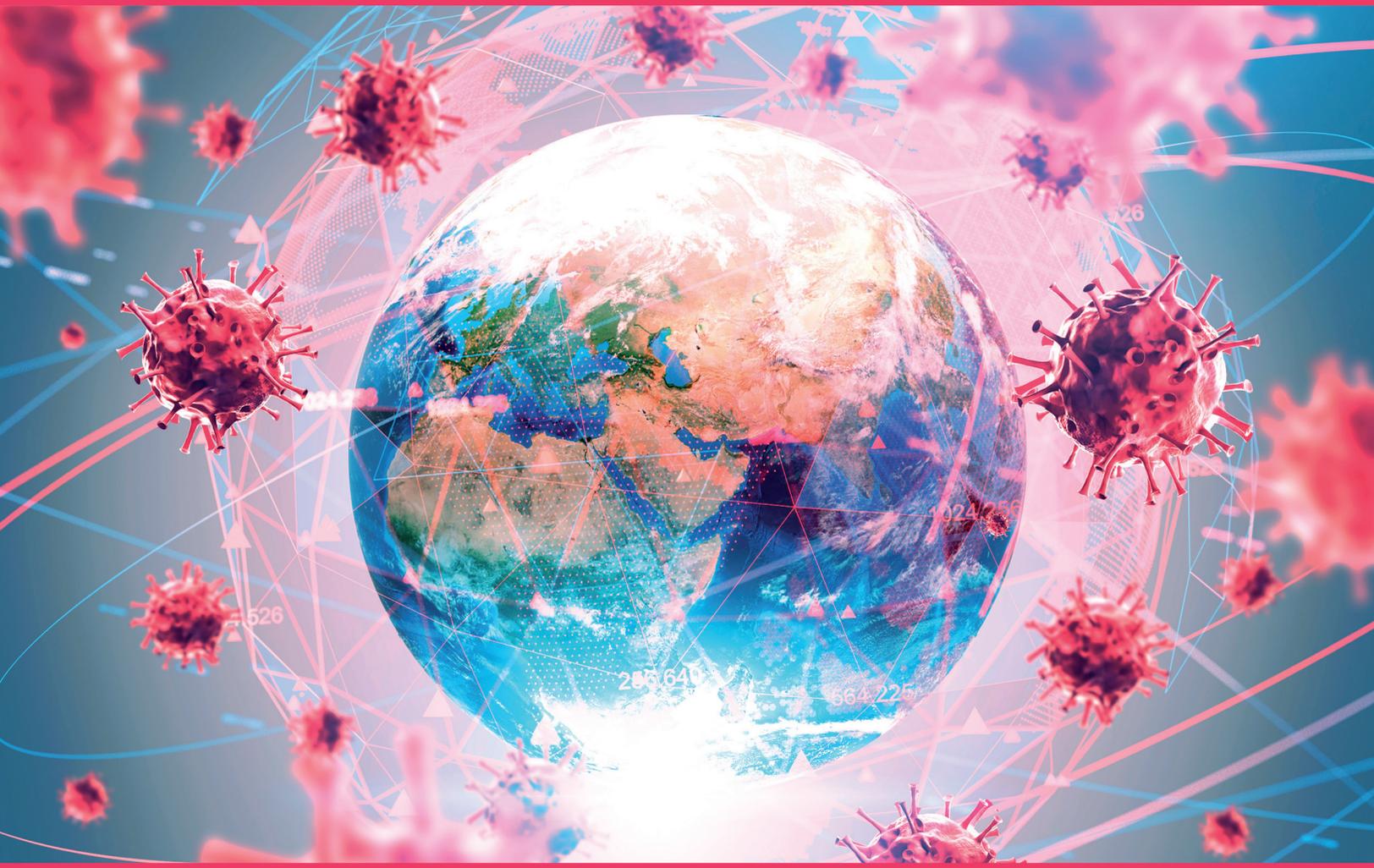


الخليج

إذاعة وتلفزيون

مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج - السنة «36» العدد «120» شعبان 1441هـ مارس 2020م

كوفيد 19.. يشل العالم



في أول قمة من نوعها ..
السعودية تقود (G20)
لحل (أزمات) العالم





عرب سات
ARABSAT

عالمنا... عالمكم.
Our world. Your world.

Arabsat BADR-7 @ 26°E, with unparalleled market specific beams covering the Middle East and Africa with unrivaled Ku and Ka-band payload and a special Ka-band mission tailored to deliver broadband services from satellite.

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

مازالت التكنولوجيا تبهرنا كل يوم بما يمكن أن تقدمه للإنسان، وتفاجئنا دائماً بما تمنحه من اختصار للوقت والجهد.

وفي المقابل، مازال الإنسان نفسه، مخترع التكنولوجيا ومطورها، يحسن توظيف هذه التكنولوجيا ويطوعها لخدمته وفي سبيل تحقيق أهدافه، وما أعظمه من هدف حينما يكون عنوانه الرئيس وملخصه الثابت: «الإنسان أولاً».

ما سبق ينطبق على ما قامت به المملكة العربية السعودية، التي استثمرت التقنيات الحديثة في دعم الإنسان وخدمة الإنسانية، بعد أن اجتاحت «فايروس كورونا» الكثير من دول العالم، حيث بادرت المملكة للدعوة إلى عقد قمة افتراضية استثنائية لمجموعة العشرين، بمشاركة عدد من الدول والهيئات المدعوة؛ لتضع السعودية على طاولة العالم ملف مواجهة هذا الوباء بسرعة توفير الدواء، وقضية دعم الاقتصاد لمنع الضرر عن الضعفاء.

ولأن الحديث هنا عن «الإنسان»، فقد حظي المواطن والمقيم في دول مجلس التعاون بالكثير من التقدير، وأحيط بالاهتمام، فهو محور العمل ورأس المال، ولذا تضافرت جهود الوزارات والمؤسسات الحكومية، وبكل تفانٍ وإخلاص، لتحافظ على «الإنسان» هنا بعيداً عن مخاطر كورونا، وصاحب ذلك أداء إعلامي مميز لهذه الجهات، فوصلت المعلومة، ونجحت التوعية، وكان الوصول للإجابات ميسراً في كل وقت وعبر أيّ موقع تواصلٍ أو وسيلة إعلام محلي.

أما الإعلام على المستوى العالمي، فقد تغيرت ملامحه، وتبدلت برامجه، وأصبح «COVID-19» عنوانه الرئيس، وأرقام المصابين وبيانات الضحايا أدواته الحاضرة والمتجددة، وأصبح يتنقل بين الخبر والتوعية، يصنع التفاؤل تارة وينشر الرعب تارة أخرى، في مشهد استحق الرصد والتوثيق.

ومن باب التفاؤل، فقد استمرت «إذاعة وتلفزيون الخليج» في الاهتمام بعرض أبرز ما تم في العمل الخليجي المشترك، ومتابعة نماذج من العمل الإعلامي والثقافي المميز، إلى جانب ما يطرحه الباحثون والمختصون من أفكار ورؤى تهدف للارتقاء بالمحتوى الإعلامي ومساعدة صنّاعه، فعجلة الحياة - بإذن الله- لن يوقفها «كورونا».

وعلى الخير نلتفيكم دائماً..



120

رئيس التحرير

مجري بن مبارك القحطاني

مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج

مدير التحرير

عبد الله بن علي القحط

التحرير

فواز الريس

فيصل محفوظ المالكي

هيثم السيد

التوزيع

محمد عبسي

سامي ناصر

الجرافيك والإخراج الفني

مروان غالب اليزيدي

المراسلات

ص.ب 6802 الرياض 11452

المملكة العربية السعودية

فاكس: 4851422 / 4851423 966 11

magazine@gcc-grt.org.sa

الموقع على الإنترنت

www.gcc-grt.org.sa

هاتف المجلة

+966 11 4851363

الرقم المعياري الدولي

ردم: 1403 - 1319 - الإيداع: 0485/14

المحتويات Contents

خليجنا واحد

14 اجتماعات طارئة للأمانة العامة
ودول مجلس التعاون لمواجهة
(كورونا)

16 الأمين العام يستهل مهام عمله
بلقاء أصحاب الجلالة والسمو
قادة ورؤساء دول المجلس

رؤية نقدية

38 في انتظار (الميديا المتأنية)

48 القوة الناعمة في الإعلام (1)

متابعات

28 (المنتدى الدولي للاتصال
الحكومي 2020م) يستشرف
المستقبل

58 أوراق عمل ونقاشات في
«أبوظبي» حول واقع الإعلام
السعودي بين التحول والتغيير

دراسة

44 السينما بين النص الأدبي والكتابة
للشاشة

تقرير

52 «كوميكون».. ملتقى نادر لخبراء
وصناع الأفلام والترفيه والرسوم
المتحركة

66 فعاليات ثقافية ورياضية تغادر
مواعيدها بأمر (COVID-19)

تكنولوجيا

41 (NETFLIX) من تأجير أقراص
الـ(DVD) إلى أكبر منصة للبت
الرقمي



24 جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج
ينظم دورة «تحرير الأخبار»
بالتعاون مع هيئة الإذاعة
والتلفزيون السعودية



32 هل أحرقت (أخبار) وسائل
الإعلام التقليدية؟!

كوفيد 19.. يشل العالم

تعليق التعليم

تعليق رحلات
الطيران المحلية
والدولية

تعليق دور العبادة

تعليق
العمل المكتبي

تعليق الأنشطة
الرياضية والترفيهية

تعليق الأنشطة
السياحية

تعليق المهرجانات
والمعارض

تعليق المصانع
والأنشطة التجارية
والمطاعم

تعليق التجول

تعليق التجول بين
المدن

تعليق التجول بين
الاحياء

متع التجمعات العامة
والمناسبات
الاجتماعية

تعليق المواعيد
المجدولة
بالمستشفيات

نشر قوات الأمن
والجيش

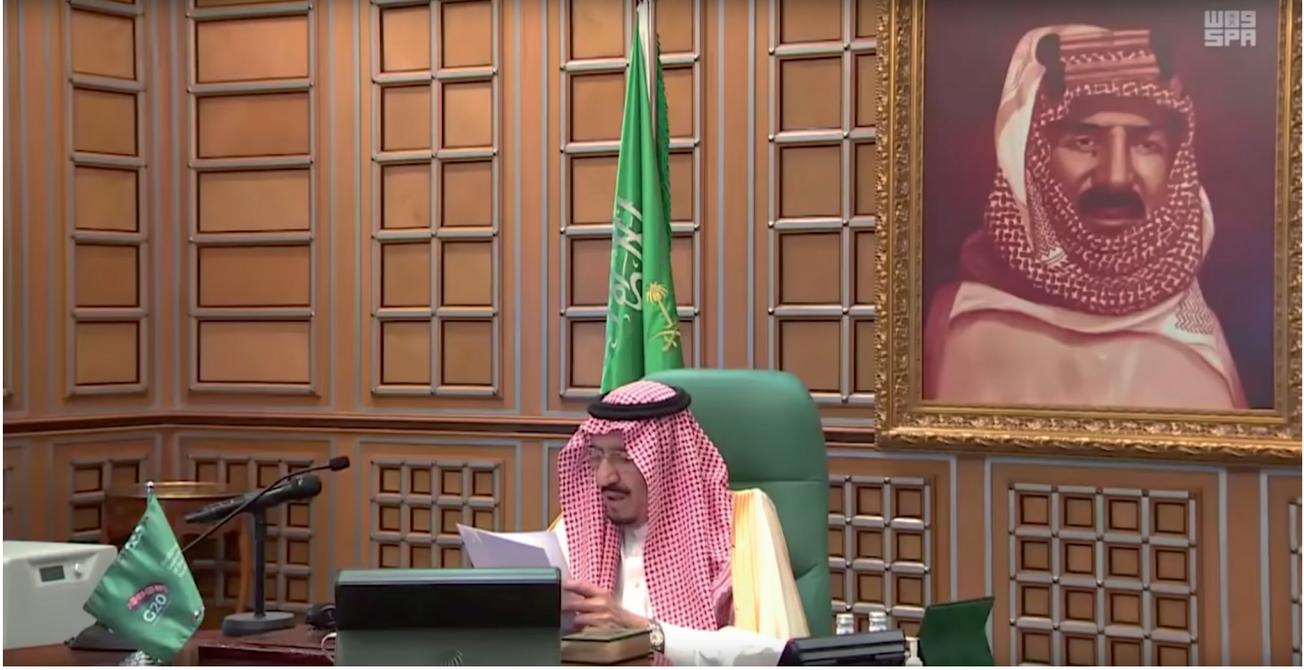
برفقة صورة الملك المؤسس في قمة التأهب لخوض المهام الصعبة في أول قمة من نوعها. . السعودية تقود (G20) لحل (أزمات) العالم



|| الرياض - هيثم السيد

كان يوم السادس والعشرين من مارس 2020م يومًا استثنائيًا، حيث شهد انعقاد القمة الافتراضية الاستثنائية لدول مجموعة العشرين، عبر تقنية الفيديو، في وقت اتجهت فيه جميع الأنظار الإقليمية والدولية نحو القمة التي جمعت قادة أكبر اقتصادات العالم، يقودهم خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود، ليقولوا كلمتهم في ظرف تاريخي لم يشهد العالم له مثيلاً في تاريخه الحديث، وهو تفشي وباء كورونا المستجد (COVID-19) وما ترتب عليه من تداعيات صحية واقتصادية واجتماعية، ألقت بظلالها على أكثر من (170) دولة حول العالم.





والحد من تداعياته على التجارة والوظائف. وعلى الرغم من أن الموعد المقرر لقمة مجموعة العشرين في الرياض سيحل في نوفمبر المقبل، إلا أن المملكة العربية السعودية بادرت بعقد هذا الاجتماع الطارئ لإدارة أزمة كورونا، ولم يسبق قبل هذه المرة أن شاهد متابعو الإعلام قمة بين هذا العدد من القادة عبر تقنية الفيديو، وهو ما مثل انتقالاً عملياً نحو ما بعد مرحلة الاجتماعات التقليدية التي تجري بين رؤساء الدول وأعضاء المنظمات الدولية.

وأكد خادم الحرمين الشريفين، خلال افتتاح القمة، أن هذه الأزمة الإنسانية تتطلب استجابة عالمية، وأن العالم يعوّل على قادة مجموعة العشرين للتكاتف والعمل معاً لمواجهة، حيث بدأ كلمته قائلاً: «إننا نعقد اجتماعنا هذا تلبيةً لمسؤوليتنا كقادة أكبر اقتصادات العالم، لمواجهة جائحة كورونا التي تتطلب منا اتخاذ تدابير حازمة على مختلف الأصعدة، حيث لا تزال هذه الجائحة تخلف خسائر في الأرواح البشرية وتلحق المعاناة بالعديد من مواطني دول العالم، وهنا أود أن أقدم لكل الدول حول العالم ومواطنيهم خالص العزاء والمواساة في الخسائر البشرية التي تسببت بها هذه الجائحة».

الموقف السعودي يرى أن جهود معالجة هذه الأزمة يجب ألا تتوقف فقط عند التعامل مع مضاعفاتها، بل أن تتجاوز ذلك إلى تعزيز مناعة العالم ضد احتمال التعرض لمثيلاتها في مراحل لاحقة، وقد عبر الملك سلمان عن هذا الموقف داعياً قادة مجموعة العشرين إلى أن يأخذوا على عاتقهم جميعاً مسؤولية تعزيز التعاون في تمويل أعمال البحث والتطوير سعياً للتوصل إلى لقاح لفيروس كورونا، وضمان توافر الإمدادات والمعدات الطبية اللازمة، بالإضافة إلى تقوية إطار الجاهزية العالمية لمكافحة الأمراض المعدية التي قد تتفشى مستقبلاً.

أما على الصعيد الاقتصادي، وفي ظل تباطؤ معدلات النمو



قيادات المجموعة يتعهدون بحماية الإنسان أولاً.. ويضخون (5) تريليون دولار دعماً للصحة والعلم والاقتصاد



بهوية عربية خالصة لا تحتاج إلى الترجمة، تجسدت أولى الرسائل الضمنية للقمة في لوحة فنية تجسد الملك المؤسس للمملكة العربية السعودية، عبد العزيز بن عبد الرحمن الفيصل آل سعود، وهو يربط شماغه بالطريقة الشهيرة المعبرة عن أقصى درجات التأهب والاستعداد لخوض المهام الصعبة، ظهرت مع خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان وهو يتحدث إلى أكثر من عشرين قائداً ومسؤولاً عالمياً عن التدابير التي تقود بها المملكة جهود التصدي لهذه الأزمة، بالانطلاق من التزام أخلاقي راسخ تجاه حماية صحة الإنسان أولاً، بوصفها المصلحة الأولى والأولى.

هذه القمة التي تُعد الأولى من نوعها في الفضاء الافتراضي والأكثر من حيث عدد القادة المشاركين، عبرت عن موقف قيادي وتاريخي مسؤول للمملكة العربية السعودية التي تتأخر عن مجموعة العشرين في هذا العام، وقد وجد انعقاد القمة وتوقيتها تقديرًا كبيراً من دول العالم ومنظماتها الدولية، حيث تزامنت مع دخول انتشار الجائحة العالمية مراحل أكثر تأثيراً على نطاقات أوسع حول العالم، الأمر الذي واجهته الدول باستنفار لأجهزتها وطواقمها الطبية، كما سُنت مجموعة من القوانين الطارئة للحد من احتماليات العدوى، فيما أعلنت عدة دول مجموعة من الحزم التحفيزية لتدارك أثر التباطؤ الاقتصادي



عقدت القمة «عن بُعد» لتكون في «منتهى القرب» من الشعوب



بتشكيل جبهة متحدة لمواجهة هذا الخطر المشترك، كما أعلنوا عن دعمهم الكامل لمنظمة الصحة العالمية وتعزيز إطار الصلاحيات المخولة لها بتنسيق الجهود الدولية الرامية إلى مكافحة الجائحة، بدءاً من حماية الأرواح والحفاظ على الوظائف والدخل.

شدد البيان كذلك على الحاجة لاتخاذ إجراءات عاجلة قصيرة المدى لتكثيف الجهود العالمية في مواجهة الأزمة من خلال سدّ فجوة التمويل في الخطة الإستراتيجية لمنظمة الصحة العالمية، وتعزيز دور الابتكار في دعم جهود مواجهة الوباء، كما اتفقوا على تنسيق الإجراءات فيما بينهم بما يخدم دعم القطاع الخاص وحماية العاملين في الصفوف الأمامية في المجال الصحي، وتقديم المؤن الطبية، وخصوصاً الأدوات التشخيصية، والعلاجات، والأدوية واللقاحات.

أما أبرز قرارات القمة التي اتخذها قادة مجموعة العشرين، على صعيد استعادة العافية الاقتصادية، فقد تمثلت في ضخ (5) تريليونات دولار لحماية الاقتصاد العالمي، كما تعهد القادة بدعم الدول النامية وتنسيق جهود التصدي لآثار جائحة كورونا صحياً واقتصادياً واجتماعياً، وكلفوا وزراء التجارة بتقييم آثار وباء كورونا على التجارة، مجددين الالتزام بالأسواق المفتوحة، وتقوية شبكات الأمان المالي حول العالم، بالإضافة إلى العمل على تقليل الخسائر الاقتصادية والاضطرابات التي تواجه التجارة وسلاسل الإمداد الدولية، وحماية النظام المالي، وتسهيل تدفق السلع والخدمات وضمان حماية العاملين والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، فضلاً عن الالتزام بتقديم موارد فورية لصندوق الاستجابة الإنسانية العالمية لجائحة كورونا.

وقد شارك صاحب السمو الشيخ محمد بن زايد آل نهيان، ولي عهد أبو ظبي نائب القائد الأعلى للقوات المسلحة الإماراتية، في

واضطراب الأسواق المالية، فقد شدد العاهل السعودي على أن لمجموعة العشرين دوراً محورياً في التصدي للآثار الاقتصادية لهذه الجائحة، مؤكداً «لا بد لنا من تنسيق استجابة موحدة لمواجهةها وإعادة الثقة في الاقتصاد العالمي، وترحب المملكة بالسياسات والتدابير المتخذة من الدول لإنعاش اقتصادها، وما يشمله ذلك من حزم تحفيزية، وتدابير احترازية، وسياسات قطاعية، وإجراءات لحماية الوظائف، ومع أهمية هذه الاستجابات الفردية من الدول، إلا أنه من الواجب علينا أن نقوم بتعزيز التعاون والتنسيق في كل جوانب السياسات الاقتصادية المتخذة».

كما تطرقت كلمة خادم الحرمين الشريفين إلى الوضع التجاري، حيث أكد على ضرورة أن ترسل مجموعة العشرين إشارة قوية لإعادة الثقة في الاقتصاد العالمي، من خلال استعادة التدفق الطبيعي للسلع والخدمات، في أسرع وقت ممكن، بخاصة الإمدادات الطبية الأساسية، كما أكد الملك سلمان - حفظه الله - أن من مسؤوليات مجموعة العشرين مد يد العون للدول النامية والأقل نمواً لبناء قدراتهم وتحسين جاهزية البنية التحتية لديهم لتجاوز هذه الأزمة وتبعاتها.

أما ختام الكلمة، فقد تضمن قراءة في أحداث التاريخ واستدعاءً محفزاً لمواقفه لتكون دافعاً في مواجهة التحدي الراهن، حيث قال العاهل السعودي: «لقد أثبتت مجموعة العشرين من قبل فاعليتها في التخفيف من حدة الأزمة المالية العالمية وقدرتها على تجاوزها، واليوم، بتعاوننا المشترك، نحن على ثقة بأننا سنتمكن معاً - بعون الله - من تجاوز هذه الأزمة والمضي قدماً نحو مستقبل ينعم فيه الجميع بالرخاء والصحة والازدهار».

وقد أكد قادة مجموعة العشرين في بيانهم الختامي، على البدء الفوري في تحقيق استجابة دولية قوية منسقة وواسعة المدى مبنية على الدلائل العلمية ومبدأ التضامن الدولي، والالتزام



أعدت هذه القمة إلى الأذهان القمة التي عقدتها مجموعة العشرين منتصف شهر نوفمبر من العام 2008م، في واشنطن وهو ذات العام الذي تمَّ فيه رفع مستوى التمثيل في المجموعة إلى القادة، بالتزامن حينها مع مرور العالم بأزمة مالية كبرى، وقد كانت تلك القمة من أول المؤشرات التي مهدت للخروج من الأزمة، وهو ما يتفاءل به المتابعون اليوم بالنظر إلى حجم وقيمة هذه المجموعة التي ولدت مع مطلع الألفية الجديدة لتكون محرك عمل عالمي مشترك في وجه التحديات، حيث تشكل دولها التسعة عشر بالإضافة إلى الاتحاد الأوروبي ما يمثل (85%) من حجم الناتج المحلي العالمي، و(80%) من التجارة العالمية، فيما يسكن في دولها ثلثا سكان العالم.

وفيما قامت المكاتب الرئاسية للزعماء المشاركين بنشر صور خاصة عبر وكالات الأنباء العالمية من داخل القاعات والغرف التي شارك منها قادة مجموعة العشرين يرافق بعضهم عدد من الوزراء، وصفت هذه القمة عبر وسائل التواصل بأنها «مشهد سينمائي من المستقبل» فضلاً عن كونها القمة الأولى من نوعها في التاريخ، حيث ربط الفريق الذي يضم مجموعة من الشباب والشابات في الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي أكثر من (35) جهة اتصال عبر أوسع شبكة ربط مرئي.

سينتذكر العالم بعد سنوات عديدة أن هذه القمة الافتراضية انعقدت عن بُعد لتكون في منتهى القرب من أمنيات الشعوب للتغلب على الوباء، وأنها قادت زعماء العالم لصناعة أول أمل تطلعت إليه البشرية في مواجهة هذا الظرف الذي لم يتوقع أحد ما ترتب عليه وما أفضى إليه، سينتذكر الجميع أن بداية الحل جاءت من الرياض، ورافقتها صورة فارس عربي ملثم على أهبة الاستعداد.

القمة الافتراضية لدول مجموعة العشرين ممثلاً لدولة الإمارات العربية المتحدة بوصفها رئيسة الدورة الحالية لمجلس التعاون الدول الخليج العربية، وأكد خلال مشاركته أن عقد هذه القمة يؤكد استشعار أعضاء مجموعة العشرين خطورة الموقف، ومسؤولياتهم الدولية خلال هذه الفترة الحرجة على المستوى العالمي، موضحاً أن المجتمع الدولي بحاجة الآن أكثر من أي وقت مضى إلى التعاون والتكاتف الدوليين للتصدي لفيروس كورونا المستجد في ظل الظروف غير المسبوقة التي أثرت في كل مناحي الحياة على وجه الكرة الأرضية.

كما شارك في القمة أعضاء مجموعة العشرين، إلى جانب قادة الدول المدعوة، والتي تضم المملكة الأردنية الهاشمية، ومملكة إسبانيا، وجمهورية سنغافورة، وجمهورية سويسرا الاتحادية. وشارك - أيضاً - ممثلو المنظمات الدولية، والتي شملت منظمة الصحة العالمية، وصندوق النقد الدولي، ومجموعة البنك الدولي، ومنظمة الأمم المتحدة، ومنظمة الأغذية والزراعة، ومجلس الاستقرار المالي، ومنظمة العمل الدولية، ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ومنظمة التجارة العالمية.

وخلال القمة، قال الأمين العام للأمم المتحدة غوتيريش: «إن مجموعة العشرين أدت دوراً مهماً خلال الأزمة المالية لعام 2008م، وأشار إلى أن التحديات الحالية تفوق كثيراً تحديات ذلك العام، مطالباً بالعمل على المسارين الصحي والاقتصادي معاً، ودعا المسؤول الأممي إلى أهمية العمل المشترك على بناء اقتصاد أكثر استدامة وشمولاً وإنصافاً، مشيراً إلى أن قيادة المجموعة تحظى بفرصة استثنائية للمضي قدماً في استجابة قوية للتصدي لمختلف التهديدات التي تبتثق عن فيروس كورونا المستجد لا سيما على مستوى التضامن مع شعوب العالم الأكثر ضعفاً».



في الوطن أنت لست وحدك.. إن كنت قويًّا، فهناك
من هو أضعف. إن كنت صغيرًا، فهناك من هو أكبر.
كل ما يطلبه منك وطنك الآن شيءٌ واحد:
#الزم_بيتك



كم بقي الفيروس الأخطر على أسطح المشاهدة .. وكيف صافح القراء بالنظر فقط؟

كورونا في عيون الإعلام .. لقطات خاطفة وعبارات مؤثرة ومشهد لزمان قادم

|| الرياض - هيثم السيد

لم تكن أزمة فيروس كورونا المستجد أمرًا معتادًا بالنسبة لما اعتاده الناس، ليس فقط في منطقة الخليج العربية، بل في العالم أجمع، حيث شهدت في ظرف أسابيع قليلة منظومة إجراءات غير مسبوقة؛ لحماية الناس من التسارع المطرد لانتشار الفيروس، بدءًا من إيقاف الرحلات، مرورًا بتأجيل الفعاليات وتعليق كل أجندة الاقتصاد والرياضة والمجتمع والعمل، وليس انتهاءً بفرض منع التجوال، مشهد أقرب إلى السريالية يحدث لأول مرة بهذا الحجم، كان على الإعلام أن يتعامل معه على الفور، وبأكبر قدر من الواقعية.



على نقاط التماس بجانب الممارسين الصحيين، الكل يخشى نسيان الاحتراز الوقائي بينما يعمل بإيقاع أسرع من أي وقت مضى، الكل غارق الآن في اللحظة التي سيعود بعد سنوات ليتذكرها، أو ربما ليستوعبها.

عيادات في نشرات الأخبار

خلال الأسبوع الأخير من شهر مارس، وقت إعداد هذا التقرير، كان عدد حالات المصابين بكورونا قد بلغ مئات الآلاف حول العالم،

في «إذاعة وتلفزيون الخليج» نحاول تسليط الضوء على أبرز الزوايا التي استخدمها الإعلام في التعامل مع (COVID-19) الذي صنفته منظمة الصحة العالمية كوباء عالمي ثم أصبح جائحة، كيف تأثر الإعلام بالحدث؟ وكيف تفاعل معه؟ كيف أصبح جزءًا من إدارة الأزمة التي انتظمت فيها كافة قطاعات دول مجلس التعاون، فلم يكتف بالخبر بل جمع معه التوعية، وتحت أولويات جذب المشاهد لصالح حمايته أولاً، والإعلاميون وقفوا



صاحب الحسّ النقدي العالي الذي يبدي انزعاجه تجاه تدني مستوى الكوميديا، مطالبًا بابتكار نكت جديدة والتوقف عن تكرار «الأفيئات».

ظلّ كورونا المفترض يصر خلال اللقاء على أنه كان ضحية لمبالغات السوشيل ميديا، بل يحلف أنه قد تمّ توريطه في الأمر، قبل أن تخنقه العبارة بعد ذلك، وعلى الرغم من أن هذه الاستضافة لم تستغرق أكثر من ثلاث دقائق إلا أنها حظيت بتفاعل كبير بوصفها أول طرح ساخر تزامن مع بدايات ظهور الفيروس كقصة غامضة ومقلقة، وكان من شأنه تخفيف هذا القلق ولو بشكل بسيط، كأن يتخيل الشخص كورونا مجرد شاب مظلوم يرتدي بزة خضراء ولا يود إيذاء أحد.

كورونا يتحدث.. إعلان مجلس الصحة الخليجي

مع مرور الأيام وتساعد الأرقام، بدأت اللغة الإعلامية تتحول تدريجيًا من الطابع الإخباري البحت إلى الطابع التثقيفي، فيما تفتت الأذهان عن مشاهد إعلانية وتوعوية خاطفة يتم تحميلها بالرسائل الصحية المطلوب إيصالها للمشاهدين، غير أن مجلس الصحة لدول مجلس التعاون نجح في جذب الجمهور عبر ابتكاره شخصية كرتونية خفيفة الظل لتمثل فيروس كورونا، ولكن ليس على طريقة القرموطي هذه المرة، بل على طريقة الموشن جرافيك، وبلهجة خليجية شبابية.

عبر مقاطع فيديو يومية لا تزيد مدة الواحد منها على دقيقة، اختصر هذا الفيروس كثيرًا من النصائح الطبية ووجهها بلغة سهلة

وبلغ عدد الوفيات عشرات الآلاف من الضحايا، وهي المرحلة التي اتفق فيها الجميع على البقاء في المنازل بوصفه الحل الأكثر موثوقية من أجل كسر سلسلة العدوى.

القنوات الإخبارية تنصدر الشاشات، والأشرطة الحمراء للأخبار العاجلة تنصدر القنوات الإخبارية على مدار الساعة أيضًا، الأطباء المختصون في مكافحة الفيروسات وطب الأسرة حلّوا بدلاً عن الخبراء الإستراتيجيين والمحللين السياسيين، بات من الطبيعي أن تحصل على إرشادات واستشارات صحية من نشرة أخبار، ويات عليك الحذر قبل أن تقرّر خوض أي حديث في شيء آخر غير كورونا، فقد يجعلك ذلك تبدو كشخص يعيش في كوكب آخر، الإعلام والعالم جميعهما أعادا تقديم نفسيهما سريعًا كطرفين في مواجهة شرسة مع الفيروس، ولا صوت يعلو على صوت معركة كورونا.

كتاب الرأي .. الوباء في مختبر التحليل

العالم خلية أزمة، قرية العولمة الصغيرة أخذت احتياطاتها الواقائية فأغلقت المحلات ومنعت التجمعات وتحولت إلى منزل واحد يحجر فيه أكثر من مليار شخص أنفسهم في هذه اللحظة، كتاب الرأي كانوا في مقدمة من ناقشوا هذه التغيرات الجذرية التي يشهدها العالم دفعة واحدة، فقد وضعوا الوباء في مختبرات تحليلهم وجاء الطرح متنوعًا ومختلفًا كل يوم.

يتوقف عبد الله بن بجاد عند الفيروس الذي احتاج لأشهر قليلة ليعطل نتاج عقود من الإنجاز البشري، وكيف أنه فرض شروطه على السياسة والاقتصاد، كما يستشهد بحدس «بل غيتس» الذي يرى أن العالم ليس مستعدًا بعد لمواجهة تهديده المتمثل في الأوبئة وليس في القنابل النووية.

فيما يتأمل سمير عطا الله كيف أوقف كورونا الحروب في بعض الدول، ويعلق: «ها هو العالم برّمته في العزل، والعزل واحد، سواء كان طوعيًا أو جبريًا، ولا يهم من أين جاء (كورونا)، بل من أين سيخرج؟ ومتى؟ وفي النوازل الكبرى تتساوى طباع البشر». كما يرى «أن الخوف يزيل المنطق، ويُخصب الخرافة ويعزز الأساطير، خصوصًا حين يكون هذا الخوف من مجهول، فحينها يفعل الخوف الشيء وعكسه».

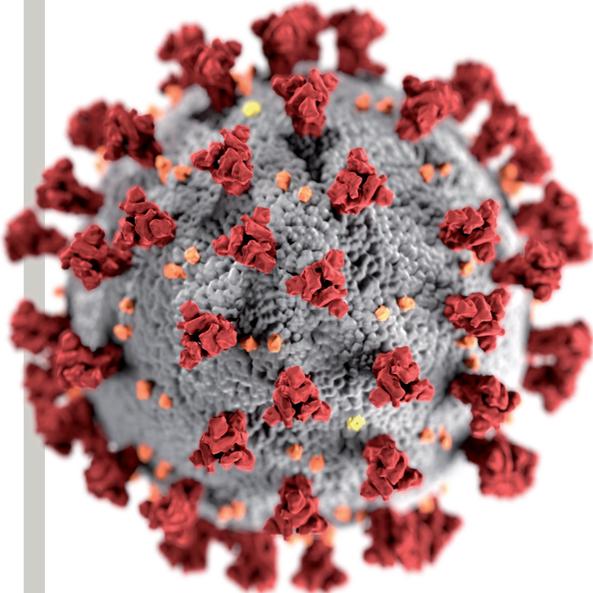
فيما يذهب مأمون فندي إلى أن عالم ما بعد كورونا سيكون مختلفًا تمامًا عن ما قبله، يقول حازم صاغية: «إن (كورونا) جرحت نرجسية البشر واعتادهم بذواتهم»، مضيفًا: «أدّت لهم هشاشة العالم الذي صنعوه، وأن إنجازاتهم في العلوم والطب قابلة للتفادي، قالت لمن ظنّوا أن العالم بلا حدود: اجلسوا في البيت.. العالم هو البيت».

أما الكاتب محمد العصيمي بصحيفة اليوم فقد اختار أن يوجه رسالة مباشرة لقراءه كي يلزموا الحجر المنزلي، فقال: «ساعدوا أنفسكم.. لتساعدكم القرارات والإجراءات التي تُتخذ لصالحكم».

استضافة كورونا عبر الأقمار الصناعية

أول من تناول فيروس كورونا بطريقة مبتكرة الإعلامي المصري جابر القرموطي، والذي اختار أن ينحى منحى «فانتازيا» عندما أعلن عبر برنامجه «الكلام على إيه» في شبكة تلفزيون الحياة أنه سيستضيف فيروس كورونا شخصيًا في أول ظهور له عبر الأقمار الصناعية.

