

The future of Arab media and its present in light of digital transformation

مستقبل الإعلام العربي و حاضره في ظل التحول الرقمي

Dr. Majed Abdul Aziz Issa Alkhawaja,

Former government administration manager,
training consultant, and critical journalist

د. ماجد عبد العزيز عيسى الخواجا ،

مدير إدارة حكومي سابقا ومستشار للتدريب وكاتب صحفي
ناقد

ABSTRACT

The study sought to try to answer many of the research questions contained in it related to the reality and future of Arab media in light of digital transformation, and the study aimed to identify many research objectives, including knowledge of media, digital transformation, the reality of Arab media and its future prospects, and the role of digital transformation in the future of Arab media. . As for the methodology of the study, the descriptive and analytical approach was followed that suits the nature of the study, and many studies, reports and scientific references related to the study were referred.

الخلاصة

سعت الدراسة إلى محاولة الإجابة عن عديد من الأسئلة البحثية الواردة فيها والمتعلقة بواقع ومستقبل الإعلام العربي في ظل التحول الرقمي، وهدفت الدراسة إلى تعرف عديد من الأهداف البحثية ومنها تعرف الإعلام، التحول الرقمي، وواقع الإعلام العربي وآفاقه المستقبلية، ودور التحول الرقمي في مستقبل الإعلام العربي. أما منهجية الدراسة فقد تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يناسب طبيعة الدراسة، وتم الرجوع للعديد من الدراسات والتقارير والمراجع العلمية ذات الصلة بالدراسة. وأظهرت الدراسة عددا من النتائج أبرزها أن الإعلام والقائمين عليه أصبح في حالة من التحول الدائم ، وأن هذا التحول يفرض شروطا تتناسب مع التغيرات الكبيرة في عالم الاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي، وتم بناء على النتائج وضع عددا من التوصيات ذات العلاقة بالدراسة وأهدافها.

الكلمات المفتاحية:

إعلام، تحول رقمي، إعلام معاصر، أخلاقيات الإعلام، مسؤولية مهنية، مسؤولية اجتماعية، مسؤولية أخلاقية ، وسائل تواصل اجتماعي، إعلام عربي.

Keywords:

Media ،Digital Transformation ،Contemporary Media ، Media Ethics. Professional ،Social and Ethical ،Responsibility ،Social Media ،Arab Media.

Received

استلام البحث

23/8/2023

Accepted

قبول النشر

25/10/2023

Published online

النشر الالكتروني

15/12/2023

مقدمة :

منذ أن أعلنت العولمة عن جموحها والعالم يعيش في خضم بحر متلاطم من الأمواج المعرفية التي تكاد تعصف بكل المسلمات المهيمنة على الحضارة البشرية منذ مئات السنين.

إن ما يحدث من تحولات حاسمة ومفصلية تجعل من البديهيات التي عشنا عليها مجرد شيء من الأساطير لا يمكن التعويل عليها في مسيرة ركب الحداثة والعولمة.

لقد جاءت أحداث العالم العربي عبر السنوات الماضية لتعصف بالكثير من القناعات الراسخة التي ما كان الوعي ولا الذهنية العربية بقادر على تخيل حدوثها.

لم يخرج محمد البوعزيزي فقط باحثاً عن فرصة عملٍ أو وظيفة، بقدر ما حملت صورة حرقه لنفسه مشهداً باعثاً ناشداً للحرية المستلبة، تلك الحرية التي جاهدت الأنظمة السياسية على خنقها ووأدها باستخدام مبررات ومسوغات أثبتت الوقائع التاريخية كذبها ووهنها.

لم يعد العالم في الحاضر محكوماً بدكتاتوريات عسكرية أو حزبية أيديولوجية أو حتى اقتصادية بقدر ما هو محكوم بدكتاتوريات الإعلام من خلال آلية الرمز الظاهرة والخفية التي من خلال أطروحاتها وإيجاءاتها استطاعت أن تبرمج عقل وروح وعواطف واتجاهات الإنسان في كل مكان. لقد تحول رأس المال في عصرنا من الهيمنة الكلاسيكية العسكرية والسياسية والاقتصادية المعروفة إلى السيطرة الرمزية، ونجحت دكتاتوريات وسائل الإعلام أن تأخذ مكان دكتاتوريات الدولة وتحل محل الضمير.

هناك تحديات مشتركة بين الوطن العربي وبقية العالم تتمثل في التلوث البيئي الذي لا يعرف الحدود الجغرافية أو البشرية، وفي مواجهة أمراض جديدة لم ترها البشرية قط مثل مرض الإيدز أو جنون البقر، أو تفشي الأمراض السرطانية والأورام، وفي نزوب مصادر المياه الضرورية للحياة والمدنية، وفي اقتراب نزوب مصادر الطاقة البترولية، وفي ازدياد الآثار الجانبية السلبية الضارة لتقدم العلوم والتكنولوجيا الهائل السريع الخطي، وفي الأصولية الثقافية التي تبشر بنهاية التاريخ وبهيمنة أيديولوجية واحدة هي الأيديولوجية الرأسمالية الليبرالية الغربية، وفي المشكلات الاقتصادية والسياسية والثقافية لظاهرة العولمة، وفي السقوط المذهل للأخلاقيات والقيم كجزء من ظاهرة ما بعد الحداثة التي تجتاح المجتمعات الغربية خصوصاً ولا تكاد تستثني أية مجتمعات أو جماعات، لأنها أضحت عابرة للجغرافيا والحدود والسيادة والخصوصيات الدينية والثقافية. ليصل الحال إلى هذا المد الهائل من الإرهاب الفكري والنفسي والاجتماعي والديني والطائفي والسياسي والذي أخذ أشكالاً تمددت واتسعت في ظل الفراغ القيمي والوطني والمساحات الفاصلة بين الحاكم والمحكوم.

إن للإعلام أدوار هامة وحاسمة في العديد من الشؤون الحياتية السياسية منها والاقتصادية والفكرية والاجتماعية والدينية.

وينضوي تحت مفهوم الحرية اعتراف ضمني وصريح بحق الجميع في صون شؤونهم الحياتية المختلفة، سواء حقهم في الحياة والاعتقاد والفكر والعادات والاتجاهات وحقهم في التمايز والاختلاف عن غيرهم.

فالحرية هي العتبة الأساس لبناء مجتمع صحي متناغم ومنسجم يقوم على إعطاء كل فرد أو جماعة حق تحديد احتياجاتهم وطموحاتهم وتوقعاتهم ضمن سقف واحد يظل الجميع ألا وهو سقف المواطنة والوطن.

لقد أقرّت الوقائع التاريخية أن الإنسان يميل للتحضّر والعمران والانضواء تحت لواء جماعة ما. متلازماً ذلك مع ميل واضح للتفرّد والشعور بالأنا وتحقيق الذات.

كما أن التاريخ قد سطر في طبيّاته تلك الرغبة العارمة لدى البشر بالتخلّص من بدائية الفكر والحياة والتوحّش، إلى الاجتماع والتعاون والبناء والبحث عن رغد العيش والرفاه.

لم يثلم الحرية شيء مثلاً فعلت رغبة الاستحواذ والاستقواء على الآخرين بوسائل بات على جدواها تساؤلات جوهرية مثل ذريعة الأغلبية، الطائفة، المذهب، العرق، اللون، النوع الاجتماعي وكافة التصنيفات المجتمعية المتعسفة التي شرذمت المجتمع لشرائح وطبقات وفئات تتناحر كل منها للاستحواذ والهيمنة.

وفي ذلك كلّه، كان دوماً هناك دور مؤثر ومباشر وكبير لوسائل الإعلام المختلفة في تأجيج النعرات وإذكاء روح الاستبعاد والإعلاء من شأن فئة وتهميش باقي الفئات، إن المانشيتات الإعلامية التي تسعى للإثارة وشد اهتمام المتلقي هي أسّ الهدم في البناء والسلم الاجتماعي.

لقد قامت حروب واستعر أوارها من وراء خبر أو تعليق أو صورة نشرت عبر وسيلة إعلامية. وهذا يدلّ على حجم وخطورة الإعلام في تحقيق أو تهديد السلم الاجتماعي.

سعت هذه الدراسة إلى محاولة الإجابة عن عدد من الأسئلة البحثية التي تتناول حاضر ومستقبل الإعلام العربي في ظل التحول الرقمي.

المبحث الأول : منهجية البحث

إشكالية الدراسة: ما حاضر ومستقبل الإعلام العربي في ظل التحول الرقمي ؟
تجيء أهمية الدراسة من محاولة الإجابة على الأسئلة البحثية الواردة فيها، والتي تتعلق ببحث واقع الإعلام العربي ومستقبله في ظل التحول الرقمي، حيث أن الوقائع والشواهد والدراسات تؤكد وجود دور مؤثر للتحول الرقمي في مختلف التفاصيل والمناحي الإعلامية، وحيث أن الثورة المعلوماتية نسفت الكثير من المسلمات في الإعلام ووظائفه وأشكاله وكيفية التعامل معه. هذا يستتبع ضرورة إعادة هندسة العمل الإعلامي بالكامل كي يتسق مع التحولات الهائلة في عالم المعلومات وانتاجها والوصول إليها. من هنا تجيء أهمية هذه الدراسة في محاولة لمعالجة واقع الإعلام العربي وآفاقه المستقبلية بما ينسجم مع كل التحولات العولمية والرقمية بشكل محدد.

