

المقاولاتية الإعلامية: نماذج للمشروعات المبتكرة وبرامج الدعم المقاولاتي في الوطن العربي

Media Entrepreneurship: Models of Innovative Projects and Support Programs in the Arab World

د. أمينة بن زرارة -2/أ.د. عطاء الله طريف

1- جامعة 8 ماي 1945- قلمة (الجزائر) - amina.benzerara@yahoo.fr

2- جامعة عمار ثليجي - الأغواط (الجزائر) - atallah.media@yahoo.com

تاريخ القبول: 2023/06/16

تاريخ المراجعة: 2023/05/10

تاريخ الاستلام: 2023/04/30

ملخص:

إن الاستثمار في مجال الإعلام "أو" تطوير نماذج مبتكرة في المجال الإعلامي"، مفاهيم كانت ولا زالت مصدرًا للنقاش والبحث بشكل دائم، كما أنّ الحديث عن التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية في خلق نماذج اقتصادية جديدة دائمًا ما يتكرر، لذا جاءت هذه الدراسة بهدف لتسليط الضوء على الأفكار والنماذج المبتكرة من خلال المؤسسات الناشئة الإعلامية. والوسائل والطرق التي يمكن الاستعانة بها لخلق مشاريع إعلامية مقاولاتية، والذي تستعرضه هذه الدراسة من خلال المبادرات الإعلامية الناشئة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هذه النماذج تستدعي وجوب التفكير العميق في الاستفادة من دمج التكنولوجيا في مجال الإعلام والإمكانيات التي تمنحها وسائل التواصل الاجتماعي والتي تتجدد بشكل مستمر، ورغم النهضة التي ترافق قطاع ريادة الأعمال والتكنولوجيا فما زال الاهتمام بتطوير الإعلام عبر الريادة محدوداً في ظل معيقات عديدة تواجه الصحفيين في الولوج إلى هذا العالم عبر توفير منصات مؤسسية خاصة بهم قابلة للتطوير والنمو وفقاً للغة العصر. ويستلزم هذا التطور فهم احتياجات الشباب، وتوفير حاضنة مجتمعية للإعلام المستقل وإعلام الحقيقة.

الكلمات المفتاح: المقاولاتية الإعلامية؛ المشروعات المبتكرة؛ الدعم المقاولاتي

Abstract:

Investing in the field of media" or "developing innovative models in the field of media", concepts that have been and still are a source of discussion and research on a permanent basis. The light on innovative ideas and models through emerging media institutions, and the means and methods that can be used to create entrepreneurial media projects, which this study reviews through emerging media initiatives in the Middle East and North Africa. This study concluded that these models call for the necessity of deep thinking in taking advantage of the integration of technology in the field of media and the possibilities offered by social media, which are constantly renewed. Many obstacles face journalists in accessing this world by providing their own institutional platforms that can be developed and grown in accordance with the language of the times. This development requires understanding the needs of young people, and providing a community incubator for independent and truth-telling media.

Keywords: Media Entrepreneurship; Innovative Projects; Entrepreneurial Support.

1. مقدمة:

إن الإعلام لم يبق حبيس أدرج التوجهات الأولى التي نشأ من أجلها وخلالها في بداياته الأولى في كونه كان يشكل حلقة الوصل بين السلطة والشعب فحسب، بل تعدت أدوارها لتشمل الجوانب المرتبطة بتحقيق وتقديم الخدمات المجتمعية في كونه يعد أحد الآليات الإخبارية، الترفيهية والإعلامية والإرشادية والتوجيهية لخدمة تلك المجتمعات.

إلا أن الانتباه أو التوجه إلى الخدمات الإعلامية من خلال الصحف أو التلفزيونات أو السينما ليست أيضا بالأمر الجديد، بل سعت وسائل الإعلام منذ نشأتها أن تهتم بتحقيق الموارد مقابل تقديم تلك الخدمات المتعددة المذكورة أعلاه، حيث شكلت الدعاية التجارية وتقديم الخدمة الإشهارية المورد الأساس في الدول الليبرالية بالخصوص، خاصة مع توجه المجتمعات إلى انتشار ثقافة الاستهلاك وارتفاع مستوى الدخل لدى تلك المجتمعات الليبرالية واتجاه العالم إلى الثقافة العالمية التي تهدف إلى ترميم المجتمعات وحثها على استهلاك المنتج العالمي الموحد في محاولة لنقل الصور الرمزية لدى الآخر وتعميمها ثقافيا.

