مجلّة فصليّة تصدر
عن اتحاد إذاعات الدول العربية

مجلة الإذاعات العربية

2
2024

المهرجان العربي للإذاعة و التلفزيون
الـ24 دورة
فلسطين عاصمة

الإذاعة الرقميّة: بملامح جديدة

مجلة
الإذاعات العربية

رئيس الاتحاد
محمد بن فهد الحارثي

المدير العام
عبد الرحيم سليمان

إدارة التحرير
الإدارة العامة للاتحاد

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

مجلة الإذاعات العربية:

فصلية مختصة تعنى بشؤون الاذاعة و التلفزيون في الوطن العربي غايتها التعريف بالواقع الإذاعي و التلفزيوني العربي و تطويره نحو الأفضل

تعمل على إرساء الأسس النظرية العلمية للعمل الإذاعي و التلفزيوني العربي و بلورة تصور نظري مشترك و متكامل

تدرس مختلف جوانب المشكلات الإذاعية و التلفزيونية و تقترح الحلول الموضوعية التي تساهم في تنمية الإبداع الفني

تواكب التطورات التكنولوجية الجديدة فتعمل على تطويعها لفائدة تطور العمل الإذاعي و التلفزيوني العربي

تسعى إلى أن تكون مرجعا للإذاعيين و المخططين و المبدعين و الأكاديميين و الباحثين و الصحفيين.

2

2024

مجلّة فصليّة تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية

الفهرس

إضاءات

المهندس : عبد الرحيم سليمان 4

مهرجان كلّ العرب (24).. يصنع الحدث

تغطية شاملة لدورة نصرة فلسطين:

أ. محمد رؤوف يعيش 7

- **الحفل الافتتاحي: سهرة فنّية بإمضاء الفنّان راغب علامة** 11
- **المعرض التكنولوجي وسوق البرامج** 17
- **البرنامج العلمي: 3 ندوات** 19
  - إعلام الحرب أو الحرب على الإعلام: فلسطين مثالاً
  - إشراك الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي
  - النجومية في الفضاء الرقمي والتأثير في الرأي العام
- **التعاون العربي الصيني** 28
- **الحفل الختامي : عرض «روح العرب» للأوركسترا السمفوني العربي** 38
- **تتويج الفائزين في المسابقات الإذاعية والتلفزيونية** 41

أنشطة الاتحاد

أ. عماد قطاطة 52

- المجلس التنفيذي (111)
- مجلس وزراء الإعلام العرب في دورته (54) بالبحرين
- اتحاد الإذاعات الأوروبية يشيد بتغطية الأسبو لأحداث غزّة...

إعلام حربي:

أ. عبد الحفيظ الهرقام 63

القضية الفلسطينية في الإعلام الغربي:
بين التغييب والتضليل

ضوابط المهنة الصحفية

د. إيكوفان شفيق 77

الواجبات المهنية والأخلاقية للصحفي والمذيع

الملف : الإ ذاعة في مسار التطوّر

90

- الممارسة الرقميّة في إنتاج المضامين الإعلامية بالمرفق الإذاعي العمومي — د. حنان الملّيتي 91
- البودكاست: هل يكون بديلا للإذاعة؟ — أ.د. سعد كاظم حسن 105
- الإذاعة الرقميّة: إذاعة بأسس وملامح جديدة — أ. إبراهيم الشنوقاتي، د. حنان الملّيتي 119

متابعات

128

الاجتماعات نصف السنوية للّجان الدائمة...

في المكتبة الإعلامية

141

Abstract

143

- ملخّص العدد باللغة الإنجليزية

بقلم: المهندس عبد الرحيم سليمان
المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية

مهرجان كلّ العرب.. يصنع الحدث

لقد مثّلت الدورة الرابعة والعشرون للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون - بشهادة الكثيرين ممّن تابعوها - حدثا إعلاميا وفنّيا وتكنولوجيا لا تنساه الذاكرة، فقد جاءت هذه الدورة موسومة بثراء فعالياتها وتنوّع أنشطتها التي دارت على مدى أربعة أيام (26 - 29 يونيو/جوان 2024) بتونس، دولة المقرّ.

وكانت إرادة اتحاد إذاعات الدول العربية، باعث المهرجان، واضحة من أجل إكساب مكوّنات هذه التظاهرة مقوّمات التطوير والتجديد والإضافة، من خلال إحكام التنظيم وحسن التنفيذ بالتعاون مع شركاء الاتحاد: وزارة الشؤون الثقافية، والتلفزة التونسية، والإذاعة التونسية وعرب سات.

وقد تجلّى حرص القائمين على المهرجان، على وضعه تحت شعار «**نصرة فلسطين**»، تضامنًا مع صمود الشعب الفلسطيني البطل في غزّة والأراضي المحتلّة، في وجه حرب الإبادة الجماعية التي يشنّها الكيان الصهيوني الغادر على المدنيّين العزّل، والإمعان في مخططاته العدوانية، بتجويعهم وتشريدهم وتهجيرهم القسري، وإسكات أصوات الإعلاميين الشرفاء الذين يدافعون عن وطنهم بكلّ بسالة، غير عابئين بالاغتيالات والانتهاكات السافرة.

أمّا تكريس هذا الشعار المُثقل بالدلالة والرمزية، فقد برز في صيغ مختلفة، منها اتخاذ فلسطين محورًا مركزيا للندوة الفكرية حول «**إعلام الحرب أو الحرب على الإعلام**»، التي دعيت إليها نخبة من المحلّلين السياسيين، المتخصّصين في الشؤون الإسرائيلية، من فلسطين ولبنان.

وخصّصت مداخيل حفل افتتاح المهرجان الذي أحياه الفنّان العربي المتألّق راغب علامة كتبرّعات لأهالينا في فلسطين. وأقيم هذا الحفل لأوّل مرّة بمسرح قرطاج الأثري أمام أكثر من ثمانية آلاف متفرّج.

فيما جاء الحفل الختامي الذي احتضنته مدينة الثقافة الشاذلي القليبي، ضمن مشهدية موسيقية ضخمة بعنوان «**روح العرب**» أنجزها الأوركسترا السمفوني العربي، برعاية الاتحاد، وجمعت نخبة من الفنّانين والفنّانات في مجالـيْ الطرب والعزف، قدِموا من أحد عشر بلدًا عربيا، وشدَوْا بأغنية معبّرة، هديةً إلى فلسطين الحبيبة.

وفي سياق البحث عن آليات جديدة لزيادة التفاعل بين المتلقّين وصنّاع المحتوى، تميّزت الدورة بتنظيم ندوتين نوعيّتين، تطرّقتا إلى موضوعيْ «**النجومية في الفضاء الرقمي والتأثير في الرأي العام**»، و«**إشراك الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي**».

وعلى هذا النحو، جسّد المهرجان حرصه الثابت على أن يكون فضاء تفكير خصب ونقاش معمّق في أمّهات قضايا الساعة التي تشغل بال المهنيين، وتستأثر أيضا باهتمام الرأي العام، وفي مقدّمتها ما يجري من أحداث دامية في الساحة الفلسطينية، والتطوّرات التي ما تنفكّ تطرأ على صناعة الإعلام في العالم، ولا سيما في عصر الشبكات الاجتماعية المفتوحة والمنصّات الرقميّة المهيمنة.

وإذا أضفنا إلى البرنامج العلمي، المكوّنات القارّة الأخرى، وأساسها: **المعرض التكنولوجي وسوق البرامج**، وكذلك **المسابقات الإذاعية والتلفزيونية**، **والاحتفاء بنجوم الشاشة والسينما العربية**، **وتكريم الإعلاميين المتميّزين**، يحقّ القول بأنّ المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون أصبح اليوم، وهو يدرك عامة الثالث والأربعين، يشكّل إحدى أعرق التظاهرات الإعلامية والفنية والتكنولوجية وأبرزها في الوطن العربي، بما يهدف إليه من دفع لحركة الإنتاج المرئي والمسموع والرقمي، والارتقاء به إلى ما هو أفضل، وإتاحة الفرص أمام المبدعين للتلاقي وتبادل الخبرات والتجارب، وتحفيزهم على مزيد الجودة والابتكار في أعمالهم.

ولأنّ «مهرجان كلّ العرب» تظاهرة سنوية غايتها البحث الدائم عمّا يساعدها على كسب رهاناتها، فقد بادر الاتحاد، بصفته الجهة المنظّمة، فور انقضاء دورته، إلى عقد لقاء تقييمي بالإعلاميين الذين واكبوا المهرجان وقاموا بتغطية فعالياته، وستؤخذ مُخرجات هذا اللقاء في الاعتبار مستقبلا.

علمًا بأنّ عملية التقييم شملت كذلك، المشاركين في المعرض والسوق، وستتواصل مع الهيئات الأعضاء، والشركاء، الذين نقدّر لهم تجاوبهم الدائم، وحسن تعاونهم.

وعلى قدر ما لمسناه من ارتسامات إيجابية بشأن هذه الدورة، فإنّ ذلك لا يثنينا عن التطلّع والطموح إلى ما هو أرقى، ليمضي المهرجان قدُما في تحقيق الأهداف التي ترسم له في كلّ دورة ويعانق النجاحات ويزيد في توسيع دائرة إشعاعه، ويكون بالتالي جديرًا بأن يحتلّ مكانه المشرّف وحضوره الفاعل بين كبريات المهرجانات الإقليمية والعالمية الشهيرة.

ASBU
اتحاد إذاعات الدول العربية
جامعة الدول العربية

المهرجان العربي للإذاعة و التلفزيون

الدورة 24

بالشراكة مع وزارة الشؤون الثقافية-تونس

نصرة فلسطين

26 - 29 يونيو / جوان 2024

مدينة الثقافة/ مسرح قرطاج الأثري - تونس

عرب سات ARABSAT

الإذاعة التونسية

التلفزة التونسية TELEVISION TUNISIENNE

تغطية شاملة للمهرجان

محمد رؤوف يعيش

كانت هذه الندوة التي عقدت بمقرّ اتحاد إذاعات الدول العربية يوم 20 يونيو/جوان 2024 مناسبة لتقديم ملامح الدورة الرابعة والعشرين، وقد حضرها المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان والرئيسة المديرة العامة للتلفزة التونسية عواطف دالي والرئيسة المديرة العامة للإذاعة التونسية هندة بن عليّة الغريبي.

وواكبها عدد كبير من ممثّلي وسائل الإعلام الوطنية والعربية والدولية، المرئية والمسموعة والمكتوبة والإلكترونية.

المهندس عبد الرحيم سليمان

توجّه بالشكر إلى تونس، دولة مقرّ اتحاد إذاعات الدول العربية، على دعمها لأنشطة الاتحاد، وفي مقدّمتها المهرجان، فضلا عن مساندتها لمشاريعه.
ونوّه بمواصلة الشراكة مع وزارة الشؤون الثقافية للعام الثاني على التوالي، ممّا كان له الأثر الإيجابي في تحقيق نجاحات جديدة، وبخاصّة حفليْ الافتتاح والاختتام.
وتنسحب الإشادة أيضا على الشركاء الثلاثة: التلفزة التونسية والإذاعة التونسية وعرب سات، ممّا ساهم في إحكام تنظيم فعاليات المهرجان، وأعطى دفعًا في مستوى الإنتاج والديكور والإضاءة والإخراج، وزاد في توسيع دائرة إشعاع المهرجان.

الأستاذة عواطف دالي

تحدّثت عن الدور الذي تضطلع به التلفزة، بوصفها شريكا فاعلا في تأمين التغطية الكاملة لفعاليات هذه التظاهرة، من خلال توفير طاقم تقني وفنّي مخصوص، مؤكدة أنّ الاستعدادات انطلقت في وقت مبكّر لضمان نجاح الدورة، كما ركّزت على أهمّية التغطية الإعلامية لمختلف فعالياتها.

الأستاذة هندة بن عليّة الغريبي

لاحظت أنّ الإذاعة التونسية شريك استراتيجي في المهرجان، معتبرة أنّ المؤسسة استعادت دورها الحيوي في مجال الشراكة، سواء بالنسبة إلى إسناد جهود الاتحاد في تنظيم فعاليات المهرجان، أو المشاركة بكثافة في شتى أصناف المسابقات الإذاعية، مبرزة مواصلة الإذاعة التونسية دعمها لهذا الإنجاز الإعلامي العربي.

مدير عام الاتحاد

قدّم أمام الحاضرين عرضا مفصّلا، مرفوقًا بالبيانات والصور والفيديوهات عن كلّ ما يتعلّق بمكوّنات الدورة.

كما ذكّر بأهداف المهرجان التي تُختزل في تطوير الإنتاج التلفزيوني والإذاعي العربي، وتحفيز المبدعين على مزيد الجودة والابتكار في أعمالهم، بالإضافة إلى حثّ المؤسسات الإعلامية على مواكبة أحدث التطوّرات المسجّلة في عالم التكنولوجيا المتقدّمة، مع التنويه بمساهمة عدد كبير من الهيئات الأعضاء والمؤسسات الإعلامية في هذه التظاهرة.

نصرة فلسطين: شعار هذه الدورة

يأتي ذلك تفاعلاً مع الأحداث الدامية التي يشهدها هذا البلد الصامد، جرّاء العدوان الآثم الذي يشنّه الكيان الصهيوني على الأبرياء العزّل.

ولهذا الغرض، كان قرار اتحاد إذاعات الدول العربية بتخصيص مداخيل الحفل الافتتاحي بصفة استثنائية لأهالينا في فلسطين.

واستعرض المدير العام تفاصيل أخرى تخصّ الدورة وفعالياتها.

حفل الافتتاح:

- تكريم ضيوف الشرف من نجوم الشاشة والسينما العربية
- سهرة فنية بإمضاء نجم الأغنية العربية راغب علامة.
- المعرض التكنولوجي وسوق البرامج

- ثلاث ندوات:

- إعلام الحرب أو الحرب على الإعلام: فلسطين مثالا
- إشراك الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي
- النجومية في الفضاء الرقمي والتأثير في الرأي العام
- **منتدى التعاون الصيني العربي في مجال المرئيات والصوتيات**
- **المسابقات الإذاعية والتلفزيونية ومسابقة الإعلام الجديد.**

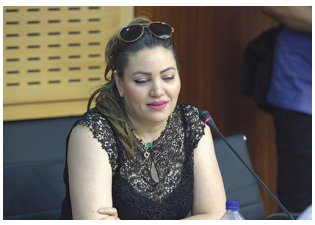
الحفل الختامي: العرض الفنّي «**روح العرب**»، تقديم الأوركسترا السمفوني العربي

النقاش

طرح الصحافيون العديد من الأسئلة بشأن مميّزات هذه الدورة، أجاب عنها مدير عام الاتحاد والشركاء.

كلّ تفاصيل دورة نصرة فلسطين، تجدونها في الصفحات الموالية من هذه التغطية الإعلامية الشاملة (بالكلمة والصورة)، التي تنفرد بها مجلّة الإذاعات العربية في عددها الجديد (02 – 2024).

فمتابعة رائقة.



لأوّل مرّة :
الحفل الافتتاحي في مسرح قرطاج الأثري

أكثر من ثمانية آلاف متفرّج، يتصدّرهم ضيوف للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، وقد غصّت بهم مدارج المسرح الروماني بقرطاج، حيث توافدوا منذ وقت مبكّر لمواكبة هذا الحفل الذي تضافرت جهود اتحاد إذاعات الدول العربية والتلفزة التونسية على إنجازه بمواصفات فنية رفيعة الجودة على صعيد الإعداد والإخراج والإضاءة والديكور.

وعُهد إلى الإعلامية يسر الصحراوي (من التلفزة التونسية) بتقديم الحفل.

وقد واكب الحفل السادة الوزراء والشخصيات الرسمية :

- منصف بوكثير : وزير التعليم العالي والبحث العلمي والمكلّف بتسيير وزارة الشؤون الثقافية - تونس.
- زياد المكّاري : وزير الإعلام في لبنان
- أحمد عسّاف : الوزير المشرف العام على الإعلام الرسمي الفلسطيني والنائب الثاني لرئيس الاتحاد .

- أحمد رشيد خطّابي : الأمين العام المساعد، رئيس قطاع الإعلام والاتصال بجامعة الدول العربية
- محمد بن فهد الحارثي : رئيس اتحاد إذاعات الدول العربية، الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية
- محمد عبد المحسن العوّاش : النائب الأول لرئيس الاتحاد ومستشار وزير الإعلام الكويتي
- عبد الرحيم سليمان : المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية.

كما حضرت الحفل ثلّة من سفراء الدول العربية والديبلوماسيين المعتمدين بالجمهورية التونسية.

وتميّزت الدورة بالاحتفاء بكوكبة من نجوم الشاشة والأثير والسينما العربية من مختلف أرجاء الوطن العربي، وقد كانوا محلّ حفاوة وتبجيل من قبل جمهور مسرح قرطاج، الذي تفاعل معهم ووجّه إليهم تحيّة إعجاب ومحبّة.

شهد مسرح قرطاج الأثري حضورا جماهيريا كبيرا

استهلّ الحفل بتكريم الأستاذ زياد المكّاري وزير الإعلام اللبناني، من قبل الوزير المكلّف بتسيير وزارة الشؤون الثقافية، ورئيس الاتحاد، والمدير العام.

الاحتفاء بضيوف الشرف

وشملت القائمة كلاّ من الفنّانين والفنّانات :

داليا البحيري : مصر

فتحي عبد الوهاب : مصر

سيف سبيعي :سوريا

ندى أبو فرحات : لبنان

إيمان يوسف : السودان

سونيا بن بلقاسم :تونس

وكرّم المهرجــان :

الإعلامية الفلسطينية : هديل عليّان

أ.سعد الجريس المستشار الإعلامي للرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، والنائب الأول لرئيس الاتحاد (سابقا)

المهندس حسن الماس : كبير المهندسين بالمؤسسة القطرية للإعلام

الإعلامية ميسون عبد اللّه أحمد : مسؤولة البرامج بهيئة الإذاعة والتلفزيون ـ جيبوتي

وعبّر المحتفى بهم عن شعور الاعتزاز بحضور دورة المهرجان المتميّزة بحسن التنظيم، وسعادتهم بوجودهم في تونس، دولة مقرّ اتحاد إذاعات الدول العربية، مؤكدين أنّ هذا التكريم هو وسام يوشّح صدورهم، وأنّ مواكبتهم هذا الحدث الإعلامي والفنّي الكبير يمثّل شرفاً كبيراً يُضاف إلى مسيرتهم الفنية. كما ثمّنوا دور المهرجان في تعزيز أواصر التقارب وتوثيق عرى التواصل بين المبدعين العرب.

الفنّان اللبناني والعربي راغب علامة في الموعد
مساندة للقضية الفلسطينية وتوجيه تحيّة إلى صمود الشعب الفلسطيني

السهرة الفنّية لافتتاح المهرجان كانت بإمضاء

السوبر ستار راغب علامة...

وقد شدا بباقة من أجمل أغانيه التي طبعت منذ الثمانينات مسيرته الفنّية الزاخرة بالنجاحات.

وأكد دعمه للقضية الفلسطينية، موجّها تحياته لصمود الشعب الفلسطيني أمام آلة الحرب الإسرائيلية، وردّد مع الجمهور : فلسطين حرّة Palestine Free Free .

وتقديراً لإبداعاته التي استمتع بها الأجيال ـ ولا يزالون ـ تولّى اتحاد إذاعات الدول العربية تكريم الفنّان راغب علامة من قبل محمد بن فهد الحارثي وعبد الرحيم سليمان.

وأشار هذا الفنّان في اللّقاء الصحفي الذي جمعه بالإعلاميين، أنّ الحفلة بغطاء اتحاد إذاعات الدول العربية لها مكانة كبيرة عنده، وقال : إنّ ما يحدث في فلسطين هو مؤامرة دوليّة، وأنه يفضّل أن يخدم القضية الفلسطينية، باستمرار الحياة.

وعلى وقع هذه التصريحات، أسدل الستار على الحفل الافتتاحي للدورة الرابعة والعشرين للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.

المعرض التكنولوجي وسوق البرامج

الانفتاح على أحدث التجهيزات التقنية وآخر الإنتاجات الإعلامية والفنّية

90 عارضا في 98 جناحا

في اليوم الثاني للمهرجان، جرى حفل افتتاح هذين الفضائيين بإشراف وزير التعليم العالي والبحث العلمي، المكلّف بتسيير وزارة الشؤون الثقافيّة، وبحضور وزير الإعلام اللبناني، وعبد الكريم حمّادي رئيس شبكة الإعلام العراقي، ورئيس الاتحاد والمدير العام.

شاركت في **المعرض** المؤسسات العالميّة المصنّعة والمدمجة للمعدّات التقنية المتطوّرة، وتوزيع المحتوى، ومزوّدو الخدمات والتكنولوجيا..

وفي **سوق البرامج** : شركات الإنتاج، العربية منها والدولية، والهيئات الأعضاء والشبكات التلفزيونية والمحطات الإذاعية الخاصة، والأجنبية الناطقة بالعربية.

90 عارضا توزّعوا على 98 جناحا أقيمت وفق تصميم فنّي متناسق، وامتدّت على مساحة فسيحة بمدينة الثقافة – الشاذلي القليبي .

أتاح المعرض والسوق للزائرين فرص مواكبة التحوّلات التكنولوجية المتلاحقة في عالمنا اليوم، والإنتاجات الإبداعية في المجالين الإذاعي والتلفزيوني.

الوزير المشرف منصف بوكثير قال في تصريح له : (بمساعدة الاتحاد، نطمع إلى إيجاد آلية قصد تمكين كافة الدول العربية من الولوج إلى التكنولوجيا الحديثة نظراً إلى أهمّيتها).

رئيس الاتحاد، ذكر أنّ المعرض يعكس نجاح الأسبو وأهمّية دوره في صناعة الإعلام، ومشيرا إلى أنّ المهرجان يُقيم ورش عمل وندوات حول التطوّر التكنولوجي في ميدان الإعلام.

البرنامج العلمي

3 ندوات تطرّقت إلى أمّهات قضايا الساعة، وواكبها جمهور غفير من المهنيّين والمدعوّين. وحرص الاتحاد على دعوة خبراء أكفاء إليها من العرب والأجانب قدّموا الإضافة

1 - إعلام الحرب أو الحرب على الإعلام : فلسطين مثالاً

2 - إشراك الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي

3 - النجومية في الفضاء الرقمي والتأثير في الرأي العام

ندوة : إعلام الحرب أو الحرب على الإعلام : فلسطين مثالاً

بمشاركة ثلاثة أصوات من داخل فلسطين وصوت من جارتها لبنان

دُعي إلى المشاركة في هذه الندوة التي سيّر أعمالها الإعلامي **محمد رؤوف يعيش**، جامعيّان، محلّلان سياسيان فلسطينيان مختصّان في الشأن الإسرائيلي :

- **الدكتور حسن أيّوب :** أستاذ العلوم السياسية بجامعة النجاح الوطنية
- **الدكتور بلال الشوبكي :** رئيس قسم العلوم السياسية بجامعة الخليل
- **الدكتورة مهى زراقط :** أستاذة الإعلام بالجامعة اللبنانية وصاحبة خبرة في الصحافة البيروتية على مدى 20 عاماً : السفير، الحياة، المستقبل، الأخبار.
- **المراسلة الحربية، الإعلامية صفاء الهبيل** من قطاع غزّة.

تحدّث الدكتور حسن أيّوب عن حرب لا تقلّ خطورة عن الحرب العسكرية، وهي الحرب على الرواية (السردية) الفلسطينية، وكيف يجري العمل بشكل ممنهج لنسف تاريخ القضية الفلسطينية وتقديم رواية أخرى مختلفة عن تاريخ ليس ببعيد، ليصل الأمر إلى تبرير الإبادة واعتبارها "حقّا مشروعا للدفاع عن النفس"، وهذا ما يدفع إلى طرح السؤال عن سبل مواصلة هذا التلفيق... وربما عن الأثر الذي أحدثته هذه الحرب في إعادة تصويب السردية الفلسطينية.

وانتقلت الندوة إلى غزّة، حيث كان الاتصال مسبّقا بالزميلة الإعلامية صفاء الهبيل عن بعد، خشية من أن لا تتيح الظروف الخطيرة التي يشهدها القطاع، التواصل، في ظلّ العدوان الآثم والمستمرّ، واحتمال قطع الاتصالات.

وقد تحدّثت الإعلامية عن جزء من معاناتها وزملائها العاملين في الأراضي المحتلّة (الضفّة الغربية والقدس) وخاصة غزّة، وما يتعرّضون له من تضييقات وانتهاكات فظيعة بلغت حدّ الاغتيالات. كما ركّزت على الاستهداف الممنهج لقوّات الاحتلال الذي ترمي من ورائه إلى طمس حقيقة ما يجري من أحداث دامية، ومنع الصحافيين من الكشف عن بشاعة ما تقترفه من مجازر مروّعة في حقّ الشعب الفلسطيني الأعزل.

وخصّصت الدكتورة مهى زراقط مداخلتها للحرب التي شنّت على غزّة عبر الإعلام وعلى الإعلام.
فللإعلام أهمّية خاصة زمن الحروب، يستخدمه المتحاربون ليبرّروا معاركهم، ويحشدوا رأياً عامّا معهم أو ضدّ عدوّهم، إلاّ أنّ إسرائيل وحلفاءها لم يكتفوا من الإعلام بهذه الخدمة، بل أرادوها، وأرادوا في المقابل إسكات الصوت الآخر.
وتخلّل الندوة عرض فيديو لأمثلة على انحياز الإعلام الغربي، وما رافقها من تضليل شاركت فيه كبريات وسائل الإعلام.
وتعقيبا على هذه المشاهد، تولّى الدكتور بلال الشوبكي تقديم قراءته السياسية لما يحصل، مع تفسير للأداء الإعلامي الذي واكب حرب الإبادة على غزّة.

وذكر المحلّل السياسي أنّ الإعلام الغربي يسعى إلى صناعة صورة إيجابية لإسرائيل على حساب فلسطين، الأمر الذي يؤكد عدم الموضوعية في التعاطي مع القضية الفلسطينية.

ملاحظة : لنا عودة إلى هذا الموضوع بالتفصيل في أحد الأعداد القادمة.

إشراك الجمهور في استخدام الذكاء الاصطناعي

استغلال التقنيات المتقدمة لاكتشاف المحتوى وتخصيصه

إدارة الحوار : نيوكولاس هانس Nicolas Hans

اكتست هذه الندوة طابعا هندسيا، وقد تميّزت بمشاركة جمع من الخبراء المتخصّصين في مجال الإذاعة والتلفزيون، حيث ألقوا نظرة شاملة على استخدام التقنيات الحديثة في تحليل سلوك الجمهور وتخصيص المحتوى، بسرعة تتناسب مع اهتماماتهم المتغيّرة.

وسلّط الخبراء الأضواء على الابتكارات في مجال الذكاء الاصطناعي ودورها في تعزيز تجربة الجمهور وتعميق تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي. وقد أكدوا أهمّية استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات اكتشاف وتخصيص المحتوى لتلبية احتياجات وتطلّعات الجمهور المتنوّعة، ممّا يكون عاملا لرفع جودة المحتوى وزيادة التفاعل الإعلامي بين الأفراد.

الخبير سامير عليا SAMMER Elia من Viacces Orca ركّز على دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في دعم معدّي البرامج وشركات البثّ لتحسين تجربة المشاهدين وتعزيز التفاعل مع المحتوى.

وأشار نيكولاس هانس من مؤسسة Broadcast Solution إلى أنّ الوسائط الرقميّة تمثّل فرصة استثنائية لنشر الأخبار والمعلومات في الوقت الراهن.

أمّا ثابت شواري من France TV فأكد على تطوّر تكنولوجيا (LLM) في السنوات الأخيرة وفعاليتها البارزة.

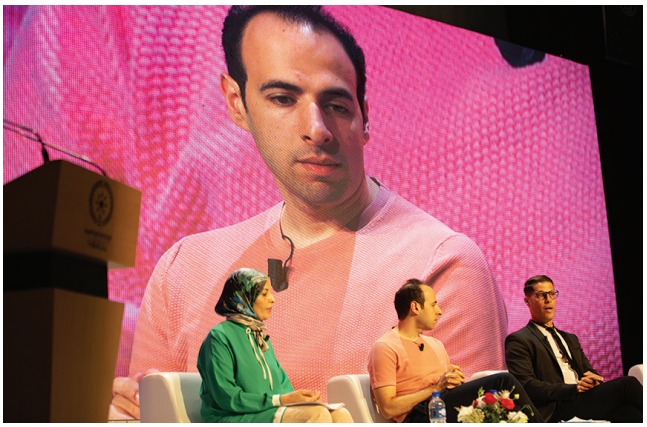
فيما بيّنت لورا إليس Laura Ellis من BBC قدرة نموذج اللغة الكبير (LLM) على توفير نظام مُوصى به، مدعوم بالذكاء الاصطناعي التوليدي لجذب المشاهدين نحو وسائل الإعلام.

ومن جهته، أبرز لورنزو Lorenzo Canale من RAI الدور الذي تضطلع به تقنية (LLM) كواجهة مهمّة لتحفيز الجمهور في الوقت الحاضر.

النجومية في الفضاء الرقمي والتأثير في الرأي العام

هل ساهمت وسائل الإعلام والاتصال التقليدية في سحب بساط الجماهير منها لصالح نجوم الفضاء الرقمي ؟

تقديم الندوة : فاتن فرادي



مواكبة واسعة للمؤثّر وصانع المحتوى (الدحيح)

اهتمّ المهرجان من خلال برنامجه العلمي بهذا الموضوع، ودعا إليه أستاذين جامعيين من أهل الاختصاص :

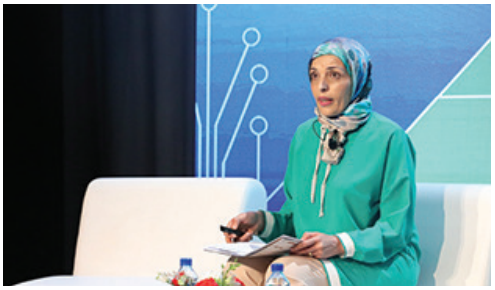
- الدكتورة شهيرة بن عبد اللّه (معهد الصحافة وعلوم الأخبار : تونس)
- الدكتور إيكوفان شفيق (الجامعة الجزائرية)
- والمؤثّر صانع المحتوى المصري ذو الشهرة العالمية (أحمد الغندور) الملقّب بالدحيح.

لقد سجّلت هذه الندوة حضورا جماهيريا واسعا، لم يقتصر على الوفود العربية ضيوف المهرجان، بل تعدّاه ليشمل عددا كبيرا من متابعي الدحيح على شبكات التواصل الاجتماعي. وخاصة منهم الشباب .

محاور الندوة

1 - التجربة النجومية بين قيمة المضمون ومعايير استقطاب الجمهور

وتناولت : أ – عرض تجربة المشاهير عبر الفضاء الرقمي (تجربة الدحيح نموذجا)



2 - التفسيرات النفسية لجمهور مشاهير الفضاء الرقمي

- ما الذي يثير الجمهور في هؤلاء المشاهير ؟
- ماهي مكانة الأسرة ومؤسسات التنشئة الاجتماعية في التوجيه والتأثير على خيارات الشباب والمراهقين للمضامين الرقميّة التي يقترحها المشاهير ؟
- هل هناك تفسير نفسي أو ثقافي للانبهار الحاصل من قبل روّاد التواصل الاجتماعي للمشاهير عبر الفضاء الرقمي ؟
- هل يمكن اعتبار ظاهرة الانصهار الثقافي للمجتمع في مضامين النجوم الرقميّين، مرحلة انتقالية لثقافة القيمة الاجتماعية، أم هي مجرّد مطبّة سيتجاوزها المجتمع مستقبلاً ؟

3 - العوامل المتحكّمة في انتشار ظاهرة النجومية عبر الفضاء الرقمي

- هل ساهمت وسائل الإعلام والاتصال الكلاسيكية بشكل أو بآخر في سحب بساط الجماهير منها لصالح نجوم الفضاء الرقمي ؟

المحور الثاني : المسؤولية الاجتماعية والثقافية للمشاهير عبر الفضاء الرقمي

- الاعتبارات القيميّة والأخلاقية في المضامين الرقميّة للمشاهير
- إدراك المشاهير للمسؤولية الاجتماعية ودور التشريع في ذلك
- موقف المشاهير من رجع صدى الجماهير حول المضامين المنبوذة.

وكانت الندوة فرصة سانحة مكّنت عديد الإعلاميين، والشباب الحاضر من التحاور مباشرة مع المؤثّر الشهير الدحيح الذي دعاهم إلى استخدام مهاراتهم في إنتاج محتوى عالي الجودة يُلبّي تطلّعات الجمهور، مؤكدا أنّ النجومية قد تكون فرصة لكلّ من يستثمر قدراته في سرد القصص وابتكار المحتويات الطريفة. وهي ليست مجرّد لقب يمنحه الشخص لنفسه، بل تأتي من تأثيره الفعلي على الجمهور.

حضور صيني لافت في دورة المهرجان

- المشاركة بجناح ضخم
- منتدى التعاون الصيني العربي في مجال المرئيات والصوتيات
- توقيع اتفاقيات تعاون

شاركت الصين بوفد يضمّ 40 شخصا، بين مسؤولين سامين وإعلاميين برئاسة نائب وزير الإدارة الوطنية للإذاعة والتلفزيون دونغ شين. وقد اتّسمت هذه المشاركة بتعدّد الأنشطة وتنوّعها، ممّا جعلها محلّ اهتمام ضيوف المهرجان والزائرين ووسائل الإعلام.

الجناح الصيني في المعرض التكنولوجي

عُدّ هذا الجناح من أضخم الأجنحة التي شاركت بها الصين في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، حيث ساهمت فيه 13 شركة ومؤسسة إعلامية وتكنولوجية.

منتدى التعاون الصيني العربي في مجال المرئيات والصوتيات

أقيم هذا المنتدى بالتعاون بين المكتب الإعلامي بمجلس الدولة، والهيئة الوطنية الصينية للإذاعة والتلفزيون، وبإشراف نائب الوزير، والأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيس اتحاد إذاعات الدول العربية والمهندس عبد الرحيم سليمان مدير عام الاتحاد.

وكانت مناسبة أبدى فيها دونغ شين رغبة بلاده في تعزيز التعاون الصيني العربي في مجال الإذاعة والتلفزيون من خلال عدّة برامج، مبرزا الدور الهامّ والمحوري الذي يقوم به اتحاد إذاعات الدول العربية في مدّ جسور التواصل والتعاون العربي الصيني في المجال الإعلامي.

أمّا المهندس عبد الرحيم سليمان فقد أكد من جهته الأهمّية التي يكتسيها هذا الحدث، ذلك أنه يعكس التوجّه الانفتاحي للمهرجان. ويعتبر المنتدى فرصة جديدة للتعاون بين شركات الإنتاج الصينية ونظرائها العربية في المعرض التكنولوجي وسوق البرامج.
وتمّ في إطار المنتدى تقديم عروض متميّزة لأبرز البرامج الصوتية والمرئية الصينية، إضافة إلى عرض منفصل للمؤتمر الدولي للأفلام الوثائقية، طريق الحرير.

