشن، ومنتجي المحتوى الإبداعي، وشركات تطوير البرمجيات، وقنوات التوزيع في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا وجنوب آسيا.

(آي. إيه. بي. إم)، والمنتدى العالمي للأقمار الصناعية (جي. في. إف)، وضم المعرض أكثر من (13,000) خبير إقليمي ودولي ومشارك، بهدف مشاركة الأفكار والآراء فيما يتعلق بأخر التوجهات والأساليب الحديث المستخدمة في مجال البث والاتصالات.

والوسائط الخارجية وتقنيات الهواتف النقالة، ويُعدّ المعرض الفعالية الوحيدة في منطقة الشرق الأوسط المدعومة من قبل رابطات الصناعة الدولية، ومنها اتحاد بث الدول العربية (إيه. إس. بي. يو)، واتحاد البث في دول آسيا والمحيط الهادي (إيه. بي. يو)، والرابطة الدولية لمصنعي البث

ويُعدّ كابسات هو الحدث الرائد والأهم من نوعه في منطقة الشرق الأوسط، لعرض أحدث التطورات في مجال صناعة الإعلام الإلكتروني والاتصالات، والتي تشمل تقنيات الأقمار الصناعية، والاتصالات والبث والتطبيقات المتعلقة بالاستحواذ والإنتاج وأنظمة الإدارة والصوتيات المتخصصة والراديو



منصة بثّ تلفزيوني جديدة للاتصالات المتكاملة

عرضت المؤسسات والشركات العالمية والإقليمية المشاركة في المعرض مشاريعها وخططها، وعقدت اتفاقاتها المختلفة، فعلى سبيل المثال أعلنت شركة «دو» لخدمات الاتصال الرائدة في دولة الإمارات إطلاق منصة بثّ تلفزيوني جديدة في الموقع المداري (7) غرب بتقنية «إتش دي»، وتسعى شركة «دو» من خلال إطلاق المنصة الجديدة إلى تعزيز طاقة البثّ الحالية في الموقع المداري (7) غرب مع جهاز إرسال واستقبال جديد وفق معيار بثّ الفيديو الرقمي فضائياً من الجيل الثاني (DVB-S2)، ما يتيح لها توفير خدمات محتوى عالية الجودة والدقة بشكل غير محدود، ولكونها صُممت خصيصاً لقنوات «إتش دي»، تعد المنصة مثالية لتلبية متطلبات أسواق البثّ ذات معدلات النمو العالية مع القنوات الإقليمية والدولية الرئيسية، حيث تقدم حلولاً شاملة لتوفير المحتوى بغض النظر عن الجهاز أو المنصة أو التقنية التي يستخدمها العملاء.

(يوتلسات) توسع نطاق التغطية

أعلنت شركة «يوتلسات» للاتصالات بأنها وسّعت نطاق تغطية دليل برامجها النقال: التطبيق (Sat.tv)، ليشمل القنوات الفضائية المجانية التي تبثّ من الموقع المداري المفضّل لدى المشاهدين (7/8) درجة غرباً الذي يستضيف أقمار «يوتلسات» و«نابل سات»، وسوف يوفر التطبيق الجديد حرية اختيار المشاهدين للمحتوى بسرعة وسهولة، ويتيح، أيضاً، تطبيق (Sat.tv) للمشاهدين تصفح جداول مفصلة لبرامج حوالي (400) قناة فضائية مجانية في المنطقة، بالإضافة إلى أنه يوفر خيارات للبحث وفق الوقت أو القناة أو نوع المحتوى، ويمتاز بواجهة سهلة الاستخدام بخمس لغات ومنها العربية والإنجليزية، مقدّماً تفاصيل البرامج التلفزيونية التي تبثّ بأكثر من (40) لغة، كما يتيح التطبيق لمحطات البثّ إدخال جداول البرامج التي يعرضونها أو تعديلها مباشرة لتظهر أمام مستخدم التطبيق في الوقت اللحظي.

شراكة إستراتيجية لـ(الياه سات)

أما شركة «الياه للاتصالات الفضائية» (الياه سات)، المشغل الإماراتي للأقمار الصناعية، والتابعة لشركة المبادلة للتنمية (مبادلة)، فقد أعلنت خلال المعرض عن عقد شراكة إستراتيجية مع شركة «إكس سات» شركة حلول الاتصالات ومقرها دولة الإمارات العربية المتحدة، وتلتزم شركة «إكس سات» بموجب هذه الاتفاقية بحجز ساعات فضائية على القمر الصناعي (الياه 3)، الذي سوف تطلقه «الياه سات» خلال العام الجاري، وبالتزامن مع سعي «الياه سات» إلى توسيع مناطق تغطيتها ضمن القارة الإفريقية، فإن الشركة تُجري مباحثات مع مزودي الخدمة المحليين للتأكيد على جاهزية خدمة «ياه كليك» وتعزيز مستوى خدمة العملاء، وسيتمّ إطلاق القمر

الصناعي القادم من توسيع انتشار خدمة «ياه كليك» ذات التكلفة الاقتصادية المنافسة عبر (19) سوقاً جديدة في القارة الإفريقية، حيث يمكن الحصول على خدمة «ياه كليك» بسهولة في مناطق التغطية من خلال جهاز مودم وطبق استقبال صغير، وتتمتع «ياه كليك» بالمرتبة الأولى في مجال خدمات الإنترنت الفضائي في إفريقيا، فهي تُزود المشتركين باتصال سريع ومن دون انقطاع بشبكة الإنترنت في مناطق التغطية، إضافة إلى توفير الخدمات الفنية والتشغيلية وخدمة العملاء ضمن تلك البلدان.

