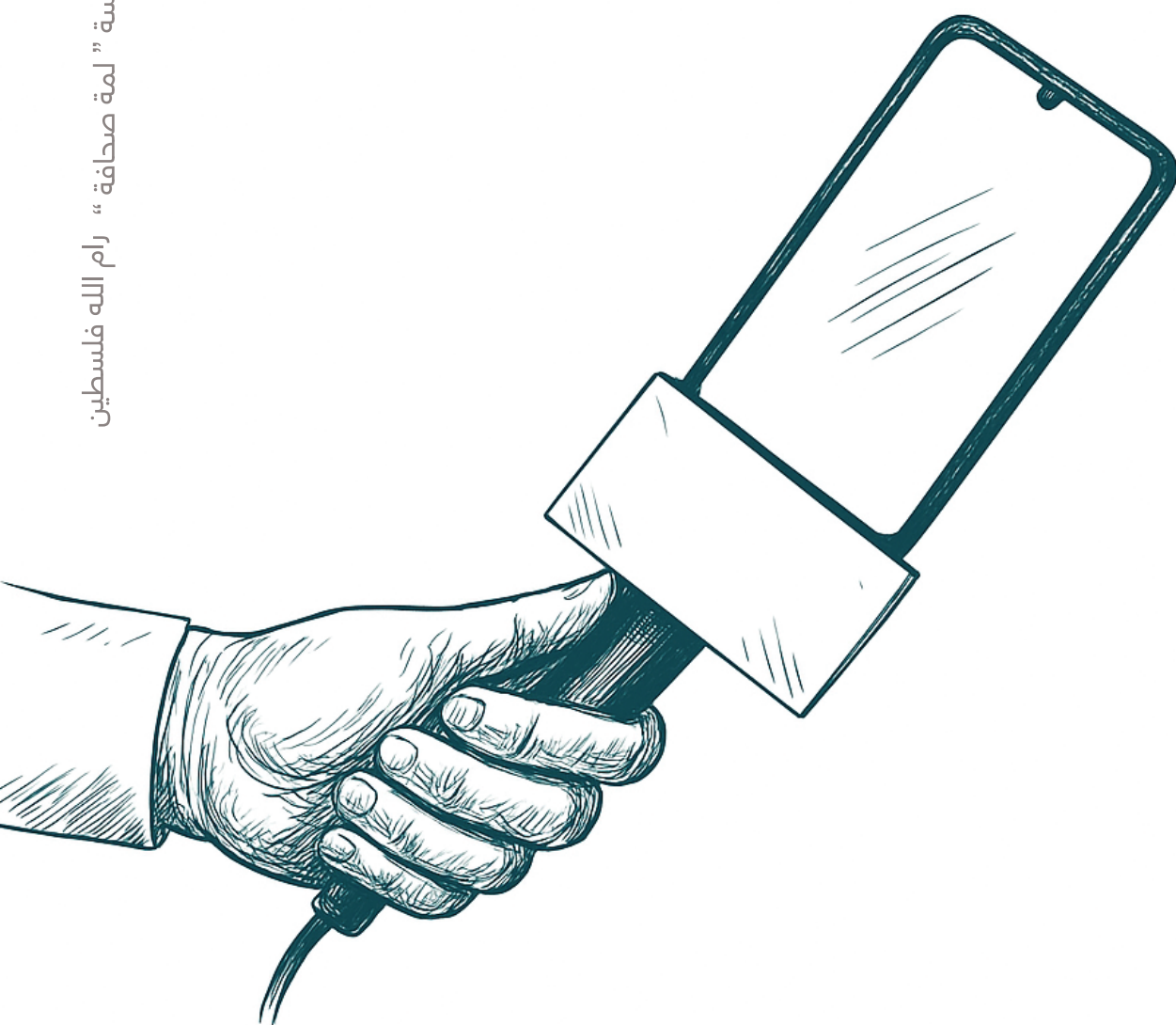


الصحافة الريادية

بديل مستقبلي للإعلام التقليدي
دراسة في الواقع الفلسطيني

نفذ البحث لصالح مؤسسة "لجنة صحافة" رام الله فلسطين



ورقة بحثية من إعداد: أ عبدالله زماري أ محمود حريبات

2025

الصحافة الريادية: بديل مستقبلي للإعلام التقليدي

دراسة في الواقع الفلسطيني

مقدمة

يشهد المشهد الإعلامي العالمي تحولات جذرية، وتغيرات متسارعة تعيد تشكيل طبيعة الاتصال والتفاعل بين المؤسسات الإعلامية والجمهور، لا تقتصر هذه التحولات، على الجوانب التقنية فحسب، بل تمتد لتشمل أساليب إنتاج المحتوى، وآليات التوزيع، وطرق استهلاك المعلومات، مما يخلق واقعاً إعلامياً جديداً يتطلب فهماً عميقاً لديناميكياته المعقدة.

هيمنت وسائل الإعلام التقليدية - الصحف والإذاعة والتلفزيون - على المشهد الإعلامي لعقود طويلة، حيث احتكرت عملية إنتاج وتوزيع المعلومات، ومارست دوراً مركزياً في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاش المجتمعي، غير أن ظهور الإنترنت في أواخر القرن العشرين بدأ يغير قواعد اللعبة الإعلامية، مما أدى إلى تراجع تدريجي في نفوذ هذه الوسائل التقليدية وتأثيرها على الجمهور.

شهد العالم ثورة حقيقية في عالم الاتصال، بداية الألفية الجديدة، مع ظهور منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب، ولاحقاً غيرها، والتي غيرت جذرياً من طبيعة العلاقة بين منتجي المحتوى ومستهلكيه، لم تكتفِ هذه المنصات، بتوفير قنوات جديدة لنشر المعلومات، بل مكّنت كل فرد من أن يصبح منتجاً للمحتوى الإعلامي، مما كسر احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية، مما أتاح مساحات واسعة للتعبير والمشاركة.

في هذا السياق، برز مفهوم «المؤثر» أو «الإنفلونسر» كظاهرة إعلامية جديدة، حيث استطاع أفراد عاديون بناء قواعد جماهيرية ضخمة والتأثير على سلوكيات وآراء ملايين المتابعين. أصبح هؤلاء المؤثرين، قوة إعلامية جديدة تنافس وسائل الإعلام التقليدية في قدرتها على الوصول للجمهور والتأثير عليه، خاصة بين الشباب والفئات العمرية الأصغر.

إن التطور الأحدث والأكثر إثارة في المشهد الإعلامي يتمثل في دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، حيث تفتتح هذه التقنيات، آفاقاً جديدة لإنتاج محتوى مخصص ومُحسن، وتوفر إمكانيات هائلة لتحليل سلوك الجمهور وتقديم تجارب إعلامية أكثر تفاعلية وشخصية، من جهة أخرى، تثير هذه التطورات تساؤلات جدية حول مستقبل العمل الصحفي التقليدي، وتحديات أخلاقية متعلقة بالمصداقية والشفافية في عصر المحتوى المُولد آلياً.

يُعدّ فهم هذه التحولات المتسارعة في المشهد الإعلامي، أمراً ضرورياً لكل من يسعى لاستيعاب طبيعة الاتصال في عصرنا الحالي، سواء المتخصصين في مجال الإعلام، أو الباحثين في العلوم الاجتماعية أو حتى مستهلكي المحتوى الإعلامي العاديين. تمهد هذه المقدمة الطريق لاستكشاف أعظم لكل من هذه المحاور، بهدف رسم صورة شاملة للواقع الإعلامي المعاصر وتحدياته وفرصه المستقبلية.

التحديات السياسية والاقتصادية للإعلام المعاصر

تزامنت هذه التطورات التقنية مع تحديات سياسية واقتصادية جديدة واجهت القطاع الإعلامي عالمياً. فمع عودة دونالد ترامب للرئاسة الأمريكية في عام 2025، اتخذت إدارته قرارات جذرية كان لها تأثير مباشر على المشهد الإعلامي العالمي. من أولى القرارات التي أصدرها ترامب في حقبة الرئاسة الجديدة كان إغلاق وكالة الولايات المتحدة للتنمية الدولية (USAID) وإنهاء جميع برامجها الإعلامية، إضافة إلى قرار إغلاق قناة الحرة الأمريكية التي كانت تبث باللغة العربية والتي اعتبرها جزءاً من «الإعلام المضلل» الذي تموله الحكومة الأمريكية. هذه القرارات جاءت في إطار توجه سياسي أوسع يهدف إلى إعادة هيكلة السياسة الإعلامية الأمريكية وتقليص الإنفاق على المؤسسات الإعلامية الحكومية.

أثر قرار إغلاق الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) لبرامجها الإعلامية وإغلاق قناة الحرة على أكثر من 200 مؤسسة إعلامية حول العالم، خاصة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا، مما أدى إلى إغلاق فوري لـ 35 منصة إعلامية رقمية و18 محطة إذاعية محلية في الأشهر الأولى من عام 2025، حيث كانت قناة الحرة وحدها تصل إلى أكثر من 25 مليون مشاهد في العالم العربي، وإغلاقها ترك فراغاً إعلامياً كبيراً في المنطقة، خاصة في مجال الأخبار والبرامج الحوارية باللغة العربية، هذا التراجع في التمويل الأمريكي تزامن مع ظاهرة عالمية أوسع تتمثل في تقليص الدعم المالي للمؤسسات الإعلامية من قبل الجهات المانحة التقليدية.