توقيع اتفاق تعاون

واقترنت هذه الفعاليات بتوقيع مجموعة من الاتفاقيات بين الأسبو والهيئة الوطنية للإذاعة والتلفزيون الصينية، وذلك من قبل نائب وزير الإدارة الوطنية عن الجانب الصيني، ورئيس الاتحاد والمدير العام، عن اتحاد إذاعات الدول العربية.

وتنصّ هذه الاتفاقيات على الترويج المتبادل للإنتاج التلفزيوني العربي الصيني، وتبادل الخبرات والمعرفة، إلى جانب تنظيم دورات تدريبية مشتركة، والتعاون في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي على المستوى الإعلامي.

هذا وانتظم في جناح الاتحاد بالمعرض، توقيع اتفاقية تعاون بين اتحاد إذاعات الدول العربية والمنصّة الإلكترونية للجناح الصيني China Pavillon، من أهمّ ما جاء فيها : دعوة التلفزيونات وشركات الإنتاج الصينية إلى تكثيف مشاركاتها في المهرجان، وتبادل المحتويات بين منصّة الجناح ومنصّات الاتحاد، والمشاركة المتبادلة في المعارض والفعاليات التي ينظّمها كلّ طرف وإقامة فعاليات وندوات مشتركة.

من مميّزات دورة المهرجان (24) :
توقيع اتفاقيات مهمّة بين الاتحاد
وعديد الأطراف الفاعلة في مجال الإعلام والاتصال

الباقة العربية الموحّدة : تجديد العقد

انتظم حفل تجديد عقد الاتفاقية المشتركة بين اتحاد إذاعات الدول العربية وعرب سات وغلوب كاست، وذلك بهدف توزيع الباقة العربية العالمية الموحّدة (GAB) إلى الجماهير في شتّى أرجاء العالم عبر مختلف المنصّات.

وتولّى الإمضاء على تجديد هذه الاتفاقية التي يبلغ عمرها عشرين (20) سنة، مدير عام الاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان والرئيس التنفيذي لمؤسسة عرب سات المهندس الحميدي العنزي، والرئيس المدير العام لمؤسسة غلوب كاست فيليب برنارد.

هذا المشروع الاستراتيجي سيوفّر مبالغ ضخمة كانت تدفعها الهيئات الأعضاء بصورة منفردة .. وقد حرص الاتحاد وعرب سات ، بموجب شروط الاتفاقية الجديدة، على أن تقدّم غلوب كاست خدمات أفضل للباقة العربية العالمية الموحّدة، من خلال إضافة التوزيع الأرضي إلى منصّاتها الحالية ، مثل التلفزيون الرقمي IPTV ومنصّة OTT، وهو ما سيمكّن المشاهدين من الوصول إلى الباقة عبر منصّات واسعة الانتشار، في أمريكا وأوروبا وأماكن أخرى في العالم.

كما تنصّ هذه الاتفاقية على تطوير تطبيقات خاصة لمنصّات شهيرة مثل Freeview في بريطانيا وRoku في الولايات المتحدة ، بالإضافة إلى التسجيل عبر منظومة Sling في الولايات المتحدة وأمريكا اللاتينية والمملكة المتحدة وفرنسا ودول أخرى.

كما تتيح الخدمات السحابية في الولايات المتحدة وأوروبا وإفريقيا وآسيا واليابان وكوريا تلبية احتياجات الباقة العربية وتوفير التنوّع في التوزيع الجغرافي.

بين الاتحاد وTVU التلفزيونية : شراكة جادّة

وقّع اتحاد إذاعات الدول العربية مذكرة تفاهم مع شركة TVU التلفزيونية لمساعدة هيئاته الأعضاء على توسيع منصّته العاملة، وذلك من خلال اقتناء تجهيزات للبثّ المباشر عبر الإنترنت وشبكات الجيل الرابع والخامس ذات الجدوى التقنية والاقتصادية لفائدة الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء.

وسيتمّ إكمال دمج هذه التجهيزات مع منصّة أسبو السحابية باستخدام التجهيزات المتوفّرة في تونس والجزائر والمرتبطة بالمنصّة.

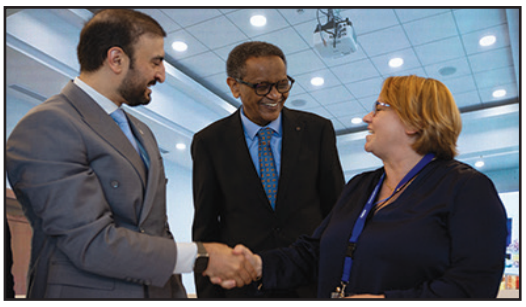
ويندرج إمضاء هذه المذكرة في إطار سعي الاتحاد الدؤوب إلى تطوير منصّات التبادل وتعزيز خدمة البثّ المباشر خارج تغطية السواتل ، عبر استخدام الإنترنت وشبكات الجيل الرابع والخامس بتقنية منخفضة التأخير Low Latency ، وذلك بهدف دمج هيئاته الأعضاء التي لا تمتلك محطات المينوس عبر السواتل، مثل الصومال وجيبوتي وجزر القمر،

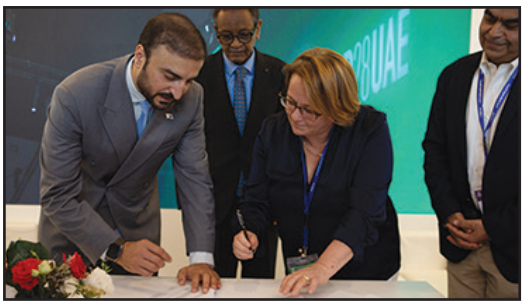
في هذه الخدمة، وكذلك تقديم خدمة بثّ مباشر سريعة من موقع الحدث، لسائر الهيئات الأعضاء، بما فيها تغطية الأحداث الإخبارية الكبرى خارج المنطقة العربية، والتي تقترحها الهيئات الأعضاء.

اتفاقية بين المدينة الإعلامية بقطر وشركة Cité de Mémoire تحت رعاية الأسبو

شهد جناح الاتحاد في المعرض التكنولوجي للمهرجان إمضاء مذكرة تفاهم بين المدينة الإعلامية بقطر وشركةCité de Mémoire الفرنسية للتعاون بغرض إنشاء مركز للرقمنة والأرشفة الإعلامية في دولة قطر.

جرى توقيع هذه المذكرة بحضور المهندس عبد الرحيم سليمان ، وتولّى إمضاءها الرئيس التنفيذي للمدينة الإعلامية بقطر جاسم محمد الخوري و Caroline Caruelle , associée fondateur Archive TV ، حيث أعربا عن سعادتهما بهذه الاتفاقية ، آملَيْن أن تقدّم الإضافة للمنظومة الإعلامية في قطر والمنطقة الإقليمية ، لأنّ الهدف منها هو جعل قطر مركزا متميّزا لإنتاج الفيلم والصورة.





كما أشاد الطرفان بالدور المحوري لاتحاد إذاعات الدول العربية في دعم جسور التعاون العربي والإقليمي في الشأن ، وكذلك المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون الذي أضحى منصّة سنوية لعقد اتفاقيات شراكة وتعاون مثمرة.

تكريم لجان التحكيم وتوزيع جوائز التبادلات في حفل بهيج

دارت هذه الفعالية بقاعة «المبدعين الشبّان» في مدينة الثقافة ـ الشاذلي القليبي، وذلك بإشراف رئيس الاتحاد الأستاذ محمد بن فهد الحارثي والمدير العام المهندس عبد الرحيم سليمان.

وتمّ بالمناسبة تكريم الإعلامي والإذاعي التونسي الأستاذ عادل شبشوب صاحب المسيرة المهنيّة الحافلة بالنجاحات في مختلف المسؤوليات التي تحمّلها ، سواء كرئيس تحرير الأخبار بالإذاعة الجهوية في صفاقس، أو مدير لكلّ من إذاعة قفصة وإذاعة المنستير، وتوّج هذه المسيرة بإدارة العلاقات الخارجية في الإذاعة التونسية.

وحضرت التكريم الأستاذة هندة بن عليّة الغريبي الرئيسة المديرة العامة لهذه المؤسسة.

وقد شكر رئيس الاتحاد أعضاء كافة لجان التحكيم على الجهود الكبرى التي بذلوها في الاستماع والمشاهدة للأعمال المرشّحة في المسابقات الإذاعية والتلفزيونية ومسابقة الإعلام الجديد.

توزيع جوائز مسابقة التبادلات والإنتاج المشترك

حصلت الإذاعة العراقية على أربع جوائز ، وكلّ من إذاعة سلطنة عمان وإذاعة قطر والإذاعة التونسية والإذاعة الفلسطينية على جائزة.

جائزة التنشيط الإذاعي الإخباري الأسبوعي

فازت الإذاعة العراقية بالجائزة الأولى

ومنحت الجائزة الثانية لإذاعة سلطنة عمان.

مسابقة التبادل البرامجي التلفزيوني لسنة 2023

أحرز التلفزيون العراقي الجائزة الأولى

وكانت الجائزة الثانية من نصيب تلفزيون قطر.

مسابقة التبادل البرامجي التلفزيوني الشامل لسنة 2023

نال التلفزيون العراقي الجائزة الأولى

والتلفزيون السعودي الجائزة الثانية.

جائزة أفضل فيلم وثائقي

أسندت إلى الفيلم الوثائقي (كتم الأنفاس) إخراج عيسى الصبحي (عن تلفزيون سلطنة عمان) في إطار الإنتاج التلفزيوني العربي المشترك.

وخصّت لجنة التحكيم بالتنويه الفيلم الوثائقي (بنت سجنان) للتلفزة التونسية : إعداد سميّة فارس وإخراج فاتن بن نصيب.

الفيلم الوثائقي (بوّابة الجمعة) : إنتاج تلفزيون سلطنة عمان : وزارة الإعلام وإخراج عبير الحجري، أحرز جائزة الإنتاج العربي الأوروبي المشترك (بين الضفاف).

وأسند تنويه خاص إلى الفيلم الوثائقي الفلسطيني (نورة) ، وهو من إخراج زينب حمرش.

رئيس البرلمان العربي يُكرَّم في المهرجان

نزل الأستاذ عادل بن عبد الرحمن العسومي رئيس البرلمان العربي ضيفا على الدورة (24) للمهرجان.

وقد حظي في هذه المناسبة بالتكريم، تقديرا لجهوده السخيّة في دعم العمل العربي المشترك.

وسلّمه الأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش النائب الأوّل لرئيس الاتحاد درع المهرجان، بحضور المدير العام.

وعبّر المحتفى به عن امتنانه بهذا التكريم من لدن اتحاد إذاعات الدول العربية، بما هو من أبرز منظمات العمل العربي المشترك، مؤكدا دعم البرلمان العربي للرسالة القومية التي يضطلع بها، وللأعمال الراقية التي يسعى من خلالها إلى تحقيق تقدّم المجتمعات العربية وتوعيتهم بقضايا أمّتها، حيث إنّ الأعمال الفنية ذات الجودة العالية تترك الأثر العميق في التثقيف والتوجيه.

مسابقات المهرجان : سبيل إلى النهوض بالإنتاج الإعلامي والفني وتحفيز روّاده على مزيد الجودة والإضافة

التحكيم عن بعد : تكريس للشفافية والمصداقية

المسابقات الإذاعية والتلفزيونية، الرئيسية منها (تشارك فيها الهيئات الأعضاء) والموازية (تشارك فيها المؤسسات الإعلامية وشركات الإنتاج الخاصة) ، هي أحد المكوّنات المهمّة في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.

وقد بلغت الأعمال المرشّحة للمسابقات الإذاعية بصنفيها 143 عملاً ، فيما وصلت الأعمال المندرجة في إطار المسابقات التلفزيونية إلى 147 عملاً، بذل في إنجازها معدّو البرامج والمخرجون والفرق التقنية والفنية قصارى جهودهم في غضون العام الجاري لتقديم مادّة جيّدة تكون في مستوى مقاصد المسابقات وأبعادها.

مسابقة الإعلام الجديد

مسايرة للواقع الاتصالي الذي فرض نفسه بحكم الثورة الرقميّة، أدرج الاتحاد هذه المسابقة لأوّل مرّة في تاريخ المهرجان، تشجيعا لهذا الصنف من الإنتاجات الموجّهة أساسًا إلى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي.

التحكيم عن بعد

منذ الدورة الثانية والعشرين للمهرجان (2022)، والمهرجان يسير على هذا النهج الذي سطّره، حرصا منه على توفير مبادئ الحياد والشفافية والنزاهة عند تقييم الأعمال المرشّحة، وهو ما أكسب إسناد الجوائز التي يرصدها في كلّ دورة إلى الأعمال الفائزة المصداقية، وبالتالي الثقة ورضى الأطراف المشاركة عن النتائج المُعلَنة.

في الحفل الختامي للمهرجان

تتويج الفائزين في المسابقات
وميلاد الأوركسترا السمفوني العربي

من مسرح قرطاج الأثري، حيث كان افتتاح دورة المهرجان إلى مدينة الثقافة الشاذلي القليبي ـ تونس، حيث جرى حفل اختتام الدورة (24) لهذه التظاهرة الإعلامية والفنية والتكنولوجية، بعد أربعة أيام من الأنشطة المكثّفة والفعاليات المتنوّعة.

وتمّ التمهيد بعروض فلكلورية شعبية اصطحبت الضيوف والمدعوّين منذ مغادرتهم لفندق الإقامة، وعلى طول الطريق المؤدّية إلى مسرح الأوبرا بمدينة الثقافة.

وتولّت تقديم الحفل الإعلامية الفلسطينية هديل عليّان، فرحّبت بالحاضرين في المسرح وبالمشاهدين والمستمعين ، ومتابعي الحفل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

« روح العرب » عنوان عرض الأوركسترا السمفوني العربي توّج بأغنية كرّمت دولة فلسطين

هذا العرض الموسيقي والغنائي المتكامل تمّ إنجازه تحت رعاية اتحاد إذاعات الدول العربية، وبمبادرة من شركة واب الفنون للإنتاج والخدمات الثقافية بإدارة ربيع البلطاجي.

إنها احتفالية فنية فريدة من نوعها ، وظّفت الطاقات الموسيقية من مختلف الدول العربية ، في عرض متكامل، بإشراف فنّي للدكتور زياد الزواري (موسيقي تونسي)

وبقيادة المايسترو المصري جورج قلته ، وبـمشاركة نخبة من الفنّانين والموسيقيين وفدوا من أحد عشر بلدا...

وعلى مدى 90 دقيقة، أخذ هذا العرض الشيّق متابعيه في رحلة تعبق بعطر التراث الموسيقي العربي المتنوّع، في أربع فقرات متتالية متفرّدة موسيقية بحتة، وثلاث فقرات حوارية غنائية جمعت ثنائيات وثلاثيات ورباعيات فنية، جرى حبكها بصيغة احترافية موسيقية وغنائية.

وتداول على الغناء الفنّانون/ات :

- أحمد سيف
- رولى عازر
- عبير العابد
- محمد الجبالي
- إيلاف سعيد
- علي مبارك.

وتوّج هذا العرض الموسيقي الكبير بأغنية (هدّي يا بحر) التي كرّمت دولة فلسطين.

وتولّى المهندس عبد الرحيم سليمان تكريم المشرف الفنّي الدكتور زياد الزواري والمايسترو جورج قلته.

الإعلان عن المسابقات باستخدام الذكاء الاصطناعي

للمرّة الأولى في تاريخ دورات المهرجان، تمّ استخدام الذكاء الاصطناعي في عملية الإعلان عن المتوّجين في المسابقات الإذاعية والتلفزيونية ومسابقة الإعلام الجديد.

البرامج الفائزة في المسابقات الإذاعية الموازية 2024

المنوّعات

- **الجائزة الثانية:** البرنامج الأول
من إنتاج إذاعة الوصال – سلطنة عمان
- **الجائزة الأولى:** خارقون
ديوان اف م - تونس

البرامج الصحية

الصحة العائلية

- **الجائزة الثانية:** الحياة الصحية - إذاعة الوصال – سلطنة عمان
- **الجائزة الأولى:** فيتامين – هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام – إذاعة زايد للقرآن الكريم

البرامج الاجتماعية

برّ الوالدين

- **الجائزة الثانية:** من القلب – هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام – إذاعة زايد للقرآن الكريم
- **الجائزة الأولى:** ولا تقلْ لهما أفّ – إذاعة بلادي – السودان

الومضة

الماء

- **الجائزة الثانية:** بيئتنا أمانة – هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام – إذاعة زايد للقرآن الكريم
- **الجائزة الأولى:** وجعلنا من الماء كلّ شيء حيّ – إذاعة بلادي – السودان

البرامج الاقتصادية

المبادرات الخاصة

- **الجائزة الثانية:** المبادرات الخاصة، مفتاح للاستثمار وآلية للحدّ من البطالة – ديوان آف م – تونس
- **الجائزة الأولى:** الشباب.. روح النهضة الريفية – القناة العربية لشبكة الصين الدولية

البرامج الفائزة في المسابقات الإذاعية الرئيسية 2024

مسابقات الدراما الملحمية

- **الجائزة الثانية:** ملحمة سلوت - وزارة الإعلام – إذاعة سلطنة عمان
- **الجائزة الأولى:** عنترة - الإذاعة الأردنية

البرامج الثقافية

أدب الشباب

- **الجائزة الثانية:** ميتابوك - الإذاعة التونسية
- **الجائزة الأولى:** حلم الشابة عربية – الإذاعة القطرية

الومضة التوعوية

العنف في الوسط المدرسي

- **الجائزة الثانية:** الأم المكلومة – الإذاعة الجزائرية
- **الجائزة الأولى:** ومضة العنف المدرسي – الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية
- **الجائزة الثانية:** لا تستسلم – الإذاعة السعودية

البرامج الصحية

الصحة النفسية

- **الجائزة الثانية:** صحتنا – وزارة الإعلام – إذاعة سلطنة عمان
- **الجائزة الأولى:** استشارة نفسية في زمن الحرب - الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية

برامج الأطفال

أطفال الموبايل

- **الجائزة الثانية:** الشاشات والهواتف الذكية مغناطيس العقول الصغيرة – الإذاعة الجزائرية
- **الجائزة الأولى:** خارج نطاق الخدمة – الإذاعة القطرية

البرامج التربوية

التسرّب المدرسي

- **الجائزة الثانية:** مشتبه وغير متشابه – وزارة الإعلام – إذاعة سلطنة عمان
- **الجائزة الأولى:** مهن الضياع – الإذاعة الجزائرية

البرامج العلمية

- **الجائزة الثانية:** ملك القلوب – الإذاعة المصرية
- **الجائزة الأولى:** حاسوبان.. وعقل مفكّر – الإذاعة التونسية

صور من تتويج البرامج الفائزة في المسابقات الإذاعية الرئيسية والموازية 2024

ASBU
العنف في الوسط المدرسي

ASBU

البرامج الصحية الصحة النفسية

جوائز المسابقات الإذاعية
ASBU
أطفال الموبا

جوائز المسابقات الإذاعية

ASBU
البرامج التربوية

البرامج الفائزة في المسابقات التلفزيونية الموازية 2024

في صنف الأخبار

التقرير الإخباري

- **الجائزة الثانية:** فتيات على خط النار

شركة جنى فلسطين

- **الجائزة الأولى:** قصص نجاح حققها ذوو الإعاقة في الأردن

قناة المملكة – الأردن

صنف البرنامج الحواري

أدمجت فيها المشاركات ضمن المسابقتين الرئيسية والموازية

الوثائقية الخاصة بالقضية الفلسطينية

- **الجائزة الثانية:** لهيب الثلاّجات – تلفزيون فلسطين - العربي
- **الجائزة الأولى:** أرواح صغيرة – شركة جنى للإنتاج الفنّي والإعلامي فلسطين

صنف الأفلام والبرامج الوثائقية العامة

- **الجائزة الثانية:** حواضر إسلامية – مؤسسة فضاء للإعلام - الأردن
- **الجائزة الأولى:** أقنعة وكنوز: الشمس والأنهار - القناة العربية لشبكة الصين - الصين الدولية

صنف البرامج الثقافية والعلمية

أدمجت فيها المشاركات ضمن المسابقتين الرئيسية والموازية

المنوّعات والسهرات الفنّية

أدمجت فيها المشاركات ضمن المسابقتين الرئيسية والموازية

مسابقة الدراما التلفزيونية:

المسلسلات الاجتماعية

- **الجائزة الثانية:** مسلسل أغمض عينيك – شركة الأدهم للإنتاج - سوريا
- **الجائزة الأولى**: مسلسل صلة رحم – مصر سيدارز

المسلسلات الكوميدية

أدمجت فيها المشاركات ضمن المسابقتين الرئيسية والموازية

البرامج الفائزة في المسابقات التلفزيونية الرئيسية 2024

في صنف الأخبار

التقرير الإخباري

- **الجائزة الثانية**: التدخين وأضراره

من إنتاج التلفزيون المصري

- **الجائزة الأولى:** المراسل الشهيد محمد أبو حطب، الاحتلال يغتال عين الحقيقة – الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية

صنف البرنامج الحواري

- **الجائزة الثانية:** السطر الأخير - أبو ظبي للإعلام
- **الجائزة الأولى:** رؤية السعودية 2030 - هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية

الوثائقية الخاصة بالقضية الفلسطينية

- **الجائزة الثانية:** غزّة تحت القصف - المؤسسة القطرية للإعلام
- **الجائزة الأولى:** جزء من النصّ مفقود - وزارة الإعلام – تلفزيون دولة الكويت

صنف الأفلام والبرامج الوثائقية العامة

- **الجائزة الثانية:** مدينة نيبو - شبكة الإعلام العراقي
- **الجائزة الثانية:** فيلم عبادة - وزارة الإعلام – سلطنة عمان
- **الجائزة الأولى:** إرث مقام الحجاز - الاستشراق في الموسيقى الغربية – هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية

صنف البرامج الثقافية والعلمية

- **الجائزة الثانية:** سدنة الرواية

الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية

- **الجائزة الثانية:** الموعد

قناة المملكة – الأردن

- **الجائزة الأولى:** إتقان

المؤسسة القطرية للإعلام

المنوّعات والسهرات الفنّية

- **الجائزة الثانية:** فلسطين في القلب

التلفزة التونسية

- **الجائزة الأولى:** حفلة نغم يمني في باريس

المؤسسة اليمنية العامة للإذاعة والتلفزيون

مسابقة الدراما التلفزيونية:

المسلسلات الاجتماعية

- **الجائزة الثانية:** مسلسل العربجي - هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية
- **الجائزة الأولى:** أعلى نسبة مشاهدة - MBC مصر

المسلسلات الكوميدية

- **الجائزة الثانية:** آش هذا – الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة المغربية
- **الجائزة الثانية:** خالد نور وولده نور خالد – أمير شوقي – مصر
- **الجائزة الأولى:** أشغال شاقة – MBC مصر

صور من تتويج البرامج الفائزة في المسابقات التلفزيونية الرئيسية والموازية 2024

قات التلفزيونية

ات التلفزيونية

التلفزيونية

مسابقات التلفزيونية

وفي نهاية هذا الحفل ودّعت الإعلامية الفلسطينية هديل عليّان الجمهور، على أمل اللقاء مجدّدا مع الدورة *(25)* للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون.

أ.عماد قطاطة

الاجتماع (111) للمجلس التنفيذي

الأسبو : اتحاد مهني يحقّق الإنجازات ويسلك نهج التطوير والتحديث

افتتح هذا الاجتماع الأستاذ محمد بن فهد الحارثي رئيس الاتحاد والرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، مشيرا إلى أنّ المجلس ينعقد في ظرف عصيب تمرّ به المنطقة العربية، بحكم الأحداث الجارية في الأراضي الفلسطينية، جرّاء العدوان الإسرائيلي، مذكّرًا بخطة التغطية التي قام بها الاتحاد والتعاقد مع مراسلين في غزّة والضفّة الغربية والقدس، إلى جانب تخصيص قناة لبثّ برامج التلفزيون الفلسطيني حول المستجدّات الحاصلة هناك.

وأفاد بأنّ الاتحاد أنجز في الفترة الأخيرة العديد من الأنشطة والفعاليات، وأحدث تغييرًا ملموسًا، وأنّ الجهد المبذول في ذلك، يعود إلى فريق مهني متجانس، وهو ما جعل الاتحاد من أفضل المنظمات التي تحقق نتائج كبيرة، ولها في الوقت ذاته طموحات أكبر.

وأبرز الأستاذ الحارثي أهمّية اجتماع المجلس التنفيذي الذي يستعرض دوريا كافة أنشطة الاتحاد في شتى المجالات، ومنها التكنولوجية، ومسألة استخدام الذكاء الاصطناعي التي قطع فيها الاتحاد أشواطا مهمّة، سواء في إنجاز فعالياته وأنشطته، أو في تقديم خدمات التبادل والتدريب لهيئاته.

وأشاد في هذا الخصوص بالمستوى التكنولوجي العالي الذي توفّره منصّة أسبو السحابية، وبتنوّع الخدمات التي تسديها إلى المستخدمين.

وفي معرض حديثه عن التوجّه الاستثماري الذي ينتهجه الاتحاد منذ سنوات، أبرز النتائج الإيجابية المتولّدة عنه، وانعكاسها على مسيرة الاتحاد الذي يعزّز مكانته، كاتحاد قويّ ومؤثّر وذي كفاءة عالية.

وبدوره أكد المهندس عبد الرحيم سليمان ما يوليه الاتحاد ومركزه للتبادل بالجزائر من أهمّية بالغة لتغطية الأحداث الجارية في ربوع فلسطين، بتعاون وثيق وتنسيق دائم مع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، على نحو جعل الموادّ الإخبارية والبرامجية تتدفّق بغزارة، من خلال بثّها عبر شبكة الأسبوفيزيون، سواء داخل المنطقة العربية، أو خارجها نحو الاتحادات الإذاعية الإقليمية والدولية.

وأضاف أنّ الاتحاد، وفاءً لرسالته القومية، وضع الدورة (24) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون تحت شعار (نصرة فلسطين)، وخصّص مداخيل الحفل الافتتاحي الفنّي للشعب الفلسطيني، تجسيما للتضامن الفعلي مع قضيته العادلة.

وأفاد المدير العام بأنّ الفترة الفاصلة بين اجتماعيْ المجلس تميّزت بوفرة الأنشطة وتنفيذ الخطط، والبدء في إنجاز المشاريع المقرّرة، بفضل تجاوب الأعضاء.

ونوّه بالجهود السخيّة للأستاذ محمد بن فهد الحارثي وحرصه الدؤوب على دعم مسيرة الاتحاد. كما أثنى على ما يبديه الأستاذان محمد عبد المحسن العوّاش وأحمد عسّاف النائبان، الأول والثاني لرئيس الاتحاد، من اهتمام موصول ببرامجه ومشاريعه.

وقدّم المدير العام عرضا مفصّلا ومدعّما بالأرقام والإحصائيات لما حقّقه الاتحاد في الفترة الفاصلة بين اجتماعيْ المجلس التنفيذي، في مجالات الإذاعة والتلفزيون والبرامج والأخبار والمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، والرياضة والتكنولوجيا والتطوير والإعلام الجديد والتعاون العربي والدولي.

كما تابع المجلس عروضًا حول أنشطة مركز تبادل الأخبار والبرامج في الجزائر، ومركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني في دمشق، وأكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي.

واستمع المجلس أيضا إلى تقرير وتوصيات الاجتماع 85 للجنة الدائمة للشؤون الإدارية المالية القانونية، وكذلك القرارات الصادرة عن المكتب التنفيذي للشؤون الطارئة.

ودار نقاش بين أعضاء المجلس، أعربوا خلاله عن اعتزاز الهيئات الأعضاء بالانتماء إلى اتحاد إذاعات الدول العربية، بما هو اتحاد مهني ما فتئ يحقّق الإنجازات ويسلك نهج التطوير والتحديث، خدمةً لهيئاته الأعضاء. كما نوّهوا بما يقوم به الاتحاد، دعمًا للقضية الفلسطينية، من خلال خطة التحرّك الإعلامي التي أقرّها في الشأن.

الدورة (54) لمجلس وزراء الإعلام العرب تعقد بالبحرين

2024/ 05/ 29

المزيد من تكثيف الأخبار المتعلّقة بالوضع في الأراضي الفلسطينية وممارسات سلطات الاحتلال

كان لاتحاد إذاعات الدول العربية مشاركة في هذه الدورة، حيث مثّله الأساتذة محمد بن فهد الحارثي ومحمد عبد المحسن العوّاش النائب الأول وعبد الرحيم سليمان.

كما شارك وفد الاتحاد في الدورة (19) للمكتب التنفيذي للمجلس، والدورة (101) للجنة الدائمة للإعلام العربي.

وأبرز وزير الإعلام البحريني الدكتور رمزان النعيمي ضرورة أن يواكب الإعلام العربي الأحداث الجارية، ويعكس رسالة الدول العربية الداعية إلى السلام والتعايش، ويسلّط الضوء على ما تنجزه من مكتسبات لمصلحة شعوبها.

ومن جهته، أكد وزير الإعلام السعودي الأستاذ سلمان الدوسري الحرص على مواكبة التطوّر غير المسبوق الذي يشهده قطاع الإعلام بشتى أصنافه، وضرورة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العربي.

أمّا السفير أحمد رشيد خطّابي الأمين العام المساعد، رئيس قطاع الإعلام والاتصال بالجامعة العربية، فقد بيّن أهمّية التوصيات الصادرة عن الاجتماعات الآنفة الذكر، وفي مقدّمتها مواصلة الدعم الإعلامي للقضية الفلسطينية، في ضوء استمرار العدوان الإسرائيلي على غزّة وسائر الأراضي المحتلّة، وما خلّفه من شهداء وجرحى ودمار مروّع.

وفي هذا الإطار، تمّت دعوة اتحاد إذاعات الدول العربية واتحاد وكالات الأنباء العربية إلى مواصلة جهودهما في تكثيف الأخبار الخاصة بالأوضاع في الأراضي الفلسطينية وانتهاكات سلطات الاحتلال، من خلال التبادل الإخباري بين الهيئات الأعضاء، وكذلك التبادل الإخباري والبرامجي مع الدول الفاعلة في المنظمات الإقليمية المماثلة التي تعمل تحت مظلّة الأمم المتحدة.

تغطية اتحاد إذاعات الدول العربية للأحداث في غزّة
محلّ إشادة مدير عام اتحاد الإذاعات الأوروبية :
بفضل هذه التغطية : ملايين الأشخاص في أوروبا وبقية أنحاء العالم شاهدوا وفهموا ما يحدث (هناك)

التأمت الجمعية العامّة (92) لاتحاد الإذاعات الأوربية يومي 4 و 5 يوليو 2024 بقبرص.

وكانت مناسبة توجّه فيها نوال كوران NOEL CURRAN مدير عام EBU بالشكر إلى اتحاد إذاعات الدول العربية لما يوفّره من تغطية خاصة للأحداث بالأراضي الفلسطينية وبالتحديد في غزّة، ووضع هذه التغطية ليس فقط على ذمّة الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية، بل كذلك الأوروبية المنضوية تحت اتحاد الإذاعات الأوروبية منذ بداية العدوان الإسرائيلي.

وأضاف : إنّ صحفيّي ومراسلي (الأسبو) في غزّة وباقي الأراضي الفلسطينية قاموا بعمل استثنائي بكلّ حرفية وشجاعة. ففي ظلّ الحصار والتقييد المؤسف، نجحوا في إرسال موادّ إخبارية مصوّرة، وبفضل جهودهم ، شاهد وفهم ملايين الأشخاص في أوروبا وبقية أنحاء العالم ما يحدث في غزّة.

والجدير بالذكر أنّ الإدارة العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية، قامت فضلا عن التعاون مع التلفزيون الفلسطيني، بالتعاقد مع ثلاثة مراسلين في غزّة والضفّة الغربية والقدس لنقل الأحداث يوميا ومعاناة السكان، وبثّ الأخبار الطارئة عن العدوان، علاوة على استخدام ما توفّره شبكات التواصل الاجتماعي من موادّ مصوّرة بالهاتف الجوّال، بعد التأكّد من موثوقيتها وصدقيّتها.

والملاحظ أنّ مراسلي الاتحاد يوفّرون 210 موضوع في الشهر، أي ما يفوق 7 مواضيع يوميا.

وسيعتمد الاتحاد هذا التوجّه لتغطية الأحداث في الدول التي تشهد نزاعات أو حروبا في المنطقة العربية، حيث إنه يضع اللمسات الأخيرة لخطّة تغطية استثنائية سيشرع فيها قريبا بالاعتماد على مراسلين ميدانيين في كلّ من السودان واليمن وليبيا.

وقد مثّل الاتحاد في اجتماع الجمعية العامة، بصفته اتحاداً شريكاً للـ EBU وسائر الاتحادات الإقليمية، رئيس الاتحاد والمدير العام.

ومن أهمّ المواضيع التي تمّ التداول فيها : الذكاء الاصطناعي، وخاصة التوليدي، واستخداماته في غرف الأخبار ومدى الاستفادة منه في الهيئات الإذاعية والتلفزيونية، وكذلك المسؤولية الاجتماعية لهذه الأخيرة، والأخطار التي تهدّدها، في ضوء الأوضاع السياسية الراهنة في القارّة الأوروبية، بسبب صعود اليمين وتداعيات الحرب الدائرة في أوكرانيا.

ويُشار إلى انعقاد اجتماع اتحاد الإذاعات العالمية الذي كان مناسبة قدّم فيها رئيس الاتحاد والمدير العام عرضا حول أبرز أنشطة الأسبو وإنجازاته وخاصة منها :

- **خطته الاستثنائية لتغطية الأحداث في فلسطين**
- **اختيار "نصرة فلسطين" شعارًا للدورة (24) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون**
- **أضواء على هذه الدورة ومميّزاتها**
- **المؤتمر الثالث للإعلام العربي حول : الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي**
- **مستجدّات التكنولوجيا والتطوير والقفزة التي شهدها التبادل الإخباري والبرامجي**
- **مبادرة الاتحاد إلى إنشاء المجموعة العربية للذكاء الاصطناعي**
- **برنامج التدريب المهني**
- **تقدّم إنجاز المشروع الاستثماري الجديد، مركز الأعمال ASBU LINK CENTER**

في اليوم العالمي لحرّية الصحافة : نشاط مكثّف للاتحاد

بثّ عربي مفتوح ومشترك يبادر الأسبو إلى تنظيمه، دعماً للصحفيين في غزّة، مع دفع اتحاد الإذاعات العالمية على إدانة الاعتداءات الإسرائيلية على الصحفيين.