حلول تكنولوجياية للمنازل الذكية

طرحَت شركات دولية أنظمة وحلولاً خدمية لتحويل المنازل للأنظمة الذكية والرقمية، عبر منصاتها المشاركة، فقد تمّ عرض منتجات لحوائط أو جدران زجاجية ذكية، يمكن التحكم فيها عن بُعد، وتحويلها إلى شاشات عرض، كما طرحت إحدى الشركات ما وصفه بـ(البوابة الافتراضية الذكية) التي تتيح ترابط جميع أجهزة المنزل، من خلال الإنترنت وأجهزة الاستشعار، وهي تشمل وضع أجهزة استشعار للتحكم بالإضاءة وأجهزة التكييف، والأبواب والنوافذ، إضافة إلى جهاز استشعار لضربات القلب والإنذار للمرضى، كما تتيح تلقي إشعارات حول تسرب المياه والغاز، أو مشكلات الكهرباء عبر الهواتف الذكية عن بُعد، حتى ولو خارج الدولة، إضافة إلى متابعة ومراقبة المنزل بأعداد مختلفة من الكاميرات، فضلاً عن إمكانية دمجها بجهاز استقبال للأقمار الصناعية للربط مع الشاشات التلفزيونية.

|| عبد العزيز العضاضي - الرياض

بعد صدور القرارات التنظيمية الصارمة للحد من التعصب الرياضي، والتي تهدف لوضع أنظمة جديدة للحد من ظاهرة التعصب الرياضي وترويقه في وسائل الإعلام، وذلك بتعاون عدة جهات حكومية في المملكة العربية السعودية، مثل: وزارة الداخلية، ووزارة الثقافة والإعلام، والهيئة العامة للرياضة وهيئة الإعلام المرئي والمسموع في تطبيق القرارات الجديدة.

أكاديميون ومختصون لـ «إذاعة وتلفزيون الخليج» التعصب في الإعلام الرياضي ظاهرة والحل في القانون

للتعصب واتخاذ إجراءات عاجلة تجاهها من قبل الجهات المختصة، نقدم لكم تفاصيل القرار وورشة عمل مصغرة حول التفاصيل الدقيقة، والتي تسبق محاربة هذه الآفة والحد منها، بخاصة ونحن على مقربة من اتخاذ الجهات المختصة إجراءات كفيلة بمنع وسائل الإعلام من نشر ما يؤدي

بمختلف اهتماماتهم واختصاصاتهم حول القضية، كان لنا هذا التحقيق. بعد موافقة مجلس الوزراء على التنظيمات المرفوعة للحد من التعصب الرياضي، والتي تشمل القرارات متابعة ورصد كل ما يؤدي إلى التعصب الرياضي في وسائل الإعلام المختلفة، وحصر الأسماء المثيرة

في محاولة من «إذاعة وتلفزيون الخليج» لاستطلاع آراء أصحاب الشأن والمهتمين بالمجال الرياضي، وأيضاً الأكاديميين لمناقشة ظاهرة التعصب الرياضي، وتسليط الضوء على التنظيم الأخير الصادر بهذا الشأن من جهات نظر مختلفة تمثل آراء الضيوف



إلى التعصب الرياضي ورصد التجاوزات والإساءات في وسائل الإعلام المختلفة، وحول هذه القضية تم أخذ آراء العديد من المختصين والمهتمين والأكاديميين في كيفية الحد من هذه الظاهرة والطرق العلمية السليمة في كيفية إيجاد الحلول الممكنة لذلك.

يرى الدكتور حافظ المدلج أستاذ الإدارة والتسويق والخبير الرياضي، والذي تدرج في مناصب رياضية محلية ودولية عديدة، بأن التعصب كان متواجداً منذ زمن قديم في الصحف الورقية فقط، ومع تطور وسائل الإعلام وكثرة الساعات الفضائية ازداد التعصب لسببين، الأول: لأن الأصوات كثرت، والثاني: لأن الوعي بالمسؤولية تفاوت كثيراً، وهناك من لا يعي أمانة الكلمة والإعلام وأمانة الطرح، وأن ما يقوله يصل للصغار والكبار وتتناقله وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت هي المنصة الحقيقية، وهي المحطة السامية، وما يقال في الفضاء كثير لا يروونه، ولكن يوضع له عنوان ويوضع في تغريدات ومقاطع يوتيوب قصيرة وغيرها وتسير به الركبان، فأصبحت دائرة التعصب أوسع ووصله لمختلف الفئات والعقليات. مشيراً إلى أن المشكلة الكبرى إذا كان في هذا التعصب إساءة، أو تجريح، أو قذف، أو سب أو شتم، فهنا يفترض أن يتوقف، فهذا خط أحمر، وأنا مع حرية الإعلام ولكن يجب أن تقف عند حرية الآخرين، فالاعتداء

عليهم والطعن في شرفهم وأمانتهم واتهامهم بالخيانة والتشكيك في ذمهم، فهنا يجب التوقف عند هذا الحد. أما فيما يتعلق بالتنظيم الأخير الذي يهدف للحد من ظاهرة التعصب الرياضي، لابد من أن يوصف بشكل دقيق حتى يعرف الناس ما الخطوط الحمراء التي لا يجب تجاوزها، ويفترض ألا نترك المسألة على أنها مسألة تقاضي أو انتقاء، لأنه في الفترة القادمة لا نستبعد أن يأتي شخصان يقولا نفس الكلام في محطتين مختلفتين، أو وسيلتين مختلفتين من وسائل التواصل الاجتماعي، أحدهما يتم اتخاذ الإجراءات القانونية نحوه ويتم وإيقافه، والآخر يتم السكوت عنه، وأيضاً هناك من لا يعرف ما الجرائم التعصبية، إذا أردنا تسميتها بهذا الاسم، فلا يعرف ماذا يقول؟ فيتوقع أحدهما بحسن نية أن هذه الكلمة التي يقولها لا خلاف حولها، ويفاجأ أن هذه الكلمة ضمن المحظورات، فأنا أرى أن القائمين على هذا المشروع الكبير الذي سيطهر الإعلام الرياضي والوسط الرياضي من التعصب فأتمنى أن يكون في توصيف دقيق لمعنى التعصب ومعنى التجاوزات، ومنهم الذين سيقعون تحت طائلة التعصب ومن يستحقون العقوبة إذا تم تطبيق ذلك، وأرجو أن يصل الأمر أيضاً، للمدركات حتى روابط المشجعين الذين هم يتبعون للأندية وقد تصدر منهم تجاوزات تنعكس على أنديةهم فيفترض أن تتوقف، مضيفاً أن طريقة الحد من هذه الآفة لابد من



