



القرآن الكريم

الدوحة 103.4 FM

قطر
QATAR TELEVISION

إذاعة قطر

ORX

QBS
radio

الكاس ٦
قنوات الكاس الرياضية

إذاعة أردو
URDU RADIO

HOLA
QATAR RADIO 92.0

سوت الخليج
sout al khaleej

فلاحة

مجلة فصلية تصدر عن المؤسسة القطرية للإعلام، دولة قطر
العدد الأول - يناير 2026



المؤسسة القطرية للإعلام
QATAR MEDIA CORPORATION
فلسطين الجليل ويقعنا نلتور

كلمة

بعد دراسة متأنية وجهود جماعية مخلصه، تدشن المؤسسة القطرية للإعلام العدد الأول من دوريتها مجلة «إعلام» بكونها إحدى مبادراتها الرامية إلى تعزيز وإثراء المشهد الإعلامي المحلي. تهدف مجلة «إعلام» إلى تطوير محتوى إعلامي معرفي، يشجع على طرح القضايا والتحديات المهنية ومعالجتها بموضوعية، وتحفيز ثقافة الحوار بين صناع القرار والمختصين في قطاع الإعلام، وتعزيز التفاعل والتواصل البناء بين الجمهور والمتابعين، إلى جانب إسهاماتها في التعريف بجهود المؤسسة وتطلعاتها، وتوثيق مسيرتها وإنجازاتها.

كما تتطلع المؤسسة القطرية للإعلام أن تشكل مجلة «إعلام» قيمة مضافة إلى المشهد الإعلامي الوطني من خلال التفاعل، وتبادل الأفكار المبتكرة، ومواكبة التطورات المتسارعة في تقنيات الإعلام، والوعي بالقضايا المجتمعية، وتعزيز قيم المواطنة والتنمية المستدامة، فضلاً عن توفير منبر لنشر الثقافة والمعرفة.

كل الشكر والتقدير لجميع القائمين على إطلاق هذه المبادرة الواعدة، وإخراج مجلة «إعلام» إلى النور، والتي من شأنها تعزيز الرسالة الإعلامية البناءة للمؤسسة في خدمة المجتمع والوطن.

حمد بن ثامر آل ثاني
رئيس المؤسسة القطرية للإعلام

افتتاحية

تنبثق مجلة "إعلام" من صميم رؤية إعلامية راسخة تستشرف آفاق المستقبل بعين الحكمة، وتستلهم من تراث الكلمة الصادقة والرسالة النبيلة ما يجعل منها منارة في عالم يموج بالتحولات المتسارعة. فالمؤسسة القطرية للإعلام إذ تضع هذه الدورية بين أيدي أهل الفكر والرأي، إنما تؤكد التزامها الراسخ بمسؤولية الكلمة وأمانة الخطاب في زمن تتداخل فيه الأصوات وتتنافس الرسائل.

وما اختيار اسم "إعلام" إلا تأكيد لجوهر الرسالة وعمقها، فهو اسم يحمل في طياته معاني الإنارة والتنوير، ويجسد طموح المؤسسة في أن تكون صوتاً منيراً يضيء دروب المعرفة ويسهم في تعزيز الوعي الإعلامي المجتمعي.

ولقد استقت هذه المبادرة من معين رؤية قطر التنموية التي تجعل من الإعلام الأصيل أداة تواصلية تربط بين عمق الهوية وحدثات التعبير، وبين خصوصية المحلي وآفاق العالمي، وعلى هدي هذه الرؤية تثمر المؤسسة القطرية للإعلام هذا العمل لينخرط ضمن منظومة المؤسسة في تجسيد الدور الحضاري الذي ينبغي أن يضطلع به الإعلام في خدمة المجتمع والوطن.

ذلك أن الإعلام في جوهره رسالة حضارية تتجاوز نقل الخبر إلى تشكيل الوعي وإثراء الحوار العام، ولعله من أعظم أدوات

السيادة الثقافية التي تملكها الأمم في عصرنا هذا. ولهذا نتطلع لهذه المجلة أن تكون مرآة صادقة تعكس نبض المؤسسة وتطلعاتها، وسجلاً أميناً يوثق مسيرتها ومنجزاتها، ومنصة حوارية تفتح أبوابها للخبرات والتجارب والرؤى المتنوعة.

ولئن كانت الكتابة في الإعلام المؤسسي تحدياً يقتضي التوازن الدقيق بين الرصانة المهنية والحيوية التواصلية، فإنها مجلة منوط بها أن تجسد هذا التوازن المنشود، وأن تؤكد من خلال مضامينها أن المهنية الرصينة ومواكبة ذائقة الأجيال الجديدة يمكن أن يتألفا في عمل إعلامي متجدد وأصيل.

وإن تقدم المؤسسة القطرية للإعلام هذا العدد الأول للقراء الكرام، فإنها تستشرف مستقبلاً تكون فيه هذه المجلة مرجعاً يُستند إليه في الممارسة المهنية، ومنصة حوارية تجمع أهل الاختصاص حول قضايا الإعلام وتحدياته، ونافذة تطل منها المؤسسة على جمهورها بما تحمله من رؤى وما طرحه من أفكار وما تقدمه من خدمات.

والله نسأل أن يبارك في هذا العمل، وأن يجعله خطوة نيرة في مسيرة التطوير المؤسسي، وأن يكتب له من القبول والتأثير ما يخدم رسالة الإعلام النبيلة في خدمة الوطن والمجتمع.

خالد بن عبدالعزيز آل ثاني
الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام

حوارات



74

محمد ناصر المهندي:
ما نقدمه إرث لأجيال لاحقة



36

الإعلامي خالد جاسم:
من البيت الكبير إلى المجلس

قضايا إعلامية

93 - 78

التشريعات الرقمية في دولة قطر.. واقع وآفاق

المنظومة التشريعية الرقمية في قطر.. تقدم ملحوظ، والتحديات في تعزيز آليات التنفيذ (د. سارة حمد القرچ) السياسة الإعلامية في دولة قطر.. بين التنظيم، وترسيخ الهوية والانفتاح على العالم (د. المعز بن مسعود) من دبلوماسية القوة الناعمة إلى تحديات الريادة والابتكار (د. محسن الأفرنجي) قطر والتعاون الإعلامي الخليجي.. شراكة راسخة برؤية متجددة (إعلام)

المنصات الرقمية.. تحولات المحتوى والجمهور والناشرين (د. عبدالرحمن الشامي)

«إعلام ذكي» كيف يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل علاقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية؟ (خاص: إعلام)



107 - 94

دراسات

تأسيس إذاعة قطر

مسيرة تلفزيون قطر 1970-2009

محطات من تطور المؤسسة القطرية للإعلام

مخطط زمني للجوائز الإعلامية لتلفزيون قطر وإذاعة قطر محطات من مسيرة التعاون الإعلامي الخليجي المشترك تطور التشريعات القطرية في مجالات الإعلام والاتصالات وتقنية المعلومات دليل مقارنة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

إنفوجرافيك

ملف العدد

73 - 42

مسيرة الإعلام القطري من الأثير إلى الفضاء الرقمي

إذاعة قطر
تلفزيون قطر
المؤسسة القطرية للإعلام

55 عامًا على انطلاقته
تلفزيون قطر
ميلاد الشاشة
الوطنية

محتويات العدد

تقارير

لقاءات وزيارات مهنية متواصلة
ترسيخ لحضور المؤسسة وتوسيع لشبكة التعاون
الإعلامي حول العالم

8

اتفاقيات متعددة القطاعات
إطار تعاون وطني لتعزيز العمل المشترك ودعم التكامل
المهني

12

أنشطة وفعاليات المؤسسة القطرية للإعلام
دعم للمشاهد الإعلامي المحلي وحضور فاعل في
المنتديات الإقليمية

14

تسعة عشر عامًا
على صناعة السردية الرياضية القطرية

17

التطوير المؤسسي والتدريب
استثمار في رأس المال البشري وترسيخ لثقافة التعلم
والتأهيل المستخدم

18

الإنتاج الإعلامي والبرامج
تطوير المنصات الرقمية وتعزيز جودة المحتوى الوطني
متعدد اللغات

22

الإذاعات الناطقة باللغات الأجنبية
أصوات متعددة.. رسالة واحدة

25

ضيوف الإذاعات المتخصصة
لقاءات في فضاء الحوار الثقافي والدبلوماسي

26

تكريمات وجوائز
إنجازات نوعية وتقدير عربي يرسخ حضور المؤسسة
القطرية للإعلام

28

المؤسسة في المنتديات الإقليمية والدولية
حوارات مهنية تعزز دور الإعلام القطري في العمل
المشترك

30

الكأس الرياضية
تغطيات وبرامج نوعية تعزز الإعلام الرياضي العربي

32

تقديرًا لدور قطر الريادي في تطوير
المشهد الإعلامي العربي والدولي
الدوحة عاصمة للإعلام العربي
عام 2027

الدوحة
عاصمة الإعلام العربي
عام 2027 م



المؤسسة القطرية للإعلام
QATAR MEDIA CORPORATION



المؤسسة القطرية للإعلام
QATAR MEDIA CORPORATION
فلسطيننا قلبنا



مجلة فصلية تصدر عن
المؤسسة القطرية للإعلام

العدد الأول، يناير 2026 - رجب 1447

رئيس التحرير
محمد بن سلمان المري

للتواصل والمراسلات
البريد الإلكتروني:
ielamag@qmc.qa

المقر الرئيسي
المؤسسة القطرية للإعلام
الدوحة، دولة قطر

الموقع الإلكتروني:
www.qmc.qa



© جميع الحقوق محفوظة 2026

لقاءات وزيارات مهنية متواصلة ترسيخ لحضور المؤسسة وتوسيع لشبكة التعاون الإعلامي حول العالم

تواصلت المؤسسة القطرية للإعلام جهودها في ترسيخ التعاون المؤسسي وتوسيع شبكة العلاقات الإعلامية مع الشركاء الإقليميين والدوليين، عبر سلسلة من اللقاءات والزيارات المهنية التي تؤكد حضورها الفاعل في بناء منظومة إعلامية قائمة على التكامل والتبادل المعرفي، ومواكبة للتحويلات التقنية والمهنية، في إطار رؤية تضع تطوير العلاقات الدولية للمؤسسة ضمن أولوياتها، تعزيزاً لمكانة الإعلام القطري إقليمياً ودولياً.

في إطار تطوير العلاقات الخليجية، عقدت سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، رئيس المؤسسة، يوم الأربعاء 19 فبراير 2025، لقاءً مع معالي الأستاذ سلمان بن يوسف الدوسري، وزير الإعلام في المملكة العربية السعودية، على هامش المنتدى السعودي للإعلام في الرياض، وجرى خلاله بحث أوجه التعاون الإعلامي بين الجانبين وفرص تطوير الشراكة المؤسسية في مجالات التدريب والإنتاج وتبادل المحتوى، وتعزيز الجهود المشتركة لتطوير القطاع. كما استعرض الجانبان تجربة المنتدى ودوره في توثيق التواصل بين المؤسسات الإعلامية الخليجية وتأكيد أهمية التنسيق المستمر في



سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، خلال لقائه معالي الأستاذ سلمان بن يوسف الدوسري، وزير الإعلام في المملكة العربية السعودية (فبراير 2025)

المجالات المهنية والتقنية.

كما استقبل رئيس المؤسسة يوم الأحد 1 يونيو 2025 سعادة السيد خالد بدر المطيري، سفير دولة الكويت لدى الدولة، وذلك بمناسبة اختتام فترة عمله في الدوحة، وجرى خلال اللقاء استعراض مسيرة التعاون الإعلامي بين البلدين



رئيس المؤسسة خلال استقباله سعادة السيد خالد بدر المطيري، سفير دولة الكويت لدى الدولة (يونيو 2025)

بالدوحة، إذ تناول الاجتماع سبل تعزيز التعاون الإعلامي وتبادل الخبرات المهنية، ومناقشة مجالات التدريب والإنتاج البرمجي بما يساهم في تطوير الأداء الإعلامي العربي المشترك. ومتابعة للعلاقات الخليجية، استقبل رئيس المؤسسة يوم الأربعاء 23 أكتوبر 2025 معالي الأستاذ سلمان بن يوسف الدوسري، وزير الإعلام في المملكة العربية السعودية، والوفد المرافق له لدى وصولهم إلى مطار حمد الدولي بالدوحة، في زيارة رسمية جرى خلالها استعراض أوجه التعاون الإعلامي بين البلدين ومناقشة المبادرات والمشاريع المشتركة. وعقب ذلك عقدت المؤسسة اجتماع اللجنة الإعلامية المنبثقة عن مجلس التنسيق القطري - السعودي، برئاسة رئيس المؤسسة عن الجانب القطري، وبمشاركة الرئيس التنفيذي وعدد من مديري الإدارات المعنية ونظرائهم من الجانب السعودي، وناقش الاجتماع متابعة تنفيذ البرامج والمبادرات المشتركة واستعراض مشاريع الإنتاج والتبادل الإعلامي، وتضمنت مخرجاته تأهيل الإعلاميين الشباب وإنتاج عمل درامي مشترك يوثق الروابط التاريخية بين المجتمعين القطري والسعودي.