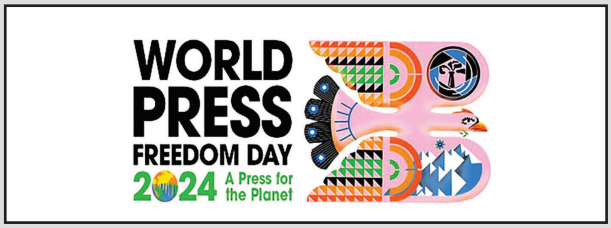
جرى الاحتفال في 3 مايو 2024 باليوم العالمي لحرّية الصحافة ، في ظلّ الاستهداف الممنهج للإعلاميين الفلسطينيين من قبل القوات الإسرائيلية الغازية وارتكاب أفظع الجرائم في حقّهم. وفي هذا السياق، تولّى اتحاد إذاعات الدول العربية بالتعاون مع هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية تنظيم بثّ عربي مشترك بهذه المناسبة، تمثّل في موجة مباشرة ومفتوحة مدّتها ساعة من تلفزيون فلسطين، وذلك بمشاركة عديد التلفزيونات العربية العمومية.

وقدّم التلفزيون الفلسطيني تقارير إخبارية وموادّ ومقابلات تلفزيونية خاصة بالموضوع، إضافة إلى تقارير من إنتاج وبثّ المراسلين الذين تعاقد معهم الاتحاد في قطاع غزّة والضفّة الغربية لتغطية المستجدّات .

كما تدخّل في هذا البثّ المشترك المباشر خبراء عرب، من فلسطين والجزائر والعراق والأردن ومصر، حيث تناولوا بالتحليل الأوضاع المأساوية في المنطقة والانتهاكات الإسرائيلية التي طالت الإعلاميين الفلسطينيين.

على صعيد آخر، بذل اتحاد إذاعات الدول العربية قصارى جهده صلب اتحاد الإذاعات العالمية، بصفته عضوا فيه، وذلك بدفعه إلى إصدار بيان بمناسبة اليوم العالمي لحرّية الصحافة، أدان فيه استهداف قوّات الاحتلال الإسرائيلية للصحفيين الذين استشهد منهم ما يزيد على 160، وشملت هذه الإدانة أيضا استمرار رفض السلطات الإسرائيلية السماح لوسائل الإعلام الدولية بإيفاد الصحفيين إلى غزّة لنقل ما يجري فيها من أحداث دامية.

هذا وسجّل الأسبو تحفّظه على بيان اتحاد الإذاعات العالمية، لعدم ذكر المستوى غير المسبوق للرقابة والتحرّش والعنف والقتل الذي يتعرّض له الصحفيّون في غزّة.



الاتحاد في تغطية إعلامية متميّزة للقمّة العربية (33) بمملكة البحرين

20 ساعة من البثّ الجماعي
150 بثّا مباشرا

أوفد اتحاد إذاعات الدول العربية فريقا هندسيا برامجيا وتقنيا لتغطية هذا الحدث العربي السنوي، حيث أمّن هذه التغطية بشقّيها الجماعي والثنائي عبر شركة الأسبوفيزيون.

وقد بلغ حجم البثّ الجماعي للقمّة بمختلف فعالياتها 20 ساعة، واستفادت من هذا البثّ 17 هيئة، فيما جرى في إطار التغطية الثنائية تنفيذ 161 حجزًا ثنائيًّا، بحجم جملي يزيد على 3390 دقيقة في مجال إرسال تقاريرها وتدخّلات مراسليها في النشرات الإخبارية، باستخدام أقمار الاتحاد على عرب سات واليوتلسات والمينوس ومنصّة أسبو السحابية.

وتمّ إجراء ما يناهز 150 بثًّا مباشراً بإشراف فريق الاتحاد، بالتنسيق مع تلفزيون البحرين، بالإضافة إلى ما يفوق 70 تقريرا إذاعيا، تمّ نقلها من إذاعة البحرين على المينوس بلاص والأسبو كلاود.

خطّة التغطية الشاملة هذه، تولّى تنفيذها بتعاون وتنسيق بين اتحاد إذاعات الدول العربية ووزارة الإعلام وتلفزيون مملكة البحرين.

وأشادت كافة الهيئات بالخدمات الإذاعية والتلفزيونية، الجماعية والثنائية، التي أسداها الاتحاد، إذ وفّر كلّ المتطلّبات اللوجستية الخاصة بالبثّ، والسعات القمرية اللاّزمة وربط المركز الإعلامي بالعاصمة المنامة، مع مركز تبادل الأخبار والبرامج في الجزائر.

التعاون بين الاتحاد وعُمان
تعزيزا لمقوّمات العمل الإعلامي العربي المشترك

بحث المهندس عبد الرحيم سليمان خلال اللّقاء الذي جمعه يوم 2 مايو 2024 بسعادة سفير سلطنة عمان في تونس د. هلال عبد اللّه السناني مجالات التعاون القائم بين الطرفين، مشيدًا بالدور النشيط والفاعل للإذاعة والتلفزيون، تحت إشراف وزارة الإعلام العمانية داخل الاتحاد في مختلف الأجهزة والفعاليات. وتمّ في هذا اللقاء، الذي حضره الوزير المفوّض عبد اللّه بن طاهر باعمر نائب رئيس البعثة العمانية، استعراض جهود الاتحاد في تنشيط عملية التبادل الإخباري والبرامجي، وما تشهده من توسّع وتنوّع، خدمةً للإعلام العربي، وإعلاءً لمكانته على الصعيد الدولي.

ونوّه السفير العماني بالدور الريادي لاتحاد إذاعات الدول العربية في مزيد النهوض بالمشهد الإعلامي والاتصالي العربي، وبجودة الخدمات التي يقدّمها لهيئاته الأعضاء، وأهمّية التظاهرات السنوية التي ينظّمها، وفي طليعتها المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، ومؤتمر الإعلام العربي. وأكد الطرفان العزم على تمتين علاقات التعاون بين الاتحاد وسلطنة عمان وإثرائها، خدمةً لتعزيز مقوّمات العمل الإعلامي العربي المشترك.

تطالعون في هذا العدد..

بقلم الأستاذ
عبد الحفيظ الهرقام

القضية الفلسطينية في الإعلام الغربي : بين التغييب والتضليل

كان من تداعيات الهجوم المباغت الذي شنّته يوم السابع من أكتوبر/تشرين الأوّل 2023 كتائب عز الدين القسّام، الجناح العسكري لحركة حماس، ضدّ مستوطنات إسرائيلية في غلاف غزّة أن عاد النزاع الفلسطيني الإسرائيلي ليتصدّر واجهة الأحداث على الساحة الدولية، بعد أن ظلّ انتباه الرأي العام مشدودا إلى الحرب الدائرة رحاها في أوكرانيا منذ الرابع والعشرين من فبراير/شباط 2022.

ولئن اتجهت بوصلة الإعلام بمختلف وسائطه هذه المرّة نحو قطاع غزّة فإنّ الطريقة التي تولّت بها أجهزة الميديا الغربية تغطية الأحداث الجارية في هذا الجزء من الأراضي الفلسطينية ما لبثت أن أثارت جدلا واسعا في الأوساط المهنية والأكاديمية المهتمّة بالشأن الاتصالي في البلدان العربية وحتى في عدد من البلدان الغربية، كما أنها أيقظت في الآن نفسه

وعي جانب من الجمهور الذي لم يعد ذلك المستهلك السلبي لما يُعرض عليه من مواد، سمعية كانت أم بصرية أو مكتوبة ، بل بات، في عصر الثورة الرقميّة ، مشاركا نشطا في الفعل الاتصالي ، ينظر إلى ما تحمله هذه المواد من رسائل ، ما ظهر منها وما استتر، بعين الناقد الحصيف ، بفضل ما اكتسبه من قدرة على تحليل أبعادها وإدراك رموزها وفكّ مغالقها..

وكما هو الشأن في كلّ نزاع مسلّح، غالبا ما تكون الحقيقة ضحيته الأولى، إذ يعمل هذا الطرف أو ذاك على توظيف وسائل الإعلام لفرض سرديّته لدوافع الحرب ومجرياتها، قصد التأثير في معنويات العدو وكسب تعاطف الرأي العام الداخلي والخارجي ودعمه. ولعلّ الحقيقة الوحيدة في أيّ خلافٍ كان، هو أنّ الحقيقة ليست في نهاية الأمر سوى «رهان صراعات» (enjeu de luttes) على حدّ تعبير بيار بورديو (Pierre Bourdieu).

يدفعنا هذا الجدل إلى أن نتناول بالتحليل الطريقة التي تعامل بها الإعلام الغربي مع الأحداث الجارية في غزّة، وأن نسلّط الضوء على خلفية معالجته لهذه الأحداث ومنطلقاتها، قبل أن نحاول الكشف عمّا تُخفيه من دلالات وتتيحه من خلاصات، عساها تساعدنا على تفكيك ميكانزمات صناعة الخطاب الإعلامي الغربي وتوجيهه في عهد ما بعد الحقيقة..

وسنتوخّى في تناول الموضوع مقاربة وصفية تحليلية لملامح تغطية الإعلام الغربي للحرب في غزّة من خلال عيّنات من وسائل إعلام فرنسية وأمريكية بوجه خاص، وذلك اعتمادا على بيانات نوعية وكميّة مستقاة من مصادر موثوق بها تولّت وفق مناهج علمية رصد الخط التحريري لهذه الوسائط وشرح توجّهاتها في معالجتها للملفّ الفلسطيني- الإسرائيلي..

بقدر ما لم نتفاجأ بالحملة الكاذبة التي أطلقها الكيان الصهيوني عبر مختلف الوسائط الإعلامية التي يمتلكها أو يتحكّم فيها لتبرير ردّ فعل قوّاته العسكرية على هجمات المقاومة، والذي تجاوز كلّ الحدود في خرق سافر لأحكام القانون الدولي الإنساني، ولا سيما اتفاقية جنيف الرابعة بشأن حماية المدنيين زمن الحرب، فإنّ شعورا غامرا بالاستياء قد انتابنا أمام تماهي العديد من وسائل الإعلام الغربية مع الرواية الإسرائيلية وتعاملها مع مأساة غزّة، على نحوٍ يتعارض مع قواعد العمل الإعلامي الحرّ والنزيه ومبادئ التغطية المتوازنة للأحداث..[1]

إنّ ما جلب انتباهنا بشكل خاص لدى متابعتنا للتغطية الإعلامية للحرب في القطاع عبر عدد من الصحف والقنوات الفرنسية التقاء جلّها، بشقّيها العمومي والخاص، حول خطّ تحريري تتشابه إلى حدّ كبير ملامحه

ومفرداته، وكأنّ هذه الأجهزة نسّقت فيما بينها منذ بداية الحرب لترسم إطارا شاملا للتغطية وتضبط لصحافيّيها حدودًا للمجال الذي ينبغي لهم التحرّك فيه دون تجاوزه قيد أنملة، وذلك وفق ما يشبه مدوّنة سلوك توضِّح لهم ما يجب أن يقال وما يجب ألّا يقال..

وقد تأكّد لدينا هذا الانطباع، من خلال اطّلاعنا على جملة من البحوث والمقالات، منها ثلاثة[2] نشرها موقع أكريماد[3] Acrimed، وسلّط فيها أضواء كاشفة على المعالجة الإعلامية في فرنسا للحرب في غزّة.

ويُستنتج من عملية الرصد التي قام بها هذا الموقع أنّ من بين الممارسات التي دأبت عليها وسائل الإعلام الفرنسية في تناولها للصراع الفلسطيني الإسرائيلي، نزعتها إلى «الحاضرية» (présentisme)، أي تجنّب أية إشارة إلى ماضي الصراع، بفصل حلقاته عن بعضها البعض قصد نزعه من سياقه التاريخي (déshistorisation)..

ومن هذه الزاوية، بدت عملية «طوفان الأقصى» وما تبعها من ردّ فعل إسرائيلي وكأنها لا تندرج ضمن مسار تاريخي طويل انطلق سنة 1948 عند حدوث «النكبة»، وإنما صُوّرت كأنها عاصفة اندلعت فجأة في جوٍّ صحو، وهو ما أراد أن يوهم به المشاهدين مقدّمُ نشرة الأخبار على قناة فرانس تلفزيون مساء يوم السابع من أكتوبر2023، حينما قال وهو يتحدّث عن الشرق الأوسط «إنها منطقة سرعان ما نسينا طابعها المتفجّر»..

وهذا النسيان إنما مردّه في حقيقة الأمر نيّة لتغييب القضية الفلسطينية عن الأجندا الإعلامية في فرنسا، وهذه ظاهرة هيكلية كانت موضوع بحوث وعمليات رصد وتقصّ[4] حيث تبيّن، خلافا لاعتقاد سائد، تراجع الاهتمام بالنزاع الفلسطيني -الإسرائيلي خلال العقدين الأخيرين، وبالتحديد من سنة 1995 إلى يونيو/حزيران 2023، كما أثبت ذلك تحليل لثلاثة عشر ألف مادّة إخبارية جاءت في شكل تحقيقات وأنباء موجزة ومواضيع مقدّمة من الأستوديو، ويُعزى ذلك حسب شارل أندرلان (Charles Enderlin) مراسل فرانس تلفزيون سابقا في إسرائيل إلى الانطباع الحاصل لدى رؤساء التحرير بأنّ النزاع الفلسطيني الإسرائيلي قد فقد أهمّيته بسبب تطبيع العلاقات بين عدد من الدول العربية وتل أبيب، وكذلك الخوف من ردّ فعل عنيف

من طرفـيْ النزاع ولا سيما من جانب المجلس الممثّل للمؤسسات اليهودية في فرنسا (CRIF).

Capture d'écran du reportage, "Gaza, une jeunesse estropiée", de France 2.

وحسب إحصائيات أجراها المعهد الوطني السمعي والبصري الفرنسي (INA) بين غزّة يناير/كانون الثاني وغزّة أكتوبر 2023 لم تُدرج قناة فرانس تلفزيون في نشراتها الإخبارية سوى عشرة مواضيع عن النزاع الفلسطيني الإسرائيلي، ولم يدم الوقت الممنوح لردّ الفلسطينيين سوى 33 ثانية، بينما اتّضح من رصدٍ قام به موقع Arrêt sur image على مدى عشرة أيام عقب اندلاع الحرب في غزّة لأربع وستين نشرة إخبارية لقناتيْ TF1 وفرانس تلفزيون ، استغرقت قرابة ثلاثين ساعة ، أنّ المدنيين في القطاع لم يحظوا إلاّ بخمس دقائق من كلّ هذه المدّة ..

وغنيّ عن البيان أنّ تقليص حجم التغطية الإخبارية للنزاع الفلسطيني الإسرائيلي يعطي عنه صورة مبتورة ومشوّهة، خاصة عندما لا يتمّ التركيز إلاّ على أحداث عنف محدّدة في الزمن دون رابط بينها ودون شرح منطقيّ لأسبابها وسياقها ، وممّا يزيد في تحريف هذه الصورة وتزييف الواقع، التعتيم على معاناة الفلسطينيين في قطاع غزّة المحاصر وفي الضفّة الغربية على حدٍّ سواء، وغضّ الطرف عن توسّع رقعة الاستيطان الصهيوني في الأراضي المحتلّة، فضلا عن التجاهل التامّ للحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني في تقرير المصير والاستقلال والسيادة الوطنيّين، وهي الحقوق الثابتة التي أقرّها المنتظم الأممي طبق القرار الصادر عن جمعيته العامة في 22 نوفمبر/تشرين الثاني 1974 ..

كما أنّ تعمّد الإعلام الفرنسي فصل النزاع عن سياقه التاريخي، أظهر إسرائيل في مظهر الضحية، وأضفى على حرب الإبادة التي شنّتها ضدّ الفلسطينيين طابعا شرعيا، إذ هي «تُمارس حقّها في الدفاع عن النفس ضدّ الهجمة الوحشية لحركة حماس الإرهابيّة» وتنكر هذه «الحاضرية» الملازمة للخطاب

الإعلامي في الآن نفسه حقّ الفلسطينيين المشروع في مقاومة الاحتلال الصهيوني..

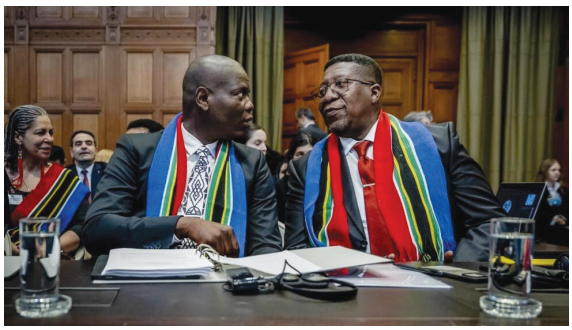
والأنكى من ذلك كلّه، اختزال نزاع طويل في حرب غير متكافئة بين إسرائيل وحماس، الغاية منها حسب السردية الصهيونية -الغربية المهيمنة القضاء على «حركة إرهابية»، علاوة على تغييب جغرافي وسياسي مفضوح للقضية الفلسطينية برمّتها. فمن خلال التركيز على قطاع غزّة تصبح الميّتة الضفّة الغربية «الزاوية الميّتة» أو النقطة العمياء في المعالجة الإعلامية ومجرّد «جبهة» تتساوى من حيث «تهديداتها لأمن إسرائيل» مع الجبهتين السورية واللبنانية، وفِي ذلك بلا شكّ محاولة لتجزئة النزاع الفلسطيني الإسرائيلي وتفتيته، وخلق شروخ سياسية وجغرافية داخل الكيان الفلسطيني الواحد..

ومن ناحية أخرى، أبرز رصد المعالجة الإعلامية لعدد من القنوات التلفزيونية والصحف والمجلاّت الفرنسية للحرب نزعة إلى الكيل بمكيالين في التعامل مع طرفيْ النزاع، فحصيلة الضحايا والجرحى التي تقدّمها وزارة الصحة في القطاع (وغالبا ما تُطلق عليها وزارة الصحة لحماس) تثير دوما الشكّ والريبة، بينما تحظى المصادر الإسرائيلية بكامل المصداقية..

كما تجلّى من خلال الرصد تغييب ممنهج لوجهة نظر حماس التي يتركّز عليها التناول الإعلامي مع وصمها دومًا بالإرهاب، لكن دون أن يكون لها دور أو حضور اتصالي يُذكر - وتلك من المفارقات العجيبة- كأنّ الحركة لا برنامج لها ولا مطالب، مقابل حضور لافت للناطقين باسم الجانب الإسرائيلي والموالين لسرديته، من رجال الإعلام والسياسة والأخصائيين الفرنسيين..

ومن مظاهر ازدواجية المعايير كذلك، التعتيم على جلسات محكمة العدل الدولية التي نظرت بداية من يوم 11 يناير 2024 في الدعوى المرفوعة من جنوب أفريقيا ضدّ إسرائيل، بتهمة ارتكاب إبادة جماعية ضدّ الشعب الفلسطيني، فلم تحظ باهتمام الإعلام الفرنسي سوى جلسة مرافعات الجانب الإسرائيلي، فضلا عن نزعة جليّة إلى «تعاطف انتقائي». فحياة الإسرائيليين تبدو أهمّ وأثمن من حياة الفلسطينيين ، فعندما يسقط الآلاف من بين هؤلاء شهداء، وتدمّر البنية التحتية في القطاع وتصيب القنابل

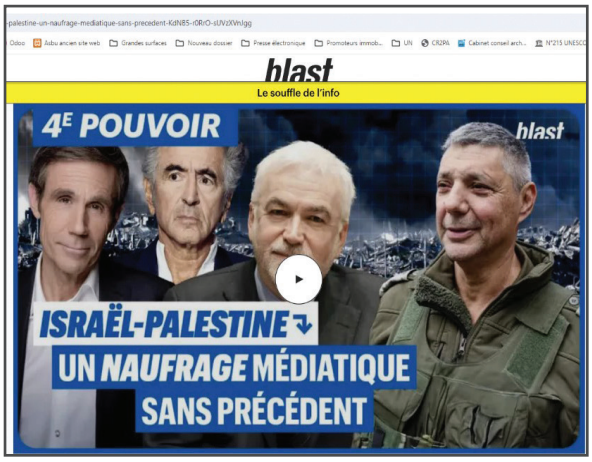
المستشفيات والمدارس ودور العبادة يعتبر ذلك من قبيل «الأضرار الجانبية» التي تنجم عن كلّ حرب من الحروب . أليس في كلّ هذه الممارسات حجب متعمّد لمأساة غزّة عن الأنظار وتجريد مقصود للفلسطينيين من إنسانيتهم ؟



جنوب إفريقيا تتّهم إسرائيل أمام محكمة العدل الدولية بانتهاك اتفاقية الإبادة الجماعية

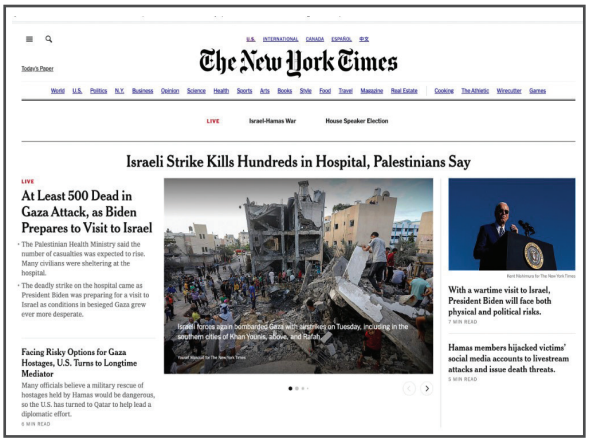
إنّ ما ذكرنا ليس في الواقع سوى عيّنات من انحرافات جانبٍ كبير من الإعلام الفرنسي وثّقها بدقة موقع أكريماد (Acri-med)، وكذلك موقع بلاست (Blast) الذي نشر في 31 مارس/ آذار 2024 فيديو[5] مدّته تناهز الساعة ويحمل عنوانا يُغني عن كلّ تعليق: «إسرائيل-فلسطين: سقوط إعلامي غير مسبوق» (Israël -Palestine: un nau-frage médiatique sans précédent).

ومثلما وُضع تعامل وسائل الإعلام الفرنسية مع الأحداث في غزّة تحت مجهر هيئات مستقلّة متخصّصة في الرصد والنقد في مجال الميديا، خضع جانب من الإعلام المكتوب والسمعي والبصري في الولايات المتحدة الأمريكية لتحاليل كمّية ونوعية لمضامينه قام بها باحثون ومؤسّسات شبيهة في بلدٍ يتابع فيه 70 بالمائة من الكهول أخبار الحرب، كما تبيّن ذلك من ثلاث عمليات سبر آراء [6] أجريت بين 11 و13 أكتوبر 2023 .وأوضحت منظمة غالوب (Gal-lup) من ناحيتها أنّ 54 بالمائة من الأمريكيين يتعاطفون مع الإسرائيليين، في حين تبلغ نسبة المتعاطفين مع الفلسطينيين 31 بالمائة، ممّا يعكس تغييرا نسبيا طرأ على موقف الأمريكيين من النزاع في الشرق الأوسط، مقارنة بما كان عليه سنة 2013، حيث كانت نسبة التعاطف مع الإسرائيليين 64 بالمائة مقابل 12 بالمائة للفلسطينيين.[7]



والملاحظ أنّ التغطية الإعلامية للحرب تناغمت كلّيا مع الموقف الرسمي للحكومة الأمريكية المساند بشكل مطلق لإسرائيل.

وعلى غرار أجهزة الميديا الفرنسية، انساق الخطاب الإعلامي الأمريكي وراء الدعاية الإسرائيلية المضلّلة، ممّا حدا بهنري براشتر (Henry Brechter) رئيس تحرير AllSides - وهي مؤسسة متخصّصة في فحص التوجّهات السياسية لوسائل الإعلام - إلى القول إنّ الانحياز في تغطية النزاع هو الأكثر وضوحا وجلاءً مقارنة بالتغطيات التي تولّى تحليلها، وإنّ ما طغى على المعالجة الإعلامية لهذا الصراع الدامي في عدد من الحالات، الاندفاع العاطفي للصحافيين ووقوعهم في فخّ التسرّع والآراء المسبقة في نقل الأحداث، فضلا عن قصور في إدراك أدقّ الجزئيات [8] ..



وفِي ضوء تحليل لأكثر من ألف مقال منشور على أعمدة النيويورك تايمز والواشنطن بوست ولوس أنجلس تايمز أكد موقع ذي انترسبت الإلكتروني (The Inter-cept) -وهو مؤسسة إعلامية غير ربحية تأسّست سنة 2014- أنّ هذه الصّحف الثلاث الكبرى أبدت في تغطيتها للحرب في غزّة انحيازًا للإسرائيليين ومعاداة للفلسطينيين باعتماد سياسة الكيل بمكيالين، لا سيما في الحديث عن الضحايا في صفوف الجانبين، حيث ذكرت صفة «فلسطيني» مرّة واحدة لكلّ قتيلين فلسطينيين، بينما ذكرت صفة «إسرائيلي» ثماني مرّات لكلّ قتيل من الجانب المقابل، بما يوحي بانتفاء المساواة أمام الموت!!

كما لوحظ استعمال عبارت تجلب التعاطف للقتلى الإسرائيليين كعبارتيْ «مذبحة» (mas-sacre) و«فظيع» (horrible) ، في حين أنّ أيّا من هاتين الكلمتين استخدمت للحديث عن الضحايا الفلسطينين الذين كان عددهم أكبر بكثير من القتلى الإسرائيلين، لا سيما من بين الأطفال والنساء والصحافيين ، فضلا عن لجوء هذه الصحف إلى صيغة المبني للمجهول عند الحديث عن إصابة مدنيين فلسطينيين برصاص الجيش الإسرائيلي، وذلك للتستّر على الفاعل مرتكب الجريمة،

فإذا بهؤلاء «يموتون» أو« يُقتلون » بسبب «أخطاء متكرّرة»، ولكنها غير ممتدّة في الزمن، وبتصوير الوقائع بهذه الطريقة يُجرّد الفلسطينيون من إنسانيتهم وتُهوّن مأساتهم..

كما أظهرت الصحف الثلاث تمييزا جليّا في تعاملها مع ظاهرة العنصرية في الولايات المتحدة الأمريكية بعد السابع من أكتوبر، إذ ركّزت أكثر على السلوكات المعادية للسامية التي ذُكرت 549 مرّة طوال الفترة التي تناولتها الدراسة، مقابل 79 مرّة فقط تمّ فيها التطرّق إلى مظاهر الإسلاموفوبيا ومعاداة العرب.[9]

ولا يختلف الإعلام السمعي والبصري في توجّهاته وفي طريقة معالجته للنزاع الفلسطيني-الإسرائيلي عن الصحافة المكتوبة، كما يتّضح من دراسة لمضامين البرامج الحوارية التي تبثّ يوم الأحد على أهمّ الشبكات وهي CBS، NBC وABC وFOX، وتحظى هذه البرامج بشعبية كبيرة ويتابعها مشاهدون، 80 بالمائة منهم تتجاوز أعمارهم خمسين عاما.

فمن خلال فحص حلقات هذه البرامج الإحدى وخمسين في الفترة الممتدّة من 8 أكتوبر 2023 إلى 14 يناير 2024، تبيّن أنّ عدد ضيوفها بلغ 140 ضيفا، منهم 120 من جنسية أمريكية معظمهم مسؤولون حاليون أو سابقون في الحكومة، وأنّ لا أحد من هؤلاء ينحدر من أصول فلسطينية أو هو عربيّ-أمريكي، ويوجد من بين المشاركين ثلاثة مسلمين تعود أصولهم إلى منطقة جنوب شرق آسيا، اثنان منهم عبّرا عن موقف مساند للفلسطينيين، بينما يأتي الإسرائيليون في المرتبة الثانية بتسعة مشاركين ظهروا عشر مرّات في الشبكات التلفزيونية الأربع، من بينهم الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال والسفير بالولايات المتحدة والرئيس إسحاق هرزوغ والوزير الأول بنيامين نتانياهو، ولم يشارك من الجانب العربي في كلّ هذه الحلقات سوى اثنين، وهما حسام زملط سفير فلسطين بالمملكة البريطانية الذي ظهر في قناة CBS يوم 5 نوفمبر 2023، ودينا قعوار سفيرة الأردن بواشنطن، وقد كانا الوحيدين اللذين تطرّقا إلى تطلّعات الشعب الفلسطيني إلى التحرّر وإلى إقامة دولته المستقلّة على أراضيه، وأوضحا أنّ ما جرى يوم السابع من أكتوبر في غزّة إنما هو نتيجة مباشرة للاحتلال الإسرائيلي منذ سنة 1967 ،

إذ كان التوجّه الطاغي على خطاب المشاركين، إخراج النزاع الفلسطيني-الإسرائيلي من سياقه التاريخي واختزاله في حرب غزّة ، فضلا عن التعتيم على الممارسات الوحشية للسلطات الإسرائيلية وعلى تماديها في قضم الأراضي الفلسطينية ببناء المزيد من المستوطنات..

ولئن تناولت الحوارات معاناة الفلسطينيين جرّاء العمليات العسكرية الجوّية والبرّية الإسرائيلية التي تحدّث عنها ممثّلو منظمات ذات طابع إنساني، على غرار «Save the children» وبرنامج الأغذية العالمية و«أطبّاء بلا حدود» فإنها عكست الخطاب المهيمن صلب الطبقة السياسية الأمريكية والمساند لإسرائيل..

كما تجلّى من خلال رصد البرامج الحوارية «تعاطف انتقائي» لصالح الجانب الإسرائيلي، حيث أشير 529 مرّة إلى الرهائن الإسرائيليين بعد هجوم المقاومة، مقابل 17 مرّة أشير فيها إلى المعتقلين الفلسطينيين في السجون الإسرائيلية، علاوة على أنّ الدعوة إلى وقف إطلاق النار الذي ذكر 94 مرّة لم تكن الغاية منها وضع حدّ لمذبحة غزّة وللدمار الشامل الذي لحق البنية التحتية في القطاع، وإنما التوصّل إلى تحرير الرهائن الإسرائيليين..[10]

إنّ الانحياز للجانب الإسرائيلي يعدّ من ثوابت الخطاب الإعلامي الأمريكي منذ عقود طويلة، وتفسّره ديفينا فرو-مايقس Divina Frau-Meigs بتهديدات اللوبيات الصهيونية «التي تندّد بصورة آلية بكلّ تغطية موالية لفلسطين، باعتبارها فعلا معاديا للسامية، ممّا يخلق صنصرة ذاتية ناجعة للغاية »[11].

كما تجلّى هذا الانحياز من خلال دراسة كمّية ضخمة من المعطيات أنجزت سنة 2023 باستخدام الذكاء الاصطناعي، انطلاقا من 33 ألف مقال صادر في صحف أمريكية عن النزاع في الشرق الأوسط، من سنة 1987 إلى سنة 1993، ومن سنة 2000 إلى 2005، وهي الفترة التي شهدت الانتفاضة الفلسطينية الأولى والثانية..[12]

وتنديدا بهذا الانحياز، أمضى 750 صحفيا في نوفمبر 2023 على رسالة مفتوحة أكدوا فيها أنّ التغطية الإعلامية الأمريكية غير المتوازنة للحرب في غزّة من شأنها أن توجّه الرأي العام نحو رؤية خاطئة للنزاع الفلسطيني- الإسرائيلي..

في ضوء ما تقدّم عرضه، يمكن أن نلحظ التشابه الكبير بين توجّهات الإعلام الفرنسي والإعلام الأمريكي في تغطيتهما لمأساة غزّة - ولعلّهما يمثّلان أنموذجا لتعاطي الإعلام الغربي عموما مع هذا الشأن- رغم اختلافات في السياق السوسيولوجي والاقتصادي للميديا في البلدين، فكلاهما تبنّى الرواية الإسرائيلية، وعتّم على الرواية المقابلة ونزع الحرب عن سياقها التاريخي وبرّرها بحجّة دفاع إسرائيل عن النفس، وعمد بلجوئه إلى ازدواجية المعايير إلى التلاعب بلغة الخطاب لجلب التعاطف للجانب الإسرائيلي وتهوين مسؤوليته فيما ارتكبه من مجازر في حقّ الشعب الفلسطيني ، وذلك في انتهاكٍ صارخ لأخلاقيات المهنة الصحفية ولقواعدها ، الأمر الذي زاد في اهتزاز مصداقية مؤسسات إعلامية عريقة تحوّلت في نظر المتابعين للشأن الاتصالي مِنْ مثالٍ للممارسات الفضلى في المجال الإعلامي إلى «آلة لصنع رأي مضلّل»[13]

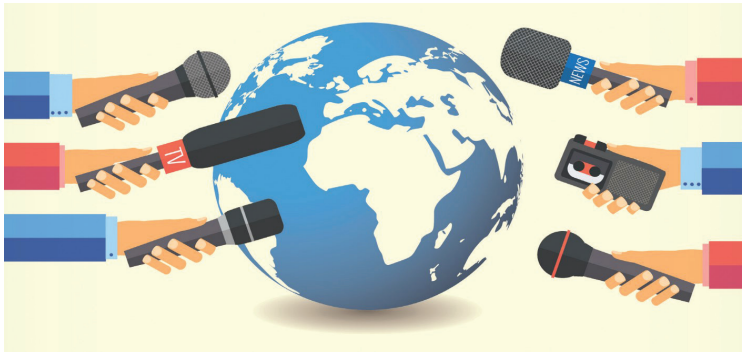
ويمكن في هذا الصدد أن نستدلّ بنتائج عملية سبر الآراء تقوم بها سنويا صحيفة لاكروا «La Croix» وقد بيّنت في نوفمبر 2023 أنّ 57 بالمائة من الفرنسيين يحذّرون ممّا تقوله وسائل الإعلام، بينما يثق 32 بالمائة من الأمريكيين بما ينقله الإعلام عن الواقع وفق منظمة «غالوب» (Gallup).

إنّ القضية الفلسطينية هي في حقيقة الأمر ضحية من ضحايا هذه الآلة الجهنمية التي تبخس كلّ ما لا يتناسب مع القوالب الطاغية، وتنزع إلى التعميم وتحاصر الحوار العام، وتسعى إلى الحيلولة دون بروز خطاب

مضاد، إذ أنّ كلّ كلمة لا تعيد إنتاج الأقوال المهيمنة تقاوم وتبتر وتعزل.. فالإعلام يخضع لسيطرة الإمبراطوريات العسكرية والصناعية التي توجّه خطاب الصحافة، حيث يتداخل السياسي والإعلامي، وهذا يؤدّي إلى موت الحقّ في الإعلام ويحدّ من هامش الحرّية، على حدّ تعبير ميشال فرايتا Michel Freitag .[14]

ولكي نفهم ميكانزمات توجيه الخطاب الإعلامي في فرنسا بالخصوص، يمكن الرجوع إلى كتاب ميشال بورديو «حول التلفزيون» Sur la télévision [15] وإلى لقاءاته الصحفية، حيث يبيّن أنّ التلفزيون يخضع لضغوط تعود إلى العلاقات الاجتماعية لمنتجي المضامين وبنيتهم الذهنية المرتبطة بأصولهم وتربيتهم وتكوينهم، وأنّ هذا الوسيط المتحرّر في الظاهر إنما هو ملجّم من حيث هو فضاء لصنصرة متعدّدة الجوانب، يُخفي وهو يُظهر، ولكنه لا يُظهر إلاّ ما ينبغي إظهاره ويتفادى نقل الأخبار التي على المواطن أن يحوزها لممارسة حقوقه الديمقراطية، فضلا عن نزعة إلى هدم الواقع لبناء واقع جديد انطلاقا ممّا يتمّ انتقاؤه مع تغليب الجانب الفرجوي، بحثا عن الإثارة..

