

الإعلام العربي المستدام واقتصاد المعرفة الواقع والتوقعات

اعداد

د. منى عيد أبو جامع

كلية الصحافة والإعلام - جامعة الزرقاء - المملكة الأردنية الهاشمية

Doi:10.33850/ajahs.2020.73398

القبول : ٢٨ / ١ / ٢٠٢٠

الاستلام : ١٥ / ١ / ٢٠٢٠

المستخلص:

تعد تكنولوجيا الاتصال والإعلام إضافة إلى كل من التعليم والابتكار والحاكمية الرشيدة الركائز الرئيسية الأربعة التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة وما التسميات التي أطلقت عليه؛ "اقتصاد المعلومات" و"اقتصاد الانترنت" و"الاقتصاد الرقمي" إلا انعكاسا لمراحل مختلفة من تطور واستخدام تقنية الاتصال والإعلام لعملية انتاج ونقل ونشر المعرفة الاقتصادية. ويمثل مستوى التطور في هذه التقنية من أهم مؤشرات قياس تحقق اقتصاد المعرفة. وفي هذه الدراسة تم تسليط الضوء على ثلاث محاور أساسية؛ تناول الأول منها الأساس النظري لعلاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال باقتصاد المعرفة، حيث التأكد من إعمال نموذج دانيال ليرنر في التنمية وكتابات روجرز عن تبني الأفكار المستحدثة ونموذج الإعلام التشاركي المطلوب في مرحلة الانتقال نحو الاقتصاد المعرفي، فيما تطرق المحور الثاني إلى قدرة الإعلام كصناعة على دعم ودمج المجتمعات في اقتصاد المعرفة ومتطلبات ذلك الدمج، والتخفيف من الآثار السلبية المؤقتة التي قد تعترى عملية الانتقال تلك. فيما تناول المحور الثالث واقع صناعة الإعلام والتحديات الأساسية التي تواجه المجتمعات بشكل عام والعربية بشكل خاص والتي تعيق من تعظيم مزايا وقدرة الإعلام على الاسهام في هذا الاقتصاد الذي يطمح إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتحقيق الرفاه للمجتمعات، والتي كان أهمها ضعف انتاج المحتوى النوعي من المضامين الاتصالية ذات العلاقة بالاقتصاد المعرفي، سواء كان ذلك بسبب ضعف الاستثمار في هذا القطاع أم إلى سيطرة الحكومات أم الرغبة في جني الأرباح السريعة، دون الاهتمام بالأهداف التنموية، حيث أشير إلى أهمية صحافة البيانات في الأوساط الإعلامية حاليا وأثرها في إيجاد إعلام مستدام يتسم بالعمق والمهنية ليكون قادرا على دمج الأفراد وإشراكهم في عملية صنع القرار وتحديد ومصيرهم سياسيا واجتماعيا وبيئيا.

Abstract

Communication and media technology, in addition to education, innovation and good governance, are the four main pillars of the knowledge economy. The names given to it: "Information Economy", "Internet Economy" and "Digital Economy" are only areflection of the different stages of the development and use of communication and media technology for the process of producing, transferring and disseminating economic knowledge. The level of development in this technology is one of the most important indicators for measuring the achievement of the knowledge economy. In this study, three main axes were highlighted. The first of them dealt with the theoretical basis of the relationship of information and communication technology with the knowledge economy, ascertaining the realization of the Daniel Lerner model in development and Rogers' writings on adopting innovative ideas and the participatory media model required in the transition to a knowledge economy, while The second axis touched on the ability of the media as an industry to support and integrate societies into the knowledge economy and the requirements for that integration, and to mitigate the temporary negative effects that may affect this process of transition. The third axis dealt with the reality of the media industry and the basic challenges facing societies in general and the Arab in particular, which hinder maximizing the advantages and ability of the media to contribute to this economy, which aspires to achieve the goals of sustainable development and achieve the welfare of societies, the most important of which was the weak production of qualitative content from the communication contents Related to the knowledge economy, whether due to weak investment in this sector or to government control or the desire to reap quick profits, without paying attention to development goals, where it was pointed out the importance of data journalism in the media today and its impact In finding a sustainable, profound and professional media to be able to integrate individuals and involve them in the decision-making process and determine their fate politically, socially and environmentally.

مقدمة

تعد المعرفة الفارق الرئيس بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الجديد، والذي أصبح معروفاً بالاقتصاد الرقمي أو اقتصاد المعرفة، إذ تتمثل محركات نمو الاقتصادي التقليدي في عوامل الإنتاج؛ رأس مال وتنظيم وأرض وعمالة، بينما تعد المعرفة محرك النمو في اقتصاد المعرفة، حيث الابتكار المعتمد على تقنية الاتصالات والمعلومات يستخدم لإنتاج السلع والخدمات ذات القيم المضافة المرتفعة. وبهذا تكون أفكار العقل البشري هي المتطلب الأساس لهذا الاقتصاد، ومن ثم هو اقتصاد يقوم على استثمارات كثيفة الاستخدام للتقنية وتتطلب عمالة ماهرة متقدمة تستطيع استخدام تلك التقنية، بل ونتاجها، وتقوم القيمة السوقية بحسب صندوق النقد العربي (٢٠١٩)^١ لأكثر خمس شركات متعددة الجنسية منتجة للمعرفة عالمياً الناتج الإجمالي لدول عديدة، بل إن ما يراوح ٨٠% من أصول قائمة أكبر ٥٠٠ شركة في العالم هي أصول معرفية. وبهذا يعد قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات هو من يقود القطاعات الأخرى؛ سواء التقليدية كالصناعة والزراعة والنقل والشحن أو تلك المتعلقة بخدمات الاستشارات أو الخدمات المالية والبنوك والتأمين، إلخ. إذ ينتج المعرفة وينقلها وينشرها. وعلى سبيل المثال ٥٠ في المئة من نمو الإنتاجية في الاتحاد الأوروبي هو نتيجة مباشرة لاستخدام ونتاج تقنية المعلومات والاتصالات كقطاع رئيس محرك للاقتصاد.