ظهر كورونا مرتديًا بزة شتوية خضراء، وللمصادفة فقد كان الفيروس نفسه ملتزمًا بواحد من إجراءات السلامة الوقائية عبر ارتدائه قفازات اليد، والحقيقة أن الممثل أجاد تجسيد الدور بطريقته الخاصة، فهو الذي يتحدث لغة الشارع البسيطة، وهو



فضلاً عن صحف عربية كـ«المستقبل» و«النهار» و«ديلي ستار» في لبنان، و«البديل» و«التحرير» في مصر وغيرها.

الإعلام الاجتماعي.. وقت الحاجة للتأثير

يمثل مشهد وسائل التواصل الاجتماعي عالمًا إعلاميًا موازيًا إن صححت التسمية، وقد تباينت آراء مستخدميها حيال مَن عرفوا بالمؤثرين، والدور المطلوب منهم في مخاطبة الملايين من متابعيهم، وما إذا كانوا قد صنعوا التأثير الإيجابي المطلوب في مرحلة تتطلب وعيًا عاليًا بأهمية ممارسة السلوكيات الصحية الوقائية، لا سيما حينما بات من الضروري مواجهة الانتشار المتسارع بالبقاء في المنازل.

في المقابل، فقد لوحظ دور بارز لبعده كثير من الحسابات الاجتماعية والرسمية لمؤسسات القطاعين الحكومي والخاص في دول الخليج العربية، فضلاً عن الشخصيات البارزة من مسؤولين وقيادات وإعلاميين وأطباء وغيرهم، والذين غردوا وكتبوا وتداولوا كثيرًا من المعلومات المفيدة والعبارات التحفيزية التي انعكست على وعي الجمهور، تفاعل هذه الحسابات جعل دورها يتكامل مع الإجراءات الاحترازية في دولها، حيث عمل الجميع على توحيد الجهود من أجل ترسيخ الرسائل الاتصالية في الوعي الجمعي للمستخدمين بما يحفزهم للتعاون والتجاوب.

وقد برزت خلال هذه الفترة وسوم متنوعة من أبرزها (#خلك_في_البيت)، أو (#خليك_في_البيت) الذي استخدم بكثرة على المستويين الخليجي والعربي، على الرغم من أن وزارات الصحة في بعض الدول اختارت وسومها الخاصة، فقال السعوديون (#كلنا_مسؤول)، واختارت الوزارة العُمانية (#عُمان_تواجه_كورونا)، وتبنى القطريون وسم (#سلامتك_هي_سلامتي)، فيما اختارت وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية (#مغًا_سنهزم_الكورونا)، وحرصت وزارة الصحة البحرينية على استخدام وسمين متلازمين هما: (#مغًا_ضد_الكورونا) و(#كلنا_فريق_البحرين)، ووظف الكويتيون وسم (#الكويت_تتصدى_لكورونا).

واليوم نتحدث عن مواد إعلامية متنوعة يتم إنتاجها حتى من المؤسسات غير الصحية، كما نتحدث عن مبادرات بسيطة لتطبيق سلوك صحي مثل (السلام نظراً) وعن أخرى تهتم بأدق التفاصيل لتحقيق مبدأ التباعد الاجتماعي، ومن ذلك كتابة أسماء الوزارات والأشخاص والصحف بأحرف متباعدة، بشكل يمكننا القيام به أيضًا هكذا (إذاعة وتلفزيون الخ لـ ج).

وزارات الصحة.. شراكات مع الإعلام

تمثل أحد مظاهر الاحترافية الإعلامية التي برزت خلال أزمة كورونا في الإجازات الصحفية اليومية لأغلب وزارات الصحة في دول مجلس التعاون، وما تميّزت به من دقة في إيصال الحقائق للرأي العام بمنتهى الشفافية والوضوح، حيث لم يكن استنفار العمل الطبي والصحي في محاصرة ورصد الحالات حائلًا من دون إتاحة الفرصة للإعلاميين ليكونوا في قلب الحدث، بدءًا من الشوارع التي تطبق منع التجوال ومرورًا بصالات المطارات وليس انتهاءً بغرف العزل في المستشفيات.

قصة النجاح التي ينهك فيها الجميع اليوم تجسد شراكة مميزة بين قطاعي الصحة والإعلام، وهي لا تشمل فقط أبطال الطواقم الطبية في الخطوط الأمامية للمواجهة، ومَن يرافقهم من مراسلي القنوات والصحفيين الذين تجولوا بقصصهم ولقاءاتهم



لجميع، فتراه حينًا يسخر من مدمني الذهاب إلى الصيدليات بهدف الحصول على الكمادات التي لا تمثل احتياجًا أساسيًا سوى للمصابين، وفي حلقة أخرى ينصح بتجنب تصديق الشائعات لا سيما تلك المتعلقة بعلاجات مقترحة، يستغرب تحديدًا من التوصية بتناول الزبادي والكرام لتجنب الإصابة به، يتساءل (أحد قال لكم إني كبسة)!

بقي أن نقول إن النسخة الخليجية من كورونا، والذي يحمل اسم (كوفيد تسعطش) كما ينطقها، يمتلك موهبة الشعر ويحب الاستشهاد بأبيات جرير «إن العيون التي في طرفها حور» في معرض تحذيره من نقل العدوى عن طريق لمس العين باليد، كما أن هذا الفيروس كان يرغب في الحصول على شائعة أفضل من فرضية بقائه في الأنف لمدة أربع ساعات، حيث يرى أن هذه فترة طويلة جدًا وهو شخص مشغول، ولا ننسى أن نقول - أيضًا - إنه يحرص على ممارسة الرياضة في أحد أندية اللياقة!

توقف الصحف الورقية.. هل كورونا هو السبب فعلاً؟

بين ازدحام أخبار فيروس كورونا المستجد وأرقام ضحاياه، انتبه العاملون في الحقل الإعلامي إلى أخبار مقتضبة تتحدث عن إيقاف صدور النسخ الورقية لبعض الصحف والاكتفاء بمنصاتها الرقمية، حيث بدأت صحيفة «عكاظ» السعودية هذا التوجه لتتبعها صحيفة «مكة»، قبل أن يلاحظ المهتمون بمزيد من البحث أن دولاً كالأردن وسلطنة عُمان والمغرب أوقفت صدور جميع الصحف الورقية، وربطت الأمر بكونها قد تكون من أسباب انتشار العدوى، فيما ذهبت تأويلات أخرى إلى صعوبة إصدار صحف في ظل توقف آلية العمل المعتادة بسبب عدم وجود العدد المطلوب من المحررين والمنفذين في مقر الصحيفة.

الإعلاميون يملكون قدرة جيدة على تفهم أسباب مختلفة لتوقف صدور صحيفة ورقية، لكنهم لن يستطيعوا منع أنفسهم من التفكير في الفرضية الأكثر قربًا إلى أذهانهم، وهي أن كثيرًا من الصحف ظلّت عرضة للتوقف عن الصدور ليس بسبب مدة حضانة الورق للفيروسات وإنما لمصاعب مادية ظلّت تحرق بها منذ سنوات، وهو السبب الذي أوقف صحيفة «الحياة» مطلع هذا الشهر، وأوقف صحيفة «انفيلد برس» الأمريكية في فبراير الماضي بعد مسيرة (140) عامًا، والقائمة تطول حين نعود بالزمن إلى السنوات القليلة الماضية، لنجد صحف عريقة قد توقفت عن الطباعة، مثل «نيوز ويك» الأمريكية و«الإنديبندنت» البريطانية،



NETFLIX

وتقاريرهم، بل تشمل كذلك المذيعين ومعدّي البرامج والأطباء والمتخصصين الذين منحوا ساعات طويلة من التوعية لطمأنة المشاهدين وإرشادهم على مدار الساعة، لتصحيح كل معلومة مغلوطة، وللتعليق على كل مستجد لحظة حدوثه.

عبارات رسخت في ذاكرة الجمهور

لن ينسى متابعو الإعلام العاطفة القوية في عبارة وزير الصحة الكويتي «استحلفكم بالله البقاء في بيوتكم» أو في العبارة التي نقلها عن سمو أمير الكويت الشيخ صباح الأحمد حينما قال له «المواطنين أمانة برقابكم» كما ردد عدد من مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبارة خادم الحرمين الشريفين «سنبذل الغالي والنفيس للمحافظة على صحة الإنسان وسلامته»، ومقولة ولي عهد أبو ظبي الشيخ محمد بن زايد «حين يتعلق الأمر باحتياجات الغذاء والدواء فهذا خط أحمر».

هذه العبارات تمّ تداولها بتقدير عالٍ لمواقف قادة خليجيين رسخت الثقة والطمأنينة في شعوبهم، وقد تمّ عرضها في مقابل مقولات بثّت الرعب في شعوب أوروبا ووردها الإعلام العالمي، كمقولة رئيس الوزراء البريطاني «استعدوا لفراق أحببتكم» وتصريح المستشار الألمانية «ميركل» بشكل علني بأن الوباء قد يصيب ثلثي سكان بلادها، وعلى أية حال فهذا التفاعل من المستخدمين يعكس متابعة وثيقة لوسائل الإعلام ولمستجدات هذه الأزمة ومواقف كل الأطراف منها.

أما العبارات الأخرى، فقد يكون القليلون هم من اتبها لها في سياق بعض التغطيات الإخبارية، ولعل من أبرزها عبارة مراسل قناة الحدث حسين قنبر وهو يتحدث عن خلو شوارع فرنسا من المارة بعد فرض منع التجوال، حينما قال: «إن باريس تختبئ من نفسها»، ووصف حال سكانها بأنهم «أصبحوا رهيني احتماليين لا ثالث لهما، إما الخوف من المرض، أو المرض من الخوف!».

جلسة المنزل تنعش البثّ الترفيهي

إذا كان الفيروس المستجد قد أعاد ترتيب أولويات العالم وأوقف أغلب محرّكاته الإنتاجية، فهو في الوقت ذاته أعاد الاهتمام إلى قطاعات وصناعات كانت حتى وقت قريب ليست بذات الأهمية التي هي عليها اليوم، لا يتعلق الأمر بالمعقمات والكمامات فقط، لكن كذلك لصناعة الترفيه المنزلي ومنصات البثّ الرقمي التي وجدت فجأة أن الجميع قد عاد لمشاهدتها مع زيادة ساعات



الجلوس في البيت بحكم العزل المنزلي، وحتى لو سلمنا بفرضية أن هذا الجمهور مكره، فهذا لا يمنع أن التلفاز أمام فرصة تاريخية ليعود مجددًا كبطل.

منصات مثل «تفليكس» شهدت إقبالاً كبيراً خلال هذه الفترة، كما بادر عدد كبير من المنتجين وصناع المحتوى إلى إنتاج أعمال فنية وثقافية وترفيهية عبر منصات «اليوتيوب» و«البودكاست» وغيرها، ولم يتوقف الأمر هنا، حيث أعلنت مجموعة «إم بي سي» إتاحة منصتها «شاهد VIP» مجاناً لمدة شهر، وهو ما سيمكن المشاهدين من متابعة محتوى حصري يشمل: فيلم «ولد ملكاً»، ومسرحية «الذئب في القليب» من بطولة ناصر القصبي، وغيرها من الأعمال التي كانت تقدم حصراً على المسرح والسينما.

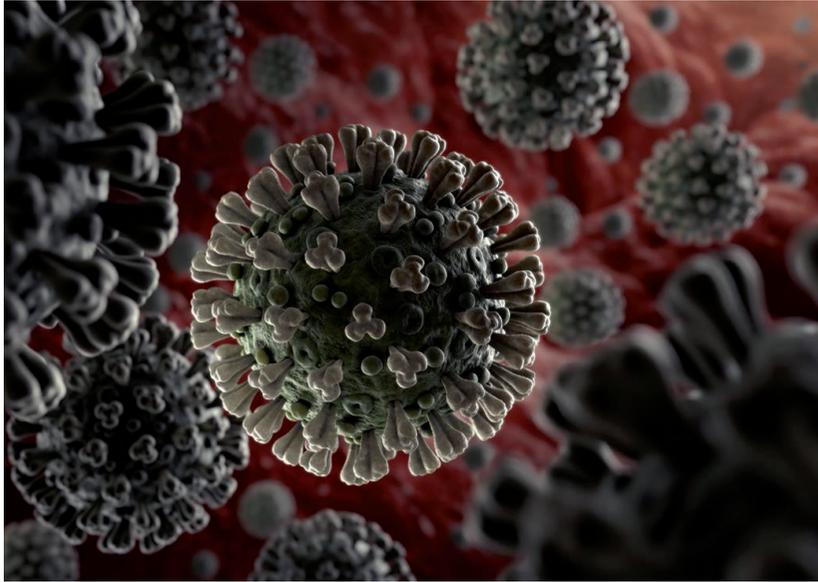
تمرين غير اعتيادي لرواية قصة خبرية

لو تحدث إليك صديق في بداية هذا العام عن أن طائرات العالم ستتوقف عن التحليق، وأن الجامعات والمدارس والوظائف ستتحول جميعها إلى العمل من المنزل، الذي أصبح الخروج منه مخاطرة قد تكلف صاحبها على الأقل عقوبة نظامية، ولو أخبرك كذلك أن العالم سيوقف كل أنشطته التجارية والاقتصادية والاجتماعية، وينتظر ما يحدث في المختبرات البحثية من أي أمل لإنقاذ الملايين الذين قد يفقدون حياتهم بسبب مصافحة، لو أخبرك عن توقف الدوري في بلد تمّ تحويل ملاعبه إلى مستشفيات لتغطية عجز الرعاية الطبية، كما حدث في إسبانيا، فستنتظر حتماً أن يخبرك في نهاية كلامه عن اسم الفيلم الذي يتحدث عنه، وقد لا تخفي عنه اعتقادك بأن الأحداث تبدو أغرب بقليل مما يتوقع الشخص العادي، لكنك لن تحتاج لهذا الحوار، فأنت وصديقك تعلمان اليوم أن هذا هو واقع العالم، وتعلمان كم هي مهمة الإعلام صعبة في أن يروي كل هذه القصة، كما حدثت. أما نحن فسنكتفي عند هذا الحد، حيث ازداد عدد الحالات المصابة بفيروس كورونا خلال كتابة التقرير ليلعب مئات الآلاف من الحالات، ومن الجيد التوقف هنا قبل أن يزداد العدد، نعود الآن إلى حضن الحجر المنزلي وفي أذهاننا عبارة حازم صاغية «اجلسوا في البيت، العالم هو البيت!».

خط إعلامية تفوقت بتعدد اللغات والشفافية واستباق الأحداث

الإدارة الإعلامية الخليجية لأزمة

(كوفيد 19)



|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

انبرت الجهات الرسمية الخليجية المعنية بمتابعة جائحة كورونا الوبائية في دول مجلس التعاون لإدارة الأزمة من الجانب الإعلامي بكل احترافية وشفافية، حيث كان المشهد العالمي معركة حقيقية من الناحية الصحية ومتطلباتها، والتي لن تكتمل وتدار من دون إعلام جاد ومتمكن من التوجيه والتوعية والرصد.

والحسابات المؤثرة في الشبكات الاجتماعية، وكذلك التضييق على أي رسائل قد تترك الجمهور».

وأضاف «بكار» أن ما يميز هذا النجاح هو عدة تحديات أهمها: أن الأزمة عالمية والمعلومات تأتي من كل أنحاء العالم، والموضوع يهم كل شخص، وهو جديد تمامًا، كما أن الإجراءات كثيرة ومتسارعة، وتداخل فيها أجهزة حكومية عديدة؛ فلولا الإدارة الإعلامية المميزة لتسبب ذلك في فوضى غير عادية.

كل هذا سببه نضج مبادرات التعاون الاتصالي بين الأجهزة الحكومية في المملكة، والتي بدأت قبل ثلاث سنوات بالتسارع، حيث جاءت أزمة كورونا لتجسد نجاح هذه المبادرات.

وأشار «بكار» إلى أن أهم مبادرات التعاون الاتصالي في السعودية هي تأسيس مركز التواصل الحكومي التابع لوزارة الإعلام، ومركز الاتصال والإعلام الجديد بوزارة الخارجية، كما أن وزارة الصحة - أيضًا- بذلت جهدًا كبيرًا في تطوير حملات التوعية لديها، حيث تميزت الوزارة بحملاتها، والتي لقيت تجاوبًا لافتًا من الناس، كما أن السعودية وجهت خطابها للمجتمع واستهدفت المقيمين بأكثر من (13) لغة تضمنت أهم مستجدات الوضع الصحي والتدابير المتبعة للوقاية.

وختم «بكار» حديثه عن التجربة السعودية بقوله: «هناك وعي يتزايد لدى وسائل الإعلام والمؤثرين في الشبكات الاجتماعية بأن الإثارة ونشر الرسائل التي تسبب القلق لا تجذب الجمهور بل تغضبه، وكان لهذا أثره الإيجابي عمومًا في انضباط تفاعل مواقع التواصل، كما أن مشاركة القيادة والوزراء بأنفسهم في التغذية الاتصالية

تطلبت أزمة كورونا بكل تداعياتها وتشعب آثارها على كل الأصعدة إعلامًا ووعيًا واستباقياً، كأداة مؤثرة تخدم التوجهات الحكومية والإجراءات الاحترازية والتوعوية التي تقدمها صحياً وأمنياً، بل واقتصادياً، حيث أعلنت بعض دول الخليج العربية عن إجراءاتها الاقتصادية التي تبذلها لتجاوز هذه المرحلة الصعبة في تاريخ المنطقة والعالم، بالإضافة للمتابعة اللحظية لتطورات الأزمة عالمياً ومحلياً، وتقديم المعلومات المهمة التي تخدم كل الجهود المبذولة للوصول بالجميع إلى برِّ الأمان.

مجلة «إذاعة وتلفزيون الخليج» تابعت بدورها تفاعل الجهات الإعلامية في الدول الأعضاء، وما تمّ من خلال الإذاعات والتلفزيونات الخليجية بالتعاون مع الجهات والوزارات المعنية بالأزمة، من رسائل توعوية، وتعدد وسائل ولغات، ومتابعة مستمرة من خلال المؤتمرات الصحفية والبيانات الرسمية الموجهة، وبالتواصل مع عدد من الإعلاميين المختصين كان الرصد التالي:

د. بكار: «مركز التواصل الحكومي في السعودية أثبت نجاحه»

تحدث المتخصص في الإدارة الإعلامية الدكتور عمار بكار عن تجربة المملكة العربية السعودية في إدارة الأزمة إعلامياً وقال: «هناك نجاح حقيقي في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا في السعودية على الرغم من ضخامة التحدي، ونرى النجاح في عدة نقاط هي: سرعة التواصل الإعلامي مما قلل فرص ترويج الشائعات، ووضوح الرسالة الإعلامية، ونشر رسالة موحدة بشكل واسع من خلال وسائل الإعلام



ويتضح ذلك لمن يتابع حساباتها الموثقة المسؤولة عن تقديم المعلومات للجمهور، حيث واصلت تلك الحسابات الليل والنهار لمتابعة مستجدات الأزمة وطمأنة المواطنين وإرشادهم بكل حرص.

الجهوري: «هبة الإعلام الخليجي صنعت وعي المجتمع»

من جانبه أشاد نائب رئيس جمعية الصحفيين بسلطنة عُمان، الصحفي والكاتب سالم الجهوري، بالعمل الإعلامي في دول مجلس التعاون خلال أزمة كورونا، وقال: تجربة دول الخليج خلال هذه الأزمة الصحية تستحق التوقف عندها لاعتبارات عديدة، من أهمها نضج الفكر الإعلامي لدى القيادات الخليجية، والذي تمثل في إيضاح الصورة للمواطن الخليجي وتقديم المعلومات له بدقة، وتجنيد كل الوسائل الإعلامية المقروءة والمرئية والمسموعة إلى جانب منصات التواصل؛ لتقديم وشرح جهود دول الخليج العربية في مواجهة الجائحة العالمية.

وأكد «الجهوري» أن الأداء الإعلامي الخليجي جاء مواكبًا لكل مراحل وصول الفيروس للمنطقة، وقال: «الإعلام الخليجي أفرد الصفحات والمساحات الزمنية في الإذاعة والتلفزيون لتغطية الأحداث ووضع المواطنين والمقيمين في الصورة ناقلاً الإجراءات الحكومية وحزم التوعية في هبة إعلامية صنعت وعيًا أكبر، وأسهمت في تشكيل القناعة لدى المجتمع بأهمية وسلامة الإجراءات الاحترازية المتخذة، مثل غلق المطارات والحدود، خصوصًا أن معظم الحالات المصابة كانت قادمة من دول أخرى مثل إيران والصين وبعض دول أوروبا».

وأضاف «الجهوري» أن المحتوى الإعلامي الذي قدمته وسائل الإعلام الخليجية عزز التدابير الحكومية مثل فرض حظر التجوال ومنع التجمعات، وأسهم في منع تفشي العدوى بشفافية تتطلبها المرحلة من الإعلام الرسمي، خصوصًا أنه لا يقف وحيدًا في المشهد في ظل وجود نوافذ جماهيرية هي مواقع التواصل الاجتماعي، وبادر الإعلام الرسمي ليقطع الطريق على شائعات شبكات التواصل بل وسخرها لإيصال المعلومة الصحيحة بوضوح، وكانت هذه ميزة تحسب للإعلام الرسمي أسهمت في إيصال ونجاح الخطط الوقائية الحكومية.

وختم «الجهوري» حديثه موضحًا أن المجتمع يبقى بحاجة للمتابعة الإعلامية وتكرار المعلومات المهمة؛ لترسيخ الوعي وإبقاء المواطن والمقيم على اطلاع ليقف الجميع صفاً واحداً في مواجهة مثل هذه الأزمة.

بقي القول إن وعي المواطن والتزامه بالتعليمات والإجراءات الاحترازية هي ثمرة الثقة المتبادلة بين القيادات والشعوب، ما منع المزايدين والحاقدين على مكانة ومقدرات دول مجلس التعاون من تحقيق أهدافهم.

نقطة مهمة، ومنها كلمة خادم الحرمين الشريفين، حفظه الله، التي بيّن من خلالها أهمية المرحلة وطمأن المجتمع بأن حكومته تقوم بعملها لصالح الإنسان أولاً، ونجد أن وزير التجارة ووزير الإعلام المكلف كان له مشاركة شخصية في التأكيد على توافر المواد الاستهلاكية الأساسية، ومشاركة وزير الصحة شخصياً برسائل توعوية عديدة على الشبكات الاجتماعية، كما شاركت وزارة الداخلية وأمرء المناطق وغيرهم من ممثلي القطاعات المسؤولة عن الأزمة. وكان من الإيجابي الاعتماد الواضح على الفيديو القصير والإنفوجرافيكس والشبكات الاجتماعية بدلاً من التركيز على المؤتمرات والبيانات الصحفية فقط، وأعتقد أن ما أمكن تحقيقه خلال هذه الأزمة سيستفاد منه في الأزمات والحملات الإعلامية القادمة.

عهديّة أحمد: «البحرين استخدمت (الإعلام الصحي) بتسع لغات»

تحدثت رئيسة مجلس إدارة جمعية الصحفيين البحرينية، عهديّة أحمد عن التجربة الخليجية والبحرينية في التعاطي من الأزمة وقالت: «في دول الخليج العربية تناولت الجهات الرسمية الأزمة بطريقة مهنية وبشفافية مميزة أسهمت في نشر الوعي عبر وسائل الإعلام بكل أنواعها، وهذا دليل على مستوى الاحترافية والتضافر والتكامل الإجرائي بين كل الوزارات والإدارات المرتبطة التي حملت مسؤولية مواجهة جائحة كورونا، مثل وزارات الإعلام والصحة والداخلية في كل دولة».

وعن التجربة البحرينية وما قدمت إعلامياً للمواطنين والمقيمين على أرض مملكة البحرين قالت عهديّة: «أديرت الأزمة في البحرين إعلامياً بتفوق ومتابعة متواصلة، ومن أهم الآليات التي نفذها الإعلام البحريني أنه خاطب كل فئات المجتمع والجاليات المقيمة بتسع لغات؛ ليضمن وصول رسائله للكل، وعمل المسؤولون عن متابعة الأزمة على تفعيل إعلام صحي وإداري موحد ومنظم من خلال التنسيق المشترك بين الجهات المعنية، وأسهم ذلك في عدم إشاعة النعر، وتمت السيطرة على المعلومات المغلوطة التي كان من الممكن أن تزيد من الآثار السلبية للأزمة».

ولفتت «عهديّة» إلى أن التحرك المهم لعدد من الحسابات المؤثرة على مواقع التواصل في البحرين جنب المجتمع البحريني فوضى الشائعات وزاد وعيه، مشيرةً إلى أن الوضع ذاته تم في دول الخليج العربية، حيث أثبتت مواقع التواصل من خلال المؤثرين والمتابعين أن أوطاننا خطوط حمراء وأن استقرارها ومصالحنا العامة فوق كل اعتبار.

وحول استخدام الجهات الرسمية نفسها لمنصات التواصل أكدت «عهديّة» أن الأداء الإعلامي للجهات الرسمية يشهد تطوراً ملحوظاً

عبر «الاتصال المرئي» حرصاً على استمرار العمل الخليجي المشترك اجتماعات طارئة للأمانة العامة ودول مجلس التعاون لمواجهة (كورونا)



|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

المتبعة في المنافذ والإحصاءات المتعلقة بالفيروس، وجاهزية القطاع الصحي، والخطط الإعلامية والتوعوية، وخطط الطوارئ، واتفق الوزراء على عدة إجراءات من أهمها إنشاء غرفة عمليات مشتركة وعقد اجتماع أسبوعي على مستوى وكلاء وزراء الصحة بدول المجلس بهدف تبادل المعلومات والتنسيق المشترك. واتفق الوزراء على أن يتولى مجلس الصحة التنسيق مع وزارات الصحة بدول المجلس لإصدار تقرير يومي عن الحالات المؤكدة ومصدرها، والإجراءات الاحترازية التي يتم اتخاذها. وثنى الوزراء الجهود الجبارة التي يقوم بها منسوبي القطاع الصحي في دول المجلس وإسهاماتهم الملموسة، مشيداً بتعاون المواطنين والجهات الرسمية والأهلية، كما حث الوزراء المواطنين والمقيمين في دول المجلس على تطبيق معايير مكافحة العدوى والالتزام بإجراءات السلامة الوقائية المتبعة، مؤكداً على أهمية تلقي المعلومات من المصادر الرسمية، وعدم الانسياق خلف الشائعات وحسابات التواصل الاجتماعي غير الرسمية.

آثار (كورونا) الاقتصادية على طاولة محافظي «النقد» و«المركزية»

عقد محافظو مؤسسات النقد والبنوك المركزية بدول مجلس التعاون، وبمشاركة معالي الأمين العام لمجلس التعاون في 15 مارس 2020م، اجتماعاً مرئياً لمناقشة الآثار الاقتصادية للجائحة. وتم الاجتماع انطلاقاً من دور مؤسسات النقد والبنوك المركزية بدول المجلس الذي يهدف لتعزيز الاستقرار المالي، ودعم اقتصادات دول المجلس وحماية المستهلكين والشركات، والوقوف مع القطاع الخاص ودعمه؛ لتمكينه من القيام بدوره في تعزيز النمو

حرصت الأمانة العامة لمجلس التعاون على استمرار العمل الخليجي المشترك في ظل الظروف المعقدة التي فرضتها أزمة الجائحة الوبائية (كورونا) (COVID 19) على المنطقة، مؤكدةً على أهمية الحفاظ على مكتسبات المجلس وإنجازات مسيرته التكاملية، لتنفيذ الأمانة خلال شهر مارس 2020م عدداً من الاجتماعات المهمة تعزيراً للتعاون الخليجي في مواجهة الأزمة العالمية، ومتابعة مستجدات آثارها على الجانبين الصحي والاقتصادي خليجياً، والتي تبذل فيهما الأمانة العامة لمجلس التعاون كثير من الجهود باستمرار دائم بالتعاون من الجهات المعنية بدول المجلس.

واتخذت الأمانة تقنية «الاتصال المرئي» وسيلة لتنفيذ (6) اجتماعات طارئة انقسمت بين الشأن الصحي والشأن الاقتصادي، حيث سخرت الأمانة التقنية الاتصالية عن بُعد؛ لمناقشة مستجدات فايروس كورونا وتفعيل حزم الإجراءات المشتركة، وتبادل المعلومات، والخروج بتوصيات تخدم العمل الخليجي المشترك، وتسهم في وضع الحلول الوقائية والخطط الاقتصادية لمواجهة جائحة كورونا.

اجتماع وزراء الصحة بدول المجلس لمتابعة (كورونا)

كانت البداية مواكبة للحدث، ففي 14 مارس 2020م، وبناءً على دعوة معالي الأمين العام لمجلس التعاون، الدكتور نايف الحجرف، حين عُقد اجتماع عبر الاتصال المرئي لوزراء الصحة بدول مجلس التعاون، وبمشاركة مجلس الصحة لدول مجلس التعاون، لمناقشة مستجدات فايروس كورونا والإجراءات المتبعة للحد من انتشاره، والاطلاع على آخر التطورات والمستجدات في الدول الأعضاء. وتمّ خلال الاجتماع شرح عن الوضع في كل دولة شاملاً الإجراءات

وتحقيق الاستدامة المالية، واتخاذ كافة الإجراءات لضمان تدفق السلع والخدمات الأساسية للمواطنين والمقيمين بشكل منتظم، وتفعيل دور الصناديق الوطنية التنموية والاستثمارية لتخفيف الآثار السلبية المتوقعة على كافة القطاعات الاقتصادية في كل دول المجلس.

وأثنى الوزراء خلال الاجتماع على ما تمّ في الدول الأعضاء من مبادرات عاجلة لمساندة القطاع الخاص، خاصة المنشآت الصغيرة والمتوسطة والأنشطة الاقتصادية الأكثر تأثرًا، مساهمة منها في دعم هذه الأنشطة والحد من تأثيرها بالإجراءات الوقائية المتخذة. كما استعرض وزير المالية في المملكة العربية السعودية وزير الاقتصاد والتخطيط المكلف، محمد الجديان، دور المملكة كرئيس لمجموعة العشرين حيال التعامل مع هذه الأزمة وما يقوم به وزراء المالية ومحافظي البنوك المركزية لدول مجموعة العشرين تجاه دعم الاقتصاد العالمي خلال هذه المرحلة.

وفي هذا الصدد أكد وزراء المالية في الدول الأعضاء بأن دول مجلس التعاون سوف تسهم مع دول العالم للحد من المخاطر السلبية لهذا الوباء على الاقتصاد العالمي، باتخاذ كافة التدابير والإجراءات اللازمة لتحقيق واستدامة نمو قوي ومتوازن وشامل.

وكلاء وزارات التجارة الخليجية يتابعون تداعيات كورونا

تابعت الأمانة العامة لمجلس التعاون اجتماعات الاتصال المرئي الطارئة لمناقشة الأثر الاقتصادي لجائحة كورونا، حيث عقد وكلاء وزارات التجارة بدول مجلس التعاون في 26 مارس 2020م، اجتماعهم الذي جاء تفعيلًا لدور وزارات التجارة بدول المجلس في ضمان توافر السلع الأساسية والضرورية للمواطنين والمقيمين، ومتابعة وتقييم المستجدات والإجراءات الاحترازية التي تنفذها دول المجلس.

واستعرض وكلاء وزارات التجارة بالدول الأعضاء خلال الاجتماع التدابير والخطط المعمول بها لضمان تدفق السلع والخدمات الأساسية في الأسواق الخليجية، مؤكدين على ضرورة تنسيق التدابير الاحترازية بين دول المجلس في كافة القطاعات لدعم الانتعاش الاقتصادي وتوحيد الإجراءات، وتسهيل حركة البضائع بين دول المجلس لاسيما البضائع والشحنات المرتبطة بالمواد الاستهلاكية والأساسية والمواد المرتبطة بالنمو الاقتصادي بشكل عام.

كما وجه وزراء التجارة الأمانة العامة بإحاطة لجنة التعاون المالي والاقتصادي بنتائج اجتماعات اللجان الوزارية والفنية التي تعقد لمناقشة التداعيات المالية والاقتصادية للأزمة الوبائية، وكذلك بإعداد تقارير أسبوعية عن الخطوات التي تنفذها الدول الأعضاء للوقاية من المخاطر السلبية لذات الأزمة وتزويد الدول الأعضاء بها.

الدور المحوري لأمانة مجلس التعاون

بهذه الجهود، ولمواجهة كل التحديات، تواصل الأمانة العامة لمجلس التعاون متابعة كل المستجدات في الشأن الخليجي المشترك، خلال هذه الأزمة وفي غيرها من الأوقات، انطلاقًا من دورها المحوري في تعزيز العمل التكاملي، والذي تجنى ثماره في مثل ظروف المرحلة الحالية بتعقيدها المتشعبة لتبرهن على قوة وتماسك ومنعة مجلس التعاون، ووحدة الصف الخليجي بما تمثله الروابط في العلاقات الخاصة والسمات المشتركة التي تصدرها العقيدة الإسلامية، تعاونًا على البر، وثقةً في منجزات الدول الأعضاء ودعم قادتها الأمر الذي جعل المنطقة - بفضل الله - أنموذجًا فريدًا في الاستقرار والنماء والأمن والسلام.

الاقتصادي الحالي في ظل هذه الظروف الاستثنائية، واستنادًا إلى الأدوات المتاحة للسياسة النقدية وأدوات السياسات الاحترازية. واستعرضت خلال الاجتماع الخطوات والتدابير التي قامت بها الدول الأعضاء من خلال مؤسسات النقد والبنوك المركزية لتعزيز الثقة في الاقتصاد وتحسين بيئة الأعمال، ولتخفيف الآثار المالية والاقتصادية لأزمة كورونا المتوقعة على هذا القطاع، التي شملت برامج دعم تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة، وبرامج تأجيل الدفعات، وبرامج تمويل الإقراض، وبرامج لدعم ضمانات التمويل، والتي سوف تسهم بمشيئة الله في دعم الاقتصاد خلال هذه المرحلة، وتحافظ على متانة النظام المالي والنقدي، كما أكد المحافظون على جودة القطاع المصرفي وقدرته على مواجهة التحديات والأزمات، وأنهم يراقبون عن كثب الآثار المحتملة بهدف اتخاذ التدابير المطلوبة، كما وجهوا الأمانة العامة بإعداد تقارير أسبوعية عن الخطوات التي تتخذها دول المجلس وتزويد الدول الأعضاء بها.

الاجتماعان الأسبوعيان الأول والثاني لوكلاء وزارات الصحة الخليجية

امتدادًا لجهود العمل الخليجي المشترك، بمتابعة الأمانة العامة لمجلس التعاون، تمّ تفعيل قرار وزراء الصحة بدول مجلس التعاون، لعقد اجتماع أسبوعي على مستوى وكلاء وزراء الصحة، عبر الاتصال المرئي؛ بهدف تبادل المعلومات والتنسيق والتعاون لمتابعة مستجدات أزمة كورونا، والاطلاع على آخر التطورات في دول المجلس، حيث عقدت لجنة وكلاء وزارات الصحة اجتماعها في 16 مارس 2020م، بمشاركة الأمانة العامة لمجلس التعاون، ومجلس الصحة لدول مجلس التعاون.

وتمّ خلال الاجتماع تحديد آلية عملية للاجتماعات الأسبوعية للجنة، وتحديد المعلومات المطلوب توافرها في التقرير اليومي المشترك وتقديمه صباح كل يوم لكافة دول المجلس، وتبادل الخبرات والتجارب المتميزة في هذا المجال.