يواجه القطاع الإعلامي اليوم في ضوء ما سبق أزمة تمويلية حادة على المستوى العالمي، حيث تشير الإحصائيات إلى تراجع الاستثمار في المحتوى الإعلامي بنسبة 35% في أوروبا و28% في أمريكا الشمالية خلال الفترة من 2018 إلى 2023، ولا يقتصر هذا التراجع، على الدعم الحكومي فحسب، بل يشمل أيضاً الاستثمارات الخاصة والإعلانات التجارية، حيث تحولت الشركات نحو استثمار ميزانياتها التسويقية في منصات التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي المباشر بدلاً من الإعلام التقليدي.

تجلى هذه الأزمة التمويلية في أرقام صادمة تكشف عن إغلاق أكثر من 2100 منصة إعلامية محلية في الولايات المتحدة وحدها بين عامي 2020 و2024، بينما شهدت أوروبا إغلاق 1800 منصة إعلامية في نفس الفترة. يطرح هذا الواقع تساؤلات جدية حول مستقبل التنوع الإعلامي والقدرة على الحفاظ على استقلالية وسائل الإعلام في ظل تزايد الاعتماد على مصادر التمويل المحدودة والمتحكم فيها من قبل قلة من الشركات التقنية الكبرى.

الظواهر الجديدة وتغيير قواعد اللعبة

صعود اقتصاد المؤثرين وتحول استراتيجيات التسويق

في ظل تراجع الإعلام التقليدي، برزت ظاهرة «اقتصاد المؤثرين» كقوة جديدة تعيد تشكيل المشهد الإعلامي والتسويقي عالمياً. تشير الإحصائيات إلى أن سوق التسويق عبر المؤثرين نما من 1.7 مليار دولار في عام 2016 إلى 21.1 مليار دولار في عام 2023، ومن المتوقع أن يصل إلى 24 مليار دولار بحلول عام 2025. يعكس هذا النمو الهائل، التحول الجذري في استراتيجيات الشركات التسويقية، حيث تحولت 89% من الشركات العالمية من الاستثمار في الإعلانات التلفزيونية التقليدية إلى التعاون مع المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي.

يحقق كبار المؤثرين على منصة يوتيوب أرباحاً تفوق بكثير ما تحققه المؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث حقق أعلى 10 مؤثرين على يوتيوب مجتمعين إيرادات بلغت 300 مليون دولار في عام 2023، بينما تراجعت

إيرادات أكبر 10 شبكات تلفزيونية أمريكية بنسبة 15% في نفس العام. هذا التفاوت يوضح حجم التحول في تفضيلات الجمهور، خاصة الشباب الذين باتوا يقضون 4.5 ساعات يومياً في مشاهدة المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي مقابل 1.2 ساعة فقط في مشاهدة التلفزيون التقليدي.

انهيار الحاجة للوسطاء الإعلاميين

تغيرت قواعد اللعبة الإعلامية بشكل جذري، فلم تعد هناك حاجة للقنوات التقليدية كوسطاء لإيصال الرسائل التسويقية أو الإعلامية للجمهور، فالعلامات التجارية اليوم تستطيع التواصل مباشرة مع عملائها عبر منصات الرقمية الخاصة، وتشير الدراسات إلى أن 73% من الشركات الكبرى تمتلك الآن استراتيجيات محتوى مستقلة تتيح لها الاستغناء عن الإعلام التقليدي، أدى هذا التحول إلى ظهور ما يُعرف بـ «الإعلام المؤسسي» حيث أصبح كل شركة منتجة للمحتوى الإعلامي الخاص بها، مما يقلل من الطلب على الخدمات الإعلامية التقليدية.

برزت قنوات جديدة للتواصل مثل البودكاست والنشرات الإخبارية المباشرة عبر البريد الإلكتروني، حيث نما عدد مستمعي البودكاست من 12 مليون شخص في عام 2008 إلى 464 مليون شخص في عام 2023، بينما تضاعف عدد المشتركين في النشرات الإخبارية الرقمية 15 مرة خلال السنوات الخمس الماضية، وتتميز هذه القنوات الجديدة بخاصية التفاعل المباشر مع الجمهور وإمكانية التخصيص الفردي للمحتوى، مما يجعلها أكثر جاذبية من الإعلام الجماهيري التقليدي.

التحدي الأكبر: الذكاء الاصطناعي ومستقبل المهنة الإعلامية

يواجه القطاع الإعلامي اليوم تحدياً وجودياً حقيقياً مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، والتي بدأت تهدد الوظائف الأساسية للصحفيين والمحررين، تشير الدراسات الحديثة إلى أن 40% من المهام الصحفية الروتينية يمكن أن تؤديها تقنيات الذكاء الاصطناعي بكفاءة مماثلة أو أعلى من البشر، بما في ذلك كتابة التقارير الإخبارية القصيرة وتحليل البيانات وحتى إجراء المقابلات الأساسية، هذا التطور أدى إلى تسريح أكثر من 2400 صحفي في الولايات المتحدة وحدها خلال النصف الأول من عام 2024، فقد استعاضت المؤسسات الإعلامية عنهم بأنظمة ذكية قادرة على إنتاج المحتوى بتكلفة أقل وسرعة أكبر.

يثير استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، تساؤلات أخلاقية ومهنية عميقة، تدور حول مستقبل الصحافة كمهنة إنسانية، تعتمد على الحدس والتحليل النقدي والتفاعل الإنساني، فبينما قد تحقق تقنيات الذكاء الاصطناعي، في صناعة المحتوى الإعلامي، كفاءة عالية، تظل على الأغلب عاجزة عن فهم السياقات المعقدة والتعامل مع القضايا الحساسة التي تتطلب حكماً أخلاقياً وفهماً عميقاً للطبيعة البشرية، يضع هذا الواقع المهنة الإعلامية أمام تحدي إعادة تعريف دورها، والتركيز على الجوانب التي لا يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحل محلها، مما قد يؤدي إلى تطور نماذج إعلامية جديدة تجمع بين الكفاءة التقنية والعمق الإنساني.

الصحافة الريادية كبديل للنماذج التقليدية

مفهوم الريادة والصحافة الريادية

تواجه مهنة الإعلام التقليدية، كما أسلفنا، تحديات وجودية، وقد برز مؤخراً مفهوم «الصحافة الريادية» كحل

مبتكر يجمع بين مبادئ الصحافة المهنية، وآليات ريادة الأعمال. تُعرف الريادة في الأعمال بأنها «عملية تحديد الفرص وتطوير حلول مبتكرة لتلبية احتياجات السوق مع تحمل المخاطر المحسوبة لتحقيق النمو والاستدامة المالية، أما الصحافة الريادية، فهي نمط حديث من العمل الصحفي يقوم فيه الصحفيون بتأسيس وإدارة مشاريعهم الإعلامية الخاصة، معتمدين على الابتكار، التكنولوجيا، ونماذج أعمال جديدة ومستقلة عن المؤسسات الإعلامية التقليدية. يهدف هذا النمط إلى تقديم محتوى صحفي أصيل ومستقل، مع تحقيق الاستدامة المالية عبر مصادر دخل متنوعة مثل الاشتراكات، الإعلانات الرقمية، التمويل الجماعي، أو الشراكات، فهي بذلك تطبق مبادئ ريادة الأعمال، على العمل الصحفي، حيث يصبح الصحفي مؤسساً لمشروعه الإعلامي الخاص، يحدد جمهوره المستهدف، ويطور نماذج أعمال مستدامة، ويبتكر في طرق إنتاج وتوزيع المحتوى.

تتميز الصحافة الريادية عن الصحافة التقليدية في عدة جوانب أساسية، يعد من أبرزها ما يلي:

الفروق الأساسية بين الصحافة الريادية والصحافة التقليدية

الابتكار في المحتوى والشكل

الصحافة الريادية تركز على تقديم محتوى إبداعي وجديد، وتستخدم أشكالاً متعددة مثل الفيديو، البودكاست، والوسائط التفاعلية، بينما تعتمد الصحافة التقليدية غالباً على النصوص المطبوعة أو البث الإذاعي والتلفزيوني بأساليب كلاسيكية.

المرونة وسرعة التكيف

الصحافة الريادية قادرة على التكيف السريع مع التطورات التكنولوجية واحتياجات الجمهور، وتتبنى أدوات رقمية حديثة، في حين أن الصحافة التقليدية تتسم بالجمود النسبي وتحتاج وقتاً أطول لمواكبة التغيرات.

التفاعل المباشر مع الجمهور

تتيح الصحافة الريادية تفاعلاً مباشراً وفورياً مع الجمهور عبر التعليقات، الاستطلاعات، ووسائل التواصل الاجتماعي، بينما يظل جمهور الصحافة التقليدية متلقياً سلبياً في الغالب دون فرص كبيرة للتفاعل.

الاستقلالية والاستدامة المالية

تسعى الصحافة الريادية إلى تحقيق الاستقلال المالي من خلال نماذج أعمال مبتكرة مثل الاشتراكات، الإعلانات الرقمية، أو الشراكات مع شركات ناشئة، بينما تعتمد الصحافة التقليدية غالباً على الإعلانات الورقية أو التمويل الحكومي والمؤسسي.