واستكمالاً لمسار التعاون العربي، استقبل رئيس المؤسسة يوم الأحد 26 أكتوبر 2025 وزير الإعلام اللبناني الدكتور بول مرقص، والوفد المرافق له، وجرى خلال اللقاء بحث أوجه التعاون الإعلامي بين البلدين وتبادل الخبرات في المجالات الفنية والتدريبية، وسبل



رئيس المؤسسة خلال لقائه الدكتور حمزة المصطفى، وزير الإعلام في الجمهورية العربية السورية (أكتوبر 2025)

تعزيز التعاون المؤسسي بما يخدم تطوير الأداء الإعلامي المشترك.

بموازاة هذه اللقاءات، استهل سعادة الشيخ خالد بن عبدالعزيز بن جاسم آل ثاني، الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام، نشاطه المؤسسي بعد توليه مهامه التنفيذية في السادس عشر من يناير 2025، بسلسلة من اللقاءات الدولية المكثفة هدفت إلى تعزيز التعاون الإعلامي وتبادل الخبرات المهنية. حيث استقبل سعادته يوم الأربعاء 29 يناير 2025 سعادة الدكتور مصطفى كوكصو، سفير جمهورية تركيا لدى الدولة، في مقر المؤسسة بالدوحة، وجرى خلال الاجتماع بحث سبل تطوير التعاون الإعلامي بين الجانبين تتضمن برامج التدريب والإنتاج ودعم المبادرات ذات الطابع الثقافي المشترك، إلى جانب استكشاف فرص الشراكة في مجالات الإعلام الرقمي والتقنيات الحديثة. وأكد اللقاء أهمية توسيع مجالات التنسيق المؤسسي بين الجهات الإعلامية في البلدين بما يعكس عمق العلاقات القطرية التركية.

كما عقد الرئيس التنفيذي للمؤسسة يوم الأربعاء 5 فبراير 2025 اجتماعاً مع سعادة السيد جان باتيست فافر، سفير الجمهورية الفرنسية لدى الدولة، في مقر المؤسسة بالدوحة، إذ تطرّق الاجتماع إلى آفاق التعاون الثنائي في المجال الإعلامي، مع التركيز على فرص تبادل الخبرات المهنية وتعزيز الشراكة في مجالات التدريب وتطوير المحتوى ودعم



بنشاطها المتواصل تؤكد المؤسسة القطرية للإعلام التزامها بتوسيع آفاق التعاون الإعلامي الإقليمي والدولي، وترسيخ حضورها كشريك فاعل في الحوار الإعلامي العربي والدولي



الرئيس التنفيذي خلال اجتماعه مع سعادة السيد نيراف باتل، سفير المملكة المتحدة لدى الدولة (أبريل 2025)

2025 اجتماعاً مع سعادة السيد صالح عطية، سفير الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لدى الدولة، وجرى خلال الاجتماع استعراض العلاقات الإعلامية بين البلدين، وبحث سبل دعمها وتطويرها.

تواصلت اللقاءات الدولية باجتماع الرئيس التنفيذي للمؤسسة يوم الأربعاء 29 أكتوبر مع سعادة السيد أرنو بيشو، سفير الجمهورية الفرنسية الجديد لدى الدولة، من أجل بحث تطوير الشراكات الإعلامية وتعزيز البرامج المشتركة. وفي السياق ذاته استقبل الرئيس التنفيذي، يوم الأربعاء 5 نوفمبر 2025 وفدًا رسميًا من الولايات المتحدة الأمريكية، ضم السيد إدغار «إيدي» فاسكيز، نائب مساعد وزير الخارجية بالإنابة لشؤون الشرق الأدنى، والسيد ديLAN جونسون، المساعد الخاص للرئيس الأمريكي ومدير الاتصالات المساعد في البيت الأبيض، وجرى خلال اللقاء بحث سبل تعزيز التعاون الإعلامي وتبادل الخبرات في مجالات الاتصال والتنسيق، بما يساهم في تطوير المحتوى المشترك وتعزيز قنوات التواصل المهني.

وضمن التعاون الخليجي، استقبل الرئيس التنفيذي للمؤسسة، يوم الأربعاء 12 نوفمبر 2025، سعادة السيد محمد فهد الزعبي، الوزير المفوض والقائم بأعمال سفارة دولة الكويت لدى دولة قطر، وذلك بمكتبه في مقر المؤسسة. حيث جرى خلال اللقاء بحث سبل تعزيز التعاون الإعلامي بين البلدين، وتبادل الخبرات والتنسيق الإعلامي بما يخدم العلاقات الأخوية ويعزز العمل الخليجي المشترك.

أما على مستوى الإدارات التنفيذية بالمؤسسة، فقد استقبلت المؤسسة القطرية للإعلام يوم الإثنين 24 فبراير 2025 سعادة السيد إيغور مارارا كايانامورا، سفير جمهورية رواندا لدى الدولة، في اجتماع عقده مدير تلفزيون قطر السيد علي صالح السادة، حيث جرى بحث التعاون في إنتاج البرامج وتبادل المحتوى والتدريب الإعلامي، إضافة إلى فرص التعاون في المبادرات الرقمية والمشروعات الثقافية. كما استقبلت المؤسسة يوم الأحد 20 يوليو 2025 سعادة السيد محمد بي أو إس كينيث، سفير جمهورية ليبيريا لدى الدولة، في اجتماع عقده مدير تلفزيون قطر، وتم خلاله استعراض أوجه التعاون البرمجي والتقني، وأعقبته جولة تعريفية في مرافق التلفزيون أطلع خلالها السفير على منظومة الإنتاج والبث ودور التلفزيون ضمن المنظومة المؤسسية الشاملة.



الرئيس التنفيذي خلال لقائه سعادة السيد محمد فهد الزعبي، الوزير المفوض والقائم بالأعمال في سفارة دولة الكويت (نوفمبر 2025)



مدير تلفزيون قطر خلال اجتماعه مع سعادة السيد محمد بي أو إس كينيث، سفير جمهورية ليبيريا (يوليو 2025)



رئيس المؤسسة خلال لقائه الدكتور بول مرقص، وزير الإعلام في الجمهورية اللبنانية (أكتوبر 2025)

في الإنتاج الإذاعي والتقني. وخلال زيارته أطلع الوفد الفيتنامي على منظومة العمل الإذاعي وآليات الإنتاج والبث الداخلية التابعة للمؤسسة.

في السياق ذاته، عقد الرئيس التنفيذي للمؤسسة يوم الثلاثاء 29 أبريل 2025 اجتماعاً بمقر المؤسسة في الدوحة مع سعادة السيد نيراف باتل، سفير المملكة المتحدة لدى الدولة، لمناقشة التعاون الإعلامي في مجالات التدريب المهني وتبادل الخبرات وتطوير المحتوى.

وفي إطار تعزيز التعاون الإعلامي العربي، استقبل الرئيس التنفيذي للمؤسسة يوم الأحد 18 مايو 2025 سعادة السيد الوليد عبد الله، القائم بالأعمال بالإنابة في سفارة جمهورية السودان لدى الدولة، في لقاء تناول التعاون الإعلامي وتبادل الخبرات المهنية والتقنية في مجالات البث والإنتاج. كما استقبل في اليوم ذاته السيدة فرح بري، القائم بالأعمال بالوكالة في سفارة الجمهورية اللبنانية، لمناقشة سبل التعاون في مجالات الإنتاج والبث والتدريب ودعم المبادرات المشتركة.

كما استقبل الرئيس التنفيذي يوم الثلاثاء 15 يوليو 2025 وزير الإعلام في الجمهورية العربية السورية الدكتور حمزة المصطفى في زيارة رسمية لمقر المؤسسة بالدوحة، وتناول اللقاء سبل تطوير التعاون في مجالات التغطية الإخبارية والبرامج الوثائقية ومنصات البث الرقمي، وأعقبته جولة في مرافق المؤسسة شملت تلفزيون قطر وتلفزيون 37 وقنوات الكأس. كما عقد الرئيس التنفيذي يوم الثلاثاء 28 أكتوبر

لدى الدولة، والدكتور فوهاي كوانغ، نائب رئيس إذاعة صوت فيتنام، في مقر المؤسسة بالدوحة، وذلك لبحث آفاق التعاون الإعلامي بين الجانبين وتطوير العلاقات المهنية عبر برامج تدريبية مشتركة وتبادل الوفود والتعاون



سعادة الشيخ خالد بن عبدالعزيز بن جاسم آل ثاني، الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام، خلال لقائه سعادة الدكتور مصطفى كوكسو، سفير جمهورية تركيا لدى الدولة (يناير 2025)



الرئيس التنفيذي خلال اجتماعه مع سعادة السيد جان باتيست فافر، سفير الجمهورية الفرنسية لدى الدولة (فبراير 2025)

المشاريع الثقافية والإعلامية المشتركة، إلى جانب مناقشة توسيع مجالات التفاهم الإعلامي بين المؤسسات القطرية والفرنسية بما يعزز التقارب المهني ويؤكد توجه المؤسسة نحو بناء شراكات استراتيجية مع نظيراتها في أوروبا. وفي سياق الانفتاح على التجارب الدولية، عقد الرئيس التنفيذي للمؤسسة يوم الثلاثاء 22 أبريل 2025 اجتماعاً مع سعادة السيد تشيرنو عبدالله صو، سفير جمهورية غينيا كوناكري لدى الدولة، في مقر المؤسسة بالدوحة، وبحث الجانبان سبل تطوير التعاون الإعلامي في مجالات التدريب والتأهيل والإنتاج المشترك. واستكمالاً لهذا اللقاء تولت إدارة التعاون الدولي متابعة مخرجاته خلال شهري يونيو ويوليو عبر لقاءات مع المستشار الإعلامي في السفارة الغينية السيد أحمد أبوبكر صو للنقاش حول مشروع اتفاقية تعاون إعلامي تغطي التدريب والإنتاج وتبادل المحتوى.

كما استقبل الرئيس التنفيذي للمؤسسة يوم الإثنين 28 أبريل 2025 سعادة السيد نغوين هوي هيب، سفير جمهورية فيتنام الاشتراكية

اتفاقيات متعددة القطاعات إطار تعاون وطني لتعزيز العمل المشترك ودعم التكامل المهني



تسهم اتفاقيات التعاون
بين المؤسسة والقطاعات
الوطنية في تعزيز العمل
المشترك وتنسيق التغطيات
وتطوير المحتوى الإعلامي،
بما يدعم التكامل المهني
داخل المنظومة الإعلامية
الوطنية.



توقيع اتفاقية التعاون بين تلفزيون قطر ومركز دعم الصحة السلوكية لتعزيز الإعلام الوقائي ودعم المبادرات التوعوية المشتركة

النادي خلال موسم الفروسية 2025-2026. ووقع الاتفاقية السيد عبدالله غانم المهدي، مدير مكتب التعاون الدولي والاتفاقيات بالمؤسسة القطرية للإعلام، والسيد أحمد أمان الله الشيباني، مدير إدارة خدمات الدعم في نادي قطر للسباق والفروسية، بحضور مسؤولي الجانبين. وتشمل بنود الاتفاقية تقديم المؤسسة تغطية إعلامية متكاملة عبر قنواتها التلفزيونية والإذاعية والرقمية للفعاليات والبطولات الكبرى، ومن أبرزها سباق جائزة المؤسس وسباق داري قطر ومهرجان سيف سمو الأمير وبطولات جمال الخيل العربية الأصيلة. وعبر الجانبان عن أهمية هذه الشراكة في دعم رياضة الفروسية وإبراز حضورها المحلي والدولي، بما يعكس ارتباطها بالموروث الثقافي القطري.