ومع تطور الإعلام واعتباره صناعة كغيره من الصناعات القائمة بذاتها، اتجهت كبريات الشركات إلى الاستثمار في مجال الإعلام من خلال إنشاء المؤسسات الإعلامية ذات الطابع العالمي التي أخذت طابع الشبكات الإعلامية الضخمة واستفادتها بالدرجة الأولى من خدمات شبكة الانترنت والتي سهلت وصول التقنية إلى هذا المجال واستحداث المنصات العالمية المتخصصة عبر شبكة الانترنت.

إن عالم اليوم أصبح يعرف بعالم ريادة الأعمال المجتمعية، حيث أصبح هناك ما يُعرف بالريادة الإعلامية، وهي الأعمال والمشاريع التي من شأنها مواجهة التحديات التي يتعرض لها الإعلام الجديد، أو توعية الجمهور بمفاهيم وقيم تمس تخصصات الإعلام الاجتماعي الرقمي، حيث أن هذا المجال أصبح يعد حتمية ضرورية بالنسبة للدول العربية وذلك بالانطلاق من الأفكار الملهمة الصغيرة لتجسيدها في مشاريع مقاولاتية هادفة تخدم بالدرجة الأولى المسار الإعلامي العربي الذي يستدعي من وزارات الاتصال العربية زيادة الاهتمام في هذا التوجه في مجال من ريادة الأعمال الإعلامية الذي لا يعرف الانتشار الكبير، حيث ستحاول هذه الورقة البحثية في طرح التساؤل الرئيس التالي:

- ماهي أهم أبرز المشاريع المقاولاتية الناشئة في مجال ريادة الأعمال في الوطن العربي؟

وقد جاءت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما هو مفهوم المقاولاتية الإعلامية؟
- ما هي معالم التحول من الإعلام التقليدي إلى المقاولاتية الإعلامية؟
- ما هي خصوصية المشاريع المقاولاتية الإعلامية؟
- ماهي أهم برامج ومبادرات دعم المشروعات الإعلامية الناشئة في الوطن العربي؟

2. مفهوم المقاولاتية الإعلامية:

يشير مصطلح المقاولاتية الإعلامية أو الريادة الإعلامية **Media Entrepreneurship**، إلى العملية أو الطريقة التي يتم من خلالها تحويل فكرة بسيطة إلى منشأة أو مؤسسة صغيرة تساهم بشكل أو بآخر في القطاع الإعلامي الذي يعتبر من أكبر القطاعات في عصرنا هذا، وذلك مروراً بكافة مراحل التأسيس والنمو والتمويل بهدف الحصول على الأرباح وتحقيق الاستقلال المالي من خلال تطوير شركة ناشئة تخلق انطباعاً إيجابياً لدى العملاء والموردين والمستثمرين. وقد أصبح هناك العديد من الدورات والدروس المتعلقة بالمقاولاتية الإعلامية والتي تُدرّس في كليات الصحافة والإعلام في دول عديدة في أنحاء العالم مثل الولايات المتحدة الأمريكية (خرشي، 2020، ص 166).

الآن يبدو مصطلح المقاولاتية أو ريادة الأعمال في الوطن العربي أقرب ما يكون للغموض أو بيع الوهم، ذلك لأن التطورات العالمية في شكل الإنتاج وطبيعة الثروات التي تحوّلت من الثروات الملموسة إلى غير الملموسة، مثل التحول من الشركات القائمة على الثروات الطبيعية والصناعات الاستخراجية التحويلية إلى الشركات الرقمية الكبرى والعملات الرقمية، لا تزال بعيدة عن مجتمعاتنا العربية .

وبسبب الالتباس الذي يلف هذا المصطلح، لا تزال القطاعات الاقتصادية عريباً، ومنها الإعلام، غير قادرة على عكسه ضمن عملها أو مواكبة التطورات الحديثة عالمياً في مجالاتها، مما يجعلها معتمدة بشكل كامل على استيراد الأفكار الريادية التي تم تصميمها في ظروف مغايرة عما تحتاجه المجتمعات والنظم المحلية.

يُعرف المقاول أو رائد الأعمال بأنه شخص لديه القدرة على إطلاق وتشغيل مشروع ذو فكرة جديدة، مع ضمان تحقيق الربح والاستدامة، والريادة تتطلب شجاعة كافية لغاية المخاطرة والإيمان بابتكار أفكار جديدة ضمن رؤية واضحة وجودة منتج منافسة، مع المرونة في التماشي مع تغيرات الحالة، والاستفادة من الفرص المتاحة، من خلال الدراية الجيدة بأحدث اتجاهات السوق (معراج، 2020، ص 123)

3. التحول من الإعلام التقليدي إلى المقاولاتية الإعلامية:

في عصر اقتصاد المعرفة يُمكن أن تُصبح الصناعات الإعلامية محرّكاً رئيسياً للتنمية الاقتصادية؛ نظرًا لقدرتها على صنع القيمة؛ إذ تؤدي المقاولاتية الإعلامية دورًا مهمًا في التغييرات المبتكرة بالاقتصاد، وتحديدًا في القطاعات الصغيرة.