وإذ يسهم قطاع الإعلام المستدام في تسريع وتيرة الانتقال من الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد المعرفة من خلال صناعة أو إنتاج المحتوى ونقله ونشره، يسلط هذا البحث الضوء على حقيقة أسهامه في هذا التحول، وتحديدًا في المجتمعات العربية، ومدى اعتماد صاحب القرار عليه كأداة ناجعة وداعمة للاقتصاد المعرفي، وتقديم مقترحات لدعم الاستثمار فيه، واستغلال سماته الإيجابية وعلاج السلبيات التي يعاني منها ومن شأنها تفويض المنافع المرجوة. وذلك من خلال ثلاث محاور أساسية تتناول الأساس النظري لعلاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال باقتصاد المعرفة، والأدوار المتعددة التي تؤديها هذه التكنولوجيا في مراحل الانتقال نحو هذا الاقتصاد وما يصاحب ذلك من تداعيات، والتوقعات التي يمكن استشرافها بناء على ما تم إنجازه.

الأساس النظري لعلاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال باقتصاد المعرفة:

يعد سعي المجتمعات للاندماج في الاقتصاد المعرفي سعيًا نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة والتي يفترض أن يتم تقييم إنجازاتها في ٢٠٣٠، وإذ يتطلب تحقيق تلك

^١ صندوق النقد العربي (٢٠١٩)، اقتصاد المعرفة: ورقة اطارية، تم الاسترجاع من

الأهداف ضرورة إيجاد البدائل والحلول المستدامة لكافة القضايا والعقبات التي تحول دون تحقيق مستويات من الرفاه والعيش الكريم للأجيال الحالية والمستقبلية مع الحفاظ على صحة الكوكب، تتطلب تلك البدائل والحلول الاهتمام بالابتكار والإبداع المعتمد على التعليم والتعلم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ حيث إنتاج تلك المعلومات ونقلها ونشرها، وتحقيق أعلى مستوى ممكن من القيم المضافة. أي أن تحقيق التنمية المستدامة يتطلب اقتصادا مكثفا للمعرفة مولدا لها ومستفيدا من تراكمها لرفع القدرة الانتاجية لمختلف القطاعات والمؤسسات. وإن كان هناك اختلاف في مدى قدرة الاقتصادات المختلفة على التحول من التقليدية إلى المعرفية، إلا أن جميعها يسعى لذلك، ففي الوقت الذي تمكنت بعضها من الوصول إلى إنتاج المعرفة، لا يزال بعضها متوقفا عند مرحلة النقل والتوطين، ويتطلب هذا الانتقال إرادة التغيير. وإن اختلف الباحثون حول تعريف التنمية وعلاقتها بكل من التغيير والإصلاح، في دليل فريدريش إيبرت ٢٠١٦، فقد اتفقوا على أهميتها وتعاظم دور الإعلام والاتصال في تحقيقها. فهي من وجهة نظر فريق منهم عملية تهدف إلى إحداث تحولات هيكلية اقتصادية اجتماعية بيئية من شأنها أن تحقق الحياة الكريمة والعدالة الاجتماعية بعد التغلب على البطالة والفقر والمرض والجهل في مجتمعات يصبح فيها للمواطن قدر أكبر من المشاركة وصنع القرار، حين تبلغ تلك المجتمعات مرحلة الإبداع وإنتاج المعرفة المرتكزة على التطور الفكري والاكتشافات والتقنيات الحديثة في بيئة مهيأة لقبول التغيير، تمثل وسائل الإعلام والاتصال اللاعب الفاعل والمؤثر في تجهيز تلك البيئة. ويفسر المدخل التكاملي للاتصال هذا الدور والتأثير في عملية التنمية؛ بدء من كتابات دانيال ليرنر عن دور وسائل الإعلام والاتصال في نموذج التحديث وتقديم روجرز لنظرية نشر المستحدثات إذ أن التنمية لا تمثل نقلا لرؤوس الأموال والمستحدثات التكنولوجية فحسب إنما نقلا للمعرفة والأفكار والمهارات التي تمكن من ارتفاع احتمالات تبني تلك المستحدثات. ووصولاً إلى نموذج الإعلام التشاركي الذي يعتمد الاتصال في اتجاهين حيث تعتمد العملية الاتصالية ومخرجات التنمية على الإبداع واستكشاف القضايا والنهيات المفتوحة من خلال توليد المعرفة والحلول المبتكرة بدلا من أن يقتصر دورها على نشر المعلومات فقط، والذي من سماته بناء القدرات ومشاركة أصحاب المصالح وتجنب الصراعات بهدف التمكين وباستخدام كافة وسائل الاتصال بدءا من الفلكلور ومرورا بالاتصال الجماهيري وصولا للإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي. والذي أكدت عليه اليونسكو في العديد من دراساتها المنشورة، موضحة أن عملية التنمية ترتبط بدرجة كبيرة بمضمون الرسائل

^٢ فريدريش إيبرت (٢٠١٦)، دليل صحافة استقصائية من أجل التنمية، تم الاسترجاع من:

<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/aegypten/13316.pdf>

الاتصالية التي تقدمها الوسائل الإعلامية من قيم وأفكار ومعارف متطورة لدعم استراتيجيات التنمية كمواجهة النمو السكاني وتطوير سياسات الصحة والتعليم والزراعة والصناعة. إذ يعول على الإعلام الاضطلاع بوظيفة المشاركة في رسم السياسات وخطط التنمية كأحد أهم الوظائف المنوطة بأجهزته والتي تتعاطم في ذروة عمليات التحول الاجتماعية حيث تكون منصة للحوار ونقاش مسارات التحول والخطط والبرامج التنموية المطروحة، إذ لا يقتصر دورها على إمداد الجمهور بالمعلومات والحقائق ورفع وعيهم بما يدور حولهم، إنما يمتد دورها إلى طرح البدائل المختلفة وتقييم الخطط والبرامج والتعرف على سلبياتها وإيجابياتها ومدى واقعيته. تكنولوجيا الاتصال والإعلام وتداعيات الانتقال إلى اقتصاد المعرفة:

يعتمد التحول إلى اقتصاد المعرفة بحسب صندوق النقد العربي ٢٠١٩^٣، على مدى توفر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات واستخدام الرقمنة والابتكار، ما يعني أن الصناعات المبنية على المعرفة تزيد حصتها في هذه الاقتصاديات، المتأثرة بالثورة الصناعية الرابعة والتي تمزج بين التقنيات الفيزيائية والرقمية والبيولوجية كإنترنت الأشياء والذكاء الصناعي، والطباعة ثلاثية الأبعاد، وعلم الجينوم، والعملات الافتراضية وتقنية النانو والروبوتات، والبيو تكنولوجي وتخزين الطاقة والسيارات ذاتية القيادة والحاسوب الكمي. إذ تعمل هذه التقنيات على إعادة هيكلة للبنية الاقتصادية في المجتمعات بشكل شامل للتحول إلى قطاعات تقنية تحل محل تلك التقليدية من صناعة وزراعة وتعدين، الأمر الذي يعني انخفاض في أسعار المواد الخام والسلع الأساسية حيث توفر البدائل بسعر أقل ومراعاة أكثر لمتطلبات الحفاظ على البيئة، هذا عدا عن انتشار أساليب الإنتاج الأكثر كفاءة والجودة، والمتوافقة مع أذواق ومتطلبات أكبر عدد من المستهلكين، الذين يتمتعون بقوة شرائية عالية، والمصاحبة أيضا لمستوى عال من الصحة والتعليم وخدمات البنية التحتية في مدن ذكية ومستدامة.

ويرافق هذا التحول بعض الظواهر السلبية المؤقتة، إذ يتسبب استخدام تقنيات ذكية للإنتاج انخفاض كبير جدا في مستوى الطلب على العمالة غير الماهرة وارتفاع على العمالة المدربة خصوصا في مجالات الرياضيات والعلوم والهندسة والتحليل المنطقي والإبداعي في حل المشكلات ما يعني عدم عدالة في توزيع الدخل

^٣ صندوق النقد العربي (٢٠١٩)، مصدر سابق.

4 الميلود، سحانين. وامعاشو؛ داني الكبير (٢٠١٧) دور الاقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد ٩،

https://www.researchgate.net/publication/331099668_dwr_aqtsad_alm_rft_fy_thqyq_altnmyt_almstdamt

بشكل عام وبوجه خاص سيعمق فجوة النوع الاجتماعي، حيث تعمل غالبية النساء في الدول النامية في القطاعات المكثفة لليد العاملة والمنخفضة التقنيات. وتتعدى تداعيات التحول للاقتصاد المعرفي التأثير على سوق العمل والأجور إلى مفاصل عديدة، إلا أن الأثر على المدى الطويل حسب المختصون هو أثر إيجابي، ويختلف سرعة الوصول إلى هذا الأثر الإيجابي وجني ثمار التحول لاقتصاد المعرفة بحسب سرعة التغيير وقبول وتبني الأفكار والاستفادة مما هو متاح من المعرفة، والتي يسهم الإعلام في تحقيقها. بل اعتبر سحانين الميلود وداني امعاشو (٢٠١٧) البنية المعلوماتية وما تحويه من نشر للمعلومات عبر وسائل الاتصال والإعلام أحد العناصر المكونة للاقتصاد المعرفي.^٤

فعلى سبيل المثال تجد اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغري آسيا (الاسكوا) ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) أن الدور المحوري والفعال للإعلام هو الإسهام في تحقيق المعرفة من خلال نشر المعلومات التي نتجت عن عملية تفسير وتحليل البيانات بالاستناد إلى نظريات وطرق محددة، وأن الطريقة الصحيحة لنشر البيانات هي تلك التي تمكن الجميع من فهمها، بمختلف مستوياتهم ليتمكنوا من اتخاذ القرارات ذات العلاقة. مع الأخذ في الاعتبار عدة عوامل، إذ رغم أهمية عنصر السرعة في النشر وكذلك حق الجمهور في الاطلاع على المعلومات الخاصة بالتلوث والصحة العامة ونظافة السواحل ومياه الشرب، إلخ، إلا أنه يجب ألا يغفل عن أثر ذلك على قطاعات معينة مثل السياحة والتجارة والصناعة. وأنه جرت العادة على اقتصار تداول المعلومات الخاصة بالبيئة على الخبراء والباحثين وصناع القرار، وذلك بسبب نقص الخبرة لدى عامة الشعب عن فهم تلك المعلومات إلى أن أكدت الأمم المتحدة وجميع دولها المشاركة على أن التنمية بكافة أبعادها لن تتحقق بدون المشاركة الشعبية وفهمهم لكافة المعلومات التي يجب نشرها ليتمكنوا من تكوين جماعات ضاغطة على صانعي القرار. فالتحدي الأكبر الذي يواجه الإعلاميون في مجال البيئة هو كيفية إيصال المعلومات العلمية إلى المتلقي بشكل مبسط ومفهوم دون الإخلال بمعناها ومحتواها العلمي. والأهم من ذلك هو أن يتم تخطي مرحلة السرد إلى مرحلة التغطية العميقة لشؤون البيئة والمبادرة في رفع مستوى الوعي والتعامل مع البيئة. وذلك من خلال توضيح أبعاد القضايا البيئية