الانتشار والوصول

الصحافة الريادية قادرة على الوصول إلى جمهور عالمي عبر الإنترنت دون قيود جغرافية، بينما تظل الصحافة التقليدية محدودة الانتشار غالباً ضمن نطاق جغرافي معين بسبب طبيعة الوسيلة المستخدمة.

المساهمة في التنمية المجتمعية

تلعب الصحافة الريادية دورًا في تحفيز الابتكار، دعم الاقتصاد المحلي، وتوفير فرص عمل جديدة، بينما تركز الصحافة التقليدية على نقل الأخبار والمعلومات دون التطرق غالبًا لدعم المبادرات المجتمعية أو الاقتصادية بشكل مباشر.

التركيز على الفجوات الإعلامية:

تسعى هذه المشاريع لسد الثغرات في المشهد الإعلامي، مثل الصحافة المحلية أو المتخصصة، أو تغطية قضايا لا تحظى باهتمام كافٍ من الإعلام التقليدي.

يتضح من الفروق أعلاه، أن الصحافة الريادية ليست مجرد تطوير تقني، بل هي فلسفة عمل جديدة تضع الابتكار، التفاعل، والاستدامة في صميم رسالتها الإعلامية.

التطور التاريخي للصحافة الريادية

رغم أن مصطلح «الصحافة الريادية» حديث نسبيًا، إلا أن جذوره التاريخية تمتد إلى بدايات الصحافة نفسها، ففي القرن السابع عشر، كان معظم الصحفيين ربايين بالفطرة، حيث أسسوا صحفهم الخاصة وطوروا نماذج أعمالهم المستقلة، فعلى سبيل المثال، لم يكن بنجامين فرانكلين، على سبيل المثال، مجرد صحفي، بل كان رائد أعمال إعلامي حقيقي أسس صحيفة "Pennsylvania Gazette" في عام 1729 وطور نموذج أعمال مبتكر، جمع بين الصحافة والطباعة والنشر.

أما في العصر الحديث، فقد بدأت الصحافة الريادية تتبلور كمفهوم أكاديمي ومهني في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ضمن دراسة رائدة أجراها الباحث جيف جارفيس في جامعة نيويورك عام 2005 تحت عنوان «ما الذي ستفعله جوجل؟» وضعت الأسس النظرية للصحافة الريادية من خلال تحليل كيفية تأثير التقنيات الرقمية على نماذج الأعمال الإعلامية. تلا ذلك تأسيس أول برنامج أكاديمي متخصص في الصحافة الريادية في جامعة أريزونا عام 2008، والذي ركز على تدريب الطلاب على مهارات ريادة الأعمال إلى جانب المهارات الصحفية التقليدية.

خصائص ومهارات الصحفي الريادي

يتطلب النجاح في الصحافة الريادية مجموعة فريدة من المهارات التي تجمع بين الكفاءة الصحفية والفتنة التجارية، والمعرفة والمهارة الرقمية، ويجب أن يمتلك الصحفي الريادي مهارات تحليل السوق وتحديد الفرص، حيث يحتاج إلى فهم عميق لاحتياجات جمهوره المستهدف والفجوات الموجودة في السوق الإعلامي، هذا يتطلب قدرة على جمع وتحليل البيانات حول سلوك الجمهور وتفضيلاته، واستخدام هذه المعلومات لتطوير محتوى يلبي احتياجات حقيقية.

التنوع في مصادر الدخل، وهو ما يميز الصحفي الريادي عن نظيره التقليدي. دراسة أجرتها مؤسسة نايت الأمريكية في عام 2023 على 500 صحفي ريادي حول العالم أظهرت أن الصحفيين الناجحين يعتمدون على متوسط 4.3 مصادر دخل مختلفة، تشمل الاشتراكات المدفوعة (35% من الدخل)، والرعايات والشراكات (28%)، وبيع المحتوى المتخصص والدورات التدريبية (18%)، والاستشارات الإعلامية (12%)، والمحتوى

المدعوم (7%)، ونلخص ابرز هذه الخصائص والمهارات بما يلي:

الابتكار والإبداع

لا بد أن يمتلك الصحفي الريادي، القدرة على ابتكار أفكار جديدة وأساليب سرد مبتكرة لجذب الجمهور، سواء من خلال استخدام تقنيات رقمية حديثة أو تقديم محتوى متميز يختلف عن الإعلام التقليدي.

مهارات الاتصال الفعال

تشمل هذه المهارات، القدرة على التعبير بوضوح سواء شفهيًا أو كتابيًا، والاستماع الجيد لفهم المعلومات والرد عليها بشكل مناسب، مما يساعد في بناء علاقات قوية مع الجمهور والمصادر.

المرونة وسرعة التكيف

على الصحفي الريادي، أن يكون قادرًا على التكيف بسرعة مع التغيرات التكنولوجية ومتطلبات السوق الإعلامي، واستخدام أدوات وتقنيات جديدة لمواكبة التطورات.

إدارة المشاريع والتنظيم

يتطلب العمل الريادي مهارات في التخطيط، تنظيم الوقت، وإدارة الموارد لضمان استمرارية المشروع الإعلامي وتحقيق أهدافه بكفاءة.

التفكير النقدي والتحليلي

لا بد أن يمتلك الصحفي الريادي، القدرة على تحليل المعلومات بشكل موضوعي، تقييم المصادر، واستخلاص النتائج الدقيقة التي تساعد في تقديم محتوى موثوق وذو قيمة.

بناء الشبكات والعلاقات

الصحفي الريادي يحتاج إلى تطوير شبكة علاقات واسعة مع مصادر المعلومات، رواد الأعمال، المستثمرين، والمؤسسات الداعمة لتعزيز فرص التعاون والتمويل.

الكتابة والتحرير المتعدد المنصات

إتقان كتابة المحتوى الصحفي وتعديله ليناسب مختلف المنصات الرقمية، مثل المقالات، الفيديوهات، والبودكاست، مع الحفاظ على جودة المحتوى وجاذبيته.

التحقق من المعلومات وأخلاقيات المهنة

على الصحفي الريادي، أن يلتزم بمعايير الدقة والمصداقية، والتحقق من صحة الأخبار قبل نشرها، مع احترام القوانين والأخلاقيات الصحفية التي تحمي حقوق الأفراد والمجتمع.

التسويق الرقمي والترويج

معرفة أدوات التسويق عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية الترويج للمحتوى بشكل فعال لجذب أكبر عدد من المتابعين وتحقيق الاستفادة المالية.

التعلم المستمر وتطوير الذات

الصحفي الريادي يجب أن يكون متحمساً لتعلم مهارات جديدة وتحديث معارفه باستمرار لمواكبة التغيرات في مجال الإعلام وريادة الأعمال.

هذه المهارات مجتمعة تُمكن الصحفي الريادي من بناء مشروع إعلامي ناجح، قادر على الابتكار والتأثير في جمهور واسع، مع تحقيق الاستقلالية والاستدامة.

نماذج أعمال الصحافة الريادية

تتنوع نماذج الأعمال في الصحافة الريادية بتنوع المجالات وال جماهير المستهدفة، ونستعرض هنا بعضاً من أبرز هذه النماذج مع امثلة عالمية:

نموذج «الاشتراكات المتدرجة» (Freemium Model)

حيث يقدم الصحفي محتوى مجانياً لجذب القراء، ثم يطور محتوى متقدماً أو متخصصاً للمشتركين المدفوعين، مثال بارز على هذا النموذج هو نشرة "Morning Brew" الاقتصادية التي بدأت كمشروع طلابي في جامعة ميشيغان عام 2015، ونمت لتصل إلى 4 ملايين مشترك وتُقدر قيمتها بـ 75 مليون دولار عند بيعها لشركة Business Insider في عام 2020.

«الصحافة التخصصية المتقدمة» (Niche Expertise Model)

حيث يركز الصحفي على مجال محدد ويصبح مرجعاً فيه. مثال ممتاز على هذا النموذج هو الصحفي الاقتصادي ماثيو يجليسياس الذي ترك موقع Vox ليؤسس نشرته الخاصة "Slow Boring" في عام 2020، والتي تحقق دخلاً سنوياً يزيد عن 500 ألف دولار من خلال الاشتراكات المدفوعة.

«الصحافة التفاعلية-المجتمعية» (Community-Driven Journalism)

حيث يبني الصحفي مجتمعاً من المتابعين المتفاعلين ويحولهم إلى شركاء في إنتاج المحتوى. هذا النموذج يعتمد على المشاركة الفعالة للجمهور في اقتراح المواضيع وتقديم المعلومات وحتى تمويل التحقيقات الاستقصائية. منصة "Substack" تمثل مثلاً ممتازاً لهذا النموذج، حيث استطاعت أن تجمع أكثر من مليون مشترك مدفوع يدعمون آلاف الصحفيين المستقلين بإجمالي يزيد عن 100 مليون دولار سنوياً.

التحديات والفرص

التحديات:

رغم الإمكانيات الهائلة للصحافة الريادية، إلا أنها تواجه تحديات جوهرية يجب معالجتها لضمان نجاحها واستدامتها، وأبرز هذه التحديات، ما يلي:

الضغط المالي الأولي

حيث يحتاج الصحفي الريادي إلى فترة زمنية لبناء قاعدة جمهور مستقرة ومصادر دخل موثوقة، وهو ما قد يستغرق من 6 أشهر إلى سنتين حسب المجال والاستراتيجية المتبعة.