إن الاستثمار في مجال الإعلام" أو "تطوير نماذج مبتكرة في المجال الإعلامي"، مفاهيم كانت ولا زالت مصدرًا للنقاش والبحث بشكل دائم، كما أنّ الحديث عن التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية في خلق نماذج اقتصادية جديدة دائمًا ما يتكرر، ولكنّ البحث عن الحلول المبتكرة هو ما يهم أكثر. وهناك العديد من الوسائل والطرق التي يمكن الاستعانة بها لتحسين أداء المؤسسات الإعلامية في خلق موارد دخل جديدة أو لاجتذاب فئات جديدة من الجمهور.

أغلقت مؤسسات صحفية أبوابها في وجه صحفييها، وتوقفت صحفٌ ورقيةٌ عن الصدور، بعدما تضررت بشكل كبير خلال فترة الجائحة بسبب تراجع المبيعات وقلة الموارد. حيث أن أزمة قطاع الصحافة وكما خلصت إلى ذلك دراسات وتقارير عدّة، هي أزمة هيكلية أو بنيوية مرتبطة بوجود أو حياة هذا القطاع في حد ذاته. وإذا كانت الصحافة قد ارتبطت في فترات زمنية سابقة بالنضال والتحرير وحتى العمل الاجتماعي والإخبار والتثقيف والترفيه، فيجب ألا تنسينا هذه المهام أنّها صناعة خاصة أو من نوع مختلف ومنتوجها فكري وثقافي أي رمزي، وبالتالي يجب أن تتوفر لها كل مقومات الإقلاع الاقتصادي والصناعي من خلال بيئة استثمار ملائمة، من نموذج اقتصادي وعنصر بشري مؤهل وإمكانيات مادية والأكثر من ذلك ضرورة اقتناع الفاعل السياسي والاقتصادي والمواطن وحتى العاملين في القطاع بأهمية الصحافة والإعلام وعدم النظر بذلك المنظور التقليدي بل كصناعة كغيرها من الصناعات فاعلة في بناء العقول والأفكار ونمو المجتمعات (السعودي، 2021)؛ ولمواجهة هذه الأزمة يؤكد الباحثون والخبراء على:

- التفكير في نموذج اقتصادي مبتكر للصناعات الإعلامية.
- توفر عنصر بشري مؤهل.
- خلق مدن لهذه الصناعات والتحول الرقمي.
- التفكير في مجموعات اقتصادية حاضنة لهذه الصناعات.
- ترجمة كل ما تمت الإشارة إليه في قوانين إطار لضمان استمرارية واستقرار هذه الصناعات حتى لا تخضع للمزاج السياسي.

ويتيح التطور التكنولوجي والتحول الرقمي فرصًا ذهبية للمؤسسات الصحفية، من أجل توسيع دائرة القراء والوصول إلى جمهور جديد، إذ أصبح من الضروري أن تواكب غرف الأخبار هذا التحول وتستغله لصالحها، لما يتيح من فرص للابتكار والتميز، بالإضافة إلى تلبية حاجة المجتمع في الحصول على معلومة موثوقة وجودة عالية، وبالتالي تحقق أهدافها في الوصول لمصادر جديدة في التمويل.

صحفية" واشنطن بوست "أعلنت في شهر آب/أغسطس من العام 2021، عن إطلاقها مبادرة جديدة باسم "الجيل القادم" بهدف جذب الجمهور الأصغر سنًا وتطوير القصص والموضوعات الموجهة لهذه الفئة. إذ أعدت الصحيفة فريقًا من المتخصصين للانكباب على دراسة وفهم عقلية الجماهير الأصغر سنًا وكيف يستهلكون الصحافة، وكيفية تشجيعهم على إقامة علاقات طويلة الأمد مع الصحيفة.

وعن إمكانية استفادة المؤسسات الصحفية في المنطقة العربية، من تجربة "الجيل القادم"، فإن هذه التجربة هي جزء مهم في بناء الصناعات الإعلامية والصحفية، لكنه ليس الأساس في المرحلة الحالية في النموذج المغربي، حيث أنّ "هذا الأمر مرتبط بالخطط الاستراتيجية والتشغيلية للمقاولات الإعلامية في ظل نسق عادي.