وفي 21 مارس 2020م، عُقد عبر الاتصال المرئي الاجتماع الاستثنائي الأسبوعي الثاني لوكلاء وزارات الصحة بدول مجلس التعاون، من أجل استكمال التنسيق والتعاون بين دول المجلس بخصوص جائحة (كورونا)، وتناول الاجتماع التعاون المشترك لتوفير البيانات الخاصة بوضع المرض والإجراءات الاحترازية التي تتبعها كل دولة لمجابهته، وتنسيق جهود التعاون المستقبلية.

اجتماع استثنائي لوزراء المالية لمناقشة الأثر الاقتصادي لكورونا

انطلاقًا من دور وزارات المالية بدول المجلس الذي يهدف لتعزيز الاستقرار المالي، ودعم اقتصادات دول المجلس، دعا معالي الأمين العام لمجلس التعاون، لعقد اجتماع عبر الاتصال المرئي نفذته لجنة التعاون المالي والاقتصادي بالأمانة العامة في 23 مارس 2020م، لمناقشة الآثار المالية والاقتصادية للوباء المستجد؛ بهدف تحفيز الاقتصاد والأنشطة الاقتصادية المتأثرة، والوقوف مع القطاع الخاص ودعمه لتعزيز النمو الاقتصادي في ظل هذه الظروف، ورفع كفاءة الأداء المالي والاقتصادي.

وترأس الاجتماع معالي عبيد الطاير، وزير الدولة للشؤون المالية في دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث استعرض وزراء المالية بدول المجلس خلال الاجتماع التدابير والجهود الاحترازية التي قامت وتقوم بها الدول الأعضاء لضمان توفير المتطلبات المالية اللازمة لتنفيذ الإجراءات الوقائية للتعامل مع تبعات الجائحة، واستهدف الاجتماع تعزيز الثقة في اقتصاديات الدول الأعضاء،

الأمين العام يستهل مهام عمله بلقاء أصحاب الجلالة والسمو قادة ورؤساء دول المجلس

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

استهل معالي الأمين العام لمجلس التعاون، الدكتور نايف فلاح مبارك الحجرف، مهام عمله أميناً عاماً لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، بجولة خليجية أتقى خلالها أصحاب الجلالة والسمو قادة ورؤساء دول مجلس التعاون، وأصحاب السمو والمعالي وزراء خارجية دول المجلس أعضاء المجلس الوزاري، وعدد من كبار المسؤولين، بما يعزز مسيرة العمل الخليجي المشترك، ويعكس منجزات المسيرة المباركة لمجلس التعاون.



خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

ملك المملكة العربية السعودية

"تمنى له التوفيق في تعزيز العمل الخليجي المشترك"

للإذاعة والتلفزيون

صاحب السمو الشيخ محمد بن زايد آل نهيان

ولي عهد أبو ظبي، نائب القائد الأعلى للقوات المسلحة

"تمنى له التوفيق في تعزيز مكانة المجلس وتحقيق تطورات شعب الخليج"



صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة

ملك مملكة البحرين

"هناؤه بثقة القادة وتمنى له التوفيق في تحقيق تطوعات
شعب الخليج"



صاحب الجلالة السلطان هيثم بن طارق

سلطان سلطنة عُمان

"تمنى له التوفيق في تعزيز المسيرة المباركة للمجلس
وخدمة شعب الخليج"



صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني

أمير دولة قطر

"هناؤه بثقة القادة وتمنى له التوفيق في تحقيق المصالح
الخليجية المشتركة"



صاحب السمو الشيخ صباح الأحمد الجابر الصباح

أمير دولة الكويت

"تمنى أن تتكامل جهوده بالنجاح في دعم العمل الخليجي
المشترك"



بحضور سفراء الدول الأعضاء لدى السعودية

الأمانة.. بين أمينين

|| الرياض - الأمانة العامة

نظمت الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية في مقرها بمدينة الرياض يوم 30 يناير 2020م، حفل الاستلام والتسليم بين الأمين العام السابق، الدكتور عبد اللطيف الزباني، والأمين العام المعين، الدكتور نايف الحجرف، بحضور أصحاب المعالي والسعادة سفراء دول مجلس التعاون لدى المملكة العربية السعودية.

وعبر الدكتور عبد اللطيف الزباني عن أسى آيات الشكر والامتنان والعرفان إلى أصحاب الجلالة والسمو قادة دول المجلس، الذين شرفوه بتكليفه بالقيام بمهام الأمين العام لمجلس التعاون، وكانوا خير عون وموجه ومرشد، بتوجيهاتهم السديدة وحكمتهم المعهودة ورؤاهم النيرة.

ووجه الأمين العام السابق للدكتور نايف فلاح الحجرف، الأمين العام المعين لمجلس التعاون، مهنئًا ومباركًا لمعالیه ثقة أصحاب الجلالة والسمو قادة دول المجلس، رعاهم الله، لتوليّه مهام الأمانة العامة اعتبارًا من الأول من شهر فبراير ٢٠٢٠م، داعيًا الله العزيز القدير له بالتوفيق والسداد، وأن يعينه على أداء هذه المسؤولية الكبرى والقيام بواجباتها على أكمل وجه.

معالي الدكتور نايف بن فلاح الحجرف، الأمين العام لمجلس التعاون، قال: «إن ما لمسناه من الحديث مع الدكتور عبد اللطيف الزباني وعدد من منسوبي الأمانة العامة عكس بشكل واضح ما



مرّت به مسيرة مجلس التعاون بقيادة الأمين العام من تقدم وتطور، مشيدًا بالولاء والثقة التي منحت من قبل الأمين العام إلى جميع العاملين أسرة الأمانة العامة».

ورفع الأمين العام المعين أسى آيات الشكر والعرفان إلى أصحاب الجلالة والسمو قادة دول مجلس التعاون على ثقتهم الكبيرة التي أولوها لمعالیه لقيادة الأمانة العامة لمجلس التعاون، سائلًا المولى - عز وجل - أن يكون عند مستوى ثقة القادة، معاهدًا على الاستمرار في هذه المسيرة المباركة، وأن يترجم توجيهاتهم على أرض الواقع بما يعود بالنماء والازدهار على دول وشعوب الخليج العربية كافة.

بعد ختام تدريبات (أمن الخليج العربي 2)

الأمين العام: التكاتف الأمني المشترك يؤكد أن الأمن الخليجي وحدة واحدة قوية

أساسي في الحفاظ على أمن دول المجلس وسلامتها والحفاظ على استقرارها، مشيدًا بمستوى التنسيق والتعاون الأمني القائم بين دول مجلس التعاون والذي بلغ مستوى رفيعًا يعث على الفخر والاعتزاز.

جاء ذلك خلال حضور الأمين العام ختام فعاليات تدريبات التمرين التعبوي المشترك للأجهزة الأمنية الخليجية (أمن الخليج العربي 2) والذي احتضنته مدينة دبي، خلال الفترة من 16 - 20 فبراير 2020م، مثنياً حضور ورعاية صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس دولة الإمارات رئيس مجلس الوزراء وحاكم دبي، وحضور أصحاب السمو والمعالي وزراء الداخلية في دول المجلس لختام التمرين المشترك، والذي شهد سيناريوهات خاصة بالتمرين في منظومة من العمل التكاملية المشترك بروح الفريق الواحد، للإسهام في تحقيق أهداف التمرين، ورفع مستوى الجاهزية والكفاءة للأجهزة الأمنية الخليجية.



أكد معالي الدكتور نايف الحجرف، الأمين العام لمجلس التعاون، أن الأمن الخليجي وحدة واحدة قوية، وأن التعاون المشترك ركن

التقى بهم وأشاد بعطائهم وبصماتهم في قيادة الأمانة العامة الحجرف: الأمناء العامون السابقون حافظوا على أمانة مجلس التعاون قوية متماسكة



أشاد معالي الدكتور نايف الحجرف، الأمين العام لمجلس التعاون، بعطاءات كافة الأمناء العامين السابقين الذين تعاقبوا على تولي مسؤولية الأمانة العامة لمجلس التعاون، وحرصهم على الحفاظ على قوة وتماسك الأمانة العامة للمجلس، مؤكداً على أهمية الحفاظ على كيان مجلس التعاون قوياً متماسكاً، من خلال العمل في إطار أهدافه السامية التي أرساها أصحاب الجلالة والسمو القادة المؤسسون رحمهم الله، ويمضي وفق رؤيتها أصحاب الجلالة والسمو قادة دول مجلس التعاون، حفظهم الله.

جاء ذلك عقب جولة قام بها الأمين العام في شهر مارس 2020م، زار خلالها الأمناء العامين السابقين الذين تولوا مسؤولية الأمانة العامة لمجلس التعاون منذ إعلان تأسيسه في 25 مايو سنة 1981م، حيث استقبله كلٌّ من: معالي عبد الله يعقوب بشارة أول أمين عام للمجلس، ومعالي الشيخ فاهم بن سلطان القاسمي، ومعالي جميل بن إبراهيم الحجيلان، ومعالي عبد الرحمن بن حمد العطية.

وأشار معالي الدكتور الحجرف إلى النجاحات التي حققتها الأمناء العامين السابقين في تطوير منظومة عمل المجلس، والعمل لضمان تحقيق الإنجازات والمكتسبات العديدة، والتي أسهمت في المحافظة على استمرارية العمل الخليجي المشترك، في إطار الاجتماعات الوزارية والفنية وكافة الفعاليات والأعمال المشتركة، مؤكداً الاستمرار في السير بإخلاص على نهجهم والبناء على ما أسسوه طوال أربعة عقود، وهو الإرث الهام الذي جعل لمجلس التعاون موقعاً فاعلاً ومؤثراً وبارزاً على الخارطة الإقليمية والدولية.

من جانبهم تمنى الأمناء العامون السابقون لمعالي الدكتور نايف الحجرف كل التوفيق والسداد في قيادته للأمانة العامة للمجلس في المرحلة القادمة، رافعين له أسمى آيات التبريكات بثقة أصحاب الجلالة والسمو قادة دول مجلس التعاون بتعيينه أميناً عاماً للمجلس، مؤكداً في الوقت نفسه أهمية العمل المشترك في إطار التعاون والتكامل بين الدول الأعضاء، وبما يحقق تطلعات وآمال شعب الخليج.

5

الاجتماع (20) للجنة القوانين التجارية
بدول مجلس التعاون.



27

الاجتماع الثاني لدراسة الجوانب
المتصلة بالتجارة الإلكترونية بدول
مجلس التعاون.



30

الاجتماع الثاني لفريق عمل الإحصاءات
النقدية والمالية بدول مجلس التعاون.



6

ورشة عمل حول "مناقشة دراسات
مشروع سكة حديد دول مجلس
التعاون".



9

الاجتماع (14) لفريق عمل مكافحة
غسل الأموال وتمويل الإرهاب بدول
مجلس التعاون.



10

اجتماع تنسيقي في مجال النقل البري
والموانئ بدول مجلس التعاون.



10

الاجتماع (28) للجنة السوق الخليجية
يبحث: "مشروع "نافذة إلكترونية".



11

الاجتماع (10) للجنة أجهزة حماية النزاهة
ومكافحة الفساد بدول مجلس التعاون.



17

الاجتماع الرابع للجنة الدائمة للأمن
السبيراني بدول مجلس التعاون.



العمل الخليجي المشترك

نشاط مستمر لمستقبل أفضل

يناير 2020م

فبراير 2020م

مارس 2020م



مناقشة آليات تطبيق الدليل الخليجي
للرقابة على الأغذية المستوردة.

3



اجتماع فريق العمليات بالقوات
المسلحة بدول مجلس التعاون.

3



الاجتماع (83) للجنة الإشراف والرقابة
على الجهاز المصرفي بدول مجلس
التعاون.

24



الأمانة العامة تناقش سير تنفيذ
مشاريع المبادرة الخليجية الخضراء للبيئة
والتنمية المستدامة.

20



الأمين العام يزور موقع إكسبو ويشيد
بقدررة الإمارات على استضافة الحدث
الدولي الكبير.

20



اجتماع اللجنة الخليجية الخامس يبحث:
عقد ملتقى خليجي لإبراز الصورة
الحقيقية للإسلام ونبذ الكراهية.

19



وزراء الصحة بدول مجلس يؤكدون اتخاذ
كافة الإجراءات الاحترازية للوقاية من
"كورونا".

19



الاجتماع (٢١) للجنة القوانين التجارية
بمجلس التعاون.

18



اجتماع دراسة واستعراض الفعاليات
المقترحة خلال مشاركة مجلس التعاون
في (إكسبو - دبي 2020م).

18



شؤون دولية

نشاط مستمر لمستقبل أفضل

9

الأمانة العامة لمجلس التعاون تناقش
سُبل التعاون مع جمهورية فرنسا.



14

بحث أوجه التعاون والتنسيق الأمني
بين جهاز الشرطة الخليجية ومنظمة
الإنتربول.



19

بحث العلاقات بين مجلس التعاون
والأمم المتحدة.



22

مناقشة الحوار الإستراتيجي بين مجلس
التعاون وجمهورية كوريا.



22

الأمانة العامة تناقش سُبل التعاون مع
الدنمارك.



22

بحث التعاون المشترك بين مجلس
التعاون ومملكة هولندا.



27

بحث سير العمل في برامج ومبادرات
التعاون بين مجلس التعاون والاتحاد
الأوروبي.



13

الحوار الثالث للتجارة والاستثمار بين
مجلس التعاون والاتحاد الأوروبي.



يناير 2020م

مارس 2020م



بحث التعاون بين مجلس التعاون والمملكة المتحدة في إطار الشراكة الإستراتيجية بين الجانبين.

11



الدكتور الحجرف يؤكد دعم مجلس التعاون لجهود التوصل للسلام في اليمن.

8



اجتماع عمل بين الأمانة العامة لمجلس التعاون ومركز مكافحة الإرهاب التابع للأمم المتحدة.

3



لقاء خليجي أمريكي لبحث فرص التعاون في مجال إدارة حالات الطوارئ والأزمات.

25



الأمين العام يؤكد أهمية التعاون المشترك مع الاتحاد الأوروبي.

24



الأمين العام يوقع مذكرة تفاهم مع وزيرة خارجية النرويج في مجالات السياسة والاقتصاد وتواصل الشعوب.

19



تعزيز الحوار الإستراتيجي والتبادل التجاري والاستثماري بين مجلس التعاون ونيوزلندا.

19



مجلس التعاون والاتحاد الأوروبي يناقشان خطة التحرك في القرن الإفريقي وشمال إفريقيا.

17

فبراير 2020م



بحضور (15) متدرّباً ومتدربة من دول مجلس التعاون جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج ينظم دورة «تحرير الأخبار»

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

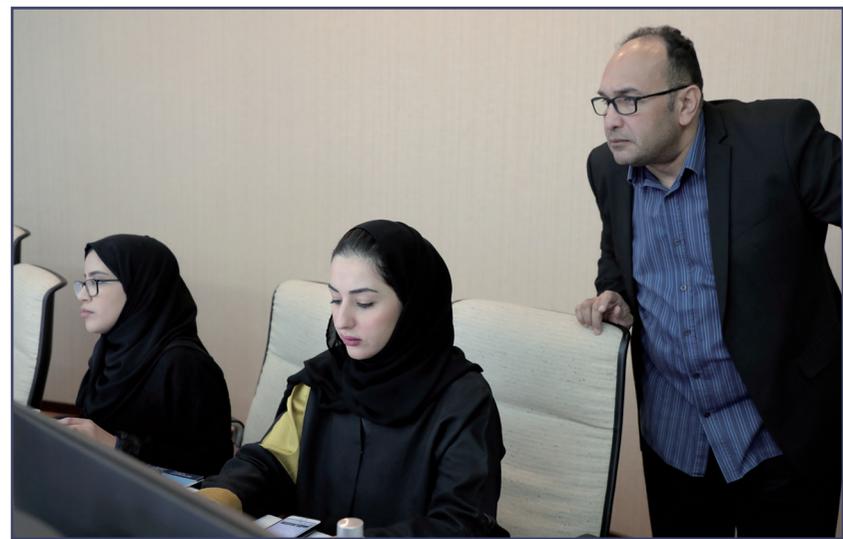
تحرير الأخبار التلفزيونية، حيث قام الخبير الإعلامي علي بو ريشة، من قناة العربية، بتسليط الضوء على عدد من المحاور كان من أبرزها: «ضوابط كتابة وتحرير الخبر التلفزيوني، وخصائص الكتابة للأخبار التلفزيونية والتي يجب أن تتصف بالدقة والوضوح والموضوعية، وكيفية تحرير الخبر لقناة محلية وقناة إقليمية»، كما تضمنت الدورة كيفية صناعة التقارير التلفزيونية، وأشكال التقارير التلفزيونية، وكذلك معايير وضوابط التحرير التلفزيوني.

نظم جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، بالتعاون مع هيئة الإذاعة والتلفزيون في المملكة العربية السعودية، دورة تدريبية بعنوان: «تحرير الأخبار»، خلال الفترة من 12 - 16 يناير 2020م، بحضور (15) متدرّباً ومتدربة من منسوبي الدول الأعضاء في الجهاز والأمانة العامة لمجلس التعاون ومؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك وجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج. وشهد مركز التدريب التابع لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، وعلى مدار خمسة أيام، فعاليات الدورة التدريبية التي تناولت



والكتابة التلفزيونية بشكل عملي من خلال هذا البرنامج. كما قام المتدربون بجولة ميدانية داخل هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، شملت مسرح الهيئة الذي يعود تشييده لأكثر من ثلاثين عامًا، ويستخدم لتصوير برامج المسابقات، وكذلك استوديو قناة الإخبارية، إلى جانب استوديوهات البرامج الرئيسية، واستديو الرياضة، واستوديوهات قناة (SBC)، حيث اطلعوا على الأجهزة والبرامج المستخدمة فيها، واستمعوا لشرح مفصل حول آلية العمل بشكل عام وأساليب صناعة الخبر بشكل خاص. واختتمت الدورة التدريبية باحتفال أقيم في نهاية اليوم التدريبي الخامس بحضور المستشار التنفيذي لجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج فهد الخليف، ومساعد الرئيس للمساندة بهيئة الإذاعة والتلفزيون محمد الهذال، وعدد من المسؤولين، واستلم المتدربون شهادات إتمام الدورة التدريبية، معبرين عن شكرهم وتقديرهم على إقامة مثل هذه الدورات التدريبية المتخصصة لمنسوبي الدول الأعضاء بالجهاز، والتي تسهم في صقل مهاراتهم العملية، واختتم الحفل بالصورة التذكارية.

ومن الجدير بالذكر أن هذه الدورة التدريبية تُعدُّ الـ(38) ضمن برنامج التدريب الإعلامي الذي يقدمه جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج للموظفين، وبلغ عدد المستفيدين من هذا البرنامج (612) متدربًا ومتدربة حتى الآن.



واشتمل برنامج الدورة - أيضًا - على التدريب العملي من خلال برنامج (I news)، حيث قام المتدربون بصياغة الأخبار التلفزيونية وتحريها، بالإضافة إلى صناعة التقارير التلفزيونية وصناعة الفواصل التلفزيونية لتطبيق وتوظيف المحاور النظرية التي تناولتها الدورة فيما يتعلق بقواعد التحرير



بالتعاون مع وزارة الإعلام الكويتية ومشاركة (17) متدرّباً ومتدربة الجهاز ينظم دورة «فن إعداد النص الإذاعي والتلفزيوني والمسرحي»

|| الكويت - إذاعة وتلفزيون الخليج ||

والعملية الحديثة في الإعلام. تناولت الدورة التدريبية «الخبر» وعناصره وأفضل طرق كتابته بمهنية علمية توضح أهم عناصر الخبر، وخطوات صياغته بطريقة صحيحة، مثل الخبر العاجل، والخبر المتضمن للصور، والخبر المقروء بلا صور، وكذلك التقارير المصورة، والتقارير المطولة، والوثائقيات، من خلال تطبيقات عملية نفذها المتدربون. كما تضمنت الدورة تطبيقات لصياغة الأخبار والنصوص البرمجية والمقارنة بين النص الإذاعي والتلفزيوني، حيث اطلع المتدربون على أهم المعايير التي تميز بينهما. وتعرف المتدربون على فوارق النص المسرحي بالمقارنة من النصوص الإخبارية، حيث تجتمع عناصر النص المسرحي في

نظم جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج بالتعاون مع وزارة الإعلام في دولة الكويت دورة تدريبية تحت عنوان: «فن إعداد النص الإذاعي والتلفزيوني والمسرحي»، ونفذت الدورة على مدى خمسة أيام، خلال الفترة من 2-6 فبراير 2020م، بحضور (17) متدرّباً ومتدربة من منسوبي الهيئات الإعلامية الأعضاء، والأمانة العامة لمجلس التعاون، ومؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، وجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج. انطلقت أعمال الدورة بحضور مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجرّي بن مبارك الفحطاني، الذي أوضح أن هذه الدورة التدريبية تأتي ضمن التعاون المشترك بين الجهاز وإذاعات وتلفزيونات الدول الأعضاء بالجهاز لتطوير الإعلاميين، وإكسابهم الخبرات العلمية



العناوين بإشراف المدربة والمستشارة الإعلامية (جيسي المر). وفي نهاية الدورة التدريبية سلم الشيخ فهد المبارك الصباح، الوكيل المساعد لشؤون الإذاعة في دولة الكويت، الشهادات للمتدربين. تجدر الإشارة إلى أن جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج أقام العديد من الدورات التدريبية الإعلامية بالتعاون مع الهيئات الأعضاء بدول مجلس التعاون الخليجي، ويعمل الجهاز على تحديد الاحتياجات التدريبية التي تواكب التطورات الإعلامية العالمية، ويستقطب الجهاز مدربين مختصون لتقديم دوراته التدريبية، وتعدُّ هذه الدورة (39) ضمن برنامج التدريب الذي يقدمه الجهاز، وقد بلغ عدد المستفيدين من البرنامج (629) متدرباً ومتدربة.

العثور على قصة مهمة أو تطويرها لتحاكي المشاهد، وذلك عبر رسم شخصيات لها سمات وملامح مقنعة تحرك وجدان المشاهد، من خلال الدراما أو الخيال العلمي أو السيناريو الموسيقي، وتعرف المتدربون على أهم الخطوات للخروج بسيناريو مسرحي محترف.

وكان للجانب التطبيقي وقته ضمن الجدول الزمني للدورة، حيث ركز التدريب على إنتاج نماذج تطبيقية على كل أنواع النصوص التي تعمق المتدربون في فهم فوارقها وخصائصها وطرق صياغتها، حيث تضمنت الحقبة التدريبية إعداد نماذج عملية تتيح لكل متدرب ومتدربة الكتابة والمراجعة وإعادة الصياغة واختيار

المنتدى الدولي للاتصال الحكومي

النسخة التاسعة

09 ورش عمل

16 دولة مشاركة

64 مشارك في المنتدى

20 منصة متخصصة

888 الاتصال عبر الثقافة

الرفاه الفردي والمجتمعي

التكنولوجيا كتمكين للمجتمعات

ترسيخ ثقافة التفاعل في الحكومة

5-4 مارس مركز إكسبو الشارقة

المنتدى الدولي للاتصال الحكومي
INT. GOVERNMENT COMMUNICATION FORUM 2020

10 خطابات ملهمة

15 جلسة حوارية

03 جلسات مصغرة

أوصى بالاستثمار في الشباب ودعا الإعلام لتعزيز الإيجابيات (المنتدى الدولي للاتصال الحكومي 2020م) يستشرف المستقبل

|| الشارقة - إذاعة وتلفزيون الخليج

عقد المنتدى الدولي للاتصال الحكومي دورته التاسعة، في دولة الإمارات العربية المتحدة بإمارة الشارقة، تحت رعاية سمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي، عضو المجلس الأعلى لدولة الإمارات حاكم الشارقة، خلال يومي الرابع والخامس من مارس ٢٠٢٠م، بتنظيم المركز الدولي للاتصال الحكومي التابع للمكتب الإعلامي لحكومة الشارقة.



ونحن في العام 2020م، وبعد مرور (10) سنوات على ذلك الإصدار نجد أن ما حصده الشارقة ثقافياً خلال هذه الفترة فاق ما تمَّ حصاده في الثلاثين سنة الأولى»، مؤكداً أن التواصل الحكومي تطور في الشارقة بذات الصورة التي تطور فيها عطاؤها الثقافي.

من الشعار الواحد إلى المحاور المتعددة

قال رئيس مجلس الشارقة للإعلام، الشيخ سلطان بن أحمد القاسمي، إن المنتدى خرج بطرح جديد لينتقل من صيغة الشعار

وأوضح الشيخ سلطان بأن التواصل الحكومي تواصل له منفعة عامة، تقوم به المجموعات المواطنة، والإدارات والهيئات العمومية، ويهدف إلى خدمة العموم وتعريفهم بمختلف المستجدات من خدمات حكومية وغيرها، وإشراكهم في حوار التنمية، وتوجيههم لأفضل الممارسات الصحية والتعليمية والأمنية.

وسرد الشيخ سلطان في كلمته شواهد من عطاء الشارقة الثقافي الذي امتدَّ لما يربو على (40) عاماً، مشيراً إلى إصداره المعنون: «حصان السنين»، الصادر سنة 2010م، وقال: «كيف أتأ اليوم

للثقافات» و«معادلة البقاء» و«المسافة الفاصلة بين رؤية الاتصال وأدواته الأساسية»، و«الاتصال المعزز بتقنيات الغد: هل من مكان للإنسان؟»، و«الاتصال في عصر البلوك تشين»، و«الصحافة والذكاء الاصطناعي»، و«سر تأثير الشاشة في الرأي العام»، و«الثقافة العربية في سباق الاتصال الثقافي العالمي»، إلى جانب جلستي عصاف ذهني: الأولى بعنوان: «الاستثمار في التواصل الثقافي»، والثانية بعنوان: «حلول من أجل الرفاهية».

التوصيات الختامية تستشر المستقبل

أوصى المنتدى في ختام فعالياته، بـ(19) توصية تهدف إلى تعزيز أثر الاتصال في النهوض بواقع المجتمعات وتفعيل دوره في القضايا المحلية والدولية، حيث وجهت التوصيات بضرورة إدخال قضايا اللاجئين والنازحين ضمن برامج التواصل الحكومي، كما أوصى باستحداث فئة جديدة لجائزة الشارقة للاتصال الحكومي متخصصة بالتواصل العمومي لتكريم مبدعيه المتميزين، وفئة أخرى لأفضل سيناريو استشرافي لمستقبل الاتصال الحكومي، يتعلق بتقديم تصورات حول أهم أدوات وساحات الاتصال في المستقبل القريب. وشملت التوصيات الدعوة إلى الدمج بين نظم التواصل الحديثة، ورؤية عالمية متصالحة مع الذات ومع الآخر، وتوثيق مسيرة الاتصال الحكومي في المجال الثقافي على المستوى المحلي والإقليمي والدولي لإمارة الشارقة، وتبني نظم تعليم رقمية متطورة وتوجيهها نحو الإبداع والابتكار.

دعوة الإعلام للتعريف بمشركات الشعوب

كما دعت التوصيات الحكومات وصناع الإعلام إلى توحيد جهودهم الرامية لتعريف الشعوب بالثقافات المختلفة في جميع أنحاء العالم، والتركيز على مكونات الثقافة المشتركة، وأن تعمل كل مؤسسة على استحداث مؤشرات قياس لتعرف مدى تأثير عملية الاتصال التي تمارسها على تعزيز الممارسات الإيجابية لدى الجمهور والارتقاء بجودة حياتهم، وإدخال الاتصال الحكومي في منظومة حوكمة المؤسسات واستحداث جملة من المعايير لضمان تطبيق الحوكمة في الاتصال.

تاريخ المنتدى في سطور

يُعدُّ المنتدى الدولي للاتصال الحكومي إحدى المبادرات التي ينظمها المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة بشكل سنوي، حيث انطلقت أعمال دورته الأولى سنة 2012م، ويُعدُّ المنتدى التجمع الأكبر في المنطقة لمناقشة أفضل الممارسات العالمية في الاتصال الحكومي، ويحرص على ضرورة بلورة منصة موثوقة للتداول ومناقشة أفضل الأساليب المتبعة في الاتصال الحكومي في العالم، وذلك للارتقاء بالأداء الحكومي وأساليب الاتصال بين الحكومات والجمهور.

ويسعى المنتدى إلى بناء منظومة فكرية جديدة في هذا المجال بما يفيد المؤسسات الحكومية والعاملين في قطاع الاتصال، ليس في دولة الإمارات العربية المتحدة والمنطقة العربية فحسب، وإنما في العالم أجمع.

المنتدى في أرقام

- عدد الدورات (9) دورات منذ 2012م - 2020م.
- عدد الحاضرين (23273) حاضرًا خلال الدورات السابقة للمنتدى.
- عدد المتحدثين (303) متحدثين خلال الدورات السابقة للمنتدى.
- عدد التغطيات (10734) تغطية إعلامية خلال الدورات السابقة للمنتدى.



الواحد إلى محاور متعددة، وهي ترسيخ ثقافة التفاعل في الحكومة، والتكنولوجيا ودورها في تمكين المجتمعات، والاتصال عبر الثقافة، والرفاه الفردي والمجتمعي، مشيرًا إلى أن هذه المحاور تمثل الخصائص والثقافة والفلسفة التي تتطلب من فرق الاتصال، الاستدلال بها لتطوير المهارات.

ولفت الشيخ سلطان بن أحمد إلى أن محور الشباب من أهم المحاور التي يركز عليها المنتدى، إذ من الضروري أن يتعرف جيل الشباب على أفضل الطرق في الاتصال الحكومي وأن يطبقوها. من جانبه أشار مدير المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة، طارق سعيد علاي، إلى أن المنتدى قدم برامج ومنصات، نظمها لأول مرة، مؤكِّدًا أن الهدف منها هو ابتكار المحتوى وعمق البحث والقدرة على التأثير في آليات تعامل المؤسسات والحكومات مع واقع الاتصال.

وقال علاي: «إن المنتدى يجسد تجربة إمارة الشارقة في الاتصال الحكومي ويسعى إلى استكمال مشروعها المعرفي، والثقافي، كون الثقافة جوهر العمل، ودور الثقافة يتمثل في تعزيز الوعي بأهمية العمل كمرتكز رئيس لتطوير القطاع وبناء فكره، في الوقت الذي نؤكد فيه على دور الاتصال في تحرير طاقات العقول، لهذا حرصنا من خلال هذه الدورة على الوصول لصيغة مشتركة للتفاهم الثقافي في العالم وتكامل الطاقات لبناء المجتمعات وتطويرها».

وشارك في المنتدى (64) شخصية من كبار المسؤولين الحكوميين، ونخبة من المفكرين العرب والخبراء يمثلون (16) دولة عربية وأجنبية، في حوار مفتوح امتد على (15) جلسة حوارية تفاعلية، و(10) خطابات ملهمة، وصاحبها (9) ورش عمل، و(3) جلسات عصاف ذهني، قدمت من خلال (20) منصة تفاعلية، فضلاً عن حزمة من المبادرات الجديدة التي تضمنت «برنامج اتصال»، و«حديث الاتصال الحكومي»، و«سينما المؤثرين»، واستضافة استديو «الخط المباشر»، إلى جانب تنظيم استديو بعنوان: «استديو حر عقلك».

تنوع الفعاليات استهدف الشباب

تضمنت فعاليات المنتدى تنظيم «ملتقى الشباب»، ومنصة «ابتكارات»، ومنصة «القلب الكبير»، ومنصة «الشارقة العاصمة العالمية للكتاب»، إلى جانب منصة «باحثون» التي أطلقت الدورة السابقة.

ومن أبرز الجلسات الحوارية التي شهدتها المنتدى: «الاتصال العابر



توسعت لتصبح عالمية في فروع مختلفة إعلان الفائزين بجوائز الشارقة لـ «الاتصال الحكومي 2020م»

|| الشارقة - إذاعة وتلفزيون الخليج

كرم المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة، الفائزين بالدورة السابعة من جائزة الشارقة للاتصال الحكومي 2020م بجميع فئاتها، بحضور سمو الشيخ عبد الله بن سالم بن سلطان القاسمي، نائب حاكم الشارقة، وذلك يوم الخامس من مارس 2020م، في مركز «إكسبو الشارقة»، وبتنظيم منالمركز الدولي للاتصال الحكومي بالإمارة.

الدورة وقال: «فتحت الجائزة منذ انطلاق دورتها الأولى في سنة 2012م، مجالات جديدة أمام الاتصال الحكومي من خلال النماذج التي قدمها المشاركون ضمن فئاتها، لترسي معايير مهنية مبتكرة أسهمت في دعم آليات التواصل بين الجماهير وحكوماتها على المستويين المحلي والإقليمي.

وأضاف «الريامي»: العدد الكبير من المشاركات الذي سجلته هذه الدورة من الجائزة والبالغ (793) ملفًا، يوازي عدد المشاركات في دورات الجائزة الست الماضية، فضلاً عن نوعية المؤسسات والشركات والأفراد المرشحين للفوز، ما يؤكد أن الجائزة باتت محركاً للتفكير الإبداعي في قطاع الاتصال الحكومي، كما أن تحقيق الجائزة لعدد غير مسبوق من الملفات المشاركة من دولة الإمارات العربية المتحدة والتي وصلت إلى أكثر من (700) ملف يحسب للمكانة التي حققتها .

بعد ذلك تمّ الإعلان عن الفائزين بالجائزة لهذه الدورة وتكريمهم من قبل سمو نائب حاكم الشارقة، وكانت النتائج كالتالي:

بدأ الحفل بكلمة للشيخ سلطان بن أحمد القاسمي، رئيس مجلس الشارقة للإعلام، أكد فيها أن جائزة الشارقة للاتصال الحكومي تُعدُّ واحدة من حزمة مبادرات يتبناها المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة ويسعى من خلالها إلى بناء منظومة متكاملة في فكر الاتصال الحكومي، موضحاً أن الجائزة تنطلق من ركيزة الاتصال الفعال والمباشر والعمل الجاد وتحفيز الإبداع، وزيادة الإنجاز وبناء الكفاءات القادرة على تطوير المنافسة الإيجابية سعياً إلى إيجاد اتصالاً حكومياً أكثر فعالية وأقوى أداء.