المؤسسة القطرية للإعلام توقيع اتفاقية رعاية إعلامية مع نادي قطر للسباق والفروسية لتغطية بطولات موسم الفروسية 2025-2026

وتطوير إنتاج محتوى ثقافي يعكس الهوية القطرية ويتماشى مع الأهداف الاستراتيجية للطرفين، في إطار تكامل تتولى فيه «كتارا» توفير المحتوى الثقافي بينما تتكفل المؤسسة القطرية للإعلام بنشره وتقديمه عبر منصاتها وفق معايير مهنية تضمن وصوله وانتشاره. ووضّحت كلمات قيادات الجانبين أن الاتفاقية تأتي نتيجة تراكم التعاون السابق، وإطاراً عملياً لتطوير التجربة الإعلامية المرتبطة بالثقافة وتوسيع نطاق حضور «كتارا» عبر وسائل الإعلام، بما يعزز المشهد الثقافي الوطني. وفي مجال الرياضات التراثية وقّعت المؤسسة القطرية للإعلام في 6 نوفمبر 2025 اتفاقية رعاية إعلامية مع نادي قطر للسباق والفروسية بهدف تعزيز التغطية الإعلامية للسباقات والبطولات الكبرى التي ينظمها

مع مركز دعم الصحة السلوكية، بهدف دعم المبادرات الوطنية في التوعية المجتمعية وتعزيز الإعلام الوقائي. وجاء توقيع الاتفاقية خلال مؤتمر صحفي بحضور قيادات من الجانبين، حيث أُنقِ على تنفيذ برامج توعوية مشتركة وتنظيم فعاليات إعلامية تُسلط الضوء على قضايا الصحة السلوكية، دعماً لملتقى الإعلام الوقائي المزمع عقده الشهر المقبل. وأكد السيد علي صالح السادة، مدير تلفزيون قطر، أن الاتفاقية تنسجم مع رسالة المؤسسة في خدمة المجتمع وتعزيز الوعي بالسلوكيات الصحية، فيما أشار السيد راشد محمد النعيمي، المدير التنفيذي للمركز، إلى أهمية الشراكة مع تلفزيون قطر بوصفه شريكاً وطنياً قادراً على إيصال الرسالة التوعوية بفاعلية. وتجسّد الاتفاقية توجه المؤسسة نحو تعزيز المسؤولية المجتمعية للإعلام الوطني، وتحقيق التكامل بين الجهات الإعلامية والصحية في معالجة القضايا ذات الأولوية، بما يساهم في رفع مستوى الوعي ودعم جودة الحياة في المجتمع. ويهدف تعزيز التكامل وتوسيع نطاق العمل المشترك في دعم المشهد الثقافي والإعلامي في دولة قطر، وقّعت المؤسسة القطرية للإعلام والمؤسسة العامة للحي الثقافي «كتارا» في 11 أغسطس 2025 اتفاقية تعاون في الحي الثقافي، ووقع الاتفاقية عن «كتارا» السيد سيف سعد الدوسري، نائب المدير العام ومدير إدارة الموارد البشرية، وعن المؤسسة القطرية للإعلام السيد عبدالله غانم المهدي، مدير مكتب التعاون الدولي والاتفاقيات. ونصّت الاتفاقية على دعم التغطية الإعلامية الشاملة والفعالة لأنشطة وفعاليات «كتارا»،



توقيع مذكرة تفاهم بين المؤسسة والمركز القطري للصحافة لتعزيز التدريب الإعلامي وتطوير المهارات الصحفية - أبريل 2025

الوطني للنسخة التاسعة من الحدث، الذي يُقام تحت الرعاية الكريمة لحضرة صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني، أمير البلاد المفدى، خلال الفترة من 19 إلى 22 يناير 2026 في مركز قطر الوطني للمؤتمرات بتنظيم القوات المسلحة القطرية. وشهد مراسم التوقيع سعادة اللواء الركن (بحري) عبدالله بن حسن السليطي، قائد القوات البحرية الأميرية القطرية، ووقع الاتفاقية العميد الركن (بحري) عبدالباقي صالح الأنصاري، رئيس اللجنة المنظمة لـ«ديمكس»، والسيد علي صالح السادة، مدير تلفزيون قطر، ممثلاً عن المؤسسة القطرية للإعلام. وتتولى المؤسسة تغطية فعاليات المعرض والمؤتمر عبر منصاتها التلفزيونية والإذاعية والرقمية، بما يشمل النقل المباشر ومؤتمر قادة البحريات في الشرق الأوسط وزيارات الوفود الرسمية وعرض السفن الحربية الزائرة في ميناء حمد. وتمثل هذه الشراكة امتداداً لدور المؤسسة الوطنية، وترسيخ رسالتها الإعلامية في دعم الجهود التنموية للدولة وتعزيز الحضور القطري على الساحة الدولية. وفي 6 أغسطس 2025 وقّعت المؤسسة ممثلةً بتلفزيون قطر، اتفاقية تعاون مشترك

كفاءة الكوادر الوطنية، إلى جانب تحديد المؤسسة شريكاً إعلامياً للمركز لمدة عام. وتندرج هذه الخطوة ضمن توجه المؤسسة نحو دعم البيئة الإعلامية الوطنية من خلال بناء شراكات استراتيجية تُساهم في تطوير الموارد البشرية وتمكين الصحفيين وتحقيق التكامل بين المنصات الإعلامية والمهنية. كما وقّعت المؤسسة في 4 يونيو 2025 اتفاقية شراكة مع اللجنة المنظمة لمعرض ومؤتمر الدوحة الدولي للدفاع البحري «ديمكس 2026» لتكون الراعي الإعلامي



المؤسسة القطرية للإعلام شريك إعلامي وطني لمعرض ومؤتمر «ديمكس 2026» لدعم التغطيات المتخصصة للحدث

شهد عام 2025 تنفيذ مجموعة من الشراكات التي جمعت المؤسسة القطرية للإعلام بعدد من القطاعات الوطنية، وتنوّعت بين مذكرات تفاهم واتفاقيات تعاون ورعاية إعلامية رسمت أطر العمل المشترك، وأتاح تنسيق الجهود لتطوير البرامج المشتركة، بما يساهم في توسيع نطاق التعاون المؤسسي ودعم متطلبات العمل الإعلامي المرتبط بالفعاليات الوطنية والبرامج القطاعية.

في هذا الصدد وقّعت المؤسسة القطرية للإعلام في 16 أبريل 2025 مذكرة تفاهم مع المركز القطري للصحافة بمقر المؤسسة في الدوحة، بهدف تعزيز التعاون المؤسسي في مجالات التدريب الإعلامي وتطوير المهارات الصحفية وتبادل الخبرات المهنية بين الجانبين. ووقع الاتفاقية عن المؤسسة السيد عبدالله غانم المهدي، مدير إدارة التعاون الدولي، فيما مثّل المركز السيد صادق محمد العمري، المدير العام. ونصّت مذكرة التفاهم على تنفيذ برامج وأنشطة مشتركة تشمل ورش عمل وندوات تخصصية، وتصميم برامج تدريبية تستهدف الصحفيين والعاملين في المؤسسات الإعلامية، ودعم المبادرات التي تعزز جودة المحتوى الإعلامي وترفع

أنشطة وفعاليات المؤسسة القطرية للإعلام دعم للمشهد الإعلامي المحلي وحضور فاعل في المنتديات الإقليمية



جانب من ملتقى «الإعلام الوقائي» الذي نُظِم بالتعاون بين تلفزيون قطر ومركز دعم الصحة السلوكية



طلبة جامعة قطر خلال تجارب التدريب العملي في فعالية «على الهواء» التي نظمتها المؤسسة القطرية للإعلام

ممثلةً بتلفزيون قطر، في تنظيم ملتقى «الإعلام الوقائي» الذي يشرف عليه مركز دعم الصحة السلوكية، وذلك بحضور سعادة السيدة بثينة بنت علي الجبر النعيمي، وزير التنمية الاجتماعية والأسرة، وجمع الحدث، المنعقد تحت شعار «شريك في القيم المجتمعية والتماسك الاجتماعي»، عددًا من الإعلاميين والأكاديميين وصنّاع القرار، وطرح مجموعة من القضايا المتصلة بتعزيز دور الإعلام في ترسيخ السلوكيات الإيجابية، والتأكيد على القيم الأصيلة في المجتمع، وحماية الشباب من التأثيرات السلبية. وفي كلمتها الافتتاحية، أكدت السيدة جواهر أبو الفين، المدير التنفيذي لمركز دعم الصحة السلوكية، أهمية الشراكة بين المؤسسات الإعلامية والمجتمعية في بناء مجتمع متماسك، فيما أكد السيد علي صالح السادة، مدير تلفزيون قطر، أهمية التعاون مع مركز دعم الصحة السلوكية في تنظيم الملتقى وما يحمله من قيمة في تعزيز الهوية الوطنية ودور الأسرة في المجتمع. وشمل برنامج الملتقى معرضًا مصاحبًا تحت عنوان «محتوى مسؤول» ضم مجموعة من المبادرات المجتمعية الرائدة في مجال الإعلام الوقائي، وشكّل منصة لتبادل الأفكار والابتكارات وطرح الرؤى الداعمة لتعزيز القيم وبناء مجتمع متماسك، بالإضافة إلى توظيف الإعلام باعتباره أداة فاعلة في توجيه سلوك الأفراد نحو السلوكيات الإيجابية.

وبالتعاون مع مركز التطوير المهني بجامعة قطر نظمت المؤسسة القطرية للإعلام فعالية «على الهواء»، التي اختتمت في 22 أكتوبر 2025. وهدفت الفعالية إلى إتاحة الفرصة أمام الطلبة لخوض تجربة واقعية في بيئة العمل الإعلامي بمختلف تخصصاته، واستكشاف قدراتهم ومواهبهم برفقة نخبة من الخبراء والمختصين. ووفّرت الفعالية أجنحة تعريفية متكاملة للقنوات والإذاعات التابعة للمؤسسة، شملت تلفزيون قطر، وإذاعة قطر، وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة QBS الناطقة بالإنجليزية، وقناة الكأس، حيث عاش الزوار تجربة ميدانية تحاكي أجواء العمل داخل الاستوديوهات، بدءًا من اختبارات الأداء الصوتي والمرئي، وصولًا إلى التدريب على إعداد النشرات والبرامج. وشارك ممثلو القنوات والإذاعات في تقديم مداخلات حول طبيعة العمل الإعلامي، من بينهم السيد عبدالله بدر السادة، والسيد أحمد الجري، والسيدة هدى وليد، إلى جانب مشاركة الطلبة بأرائهم حول التجربة والفائدة التي قدّمها لهم



مشاركة سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني في حفل تدشين «الكويت عاصمة الثقافة والإعلام العربي 2025»

«دور الإعلام في مواجهة التغير المناخي». حيث جاءت هذه المشاركة في سياق توسيع نطاق التفاعل المهني مع القضايا الكونية، من خلال مساهمة المؤسسة بتطوير خطاب إعلامي حول القضايا البيئية ذات الأولوية، ومواكبة التحولات المهنية التي يشهدها الإعلام العربي في تعاطيه مع الظواهر المناخية والتحديات المرتبطة بالاستدامة. وشهد المؤتمر حضورًا عربيًا واسعًا ضمّ مسؤولين وخبراء وممثلين عن هيئات إعلامية، وتناول عبر جلساته المتخصصة محاور تتعلق بإدماج المناخ في السياسات الإعلامية، وتعزيز التغطية البيئية، وتوظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات المناخية، إلى جانب آليات بناء شراكات بين المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني. وقد اختتمت أعمال المؤتمر بإصدار «إعلان بغداد»، الذي تضمن جملة من التوصيات أبرزها دمج المناخ في الاستراتيجيات التحريرية الوطنية، وإطلاق منصة عربية للإعلام البيئي، وتحفيز إنتاج المحتوى المعرفي المواكب للتغيرات المناخية. وفي 30 سبتمبر 2025 شاركت المؤسسة،

والتعاون مع شبكة الإعلام العراقي، تحت شعار «دولة الكويت، وحرصها على الانخراط الفاعل في الفعاليات الإعلامية والثقافية العربية التي تُعزّز التعاون وتبادل الخبرات في المجالات ذات الاهتمام المشترك. وأشاد سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني خلال المناسبة بجهود وزارة الإعلام والثقافة الكويتية في تنظيم هذه التظاهرة، معتبرًا أن اختيار الكويت عاصمة للثقافة والإعلام العربي يعكس دورها التاريخي



وقد المؤسسة القطرية للإعلام خلال مشاركته في مؤتمر الإعلام العربي الرابع في بغداد (مايو 2025)

في صقل مهاراتهم الإعلامية.

وضمن فعالية أسبوع قطر للاستدامة 2025، الذي انعقد خلال الفترة من 1 إلى 8 نوفمبر، شاركت المؤسسة القطرية للإعلام بوصفها شريكا إعلاميًا استراتيجيًا في الحملة الوطنية الهادفة إلى تعزيز الوعي بمبادئ الاستدامة وتشجيع المبادرات المجتمعية الداعمة لها. وأسهمت المؤسسة، عبر قنواتها التلفزيونية والإذاعية ومنصاتها الرقمية، في توفير تغطية إعلامية متكاملة لفعاليات الأسبوع وأنشطته المصاحبة، بما يعكس دورها المؤسسي في دعم المبادرات الوطنية ونشر ثقافة الاستدامة في المجتمع. وامتدادًا لجهودها الإعلامية في تعزيز مفهوم الاستدامة الشاملة، عقدت المؤسسة القطرية للإعلام بالتعاون مع قطر الخيرية في 3 نوفمبر 2025 ندوة بعنوان «الإعلام والعمل الإنساني: من الرسالة إلى الأثر» في مقر قطر الخيرية، بمشاركة عدد من المتخصصين في الإعلام والعمل الإنساني. وتناولت الندوة مجموعة من المحاور المرتبطة بدور الإعلام في دعم التنمية



تعكس أنشطة المؤسسة حضورًا مهنيًا ممتدًا يجمع بين دعم المشهد الإعلامي المحلي والمشاركة في المنتديات الإقليمية. ويبرز هذا الحضور عبر الإسهام في تنظيم فعاليات وطنية تعزّز الوعي المجتمعي وتنقي القدرات الإعلامية، إلى جانب تمثيل دولة قطر في المحافل الإعلامية العربية، ودعم المبادرات الوطنية بما يعزّز بيئة الإعلام القطري محليًا وإقليميًا ودوليًا.