وهدفت الدراسة إلى تعرف عديد من الأهداف البحثية ومنها تعرف الإعلام، وتعرف التحول الرقمي، وواقع الإعلام العربي وآفاقه المستقبلية، ودور التحول الرقمي في مستقبل الإعلام العربي. **أما منهجية**

الدراسة فقد تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يناسب طبيعة الدراسة، وتم الرجوع للعديد من الدراسات والتقارير والمراجع العلمية ذات الصلة بالدراسة. وتحددت الدراسة بالإعلام والتحول الرقمي موضوعا وفي العالم العربي مكانا، وفي ما بعد الألفية الثالثة زمانا.

المبحث الثاني : واقع الإعلام

أولا: واقع الإعلام :

التاريخ والمفهوم والتعريف:

يؤرخ، عادة، لوسائل الإعلام الجماهيرية مع ظهور الصحف المطبوعة المنظمة إبان القرن الثامن عشر. ومن بين الوسائل الإعلامية الجماهيرية بدأ الراديو يحتل مكانه هامة كوسيلة إعلامية في نهاية الربع الأول من القرن العشرين، وعلى وجه الدقة في عام ١٩٢٢ في فرنسا، عندما بدأت محطة البث لبرج إيفل في باريس عملها لأول مرة. أما بالنسبة للتلفزيون فقد سجلت المحاولة الأولى في بريطانيا عام ١٩٣٦، وذلك عندما قامت بعض الشركات الإعلامية بإحياء أول برنامج تلفزيوني وجه للجمهور البريطاني.

هناك من عرّف الإعلام على أنه عملية دينامية تهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة ، والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة يعبر تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ^(١) وهناك من يرى الإعلام أنه تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس ، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم ، وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور ، ويتم ذلك من خلال وبواسطة وسائل تحمل للناس هذه المعلومات والحقائق والأخبار يطلق عليها وسائل الاتصال بالجماهير وهي وسائل لا تقتصر على الإعلام فقط بل تقوم بالإعلان والتعليم والترويج. ^(٢)

كما أن الإعلام عملية دينامية تهدف إلى توعية وتنقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل مواد مختلفة وتتابع فقراته وبرامجه ... ويجب أن يكون هناك فكرة محدودة تدور حول معنى معين يهدف مرسلها إلى توصيلها إلى تلك الجماهير.

وتتسم هذه العملية الدينامية بأنها تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي ، ويقوم الإعلام على التنوير والتنقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي ^(٣).

(١) محمد حمد خضر، مطالعات في الإعلام، (القاهرة: دار المريخ، ١٩٨٧)، ص ٤٢.

(٢) كرم شلبي، التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية، (القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ص ٢٤.

(٣) محمد حمد خضر، مرجع سابق، ص ٥٨

مفهوم الإعلام المعاصر: هو ذلك الإعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية، وتطبيقات النص والبيث الإلكترونية، متيحاً المشاركة للجميع كمنتجين ومتلقين للمادة الإعلامية ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة^(١).

تشويه الإدراك: الإعلامي يستخدم عدة تقنيات مهنية في الإعلام غايته فيها ضمان التأثير بالمستقبلين وضمان الانتشار للمادة الإعلامية. ومن تلك التقنيات أو الأدوات: التحيزات المعرفية- الإدراك الانتقائي- الأفكار والانطباعات المسبقة- الإثارة وجذب القارئ- المرجعيات الذهنية- القولية- الأولوية للإعلان والبعد التجاري- مراعاة النسق السياسي ورغبات مالك الوسيلة الإعلامية- التغيير الفائق تبعاً لمتطلبات الحالة والمرحلة- الانجرار وراء ما يطلبه المتلقي أو الممول أو النظام السياسي. هذه الأدوات وغيرها تؤدي إلى حالة من تشويه الوعي والإدراك لدى المتلقي للمادة الإعلامية^(٢).

إن حجم ونوعية المعلومات ومدى انسيابها وسهولة الوصول إليها، جعل للمشكلة حجماً أكبر فإذا كانت المشكلة في الماضي تتركز في شح المعلومة وخاصة المتعلقة منها بالدين والجنس والموروث الاجتماعي والسياسي وتشكيل التاريخ أحادي الاتجاه، فإن المشكلة الآن أكبر نتيجة الحجم الهائل للمعلومات وتنوعها. وعندما تزداد البدائل المتاحة يزداد الصراع والارتباك.

■ كيف هو شكل العالم الآن في ظل التحول الرقمي العظيم؟

لقد تغير مزاج القراء حول العالم كله. الآن الكل يبحث عن المواضيع الخفيفة الصاخبة، التي تحظى بالتفاعل والإثارة بسبب مواقع التواصل الاجتماعي. قلة فقط من يفضل الصحافة الرصينة، ولكنهم فقط قلة لا يمنحهم المعلن أي أهمية. "النيوزويك" قتلت نفسها، لأنها حاولت أن تحافظ على معاييرها الرفيعة. الصحافة الذكية الجميلة، التي تواكب الأحداث لحظة بلحظة، عبر تحليلات مختلفة، وآراء مثيرة سواء عبر الصحف اليومية ومواقعها الحيوية، أو المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي سحبت البساط من الجميع. بحسب تقرير صادر لمؤسسة *WE ARE SOCIAL* المعنية بقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالتعاون مع مؤسسة *Hootsuite* المتخصصة في أبحاث الإنترنت.

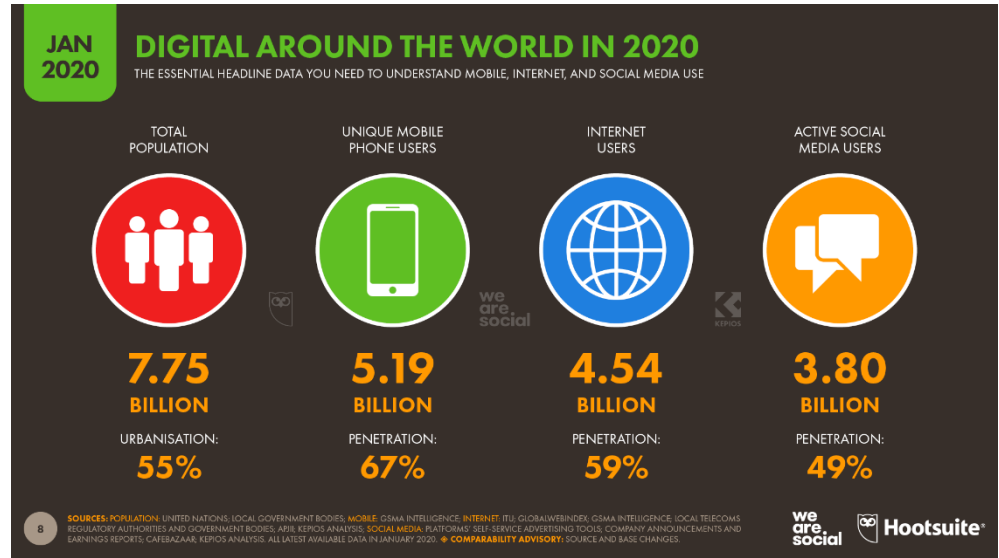
هناك أكثر من ٤.٥ مليار مستخدم للإنترنت بالعالم (٥٩% من البشر)، علماً أنه كان في سنة ١٩٩٥ أقل من ١٪، منهم أكثر من ٣.٨ مليار شخص (٤٩% من البشر) يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي.

<https://wearesocial.com/digital-2020>

(١) إبراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر " وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته"، (الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث، إدارة البحوث والدراسات الثقافية، ٢٠١٤م)، ص ٢٣.

(٢) محمد الراعي، أخلاقيات الإعلام العربي وتضارب الروايات في العمل الصحفي، ورقة بحثية، (قطر، مركز الجزيرة للدراسات) ،

١٣ يوليو ٢٠٢٠م، <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4729>



من أصل سكان العالم البالغ عددهم ٧.٧١٥ مليار نسمة هناك ٤,٧٨ مليار من مستخدمي الإنترنت. ويقضي مستخدم الإنترنت العادي ٦ ساعات و ٤٣ دقيقة عبر الإنترنت يوميا، أو ١٠٠ يوم في السنة، وهناك أكثر من ١.٨٣ مليار موقع على الإنترنت، كما أنه من المتوقع أن تصل مبيعات التجارة الإلكترونية إلى مبيعات بقيمة ٤.٩ تريليون دولار في عام ٢٠٢١.