حافظ المدلج

المدلج: التعصب تطور واللوائح هي الحل

أن يكون عن طريق التوعية، فهي الأساس، ويجب أن تكون بإقامة العديد من المؤتمرات وورش العمل والاجتماعات، لتوصيف هذا النظام الجديد ووضع النقاط على الحروف لإبصار رسالة وصياغتها في كتيب، فمثلاً لدينا لائحة الاحتراف والمسابقات والحكام في الرياضة، يفترض أن تكون هناك لائحة وكتيب للأخلاق الرياضية أو الوعي الرياضي أو التشجيع بوعي بأي مسمى تكون أو ميثاق الشرف الإعلامي، وهي تشترك بها الجهات المعنية وتختار نخبة من الإعلاميين تؤخذ رؤيتهم ولا يمنع تطويرها سنوياً كبقية اللوائح، وتوزع على جميع الأندية والإعلاميين والرياضيين وتشر، ويتم التحدث بالمرئيات حولها وموادها وأنظمتها ويتم تطبيقها لفترة، ومن ثم تحديثها في حال تطلب الأمر ذلك، فمثلاً في مخالفات المرور يعرف المتجاوز للأنظمة ما العقوبة المستحقة لارتكابه أحد هذه التجاوزات، فعلياً أن نعرف مستقبلاً حجم المخالفة في التعصب، ومعرفة ما العقوبة؟ بناءً على اللائحة الخاصة بها.

من جانبه قال البروفيسور سليمان العقيلي أستاذ علم الاجتماع: إن التعصب في ذاته ينقسم إلى قسمين، تعصب إيجابي وتعصب سلبي، والإيجابي هو جيد في ذاته، والسلبي هو الذي يؤدي إلى مشكلات وتفتت للبنية الاجتماعية والأسرية في المجتمع، وهذا أمر مرفوض، لاسيما في مجتمعنا السعودي الذي يتميز بتوافر العناصر الثقافية والدينية والاجتماعية، وهي قوية جداً، وغيره من القضايا الأخرى التي تسعى لخلخلة هذا البناء، وهذا أمر مرفوض، ويُعدّ التعصب، أيضاً، من الأمور التي تؤدي إلى نشوب العديد من المشكلات ليس في الرياضة فقط، بل وللرياضي بالذات، ونجد كثير من المشكلات التي حدثت على مستوى الأسرة الواحدة والقبيلة والإخوة والزعماء في العمل، وأحياناً حتى التقييمات للناس بناءً على التعصب الرياضي، فهذا أمر لا يجوز عقلاً ولا شرعاً ولا حتى معاشاً، فنحن نحب الكرة والرياضة ونحب أهاليها ومجتمعنا، ولكن لا يصل لمرحلة تفتت اللّحمة الوطنية، وهذا الكلام عندما نقول اللّحمة الوطنية البعض يدesh أين وصلنا؟ تروها رياضة صحيح أنها رياضة، ولكن معظم النار من مستصغر الشرر، فالنار عندما تشب فهي من الشرر الصغير، فالتعصب الرياضي نراه في علم الاجتماع من منظار الوعي أنها قد تهدد اللّحمة الوطنية في داخل الأسرة وفي داخل اللّحمة عموماً والعائلة والمدينة



سليمان العقيلي

العقيلي: التعصب تفتت للمجتمع

والوطن ككل، إضافة إلى أن هذا التعصب يدخل في مناحي كثيرة جداً، منها: الإعلام والنكتة وأمور كثيرة، وما دام دائرتنا التعصب الرياضي فأرى أن ما يركز عليه الإعلام الرياضي بخاصة، تحيز واضح للأندية ونحن لا نقول لا تحبوا أنديةكم أو لاعبيكم أو الفوز، بالعكس هذا أمر ضروري لكن يعني أنه لا يجب التعصب الذي يؤدي إلى إهدار قيمة الشيء الجميل في المجتمع.

وعن رأي العقيلي كمتخصص في علم الاجتماع للحد من هذه الظاهرة، يقول: إن الخطوة الأولى، هي سن القوانين في هذا المجال، فخلال حقبة زمنية طويلة لم يكن هناك قوانين تدين التعصب. أما القضية الثانية والمهمة جداً، فهي ضرورة توافر توعية حقيقية للعاملين في المجال الرياضي، سواء كانوا لاعبين، أو إداريين، أو محللين، أو مشجعين أو إعلاميين، وكل ما يتعلق بالرياضة، فينعكس هذا الانضباط في التوعية، بالإضافة إلى القانون، وعلى كل هؤلاء أن يقوموا بدورهم الإيجابي نحو هذه الظاهرة، وبالتالي ينعكس على الجمهور، لتوعية الناس بأن هذه المسألة متعة في حياتنا، ورياضة من دون تشنجات أو تعصب، وفي الأخير دور الأندية الرياضية في دعم برامج التوعية، فيجب على الأندية الرياضية تنظيم العديد من برامج التوعية المختلفة، بهدف القضاء على التعصب، وتشمل برامج التوعية كافة المجالات، كالمجال الفكري والثقافي والديني والاجتماعي والمجالات العقلانية، وإعادة برمجة المشجع على أنها متعة واستمتاع واستأنس، لكن لا يصل إلى درجة التعصب وتحطيم الآخرين، فحتى التحطيم ينعكس على الشخص ذاته فهذه المسائل عمودها الفكري التوعية الحقيقية من الأندية ومن هيئة الرياضة ومن الإعلام الرياضي وينعكس ذلك على الجمهور.