^٤ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغري آسيا (الاسكوا) ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) (٢٠٠٣)، دليل بناء قدرات الإعلاميين العرب لتناول قضايا البيئة بهدف تحقيق التنمية المستدامة. تم الاسترجاع من

وربطها بالخطط التنموية وعلاقتها بالميزانيات والموارد المالية والتطورات في قطاعات الصناعة والسياحة، إضافة إلى الحلول والبدائل وتحسين الأوضاع الصحية والمعيشية إضافة إلى خفض التكلفة والخسائر في حال حدوث مشاكل أو كوارث بيئية. وعلى مستوى العالم العربي تم تأسيس عدة شبكات وإطلاق مبادرات من شأنها تدريب الإعلاميين العرب على التغطية المستدامة لقضايا البيئة ودعم المعرفة لديهم في هذا الشأن ليتمكنوا من نقلها ونشرها بالشكل المطلوب لجماهير مجتمعاتهم، كما تتيح لهم الحوار مع العلماء والأكاديميين بل والمستثمرين أيضا في هذا المجال. مثل المنتدى العربي الإعلامي للبيئة والتنمية، وشبكة الإعلاميين العرب في التنمية المستدامة.

وهناك العديد من العقبات التي تواجه الإعلام العربي البيئي وتعيق أن يضطلع بدوره كمكون أساسي في اقتصاد المعرفة، وأهمها؛ نقص المعلومات التي تمكن الإعلاميين من بناء معرفة متكاملة عن الموضوعات ذات العلاقة بالتنمية المستدامة، كما إن القصور النسبي في فهم متطلبات التنمية المستدامة وعلاقة أهدافها وغاياتها ببعضها البعض من جهة وبالقطاعات المختلفة والمؤسسات المتعددة من جهة أخرى يحول دون وجود عدد كاف من الإعلاميين لتغطية تلك الموضوعات، إضافة إلى فقد التمويل المخصص لتلك الأنشطة الإعلامية. هذا عدا عن أهمية تحرير العمل الإعلامي من التبعيات الاقتصادية والسياسية، والاهتمام بالمصداقية والدقة والموضوعية والتخصص العلمي عند التعامل مع تلك القضايا والاقتناع بأن الوقت قد حان لتفعيل الشراكات سواء مع المنظمات الدولية والإقليمية أو مع منظمات المجتمع المدني المحلي والمؤسسات والهيئات الحكومية كل في مجاله، وفي حال ما تم مواجهة تلك العقبات فإن ذلك من شأنه أن يمكن الإعلام من كشف الفساد والانتهاكات البيئية، والاسهام في تطبيق القوانين والتشريعات البيئية سواء المباشر منها أو الغير مباشرة كتلك المتعلقة بقطاعات الصناعة والصحة والسياحة، وذلك من خلال إيجاد القنوات الكفيلة بزيادة الوعي وخلق فرص الحوار وتقصي الآراء من منظور المسؤولية الاجتماعية بعيدا عن إعلام الإثارة والمواجهة غير المسؤولة. فهو القادر على تغيير سلوك الأفراد في المجتمعات من خلال الاقتناع وتحفيز الرأي العام، بل قادر على الضغط على الحكومات والأسواق بحسب اليونسكو (٢٠٠٣)^٦.

فتسويق الإعلام للقضايا البيئية بدءا من الترويج لإتمام المعاملات الرسمية من خلال بوابة الحكومة الإلكترونية واقناع الأفراد بالدفع الإلكتروني ومزاياه وإيجابياته المتحققة سواء على البيئة بشكل عام أو على الأفراد كل بعينه، مرورا باستخدام

^٦ اليونسكو (٢٠٠٣)، مصدر سابق.

الطاقة النظيفة، وانتهاء بالمدن المستدامة وتدوير المياه الرمادية، كل ذلك من شأنه زيادة الوعي بمستلزمات تحقيق ذلك. لذا دعت المنظمة الأممية إلى توفير البيانات المفصلة والمتسمة بالدقة والمصادقية للمساعدة في قياس التقدم المحرز نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠، وتم نشر ملفات التعريف القطرية للوقوف على الانجاز وقياس أداء الحكومات بشكل مفصل ويمكن الاستفادة من تلك التقارير بشكل كبير جدا اذا استطاع الاعلام تحليل تلك المؤشرات والنسب وتبسيطها للجماهير وذلك من شأنه الاهتمام بثقافة الاعلاميين ورفع مستوى استيعابهم لتلك المؤشرات. الاعلام والتنمية المستدامة؛ واقع وتوقعات