4. خصوصية المشاريع المقلاتية الإعلامية:

ليست كل المشاريع الريادية الإعلامية الجديدة متشابهة؛ فبعضها ينمو ببطء، بينما ينمو البعض الآخر بشكل كبير بسبب طلب السوق ورأس المال المستمر. ويُمكن القول إن العامل الذي يؤثر بشكل فعال في نشاط رواد الأعمال الإعلامي والذي يتكامل بعمق مع درجة التنمية الاقتصادية هو كفاءة سوق الإعلام، وكما هو الحال دائماً يلعب هيكل سوق الإعلام دوراً مهماً في ازدهار ريادة الأعمال الإعلامية؛ إذ يُوفر سوق الوسائط الفعال خيارات متنوعة لأصحاب المشاريع الريادية الإعلامية لتسويق ابتكاراتهم وإبداعاتهم؛ لذا فإن كفاءة السوق عامل مهم للغاية في نجاح رواد الأعمال في مجال الإعلام.

معظم القنوات في الإعلام الريادي مثل Amazon: Netflix، تستخدم المحتوى المنسق بشكل فعال، وهو ما يُشير إلى العروض التي نود مشاهدتها، والمنتجات التي نرغب في شرائها بناءً على أدائنا السابق، ويُمكن لهذه الأنواع من التحليلات، عند استخدامها بفعالية، أن تجذب جماهير فورية للعروض والمنتجات الجديدة (النجار، 2020) وأدى صعود المزيد من رواد الأعمال في مجال الإعلام الريادي إلى ترك الفرص الحقيقية للمستخدمين في جميع أنحاء العالم للعثور على المحتوى الذي يريدونه فقط - سواء كان ذلك في المقاطع الفيديو التي يُمكن الوصول إليها من خلال منصة YouTube أو مسلسلات أصلية على Netflix و Hulu وحتى Amazon وكل هذه الاتجاهات عززت بشكل كبير من مستقبل الإعلام الريادي.

5. برامج ومبادرات لدعم المشروعات الإعلامية الناشئة في الوطن العربي:

1.5. برنامج كلية الإعلام في جامعة الأهرام الكندية بمصر:

أطلقت كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بمصر برنامجاً لدعم المشروعات الناشئة التي يعدها الطالب والخريجون بهدف تشجيعهم على تدشين مشروعاتهم الخاصة وتعزيز مهارات التوظيف الذاتي لديهم، وهو البرنامج الذي تنظمه وحدة ريادة الأعمال الإعلامية التابعة لمركز التدريب بكلية الإعلام، تحت رعاية الدكتور صديق عبد السلام، رئيس الجامعة، بالتعاون مع سبع مؤسسات متخصصة في مجالات التكنولوجيا والإعلام الرقمي وريادة الأعمال.

حيث أن الجامعة تضمن لطلابها العمل مع كبرى المؤسسات الإقليمية والدولية في المجالات المختلفة قبل التخرج، عن طريق برامجها التدريبية التي تواكب متطلبات النمو التكنولوجي، مما يمنح لخريجها الأفضلية في سوق العمل المصري والدولي.

البرنامج يأتي لمواكبة الاتجاهات الحديثة لسوق العمل، ويسعى برنامج دعم المشروعات الإعلامية الناشئة لتقديم منح تدريبية تمتد لخمسة أسابيع لأربعة مشروعات فائزة تتضمن جائزة خاصة لرائدات الأعمال لفئة الطالبات لدعم المقاولاتية النسوية.

وقد قدم خريجو كلية الإعلام في جامعة الأهرام الكندية مشروعات إعلامية ملهمة، عكست ما تعلموه أثناء فترة دراستهم، وتخطي كافة الصعاب التي مرت أمامهم حتى حققوا أحلامهم التي رسموها، فجاءوا إلى كلية الإعلام لينقلوا تجاربهم في تأسيس مشروعاتهم الريادية، وكيفية صياغة نماذج أعمالها وخططها التسويقية

حيث تهدف المقاولاتية الجامعية في مجال الإعلام إلى خلق فرص متجددة للطلاب للتعبير عن أفكارهم، وتقديم مشروعات قابلة للتطبيق وقادرة على تفعيل دور الإعلام لتنمية المجتمع والتعبير عن قيمه وهويته، وفي ضوء اهتمام "جامعة الأهرام الكندية" بتعزيز مفهوم ريادة الأعمال ورعاية الابتكار؛ حيث تم تأسيس "وحدة لريادة الأعمال" بمركز الدراسات والتدريب الإعلامي وذلك من أجل دعم مشروعات طلاب وخريجي الكلية.