الحفاظ على المعايير المهنية والأخلاقية

في ظل الضغوط المالية والحاجة إلى جذب الجمهور، مما يتطلب توازناً دقيقاً بين المحتوى الجذاب والمحتوى المسؤول.

الفرص:

تفتح الصحافة الريادية فرصاً استثنائية للإبداع والتأثير، فهي تتيح للصحفيين حرية أكبر في اختيار المواضيع وطرق المعالجة، كما تمكنهم من بناء علاقات أعمق مع جمهورهم وتحقيق تأثير أكبر على المجتمع، في دراسة حديثة أجراها معهد رويترز للصحافة أظهرت أن 68% من الصحفيين الذين تحولوا إلى العمل الريادي أفادوا بأنهم يشعرون برضا مهني أكبر مقارنة بعملهم في المؤسسات التقليدية، بينما حقق 45% منهم دخلاً أعلى من راتبهم السابق خلال عامين من بدء مشروعهم الريادي.

أصوات من الميدان: استكشاف واقع الصحافة الريادية في فلسطين

للوصول إلى فهم أعمق لواقع الصحافة الريادية في السياق الفلسطيني، تم إجراء مقابلات معمقة مع عشرة خبراء ومختصين يمثلون قطاعات متنوعة من الإعلام والأكاديميا والممارسة العملية. هذه المقابلات تقدم رؤى متنوعة حول التحديات والفرص والحلول المقترحة لتطوير هذا المجال الناشئ.

تشخيص الواقع والتحديات المعقدة

الفجوة بين الحاجة والواقع

يقدم الخبير الإعلامي «خالد الفقيه» تشخيصاً واقعياً وصريحاً للمشهد الفلسطيني، حيث يؤكد أنه «لا يرى أن هناك تجارب ريادية في الإعلام الفلسطيني حالياً، وهناك محاولات فردية ولكن لا نستطيع أن نقول أنه إعلام

ريادي بشكل كامل.» ويضيف أن «هناك العديد من الطلاب أو الصحفيين يقومون بأعمال ريادية في المجال الإعلامي ويمكن أن تكون نواة، ولكن لا يوجد لها استمرارية ومسار بين وسائل الإعلام الفلسطينية.»

يتفق مع هذا التقييم الأستاذ «سعيد أبو معلا» الذي يحدد «التحدي الأول وهو الوعي بمفهوم الصحافة الريادية، اعتقد أن هذا أمر تأخر طرحه فلسطينياً وتحديداً من القائمين على وسائل الإعلام والصحافيين.» ويربط هذا التأخر بعوامل متعددة «من ضمنها التمويل مختلف الأنواع، توفر إعلانات.»

التحديات السياسية والاقتصادية المتداخلة

تتفق رؤى الخبراء على وجود تحديات سياسية واقتصادية واجتماعية معقدة، يحدد «الفقيه» أولوية التحديات قائلاً: «أولاً يجب أن يكون هناك استقلال مالي والتحرر من الرقابة بأشكالها المختلفة، سواء كانت رقابة ذاتية أو رقابة مؤسسية أو مجتمعية ورقابة أمنية.» ويتفق معه «أبو معلا» في تأكيده على أن «الظرف السياسي وكل ما يترتب عليه من تداعيات، الاحتلال يفرض علينا بيئة إعلامية غير مستقرة.»

يؤكد «الفقيه» بشكل خاص على خطورة «الرقابة المجتمعية، فهي من أكثر الأمور تأثيراً على العمل الصحفي بشكل عام والصحافة المتخصصة والريادية بشكل خاص.» بينما يضيف «أبو معلا» تحدياً مهماً آخر وهو «سيطرة المحتوى والمضمون السياسي المرتبط بالاحتلال على أنواع مختلفة من الصحافة، فالخيارات التي يمكن أن تعمل عليها الصحافة لا حصر لها لكن إذا دققنا النظر نجد أن 90% من وسائل الإعلام تهتم وتعالج موضوعات سياسية بالدرجة الأولى.»

نماذج إبداعية ورؤى مستقبلية

تجربة صحفيي غزة: الريادة في ظل الأزمة

تقدم الأكاديمية «تمارا أبو لبن» تحليلاً عميقاً لواحدة من أهم التجارب الريادية في الإعلام الفلسطيني المعاصر، وتسلط الضوء على «التجربة الاستثنائية للصحفيين الفلسطينيين في غزة» واصفة إياهم بأنهم «نموذج حقيقي للريادة الإعلامية خلال الحرب، حيث استمروا في التغطية من خلال حساباتهم الشخصية ومنصاتهم الرقمية، محدثين أسلوباً جديداً في نهج الإعلام يجب البناء عليه وتطويره.»

وتعرّف «أبو لبن» الصحافة الريادية في السياق الفلسطيني بأنها «نوع من الصحافة يقوم على المبادرة لتغطية القضايا المجتمعية والحقوقية، ويستخدم منصات رقمية للتغلب على القيود السياسية والاجتماعية والاقتصادية، مع التركيز على خلق منصات مستقلة وبديلة.»

نموذج فنزويلا: الاستدامة من خلال التكافل المجتمعي

يقدم «كمال حسين»، مدير إذاعة سلطنة في فنزويلا، نموذجاً استثنائياً للإعلام المجتمعي المستدام، ويوضح أن «كل إذاعة تعمل من خلال جمعية أهلية يتم انتخاب تسعة أشخاص يقومون بإدارة أعمالها لمدة أربع سنوات.» ويعتمد النموذج على «نظام التكافل بحيث مثلاً الجزار يقوم بدفع كمية من اللحم شهرياً إلى أحد

العاملين في الراديو، بائع الخضروات وهكذا.

ويؤكد «حسين» على فلسفة مهمة: «الإعلام لا يمكن أن يكون سلعة ولا هدف تجاري، أولاً قبل أن تكون إعلامياً يجب أن تكون إنساناً، ويجب أن يكون للإعلامي مصدر دخل آخر غير الإعلام حتى لا يؤثر على رأيه الإعلامي الصحيح.»

الرؤى الأكاديمية والتطوير المهني

إعادة تعريف دور الصحفي

يطرح خبير الإعلام الرقمي «سائد حسونة» رؤية متقدمة، معرّفاً الصحافة الريادية بأنها «ممارسة إعلامية تنبع من فكر ريادي يسعى لحل المشكلات المجتمعية، ويحول المحتوى إلى أداة تأثير وبناء، لا مجرد نقل للحدث.» ويؤكد على ضرورة «تحويل الصحفي من مجرد ناقل للأحداث إلى مبادر ومصمم أثر قادر على إحداث تغيير حقيقي في المجتمع.»

بينما يقدم الأكاديمي «محمد سامي علوان» منهجية عملية مفصلة، حيث يحدد الصحفي الريادي بأنه «القادر على إيجاد زاوية التخصص، والذي يؤمن بأن قناة النشر تتطلب تخطي ثلاث مراحل: المادة الصحفية، وبناء الجمهور، ووجود آلية للاستمرار عبر 6 سنوات (4 لإتقان المحتوى الصحفي وستين لإدارة النشر والربح).»

التجارب الشبابية والتطلعات المستقبلية

أصوات الجيل الجديد

يمثل «محمد نزال»، خريج الإعلام من جامعة بيرزيت، صوت الجيل الجديد من الصحفيين الطموحين. يعبر عن «تطلع كبير نحو الصحافة الريادية كحلم شخصي، حيث يهدف إلى إنشاء مؤسسة إعلامية فلسطينية مستقلة تركز على إعادة أنسنة القصص الصحفية وتقديم الأحداث من زاوية إنسانية بدلاً من اختزالها في أرقام مجردة.»

غير أنه يواجه تحديات عملية تشمل «صعوبة الحصول على التمويل اللازم للمشاريع الريادية الناشئة، إضافة إلى معاناته من استغلال وسائل الإعلام المحلية للصحفيين الشباب مقابل أجور متدنية لا تتناسب مع المخاطر المهنية.»

المنظور النقدي من الخارج

تطرح «سماح»، طالبة الماجستير في الإعلام السياسي بالولايات المتحدة، رؤية نقدية حول التمويل، مؤكدة أن نماذج التمويل الأمريكية «لا تلائم السياق الفلسطيني المحدود اقتصادياً وجماهيرياً، حيث يتميز السوق بصغر

حجمه ووضع اقتصادي متردي» وتؤكد على أن «الوظيفة الأساسية للصحفي تكمن في نقل الحقيقة بشكل نقدي ومسؤول، وليس توجيه المجتمع أو اتخاذ دور القيادي».

النماذج العملية واستراتيجيات التمويل

تجربة «عين على فلسطين»: من المبادرة إلى المؤسسة

تمثل صفحة «عين على فلسطين» نموذجاً عملياً للصحافة الريادية، حيث «نجحت في التطور من مبادرة فردية وتطوعية قبل أكثر من عشرة أعوام إلى شبكة نشر متماسكة يديرها فريق مكوّن من 10 أعضاء». تعتمد الصفحة على «استراتيجية ريادية مبتكرة للتعامل مع تحديات الحظر والمنع من خلال العمل عبر حسابات متعددة، وتنويع منصات النشر».