وعلى الرغم من مرور أكثر من عقدين على صدور هذا الكتاب، فإنه يظلّ ذا راهنية لافتة، خاصة إذا ما تأمّلنا في انحرافات الخطاب الإعلامي الفرنسي، في علاقةٍ بالتغطية الإعلامية للنزاع الفلسطيني-الإسرائيلي، وكذلك في الخلل الهيكلي الذي تعاني منه الميديا في هذا البلد، حيث يمتلك أحد عشر ملياردارا 80 بالمائة من الصحافة اليومية الجامعة وتستأثر قنواتهم التلفزيونية بنسبة 60 بالمائة من نسبة المشاهدة، بينما تبلغ نسبة الاستماع إلى قنواتهم الإذاعية 50 بالمائة.



ومن بين هؤلاء، نذكر فانسون بولوري Vincent Bollorė وباتريك دراهي Patrick Drahi صاحب قنوات BFMTV وI24 RMC، والمالك لأغلب الأسهم في مجلّة الأكسبراس L'Express، وهو الداعم لإسرائيل والحامل لجنسيتها إلى جانب جنسيات أخرى ..

ولعلّ من أهمّ المراجع التي لا غنًى عن مطالعتها لإدراك دوافع توجيه الراي العام وطرقه، كتاب إدوارد هرمين Edward Herman، ونعوم تشومسكي Noam Chomsky [16] الذي يشرح بالخصوص

الأسلوب المتّبع من قِبَل اللوبيات والمؤسّسات والميديا لصياغة مفاهيم «الحرب العادلة» و«الضحايا» و«الإرهاب». ويتضمّن هذا المؤلّف الصادر سنة 1988 والـمُحيّن بمقدّمة طويلة سنة 2003 دراسة نوعية وكمّية لمضامين وسائل إعلام أمريكية غطّت أحداثا دولية، تمّت مقاربتها باعتماد «نمط البروباغندا» (modèle de propagande) شبكةً للتحليل.

وقد أراد الكاتبان بذلك أن يثبتا أنّ وسائل الإعلام الأمريكية ليست سلطة رابعة وإنما هي خاضعة في معالجتها الإخبارية المضلّلة لنفوذ النخب السياسية والاقتصادية، حيث تتحكّم في سوق الميديا مجموعات من الشركات الاحتكارية الضخمة تقوم، بفضل امتلاكها لعدد من كبريات وسائل الإعلام، بعمل دعائي لصالح كبريات المؤسسات التي تراقبها عن طريق تمويلها واختيار ممثّليها فيها ..

وتستند شبكة التحليل هذه التي تلقى صدى واسعا في مجال بحوث الميديا، ولكنها تثير انتقادات من الناحية المنهجية إلى خمسة معايير أو«فلترات» (filtres) يتمّ من خلالها تنقية الأخبار وهي :

- منزلة مالكي القنوات أو المساهمين في رأس مالها، وحجم ثرواتهم والتوجّه الربحي لوسيلة الإعلام
- ووزن الإشهار،
- وتبعية الميديا للأخبار الصادرة عن الحكومة وعن أوساط الأعمال وعن الخبراء الذين يؤجّرهم هذان الطرفان
- ووسائل التصدّي لأيّ خبر، ما يثير الانزعاج، وذلك في شكل ردود فعل منظّمة ومتزامنة بغية التأثير في الخط التحريري لوسيلة الإعلام والتهديد بمقاضاتها أو مقاطعتها أو سحب الإعلانات منها،
- الماكارثية أو معاداة الشيوعية كمعتقد وطني وكآلية رقابة، وقد عُوّضت اليوم بالحرب ضدّ الإرهاب..

ولا شكّ في أنّ هذا المعيار أو «الفلتر» الخامس كان محدّدا أساسيا لطبيعة التغطية الإعلامية للحرب على غزّة من قبل الإعلام الأمريكي، خاصّة وأنّ تهمة الإرهاب غالبا ما تلصق بالمقاومة الفلسطينية..

ولئن اقترح هرمين وتشومسكي إحداث منظمات مواطنية من بين المهنيّين والنشطاء في المجتمع المدني في سبيل قيام مؤسسات إعلامية مستقلّة، فإنّ الباحثة الفرنسية جوليا كاجي Julia Cagé اقترحت، بناء على دراسة لأوضاع الميديا في فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية،[17] إيجاد صيغة قانونية جديدة (شركة إعلامية غير ربحية) تسمح ببعث مؤسسات مستقلّة عن المساهمين الخارجيين في رأس المال والـمُعلنين والسلط العمومية، ولكنها تخضح للقرّاء والأجراء ومستخدمي الإنترنت، باعتبار هذا النمط الاقتصادي الأكثر ملاءمة مع الثورة الرقميّة ورهانات القرن الحادي والعشرين.. كما دعت هذه الباحثة في كتاب آخر لها [18] إلى إعادة النظر في حوكمة الميديا وملكيتها من أجل بروز قنوات إعلامية حرّة..

ولكن هل تقدر هذه المؤسسات في حال إنشائها على التخلّص من نفوذ اللوبيات السياسية والمالية والتأثيرات الإيديولوجية، وعلى النظر إلى الواقع بموضوعية وتجرّد، واضعةً دوما في الاعتبار قواعد العمل الإعلامي الحرّ النزيه، بما يمكّنها من إجلاء الحقيقة ، سواء تعلّق الأمر بالقضية الفلسطينية أو بسائر القضايا الأخرى، في عصر ما بعد الحقيقة ؟ وهل يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي التي ساهمت في بروز «الصحافي المواطن» أن تصلح الخلل الحاصل في الإعلام التقليدي وتُضفي التوازن المنشود فيما يروّج من موادّ مختلفة، أم أنّ صعودها بوصفها مصدرًا للأخبار «زاد من تشوّش الحدود الفاصلة بين الأخبار والآراء ، لأنّ الناس أصبحت تشارك في نشر قصص متأتية من مدوّنات ومواقف إخبارية بديلة ومصادر مجهولة ، كما لو أنها صحيحة تماما»؟ [19]..

وأخيرا وليس آخرا، ألاَ تحيلنا التغطية الإعلامية الغربية للنزاع الفلسطيني-الإسرائيلي إلى قصور أجهزة الإعلام العربية في تجاوز معضلة مخاطبة الآخر [20] وفي التأثير في الرأي العام العالمي، لكي يدرك حقيقة هذا النزاع، إلى جانب حقائق أخرى غيّبتها عن إنظاره، حملات التزييف والتضليل؟

تلك أسئلة حارقة لا مناص فـي تقديرنا من تناولها بالدرس والتحليل بالجدّية والعمق المطلوبين..

المراجع والهوامش

1. عبد الحفيظ الهرقام، أصوات عربية في مواجهة التضليل الصهيوني الغربي، مجلّة «الإذاعات العربية» العدد الرابع لسنة 2023
2. Julien Deroni , Israël-Palestine le 7 octobre et après (1) : un cadrage médiatique verrouillé, www.acrimed.org 12/2/2024

-Julien Deroni , Israël-Palestine le 7 octobre et après (2) : doubles standards et compassions sélectives, www.acrimed.org , 22/2/2024

-Julien Deroni , Israël-Palestine le 7 octobre et après (3) : invisibilisation de Gaza et déshumanisation des Palestiniens, www.acrimed.org, 22 /2/ 2024

3. أكريماد، جمعية ذات مصلحة عامة تتولّى منذ منتصف التسعينات تحليل ونقد الطريقة التي تشتغل بها الميديا في فرنسا وهي تنشر مجلّة Médiacritiques التي تصدر كلّ ثلاثة أشهر.
4. Camille Pettineo, Avant l'attaque du Hamas , le conflit israélo-palestinien avait presque disparu des JT , https://larevuedesmedias.ina.fr, 25/11/2023
5. https://www.google.com/url?pjf=1&q=https://m.youtube.com/watch%3Fv%3De5WwkBARVPA&-sa=U&sqi=2&ved=2ahUKEwiZ_-jqzseFAxUcxQIHHSVYDHcQwqsBegQIDhAF&usg=AOvVaw2WSexoGTo-dKwL10ViOi_rU
6. Marist/NPR/PBS News Hour - SSRS/CNN -Ipsos/Reuters
7. Na thaniel Rakich , what Americans think about the war Israël-Gaza , ABC News , 24/2/2024
8. Frédéric Arnould, La nuance journalistique américaine, l'autre victime de la guerre, https//:ici.radio.canada.ca , 23/10/2023
9. Adam Johson, Othman Ali , Coverage of Gaza war in The New York Times and other major newspapers heavily favored Israel, analysis shows, The Intercept (https://theintercept.com) 9/1/2024
10. William.L.Youmans, The Sunday talk shows on Gaza:a study in media bias, Arab Center Washington DC, 31/1/2024
11. Fleury Béatrice, Walter Jacques, Les médias et le conflit israélo -palestinien , Recherches textuelles , numéro 9, Université Paul Verlaine , Metz, 2008 , 318 p
12. Natalie khazaal, Bias hiding in plain sight: Decades of analyses suggest US media skews anti-Palestinian, The Conversation (https //theconversation.com) 29/2/2024
13. أسامة عبد اللّه، وسائل الإعلام والاتصال الغربية، من أبجديات الحرفية الصحفية إلى آلة لصناعة رأي مضلّل، مجلّة «الإذاعات العربية »، العدد الرابع لسنة 2023
14. Ahmed Ahmed Cheniki, Les médias, la mort lente du journalisme traditionnel, fr linkedin com (Algérie), 4/12/2023
15. Michel Bourdieu, Sur la Télévision, suivi de L'emprise du journalisme, RAISONS D'AGIR, 1996
16. Edward.S Herman and Noam Chomsky Manufacturing consent, The political economy of the mass media , Pantheon Books , 1988
17. Julia Cagé, Sauver les médias : Capitalisme,financement participatif et démocratie Seuil , 2015
18. Julia Cagé , Pour une télé libre contre Bolloré, Seuil 2022
19. لي ماكنتاير (Lee McIntyre)، ما بعد الحقيقة ، (Post-Truth) ترجمة حجّاج أبو جبر، نشر معنى (ص 104)
20. عبد الحفيظ الهرقام، الإعلام السمعي والبصري العربي ومعضلة مخاطبة الآخر ، مجلّة «الإذاعات العربية» العدد الثاني لسنة 2021

الواجبات المهنية والأخلاقية للصحفي والمذيع

د. إيكوفان شفيق
جامعة الجزائر

تتقاطع الأخلاق المهنية للصحفي مع واجباته في الكثير من النقاط، لهذا عادة ما يدمج المختصّون بين الواجبات المهنية والأخلاقيات المرتبطة بها، وهو نفس النهج الذي سنعتمده في هذا المقال.

1ـ الالتزام بالمصداقية:

هناك فرق بين الصدق والمصداقية في الإعلام، فالصدق هو مطابقة الشيء المنقول أو الوصف أو الحدث المعيّن لواقع الحال، يعني تطابق ما يقوله الصحفي مع الحقيقة ومع ما حدث بالفعل، في حين أنّ المصداقية هي الاقتراب من الحقيقة قدر الإمكان، من خلال عدم التقصير في بذل الجهد لنقل الواقع كما هو للجمهور. ولـمّا كان من الصعب في الإعلام بلوغ الحقيقة دائما، فإنه من الطبيعي عدم تكليف الصحفي بالصدق، إنما هو مطالب بتحرّي الصدق وبذل كلّ جهده لنقل الحقيقة كما هي، دون نقص أو تحريف. إنّ المصداقية تعتبر من أهمّ الواجبات الأخلاقية التي ينبغي للصحفي احترامها وضمانها في مهامّه، هذا لا يأتي من فراغ، بل من عمل نابع من مفهوم الصحفي للصحافة وأساسياتها وطرق السير على الخطوط الصحيحة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور ونشر المحتوى من جهة، ومحافظاً على مصداقية نقل الخبر من جهة ثانية. وهذا يقتضي بالمقابل تجنّب الصحفي لمجموعة من السلوكيات التي تتنافى مع هذه القيمة الأخلاقية، كتزوير الحقائق أو ذكر بعضها دون الأخرى.

ورغم أنّ المصداقية في نقل الخبر تعدّ مطلبا موضوعيا، إلاّ أنه يؤثّر تأثير ذاتيا ومباشرا على الصحفي والوسيلة الإعلامية، فهو معيار مهمّ من معايير تحديد المكانة التي يكتسبها الصحفي أو مؤسسته الإعلامية من منظور الجمهور. فكلّما تحققت المصداقية في المضامين المنشورة، زادت ثقة الجمهور بها وبالمؤسسة التي تنشرها، والعكس صحيح، لهذا نجد أنّ المؤسسات الإعلامية التي تضمن جانبا كبيرا من المصداقية في أخبارها تملك جمهورا عريضا، وتعتبر مرجعا للتأكد من المعلومات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام الأخرى.

هذه المكانة التي تحوزها المصداقية في العمل الإعلامي، جعلتها أكثر أهمّية من السبق الإعلامي، رغم أهمّية هذا الأخير. **فلا ينفع السبق الصحفي إذا كانت المعلومات التي يقدّمها بعيدة عن الحقيقة، ولا تراعي متطلّبات المصداقية،** فالقضية أقرب إلى الكمّ والكيف، فالكمّ على أهمّيته، إلاّ أنه إذا افتقد إلى النوعية الجيّدة فلن يكون له قيمة في السوق، كذلك الأمر بالنسبة إلى الصحافة، فإذا كثرت الأخبار دون أن تعكس الحقيقة، فهي مجرّد تهرئة في الكلام قد تضرّ بالصحفي ومؤسسته الإعلامية أكثر ممّا تفيدهم.

2. التصحيح عند الوقوع في الخطأ:

مادام الخطأ واردا في العمل الإعلامي ولا توجد حقيقة خالصة، فإنه من الطبيعي أن يقع الصحفي في بعض الأخطاء المهنية التي تحدث عن غير قصد أو تعمّد لإحداث هذا الخطأ. غير أنّ ذلك لا يعني أنّ الصحفي والمؤسسة الإعلامية لا يتحمّلان تبعات هذا الخطأ، خاصة من الناحية المعنوية. فهناك قاعدة تقول **إنّ المؤسسة الإعلامية التي تُكثر من الأخطاء المعلوماتية، تصدر شهادة وفاتها بنفسها، لأنها بذلك تتراجع مصداقيتها أمام جمهورها إلى أن تصبح عديمة المصداقية، ولا يعتمد الجمهور على ما تقدّمه من معلومات وأخبار.**

بالمقابل يمكن للخطأ المهني أن يعالج بالأشكال المحدّدة في العُرف الصحفي والضوابط القانونية بما يصطلح عليه بالأنواع التصحيحية في الصحافة، وهو ما سنتطرّق إليه في العناصر التالية:

- **التكذيب:**

يحقّ لكلّ شخص، معنويا كان أم طبيعيا تضرّر من مضمون إعلامي منشور أو مبثّ أن يطالب بحقّه في التكذيب، حيث تتكفّل المؤسسة الإعلامية التي نشرت الخبر الكاذب بإعادة تصحيح ما أوردته تحت عنوان « تكذيب»، على أن يدرج تصريح المكذّب في هذا المضمون.

ويُعدّ هذا النوع التصحيحي من أخطر الأنواع ضمن الأخطاء الصحفية، لأنه ناتج عن ضعف في الممارسة الإعلامية وقلّة الخبرة في التعامل مع المعلومات، لدرجة نشرها دون أن تمتّ بصلة مع الحقيقة، فهي بعيدة كلّ البعد عنها. حتى تتوفر عناصر التكذيب يجب أن يكون الموضوع المنشور خاطئا تماما، ويمسّ أحد الأشخاص المتضرّرين منه، وأن يبادر هذا الأخير بطلب التكذيب من المؤسسة الإعلامية، إضافة إلى حيازة هذا الأخير للأدلة والبراهين التي تثبت عدم صدق ما تمّ نشره. ويشترط في نشر التكذيب أن يكون في نفس التوقيت أو البرنامج الذي بثّ فيه الخبر الكاذب في الإذاعة أو التلفزيون.

ونشر التكذيب قد لا يعتق مسؤولية المؤسسة الإعلامية والصحفي من المتابعة القضائية إذا رأى الشخص المتضرّر من الخبر أنّ نشر التكذيب لا يردّ إليه كرامته، وهو ما ذهبت إليه الكثير من التشريعات، غير أنّ المتابعة القضائية عادة ما تسبق طلب نشر التكذيب، والقضاء هو مَنْ يحكم بنشر التكذيب، لأنّ عكس ذلك يعني أنّ المتضرّر من الخبر الكاذب قد لجأ إلى طريق التسوية الودّية مع المؤسسة الإعلامية، واختار ضمنيا نشر التكذيب كبديل تعويضي لما نشر في حقّه.

• التصحيح:

قد يقع الصحفي في خطأ إعلامي غير مقصود، يؤدّي إلى عدم اكتمال حقيقة ما نشره أو حدوث خطأ جزئي أضرّ بشخصية أو مؤسسة ما، وهنا قد يتحرّك الصحفي بمحض إرادته أو بطلب من المتضرّر من أجل تصحيح الخطأ الوارد تحت عنوان « تصحيح »، وهنا تـتمّ الإشارة إلى الجزئية التي وقع فيها الخطأ وتصحيحه، مع تقديم اعتذار مزدوج للشخص المتضرّر وللجمهور.

• التوضيح أو التنويه:

قد ينشر الصحفي معلومات أو أخبارا صحيحة، لكنه يُخفق في توضيح مدلولها، أو أنّ القارئ أو المشاهد يخطئ في فهم مقصودها، سواء بسبب ضعفٍ في صياغة الخبر، أو لعدم كفاية التوضيح في مدلوله، ما قد يؤدي إلى انحراف المعنى في نظر الجمهور. وهنا يتعيّن على الصحفي عند اكتشافه لهذا الخلل أن يبادر إلى نشر توضيح أو تنويه بقصد تصليح الخلل المفاهيمي الذي سبّبه الخبر تحت عنوان « توضيح » أو « تنويه ». فالتوضيح يدخل في إطار إعادة بناء المفاهيم الخاطئة التي قد يكوّنها الجمهور نتيجة سوء فهمه للواقع أو الحقيقة.

ومن الأمثلة الشائعة لهذه الحالة أن يبثّ الصحفي خبرًا ما ويُقرنه بصورة أو فيديو من الأرشيف، دون أن يذكر أنها صورة ملتقطة من حدث سابق ولا ترتبط بالخبر المنشور سوى بسياق تشابهي، فإذا تسبّب هذا المزج بين الفيديو أو الصورة الأرشيفية والخبر المنشور في مزايدة حول العلاقة بينهما، أو لقي اعتراضا ممّن قد تسيء إليهم إعادة عرض هذه الصورة، يتعيّن على الصحفي أن يورد توضيحا أو تنويها حول ذلك، وقد يقترن ذلك باعتذار إذا تسبّب ذلك في ضرر لأيّ طرف كان.

• حقّ الردّ:

كثيرا ما يُخفق الصحفي في إدارة فنّ المقابلة الصحفية، حيث يغفل بعض القواعد المهمّة في ذلك، من بينها إتاحة الفرصة للطرف الآخر إذا مثّل محورا مهمّا في الحوار، إلى جانب الضيف المحاور، وإنْ لم تتح الفرصة لذلك، يستحسن عدم ذكر الأسماء أو الصفة للشخص غير الموجود في الحوار. فإنْ حدث ذلك، حُقّ لِمَنْ ذُكر اسمه أو صفته أو إشارة إلى علاقة بيّنة به أن يطلب ردّا على ما ورد في حقّه. والردّ قد لا يكون تكذيبا بالضرورة، فقد يكون إثراء أو توضيحا أو تعقيبا لما ورد ذكره، على أن يتمّ إدراجه بالأسلوب والحجم الذي تقدّم به صاحب الردّ، تحت عنوان « ردّ » أو« تعقيب». ويدخل ذلك ضمن مبدأ المساواة في تقديم الرأي بين الأطراف الفاعلة في الخبر، وعدم الانحياز إلى موقف أو رأي على حساب الآخر.

أمّا إذا كان الشخص الذي أراد تقديم ردّ على ما ورد في الموضوع المنشور أو المبثّ حاضرا أثناء المقابلة الصحفية، ولم يقدّم وجهة نظره، أو أنّ الصحفي طلب رأيه أو موقفه حول قضية ما وتملّص عن الإدلاء برأيه، كأن يكون مسؤولا أو فاعلاً في الحدث، ورفض تقديم تصريح للصحفي أثناء تغطية موضوعه، فلا يحقّ لصاحب الردّ التمسّك بهذا الحق، ولا يتوجّب على الصحفي نشر ردّه، لأنه هو مَنْ ضيّع فرصة الرد حينما أتيحت له.

إنّ الأصل في الردّ هو حق مكفول لمن تضرّر من تقصير الصحفي أثناء نقل الخبر، من خلال إقصائه للرأي الآخر وعدم تمكينه من إثراء الموضوع المعالج، سواء تمّ ذلك بشكل مقصود أو غير مقصود. أمّا إذا لم يقصّر الصحفي في إتاحة الفرصة للرأي الآخر، ورفض هذا الأخير أو تهرّب من استغلال هذه الفرصة، فلا يحقّ له الاستفادة منها لاحقا.

3. عدم التدخل في الحياة الخاصة للأفراد:

أثارت مسألة التدخّل في الحياة الشخصية للأفراد قضية فقهية جدلية بين المختصّين في مجال الإعلام، بين مَنْ أجازها ومَنْ اعتبرها خرقا لقواعد المهنة وأخلاقياتها.

ففي الوقت الذي اعتبر معارضو فكرة التدخّل في الحياة الشخصية للأفراد المسألة تجاوزاً لحدود حرّية التعبير، ومساسا بالحرّية الخاصة للأفراد، مهما كانت صفتهم، وأنّ للصحفي حدودًا لا يمكن تجاوزها، عملا بالقاعدة التي تقول إنّ حرّية الفرد تنتهي مع بداية حرّية الغير، ما يجعل تطرّق الصحفي إلى حياة الأفراد انتهاكا صارخا لحرّية الغير. يذهب الرأي المخالف إلى اعتبار الحياة الشخصية للأفراد مرتبطة بصفتهم ومكانتهم في المجتمع، حيث **إنّ الصحافة لا تتطرّق إلى الشخص العادي الذي لا يهمّ الرأي العام، بل تستهدف الأشخاص المتميّزين، من فنانين ونخبة ومشاهير وسياسيين....** والقاعدة هنا أنّ هذه الصفة التي هي عليها تلك الشخصيات تُعدّ منحة من المجتمع أو الجمهور الذي ميّزها عن غيرها واعتبرها شخصية فريدة. وبالتالي فمنحة التميّز التي قدّمها المجتمع لهذه الشخصية هي أصل الحقّ في معرفة جميع تفاصيل حياة تلك الأخيرة، لأنه من الممكن، لتفصيل شخصي بسيط، أن تفقد هذه الشخصية تلك المنحة، كأن يوقّر الجمهور رجل دين، فيقع هذا الأخير في خطأ أخلاقي جسيم، فلا يمكن اعتبار ذلك مسألة شخصية، إنما يحقّ للجمهور الذي منح الوقار لهذه الشخصية معرفة هذا الخطأ، وله أن يسحب منه تلك المنحة أو لا.

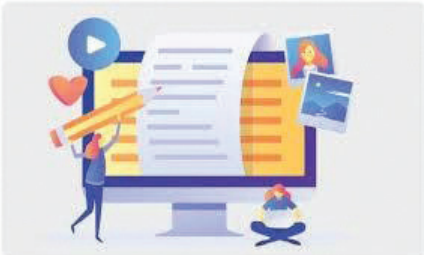
كلّ من الرأيين سالفيْ الذكر يقدّم حججا مقنعة من وجهة نظرهما، غير أنّ المسألة مرتبطة بقياس موضوعي أكثر منه بحقّ شخصي، سواء تعلّق بالشخصية أو الجمهور. والموقف المُنصف في هذه المسألة هو أن يتحرّى الصحفي الفائدة من منشوره، بحيث يزن في كفّة الأضرار التي يمكن أن تلحق بالشخصية التي يتناولها في موضوعه، ويضع في كفّة أخرى الفائدة التي سيحصل عليها الجمهور، من خلال تلقّيهم للمعلومات حول هذه الشخصية. فإنْ كانت هذه الفائدة أكبر من الضرر الذي يلحق بالشخصية، فإنّ كفّة نشر المعلومات حولها هو الأثقل وجاز للصحفي نشر المعلومات حول تلك الشخصية، أمّا إنْ كان عكس ذلك، فهنا لا يجوز للصحفي نشر المعلومات، وإلحاق الضرر بهذه الشخصية مقابل معلومات قد لا تفيد الجمهور.

وكمثال على ذلك، إذا وصلت إلى الصحفي معلومات عن حالة طلاق لشخصية مشهورة في مجال الفن، فإنّ الضرر الناجم عن نشر هذه المعلومة على الشخصية السياسية أكبر من فائدة معرفة الجمهور بذلك، لأنّ مسألة الزواج أو الطلاق لا تهمّ الجمهور في عالم السياسة. أمّا إنْ أراد الصحفي نشر معلومات عن هذه الشخصية في مسألة تتعلّق بصفقة شخصية مشبوهة، فهنا كفّة إعلام الجمهور بذلك أثقل من الضرر الذي سيصيب هذه الشخصية، لأنّ النزاهة مسألة جوهرية في الثقة السياسية لا يمكن تجزئتها بين التصرّفات الشخصية أو العامة.

4 ـ التوازن والوضوح في إعداد الخبر:

إذا كانت مهارات العمل الصحفي تدخل في إطار الممارسة الاحترافية، فإنّ التوازن والوضوح يدخلان في إطار المبادئ الأساسية للعمل الصحفي. فكشف الحقيقة ونقلها للجمهور تستدعي

التخلّص من الانتماءات الشخصية والتوجهات الذاتية، التي كثيرا ما تؤدّي إلى انحراف الصحفي عن المسار الصحيح للحقيقة، وتحوّله إلى تصفية حسابات شخصية تخدم مصلحة ضيّقة، بدل تنوير الرأي العام وكشف الحقائق.



ويدخل في ذلك، تلفيق قصص خبرية من وحي خيال الصحفي، لا تمتّ بصلة إلى الواقع لغايات وأهداف شخصية، أو تضخيم الوقائع أو انتقاصها وذكر بعضها دون الآخر، من أجل تشويه الحقائق وعدم اكتمالها، وهذا ما يضمن التوازن في تناول الوقائع الصحفية.

الوضوح أيضا يدخل ضمن أخلاقيات المهنة الصحفية، ذلك أنه كثيرا ما يقود الغموض إلى تشتيت الرأي العام، ويستغلّ بشكل عمدي لتزييف الحقائق في ذهن الجمهور، ثمّ التذرّع بسوء الفهم، وعدم القصد في ذلك. لهذا ينبغي للصحفي أن يكون واضحا في مدلولاته اللغوية ومقاصده الإعلامية، ولا يترك للجمهور الفرصة للتأويل وبناء تصوّرات شخصية.

5. الابتعاد عن التجريح والإساءة في غير محلّها:

ليس من الأخلاق المهنية تجريح الغير، وإلحاق الإساءة بهم تحت أيّ مبرّر كان. فنشر الوقائع والنقد البنّاء والهادف وإنْ مسّت طرفًا ما، فهو أمر صحّي، ويدخل ضمن مقتضيات كشف الحقائق، ولها ما يبرّرها في فلسفة الإعلام. أمّا التجريح من خلال المبالغة في الإساءة أو السبّ والمساس بكرامة الأشخاص، فهو عمل بعيد عن المهنية في العمل الإعلامي، وهو أقرب إلى الصحافة الصفراء التي تتّخذ من الإشاعات والتجريح أساس نشاطها، من خلال إثارة فضول جمهورها والنيل من كرامة الناس.

إنّ ثقافة التجريح في الإعلام تستمدّ قوّتها من ضعف التشريع الإعلامي أو تساهل المؤسسات الإعلامية مع صحفيّيها. وعموما فإنّ انتشار هذه الظاهرة في أية دولة، هو مؤشّر واضح على حجم الفوضى التي يتخبّط فيها الإعلام، وعدم احترافية الممارسة الصحفية. فمعظم القوانين والدساتير تجرّم سلوك التجريح والإساءة، فالقانون يحكم ويحمي الجميع، وبالتالي فإنّ من حقّ أيّ شخص يرى أنّ هناك تجاوزا في شخصه، ونيلا من سمعته وشرفه وعرضه، أن يلجأ إلى القضاء والجهات المسؤولة للاحتكام أمامها، وفي هذا سلوك رفيع، وتكريس لثقافة مجتمعية حضارية، وهو أيضا حدّ للممارسات اللاأخلاقية في مجال الإعلام، خاصة وأنّ الكثير من الصحفيين يقومون بابتزاز بعض الشخصيات والتهديد بتجريحها والإساءة إليها، مقابل تبادل مصالح أو تسوية حسابات شخصية، وهو ما يحوّل الإعلام النزيه إلى ممارسات شاذّة تباح فيها كرامة الغير وشرف المهنة، وحرب حماية المصالح لجهات محسوبة على الإعلام، على حساب مهنة عمادها الحقيقة والصدق والأمانة.

6. تأصيل الخبر :

من أهمّ الالتزامات الأخلاقية للصحفي أن يؤصّل الخبر المنشور، بمعنى نسب الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة قدر الإمكان، فذلك يدخل ضمن مقتضيات المصداقية، حيث إنّ الصحفي لا يتكلّم من فراغ، إنما ينطلق من معلومات يسعى إلى إثباتها عن طريق مصادر تؤكّدها أو تنفيها، ما يستلزم ذكر هذه المصادر دون أن يمسّ ذلك بالالتزام الأخلاقي بحماية سرّية مصادر المعلومات المتعارف عليه في العمل الصحفي.

إنّ ذكر المصادر يخدم الصحفي والمؤسسة الإعلامية في جانبين مهمّين: الجانب الأول يعطي المعلومة والخبر قوّة أكبر، من خلال استنادها إلى مصادر موضوعية مؤهّلة لتعزيز مصداقية الخبر، وبالتالي كسب ثقة الجمهور بما يتمّ نشره. أمّا الجانب الثاني فهو حماية الصحفي لنفسه من خلال إبراء ذمّته من مسؤولية صدق الخبر أو عدمه، من خلال ذكر المصدر الذي يتحمّل مسؤولية ذلك، باعتباره أصل المعلومة.

إنّ أهمّية ذكر المصدر في العمل الصحفي، تستند على أهمّية المصدر نفسه، ومدى أهليّته في تقديم المعلومة، أو المصادقة على صحتها. لهذا يتوجّب على الصحفي أن ينتبه جيّدا في التعامل مع المصدر، وإنْ كان أمام مجموعة من المصادر، فعليه أن يختار مصادر موثوقا منها، وأن يختار المصادر الرسمية إنْ وجدت، حتى يكون الاستشهاد بها في محلّه.

7. الابتعاد عن تلقّي الهدايا والهبات والخدمات مقابل البثّ الصحفي :

تعدّ المزايا المقدّمة للصحفي دون وجه حقّ من أكثر المعضلات الأخلاقية التي تؤرّق شرف المهنة وتفقد ثقة الجمهور بالإعلام. حيث تتودّد الكثير من المؤسسات والأفراد للصحافة من أجل الترويجات الإعلامية أو لضمان عدم المساس بها، من خلال نشر الوقائع والحقائق التي قد تمسّها. كلّ ذلك مقابل امتيازات كثيرًا ما تسيل لعاب الصحفي وحتى المؤسسات الإعلامية، وتحوّلها من مؤسسات تقدّم خدمات عمومية، إلى مؤسسة صفقات مشبوهة على حساب أخلاقيات المهنة الصحفية ومصلحة الجمهور. لهذا يجب على الصحفي أن يتجنّب تلقّي أية هدايا أو هبات، أو ينتفع بخدمات بمناسبة عمله كصحفي، لأنّ كلّ هذه الممارسات ستكون مدفوعة الأجر من حساب شرف المهنة ومبادئها. وقد تقع المسؤولية بالدرجة الأولى على المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي من جهة، من خلال إشباع الحاجات المادية للصحفي حتى لا تطلق إلى الميدان شخصا محتاجا تتربّص به إغراءات أصحاب المصالح ومستغلّي الإعلام، ومن جهة أخرى على القوانين التي يجب أن تكيّف مثل هذه الممارسات كرشاوى تستلزم المسؤولية الجنائية، وتسلّط في ذلك أقصى العقوبات من أجل قطع دابر هذه الممارسات التي أفقدت مهنة الصحافة جوهرها. فالصحفي النزيه، لا يستخدم صفته كصحفي من أجل أن يطالب بحقوقه المدنية أو طلب مساعدة، بل يكون ذلك خارج صفته المهنية، حتى لا يتعرّض للمساومة أو الابتزاز.

8. عدم التغطية الصحفية والتصوير خلسة:

من أكثر القضايا جدلا في الممارسة الإعلامية، مدى جواز التغطية الصحفية دون علم الشخص أو الأشخاص المعنية بذلك، ويدخل في هذا الإطار التقاط الصور أو التنصّت على الأحاديث والمكالمات، إضافة إلى قرصنة المواقع الإلكترونية ونشر فحواها. فالكثير من الآراء في هذا الإطار جاءت منافية لهذه السلوكيات، معتبرة إياها خرقا للشفافية وحقّ الأطراف محلّ التغطية الصحفية في معرفة أنها كذلك، حيث إنّ مهنة الصحافة أرقى من أن تمارس خلف الجدران وبالأساليب الدنيئة. كما أنّ ذلك كثيرا ما يحمّل الصحفي المسؤولية القضائية، التي قد تترتب عليها عقوبات تطال حتى المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها. كما أنّ الصحفي في مثل هذه المواقف قد يضع نفسه أمام خطر يهدّده، في حال اكتشاف أمره، ما يعني أنّ ظروف التغطية الصحفية غير المصرّح بها لا تعطي ضمانات أمنية للنشاط الصحفي.