2.5. نماذج عن مؤسسات إعلامية ناشئة لخريجي كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بمصر:

مشروعات ملهمة قدّمها خريجو كلية الإعلام في جامعة الأهرام الكندية والذين وضعوا نصب أعينهم تطبيق ما تعلموه أثناء فترة دراستهم، وتخطي كافة الصعاب التي مرت أمامهم حتى حققوا أحلامهم التي رسموها، نستعرضها كالآتي:

✓ وكالة Ultimate للإعلان: مديرها ومؤسسها هو خريج الكلية "عبد الرحمن أسامة".

شركة we do films لإنتاج الأفلام: لخريج الكلية "بيتر مرقص" وهو مؤسس ومدير هذه الشركة

✓ وكالة MS media للتسويق الرقمي: لمؤسسها خريج الكلية "محمد سمير".

✓ مشروع LK HUB لتطوير الحلول والسياسات الإعلامية: للدكتورة "البنى خيري" وهي شريكة مؤسسة مع الدكتورة "عندليب فهمي" خريجة دفعة 2008 من الكلية.

✓ قناة "دولة تيوب" في مجال صناعة المحتوى الإعلامي عبر قنوات يوتيوب: والتي تحظى بأكثر من 23 مليون مشاهدة، لمؤسسها "أحمد سمير" خريج دفعة 2021، حيث يركز المحتوى الذي تقدمه القناة على "عادات وتقاليد وثقافات شعوب العالم"، فضلاً عن "أسلوب المعيشة وطرق السفر والاستثمار بمختلف دول العالم".

✓ وكالة Daddy للإنتاج الإعلاني: لمؤسسها "محمود حمدي" خريج دفعة 2020 ومؤسس، أحمد سمير خريج دفعة 2021 ومؤسس قناة دولة تيوب والتي تحظى بأكثر من 23 مليون مشاهدة،

✓ موقع Preneur Zone: أسسه مجموعة من الشباب الخريجين المؤسسين الذي أشرفت عليه الدكتورة سهير عثمان، والدكتور أحمد فتحي من الكلية، والذي حظي بجوائز متنوعة كما حظي بتمويل من حاضنات أعمال.

3.5. مشروع معهد الجزيرة للإعلام "نحو إعلام رقمي مستدام ومبتكر:

أطلق معهد الجزيرة للإعلام والمركز الدولي للصحفيين في واشنطن، برنامجاً متخصصاً بدعم وإطلاق مشاريع إعلامية رقمية مستقلة ناشئة تقودها فئة الشباب، عبر تجربة تدريب تمتد لثلاثة أشهر في مجال تأسيس أو تطوير الشركات الإعلامية الناشئة والمتخصصة في المجال الرقمي.

حيث تم تنفيذ برنامج "مدرج" في العاصمة الأردنية عمّان وهو واحد من مشاريع زمالة نايت التابعة للمركز الدولي للصحفيين في الشرق الأوسط، المشروع عبر برنامج تدريبي من تصميم ودعم معهد الجزيرة للإعلام يعمل على تمكين الصحفيين والصحفيات والمتخصصين في قطاع الأعمال وتكنولوجيا المعلومات أصحاب الاهتمام بالعمل الإعلامي، من خلال فرص تدريب واحتضان لتأسيس شركات صغيرة ناشئة في مجال الريادة والإعلام الرقمي وتقديم الحلول التقنية والفنية والمساهمة في عملية التحول الرقمي لغرف الاخبار وعبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وقال مدير المبادرات الإعلامية منتصر مرعي "إن البرنامج سوف يساهم بتطوير الخبرات الرقمية للمؤسسات الشبابية الناشئة، ويعزز الرقمنة لدى الأجيال الجديدة، ويساعد الصحفيين الشباب على فهم أطر عمل الوسائل الإعلامية المهنية من خلال رفع الوعي بالأخلاقيات الصحفية وتطبيقاتها في شتى جوانب البيئة الرقمية."

وأضاف "نسعى في هذا البرنامج إلى رفع كفاءة الصحافة الرقمية والتسريع بعملية التحول الرقمي، بما يخدم احتياج المجتمعات التي بات لديها اهتمام كبير بالمعلومات، والمساهمة في خلق بيئة خالية من ممارسات غير المهنية وغير الأخلاقية في العمل الصحفي لدى الشباب."

هذا ويهدف المشروع إلى تمكين المؤسسات الإعلامية العربية للتحول رقمياً، ودعم المؤسسات الإعلامية الرقمية لإنتاج محتوى يساهم في إثراء المحتوى الرقمي العربي، والعمل على تأسيس مؤسسات إعلامية عربية رقمية مجتمعية، وتطوير معرفة الصحفيين كي يصبحوا قادرين على فهم آليات البرمجة والخوارزميات المختلفة، وتطوير مهارة الصحفيين في أدوات وآليات البحث عبر الانترنت.