نماذج التمويل البديلة

تؤكد المختصة في التمويل الجماعي «لمى عمرو» على «أهمية بناء نموذج تمويلي متنوع يقوم على عدة محاور أساسية». تبدأ الاستراتيجية بـ«بناء قاعدة جماهيرية مخلصّة قادرة على تقديم مساهمات بسيطة لكن منتظمة على أساس شهري، مما يتطلب إنشاء منصات دفع إلكترونية فعالة». وتشدد على أن «الأمان المالي يكمن في تنويع مصادر الدخل وعدم الاعتماد على مصدر واحد، خاصة في السياق الفلسطيني حيث تكون المخاطر عالية ورؤوس الأموال محدودة».

التوصيات الشاملة المستخلصة من المقابلات

استناداً إلى المقابلات المتعمقة مع الخبراء والممارسين، يمكن استخلاص مجموعة شاملة من التوصيات لتطوير الصحافة الريادية في فلسطين:

على المستوى المؤسسي والتعليمي:

إنشاء صندوق دعم مستقل للمشاريع الإعلامية الريادية «تمارا أبو لبن»، وتطوير البرامج الأكاديمية المتخصصة في الجامعات الفلسطينية، مع ضرورة «انتقال دور الجامعات من التلقين إلى التجريب» كما تؤكد أبو لبن، وإدراج مساقات متخصصة في الريادة والإدارة كما يطالب «أبو معلّ».

على المستوى التمويلي:

تطوير نموذج تمويلي هجين يجمع بين التمويل الجماعي والخدمات المهنية والمنتجات التجارية والشراكات المؤسسية، مع التركيز على «تنويع مصادر تمويل المؤسسات الصحفية وعدم الاقتصار على الإعلانات التجارية» كما يوصي «أبو معلّ».

على المستوى التقني والمهني:

الاستثمار في بناء فرق متخصصة ومتنوعة، وتطوير المهارات الإضافية مثل "SEO والذكاء الاصطناعي والمونتاج" كما يؤكد «علوان»، مع ضرورة «إتقان مهارة الكتابة والبحث عن المعلومة بشكل متقن».

على المستوى القانوني والحماي:

وضع آليات للحماية القانونية والمهنية للصحفيين الرياديين، و«سن قوانين تحمي حقوق الصحفيين» كما يطالب «نزال»، وإصلاح البيئة القانونية لتوفير مناخ أكثر أماناً للعمل الإعلامي المستقل، والتربية الإعلامية وأخلاقيات الإعلام والثقافة الإعلامية والتي يتم فيها تعليم أخلاقيات العمل الصحفي في ظل كل التطورات.

وتشدد بشكل خاص على أهمية مواكبة التطورات التكنولوجية، مؤكدة على ضرورة تعليم «أخلاقيات العمل الصحفي في ظل تطور الذكاء الاصطناعي»، بالإضافة إلى «مساق متخصص في الريادة وتعليم طرق العمل الريادي». هذا النهج يعكس فهماً عميقاً للتحديات المعاصرة التي تواجه المهنة الصحفية.

التطوير المستمر والتكيف مع المتغيرات

تؤكد «أبو لبن» على أهمية التطوير المستمر، قائلة: «ونحن أيضاً في الجامعات الفلسطينية يجب أن يكون لدينا تفكير مستمر في كل فترة من الزمن أن يتم تطوير مساقات الإعلام في ظل أنه في تغيرات على العمل الصحفي». هذا التوجه يعكس إدراكاً عميقاً لطبيعة الإعلام كمجال متطور ومتغير باستمرار.

التمويل والدعم المجتمعي: رؤية للاستدامة

في سياق التمويل والاستدامة، تطرح «أبو لبن» حلولاً مبتكرة ومتجذرة في الهوية الفلسطينية. تؤكد على أهمية «تعزيز الشراكة بين المؤسسات الأكاديمية والمهنية، وتوفير حوافز للمشاريع الإعلامية الناشئة، وإصلاح البيئة القانونية، وتوفير منصات تمويل وتدريب مستدامة».

لكن ما يميز رؤية «أبو لبن» هو تشديدها على «أهمية الدعم الفلسطيني-الفلسطيني عبر مساهمات رجال الأعمال وأثرياء فلسطين في الداخل والشبكات لدعم الإعلام المستقل والريادي». هذا التوجه يعكس إيماناً عميقاً بضرورة الاعتماد على الذات والموارد الداخلية لضمان الاستقلالية الحقيقية.

الرؤية الاستراتيجية: صندوق فلسطيني للإعلام الريادي

تختتم «أبو لبن رؤيتها بتوصية استراتيجية طموحة، حيث تقترح «إنشاء صندوق فلسطيني يضم مساهمات من الفلسطينيين حول العالم والأصدقاء لدعم المبادرات الإعلامية الريادية وضمان استمرارية الصوت الفلسطيني». هذه الرؤية تتجاوز الحلول التقليدية لتطرح نموذجاً مبتكراً يجمع بين الانتماء الوطني والفكر الريادي.

هذا الصندوق المقترح لا يهدف فقط إلى التمويل، بل إلى «ضمان استمرارية الصوت الفلسطيني»، مما يعكس فهماً عميقاً للبعد الاستراتيجي للإعلام في النضال الفلسطيني. إن هذه الرؤية تجمع بين الطموح والواقعية، وتقدم إطاراً عملياً لتطوير صحافة ريادية فلسطينية مستقلة ومؤثرة.

تجربة الإذاعات المجتمعية في فنزويلا: نموذج للاستدامة والدعم الذاتي

يقدم «كمال حسين»، مدير إذاعة سلطنة في فنزويلا، نموذجاً استثنائياً وملهماً للإعلام المجتمعي المستدام الذي يمكن أن يكون مرجعاً مهماً للتجربة الفلسطينية. هذا النموذج يجسد مبادئ الصحافة الريادية من خلال الاعتماد على الذات والمجتمع المحلي، ويقدم حلاً لإداعية لتحديات التمويل والاستدامة التي تواجه المشاريع الإعلامية البديلة.

البنية التنظيمية الديمقراطية

يوضح حسين أن النموذج الفنزويلي يقوم على أساس ديمقراطي تشاركي فريد، حيث «تعمل كل إذاعة من خلال جمعية أهلية يتم انتخاب تسعة أشخاص يقومون بإدارة أعمال الراديو لمدة أربع سنوات، يحق إعادة انتخابهم عدد المرات الكافية». هذا النظام يضمن التداول الديمقراطي في الإدارة ويحافظ على الطابع المجتمعي للمؤسسة الإعلامية، بعيداً عن الهيمنة الفردية أو المؤسساتية.

كما يشير إلى أن «الدولة في البداية في عهد شعبي قامت بدعم هذه الجمعيات الأهلية بالأجهزة»، لكن الاستدامة تعتمد على المجتمع نفسه، حيث «تقوم الجمعية بإقامة نشاطات رياضية فنية لجمع تبرعات لشراء الأجهزة». هذا النهج يجمع بين الدعم الحكومي الأولي والاستقلالية المجتمعية طويلة المدى.

النموذج التمويلي المبتكر: اقتصاد المقايضة والتكافل

ما يميز التجربة الفنزويلية هو نموذجها التمويلي الإبداعي الذي يقوم على مبدأ المقايضة والتبادل المجتمعي. يشرح حسين هذا النموذج قائلاً: «يحق من خلال القانون لهذه الراديوهات أن تقوم بالإعلانات بشرط ألا تكون إعلانات للشركات الرأسمالية الأجنبية». لكن الأهم من ذلك هو نظام التكافل المجتمعي الذي «يقوم عادة على مسألة التكافل بحيث مثلاً الجزار يقوم بدفع كمية من اللحم شهرياً إلى أحد العاملين في الراديو، بائع الخضروات وهكذا».

هذا النظام لا يقتصر على الخدمات الأساسية، بل يشمل أيضاً «الإعلانات أو بيع الإعلانات للشركات أو الأشخاص المبتدئين والشركات الصغيرة لدعمها بشرط أن تكون الدعاية صادقة». كما تحصل الإذاعات على «مساعداً من المقابلات مثلاً مع السياسيين وليست بالشرط أن تكون المساعدات نقدية، قد تكون عينية مثلاً مواد تنظيف، دهان وأمور أخرى».

العمل التطوعي كأساس للاستدامة

يؤكد حسين على جانب مهم في هذا النموذج وهو أن «كل العمل الموجود في هذه الراديو هو عمل تطوعي غير مدفوع الأجر». هذا المبدأ يعكس الالتزام المجتمعي والإيمان بالرسالة الإعلامية البديلة، ويضمن في الوقت نفسه عدم تحميل المشروع أعباء مالية كبيرة قد تهدد استدامته.

التنظيم والتنسيق على المستوى الوطني

لا يقتصر النموذج على العمل المحلي، بل يشمل تنسيقاً وطنياً متقدماً. يوضح حسين أنه «في ولايتنا هناك 24 راديو، يوجد في ولايتنا 14 بلدية، هناك مجلس ولاية للإعلام البديل وهو مشكل من الناطقين أو المنتخبين في كل بلدية.» كما «شكلنا جمعية في كل فنزويلا تسمى ANMCLA وهي اختصار لـ Asociación Nacional، أي معناها الجمعية الوطنية للإعلام الشعبي البديل.»