عدد المستخدمين لموقع فيس بوك حاليا ٢.٢٧ مليار مستخدم. وعدد المستخدمين لموقع تويتر حاليا 336 مليون مستخدم نشط شهرياً. إنستجرام لديه ١ مليار مستخدم. لينكد إن لديه 500 مليون مستخدم.

أما برنامج التيك توك الذي ينمو بشكل ثوري حيث وصل عدد المستخدمين النشطين له ٨٠٠ مليون مستخدم. (أليغرين، مات، ٢٠٢١، <https://www.websitehostingrating.com/ar/internet-statistics-facts>)

لقد أظهرت أرقام عالمية حديثة، ضمن تقرير أصدرته شركة "Hootsuite" عن حالة الإنترنت حول العالم وينشر على منصة "سلايدشير" العالمية- بأن عدد مستخدمي التطبيق "Tik Tok" في كل أرجاء العالم بلغ حوالي ٨٠٠ مليون مستخدم وذلك حتى نهاية شهر تموز (يوليو) الماضي، حيث اجتاحت هذا التطبيق العالم الرقمي بسرعة كبيرة منذ انطلاقة في العام ٢٠١٦ ليعمل بطريقة مشابهة لمنصات مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن المادة الأساسية التي يتشاركها الأصدقاء فيه ليست المنشورات (الكتابات) أو الصور، إنما مواد الفيديو.

وذكرت الأرقام العالمية أن نسبة مستخدمي تطبيق تيك توك حول العالم تبلغ حوالي ١٣ % من سكان العالم ممن أعمارهم ١٣ سنة فما فوق، حيث استطاع التطبيق منذ انطلاقة قبل أربع سنوات أن يستقطب

اهتمام الصغار والشباب للمزايا التي يوفرها والمحتوى الذي يقدمه إذ تظهر تقديرات بأن أكثر من ٨٠ % من مستخدمي "تيك توك" حول العالم تتراوح أعمارهم بين ١٦ سنة إلى ٢٤ سنة^(١). يوجد أكثر من ١٧٥,٠٠٠ طفل يستخدمون الإنترنت للمرة الأولى كل يوم، مستفيدين من فرص كبيرة، ولكنهم أيضا معرضين أنفسهم لمخاطر جسيمة.

هذا هو عالم **www** وتعني **world wide web**، عالم محكوم لأكثر عدد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والذين وصلت أعدادهم حسب الترتيب الآتي :

١- **فيس بوك " Facebook "** : تصدر مواقع التواصل الاجتماعي، بأكثر عدد مستخدمين نشطين شهرياً، إذ يبلغ ٢.٦ مليار مستخدم نشط شهرياً.

٢- **واتس أب " Whats App "** : بلغ عدد مستخدمي تطبيق الرسائل الأمريكي "واتساب" ٢ مليار مستخدم نشط شهرياً، وهو تطبيق مملوك لشركة "فيسبوك"، وتم إطلاق الإصدار الأول منه في ٣ مايو عام ٢٠٠٩.

٣- **يوتيوب " You Tube "** : حققت منصة "يوتيوب" الأمريكية إيرادات بلغت ١٥.١ مليار دولار في ٢٠١٩، أي ما يقرب من ضعف الإيرادات التي حققتها في ٢٠١٧، وقد استثمرت الشركة الأم ألفابت "Alphabet" في يوتيوب من خلال طرح خدمات جديدة مثل "يوتيوب ميوزيك"، و"يوتيوب بريميموم"، وهو عبارة عن نظام باشتراك يقدم موسيقى بدون إعلانات، وقد احتلت المنصة المركز الثالث، بعدد مستخدمين نشطين بلغ ٢ مليار مستخدم نشط شهرياً.

٤- **ماسنجر " Messenger "** : يحتل المركز الرابع، بعدد مستخدمين بلغ ١.٣ مليار مستخدم نشط شهرياً.

٥- **وي شات " WeChat "** : يعد "وي شات" أكبر موقع للتواصل الاجتماعي في الصين، ويبلغ عدد مستخدميه النشطين ١.٢ مليار مستخدم نشط شهرياً، وهو تابع لشركة "تينسنت"، وقد تم إطلاق إصداره الأول في يناير ٢٠١١.

٦- **إنستجرام " Instagram "** : لعب موقع "إنستجرام" دوراً في نجاح "فيسبوك"، فمنذ أن استحوذت شركة "فيسبوك" على "إنستجرام" في عام ٢٠١٢ مقابل مليار دولار، والمنصة تجذب جمهوراً أصغر سناً مقارنة بجمهور "فيسبوك"، وقد بلغ عدد مستخدمي هذا التطبيق الأمريكي ١.١ مليار مستخدم نشط شهرياً.

٧- **تيك توك " Tik Tok "** : يحتل "تيك توك" المركز السابع بعدد مستخدمين بلغ ٨٠٠ مليون مستخدم نشط شهرياً عالمياً، وهناك محادثات حول استحواذ الولايات المتحدة الأمريكية على التطبيق جزئياً، ويشمل المستحوذون المحتملون "مايكروسوفت" و"تويتر" و"أوراكل". (فيجوال كابتايلست، ٢٠٢٠،

<https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/1410442>

(١) إبراهيم مبيضين، ٨٠٠ مليون شخص يستخدمون التيك توك ، (الأردن، جريدة الغد)، أكتوبر ٢٠٢٠،

وهناك مواقع بارزة تحظى بشعبية أيضاً مثل موقع "ريديت" الأمريكي الذي بلغ عدد مستخدميه ٤٣٠ مليون مستخدم نشط شهرياً في ٢٠٢٠، وموقع تيليجرام حيث أظهرت أرقام لعام ٢٠٢١ أن عدد المستخدمين له وصل إلى ٥٠٠ مليون مستخدم، وموقع "سناب شات" بلغ عدد مستخدميه ٣٩٧ مليون مستخدم نشط شهرياً. ويحظى موقع "تويتر" الأمريكي أيضاً بشعبية كبيرة، إذ بلغ عدد مستخدميه ٣٢٦ مليون مستخدم نشط شهرياً، وحققت الشركة أرباحاً كبيرة على مدار العامين الماضيين، وبلغت أرباحها ١.٥ مليار دولار في ٢٠١٩. وظهر موقع جديد يدعى سيجنال **Signal** والذي يتصف بصفات تشجع المستخدمين على التخلي عن الواتس أب لصالحه ومنها التشفير وحماية الخصوصية وإمكانية الاستخدام السهل على عدة أجهزة بنفس الوقت. وبحسب موقع **Visual capitalist** فقد أظهر في تقرير له في شهر يناير ٢٠٢١، أن أكثر ثلاثة مواقع يتم زيارتها شهرياً كانت على النحو الآتي: جوجل ٩٢.٥ مليار زيارة – يوتيوب ٣٤.٦ مليار – فيس بوك ٢٥.٥ مليار زيارة شهرياً.

<https://www.visualcapitalist.com/the-50-most-visited-websites-in-the-world>

ثانياً : واقع التحول الرقمي في العالم العربي :

لقد زاد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي بسبب زيادة سهولة الوصول للإنترنت وانخفاض أسعار الأجهزة الإلكترونية، وتأتي الكويت وقطر والإمارات والبحرين في مقدمة الدول بالعالم بعد أيسلندا من حيث انتشار استخدام الإنترنت، حيث أن ٩٩% من الناس في هذه الدول يستخدمون الإنترنت، وبشكل عام:

- عدد مستخدمي الإنترنت في **مصر** وصل إلى حوالي ٥٤.٧ مليون شخص (٥٤% من المصريين)، وبلغ عدد رواد مواقع التواصل الاجتماعي 42 مليون.
- في **السعودية** بلغ عدد مستخدمي الإنترنت ٣٢.٢ مليون (٩٣% من السعوديين)، بينما وصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى ٢٥ مليون.
- **بالعراق** بلغ عدد المستخدمين للإنترنت ٢٩.٨ مليون شخص (٧٥% من العراقيين)، بينما وصل عدد المستخدمين لوسائل التواصل ٢١ مليون.
- في **المغرب** وصل عدد المستخدمين للإنترنت ٢٥.٣ مليون (٦٩% من المغاربة)، ومن يستخدمون وسائل التواصل فقد وصل عددهم ١٨ مليون.
- شهدت التجارة الإلكترونية في **مصر** نمواً في الإنفاق على التجارة من نوع (بائع- مستهلك) ليصل حجم سوق المستهلكين إلى ٦.٢ مليار دولار.
- في **السعودية** بلغت نسبة النمو ٢٥% ليكون حجم الإنفاق على التجارة الإلكترونية ٩.٨ مليار دولار، وفي **المغرب** بلغ حجم الإنفاق 4.2 مليار دولار.