وحصل المشاركون الذين سيتم اختيارهم على تدريب وتأهيل على الإعلام الحديث، العلاقة بين الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، أخلاقيات العمل الصحفي، إدارة المؤسسات الصحفية، تصميم الخطة التسويقية، رسم خطة الأعمال النموذج الإداري للمؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي، ضمن تجربة فريدة من التدريب والإشراف والمتابعة المكثفة لمدة

شهرين (مركز الجزيرة للإعلام، 2022)

3.5. "كوميونيتي هب" في المنطقة الإبداعية- لاحتضان الشركات الناشئة الإعلامية:

أعلنت twofour54 ، المنطقة الإعلامية لتطوير صناعة الإعلام والترفيه والألعاب الإلكترونية والتي تتخذ من أبوظبي مقراً لها، عن إطلاق "كوميونيتي هب" (منصة ومضة، 2022)، وهو عبارة عن مساحة تفاعلية تحتضن المبدعين من هواة ومحتري الألعاب الإلكترونية وصانعي الأفلام، إلى جانب الموظفين المستقلين والشركات الناشئة وشركات صناعة المحتوى الإعلامي الصغيرة والمتوسطة.

ويوفر "كوميونيتي هب" مجموعة متنوعة من المساحات، بدءاً من غرف الاجتماعات الخاصة إلى صالات الاستراحة، مع غرفة عرض ومناطق مخصصة للعصف الذهني، كما يتيح فرصاً مميزة للحصول على التدريب والتوجيه وتحقيق التقدم في مسيرتهم المهنية وصولاً إلى تأسيس مشاريعهم.

يقع "كوميونيتي هب" في قلب المنطقة الإبداعية- ياس، التي تُعد أول مشروع يتم تطويره خصيصاً لقطاع الإعلام والترفيه والألعاب الإلكترونية في المنطقة. ويوفر كوميونيتي هب مجموعة متنوعة من المساحات، بدءاً من غرف الاجتماعات الخاصة إلى صالات الاستراحة، مع غرفة عرض ومناطق مخصصة للعصف الذهني. وستشكل هذه المساحة التفاعلية الفريدة موطناً لدعم وتمكين المبدعين ومساعدتهم على التواصل والتعاون وتحقيق أقصى إمكاناتهم من خلال الاستفادة من التكامل والتداخل بين مختلف الصناعات الإبداعية. وسيساهم "كوميونيتي هب" أيضاً بربط أعضاء المجتمع الإبداعي بشركاء twofour54 ، وبالتالي سيوفر فرصاً واعدة لتطوير الأعمال والابتكار.

وبهذه المناسبة، قال مارك وايتهد، الرئيس التنفيذي لـ Twofour54: يساهم كل شريك داخل twofour54 بدور محوري في إثراء المجتمع الإبداعي للارتقاء بإمكاناته وقدراته عبر مختلف الأصعدة الفنية والإبداعية. وقد أظهرت الأبحاث والدراسات أن نخبة الدول وتحقيق المنجزات يبدأ من تمكين المجتمعات المحلية. وهنا تبرز أهمية 'كوميونيتي هب'، الذي سيوفر لكوادر الإبداع ورواد الأعمال كافة الموارد والأدوات اللازمة لتمكينهم من إيجاد حلول مبتكرة قادرة على معالجة أبرز التحديات الملحة حالياً ومستقبلاً. وسيصبح كوميونيتي هب محقراً أساسياً للابتكار والأفكار الخلاقة ونقطة انطلاق واعدة للمشاريع والشركات الناشئة، وحاضنة لدعم وتمكين المواهب الإبداعية وصقل المهارات وتنميتها وتبادل الخبرات بين أفضل الكفاءات العاملة في هذا المجال.

وصُمم "كوميونيتي هب" بعناية تامة لمواكبة الاحتياجات المتزايدة للعمل وللمجتمع الإبداعي، حيث يوفر لكافة شرائح المجتمع الإبداعي فرصاً مميزة للحصول على التدريب والتوجيه وتحقيق التقدم في مسيرتهم المهنية وصولاً إلى تأسيس مشاريعهم الناجحة والمتكاملة. وإلى جانب إتاحة مساحات خاصة تفاعلية ومرنة للعاملين في الصناعات الإبداعية، فإن

"كوميونيتي هب" يقدم للمواهب المبدعة والموظفين المستقلين فرصة التعلّم وتبادل الخبرات والعمل المشترك للارتقاء بمشهد القطاع الإبداعي في دولة الإمارات.