وقال الشيخ سلطان: «إن الجائزة توسعت هذا العام لتشمل العالم كله بعد أن انتقلت أهدافنا من إطارها الخليجي إلى العربي والدولي، وضمت فئات جديدة جاءت نتاج عطاء وكفاءة وأداء ومهنية عالية من الجميع ما انعكس على منظومة التطوير بمعناها الشامل، حيث تكشف الجائزة عن نخبة عالمية جديدة من صنّاع الإبداع والاتصال الفعال، ممن حولوا فكر الاتصال الحكومي إلى منجز وعمل رسموا من خلالها خريطة واضحة لمستقبل مجتمعات تخطو نحو التميّز». وأعلن سامي الريامي، عضو لجنة تكريم الجائزة، بيان الجائزة لهذه



**فئة أفضل حملة اتصال
حكومي- عالمي**
الفائز: (- Chat crecer
(Argentina).



**فئة أفضل الممارسات
في الاتصال الحكومي**
- إمارة الشارقة
الفائز: مكتب الشارقة
العاصمة العالمية للكتاب
لسنة 2019م.



**فئة أفضل مبادرة
للتعامل مع الأخبار
المفبركة - عالمي**
الفائز: مبادرة لا للإشاعات-
المملكة العربية السعودية.



**فئة أفضل إدارة
للاتصال خلال الأزمات
على مستوى دولة
الإمارات العربية المتحدة**
الفائز: وزارة المالية بدولة
الإمارات.



**فئة أفضل شخصية
مؤثرة عبر التواصل
الاجتماعي- دولة
الإمارات العربية المتحدة**
الفائز: راشد الرميثي.



**فئة أفضل منظومة
تدعم موظف اتصال
حكومي - دولة الإمارات
العربية المتحدة**
الفائز: برنامج الشيخ زايد
للإسكان.



**فئة أفضل فكرة لزيادة
إشراك أجيال المستقبل
(التأثير)-عالمي**
الفائز: مبادرة «بصمة
شبابية» .



**فئة أفضل برنامج
إعلامي أحدث فارقًا -
المنطقة العربية**
الفائز: برنامج (login) لهيئة
تنظيم الاتصالات.



**فئة أنجح شراكة للتواصل
المجتمعي - عالمي**
الفائز: مؤسسة محمد بن
سلمان الخيرية «مسك
الخيرية».



**فئة أفضل اتصال
حكومي عبر وسائل
التواصل الاجتماعي -
المنطقة العربية**
الفائز: وزارة العدل في
المملكة العربية السعودية.

عرض البيانات) على مستوى العالم، وعالمياً كذلك حقق المصور لورنس جاكسون جائزة أفضل صورة إعلامية للاتصال الحكومي بصورة للرئيس السابق للولايات المتحدة (أوباما)، وفي المبادرات الشبابية فازت الحملة الإعلانية «ياسر يحب الجامعة» بجائزة فئة أفضل مبادرة للشباب في الاتصال الحكومي على مستوى العالم العربي

كما تم تتويج حملة هيئة كهرباء ومياه الشارقة كأحد الحملات المؤثرة في المجتمع عن فئة أفضل حملة جرت ضمن فئة «صوت المجتمع» الخاصة في دولة الإمارات، وفي فئة أفضل منسق للاتصال الحكومي في دولة الإمارات حصد الجائزة النقيب أحمد الحمادي من القيادة العامة لشرطة الشارقة، وحصدت مؤسسة (INDIA WRIS) الجائزة عن فئة أفضل استخدام للبيانات (وفن



شبكات التواصل الاجتماعي... هل أحرقت (أخبار) وسائل الإعلام التقليدية؟!

|| د. محمد بن عبد العزيز الحيزان

الموضوعية؛ هي إحدى ركائز القيم الإعلامية الرئيسة المهمة، ربما كانت غائبة أو في الغالب مغيبة لسبب أو لآخر، في ميدان معظم النقاشات والحوارات الدائرة والمستمرة حول أثر ما سُمِّي بالإعلام الجديد في الإعلام التقليدي، ذلك أن التعميم في الطرح والخلل في الاستنتاج هو ما يشكل السِّمة السائدة لدى غالبية من تصدوا للظاهرة الوليدة، المتنامية في أشكالها وأعداد مستخدمي أدواتها بقدر اتساع دوائر الموجات «الكهرومغناطيسية» ذات البث القوي، ولعل ما عزز من ذلك التعميم اختلاط الأوراق التي أحدثها دخول أطراف عديدة لحقل الاتصال والإعلام، خاصة بعد تكاثر انتشار أدوات التواصل الإعلامية وغير الإعلامية عبر الإنترنت، وذلك بعد أن كان الحقل ذات يوم شبه محصور في المجتمع الإعلامي بشقيه الأكاديمي والمهني.





مفترق الطرق

مهمًا، كي توضع الأمور في نصابها، التنبه إلى أن هناك جملة من القواعد التي يجب أن تكون حاضرة لتقييم النشاط الإعلامي وتطويره، من ذلك أن الوسيلة الإعلامية الفاعلة يجب أن تستمر سبيل تطويرها وفقًا لدرجة تفاعل الجمهور معها، وأن أكثرها وصولاً وتأثيرًا تلك التي تراعي مقتضى حال المتلقين، ليس فقط من حيث لغة التخاطب معهم؛ بل والأهم من حيث توافر الوسيلة المناسبة لديهم، مما يعني أهمية استخدام كافة الأدوات التي تعين على الوصول إلى كافة فئاته، وهو ما يستدعي تعرّف سلوكيات الجمهور من حيث مدى متابعته، ودرجة تعرضه، واتجاهاته نحوها، فالاعتقاد مثلاً أن الجميع يمتلك وسيلة تواصل اجتماعي هو حكم غير موضوعي، مما يعني أن الوصول إلى الجميع لا يمكن أن يتحقق ما لم يتم استخدام كافة الوسائل.

مجالات تفوق الإعلام التقليدي

على الرغم من مزاحمة وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة للإعلام التقليدي في كثير من مقومات انتشاره؛ بل وعلى الرغم من أن تلك الوسائل الرقمية حملت معها مزايا مهمة، وتفوقت على التقليدية في بعض منها، إلا أن هذه الأخيرة – ولحسن حظها – استأثرت بجملة من الموصفات القادرة على تمكينها من البقاء سيدة للموقف في ميدان الإعلام، متى ما استفادت من مزايا الرقمية التي ستأتي لاحقًا، من تلك السمات أو القيم والمجالات التي تكاد تنفرد بها:

1 - المصداقية؛ وتمثل هذه القيمة وحدها من دون منازع ورقة الرهان الرباحة التي تمتلكها وسائل الإعلام التقليدية وتشكل سلاحها الحاسم إن هي أحسنت تطوير ذاتها لكسب ثقة الجمهور بالمواد الإخبارية التي تنشرها والتفوق على غيرها من المصادر؛ ذلك أن الرصين منها عُرف بحرصه الشديد والحازم على صحة معلوماته، لقناعته التامة بأن الالتزام بها، هو سبيله القوي في تعزيز صورته الذهنية، ولعل مما قوّى هذا البعد خضوع معظم تلك الوسائل لفترة طويلة من الزمن للأنظمة والتشريعات التي تسنها الجهات المعنية، ونجاح كثير منها في تشكيل الولاء لدى جماهيرها، الذين نشأت بينهم وبينها صلة وطيدة، كان من مظاهرها معرفتهم

كان من نتائج التعميم في الحكم، أن تحولت مشاركته وبعض أهدافه في أحيين كثيرة، وتحديدًا فيما يتعلق بتخصص الإعلام إلى مزاحمة غير مهنية، عكرت أدهاء؛ وأدت إلى شقّ صف الإعلام إلى صفيين وفقًا للفئتين المختلفين شكلاً على الرغم من اتحادهما وظيفيًا: التقليدي والرقمي، ساعد على ذلك: وجود تيار إعلامي قديم محافظ تهاون مع التحول لجهله أو لفوقيته حينئذ، وآخر حديثي بالغ في التباهي بالجديد لحماسته أو لتشفيه من التيار الأول. وفي خضم هذا التراسق بالرأي والتعصب له، تناسى الطرفان قاعدة أولية تقرر أن تطور التخصصات والنجاح فيها، إنما يتأتى من تراكمات تأسيسية تضيف لبعضها البعض، وأنه لا يمكن لأية نشاط أن ينمو كما يجب عبر إعادة اختراع العجلة، الأمر الذي أدى – حتى الآن – إلى وجود إعلام هجين غير مكتمل النمو، خسر معه الجميع، بخاصة الحكومات والإعلام الوطني، بل وحتى الرأي العام نفسه، الشكل المنتظر للإعلام المتكامل، أو ما يمكن أن نطلق عليه مؤقتًا: الإعلام المطور.

لعل من المفارقات أن كلا الإعلامين تجمعهما قواسم مشتركة من أهمها الأهداف والمهام، مما لا يمكن الاستغناء عنه، أو العبث بمكوناته، أما على مستوى التفاصيل، فإن من أبرز القواسم المحورية حقيقة مفادها أن الخبر هو الشكل الإعلامي الرئيس، إذ يمثل الأصل والنواة التي نمت وتفرع منها نشاط الإعلام نفسه؛ فقد شكلت مضامينه منذ بدء الخليقة ولا تزال حاجة إنسانية ملحة تقوم على الرغبة في تعرّف الأحداث والمستجدات، وربما يدعم ذلك السؤال التقليدي والعفوي المتكرر بصورة شبه يومية باستخدام العبارة الدارجة «وش الأخبار؟!»، وبالتالي فإن الخبر، بقيمته وأهميته، يظل المقوم الأساسي لتطور الإعلام ووسائله، وأن قيمته التي تشير إليها هي التي قادت إلى انبثاق الأشكال الإعلامية الأخرى كالتحقيق، والتقرير، والقصة الخبرية، والصورة الخبرية، بل وحتى المقال؛ فهي وإن تنوعت في ظاهرها إلا أنها في حقيقتها تنشأ من الخبر وتنمو تبعًا لأحداثه. فوق هذا وذلك، وبعيدًا عن الانطباعات والاجتهادات الفردية، بات



وسائل. 4 - نشاط مؤسساتي مستدام؛ فمخرجات الوسائل الإعلامية هي محصلة عمل جماعي منظم ومستمر، ومنضبط يخضع للتقييم والتطوير، وإن كانت وتيرته لا تتواكب مع العصر الجديد، يساندها في ذلك وفرة الإمكانيات المادية، التي تمكنها من توفير الاحتياجات الضرورية لأداء مهامها المهنية على أكمل وجه، وعلى الرغم من أهمية هذه الخاصية إلا أن بعض الوسائل الإعلامية لم تستفد بالشكل المطلوب منها لمواجهة المرحلة العنصرية التي مرّت بها بعد التحول السريع إلى الوسائل الرقمية. ويدخل في هذه الخاصية امتلاك تلك المؤسسات في معظم الأحوال للقوى البشرية المتمكنة مهارياً وممارسة من العمل الإعلامي، فالحركة الدؤوبة للعديد منها في ميدان الإعلام كان ولا يزال قوامها أفراداً مهنيين اكتسبوا الخبرة والدربة اللازمة لتسيير الوسيلة بشكل منافس، كما أن انتشار مكاتب ومراسلي هذه الوسائل في أماكن عديدة شكل قيمة مضافة كان يمكن الاستفادة منهم في الرصد والنشر الإخباري بشكل جاذب، لو استطاعت الوسائل التقليدية مواكبة التغيرات وأحسن استثمار مقدراتها البشرية والمادية.

مجالات تفوق شبكات التواصل الاجتماعي

أدت شبكات التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى إلى فتح منصات متنوعة لأفراد المجتمع ومكنتهم من التواصل ببعضهم البعض، وهيأت هذه الخاصية للمؤسسات بمختلف أنواعها فرصة ذهبية لبناء جسور تواصل بينها وبين جماهيرها المتنوعة، مستفيدة في ذلك من خواص الفضاء الرقمي الذي أحدث تغييراً مذهلاً وهائلاً في كافة القطاعات من دون استثناء، وقادت إلى التعريف بصناعات جديدة، وانهارت أخرى.

وفي الوقت الذي وجدت فيه وسائل الإعلام التقليدية في هذه الشبكات قنوات سريعة لإيصال موادها لجماهير عريضة جداً فاقت

بالشخصيات التي تديرها وتعمل بها؛ بل وبمقارها، بخلاف وسائل الاتصال الجديدة التي يعمل كثير منها في عالم افتراضي، ويختفي بعضها خلف أسماء رمزية أو وهمية. ولأهمية المصداقية كقيمة إعلامية تتفوق بها الوسائل التقليدية، ظلت تشكل مرجعية للجماهير للتحقق من صحة الأخبار، تبقى مهيمنة إلى الآن في هذا القطاع في أثناء نشوء الأزمات، إذ لا يمكن أن تعول العامة على مواد أفراد تتضارب آراؤهم من دون قرائن يعتد بها.

2 - الدقة والتحقق من المعلومات؛ فهذه الوسائل التي اشتهرت بتواجد ما اصطلاح عليه الباحثون في مجال التخصص مسمى «حارس البوابة»، اتسمت بكونها صمام أمان لمحاربة الشائعات والأخبار المغلوطة، حتى وإن اعتبر البعض أن وجود هذه السمة «مثلية» تعاب بها، لكونها تشكل في بعض أحوالها قيلاً مؤلماً لحرية الصحافة، إلا أن الجهد المكثف الذي يبذله الإعلاميون العاملون فيها، بما في ذلك كتّاب الصحف البارزون، في البحث والتمحيص للتأكد من صحة معلوماتهم قبل نشرها يُعدّ «منقبة» يثمنها العارفون بخطورة المعلومات الزائفة وأثرها المدمر في المجتمعات، ويأتي اجتهاد الوسائل التقليدية ومنسوبيها في تنقيتها انطلاقاً من قناعات أكيدة بأن التقصير في الالتزام بذلك حري بأن ينعكس سلباً على أدائهم، بل وعلى مستقبلها ومستقبلهم.

3 - العمق في الطرح وشمولية التناول؛ وهي ميزة تظهر بشكل جلي - على سبيل المثال لا الحصر - في التحليلات المتنوعة والجادة التي تحتويها أشكال موادها، والتي تستعين في كثير منها بالخبراء وأهل الاختصاص لتسليط الضوء من زوايا مختلفة على الأحداث، وهي القيمة التي تمكن مستخدميها من رؤية الصورة بتفاصيل أكثر، مما يؤكد حرص هذه الوسائل على تجنب النظرة الفاصرة للأحداث والحكم الجائر على أطرافها، وبالتالي فإن أخبار هذه الوسائل تبقى محتفظة بخاصية تقديم مادة متكاملة نسبياً مقارنة بما استجد من

وكذلك حجم المساحة الشاسعة التي تهيئها للمبدعين في الابتكار، وبقدر ما تعدُّ هذه الخاصية ميزة إلا أنها تحولت في شقٍّ منها إلى مهدد للأدوات والتطبيقات التي يتم التعريف بها من وقت لآخر؛ إذ إن ديناميكية النشاط والابتكار المتجدد في عالم تقنية الاتصال أدى إلى أن تتقدم بعض المبتكرات الجديدة في وقت وجيز خصوصاً في ظلِّ تسابق العالم نحو عمق الثورة الصناعية الكبرى الذي يهدف إلى أتمتة كافة الخدمات وتمكين الآلات من توفيرها، والتحكم فيها. 4- اتساع رقعة حرية التعبير؛ وهي ظاهرة تفسى استخدامها مع بداية النشر الرقمي الذي كان - لغياب كثير من التشريعات والقوانين الضابطة - مفتوحاً على مصراعيه، وتجاوز ذلك الاستخدام في بعض أشكاله الأخلاقيات والقيم المتعارف عليها، الأمر الذي دعا عددًا من الدول بما في ذلك التي تغت بالحرية إلى تهديد شركات المعلومات العملاقة بعقوبات جسيمة في حال سمحت عبر مساحات النشر لديها وتطبيقاتها ببث أية مواد عنصرية أو تحث على الكراهية، وذلك حين أدركت بشكل ملموس خطورته على الأمن والاستقرار، عبر استغلال المنظمات الإرهابية المروع لوسائل وتطبيقات تلك الشركات وقنواتها الرقمية.

إعادة تقييم

يستفاد مما سبق في ضوء السمات الإيجابية التي أتاحها الفضاء الرقمي الجديد أهمية قيام المؤسسات بشكل عام والإعلامية بشكل خاص، في ظلِّ حاجتها الملحة للوجه الاتصالي الجديد إلى إعادة هيكلتها إداريًا، ومهنيًا، أن تضيف إلى مهامها الجديدة جهازًا متخصصًا في مواكبة التقنيات الرقمية؛ بحيث تصبح العمود الفقري لعملها، والعين اليقظة لمراقبة متغيرات التقنية وسوقها أولاً بأول، وفوق هذا وذاك ينتظر من هذا الجهاز أن يغذي تفاصيل مكونات بقية الأجهزة إما تعليماً أو تدريباً على كيفية التعامل مع كل جديد، أو على أقل تقدير تثقيفاً للكوادر البشرية بالصورة التي تضمن فهمه لما له علاقة بوظائفه، وتقضي على أميته الرقمية التي تعدُّ واحدة من مهددات الأنشطة المهمة بأنواعها.

والوسائل الإعلامية، إن استثمرت الوفرة الهائلة للمعلومات في العصر الرقمي، في ظل انتشار قواعد البيانات والمعلومات الضخمة وتقنيات الربط المباشر مع مراكز البحوث والجامعات والمعاهد المتخصصة، فإنها ستكسب قيمة مضافة للبحث والتدقيق لصناعة محتويات أكثر ثراءً، وجاذبية غير مسبوقة، ومرونة عالية تمكنها من تطوير تلك المعلومات لصناعة محتوياتها بما يتواكب مع روح العصر ومقتضياته.

وبالعودة إلى بيت القصيد فيما يتعلق بمصادر الأخبار الأدق والأصدق والأعمق، ومدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً في الوسائل التقليدية، يتضح أن الوسائل التقليدية ظلت تمسك إلى حدٍّ كبير بزمام نشر الأخبار المحلية والعالمية الموثوقة، في حين انفردت شبكات التواصل بشكل عام في خاصية نشر الأخبار المجتمعية والشخصية التي لم يكن لوسائل الإعلام آنذاك اهتماماً يذكر بها. ومع ذلك، فإن هذا لا يعني أن الوسائل التقليدية قد كسبت الرهان في النشر الإخباري الجماهيري بشكل نهائي، إذ إنها خسرت بعض مزاياها في ميدان الأخبار في هذا الجانب لصالح الوسائل الجديدة، فهي أصبحت في الغالب تأتي متأخرة عن شبكات التواصل في مسألة السبق الإعلامي الذي يعدُّ قيمة لا تقدر بثمن كمقوم من مقومات الإعلان عن الأخبار القيمة، وبانت بضاعتها في هذا الأمر تتعرض للكساد بسبب التقدم الذي يعثرها جراء المنافسة الحادة من الملايين في النشر قبلها، ليس بالنص فقط، بل وبالصوت والصورة كذلك، يحدث هذا عندما يكون الأفراد أنفسهم شهوداً



بكثير جمهورها المعتاد، استفادت الشبكات نفسها ومستخدميهما بطريقة تلقائية من المواد الإعلامية التي تبثها تلك الوسائل لتصبح غذاءً مستمرًا ومتجددًا لمضمونها المتداول بين المستخدمين، ربما كان المأخذ على وسائل الإعلام - كما أشرنا إلى ذلك سابقاً - أنها لم تتوسع كثيرًا في الغوص بأعمق العالم الرقمي لتتعرف جيدًا كيف توظفه لصالحها، كي تحقق مكاسب شتى، حتى وإن اضطرت إلى تغييرات جذرية في الأنماط والأشكال الروتينية التي اعتادت عليها؛ وهو ما كان يجب أن يكون، ومن تلك المزايا التي عرف بها الفضاء الرقمي لأول مرة، وظهرت بشكل بيّن في شبكات التواصل: 1- السرعة المتناهية في النشر؛ التي مكنت المرسل على نحو غير مسبق من الوصول الفوري لمستقبلها في أي مكان على وجه البسيطة، وهذه الخاصية تكاد تكون قاصمة الظهر التي زلزلت الإعلام التقليدي بكافة أشكاله، وأفضت آثارها إلى توقف درامي في كثير من وسائله، إذ أفسدت الشبكات الاجتماعية عليها تغطية الأحداث بالصورة المهنية، وذلك على الرغم من أن الشبكات تدار بشكل عشوائي وبعثي أحيانًا من قبل هواة غير ملمين بأسس مهنة الإعلام، وتسبب ذلك في اختفاء تنافس الوسائل الإعلامية في تحقيق قصب السبق، كما أدى إلى تلاشى إمكانية إعداد المواد الحصرية التي عُرفت بها وكان يترقبها الجمهور فيما كان يعرف بالإشباع المتوقعة، وبدأت شعبية الوسائل وروح المنافسة بينها يفقد كثيرًا من وهجه.

2- خاصية التفاعلية؛ وتوفّر أدوات القياس والتقييم الفوري، حيث شكّل هذا البُعد واحدًا من التغيرات المهمة التي تميّزت بها وسائل الاتصال الاجتماعي، فإذا كانت المصادقية هي ورقة الرهان الأقوى لدى وسائل الإعلام التقليدية، فإن هذا العنصر هو مركز الوسائل الجديدة ومصدر القوة لديها، فمن خلاله تمّ تفعيل دور المتلقي ليكون أحد صناع المحتوى، كما بات الترمومتر الذي ترصد عبره قيمة رسائلها، ومدى تأثيرها، ليتسنى لها تعرّف كيفية تطويرها. 3- ميزة تنوع الأدوات والأشكال الاتصالية؛ ويمكن ملاحظة ذلك في حجم التكاثر اللامتناهي الذي ولدته ولا تزال الإنترنت من التطبيقات،



مباشرين على الخبر نفسه أو جزءاً من مكوناته، عندما يكونون ممّن عاشوا في دائرته حال حدوثه.

لقد أصبح هذا التحدي واقعاً معاشاً في مجال صناعة الأخبار، فلم تعدّ الوسائل التقليدية قادرة على تحقيق قصب السبق، ولم تعدّ تمتلك وحدها كثيراً من المزايا التي أوجدت لها المكانة التي كانت تتمتع بها سابقاً، فقد أصبحت مساحات تحركها محدودة للغاية، وزاد من صعوبة الموقف أن المزايا القليلة المتبقية لتلك الوسائل التقليدية لا يحسن استثمارها والتعامل معها كما يجب إلا أصحاب المهارة العالية، من القادرين بحسّ رفيع على استنطاق أصحاب الشأن أثناء الأحداث الجسام، وهم الأكثر وصولاً إليهم للظفر بمادة حصرية.

زاد الأمر تعقيداً أن أولئك المهرة الذين كانوا من بين مقدرات الوسائل التقليدية أخذوا في التناقص، وهجروا وسائلهم أو تمّ تسريحهم بسبب تقلص الحوافز المادية التي صاحبت تراجع الدخل الإعلاني، الذي وصلت فيه إلى أسوأ حالاتها، بل إن منابعه جفت، وتوقف تماماً عن معظم الوسائل التي اعتمدت عليه لسنوات، ولأنه كان أكسير الحياة لكثير منها، ولأن معظمها لم تبحث في آلية الوصول النار على نفسه بصورة عاجلة، مختصراً المسألة إما بالتوقف أو تقليل الجهد، وهي خطوة قد تكون مؤشراً على أحد أمرين: قصر النفس لدى قادة أعيانهم المسير في مجال عملهم وأخذوا على حين غرة بمفاجأة الفضاء الجديد، وإما - وهو الأقرب - لجهل تام بطبيعة التطور الذي اكتفوا فيه بمعرفة سطحية لمظاهره، ولم يفاوضوا كما يجب في أعماقه، لتصبح جزءاً من وسائلهم.

مرحلة الاستسلام

في ظل هذا المشهد، بات مؤلماً لصناعة الإعلام الوطني على وجه الخصوص، أن تلوح في الأفق بوادر تراجع حاد في درجة مقاومة الهجوم الكاسح لأنصار الإعلام التقليدي، ليس لأن مناوئهم أصبحوا أكثر منهم عدة وعتاداً فحسب، لكن لأن غياب النظرة الفاحصة في الخروج من النفق أدى في نهاية المطاف إلى استسلام مؤسساتهم؛ وخسارة كثير من رموزها الذين لا يسهل تعويضهم، ولم يتم استثمارهم، بل إن تاريخهم في هذه المؤسسات استخدم وإن بطريقة غير معلنة كأداة لاستبعادهم عن المشهد، على الرغم من أن كثيرين منهم حاولوا شقّ طريقهم بمفردهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

قد يكون جزءاً من أسباب ترجل بعض الوسائل التقليدية عدم قدرتها على مقاومة النقد الذي لا يخلو من سخرية من أنصار التقنية الرقمية، وفي هذا مفارقة غير متوقعة، ذلك أن الوسائل التي أمضت سنوات عمرها في ممارسة الدور الرقابي على السياسة، والمؤسسات، بلغة لا تخلو من النقد الجاد وربما الحاد، وجدت نفسها فجأة تكتوي بنيران النقد ذاته، وربما كان معظمه يخلو من الموضوعية التي بدء بها هذا المقال.

إدارة الإعلام

لم يكن للوسائل التقليدية التي انهزم كثير منها أن تخسر المعركة، لو أنها فطنت مبكراً إلى أن المشكلة الحقيقية التي أودت بها إلى التعثر كانت بالدرجة الأولى مشكلة إدارية، فهي على الرغم من كون السواد الأعظم منها شكل في فترة من الفترات، بما لديه من مقدرات، بيئة مثالية للتحويل إلى الفضاء الجديد، إلا أنها عجزت بصورة محزنة عن الاستفادة منها؛ بل إنها أصيبت بسبب التخبط في خاصرتها على نحو أدى إلى تناثر تلك الممتلكات بصورة تثير

شفقة العارفين ببواطن الأمور، ولكن لا يملكون القرار في كيفية المعالجة أو القدرة على التدخل.

هذا القول يؤكد صحته تجربة عدد من الوسائل التقليدية (المخضرمة) التي لم يربكها طوفان الفضاء الجديد، أو يبطئها عدم وضوح الرؤية حول مستقبله ومستقبلها، فهي على الرغم من قلة عددها لأسباب ليس هذا موطنها، وجدت في التحول فرصة عظيمة لأن تحقق نجاحات أكبر وأعظم مما حققت، وهي الوسائل التي تمثل بحق النموذج الواعد لتشكيل الإعلام في هيئته المطورة، إذ إنها لم تعمل على حماية مقومات البقاء في الحالة التي كانت عليها، أو تتعصب لسياساتها التقليدية كما فعل غيرها، وإنما دخلت بشجاعة وبقوة إلى الميدان الرقمي بالشكل الصحيح، ففهمت خواصه الاتصالية، وشاركت بعزم عال ومرونة كبيرة ممزوجتين بمهنية في إعادة تشكيل الصناعة الإعلامية.

تجربة صحيفة «نيويورك تايمز»

أدى زخم الحماس للوسائل الرقمية - كما أشرنا سابقاً - إلى استعجال البعض، بما في ذلك النخبة، في الدعوة إلى إلغاء الوسائل التقليدية، كان آخرها دعوة واحد من الذين عملوا لسنوات كاتباً في إحدى الصحف المرموقة، سمعته في محفل قبل أيام معدودة من كتابة هذا المقال، إلى أن تتوقف وكالات الأنباء عن بث الأخبار، وأن تغلق أبوابها كما فعلت العديد من الصحف الورقية، مستشهداً في ذلك بمن تسيد المشهد الصحفي لقرابة قرن من الزمن على غرار صحيفة «كريستيان ساينس مونيتور»، غير أنه في رأيه الذي لا يخلو من آفة التعميم، لم يستحضر واقع الصحيفة العريقة «نيويورك تايمز»، التي تمثل - مع نظيرتها «واشنطن بوست» - نموذجاً للوسيلة التي تحركت بذكاء وواقعية مع التحولات الدراماتيكية، مع تذكرها الدائم لقواعد وأسس المهنة والتزامها بها، فصمدت في وجه الأعاصير متسلحة بإستراتيجية تدرجت فيها بين الحسنيين،

مشتريها البالغ عددهم (5.251.000) مليون مشترك، وكان من المفارقات والمفاجآت السارة أن تكسب الصحيفة مليون قارئ من مشتري النسخة الرقمية في الشهور الثلاثة الأخيرة من عام 2019م، دفعتهم إليها - حسب تقرير الصحيفة نفسها - الحاجة إلى متابعة أخبار اتهام الرئيس ترامب باستخدام السلطة وعرقلة عمل الكونجرس، بالإضافة إلى أحداث الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية 2020م، هذه الأرقام أدت إلى أن يقفز سعر سهم الصحيفة في أسواق المال بنسبة (13%) ليصل إلى (38.55) دولار، وهو ما وصفه رئيس الشركة المالكة للصحيفة ومديرها التنفيذي «مارك ثامبسون» بأنه أفضل سعر تبغفه الصحيفة منذ إطلاق نسختها الرقمية قبل تسع سنوات تقريباً.

المهنة تكسب

هذه النتائج تعطي أكثر من مؤشر على أن الصحافة الحقيقية ليست مهددة متى ما استطاعت أن تقرأ البيئة الاتصالية الجديدة بتفاصيلها، كما أنها تعطي دلالة قوية على أن الجمهور ليس له أن يعتمد على الهواة على حساب أصحاب المهنة الحقيقيين متى ما وجد إليهم سبيلًا، فالقارئ يدرك تمامًا بأنه ليس قادرًا في كل الأحوال على فرز الأخبار الصادقة من الزائفة، حتى وإن حاول جاهدًا القيام بذلك وليست هذه من مهامه، لذا كان طبيعيًا أن يجد في تكلفة الاشتراك بسعر زهيد نسبيًا مخرجًا له من تشتت ذهنه في البحث والتحقق من الأخبار في محيط متلاطم الأمواج.

كان مما يؤكد المرونة والواقعية في تعامل الشركة المالكة للصحيفة مع طبيعة سمة الفضاء الرقمي، أنها لم تكتفرت لانهار قيمة الإعلان في النسخة الورقية وتضائل حجمه وأعداده، بل ولم تنسغل بنزوله في النسخة الرقمية بمقدار (10%) عن حصيلة عام 2018م، واعترفت بصراحة تامة تتسق مع المنطق أن الإعلان لم يعد مصدرًا من المصادر التي تعول عليها كما كانت عليه الحال في عصر الورق، مشيرة إلى أنها تنوي أن تتجه إلى اشتراكات القراء حول العالم ليصبح البديل والمصدر الأكثر ربحية، وهو ما جعلها تخطط للعمل على مضاعفة عدد المشتركين خلال خمس سنوات فقط، ليصل إلى (10) ملايين مشترك في عام 2025م.

ولأن الصحيفة باتت تجني ثمار تخطيطها السليم، وتفاعلهما المقنن والمدروس مع التحولات، لم يكن مستغربًا أن تزيد مؤخرًا، وتحديدًا في الربع الثاني من عام 2020م، قيمة الاشتراك الرقمي لمدة أربعة أسابيع إلى (17) دولارًا بعد أن كانت تكفي بـ (15) دولارًا فقط على مدار السنوات الماضية، منذ بداية نسختها الرقمية في عام 2011م، ولأنها أقدمت على ذلك وفقًا لخطوات محسوبة تمامًا، أوضح رئيس الصحيفة ومديرها التنفيذي بأنهم على ثقة بأن ولاء قراء الصحيفة لن يجعلهم يترددون في قبول الزيادة؛ لعلمهم الأكيد بدورهم المهم في الإبقاء على الجودة والتنوع والعمق الذي يقدرونه كثيرًا، في ظل غيابهم وتواري كثير من الوسائل عن الساحة. لقد اقتضى الوصول إلى هذه المرحلة قيام العديد من الوسائل التقليدية بتجربة أساليب متنوعة في كيفية استقطاب المتلقي والحفاظ عليه، والمتابع لتلك الخطوات يلفت انتباهه أنها حصيلة عمل دقيق ولم يحدث بصورة اجتهادية وعشوائية، ولأنه احترمت التخصصات ذات الصلة، فقد اعتمد على مزيج من قراءات واستطلاع أصحاب الشأن من خبراء الإعلام والتسويق والتقنية والفنون وعلم النفس، وكافة من كان يتطلب الموقف الاستعانة بهم، ولعل مما يؤكد ذلك طبيعة التغيرات السريعة التي اتخذتها وسائل الإعلام، وفي مقدمتها «نيويورك تايمز» على مدى فترة طويلة تتطلبها طبيعة بيئة جديدة ذات متغيرات معقدة.



حُسن استثمار مقومات ومزايا العمل الإعلامي التقليدي التي تُعدُّ ثوابت راسخة في صناعة الإعلام، بغض النظر عن نوعه وأدواته ومنها الخواص الأربع التي أشرنا إليها سابقًا، وحُسن الاستفادة من مزايا التقنية الرقمية؛ وتشمل كذلك الخواص الأربع الأخرى التي ذكرناها فيما يخصُّ وسائل التواصل، لتكون بذلك أقرب الوسائل تشكيلاً لملاحم المنتج المنتظر للإعلام المطور.

فالصحيفة التي تأسست سنة 1851م، حافظت على خطها التصاعدي في عالم الصحف إلى أن بلغت ذروتها، وأصبحت من أكثرها مقروئية، متغلبة بشكل مذهل على كافة الصعاب التي اعترضت طريقها بما في ذلك التحول الكبير إلى عالم النشر الرقمي، وتمكنت بإصرارها، وقهمها المؤسساتي التام لتفاصيل عناصر المعادلة الجديدة، من البقاء في القمة ذاتها على الرغم من الاعتقاد غير الصحيح باكتساح شبكات التواصل للنشر الخبيري الذي هو محور العمل الإعلامي كما أسلفنا.

وفي الوقت الذي راهن كثيرون على أن الصحيفة إلى سقوط، فاجأت الجميع في ظل سياسة ضبط النفس والعمل التطويري الدؤوب بوصولها إلى مرحلة متقدمة، صدقها في ذلك دخلها السنوي؛ فقد أعلنت قبل شهر تقريبًا أنها تمكنت في نهاية العام الماضي 2019م، من تحقيق إيرادات مالية قدرها (800.8) مليون دولار مقابل خدماتها الرقمية فقط، وهي الخدمات التي راهنت الصحيفة عليها، بعد أن تلاشت حصتها من كعكة الإعلانات التي أفنتها لسنوات.

لم يأت هذا الرقم الضخم مصادفة، بل جاء نتيجة رؤية واضحة لخطة مسبقة صدقت توقعاتها بشكل تجاوز التوقعات؛ فوصلت العام الماضي إلى الهدف الذي كانت تتوقع حدوثه في نهاية هذا العام، أما أهم مصدر لهذا الدخل، فتمثل في الاشتراكات الرقمية في الداخل والخارج، التي أسهمت بمبلغ (420) مليون دولار، دفعها قرابة (3.5) مليون مشترك باحث عن الأخبار، من إجمالي

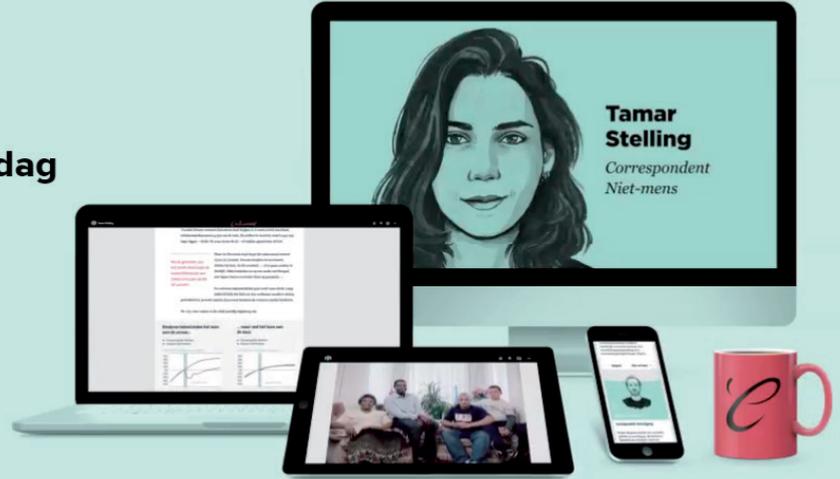
de
Correspondent

Een dagelijks medicijn tegen de waan van de dag

Advertentievrije journalistiek die jou helpt de wereld beter te begrijpen.

Ja, ik word lid >

€ 7 per maand of voordeliger voor € 70 per jaar



Samen met onze 60.000 leden staan we voor een nieuw soort journalistiek. We maken activerende, diepgravende verhalen die je helpen het nieuws beter te begrijpen.