<https://tawasulforum.org/article/ecommerce/2020>

■ حقائق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي:

- أسرع انترنت في الإمارات وقطر والسعودية والكويت ولبنان.
- ٤٠% من سكان شمال أفريقيا لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- ٥٢% من سكان شبه الجزيرة العربية ودول الخليج لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- في منطقة شمال أفريقيا فإن أكثر تطبيق للمراسلات استخداماً هو فيسبوك ماسنجر.
- في دول الخليج أكثر تطبيق للمراسلات استخداماً هو واتساب.
- القاعدة الجماهيرية الأكبر من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من ناحية العمر هي ما بين سن ٢٥ إلى ٣٤ عاماً. وغالبيتهم من الذكور.
- معدل انتشار الإنترنت بين الرجال والنساء في العالم العربي: ٥٨.٥% من الرجال و ٤٤.٢% من النساء متصلون بالإنترنت.
- بلغت نسبة من يدخلون إلى الإنترنت عبر الهاتف المحمول في مصر ٩٥% من إجمالي مستخدمي الإنترنت، وهي قريبة للنسبة بالسعودية (٩٤%).

أهم منصات التواصل الاجتماعي المنتشرة عربياً : في مصر / الفيسبوك (٩١%) من مستخدمي الإنترنت- اليوتيوب ٨٩%- الواتساب ٧٩%- ماسنجر ٧٣%- الانستجرام ٦٨%- تويتر ٥٢%، وفي السعودية يأتي اليوتيوب في المقدمة يليه واتساب ثم انستجرام، وفي المغرب واتساب ثم فيسبوك ثم يوتيوب. <https://tawasulforum.org/article/e-commerce-2020>

ثالثاً : واقع الإعلام في ظل التحول الرقمي في العالم :

لقد ازداد الإعلام وشح التواصل ، لم يعد كافياً إنتاج المعلومات وتبادلها والوصول إليها كي نطمئن أنه حدث التواصل. كان استخدام التقنيات محدوداً، وكانت الرسائل المتبادلة تعني جمهوراً متجانساً، فيما الآن الرسائل لا تنتهي والتقنيات متخمة بالتحديثات والمتلقون من مختلف الجنسيات والأعراق والطوائف، لكنهم متباينون وغير متفاعلين أو متواصلين.

لم يعد كافياً تسريع إنتاج المعلومات وتوزيعها كي نضمن تحقيق التواصل. بل ربما أصبح الموضوع خارج السيطرة ، برغم الانفتاح الظاهري الواسع، إلا أن الحقيقة تشر إلى زيادة الانعزال للأفراد وعدم الرغبة بالتواصل أو مجازاة نهر وفيضان الإعلام الهائل. كيف يمكن التعايش في ظل شيوع عدم التفاهم. وكأن هناك تزايد في عدم التواصل مع تزايد في كمية الإعلام والمعلومات. إنه في سبيل العيش لا بد من التفاهم والتواصل والتعايش، ومن الطفولة يظهر " الآخر " كمسألة أكثر تعقيداً على مستوى التجربة الفردية أو الجمعية^(١). (دومينيك وولتون، ٢٠١٢).

(١) دومينيك وولتون، الإعلام ليس تواصلاً، ترجمة: علي مولا، (بيروت: دار الفارابي، ٢٠١٢م)، ص ٢٢.

وظائف الإعلام سواء كان تقليديا أو معاصرا يمكن حصره في الآتي: " الإخبار والإعلام – التثقيف – التوجيه – التسلية والترفيه – التغطية المعمقة للحدث – النقد والتغيير – خلق حراك مجتمعي فوري – فتح نوافذ للمجتمعات المغلقة- الدعاية والإعلان – الترويج الإعلامي للدولة "(١).

كانت أول صحيفة أطلقت نسخة إلكترونية هي شيكاغو تريبيون في الولايات المتحدة عام ١٩٩٢، تحت إسم (شيكاغو أون لاين) بينما أول صحيفة عربية ظهرت على الإنترنت هي الشرق الأوسط في سبتمبر عام 1995، وبعدها صحيفة النهار اللبنانية في فبراير عام ١٩٩٦.

مزايا الصحف الإلكترونية:

- غالبا ما تلتزم بالحرية الكاملة التي يبحث عنها القارئ والكاتب.
 - السرعة في تلقي الأخبار العاجلة ونشرها وتضمينها الصور وأفلام الفيديو مما يدعم صدق الخبر.
 - سرعة تداول البيانات بفارق كبير عن الصحافة الورقية، أتاحت إمكانية مشاركة القراء مباشرة في عملية التحرير من خلال تعليقاتهم، بحيث يمكن لأحدهم أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر بنفسه.
 - الحضور العالمي حيث أنها متاحة في كل مكان تتوفر فيه شبكة الإنترنت، أما الصحيفة الورقية مرتبطة بعمليات توزيع ونقل وشحن معقدة ومكلفة.
 - تقليل التكاليف المالية الضخمة، فإصدار جريدة إلكترونية لا يستلزم سوى مبالغ مالية قليلة.
 - عدم حاجة الصحيفة الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين إنما يمكن إصدارها بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم^(٢).
- هل ما زالت **المواثيق الأخلاقية الإعلامية** التي وضعت قبل انتشار خدمات الانترنت صالحة لليوم والتي من بين موضوعاتها التركيز على النزاهة في العمل الصحفي، ودقة المعلومات وصدقيتها، الأمانة وعدم تشويه المعلومات، الموضوعية في نقل الأخبار، تحسين نوعية المضمون، عدم الخداع في استخدام العناوين والصور، التصحيح وهو غير حق الرد، احترام الكرامة الإنسانية للفرد، عدم الانتحال (انتحال الأفكار) وعدم الاقتباس، وأخيرا عدم التعرض للزملاء. أصدرت الجمعية الأميركية لناشري الأخبار وللمحررين (*The American Society of News Editors*) <https://www.newsleaders.org> دليلا اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأميركية لتنظيم استخدام الصحفيين للميديا الاجتماعية ويتضمن عشر قواعد كبرى أولها تنص على أن:

➤ **المبادئ الأخلاقية التقليدية** يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضي نشره في الصحيفة. كما لا ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية ما يسيء إليه شخصا أو مهنيا أو ما يسيء الى مؤسسته. وعلى هذا النحو لا يوجد مبرر الا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

(١) إبراهيم اسماعيل، مرجع سابق، ص ٤٢-٤٣.

(٢) المرجع نفسه، ص ٧٤.

➤ يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه، لأن كل ما يكتبه يصبح عمومياً حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة وذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي. وترى هذه الجمعية الأميركية أن الإعلام الاجتماعي أدوات وليست لعبة، فالصحافيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة^(١). (الصادق الحمامي، ٢٠١٣)

رابعاً: واقع الإعلام العربي في ظل التحول الرقمي :

تعتمد التكنولوجيا في فعاليتها وشكلها النهائي على استخدامها لا مخترعها، فهي إما أن ترتقي أو تهبط إليه تبعاً لمستوى الجهة / الشخص المستخدم لها . كذلك الحال بالوسائل الإعلامية، فهي تصبح أدوات معلوماتية أو أدوات قمعية أو أدوات تجارية ودعائية أو أدوات للدجل وصناعة الكذب وكل ذلك تبعاً لمن يمتلك تلك الأداة الإعلامية.

تنص جميع الدساتير العربية الدائمة منها والمؤقتة على حرية الصحافة والحريات المرتبطة بها، مثل حريات الرأي والتعبير والطباعة والنشر، وتربطها في كل الأحوال بقيود قانونية في صياغات مختلفة مثل: في حدود القانون، أو بمقتضى القانون، أو حسبما يضبطها القانون، أو وفقاً للشروط والأوضاع التي بينها القانون، أو بشرط ألا يتجاوز حدود القانون. كما لا يوجد قطر عربي واحد يرفض الأفكار الأساسية لحقوق الإنسان، شكلاً أو مضموناً، مثله في ذلك مثل باقي دول العالم، إذ أصبحت هذه المبادئ تشكل من الناحية الفلسفية تطوراً تاريخياً لا يمكن لأية حكومة أن ترفضه علناً، لأنها أصبحت تشكل قانوناً دولياً عرفياً.

لم يكن الإعلام في يومٍ ما خارج إطار الاتهام والتشكيك بأنه يقوم بدورٍ التابع المنقاد للنظام السياسي في الدول العربية والنظم السياسية المشابهة ولأجهزتها الأمنية بالدرجة الأولى. إن الإعلام بكل أشكاله ليس منبث الصلة عن الواقع، بل هو الابن الشرعي للواقع والتعبير عنه بإيجابياته وسلبياته. هل الإعلاميون يصنعون الفكر ويقودون الرأي العام أم أنهم مجرد أدوات تابعة للنظام السياسي وأبواب خلفية للأجهزة الأمنية؟

في دراسة للأنظمة الصحفية العربية، معتمدة على تحليل مضمون ١٦ قانون للمطبوعات نافذة في بعض البلدان العربية، فقد خلصت إلى أنه نظام صحفي سلطوي، ويشكل الاتجاه الغالب للأنظمة الصحفية العربية، ولا يوجد نظام صحفي عربي نقي، لأنه تتداخل في تلك القوانين خصائص الأنظمة الليبرالية، والسلطوية، والاشتراكية^(٢).