فيما يعتقد جمهور آخر من المختصّين أنّ ذلك مباح، ما دامت الحقيقة تؤخذ ولا تعطى، وأنّ الأخبار المهمّة التي تصنع السبق الصحفي عادة ما يتمّ إخفاؤها عن الجمهور، ما يعطي للصحفي الحقّ في الاستعانة بكلّ الوسائل والأساليب التي تؤهّله للاطلاع على هذه الأخبار. يرتبط الموقف السليم في هذه المسألة بالسياق المحيط بكلّ تغطية صحفية، فالقاعدة ليست ثابتة، إنما مرتبطة حسب كلّ حالة. فإذا كانت القضية التي يتناولها الصحفي قضية خطيرة تهمّ الرأي العام، وقد يؤدّي نشرها إلى تحقيق فائدة عمومية، أو الحيلولة دون وقوع خطر على المجتمع أو الدولة، ولم يتسنّ للصحفي الفرصة لتغطية الموضوع، سواء بسبب منعه أو تعتيم الخبر، يمكن للصحفي في هذه الحالة وضمن الشروط المذكورة أن يغطي الموضوع دون علم الأطراف المعنية بالتغطية الصحفية، على أن لا يتجاوز حدود المعلومات التي تخدم موضوعه.

ولا يمكن تكييف التغطية السرّية للصحفي حول أيّ موضوع على أنها تجسّس، إلاّ إذا كان الصحفي يعمل لحساب مؤسسة إعلامية أجنبية، فهنا تعتبر الكثير من القوانين ذلك عمالة لصالح دولة أخرى، وكشف أسرار داخلية من شأنها أن تضع أمن الدولة في خطر. وحتى في هذه الحالة اعتبرت بعض المنظمات الحقوقية على غرار «هيومن رايتس» ذلك ضمن حرّية التعبير ومقتضيات نشر الحقائق التي لا تتقيّد بالحدود الجغرافية، وأنّ التحجّج بكشف أسرار الدولة لطرف أجنبي، ما هو سوى وجه من أوجه الاستبداد الممارس ضدّ الإعلام.

عموما ينبغي للصحفي أن يكون حذرا في تغطيته الصحفية، ولا يضع نفسه أمام التغطية السرّية إلاّ إذا سدّت جميع السبل أمامه، ووفق الشروط التي سبق ذكرها آنفا، وأن يضع نصب عينيه التشريعات المنظّمة لمثل هذه الحالات، والتي تختلف من دولة إلى أخرى، حتى لا يضطرّ إلى مواجهة الأخطار المادية والقانونية نتيجة ذلك.

9. مراعاة الثقافة والأخلاق العامة:

تعدّ الصحافة وليدة بيئتها، فهي تستمدّ توجّهها الثقافي والأخلاقي من البيئة التي تنشط في حدودها، وإنْ كانت مسألة الحدود قد زالت مع تطوّر الإعلام ودخول التكنولوجيا الحديثة معترك الساحة الصحفية. والإعلام قبل كلّ شيء هو وظيفة اجتماعية، يؤدّي أدوارا مختلفة، منها التثقيف وتكريس القيم والأخلاق المحلّية، فلا يمكن أن تتعارض هذه الوظيفة مع خصوصيات المجتمع الذي تنتمي إليه هذه الصحافة. فمراعاة الأخلاق العامة عند صياغة الخبر أو جمعه، من أهمّ العناصر التي لا بدّ أن تتوفّر في الأخبار وفي كلّ ما ينشر أو يذاع في الصحافة بأنواعها، لأنّ هذا العنصر مرتبط بالحضارة الثقافية التي تسود المجتمع، وبما يؤمن به الشعب من عادات وقيم أخلاقية وعُرف وذوق ثقافي عام.

إنّ مراعاة الخصوصيات الثقافية والأخلاقية مسألة حسّاسة قد تجعل من الإعلام بنّاءً للتنشئة الاجتماعية أو مهدّما لها. ورغم إشكالية تنوّع الثقافات والأخلاق من مجتمع إلى آخر، وقدرة الإعلام على تخطّي الحدود الجغرافية، وتصادم القيم والثقافات، إلاّ أنّ الأصل هو انتماء هذه الوسيلة الإعلامية، فهي مطالبة بالحفاظ على القيم والثقافات السائدة في الدولة التي تنتمي إليها، وحفظ منها ما هو ثابت ومتّفق عليه لدى عموم المجتمعات. فمن المعروف أنّ ما لا يتعارض مع الجانب الأخلاقي في مجتمعٍ ما، قد يمثّل خرقا لقيم مجتمع آخر، ويحظر تناوله إعلاميا كالثقافة الجنسية. لكنّ هناك الكثير من القيم والأخلاق المتّفق عليها، على غرار نبذ الجرائم، وسبّ المعتقدات والأديان.

10. احترام العلاقات المهنية وقوانين العمل:

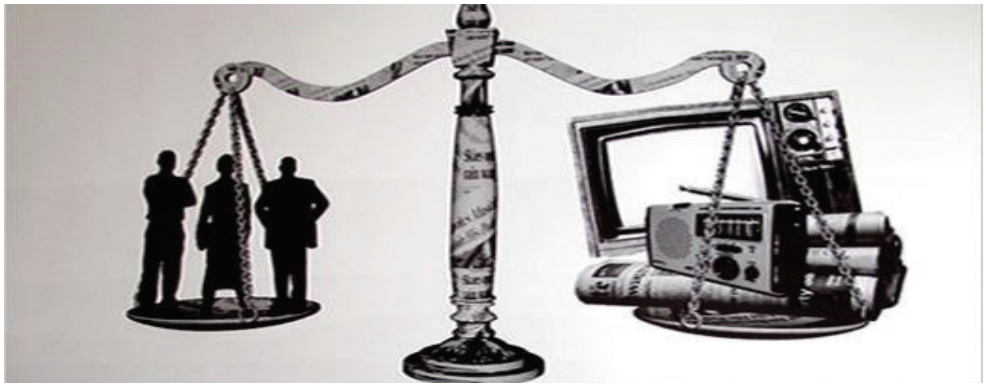
تعتبر العلاقات المهنية من الضوابط المنظّمة لقطاع الصحافة والإعلام، فضلا عن القوانين والتنظيمات، ممّا يتعيّن على الصحفي احترامها وعدم تجاوزها، لأنّ ذلك قد يُفسد علاقات العمل ويؤثّر على الأداء المهني بشكل عام. احترام العلاقات المهنية يتجلّى في عدّة أوجه:

* **احترام زملاء المهنة والمسؤولين في العمل:** من واجب الصحفي أن يبدي احترامه لزملاء مهنته، سواء مَنْ تجمعه بهم زمالة في مؤسسة واحدة، أو تجمعهم زمالة المهنة في مؤسسات مختلفة. وعندما يكون أساس التعامل فيما بين الموظفين الاحترام، فإنّ من شأن ذلك تجاوز جميع مسبّبات الشقاق والاختلاف بينهم، مثل الاختلاف العقائدي والسياسي، لأنّ الاهتمام يكون منصبّا على شؤون العمل، دون إقحام أيّ مسائل خارجية.

وعلى الرغم من بساطة الآلية التي يمكن من خلالها إظهار احترام الموظّف لزملائه في العمل، إلاّ أنها بالغة التأثير والأهمّية، فحينما يُظهر الصحفي احترامه في العمل، فإنّ ذلك يساعده في تجنّب حالات عدم الاحترام والحساسية في العلاقات، والتي لا داعي لها.

ويدخل في هذا الباب عدم الإساءة إلى زملاء المهنة، سواء إساءة لفظية أو مهنية، كسرقة المواضيع الصحفية، ونسبها لنفسه أو إعادة نشرها دون استشارة صاحب الموضوع.

* **احترام المهامّ المنوطة بالصحفي والسلّم الإداري،** فكلّ صحفي مكلّف بمهامّ معيّنة، فهناك الصحفي المحقّق، والمحرّر، ورئيس قسم ورئيس تحرير.... فلا يتجاوز الصحفي المهامّ المكلّف بها إلاّ بتصريح من الجهة الإدارية المكلّفة بذلك في المؤسسة الإعلامية. كما يتعيّن على الصحفي احترام السلّم الإداري، من خلال التقيّد بالأوامر والضوابط وعدم تجاوز التعليمات، لأنّ ذلك من شأنه نشر الفوضى في المؤسسة الإعلامية.



* **تجنّب الخلط بين المشاعر الشخصية والمقتضيات المهنية:** كثير من الصحفيين يخلطون بين مشاعرهم الشخصية إزاء بعضهم البعض، خاصة مشاعر النفور أو الكره، وبين مقتضيات المهنة، من تعاون وتنسيق الجهود. فما يكنّه الصحفي في نفسه إزاء زملائه في المهنة يجب أن لا يطغى على علاقة الزمالة التي تقتضي تجاوز الاختلافات الشخصية، وله أن يحتفظ بمشاعره الشخصية إزاء غيره، لكن يكون ذلك خارج إطار العمل.

* **التعاون والتنسيق بما يخدم المهنة والجمهور:** فمهنة الصحافة، وإنْ بدت أنها عمل فردي يؤدّيه كلّ صحفي على انفراد، إلاّ أنه في الحقيقة عمل جماعي تتناسق فيه الجهود. فالصحفي لا يمكنه أداء مهامّه دون صحفي مصوّر، أو المحرّر أو رئيس القسم الذي ينتمي إليه. كما أنّ العمل الميداني الذي يشترك فيه أكثر من صحفي، يعطي نتائج أحسن من العمل الانفرادي. ذلك أنّ الجهد يكون فيه مضاعفا، وتقلّ العقبات التي يمكن أن تحول دون إنجاز عمل صحفي متكامل. لهذا نجد أنّ الصحفي الذي يتجنّب التنسيق مع زملائه في العمل، أو يتّجه دوما إلى الانفرادية في أداء مهامّه، أقلّ قدرة على الأداء، حتى وإنْ كان يملك قدرة كبيرة للعمل، إلاّ أن هذه القدرة لا تجد طريقها دائما إلى النجاح، وتصطدم كثيرا بالعقبات المهنية التي تضعف قوّتها.

المراجع:

1. حدّاد نبيل، في الكتابة الصحفية: السّمات ـــ المهارات ـــ الأشكال ـــ القضايا، دار الكندي، عمّان - الأردن، 2002
2. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فنّ التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، الطبعة الرابعة، مصر
3. فهد بن عبد العزيز السنيدي، صناعة المذيع الناجح، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007
4. طارق حسن خليل علي البحر وعثمان جمال الدين عثمان، جماليات فنّ الاتصال الإذاعي، مجلّة العلوم الإنسانية، العدد 18، 2017
5. الحتو، محمد سلمان (2012): مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمّان
6. حسن، عبّاس ناجي (2012): الصحفي الإلكتروني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمّان
7. لعقاب محمد، الصحفي الناجح، دار هومة للنشر، الجزائر، 2004.
8. أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، عمّان، 1995.

المدخل

ملفّ هذا العدد حول: الإذاعة الرقميّة. ويشتمل على ثلاثة أبحاث:

وهي «**الممارسة الرقميّة في إنتاج المضامين الإعلامية بالمرفق الإذاعي العمومي**» وقد تمّ التركيز على مفهوم التحوّل الرقمي الإذاعي، وتلمّس أبرز تقنياته ووسائله، ومدى استفادة المرفق الإذاعي العمومي منها، في عالم إعلامي يتّسم بوتيرة تطوّر لامتناهية السرعة، وبتغيّرات جذرية على مستوى أنماط الإنتاج، كما أنماط الاستهلاك. واعتمادا على منهج بحثي وصفي استطلاعي، جرى بسط الموضوع في ستّة عناصر، بدءًا بشرح مفاهيم الإعلام العمومي الإذاعي والتحوّل الرقمي والبثّ الإذاعي الرقمي والممارسة الإذاعية الرقميّة، ثمّ تمييز أنواع البثّ الإذاعي ضمن التحوّل الرقمي، وتحديد أهداف البثّ الرقمي بالنسبة إلى المرفق الإذاعي العمومي، واستعراض خصوصيات الإذاعة الرقميّة، إضافة إلى تقنيات ووسائل التحوّل الرقمي في إنتاج المحتويات الإذاعية السمعية البصرية، مع قراءة لواقع التحوّل الرقمي الإذاعي على مستوى الإنتاج. وأيضا البثّ، عربيا وعالميا.

البودكاست : هل يكون بديلاً للإذاعة؟ يطرح هذا المبحث التساؤلات الآتية:

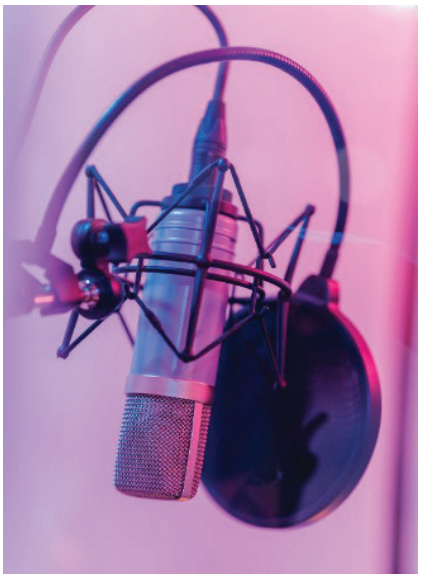
- هل تأثّرت مستويات تعرّض الجمهور للإذاعة في عصر الإعلام الرقمي؟
- هل أنّ الإذاعة كوسيلة إعلامية، مهدّدة بالزوال في عصر الإعلام الرقمي؟
- لماذا بدأ الجمهور يبتعد عن التعرّض للإذاعة ويبحث عن بدائل أخرى لها؟
- ماهي البدائل التي حلّت محلّ الإذاعة، وبدأت تأخذ مكانتها في البيئة الإعلامية الجديدة؟
- ما هو البودكاست؟ وأهمّ خصائصه؟
- لماذا بدأ البودكاست يأخذ مكان الإذاعة، كوسيلة إعلامية مسموعة مفضّلة لدى الجمهور؟

وماهي مستويات استخدامات الجمهور له في دول العالم المختلفة؟ وماهي الآفاق المستقبلة لصناعة البودكاست في العالم؟

أمّا ثالث هذه الأبحاث فهو بعنوان: «**الإذاعة الرقميّة: إذاعة بأسس وملامح جديدة**»، واستُهلّ بالتعرّف على أسباب الإعراض عن الإذاعة التقليدية، وخاصّة من قبل الشباب، وما البدائل التي تطرحها الإذاعة الرقميّة، سبيلا إلى استقطاب جماهيرها. وفي هذا الإطار تمّ تناول عددٍ من العناصر من بينها: ملامح الإذاعة الرقميّة الجديدة التي أضحت شبيهة إلى حدّ كبير بالسوشيال ميديا، والتي توظّف تقنيات الذكاء الاصطناعي. وماذا عن مستقبل الإذاعة والإذاعيّين في ظلّ التطوّرات الرقميّة؟

الممارسة الرقميّة في إنتاج المضامين الإعلامية بالمرفق الإذاعي العمومي

د.حنان الملّيتي
معهد الصحافة وعلوم الإخبار - تونس



تمهيد:

استفادت الإذاعة ولا تزال من التطوّرات التكنولوجية المتسارعة، بل ولعلّها أكثر الوسائل الإعلامية استفادة من هذه التطوّرات، حيث إنّ الإذاعة الرقميّة أو الإذاعة المرئية أو إذاعة الإنترنت -على اختلاف التسميات- جمعت الصوت بالفيديو والنصّ، وكذلك بالصورة الثابتة، وحيث إنّ المحطّات الإذاعية أصبحت - في غالب الأحيان- تبثّ برامجها بثّا مباشرا أو مسجَّلا [1] .

وليست طرق وأساليب البثّ فقط هي المتغيّرة، وإنما رافقتها أيضا تغيّرات جذرية على مستوى الاستهلاك الإذاعي، إذ برز مفهوم «المستمع المستخدم للإذاعة» تماشيا مع أنماط استهلاكية جديدة، كالاستماع للرّاديو عبر الهاتف المحمول أو الحاسوب أو غيره، وذلك بجودة عالية. كما أتيحت لهذا المستمع/ المستخدم فرص تنزيل ما يريد الاستماع إليه لاحقا دون التزام بمتابعة خطّية لبرامج الإذاعة. وعزّزت لديه ثقافة الزابينغ [2] " le zapping" والتصفّح، من خلال اختيار ما يريد الاستماع إليه.

فما المقصود بالتحوّل الرقمي في المجال الإذاعي؟ وماهي أبرز التقنيات والوسائل المستخدمة في إنتاج المضامين الرقميّة الإذاعية؟ وما مدى استفادة المرفق الإذاعي العمومي من التقنيات والإمكانيات الرقميّة في صناعة محتوياته الإعلامية وتطويرها؟

1 - مرتكزات مفاهيميّة:

1 - 1 - في مفهوم المرفق الإعلامي العمومي:

يقصد بالمرفق الإعلامي العمومي : «الإعلام الذي يتوجّه إلى العموم، وهو كذلك الإعلام الذي يموّله العموم ويراقبه العموم من خلال هيئة تعديليّة.... ومن أبعاد الإعلام العمومي، سعة الانتشار والتوزيع العادل للبرامج بين المناطق المختلفة،.. ومن أهمّ شروط المرفق العمومي السمعي البصري هو الاستقلالية التامّة عن السلطة السياسية على الصعيد التحريري، وأيضا عن أيّ تأثيراتٍ، أيًّا كان مصدرها» [3].

1 - 2 - في مفهوم التحوّل الرقمي والبثّ الإذاعي الرقمي:

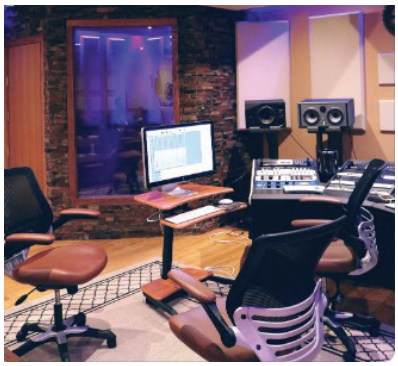
يقصد **بالتحوّل الرقمي «الانتقال من البثّ التماثلي (التناظري) إلى البثّ الرقمي، سواء كان ذلك إذاعيّا أو تلفزيونيّا.** ويعود تاريخ استخدام البثّ الرقمي إذاعيّا[4] إلى منتصف ثمانينات القرن الماضي، مع استخدام الهيرتز (Hertz) ثمّ إلى أواخر عام 1990، حين عندما بدأ البعض تجربةَ الإذاعة بالوسائط المتدفّقة على الإنترنت (streaming)».

ويتميّز هذا النظام بكونه «لا يأخذ مساحة كبيرة في الفضاء، مقارنة بالبثّ التماثلي من ناحية تقنيات البثّ، حيث تحتلّ الإشارات الرقميّة حيّزا أو مساحة أقلّ، مقارنة بالإشارات التناظريّة في الفضاء، ما يسمح بتوفير مساحة أكبر على الطّيف الموجي في البثّ» [5].

1 - 3 - في مفهوم الممارسة الرقميّة الإذاعية:

المقصود بالممارسة الرقميّة في الإذاعة هو تجلّياتها الشكلية، والتي تتمثّل أساسا في[6]:

- **رقمنة الإنتاج:** « La production » إذ يسمح ذلك بتنظيم المادة الإعلامية، مثل إعادة البثّ وتصنيف البرامج حسب المواضيع والأنواع والمراجعة في كلّ لحظة، كما يساعد في العودة بسرعة إلى الأرشيف، وهذا ما يساعد في تمديد فترات بثّ المادّة المخزونة والمتوفّرة.



- **رقمنة البثّ**: « La diffusion » وهو رهينٌ بعدد أجهزة الاستقبال المتاحة، إذ يستمع أكثر جمهور المستمعين للإذاعات التي تستخدم أنظمة البثّ التلفزيوني الفضائي، مقارنة بالتي تستخدم أنظمة البثّ الخاص بالإذاعة: الأرضيDAB/ DAB+، الفضائيWORD SPACE، والعالمي DRM.

2 - أنواع البثّ الإذاعي ضمن التحوّل الرقمي:

ينقسم البثّ الإذاعي الرقمي إلى أنواع عدّة، ولكلٍّ منها خصائصه ومبادئه ومميّزاته، وقد اختار كلّ بلد من بلدان العالم نظاما يعمل به، وهي كالتالي:

2 - 1 - البثّ الإذاعي الرقمي الأرضي:

يقوم هذا النهج[7] أساسا على افتراضٍ مُفادُه أنّ الإذاعة الرقميّة هي تكنولوجيا بديلة للإذاعة التماثلية (التناظرية). وقد استحدث في منتصف ثمانينات القرن الماضي من قبل المركز المشترك لدراسات البثّ التلفزيوني والاتصال اللاسلكي والمعهد الألماني IRT وشركة فيليبس وطومسون وتليفانكن تقنية TDAB، والتي تعني Teresstrial digital audio broadtcasting أي البثّ الإذاعي الرقمي الأرضي، إذ يعتبر هذا النوع من نظام البثّ مطبّقا في عدد كبير من بلدان العالم، باستثناء الولايات المتحدة الأمريكية التي تستعمل نظام IBOC .

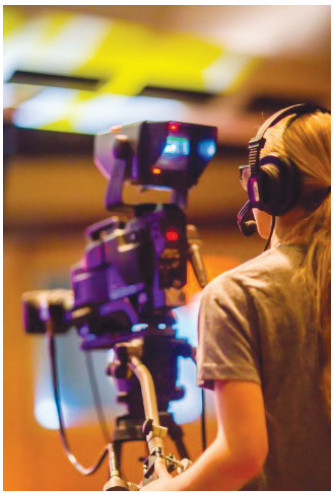
2 - 2 - قنوات إذاعية تبثّ عبر القنوات التلفزيونية:

ظهرت هذه التقنية [8] في التسعينات بواسطة شركة World Space، إذ عملت على استغلال البثّ الفضائي في البثّ الإذاعي، وذلك من خلال بثّ البرامج الإذاعية عبر جهاز استقبال تلفزيوني، حيث يتمّ إرسال الصوت عبر قنوات مخصّصة للبثّ التلفزيوني الفضائي، وقد ساهم هذا في انتشار الراديو والاستماع إليه وتجاوز حدود المكان، ذلك أنه أصبح يتمّ التقاط الإذاعة من كلّ مكان، يتميّز هذا النوع من البثّ بجودة ووضوح للصوت.

2 - 3 - البثّ الإذاعي الرقمي الفضائي:

وهو عبارة عن الجيل الثالث للتطوّر التكنولوجي الإذاعي[9] إذ أنه يقوم على أساس استخدام نظام الأقمار الصناعية لبثّ الصوت الإذاعي بطريقة مختلفة تماما عن الإذاعات

التي نجدها في القنوات التلفزيونية، وتكون هذه العملية باستخدام تكنولوجيا بثّ رقميّة تضمن جودة الصوت ونقاءه، ويكون الاستقبال عن طريق أجهزة راديو فضائية ومتنقّلة.



وعليه يكمن جوهر الاختلاف بين الراديو الفضائي الرقمي عن الإرسال عبر القنوات التلفزيونية الفضائية، أنه في التقنية الثانية، يتمّ الاعتماد على تكنولوجيا تلفزيونية بالأساس، بينما في الراديو الفضائي الرقمي هناك شبكة فضائية مخصّصة للإرسال الإذاعي. ولقد ظهرت هذه المنظومة الجديدة عن طريق الشركة الأمريكية WorldSpace سنة 1995، وكان الهدف منها إنشاء شبكة فضائية عربية تغطّي إفريقيا والشرق الأوسط وآسيا وأمريكا الجنوبية والوسطى وذلك لاستخدام البثّ الرقمي.

وقد مكّنت هذه الثورة الرقميّة الفضائية في البثّ الإذاعي من «إدخال تقنيات الضغط الرقمي[10]، التي أتاحت نقل المعلومات بالحدّ الأدنى من الحجم، مع الحدّ الأعلى من السرعة في النقل، إضافة إلى توفّرها بثمن رخيص». كما أتاحت إرسال بيانات وإيصال محتوى الوسائط المتعدّدة إلى الحاسوب وبشكل مباشر، أو إلى مختلف الأجهزة الرقميّة، كالتلفزيون الذكي أو الهاتف الذكي، مع إمكانية بثّها مباشرة على الهواء[11].

2 - 4 - راديو الإنترنت:

راديو الإنترنت[12] هو خدمة إذاعية تبثّ عبر الإنترنت في شكل برامج صوتية يجري بثّها عبر توصيلات الإنترنت، حيث يمكن لأيّ مشترك في الشبكة الاستماع لأيّ محطّة إذاعية موجودة على الإنترنت. كما يمكنه إنشاء إذاعة تبثّ عبر الإنترنت بإمكانيّات بسيطة، فكلّ ما يتطلّبه الأمر جهاز كمبيوتر وموادّ إذاعية وصوت قادر على إيصال رسالة إذاعية. ويتميّز راديو الإنترنت باللاّمحدوديّة، حيث يمكن أن يصل إلى كافّة أنحاء العالم.

وقد ظهر هذا النوع من الإذاعات أوّل مرّة في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1993 باسم Internet talk radio، إذ تمّ البثّ فيه لعدّة ساعات، وفي سنة 1995 أعلنت محطّة WXYC وهي راديو أف أم FM عن انطلاق بثّها عبر الإنترنت، ثمّ توالت بعد ذلك التجارب منذ سنة 1996 في أمريكا ثمّ أوروبا ثمّ في بريطانيا وغيرها من الدول.

3 -أهداف البثّ الرقمي بالنسبة إلى المرفق الإذاعي العمومي:

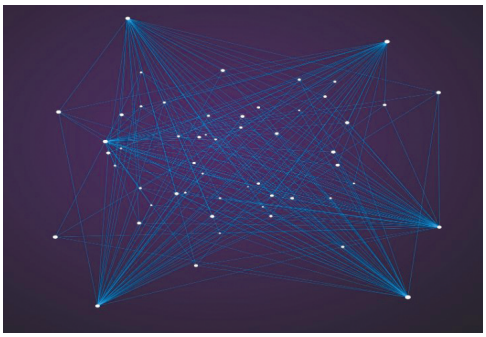
يكتسب البثّ الإذاعي الرقمي أهمّية بالغة بالنسبة إلى الدول النامية، وخاصة إذا تعلّق الأمر **بالمرفق العمومي**. ذلك أنه يمكّن من:

- **سلاسة وصول الأخبار والمعلومات إلى الجماهير التي تفتقر إليها، وذلك مهما كان تموقعهم الجغرافي.**
- **إمكانية العمل على مجالات عدّة من الإعلام، نظرا إلى توفّر المساحة الكافية وبأقلّ كلفة. لذلك من الممكن تنويع مجالات الاهتمام وبطرق مبتكرة، من التربية إلى الثقافة إلى الترفيه، ومن الاجتماعي إلى السياسي إلى الاقتصادي إلى التجاري إلى البيئي، إلى غيره من المجالات...**
- **تحقيق مزايا إنسانية متعدّدة، حيث يساهم في تحقيق التنمية عن طريق التعليم والتوعية حول عديد المواضيع الحارقة لهذا العصر، منها الصحية، خاصة مع انتشار أنواع متعدّدة من الفيروسات ومن الأمراض، وكذلك حول عدد من المواضيع البيئية، مثل أزمات المناخ وقلّة المياه وغيرها من المواضيع...**
- **تخصيص قنوات إذاعية أو برامج متخصّصة، مثل برامج المرأة والطفل أو البيئة والتراث الحضاري والتدريب المهني والتنمية الاجتماعية.**
- **سهولة اختيار المحطة المراد الاستماع إليها، لا يكون بتحريك المؤشّر وإنما فقط بتحديد رقم المحطّة المعنيّة.**
- **التمتّع بجودة عالية على مستوى الصوت والتخلّص من التشويش، دون اللجوء إلى محطات تقوية باهظة التكلفة.**
- **تعزيز مفهوم السيادة الوطنية للدولة في كلّ شبر من أراضيها، وهذا عن طريق الاشتراك في النظام لبثّ قنواتها الإذاعية على الأقمار الصناعية.**

4 - ملامح الإذاعة الرقميّة وخصوصيّاتها:

في مقال له نُشر منذ سنة 2009 بمجلّة الإذاعات العربية، اعتبر الدكتور والباحث في علوم الإعلام والاتصال محمّد الفهري شلبي آنذاك، **أنّ مستقبل الإذاعة مستقبل رقميّ بالأساس،** ذلك أنّ الإذاعة الرقميّة تتفوّق على الإذاعة التناظرية تفوّقا كاملا وعلى كلّ المستويات، وقدّم في هذا الصّدد أهمّ ملامح هذه الإذاعة الرقميّة في النقاط التالية[13]:

- **الإذاعة الرقميّة إذاعة تفاعليّة:** ذلك أنّ امتداد المضامين الإذاعية إلى شبكة الإنترنت ضمن المواقع والمنصّات المتعدّدة التي تُنشئها الإذاعة يزيد من التفاعل بخصوصها. ولهذا التفاعل أوجه متعدّدة، منها التفاعل بين الإذاعي والمستمعين، والتفاعل القائم بين المستمعين أنفسهم، والتفاعل بين المستمعين والمضامين الإذاعية، وكذلك التفاعل بين الإذاعيّين أنفسهم، ما يسمح لهم بتكوين فكرة أوضح على مضامين شبكتهم البرامجية ومنتَجات بعضهم البعض.



- **الإذاعة الرقميّة إذاعة كفاءات:** ذلك أنّ الإذاعي سيواجه مصادر معلومات متعدّدة، منها الخبير التي يتجاوزه معرفة واطّلاعا في الموضوع الذي يتناوله، لذلك عليه أن يبذل مجهودًا أكبر في الاطلاع بعمق على المجالات التي يتحدّث عنها، إضافة إلى ضرورة التحرّي في المعلومات المتحصّل عليها.

- كما **سيتطلّب التوجّه الرقمي للإذاعة من الإذاعيّين مهارات إضافيّة**، مثل مهارات التركيب ومهارات إدماج المضامين في المواقع المختلفة للإذاعة، ومهارات معالجة الصوت والصورة ...الخ.

- **الإذاعة الرقميّة إذاعة قرب في فضاء عالمي**: وذلك بحكم أنّ الإذاعة الرقميّة هي إذاعة محلّية عالمية في آن. لكن الفرق يكمن في أنّ الإذاعة المحلّية قديما كانت تفرض نفسها على المستمع بحكم غياب بثّ قنوات إذاعية أخرى، أمّا الإذاعة الرقميّة العالمية فهي مَنْ يختارها المستمع في بيئة تعجّ بالقنوات الإذاعية.

- **الإذاعة الرقميّة إذاعة تخصّص:** إنّ التوجّه إلى مستمع محلّي وعالمي في آن واحد سيجعل من الشبكات البرامجية والمضامين الإعلامية متشابهة في كلّ الإذاعات، بما سيجعلها تكرّر بعضها، وبذلك يكون مستقبل الإذاعة الرقميّة في التخصّص، ما يضمن لها أنّ ما سيجده الناس فيها لن يجدوه بيسر في غيرها....

- **الإذاعة الرقميّة إذاعة محامل متعدّدة ومتطوّرة:** بعد أنّ كانت الإذاعة تُختزل في «الترانزستور»، أصبحت الإذاعة اليوم تحيل إلى محامل أخرى متعدّدة ومتطوّرة، كالهاتف النقّال والآيبود Ipod والآيفون Iphone وأجهزة الاستقبال التلفزيوني وأجهزة الاستقبال الإذاعي والحاسوب وأجهزة التقاط عبر الوي فيWI FI، وغيرها من الأجهزة التي تلتقط إذاعات الويب بالآلاف بجودة عالية.

وعليه يمكن للمستمع أن يُنصت إلى الصوت ويشاهد في الوقت نفسه على شاشة الراديو عناوين النشرة الإخبارية وأسماء الضيوف والفنّانين في شريط الشاشة News bar، إضافة إلى مشاهدة أخبار الطقس والحركة المروريّة وغيرها ... وبالتالي فإنّ استخدام «تكنولوجيا إدماج المعطيات المصاحبة للصوت» عبر الإذاعة الرقميّة ستنشئ علاقة جديدة بين المستمعين والإذاعة تقوم على ركائز ثلاث متقاطعة متوازية في الوقت نفسه وهي: الحركيّة Mobility أي القدرة على الإنصات إلى الإذاعة عبر محامل متعدّدة ودون الارتباط بمكان محدّد، والتخصيص Customization: بمعنى أنّ المستمع لن يكون حبيس وقت بثّ الإذاعة، بل بإمكانه العودة إليها متى شاء، دون أن يفوته شيء ممّا ترك، والتلاقي Convergence حيث تتلاقى تكنولوجيات الاستقبال، ويمكن المرور من إحداهما إلى الأخرى للتحميل أو التسجيل أو إعادة الإنصات بالطريقة التي يريدها المستخدم وفي الوقت الذي يريده.

- **الإذاعة الرقميّة إذاعة أنماط اقتصادية صعبة:** ذلك أنّ التطوّرات المهمّة على مستوى الإذاعة تثير مسألة إعادة النظر في مجانيّتها قصد مجابهة عديد الإشكاليّات التمويلية. ولذلك تعمد بعض الإذاعات في أوروبا مثلا إلى إنشاء باقات إذاعية رقميّة عبر الأقمار الصناعية يكون الإنصات إليها بمقابل.

5 - أدوات/تقنيات التحوّل الرقمي في إنتاج المحتويات الإعلامية السمعية البصرية:

منذ توجّه وسائل الإعلام إلى البيئة الرقميّة، ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، سعت الإذاعات، عموميّة كانت أو خاصة إلى توظيف وسائلها الرقميّة في إنتاج محتويات إعلامية ذات قوالب متعدّدة ومتنوّعة، وذلك قصد تسهيل وصول المتلقّي إلى هذه المضامين، من خلال الإنترنت وأجهزة الحاسوب والهواتف الذكية.

«وتقنيات التحوّل الرقمي ليس لها شكل محدّد يمكن حصره والوقوف عليه، وإنما هي مجموعة من الأدوات المتجـدّدة»[14] التـي تهدف إلـى زيادة كفاءة وإنتاج المؤسّسات الإعلاميـة وجودتهـا،

بما يتماشى واهتمامات الجمهور والتحوّلات الرقميّة الجارية. وفي هذا الصدد، يمكننا ذكر أهمّ هذه التقنيات التي تلقى تداولا في المؤسّسات الإعلامية[15]:

- **الإنفوغراف:** وهو تمثيل مرئيّ للمعلومات في تنسيق رسومي مصمّم لجعل البيانات سهلة الفهم، ويعدّ من أكثر التقنيات جذبا للاهتمام، حيث يستخدم الأرقام والإحصائيات والنصوص والجداول والرسوم والصور والفيديو لإنتاج وتحرير وتوزيع المحتوى.

- **البودكاست:** وهو وسيط رقمي متكوّن من سلسلة ملفّات صوتية، أو كذلك عبر الفيديو. يعتبر تطوّرا تقنيّا للبرامج الإذاعية وشكلا من أشكال البثّ الصوتي على الويب الذي يمكن الاشتراك فيه وسماعه وتحميله في أيّ زمان وأيّ مكان من العالم، وباستخدام جميع الأجهزة المتاحة.