تسعة عشر عامًا على صناعة السردية الرياضية القطرية

الجمع بين الدقة التقنية والروح الإنسانية والمصادقية المهنية.

وإلى جانب ذلك، استثمرت الكأس مبكرًا في صناعة برامج رياضية ذات هوية واضحة، وعلى رأسها «المجلس» الذي صار علامة فارقة في النقاش الرياضي الخليجي بما يتيح من مساحة للحوار الرياضي الذي يعكس نبض الملاعب والجمهور، فيما أضافت برامج مثل «جرايد» و«90 دقيقة» مساحات تحليلية تثري الثقافة الرياضية.

ثم جاء التحول الرقمي يفرض نفسه على الكأس فكانت في الموعد لتواكبه بتجربة مشاهدة متعددة المنصات تتيح للمتابعين التفاعل اللحظي مع المحتوى القصير والبث المباشر عبر التطبيقات الخاصة بما يلبي احتياجات جيل جديد من المشاهدين.

بعد تسعة عشر عامًا من الانطلاقة الأولى تقف الكأس عند محطة تأمل، احتفالاً بالماضي وقراءة للحاضر واستشرافاً للمستقبل، فكل عام من هذه الأعوام شكّل لبنة جديدة ضمن الصرح المهني المؤسسي سواء عبر تطوير الصورة أو تحديث البرمجة أو التوسع في الفضاء الرقمي.

وبذلك تمثل الكأس اليوم مختبرًا مهنيًا يخرج أجيالًا من الإعلاميين الرياضيين، وأرشيفًا وطنيًا يوثق تطور الإعلام الرياضي القطري وتحوله من محلي إلى إقليمي ثم عالمي عبر تغطية أكبر الأحداث الرياضية، على نحو يجعل مسيرة الكأس على مدار ما يقارب عقدين جزءًا من سجل الرياضة الوطنية، بموازاة كونها ناقلاً ومدونًا لأحداثها، بخبرة متراكمة وحضور متجدد وثقة في مواصلة الرسالة المهنية التي انطلقت من أجلها.



حين انطلق بث «الدوري والكأس» في السادس من يونيو 2006، لم يكن أحد يتوقع أن تتحول قناة محلية تنقل مباريات الدوري القطري إلى شبكة ستغطي كأس العالم بخمسين كاميرا وتنافس عمالقة البث. لكن انطلاقها حملت وعدًا بأن تصبح المرأة الحية لنبض الملاعب القطرية، لتتحول على مدار ما يقارب عقدين من قناة متواضعة إلى شبكة متكاملة تحت مظلة المؤسسة القطرية للإعلام، ولتغدو قنوات الكأس اليوم من التجارب البارزة في الإعلام الرياضي المتخصص على المستوى الإقليمي والعربي.

ولم تكتفِ الكأس منذ بداياتها بدور الناقل المحايد للأحداث بل سعت لبناء علاقة عضوية مع الجمهور القطري عبر تغطية شاملة لكل ما يرتبط بالوجدان الرياضي المحلي، من مباريات الدوري وكأس الأمير إلى الرياضات التراثية مثل سباقات الهجن وغيرها من الفعاليات التي تعكس الأصالة والمهارة، وهو الخيار الذي وضع الكأس في موقع فريد ومتميز.

ولقد كان التوسع سريعًا ومدروسًا في آن، فبعد أشهر قليلة من انطلاقتها غطت الكأس الألعاب الآسيوية في الدوحة 2006 مما شكّل اختبارًا مبكرًا لقناة لم تكمل عامها الأول، ثم تلته بكأس آسيا 2007، فكان صفحة مشرقة دونت من خلالها الكأس سرديتها الرياضية، قبل أن تصبح دورات كأس الخليج المتعاقبة محطات أساسية في مسيرتها بما تمثله هذه البطولة تحديدًا في الوجدان الخليجي من تفاعل جماهيري فريد من نوعه.

ومع كل محطة على مدار ست عشرة سنة، وراكت الكأس خبرات متنوعة في التغطيات الكبرى والبرامج التحليلية والإنتاج الرياضي، وهو ما ظهر جليًا في فعاليات كأس العالم FIFA قطر 2022 حيث قدمت الكأس واحدة من أضخم التغطيات في تاريخ القنوات الإقليمية بأكثر من خمسين كاميرا في بعض المباريات واستوديوهات تحليلية متعددة وفرق ميدانية تتحرك بين الملاعب ومناطق الجماهير لنقل التجربة الإنسانية الكاملة للحدث الكروي الأكبر، فكانت هذه التغطية تجسيدًا عمليًا لفلسفة المؤسسة القطرية للإعلام في



المؤسسة القطرية للإعلام شريك استراتيجي في أسبوع قطر للاستدامة 2025.



ندوة «الإعلام والعمل الإنساني» بالتعاون مع قطر الخيرية.



زيارة طلابية لمرافق الإنتاج التابعة للمؤسسة.. تعريف الجيل الجديد ببيئة العمل الإعلامي وتشجيع المواهب

المستدامة وبناء شراكات فاعلة مع المنظمات الإنسانية، مع إبراز إسهام البرامج الإنسانية التي تنتجها المؤسسة في تعزيز العمل الإغاثي. وتولى الدكتور عبدالرحمن الحرمني إدارة الحوار، فيما استعرض السيد حمد العيدة دور المؤسسة في دعم البرامج الإنسانية، وقدم السيد عبدالله البوعينين رؤية حول شراكات إذاعة القرآن الكريم مع قطر الخيرية. كما قدّم ممثلو قطر الخيرية مداخلات تناولت تعريف العمل الإنساني، وتحديات الوصول إلى مناطق الأزمات، وحماية خصوصية المستفيدين، ودعم الشراكات الإنسانية والإعلامية. وفي ختام الندوة جرى التأكيد على أهمية تعزيز التعاون بين الإعلام المحلي والمؤسسات الإنسانية، وتفعيل دور المنصات الرقمية في إيصال الرسائل الإنسانية. وكانت المؤسسة، في سياق أنشطتها الرامية إلى تعزيز التواصل المعرفي مع المؤسسات التعليمية وإعداد جيل إعلامي واعٍ ومتمكن من أدواته، قد استقبلت في وقت سابق خلال شهر يوليو 2025 وفدًا من طلاب الإعلام في جامعة جورجتاون - الدوحة، في زيارة ميدانية لتلفزيون قطر هدفت إلى تعريفهم ببيئة العمل الإعلامي من منظور عملي مباشر. وشملت الجولة تعريف الطلاب بالاستوديوهات وغرف الأخبار والبث والإنتاج، والوقوف على مراحل إعداد النشرات والبرامج، وطبيعة العمل التحريري، والتنسيق الفني المصاحب لعمليات البث المباشر، إضافة إلى التعرف على المنظومة التقنية والهندسية التي تحكم سير البث.

التطوير المؤسسي والتدريب استثمار في رأس المال البشري وترسيخ ثقافة التعلم والتأهيل المستدام



ورش تدريبية حول تطوير استراتيجيات الاتصال وتعزيز أدوات التسويق المؤسسي (مايو 2025)



برنامج تدريبي حول التشريعات الوطنية وآليات حماية الملكية الفكرية في السياق الإعلامي (يوليو 2025)

استعرضت فيها أهداف المسابقة ومراحلها وآلية التسجيل والمشاركة ومعايير التقييم، إلى جانب توضيح تفاصيل التكريم والرد على الاستفسارات.

كما تم تنفيذ برنامج تدريبي يتعلّق بـ«الحماية القانونية للملكية الفكرية» في الفترة 10-6 يوليو 2025 وذلك بالتعاون مع مركز الدراسات القانونية بوزارة العدل، حيث استهدف البرنامج موظفي إدارة الشؤون القانونية، من خلال تعزيز قدراتهم المعرفية في مجال التشريعات الوطنية الخاصة بالملكية الفكرية وتطبيقاتها المؤسسية، وكذلك الحقوق الأدبية والتجارية المتعلقة بالمحتوى الإعلامي والإنتاج البرمجي والهوية البصرية، إضافة إلى التحديات القانونية المرتبطة بحماية المصنفات وآليات التعامل مع الانتهاكات

تجارب تقديم داخل الاستوديو تسهم في صقل مهاراتهم ورفع جاهزيتهم المهنية. وفي إطار دعم البرامج العلمية المشتركة، نظمت الإذاعة بالتعاون مع وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية دورة متخصصة في شرح منظومة «مائة المعاني والبيان» خلال الفترة 22-25 يونيو 2025، وذلك في مسجد الشيخ محمد بن عبدالرحمن آل ثاني بمدينة الوعب، وركزت الدورة على عرض مفاهيم المنظومة ومباحثها في علمي المعاني والبيان بصياغة مُيسّرة في متناول المشاركين. كما نظمت الإذاعة في وقت لاحق، بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم العالي، اللقاء التعريفي لمسابقة طابور الصباح، وذلك بتاريخ 29 سبتمبر 2025 في مبنى الوزارة، وجاء اللقاء ضمن مبادرة موجهة لطلبة المدارس في مختلف المراحل،

النشاط توجه المؤسسة نحو حماية أنظمتها التشغيلية وترسيخ ثقافة الوعي الرقمي بما يدعم استمرارية الأداء ويرفع كفاءة العاملين. وفي سياق تعزيز التعاون الخليجي في مجالات التدريب الإعلامي، شاركت المؤسسة في الاجتماع التاسع للجنة الدائمة لمسؤولي التدريب الإعلامي بدول مجلس التعاون، وذلك خلال الفترة 22-23 أبريل 2025 بالمملكة العربية السعودية. وتناول الاجتماع مستجدات العمل الخليجي المشترك وسبل تطوير الكفاءات المهنية من خلال برامج تخصصية مشتركة وآليات لتبادل الخبرات والموارد التدريبية، إضافة إلى تعزيز الشراكات المؤسسية وربط الممارسات المهنية بالتحويلات الرقمية التي تشهدها بيئات العمل الإعلامي.

كما نظمت المؤسسة القطرية للإعلام برنامجاً تدريبياً متخصصاً في إنتاج الأفلام والبرامج الوثائقية خلال الفترة 18-22 مايو 2025، بمشاركة موظفين من إذاعة قطر وإذاعة القرآن الكريم وإذاعة صوت الخليج. وغطى البرنامج الإعلامي مراحل الإنتاج الوثائقي من الفكرة والبحث وكتابة النص البصري، مروراً بعملية التصوير، وصولاً إلى الإخراج والمونتاج وفق المعايير المهنية. كما اشتمل البرنامج على ورش تطبيقية مكثفة أتاحت للمشاركين تنفيذ مشاريع قصيرة لتعزيز مهاراتهم العملية ودعم التعلم القائم على التجربة.

ومن أجل تطوير القدرات التسويقية داخل المؤسسة، تم تنفيذ برنامج تدريبي متخصص في التسويق المؤسسي خلال الفترة 25-29 مايو 2025، وتضمن آليات تحليل الجمهور وصياغة الرسائل الاتصالية الفعالة وبناء الخطط التسويقية الداعمة للهوية المؤسسية. وشمل التدريب استراتيجيات التسويق الرقمي وتطوير المحتوى وربط خطط الترويج بالأهداف العامة للمؤسسة، بما يعزز الأداء ويواكب متطلبات الاتصال المؤسسي الحديث.