يحتضن "كوميونيتي هب" أيضاً المجتمع المتنامي لمركز أبو ظبي للألعاب والرياضات الإلكترونية وصانعي الأفلام الطموحين المشاركين في استوديو الفيلم العربي والمواهب الشابة الصاعدة في المختبر الإبداعي. ويتضمن مركز أبو ظبي للألعاب والرياضات الإلكترونية مركز التميز التابع لـ"يونيتي تكنولوجيز"، شركة تطوير البرامج المعروفة، ويمكن للطلاب والمتخصصين والشركات الصغيرة التعلّم وبناء أهم المهارات اللازمة لتحقيق النجاح في مجال الألعاب الإلكترونية متسارع النمو في المنطقة.

يهدف المختبر الإبداعي، المساحة المادية والرقمية المخصصة للمبدعين، واستوديو الفيلم العربي، إلى دعم المشاركين وتمكينهم وتنمية مواهبهم وتطوير خبراتهم من خلال توفير البرامج التدريبية وورش العمل التفاعلية والدورات التعليمية.

كما تفتتح شركة "NVIDIA" استوديو في "كوميونيتي هب" بهدف دعم المواهب والكوادر المهنية في القطاع. وسيضم "استوديو 10 NVIDIA" أجهزة متطورة ومجهزة مزودة بأحدث وحدات معالجة الرسومات GeForce RTX Studio بجانب حزمة من التطبيقات المتطورة مثل "RTX Accelerated"، مما سيشجع لمطوري المحتوى في المنطقة الاستفادة من بيئة عمل سريعة ومرنة ومزاولة أنشطتهم بكفاءة عالية، وبالتالي سيتمكنون من تطبيق مشاريعهم الطموحة على أرض الواقع. كما ستقدم "NVIDIA" في الاستوديو مجموعة واسعة من الجلسات التدريبية والفعاليات لجمع كافة أطراف المجتمع الإبداعي، جنباً إلى جنب مع صقل مهارات العاملين في هذا المجال في أبو ظبي.

يُذكر أن المراكز الإبداعية قد احتضنت نحو 1.2 مليون فرد على مستوى العالم قبل بدء جائزة كوفيد-19. وباعتباره الوجهة الحاضنة والدائمة للمجتمع الإبداعي، سيوفر "كوميونيتي هب" للشركات العاملة في دولة الإمارات وخارجها فرصة للوصول إلى شبكة من الكفاءات والمواهب الإبداعية والإعلامية، للدفع قُدماً بمسيرة الابتكار الإعلامي وتلبية احتياجات جميع الباحثين عن أساليب وطرق مرنة وتفاعلية لدعم وتطوير أعمالهم.

6. نتائج الدراسة:

- رغم النهضة التي ترافق قطاع ريادة الأعمال والتكنولوجيا فما زال الاهتمام بتطوير الإعلام عبر الريادة محدوداً في ظل معيقات عديدة تواجه الصحفيين في الولوج إلى هذا العالم عبر توفير منصات مؤسسية خاصة بهم قابلة للتطوير والنمو وفقاً للغة العصر.
- يستلزم هذا التطور فهم احتياجات الشباب، وضمان وصول المادة الإعلامية الموثوقة للجمهور، ورفع إمكانية المنافسة على المحتوى الجيد، وتوفير حاضنة مجتمعية للإعلام المستقل ولإعلام الحقيقة، والمساهمة في محاربة الإشاعات والأخبار المضللة، وفي رفع الوعي وتطوير الرأي العام وتعزيز تأثيره ومشاركته.
- يجب الالتفات لأهمية توفير المؤسسات العالمية الكبرى لبرامج احتضان مرافقة لعمليات التدريب المعتادة والتقليدية وتطوير استراتيجياتها الخاصة لدعم عملية التحول الرقمي العالمي.
- لا بد من تعزيز عملية الإنتاج الإعلامي من خلال التعاطي الإيجابي مع الثورة الصناعية الرابعة وفرص الذكاء الاصطناعي وتوفير المعلومات والانفتاح العالمي، بحيث يصبح للشباب والصحفيين والصحفيات والمهتمين بقطاع الإعلام القدرة على تطوير المهنة وتقديم حلول وأدوات جديدة قادرة على الوصول للعالمية.
- إن هذا الطرح يستدعي وجوب التفكير العميق في الاستفادة من دمج التكنولوجيا في مجال الإعلام والإمكانيات التي تمنحها وسائل التواصل الاجتماعي والتي تتجدد بشكل مستمر مثل آخر أفكار شركة META في إطلاق مشروع Metaverse والذي يبنأ بثورة في كل المجالات التي تشمل بطبيعة الحال في المجال الإعلامي، على المستوى العربي وبرغم الصعوبات التقنية، فإن ما يتطلع إليه الإعلاميون الرواد هو تواجد كيان عربي بتمويل عربي يدعم ريادة الأعمال في مجال الإعلام، خصوصاً لما هو مبتكر ومتجدد مثل صحافة البيانات واستثمار العالم الافتراضي مثل الـ AR و VR لخلق نماذج إعلامية عربية متفردة.