- ✓ Journalistiek in samenwerking met onze leden
- ✓ Op zoek naar oplossingen voor de kwesties van deze tijd
- ✓ De belangrijkste inzichten elke ochtend in je inbox



في انتظار (الميديا المتأنية)

|| د. نصر الدين لعياضي

من كان يدري أن حركة الاحتجاج التي قادها المواطن الإيطالي «كارلو بيتريني» على افتتاح مطعم «ماكدونالدز» في ساحة «سبنا» بروما في سنة 1986م، ستؤدي إلى ميلاد حركة دولية مناهضة للوجبات السريعة أو بالأحرى الأطعمة السريعة، وينضم إليها المثقفون والفنانون وعلماء الاجتماع والمزارعون، وتتعرف بها الأمم المتحدة في سنة 1989م؟ لم يكن أحد يتوقع في تلك السنة أن هذه الحركة التي اتخذت من الحلزون، رمز البطء، علامتها المميزة (Logo) تتحول إلى تيار فكري وفلسفي يتعدى الدعوة إلى العودة إلى الطبيعة في إنتاج المواد الغذائية وطبخها واستهلاكها، ويمتد إلى كثير من الميادين، مثل: السفر، والعلاقات العامة، والأخبار، والصحافة، والتلفزيون، والميديا بصفة عامة.



تخمة الأخبار

يعتقد البعض أن كمية الأخبار المتداولة بين البشر ما انفكت في التزايد قبل ميلاد العصر الرقمي، فالباحث الأمريكي في العلوم الاجتماعية «برترام ميرون»، ابتكر مفهوم «الإفراط في الأخبار» في سنة 1962م، وقد وظفه عالم المستقبليات الأمريكي «آلفين توفلر» في كتابه المعنون بـ: «صدمة المستقبل»، لتحليل تأثير التكنولوجيا في إدارة المؤسسات وفي السلوك الاجتماعي، ولعل

لقد لاحظ كثير من المختصين أن الانتقال إلى العصر الرقمي قد ضاعف كمية المعلومات والأخبار وعجل في تدفقها وسريتها في أرجاء الكرة الأرضية، فالباحثة الفرنسية المختصة في إدارة المعلومات في الشركات (كارولين سوفجول ربالوند)، ترى أن عدد الأخبار يتضاعف كل أربع سنوات، وأن البشرية أنتجت من المعلومات عددًا من الأخبار في السنوات الثلاثين الأخيرة ما يتجاوز ما أنجزته طيلة (5) آلاف سنة من تاريخها!.

الكبرى التي أصبحت تعاني منها البشرية: ففي الوقت الذي تزايدت فيه الظواهر الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والطبية والمناخية تعقدًا، اتجهت «الميديا» بمختلف أنواعها، إلى التبسيط الذي يخل بالفهم، وإلى التسطیح الذي يتمهى مع التتفيه، وإلى الكتابة المستعجلة القائمة على الصور النمطية والكلشيهات على حساب التروي والتأمل، فالجمهور لا يهتم تعرّف ما الوسيلة الإعلامية التي سبقت غيرها في نقل خبر انتخاب فلان في هذا البلد أو ذاك، ما يهتم حقًا هو الشرح الذي يفسر له أهمية هذه الانتخابات وتأثيرها في حياته بشكل مباشر أو غير مباشر، وما ينتظر بلده منها.

ما «الميديا المتأنية»؟

تُعرف الصحافية «إميلى مويي» العاملة في الموقع الفرنسي في شبكة الإنترنت «كاتر أور Quatre heures» «أي «أربع ساعات»، هذا الضرب من الميديا بأنه: «نوع من العقد الذي يبرمه الناشر مع القارئ، إنه أكبر من دعوة إلى القراءة بل انغماس في الأحداث، يمثل قطعة مع إيقاع الإنتاج الإعلامي وتوزيعه». وتقول عنها الصحافية «كلير برنلي» من المجلة الفرنسية «لانبريفي l'imprévu» أي «غير المتوقع»: إنها تنطرق إلى المواضيع التي تمرّ عليها وسائل الإعلام الكلاسيكية مرور الكرام، تعالجها بعمق وتحللها: القضايا القضائية، والكوارث الطبيعية، والنزعات الاجتماعية، أي كل القضايا التي تبرزها وسائل الإعلام لفترة، فتثير زوبعة من ردود الفعل، ثم تنصرف عنها بسرعة وتطوى في غياهب النسيان».

يعتقد البعض أن مسمى «الميديا المتأنية» يحيل إلى المدة الزمنية التي تُصرف في إنتاج ما تبثه أو تنشره، خلافًا لوسائل الإعلام التقليدية التي تسعى إلى تغطية أكبر عدد من الأحداث والموضوعات في أقصر فترة زمنية ممكنة وبطريقة سطحية، فالميديا المتأنية تشرك الكتاب والمثقفين والفنانين والباحثين في الكتابة عن الموضوعات المختلفة من وجهات نظر متنوعة تتضمن طائفة من الأفكار المتعددة، إنها تنأى قليلًا عن الأحداث الطارئة والملتهبة لتنظر إليها مليًا وتأمل من أجل إنتاج نصوص لا تموت في لحظة إنتاجها، ويمكن العودة إليها بشغف بعد أشهر.

لذا نلاحظ أن الصحافية المتأنية استثمرت في الأنواع الصحفية التعبيرية والاستقصائية المطولة، مثل: «الريبورتاج، والتحقيق الصحفي، والبورترى»، وأعدت المجد للسرد الصحفي الذي يعتبر أفضل وسيلة لاستعادة الذاكرة الجماعية وبعث الحياة في أحداث الماضي.

لقد ابتكرت الصحافية المتأنية شكلًا جديدًا من الإنتاج المكتوب وهو «موك»، وهذه الكلمة عبارة عن تركيب لمختصر الكلمتين الإنجليزيتين: «ماغازين magazine» و«بوك» أي الكتاب، وأبرز مثال على ذلك هي المجلة الفصلية الفرنسية المسماة «XXI» التي تصدر في (256) صفحة وتباع في المكتبات، وهي في الحقيقة نموذج متطور للمجلات الصادرة باللغة الإنجليزية، مثل: «ذو نيويورك The New Yorker» و«أمبير Empire».

إعادة النظر

إن «الميديا المتأنية» تعيد النظر في علاقة الوسيلة بالجمهور؛ لأن مادتها الإعلامية لا تسلك اتجاهًا أحاديًا من الصحافي إلى الجمهور، ولا تعدّ هذا الأخير قاصرًا أو من دون مستوى، بل تتعامل معه كصاحب تجربة اجتماعية، ويملك خبرة في مجال معين، ويمكن أن يكون طرفًا في عملية إنتاج موادها، وقد تلجأ بعض وسائل الإعلام التي تنتمي إلى هذا النوع من الميديا، مثل الموقع الهولندي «دو كرسبونند De Correspondent»، أي «المراسل» في شبكة



المفهوم الأكثر دقة ودلالة على ضخامة الأخبار التي تطفح عبر مختلف الحوامل الرقمية في العصر الراهن هو «البدانة الإعلامية (infobesity)» الذي ابتكره الكاتب والسينمائي الأمريكي «دافيد شنك» في مؤلف بعنوان: «ضباب البيانات الدخاني: النجاة من تخمة المعلومات»، ونشره في سنة 1993 م، ويمكن تعريف هذه البدانة بكمية الأخبار والمعلومات الرهيبة التي تصلنا عبر مختلف الوسائط التقليدية والحديثة بشكل آني ومتزامن ومتواصل، فتصيب الفرد بالتخمة.

لقد بلغت هذه التخمة درجة أن (60%) من الأشخاص يتقاسمون المقالات التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي من دون أن يقرؤونها، حسب الدراسة التي قامت بها جامعة كولومبيا الأمريكية ونشرتها بمعية المعهد الوطني للبحث في علوم التكنولوجيا الرقمية الفرنسي، ونشرت صحيفة «الواشنطن بوست» يوم 16 يونيو 2016م ملخصها.

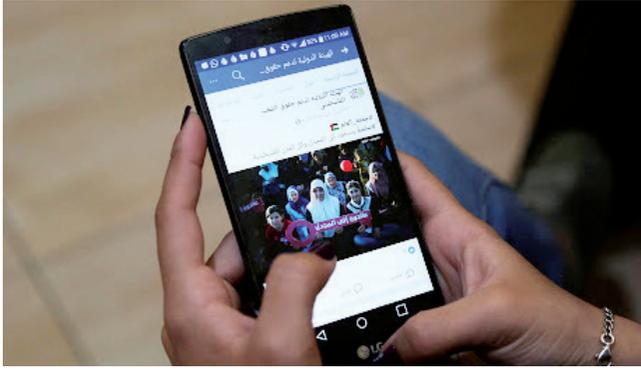
إن كانت التخمة تحول من دون ابتلاع الأخبار فلا مجال للسؤال عن عملية هضمها، أي ترتيبها وفق نظام من الأولويات لأنها تتضمن الغث والسمين والمهم والتافه، وإدراك معناها، وتذكرها. حقيقة أن قدرات الإنسان الذهنية والعقلية التي تؤهله للاحتفاظ بالمعلومات لفترة طويلة وتذكرها متفاوتة، وتختلف من شخص لآخر، لكنها تظل محدودة في نهاية المطاف، فالتخمة الإخبارية لا تنهك الذاكرة فقط، بل تشتت - أيضًا - الانتباه وتضعفه.

مفارقة

إن التغيير المتسارع في الإنتاج الإعلامي أدى إلى تراجع التقاليد الصحافية، حيث اضطرت كثير من الصحف إلى إنتاج أكبر عدد ممكن من المواد الإعلامية بأقل عدد من المهنيين لمواجهة الأزمة التي تواجهها.

لقد وجدت وسائل الإعلام نفسها مضطرة إلى ركوب موجة التكنولوجيا الرقمية لمنافسة «الميديا الجديدة» في أرضية ليست لصالحها: أرضية الأنبة، والسبق الصحفي من دون التأكد من مصدر الأخبار، والسعي للحصول على أكبر عدد من المتابعين والمعجبين بكبسة على الأيقونة قصد الحصول على أكبر نصيب من الإعلانات، ففي هذا الإطار يقول مؤسس المجلة البريطانية «ديلايد غراتفيكشن Delayed Gratification» في مقال له بعنوان: «الإشباع المتأخر»: «إننا انتقلنا من شراء منتجات مادية بفضل الإعلانات التي تنشرها وسائل الإعلام إلى نموذج إعلاني خالص يتمثل في التحريض على نشر المحتويات المستفزة، والتي تتسم بالإثارة والخالية من أي قيمة مضافة أو إبداع، مجانبًا للحصول على المال مع إدراج الإعلانات الغازية: شرائط الإعلان المنبثقة في الشاشة بشكل فجائي، وفيديوهات إشهارية مبرمجة آليًا، وغيرها.

ظهرت «الميديا المتأنية» في سنة 2009م، لمعالجة المفارقة



الفرنسية «فيتون» التي صدرت في سنة 2011م، والتي طورت أشكال السرد الصحفي، إنها تسحب عشرين ألف نسخة توزع في فرنسا وبلجيكا وسويسرا وكندا.

التلفزيون المتأني

لم يتأخر التلفزيون عن تيار «البطء» الذي يسعى إلى إعادة النظر في إنتاج الإعلام واستهلاكه، فالقناة التلفزيونية النرويجية «إن. آر. كيه NRK» نصبت كاميرا في مقدمة القطار الذي يربط العاصمة «أسلو» بمدينة «بيرغت» على مسافة (500) كم في سنة 2009م، وبثت ما صورته لمدة سبع ساعات، وجمعت (1.2) مليون مشاهد، أي ربع السكان، وقد شجعها هذا النجاح على إعادة التجربة في رحلة بحرية بثت لمدة خمسة أيام، وتابعتها (3,2) مليون مشاهد. وفي فرنسا خاضت القناة الرابعة تجربة مماثلة بعنوان: «طوكيو، الاتجاه المعاكس» الذي يسرد رحلة من طوكيو إلى فرنسا، لكنها لم تجمع سوى (1,4) مليون مشاهد خلال تسع ساعات من البث، لكن الغريب أن بعض الصحفيين الفرنسيين أكدوا أن هذا البث لفت نظر رواد موقع «تويتر» فأرسلوا (13) ألف تغريدة عنه، وكان عددهم أكثر من الذين غردوا على تعيين «مانويل فالس» الذي عُين رئيسًا للحكومة الفرنسية في اليوم الذي بث فيه هذا الشريط.

هل التلفزيون المتأني يختلف عن التلفزيون الكلاسيكي في طول المدة الزمنية التي يستغرقها بث موادها؟ إن كان الأمر كذلك فكثير من البرامج انزاحت عن المعايير المعروفة والمعتمدة في إنتاج المواد التلفزيونية، وهي (20، 52، و90) دقيقة، فبرامج تلفزيون الواقع، على سبيل المثال؛ كانت السباق في هذا المجال. للإجابة عن هذا السؤال يؤكد «بوريس رازون» مدير الكتابات الجديدة في التلفزيون الرسمي الفرنسي قائلاً: إن تلفزيون التأني لا يقول للمشاهد ما الأشياء التي يجب أن تفكر فيها، فخلافاً لبرامج تلفزيون الواقع، لا يتضمن تلفزيون التأني سيناريو، ولا أدواراً سردية، إنه يعبر عن الأصالة، فالوقت الذي يقضيه المشاهد أمام الشاشة هو الزمن الحقيقي.

خلافاً لما يعتقد، إن حركة التأني تنمو - أيضاً - في حضان شبكة الإنترنت التي تتميز بالسرعة، فالتقارير المتلفزة وأفلام «الواب» الوثائقية التي تستغرق وقتاً طويلاً لمشاهدتها بدأت في الانتشار، والمواقع مثل: «نيوز دوت كم News.com»، و«بريف دوت مي Brief.me» وغيرها تنتقي من الأحداث والأخبار التي يعتقد أنها أكثر أهمية وتسلط عليها الأضواء، ليس هذا فحسب، لقد بدأت كثير من التطبيقات الرقمية التي تسمح بتأجيل قراءة المواد الصحفية في الانتشار لتضاف إلى التلفزيون الاستدراكي والمشاهدة بأثر رجعي، والتي تبين أن للمراء حياة أخرى وليس سجين شبكة الإنترنت ومنصاتها الرقمية.

أخيراً، متى يحن موعد انطلاق «الميديا المتأنية» في المنطقة العربية؟

الإنترنت إلى عرض بعض مقالته على متابعيه قبل نشرها!. ويمكن أن نذكر بالمناسبة أن هذا الموقع يشكل النموذج الناجح لهذا الضرب من الميديا الذي حقق ما وعد به: إحداث القطيعة مع اقتصاديات وسائل الإعلام الكلاسيكية، فلا ينشر أي إعلان ولا يعتمد على المعلنين في تمويله، بل يستند إلى جمهوره فقط، وقد استطاع أن يجمع خلال أسبوع واحد مليون يورو، تبرع بها (15) ألف مستخدم لشبكة الإنترنت، ولا زال هذا الموقع يجذب (30) مشتركا جديداً يومياً، وتؤكد إحدى صحافياته، «مايك غوسانغا»، أن ثلاثة أرباع المشتركين الجدد يظلون أوفياء للموقع بعد مرور سنة على اشتراكهم. قد يتبادر إلى ذهن القارئ الكريم أن هذا الضرب من الميديا يروج النوع وليس الكم، ولا يسعى ليكون جماهيرياً، فهل هذا يعني أن جمهوره نخبوي؟ لا يفضل رواد «الميديا المتأنية» صفة النخبوية، وإن كانوا يعترفون أن الصحافة غير المجانية تتطلب من القارئ الذي تعود على المواد الصحفية المختصرة والمبسطة التي تنشرها الصحف المجانية أو مواقع التواصل الاجتماعي بعض الجهد، وبهذا يؤكدون ما قاله مؤسس صحيفة (لوموند) أي «العالم» الفرنسية، «هربرت بوف ميري»، ذات مرة، بأن ثمن جريدته يكمن في سعرها في السوق إضافة إلى الجهد الذي يبذل في قراءتها!.

مبادئ

إن «الميديا المتأنية» فلسفة قبل أن تكون منتجاً، هذا ما أكده البيان الذي أصدره بعض مناصريها الألمان في يناير سنة 2010م، وصاغوه في جملة من المبادئ، وترجمته الصحافة «الأنجلوساكسونية، والفرنسية، والسويسرية، والكندية»؛ لكن لم نعتد، مع الأسف، على أي ترجمة له في الصحافة العربية، لذا نحاول أن نختصرها في النقاط التالية: تسهم هذه الميديا في ديمومة المحتوى خلافًا للمقولة التي تنص على أن المادة الإعلامية، مثل الأخبار، شديدة التلف «تموت بسرعة»، وتشجع التركيز على المنتج والمتابعة في زمن يمجّد السرعة ويعزز تشتت الذهن وانصرافه إلى الاهتمام بأكثر من شيء في الوقت ذاته، وتروج التميز والجودة التي يمكن التماسها على مستوى المحتوى والإخراج، وتسعى إلى إشراك الجمهور في مسار الإنتاج بأفكاره وآرائه، وتعدّ الميديا المتأنية خطاباً يغذي الحوار مع الجمهور.

تعددت التجارب الصحفية منذ سنة 2009م، تاريخ ميلاد «الميديا المتأنية»، لتشكّل اليوم نماذج، إضافة إلى مجلة (XXI) التي ذكرناها سابقاً، والتي توزع (22) ألف نسخة وتهتم بالشعر والأدب وترجم كثيراً من النصوص من المجلات الصادرة باللغة الإنجليزية، يمكن أن نذكر المجلة الفصلية «Delayed Gratification» «الإشباع المتأخر» البريطانية التي صدرت في سنة 2011م، والتي تغطي الأحداث والقضايا التي طرحت خلال الفصل بنظرة مغايرة وبأشكال تعبيرية ومرئية مختلفة تباع في العديد من بلدان العالم، والمجلة

عدد لا حصر له من الأفلام والعروض التلفزيونية، وغيرها.

شاهد حيثما كنت. يمكنك الإلغاء متى شئت.

جرب الآن <

عنوان البريد الإلكتروني

هل أنت جاهزٌ للمشاهدة؟ أدخل بريدك الإلكتروني لإنشاء حساب أو الوصول إلى حسابك.

مؤسسات الإعلام الرقمي الجديدة

(NETFLIX) من تأجير أقراص الـ (DVD)

NETFLIX

إلى أكبر منصة للبث الرقمي

|| د. عباس مصطفى صادق

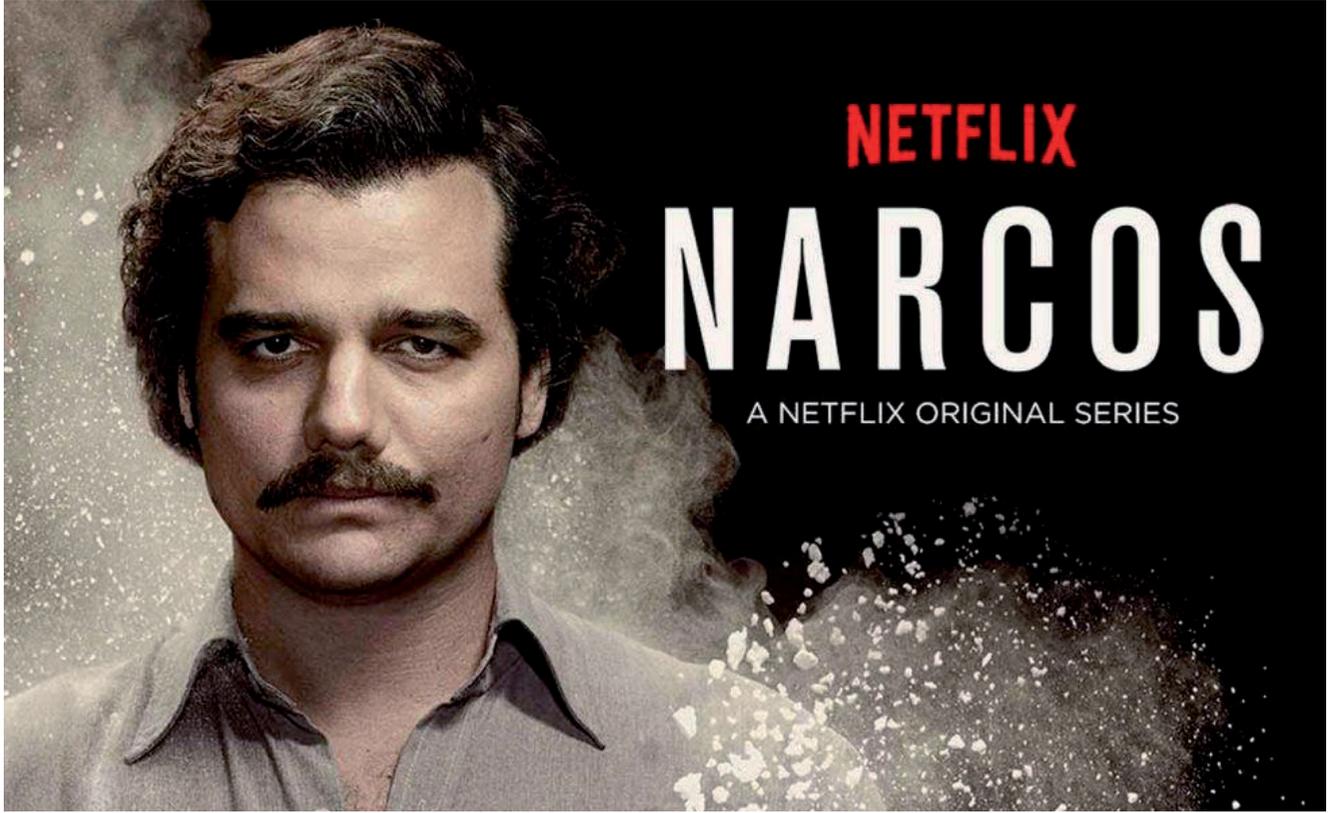
لزمّن طويل سادت الإعلام الدولي أسماء إمبراطوريات معروفة، مثل: (تايم وارنر، وإكسل شبرنغر، وبرتلزمان، وديزني) وغيرهم، الآن دخلت وجوه جديدة تصنع محتوى جديد كلياً ويعرفها جيل الشباب، أسماء مثل: (نيتفليكس، وفايس ميديا وبزفيد، وإنسايد إديشن، وفوكس، وإم أي سي ميديا)، هم عمالقة جدد في الإعلام الدولي وبأحجام وتأثيرات واتجاهات مختلفة.



الأفلام الوثائقية، والأعمال الكوميدية والأعمال التي يتم الإعلان عنها كل شهر. تضمن نموذج الأعمال الأولي لـ (نيتفليكس) مبيعات وتأجير أقراص الـ (DVD) عبر البريد، لكن «ريد هاستينغز»، المؤسس المشارك ورئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للشركة، تخلى عن نظام المبيعات بعد حوالي عام من تأسيس الشركة للتركيز على تأجير أقراص الـ (DVD).

قدمت الشركة خدمة فريدة هي إيصال أقراص الـ (DVD) عبر البريد عن طريق عرضها لخاصية الاشتراك الشهري على العملاء بدلاً من دفعهم لتكاليف كل عملية شحن على حدة، فأصبحت تكلفة توصيل قرص الـ (DVD) لمرة واحدة هي ذاتها لعشر توصيلات

(نيتفليكس Netflix) هي شركة أمريكية متخصصة في توفير الخدمات الإعلامية وشركة إنتاج مقرها في (لوس غاتوس Los Gatos)، كاليفورنيا، تأسست سنة 1997م، من قبل «ريد هاستينغز ومارك راندولف» في سكوتس فالي، كاليفورنيا. يتمثل نشاط الشركة الأساسي في خدمة البث المباشر القائمة على الاشتراك لمكتبة من الأفلام والبرامج التلفزيونية، بما في ذلك البرامج المنتجة داخلياً، واعتباراً من أبريل 2019م، كان لديها ما يزيد على (148) مليون اشتراك مدفوع في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك (60) مليون اشتراك في الولايات المتحدة الأمريكية، قدمت لهم عروضاً مثل: (ناركوس، وأوزارك، وهاوس أوف كاردز، وماستر أوف نون)، وغيرها كثير، جنباً إلى جنب مع عدد كبير من



له، يغادر إلى ليلهامر، النرويج، لحماية نفسه وقد استمر هذا المسلسل حتى آخر حلقاته في 17 ديسمبر 2014م، بعدها يصبح لـ(نيتفليكس) دوراً نشطاً كمنتج وموزع لكل من المسلسلات السينمائية والتلفزيونية، ولهذا الغرض، صارت تقدم مجموعة متنوعة من محتوى (Netflix Original) من خلال مكتبتها الضخمة على الإنترنت، وبحلول يناير 2016م، وصلت خدمات (نيتفليكس) إلى أكثر من (190) دولة، وأصدرت حوالي (126) سلسلة وأفلام أصلية، أكثر من أي شبكة أو قناة كابل أخرى.

تمول (نيتفليكس) برامجها الأصلية بشكل مختلف عن شبكات التلفزيون الأخرى، فعندما يوقعون على مشروع ما، يقدمون التمويل مقدماً ويطلبون على الفور موسمين من حلقات المسلسلات، وفي مارس 2011م بدأت (نيتفليكس) في الحصول على أوائل المحتويات الأصلية لمكتبتها، بدءاً من مسلسل (هاوس أوف كاردز House of Cards)، والذي ظهر لأول مرة في فبراير 2013م.

بعد ذلك توسعت في الإنتاج بغزارة فوصلت لإنتاج خمسة مسلسلات مكتوبة خصيصاً لها في سنة 2013م، ثم في العام 2014م وصلت لعرض (25) مادة، منها ثمانية مسلسلات من إنتاجها وهو رقم ضخم حتى لشركة متخصصة في الإنتاج، ثم في سنة 2015م عرضت (59) مسلسلاً أصلياً وفيلمًا وأفلاماً وثائقية، منها (19) مسلسلاً من إنتاج (نيتفليكس) حتى وصلت في سنة 2016م لعرض ما يقرب من (126) مسلسلاً وفيلمًا منها (29) مسلسلاً من إنتاجها.

في سنة 2015م، أنتجت الشركة أول فيلم روائي طويل لها وكان بعنوان: (Beasts of No Nation)، لتغير بذلك طريقة إنتاج الأفلام وتحدث ثورة في طريقة مشاهدتها - أيضاً - قصته ترسم الواقع عندما تمزق الحرب الأهلية عائلته، يضطر صبي من غرب إفريقيا إلى الانضمام إلى وحدة من المقاتلين المرتزقة ويتحول إلى طفل مجند .



أو مئة توصيل أو العدد الذي تريده، وأدى ذلك إلى تراجع سريع للمحلات التجارية أو الشركات العاملة وفق الطريقة التقليدية، وفي سنة 2005م أصبح لدى شركة (نيتفليكس) قاعدة بيانات تضم أكثر من (4.2) مليون مشترك بخدمة (DVD by mail).

في سنة 2007م، أعلنت الشركة أنه بالإضافة لخدمة توصيل أقراص الـ(DVD) عبر البريد، سوف توفر للمشتركين خدمة بث البرامج التلفزيونية والأفلام مباشرة إلى حواسيبهم أي عبر الإنترنت، وفي سنة 2010م وسعت أعمالها من خلال تقديم وسائط البث مع الاحتفاظ بأعمال تأجير أقراص الـ(DVD) و(Blu ray) وفي نفس العام توسعت الشركة دولياً في كندا ثم أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي.

دخلت (نيتفليكس) في عملية إنتاج المحتوى سنة 2012م، حيث ظهر لها ولأول مرة مسلسل (Lily hammer) الذي يحكي قصة «فرانك تاجليانو»، رجل العصابات السابق في نيويورك، والذي يشهد ضد رئيسه في المافيا، وعندما تصبح الأمور سيئة بالنسبة



لقد كانت بداية القرن الواحد والعشرين أكثر بداية متعثرة ومدمرة مع وجود القليل من المؤمنين بنجاح المشروع والمصائب والنكبات التي تنتظر عند كل منعطف جديد تتجاوزها الشركة، من هذه الصعوبات أنني طلبت من والدتي أن تكون من أوائل المستثمرين، إلى استخدام غرفة صغيرة مخصصة للاجتماعات كمكتب رئيس، إلى تعطل الخوادم في يوم إطلاق الشركة، وكان كل ذلك مثالا عن وجوب امتلاك المرء للجرأة، والحسد، والتصميم لكي يستطيع تغيير العالم للأفضل من خلال فكرة رأى كثيرون أنها لن تنجح».

في تلك المرحلة قدمت (نتفليكس) (ناركوس) (Narcos) وهو مسلسل جريمة أمريكي تم إنتاجه من قبل «كريس برانكاتو، وكارلو برنار، ودوغ ميرو»، الموسم الأول يحتوي على (10) حلقات بثت لأول مرة في 28 أغسطس 2015م، حصرياً على (نتفليكس)، أحداث القصة حقيقية وتدور حول قصة تاجر المخدرات المشهور «بابلو إسكوبار» الذي أصبح ملياردير بسبب إنتاج الكوكايين وتصديرها لخارج كولومبيا، ومحاولة القبض عليه من قبل مكافحة المخدرات الأمريكية، وتقع أحداث القصة في كولومبيا، وفي 3 سبتمبر 2015م تم الإعلان عن موسم ثانٍ للمسلسل، وُثِّق الموسم الثاني على الهواء في عام 2016م، تم تجديد المسلسل بشكل رسمي في 6 سبتمبر 2016م إلى موسم ثالث ورابع.

واصلت (نتفليكس) توسيع محتواها الأصلي بشكل كبير في سنة 2016م، حيث تم عرض فيلم الخيال العلمي (Stranger Things) للمرة الأولى في يوليو 2016م، والدراما التي تعتمد على الموسيقى (The Get Down) في أغسطس، والدراما التاريخية (The Crown) في نوفمبر، وتضمن العرض الأول للعام في الكوميديا، مثل (Love Flaked)، في هذا العام استثمرت - أيضاً - في توزيع العروض الكوميديا الحصرية الخاصة من الكوميديين البارزين، مثل: (ديف شابل، ولويس سي كي، وكريس روك) وغيرهما.

في أكتوبر 2017م، حددت «نتفليكس» هدفاً يتمثل في جعل نصف مكتبتها تتكون من المحتوى الأصلي بحلول سنة 2019م، معلنة خطة لاستثمار (8) مليارات دولار على المحتوى الأصلي في سنة 2018م بالتركيز على الأفلام والأنيمي من خلال هذا الاستثمار، مع خطط لإنتاج (80) فيلماً خاصاً و(30) مسلسل أنيمي.

في 2019م، أعلنت (نتفليكس) زيادة بالملايين في عدد مشتركها خلال أربعة أشهر فقط، حيث سجل الربع الثالث من العام زيادة بمقدار (6.77) مليون مشترك، الجزء الأكبر منها جاء من الأسواق الخارجية، وتعود هذه الزيادة الضخمة في عدد المشتركين إلى عرض الموسم الجديد لمجموعة من أشهر الأعمال التلفزيونية مثل مسلسل الخيال العلمي (أشياء غريبة) الذي شاهده (64) مليون مشترك خلال أول أربعة أسابيع فقط من عرضه، ليصبح بذلك الموسم الأعلى مشاهدة بين البرامج التي أنتجتها (نتفليكس)، وفقاً لما ذكرته وكالة (بلومبيرغ) الأمريكية، وكان هذا المسلسل بدأ موسمه الأول في سنة 2016م.

في نهاية سنة 2019م، عرضت الشركة فيلمها الضخم (الرجل الأيرلندي The Irishman) وهو مأخوذ عن كتاب للمحقق الأمريكي «تشارلز براندي» اسمه (I Heard You Paint Houses) وهو من إخراج المخرج الشهير «مارتن سكورسيزي» وبطولة النجوم (روبرت دي نيرو، وآل باتيشنو، وجو بيشي).

عُرض هذا الفيلم لأول مرة في الدورة (56) لمهرجان «نيويورك السينمائي» بتاريخ 27 سبتمبر 2019م، وحظي بعرض محدود في دور العرض في 1 نوفمبر 2019م قبل أن يصدر على (نتفليكس) في 27 من الشهر نفسه، وخلال (5) أيام من عرضه على الشبكة الأمريكية، حصد الإيرلندي (17.1) مليون مشاهدة.

أخيراً هذه فرصة لقراءة كتاب (That Will Never Work) من تأليف مارك راندولف، الذي نقله إلى اللغة العربية المترجم ربيع هندي، كتاب يحكي القصة الكاملة لنجاح شركة نتفليكس، يقول المؤلف: «في سنة 1997م، خطرت ببالي فكرة بسيطة لكنها تعزز كثيراً فكرة أن يتم تأجير الأفلام عن طريق الإنترنت، وقتها اعتبرت أحد أسوأ الاقتراحات على الإطلاق، إلى حد أنني عملت على حث شريكها هاستينغز للقبول بالفكرة الذي اهتم بها، فأسسنا الشركة المأمولة».



السينما بين النص الأدبي والكتابة للشاشة

|| أ. د. فايزة يخلف

مقدمة

يختص الخطاب الفني في عمومه بإمكانية التحاور والترابط بين أنساقه الدالة على اختلاف ضروبها وحدودها الجمالية المتباينة، ولعل أبرز أوجه هذا الترابط وأقدمها في تأكيد الاتجاه التناسلي للنشطة الإبداعية، المزوجة بين فنيات الرواية كجنس أدبي له مصنفات بنائية وجمالية مخصصة والسيناريو الذي ينطوي على «أقلمة» النص الأدبي وإعادة صوغه وفق إستراتيجيات لغوية لفظية تختلف بين الشرح والتكثيف وإعادة التشكيل.

إن الاقتباس من الرواية وعالم الفكر والخيال إلى عالم الصورة والتمثيل والديكور، أوجد علاقة يشوبها نوع من التوتر أحيانا بين المنتج الروائي والمنتج السينمائي، جوهر التوتر هو عن مدى قدرة السينما على نقل واقع الرواية بكل حيثياته، ثم إلى أي حد يمكن التزام الصورة ومحافظتها على واقع النص الأصلي وأدبيته؟ وهل يمكن ترجمة النص الروائي المكتوب الذي وسيلته اللغة الأدبية إلى نص درامي وسيلته الصورة البصرية من دون الإخلال بروح المعنى؟

إن هذه الإشكالات التي تعيد مساءلة الكيفيات التي يغدو بها النص الأدبي عملا سينمائيًا، هي من الجهود النقدية التي تسعى دوما في اتجاه استنطاق العلاقة بين الأدب والسينما لاستكشاف ما يجمعهما ويوفق بينهما وتلافي ما يدخلهما في صراع ويجنبهما إكراهات «المزوجة» بين الفنون.