وضمن برنامجها الهادف إلى تأهيل العاملين في المجال الإذاعي، نظمت إذاعة القرآن الكريم بتاريخ 20 يونيو 2025 ورشة متخصصة بعنوان «إعداد وتقديم البرامج الإذاعية»، شارك فيها فريق من المتدربين والكوادر الشابة، وتناول البرنامج التدريبي أسس بناء الفكرة الإذاعية وصياغة النص وإعداد الفقرات، إضافة إلى مهارات التقديم الصوتي والتفاعل مع المستمع، بينما أتاح الجانب التطبيقي للمشاركين تنفيذ



تعزيز الوعي بالأمن السيبراني ورفع الجاهزية الرقمية لدى موظفي المؤسسة (فبراير 2025)

والتحديات المستجدة في بيئات العمل الرقمية وأفضل ممارسات الوقاية، وذلك خلال فترة امتدت عشرين يوماً. حيث يؤكد هذا

المخاطر الإلكترونية. وشارك في الأسبوع الأول 649 موظفًا من مختلف الإدارات، وشملت الجلسات أسس الأمن السيبراني



برنامج تدريبي في تطوير مهارات المراسم والاتصال الرسمي للعاملين في العلاقات العامة والاتصال (أكتوبر 2025)

تواصل المؤسسة القطرية للإعلام جهودها الرامية إلى تطوير بيئة العمل الإعلامي وتعزيز كفاءة مواردها البشرية، من خلال برامج تدريبية ومشاركات مهنية تتوزع على مجالات ذات الصلة بمسارات التطوير التشغيلي والمهني داخل المؤسسة. وذلك من خلال بناء القدرات الفنية والتحريرية، وتطوير المهارات المؤسسية، وتعزيز التعاون المهني على المستويين الوطني والخليجي، إلى جانب دعم الممارسات المرتبطة بالأمن السيبراني والابتكار وإدارة المعرفة، بما ينسجم مع توجهات المؤسسة في ترسيخ بيئة إعلامية قادرة على مواكبة التحويلات التقنية والمهنية. فبتاريخ 5 فبراير 2025 أطلقت المؤسسة القطرية للإعلام ورشة عمل حول الأمن السيبراني، في مبادرة نفذتها إدارة نظم المعلومات بهدف تعزيز الوعي المؤسسي لدى الموظفين وتزويدهم بالمعرفة الضرورية لإدارة



دورة تدريبية حول تعزيز مفاهيم إدارة المعرفة وتطبيقاتها في تطوير الأداء المؤسسي (أغسطس 2025)



التأهيل الكتابي للإعلاميين (أغسطس 2025)



تعزيز الوعي الإعلامي لدى النشء وتعريف الشباب ببيئة العمل الإعلامي



مشاركة المؤسسة في المناورة السيبرانية الوطنية لتعزيز القدرات المؤسسية في الاستجابة للتهديدات الرقمية (نوفمبر 2025)



تشكّل البرامج التدريبية منظومة تطويرية مترابطة تُسهم في بناء بيئة مهنية قادرة على مواكبة المتغيرات، وتعزيز تنافسية المؤسسة، وترسيخ ثقافة تعلم مستدامة تقوم على الابتكار والتطوير المستمر وتكامل الأدوار بين المسارات التقنية والتحريرية والقانونية والتنظيمية، بهدف تعزيز الأداء المؤسسي ودعم المشهد الإعلامي الوطني.

تنفيذ برنامج تدريبي متخصص في «التحرير الإخباري باللغة الإنجليزية» خلال الفترة 26-30 أكتوبر 2025، مستهدفاً موظفي الإذاعات الأجنبية، حيث ركز البرنامج التدريبي على تعزيز مهارات كتابة الأخبار وصياغة المحتوى الإخباري الموجه للجمهور الدولي وفق المعايير الاحترافية الجاري بها العمل في الإعلام باللغة الإنجليزية.

وعلى المستوى التقني نفذت المؤسسة برنامجاً بعنوان «هندسة وتصميم الصوت» خلال الفترة 26-30 أكتوبر 2025، وذلك بالتعاون مع معهد الجزيرة للإعلام، حيث تناول البرنامج أساسيات الهندسة الصوتية وتقنيات التسجيل والمزج والمعالجة الصوتية، مع تدريبات تطبيقية داخل الاستوديوهات لتعميق فهم المشاركين لمراحل الإنتاج السمعي ورفع جودة المواد الإذاعية.

وفي إطار تعزيز الجاهزية الرقمية، شاركت المؤسسة في المناورة السيبرانية الوطنية الثانية عشر التي نظمتها الوكالة الوطنية للأمن السيبراني بتاريخ 16 نوفمبر 2025، بهدف رفع مستوى الوعي بالمخاطر الإلكترونية واختبار قدرات الجهات المشاركة على التعامل مع التهديدات السيبرانية المحتملة. وتأتي هذه المشاركة ضمن التعاون المؤسسي المستمر مع الجهات الوطنية المعنية بحماية البنى الرقمية الحيوية.



برنامج مهني متخصص في تطوير مهارات الكتابة والتصوير والإخراج في الإنتاج الوثائقي (مايو 2025)



تعريف المشاركين ببيئة العمل الإعلامي وتنمية مهاراتهم العملية في مجال الإذاعة والتلفزيون (أغسطس 2025)



مشاركة المؤسسة في الاجتماع الخليجي المخصص لتطوير مسارات التدريب الإعلامي وتعزيز التعاون المهني المشترك (أبريل 2025)

في البيئة الرقمية والإعلامية. وبتاريخ 10-13 أغسطس 2025 أقامت المؤسسة القطرية للإعلام برنامجها التدريبي الصيفي لأبناء المنتسبين، بهدف تعزيز الوعي الإعلامي لدى النشء وتعريف الشباب ببيئة العمل الإعلامي وتنمية مواهبهم وقدراتهم. وشمل البرنامج جولات تعريفية داخل تلفزيون قطر للاطلاع على الاستوديوهات وآلية إعداد البرامج المباشرة والنشرات الإخبارية، إضافة إلى التصوير والتقديم التلفزيوني والإخباري وإعداد النصوص الإخبارية تخطيطها تسجيل مقاطع خاصة لكل مشترك.

وفي إطار ترسيخ ثقافة إدارة المعرفة، تم تنفيذ دورة «إدارة المعرفة في المؤسسات الإعلامية» خلال الفترة 24-28 أغسطس 2025، بهدف نشر المفاهيم الحديثة في إدارة المعرفة وتشجيع تبادل الخبرات والابتكار، بما يساهم في تحسين جودة الأداء المؤسسي من خلال تنمية مفاهيم إدارة المعرفة وربطها بالعمل اليومي.

وفي السياق ذاته تم تنفيذ برنامج «التيكيت والبروتوكول» خلال الفترة 5-9 أكتوبر 2025، حيث استهدف البرنامج تطوير مهارات الاتصال والمراسم لفائدة موظفي إدارة العلاقات العامة والاتصال من خلال تعزيز آليات البروتوكول ومهارات التعامل الرسمي وتنظيم الفعاليات والاستقبالات، وبما يعزز الصورة المؤسسية في مختلف السياقات المهنية.

وفي مجال تطوير القدرات التحريرية، تم

الإنتاج الإعلامي والبرامج تطوير المنصات الرقمية وتعزيز جودة المحتوى الوطني متعدد اللغات



متابعة للزيارة الرسمية التي قام بها الرئيس الأمريكي إلى دولة قطر (مايو 2025)

كما بثت إذاعة QBS محتوى موجّهًا للجمهور الدولي أبرز أهمية الزيارة في سياق الحوار الاستراتيجي القطري-الأمريكي، في تغطية جسدت تكامل أدوار قنوات المؤسسة. وعلى صعيد التطوير الرقمي، أطلقت المؤسسة بتاريخ 18 مايو 2025 منصتين رقميتين جديدتين باللغتين الإنجليزية، هما Q37 و Q Business، في خطوة تستهدف توسيع الحضور الإعلامي القطري عالميًا وتعزيز المحتوى الرقمي متعدد اللغات. وتهدف المنصتان إلى تقديم محتوى احترافي يعكس الواقع الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لدولة قطر، حيث تعنى قناة Q37 بتقديم نافذة حديثة على المجتمع القطري، بينما تركز Q Business على الاقتصاد والأعمال، في إطار خطة مؤسسية تهدف إلى تحديث أدوات البث الرقمي وتعزيز دور الإعلام القطري في مخاطبة الجمهور الدولي بلغته وبمعايير مهنية معاصرة. ومن أجل ترسيخ البعد المعرفي في العمل الإعلامي، تعمل المؤسسة منذ 20 يوليو 2025

عبدالله العطية الجوية، وكلية أحمد بن محمد العسكرية، وكلية الشرطة. وتضمنت التغطيات بثًا مباشرًا لمجريات الاحتفالات، وما تخللها من عروض عسكرية وتسليم للشهادات وتكريم للمتفوقين، كما ركزت التقارير الميدانية على البرامج التدريبية والأكاديمية المعتمدة في الكليات العسكرية، وما تقوم به من دور أساسي في تأهيل كوادر وطنية متخصصة في المجالات الدفاعية والأمنية. وفي إطار مواكبة المستجدات السياسية ذات البعد الدولي، قدّمت المؤسسة بتاريخ 15 مايو 2025 تغطية شاملة للزيارة الرسمية التي قام بها فخامة الرئيس الأمريكي دونالد ترامب إلى دولة قطر يومي 14 و15 مايو 2025، ضمن جولة إقليمية شملت عددًا من العواصم الخليجية. وتولت قنوات المؤسسة بثًا مباشرًا لمراسم الاستقبال واللقاءات الثنائية، إلى جانب نشرات وتحليلات موسعة رصدت دلالات الزيارة، بينما خصصت إذاعة قطر مساحة للأبعاد السياسية والدبلوماسية المرتبطة بها.

يشكّل تطوير الإنتاج الإعلامي وتعزيز الحضور الرقمي متعدد اللغات أحد المسارات المحورية في عمل المؤسسة القطرية للإعلام للارتقاء بجودة المحتوى الوطني، وترسيخ دورها باعتبارها منصة مهنية مواكبة للتحوّلات التقنية التي من شأنها تلبية متطلبات الجمهور المحلي والدولي. ويأتي ذلك ضمن رؤية إعلامية شاملة تستند إلى تطوير مستمر لمنظومة إنتاج متقدمة، وتوسيع نطاق التفاعل عبر المنصات الرقمية، بما يعزز حضور قطر في المشهد الإعلامي الدولي من خلال محتوى مرئي وإذاعي يحافظ على الهوية ويخاطب العالم بلغات متعددة. فمن منطلق الدور الذي تضطلع به المؤسسة في مواكبة الفعاليات الوطنية الكبرى، خصّص تلفزيون قطر تغطيات إعلامية موسّعة لحفلات تخريج دفعات الكليات العسكرية في الدولة، التي أقيمت خلال الفترة 20-23 يناير 2025، بحضور عدد من كبار المسؤولين؛ حيث شملت التغطيات مراسم التخرّج في أكاديمية محمد بن غانم الغانم البحرية، وكلية الزعيم محمد بن

على تنفيذ مشروع «الموسوعة الإعلامية» الذي يشكّل منصة مرجعية لتوثيق المفاهيم والنظريات وأعلام ومؤسسات الإعلام عربيًا ودوليًا ضمن بنية علمية منهجية، تستجيب لتحوّلات البيئة الرقمية وتدعم تطوير الخطاب الإعلامي باللغة العربية. ويعتمد المشروع أربعة مسارات متكاملة تشمل التحرير والإنتاج السمعي وبناء منصة رقمية تفاعلية وتنظيم فعاليات مهنية، في مسعى لبناء مرجع معرفي يعزز التوحيد الاصطلاحي، ويمكن الكوادر الإعلامية، ويوطّن المعرفة المهنية داخل المؤسسات الإعلامية العربية.

كما سلّط تلفزيون قطر بتاريخ 17 أغسطس 2025 الضوء على مسيرته الإعلامية بمناسبة مرور خمسة وخمسين عامًا على تأسيسه، مستحضراً محطات التطور التقني والبرامجي التي رافقت مسيرته منذ انطلاسته عام 1970، مروراً ببداية البث الملون عام 1974، وإطلاق البث الفضائي عام 1998، وصولاً إلى منظومة التحديثات التقنية والبرمجية الحديثة. وقدم التلفزيون بهذه المناسبة تغطية خاصة تضمنت فقرات وحوارات حصريّة أكدت استمرار القناة في تطوير محتواها بما يواكب تطلّعات الجمهور ويحافظ على مكانتها باعتبارها منبرًا وطنيًا راسخًا. وفي هذا الصدد نشر سعادة الشيخ خالد بن عبدالعزيز بن جاسم آل ثاني بتاريخ

✦ خالد بن عبدالعزيز آل ثاني
@kaja_althani



تلفزيون قطر، على مدى 55 عامًا، يسير بخطى ثابتة من تطور إلى تطور، محافظًا على مكانته كمنبر إعلامي وطني يعكس هوية الدولة، ويواكب التحوّلات التقنية والمهنية لخدمة رسالته تجاه المجتمع.



رسالة الرئيس التنفيذي في الذكرى 55 لتأسيس تلفزيون قطر (أغسطس 2025)



جانب من تغطيات تلفزيون قطر لحفلات التخرج العسكرية. (يناير 2025)

الإذاعات الناطقة باللغات الأجنبية أصوات متعددة.. رسالة واحدة

الرياضية والاجتماعية، بلغتين: الإسبانية والبرتغالية، مع مراعاة الخصوصية الثقافية، واستمرارها بعد الموندiales في تقديم محتوى يعكس حياة الجاليات برؤية إنسانية ومعرفية منفتحة.