7. خاتمة:

إن التسليم بأن الإعلام أصبح صناعة على غرار الصناعات الأخرى مع ضرورة أن تكون هذه الصناعة تعود بالمنفعة على المجتمعات العربية، فهي بالدرجة الأولى عبارة عن منتج فكري وثقافي ورمزي بطبيعة الحال، وبالتالي يجب أن تتوافر لها كل مقومات الإقلاع الاقتصادي والصناعي من خلال بيئة استثمار ملائمة، من نموذج اقتصادي وعنصر بشري مؤهل وإمكانات مادية، والأكثر من ذلك ضرورة اقتناع الفاعل السياسي والاقتصادي والمواطن وحتى العاملين في القطاع بأهمية الصحافة والإعلام وعدم النظر بذلك المنظور التقليدي بل كصناعة كغيرها من الصناعات فاعلة في بناء العقول والأفكار ونمو المجتمعات.

إننا وبعدها تم التطرق واستعراض النماذج العربية الثلاث الابتكارية الإعلامية الخاصة بنموذج عن مؤسسات إعلامية ناشئة لخريجي كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بالقاهرة، ثم مشروع معهد الجزيرة للإعلام الذي يحمل شعار نحو إعلام رقمي مستدام ومبتكر وصولاً لـ: كوميونيتي هب" في المنطقة الإبداعية، نجد أن المنطقة العربية تسير نحو هذا التوجه يعرف حركية باعتبار أن الصناعة الإعلامية تحتاج إلى إبراز الأفكار الإبداعية الهادفة التي تتماشى وتطور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث أن شبكة الانترنت اتاحت بدورها سبل وتقنيات جديدة خاصة مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي مما رفع التحدي أمام مجتمعاتنا العربية إلى أن تكون في مستوى هذه التطورات وإعادة النظر إلى الإعلام والاتصال ليس على أنه مجرد وسيلة ملء الخارطة البرمجية أو مجرد أداة للترفيه، بل باعتباره صناعة قائمة بحداثة والاستفادة من الفكر المقاولاتي المبني على الأفكار النيرة للتجسيد المشاريع المقاولاتية التي تعمل على خدمة الأوطان وتنوير الشعوب بعيداً عن الأفكار الايديولوجية الهدامة التي تهدف إلى تراجع الوعي المجتمعي والاهتمام بالتفاهات على حساب المشاريع الوطنية الكبرى في كافة المجالات التعليمية والصحية والتنمية

8. قائمة المراجع:

- 1- اسحاق خرشي (2020)، المقاوالتية - البحث عن الفكرة - إنشاء المؤسسة - المرافقة المقاوالتية، الجزائر: ألفا للوثائق.
- 2- معراج هواري، (2020) مدخل للمقاوالتية، الجزائر: دار فواصل للنشر.
- 3- اسلام النجار (2019)، الإعلام الريادي: فرص وتحديات، على الرابط التالي:
<https://www.rowadalaamal.com/>، فحص بتاريخ 2022/11/09، على الساعة 21:33.
- 4- سفيان السعودي وعبدالحق صبري (2020)، ريادة الأعمال في الإعلام: نماذج حديثة لانطلاق مبتكرة، على الرابط التالي: <https://ijnet.org/ar/story>
- 5- أحمد ابو حمد، ريادة الأعمال هو طوق النجاة للصحافة العربية (2021)، على الرابط التالي:
<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1903>
- 6- أعمال المؤتمر الدولي الافتراضي، مستقبل ريادة الاعمال العربية في ظل جائحة كورونا، (2021) ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي.
- 7- مركز الجزيرة للإعلام (2022)، على الرابط التالي:
<https://institute.aljazeera.net/en/node/1791>
- 8- منصة ومضة لريادة الأعمال الإعلامية (2022)، على الرابط التالي:
<https://www.wamda.com/ar/2022/09/twofour54-releases-communityhub-to-support-startups-arabic>
- 9- مركز ميترو للدفاع عن حقوق الصحفيين (2022)، على الرابط التالي:
<https://www.metroo.org/arabic>