علاقة الأدب بالسينما تكرس البُعد الجمالي والفني

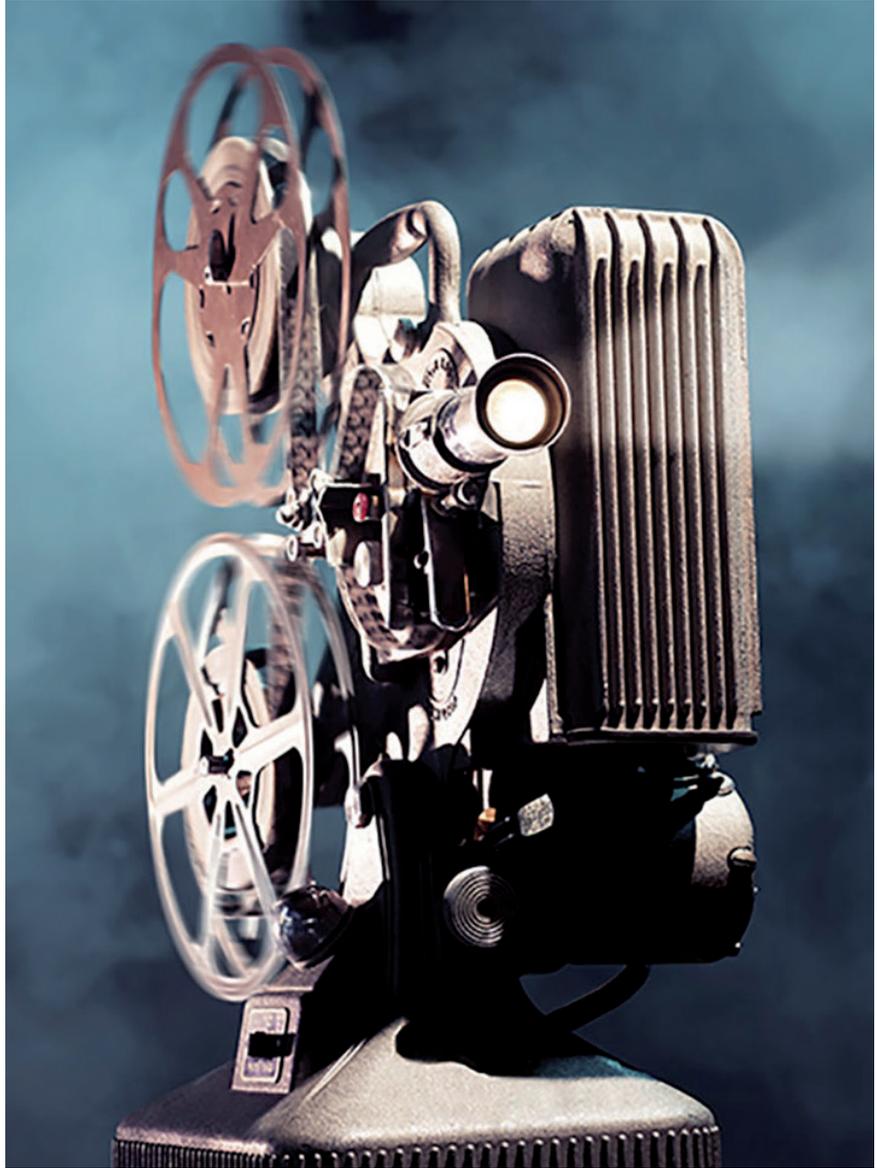
والإدراك⁽⁷⁾. وانطلاقاً من هذا الاعتبار، يأتي التذوق الجمالي للتعبير عن هذا المسار العميق الذي يقطعه فعل القراء (acte de lecture) ليحقق في كل مرة معنى معيئاً نتيجة مبدأ المحاكاة⁽⁸⁾.

هكذا يتأكد أن الفعل التصويري في الأدب سابق عن ذلك الذي ينشأ في السينما، فالروايات أنساق إبداعية دالة عامرة بضروب الصور، التي تسجل العلاقات الملموسة بين الأشياء والأحداث وتضاعف من الإحساس بوجودها، وما على السينمائي إلا ترجمة هذه الصور بطرائق تقنية ونقلها إلى المشاهد⁽⁹⁾.

هذا كله يفسر، بلا ريب، وقوف السينما أمام الأدب موقفاً قاصراً، لا يرقى إلى ولوج كل أغواره، الحقيقة التي يؤكدتها كل من قرؤوا الأعمال الأدبية العظيمة ثم رأوها على الشاشة⁽¹⁰⁾.

لكن هذا الاختلاف بين الرواية والفيلم في صيغتهما، لا يعني بالضرورة تضادهما، لأن هناك الكثير مما يشتركان فيه، فكلهما وسيلة للتعبير و«التعبير» يعني الإحساس بالشيء، يعني التصور الفردي المنسجم لما يحسّه الكاتب والفنان إزاء واقع معين بخاصة الواقع المتأزم، الواقع المتخلف، الواقع المريض، والتبليغ يعني القارئ بالنسبة للكاتب، والمشاهد بالنسبة للفنان السينمائي⁽¹¹⁾. غير أن توافقهما كوسيلتي تعبير لا يقود إلى نوبان أحدهما في الآخر، فتحويل رواية إلى فيلم سينمائي ليس بالأمر الهين، إذ لا يجب إبعادها عن خطتها العام لأنها بذلك تفقد قيمتها وقد يفهم المشاهد ما لا يريد الكاتب إيصاله إليه.

وهكذا فالرواية قلما تصل إلى السينما من دون تغيير، على الرغم مما يبذله كاتب السيناريو من جهد، وكأن عملية الإخراج لا تتم إلا إذا تدخل المخرج في النص. ولعل هذا ما يدفع كريستيان جاك ريتورك (Christian Jacques Ritork) إلى القول: إن «المؤلف الحقيقي للفيلم هو المخرج مثلما هو السيناريست مؤلف السيناريو، فالمخرج هو المؤلف للفيلم الذي هو أصلاً عمل تمثيلي لا علاقة له بالمؤلف



1 - الأدب والسينما: ملامح الإحالات والتعالق التصويري

إن تناول علاقة الأدب بالسينما هو ما يدعوه المشتغلون في مجال الإعلام بعلاقة «التناص التصويري» (la relation d'intertextualité picturale)⁽¹⁾، حيث يرى أنصار هذا الطرح⁽²⁾ أن التناص والترايط الذي يصف ثنائية الرواية والفيلم هو بناء إبداعي جمالي يطرح نفسه شبكة من العلامات البصرية التي تنتظر إدراكاً جمالياً خاصاً حتى في ثنايا اللغة⁽³⁾.

من هنا تتضح المعطيات الفنية الأولية التي تسمح بالتحويل الإبداعي السلس من جنس الرواية إلى حدود نسق الفيلم، وبالإمكان أن ندرك في هذا الصدد ملامح الإحالة التي تعمل على تكريس (consécration) البُعد الجمالي للعلامة البصرية⁽⁴⁾، فالأديب يتأمل

الأحداث ثم يصورها على الورق، في حين يكون السينمائي مطالباً بتحويل كل فكرة إلى حركة منظورة، ومن خلال عمليهما يبدو الاختلاف بينهما، فالأديب ينقل إلى القارئ صورة ذهنية (image mentale) أي معنى، وهو المعنى الذي يولد في ذهن الصورة، وإن كان المتأمل في نسيج كل الروايات أياً كانت جنسيتها أو لغتها يجدها من دون شك حافلة بالصور، فهو من دون شك محتوى بصري محاكي⁽⁵⁾، وليست المحاكاة هنا غير الوعي الباطن الذي يلزم الأنا القارئة في صميم تأملاتها، كونه يحضر حضوراً شخصياً، فالمحاكاة بهذا المعنى، خبرة جمالية باطنية تعيشها الذات المتلقية جزئياً وعلى مراحل⁽⁶⁾.

إن الصورة التي تتضمنها الرواية كجنس أدبي لا تتجلى من القراءة الأولى، وإنما تتجلى عندما تغدو معطى مطروح للتفكير



الرواية الأدبية تتجلى عندما تغدو منتجًا مطروحًا للتفكير والإدراك



يصبح «ضرورة» أمام ما يستوجبه العمل الفني من حقوق المشاهدة تجاهه، ذلك أن «حقيقة العمل الفني ثرية وملحة في الوقت ذاته، ثرية لأنها تتعلق بواقع درامي يستوجب أسلوب سرد معين، وملحة لأنها تتضمن معنى مقصدي ينبغي إدراكه»⁽²⁷⁾.

يسفر ما تقدم بيانه عن نتيجة مهمة فحواها أن الاقتباس الجيد هو ذلك الذي يعبر عن تقاطع مدركات جمالية ما بين العمل الفني ومتلقيه، وعلى هذا الأساس تكون خبرة المعنى - التي أشرنا إليها سابقًا - جزءًا لا يتجزأ من خبرة هذه المدركات الجمالية حصرًا⁽²⁸⁾، ويكون الاقتباس الناجح كما يقول جون برنار فراي (Jean Bernard Vray): «هو ذلك الذي

يقدم فنا بهزنا»⁽²⁹⁾. ولا غرو أن يكون التأثير الكبير في نفوس الجمهور مقياسًا أساسيًا لتمييز الاقتباس الجيد، فقد أثبتت الممارسة الفنية أن أقوى الأعمال السينمائية التي اقتبست من الأدب هي تلك التي كان لها وقع كبير في نفس المشاهد، ولنا في السينما العربية بعض الأمثلة على غرار فيلم «الحرام» لمخرجه «هنري بركات»، من خلال دراما ملحمية كتب السيناريو والحوار لها «سعد الدين وهبة» عن قصة للأديب «يوسف إدريس»، وهي عبارة عن دراما صادقة تعبر عن الواقع في الريف المصري، وتحدث - ولأول مرة - عن شريحة اجتماعية معدمة من قاع السلم الاجتماعي، ألا وهي شريحة عمال الترحيل. ولم يكن الفيلم مجرد تراجيديا لمأساة فردية، لكنه كان في ذات الوقت وسيلة تعرض الواقع المحيط بهذه الشخصية وفردانياتها، فقد اتخذ الفيلم منهجًا موضوعيًا شاملًا، وذلك باعتبار أن الفن والأدب بشكل عام يتناولان مصائر الأفراد كظواهر اجتماعية وليست حكايات ذاتية منعزلة عن الواقع⁽³⁰⁾.

الفلسفية التي تسم الموضوع الجمالي لكونه شبيهًا بالذات (quasi-sujet)⁽¹⁷⁾، أي أن الفنان يحاكي عمله ويترك فيه شيئًا من ذاتيته وعالمه الذي أنتج فيه هذا العمل وعبر فيه عن شعريات بعينها⁽¹⁸⁾.

ولأن كل عمل فني يحمل كينونتين، كينونة الموضوع التي ترفض أن تختزل إلى كينونة تمثيل عارض، وكينونة معنى يدل على قيمة جمالية محسوسة في ذاتها⁽¹⁹⁾ لا تحتاج إلى نظرة نقدية حتى تكتسب مشروعية وجودها، فهي موجودة وتحتل حيزًا مكانيًا وزمانيًا من نسيج العمل الفني الجيد الذي يفرض على تلمس القيمة الجمالية المحسوسة ومعايشة المعنى الذي يتبغى المؤلف تبليغه⁽²⁰⁾.

وقد أفضت الممارسة الفنية العملية إلى وجود «اقتباسات» متباينة للأعمال الأدبية الموجهة إلى الشاشة⁽²¹⁾، وهي كلها اجتهادات تتراوح ما بين الترجمة التي تتوخى تحويل النص الروائي من صورته الكتابية إلى صورته السمعية البصرية (audiovisuelle)⁽²²⁾، إلى «الأقلمة» التي تعيد صوغ النص الأدبي وفق إستراتيجيات لغوية لفظية تختلف بين الشرح والتكثيف وإعادة التشكيل⁽²³⁾.

وأيا كان الأسلوب المعتمد في طريقة النقل، يمكن اعتبار «المقتبس» حينها كـ «مؤلف ثان»⁽²⁴⁾؛ إذ تكمن مهمته في الحفاظ على معنى الأثر الفني وأثره في المشاهد، ولذلك وجب عليه تبني نهج عمل «المؤلف الأول» نفسه وتحصين خبرة المعنى الكامنة في ثنايا النص المرجع⁽²⁵⁾.

ولا شك في أنه بهذه الكيفية يمكن لمن توكل إليه مهمة الاقتباس تفعيل البعد المقصدي للنص الأصلي، من خلال التركيز على آليات الاشتغال الداخلي للمعنى، وإذ ذلك يغدو الطرح الجمالي للعمل الفني موضوعًا محاكيًا في وعي متلقيه أولاً وأخيرًا⁽²⁶⁾، بل

الأدبي»⁽¹²⁾.

وعلى الرغم من أن تاريخ السينما يشهد على أن أعظم الأعمال السينمائية هي التي اعتمدت على نصوص أدبية كرواية (عناقيد الغضب) لـ «شتاينبيك»، و«ذهب مع الريح» لـ «مرغريت ميتشل»، و«أنا كارنينا» لـ «تو لستوي»، و«قصر الشوق وبين القصرين» لـ «نجيب محفوظ»، و«دعاء الكروان» لـ «طه حسين»... وغيرها من الأعمال الناجحة التي اقتبستها السينما من الأدب، وهو ما يحولنا فلسفيًا إلى ضرورة التأكيد على أهمية الاقتباس.

إن الحديث عن قيمة الاقتباس يحيلنا إلى معاينة الكيفيات التي يتم من خلالها تأسيس الموضوع الجمالي للفيلم، ولعله من هذا الجانب تتضح أهمية الوفاء للشكل الفني والدرامي لروح النص الروائي⁽¹³⁾، فالموضوع الجمالي بهذا المعنى هو ذلك الموضوع المحسوس الذي لا تبقى مادته إلا إذا ظل محتفظًا بصورته، وهذه الوحدة الباطنة في أعماق «الموضوع الجمالي» بين المادة والصورة، وهي التي تجعل من «العمل الفني» أقوى تعبير عن البعد الإنساني من أبعاد الواقع⁽¹⁴⁾.

ويتضح في هذا المستوى من التحليل أن الاقتباس لا يعني التحويل أو التغيير أو التصرف المطلق، وإنما يعني تكيف المحتوى والشكل الفني للعمل الأصلي - النسخة المرجعية (la copie référentielle) - ومعادلتها بأسلوب يختزل كل حدود المحاكاة الفنية الرئيسة لإعادة إنتاجها بما تتوافق وموضوع فني وجمالي آخر⁽¹⁵⁾.

2 - الكتابة للشاشة ودلالة خبرة المعنى والأفق القصدي

ليس موضوع - خبرة المعنى - غير القيمة الجمالية والإبداعية التي تميز عملاً فنيًا ما⁽¹⁶⁾، وليست القيمة الجمالية غير البصمة



الوفاء للشكل الفني والدرامي لروح النص الروائي من تيمة الاقتباس

مثل الكائنات أحادية الخلية (الأميبيا) ينقسم عندما يصير ناضجًا، فتنتج عن هذا الانقسام كائنات جديدة لها مميزاتا، لكنها تشترك حتمًا مع غيرها⁽³⁵⁾.

خاتمة

نخلص مما سبق إلى أن وضع الفيلم السينمائي بين النص الأدبي والكتابة للشاشة هو وضع فلسفي يتراوح بين جماليات وشعريات الكتابة، والحدود الفنية للمحاكاة الواقعية، بهذا المعنى فهو ينشد تعالماً تشكيليًا يغدو بموجبه الحرف علامة جمالية ضمن نسق المشهد العام. وتغدو معه الكلمات المحاكاة في إطار تصوير لغوي لقطات مصورة يرتقي بها المونتاج إلى «كادرات بصرية» ذات مغزى.

في نفس المشاهد، رؤية يوسف ادريس لثلاث سيدات يبكين بشدة بعد انتهاء عرض الفيلم في مهرجان كان السينمائي الدولي سنة 1965م، الأمر الذي دفعه إلى سؤال إحداهن عن سبب هذا التأثر الشديد وعن سر حزنها الكبير على بطلة الفيلم (عزيزة) وهي من بلاد بعيدة عنها ولا تمت لها بأية صلة؟ فاندھشت المرأة وسألته عن سر اهتمامه، فأجابها أنه كاتب الرواية ويريد التوصل إلى سر ذلك الارتباط بين الجمهور وبين أبطال ووقائع العمل، فأجابته بقولها: «أنت تكتب عن الإنسان بعيداً عن ظروف الزمان والمكان، وأنا تأثرت ببطلة الفيلم أكثر من تأثري بجارتي التي تقارني في الزمان والمكان...»، وتلك هي أسرار المحاكاة الفنية⁽³³⁾.

من هنا يتأكد أن معنى أي عمل فني لا يقف عند حدود تصنيفه، بل يتجاوز به إلى تأويله من خلال مشاركة المشاهد له والتفاعل معه على نطاق واسع من التحاور، أو ما يدعوه رومان انجاردن بـ «التجسيد» الذي يقرب المتلقي من العمل معرفياً وجمالياً⁽³⁴⁾. هنا تتأكد الحقيقة الأساسية التي تفيد أن تداخل الفنون بعضها ببعض لا يعني نفي فن لصالح فن آخر، وذلك أن الفن يتجدد دائماً، فالفن كائن متطور، لكنه

أما بالنسبة لكيفية استثمار خبرة المعنى في الفيلم، فقد بدت جلية في الاهتمام الكبير بالإيحاء والتعبير عن الواقعية كصوت وصورة وإصرار المخرج على تنفيذ كل ذلك على الطبيعة، ولأجل ذلك تمت معايشة الأوساط الريفية والاختلاط بأهاليها بغية تعرّف أسلوب حياتهم ونوعية لباسهم ودراسة اللهجة الريفية وإجادتها.

ونظراً لهذا الأسلوب الواقعي الذي قدّم به الفيلم كتبت جريدة «لوموند» (Le Monde) الفرنسية معلقة: «... لقد أثار فيلم الحرام للمخرج بركات اهتماماً خاصاً... كان من الممكن لهذا الفيلم أن يكون مجرد فيلم ميلودرامي، لكنه كان متميزاً لأنه حافظ على الواقعية، فكان سجلاً حقيقياً ليوميات المجتمع القروي الصعبة»⁽³¹⁾.

وفي جريدة «الآداب» (Lettres) الفرنسية، كتب الناقد الفرنسي «جورج سادول» يقول: «... إن فيلم الحرام مفاجأة كبيرة، بعدما اعتدنا على ما نراه من أفلام مصرية في المهرجانات السابقة، لقد كان طفرة، ويشاركني هذا الرأي كثيرون أعجبوا بالواقعية التي عرض بها الفيلم الحياة اليومية في قرية مصرية...»⁽³²⁾. وما يؤكد واقعية هذا الفيلم وأثره الواضح

الهوامش:

- (1) Pierre Rodrigo: Phénoménologie des arts, édition Gallimard, Paris, 2003, p7
- (2) نذكر من هؤلاء: جون برنار فراي، وجورج ماتيو، وجون لوك شاليمو... وغيرهم.
- (3) Jean Pierre Bru: Esthétique des arts, Armand Colin, Paris, 2001, p11
- (4) Ibid., p13
- (5) André Labarrère: L'écriture des stars, édition Ramsay, Paris, 2004, p63
- (6) Daniel Crovannageli: La Passion des arts, édition du seuil, Paris, 1999, p56
- (7) Ibid., p57
- (8) Gérard Génette: L'œuvre de l'art, édition Payot, Paris, 2000, p16
- (9) Jean Bernard Vray: Littérature et cinéma: écrire l'image, édition Dunod, Paris, 2003, p14
- (10) Ibid., p15
- (11) خلف بن عيسى، الرواية والرواية السينمائية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ص9.
- (12) ثابت مذكور، في علم الجمال السينمائي، مجلة الفنون، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، عدد (9)، يونيو 1980م، ص25.
- (13) Jean Bernard Vray: L'adaptation cinématographique des textes littéraires: théories et lectures, édition Gallimard, Paris, 2008, p27
- (14) Ibid., p28
- (15) Ibid., p30
- (16) Jean Luc Chalimeau: Les théories de l'art, librairie Vuibert, Paris, 2002, p63
- (17) Ibid., p64
- (18) Ibid., p65
- (19) Gilles Deleux: Abstraction, figuration et signification, éditions de minuit, 1988, p20
- (20) Jean Bernard vray: L'adaptation cinématographique, Op, Cit, p51
- (21) Ibid., p52
- (22) Ibid., p52
- (23) Ibid., p53
- (24) Ibid., p54
- (25) George Mathieu: Ecrire pour le cinéma, édition Dunod, Paris, 2000, p18
- (26) Ibid., p21
- (27) Ibid., p23
- (28) Ibid., p33
- (29) Ibid., p35
- (30) Jean Bernard vray: L'adaptation cinématographique, Op, Cit, p72
- (31) عفيف البيهسي، السينما والواقع: دراسة في خبرة الجمال، دار الشؤون العامة، بغداد، 2004م، ص92.
- (32) Renée Bouversse: récits cinématographiques: essai sur problème de la réalité, édition Armand Colin, Paris, 2002, p86
- (33) Ibid., p87
- (34) توفيق سعيد، السينما العربية: الاستيعاب والفن، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2005م، ص12.
- (35) رومان انجاردن، العمل الفني الأدبي، ترجمة أبو العيد دودو، منشورات مختبر الترجمة والمصطلح، الجزائر، 2007م، ص410.



القوة الناعمة في الإعلام (1)

|| د. سعيد حسن

يُعدُّ الإعلام أهم أداة من أدوات القوة الناعمة، ويمكن وصفه بأنه الذراع الأقوى للقوة الناعمة، ولذلك فإننا نرى بأن الدول المتقدمة تعمل على تسخير هذا الجهاز القوي وتوجيهه نحو كل ما يحقق مصالحها الداخلية والخارجية. ولكن ما القوة الناعمة؟ وما العلاقة بين هذا المصطلح وبين الإعلام؟ وما التأثيرات الناتجة من تلك العلاقة؟ وهل توجد قوة صلبة تقابل هذه القوة الناعمة؟ بما أن مفهوم القوة الناعمة يُعدُّ حديثاً نسبياً، فإن الأسئلة الآنف ذكرها بالإضافة إلى عدد كبير من الأسئلة الأخرى التي يتم طرحها من قبل من لم يسمع بهذا المصطلح سابقاً ستتم الإجابة عنها في سلسلة من المقالات، نبدأها بهذا المقال.



الناعمة للدولة.

وعلى النقيض فإن هناك ما يسمى بالقوة الصلبة، وهي تعني إصدار الأوامر للدول الأخرى لفعل ما تريده الدولة المستخدمة لتلك القوة، ويمكن اعتبار استخدام القوة العسكرية والعقوبات الاقتصادية أوضح مثالين للقوة الصلبة أو الحادة كما يسميها البعض.

ومن هنا يمكن القول: إن القوة الناعمة هي قدرة التأثير في سلوك الآخرين للحصول على النتائج المرادة، أو القدرة على جذب الآخرين من دون إكراه، وبكلمات أبسط فإن القوة الناعمة هي القدرة على الفوز بقلوب الآخرين.

وفي سنة 2004م، أستخدم مصطلح القوة الناعمة بشكل واسع جداً وغير مسبوق من قبل السياسيين والإعلاميين بالإضافة إلى الباحثين في مجال العلوم السياسية، وذلك بعد صدور كتاب آخر لصاحب المفهوم والذي حمل عنوان: «القوة الناعمة: وسيلة النجاح في السياسة الدولية»، ولا نبالغ حين نقول: إن هذا المصطلح قد تحول إلى مصطلح علمي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ومن جدير بالذكر بأنه قد ظهر مصطلح آخر متعلق بعلم

مفهوم القوة الناعمة

إن قدرة الشخص أو الدولة في التأثير في سلوك الطرف الآخر، وجعله يتبنى ما يريده الطرف الأول تدل على أن الطرف الأول يمتلك قوة، وبشكل عام فإن هذا التأثير يمكن أن يحدث من خلال ثلاث وسائل، هي:

1- الإكراه والتهديد.

2- التحفيز من خلال دفع الأموال.

3- الجذب من خلال أفعال لا تحمل توصيات مباشرة، وهي ما تسمى بعملية التأثير في سلوك الآخرين من خلال القوة الناعمة. إن القوة الناعمة هو مصطلح صاغه الدبلوماسي والأكاديمي الأمريكي البروفيسور جوزيف ناي، الذي تولى عدة مناصب أبرزها مساعد وزير الدفاع للشؤون الأمنية والدولية، كما عمل في المجال الأكاديمي - أيضاً - بجامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية. في سنة 1990م، ألف البروفيسور ناي كتاباً بعنوان: «حتمية القيادة: الطبيعة المتغيرة للقوة الأمريكية»، وذكر في هذا الكتاب مصطلح القوة الناعمة لأول مرة، حيث قال: إنه عندما تقوم دولة بجعل دول أخرى تريد ما تريده تلك الدولة، فإن هذا يسمى بالقوة

بها الدولة أو الحصول على التصويتات الخاصة باستضافة الأحداث العالمية الرياضية والثقافية والاقتصادية. ويُعدُّ العمل الإنساني وتقديم المساعدات الخارجية من أدوات القوة الناعمة التي ترتبط بشكل مباشر مع الشعوب قبل الدول، فهذا النوع من المشاريع التنموية تعمل على إيجاد تأثير قوي من قبل الدول المانحة للدول والشعوب الممنوح لها، وتعزز من سمعة الدول المانحة على المستوى العالمي وترسخ من محبة الشعوب كافة، كما تعمل على فتح أبواب شراكات قوية مع المؤسسات الخيرية غير الحكومية، مما يؤدي إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة لجميع دول العالم.

كما تُعدُّ ثقافة أي بلد أو شعب ذراعًا مهمًا من أذرع القوة الناعمة، كونها تجذب العديد من الأفراد والشركات العالمية، مما يؤدي إلى جذب الدول الأخرى لعقد اتفاقيات وشراكات تعود بالنفع في الجانب الاقتصادي، وتشمل الثقافة جوانب عديدة مثل اللغة والطعام والسياحة والتراث والعادات والتقاليد والفنون بجميع أشكالها.

فاللغة هي الوسيط وعامل الجذب بين الناس، سواء كانوا سياسيين أو مثقفين أو حتى أشخاص عاديين، وهي جسر التواصل بين الحكومات والشعوب، فعلى سبيل المثال؛ نرى أن قوة اللغة الإنجليزية أوصولتها لأن تكون هي لغة العلم والسياسة والتكنولوجيا في العالم، كما أن سحر اللغة العربية وتفرداها جذب عددًا كبيرًا من غير المتحدثين بها، وأيقنت بعض الدول - خاصة في شرق قارة آسيا - بأن اللغة العربية هي البوابة الرئيسة للدخول إلى عالم الاستثمار مع الدول العربية، فعلى سبيل المثال تمَّ استحداث مشاريع ضخمة وغير مسبوق لتعليم اللغة العربية في كوريا الجنوبية، كما ارتأت الصين بأن اللغة العربية هي المفتاح الذي يمكن استخدامه لنشر الثقافة الصينية في الوطن العربي، حيث إن هذا التبادل الثقافي المرتبط باللغة ليس وليد الأمس القريب، فاللغة العربية ربطت العرب بشعوب الهند والصين وذلك منذ القرن السابع الميلادي.

ويُعدُّ الطعام أو ما يسمى بثقافة الأكل من أهم وسائل الجذب، وذلك لأن هذه الثقافة تُعدُّ من النواذر التي يمكن اعتبارها اهتمامًا مشتركًا بين جميع الناس، فمن غير المستغرب أن يكون أول هدف للمسافر إلى بلد معين هو تعرّف ثقافة هذا البلد من خلال أطباقه المحلية الأصيلة، ومن غير المستغرب أن ترى مجموعات من الناس تتكبد عناء السفر من أجل تذوق «البيتزا» في إيطاليا أو «البراني» في الهند.

وقد أكد التاريخ بأن الفن بجميع صورته من شعر وأدب ورسم ونحت ودراما وسينما ومسرح وغيرها، يُعدُّ أحد أدوات القوة الناعمة المهمة لأي دولة، فقد ترسخت اللهجة المصرية في أذهان العرب من خلال الدراما والسينما المصرية، كما أن باريس تتبادر إلى الذهن بمجرد النظر إلى لوحة «الجيوكاندا» أو «الموناليزا» على الرغم من أن رسامها إيطالي!

لذلك فإن الدول المتقدمة دائمًا ما تركز على تنوع العنصر الثقافي بها من خلال الاهتمام بنشر الثقافة المحلية، بالإضافة إلى قبول الآخر والتعايش مع ثقافته ما دامت لا تتصادم مع ثقافة البلد.

كل ما سبق ذكره من أدوات بالإضافة إلى أدوات أخرى مثل السياحة والرياضة وغيرها تعزز من القوة الناعمة للدول، وتضيف لها رصيدًا قويًا لا يقل أهمية عن القوة الصلبة لتلك الدول.



السياسة والعلاقات الدولية، حيث يشير المصطلح إلى عملية المزج والدمج بين استخدام كل من القوة الناعمة والقوة الصلبة في آن واحد وذلك من أجل تحقيق الأهداف المرجوة وسمي ذلك بـ «القوة الذكية»، ومن أبرز الأمثلة على استخدام القوة الذكية بين الدول هو ما يتمثل في السياسة التي تنتهجها الولايات المتحدة الأمريكية في تعاملها مع الملف الكوري الشمالي، فمن ناحية تفرض الولايات المتحدة الأمريكية عقوبات اقتصادية على كوريا الشمالية بالإضافة إلى التهديد الدائم بالرد العسكري المناسب متى ما تطلب الوضع، وفي نفس الوقت فإن الحكومة الأمريكية تروج على الدوام بأنها تبادر دائمًا بطلب التفاوض وإعادة الحوار بين البلدين.

أدوات القوة الناعمة

تؤدي القوة الناعمة دورًا محوريًا في تعزيز سمعة الدول واحترامها بين الدول والشعوب الأخرى على حد سواء، وذلك من خلال الاستخدام الصحيح والمثالي لأدوات القوة الناعمة، فما تلك الأدوات التي تعمل على رسم الخطوط الرئيسية لإستراتيجيات الدول في المجتمع الدولي؟

يُعدُّ الإعلام أحد أهم وأخطر أدوات القوة الناعمة في هذا العصر وذلك بشكليه التقليدي والحديث، فمن خلال وسائل الإعلام - خاصة وسائل التواصل الاجتماعي - يمكن التأثير بشكل إيجابي أو سلبي في المتلقي، ومن السهولة بمكان فرض آراء معينة على مستقبل المعلومة إذا ما تم دراسته سلوكيًا ونفسيًا، ومن هنا يتبين أن الإعلام كأداة من أدوات القوة الناعمة يمكن استخدامها لبناء المجتمعات، كما يمكن استخدامها لهدم دول وأمم كما هو حاصل حاليًا من نشر للتطرف من خلال وسائل إعلام تتبع لحكومات ومنظمات وأشخاص أيضًا، وبالتالي فإن الإعلام سلاح ذو حدين كما هي القوة الناعمة، وسيتم التطرق لهذا الموضوع بالتفصيل في الجزء الثاني من هذه السلسلة.

تُعدُّ السياسة الخارجية للدول - أيضًا - من أبرز وسائل القوة الناعمة في مجال العلاقات الدولية، فهي وسيلة مهمة لزيادة النفوذ العالمي لأي دولة وبخاصة فيما يتعلق ببناء التحالفات الاقتصادية والعسكرية وغيرها. فكلما اتصفت السياسة الخارجية لأي دولة بالاتزان والذكاء السياسي، كلما استطاعت جذب عدد أكبر من الدول في صفِّها، وبالتالي تفوز بدعم دولي في عدة مجالات مثل الموافقة على القرارات الدولية التي تقدم

السياسات الاتصالية ودورها في تحقيق التنمية

|| د. وجدان فهد جاسم



حددت الأمم المتحدة أهداف التنمية المستدامة في (17) هدفًا، من خلال رؤيتها التي تتعلق بالتنمية المستدامة وعُرفت بـ«رؤية 2030م»، وذلك خلال قمة التنمية العالمية في نيويورك بتاريخ 25 سبتمبر 2015م، واستندت فيها إلى ميثاقها وإلى «إعلان الحق في التنمية» الصادر في سنة 1986م، تحت شعار «لا أحد سوف يُترك في الخلف».



الصحافة، وحماية الصحفيين، وكذلك تطوير الاحترافية في قطاع الإعلام من خلال تدريب المشتغلين في الحقل الإعلامي وتوعيتهم بأدوارهم النبيلة في تنمية المجتمع والإنسان. والإعلام الناجح هو الذي يركز على سياسة اتصالية محددة، وهي تعني «مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم وموائمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة»، والهدف الأساسي من الاهتمام بقضية السياسات الاتصالية هو الدعوة إلى محاولة رسم سياسات مستقبلية تتسم بالتكامل ووضوح الأهداف.

أما السياسات الإعلامية الوطنية، فهي تعمل على تعزيز الروح الوطنية بين أفراد الشعب، وذلك عبر تعريفهم بتاريخهم الوطني وإنجازاته، والعمل - أيضًا - على مناهضة التيارات الهدامة والأيديولوجيات الفكرية الزائفة وبيان خطرها على الأفراد والمجتمعات، والتصدي للتحديات الإعلامية والدعائية التي تستهدف الهجوم على المكتسبات الوطنية في مجالات الأمن والاستقرار المجتمعي.

هذا إلى جانب بلورة رأي عام وطني مستنير مسلح بالرؤية الواضحة للأحداث ومتطلبات مواجهتها وفق كل الاحتمالات الممكنة، واستثمار الطاقات المبدعة في عملية البناء الوطني

وإذ تمثل التنمية المستدامة هاجسًا دوليًا لا يمكن بلوغ أهدافها وخصوصًا الهدف (16) «السلم والعدل والمؤسسات القوية» من دون تخطيط إستراتيجي، يهمننا جدًّا تعرّف دور الإعلام والسياسات الاتصالية في بلوغ تلك الأهداف.

لقد بدأ الاهتمام بمفهوم الإعلام التنموي منذ ثمانينيات القرن الماضي، حيث تحدد وظيفة الإعلام هنا في الرقابة واتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسات والتشريعات والتنشئة والتربية وتنمية المهارات.

ومثلما أن هدف التنمية الأول والأخير هو الإنسان، فإن هدف الإعلام - أيضًا - هو الإنسان وكل ما يتعلق بالحقيقة، لذا انتقل الإعلام من نقل المعلومات إلى إنتاج المعارف، لكن الإعلام نفسه الذي يؤدي دورًا إيجابيًا في التواصل ونشر المعرفة، يكون سلبيًا حين يغذي عوامل التعصب المنتج للتطرف، وهذا الأخير يمكن أن يتحول إلى عنف إذا صار سلوكًا، بل وقد يصبح إرهابًا إذا ضرب عشوائيًا.

وهناك اعتراف متزايد بأن إشراك وسائل الإعلام كأولوية في السياسات والبرامج الوطنية أصبح لا غنى عنه لإحراز تقدم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، بعدما حدث كثير من التحولات في المشهد الإعلامي خلال القرن الواحد والعشرين، حيث أصبح الإنترنت في متناول (4) مليار شخص، كثير منهم متفاعلون مع منصات التواصل الاجتماعي باعتبارها تشكل لديهم مصدرًا للحصول على المعلومات وآخر الأخبار.

ثم إن زيادة المنصات الإعلامية الإلكترونية أدت إلى إيجاد فضاءات واسعة للحوار وتبادل المعلومات والآراء، إلا أن ذلك التحول في المشهد الإعلامي صاحبه خلط كبير بين الشائعات والحقائق، الأخبار والآراء، الأسرار الشخصية ومهددات الأمن القومي، بل تسبب ذلك الخلط في تفتشي عدة ظواهر إعلامية، منها: «الأخبار الزائفة، وفقاعات المعلومات، وغرف الصدى الأيدولوجية»، مما نتج عن ذلك زيادة الضغوط على الصحفيين المتمسكين بالمهنة في مجاراة تلك الظواهر، وتأثير وحدة التماسك في المجتمعات، وصناعة القرار العام.