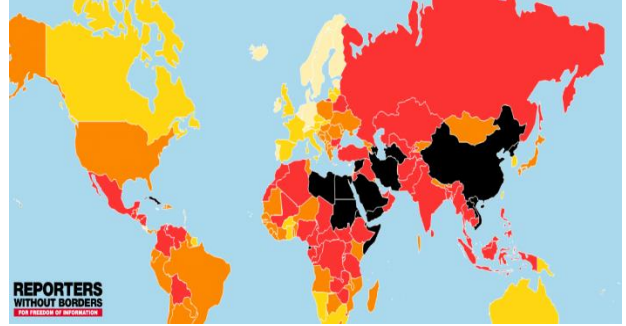
إن سؤال الحرية أي، دائم ويتجدد باستمرار، وأن حرية الإعلام هو المقياس الحقيقي لمدى حرية المجتمع برمته، وأن غيابها أو تفرغها من محتواها، يجعل الكلام عن كل القيم التي ترتبط بالديمقراطية مجرد كلام، في زمن العولمة الجارفة. حرية الإعلام هي " حرية الصوت، وحرية الصورة، وحرية

(١) الصادق الحمامي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، الإمارات، مجلة الاعلام والعصر الاماراتية، أيلول ٢٠١٣م، ص ٣٣.

(٢) فاروق أبو زيد، النظم الصحفية في الوطن العربي، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٦م)، ص ٢٣.

الكلمة، وحرية النص، وحرية الحصول على المعلومات وتبليغها وتلقيها"، هي حرية الرأي والتعبير عبر وسائل الإعلام من إذاعة وتلفزيون وصحافة مكتوبة وإنترنت^(١).

من واقع الحال المهيمن عليه اللون الأسود بحسب تقرير منظمة مراسلون بلا حدود لعام ٢٠٢٠ والذي لم يتغير فيه اللون في المنطقة العربية على مدار سنوات مضت حيث تتبوأ كثير من الدول العربية المراتب الأخيرة في حرية الصحافة في العالم. كما يظهر في الشكل أدناه:



مصدر الصورة: <https://rsf.org/ar/ranking>

■ **الإعلام العربي في مشهد الربيع العربي** : لو حاولنا رصد الواقع العربي على عديد من المؤشرات العالمية للعام ٢٠٢٠ فكيف هو الواقع؟ لقد واضطت الدول العربية إجمالاً على احتلالها للمراتب الأخيرة على مقاييس الأمم المتحدة ومنظمتها من حيث ترتيبها على مقياس الدول الأكثر سعادة، الأكثر فساداً والأكثر قمعاً للحريات، والأكثر تقييداً للصحافة.

١- ترتيب الدول العربية بمؤشر حرية الصحافة العالمي ٢٠٢٠ : تونس الأولى عربياً في المرتبة ٧٢- جزر القمر ٧٥ - موريتانيا ٩٧ - واحتلت المراتب الأخيرة في العالم السودان ١٥٩ والعراق ١٦٢ والصومال ١٦٣ وليبيا ١٦٤ ومصر ١٦٦ واليمن ١٦٧ والبحرين ١٦٩ والسعودية ١٧٠ وسوريا ١٧٤ وجيبوتي ١٧٦. <https://rsf.org/ar/ranking>

٢- مؤشر السعادة وموقع الدول العربية : ظهر في المراتب الأخيرة اليمن ١٤٦ من أصل ١٥٣ دولة - مصر ١٣٨ - جزر القمر ١٣٤ - موريتانيا ١٢٩ وتونس ١٢٨.

٣- ترتيب الدول العربية الأكثر أماناً : قطر والكويت والإمارات وعمان في المراتب الأولى ، أما في المراتب الأقل أماناً فكانت العراق وليبيا والصومال والسودان وسوريا^(٢). (المصدر: مركز الخليج العربي للدراسات والبحوث csrgulf) <https://www.csrgulf.com/2020/01/22>

(١) منيرة أحمد بلمختار: حرية الإعلام في الوطن العربي، (المغرب: الشركة المغربية لتوزيع الكتاب، ٢٠١٤م) ص ١٢٧.

(٢) مركز الخليج العربي للدراسات والبحوث : انفوغراف ترتيب الدول العربية الأكثر أماناً، (الكويت) ٢٠٢٠، رابط الكتروني :

<https://www.csrgulf.com/2020/01/22>

٤ - ترتيب الدول العربية حسب مؤشر الإرهاب العالمي ٢٠٢٠ : اعتبر "معهد الاقتصاد والسلام" في سيدني بأستراليا ٤ بلدان عربية من بين الدول الأقل تهديدا بالإرهاب على المستويين العربي والعالمي خلال العام ٢٠٢٠ حسب مفهومه لهذا النوع من العنف. هذه الدول هي سلطنة عمان والإمارات العربية المتحدة وقطر. فيما أن أكثر الدول العربية تضررا بالإرهاب هي العراق وسوريا والصومال واليمن.

<https://arabic.rt.com/world/1179855>

٥ - ترتيب الدول العربية من حيث قوة جواز السفر: حلت سبع دول عربية في ذيل قائمة مؤشر "هينلي" لعام ٢٠٢٠ لترتيب جوازات السفر، وجاءت العراق وسوريا والصومال واليمن وليبيا والسلطة الفلسطينية والسودان في المراتب الأخيرة لا خلفها سوى أفغانستان.

<https://www.alhurra.com/uae/2020/01/13>

٦ - ترتيب الدول العربية في مؤشر مكافحة الفساد ٢٠٢١ حظيت الدول العربية بالمراتب الأخيرة في مؤشر مكافحة الفساد حيث جاءت الصومال في المرتبة الأخيرة ١٧٩ تليها سوريا ١٧٨ فاليمن ١٧٦ والسودان ١٧٤ وليبيا ١٧٣ والعراق ١٦٠.

<https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2021/01/28/cpi-corruption-transparency-2020>

٧ - الدول العربية على مؤشر الحرية العالمي: تونس الوحيدة التي بقيت في إطار الدول الحرة فيما ظهرت لبنان والكويت والمغرب في مستوى الحرية جزئياً، أما بقية الدول العربية فقد ظهرت بمستوى الدول غير الحرة.

<https://www.alhurra.com/arabic-and-international/2021/03/10>

٨ - ترتيب الـ ١٠ الأوائل من حيث نسبة مشاهدة المواقع الإباحية على مستوى العالم كالاتي:

١. باكستان ٢. مصر ٣. فيتنام ٤. إيران ٥. المغرب ٦. الهند ٧. المملكة العربية السعودية ٨. تركيا

٩. الفلبين ١٠. بولندا. <https://www.24fm.ps/ar/news/1457856991>

■ تأثير الإعلام العربي على تشويه المدركات والوعي لدى جمهور المتلقين :

١ - قنوات وبرامج المسابقات: من بدع التلفزيون هي برامج إختصت بمسابقات بعضها ذهنية وأغلبها وهمية يوعد المشاهد فيها بربح الملايين والآلاف من الدولارات لمجرد الإجابة على سؤال (أغلب الأحيان تافه ويشبه حزازير الأطفال) عبر الإتصال التلفوني أو إرسال رسائل قصيرة. إن مجرد وجود مثل هذه المسابقات وهي طبعاً بديل إحتيالي عن أوراق اليانصيب هو مسبب للمرض الاجتماعي والنفسي.

٢ - قنوات الدردشة أو الشات: لو لاحظنا أسفل الشاشة في الكثير من القنوات الفضائية لوجدنا شريطاً يمر وبه رسائل أرسلها المشاهدون عبر الرسائل القصيرة وهي في الغالب رسائل من مرافقين شباب وبنات ومضمونها يكون عادةً الرغبة في العثور على صديقة أو زوجة. إن هذه الرسائل والتي تعبر عن الكبت الموجود في بعض المجتمعات العربية هي وسيلة مربحة جداً لشركات الإتصال وللقنوات التلفزيونية. ناهيك عن الكثير من العبارات الخادشة للحياء التي تظهر في بعض هذه المنتديات.