تمثل هذه الإذاعات منظومة متكاملة تنقل صوت الدولة إلى المقيم بلغته، وتربطه بالبيئة التي يعيش فيها، عبر برامج تتنوع بين الأخبار، والحوار، والتثقيف، والتغطيات المباشرة، مع تركيز واضح على التوعية بمختلف جوانب الحياة في قطر: من القوانين والإجراءات، إلى الصحة العامة والتعليم. وتُعزز هذه المحطات عبر محتواها دور الإعلام في بناء جسور الثقة، وإيصال المعرفة، وتكريس الانتماء داخل مجتمع متعدد الهويات.

كما تؤدي وظائف ثقافية واجتماعية، حيث تُعرف الجاليات غير الناطقة بالعربية بتقاليد المجتمع القطري، واحتفالاته، وموروثه الشعبي، وتفتح المجال للتفاعل الحضاري مع الثقافة المحلية، في إطار إعلامي يحترم الآخر ولا يفقد جذوره. وتتحول، من خلال ذلك، إلى وسيط بين المؤسسات الرسمية والمجتمعات المقيمة، ومنصة تواصل فعالة بين السفارات والقنصليات وجمهورها، تُسهم في مد جسور التفاهم داخل الدولة وخارجها.

وبذلك يعد التعدد اللغوي في الإعلام القطري ركيزة من ركائز السياسات الإعلامية الوطنية. وتواصل المؤسسة القطرية للإعلام في ترجمة هذا الخيار ضمن بنية مهنية فاعلة، تعكس رؤية القطاع الإعلامي القطري، ووعيه بطبيعة جمهوره، وقدرته على التعايش والانفتاح دون المساس بثوابته القيمية وهويته الأصيلة.



الإذاعات الناطقة باللغات الأجنبية جسور اتصال حيوية بين المقيمين والدولة، تنقل المعرفة، وتُرسخ الانتماء، وتفتح نوافذ على الثقافة القطرية.

في ظل التنوع الثقافي الذي يميز المقيمين في دولة قطر، تكتسب الإذاعات الناطقة باللغات الأجنبية بُعداً استراتيجياً يتجاوز كونها خدمات إعلامية موجهة، لتغدو أحد أبرز تجليات الرؤية الاتصالية الشاملة التي تتبناها الدولة. إن لا تكتفي هذه الإذاعات بتقديم محتوى بلغة المقيم، بل تبني خطاباً يتفاعل مع ثقافته، ويعزز انتماءه، ويكرس حضوره في المشهد العام. تُعد إذاعة QBS الإنجليزية نقطة الانطلاق في هذا المسار، وقد بدأت بثها في ديسمبر 1971 لتخاطب الجاليات الغربية والآسيوية المقيمة. تحوّلت مع الوقت من ساعة بث محدودة إلى شبكة متكاملة تعمل على مدار الساعة، وتقدم مزيجاً من الأخبار والموسيقى والبرامج المجتمعية، محافظة على قاعدة جماهيرية واسعة تعكس مكانتها بوصفها محطة راسخة في وعي الجمهور الناطق بالإنجليزية.

في السياق ذاته، شكّلت إذاعة «أوريكس» الفرنسية، التي أطلقت عام 2011 بالتعاون مع إذاعة فرنسا الدولية، إضافة نوعية غير مسبوقة في المنطقة. إن حرصت منذ انطلاقتها على تقديم محتوى يواكب اهتمامات الجالية الفرنكوفونية، ويركز على الشأن القطري، عبر برامج حوارية تستضيف مسؤولين ودبلوماسيين ومثقفين، مما منحها دوراً محورياً في نقل صوت الدولة بلغات مؤثرة على الساحة الدولية.

أما إذاعة FM 107 الناطقة بالأردنية، فقد تطوّرت من خدمة جزئية في ثمانينيات القرن الماضي إلى محطة متكاملة منذ 2011، تقدم برامج تستهدف الجاليات من شبه القارة الهندية، وتركز على التوعية القانونية والصحية والاندماج المجتمعي. وقد برزت خلال جائحة كوفيد-19 بوصفها مصدراً رئيساً للمعلومات الموثوقة، ووسيطاً فعالاً لنقل الرسائل الوقائية إلى الفئات العاملة، ما نال اعترافاً أكاديمياً بمساهمتها الحيوية.

ومع اقتراب كأس العالم FIFA قطر 2022، دشنت المؤسسة القطرية للإعلام إذاعة «هولا قطر» بالإسبانية، لتلبية احتياجات الجمهور اللاتيني، سواء من المقيمين أو الزوّار. قدّمت المحطة تغطيات شاملة للأحداث



إطلاق منصتي Q37 وQ Business (مايو 2025)



فعالية «تعرفوا على المذيعين» لتعزيز التواصل مع الجمهور وتبسيط الضوء على الكفاءات الإعلامية في الإذاعة (أكتوبر 2025)



تغطيات خاصة احتفاءً بمرور 55 عاماً على تأسيس تلفزيون قطر (15 أغسطس 2025)



ترسخ المؤسسة القطرية للإعلام مكانتها كجهة تقود التطوير الإعلامي الوطني، عبر مواكبة الفعاليات الكبرى، وتحديث حضورها الرقمي متعدد اللغات، وتعزيز جودة المحتوى بما يكرس حضور قطر في المشهد المحلي والدولي.

15 أغسطس 2025 تغريدة عبر منصة X بمناسبة مرور خمسة وخمسين عاماً على انطلاق تلفزيون قطر، مشيداً بمسيرته الإعلامية ودوره الوطني، ومؤكداً مكانته باعتباره منصة رائدة تعكس هوية الدولة وتواكب التحولات المهنية والتقنية. وعلى صعيد التفاعل الرقمي مع الجمهور، أطلقت إذاعة قطر بتاريخ 5 أكتوبر 2025 برنامجاً رقمياً جديداً بعنوان «تعرفوا على المذيعين»، يُعرض عبر منصات التواصل الاجتماعي، بهدف تعزيز التواصل مع الجمهور وتبسيط الضوء على الكفاءات الإعلامية في الإذاعة. ونشرت أولى حلقاته خلال سبتمبر، وتواصل السلسلة استضافة مذيعين من مختلف التخصصات، عبر محتوى يعكس طبيعة العمل الإذاعي ويقرب الجمهور من الشخصيات الإعلامية، في مبادرة رقمية تمثل رافداً جديداً لمنظومة التواصل الإعلامي متعدد المنصات.

ضيوف الإذاعات المتخصصة لقاءات في فضاء الحوار الثقافي والدبلوماسي

تقدّم الإذاعات المتخصصة التابعة للمؤسسة القطرية للإعلام نموذجًا متكاملًا في الإعلام متعدد اللغات، من خلال استضافة ضيوف وشخصيات من مجالات دبلوماسية وثقافية ومعرفية في برامج ولقاءات تواكب اهتمامات المواطنين والمقيمين وتسهم في مدّ جسور التفاعل مع المجتمع وتعزيز التواصل الثقافي والحضاري.

فبتاريخ 1 مايو 2025 استضافت إذاعة أوريكس إف إم الناطقة بالفرنسية سعادة السفير جان باتيست فافر، سفير الجمهورية الفرنسية لدى دولة قطر آنذاك، في لقاء اتسم بطابع شخصي ومهني معًا، تحدّث فيه السفير عن سنوات عمله في الدوحة وعن المشهد الإعلامي في قطر، مشيرًا إلى الدور المتنامي للبرامج الناطقة بالفرنسية في بناء علاقة وثيقة مع الجاليات والناطقين بهذه اللغة. وتطرّق الحوار كذلك إلى أهم محطات التعاون الثنائي بين البلدين، وأهمية التواصل الإعلامي في تعزيز سبل التعاون.

كما قدّمت إذاعة أوريكس إف إم في 5 مايو 2025 لقاءً إذاعياً آخر استضافت خلاله سعادة السفير وليم أسلبورن، سفير مملكة بلجيكا لدى دولة قطر، للحديث عن الروابط الثقافية ومسار التعليم والتبادل الأكاديمي بين البلدين. وخلال اللقاء تطرّق سعادة السفير إلى أهمية الإعلام الناطق بالفرنسية في تقريب المجتمعات،



سعادة السفير زيد مفلح اللوزي ضيف برنامج «أبعاد اقتصادية» على أثير إذاعة قطر لمناقشة التعاون الثنائي والقضايا العربية. (أكتوبر 2025)

وإتاحة منصة مفتوحة لتبادل الآراء والتجارب بين الجمهور والبعثات الدبلوماسية. وبدورها أذاعت إذاعة «هولا قطر» الناطقة بالإسبانية بتاريخ 16 يونيو 2025 حلقة خاصة مع سعادة السفير ألبارو رينيدو زالبا، سفير مملكة إسبانيا لدى دولة قطر، تناولت التطوير الإعلامي في قطر، واهتمام السفارة الإسبانية بالتواصل مع الجمهور الناطق بالإسبانية، ومجالات التعاون الثقافي، وأكد سعادته أن المحتوى الإذاعي الموجه يشكل نافذة مهمة لتعريف الجاليات بما يدور في الساحة الإعلامية والثقافية.

وفي حلقة أخرى أذيعت بتاريخ 11 سبتمبر 2025 استضافت إذاعة «هولا قطر» بمناسبة



سعادة السفير مارسيلو جيرونا خلال استضافته على أثير «هولا قطر» للحديث عن الذكرى المئوية الثانية لاستقلال الأوروغواي. (أكتوبر 2025)

يوم استقلال جمهورية هندوراس، سعادة السفارة بلانكا إيفيت سابله بينديك، تضمّنت تقديم عرض ثري للرموز الوطنية والفعاليات الشعبية والرسمية التي ترافق هذا الحدث في جمهورية هندوراس. كما تناولت الحلقة العلاقات الثنائية بين البلدين، وتأكيد حرص السفارة على المشاركة في الفعاليات الإعلامية التي تخاطب الجاليات الناطقة بالإسبانية. كما استضافت «هولا قطر»، في اليوم نفسه، سعادة السفير خوان كارلوس اسكيفيل، سفير جمهورية كوستاريكا لدى دولة قطر، للحديث عن يوم الاستقلال في بلاده، والفعاليات التي تشهدها المراكز المجتمعية والمدارس، إضافة إلى حديث موسّع حول العلاقات الثنائية، ودور الإعلام الناطق بالإسبانية في ربط أفراد الجالية ببلادهم.

وعلى أثير إذاعة «هولا قطر» دائما استضاف برنامج «Tarde o Temprano» بتاريخ 1 أكتوبر 2025 سعادة السيد مارسيلو جيرونا، سفير جمهورية الأوروغواي لدى دولة قطر، في لقاء حمل طابعًا ثقافيًا خالصًا، تناول فيه سعادة السفير الإرث الموسيقي اللاتيني ودوره في التعبير عن الهوية الوطنية، وخاصة في الاحتفال بالذكرى المئوية الثانية لاستقلال بلاده، مستعرضًا في هذه المناسبة تفاصيل الحفل الموسيقي الذي تنظمه أوركسترا قطر الفهارمونية، بمشاركة السوبرانو ماريا صوفيا مارا.



تفتح اللقاءات مع البعثات الدبلوماسية على أثير الإذاعات المتخصصة نوافذ للحوار الحضاري والدبلوماسي، وتقدم محتوى متوازن بلغات متعددة، لمواكبة تطلعات المجتمع وبما يعكس تفاعل المؤسسات الرسمية مع الجاليات المقيمة في دولة قطر.

وعلى صعيد آخر قدّم برنامج «أبعاد اقتصادية» الذي تبثه إذاعة قطر حلقة حوارية بتاريخ 4 أكتوبر 2025 استضافت سعادة السفير زيد مفلح اللوزي، سفير المملكة الأردنية الهاشمية لدى دولة قطر، وتناولت الحلقة العلاقات الثنائية بأبعادها السياسية والاقتصادية والثقافية، إلى جانب أبرز الملفات المشتركة، والشراكات الداعمة للعلاقات الاقتصادية، كما تضمن اللقاء نقاشًا موسّعًا حول القضايا العربية الراهنة.