أما الإعلامي الرياضي وعضو مبادرة (فرقنا ما تفرقنا) خلف ملفي، والتي تهدف مبادرته إلى مناقشة التعصب الرياضي وسبل الوقاية منه، بأن مشروع التنظيمات الأخيرة بشأن الحد من التعصب الرياضي بقيادة وزارة الداخلية، والتعليم، وهيئة الرياضة، وهيئة الإعلام المرئي والمسموع وجهات أخرى من ضمنها مركز الحوار الوطني، بأنه إذا ما طبقت هذه الأنظمة الجديدة بحزم وصرامة، فبالتأكيد ستحد من الصراع اللفظي المسيء جداً في الإعلام الرياضي، من خلال ما يطرح في البرامج الفضائية، ومن خلال، أيضاً، ما يتداول في «تويتر» من تغريدات مسيئة ومنفرة تثير النعرات العرقية والعصبية والميول، والتي تطفئ على كل شيء في مثير من الجوانب الذي يتداولها للأسف بعض الزملاء الإعلاميين، وللأسف أن بعضهم كبار في السن ولهم باع طويل في مجال الرياضة، فأتمنى أن تُفعل سريعاً وتعلن الإجراءات والأنظمة وتطبق بحزم وبقوة.

وعن مبادرة (فرقنا ما تفرقنا) قال: مركز الحوار الوطني بشكل عام يقدم خدمات جلية للوطن، من خلال المحاضرات والندوات التي تضم كثير من الخبراء والمهتمين والمتخصصين في داخل الوطن وخارجه، وبخصوص المبادرات المقدمة من (فرقنا ما تفرقنا)، فهي منبثقة من مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، وتقوم بأنشطة بمختلف المناطق كان آخرها في منطقة جازان قبل شهرين وعقدت العديد من الندوات، وكان من ضمنها بعض الندوات الخاصة عن التعصب الرياضي وأهمية الرياضة في المجتمع

والصحة، وقد حظيت تلك الندوات بإقبال شديد، فكثير من الندوات التي حضرت فيها وشاركت بها، وأعتقد أن الندوة الأخيرة في جازان، هي الأكثر حضوراً والأكثر تفاعلاً، وهذا يؤكد مدى الإقبال من طلاب ومعلمي ومربي المنطقة، وفي نفس الوقت أهمية دور المركز في تحقيق الهدف الأسمى من هذه المبادرة، وهناك أنشطة أخرى في مختلف المناطق وهي قائمة على قدم وساق وستأخذ مجراها بوجود سفراء المبادرة، وأتمنى أن مثل هذا الكلام عندما يُطرح مني أو من أي زملاء آخرين أنه يترك صدى في المجتمع ولدى المسؤولين والمهتمين والمتلقين، وفي مقدمتهم الإعلاميين ونحن شركاء ومصالحتنا واحدة والوطن فوق كل اعتبار.

وفي السياق ذاته قال الأكاديمي والمختص في الإدارة الرياضية مؤنس شجاع والمؤلف لكتاب «دعني أشجع فريقك بروح رياضية»، والذي يهدف إلى نبذ التعصب، لقد تابع الجميع ما صدر مؤخراً من قرارات رسمية، والتي تعمل لأجل التحكم والسيطرة على ظاهرة التعصب الرياضي، والذي زادت حدته مؤخراً على الساحة الرياضية والاجتماعية كذلك، ويمكننا القول: إنه لا يوجد تعريف واحد متفق عليه للتعصب الرياضي، فهناك مَنْ يعرفه بأنه: «الإفراط والمبالغة في حب فريق معين بصورة تغلب بها العاطفة على العقل»، بينما يعرفه موقع ويكيبيديا، هو: «كل حالة تطرف في الآراء لصالح نادي رياضي ضد ناد (آخر) من نفس الدولة أو المنطقة»، وعادة ما يكون مصحوباً بالإساءة والاستهزاء والسخرية والاتهامات والتجريح غير المبرر، مما يقضي على جمال اللعبة الرياضية والتنافس الشريف، ومما أدى إلى نقشي تلك الظاهرة وجود العديد من البرامج الرياضية المرئية، وكذلك بعض من الكتاب الذين يسهمون بقصد أو من دون قصد في نشر وإذكاء نار التعصب الرياضي وفي وسائل التواصل الاجتماعي بخاصة، نظراً لضعف الرقابة عليها، ولكن في الجانب الآخر هناك بعض الوسائل الإعلامية التي تؤدي دوراً مهماً وفاعلاً في إذكاء نار التعصب الرياضي أو كما يعتبره البعض الاعتداء اللفظي على الآخرين، عبر الطرح غير المسؤول من فئة تعتبر دخيلة على المجال الرياضي، من خلال استخدام وسائل لا تخضع للمهنية والرقابة، ولعل وسائل التواصل الاجتماعي خير مثال على ذلك، نظراً لانعدام الرقابة عليها وصعوبة السيطرة على ما ينشر من خلالها، بل وسهولة التضليل وإخفاء الهوية عبر



خلف ملفي

ملفي: الإعلام بيئة جاذبة للتعصب



مؤنس شجاع

شجاع: الحكام واللاعبون والإداريون تسببوا بتفشي التعصب

التعصب، فعند أي قضية يحاول هؤلاء إن يحولوا القضية إلى مصلحة شخصية وليس كما يتناسب مع القانون، وقد يتم مهاجمة القانون من قبلهم، وبالتأكيد بأن الضبابية وعدم الشفافية وعدم احترام القانون كلها تؤدي إلى التعصب، مضيقاً أن المفاهيم التي نمتلكها لابد من تغييرها نحو احترام الآخرين، واحترام قانون اللعبة ومن يعملون بها، وكل ذلك يؤدي إلى خفض التعصب الرياضي فسيتمتع التعصب إلى الاحترام والالتزام، لافتاً الانتباه إلى أننا لن نقضي على التعصب طالما أن هناك من يعتقد أن هناك تعصباً محموداً وغير محمود، فالتفريق بينهما يؤدي إلى الخلط، وقد يكون المحمود غير محمود والعكس صحيح، فلا للتعصب بكل أنواعه ونعم للانتماء.