٣- قنوات السحر والشعوذة: هذه القنوات تمثل قمة الدجل المفضوح والعلني وفي نفس الوقت تبين مدى تفشي الجهل في مجتمعاتنا العربية والدليل أن هذه القنوات خلال عمرها القصير نسبياً بعد أن تدخلت بعض وزارات الإعلام وقامت بإغلاقها جنت أرباحاً خيالية تفوق كل تصور

٤- برامج طب الأعشاب: برزت ظاهرة غريبة وهي ما يسمى العلاج بالأعشاب وأصبح العطارون بقدرة قادر أطباء وصيادلة يصفون من أعشابهم علاجاً لجميع الأمراض من الزكام وحتى السرطان وأصبح لهم برامج تلفزيونية خاصة بهم على العديد من القنوات الفضائية يمارسون فيها النصب والدجل على عباد الله عبر وصفات عشبية ما أنزل الله بها من سلطان مشجعين الناس على عدم مراجعة الأطباء ومراجعتهم هم لأخذ عشب يشفي جميع الأمراض.

٥- برامج الحياة الواقعية مثل ستار أكاديمي وغيرها من البرامج التي تقوم على الابتذال والتسطيح الفكري.

٦- قنوات العنف والرقص والدعاية والأغاني جعلت الإعلام سوقاً مشاعاً مفتوحاً.

٧- الإعلام والدراما: هناك صورة مشوهة للمعالج والعلاج والمريض النفسي في الدراما وإظهار حالات الأمراض النفسية في الدراما تقوم على تنميط وتسطيح الشخصيات ويتم التركيز فيها على الجانب المرضي للمريض فقط وظهور الشخصية على أنها ذات طابع عنيف أو عدواني وهي شاذة ومغرية وهوسية ويتم تصوير المريض للمشاهدين على أنه بعبع يخيف الآخرين في حين أن الأمر مختلف تماماً كما أن العلاج النفسي في الدراما يعرض بصورة مشوهة حيث يتم التركيز على العلاجات النفسية الأكثر دراماتيكية والمعالجات الكهربائية عوضاً عن التركيز على الأشكال الأكثر شيوعاً في العلاج النفسي كالأدوية والجلوس مع المريض والتداول معه.

لقد مرت مسيرة التقنين الإعلامي في المنطقة العربية في ثلاث محطات أساسية وعلى النحو الآتي:

١. **المرحلة الأولى:** ترتبط بالتحوُّلات ذات النفحة الليبرالية، عندما بدأ بعض رياح التغيير الديمقراطي يتسلَّل نحو المنطقة بعد حرب الخليج الثانية أو قبلها بقليل، فقد ظهرت آنذاك قوانين لتنظيم الإعلام بقصد مواكبة التحوُّل على المستوى الدولي. هذه الموجة من التشريعات اهتمت بالإعلام المكتوب، وغضت الطرف عن الإعلام الإلكتروني؛ لأنه لم ينتشر بعد، وحتى إن وُجد بعض إرهاباته، فهو ليس إلا إعلاماً مكتوباً تحوَّلت نسخه الورقية إلى نسخ إلكترونية.

٢. **المرحلة الثانية:** وهي لحظة التقنين الخجول للإعلام الإلكتروني في صلب قانون الإعلام التقليدي، مع وضع ضوابط لهذا الإعلام بالإحالة على قوانين الجرائم الإلكترونية. لقد تم ذلك بالتأثر بمضامين اتفاقية بودابست حول الجرائم الإلكترونية، والقانون النموذجي العربي الموحد والاتفاقية العربية لمكافحة الجرائم الإلكترونية.

٣. **المرحلة الثالثة:** مع ثورات الربيع العربي؛ حيث أن بعض الدول تؤكد على حرية التعبير عبر الإعلام الإلكتروني، وتشير إلى ذلك في دساتيرها الجديدة؛ مُشدِّدة على حمايتها من خلال وسائل الاتصال والإعلام

الإلكتروني. وفي هذه اللحظة تم الاهتمام بتخصيص قانون لتنظيم الصحافة الإلكترونية.

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/05/16051511819995.html>

لم يكن سهلاً على أي كاتب أن يشاهد مقالة له منشورة في صفحات إحدى الجرائد المحلية دون أن يكون هو مقالته قد مرّاً بفترة رسمية وأمنية غير ظاهرة أو منظورة في البداية، لكنها تتضح تماماً في لحظة ما، لقد ساهمت تكنولوجيا الاتصالات بتوفير ساحات وفضاءات واسعة لم تعد تتطلب أية مؤهلات أو متطلبات سابقة إلا المقدرة والمهارة في استخدام التكنولوجيا ومواقع التواصل بشكل ذكي. هذا يعني عدم التعويل على إعلام حر مهني موضوعي مستقل، طالما كانت تلك الآليات للدخول إلى ساحة الإعلام، وطالما بقيت القوانين المقيدة لحرية الإعلام وحرية النشر وحرية الوصول إلى المعلومة الحقيقية. فلا نتوقع أن نشاهد غير ما نشاهده من تناقض لدى من يدعون بالإعلاميين بين التنظير والفعل، بين ما يصرخون به على صفحاتهم ومواقعهم وبين ما يدور في المساء والخفاء.

■ محتوى الخطاب الإعلامي العربي :

هذه بعض التسميات والمصطلحات المستخدمة في الواقع الإعلامي العربي : " الإعلام الهابط- الإعلام المأجور – الإعلام المرتزق – الإعلام المأزوم- الإعلام الكاذب- إعلام الدجل- صناعة الكذب- الإعلام المضلل بفتح أو كسر الضاد- إعلام الوهم- الإعلام الأسود- ... " . إن الحقيقة الوحيدة وسط هذا المستنقع الإعلامي العربي هي الكذب.

لو أردنا أن نطالع بعضاً من تناقضات الإعلام العربي فماذا نشاهد ؟ هل نتحدث عن قضية مقتل جمال خاشقجي وطريقة التناول الإعلامي لها، أم نتحدث عن شيطنة دول بعينها والتعامل معها وكأنها شخص أو جسم واحد ينطق بلسان واحد، أم نتحدث عن صفقة القرن التي قدمت ضمن سياقين لا يمكن لهما أن يلتقيا، أم نتحدث عما سمي بالتطبيع بين عديد من الدول العربية والكيان الغاصب الصهيوني، ومحاولة النظر بحذر في حجم التثمر والبلطجة المتبعة في الدفاع عن إقامة تلك العلاقات. أم نتحدث عن مجريات الدم العربي المسفوك مجانا بين شتات وشذاذ آفاق وكيف يتم التناول الإعلامي للحدث الواحد، أم نتحدث عن مجريات القتل العبيثي حيث سهولة تصنيف البشر وقولبتهم وبالتالي احتسابهم على هذه الفئة أو تلك، والمقتول مع الإنسان ليس سوى الحقيقة، أم نتحدث عن المدنيين الذين يتم أسرهم فتنبري وسائل إعلامية تتحدث أنهم إرهابيون، وغيرها نتحدث أنهم ضحايا، فيما ثالثة تزعم أنهم أصبحوا دروعاً بشرية. هل كورونا مجرد فيروس ابتليت به البشرية جمعاء أم أنه من تدبير نظرية المؤامرة التي تؤكد أن الفيروس غير موجود أو أنه تم تخليقه في مختبرات بيولوجية خاصة.

من يستطيع تحليل الخطاب الإعلامي لعديد من الدول العربية وكيف يمكن الركون لقراءة أي تعريف لأي مفهوم في الإعلام العربي ؟ هل هناك فهما واحداً أو مشتركا لمفهوم الجهاد أو الإرهاب أو الشهيد أو المجرم أو العميل أو الوطني أو الحراكي أو المرتزق أو الخائن أو البطل والرمز.. هل مفجر نفسه انتحاري أم استشهادي أم إرهابي أم مريض نفسي؟ هل ما تم بحق قطر حصار أم مقاطعة ؟

لقد كان لمواقع التواصل الدور الرئيس في شرارة الربيع العربي واستقطاب الشباب في الميادين، لكنها بهمة الأنظمة الرسمية فقد أصبحت مواقع التواصل بمثابة المصيدة والمقصلة لكل نسائم الحرية. أصبحنا نتحدث عن الجيوش الإلكترونية التي هدفها اصطيد كل صوت أو قلم أو فكر من خلال إطلاق ما يدعى بالذباب الإلكتروني على منشوراته وصفحاته. جيوش إلكترونية تستخدم ذات الرداءة في اللغة والبذاءة في القول والفحش وحوشية الألفاظ في الكلام. بين صفحات وصحف موالية وصفحات وصحف معارضة يتم نحت مفاهيم ومعاني تتباين ١٨٠ درجة لذات الحدث.

لماذا هذا الفرز المغرض بين ملائكية متوهمة لمن يوالي وشيطنة مزعومة لمن يعارض؟ هناك دول عربية اخترعت تاريخاً بأكمله من خلال تسخير الإعلام. ودول زورت مجريات حروب أو وقائع حاسمة من خلال أدواتها الإعلامية. كأن مقولة أن التاريخ يكتبه المنتصرون هي مقولة ثبتت صحتها امبريقياً.