أكدت شبكة الأمم المتحدة لحلول التنمية المستدامة (SDSN) وأكاديمية الإمارات الدبلوماسية (EDA) (٢٠١٩) في تقريرها "مؤشر ولوحات متابعة أهداف التنمية المستدامة للمنطقة العربية" أن الاستثمار في قدرات الدول لإنتاج بيانات منتظمة وعالية الجودة يعد أولوية لأجل استخدامها في إجراءات متابعة وتقييم التقدم المحرز لأهداف التنمية المستدامة، وذلك بهدف الوقوف على الأولويات وتحديد العقبات والتخصيص الأفضل للموارد. إذ يستوجب التطبيق الفعال والعمل على تحقيق الأهداف التنموية المستدامة وضع سياسات مصاغة بعناية ومستندة إلى المعارف المحددة بسياق معين وبيانات عالية الجودة، ويعد مؤشر أهداف التنمية المستدامة للمنطقة العربية ٢٠١٩ وتقرير لوحات المتابعة الذي أعدته شبكة الأمم المتحدة لحلول التنمية المستدامة بالتعاون مع أكاديمية الإمارات الدبلوماسية بجهود خبراء مستقلين من مركز التميز لأهداف التنمية المستدامة للمنطقة العربية التابع للأكاديمية، يعد هذا المؤشر مثالا واضحا على أهمية تلك البيانات للاستفادة منها كنقطة انطلاق للحوارات حول الفرص والتحديات وتحديد الثغرات وفتح آفاق العمل والتعاون بين الدول بين الدول المعنية. وتوقع القائمون على التقرير أن يتم تطوير هذا المؤشر على أن يتم توفير المزيد من البيانات حول المؤشرات الحالية والتي سيتم استحداثها، إذ كشفت عملية إعداد المؤشر عن فجوات عميقة ونقص كبير في البيانات في جميع أنحاء المنطقة، خصوصا ما يتعلق بالدخل والثروة والفقر والعمل. ويستوجب تحقيق ذلك

^٧ شبكة الأمم المتحدة لحلول التنمية المستدامة (SDSN) وأكاديمية الإمارات الدبلوماسية (EDA)، (٢٠١٩)، مؤشر ولوحات متابعة أهداف التنمية المستدامة للمنطقة العربية، تم الاسترجاع من

التطور تطوير آليات وقدرات إحصائية تتميز بالدقة والشفافية والمصادقية على أن يدعم تلك الدول الشركاء العالميين والإقليميين.

حيث إن الإصلاح والتخطيط السليم لتحقيق الـ ١٦٩ التي تضمنتها الأهداف الـ ١٧ يتطلب استخدام بيانات ضخمة وفي الوقت المناسب لاتخاذ القرارات السليمة. وهذه البيانات هي ما تقوم عليه حاليا صحافة البيانات التي تعد الطريقة الأنجع لتحقيق مستوى عال من المهنية في المؤسسات الإعلامية التي ترغب في الإسهام في تحقيق التنمية لشعوبها وتحقيق مستوى الرفاهية لأفراد مجتمعاتها، حيث الاستفادة من التقنيات الرقمية في إنتاج المعرفة ونشرها في المجتمع.

وبحسب جوناثان غراي، وليليان بونيغرو، و لوسي تشيمبرز (٢٠١٥)^٨، هي صحافة ليست بديلة عن التقليدية وإنما مكملة لها، وتمكن ممارستها من الاستفادة من كم البيانات الهائل المتاح والتي تستخدم الأحاد والأصفار لوصفها والتعبير عنها، سواء كانت تلك البيانات متعلقة بتوزيع السكان أو الأمراض أو أصوات انتخابية أو جرائم، حيث استخدام البرمجة لدمج بيانات صادرة عن جهات حكومية وخاصة ومؤسسات مدنية، أو إيجاد روابط بين مئات الآلاف من الوثائق، أو التاريخ المرضي لدى عائلات أو سكان مناطق معينة، اعتمدت على نمط غذائي معين، أو تم استخدام سلاح أو تم إجراء تجارب معينة على أرضها. للوصول إلى معلومات تقيد في طرح قضايا معينة وتوجيه الرأي العام نحوها. فمعظم البيانات قد لا تكون مهمة بصورتها المنفردة، ولكن بربطها ببيانات أخرى والنظر إليها من زاوية معينة يكسبها أهمية كبيرة. حيث يتم معالجة المعلومات على مستويين؛ التحليل لاستخراج مضمون له مغزى وبناء له هيكل وشكل محدد من التدفق المعلوماتي. والعرض بأسلوب بسيط وواضح وجاذب يصل المعنى للمتلقي. الأمر الذي من خلاله يساعد أفراد المجتمع على رؤية الأمور من منظور منطقي متكامل وعميق ومعرفة ما يحدث في مجتمعاتهم وأنظمتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

فهناك بعض المعلومات والبيانات السرية لدى الحكومات لا يمكن فهمها وإن تسربت، لذا فإن التدريب على معالجتها وتوظيفها للوصول إلى الحقائق أمر في غاية الأهمية إذ لا يجب الوثوق دائما بالروايات الرسمية للحكومات، بل يجب من خلال هذه الصحافة فتح الملفات وتفعيل المساءلة. ومثال ذلك القصة الخبرية التي أعدها سيف دويغ الحانز على جائزة بوليتزر عام ١٩٩٣، والتي حلل فيها أنماط الخسائر الناتجة عن إعصار اندرو، والتي نتجت عن دمج مجموعتين من البيانات تضمنت خرائط للدمار الذي سببه الإعصار وسرعات الرياح، مما أمكن من تحديد المناطق ذات

^٨ جوناثان غراي، وليليان بونيغرو، و لوسي تشيمبرز (٢٠١٥)، صحافة البيانات، شبكة الجزيرة، الطبعة الأولى.

المباني الضعيفة ذات البنية الرديئة مما ساهم في مضاعفة آثار الكارثة. (مجموعة من الجوائز والمنح تقدمها سنويا جامعة كولومبيا بنيويورك في مجالات الخدمة العامة والصحافة والأداب والموسيقى).