- **تطبيقات الهواتف:** هي عبارة عن برامج متنوّعة يجري تطويرها للاستخدام على الأجهزة المحمولة اللاسلكيّة، مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللّوحية وحتى الحواسيب. يتمّ تصميم هذه التطبيقات وفق أنظمة تشغيل هذه المحامل. وتستخدم لتحرير المضامين الإعلامية بمختلف أشكالها وتعديلها وتسجيلها ونشرها أو بثّها مباشرة.

- **الذكاء الاصطناعي:** هو عبارة عن تطبيق آلي يفهم بيئته ويتّخذ إجراءات تزيد من فرصته في تحقيق أهدافه بنجاح. يمكنه العمل في المجال الصحفي على أتمتة إنشاء وتلخيص وتقييم وتوزيع وجدولة المحتوى الإعلامي بطريقة تلقائيّة، بسهولة تامّة وسرعة فائقة.

- **صحافات البيانات:** وهي عبارة عن عمل صحفي تكون فيه البيانات بمختلف أشكالها هي العنصر الذي يستجوبه الصحفي ويعمل على تحليلها والتوصّل إلى تفسيرات لها.

- **الفيديوغراف:** هو عبارة عن فيديو رقمي ينتج خصّيصا لشبكة الإنترنت والمنصّات الرقميّة للمؤسسات الإعلامية، ويعتبر شكلا تحريريّا هجينا متعدّد الوسائط، لاحتوائه على عرض للصور والفيديو والنصوص والرسوم المتحرّكة وغيرها، لعرض المعلومات في قالب سردي قصصي.

- **المدوّنةblog :** هي عبارة عن موقع إلكتروني يشبه المجلّة، حيث يدوّن الأفراد والمؤسسات الإعلامية أفكارهم وأنشطتهم المختلفة. كما يمكنها جمع أخبار ومقالات من مصادر مختلفة مع تذييلها بمصادرها. وقد تتضمّن بعض المدوّنات مساحات للتفاعل مع زوّارها والتواصل معهم.

- **موقع الويب:** هو مجموعة من صفحات الويب المترابطة ضمن مجال واحد، والتي تمثّل مزيجا من النصوص والوسائط المتعدّدة، من صور وفيديوهات وروابط تستخدم لنشر الموادّ على شبكة الإنترنت.

- **وسائل التواصل الاجتماعي:** هي مجموعة من المواقع والتطبيقات التي تسهّل التواصل بين الناس في مختلف أنحاء العالم. وتستخدم هذه المنصّات إعلاميا لعرض المحتوى الإعلامي، كما تستخدم كمصادر للحصول على المعلومات والأخبار والقصص وغيرها، اعتمادا على محامل مختلفة.

- **الهاتف الذكي :** هو هاتف محمول بميزات متقدّمة للغاية، يحتوي على شاشة عالية الدقّة وإمكانيات متقدّمة لتصفّح الويب وتوظيف تطبيقات متطوّرة. ويستعمل لأغراض إنتاج المضامين الإعلامية ومن أجل التغطية الإعلامية وخدمات البثّ المباشر وإنتاج الصور والفيديوهات والمعلومات بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري.

- **الطائرة المسيّرة Drone:** هي طائرة تحوي جهاز استشعار قادرا على جمع البيانات، يتمّ التحكّم بها عن بعد، وتستخدم لعدّة أغراض صحفيّة، مثل جمع الأخبار والمعلومات وتصوير مناطق بزوايا معيّنة أو تصوير مناطق كوارث وحروب يصعب الوصول إليها، وكذلك لصناعة قصص إخبارية وريبورتاجات وتحقيقات من زوايا جديدة.

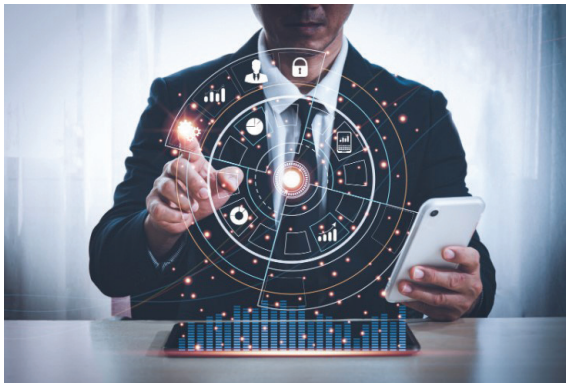
- **الوسائط المتعدّدة:** هي عمليّة دمج ومزج بين مجموعة من الوسائل، مثل النصوص المكتوبة والروابط والصوت والصور الثابتة والصور المتحرّكة والفيديو والرسوم البيانيّة والرسوم التخطيطيّة والموسيقى. توظّف هذه التقنية إعلاميّا لتناول مضمون إعلامي ذي واجهات مختلفة بشكل مفصّل من كلّ جوانبه.

- **الهولوغرام:** هي تقنية تسمح بإنشاء صور ثلاثية الأبعاد باستخدام أشعّة الليزر، الأمر الذي يجعل الصورة وكأنّها تطفو في الهواء. يتمّ استخدام هذه التقنية إعلاميا داخل

الأستوديوهات لتصوير الشخصيات بشكل ثلاثي الأبعاد، كما تمكّن الضيف من الظهور داخل الأستوديو، دون الحاجة إلى حضوره، كما توظّف في تصوير الإعلانات والدعاية.

- **صحافة الجيل السابع 7G journalisme:** تتيح هذه الحقبة الجديدة من تطوّر صناعة الإعلام للأفراد والمؤسّسات إمكانية تحرير المحتوى الإعلامي وتعديله وإعادة توزيعه آليّا، دون الحاجة إلى رقابة أو حدود من قبل الدول والحكومات.

- **الواقع الافتراضي:** تسقط تقنية الواقع الافتراضي أجساما حقيقية موجودة في الواقع على عالم مصطنع وغير واقعي. يتمّ توظيف هذه التقنية إعلاميا في إنتاج القصص والأخبار عن المناطق التي يصعب الوصول إليها لأسباب متعدّدة، حيث يتمّ محاكاة الواقع وإنتاج محتوى غنيّ بصريّا ومعلوماتيّا.



- **الواقع المعزّز:** هو عبارة عن عملية تفاعلية تعزّز الواقع الحقيقي بواقع افتراضي رقمي، لزيادة فاعليته بواسطة أجهزة سلكية ولا سلكية متّصلة بالإنترنت، ليظهر المحتوى الرقمي المعزّز على شكل صور أو معلومات نصّية أو فيديوهات أو برامج أو أشكال ثلاثية الأبعاد أو مواقع على الإنترنت، بعد أن تمّ تحليلها تبعا لما هو مطلوب من البرنامج.

6 - واقع التحوّل الرقمي الإذاعي بثّا وإنتاجا على المستويين العربي والعالمي:

6 - 1 - على مستوى البثّ الرقمي:

تعتبر مسألة رقمنة البثّ « La diffusion » الإذاعي في علاقة وثيقة بانتشار الشبكات المخصّصة للبثّ الإذاعي، ويدور الجدل في هذا الإطار حول تقنيّتين أساسيّتين16: التقنية الأولى المخصّصة للبثّ التلفزيزيوني أصلا والمعروفة باسم T-DMB Terrestrial Digital Multimedia Broad-casting والتقنية الثانية المخصّصة للبثّ الإذاعي الرقمي وهي الـ Digital : DAB/ DAB+ Audio Broadcasting، وهي التقنية التي تتّجه نحوها معظم البلدان، وعلى رأسها بلدان أوروبية وبريطانيا وأستراليا وإيرلندا، وعدد من بلدان أمريكا الجنوبية والبلدان الآسيوية،

في حين صنّعت الولايات المتحدة الأمريكية لنفسها تقنية تسمّى IBOC : In Band On Channel.

وقد كانت النرويج والولايات المتحدة رائدتين في مجال البثّ الرقمي[17]، حيث إنّ النرويج انتقلت كلّيا إلى البثّ الإذاعي الرقمي DSO وألغت العمل بالنظام التماثلي أف أم FM منذ سنة 2017. أمّا أمريكا فهي تعمل بنظام بثّ ثنائي يتيح البثّ الرقمي والتماثلي في نفس الوقت منذ سنة 2003.

وقد اقتربت الكثير من الدول[18] من الالتحاق بالنرويج وأمريكا، كبريطانيا وسويسرا وتركيا وإيطاليا وألمانيا، من خلال البدء في عملية الإيقاف التدريجي للبثّ التناظري. فقد وضعت سويسرا مثلا خارطة طريق لإلغاء النظام التماثلي والانتقال الكامل للنظام الرقمي منذ سنة 2020. كما ناهزت التغطية الرقميّة حوالي 98% في كلّ من النرويج وسويسرا والدانمرك وألمانيا، وتخطّت 95% في كلٍّ من بريطانيا وهولندا وإيطاليا.

هذا، وفاقت نسبة السيارات المجهّزة بجهاز استقبال رقمي 95% في كلٍّ من النرويج وسويسرا وبريطانيا وأستراليا. وبلغت نسبة تدفّق أجهزة الاستقبال بالمنازل 88% في النرويج، و65% في بريطانيا و50% في أستراليا و46% في الدانمرك.

أمّا البلدان العربية، فالكويت هي الرائدة في هذا المجال، ذلك أنها أصبحت تبثّ رقميّا بمناطق كثيرة من البلد، ووصلت إلى تغطية تساوي المائة بالمائة سنة 2014، وتليها في ذلك تونس، ثمّ الجزائر والإمارات العربية المتحدة.

في تونس، بدأت أولى محاولات رقمنة البثّ la diffusion بنظام DAB+ منذ سنة 2016. وفي إطار تنفيذ مشروع الانتقال من البثّ الإذاعي التناظري إلى البثّ الإذاعي على الشبكة الأرضية الرقميّة DAB+، قام الديوان الوطني للإرسال الإذاعي والتلفزي ONT20: في مرحلة أولى

سنة 2019 بتركيز أربعة مرسلات إذاعية رقميّة تعمل على نطاق الـ VH، وتستعمل التردّدات المخصّصة لتونس حسب مخطط جينيف 2006، مع استغلال الهوائيات التي كانت مخصّصة للبثّ التلفزيوني على الشبكة التناظرية، بما مكّن من تغطية حوالي 51% من السكان. وفي مرحلة ثانية من الشبكة موفّى سنة 2020، تمّ تركيز مرسلات إذاعية رقميّة لتبلغ نسبة التغطية حوالي 75% من السكان. ومن المنتظر استكمال المرحلة الثالثة بنهاية سنة 2024 وبنسبة تغطية 95%، على أن يتمّ إنجاز المرحلة الرابعة في غضون سنة 2025 لتبلغ بذلك نسبة التغطية حوالي 99% من سكان البلاد.

ويجدر التذكير بأنّ البثّ الإذاعي على الشبكة الأرضية الرقميّة سيسمح بتوسيع طاقة استيعاب القنوات الإذاعية، ليصل عدد البرامج التي يمكن بثّها على تردّد واحد إلى 18 قناة إذاعية، (وهي حاليّا الإذاعات العمومية الاثنتا عشرة، إضافة إلى سبع إذاعات خاصة)، وبالتالي فقد تمّ تجاوز محدودية الطيف على شبكات التشكيل الترددّي FM والاقتصاد في الكلفة الطاقية، إلى جانب ضمان جودةٍ أفضل للاستماع وخدمات إضافية تفاعلية أخرى.

غير أنّ رقمنة البثّ مرتبطة بعدد من العوامل والمعطيات، لعلّ أهمّها توفّر أجهزة الالتقاط les récepteurs numériques في الأسواق، إضافة إلى تفاعل المواطنين مع هذه التقنيات واقتنائها لبيوتهم أو لسياراتهم، كما يوجد جانب تشريعي يخصّ الدولة، وهو فرض إدماج هذه التقنيات ضمن السيارات التي يتمّ تسويقها في البلاد، والنظر في إمكانية إلغاء الأداءات الجمركية عليها لتشجيع الإقبال على اقتنائها.

6 - 1 - على مستوى الإنتاج الرقمي:

تحرّرت العديد من المؤسّسات الإذاعية من القوالب التقليدية في صناعة المحتوى الصحفي وطرق تقديمه للجمهور، كما غيّرت من أساليب ممارساتها الإعلامية الرقميّة. ويمكن في هذا الإطار الاستشهاد بعديد التجارب الرائدة في المجال، مثل تجربة إذاعة مونتي كارلو الدولية وتجربة RFI، إضافة إلى تجربة إذاعة البي بي سي[21] التي انتقلت كلّيا من البثّ على الأثير إلى البثّ عبر الفضاء الرقمي في 27 يناير 2023، وذلك بعد 85 سنة من البثّ الإذاعي المباشر. ويفسّر رئيس تحرير المحتوى الرقمي لبي بي سي نيوز عربي[22] أنّ هذا القرار يعود إلى تغيّر عادات الاستهلاك لدى الجمهور العريض، الذي أضحى يريد متابعة الأخبار وقت حدوثها عبر جهاز الهاتف المحمول الذي حلّ محلّ جهاز الراديو، كما يريد الاستماع إلى بقيّة المضامين الإذاعية، مثل التحقيقات وغيرها في الوقت الذي يريده وليس حسب جدول مضبوط للبثّ تفرضه الإذاعة.

وتشتغل إذاعة البي بي سي ضمن شبكة عالمية هدفها نقل الأخبار والمعلومات إلى العالم عبر وسائط متعدّدة، وهي هيئة الإذاعة البريطانية، وتعمل على تطوير مضامينها الإعلامية تماشيا مع التطوّرات التكنولوجية والرقميّة الحديثة، كما تعمل على إنتاج العديد من برامجها، بتوظيف الذكاء الاصطناعي خاصة الإنفوغراف والفيديو الرقمي وصحافة الهاتف المحمول وغيرها.

وقد حقّقت تجربة البي بي سي مستويات قياسية من النجاح والنموّ على المنصّات الرقميّة وإشراك مشاهديها ومتابعيها في برامجها التفاعليّة، ما شجّع على خلق نقاش معمّق حول الكثير من القضايا.

الخاتمة

لقد فرضت هيمنة المنصّات الإعلامية الرقميّة، كما انتشار شبكات التواصل الاجتماعي نسقا جديدا ونمطا مغايرا لمنظومة الإنتاج الإعلامي عموما، والسمعي البصري بصفة أخصّ، فانخرطت أغلب المؤسّسات الإعلامية السمعية البصرية – بما فيها الإذاعات العمومية- في موجة الرقمنة بثّا وإنتاجا. وانبرت هذه المؤسّسات تبحث لها عن طرق وأساليب جديدة ومبتكرة، تتموقع بها ضمن هذا الفضاء الجديد وتشدّ بها انتباه هذا المستمع/ المشاهد/المستخدم الذي لم يعد يهتمّ بالمتابعة الخطّية لبرامجها، وإنتاجاتها، بقدر ما يهمّه مدى طرافة هذه الإنتاجات وقربها من انتظاراته واهتماماته وميوله وتخصّصه بطرق جاذبة ومؤنسنة ومبتكرة، بحيث يستمع إليها ويشاهدها وقت ما شاء وأين ما أراد.

> **تحرّرت العديد من المؤسّسات الإذاعية من القوالب التقليدية في صناعة المحتوى الصحفي وطرق تقديمه للجمهور، كما غيّرت من أساليب ممارساتها الإعلامية الرقميّة. إذ انتقلت كلّيا من البثّ على الأثير إلى البثّ عبر الفضاء الرقمي**

الهوامش

1. - غسّان مراد، الإذاعة وأحوالها في زمن الرقمنة، مؤسّسة الفكر العربي، 29 /4/ 2023، الرّابط: أفق | مؤسسة الفكر العربي (arabthought.org).
2. - المصدر السّابق نفسه
3. - عبد الحفيظ الهرقام، الأزمة التي يعيشها الإعلام العمومي، مجلّة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد3، 2022، ص50.
4. - غسّان مراد، مصدر سابق.
5. - رضوان بوحيلة، عبد الحميد بلعبّاس، الإذاعة في العصر الرقمي: واقع وتحدّيات، مجلّة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلّد 12، العدد1، الجزائر، 2022، ص454، الرّابط: 196989 (cerist.dz).
6. - المصدر السّابق نفسه.
7. - سميّة باشا، واقع البثّ الإذاعي في الجزائر: دراسة وصفيّة، معهد الجزيرة للإعلام: مراجعات، 2020، ص35، الرّابط : رسالة سميّة باشا.aljazeera.net) pdf).
8. - رضوان بوحيلة، الإذاعة في العصر الرقمي: واقع وتحدّيات، مصدر سابق.
9. - سميّة باشا، واقع البثّ الإذاعي في الجزائر: دراسة وصفيّة، مصدر سابق.
10. - مأمون مطر، تأثير التحوّل الرقمي على المحطّات الإذاعية والتلفزيونية، سلسلة بحوث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، جامعة بير زيت، 2015، ص35.
11. - رضوان بوحيلة، عبد الحميد بلعبّاس، الإذاعة في العصر الرقمي: واقع وتحدّيات، مصدر سابق.
12. - فاطمة تيميراز، الإذاعة في عصر المعلومات التكنولوجية والبدائل الجديدة، مجلّة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 16، الجزائر، 2016، ص108.
13. - محمّد الفهري شلبي، مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو، مجلّة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد2، 2009، ص ص61 - 67.
14. - محمّد ميرغني عثمان فقير، توظيفات تقنيات التحوّل الرقمي في إنتاج المحتوى الإعلامي بالفضائيات السودانية (تلفزيون السودان نموذجا)، معهد الجزيرة للإعلام،2023،الرّابط: توظيف تقنيات التحوّل الرقمي في إنتاج المحتوى الإعلامي بالفضائيات السودانية.aljazeera.net) pdf).
15. - المصدر السّابق نفسه.
16. - محمّد الفهري شلبي، مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو، مصدر سابق.
17. - سميّة باشا، واقع البثّ الإذاعي في الجزائر: دراسة وصفيّة، مصدر سابق، ص31.
18. - الديوان الوطني للإرسال الإذاعي والتلفزي ONT : office National de la télécommunication، تقرير متابعة حول عمليّة الانتقال غلى البثّ الإذاعي الرقمي DAB+، دون تاريخ، ص1 - 3.
19. - كمال بن عمّار، مدير الشؤون التجارية بالديوان الوطني للإرسال الإذاعي والتلفزي، من مكالمة هاتفية مع الباحثة.
20. - المصدر السّابق نفسه.
21. - محمّد ميرغني عثمان فقير، توظيفات تقنيات التحوّل الرقمي في إنتاج المحتوى الإعلامي بالفضائيات السودانية (تلفزيون السودان نموذجا)، مصدر سابق،
22. - محمّد يحيى، راديو بي بي سي، من الأثير الى الفضاء الرقمي، 27 /01/ 2023، الرّابط راديو بي بي سي عربي: من الأثير إلى الفضاء الرقمي - YouTube .

البودكاست.. هل يكون بديلاً للإذاعة؟

أ.د. سعد كاظم حسن
كلّية الإعلام/جامعة بغداد - العراق

المقدّمة

أحدثت التطوّرات التكنولوجية في وسائل الإعلام الرقميّة تغيّرات كبيرة جداً في طبيعة العمل الإعلامي التقليدي الذي استمرّ لفترة طويلة. منذ بدايات ظهور وسائل الإعلام التقليدية، والتي كانت أدوار أطراف العملية الاتصالية ثابتة ومعروفة، بأنّ القائم بالاتصال (الصحفي المهني المحترف) يُرسل الرسائل الإعلامية والجمهور (الذي يتلقّى هذه الرسائل بأيّ وسيلة إعلامية) هو مجرّد متلقٍّ لها، سواء بالاستماع أو المشاهدة أو القراءة. إلاّ أنّ التكنولوجيا الرقميّة أحدثت تغييرات كبيرة جدّا في وسائل الإعلام وطبيعة العملية الإعلامية بشكل عام، وجعلت من الجمهور مشاركاً في صناعة المحتوى الإعلامي عن طريق توفيرها للتطبيقات والمنصّات التي تساعده في نشر المحتويات التي يقوم بإعدادها، فظهر المواطن الصحفي في إعلام جديد مغاير تماماً للإعلام التقليدي.

وهو (الإعلام الشخصي) الذي بدأ يأخذ حيّزاً واسعا في البيئة الإعلامية الجديدة، وأصبح منافساً للإعلام التقليدي. ومن ضمن التطبيقات المتميّزة التي وفّرتها التكنولوجيا الرقميّة للمستخدمين هو البودكاست.

ويتناول هذا المبحث مفهوم البودكاست وصفاته، وأهمّ استخداماته الإعلامية من قبل الجمهور واقتصادياته وأسباب شعبيّته، والفرق بينه وبين الإذاعة وآفاقه المستقبلية.

مفهوم البودكاست

أورد الباحثون المختصّون العديد من التعريفات للبودكاست، نذكر بعضاً منها:

البثّ الصوتي هو مصطلح تمّ تقديمه من خلال استخدام جهازipod الخاص بشركةApple computer, Inc، وهو مصطلح يشير إلى كيفية استخدام مشغّل الصوت المحمول لتنزيل الملفّات الصوتية، معظمها ملفّات، والاستماع إليها في الوقت الذي يناسب المستخدم. في البداية كانت هذه العملية مخصّصة للترفيه.[1] ويعرّف قاموس أكسفورد البودكاست بأنه ملفّ صوتي ورقمي متاح للتنزيل على أيّ جهاز محمول.[2]

أدم كاري

وقد تمّ اختراع البثّ الصوتي في عام 2004 على يد آدم كاري وديف وينر. وأنّ واحدة من أولى المدوّنات الصوتية كانت بواسطة آدم كاري في عام 2005، وقد تمّ إعلان البثّ الصوتي ككلمة العام من قبل قاموس أكسفورد الأمريكي الجديد.

وعندما تمّت صياغة هذا المصطلح، كان معظم الناس يستخدمون جهاز iPod من Apple للاستماع إلى ملفّات podcast. لذلك اقترح بن هامرسلي كلمة البثّ الصوتي (podcasting) لوصف الطريقة الجديدة لتقديم المحتوى، وبقي المصطلح مستعملاً.

لقد حاول عدد من الأشخاص تغيير الاسم من البثّ الصوتي إلى شيء آخر، بحجّة أنّ مصطلح البودكاست يعني أنه يجب أن يكون لديك جهاز iPod حتى تتمكّن من الاستماع إلى البودكاست، وهذا بالطبع غير صحيح. حيث يمكن لأيّ جهاز قادر على تشغيل ملفّ MP3 تشغيل بودكاست صوتي. ودعا البعض إلى تغيير المفهوم إلى netcast (بثّ شبكي) [3] باعتباره أكثر دقة لما يحصل اليوم من استعمالات لهذه التقنية الصوتية.

لقد تطوّر البثّ الصوتي بسرعة، من مجرّد هواية متخصّصة إلى وسيلة ترفيه ومعلومات رئيسية، ممّا يجذب الجماهير في جميع أنحاء العالم. هذا الشكل الديناميكي لتوصيل المحتوى لم يعد تعريف الطريقة التي نستهلك بها المعلومات فحسب، بل فتح أيضًا طرقًا جديدة لمُنشئي المحتوى والمسوّقين للتواصل مع جماهيرهم المستهدفة.[4]

ما هو الغرض من البودكاست؟

يمكن أن يكون للبودكاست العديد من الأغراض، ولكنّ الهدف الرئيسي هو الترفيه عن الجمهور.

يمكن أن يكون، وقد يكون لدى مستمعي البودكاست أحد الأسباب المتعدّدة للاشتراك في البودكاست، مثل[5]

وبحسب موقع Statista، **كانت أنواع البودكاست الأكثر شيوعًا في أكتوبر 2021 هي الكوميديا والأخبار والجريمة والرياضة.**

ويمكن أنّ يُعزى صعود البودكاست إلى عدّة عوامل، بما في ذلك قدرتها على تلبية مجموعة واسعة من الاهتمامات، وتعدّد استخداماتها من حيث متى وأين يمكن الاستماع إليها؟

بالإضافة إلى ذلك، يجد الكثير من الأشخاص أنّ البودكاست هو شكل أكثر شخصية وحميمية من الوسائط، مقارنة بالبرامج الإذاعية أو التلفزيونية التقليدية. مع وجود العديد من الخيارات المتاحة، ليس من المستغرب أن تصبح البودكاست جزءًا كبيرًا من حياتنا اليومية. سواء كنت مهتمًا بالسياسة، أو بالجريمة الحقيقية، أو ترغب فقط في الاستمتاع بالترفيه، فهناك بودكاست متاح لك.[6]

وتعدّ ملفّات البودكاست مريحة، ممّا يجعلها شكلاً مثاليًا لاستهلاك المحتوى للأشخاص المشغولين أثناء التنقّل. مع القدرة على تنزيل ملفّات البودكاست والاستماع إليها دون الاتصال بالإنترنت. هذا يعني أنه يمكن الاستماع إلى ملفّات البودكاست أثناء التنقّل أو ممارسة التمارين أو حتى أثناء القيام بالأعمال المنزلية. هذا المستوى من إمكانية الوصول والمرونة يجعل البودكاست خيارًا شائعًا للأشخاص الذين يرغبون في البقاء على اطّلاع بالأحداث والترفيه، ولكن ليس لديهم الوقت للجلوس ومشاهدة حلقة كاملة من برنامج تلفزيوني.

بالإضافة إلى ذلك، غالبًا ما تكون ملفّات البودكاست أقلّ استهلاكًا للوقت، مقارنة بغيرها من الوسائط، ممّا يسمح بمتابعة آخر الأخبار أو المعلومات بسرعة، ودون الحاجة إلى تخصيص الكثير من الوقت. وبشكل عام، تعتبر سهولة استخدام ملفّات البودكاست أحد أكبر أسباب شعبيتها ونجاحها.[7]

لقد كان للبودكاست تأثير كبير على الوسائط التقليدية، حيث غيّر الطريقة التي نستهلك بها المحتوى ونفكّر فيه. مع ظهور البودكاست، لم يَعُدْ الناس يقتصرون على نفس المصادر القليلة للمعلومات والترفيه التي كانت تقدّمها وسائل الإعلام التقليدية، مثل التلفزيون والراديو. وبدلاً من ذلك، فتحت البودكاست عالمًا جديدًا تمامًا من المحتوى، ممّا يوفّر الوصول إلى نطاق أوسع من وجهات النظر والآراء. وقد شكّل هذا تحدّيًا للطريقة التي تعمل بها وسائل الإعلام التقليدية، ممّا أجبرها على التكيّف والتطوّر من أجل البقاء على صلة بالموضوع.[8]

> **للبودكاست تأثير كبير على الوسائط التقليدية، حيث غيّر الطريقة التي نستهلك بها المحتوى ونفكّر فيه.**

صفات البودكاست:

تتمثّل صفات البودكاست في الآتي:[9]

ويمكنك الاشتراك في أيّ سلسلة يريدها المستخدم من ملفّات البودكاست مجاناً، وبهذه الطريقة يمكن الحصول على المعلومات ذات الصلة من مصادر متنوّعة.

إنّ تسليم المعلومات عند الطلب بسبب نموذج الاشتراك (RSS)، حيث تقوم خلاصات RSS بجلب المعلومات ذات الصلة والحديثة من مواقع الويب التي يتمّ الاشتراك بها.

نموذج الاشتراك (RSS)

جوهر البثّ الصوتي (RSS)وهو عبارة عن رمز بسيط مكتوب بلغة XML يُستخدم لوضع علامة على البودكاست الخاص بك وهذا يساعد على تقديم إشعارات فورية بالتحديثات، عندما تقوم بتحديث موقع الويب الخاص بك بمحتوى جديد، فإنّ المستخدمين المشتركين سوف يصلهم التحديث.[10]

وقد نجحت بعض برامج البودكاست الأكثر شهرة في بناء قاعدة متابعين، وهم ينتظرون بفارغ الصبر إصدار كلّ حلقة جديدة كلّ أسبوع أو أسبوعين. ونظرًا إلى أنّ العديد من المستمعين يستخدمون هواتفهم بالفعل، عندما يستمعون إلى البودكاست، فمن السهل عليهم التوجّه إلى وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة البودكاست والتفاعل مع المستمعين الآخرين، ممّا يبني مجتمعًا حول البودكاست. ولأنّ البودكاست يمكن أن يكون محدّدًا جدًا فيما يتعلّق باهتماماتهم، فإنّ المستمعين يُحبّون التواصل مع الآخرين المهتمّين بنفس الموضوع.[11]

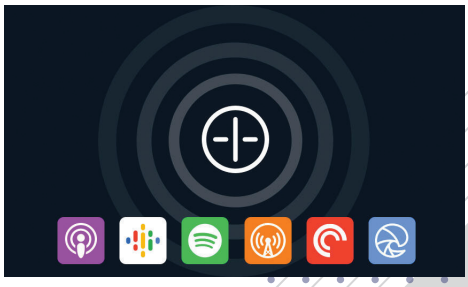
وأصبحت البودكاست وسيلة جديدة لتوزيع المحتوى الصحفي، حيث وصلت إلى ما هو أبعد من جمهور الوسائط التقليدية، من خلال منصّات مثل Spotify وApple Podcasts وغيرها.

وهذه المنصّات لا تصل إلى جمهور أوسع فحسب، بل تصل إلى جمهور مختلف. نظرًا إلى الطبيعة الرقميّة والمتنقّلة للهواتف الذكيـة، فالبودكـاست تنشـر المحتوى الصحفي فـي مساحة يوجد فيها الجمهور الأصغر سنًا.[12]

ويمكن أن يساهم البودكاست في تطوير العمل الصحفي المهني، ونقله إلى مراحل أكثر تقدّما وانتشاراً.

فتطوير البودكاست، وفقًا للمعايير الأخلاقية والمهنية للصحافة، يمكن أن يساعد، ليس فقط على استكمال العمل الصحفي، بل أيضًا على إثرائه، من خلال توسيع المساحة المتوفّرة لإنشاء وتوزيع صحافة عالية الجودة.[13]

أسباب شعبية البودكاست



يمكن أنّ يُعـزى صعود شعبيـة البـودكـاست إلى عدّة عوامل، بما في ذلك ملاءمته وسهولة الوصول إليه وقدرته على تلبية الاهتمامات المتنوّعة.

مع ظهور الهواتف الذكية وتوافر منصّات البثّ على نطاق واسع، يمكن للمتابعين الاستماع إلى البودكاست في أيّ وقت وفي أيّ مكان، ممّا يجعلها وسيلة مثالية للأفراد المشغولين. تضمن المجموعة المتنوّعة من أنواع البودكاست، بدءًا من موضوعات الجريمة وتطوير الذات وحتى الكوميديا والتكنولوجيا، وجود ما يناسب الجميع.

علاوة على ذلك، فإنّ الطبيعة الشخصية والحميمة للبودكاست تعزّز إحساسًا قويًا بالارتباط بين المضيفين والمستمعين. على عكس الوسائط التقليدية، تخلق المدوّنات الصوتية مساحة للمحادثات الطويلة والاستكشافات المتعمّقة للموضوعات، ممّا يسمح بمشاركة وفهم أعمق.[14]

يتمتّع مستمع البودكاست اليوم بخيارات واسعة فيما يتعلّق بأنواع البودكاست. مثل الكوميديا والدراما والرياضة والسياسة والتكنولوجيا والمشورة وأسلوب الحياة، والمزيد مع عشرات الآلاف من البرامج للاختيار من بينها [15].

لقد تغيّرت الطريقة التي يستهلك بها الجمهور المعلومات بشكل جذري في العقود القليلة الماضية. بفعل انتشار البودكاست، فقد غيّرت بشكل جذري الطريقة التي يحصل بها العالم على أخباره [16].

وتوفّر ملفّات البودكاست أيضًا الحرّية الإبداعية لـمُنشئي المحتوى. سواء أكان الأمر عبارة عن قصة نصّية، أو عرض بأسلوب المقابلة، أو محادثة غير رسمية، يمكن لمُنشئي المحتوى تجربة تنسيقات مختلفة تناسب المحتوى الخاص بهم وتفضيلات الجمهور بشكل أفضل. تساهم هذه المرونة في الأصالة والتفرّد الذي يجذب المستمعين.[17]

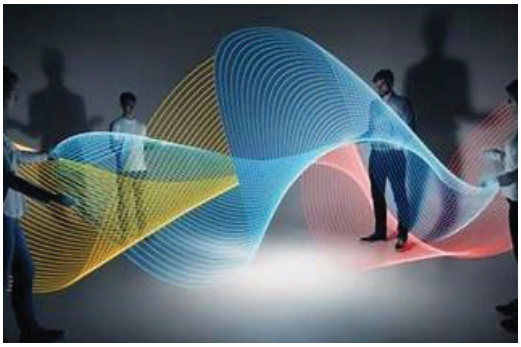
فالبثّ الصوتي هو وسيلة قوية. يعدّ البثّ الصوتي قويًا، ليس فقط لأنه يمتلك القدرة على ربط الحجج المعقّدة إلى أجزاء من المعلومات القابلة للهضم، ولكن أيضًا لأنه يمكنه تحويل تلك الحجج إلى قصص يمكن ربطها. [18]

الفروق بين البودكاست والإذاعة

تجمع الخاصّية الصوتية بين البودكاست والإذاعة، حيث يعتمد الاثنان على حاسّة السمع لإيصال المحتوى الإعلامي للجمهور.

إلّا أنّ هناك اختلافات بينهما يمكن أن نذكرها كالآتي:

تقول كيلي ريوردان، مديرة استوديوهات ABC الصوتية: «غالبًا ما يكون الأمر أكثر سينمائية». «يميل الراديو إلى أن يكون مدفوعًا بالموضوع، في حين أنّ ملفّات البودكاست - حتى لو كانت ملفّات بودكاست إخبارية - تعتمد على سرد القصص ونقاط الحبكة والتمثيل والشخصيات وبناء المشهد. ويشير آخرون إلى الطبيعة الديمقراطية للبودكاست ــ الطريقة التي تعمل بها الحواجز المنخفضة أمام الدخول على تشجيع وجهات نظر متنوّعة. تفتح ملفّات البودكاست إمكانية تقديم خدمة فائقة لعدد لا حصر له تقريبًا من المشاعر والمنافذ. وبهذا المعنى، فهي تختلف عن البرامج الإذاعية التي تميل، من حيث الكلمة المنطوقة، إلى خدمة جمهور أكثر عمومية داخل منطقة توزيع بثّ معيّنة.