ولكي يؤدي الإعلام دوره في التنمية وتحقيق السلم والعدل وتقوية المؤسسات لا بد من أن يتمّ أولاً تعزيز دوره، من خلال دعم الإصلاحات القانونية والتنظيمية في البيئة الإعلامية، ودعم قدرة وسائل الإعلام على تعزيز المساءلة، وتعزيز حرية

الشامل في مجالات الحياة الديمقراطية والتنمية كافة من خلال العمل الإعلامي مع الالتزام بضوابط حرية التعبير. ومن المستحسن كتابة السياسة الإعلامية وطبعتها في كتيب وتوزيعها على العاملين بوسائل الإعلام للتعرف عليها، إضافة إلى طبع بعض أجزائها وتوزيعها على المؤسسات والجماعات والشخصيات المهمة التي تؤثر في هذه الوسائل أو تتعامل معها.

وتوجد عدة أبعاد للسياسات الاتصالية أبرزها البعد الإنمائي، حيث يتناول خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية وعلى الأخص ما تعلق منها بالتعليم النظامي وتعليم الكبار، ومدى ملاءمة النشاط الاتصالي وخدمته ومساهمته في هذه الخطط.

ويزخر العالم بالعديد من التجارب في مجال الاهتمام بتوظيف السياسات الاتصالية لتحقيق أهداف التنمية، ومن ذلك على الصعيد العربي وتحديداً الخليجي نجد أن السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية نصّت في أكثر من مادة على ضرورة ملازمة وسائل الإعلام السعودية لخطط الدولة التنموية، لذلك تحرص دوائر الإعلام الرسمية في المملكة على إنتاج البرامج الإعلامية التي تلائم الطفل السعودي أولاً، وتسعى أن تكون تلك البرامج توجيهية مبنية على أسس تربوية علمية مدروسة، كما أنها تولي اهتماماً كبيراً - أيضاً - ببرامج المرأة التي تعينها على أداء وظائفها الملائمة لفطرتها داخل المجتمع السعودي، بالإضافة إلى برامج الشباب ولا سيما المراحل الحرجة التي يمرّون بها بدءاً من سنّ المراهقة إلى بلوغ الرشد وتحصينهم من التيارات الفكرية الهدامة.

ويدرك المسؤولون الإعلاميون في السعودية أهمية تعميق الإحساس بالانتماء الوطني، وأن يكون السعودي صوت حقّ وصدق في كل ما يصدر عنه، كما نصّت عليه المادة الأولى من السياسة الإعلامية.

وهناك - أيضاً - التجربة الإماراتية الرائدة في تدشين الهوية الإعلامية الرقمية للدولة، وقد روعي فيها إبراز القيم والمبادئ الراسخة التي قامت عليها دولة الإمارات العربية المتحدة، مثل قيم التسامح وحب الآخر واحترامه، فالبلاد التي تحتضن على أراضيها أكثر من (200) جنسية أصبحت مثلاً نموذجياً في التعايش لأجيال، ويستمر هذا التعايش القائم على المثل العليا في جذب مزيد من الزوار والمستثمرين والطامحين نحو معيشة أفضل من جميع أنحاء العالم.

وقد اختيرت الهوية لتعكس روح الاتحاد الإماراتي، فهي مؤلفة من (7) خطوط تمثل حكام الإمارات السبعة الذين اتحدوا ليكُونوا دولة الإمارات العربية المتحدة تحت راية واحدة.

أما مملكة البحرين، فقد هدفت إلى توسيع مدركات الإعلاميين بما يُسهم في تنفيذ أجنداث أهداف التنمية البشرية، حيث تمّ بالشراكة والتعاون بين مركز الشيخ عيسى الثقافي وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تنظيم ورشة عمل بعنوان: «مقدمة حول أهداف التنمية المستدامة ودور الإعلام في السعي نحو تحقيقها»، وأكدت أطروحات الورشة على أهمية وسائل الإعلام في نشر أهداف التنمية المستدامة والتوعية بها، خصوصاً أن ميثاق العمل الوطني في البحرين بشأن تنمية الشباب، والأساس الاقتصادي للمجتمع البحريني القائم على الحرية الاقتصادية والعدالة، والاستخدام الأمثل للموارد يعكس الروح الواردة في جدول أعمال التنمية المستدامة للأمم المتحدة (2030م) والأهداف الـ(17) للتنمية المستدامة الواردة فيه.

وعلى صعيد التجارب الدولية، فهناك تجربة البرازيل التي اتخذت عدة خطوات لمواءمة أهداف التنمية المستدامة مع أهدافها الوطنية، فعدد سكانها أكثر من (200) مليون نسمة، ما يمثل تحدياً أمام الدولة للوصول إلى كل هؤلاء الأفراد، وتوطين أهداف التنمية المستدامة، وبالتالي كان الاعتماد على جانب وسائل الإعلام الرسمية على الاستعانة بشركات الإعلام الخاصة من أجل تعزيز الوعي العام بأهداف التنمية المستدامة. وتمثلت مبادرة البرازيل في عقد شراكة بين برنامج الأمم المتحدة الإنمائي مع (GLOBO TV) وهي محطة تلفزيونية خاصة تتمتع بشعبية واسعة في البرازيل، فكان من السهل الوصول من خلالها وبسرعة إلى نطاق جماهيري واسع، وعرض رسائل مفهومة وجذابة تُعرض مراراً وتكراراً على مدار اليوم خلال أوقات الذروة لمدة شهر، بالإضافة إلى إنتاج البرامج التي تتعمق في قضايا التنمية وتشجيع البرازيليين لأن يكونوا أكثر تفاعلاً مع تلك الأهداف.

وأُسفرت تلك الشراكة بين الجهتين لمدة سنة (2017/2018م) عن (3) حملات تلفزيونية، هدفت كلها إلى تعريف الجماهير بالأفكار الكامنة وراء أهداف التنمية المستدامة، بالتعاون مع المؤسسات الإعلامية والإعلاميين ممن يملكون قدرات متميزة في صناعة المحتويات الترفيحية والمؤثرة قد أسهمت بلا شك في نجاح الحملات الإعلامية والترويج لأهداف التنمية في نطاق أعداد جماهيرية كبيرة.

تجربة أخرى نسوقها من المالديف، حيث يعتبر (47%) من سكان جزر المالديف من الشباب، وهم الذين أسهموا في انتقال بلادهم إلى الديمقراطية وترسيخها، لكن تراجعت مشاركتهم في الحوارات واتخاذ القرارات حسب دراسة استقصائية أجرتها مؤسسة الشفافية في جزر المالديف سنة 2015م، وتسبب في تعقيد المسألة أن الشباب متفرقون في العديد من جزر البلاد التي تقع في المحيط الهندي، مما يحد من فرص إجراءات مناقشات جماعية معهم حول التنمية وأولوياتها.

وتمثلت مبادرة المالديف في عقد شراكة بين برنامج الأمم المتحدة الإنمائي مع (DHIRAAGU) أكبر مزود للاتصالات السلكية واللاسلكية من أجل تنفيذ مبادرة تسمى «فيلم من أجل التغيير»، وهي مبادرة كانت تهدف إلى تضخيم أصوات الشباب في التنمية، وتعليمهم مهارة صناعة الأفلام كوسيلة لسرد الروايات المقنعة عن التنمية والتي تؤثر في حياتهم والمجتمعات، وقد تمّ تنفيذ دورات تدريبية للشباب، كل دورة كانت تجمع حوالي (20) مشاركاً تتراوح أعمارهم بين (18 و28) سنة، يتعلمون كيفية جعل الأفلام مركزة على أهداف التنمية المستدامة وترتبط بحياتهم اليومية، ويتم عرض تلك الأفلام في عدة مواقع عامة بينها المقاهي لإشراك المتفرجين مع الشباب في محادثات مباشرة حول تلك الأهداف والمواضيع التي تطرحها، كما يتم تحميل تلك الأفلام على مواقع التواصل الاجتماعي وتداولها.

وكان من بين النتائج الاعتراف بأن المبادرة وفرت مساحة للشباب للمناقشة والحوار حول ما يهمهم، ويتطلع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي إلى ضمان استدامة المبادرة على المدى الطويل من خلال تعزيز دور القطاع الخاص في تنفيذها.

وخلاصة القول: إن الإعلام بما يمتلكه من كوادرات بشرية وتكنولوجيات إبداعية بإمكانه أن يكون نقطة دخول فعالة لتعزيز إشراك الشباب وكافة مكونات المجتمع في قضايا التنمية الرئيسية.



معرض الشرق الأوسط للأفلام والقصص المصورة «كوميكون».. ملتقى نادر لخبراء وصناع الأفلام والترفيه والرسوم المتحركة

|| دبي - إذاعة وتلفزيون الخليج

شهدت الدورة الثامنة من معرض الشرق الأوسط للأفلام والقصص المصورة «كوميكون»، خلال الفترة من 5-7 مارس 2020م في دبي، مشاركة أكثر من (400) عارض من مختلف أرجاء العالم، ومجموعة كبيرة من الخبراء والمعنيين بصناعة الأفلام والترفيه والكتب والمخرجين والرسامين، علاوة على الشركات المنتجة.

ويوفر المعرض للمهتمين بعالم الرسوم والأفلام والقصص المصورة مجموعة من البرامج المتخصصة وورش العمل التي يشارك فيها نخبة من كبار الرسامين المحترفين، وتتيح لهم فرصة تعرّف أحدث التقنيات التي وصل إليها هذا المجال في ظل ما يشهده من تطورات متسارعة، كما يوفر المعرض فرصة للحصول على توقيع كبار رسامي القصص المصورة، وشراء نسخ من الأعمال الفنية الحصرية. يقدم المعرض مواضيع ترفيهية وثقافية إقليمية ودولية ذات شعبية واسعة وتتضمن بعضًا من أشهر العلامات التجارية في العالم من مجالات: الأفلام، التلفزيون، الخيال العلمي، الرسوم

يغطي معرض الشرق الأوسط للأفلام والقصص المصورة، وهو الحدث الأكبر من نوعه في المنطقة، كافة الجوانب المتعلقة بعالم الأفلام والرسوم بما يشمل الخيال العلمي وقصص «الأكشن» والأبطال الخارقين، وكذلك القصص المصورة والجرافيك والفن التأسيري والمسابقات إضافة إلى الرسوم المتحركة. ويشكل المعرض فرصة للجمهور وللمحبي القصص المصورة في المنطقة للقاء المشاهير والفنانين ومشاهدة لقطات حصرية من أشهر الأفلام العالمية وشراء الإصدارات الفنية والمشاركة في المسابقات، كما يمثل الحدث فرصة للتواصل بين متابعي الفنون.



مهرجان كوميكون - دبي لعام 2020م. ضم المعرض كذلك فعالية دائماً ما ينتظرها كثير من محبي الأبطال الخارقين، حيث تمّ إتاحة الفرصة للزوار للحصول على صورة أو توقيع من أشهر وأبرز فناني القصص المصورة «المانغا»، بالإضافة إلى شراء مجموعة من الأعمال الفنية الحصرية، كما سمحت فعالية ساحة الأبطال الإلكترونية بخوض منافسات في مجموعة من الألعاب الإلكترونية الشهيرة. قدم المعرض مجموعة من ورش العمل والندوات التي تساعد في فهم طبيعة صناعة الأفلام الخيالية والرسوم المتحركة والقصص المصورة.

وفي ورشة «تصميم ملابس الأبطال الخارقين»، قدم المصمم «كافين لام»، صاحب تصميم بدلة الرجل العنكبوت في الموسم قبل الأخير، طرّقاً للطباعة على الأقمشة وتصميم ألبسة الأبطال الخارقين، وشهدت ورشة عمل (كاريكاتير) تقديم خطوات ونصائح لمساعدة الزوار على رسم شخصيات كاريكاتيرية والتميز بين التشويه والمبالغة في الرسم. كذلك ضمت الفعالية مجموعة أخرى من الورش المفيدة والمميزة، منها ورشة «سوفي تشان» التي روت فيها كاتبة سلسلة «محيط الأسرار» المنشورة في مجلة «طوكيو بوب» قصتها وعرضت أعمالها لتشجيع كل المشتركين على بداية الرسم، بالإضافة إلى ورشة «صحافة الألعاب» لشرح مكونات الكتابة عن ألعاب الفيديو كمحتوى مفيد، وورشة «ميدفاير» المتعلقة بنشر القصص المصورة عبر الإنترنت.

المتحركة، المانغا والقصص المصورة، المقتنيات المجمعّة، الألعاب الإلكترونية وغيرها. وقد جذب المعرض، على مدى السنوات الماضية، أكثر من (200,000) من المعجبين، ومقلدي الشخصيات الخرافية، وعشاق الأفلام والقصص المصوّرة، وقادة الصناعة من مختلف أنحاء العالم، كما جذبت نجوم الأفلام العالمية ونجوم البوب إلى منطقة الشرق الأوسط، وكان للمعرض دور فعّال في إلهام جيل جديد من الفنانين أصحاب المشاريع الفنية، الذين استخدموه كقاعدة انطلاق لبداية مساهمهم الفني.

فعاليات معرض كوميكون - دبي 2020م

في كل موسم من المواسم السابقة، كان المعرض يقدم فعاليات جديدة ومبتكرة، كما هو حال هذه النسخة، التي قدمت مجموعة من الفعاليات، شملت مسابقة الأزياء التنكرية للأبطال الخارقين، وتعدّ هذه المسابقة جولة إقليمية تمهيدية لقمة العالم في مسابقة الكوزبلاي أو الأزياء التنكرية، حيث أتيحت الفرصة للمشاركين بارتداء ألبسة تنكرية لأبطالهم الخارقين المفضلين من أفلام القصص المصورة والرسوم المتحركة والألعاب الإلكترونية، من شخصيات عالم (مارفل) السينمائي و(دي سي) وغيرها من أفلام الأبطال الخارقين.

وشملت العروض ساحة النجوم التي ينتظرها عشاق نجوم الأفلام المصورة كل عام بفارغ الصبر، حيث يلتقون بنجوم عالميين في العالم السينمائي والترفيهي، مما يجعلها إحدى أبرز فعاليات



بادر بالوفاء لذكرى «السلطان قابوس» بعد أسابيع على رحيله معرض مسقط الدولي للكتاب يجدد تواصله العريق مع القراء بـ«نسخة اليوبيل الفضي»

|| مسقط - إذاعة وتلفزيون الخليج

دوّنًا عن بقية معارض الكتب في المنطقة، يتميز معرض مسقط الدولي للكتاب بطابع استثنائي، تمثل العراققة عنصره الأبرز، ويمثل التركيز على حضارة عُمان بشكل خاص المبدأ الذي جعل منه كتابًا مفتوحًا على مختلف مناطق السلطنة، معتزًا بهذه الهوية ومنشغلًا بربطها بسياقات الحاضر والمستقبل.

فكر النهضة .. وحفل بنكهة الوفاء

افتتح المعرض رسميًا في مركز عُمان للمؤتمرات والمعارض، مستشار سلطان عُمان شهاب بن طارق آل سعيد، ووزير الإعلام عبد المنعم الحسني، ورئيس اتحاد الناشرين العرب محمد رشاد، وعدد من السفراء العرب والأجانب لدى مسقط. الدكتور عبد المنعم الحسني، رئيس اللجنة الرئيسية لمعرض مسقط للكتاب، تحدث عن اختيار محور «فكر النهضة» ليكون مرآة خمسين عامًا من العطاء والبناء في سلطنة عُمان، مشيرًا إلى أن هذا الحدث يُعدُّ فرصة للتدارس والحوار حول المكتسب والمنجز الإنساني لشخصية باني نهضة عُمان الحديثة السلطان قابوس، رحمه الله. وأضاف الوزير: «يأتي معرض هذا العام مع نهاية الخطة الخمسية لتطوير معرض مسقط الدولي للكتاب، لتبدأ خطة خمسية جديدة

غير أن نسخة هذا العام من المعرض جاءت بخصوصية لا تتكرر، فقد أعقبت رحيل السلطان قابوس بن سعيد بأسابيع قليلة، لتصبح هذه النسخة أول فرصة للتعبير عن الوفاء لسيرة القائد الذي حكم البلاد لقرابة نصف قرن من الزمن، مثلت الانطلاقة الحقيقية لهذه الدولة الخليجية في مسار التقدم والتحديث، حيث اختير السلطان قابوس «الشخصية المحورية» لهذا المعرض. وقد كان يوم السبت 22 فبراير 2020م، موعد انطلاق فعاليات الدورة الخامسة والعشرين لأكبر حدث ثقافي تنظمه سلطنة عُمان كل عام، بمشاركة (946) دار نشر من (32) دولة، المعرض استمر حتى الثاني من مارس 2020م، ليكون آخر المعارض الخليجية التي تقام قبل أن تتأجل المعارض التالية له بسبب فيروس كورونا.



البرنامج الثقافي.. زخم معرفي للجميع

شهد المعرض برنامجاً ثقافياً مكثفاً، وبرنامجاً خاصاً للأسرة والطفل، وحلقات عمل لفئات ذوي الإعاقة؛ لإبراز إنتاجهم الإبداعي، بالإضافة إلى اختيار (25) مبادرة قرائية من بين أكثر من (150) مبادرة مؤسسية وفردية، تنافست طيلة أيام المعرض لتصل إلى خمس مبادرات فائزة يتم رعايتها طوال عام كامل. ومن الجدير بالذكر أن معرض مسقط الدولي للكتاب يحتل مكانة مرموقة في عالم المعارض الخليجية والعربية، بل والعالمية، فقد تمّ تصنيف المعرض كواحد من المعارض الداعمة لحركة النشر والتوزيع في العالم، بالإضافة إلى ما يقدمه من امتيازات للناشرين وجودة الأنشطة والفعاليات التي يقدمها لمختلف شرائح المجتمع.

«معرض مسقط الدولي للكتاب 2020م».. معلومات وأرقام

-كرم المعرض ثلاثة من رواد الفكر والفن العُماني وهم: عبد الرحمن بن علي الهنائي، في مجال التصوير الفوتوغرافي، والدكتورة آمنة ربيع السالمين، في مجال الدراسات المسرحية، وفي مجال أدب الطفل الدكتورة وفاء بنت سالم الشامسية. -محافظة (مسندم) ضيف الشرف لهذا العام، وقد سبقها خلال الأعوام الماضية كل من نزوى، صحار، صلالة، البريمي. -شارك في المعرض (676) دار نشر بشكل مباشر من (32) دولة وبشكل غير مباشر (270) دار نشر، ليصبح الإجمالي (946) دار نشر. -زاد عدد المشاركين عن الدورة السابقة بمعدل (64) دار نشر وزادت الأجنحة بواقع (184) جناحاً. -شهد البرنامج الثقافي (86) فعالية ثقافية منها (15) ندوة، و (11) محاضرة، و (7) أمسيات شعرية، و (10) جلسات حوارية، و (31) ورشة عمل، و (10) عروض تقديمية وثقافية وأدبية.

فور ختام هذا المعرض، استعداداً للدورة القادمة وفق مبادئ ومركزات وقيم عُمان الحضارية والإنسانية، ونشر الثقافة العُمانية إلى العالم بروح الإنسان العُماني وثوابته وتطلعاته». بدوره قدم «فانسان مونتاني»، مدير معرض باريس رئيس نقابة الناشرين الفرنسيين ضيف شرف المعرض، كلمة تطرق في بدايتها للقائه بالسلطان قابوس بن سعيد في سنة 1990م، مشيراً إلى أنه خلال ذلك اللقاء أدرك الوزن السياسي للسلطنة، والدور الثقافي الذي ستلعبه السلطنة في المنطقة.

تضمن المعرض مادة مرئية عن السلطان قابوس بن سعيد تناولت دوره الكبير في دعم الآداب والفنون وإحياء الإرث العُماني، محتفياً بالتأصيل والتجربة، بجانب لمحات عن حياته، بدءاً بمولده ونشأته، مروراً بالتحاقه بكلية «سانت هيرست» العسكرية، حيث برزت هناك اهتماماته الموسيقية والثقافية المتمردة، لينعكس ذلك جلياً حين أمر بإنشاء مركز عُمان للموسيقى التقليدية في سنة 1984م، بعدها بعام أنشأ الأوركسترا السيمفونية السلطانية، ثم إنشاء دار الأوبرا السلطانية.

تدشين «موسوعة عُمان عبر الزمان»

جاء تدشين هذه الموسوعة الصادرة عن مكتب مستشار السلطان للشؤون الثقافية، كحدث لافت في هذا المعرض، حيث بدت كهدية أخيرة قيمة قدمها السلطان قابوس إلى بلاده وشعبه، بعد أن بارك العمل عليها كمرجع متكامل لتفاصيل تاريخ عُمان، من عصر ما قبل التاريخ وحتى العصر الحديث، وهي موسوعة تعدّ إضافة كبيرة وواسعة للباحثين والمؤرخين والمهتمين بالشأن العُماني. توزعت الموسوعة في خمسة أجزاء وثلاثة مجاز، لتحكى قصصاً مصورة لحضارة امتدت لآلاف السنين، تعبر عن الإنسان العُماني وفق سياقه الحضاري والبُعد الإنساني، إلى أن يصل إلى عصر النهضة الحديثة، وقد لاقت الموسوعة إقبالا كبيراً خلال المعرض، حيث جذبت أعداداً كبيرة من الزوار الذين حرصوا على اقتنائها كمرجع تاريخي مهم.

أكبر التجمعات التقنية في العالم وأقدمها (4) آلاف شركة تقدم أبرز التقنيات والتكنولوجيا الحديثة في معرض (CES 2020)

|| لاس فيجاس - إذاعة وتلفزيون الخليج

معرض (CES) هو المعرض السنوي للإلكترونيات الاستهلاكية العالمي، الذي تملكه وتديره جمعية تكنولوجيا المستهلك (CTA)، وهو تجمع عالمي للمبتكرين وصانعي التكنولوجيات المتقدمة منذ (50) عامًا، وفيه يتم تقديم ابتكارات الجيل الجديد من المنتجات إلى السوق.



وأعلنت (One Plus) عن هاتفها الذي يُخفي الكاميرات الخلفية تلقائيًا، كما كشفت (سامسونغ) عن مساعد روبوتي صغير على شكل كرة تنس يحمل اسم (Ballie) وغير ذلك كثير.

تطورات كبيرة في الحواسيب المحمولة

وشهد المعرض هذا العام -أيضًا- تطورات كبيرة في أجهزة الحواسيب المحمولة، حيث ظهرت حواسيب ويندوز القابلة للطي وثنائية الشاشة، وحواسيب تدعم اتصال شبكات الجيل الخامس (5G)، بالإضافة إلى تصاميم جديدة بميزات رائعة، فضلًا عن عروض لشاشات تلفزيون أكبر وأفضل بتقنية (8K)، وشاشات «أوليد» المحسنة، بالإضافة إلى شاشات (Micro LED)، وهي شاشات تتمتع بنفس السطوع والألوان كما هو الحال مع شاشات (OLED)، لكن بحجم أطول.

وسط هذه الشاشات عرضت شاشة (Samsung Odyssey G9) وهي بحجم (49) بوصة، وهذا حجم كبير جدًا لاستخدام شخص واحد، لكن مع انحناء بزاوية (R 1000) ستجد أنها الشاشة الأكثر انحناءً وتتوافق مع عين الإنسان، ومع دقة تبلغ (1440 × 5120)، ومعدل تحديث (240) هرتز، ووقت استجابة يبلغ (1) مللي ثانية، وتوافقها مع تقنيتي (Free Sync 2) و(G-Sync)، فسوف تكون هي الشاشة الأمثل التي يحلم بامتلاكها أي لاعب.

لم تكتف الشاشة بالإبهار من الأمام فقط، بل إن الجزء الخلفي كأنه مستوحى من أحد أفلام الخيال العلمي، مع وجود فاصل واضح في الوسط يكشف عن مصباح مستدير من نوع (LED) يتوهج باللون متغيرة، ولكل هذا فلقد حصلت شاشة (Odyssey G9) على جائزة الإبداع من معرض (CES 2020).

يعدّ المعرض الذي يقام في «لاس فيجاس» بالولايات المتحدة الأمريكية أكبر المعارض التقنية في العالم وأقدمها، حيث يتضمّن حضور عدد كبير من الشركات التقنية التي تقوم بتقديم منتجاتها الجديدة والمُتحمّل إطلاقها ضمن نفس العام أو حتى بعض النماذج الأولية لمنتجات قد لا يتمّ إطلاقها أيضًا، كانت بدايات هذا المعرض منذ ستينيات القرن الماضي ضمن أماكن مختلفة من الولايات المتحدة الأمريكية قبل أن يستقر في مدينة لاس فيجاس كمكان رئيس له مع بداية كل عام كما هو الحال مع معرض (CES 2020) لهذا العام، هو مهرجان تقني تتسابق فيه الشركات التكنولوجية لطرح أحدث منتجاتها وتصوراتها لما يمكن أن يكون عليه مستقبل التقنية في السنوات القليلة المقبلة.

شهد معرض (CES 2020) الذي أقيم خلال الفترة من 7 - 10 يناير 2020م، مشاركة أكثر من (4) آلاف شركة عرضت أبرز التقنيات والتكنولوجيات الحديثة والمطورة، التي ستعيد تعريف الصناعات مستقبلاً، بالإضافة إلى عرض كثير من الأجهزة والتقنيات الجديدة المثيرة للاهتمام والتي شملت السيارات والهواتف الذكية والحواسيب والشاشات، إلى جانب بعض الأجهزة القابلة للطي، كما شهد المعرض حضور شركة (أبل) بعد غياب ثلاثة عقود تقريباً، في وقت سيطرت فيه التصورات والنماذج الأولية التي ستحتاج إلى كثير من الجهد لتطبيقها على أرض الواقع، وهناك تلك التصورات التي لن تُنفذ بالأساس، لكنها مجرد مدخل لكي يتبناها الغير ويعمل على تطويرها وجعلها قابلة للتنفيذ.

كان هناك كثير من المفاجآت في المعرض هذا العام، حيث فاجأت شركة (سوني) الجميع بعرض مفهوم سيارة كهربائية لاستعراض واختبار منصتها الجديدة للسيارات المتصلة (Sony Vision-S)،



الجديد في الأجهزة القابلة للطي

شاهدت أحد المشاهد وهاتفك في وضع طولي فستري المشاهد من زاوية، وإذا شاهدته في وضع عرضي ستراه من زاوية أخرى أو ستري مشهداً آخر يحدث في ذات الوقت. فضلاً عن ذلك ستراعي المنصة طبيعة الجهاز الذي ستشاهد عليه المحتوى، فطبيعة الهاتف هي السرعة والاختصار، فلا أحد يحبذ الإمساك بالهاتف في نفس الوضع بالساعات، لذلك فالمحتوى الحصري المقدم على منصة (Quibi) سيكون ذا طبيعة سريعة، (10) دقائق على الأكثر هو طول أي حلقة من حلقات أي مسلسل سيعرض عليه، وكذلك نشرات الأخبار ومختلف المحتوى الترفيهي الآخر سيحمل نفس السمة. ومن الجدير بالذكر أن هناك أسماء مهمة تعاقبت على تقديم أعمال لهذه المنصة، مثل المخرج ستيفن سبيلبرج، ومن المنتظر أن يتم إطلاقها في شهر أبريل المقبل، مع وعد بتوفير (3) ساعات من المحتوى الجديد يوميًا، وذلك بسعر (4.99) دولار أمريكي شهريًا للخطة المتضمنة الإعلانات، أو (7.99) دولار أمريكي للخطة الخالية من الإعلانات.

الإنسان الاصطناعي والذراع الاصطناعية

أزاحت سامسونغ الستار عن الإنسان الاصطناعي (Artificial Human)، وهذا بالضبط هو المصطلح الذي أطلقته سامسونغ على مشروعها الجديد (Samsung Neon) وهذا ليس روبوت، بل هو برمجية تقوم بتشكيل هيئة إنسان يبدو أنه حقيقي لأنه غير موجود بشكل فعلي. لهذا الإنسان الاصطناعي القدرة على التحدث والتحاور معك والقيام بمختلف الانفعالات والحركات التي يقوم بها أي إنسان عادي، فهو مبرمج على ملايين الحركات للوجه والجسد في مختلف الأوضاع والحالات، مما يجعله قادرًا على تقليد الانفعالات الإنسانية بشكل أكثر دقة والتعبير عنها بلامح وجهه الاصطناعي. وشهد المعرض تقديم ذراع اصطناعية تتحرك بإشارات دماغية كطرف تعويضي جديد يعمل بالذكاء الاصطناعي، وقد ذكر هذا الابتكار في قائمة مجلة (Time) لأفضل (100) اختراع في سنة 2019م، والآن عرضته الشركة المصنعة في معرض (CES 2020) وأصبح جاهزًا للطرح في الأسواق خلال العام الجاري بعد الحصول على موافقة إدارة الغذاء والدواء الأمريكية (FDA)، ليمثل أملاً جديدًا ليعيش مبتورو الأطراف حياة طبيعية.

بالنسبة للأجهزة القابلة للطي والهواتف الجوّالة المطوية أو الانزلاقية، فقد ظهر العديد منها في هذا المعرض مع كشف النقاب عن العديد من الهواتف الذكية الحديثة القابلة للطي من الشركات العالمية، مثل: (سامسونغ، وهواوي، وإل جي) وغيرهم، وقد تسابقت الشركات التقنية على طرح منتجاتها للسوق التجاري حتى ولو لم تكن جاهزة كفاية ولم تأخذ وقتها بالاختبار، لكنه اتجاه فرض نفسه وفرض السباق على الجميع. وتشترك الموديلات الجديدة في ميزة واحدة، تتمثل في أنها هواتف ذكية يمكن طيها، لكن بدلاً من وجود جزأين للهاتف، أحدهما يتضمن شاشة والآخر يضم لوحة مفاتيح، تمتاز الموديلات الجديدة بشاشة لمسية يتم طيها من المنتصف. وأوضح فرانسيسكو جيرونيمو، المحلل بشركة أبحاث السوق (IDC)، أنه من المتوقع أن تنتشر الهواتف القابلة للطي قريباً في الأسواق، إلا أنها ليست مثالية الآن، مضيفاً: أن كثيراً من المستخدمين يشترون حالياً الهواتف الذكية ذات الشاشات الأكبر لعرض مزيد من المحتويات.

وحتى لا يتم تكبير شاشة الأجهزة بشكل لا متناهي، اعتمدت الشركات العالمية على بعض التفاصيل التقنية منذ سنوات، من خلال تصميم حواف نحيفة للغاية للشاشات، وتركيب السماعات والكاميرات خلف زجاج الشاشة في وحدات قابلة للإخراج أو في تجويف الشاشة، إلا أن هذا المفهوم قد وصل بالفعل إلى حدوده القصوى حالياً، وأصبح الحل يتمثل في اللجوء إلى الهواتف الذكية القابلة للطي، حيث يمكن للمستخدم الحصول على شاشة أكبر من نصف حجم الهاتف.

محتوى مرئي مخصص للهواتف

إذا كنت قد مللت من مشاهدة المحتوى المرئي عند الطلب المخصص لأجهزة التلفاز على هاتفك لأنك تضطر إلى الإمساك بالهاتف في وضع عرضي، مثل (نتفليكس، وأبل تي في بلس) وغيرهم، فلفد جاءك الحل مع المنصة الجديدة (Quibi) والمخصصة للهواتف فقط. ولو كانت المنصة قائمة على تقديم محتوى طولي فقط، فبالتأكيد ستصاب بالفشل الذريع، لكنها أخذت الأمر إلى أبعد من ذلك فهي ستقدم لك تجربة ممتعة تجعلك تتفاعل مع المحتوى، فإذا

ضمن سلسلة ندوات حول «الإعلام العربي 2020» أوراق عمل ونقاشات في «أبوظبي» حول واقع الإعلام السعودي بين التحول والتغيير

|| أبو ظبي - إذاعة وتلفزيون الخليج

نظّم مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية في أبو ظبي في العاشر من فبراير هذا العام ندوة بعنوان: «واقع الإعلام السعودي ورؤساء التحرير السعوديين، ناقشوا خلالها واقع الإعلام السعودي بين التحول والتغيير، وتعرّف تجربته في تطوير منظومته الحالية.



من جهته، تحدث سعود الرئيس، رئيس التحرير السابق لجريدة الحياة في السعودية والخليج العربي، عن «الصورة الذهنية عن المملكة: الماضي، والحاضر، والمستقبل»، وقال: إن هناك وسائل إعلام غربية تحاول الإساءة إلى الإصلاحات الجذرية التي تشهدها المملكة العربية السعودية حاليًا، ومن ثم فإن الإعلام السعودي تقع عليه مسؤولية كبيرة في التصدي لذلك الأمر، مضيفًا: على وسائل الإعلام السعودية أن تعمل - أيضًا - على تعزيز الصورة الإيجابية للمملكة في الخارج، مشيرًا إلى أنه على الرغم من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه ينبغي عدم إهمال الإعلام التقليدي، بل تقديم كل أوجه الدعم له بالنظر إلى أهمية الدور الذي يؤديه في نقل الصورة الإيجابية إلى الخارج.

بدوره أكد زيد بن كمي، مساعد رئيس تحرير صحيفة الشرق الأوسط الدولية، في ورقة بعنوان: «أهمية الوعي الإعلامي في ظلّ التحولات المجتمعية في المملكة»، أكد فيها على أن الإعلام السعودي يؤدي عددًا من الأدوار المهمة في مجال توعية المجتمع بمبادرات وبرامج رؤية المملكة 2030م، حيث سلط الضوء على الإنجازات الفكرية

في بداية الندوة قال الدكتور جمال سند السويدي، مدير عام مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية: إن الندوة تناقش مجموعة من الموضوعات التي تتعلق بالإعلام السعودي، من بينها الدور الذي يقوم به في تحقيق رؤية المملكة (2030م)، وفي تعزيز الصورة الذهنية للمملكة في الخارج، وفي نشر الوعي عن التحولات المجتمعية التي تشهدها المملكة، وفي تناول صورة الآخر.

وفي ورقة عرضها بعنوان: «مهمة الإعلام السعودي في ضوء رؤية المملكة 2030م»، قال علي العلياني، رئيس تحرير ومقدم برامج في قناة (MBC): إن الإعلام السعودي يعمل على توحيد الرسائل الموجهة للرأي العام حول رؤية المملكة 2030م، وتصحيح ما قد يكون خطأ حولها، وتطوير الخطط الإعلامية والبرامج التنفيذية المرتبطة بها بشكل عام، وأضاف العلياني: إنه تمّ استحداث مركز التواصل الحكومي في المملكة العربية السعودية الذي يهدف إلى تعزيز صورة المملكة محليًا وإقليميًا ودوليًا، ورفع مستوى اعتزاز المواطنين ووعيهم واهتمامهم بسياسات الحكومة وبرامجها.



- في تعامله مع الغرب، موضحاً أن نظرنا للآخر تحكمها العاطفة لا العقل، وذكر أن الصورة النمطية تنشأ من الفراغ المعرفي، والإدراك الانتقائي؛ فنحن نأخذ من المعلومات ما يتوافق مع قناعاتنا، مشدداً على ضرورة الانفتاح على الآخر، حتى يكون بإمكاننا بناء صورة حقيقية عنه، وأكد أن تجاوز الصورة النمطية السلبية يتطلب وجود منصات إعلامية قوية تعمل في ظلّ مناخ إيجابي ومواتٍ، وبناء علاقات قوية مع الآخر لتعرّفه بشكل حقيقي، وتجاوز خطاب الكراهية عن طريق تجريم هذا الخطاب، والتصالح مع الذات وتحقيق السلام الداخلي، والنظر إلى الإعلام بصفته شريكاً في نجاحات مؤسسات الدولة.