وواصلت إذاعة أوريكس إف إم حواراتها مع ممثلي البعثات الدبلوماسية حيث استضافت بتاريخ 15 أكتوبر 2025 سعادة السفير يوجين كراينس، سفير مملكة بلجيكا لدى دولة قطر، في لقاء تناول محاور التعاون القائم بين



سعادة السفارة بلانكا إيفيت سابله بينديك في حلقة خاصة عبر هولا قطر بمناسبة يوم استقلال هندوراس. (سبتمبر 2025)



سعادة السفير يوجين كراينس في حوار عبر أوريكس إف إم حول العلاقات القطرية البلجيكية وملفات التعاون المشترك. (أكتوبر 2025)



سعادة السفير أرنو بيشو بعد مباشرته مهامه في الدوحة، ضيف برنامج «EN MODE VIP» عبر أوريكس إف إم (أكتوبر 2025)

الدوحة وبروكسل، والتي تشمل ملفات الاقتصاد والثقافة والتعليم. كما تطرّق سعادة السفير إلى تجربته خلال سنوات عمله في قطر، مشيرًا إلى أهمية البرامج المتخصصة في تسهيل التواصل مع الجاليات والمهتمين بالشأن البلجيكي.

وفي لقاء مشترك على أثير إذاعة QBS استضاف برنامج «Nations Amongst Us» بتاريخ 16 أكتوبر 2025 سعادة السفير الهولندي فرديناند لانشتاين وسعادة السفير الباكستاني محمد عامر، حيث استعرض الطرفان مجالات التعاون في الابتكار والتقنية والزراعة، والروابط التعليمية والاقتصادية التي تجمع البلدين بدولة قطر. كما تضمّنت الحلقة فقرات موسيقية ومدخلات من المستمعين من الجاليتين.

وبتاريخ 21 أكتوبر 2025 استضاف برنامج «EN MODE VIP» على إذاعة أوريكس إف إم سعادة السفير أرنو بيشو، سفير الجمهورية الفرنسية لدى الدولة، الذي باشر مهامه في الدوحة بعد تقديم أوراق اعتماده في 24 سبتمبر 2025، وتناول اللقاء ملفات التعاون القطري الفرنسي، بما يشمل الجوانب السياسية والثقافية والاقتصادية. إلى جانب تأكيد أهمية البرامج الناطقة بالفرنسية، ودور التعليم والفرنكوفونية في توسيع قنوات التواصل مع الجاليات.

وفي حلقة أخرى من برنامج «أبعاد اقتصادية» استضافت إذاعة قطر بتاريخ 26 أكتوبر 2025 سعادة السفير صالح عطية، سفير الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لدى الدولة، وناقشت الحلقة التعاون الاقتصادي بين البلدين في قطاعات الطاقة والصناعة والاستثمار.



سعادة السفير صالح عطية خلال استضافته في برنامج «أبعاد اقتصادية» على أثير إذاعة قطر. (أكتوبر 2025)



سعادة السفير خوان كارلوس اسكيفيل في لقاء عبر هولا قطر حول احتفالات استقلال كوستاريكا. (سبتمبر 2025)

تكريمات وجوائز إنجازات نوعية وتقدير عربي يرسخان حضور المؤسسة القطرية للإعلام



توزيع فرق المؤسسة القطرية للإعلام بثماني جوائز في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون بتونس (يونيو 2025)

ولاسيما مشاركتها في التغطية الإذاعية لحملة «تراحمنا قوة». كما حققت المؤسسة القطرية للإعلام بتاريخ 26 يونيو 2025 إنجازاً عربياً لافتاً، بفوزها بثماني جوائز خلال الدورة الخامسة والعشرين من المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون في تونس، بينها ست ذهبيات في فئات أساسية،

شكّل حضور المؤسسة القطرية للإعلام في الفعاليات العربية مرآة لمسار تطوير مهني متصاعد، يبرز من خلال إنجازات نوعية وتقدير رسمي يرسخ موقعها ضمن المشهد الإعلامي الإقليمي عبر حصيلة من التكريمات والجوائز التي عكست مستوى الأداء المؤسسي وكفاءة كوادره.

في هذا الصدد، وتقديرًا لدورها في دعم الفعاليات ذات الطابع الثقافي والتراثي، وحضورها الإعلامي الفاعل في مواكبة الحدث، حظيت المؤسسة القطرية للإعلام بتكريم رسمي ضمن الجهات الراعية لمهرجان سيف سمو الأمير الدولي للفروسية، خلال الحفل الختامي الذي أقيم يوم 12 فبراير 2025 في مضمار الريان بنادي السباق والفروسية، وذلك برعاية وحضور سعادة الشيخ جوعان بن حمد آل ثاني رئيس اللجنة الأولمبية القطرية.



تكريم المؤسسة القطرية للإعلام ضمن رعاة مهرجان سيف سمو الأمير للفروسية (فبراير 2025)

وضمن مشاركتها في المنتدى السعودي للإعلام 2025، نالت المؤسسة القطرية للإعلام تكريمًا رسميًا في ختام أعمال المنتدى الذي استضافته العاصمة الرياض خلال الفترة من 19 إلى 21 فبراير، وبحضور وزراء ورؤساء مؤسسات إعلامية عربية ودولية. وقد جاء التكريم في سياق الدور الذي اضطلعت به المؤسسة خلال مشاركتها في الجلسات والورش المتخصصة، وما عُرض في المعرض المصاحب من تقنيات حديثة في مجالات البث والإنتاج، إلى جانب الاجتماعات الرسمية التي جمعت رئيس المؤسسة مع وزير الإعلام السعودي، تأكيدًا على مستوى التعاون المهني بين الجانبين.

وتقديرًا لدورها القيّم الذي تقدمه عبر برامجها المتخصصة، حصلت إذاعة القرآن الكريم على تكريم من مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع بتاريخ 4 مايو 2025، وذلك خلال الحفل السنوي الذي ضم ممثلين من المؤسسات الإعلامية والتعليمية، وجاء التكريم لإسهام إذاعة القرآن الكريم في الدعم الإعلامي الذي واكبت به مبادرة «أخلاقنا»،

والتلفزيوني للمؤسسة، وما حقته من حضور مهني بارز. وبهذه المناسبة نظمت المؤسسة حفلًا داخليًا بتاريخ 7 يوليو 2025، لتكريم فرقها الإنتاجية احتفاءً بالجوائز العربية التي حصدها في المهرجان ذاته، حيث شاركت قيادات تلفزيون وإذاعة قطر وممثلو الإدارات الإعلامية في الاحتفاء بالكوادر التي حققت الفوز، مع استعراض جوانب من المشاركة القطرية والجهود التي أسهمت في تحقيق أعلى حصيلة من الجوائز مقارنة بالدورات السابقة. وواصل تلفزيون قطر تألقه بحصوله على جائزتين من جوائز التبادلات التلفزيونية لعام 2025 التي ينظمها اتحاد إذاعات الدول العربية، حيث نال المركز الثالث في فئة التبادلات التلفزيونية الشاملة، والمركز الثاني في فئة التبادلات البرمجية التلفزيونية، تقديرًا لمشاركته وجودة البرامج التي قدمها ضمن منظومة التبادلات العربية.

وعلى صعيد التكريم الأكاديمي، احتفت جامعة قطر بتاريخ 28 أكتوبر 2025 بإذاعة القرآن الكريم تقديرًا لدورها الإعلامي في دعم الأنشطة العلمية والفكرية، ولجهداتها في استضافة أعضاء هيئة التدريس وتغطية الفعاليات والندوات والمؤتمرات، بما يعكس التفاعل الإيجابي للإذاعة مع المجتمع الأكاديمي، ويسهم في تعزيز رسالتها المعرفية والإعلامية.



يرتكز التميز المؤسسي في المحافل الإعلامية على جودة الإنتاج وكفاءة الكوادر وتكامل الرؤية المهنية، بما يعزز موقع المؤسسة القطرية للإعلام في المشهد العربي، ويؤكد التزامها برسالة إعلامية تعبّر عن الهوية الوطنية وتواكب تحولات الصناعة الإعلامية.



استلام المؤسسة القطرية للإعلام درع التكريم في ختام المنتدى السعودي للإعلام بالرياض (فبراير 2025)

المؤسسة في المنتديات الإقليمية والدولية حوارات مهنية تعزز دور الإعلام القطري في العمل المشترك



حضور المؤسسة في الاجتماع الثاني للجنة الدائمة لمهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون بالمنامة (نوفمبر 2025)



حضور المؤسسة لاجتماعات الجمعية العامة للاتحاد الآسيوي والباسيفيكي للبت تحت شعار «دور الإعلام في حفظ التراث الوطني والثقافي» (سبتمبر 2025)

مشاركته بزيارة مهنية إلى مقر مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك في الكويت، لبحث آفاق تطوير الإنتاج البرامجي المشترك. وتضمنت الزيارة عرضاً لخطط المؤسسة ومشاريعها، ومناقشة آليات إنتاج برامج تُبرز الهوية الخليجية، مع الاتفاق على تعزيز التواصل وتنسيق الجهود في مجالات التدريب والتطوير والإنتاج، بما يدعم تعزيز المنظومة الإعلامية الخليجية المشتركة.

كما حضرت المؤسسة القطرية للإعلام أعمال الجمعية العامة الثانية والستين للاتحاد الآسيوي والباسيفيكي للبت، التي استضافتها منغوليا خلال الفترة من 11 إلى 15 سبتمبر 2025 تحت شعار «دور الإعلام في حفظ التراث الوطني والثقافي». وأتاحت الاجتماعات للمؤسسة الاطلاع على تجارب دولية في تطوير المحتوى الثقافي وأساليب تقديمه، فيما تناولت الجلسات قضايا تتصل بصون التراث الثقافي، وتحديث آليات البث العام، وتحسين منظومات الحوكمة الإعلامية، إلى جانب التطورات الرقمية في مجالات الإنتاج والتوزيع.

وفي 24 سبتمبر 2025 انتُخبت المؤسسة القطرية للإعلام نائباً ثانياً في اللجنة الدائمة للإذاعة باتحاد إذاعات الدول العربية، خلال اجتماعات الجمعية العامة للاتحاد التي عُقدت في العاصمة التونسية. وجاء هذا الانتخاب تنفيذاً لتوصيات المجلس التنفيذي في اجتماعه الثالث والتسعين، ومصادقة الجمعية العامة في دورتها العادية الخامسة والثلاثين، بما يعكس موقع المؤسسة داخل المنظومة الإذاعية العربية ودورها في تطوير العمل الإذاعي.

وفي إطار التعاون الإعلامي الخليجي المتخصص، شاركت المؤسسة القطرية للإعلام في الاجتماع الثاني للجنة الدائمة لمهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون، الذي عُقد في مملكة البحرين بتاريخ 6 نوفمبر 2025، حيث ناقش الاجتماع الاستعدادات للدورة السابعة عشرة من المهرجان، إلى جانب مراجعة الخطط الفنية وتنسيق آليات التعاون بين مؤسسات البث الخليجية، بما يعزز تطوير المحتوى السمعي والبصري ويدعم برامج العمل المشترك داخل المنظومة الإعلامية الخليجية.



الاجتماع (28) لوزراء الإعلام بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية (الكويت، مايو 2025)

في هذا الصدد شاركت المؤسسة بتاريخ 21 فبراير 2025 في المنتدى السعودي للإعلام الذي انعقد في الرياض على مدى ثلاثة أيام، بحضور وفود من مختلف دول العالم، حيث انخرط وفد المؤسسة في جلسات النقاش التي تناولت محاور الذكاء الاصطناعي في الإعلام، ومسارات تطوير المحتوى، والاقتصاد الإعلامي، إلى جانب ورش عمل متخصصة. كما اطلع وفد المؤسسة على أحدث التقنيات في معرض «مستقبل الإعلام - FOMEX»، وفي ختام المنتدى، نالت المؤسسة تكريماً خاصاً تقديراً لمشاركتها المهنية وحرصها على توسيع شبكة علاقاتها الإقليمية ومواكبة التحولات الرقمية.

وضمن برامج التعاون الخليجي، حضرت المؤسسة اجتماع الدورة الثامنة والعشرين للإعلام الخليجي بدولة الكويت في 12 مايو 2025، حيث ناقش الاجتماع مبادرات العمل الإعلامي المشترك، على رأسها تطوير النشر الإلكتروني وبرامج التكامل بين المؤسسات الخليجية، إضافة إلى ملفات فنية تتعلق بتحديث البنية المهنية المشتركة. وقد شكّل الاجتماع محطة مهمة لدعم التنسيق الإعلامي وتفعيل الاستراتيجية الإعلامية الموحدة لدول الخليج. كما قام وفد المؤسسة في سياق

تعزيز المؤسسة القطرية للإعلام حضورها في الفعاليات الإعلامية الخارجية، ضمن توجه مؤسسي يقوم على الانفتاح المهني وتوسيع الشراكات، وتقديم نموذج إعلامي يواكب تطورات الصناعة الإعلامية في المنطقة والعالم.