وقد تطور هذا التنسيق ليشمل «تأسيس وكالة أنباء محلية أو للتصحيح، وكالة الأنباء الشعبية للإعلام البديل، هذه الوكالة يكون لها مراسلين في الراديوهات، في كل راديو يكون مراسلين الراديو هم مراسلين تلقائياً في الوكالة.»

المحتوى المحلي والبديل

يركز النموذج الفنزويلي على إنتاج محتوى يخدم المجتمع المحلي بشكل مباشر. يشرح حسين أن هذه الإذاعات «تقوم بنشر الأخبار المحلية الصغيرة التي لا يوجد لها مكان في وسائل الإعلام الدولة أو وسائل الإعلام التجارية.» هذا التوجه يملأ فراغاً مهماً في المشهد الإعلامي ويقدم خدمة حقيقية للمجتمعات المحلية.

كما أن هذه الإذاعات «ليست بشكل عام، هي عبارة عن راديوهات ثورية يسارية المنطلق ولكن أيضاً تقوم بانتقادات للحكومات المحلية والحكومات على مستوى فنزويلا أيضاً.» هذا يعكس الاستقلالية النسبية التي تتمتع بها رغم الدعم الحكومي الأولي.

التدريب والتطوير المجتمعي

لا يقتصر دور هذه الإذاعات على الإعلام فحسب، بل يشمل التدريب والتطوير المجتمعي. يوضح حسين أن «المراسلين ليس شرط أن يكونوا صحفيين، نقوم بعمل دورات تثقيفية لهم.» كما «نقوم بالتعامل مع المدارس والمكتبات بحيث يكونوا بتدريب طلابهم في الراديو.»

التكيف مع التطورات التقنية

يُظهر النموذج مرونة في التكيف مع التطورات التقنية، حيث يشير حسين إلى أن «كل راديو يكون لها أيضاً مثلاً صفحة إنترنت، أيضاً الإنترنت في أغلب الحالات نقوم بما أنه إنترنت تجاري نقوم بالشركة تمد لنا الإنترنت ونحن نقوم بمساعدتها في الدعاية.» كما «بدأنا في قضية الإعلام الإلكتروني في كثير من هذه الراديوهات لها صفحات في الإنترنت.»

الدروس والفلسفة الإعلامية

يختتم حسين بفلسفة عميقة حول طبيعة العمل الإعلامي، مؤكداً أن «الإعلام لا يمكن أن يكون سلعة ولا هدف تجاري، أولاً قبل أن تكون إعلامياً يجب أن تكون إنسانياً.» ويقدم نصيحة عملية مهمة: «ويجب نصيحتي

أن الإعلامي أن يكون له أيضاً محاولة إيجاد مصدر دخل آخر غير الإعلام للتوضيح، أنا أعمل في الإعلام ولكن مصدر رزقي هو آخر حتى لا يؤثر على رأيي الإعلامي الصحيح.

الدروس المستفادة للسياق الفلسطيني

تقدم التجربة الفنزويلية دروساً قيمة للصحافة الريادية الفلسطينية، خاصة في مجال تطوير نماذج تمويل مستدامة تعتمد على المجتمع المحلي بدلاً من المصادر الخارجية. كما تُظهر إمكانية الجمع بين العمل التطوعي والاستدامة المالية من خلال الإبداع في أساليب التمويل والشراكة المجتمعية. هذا النموذج يؤكد أن الإعلام البديل المستقل ليس مجرد حلم، بل واقع قابل للتطبيق عندما تتوفر الإرادة المجتمعية والإبداع في الحلول.

رؤى أكاديمية حول التطوير والتحديث

إعادة تعريف دور الصحفي في العصر الرقمي

يطرح خبير الإعلام الرقمي «سائد حسونة» رؤية متقدمة للصحافة الريادية، معرّفاً إياها بأنها «ممارسة إعلامية تنبع من فكر ريادي يسعى لحل المشكلات المجتمعية، ويحول المحتوى إلى أداة تأثير وبناء، لا مجرد نقل للحدث». هذا التعريف يتجاوز المفهوم التقليدي للصحافة كناقل للأحداث إلى دور أكثر فاعلية في التأثير الاجتماعي والتغيير الإيجابي. ويؤكد حسونة على ضرورة «تحويل الصحفي من مجرد ناقل للأحداث إلى مبادر ومصمم أثر قادر على إحداث تغيير حقيقي في المجتمع».

الصحافة كأداة قياس وتطوير: رؤية سعيد أبو معلا

يقدم الأستاذ «سعيد أبو معلا» تعريفاً شاملاً ومتطوراً للصحافة الريادية، حيث يركز على مفهوم «القياس» كأساس للعمل الريادي. يوضح أبو معلا أن الصحافة الريادية تشمل «مهارات صحافية مناسبة لتقديم محتوى إعلامي جديد، وعقلية ريادية لتقديم محتوى صحافي إبداعي، يضاف إلى ذلك فن تطوير المنتج الصحافي من خلال البحث عن نماذج مالية جديدة، والاستجابة للتحديات والفرص ومتطلبات السوق عبر حل المعادلة التي تتضمن الجمهور والمحتوى والإيرادات».

غير أن ما يميز رؤية أبو معلا هو تركيزه على مفهوم القياس، حيث يقول: «أنا أحب أن أطلق مفردة واحدة على كل ذلك وهي القياس، أي أن تعمل الصحافة وفق مفهوم القياس، أن يخضع المنتج الإعلامي/الصحافي إلى القياس بحيث نعرف من قرأ المادة وكيف تفاعل معها». ويؤكد على أهمية هذا المفهوم قائلاً: «في حال حدث ذلك فإنه يمكن معرفة مدى نجاح المنتج/المحتوى الإعلامي، وهو أمر يمنحنا معرفة مهمة تفيد المعلن، وتفيد الوسيلة، بحيث كل ما لا يمكن قياسه لا يمكن التفكير فيه بمنطق ريادي».

التحديات المتعددة الأبعاد في السياق الفلسطيني

يحدد أبو معلا مجموعة معقدة من التحديات التي تواجه الصحافة الريادية في فلسطين. يبدأ بـ«التحدي الأول وهو الوعي بمفهوم الصحافة الريادية، أعتقد أن هذا أمر تأخر طرحه فلسطينياً وتحديدًا من القائمين على وسائل الإعلام والصحافيين.» ويربط هذا التأخر بعوامل متعددة «من ضمنها التمويل مختلف الأنواع، توفر إعلانات.»

التحدي الثاني يتمثل في «الظرف السياسي وكل ما يترتب عليه من تداعيات، الاحتلال يفرض علينا بيئة إعلامية غير مستقرة.» ويضيف تحدياً ثالثاً وهو «سيطرة المحتوى والمضمون السياسي المرتبط بالاحتلال على أنواع مختلفة من الصحافة، فالخيارات التي يمكن أن تعمل عليها الصحافة لا حصر لها لكن إذا دققنا النظر نجد أن 90% من وسائل الإعلام تهتم وتعالج موضوعات سياسية بالدرجة الأولى.»

كما يشير إلى تحدٍ مهني داخلي، موضحاً أن «الصحافي تاريخياً اعتاد العمل الصحفي بمعزل عن التفكير بالموضوع المالي. حتى نحن علمنا الطلبة أنه لا يجب أن يفكروا بالموضوع المالي.» ويؤكد على ضرورة تغيير هذا النهج: «التفكير بالمادة/الإيرادات مسألة مهمة وأصبحت مطروحة على أجندة الصحفيين، هذا واقع وعلينا التعامل معه.»

دور الجامعات والمؤسسات التعليمية

يشدد أبو معلا على الحاجة لإصلاح جذري في التعليم الإعلامي، قائلاً: «أولاً على الجامعات أن تغير من طريقة تفكيرها وتدرّسها.» ويطرح نموذجاً عملياً من تجربته: «نحن مثلاً لدينا مساق في كلية الإعلام حول الريادة والصحافة، هذا مهم وربما لأول مرة يحدث. لكن أعتقد أنه لا يكفي أن يظل مساقاً وحيداً.»

ويدعو إلى توسيع التعليم ليشمل «مساقات لها علاقة بالإدارة وكل ما يتداخل مع موضوع الريادة بحيث يكون في أكثر من مساق.» كما يؤكد على أهمية «أن يكون المدرس مؤهل لتدريس مساق حول الصحافة والريادة» ويشترك تجربته الشخصية: «شخصياً دخلت في أكثر من تدريب لرفع قدراتي حول هذا الموضوع.»

ويطرح رؤية طموحة للتعليم الإعلامي تشمل «تداخل بين تخصص الصحافة وتخصصات أخرى مثل البرمجة والقانون والإدارة والمحاسبة ووصولاً ليكون هناك تخصص ريادة في مجال الصحافة والإعلام.»

رؤية مستقبلية واقعية

رغم التحديات الصعبة، يحافظ أبو معلا على نظرة متفائلة للمستقبل، واصفاً إياه بأنه «مستقبل صعب جداً، لكن مبشر بكل تأكيد.» ويحذر من خطر حقيقي: «أسوأ ما يمكن أن يحدث هو أن يتابع المواطن الفلسطيني إعلاماً وصحافة لا تنتمي لبلده. هذه كارثة فعلية ونعاني منها في الوقت الحالي.»