ويشير آخرون إلى الطبيعة الديمقراطية للبودكاست ــ الطريقة التي تعمل بها الحواجز المنخفضة أمام الدخول على تشجيع وجهات نظر متنوّعة. تفتح ملفّات البودكاست إمكانية تقديم خدمة فائقة لعدد لا حصر له تقريبًا من المشاعر والمنافذ. وبهذا المعنى فهي تختلف عن البرامج الإذاعية التي تميل، من حيث الكلمة المنطوقة، إلى خدمة جمهور أكثر عمومية داخل منطقة توزيع بثّ معيّنة. [19]

وقد أشار عدد من الدراسات إلى أنّ الاستماع إلى البودكاست هو عملية أكثر نشاطًا، مقارنة بالإذاعة، حيث يُصغي المستمعون عادةً باهتمام منذ البداية، في حين يتمّ استهلاك الراديو غالبًا بشكل مشتّت كتدفّق للمعلومات. وهذا يسمح ببناء العروض بطريقة أكثر قرباً، غالبًا باستخدام تقنيات سرد القصص الغامرة والسردية المستعارة. تقول مارغريت هاول، المحرّرة المشاركة في The Intelligence في The Economist، إنّ الأمر لا يتعلّق فقط بالطريقة التي يتمّ بها إنشاء العروض، بل يتعلّق أيضًا بنبرة الصوت: «إنها أكثر حميميّة. لكن الأمر لا يقتصر على تقنيات الإنتاج فقط. ويختلف السياق أيضًا، حيث يتمّ الاستماع إلى البودكاست بنسبة 90% بشكلٍ فردي، إلى حدّ كبير باستخدام سمّاعات الرأس المتصلة بالهاتف الذكي، في حين أنّ الاستماع إلى الراديو غالبًا ما يكون تجربة مشتركة. [20]

تقول ناجا نيلسن، المديرة الرقميّة في بي بي سي نيوز: «ستكون هذه هي الموجة التالية من الاضطراب». «لقد كانت رقمنة الصحف بمثابة إعادة اختراع للمقالات الصحفية، وبعد ذلك، تمّ تعطيل التلفزيون بجميع أنواع الفيديو، والآن سيحدث الشيء نفسه مع البثّ الصوتي.» يتمّ بالفعل استكمال النشرات والبرامج بمجموعة من التنسيقات الرقميّة مثل النشرات الصغيرة، والصوت المجزّأ، وملخّصات الأخبار عبر أنواع مختلفة، والتعمّق، والبرامج الحوارية، والمسلسلات السردية، والقراءات الطويلة. [21]

وباعتباره منتجًا رقميًا متاحًا بشكل دائم للاستماع من خلال منصّات مختلفة - فإنّ البثّ الصوتي خالٍ من قيود الزمان والمكان التي تنطبق، بأشكال مختلفة، على وسائل الإعلام التقليدية.

وبالنسبة إلى شركات الراديو، فإنّ البثّ الصوتي يحرّر المحتوى الخاص، بصانع المحتوى، من الحدود الزمنية للبرمجة المتزامنة والبثّ المباشر. وبالنسبة إلى وسائل الإعلام الإخبارية الأخرى (بما في ذلك الراديو)، تفصل البودكاست بين إنشاء المحتوى والضرورات الإعلامية الملحّة، وتفتح مساحة، حيث يمكن للمحتوى ووجهات النظر الجديدة أن تتوافر، إذا تمّ توفير الموارد اللازمة لتطويرها (الوقت والتكنولوجيا والموهبة). [22]

اقتصاديات صناعة البودكاست

أصبح البودكاست يحقّق دخلا أيضا، فهو وسيلة معتمدة لتحقيق دخل جزئي أو بدوام كامل، وذلك بفضل رعاية العلامات التجارية والتسويق التابع والاشتراكات والمحتوى المدفوع. [23]

وأصبح لصناعة البودكاست اقتصاديات متنامية، بفعل الإقبال المتزايد عليها من قبل الجمهور، الأمر الذي جعل من المعلنين يهتمّون بها، للترويج لسلعهم ومنتجاتهم، ممّا شكّل مصدراً للعائدات لصنّاع المحتوى.

فصناعة البودكاست تتمتّع بإمكانيات كبيرة لتحقيق الدخل، ممّا يوفّر لـمُنشئي المحتوى مجموعة متنوّعة من مصادر الإيرادات. إحدى الطرق الأكثر شيوعًا لتحقيق الدخل من البودكاست هي من خلال الإعلانات، إمّا من خلال المحتوى المدعوم أو المواقع الإعلانية التقليدية.

وذلك لأنّ البودكاست لديه جمهور متفاعل للغاية، وغالبًا ما يكونون مستمعين مخلصين يستمعون بانتظام إلى برامجهم المفضّلة.

وهناك طريقة أخرى لاستثمار ملفّات البودكاست وهي المحتوى المتميّز، مثل الحلقات الحصرية أو الوصول المبكّر إلى حلقات جديدة. وهذا يوفّر حافزًا للمستمعين ليصبحوا مشتركين مدفوعي الأجر، ممّا يمكن أن يوفّر مصدرًا ثابتًا للدخل لـمُنشئي المحتوى.

فضلاً عن ذلك، يمكن استخدام البودكاست لترويج وبيع المنتَجات والخدمات، إمّا من خلال التسويق المباشر أو من خلال التسويق بالعمولة. إنّ إمكانات تحقيق الدخل في صناعة البودكاست هائلة، ومع استمرار نموّ الصناعة، من المحتمل أن تظهر مصادر إيرادات جديدة. بشكل عام، توفّر صناعة البودكاست فرصة فريدة لمُنشئي المحتوى لبناء متابعين مخلصين وتحقيق إيرادات من المحتوى الخاص بهم.

وللبودكاست تأثير كبير على إنشاء المحتوى الأصلي وتوزيعه، حيث يوفّر منصّة لـمُنشئي المحتوى المستقلّين للوصول إلى الجماهير بطرق جديدة ومبتكرة. قبل ظهور البودكاست، كان مُنشئو المحتوى المستقلّون يكافحون في كثير من الأحيان للحصول على الاعتراف والوصول إلى جماهير كبيرة، حيث كانت وسائل الإعلام التقليدية تركّز على جاذبية السوق الشامل.

ومع ذلك، مع ظهور البودكاست، أضحى لدى مُنشئي المحتوى المستقلّين الآن خط مباشر مع الجماهير، متجاوزين حرّاس البوّابات التقليديين والسماح لهم بمشاركة أفكارهم وقصصهم مع العالم. [24]

وقد بدأت اقتصاديات صناعة البودكاست بالنمو في السنوات الأخيرة، وهي في نموّ مستمر. حيث تبلغ قيمة صناعة البودكاست حاليًا على مستوى العالم 23.56 مليار دولار.

ووفقًا لأرقام السوق، ستبلغ قيمة سوق البثّ الصوتي في جميع أنحاء العالم في هذه السنة، 30.03 مليار دولار.

ومع الأخذ في الاعتبار معدّل النموّ السنوي المركّب، فإنّ حجم سوق البودكاست سيبلغ 38.36 مليارًا في عام 2025 و131.13 مليارًا في عام 2030 .[25]

مستقبل صناعة البودكاست في العالم

يتّضح لنا أنّ صناعة البودكاست بدأت بشكل بسيط لأغراض الترفيه والإعلام، ثمّ ما لبثت أن توسّعت بشكل متزايد، لاسيما في السنوات القليلة الماضية.

فقد شهدنا مدى أهمّية عام 2023 بالنسبة إلى صناعة البثّ الصوتي، حيث جمع 464.7 مليون مستمع حول العالم.

وخلال العام 2024، من المتوقّع أن يصل عدد مستمعي البودكاست إلى نصف مليار.

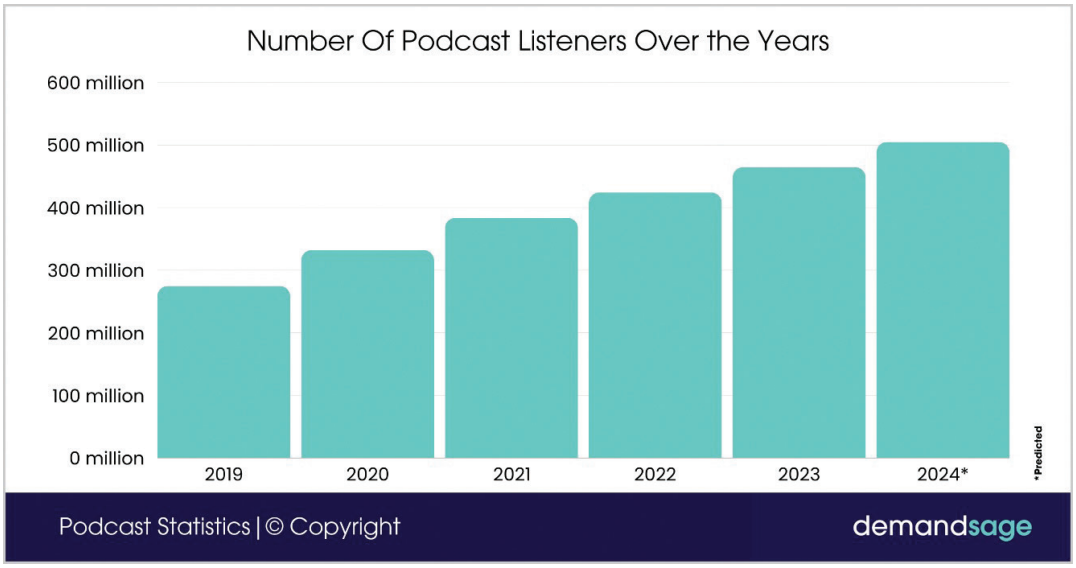
ويوجد على مستوى العالم أكثر من 5 ملايين بودكاست، مع أكثر من 70 مليون حلقة فيما بينها. وهناك 464.7 مليون مستمع للبودكاست. ومن المتوقّع أن يصل هذا العدد إلى 504.9 مليون بنهاية هذا العام 2024.

بخلاف عوامل، مثل سهولة الوصول إلى الهواتف الذكية والإنترنت في الوقت الحالي، فإنّ الطفرة في مستمعي البودكاست ترجع إلى حقيقة أنه، على عكس الوسائط الأخرى، يميل البودكاست إلى إنشاء رابطةٍ أعمق مع المستمعين، لاسيما إذا كانوا جمهورًا متخصّصًا. [26]

الأمر الذي يشير إلى مدى تنامي أعداد مستخدمي البودكاست في مختلف دول العالم، وإلى شعبيته ومدى أهمّيته في صناعة الإعلام الرقمي بشكل عام.

فقد أدى الارتفاع السريع في شعبية البثّ الصوتي إلى إعادة تشكيل مشهد الوسائط الرقميّة، من خلال توفير منصّة محبّبة، ويمكن الوصول إليها لاستهلاك المحتوى والمشاركة. وقد ساهم تمكين مُنشئي المحتوى، واستراتيجيات التسويق المبتكرة، وسبل تحقيق الدخل المتنوّعة، في اعتماده على نطاق واسع.

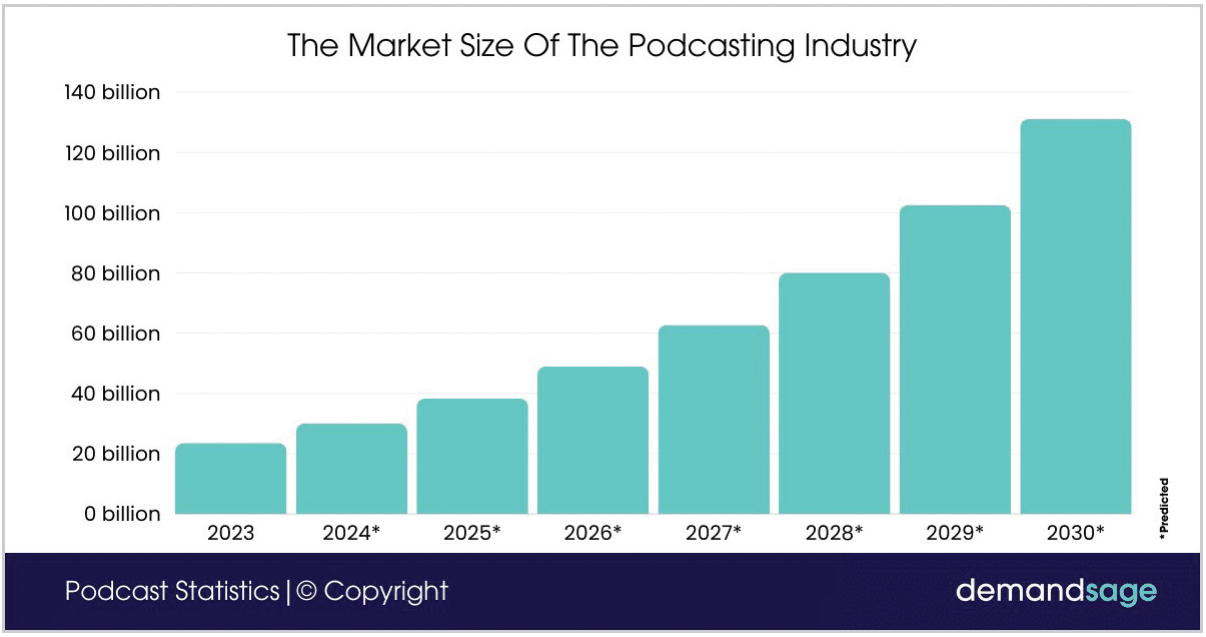
مع استمرار تطوّر البثّ الصوتي، فمن الواضح أنّ هذه الوسيلة الديناميكية ستلعب دورًا أساسيًا في تشكيل الطريقة التي نستهلك بها المحتوى ونتفاعل معه لسنوات قادمة.[27]



Here is a table showing the number of global podcast listeners over the years:

YEAR	NUMBER OF PODCAST LISTENERS
2019	274.8 MILLION
2020	332.2 MILLION
2021	383.7 MILLION
2022	424.2 MILLION
2023	464.7 MILLION
2024*	504.9 MILLION

Source: Statista



Here is a table showing the market size of the podcasting industry over the years:

YEAR	PODCAST INDUSTRY MARKET SIZE
2023	23.56 BILLION
2024*	30.03 BILLION
2025*	38.36 BILLION
2026*	49.03 BILLION
2027*	62.71 BILLION
2028*	80.07 BILLION
2029*	102.53 BILLION
2030*	131.13 BILLION

مصدر الجداول:

Rohit Shewale, Podcast Statistics For 2024 (Listeners & Current State)

المراجع:

1. Alexander Aristizabal, B.Sc., M.Ed., Podcasting: A Preliminary Classroom Studyfile:///C:/Users/DELL/OneDrive/Desktop/%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA/00-/9.pdf
2. Jemily Rime et al, what is a podcast? Considering Innovations in broadcasting through six-tensions framework, The International Journal of Research into New Media Technologies (2022)
3. Andrew McGivern, what is a Podcast? |Definition and meaning Of Podcast, https://podcasthero.com/what-is-a-podcast/
4. Aastha Singh, Podcasting's Soaring Popularity: Shaping the Digital Media Landscape, https://www.linkedin.com/pulse/podcastings-soaring-popularity-shaping-digital-media-landscape-singh/
5. Ibid.
6. AIContentfy team, The role of podcasts in content distribution, https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-podcasts-in-content-distribution
7. Ibid.
8. Ibid
9. Cindy Yamaguchi, what is Podcasting? file:///C:/Users/DELL/OneDrive/Desktop/%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA/44/1.pdf
10. Prachi Parashar Panday, Simplifying Podcasting, International Journal of Teaching and Learning in Higher Education, Volume 20, Number 2, 251-261, 2009, IJTLHE: International Journal of Teaching and Learning in Higher Education (isetl.org)
11. Jenna Wilson, seven reasons why podcasts are dominating the media landscape, https://www.wework.com/ideas/professional-development/creativity-culture/seven-reasons-why-podcasts-are-dominating-the-media-landscape
12. Paula Molina, Five keyways in which podcasting may benefit your news operation, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/five-key-ways-which-podcasting-may-benefit-your-news-operation
13. Ibid.
14. Ibid
15. The Podcast Playbook, A Guide for Marketers, August 2017, file:///C:/Users/DELL/OneDrive/Desktop/%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA/%D9%897%D8%A1/%D9%870-=.pdf
16. Sebastiaan van der Lans, Top Documentaries and Podcasts About the Problem of Fake News & Misinformation, https://thetrustedweb.org/top-documentaries-and-podcasts-about-fake-news-misinformation/
17. Aastha Singh, op.cit
18. Heidi Knoblauch, MEDIA SKILLS FOR SCHOLARS, https://pressbooks.pub/mediaskillsforscholars/chapter/podcasts/
19. Nic Newman, News Podcasts and the Opportunities for Publishers, https://www.digitalnewsreport.org/publications/2019/news-podcasts-opportunities-publishers/
20. Ibid.
21. Ibid.
22. Paula Molina, oop.cit
23. Ortal Hadad, what is a podcast&How They Work? https://riverside.fm/blog/what-is-a-podcast
24. Ibid
25. Rohit Shewale, Podcast Statistics For 2024 (Listeners & Current State), https://www.demandsage.com/podcast-statistics/#:~:text=Podcast%20Statistics%202024%20(Top%20Picks,the%20end%20of%20the%20year
26. Ibid
27. Aastha Singh, op.cit

الإذاعة الرقميّة: إذاعة بأُسسٍ وملامح جديدة

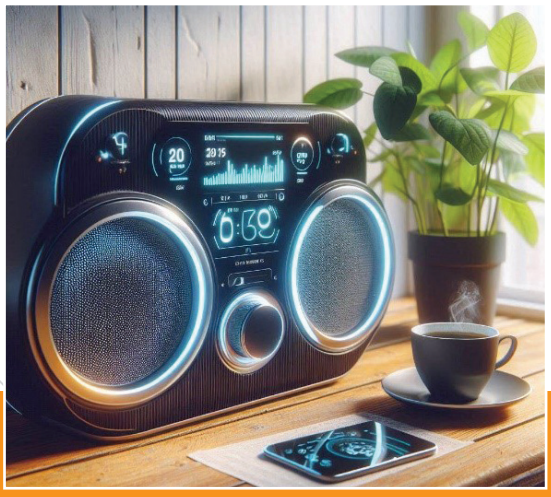
أ. إبراهيم النشوقاتي
المدير التنفيذي لمركز إينوش التقني-مصر
بأكاديمية غلاسغو للعلوم والثقافة

د.حنان الملّيتي

ونحن نتحدّث عمّا بعد رقمنة الإذاعة، تطرح أسئلة جوهرية:

ما العمل؟ هل سنواصل بنفس التقنيات والأساليب القديمة ذاتها، أو سنعمل على التطوير؟

لقد تحوّل الجمهور إلى وسائل التواصل الاجتماعي وأَعْرَض عن الإذاعات التقليدية: إزاء هذه؟ وما أسباب ذلك؟ وما السّبيل إلى تجاوز هذا المشكل؟ بمعنى آخر: ما نحن بفاعلين إزاء الشباب المنشغل طول الوقت على الهواتف الذكية بالميديا الاجتماعية؟، هل نحن قادرون على إعادته إلى الإذاعة؟ والأمل أننا قادرون على ذلك. ونحن واعون أنّ تطبيقات الصوت وأشكالها هي من أكبر المعضلات التي تهدّد الإذاعة بالشكل الحالي، فهل سنقدر على أن نطوّر هذه التطبيقات أوْ لا؟ وسنقدر لا محالة!

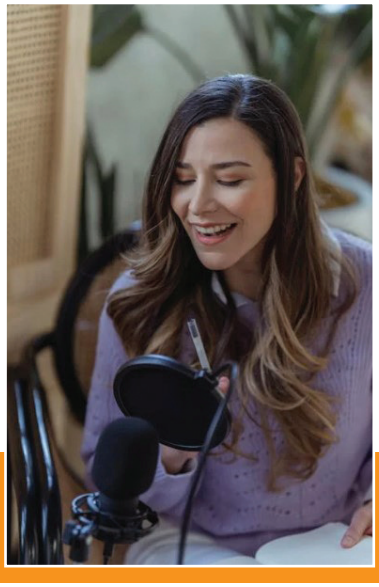


لِمَ الإعراض عن الإذاعة التقليدية؟

يمكن حصر أسباب تحوّل الجمهور إلى وسائل التواصل الاجتماعي والإعراض عن الإذاعات التقليدية، فيما يلي:

1) أنّ وسائل التواصل الاجتماعي تجعل المستخدم هو النجْم، فهو يستطيع إضافة محتوى شخصيّ له. فهل نستطيع أن نفعل مثل هذا في الإذاعة؟ لا بدّ أن نفكّر في الأمر معًا. فهذا شيء مهمّ جدًّا. فحينما يضيف شيئا شخصيًّا يشعر بارتباط نفسي بالإذاعة.

2) سهولة إيجاد المحتوى المفضَّل: فبمجرّد ما يكتب المستخدم في البحث، مثلا، جزءًا من أغنية أو بعضا من كلماتها حتّى تظهر له ولو كان ناسيًا اسمها الكامل. وثمّة تطبيقات أخرى يكفيك فيها أن تعطي اللّحن فتحصل على الأغنية (كما تعطيك قائمة من الأغاني المشابهة) وتعرض عليك بعض المقترحات المفضّلة لديك.



ما هي الملامح الجديدة للإذاعة؟

هل نريد أن يكون الراديو شخصيا، وهل من السهْل أن نفعل هذا؟ إذا أنجزنا ذلك ووصلنا بالتكنولوجيا إلى هذه المرحلة، نكون قد وصلنا إلى الأحسن والأفضل في العمل الإذاعي.

السّؤال المطروح هنا هو: **هل بإمكاننا إضافة محتوى شخصيّ إلى المستمعين على الراديو حاليًّا؟ الإجابة: نعَمْ، نستطيع ذلك على *Fm*، وفي *RDS* نقدر على تحقيق ذلك بسهولة، من خلال توجيه رسائل قصيرة، والناس يعرفون التكلّم مع بعضهم البعض وتبادل الرسائل.**

ولكن تبقى **محدودية البثّ** الأرضي التناظري هي المشكلة. فتقنيةRDS تدعم فقط 8 أحرف ؟ أمّا في حالة رقمنة الإذاعة، فإننا نستطيع إضافة محتوى شخصيّ، ورسائل، وتواصل بين الناس إلخ.. ونستطيع كذلك أن نضيف رسائل وصورا شخصية إلى المستمعين. بل أكثر من ذلك، إننا قادرون على أن نعْرف نوعية الجمهور المتابع. وهذا هو الأهمّ في الإعلام ، حيث نعرف مَن هو، حتى نقدّم له رسالة إعلامية متكاملة ومناسبة له.

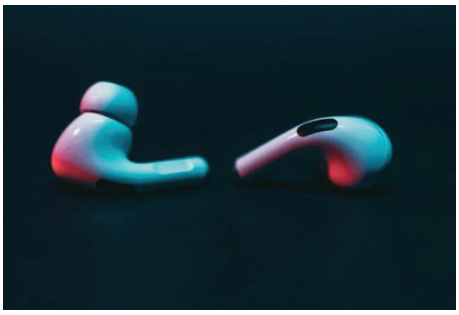
الذكاء الاصطناعي، من أجل تطوير الإذاعة الرقميّة:

إجابة عن سؤال كيفية تطوير الإذاعة التقليدية بعد رقمنتها حتى تصبح جزءًا من العالم الرقمي الحالي الذي يشمل «السوشيال ميديا»، كما جميع التقنيات التي نستطيع أن نستقي منها المعلومة التي توفّر ترفيها وقيمة معنوية للمستمع، تطرح مسألة إدارة الذكاء الاصطناعي والقدرة على تطويره ليكون ملائما للعمل الإذاعي.

ولعلّ التجربة التي نعمل عليها في مركز اينوش التقني التابع إلى أكاديمية غلاسغو للعلوم والفنون تعدّ مثالا ونموذجا لبعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تخدم الراديو والإذاعة، حيث نقوم بتطوير مشروع Inner Voice . وهي تقنية جديدة لتحديد التفضيلات الصوتية الفردية لكلّ مستمع، قصد تحديد الصوت المفضّل لكلّ مستمع عن طريق إرشادات الأصوات والكلمات المحفّزة المختلفة التي يستمع إليها. ويعتمد هذا المشروع على محاكاة طريقة الاستماع ونوعية الموسيقى والمذيعين المفضّلين لدى المستمع، وذلك للحصول على الصوت المفضّل الخاص به، كما يمكن إنتاج برامج لكلّ مستمع، خصّيصا للأوقات التي يفضّل فيها الاستماع إلى برامج، بدلاً من الموسيقى.

الذكاء الاصطناعي يتجاوز الاستخدامات الآنفة إلى المشاركة في التحضير والإعداد البرامجي مع الـمُعِدّين. فهو قادر أيضا على تقديم تقرير وإعداد جيّد للغاية. فلسنا محتاجين الآن إلى ستّ أو سبع ساعات حتى نعدّ حلقة حول فنان معيّن، مثلا، إذ بمجرّد كتابة اسمه ستظهر كلّ البيانات حوله. ومن ثمّة يكون الإعداد جيّدا وسريعا، مع انتقاء قسم الإعداد للمعلومات المتوفّرة وصياغتها.

عندما تكون الإذاعة شبيهة بـ«السوشيال ميديا»:



يمنح التحوّل الرقمي للإذاعة عددا كبيرًا من التردّدات الرقميّة، ولعلّ أكبر مكسب تمنحه لنا الرقمنة هو أن نكون قادرين على مضاعفة وتقسيم التردّد الإذاعي الواحد إلى عشرين تردّدا إذاعيا، ما يسمح بأن يكون عندنا، بدل محطة أغانٍ واحدة، عشرون محطّة أغاني، وبدل محطة قرآن كريم واحدة، عشرون محطّة قرآن. وعليه نقدر ببعض التحليلات أخذ النموذج الشخصي للمستمعين، كلٌّ على حدَة: هذا يستمع إلى الأغاني القديمة، وآخر يستمع إلى الأغاني الجديدة، أي في اليوم نفسه صباحًا، بعضهم يحبّ الاستماع إلى أغاني أم كلثوم، وآخرون يحبّون الإنصات إلى أغاني الـ HipHop. هذا التطبيق يستطيع اتّباع نمط الاستماع الشخصي، ومن ثمّة يتعامل معه ويقدّم له الـمُنتَج المناسب لذوقه واختياراته، من حيث الترفيه أو المعلومات أو حتى القيمة المعنوية. وهكذا تكون الإذاعة في هذه الحالة أشبه بـالسوشيال ميديا المسموعة، فتتجلّى قوّتها.

مستقبل الإذاعة الرقميّة: إذاعة لك أنت

ما نريد تحقيقه كإذاعيين هو معرفة ماهيّة جمهورنا، فرْدًا فرْدًا، وليس كجمهور عامّ. فلا يكفي أن نقول إنه من الفئة العمرية 15 - 20، وموقعه الجغرافي: كذا.. لا ليس هذا فقط.

نحن نريد أن نصل إلى معرفة أخرى بالجمهور المستمع، وهو أن نعرفه فردًا فردًا، نموذجا وطريقة إصغاء.

وهذا سهل على الذكاء الاصطناعي. فنحن لو أدمجنا راديو السيارة مع تطبيق للهاتف المحمول، مع تطوير DEEP LEARNING MACHINE لتعلم النموذج الشخصي للمستمع الفردي: فمَنْ يستمع في منتصف النهار إلى أغنية لفيروز، ويستمع في الساعة الواحدة ظهرا إلى أغاني Timperlake، هو نموذج مكرّر من المستمع نستطيع التعرّف عليه أكثر فأكثر، من حيث وقته ونوعية البرامج التي يرغب في الاستماع إليها في أيّ وقتٍ من اليوم والأسبوع والشهر والسّنة أيضا، بلا مبالغة، ممّا يجعلنا نعرف كلّ البيانات: مَن هو؟ ماذا يستمع؟ متى يستمع؟ أين يستمع؟ كيف يستمع؟.

ولتحقيق ذلك، هل سنستخدم تقنيات حديثة؟ وهل الكمّ الهائل من المعلومات التي نحصل عليها من نمذجة استماع الفرد مفيدة لنا؟ نعَم بكلّ تأكيد، هناك الآن مشروع اسمه: Inner Voice يطبّق مع الدكاترة النفسيّين لمعرفة الصوت الذي يخاطبك، هل هو واحد، أو اثنان، أو ثلاثة ؟ هل هو رجل مُسنّ أو صغير السنّ، سيّدة، بنت أو طفل؟..... إلخ. وأوّل شيء كيف سنعرف نوعية الصوت؟ يمكن أن نعرفه بالتكنولوجيا، من خلال المعلومات التي تعلّمها الذكاء الاصطناعي عن المستمع التي يسمع بها المحتوى الإذاعي. سنعرف، أوّلاً، نسبة (رجال/ نساء) مَن تحبّ أن تسمع منهما؟ المفضّل لديك هو أكثرهُم ارتباطا بك. فهنا نحدّد نوع المتكلّم الشخصي، وثانيًا، أعرف كيف هو صوته؟ أجشّ، رخو،.. ما الصوت الذي يعجبك ويُطربك؟. فمِن الناس مَن يُطْربهم عبد الحليم حافظ، ومنهم مَن يطربهم عبد المطّلب، ومنهم مَن يطربهم محمد منير، هنا نقدر نحدّد شخصية الصوت الذي يخاطبك، وهذا يعيننا على أن نخصّص

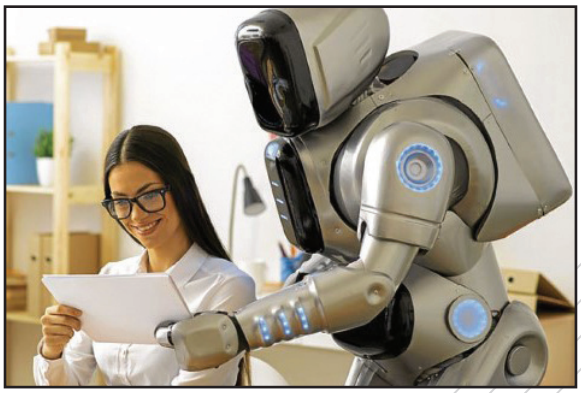
لك رسالة إعلانية، لك أنت بالذات. فحينما أكلّمك بشكل جدّي لأعطيك معلومات، سأخاطبك بالرجل المهمّ الذي هو في ذهنك، وبالصوت الذي يعجبك، أمّا عندما تريد الترفيه، ستكون البنت التي تطرب لصوتها، وعندما أريد إرسال رسالة من أجل أبنائك، فأخاطبك بالطفل الذي هو بداخلك. وعليه، بإمكاننا أن نطوّر هذه المسألة.

مستقبل الإذاعيّين زمن الإذاعة الرقميّة: المواءمة

أمّا عن سؤال: ما مصير المذيعين؟ وهل الذكاء الاصطناعي سيذهب بالإذاعة في اتجاه آخر، من خلال قدرته على الكلام، عبر Text Voice، وText to Speech؟ فهذه القضية مطروحة منذ سنوات.

وفي الواقع، نحن نحتاج إلى إجراء تداخل ومواءمة بين المذيع والذكاء الاصطناعي.

في هذه الحالة سنصبح أوّل مَنْ يقوم بهذا في العالم كلّه. وللتذكير ثمّة دراسة عن الذكاء الاصطناعي أجراها طلبة Neuroscience **في جامعة جورجيا الأهلية بأمريكا مع مركز اينوش التقني الذي أشرف على إدارته**، وقد كانت التجربة عبارة عن **فحص الذكاء الاصطناعي CHAT GPT** ببروتوكول اضطرابات التوحّد، تأخّر النطق، صعوبة القراءة وعُسْر الكتابة الخ .... ونتيجة هذه الدراسة تبيّن أنّ آخر نسخة للذكاء الاصطناعي هي عبارة عن ولد عمره ثماني سنوات ويشكو من سمات التوحّد، حيث إنّ الذكاء الاصطناعي إلى الآن، بلا رأي حرّ. فهل من المعقول أن ننساق وراء تقنية لم تختبر بعد؟ وعليه من الضروري أن يكون المذيع هو الذي يقود الذكاء الاصطناعي، لا العكس، مع الاحتفاظ بكلّ مميّزات الذكاء الاصطناعي.



ولو وصلنا إلى أن يكون هناك روبوت يتكلّم ومعه مذيع، سنخلق تجربة ثريّة جدًّا، خصوصًا أنه يمتلك معلومات لا محدودة، بحيث لا يقدر عقل بشريّ تحصيلها. فإذا أردت أن تسأله مثلاً: ما علْم التشيّؤ؟ سيجيبك. بينما سنذهب نحن للبحث عن معناه حتى نقدر على الإجابة. وكلّ ذلك سيقدّم معلومات وصيَغًا مهمّة جدًّا في الإذاعة.

ومن الخيارات الأخرى، هو التوجّه نحو الراديو المرئي الذي يمنح الإذاعة تجربة مهمّة جدّا. فيمكن أن يكون المذيع الآن جالسا في الأستديو ومعه خمسون ألف شخص على القناة: كلّ ذلك من خلال RadioVerse الذي هو Metaverse، حيث يختار مكانا افتراضيا وينجز ما يريد تقديمه. وهذا سيعيد أمرين متعلّقين بمتابعة في الراديو تجاوزناهما من ستينات أو سبعينات القرن الماضي:

- **الأوّل** أنه لمْ يعُد هناك راديو في البيت كالماضي. وسنوجده بـRadioVerse.
- **الثاني:** تعليم الشباب الاستماع إلى الراديو وإرجاعهم إليه. وهكذا ستزرع فيهم قيَمنا بدل عكوفهم على اليوتيوب والفايسبوك.

هل باستطاعتنا الحصول على نموذج المستمعين كلّهم؟

بالتأكيد نعَم. فهذه أسهل خدمة يقدّمها الذكاء الاصطناعي لك بشكل فردي أو جماعي.

فلترافقنا التكنولوجيا

من الضروري التأكيد على أن لا نكون ممانعين للتكنولوجيا، فلْترافقْنا. فالإذاعة الرقميّة يمكن أن توضع في تطبيقات مختلفة. وحتى نستوعب أكثر، يمكننا إنشاء تطبيقات خاصة بنا، الأمر الذي يجعل وسائل التواصل الاجتماعي تُقبل على الإذاعة لتأخذ منها لا العكس. وعلى سبيل المثال نستطيع أن ننشئ تطبيقات تتزامن مع راديو السيارة الرقمي، تُؤخذ منه كلّ التفاصيل

من نموذج المستمع الفردي التي تعنيك (ما استمعت إليه في خلال اليوم.. وخلال الساعة... ونوعية البرامج التي تستمع إليها يوميا وأسبوعيا وشهريا، ونموذج الاستماع الخاص بالفرد..) وما إلى ذلك، ونضمّ إليه السمْع عند الطلب Audio on Demand، ونستطيع أيضا أن نجري تجربة فردية لكلّ واحد في الوقت الذي يريده. وبذلك نكون نجحنا في مشاركة التطبيقات الصوتية مع الإذاعة في كلّ شيئ وأكثر من ذلك.