وقد تكون البيانات المستخدمة بسيطة جدا كقائمة مكالمات هاتفية، وقد تكون بيانات لعدوى في المستشفيات يمكن من خلال جمعها وربطها بمتغيرات ذات علاقة التوصل لخطورة فيروس ما ومعرفة ما إذا كان وصل لمستوى الوباء؟

إن استخدام هذا النوع من الصحافة يتعدى أسلوب الصحافة بمساعدة الكمبيوتر والتي استخدمت لأول مرة في ١٩٥٢ من قبل شبكة سي بي اس وأطلق عليها CAR، وهدفت حينها إلى مراقبة السلطات العامة والمؤسسات الخاصة، حيث أصدرت تقارير عدة كان منها تقرير (لون المال) والمعبر عن عنصرية منهجة لسياسات الإقراض في المؤسسات المالية الكبرى. وإن تعددت المسميات لاستخدام التقنية الرقمية في الصحافة كالصحافة الدقيقة مثلا، فإن ما يعطي الأهمية لصحافة البيانات هي المغزى من جمع ومعالجة البيانات وتحليلها، وسواء تدرّب الصحفي على تلك المعالجة أو استعان بمختصين في مجال تحليل وبرمجة النظم والمعلومات فإن العبرة في المغزى من العملية ذاتها.^٩

ومن أكثر الأمثلة على أهمية استخدام هذه المعالجة التقييم لما أحرزته الحكومات وما حققت من غايات التنمية المستدامة بعد مرور أربعة أعوام على وضع أجندة ما بعد ٢٠١١-٢٠٣٠.

وترى الباحثة أنه إن كان ينظر سابقا لاهتمام الصحافة بقضايا التنمية والعدالة الاجتماعية على أنها نوع من الرفاهية، إذ تتعارض مصالح الوسائل الإعلامية وسعيها نحو تحقيق الأرباح من نشر المعلومة وهي السلعة الأساسية في هذه الصناعة مع تداعيات معالجة تلك القضايا، أصبح اليوم الطلب على المعلومة التي تمس وتعالج تلك القضايا هي محل الأنظار وهي التي تحقق الأرباح إذا ما تم معالجتها بشكل صحيح. كما أنه وبحسب التجربة والمشاهدة العملية للمحطات والمنصات الرقمية لم يعد نشر المعلومات التي تمس قضايا التنمية تقتصر على القطاع الحكومي وهي النظرة المألوفة في إعلام الدول النامية، بل هي مجال خصب لإعلام القطاع الخاص وذلك نتيجة للتحوّل والاستيعاب القائم بالاتصال في هذا الإعلام لمفهوم التنمية والعلاقات والتداخلات الموجودة بين القطاعات والقضايا المختلفة في المجتمع فقضايا الفقر والبطالة وملفات الفساد والعنف والجرائم والصحة والتعليم، إلى غيرها من قضايا لا يمكن معالجتها بمعزل عن بعضها البعض، وهي التي يتطلع

^٩ صحافة البيانات (٢٠١٥)، مصدر سابق.

المستهلك لها (الجمهور المتلقي) للمزيد منها. ولكن مع الأسف هذا المنظور لا تتسم به سوى قلة من الوسائل الإعلامية سواء على مستوى المحطات المرئية والمسموعة أم على مستوى المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعية. فرغم أنه مع نهاية عام ٢٠١٦ قد وصل عدد المحطات الفضائية العربية إلى ١٢٩٤ محطة، إلا أن القائمين على التقرير السنوي للبت الفضائي العربي ٢٠١٦ عبروا عن تخوفهم من اتساع الفجوة بين القطاعين العام والخاص، ليستحوذ الأخير على ٨٦ بالمئة من تلك المحطات، الأمر الذي يعني غياب إعلام الخدمة العامة الذي يناط به مسؤولية إنتاج محتوى إعلامي توعوي ثقافي يحقق التنمية الشاملة، في مقابل غلبة القطاع الخاص الهادف إلى الربح دون الاهتمام بمصلحة المواطن الحقيقية، وذلك بحسب اتحاد إذاعات الدول العربية^{١٠}.

وأكد الصحفي فيليب بورنج في مقاله في صحيفة The International Herald Tribune أن العجز في المعلومات من أهم أسباب الأزمة العالمية المالية ٢٠٠٨، وكذلك عدم الحصول على المعلومات في حينها أو الأضرار الناجمة عن تلقي معلومات خاطئة، إذ عرض حينها تقرير البنك الدولي المتضمن حالة الشركات الاندونيسية والتي بلغ إجمالي اقتراضها إلى ضعف ما كان متوقفاً، كما لم تعكس الأرقام الرسمية في كافة أنحاء المنطقة المستويات المرتفعة للقروض الخارجية، وكذلك بيانات البنك المركزي، وأوضح فيليب أيضاً أن هذه الفجوة المعلوماتية هي مسؤولية كل من الحكومة والقطاع الخاص وتحديدًا القطاع المالي بوصفها جهات رئيسية مسؤولة عن تقديم المعلومات، ووسائل الإعلام التي لم تعط طريقة معالجة الصحفيين للأنباء الاقتصادية الاهتمام اللازم، معتبراً إياها المصدر الأساسي للمعلومات حول القضايا التي تمس الشعوب، خصوصاً إذا ما كانت حرة وتنبئ إدارة مداوات ومناقشات تكفل تبادل وجهات النظر المتباينة.

فمسألة مصداقية وسائل الإعلام ومدى اهتمامها بطرح الملفات التي تمس حياة المواطنين مرهون بالملكية والاستقلالية المالية، والأجندات التي تخدم مصالحها هذه الوسائل، وهي معطيات تم نقاشها في العديد من الدراسات والأبحاث ولا يختلف اثنان على حجم تأثيرها، إلا أن المفصل الحقيقي في تعاطي

^{١٠} التقرير السنوي للبت الفضائي العربي ٢٠١٦، اتحاد إذاعات الدول العربية، تم

الاسترجاع من www.abus.net

^{١١} مليندا كينتوس دي جيساس، الصحافة وقصة الاقتصاد، مركز حرية الصحافة ومسئوليتها.