هل الإعلام أداة أم غاية. هل هو وظيفة أم رسالة. هل من حق النظام السياسي استغلال واستخدام واستثمار الإعلام في تحقيق مصالحه وتطلعاته، أم أن الإعلام ينبغي له الدفاع عن حقوق الناس وتطلعاتهم؟

عندما هيمنت القوة السياسية على الإعلام أصبح أداة للقمع والتضليل وإخفاء الحقيقة. وعندما هيمنت التجارة على الإعلام، أصبح سلعة تباع وتشترى وتضمن حسب معايير لا علاقة لها بالمصداقية والموثوقية وإنما بعدد المشاهدين والمتابعين والمعلقين والمعجبين.

وعندما أصبح الإعلام مشاعاً يمكن تداوله والتعاطي معه لكل إنسان، أصبح مكتظاً بالنقائض والسفاهات والخرافات والإشاعات والبذاءات وحوشية العبارات.

لا توجد حرية اعلامية حقيقية في العالم العربي، تسمح بنقد الحكومة بشكل حقيقي، كما أنه لا يوجد لدينا مجتمع يمتلك من الوعي ما يكفي لكي يطالب بحقوقه بشكل مستمر ومنتظم ودائم.

إنه إمتهان الكذب، وإهانة الضمير المجتمعي وتزييف العقل العربي ذاك الذي يمارسه الإعلام صباحاً ومساءً. حقا صدق من قال: إن الإعلام يهدم في المساء ما تبنيه التربية في الصباح. إن حرية الإعلام تعني حرية الوصول إلى المعلومات، لا حرية الكذب والتضليل. إن ابتداع فكرة الذباب الإلكتروني إبداع عربي يستحق براءة اختراع.

كانت المشكلة قديماً تتمثل في شح المعلومة وأحادية مصدرها، لكنها الآن مع هذا السيل الجارف المتحول في كل لحظة، فقد بات التحدي الحقيقي يتمثل في المحتوى والتمييز بين ما يتم ضخه من معلومات هائلة والانتقاء والاصطفاء من أجل الركون إلى مصداقية المعلومة وموثوقيتها.

■ أنواع التضليل الإعلامي :

ينقسم التضليل الاعلامي إلى نوعين أساسيين: معلومات خاطئة من الأساس، أو معلومات صحيحة تساق عنوة بعيداً عن المعنى خدمة لغرض سياسي معين. في كلتا الحالتين يكون الضرر عميقاً وتكون فرص التصحيح محدودة النتائج لأن وقع الخطأ الأول أطول عمراً من أي تصحيح لاحق. نشر أو تبني أنصاف

الحقائق: وهو أسلوب آخر من التضليل يعتمد على إيراد أنصاف حقائق يتبعها بتحليل ميسر ينتزعها من السياق ويضعها في سياق مختلف تماماً لكنه يتماشى ورغبات صاحب المصلحة.

الإعلام الأسود الذي يستطيع تحويل إنسان مغمور إلى شخصية شهيرة جداً من خلال التدليس والكذب والبيانات الملفقة، وخلق وقائع مزيفة، وإيهام المتلقي بأن ما يراه أو يقرأه هو حقيقة. كما يستطيع تشويه صورة إنسان أو جهة ناجحة ومتميزة، عبر نشر الأكاذيب وإطلاق الإشاعات حولها.

■ **صناعة المصطلحات:** المصطلحات التي تستخدمها الوسائل الإعلامية المختلفة، عبارة عن كلمة، أو جملة مركزة مصنوعة بدقة ويتم اختيارها بعناية فائقة، بهدف جعلها تعبير ومرادف ملاصق لقضية أو حدث محدد، في مكان جغرافي معين، وفي فترة زمنية محددة، ويستهدف قطاع ما وفئة ما. الغاية من هذا المصطلح الإعلامي هو تسليط الضوء على حقيقة ما، أو العكس إخفاءها.^(١)

خامساً : نتائج الدراسة وتوصياتها :

- ١- مارست الدول لعقودٍ طويلةٍ دوراً فاعلاً رئيساً في الهيمنة على وسائط الإعلام.. لكن هذا الوضع انهار تماماً نتيجة التقدم المذهل في تقنيات الاتصال والإعلام.. لقد أصبحت الكثير من القوانين ونظم الرقابة الإعلامية مجرد نصوص فارغة مفرغة لا قيمة لها ولا تأثير حقيقي لوجودها.
- ٢- إن مفهوم احتكار الدولة لإدارة وتنظيم الإعلام سقط وتراجع كثيراً لصالح الانفتاح الإعلامي العالمي.. إن الإعلام تحول إلى صورة العابر للدول والسيادة والثقافات والأمم. وهو ما سيقوّض الكثير من النظريات والمفاهيم الإعلامية السائدة. يقول حسني عايش (٢٠٠١) " أن التكنولوجيا في البداية تأخذ شكل مخترعها وصانعيها. إلا أنها في النهاية تأخذ شكل موظفيها أو مستخدميها، فترتفع إلى مستواهم، أو تهبط إليه .
- ٣- لقد أثّرت أسئلة في الصميم من أجل بيان ماهية ودور ومهام الإعلام. ما هي الأولويات الإعلامية. هل الأولويات الإعلامية تكون للأخبار ذات الأهمية للعلاء والتي تجلب المردود المادي، وتستقطب أكبر عددٍ من الزبائن. أم الأولوية الإعلامية تكون للمعايير الأخلاقية والمهنية الداعمة للتنمية والاستقرار والمصادقية. هل يمكن الجمع بين كلا البعدين. بعد المردود، وبعد الأخلاق.
- ٤- الإعلام يحتاج إلى مسلمات وطنية إعلامية احترافية، تحترم عقل ووجدان المتلقي (العميل/ الزبون)، تحترم المصادقية.. تقدّر رغبات العملاء على اختلاف اهتماماتهم ومستوياتهم وأولوياتهم. إعلام يدرك أولوياته ودوائره وشبكة العلاقات والاتصالات التفاعلية داخله ومع محيطه. إعلام يتبنى قنوات تكون

(١) فرانسوا جيريه، التضليل الإعلامي ونظرية المؤامرة في عصر الإنترنت، البحرين، مقابلة مع جريدة أخبار الخليج ، ٢٦ يناير

مرجعية ومظلة وجدار أخير له. إعلام سقفه السماء، لكن جذوره راسخة في الأرض. إعلام منفتح على القرية العالمية تماماً، لكنه منفتح على الداخل بذات القدر.. إعلام يدرك منظومته الأخلاقية والقيمية وتكون قاعدةً يمتثلها الجميع بحرية واختيار.

٥- لقد مارست الدول لعقودٍ طويلةٍ دوراً فاعلاً رئيساً في الهيمنة على وسائط الإعلام. لكن هذا الوضع انهار تماماً نتيجة التقدم المذهل في تقنيات الاتصال والإعلام. لقد أصبحت الكثير من القوانين ونظم الرقابة الإعلامية مجرد نصوص فارغة مفرغة لا قيمة لها ولا تأثير حقيقي لوجودها.

٦- إن تعددية وسائل الاتصال والمعلومات على أرضية الانقسام الاجتماعي والثقافي، قد تعمق من التفاوت لصالح الطبقات والفئات النخبوية المهيمنة.

٧- لقد شكك النقاد في إمكانية وجود (المتلقي النشط) القادر على الاختيار الواعي والعقلاني بين ما يقدم له من مضامين وبرامج وصور يغلب عليها طابع الترفيه والعنف والجنس والسياسة والدين. وهذه كلها تبث ضمن نظرة أحادية الاتجاه تبعاً لمصدرها الرأسمالي.

٨- هناك ثقافة استهلاك متزايدة وعمليات تضليل منظمة وتسطيح فكري. لكن أيضاً هناك من يرى أن عولمة الإعلام ووسائل الاتصال تحمل إمكانيات ورهانات متعددة بشأن المستقبل ومنحه دوراً نشطاً للمتلقى .

٩- ما زالت قوانين الصحافة والإعلام غير مجدية ولا تحقق غايات محددة وأصبحت بمثابة من يضع العربة أمام الحصان الذي أصبح على هيئة صاروخ عابر للفضاء عبر التكنولوجيا الرقمية والإعلام الفضائي .

١٠- لا يصلح الرقيب الأمني لممارسة تلك الأدوار الساذجة بمراقبة المواد الإعلامية قبل نشرها، في زمن أصبحت سمته الرئيسة ما تدعى بالأخبار العاجلة وسمته المباشرة السرعة في النشر.

١١- لا يجوز معاملة المادة الإعلامية المنشورة مهما كان محتواها من خلال تطبيق قوانين الإرهاب وما تدعى بقوانين الجرائم الالكترونية.

١٢- لا تستطيع أدوات الرقابة السابقة أو اللاحقة من ضبط فيضان المعلومات والأخبار والصور والفيديوهات والبث المباشر من أي زاوية في العالم.

١٣- ما زال العالم العربي محكوماً بذهنية الرقيب الأمني الساذج.