- من الضروري، عند تحويل ورقمنة المحطات الإذاعية، وجود عدد كبير من المحطات الإذاعية الرقميّة، وذلك يتطلّب محتوى كبيرا جدّا، من أغانٍ وبرامج منوّعة ومتخصّصة. فكيف أصنع ذلك؟ فإذا كنتُ قد أتممت الرقمنة، وحصلت على الخمسة عشر أو العشرين تردّدا من تردّد المحطة الأنالوج، يكون من الضروري إنشاء محتوى جديد. فكيف العمل؟ هنا لا بدّ من إدخال الذكاء الاصطناعي، ومذيعين جدد بأفكار جديدة، فبعشرين تردّدا: 20 محطة، على الطيف الراديوي سيكون العدد 400 محطة راديو رقمي، فمَنْ هو قادر على إدارة هذا العدد من غير أن يكون لديه القدرة لإنتاج الأربعمائة محطة إذاعية في ذات الوقت. فلذلك **وجب إدخال مذيعين جدد من الشباب، ومواهب عديدة في شتى المجالات، مع استخدامنا للذكاء الاصطناعي، حتى نلائم هذه القفزة النوعية بشكل مدروس.**

- **إنّ المزج بين المذيعين والذكاء الاصطناعي يعطي تجربة فريدة للمستمعين.**

وهذا ما نريد تحقيقه. هناك محطات كثيرة الآن تشتغل بالذكاء الاصطناعي، في أمريكا مثلا، ولكن هل هذه تجربة ثريّة؟ شخصيّا أرى أنها تجربة ليست ثريّة أبدًا، ولابدّ أنّ نضيف إليها تجربة مذيعين موهوبين، وهذا هو الذي يربط بين الإذاعة وبين الجمهور. فأنا حينما أكون بصدد متابعة الإذاعة، أحبّ أن أسمع فلان الفلاني فأنتظره وأستمع إليه.

- ويمكن كذلك الوصول إلى جمهور جديد، من خلال فهم المزاج الفردي للمستمعين والعمل عليه، كما إدخال التقنيات الحديثة ومعرفة النموذج الفردي للمستمعين تحويل الإذاعة الرقميّة إلى منطقة خاصة وفريدة. وللعلْم، لو أمكننا، في سنتين أو ثلاث، تنفيذ هذه التقنيات في الراديو، ستكون إضافة جيّدة خاصّة بالنسبة إلى الشباب، حيث سيستمع وسيبدي رأيه. أنا كنت شابا في يومٍ مّا، وكنت غاضبا جدّا ولا يعجبني كلّ هذا. والآن بدأت أفهم لماذا هم يتصرّفون هكذا. فهم محتاجون إلى منصّة تعبّر عنهم وتتناغم مع أحلامهم.

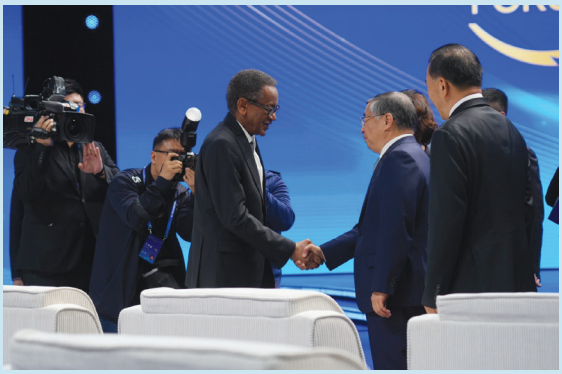
المنتدى الثالث لمجموعة الصين للإعلام

إصدار مبادرة العمل الإعلامي لحوكمة الذكاء الاصطناعي

ركّز هذا المنتدى الذي أقيم يوم 29 أبريل 2024 بالعاصمة بيكين، على تطوير هذه التكنولوجيا المتقدّمة، ودارت أعماله بحضور ما يزيد على 200 مشارك من المنظمات الدولية ووسائل الإعلام ومراكز البحوث والشركات المتعدّدة الجنسيات. و مثّل اتحاد إذاعات الدول العربية فيه المهندس عبد الرحيم سليمان.

أبدى رئيس مجموعة الصين للإعلام في الجلسة الافتتاحية رغبة المجموعة في التعلّم والاستفادة المتبادلة مع الأصدقاء في جميع أنحاء العالم، والاستكشاف المشترك للإمكانات اللامحدودة للذكاء الاصطناعي، وضخّ المزيد من الطاقة الإيجابية في تطوير بناء مجتمع ذي مستقبل مشترك للبشرية.

هذا ودعا المشاركون في المنتدى، الإعلام إلى تسريع التحوّل الذكي، والمساعدة في بناء جسر التبادلات، والتعاون على الصعيد الدولي بشأن حوكمة الذكاء الاصطناعي لتسهيل تطوّره الصحّي والمنظّم والآمن.



ومن أبرز النتائج التي تمّ الخروج بها : إصدار مجموعة الصين للإعلام بشكل مشترك مع اتحاد إذاعات الدول العربية واتحاد إذاعات آسيا والمحيط الهادي واتحاد الإذاعات الإفريقية والاتحاد الأوروبي لتبادل الأخبار واتحاد الصحافة لأمريكا اللاتينية **"مبادرة العمل الإعلامي لحوكمة الذكاء الاصطناعي" قصد دعوة وسائل الإعلام، إلى جمع توافق الآراء على نطاق واسع واتخاذ إجراءات عملية لتعزيز الحوكمة العالمية للذكاء الاصطناعي، ودفع التطوّر الصحّي والمنظّم والآمن للذكاء الاصطناعي، وتسريع بناء مجتمع ذي مستقبل مشترك في الفضاء الإلكتروني .**

وخلال اللقاءات التي جمعته بعديد الشخصيات المشاركة في المنتدى، أبرز المهندس عبد الرحيم سليمان انخراط الاتحاد التامّ في مواكبة ما يشهده القطاع السمعي البصري من تطوّرات متلاحقة، وسعيه الدؤوب من أجل تمكين هيئاته الأعضاء من الأخذ بناصية هذه التطوّرات، وفي مقدّمتها تقنيات الذكاء الاصطناعي، وما تتيحه من فرص واسعة لتطوير العمل الإعلامي.

وذكّر بأهمّية موضوع مؤتمر الإعلام العربي في دورته الثالثة حول "الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي"، وما تمخّض عنه من توصيات هي بمثابة خارطة طريق للسبل المثلى في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

مشاركة الاتحاد في المؤتمر السنوي والجمعية العامة للكوبيام

دعمًا للتعاون الإقليمي والدولي

احتضنت مدينة نابولي الإيطالية يومي 18 و19 أبريل 2024 المؤتمر السنوي (31) والجمعية العامة (30) للمؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية في المتوسّط ، وذلك تحت شعار : **«الأجيال الجديدة والتربية الإعلامية ، تعزيز الوعي والتفكير النقدي لدى الشباب ».**

ودارت أعمال المؤتمر ، وقد شارك فيها مسؤولو وممثّلو الهيئات الإذاعية والتلفزيونية والمواقع الإلكترونية ومعاهد وكلّيات التكوين الصحفي ، وباحثون في الإعلام السمعي البصري والإعلام الجديد وممثّلو جمعيات مهنية ومراكز بحث في دول منطقة البحر المتوسط ، وكذلك وفود الاتحادات الإذاعية الإقليمية الأوروبية والإفريقية والآسيوية والعربية ، من بينها الأسبو.

ويندرج اختيار شعار المؤتمر، بحكم التطوّرات المتسارعة للتكنولوجيا والانتشار الهائل لمصادر المعلومات، بما يفرض على الجميع، وخاصة الشباب، تطوير المهارات التقنية المناسبة وذلك لحسن التموقع في المشهد الإعلامي العالمي.

وبرز التأكيد على أنّ التربية على الإعلام والتدرّب عليه ، خاصة لدى الناشئة ، بات ضرورة حتمية لاستعادة الثقة في البيئة الإعلامية الضخمة والفوضوية ، والتي تهيمن عليها التكنولوجيا الرقميّة.

ويُذكر أنه تمّ انتخاب كريم عبد اللّه (مدير My Sat Ltd : لبنان) رئيسا للمجلس التنفيذي الجديد ، وكلاودينو كابون في منصب الأمين العام للكوبيام ، وانتخاب نوّاب الرئيس ، من بينهم ممثّل هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية للمرّة الأولى.

الأسبو شريك دولي لجوائز الإعلام الدولية للسلام
حول « الوقاية من النزاعات وحلّ النزاعات »

من أجل الترويج لقيم السلام والتسامح والتنمية المستدامة

تمّ اختيار اتحاد إذاعات الدول العربية كأحد الشركاء الدوليين للدورة الأولى الخاصة بجوائز الإعلام الدولية للسلام بشأن « الوقاية من النزاعات وحلّ النزاعات»، وهي من تنظيم المعهد العالي للمديرين HEC بمونتريال (كندا) بالتعاون مع مؤسسة Pâle Bleu Dot اليابانية، وذلك إيمانا منها بالدور الفاعل الذي يمكن أن يضطلع به الإعلام في المجتمعات ، من خلال مساهمته في إرساء مبادئ السلام والحوار.

والغاية من هذه الجوائز، هي الترويج لقيم السلام والتسامح والتنمية المستدامة، بتغيير الذهنيات والتصرّفات ودعم الجهود الرامية إلى إحلال السلام في العالم.

وفي هذا الإطار، دعت الإدارة العامة للاتحاد هيئاتها الأعضاء إلى المشاركة في هذه المسابقات، دعمًا للحضور العربي في مثل هذه المنافسات الدولية.

وبمناسبة إطلاق هذه الجوائز، بيّن د. جواد متّقي الأستاذ بقسم الأعمال الدولية في المعهد العالي للمديرين أنّ الإنسانية تواجه اليوم تحدّيات لم تشهدها من قبل، من الصراعات الطبيعية والمصطنعة وتغيّر المناخ إلى التدهور البيئي. وتسبّب تلك الأزمات معاناة هائلة للبشرية، وتشكّل مخاطر مهولة على كوكب الأرض، وهو ما يخلق حاجة ملحّة، أكثر من أيّ وقت مضى، لتعزيز قيم السلام والتسامح والتفاهم المتبادل والتنمية المستدامة، من خلال تغيير أفكارنا وسلوكياتنا وأفعالنا.

وتبعا لذلك، يمكن لوسائل الإعلام لعب دور حاسم في تشكيل الرأي العام والإسهام في تحقيق السلام والاستدامة، وهو الهدف الأساسي من بعث جوائز الإعلام الدولية للسلام حول «الوقاية من النزاعات وحلّ النزاعات ».

الاتحاد يشارك في المعرض الدولي للإعلام الرقمي واتصالات الأقمار الصناعية - كابسات 2024

مشاركة جادّة واهتمام كبير بأنشطة الأسبو وخدماته في مجالات الإعلام السمعي البصري والتكنولوجيا المتطوّرة

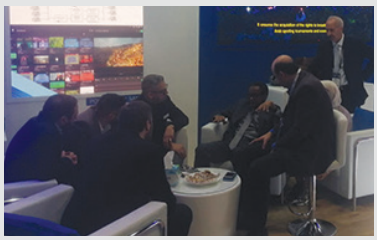
احتضنت دبي ، الإمارات العربية المتحدة (21 – 23 مايو 2024) هذا المعرض الذي يعتبر حدثا عالميا بارزا في قطاعات البثّ والأقمار الصناعية وإنشاء المحتوى والإنتاج ووسائل الإعلام الرقميّة، إذ يمثّل وجهة صانعي المحتوى والمنتجين ومزوّدي تقنيات البثّ وشركات توزيع الأقمار الاصطناعية وتوزيع المحتوى، لاستكشاف عوامل ومنهجيات النجاح ، ورسم خارطة طريق مستقبلية لتحقيق المزيد من النموّ.

الاتحاد شارك في هذه التظاهرة بوفد ترأسه المدير العام المهندس عبد الرحيم سليمان، وقد خصّص جناحًا للتعريف بأنشطته وبالخدمات الهامّة التي يسديها في مجالات البثّ وتغطية الأحداث الكبرى وشبكات التبادل وتطوير التكنولوجيا المستعملة في الغرض..

كما تولّى الاتحاد إنشاء موقع للعرض قدّم خلاله تفاصيل الأنشطة التي يوفّرها في مختلف مجالات الإعلام السمعي البصري ولهيئاته الأعضاء والإعلام العربي والدولي.

وكانت مناسبة لعقد اجتماعات مع وفود الهيئات الأعضاء ، تركّزت على الخدمات التي يقدّمها الاتحاد لهيئاته في ميادين التبادل والتغطيات والتدريب.

وفي مستوى آخر، نظّم الاتحاد اجتماع المجموعة العربية للتلفزيون عالي الدقة وما بعد ، ترأسه المهندس فارس لبادة ، بمشاركة ممثّلي الهيئات الأعضاء والقنوات الخاصة والشركات المصنّعة والمزوّدة للتجهيزات ، حيث قُدّمت عروض للمشاركين حول أنشطة الاتحاد وخطط عمله وبرامجه. ومثّل الاجتماع فرصة لمتابعة عروض ممثّلي الشركات ذات العلاقة ، حول التطوّرات التكنولوجية ، وبخاصة التجهيزات التي تعتمد على البرمجيات في الاستخدام ، والتي أصبحت تدمج خدمات الذكاء الاصطناعي ضمن منتجاتها.



مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون بالبحرين

جناح خاص للاتحاد بسوق الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني

أقيمت الدورة (16) لهذا المهرجان بالمنامة (28 – 30 مايو 2024) ، وشارك الأسبو فيها بوفد ترأّسه مديره العام.

واشتملت هذه التظاهرة التي يُنظّمها كلّ سنتين جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج بالتعاون مع وزارة الإعلام في مملكة البحرين، فعاليات متنوّعة ، أضيفت إليها في هذه الدورة للمرّة الأولى فعالية جديدة ، هي جوائز الدانة للدراما التلفزيونية.

الاتحاد شارك بجناح في سوق الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، عرّف زائريه بأنشطته المختلفة في مجالات التبادل الإخباري والبرامجي ، وأنظمة البثّ الإذاعي والتلفزيوني والتكنولوجياوالتدريب.

وكانت للمهندس عبد الرحيم سليمان سلسلة من اللقاءات مع رؤساء وفود الهيئات المشاركة في المهرجان ، وعدد من ممثّلي الشركات والمنظّمات الناشطة في القطاع السمعي البصري.

وقد أشاد رؤساء الهيئات بالجهود المتواصلة التي يبذلها الاتحاد من أجل تطوير خدماته ، سواء في مستوى التبادلات الإخبارية والبرامجية أو التدريب المهني ، كما نوّهوا بمواكبة الأسبو للتطوّرات المتسارعة في المجال التكنولوجي، على نحوٍ أكسب تلك الخدمات مستوًى هندسيا وتقنيا عاليا.

الاجتماعات نصف السنوية للجان الدائمة للاتحاد تعقد (عن بعد)

مايو 2024 :

لجنة البرامج التلفزيونية

نحو مزيد الارتقاء بجودة البرامج المتبادلة

عقدت لجنة البرامج التلفزيونية اجتماعها (20) في مقرّ الاتحاد، وسجّل تطوّر ملحوظ لمنظومة التبادل البرامجي التلفزيوني، مع الحثّ على مزيد تفعيلها، من خلال العمل على الارتقاء بجودة البرامج المتبادلة، ومواكبة الأحداث والتظاهرات الثقافية والمهرجانات الفنية والمناسبات الدينية في الدول العربية وتوفير تغطياتها عبر شبكة الاتحاد للتبادل.

الخطة البرامجية التلفزيونية لعام 2024

ربوع بلادي ⟵ الفنون الشعبية في الوطن العربي

الوثائقي السنوي ⟵ المتاحف في الوطن العربي

سهرات عربية

الإنتاجات المشتركة والتبادلات الثنائية

برامج المناسبات الدينية

التبادلات البرامجية : الانتعاشة

توجيه الشكر إلى التلفزيون الفلسطيني لعرضه أكثر من 70 برنامجا على المنصّة السحابية الجديدة حول القضية الفلسطينية ، تزامنا مع العدوان الصهيوني على الشعب الفلسطيني.

استعراض المسابقات التلفزيونية

في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (الدورة 24)

الإنتاج التلفزيوني العربي

تنفيذ الصيغة 7 بعنوان « إبداع بلا حدود »

سير إنجاز الصيغة 10 من الإنتاج التلفزيوني العربي الأوروبي المشترك « بين الضفاف » :

سلطة الفن : الإبداع من أجل التغيير.

الاجتماع (20) للجنة الأخبار التلفزيونية

22 مايو 2024

يتبيّن من خلال تقييم الإدارة العامة للتبادلات الإخبارية العربية اليومية أنّ الأوضاع في فلسطين المحتلّة طغت على التبادلات الإخبارية، حيث قامت هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية بتوفير تغطية تلفزيونية ومواكبة حينيّة للمستجدّات الطارئة في قطاع غزّة، جرّاء الحرب الإسرائيلية على الشعب الفلسطيني الصامد.

وتعزيزاً لهذه التغطية، تعاقد الاتحاد مع مراسلين إخباريين في فلسطين لتوفير تغطية تلفزيونية يومية وشاملة للأحداث الجارية هناك.

وحسب تقرير مركز التبادل بالجزائر، فإنّ العدد الجملي للأخبار المتبادلة بلغ 5105 خبر، أغلبها (4649) على منصّة أسبو السحابية، أي ما يعادل نسبة 91% والبقية على المينوس بلاص.

وفيما يتعلّق بالتبادلات مع الاتحادات الإذاعية الإقليمية الشريكة، تولّى الاتحاد خلال الأشهر الأربعة الأولى من سنة 2024، اقتراح أكثر من 559 موضوعا متنوّعا على منصّة اليورفيزيون، وما يزيد على 100 موضوع متوسطي، في إطار حقيبة تبادل الأخبار المتوسطيّة. وما يفوق 80 خبرا على المنصّة الآسيوية، وقرابة 57 موضوعا على منصّة الاتحاد الإفريقي.

وتوقّفت اللجنة عند مُخرَجات الاجتماع السنوي للمنسّقين (بالجزائر 2024)، حيث تمّت الإشادة بتبنّي آلية التدفّق الإخباري الحرّ على منصّة الأسبو كلاود، ممّا أدّى إلى تطوّر كبير شهدته التبادلات الإخبارية، كما نوّه التقرير بالتعاون القائم مع الآسيافيزيون واليورفيزيون في مجال تبادل الأخبار.

واستعرضت اللجنة مدى تقدّم تنفيذ خطّة الاتحاد في مجال تغطية الأحداث الكبرى داخل المنطقة العربية وخارجه.

لجنة الإذاعة في اجتماعها (32)

23 مايو 2024

في الثلاثية الأولى من هذا العام: ناهز حجم التبادلات الإذاعية 1790 ساعة

استأثرت احتفالية اليوم العالمي للإذاعة باهتمام المشاركين في هذا الاجتماع، وكانت وُضعت تحت شعار : (الإذاعة : مائة عام من التعليم والترفيه والإعلام). وقد ساهمت فيها الإذاعات المركزية على النحو التالي : الإذاعة الجزائرية (عن شمال إفريقيا) وإذاعة العراق (عن الخليج العربي) والإذاعة المصرية (عن الشرق الأوسط).

وبعد استعراض المسابقات الإذاعية البالغ عدد الأعمال المرشّحة لها 143 عملا ، تابعت اللجنة ما قام به الاتحاد في إطار إحياء الذكرى (48) ليوم الأرض (30 مارس 2024)، بالتنسيق مع إذاعة العراق كإذاعة مركزية للبثّ المفتوح، مع الإذاعة الفلسطينية.

إلى جانب الخطّة المقرّرة بالنسبة إلى اليوم الإعلامي المفتوح لدعم القضية الفلسطينية وصمود القدس (29 نوفمبر 2024).

وفيما يتعلّق بسير تنفيذ الإنتاج المشترك بالتعاون مع الكوبيام، فإنّ الجانب العربي يشارك في السلسلة البرامجية "فلاسفة العرب : القدامى والمعاصرون" بما يساوي 12 هيئة إذاعية...

واطلعت اللجنة على برنامج تنفيذ تظاهرات العواصم العربية لسنة 2024

(القدس) : عاصمة دائمة للإعلام العربي

(طرابلس) : عاصمة الثقافة العربية

(مراكش) : عاصمة الثقافة الإسلامية

(المنامة) : عاصمة الإعلام العربي.

وفيما يتعلّق بالتبادلات الإذاعية للأشهر الثلاثة الأولى من عام 2024، فإنّ حجمها الإجمالي، بين برامجية وإخبارية، بلغ 1788 س و8 دقائق، أي بمعدل يومي 19 س و 39دق.

لجنة الإعلام الجديد (الاجتماع 11)

31 مايو 2024

بحث أعضاؤها جملة من المسائل ذات العلاقة بمجال اختصاصها : من ذلك إقبال الهيئات الإذاعية والتلفزيونية على المشاركة في مسابقة الإعلام الجديد بمناسبة الدورة (24) للمهرجان العربي لإذاعة والتلفزيون. وتمّ التعرّف على نشاط مكتب الإعلام الجديد في مجال نقل المهارات لفائدة الهيئات بالتعاون مع إدارة التكنولوجيا والتطوير، وبرز التأكيد على أهمّية التدريب المرتبط باستغلال منظومات الذكاء الاصطناعي.

وممّا يذكر، أنّ مكتب الإعلام الجديد، قام بإنتاج العديد من المحتويات الخاصة بأنشطة الاتحاد، وذلك باستغلال تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحديدا بالنسبة إلى مؤتمر الإعلام العربي، والترويج لدورة المهرجان والإعلان عن نتائج مسابقاته الإذاعية والتلفزيونية، والتحكيم عن بعد.

وكان الاجتماع مناسبة قدّمت فيها إدارة التكنولوجيا والتطوير بيانات حول منصّة الأسبو السحابية التي انطلقت مرحلتها التشغيلية، بعد إقامة دورات تدريبية لصالح الهيئات الأعضاء، اهتمّت بالتعريف بالخدمات التي توفّرها المنصّة في المرحلة الحالية وهي :

- تبادل الملفّات وتحريرها Dalet Flex
- البثّ الحيّ وتسجيله TVU والبثّ على بروتوكول RTMP/SRT
- الفهرسة بواسطة الذكاء الاصطناعي News bridge
- التنسيق والتواصل وإرسال التنبيهات Slack
- ربط أخبار اتحاد الإذاعات الأوروبية EBU

وعن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في بلورة رأي عام محلّي عربي ودولي تجاه العدوان الإسرائيلي على قطاع غزّة، يستفاد من بيانات مركز التبادل أنّ الفضاء الرقمي استقبل فيضا من التقارير المدعومة بالصور، وهو ما يساهم فيه اتحاد إذاعات الدول العربية عبر مراسليه بغزّة والضفّة الغربية والقدس، من خلال ما يزيد على 1500 تقرير إلى موفّى شهر مايو 2024.

لجنة الشؤون الهندسية (الاجتماع 63)

29 مايو 2024

بحث الفرص المتاحة والتحدّيات التي تواجه الراديو في المرحلتين الراهنة والقادمة

اطلعت اللجنة على أنشطة الاتحاد من خلال تنفيذ عدّة فعاليات هندسية حضوريا، وباستخدام منظومة مؤتمرات الفيديو عبر شبكة الإنترنت

- **المؤتمر العالمي المشترك الشتوي (ماليزيا)**
- **اجتماعات مهندسي الاتصال ومشغّلي شبكات التبادل (الجزائر)**
- **المجموعة الهندسية "ج" حول الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**
- **المجموعة الهندسية "ب" حول الإرسال الإذاعي والتلفزيوني**
- **المجموعة الهندسية "د" حول الفضاء والتبادل.**

واستعرضت اللجنة آخر المستجدّات بشأن نظام الاتصال للتبادل متعدّد الوسائط والخدمات عبر الساتل MENOS-Plus ، حيث تمّ إيقاف شبكة المينوس القديم، ويتواصل ربط الهيئات بشبكة المينوس بلاص.

وبالتوازي مع ذلك، انطلقت المرحلة التشغيلية لمنصّة أسبو السحابية منذ مايو 2023.

هذا واطلعت لجنة الشؤون الهندسية على نشاط الاتحاد في إطار علاقات التعاون العربي والدولي في المجال الهندسي، ومنها بالخصوص : اجتماع اللجنة الهندسية للاتحادات الإذاعية العالمية WBU-TC.

والورشة الهندسية المشتركة بين الأسبو واتحاد الإذاعات الأوروبية، وكذلك استضافة الاتحاد منتدى مجموعة تبادل المحتوى للاتحادات الإذاعية العالمية، بحضور ممثّلي الاتحادات الإذاعية : الأوروبية والإفريقية والأمريكية الشمالية، فضلا عن الخبراء المختصين الدوليين في مجالات الإنتاج والبثّ والتشغيل السمعي البصري.

وتمّ التحاور بشأن الفرص والتحدّيات التي تواجه الراديو في قرنه الثاني، من ذلك البثّ عبر الإنترنت والإذاعة الرقميّة في السيارات...

ورشة عمل حول الإنتاج والبثّ الإذاعي والتلفزيوني :

ألقيت في هذه الورشة عدّة مداخلات تناولت المواضيع التالية :

- **إنتاج المحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي**
- **منظومة الإنذار المبكّر**
- **تطوّرات بثّ الفيديو الرقمي DVB-I**
- **مستجدّات هيئة أنظمة التلفزيون المتطوّرة ATSC**

في المكتبة الإعلامية

الاتصال الجديد والانفجار المجتمعي
المفاهيم ...فضاءات التوظيف والتأثيرات

هذا الإصدار للأستاذ الجامعي والإعلامي د. نورالدين الحاج محمود جاء في 333 صفحة ضمّت العناوين التالية:

- الجانب المفاهيمي للخطاب والإعلام والتواصل والاتصال.
- المسارات التاريخية الأولى للخطاب والإعلام والاتصال والتواصل.
- الإشهار والمجتمع، من حيث التأثير والارتباط بالمستهلك.
- في مفهوم الهويّة والتحوّلات الاتصالية، ونشوء الحضارة الرقميّة الجديدة.
- اللغة والاتصال في زمن الذكاء الاصطناعي.

وتابع الكتاب أهمّ المتغيّرات التي يمرّ بها العالم، على غرار الحرب الإسرائيلية على غزّة وتأثير حرب الإعلام فيها، وكذلك الصراع الدائر في أوكرانيا... وأراد الإجابة عن الإشكاليات المطروحة في باب تأثير وسائل الاتصال مجتمعيا وسلوكيا وسياسيا وثقافيا وفكريا، وكيف يمكن التوقّي من هذه المضامين الوافدة والإمطارات العاصفة التي أنشأت إنسانا جديدا مغايرا لما كان.

والكتاب بأجزائه الخمسة بحث في الإعلام والاتصال بمختلف وسائله ومحامله، بحثا أكاديميا عميقا، راصدا أهمّ المتغيّرات المتسارعة ومدى تأثيرها على الفرد والجماعة، من خلال التوظيف الجيّد لوسائل الاتصال الجديدة التي أصبحت سلطة حقيقية في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، في ظلّ هذه المفاهيم السائدة، مثل تقديم المعلومات الخاطئة والكاذبة التي تحدّدها جهات فاعلة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ولم يغفل صاحب الكتاب عن متابعة مجموع المفاهيم المسيطرة، مثل الذكاء الاصطناعي والصناعات الإبداعية والهويّات الرقميّة المهيمنة في عصر الإعلام وما بعده، وواقع ما بعد الحقيقة التي أصبحنا نعيشها ونتفاعل معها سلبا وإيجابا حسب حجم الأدوات التي نمتلكها وقوّة نفاذها.

الذكاء الاصطناعي ووسائل الإعلام في القرن الحادي والعشرين

هذا الكتاب من تأليف أ. د عبد الرزاق الدليمي، وقد مهّد له بالقول إنّ الذكاء الاصطناعي (AI) أصبح نقطة نقاش رئيسية في السنوات الأخيرة، وتستثمر العديد من الشركات بكثافة في تطوير حلول الذكاء الاصطناعي.

ويمكن لهذه التكنولوجيا المتقدّمة أداء المهامّ المرتبطة عادةً بالذكاء البشري، مثل التفكير المنطقي والتعلّم وحلّ المشكلات والإدراك.

والكتاب محاولة لسبر أغوار المستقبل القريب، حيث سنرى تحوّلًا من الاستهلاك السلبي، إلى المشاركة النشطة مع الذكاء الاصطناعي، وسيشمل مستقبل الوسائط المزيد من تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومنها على وجه التحديد ما يتعلّق بوسائل الإعلام الحديثة.

جاء الكتاب في سبعة فصول، تناول فيها موضوعات مهمّة منها: ما هو الذكاء الاصطناعي؟ ومستقبل الذكاء الاصطناعي وأثره في صناعة التلفزيون، وتطوير التلفزيون والذكاء الاصطناعي، والذكاء الاصطناعي وإنتاج المحتوى، التطبيقات الحديثة للذكاء الاصطناعي وبرمجة التلفزيون... ولماذا تتسارع وتيرة الذكاء الاصطناعي للمؤسسات، والذكاء الاصطناعي وأثره في البثّ، وعلم الوجود في الذكاء الاصطناعي لتسريع تبادل المعلومات ودمج الذكاء الاصطناعي في التلفزيون الذكي، ودور الذكاء الاصطناعي AI في صناعة الإعلام. والذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي، وانعكاس الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، والروبوت سيّد أخبار تلفزيون المستقبل. والظواهر الإعلامية الجديدة وقانون الثورة الصناعية الرابعة، والهيمنة الرقميّة والذكاء الاصطناعي، وإعلام المستقبل. والتأثيرات الأخرى للذكاء الاصطناعي...

Abstract

The new issue of the Arab Radio Magazine focuses on the twenty-fourth edition of the Arab Radio and Television Festival – a media, artistic and technological event organized by the Arab States Broadcasting Union under the theme "Supporting Palestine". This edition is an affirmation of solidarity with the Palestinian people who remain steadfast in the face of the Zionist entity's genocidal war on Gaza, the occupied territories and Al-Quds.

In the editorial page of the issue, ASBU Director General, Eng. Abdelrahim Suleiman indicated that an important part of the festival was devoted to this topic, including a symposium on "The War Media or the War on Media: Palestine as a Case Study," to which an elite group of political analysts and academics from Palestine and Lebanon was invited. In this context, all proceeds from a musical concert held in the Carthage Amphitheatre in front of some 8,000 spectators were donated to our Palestinian brothers and sisters. At the festival's closing ceremony, the musical performance "Ruh al-Arab" ("The Spirit of Arabs") by the Arab Symphony Orchestra included a song dedicated to Palestine and performed by a number of Arab singers.

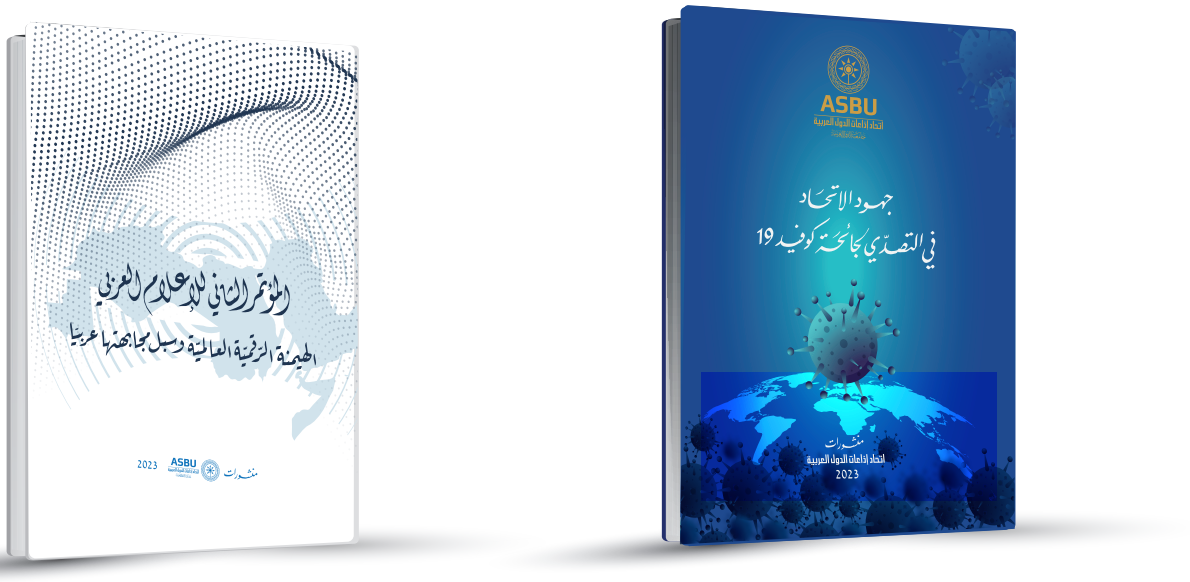
The magazine also includes an article entitled "The Palestinian Cause in Western Media: from Invisibility to Disinformation", which analyzes the way in which the media reported on the current events in Gaza, shedding light on the background and premises underlying its coverage of these events, and revealing the hidden meanings and conclusions it gives rise to.

The thematic dossier of the issue deals with "Digital Radio: New bases and features." It includes three studies. The first one addresses the issue of the "digital practice in producing media content in the public service broadcasting," and raises the following questions: What is meant by digital transformation in the radio field? What are the main techniques and means used in producing digital radio content? To what extent has this service benefited from digital technologies and capabilities in the production and development of its media content?

The second study asks whether a podcast can be an alternative to radio, and reviews its most important uses by the public in the media, as well as its economics, and the reasons for its popularity...

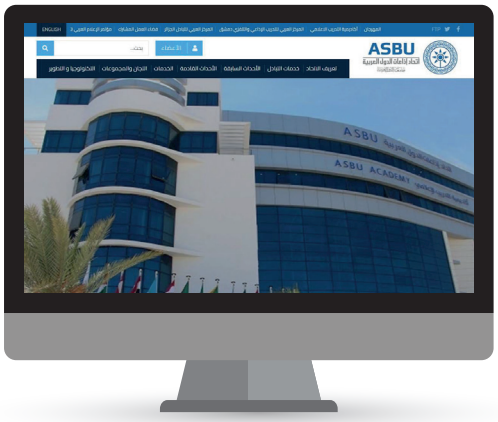
The thematic dossier concludes with a study on digital radio as a new mass communication medium.

منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية



يمكن للقارئ الكريم تصفّح النسخ الإلكترونية لمنشورات الاتحاد بالدخول إلى موقعه على شبكة الإنترنت

www.asbu.net



ISSN : 0330 – 6518

AL IDÂ ÂT AL ARABIYYAH

Radiodiffusion arabe
Revue trimestrielle spécialisée
publiée par
L'Union de Radiodiffusion des Etats
Arabes (A.S.B.U.)

AL IDÂ ÂT AL ARABIYYAH

Arab Broadcasting
Quarterly specialised review
published by the Arab States
Broadcasting Union (A.S.B.U.)

ASBU
اتحاد إذاعات الدول العربية
جامعة الدول العربية

المركز العمراني الشمالي
ص.ب 250 - 1080 - تونس
الهاتف : 000 849 71 (00216)
الفاكس : 054 843 71 (00216)
العنوان الإلكتروني : asbu@asbu.intl.tn
www.asbu.net

Conception et impression imprimerie Tunis Carthage