<http://www.cipe-arabia.org/files/html/case30.htm>

الإعلام الخاص مع معالجة تلك القضايا هو الأرباح التي تجنى من زيادة طلب الجمهور على المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد ومتابعة انجاز الحكومات لملفات التشغيل والصحة والتعليم والبنية التحتية، إلخ من ملفات. خصوصا كما ذكر أعلاه إذا كانت هذه الصحافة قادرة على التأثير، وتعبئة الرأي العام. والأمثلة على ذلك عديدة، ومن أهمها الأسواق الأمريكية والصينية والإنجليزية^{١٢}، فقد أدى نهج الضبط الذاتي الذي اتبعته المملكة المتحدة في مواجهة الفضائح المالية خلال الثمانينات من خلال النشر في الصحافة حول الأداء مقارنة بالمعايير الموضوعية إلى تغيير كبير في ممارسة الشركات خلال فترة قصيرة نسبيا. وأن ثلثي الشركات المتعاملة في سوق لندن المالي (العينة المدروسة) لم تكن متوافقة مع معايير لجنة كادبوري عند إقراره في ١٩٩٢، لكن ما نسبته ٩٣ بالمئة منها أذعن له بحلول عام ١٩٩٦. حيث استخدمت وسائل الإعلام كأداة عقوبة بنشر الانتهاكات الإدارية لتلك الشركات. كذلك ما تم نشره بعد إقرار قانون منع التلوث في ١٩٩٠، حيث طلب من الشركات الأمريكية كشف ما تطلقه من المواد الكيماوية، الأمر الذي حدا بها إلى تغيير سلوكها إذ يتم نشر بيانات كل شركة على حدة ومعرفة ما تسهم به من تلوث بيئي ومن ضرر على حياة الانسان وتبعات ذلك.

وفي الفضاء العربي فلا تتعدى القنوات التي تحمل محتوى بناء وقيمي حسب تقرير البث العربي سوى عشرات مقابل مئات من تلك التي تحمل العديد من التوجهات والأجندات التي تعمل على تحقيق الربح السريع. هذا عدا عن التحدي الذي تواجهه من قبل الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي التي تسعى دوما إلى توسيع قاعدة جمهورها على حساب الفضاء الإذاعي والتلفزيوني، وإن كان هذين الأخيرين قد سعيا إلى الاستفادة من مزايا الإعلام الرقمي، وأصبحت تبث على الانترنت، وهي حاضرة دوما عبر صفحات التواصل الاجتماعي، بل انها استفادت من تزايد عدد مستخدمي تلك الصفحات للوصول إلى أعداد كبيرة جدا من الجماهير حول العالم، إلا أن الأمر يبقى مرهون بالمحتوى ومدى حاجة الجمهور له. على أنه لا يمكن إغفال ميزة حرية التعبير الذي يتيحها الفضاء الإلكتروني والتي لم تترك مطلقا بل سنت القوانين المتعلقة بها، والتي انتشرت في العالم العربي مؤخرا بهدف حماية المواطن وتحقيق المسؤولية الاجتماعية على حد تعبير الجهات المسنة لتلك القوانين. إلا

^{١٢} اليكساندر دايك ولويجي زغاليس، دور وسائل الإعلام في التحكم بالشركات، الحق في الإبلاغ- دور وسائل الإعلام الجماهيرية في التنمية الاقتصادية. معهد البنك الدولي- دراسات تنموية، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥. ص ١٦١-١٦٧

ان الباحثة ترى أن المخرج الوحيد هو صحافة البيانات حيث الأدلة والبراهين والحجج المنطقية.^{١٣}

وبهذا فإن انتاج المعرفة ونقلها ونشرها ليست الوظيفة الوحيدة التي تقوم بها وسائل الإعلام، بل إنها تقوم بوظيفة الترويج والإعلان لكافة السلع والخدمات أيا كان منتجها. فإضافة إلى المواقع الإلكترونية تزايد معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر ويوتيوب وفيسبوك وانستجرام وفليكر وغيرها لتصبح المسوق الرئيسي عبر شبكات اتصال عالمية ضخمة (الإعلام الرقمي) مستفيدة من مزايا عديدة تمتعت بها مقارنة بالإعلام التقليدي كانخفاض التكلفة وسرعة تلقي صدى الجماهير والقدرة على تحديد الفئات المقصودة من الجماهير، وتحديد نقاط القوة والضعف في حملات الترويج بشكل أسرع مما كان يتم في الإعلام التقليدي. وكانت فورستر قد أعلنت عن توقعها بأن يزيد معدل الانفاق على التسويق الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي عام ٢٠١٩ ليصل إلى ١٠٣ مليار دولار مقارنة بما يعادل ٨٦ مليار دولارا للإعلانات من خلال التلفزيون، ويرجع المحللون ذلك إلى اختلاف عادات وأنماط المشاهدة لدى المستهلكين (الجمهور) والذين يتجهون لخدمات حسب الطلب سواء للاستماع للموسيقى أو مشاهدة الأفلام أو التقارير السياسية.^{١٤}

وتؤثر هذه الوظيفة (التسويق) بشكل أو بآخر على الاضطلاع بمهمة الاهتمام بالمحتوى النوعي ودمج المجتمعات العربية باقتصاد المعرفة، رغم أهمية تحقيق الوفرة المادي والربح للمؤسسات الإعلامية، فحسب محرز حسين غالي (١٥)، أكد ٨٨.٢ بالمئة من عينة الخبراء في صناعة الإعلام التي أجري عليهم الدراسة سيطرة المحتوى التجاري الذي تقدمه وسائل الإعلام في مقابل تراجع الاهتمام بالموضوعات والقضايا الفكرية والتعليمية والثقافية. ومع ذلك وجدت الدراسة ذاتها العديد من المؤشرات الإيجابية التي تؤكد على الأهمية الكبيرة لصناعة الإعلام كمكون للاقتصاد المعرفي، بل ودعم الانتقال له ودمج المجتمعات العربية فيه. إذ يمثل المحتوى الثقافي الذي تقدمه الوسائل الإعلامية

^{١٣} تقرير اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠١٦، مصدر سابق.