١٤- لم تعد نظرية حارس البوابة صالحة في زمن بات العالم كله على جناح السيليكون.

- ١٥- إن البيئة الإعلامية حاليا في حالة من " الفوضى" بمشاركة الصحفيين المهنيين المجال الاعلامي مع المغردين والمدونين والمواطنين الصحفيين ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. المواقع التي أصبح حتى للحيوانات صفحات شخصية عليها وباسمها.
- ١٦- لقد أصبح عاديا التدقيق بالخبر بعد نشره (وليس قبله)، وكأنه من صلب الأصول الجديدة للمهنة. فصرنا نشاهد مواقع تسمى بجملة " صحح خبرك " .
- ١٧- لا يجوز أخلاقيا لدولة أن تتيح المجال لإعلام معارض لدولة أخرى لمجرد سوء العلاقات بينهما ؟
- ١٨- لقد انتفى مفهوم سيادة الدول وخصوصيتها واحترام ما يدعى بالشأن الداخلي لها، ولم يعد يحق لدولة أن تمنع الحديث عنها من خارج حدودها ؟
- ١٩- أصبحت حقوق الملكية الفكرية مدار تساؤل، في ظل سهولة النسخ وإعادة النشر لعشرات بل مئات وربما آلاف المرات لذات الموضوع/ المقال/ التقرير.
- ٢٠- لا يحق للإعلامي أن يحمل أو يرتدي أكثر من وجه له تبعا لموقع وسقف النشر حتى نشعر أن من يكتب أو يتحدث هنا معارضا بالتأكيد لذات الشخص الذي يكتب أو يتحدث هناك؟
- ٢١- هل الانتماء لمؤسسة إعلامية يقيد الإعلامي في نشر ما يريده، أم أنه يحق له التعبير طالما هناك موقع يتيح له ذلك؟
- ٢٢- شعائر وعبادات العصر هي الاستعجال الدائم في كل شيء. وعبادة الاستعجال تؤدي إلى ممارسة ظاهرة المختصر: في الأخبار، في المناقشات الفكرية، في الإعلام، في الصورة. والنتيجة أيضا تنمية صفات سلبية من أهمها عدم الصبر الذي تتطلبه عملية اقتناء المعرفة، وعدم ممارسة التأمل الضروري للدخول في أعماق أية حقيقة.
- ٢٣- إنها عملية تصنيع لجمهور فاقد القدرة على ممارسة التفكير الهادئ الرصين. والغريب أنه لا الاختزال ولا الاستعجال يمارس على اللقاءات السطحية البلدة مع المغنين والمطربين والمهرجين، بينما يمارس بصرامة متناهية مع أصحاب الفكر ورجال السياسة الجادين.

المراجع

- ١- فاروق أبو زيد، النظم الصحفية في الوطن العربي، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٦م).
- https://meu.edu.jo/libraryTheses/585e438b3aa01_1.pdf

- ٢- محمد الراجي، أخلاقيات الإعلام العربي وتضارب الروايات في العمل الصحفي، ورقة بحثية، الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات، ١٣ يوليو ٢٠٢٠م. <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4729>
- ٣-الصادق الحمادي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، الإمارات، مجلة الاعلام والعصر الاماراتية، أيلول ٢٠١٣م.
- ٤-إبراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر " وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته"، (قطر: وزارة الثقافة والفنون والتراث، إدارة البحوث والدراسات الثقافية، ٢٠١٤م).
- ٥-فرانسوا جيرييه، التضييل الإعلامي ونظرية المؤامرة في عصر الإنترنت، البحرين، مقابلة مع جريدة أخبار الخليج، ٢٦ يناير ٢٠٢١.
- <http://www.akhbar-alkhaleej.com/news/article/1235763>
- ٦- محمد حمد خضر، مطالعات في الإعلام، (القاهرة: دار المريخ للنشر، ١٩٨٧م).
- ٧- كرم شلبي، التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية، (القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
- ٨-إبراهيم مبيضين، ٨٠٠ مليون شخص يستخدمون التيك توك ، عمان: جريدة الغد ٢٠٢٠م.
- <https://alghad.com/800>
- ٩- منيرة أحمد بلمختار، حرية الإعلام في الوطن العربي، (المغرب: الشركة المغربية لتوزيع الكتاب، ٢٠١٤م).
- ١٠- دومينيك وولتون، الإعلام ليس توأصلا، ترجمة: علي مولا، (لبنان: دار الفارابي، ٢٠١٢م).
- ١١- مركز الخليج العربي للدراسات والبحوث : انفوغراف ترتيب الدول العربية الأكثر أمانا، (الكويت) ٢٠٢٠، رابط الكتروني : <https://www.csrgulf.com/2020/01/22>

المواقع الإلكترونية

- 12- <https://www.visualcapitalist.com>
- 13- <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4729>
- 14- <https://wearesocial.com/digital-2020>
- 15- <https://www.websitehostingrating.com/ar/internet-statistics-facts>
- 16- <https://alghad.com/800>
- 17- <https://www.arqaam.com/ar/article/articledetail/id/1410442>
- 18- <https://www.visualcapitalist.com/the-50-most-visited-websites-in-the-world>
- 19- <https://tawasulforum.org/article/ecommerce/2020>
- 20- <https://tawasulforum.org/article/e-commerce-2020>
- 21- <https://www.newsleaders.org>
- 22- <https://rsf.org/ar/ranking>
- 23- <https://www.csrgulf.com/2020/01/22>
- 24- <https://arabic.rt.com/world/1179855>

- 25- <https://www.alhurra.com/uae/2020/01/13>
- 26- <https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2021/01/28/cpi-corruption-transparency-2020>
- 27- <https://www.alhurra.com/arabic-and-international/2021/03/10>
- 28- <https://www.24fm.ps/ar/news/1457856991>
- 29- <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/05/16051511819995.html>

Funding

No funding received for this work

Conflicts Of Interest

None

Acknowledgment

None

References:

Here are the English translations for the listed references:

1. Farouk Abu Zeid, Press Systems in the Arab World, (Cairo: Alam Al-Kutub, 1986). [Link: https://meu.edu.jo/libraryTheses/585e438b3aa01_1.pdf]
2. Mohammed Al-Raji, Ethics of Arab Media and the Contradiction of Narratives in Journalism, Research Paper, Doha, Al Jazeera Center for Studies, July 13, 2020. [Link: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4729>]
3. Al-Sadeq Al-Hamami, Journalists and Their Ethics in the Age of Social Media, UAE, Al-Ialam Wal Asr Emirati Magazine, September 2013.
4. Ibrahim Ismail, Contemporary Media: Its Tools, Skills, Impacts, Ethics, (Qatar: Ministry of Culture, Arts and Heritage, Research and Cultural Studies Administration, 2014).
5. François Jirreh, Media Misinformation and Conspiracy Theory in the Internet Age, Bahrain, Interview with Gulf News, January 26, 2021. [Link: <http://www.akhbar-alkhaleej.com/news/article/1235763>]
6. Mohamed Hamad Khader, Readings in Media, (Cairo: Dar Al-Mareekh for Publishing, 1987).
7. Karam Shalaby, Television and Social Change in Developing Countries, (Cairo: Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, 2008).

8. Ibrahim Mubaydeen, 800 Million People Use TikTok, Oman: Al Ghad Newspaper, 2020. [Link: <https://alghad.com/800>]
9. Munira Ahmed Belmokhtar, Freedom of Media in the Arab World, (Morocco: Moroccan Book Distribution Company, 2014).
10. Dominique Wolton, Media is not Communication, Translation: Ali Mawla, (Lebanon: Dar Al-Farabi, 2012).

Gulf Arab Studies and Research Center: Infographic Ranking the Safest .^{١١} Arab Countries, (Kuwait) 2020, [Online link: <https://www.csrgulf.com/2020/01/22>].

Websites:

- 1- <https://www.visualcapitalist.com>
- 2- <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4729>
- 3- <https://wearesocial.com/digital-2020>
- 4- <https://www.websitehostingrating.com/ar/internet-statistics-facts>
- 5- <https://alghad.com/800>
- 6- <https://www.arqaam.com/ar/article/articledetail/id/1410442>
- 7- <https://www.visualcapitalist.com/the-50-most-visited-websites-in-the-world>
- 8- <https://tawasulforum.org/article/ecommerce/2020>
- 9- <https://tawasulforum.org/article/e-commerce-2020>
- 10- <https://www.newsleaders.org>
- 11- <https://rsf.org/ar/ranking>
- 12- <https://www.csrgulf.com/2020/01/22>
- 13- <https://arabic.rt.com/world/1179855>
- 14- <https://www.alhurra.com/uae/2020/01/13>
- 15- <https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2021/01/28/cpi-corruption-transparency-2020>
- 16- <https://www.alhurra.com/arabic-and-international/2021/03/10>
- 17- <https://www.24fm.ps/ar/news/1457856991>
<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/05/16051511819995.html>