أما عميد كلية التربية بجامعة جدة البروفيسور علي الجفري، فيرى أن ظاهرة التعصب ظاهرة عالمية في الرياضة، وهي من مظاهر العولمة في المجال الرياضي، ومن الصعب الاعتقاد بأننا نستطيع القضاء عليها بمجرد تشكيل لجنة أو فريق عمل لفترة محددة، ولكن نستطيع توجيهها إلى أن تكون بطريقة حضارية، بمعنى أن تشجع فريقك إلى أقصى مدى يسمح به التشجيع المثالي من دون الإساءة إلى من حولك ممن يخالفك في الميول ولا يهتم كم جهة أو مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني تشترك في حل المشكلة أو الظاهرة ولكن مخرجات هذه الجهات أو المؤسسات هي التي قد تحدث الفارق، مؤكداً على دور وزارة التعليم المهم تجاه هذه الظاهرة، لأن الشريحة الأكبر من المشجعين في اعتقادي هم تحت مظلة هذه الوزارة، ولذلك لو كان هناك برنامج عملي للتعامل مع هذه الظاهرة بالتأكيد سوف يكون من خلال الوزارة، وفي المجتمعات المتقدمة كل الظواهر والمشكلات في المجال الرياضي، سواء كانت فنية، أو إدارية، أو نفسية أو اجتماعية يتم التعامل معها من خلال العلم والدراسة، ولذلك فمن وجهة نظري التعاطي مع هذه المشكلة يجب أن يكون من خلال الدراسة النفسية الميدانية لشرائح مجتمع المتابعين للرياضة أو مشجعي الرياضة إلى جانب الإعلام بمختلف وسائله، ومتى ما استطعنا التعامل مع الرياضة على أنها علم سوف تختفي العديد من الظواهر التي تشوه صورتها الحقيقية، وبالتالي سوف ينعكس ذلك على الأداء الفني والإداري والمالي.



صلاح السقا

السقا: تنظيمات التعصب الجديدة تشوبها الضبابية



علي الجفري

الجفري: تحويل التعصب لحضارة أولى خطوات الحلول

استخدام أسماء وصور وهمية لبعض من يكتبون بها، وهو مما يصنف تحت الجرائم المعلوماتية.

وأكد شجاع بأن الارتباط الوثيق بين التعصب الإعلامي والرياضة ينبع من أسباب مشتركة، فقد أشارت الدراسات العلمية إلى وجود عدة عوامل رئيسية تقف خلف إشعال ذلك الفتيل، ولعل من أهم الأسباب التي توصلت إليها أن الحكام يتربعون على مقدمة تلك العوامل، فكمرة الأخطاء من الحكام أثناء المباريات، والأداء السيئ لبعضهم يكون حجر الأساس في انتفاخ كرة الثلج، والعنصر الثاني هم اللاعبين أنفسهم الذين يبدوون في لوم الحكم وظلمه لهم والتشكيك به، وإطلاق الألفاظ النابية ما إلى ذلك، ولعل العنصر الأخير والرئيس، أيضاً، هي إدارة النادي الرياضي، وتشمل كل من ينتمي للنادي من إداريين أو أعضاء مجلس إدارة أو أعضاء الشرف، ولعل ما تم من قرارات ضد التعصب الرياضي من قبل الجهات الرسمية يعتبر ضرورة ملحة في ظل تنامي التعصب الرياضي، وضرره مستقبلاً وخطورته على مستوى الروح الرياضية التي تعتبر حجر الزاوية في الرياضة ككل، وبهذه القرارات والأنظمة الجديدة سنحافظ على الصورة الجميلة والمميزة لكرة القدم وبيئة ملاعبنا الرياضية وأن نعكس الصورة المشرقة لأخلاق الرياضي المسلم.

ومن وجهة نظر علماء النفس، قال الدكتور صلاح السقا عضو مجلس إدارة اتحاد كرة القدم السابق والرياضي الخبير، إن التنظيم الأخير في الحد من التعصب الرياضي في الإعلام الرياضي لم يتضح بشكل كبير ونرجو أن يكون التنظيم ذا إجراءات جيدة وتعود بالنفع على القضاء على ظاهرة التعصب، ومن وجهة نظري ما يزال تطبيق التنظيمات الأخيرة يشوبها الكثير من الضبابية لعدم الوضوح والشفافية، فجزء من العملية أنه عندما تريد منع سلوك معين عليك في البداية معرفة ما السلوك؟ وهل مرغوب أم غير مرغوب؟ على أساس ذلك يقوم الجميع بالحذر ومعرفة ما له وما عليه، فمثلاً: نذهب إلى شخص ونقول له إنه ارتكب سلوك يؤدي إلى التعصب، وهو لم يرتكب هذا السلوك، فالمشكلة تكمن في الضبابية وعدم الوضوح بأن ذلك سيكون حسب الهوى، فنحن نحتاج إلى بعض التعريفات والإجراءات من أجل أن نعرف هل التنظيمات قابلة للتطبيق أم غير قابلة للتطبيق فيما يخص الإعلام الرياضي.

وعن كونه مختصاً في علم النفس، وبسؤاله عن الطرق المثلى للحد من انتشار هذه الآفة من وجهة نظره، قال: المشكلة الكبيرة إننا لا نعرف ما التعصب؟ لكي نحد منه، فعلى سبيل المثال: إذا جئنا للحديث عن أخلاق الرياضة، هل يمكن وصفها بأنها توجب؟ فأنا لو استخدمت الأخلاق الرياضية، هل ستوجب عند استخدامي لها؟ وأن لم أستخدمها، فقد تكون المشكلة تكمن في استخدام الأخلاق الرياضية، ومن الممكن أنها تؤدي إلى التآجيح، فنفس الشيء عندما نتحدث عن التعصب، فهل لو شجعت فريقتي بحماس أصبحت متعصباً؟ وما العبارات التي يمكن أن أنطق بها ويمكن وصفها بالمتعصب؟ فكل هذه الأشياء لابد من أن تكون متواجدة لنستطيع الحكم على هذه الإجراءات، مضيقاً إن الإداريين وتصريحاتهم واللاعبين وتصرفاتهم وعدم احترام هؤلاء للقانون بشكل عام قد يؤدي إلى

زمن جديد .. إعلام جديد



عبد الستار ناجي
جريدة النهار الكويتية

أكثر ما يقلق صناع الإعلام في العالم، هو التفكير بتقديم مفردات ومضامين إعلامية تليق بكل مرحلة من مراحل الإعلام بكافة قطاعاته واتجاهاته، ولعل المرحلة الراهنة من تاريخ الإعلام في دول مجلس التعاون الخليجي تحتم علينا النظر بموضوعية أكثر إلى أهمية تقديم صيغ إبداعية متجددة تأخذ بعين الاعتبار القفزات الكبرى التي راح الإعلام في أنحاء العالم يحققها لحظة تلو الأخرى.