^{١٤} علي بن ضميان العنزي، مدى توافق الاستثمار في وسائل التواصل الاجتماعي مع معايير اقتصاد المعرفة، جامعة الملك سعود - قسم الاعلام، ورقة بحثية منشورة للمنتدى الاعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للاعلام والاتصال، -الاعلام والاقتصاد: تكامل الأدوار في خدمة التنمية.

^{١٥} محرز حسين غالي، الإعلام الرقمي العربي واقتصاد المعرفة، تم الاسترجاع من

أحد مصادر المعرفة الرئيسية للجمهور العربي، حيث تعمل على تسويق القيم المستحدثة والمنجزات العلمية والتكنولوجية والإقناع بتبنيها مما يخدم برامج التنمية الشاملة والتحول نحو الاقتصاد الرقمي، خاصة إذا سعت إلى تعزيز قيم النزاهة والمحاسبة والشفافية حيث تكون معبرة عن كافة رؤى التيارات السياسية والاجتماعية والفكرية السائدة. الأمر الذي حدا بها إلى التوسع في صناعة الإعلام الرقمي والاستفادة من التطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال والإعلام للاندماج والتحول نحو نمط المنصات الإعلامية المتكاملة والتي باتت تسيطر على الأسواق عالمياً، كما أكدت عليّة دراسة غالي^{١٦}. وأيّا كانت الآليات التي ينظر من خلالها إلى دور وسائل الإعلام في دمج المجتمعات في اقتصاد المعرفة، تمثل زيادة الاستثمار المطلوبة في تطوير قطاع الإعلام والاتصال ضرورة ملحة يتفق عليها الجميع، بل إن بناء البنى التحتية التكنولوجية اللازمة للانتقال نحو اقتصاد المعرفة يتمثل في الاستثمار في تكنولوجيا الاتصال والإعلام بشكل أساسي، لما لها من دور في عمل تسريع وتيرة العمل والإنتاج وتغيير طريقة التفكير بما يسهم في تحسين ظروف العمل والحياة وردم الفجوة بين الدول النامية والمتقدمة، وعدم الاقتصار على نقل التكنولوجيا إنما إنتاجها، بحسب مراد علة^{١٧}.

^{١٦} غالي، مصدر سابق.

^{١٧} مراد علة، جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة: دراسة نظرية تحليلية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجلفة - الجزائر. تم الاسترجاع من

<http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2011/12/Mourad-Illah.pdf>

قائمة المراجع:

اتحاد إذاعات الدول العربية، التقرير السنوي للبحث الفضائي العربي ٢٠١٦،

www.abus.net

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا) ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) (٢٠٠٣)، دليل بناء قدرات الإعلاميين العرب لتناول قضايا البيئة بهدف تحقيق التنمية المستدامة.

<https://digitallibrary.un.org/record/1292646>

الميلود، سحانين. وامعاشو؛ داني الكبير (٢٠١٧)، دور الاقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد ٩.

https://www.researchgate.net/publication/331099668_dwr_aqtsa_d_almrft_fy_thqyq_altnmyt_almstdam

١ اليكساندر دايك ولويجي زنگاليس، دور وسائل الإعلام في التحكم بالشركات، الحق في الإبلاغ- دور وسائل الإعلام الجماهيرية في التنمية الاقتصادية. معهد البنك الدولي- دراسات تنموية، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥. ص ١٦١-١٦٧.

جوناثان غراي، وليليان بونيغرو، و لوسي تشيمبرز (٢٠١٥)، صحافة البيانات، شبكة الجزيرة، الطبعة الأولى.

<https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2019/Data%20Journalism%20Ar%20-%20Web.pdf>

شبكة الأمم المتحدة لحلول التنمية المستدامة (SDSN) وأكاديمية الإمارات الدبلوماسية (EDA)، (٢٠١٩)، مؤشر ولوحات متابعة أهداف التنمية المستدامة للمنطقة العربية.

[https://sdgindex.org/reports/2019-arab-region-sdg-index-and-dashboards-report-\(arabic\)/](https://sdgindex.org/reports/2019-arab-region-sdg-index-and-dashboards-report-(arabic)/)

صندوق النقد العربي (٢٠١٩)، اقتصاد المعرفة: ورقة اطارية،

<https://www.amf.org.ae/ar/content>

فريدريتش ايبيرت (٢٠١٦)، دليل صحافة استقصائية من أجل التنمية.

<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/aegypten/13316.pdf>

محرز حسين غالي، الإعلام الرقمي العربي واقتصاد المعرفة.

<https://iefpedia.com/arab/?p=30169>

مراد علة، جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة: دراسة نظرية تحليلية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجلفة - الجزائر.

<http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2011/12/Mourad-Illah.pdf>

مليندا كينتوس دي جيساس، الصحافة وقصة الاقتصاد، مركز حرية الصحافة
ومسئوليتها.

<http://www.cipe-arabia.org/files/html/case30.htm>