والتنموية والإبداعات الصناعية والزراعية والثقافية، وعلى ضرورة الاهتمام بقضايا البيئة، وتمكين المرأة وتعزيز دورها في عملية التنمية، إضافة إلى قيامه بالتوعية بأهمية التربية الغذائية ومحو الأمية والتوعية الصحية وثقافة التعامل مع الشبكة الإلكترونية. من جانبه تناول محمد الحارثي، المشرف العام على منتدى الإعلام السعودي، رئيس تحرير مجلتي «سيدتي» و«الرجل»، «صورة الآخر في الإعلام السعودي»، وقال: إن الإعلام العربي والسعودي يعاني مشكلة التعميم، فكما تنتهم الإعلام الغربي بتعميم صورة سلبية عن العرب والمسلمين، فالإعلام لدينا يعاني المشكلة نفسها - أيضاً



#حاضرین) شعار المرحلة القادمة لـ «أبو ظبي للإعلام»

|| أبو ظبي - إذاعة وتلفزيون الخليج

كشفت شركة أبو ظبي للإعلام، عن خطة تطوير شاملة في الشكل والمضمون لجميع منصاتها المقروءة والمسموعة والمرئية، في 18 فبراير 2020م، بهدف تقديم محتوى إعلامي مبتكر يواكب تطلعات الجمهور. وجاءت تفاصيل الخطة التطويرية ضمن إستراتيجية أبو ظبي للإعلام التي تتضمن إطلاق تطبيقات رقمية، وإنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية جديدة، وتطوير للمحتوى المطبوع.

ABU DHABI
MEDIA

الوطنية لتعزيز دورها المتميز في الاستعداد للخمسين عامًا المقبلة وإبراز النموذج الحضاري الريادي والإنجازات الكبيرة التي تحققت دولة الإمارات العربية المتحدة. وأضاف «الجابر»: تتمحور الإستراتيجية الجديدة حول رؤية طموح لتطوير منصات أبو ظبي للإعلام كافة، مع التركيز بشكل رئيس على الاستجابة لتطلعات الجمهور، والريادة في إنتاج المحتوى، وتجديد العلامات التجارية للشركة لمواكبة التغيير المستمر في المشهد الإعلامي حول العالم، وتكثيف حضور المنصات الرقمية، إضافة إلى تسهيل الوصول للمحتوى الحضري الذي تنتجه أبو ظبي للإعلام عبر إطلاق تطبيقات رقمية مخصصة تقدم أحدث التطورات التقنية وفق أعلى معايير الجودة العالمية».

وأطلقت شركة أبو ظبي للإعلام وسم «حاضرین» كشعار للنقلة التطويرية عبر حسابها الرسمي في تويتر، حيث قالت الشركة: إنها تستند في هذه الإستراتيجية على نتائج سلسلة من البحوث النوعية والدراسات الميدانية التي أجرتها لاستطلاع آراء الآلاف من الأشخاص من جميع شرائح المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة والعالم العربي، وتعرّف توجهاتهم واحتياجاتهم، وتطوير برامجها بناءً على هذه النتائج. وصرح بهذه المناسبة الدكتور سلطان بن أحمد الجابر، وزير الدولة رئيس مجلس إدارة أبو ظبي للإعلام: إنه «تمّ وضع الإستراتيجية الجديدة للشركة تماشيًا مع توجيهات القيادة الإماراتية بضرورة استشراف المستقبل والارتقاء بأداء هذه المنظومة الإعلامية



فقد خصصت برنامج «نحن هنا» ليناقدش القضايا ويتابع الفعاليات التي تتعلق بأصحاب الهمم متطرقاً إلى قصص النجاح والإرادة. وتركز قنوات أبو ظبي الرياضية خلال المرحلة المقبلة حسبما أعلنت أبو ظبي للإعلام على بث المحتوى الرقمي عبر موقعها الإلكتروني وتطبيقها الرقمي الجديد (AD Sports) المتوافر عبر متاجر «آبل ستور» و«أندرويد»، إلى جانب صفحاتها على منصات التواصل الاجتماعي، وخدمة البث المباشر عبر الإنترنت، فضلاً عن إطلاق تطبيقها لأول مرة عبر «آبل تي في» خلال الربع الأول من العام الجاري 2020م، وفيما يتعلق بالتطورات الجديدة لمنصة المحتوى الرقمية، فستعرض المنصة خمسة برامج بحلة جديدة تواكب التطور في مجال الإعلام الرقمي.

المجال الثقافي والقطاع الإذاعي

ذكرت الشركة أنه سعيًا منها لنشر الثقافة العلمية وإثراء المحتوى العلمي الرقمي، ستعرض المنصة برنامج (علمياديا) الذي يسلط الضوء على مواضيع علمية بطريقة مبسطة وممتعة للشباب، وبرنامج «إلى أين؟» الاجتماعي الذي يتناول قضايا اجتماعية تشغل الشباب العربي على وسائل التواصل الاجتماعي وي طرح وجهات الرأي المختلفة حولها. وتضمنت الخطة التطويرية الجديدة لشبكة أبو ظبي الإذاعية إستراتيجيتها في تطوير المحتوى الإذاعي التي تتضمن أكثر من (34) برنامجًا جديدًا إلى جانب البرامج الحالية، ما بين برامج تراثية وترفيهية وثقافية وإخبارية متنوعة.



تحديث العلامات التجارية

أجرت أبو ظبي للإعلام تحديثاتها الجديدة لمختلف العلامات التجارية التابعة لها على المنصات الرقمية، بما في ذلك تحديثات شاملة لكافة المواقع الإلكترونية لعلاماتها، وأطلقت منصات وتطبيقات رقمية جديدة تضم أحدث التقنيات من بث مباشر، وخدمات إعادة مشاهدة البرامج، وإدماج تقنيات مثل «أليكسا» و«بريس ريدر» بشكل متوافق بالكامل مع نظامي التشغيل «آي أو إس» و«أندرويد»، بالإضافة إلى تطوير تجربة الاتصال عبر تطبيق «آبل تي في».

جديد القنوات التلفزيونية

أطلقت شبكة قنوات تلفزيون أبو ظبي موقعها الإلكتروني المحدث بتصميم جديد، ومواقع إلكترونية أخرى لكل قناة من قنواتها تتضمن خدمات مميزة من بينها البث المباشر، ومتابعة جميع برامج ومسلسلات الشبكة من خلال خدمة (Catch up)، إلى جانب إطلاق تطبيق (ADTV) لجميع قنواتها التلفزيونية. وتتضمن الدورة البرمجية الجديدة لشبكة قنوات تلفزيون أبو ظبي إطلاق أكثر من (60) عملاً جديدًا، من مسلسلات وبرامج شبابية وترفيهية متنوعة على قنوات (أبو ظبي، والإمارات، والرياضية، وقناة ماجد).

إعلام أبو ظبي الرياضي

فعلت قنوات أبو ظبي الرياضية منظومتها الجديد عبر بث أكثر من أحد عشر برنامجًا جديدًا، يأتي من بين أبرزها برنامج «جيم أوفر»، وكما تؤدي قنوات أبو ظبي الرياضية واجبها تجاه أصحاب الهمم،



هل ستحال أجهزتنا الحالية إلى التقاعد بأمر تقنيات المستقبل؟ المؤتمر السعودي لإنترنت الأشياء يهيئ المستخدمين لمرحلة «ما بعد الهواتف الذكية»

|| الرياض - هيثم السيد

لم يكن العالم يتوقع أن دخول عهد الهواتف المحمولة الذكية في سنة 2007م سيكون مسؤولاً عن إحداث ثورة نوعية في علاقة الناس بالتقنية، وكيفية استفادتهم منها، على نحو أحال عشرات الأجهزة وآلاف الخدمات والإمكانات إلى التقاعد، ليقوم بها جميعها هاتف قد لا يتجاوز حجم اليد أحياناً.

السواحة فرصة مواتية على سبيل تحويل المملكة إلى نافذة لتطبيقات إنترنت الأشياء في المنطقة، مع التوجهات السعودية نحو تحقيق (رؤية 2030م).
ودعا الوزير المختصين إلى توظيف الآليات المناسبة لتنوع الاستثمارات مع نقل المعرفة والخبرات العالمية إلى السوق المحلية الغنية بالفرص الكبيرة في تطبيقات إنترنت الأشياء، مشيراً إلى أهمية الاستثمار في مجال إنترنت الأشياء الذي لا يزال سوقاً واعدة في طور النمو.

فرص ضخمة قيد التشكل

أكثر من (50) متحدثاً من المختصين والأكاديميين والباحثين ورؤساء الشركات الوطنية والعالمية في قطاع التقنية سلطوا الضوء على آخر ما توصلت إليه التقنيات الناشئة، مثل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، كما عرضت أكثر من (200) جهة محلية وعالمية جهودها في مجال التحول الرقمي والاستثمار في تكنولوجيا المستقبل.
برزت أهمية المؤتمر والمعرض في تعريف الزوار بخدمات النطاق العريض والجيل الخامس والأمن السيبراني، والإمكانات الهائلة

بعد مرور (13) عاماً من ذلك التاريخ، يرى المختصون التقنيون أننا على وشك ثورة جديدة قد تعيد صياغة المعادلة، والحديث هنا عن «إنترنت الأشياء»، الذي يتوقع أن يصبح أكبر من سوق الهواتف المحمولة وأجهزة الحاسب والأجهزة اللوحية مجتمعين بمقدار الضعفين، حيث سيصل عدد الأجهزة التي تستخدم هذه التقنية إلى (35) مليار جهاز متصل بالإنترنت.

في هذا الشأن، استضافت الرياض فعاليات المعرض والمؤتمر السعودي الدولي لـ«إنترنت الأشياء» (#SaudiIoT) في نسخته الثالثة، خلال الفترة من 8 - 10 مارس 2020م، في مركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض، ونظمتها مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، بإشراف من وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية.

المملكة .. نافذة تقنية للمنطقة

افتتح المهندس عبد الله السواحة، وزير الاتصالات وتقنية المعلومات في السعودية، هذه النسخة من المؤتمر، والذي يعدّه



المنظومة البيئية (الرقمية/التقنية) المتكاملة ضمن منصة فريدة من نوعها، سعيًا لبدء رحلة التحول الرقمي في المملكة وتشجيع التطور التقني في المنطقة.

من أروقة المؤتمر

كان للجامعات السعودية حضورها القوي في المؤتمر والمعرض، وذلك عبر مشاركة باحثيها وخبرائها في الكلمات والجلسات الحوارية والورش، كما استعرض ركن مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية عددًا من إنجازات المعاهد والمراكز البحثية لخدمة القطاعات الوطنية المختلفة.

أما النقاشات التي شهدتها الجلسات، فقد تطرقت إلى أهمية استخدام حلول الذكاء الاصطناعي في رصد تهديدات الأمن السيبراني، في وقت تفتقر فيه (70%) من الأعمال التجارية لقدرات اكتشاف هذه الأخطار، كما أكدت على أهمية احتواء تطبيقات الإنترنت على جوانب الأمن، الأداء، والموثوقية، والانتقال لنموذج عمل سحابي للتطبيقات وتخزين البيانات.

كما تحدث الخبراء المشاركون عن استنساخ أجزاء من نظم التصنيع المتقدمة ضمن الثورة الصناعية الرابعة، واستخدام رقمنة المنتجات في توطين الإنتاج، وتشجيع الطباعة ثلاثية الأبعاد للأجيال الشابة. في جوانب أخرى، وقعت مجموعة من الشركات المحلية والعالمية المشاركة على عدة مذكرات تفاهم شملت مجالات متنوعة لتطوير تطبيقات الروبوت، وتطوير الحلول الزراعية والصناعية والأمنية، عبر دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء والدرونز.

أُتيحت الفرصة كذلك لأصحاب المشاريع البحثية وبراءات الاختراع لتقديم نتائج دراساتهم وآخر اختراعاتهم على منصة العروض الحية، كما استضاف المعرض عددًا من رواد الأعمال الناجحين الذين قدموا خدماتهم ومنتجاتهم للزوار، وهو ما أتاح لهم فرصة التواصل مع المستثمرين ورواد التقنية في العالم العربي.

ومن الجدير بالذكر أن (إنترنت الأشياء) (Internet Of Things) أو ما يعرف اختصارًا بـ (IoT) يعرّف بأنه مفهوم متطور لشبكة الإنترنت بحيث تمتلك كل الأشياء في حياتنا قابلية الاتصال بالإنترنت أو بعضها البعض، لإرسال البيانات واستقبالها وأداء وظائف محددة من خلال الشبكة.

وتقوم فكرته على منح قدرة الاتصالات بشبكة الإنترنت إلى مجموعة لا نهائية من الأشياء التي تتحكم فيها ونستخدمها، الأمر الذي يتيح لها أداء وظائف ومهام إضافية، وقد بدأ هذا التحول بالفعل في أجهزة، مثل: «الساعات، التلفزيونات، أساور اليد، النظارات» وغيرها.

لإنترنت الأشياء، والفرص الفعلية التي يتضمنها مفهوم التحول الرقمي، كما تضمن مشاركة القطاع الخاص المحلي والعالمي في عرض إنجازاته التقنية وتمكينه لقدرات الكفاءات الشابة المتميزة في هذا المجال.

بنية تحتية لتحولات نوعية

أثبت المؤتمر والمعرض السعودي الدولي لإنترنت الأشياء أنه المنصة الأكبر في مجاله محليًا وإقليميًا، حيث أوجد منصة مهمة لتبادل الخبرات والتجارب العلمية والعملية في مجالات الذكاء الاصطناعي، وإبراز جهود المملكة العربية السعودية في إنشاء بنية تحتية قوية ومتطورة قادرة على دعم التقنيات المستقبلية، وخدمات الجيل الخامس (5G)، وإنترنت الأشياء (IoT)، والذكاء الاصطناعي (AI)، وإنشاء المدن الذكية في المملكة.

وقد شهد الحدث مشاركة واسعة محلية وإقليمية وعالمية من القطاعات المتخصصة في مجالات التقنية والاتصالات والتحول الرقمي وغيرها من المجالات ذات الصلة، كما سلط المؤتمر الضوء على عدد من التقنيات الناشئة، مثل الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة، وسلسلة الكتل، وتقنية الجيل الخامس، والثورة الصناعية الرابعة، حيث شجعت هذه التقنيات على الابتكار والإبداع، وأسهمت في تحسين الكفاءة والإنتاجية.

السوق الأكبر .. خليجيًا

عدد من رجال الأعمال والمطورين وأصحاب المشاريع الريادية الهادفة إلى الاستثمار في التقنيات المستقبلية كانوا جزءًا من النقاشات التي طرحها المؤتمر بشأن الفرص الواعدة، في مرحلة لا تبدو قريبة فحسب، بل يبدو أنها قد بدأت بالفعل، فالإحصائيات تشير إلى أن السوق السعودي الذي احتضن المؤتمر يُعدُّ الأكبر في دول الخليج العربية والثالث على مستوى الشرق الأوسط، وذلك في ضوء التحولات الرقمية التي تشهدها المملكة.

وفي الوقت الذي قَدَّر فيه مختصون في قطاع التقنية أن إنفاق إنترنت الأشياء قد بلغ نحو (1.48) مليار دولار أميركي في العام الماضي، توقعوا زيادة بمعدل يصل إلى (19.5%) بحلول العام 2023م، وتحدثت التقديرات عن (16) تريليون دولار أميركي، كقيمة تقريبية لحجم سوق إنترنت الأشياء العالمي المعتمد على منظومة من الأجهزة عالية التقنية.

جسر للعبور نحو الغد

في حين بات واضحًا أن التقنية ستكون المنصة القادمة ليفهم وتخمين شكل أسلوب الحياة القادم، عمل المهتمون والمتخصصون خلال المؤتمر على شرح المفاهيم الجديدة التي ستأتي بها مرحلة «إنترنت الأشياء» ذات التأثير المباشر في مختلف أوجه المهام اليومية.

وفضلاً عن عرض مجموعة من الابتكارات التي لفتت نظر كبرى الشركات وأهم الخبراء المحليين والعالميين، برزت أهمية المؤتمر والمعرض في تسليط الضوء على آخر ما توصلت إليه التقنيات الناشئة، مثل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، وأهم مستجدات قطاع التقنية والإنجازات والتطورات في عالم التقنية والإنترنت.

وُصف المعرض والمؤتمر السعودي لإنترنت الأشياء بأنه الجسر الوحيد من نوعه بين لاعبي التقنية الإقليميين، لاسيما من حيث إتاحة الفرص لرواد الأعمال التقنيين ورجال الأعمال لبناء شراكات مع الشركات التجارية العالمية، بما يُسهم في جمع كل مكونات

صياغة الخطاب الإعلامي

|| د. ذكرى يحيى القبيلي

الخطاب كل تلفظ بين متحدث ومستمع أو كاتب وقارئ، وكثيراً ما يهدف الطرف (الأول/المرسل) إلى الإقناع والتأثير في الطرف (الثاني/المستقبل)، وهذا حال الخطاب الإعلامي، رسالة مكتوبة أو منطوقة له أشكال متعددة وغايات متباينة، ويفترض فيه الموضوعية وعدم التحيز.



يسمح بالمراجعة والتدقيق بعيداً عن الظروف التي تكتنف الصياغة الإعلامية، والتي يسبق الصحفي فيها الزمن جرياً وراء تحقيق السبق الإعلامي، كما جاء في بحث الصياغة اللغوية والتضليل الإعلامي للدكتور أحسن خشة: «لقد بلغ الاستخدام العشوائي أو المقصود لبعض المصطلحات في وسائل الإعلام حدّاً كبيراً، بحيث صار يفتقد في كثير من الأحيان إلى التبصر في المعاني التي تحملها، ومدى تحقيقها للمصلحة الاجتماعية والفردية»، واستعرض بعض التعبيرات المتداولة إعلامياً، موضّحاً الدلالات التي تحملها وكذا انعكاساتها السلبية المحتملة على المجتمع. ولا شك في أن الوقوف على دلالات هذه اللغة وتببع معانيها واستخداماتها المختلفة في وسائل الإعلام كما فعل، يمكننا من

يقول «أداوف. س. أوكس» ناشر جريدة نيويورك تايمز: «إن الصحافة مهنة لا تستميلها الصداقات ولا يرهبها الأعداء، وهي لا تطلب معروفاً ولا تقبل امتناناً، إنها مهنة تقضي على العاطفة والتحيز والتعصب». إن المتابعة المتأنيبة للغة المستخدمة في وسائل الإعلام، تكشف عن عناية في اختيار مصطلحات وتعبيرات محددة لتوصيف موضوع ما، ومما لا شك فيه أن عملية إبداع التعبيرات المناسبة إعلامياً، والتي تؤدي الغرض المرجو منها ليست عملية هينة، ولا تقوم على فعل إعلامي عابر مثلما قد يعتقد البعض، بل هي نتاج جهد يقوم به مختصون ببراعة كبيرة، تخفي وراءها خلفيات مبدعيها وآراءهم. ولا ريب في أن الوقوف على دلالات هذه التعبيرات الإعلامية



القرآن الكريم والسنة الشريفة. كما قد تدمج مفردات متناقضة تنتزع من سياقها الأصلي مثل (الأم العازبة) وهي تعبيرات مضللة لا تعكس المعنى الحقيقي، وتلتف على المقصود الفعلي، والأمهات العازبات ترجمة للتعبير الأجنبي (Les femme célibataire)، والأم في سياقنا الديني والقيمي والثقافي يطلق على المرأة المتزوجة بطريقة رسمية وشرعية، وأنجبت بعدها، بخلاف المقصود هنا. ومن التعبيرات الرائجة (شيطنة الآخر)، فكلمة «الآخر» يقصد بها الغير ويحمل عدم إعطائه قيمة، و«الشيطنة» المقصود بها تشويه صورة شخص أو حزب أو جماعة أو دولة لتحقيق هدف ما، والواقع الإعلامي يقول عن قنوات إعلامية وحملات يقودها إعلاميون أو سياسيون، يعمدون إلى تسليط أضواء سلبية كثيفة على سلوكيات جماعات أو أحزاب أو مواقف دول؛ بهدف تشويه سمعتها لدى الرأي العام، والحدّ من أثرها وانتشارها أو نفوذها الاجتماعي أو السياسي والاقتصادي.

أخيرًا فإن اللغة في الوجود أداة مطلقة، لكنها في الإعلام على اختلافه وظيفة متحركة، ذات أبعاد مختلفة ودلالات موجهة للرأي العام، ويتجلى ذلك في السلطة التي تمارسها على المتلقي، فتجعله يدرك الأشياء بالطريقة التي تحددها له، سواء أكانت حقيقية أم تضليلًا.

الكشف عن المقاصد المتوخاة منها ومن أساليب الإعلام في صناعة الرأي العام أو توجيهه والتأثير فيه من خلالها، ومن هذه النماذج والتعبيرات ذات الدلالات التي يمكن وصفها بالمضللة: (النيران الصديقة) وهو من التعبيرات الإعلامية التي تجمع بين الضدين، وتحقق غايات سياسية في زمن الحروب فتمتص جزءًا من الغضب. (إعادة انتشار) ويطلق على التراجع والانحزام والانسحاب. (هزيمة بطعم الفوز)، أو (هزيمة مشرفة)، وهذا من التلاعب بالألفاظ الذي يؤثر في نفسية المتلقي، وتجعله يتقبل الوضع ولا يُسهم في تغييره، ويكون سلبيًا تجاهه.

ومن ذلك كلمة (الاستعمار) التي تحمل معنى التعمير والبناء، صارت تستعمل نعتًا للعدو والاحتلال الظالم الذي يهلك الحرث والنسل. ومثلها تعبيرات تُسهم في ترسيخ انطباعات إيجابية أو سلبية لدى الرأي العام، مثل: حركة مقاومة، مجموعة إرهابية، مجموعات متمردة، مليشيات، ومنها أيضًا: عمليات جهادية أو انتحارية، وبالمقابل فإن وصف (جماعة مسلحة) أو (مليشيا) في منطقة معينة يضفي عليها حكمًا تقييميًا سلبيًا.

وقد تسمى أشياء بغير مسمياتها؛ فتطلق (المشروبات الروحية) على الخمر الذي يذهب بالعقل ويفتك بالصحة، وتستعمل (الفوائد المصرفية) في التعبير عن الربا الذي ورد النهي عنه في مواضع من



العالم يختار السلامة ويعلن الاستسلام فعاليات ثقافية ورياضية تغادر مواعيدها بأمر (COVID-19)

|| الرياض - إذاعة وتلفزيون الخليج

بدءًا من منتصف شهر فبراير 2020م، بدأ فيروس كورونا المستجد (COVID-19) يلقي بظلاله على نحو أكثر جدية من أي وقت مضى، بالتزامن مع تسارع ملحوظ في حالات الإصابة واتساع رقعتها حول العالم، الأمر الذي انعكس بدوره على فعاليات الثقافة والرياضة والمجتمع والإعلام، ما أدى إلى إيقاف كثير منها تقريبًا، ثم إيقافها جميعًا، مع تصاعد انتشار الفيروس الذي أعلنته منظمة الصحة العالمية وباءً عالميًا في 11 مارس 2020م.

انطلاقه في شهر مايو المقبل، وكان الخبر بدهيًّا وطبيعيًّا في ظل حالة الاستنفار العالمي التي أسفرت كذلك عن توقف كثير من عمليات إنتاج الأفلام، بل وأغلقت دور السينما في كثير من دول العالم، في حين علق رئيس لجنة تحكيم المهرجان «سبايك لي» بقوله: «إنها ليست مزحة، ليست فيلمًا سينمائيًّا، الناس يموتون». ثمة احتمال ضعيف تناقلته المواقع الإخبارية عن انعقاد المهرجان في الربع الأخير من العام الحالي، إلا أن هذه الأخبار تظل مقترنة بشكل رئيس بتطورات الوضع العالمي لمكافحة كورونا، في حين قررت السلطات في مدينة كان الفرنسية تخصيص مقر مهرجانها السينمائي الشهير لتكون مقرات عزل صحي لخمسين متشردًا، ويتم فيها توفير الخدمات الأساسية لهم، وذلك ضمن إجراءات الحد من تفشي الفيروس الذي تعدُّ فرنسا في طليعة الدول المتأثرة به بعشرات الآلاف من المصابين، وآلاف المتوفين.

وقد جاء تأجيل وتعليق انعقاد عدد من الفعاليات المحلية والدولية في إطار الإجراءات الاحترازية والوقائية التي فرضتها الحكومات في كثير من الدول بهدف الحد من التجمعات البشرية التي ثبتت مسؤوليتها المباشرة عم انتشار العدوى، وهي إجراءات سلمت منها الأنشطة التي وضعها حُسن حظها في الأيام القليلة التي سبقت ظهور الفيروس وانتشاره. في هذا التقرير نعرض أبرز الفعاليات التي تمَّ تأجيلها بسبب فيروس كورونا المستجد.

«مهرجان كان» .. في خبر كان

بين عشرات الأرقام والإحصائيات التي تعرض مستجدات فيروس كورونا، جاء شريط الأخبار يوم العشرين من مارس 2020م، ليعلن عن تأجيل المهرجان السينمائي الأشهر عالميًا، الذي كان من المقرر



«مهرجان البحر الأحمر السينمائي»، في منطقة جدة التاريخية بالمملكة العربية السعودية، تحت عنوان: «تغيير السيناريو» بمشاركة (107) أفلام وحضور عدد من نجوم الكتابة والتمثيل والإخراج على المستويين المحلي والعالمي، غير أن هذا الحدث تم تأجيله إلى موعد آخر لم يحدد بعد، وذلك ضمن الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها المملكة.

ويعدّ المهرجان مبادرة من وزارة الثقافة السعودية بهدف دعم المحتوى السينمائي المحلي وإثرائه، ضمن (27) مبادرة أطلقتها الوزارة لدعم حركة الأدب والفنون في المملكة، وكان من المقرر أن يُكرم المهرجان ثلاثة ممن تميزوا في عالم صناعة السينما، وهم: «جاك لانغ» وزير الثقافة الفرنسي الأسبق، و«كيم دونغ» مؤسس مهرجان بوسان السينمائي في كوريا الجنوبية، و«دانيلا ميشيل» المديرية المؤسسة لمهرجان «موريليا» السينمائي الدولي بالمكسيك.

«معارض الكتاب» .. بانتظار قراءة أخرى

كان محبو القراءة في المملكة العربية السعودية في انتظار الثاني من أبريل، الموعد الذي تمّ تحديده لدورة هذا العام من معرض الرياض الدولي للكتاب، المعرض الأول على مستوى العالم العربي من حيث القوة الشرائية، والذي كان قد تقرر أن تؤول مهمة تنظيمه إلى وزارة الثقافة السعودية بعد أن أقيم العام الماضي تحت تنظيم وزارة الإعلام في المملكة، غير أن دواعي الاحتراز وضمان وقاية الجمهور كان وراء تأجيل هذا المعرض إلى موعد لم يحدد بعد.

وقد بدأت وزارة الثقافة مطلع العام في تجهيز هذه الدورة لتكون امتداداً لنجاحات المعرض الذي يستقطب سنوياً ما لا يقل عن (500) ألف زائر، فضلاً عن مئات الآلاف من العناوين والإصدارات المميزة لنخبة من دور النشر المحلية والعربية والعالمية، وقد اختير موقع واجهة الرياض شمال شرق العاصمة السعودية، وهو أحد أحدث المناطق التجارية والترفيهية، ليكون مقرّاً لمعرض الكتاب للمرة الأولى، ليواكب التوجهات الهادفة إلى صنع التحول في قطاع الثقافة، وليكون مساراً منتجاً وثيق الصلة بتحقيق «رؤية المملكة 2030» والارتقاء بجودة الحياة.

وكانت قرارات التأجيل قد طالت عدداً من معارض الكتاب وفعاليات القراءة في المنطقة والعالم، من بينها: «معرض أبو ظبي الدولي للكتاب»، الذي غيّر مواعده من أبريل 2020م إلى مايو 2021م، و«معرض البحرين» الذي تمّ تأجيله حتى إشعار آخر، بعد أن كان مقرراً له الانطلاق يوم 25 مارس 2020م، فضلاً عن معارض عربية أخرى تمّ تأجيلها ومنها: «بغداد، وإربيل، وغزة، وتونس»، أما عالمياً فقد أجلت معارض كتب كبرى في عدة مدن منها باريس ولندن ولايبزيغ الألمانية.

«جوائز إيمي» .. طرق بديلة للتكريم

جائزة إيمي هي المعادل التلفزيوني لجوائز الأوسكار، وقد اعتاد الجمهور أن يتابع ترشيحاتها وتكريم الفائزين بها من نجوم المسلسلات والدراما، غير أن منظميها أكدوا أن تكريم الفائزين قد يتمُّ بطريقة مختلفة هذا العام، في ظل عدم إمكانية إقامة حفل يحضره آلاف الأشخاص كما جرت العادة، وقد كان من المقرر أن يقام حفل توزيع الجائزة في 12 يونيو 2020م، بقاعة «باسادينا سيفيك» في الولايات المتحدة الأمريكية.

«أولمبياد طوكيو» ينهي المقاومة أخيراً

بعد شدّ وجذب، وعدة شكوك تداولتها العناوين الإعلامية، جاء تاريخ الرابع والعشرين من مارس 2020م، لينهي حالة المقاومة التي ظل «أولمبياد طوكيو 2020م» يبدئها تجاه فكرة التأجيل، حيث أعلن منظمو الحدث الرياضي الأكبر على مستوى العالم أن فيروس كورونا قد تسبب في تأجيل إقامته إلى العام المقبل بدلاً من الصيف المقبل وذلك بعد أيام من إعلان بعض الدول عن عدم مشاركتها في حال تمّت إقامته في مواعده.

وتشير التقارير إلى أن «أولمبياد طوكيو» الذي كلفت تحضيراته قرابة (12.6) مليار دولار سيقام في موعد لا يتجاوز صيف العام 2021م، مع الاحتفاظ باسمه «أولمبياد طوكيو 2020م» وقد تمّ الإعلان أن هذا التأجيل يأتي بهدف حماية صحة الرياضيين وكل المنخرطين في الألعاب الأولمبية والمجتمع الدولي.

ومن الجدير بالذكر أن أغلب المسابقات الرياضية قد توقفت خلال فترة انتشار الفيروس مع مطلع مارس 2020م، ومن ذلك مسابقات الدوري المحلية في عدة قارات، والبطولات الفارية للأندية والمنتخبات، وغيرها من المنافسات في رياضات مختلفة، فيما حلّت أخبار تبرع بعض الأندية لجهود الأطقم الطبية وتخفيض رواتب اللاعبين وإصابة بعضهم بفيروس كورونا، بدلاً عن الأخبار التي اعتادها الجمهور حول سوق الانتقالات ونتائج المباريات.

كورونا يوقف محركات السيارات

عالم السيارات هو الآخر لم يكن بمعزل عمّا يحدث، المحركات السريعة لم تكن كافية للهروب من تبعات الفيروس الذي اجتاح العالم، فاختارت أن تنطفئ حتى إشعار آخر، حيث تمّ تأجيل سباق «الفرمولو 1» في البحرين، والذي كان من المقرر أن يقام في الفترة ما بين 19 - 22 مارس 2020م.

وعلى الرغم من القرار الذي جاء في وقت سابق بإقامة السباق من دون جمهور، إلا أن الشيخ سلمان بن عيسى آل خليفة، الرئيس التنفيذي لحلبة البحرين الدولية، عاد لاحقاً ليؤكد التوصل لقرار تأجيل السباق بوصفه الإجراء الصائب الذي يجب القيام به في ظل التطورات الأخيرة؛ من أجل حماية جميع المعنيين وصحتهم وسلامتهم.

أما على صعيد المعارض، فقد ألغى «معرض جنيف للسيارات»، والذي كان مقرراً تنظيمه خلال الفترة من 5 - 15 مارس 2020م، وذلك ضمن إجراءات الحكومة السويسرية في عدم إقامة فعاليات يزيد حضورها على ألف شخص، وقد كلفها هذا التأجيل قرابة (250) مليون دولار، في حين لم يستسلم منظمو «معرض نيويورك للسيارات» للإلغاء واختاروا تغيير مواعده من أبريل إلى أغسطس 2020م، كموعده مبدئي في حال لم يتفاهم وضع الفيروس في الولايات المتحدة الأمريكية.

«مهرجان البحر الأحمر السينمائي» .. تأجيل البدء

كانت الفترة بين 12 - 21 مارس موعداً للدورة الافتتاحية من

إعكورونا!!!

في ظلّ القلق والاهتمام العالمي الواسع وغير المسبوق بانتشار مرض كورونا المستجد (كوفيد 19) وتعديه للحدود وعبوره السريع للقارات أصبح الهاجس الكبير للإنسان متابعة مستجدات هذا المرض الخطير وما صاحبه من زخم إعلامي مكثف سبب الهلع والخوف من الانتظار المجهول.

في مقال سابق ليّ تحدثت عن «من يصنع الآخر، الأزمة أم الإعلام؟» ودور الوسيلة الإعلامية في صناعة الأزمات وتعزيز انتشارها من دون النظر لأي معايير أو محددات، ومعها أصبح المتابع يمسي على معلومة ويصبح على واقع آخر ولو كان على حساب الحقيقة.

هناك رابط كبير بين الكورونا والإعلام، خاصة في مجالي السرعة والانتشار، ولا شك في أن كورونا الإعلام وتأثيره أخطر من المرض المعروف نفسه، بل إن الحالة قد تتحول إلى وباء مهني.

ليس تشاؤماً، لكن ما يجري في الإعلام بخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي و(الواتساب)، وما يسمى بمشاهير التواصل الاجتماعي، من تمصّد وترهيب وتركيز على نصائح غير متخصصة ونقل مقاطع قديمة وعدم الاستناد على مصادر موثوقة، كل ذلك وغيره كثير حوّل ما يجري إلى (إعكارونا) متفشية، فيها كثير من الإقصاء والتباهي المزيّف وعدم الوعي.

أي أمراض كانت، ومنها كورونا المستجد، تنحسر ويتم إيجاد علاج لها بمشيئة الله، لكن كيف نعالج مرض فيروسات كورونا الإعلام؟!

المسألة ليست بحاجة إلى عقاقير ومضادات بل إلى عزل فكري وتشريعات إعلامية تحد من إيجاد الأزمات بين أفراد المجتمع وتخطي الحدود إلى إيجاد حملات تأزيم متضادة بين الشعوب.

الإعلام سلاح قوي، بل أبلغ من الرصاص، وكورونا الإعلام أفتك من كل الأوبئة لأنه يصوب نحو جدران المجتمع المطرز عليها لوحة مكتوب عليها «آفة الأخبار روايتها» وتحتها نقش جديد «آفة الإعلام فيروساتها»، وعلى المتضرر قياس الحرارة والضغط ومعدل التنفس، فقد يكون أصيب بعدوى فيروس كورونا الإعلام، وبالتالي الدخول في إجراءات الحظر والعزل وعدم مخالطة البشر بأفكار محبطة وأسطر مضللة ورؤية معتمدة!

إذا أردت الراحة.. ابتعد عن متابعة مصابي «كوفيد الإعلام» كي تعيش في سعادة وسلام، وخذ الاحترازا والتحذيرات من مصادرها المؤكدة والمخصصة، وليس من الساعين إلى الشهرة والأضواء «الترزّز» ولو كان على حساب صحة الإنسان وسلامة المجتمعات.



مجري بن مبارك القحطاني



جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج
لمجلس التعاون لدول الخليج العربية
GULF RADIO & T.V. ORG. FOR THE G.C.C STATES



نحو إعلام عربي هادف ..