حتى وقت قريب كانت مفردات التواصل بعيدة المنال، ومسارات التطور ذات إيقاع بطيء، ولكنها اليوم حولت العالم إلى بيت واحد، فحينما يتحدث المذيع في أي محطة رسمية أو خاصة في أقصى بقاع الأرض يستمعون إليه ويتواصلون معه، بل يتفاعلون مع مضامينه، وهنا تبدو الحاجة ملحة إلى صيغ أكثر تطوراً على صعيد التدريب، وأيضاً المنتديات والملتقيات والندوات الفكرية، وغيرها من مفردات التواصل مع كل ما هو جديد ومتطور في مسيرة الإعلام.

قبل عشرة أعوام، وعلى هامش سوق التلفزيون الدولية في كان (MIP TV)، وضمن إحدى الندوات والأنشطة التي يزدحم بها ذلك الملتقى الإعلامي الأهم في العالم، قالت مذيعة قناة «سي. إن. إن» هالة غوراني: «سيأتى يوماً قريباً يصبح لكل إنسان تلفزيونه الخاص وقنواته الخاصة التي يعمل على تشكيلها»، ولم يمض على تلك الكلمات سنوات قليلة، حتى بات لكل إنسان تلفزيونه وقنواته الخاصة، وذلك من خلال جهاز هاتفه الخاص، ومن خلال ذلك الجهاز بات يختار أن يشاهد ما يريد، وأن يحجب ما لا يريد ضمن اختيارات شخصية بحته.

ومن أجل مواجهة هذا الأمر، لابد من تطوير الكفاءات الإعلامية كي تكون قادرة على استيعاب المتغيرات، وتقديم كل ما هو جديد وحديث، وما يمتلك القدرة على جذب المشاهد والمستمع على حد سواء، وهنا تبدو المعادلة صعبة بعض الشيء بالنسبة للذين ينظرون إلى التجربة من خلال فعل وظيفي بحث، ولكنها سهلة المنال عند مَنْ لديه الخبرة والقدرة على الإبداع، من خلال المعايضة المستمرة للمهنة التي يحبها.

واليوم أضحت تواجه نسبة كبيرة من قنواتنا الخليجية الإذاعية والتلفزيونية على حد سواء تحدياً حقيقياً، هو: «التطور»، والعمل على تقديم محتوى إعلامي قادر على مواكبة المستجدات الإعلامية الحديثة والمتغيرات التي يشهدها الواقع الإعلامي الراهن، ويعمل على إيجاد حالة من التناغم مع المرحلة الحالية وأجيالها.

من هنا نهمس، حتى لا يأتي يوماً نفقد فيه المستمع والمشاهد، علينا أن نتطور دائماً، من أجل إحداث نقلة نوعية تواكب المستجدات الإعلامية الراهنة مع الاحتفاظ بالهوية الثقافية التي تعكس الكينونة الخليجية.

وعلى المحبة نلتقي.

حدائق رمادية



مزنة المسافر
مخرجة أفلام - البحرين

نرى صور عتيقة، امرأة جميلة في ريعان شبابها، صورة لرجل، صورة العائلة، صورة لمانسيون الحدائق الرمادية، نستمتع لموسيقى تصدر من «إيدي» الكبيرة، وجهها الثماني تغطيه التجاعيد، ونظارة طبية.

(شاي لاثنين، الاثنين للشاي) صوتها السوبرانو يصدح موسيقى ونغمة أوبرالية، تحكي «إيدي» قصة مكوثها في الحدائق الرمادية، مشاجرة يومية تحدث بين الاثنين «إيدي» الصغيرة تختلف مع والدتها في تفاصيل المانسيون.

يُعدّ فيلم «الحدائق الرمادية» فيلمًا مهمًا في تاريخ الأفلام الوثائقية، لنمطه المباشر في طرح الشخصيات والتركيز عليها في مدة، هي: ساعة وأربعون دقيقة، حظى هذا الفيلم بكثير من الجدل في السنة التي أنتج فيها عام 1975م، وهو فيلم للأخوين «ألبرت ودافيد مياليسيس»، والذان قررا تصوير حياة «إيديت بوفيار ببال» عمه «جاكلين كينيدي»، وإبنتها «إيديت بوفيار ببال» في بيت عتيق، له فتحات في السقف، يتسلل إليها الراكونات والقطط، وهو مانسيون مهجور يقع في بلدة شرق هامبتون في ولاية نيويورك.

لا تبحث كاميرا مياليسيس عن شيء غير البروتوغانيسستا «إيدي» الصغيرة، ووالدتها «إيدي» الكبيرة في هدوء غريب، تمنحهما مساحة واسعة للثرثرة والكلام، والإفصاح عما هو مستور في حياة هاتين المرأتين، في لقطات مقربة ولقطات متوسطة الحجم تتبادل الكاميرا الحديث مع المرأتين وتنتقل الكاميرا إلى «إيديت» الصغيرة في خفة عالية، بعد أن مكثت قليلاً مع «إيديت» الكبيرة، تشاكس «إيديت» الصغيرة لتحظى بلحظات أكثر مع الكاميرا (هنالك خط رفيع بين الماضي والحاضر).

ملابس مزركشة، منها الطويلة ومنها القصيرة، منقطة، مزهوة، (هذا الزي الأفضل لليوم) تقترب الكاميرا من وجهها قليلاً، تجد الكاميرا القليل من المكياج والكثير من التجاعيد، تنظر الكاميرا إلى الكعب الأبيض الذي تلبسه «إيدي» الصغيرة، تتمشى «إيدي» في الحدائق الرمادية (نحن في الحدائق الرمادية).