ويختتم برؤية عملية: «وبالتالي لزاماً علينا أن نطور في الصحافة ونقدم تجارب متنوعة كي تساهم الصحافة في وعي هذا الجمهور ورأيه العام بما يخدم قضايا وحياته.»

تجارب شبابية ورؤى مستقبلية

تطلعات الجيل الجديد وتحدياته

يمثل «محمد نزال»، خريج الإعلام من جامعة بيرزيت، صوت الجيل الجديد من الصحفيين الطموحين نحو الريادة الإعلامية. يعبر عن «تطلعاً كبيراً نحو الصحافة الريادية كحلم شخصي يسعى لتحقيقه، حيث يهدف إلى إنشاء مؤسسة إعلامية فلسطينية مستقلة تركز على إعادة أنسنة القصص الصحفية وتقديم الأحداث من زاوية إنسانية بدلاً من اختزالها في أرقام مجردة.» هذه الرؤية تعكس حاجة ملحة لإعلام أكثر إنسانية وقرباً من الجمهور.

التحديات العملية للصحفيين الشباب

غير أن نزال يواجه تحديات جوهرية تشمل «صعوبة الحصول على التمويل اللازم للمشاريع الريادية الناشئة، إضافة إلى معاناته من استغلال وسائل الإعلام المحلية للصحفيين الشباب مقابل أجور متدنية لا تتناسب مع المخاطر المهنية.» هذا الواقع يعكس مشكلة هيكلية في سوق العمل الإعلامي المحلي تتطلب تدخلاً تنظيمياً وقانونياً.

منظور نقدي من الخارج

تحديات التمويل والاستقلالية

تطرح **سمح**، طالبة الماجستير في الإعلام السياسي بالولايات المتحدة، رؤية نقدية متعمقة حول «دور الصحفي ونماذج التمويل في السياق الفلسطيني.» تؤكد على أن نماذج التمويل الأمريكية المتنوعة والمبتكرة «لا تلائم السياق الفلسطيني المحدود اقتصادياً وجماهيرياً»، حيث يتميز السوق بـ«صغر حجمه والوضع الاقتصادي المتردي في الضفة والداخل الذي ينعكس على عدم قدرة أو رغبة الناس في دفع جزء من دخلهم المحدود لمتابعة الأخبار.»

نماذج ناجحة في التطبيق العملي

تجربة «عين على فلسطين»: من المبادرة الفردية إلى المؤسسة

تمثل صفحة «عين على فلسطين» نموذجاً عملياً للصحافة الريادية الفلسطينية، حيث «نجحت في التطور من مبادرة فردية وتطوعية قبل أكثر من عشرة أعوام إلى شبكة نشر متماسكة تديرها فريق مكوّن من 10 أعضاء.» تعتمد الصفحة على «استراتيجية ريادية مبتكرة للتعامل مع تحديات الحظر والمنع من خلال العمل عبر حسابات متعددة، وتنويع منصات النشر لتشمل إنستغرام وفيسبوك وتلغرام.»

التخصص والتنوع في المحتوى

تتميز الصفحة بـ«تخصص واضح في المحتوى، حيث يضم فريقها محررين متخصصين في إنتاج المحتوى العربي وترجمته إلى الإنجليزية، بالإضافة إلى فريق تقني متخصص في ترجمة الفيديوهات ودعم الحالات الإنسانية والمناشدات العاجلة.» هذا التنوع في التخصصات يعكس فهماً عميقاً لمتطلبات الجمهور المحلي والدولي ويشكل نموذجاً قابلاً للتطبيق في مشاريع أخرى.

استراتيجيات التمويل والاستدامة

نماذج التمويل المتنوعة

تؤكد «لمى عمرو» المختصة في التمويل الجماعي على «أهمية بناء نموذج تمويلي متنوع يقوم على عدة محاور أساسية لضمان استدامة المشاريع الإعلامية الريادية.» تبدأ الاستراتيجية بـ«بناء قاعدة جماهيرية مخلصنة قادرة على تقديم مساهمات بسيطة لكن منتظمة على أساس شهري، مما يتطلب إنشاء منصات دفع إلكترونية فعالة وأمنة لتسهيل عملية التبرع.»

ضرورة التنوع في البيئة الفلسطينية

تشدد المختصة على أن «الأمان المالي يكمن في تنويع مصادر الدخل وعدم الاعتماد على مصدر واحد، خاصة في السياق الفلسطيني حيث تكون المخاطر عالية ورؤوس الأموال محدودة.» هذا المبدأ يتطلب «الاستفادة من المهارات الموجودة لتقديم خدمات مهنية مثل الإنتاج الإعلامي وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي والحملات الإعلانية، بالإضافة إلى البحث عن المنح والتمويل المؤسسي.»

رؤية أكاديمية متخصصة: منهجية التطوير المهني

التركيز على المحتوى والتخصص: رؤية محمد سامي علوان

يقدم الأكاديمي محمد سامي علوان رؤية عملية ومفصلة للصحافة الريادية تنطلق من فهم عميق لطبيعة العمل الصحفي المعاصر. يعرّف علوان الصحافة الريادية بأنها «ممارسة مهنة البحث والحصول على المعلومة بأمر يهم الناس، وتقديمها لهم، إما مفصلة أو الجديد بها، بحيث يضيف مجهود الصحفي معلومة جديدة للمتلقي.» ويشدد على أهمية «الحرص على عدم وجود أي تشويش في دائرة الاتصال، والتأكد من وجود آلية تقييم لردة الفعل والتفاعل.»

يحدد علوان معايير دقيقة للمحتوى الصحفي الفعال، مؤكداً على «القدرة على اختيار جانب يهم المتلقي، وعدم تكرار معلومة قديمة، واختيار تخصص يبحث عنه الجمهور، وتقديم معلومة تسد حاجة عن المعلومة المتوفرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.» كما يشدد على «العمل على إنتاج صحفي يحدث تأثير وتغيير مع الوقت.»

المهارات التقنية والكتابية المطلوبة

يطرح علوان رؤية شاملة للمهارات الصحفية المطلوبة، موضحاً ضرورة «تغطية الجانب المعلوماتي بمهارات صحفية، صوت وصورة لجذب القارئ المراهق، أي القارئ الذي يود الحصول على المعلومة سريعاً، والقارئ الناضج والذي يبحث عن ملخص علمي كبير في مقال أو مادة مكتوبة».

ويحدد معايير دقيقة لطول المحتوى، مستنداً إلى «التجارب في فرنسا والأردن ومصر بمقال يبدأ من ألف كلمة ولا يزيد عن 2000 كلمة.» ويؤكد على ضرورة إتقان الصحفي لـ «مهارتين: 1- التكثيف، وهي معلومات كثيرة مقدمة بلغة رشيقة وعدد كلمات أقل. 2- الاختصار، وهو تقديم فكرة كبيرة بما لا يزيد عن بنية المحور للفكرة، وهي بالعادة ما لا يقل عن 3 فقرات ولا يزيد عن 5 للمحور».

منهجية بناء المشروع الصحفي الريادي

يحدد علوان الصحفي الريادي بثلاث خصائص أساسية: «1- القادر على إيجاد زاوية التخصص. 2- الذي يؤمن بأن قناة النشر تشكل قاعدة لا بد أن تبنى بتخطي 3 مراحل: 1-2- المادة الصحفية. 2-2- بناء الجمهور. 3-2- وجود آلية للاستمرار».

ويقدم جدولاً زمنياً واقعياً للتطوير: «وهي مراحل مدتها 6 سنوات، 4 لإتقان المحتوى الصحفي وستين لإدارة النشر والربح.» ويؤكد أن «الريادة تكمن في النقطة 1-2 وهي الإيمان بالأثر الناتج عن مادتي، وقدرتي على تقديم المفيد للجمهور، لأن القراءة في بلادنا العربية حاجة وليست رفاهية».

التجارب الناجحة والدروس المستفادة

يشير علوان إلى وجود نماذج ناجحة محلياً، موضحاً أن «في فلسطين لدينا 3 تجارب ناجحة كان أصحابها سابقين في تقديم محتوى إعلامي، وحققت أرباحاً واستمرارية، وشكلت حالة دراسة للطلاب. وأخرى قدمت محتوى إعلامياً وإعلامياً، وكانت أيضاً بداياتها ثابتة ومجدية».

دور الجامعات في التطوير المهني

يبرز علوان تجربة مميزة في التعليم الإعلامي، مؤكداً أن «دور الجامعات الذي تميزت به خضوري هو الجمع بين المحتوى الصحفي والمهارات التقنية، إضافة مادة الريادة لطلاب الإعلام، إضافة مادة الدعاية والإعلان».

ويطرح منهجية تعليمية مبتكرة: «نبحث عن منصات تجمع بين المهارة والمعرفة، لذا نبحث في الجامعات عن التخصص من سنة ثانية لطلاب البكالوريوس لتكون التجربة وال فشل في مرحلة الدراسة، وليتخرج الطالب بمشروع واضح من حيث المحتوى الصحفي».

المهارات الإضافية المطلوبة

يشدد علوان على أهمية المهارات التقنية المعاصرة، مؤكداً أن «إتقان الصحافة يشكل مصدر دخل، إتقان الصحافة والتصوير يشكل مدخلين، ولكن مع أهمية الريادة لا بد من مهارات إضافية، مثل SEO، الذكاء الصناعي، والمونتاج، فهذه مهن مع تطور الأدوات أصبحت سهلة الإتقان، وتعزز انتشار المحتوى الصحفي عدة مرات.»