بعد أن ننزل مع «إيدي» الصغيرة من العلية إلى بالكون المانسيون، تغيب الجدران بيننا وبين «إيدي» الصغيرة التي تشارك الكاميرا ما توده في رجل أحلامها: «الرجل الميزان ليس سهل إسعاده، هو رجل شغوف، منطقي، مليئة حياته بالحكمة، كل ما احتاجه هو رجل ميزان، عليه أن يكون ميزان، رجل أحلامي عليه أن يكون ميزان، رجل الميزان لا يبحث عن الطلاق». تتأمل الكتاب، ثم تعود للكاميرا لتقول: إن والداها انفصلا، نرى «إيدي» الصغيرة بوشاح صغير يغطي خصلات شعرها، وعينين زرقاويتين، تتلألأ أمام الكاميرا، لا يبدو على سلوكها عقود الزمن الخمسة، الأجمل أن الكاميرا تكتشف «إيدي» شيئاً فشيئاً، وتحكي قصة الحدائق بمهارة، وحساسية بصرية جميلة تمنح الصورة الكثير من الواقعية، سماها محترفو السينما «الواقعية المباشرة» للأخوين مياليسيس.

تطرح الكاميرا فقرهم، وعوزهم، وعيشهم في هذا المنزل الكبير المليء بالراكونات والقطط، والذي يطرح تساؤلات إنسانية حول البروتوغانيسستا، اختارتهما الكاميرا في وضعيات كثيرة، وفي مساحات تعلقت بالضوء والصوت، بجانب أن الكاميرا تمنحنا لحظات لتأمل الشخصيتين بهدوء من دون العبث بالكادر أو بمَن يدخله.

جائزة المهرجان لأفضل فيلم عن مدينة سعودية

4 مهرجان أفلام السعودية
SAUDI FILM FESTIVAL
الدمام - مارس 2017



أنسنة المدن

وثائقي | 18 دقيقة

فيصل العتيبي

الجائزة الكبرى فرع الأفلام الروائية

4 مهرجان أفلام السعودية
SAUDI FILM FESTIVAL
الدمام - مارس 2017



المغادرون

دراما سيكولوجيا | 25 دقيقة

عبد العزيز الشلاحي

الجائزة الكبرى فرع الأفلام الوثائقية

4 مهرجان أفلام السعودية
SAUDI FILM FESTIVAL
الدمام - مارس 2017



مبنى 20

وثائقي | 45 دقيقة

عبدالعزیز الفریح

الجائزة الكبرى فرع أفلام الطلبة

4 مهرجان أفلام السعودية
SAUDI FILM FESTIVAL
الدمام - مارس 2017



300 كم

دراما، قضايا اجتماعية | 24 دقيقة

محمد الهليل

رؤية .. ورؤية

الاخيرة

العمل الإعلامي بمجمله، والإذاعي والتلفزيوني بالتحديد، مجال متجدد ومتغير، وانعكاس لكل مرحلة ومستجداتها وأحداثها، سلباً أو إيجاباً، وصانع القرار السياسي والإعلامي، هو مَنْ يرصد ويحرك المشهد ويتفاعل معه وبه، بخاصة أن الأحداث في العالم لم تعد حصرية زماناً ومكاناً أو وسيلة أو رأياً.

والإعلام الخليجي بقوته وقدراته وتحوله إلى صناعة وتأثيره في المستوى الإقليمي والدولي أصبح أحد أهم أدوات الاتصال والسياسة الخارجية لدول الخليج العربية.

هذا التأثير القوي لوسائل الإعلام في الخليج لابد من أن يواكب مرحلة الحزم السياسي وإيصال الصوت الخليجي إلى العالم، صادقاً بالحقائق كما هي لا كما يريدونها الآخرون.

إن رؤية خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، لتوحيد العمل الخليجي، وضم المؤسسات والهيئات والمكاتب الخليجية تحت مظلة الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، هي إطار عمل مؤسسي لتحقيق التكامل، واستشراف المستقبل، ومواجهة التحديات وتعزيز قدرات المواطن الخليجي واعتزازه بهويته العربية الإسلامية الخليجية المميزة.

ويُعدّ جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج أحد أذرع التنسيق والتدريب والتنظيم بين دول المجلس، وهو في مرحلة انتقالية بعد أن مضى (40) عاماً على تأسيسه، يعمل بجد من أجل مواكبة التطور والمستجدات الإعلامية الراهنة، ولهذا تمّ وضع رؤية للمستقبل تواكب رؤية التكامل معتمدة على: المواطن الخليجي، والهوية الخليجية، وقدرات ومقدرات دول المجلس، وقوة البنية التحتية الإعلامية، وريادة الخليج في صناعة الإعلام والتنوع الخليجي في التراث والفنون والسياحة وغيرها.

إن الخليج العربي الرائع إنساناً، وكياناً، وتاريخاً، وقدرات ومقدرات لا يمكن أن يكون فقط بقعة تجمع الماء باليابسة على خريطة العالم، وأرضاً تكتنز تحت طبقاتها وقوداً للحضارة والحياة البشرية، بل فيضاً ومنبعاً للخير والسلام أولاً ودائماً، ووهجاً إنسانياً، تاريخياً وحضارياً.

من هنا تأتي دوافع التطوير، وحوافز الجد والاجتهاد، من أجل الإسهام في أن يكون العمل الإعلامي الخليجي مجسداً لتوجيهات أصحاب الجلالة والسمو قادة دول المجلس، مستثمرًا لطاقت ومهارات الشباب الخليجي المبدع، ومحققًا لتطلعات وآمال مواطني دول مجلس التعاون.