التوصيات العملية للتطوير

يختتم علوان برؤية شاملة للتطوير تشمل «البدء باختيار طلاب هدفهم خدمة المجتمع باستخدام الصحافة كأداة للتغيير. عدم الخلط بين منتجي الإعلانات وبين الصحفيين، لكل منهما عالمه. توجيه الطلاب للبحث عن المعلومة أكثر من أي وقت مضى، وتشجيع التخصص.»

ويؤكد على أهمية الجودة في المهارات الأساسية: «على الصحفي إتقان مهارة الكتابة جداً جداً، والبحث عن المعلومة بدقة، وأن يسعى بعدها للتخصص في جمهور معين وإن تنوعت مجالات الكتابة، فمثلاً أزياء المراهقين يمكن أن تجمع مع فرص العمل، إن قُدمتا بشكل يهتم هذا الجمهور.»

التوصيات الشاملة المستخلصة من المقابلات

استناداً إلى المقابلات المتعمقة مع الخبراء والممارسين، يمكن استخلاص مجموعة شاملة من التوصيات لتطوير الصحافة الريادية في فلسطين:

على المستوى المؤسسي والتعليمي:

إنشاء صندوق دعم مستقل للمشاريع الإعلامية الريادية، وتطوير البرامج الأكاديمية المتخصصة في الجامعات الفلسطينية، وإدراج مساقات متخصصة في الصحافة الريادية والتربية الإعلامية وأخلاقيات الإعلام، مع التركيز على انتقال دور الجامعات من التلقين إلى التجريب والابتكار.

على المستوى التمويلي:

تطوير نموذج تمويلي هجين يجمع بين التمويل الجماعي والخدمات المهنية والمنتجات التجارية والشراكات المؤسسية، مع التركيز على بناء علاقات طويلة المدى مع الجمهور والمتبرعين، وإنشاء آليات شفافة لإدارة الأموال وتقديم تقارير دورية للمساهمين.

على المستوى التقني والمهني:

الاستثمار في بناء فرق متخصصة ومتنوعة، وتنويع منصات النشر، وتطوير استراتيجيات تقنية مبتكرة للتعامل مع التحديات الرقمية، والاستثمار في التكنولوجيا المناسبة لتسهيل عمليات الإنتاج والتوزيع.

على المستوى القانوني والحماي:

وضع آليات للحماية القانونية والمهنية للصحفيين الرياديين، وسن قوانين تحمي حقوق الصحفيين، وإصلاح البيئة القانونية لتوفير مناخ أكثر أماناً للعمل الإعلامي المستقل.

الخاتمة والتوصيات العامة

تكشف هذه الدراسة عن واقع معقد ومتحدٍ للصحافة الريادية في السياق الفلسطيني، حيث تتداخل التحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية لتشكّل بيئة صعبة لكنها غنية بالفرص الإبداعية. من خلال التحليل النظري والمقابلات الميدانية، تبرز الحاجة الملحة لتطوير نماذج إعلامية بديلة قادرة على مواجهة تحديات العصر الرقمي والاستقلال عن مصادر التمويل التقليدية.

تُظهر التجارب العملية، من صحفيي غزة إلى نموذج «عين على فلسطين» ومروراً بالإذاعات المجتمعية في فنزويلا، أن الصحافة الريادية ليست مجرد مفهوم نظري، بل واقع قابل للتطبيق والتطوير حتى في أصعب الظروف. هذه النماذج تؤكد أن الإبداع والمثابرة يمكنهما التغلب على القيود التقليدية وإيجاد سبل جديدة للوصول إلى الجمهور وتحقيق الاستدامة المالية والمهنية.

التوصيات النهائية

بناءً على نتائج هذه الدراسة، يُوصى بتبني استراتيجية شاملة لتطوير الصحافة الريادية في فلسطين تقوم على أربعة محاور أساسية:

1. إصلاح البيئة التعليمية والأكاديمية من خلال تطوير المناهج وتدريب الكوادر وتعزيز الشراكة بين الجامعات والممارسين.
2. بناء نظام تمويل متنوع ومستدام يجمع بين الدعم المجتمعي والشراكات المؤسسية والابتكار في نماذج الأعمال.
3. تطوير البنية التحتية التقنية والقانونية اللازمة لدعم المشاريع الإعلامية الناشئة.
4. تعزيز ثقافة الريادة الإعلامية في المجتمع من خلال التوعية والتدريب وتبادل الخبرات.

إن مستقبل الإعلام الفلسطيني يتطلب تجاوز النماذج التقليدية واستكشاف آفاق جديدة تجمع بين الأصالة والمعاصرة، بين الالتزام بالقضية والمهنية في الأداء، وبين الاستقلالية في القرار والاستدامة في التمويل. الصحافة الريادية تقدم هذا الطريق البديل الذي يمكن أن يساهم في بناء إعلام فلسطيني مستقل وقادر على مواجهة تحديات المستقبل.

- New York: Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (University Press, 2006).
- Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59-68.
- Karen Freberg et al., "Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality," *Public Relations Review* 37, no. 1 (2011): 90-92.
- Elmira Djafarova and Chloe Rushworth, "Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users," *Computers in Human Behavior* 68 (2017): 1-7.
- Konstantin Nicholas Dörr, "Mapping the field of algorithmic journalism," *Digital Journalism* 4, no. 6 (2016): 700-722.
- Terry Flew et al., "The promise of computational journalism," *Journalism Practice* 6, no. 2 (2012): 157-171.
- Manuel Castells, *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* (Polity Press, 2015) (كامبريدج).
- Associated Press, "Trump Administration Shuts Down USAID Media Programs and Al-Hurra TV," *AP News*, 25 يناير 2025.
- Middle East Media Research Institute, *Impact of US Media Funding Cuts on Regional Journalism* (MEMRI, 2025) (واشنطن).
- Arab Media & Society, "The End of Al-Hurra: Implications for Arabic-Language Broadcasting," *Arab Media & Society*, العدد 35, ربيع 2025.
- Reuters Institute for the Study of Journalism, *Reuters Institute Digital News Report 2024* (أكسفورد: Reuters Institute, 2024).
- Pew Research Center, *State of the News Media 2023* (واشنطن: Pew Research Center, 2023).
- Poynter Institute, *Local News Crisis: A Comprehensive Analysis 2020-2024* (سانت بطرسبرغ: Poynter Institute, 2024).
- Columbia Journalism Review, *The Future of Media Funding: Challenges and Opportunities* (نيويورك: Columbia Journalism School, 2023).
- Influencer Marketing Hub, *The State of Influencer Marketing 2024: Benchmark Report* (نيويورك).

(Influencer Marketing Hub, 2024).

HubSpot, Global Marketing Trends Report 2024 (كامبريدج: HubSpot Inc., 2024).

Forbes, “Top YouTube Earners 2023: How Digital Creators Outpace Traditional Media,” Forbes Media, 15 ديسمبر 2023.

Nielsen, Total Audience Report: Media Consumption Trends Across Generations (نيويورك: Nielsen Holdings, 2024).

Deloitte Insights, Digital Media Trends: Direct-to-Consumer Marketing Revolution (لندن: Deloitte, 2024).

Edison Research, The Podcast Consumer 2024 (سومرفيل: Edison Research, 2024).

Reuters Institute, AI in Newsrooms: Opportunities and Threats for Journalism (أكسفورد: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024).

Challenger, Gray & Christmas, Media Job Cuts Report: First Half 2024 (شيكاغو: Challenger, Gray & Christmas, Inc., 2024).

Nieman Journalism Lab, The Human Element in AI-Driven Journalism (كامبريدج: Harvard University, 2024).

Joseph A. Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy (لندن: Routledge, 2003), العمل الأصلي نُشر في 1942.

Mark Briggs, Entrepreneurial Journalism: How to Build What’s Next for News (واشنطن: CQ Press, 2012).

Andrea Hunter and François P. Nel, “Equipping the entrepreneurial journalist: An exercise in 24-creative enterprise,” Journalism & Mass Communication Educator 66, no. 1 (2011): 9.

Walter Isaacson, Benjamin Franklin: An American Life (نيويورك: Simon & Schuster, 2003).

Jeff Jarvis, What Would Google Do? (نيويورك: HarperBusiness, 2009).

Andreu Casero-Ripollés, Cristina Cullèll-March, and Josep Lluís Micó, “Digital journalism 753-competences: A systematic literature review,” Digital Journalism 9, no. 6 (2021): 726.

Knight Foundation, The State of Entrepreneurial Journalism: A Global Survey (ميامي: Knight Foundation, 2023).

Sahil Patel, “Morning Brew’s Recipe for Success: From Dorm Room to \$75M Exit,” Forbes, 18 ديسمبر 2020.

Felix Salmon, “The Substack Economy: How Independent Journalists Are Building Sustainable

Businesses,” Columbia Journalism Review مارس/أبريل 2021.

Substack Inc., Creator Economy Report 2024: The Rise of Independent Media (سان فرانسيسكو: Substack Inc., 2024).

Poynter Institute, The Entrepreneur’s Guide to Starting a News Business (سانت بطرسبورغ: Poynter Institute, 2023).

Reuters Institute, From Newsroom to Startup: A Study of Entrepreneurial Journalists (أكسفورد: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024).