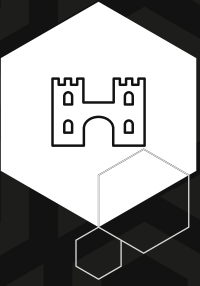


مجرّي بن مبارك القحطاني

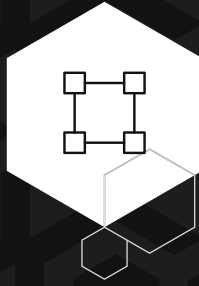


ROOH29J

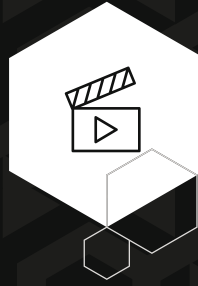
CREATIVE AGENCY



المعارض والمؤتمرات
EXHIBITIONS &
EVENTS



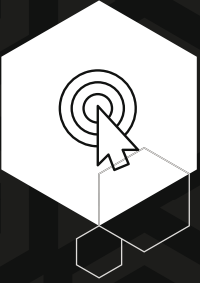
التصميم
DESIGN



الإنتاج الإعلامي
PRODUCTION



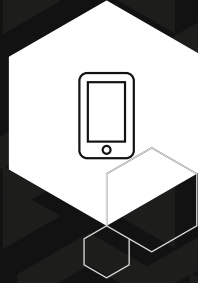
الهويات
BRANDING



التسويق والإستشارات
MARKETING &
CONSULTING



الطباعة والهدايا الدعائية
PRINTING & GIFT
ITEMS



تطبيقات الجوال
MOBILE APPS



الويب
WEB



Scan QR Code to
download our profile.

إمسح الرمز التالي لتحميل
البروفایل

ROOH Creative Agency

Kingdom of Saudi Arabia P.O. Box 3377 Riyadh 13211-7171

T.F. +966 (011) 24 96 808 | M. +966 50 33 77 133

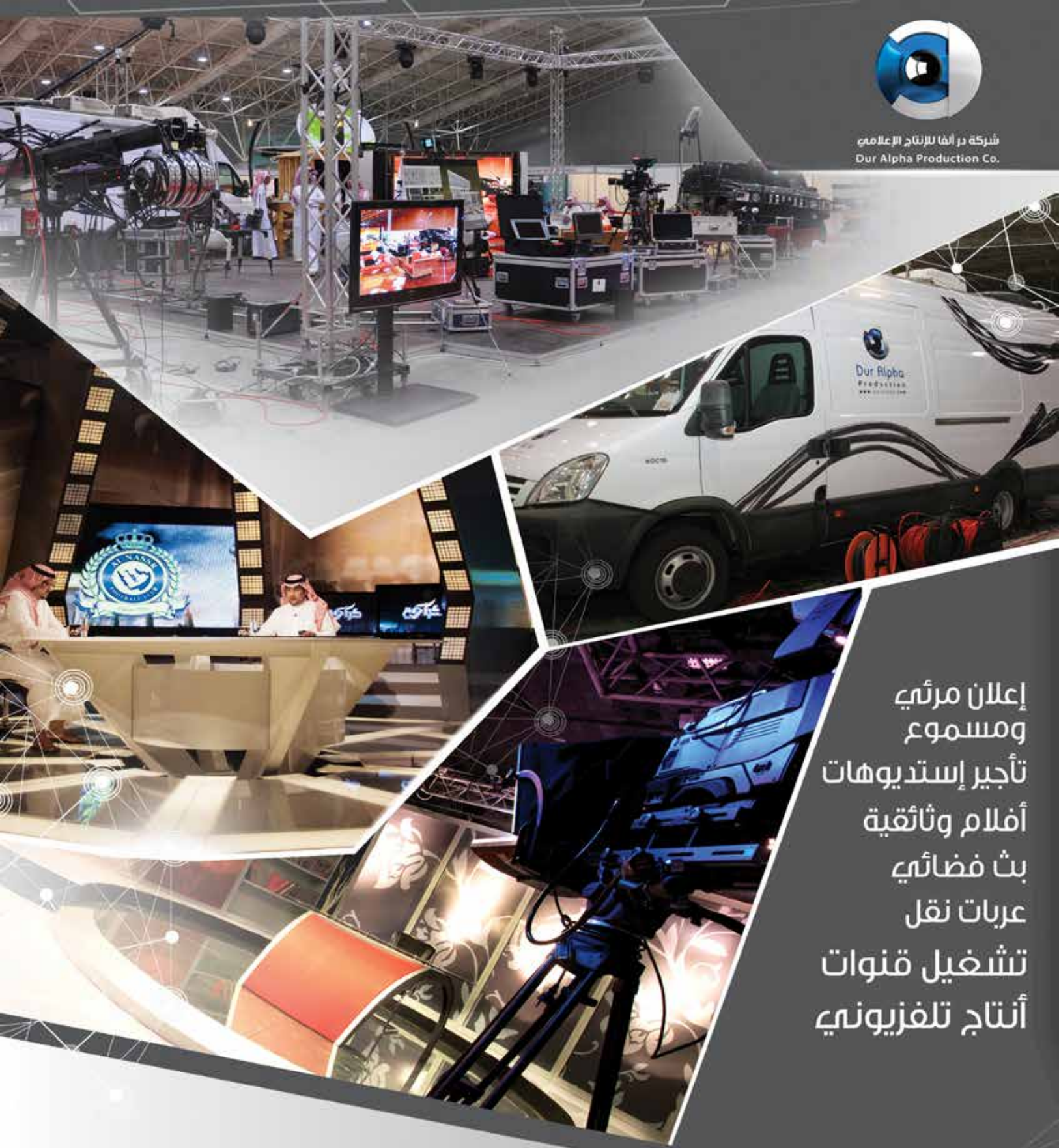
www.rooh.sa | info@rooh.sa



@RoohAgency



شركة در ألفا للإنتاج الإعلامي
Dur Alpha Production Co.



إعلان مرئي
ومسموع
تأجير إستديوهات
أفلام وثائقية
بث فضائي
عربات نقل
تشغيل قنوات
أنتاج تلفزيوني

www.durAlpha.com

P.O.Box 291713 Riyadh 11362 K.S.A

TEL. : +966 920000927

FAX : +966 920000928

Info@durAlpha.com