مشاركة وفد المؤسسة في جلسات المنتدى السعودي للإعلام، لتعزيز الشراكات المهنية ومواكبة تحولات الصناعة الإعلامية (فبراير 2025)



يمثل حضور المؤسسة القطرية للإعلام في الفعاليات والمنتديات الإقليمية والدولية نهجاً مؤسسياً يركز على الانفتاح المهني وتوسيع نطاق الشراكات، وترسيخ مكانة الإعلام القطري في دوائر الحوار والتنسيق العربي والدولي، بما يعزز الإسهام في تقريب الرؤى حول القضايا الإعلامية الراهنة ودعم التطوير المهني.



جانب من الزيارة المهنية لوفد المؤسسة إلى مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك لبحث فرص تطوير الإنتاج والتعاون البرامجي الخليجي (مايو 2025)

الكأس الرياضية تغطيات وبرامج نوعية تعزز الإعلام الرياضي العربي

في خضم التحولات المتسارعة التي يشهدها قطاع الرياضة محلياً وإقليمياً، تواصل قنوات الكأس تثبيت مكانتها كمنصة إعلامية رياضية رائدة تنبض بالحياة، وتمزج بين التغطية الاحترافية والطرح التحليلي والمحتوى المتجدد. وقد شكّل الموسم الرياضي 2024-2025 فرصةً متجددة لتوسيع هذا الحضور، عبر شبكة برامجية متكاملة، وتغطيات ميدانية واسعة، وإنتاجات خاصة تعكس التزام القناة بتقديم تجربة إعلامية رياضية متكاملة تعبّر عن ثراء المشهد الرياضي في قطر.



خلال خمسة أشهر فقط، سجّلت قنوات الكأس أكثر من 5500 ساعة بث مباشر، تعكس حجم التفاعل، وتنوّع البطولات، واستمرارية الحضور المهني على مدار الساعة.

موسم رياضي حافل

من مهرجان سيف صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني للهجن العربية الأصيلة إلى كأس العرب

تميزت تغطيات القناة خلال هذا الموسم بزخم لافت من البطولات والأحداث التي جرى نقلها بوسائل متطورة، وتواجد ميداني مباشر أسهم في تعزيز التفاعل مع الجمهور وتوسيع نطاق الوصول. من أبرز هذه التغطيات، التغطية الخاصة لنهائي مهرجان سيف صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني للهجن العربية الأصيلة، التي نظمت في 15 أبريل 2025، بالتعاون مع تلفزيون قطر، وجاءت ضمن بث مباشر شامل أبرز الطابعين الرياضي والتراثي للحدث. كما واصلت القناة اهتمامها بالبطولات الوطنية التي تحمل اسم «الأمير»، لما تمثله من رمزية رياضية ووطنية، من بينها كأس الأمير لكرة القدم، وكأس الأمير الوالد للهجن، وغيرها من الفعاليات التي تحظى بمتابعة جماهيرية واسعة.

وفي الوقت ذاته، اتسعت خريطة التغطيات لتشمل بطولات الخيل بأنواعها، من سباقات وقفز حواجز إلى المسابقات الجمالية، التي باتت تحظى بزخم إنتاجي يقارب مباريات كرة القدم من حيث الكثافة الزمنية والتفاعل الجماهيري. كما كان لبطولات مرمي، والقلايل، وسنيار، وصملة حضور خاص، سواء من خلال التغطيات الحية أو البرامج المرافقة التي تسلط الضوء على هذه المنافسات ذات الطابع التراثي الفريد. وقد زُفدت بعض هذه البطولات بتقارير تسجيلية ومتابعات ميدانية عمقت ارتباط المشاهد بها، ووسّعت آفاق التفاعل معها خارج أطر المنافسة المباشرة.

ويحتل دوري نجوم قطر موقعاً محورياً في الخريطة البرمجية، مدعوماً بتقارير ميدانية وتحليلات فنية واستوديوهات توابك كافة تفاصيل المباريات، بما في ذلك كواليس الأندية وحركة الانتقالات. وتستكمل القناة

هذا الدور بتنظيم بطولات خاصة، مثل البطولة الرمضانية لكرة القدم وبطولة البادل، بإشراف إنتاجي مباشر يشمل إدارة التحكيم والملاعب والبث. وعلى المستوى الدولي، تواصل القناة تنظيم بطولة كأس الدولية تحت 17 عامًا بالشراكة مع أكاديمية أسباير، بمشاركة فرق عالمية مثل باريس سان جيرمان وبرشلونة، وهو ما يعكس بعداً استراتيجياً يعزز التوجه نحو دعم الفئات السنوية وتوسيع التبادل الرياضي مع الخارج.

وإلى جانب البث المباشر للأحداث، واصلت قنوات الكأس الاستثمار في تطوير محتواها البرمجي، إذ تضم الشبكة أكثر من 25 برنامجاً متنوعاً تتراوح بين التحليل الفني، والحوار التفاعلي، والتقارير المتخصصة. ويُعد برنامج «المجلس» أحد أبرز هذه العناوين، حيث يرافق البطولات الكبرى من داخل الملاعب في استوديو متكامل يوثق مباشرة قبل وبعد المباريات، ويضم نخبة من المحللين والمراسلين. كما يبرز برنامج «الحكم» في تناوله التحكيمي للمباريات، و«تكتيك» بتحليله الفني المتخصص.

كما تولي قنوات الكأس اهتماماً خاصاً بالبرامج الجماهيرية التي تعكس نبض الشارع الرياضي. ويُعد برنامج «Follow ers» من أبرز هذه البرامج، إذ يقدم تغطية أسبوعية خاصة لأجواء الجماهير وتفاعلهم في البطولات الكبرى، مع تسلط الضوء على روح التشجيع والمبادرات الجماهيرية. كما يندرج ضمن هذه الفئة برنامج «فض فض»، الذي يتيح تفاعلاً مباشراً مع الجمهور خلال البطولات، وبرنامج «تخمين» الذي يدمج الترفيه بالتحليل من خلال مسابقات وتوقعات حية، ما يعزز الطابع التشاركي الذي تتميز

به القناة في تواصلها مع المتابعين. ولأن الرياضة لم تعد مجرد منافسة، بل تجربة مجتمعية متكاملة، تنوعت خارطة القناة لتشمل محتوى يلامس اهتمامات شرائح مختلفة من الجمهور، من الأطفال واليافعين في برنامج «عيلانا»، إلى الحضور النسائي في برنامج «المرأة»، والحوارات العميقة في برنامج «ضيفنا»، إضافة إلى الحضور اليومي لبرنامج «جرايد»، والأسبوعي لـ«الحصاد»، ما يضمن تغطية شاملة للأحداث وتوثيقاً دائماً للحراك الرياضي.

أما على صعيد الإنتاجات المتخصصة، فيُعد برنامج «Speed» من النماذج البارزة في توسيع نطاق التخصص، إذ يغطي عالم السيارات والدراجات النارية بتقارير ميدانية وتجارب قيادة ومحتوى تقني، وقد تُوج بجائزة الشراع الذهبي كأفضل برنامج رياضي ضمن مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون، في إشارة إلى جودة الإنتاج والتميز التحريري. كما يواصل برنامج «المضمار» تقديم محتوى نوعي لرياضات المضمار والميدان، بينما توفر المجلات المتخصصة مثل MARINE MAGAZINE وASPIRE MAGAZINE نافذة على الرياضات البحرية وأكاديمية أسباير، في تكامل يربط الإعلام الرياضي بمؤسساته وأبعاده المجتمعية.

وتبرز قنوات الكأس كذلك في تقديم محتوى رياضي باللغتين العربية والإنجليزية، مراعية بذلك تنوع الجمهور في قطر، حيث تشمل برامج مثل QSL MAGAZINE وPRE-VIEW وREVIEW والاستوديو الإنجليزي، تغطيات موجهة للجمهور الناطق بالإنجليزية، بأسلوب احترافي يواكب المعايير الدولية في التحليل والإنتاج.

ولم يقتصر حضور قنوات الكأس على

استوديوهاتها الداخلية، بل يمتد إلى قلب الحدث من خلال تغطيات مباشرة للأحداث الرياضية الكبرى، داخل قطر وخارجها، مثل كأس الخليج في الكويت، ومهرجان مرمي، وسباقات الخيل ودوري الشقب لقفز الحواجز، وجولة الجياد العربية في عجمان، وكأس السوبر الفرنسي، وبطولة «الدوري الممتاز لكرة السلة وصل»، التي باتت تحظى بمتابعة لافتة ضمن جدول الفعاليات الرياضية الإقليمية. كما قدّمت القناة تغطية خاصة لمهرجان «سنيار» عبر بث مباشر على مدار الساعة، شمل تحليلات وسهرات يومية، إلى جانب التغطية الخاصة لمسابقة «بلمسان» التي امتدت على مدار أسابيع.

وفي سياق التطوير المستمر، شهدت استوديوهات القناة خلال النصف الأول من 2025 تحديثات تقنية شملت أنظمة البث ومعدات التصوير الخارجي، ما أسهم في تعزيز جودة التغطيات وكفاءة التفاعل مع الحدث. وتأتي هذه التحديثات في إطار رؤية تطويرية تسعى إلى توسيع نطاق التغطية، وتشجيع الرياضات الناشئة، وتقديم محتوى يعكس التنوع الرياضي والمجتمعي في الدولة. وتستعد القناة لتغطية 15 بطولة صيفية خلال النصف الثاني من العام، تشمل جولة الجياد العربية في كان وساو باولو، ومهرجان رويال أسكوت، وتصفيات آسيا المؤهلة لكأس العالم، وبطولة الأمم الآسيوية لكرة الطائرة،



استوديو قنوات الكأس في ميناء الدوحة القديم لتغطية كأس العرب FIFA قطر 2025



تُعكس قنوات الكأس تطوراً نوعياً في منظومة الإعلام الرياضي، عبر تخطيط برامجي متكامل وتغطيات ميدانية متخصصة، مدعومة بتحديثات تقنية ورؤية إنتاجية تواكب تحولات صناعة الإعلام الرياضي محلياً وإقليمياً وعالمياً

والبطولة الآسيوية لكرة اليد تحت 17 عامًا، ومهرجان قطر غودوود، إضافة إلى عودة الدوري القطري، والدوري الأولمبي، ودوري الدرجة الثانية، فإنها تواصل مسيرتها كمنصة إعلامية رياضية طموحة، تراهن على الابتكار والاستمرارية في آن.

قدّمت قنوات الكأس الرياضية تغطية واسعة لبطولة كأس العرب FIFA قطر 2025، بما ينسجم مع حجم البطولة وزخمها، من خلال منظومة بث تجمع بين النقل المباشر والبرامج المصاحبة، إلى جانب حضور رقمي نشط عبر منصات القناة. وأسهم هذا التكامل في ترسيخ خبرة الكأس في متابعة البطولات الكبرى وتقديم محتواها للجمهور، ضمن إطار عمل مؤسسي مستقر وحضور إعلامي يرسّخ موقع القناة في المشهد الرياضي العربي.

وشملت البرامج المخصصة لتغطية الحدث متابعة قصص البطولة داخل الملاعب وخارجها، بصورة تبرز تنوعها وما تحمله من أبعاد إنسانية وجماهيرية. وإلى جانب ذلك، برز الحضور الإعلامي الدولي الذي واكب البطولة، إذ سجّل اليوم الافتتاحي مشاركة أكثر من 1,154 إعلامياً من مراسلي القنوات والصحف والمصورين. وقد عكست هذه الكثافة حجم الاهتمام بالبطولة والجهد التنظيمي اللازم لإدارة التغطية وضمان تدفق المحتوى عبر مختلف المنصات. وعلى امتداد هذا الزخم، واصلت قنوات الكأس تقديم تغطية ميدانية وبرامج تحليلية ومحتوى بصري يعكس وتيرة البطولة وتنوع مشاهدها، بما يواكب حضورها الجماهيري والرياضي.

في هذا الحوار، يفتح الإعلامي القطري خالد جاسم نوافذ متعددة على تجربته الثرية، متحدّثاً عن فلسفة برنامج «المجلس» وآلية عمله وأسرار نجاحه، وعن توفيقه بين الميول الرياضية الشخصية والحياد المهني. كما يستعرض رؤيته للدوري القطري ومكانته الإقليمية، مروراً بنجاحات «المجلس» في تغطية البطولات الكبرى ودوره في نشر الإنجازات الرياضية القطرية. ويختم بلمحاته المستقبلية في عالم المحتوى الرقمي والخدمات الإعلامية..

حوار: هند المهندي



الإعلامي خالد جاسم: من البيت الكبير إلى المجلس

يزخر الإعلام الرياضي الخليجي بتجارب غنية ساهمت في تشكيل ذاكرته عبر عقود من العمل المتواصل. وفي ثنانيا هذه الذاكرة، تترسخ مسيرة الإعلامي القطري خالد جاسم بتجربة امتدت أكثر من ثلاثة عقود، تنقل خلالها من الإذاعة إلى التلفزيون، وصولاً إلى تقديم برنامج «المجلس» الذي أصبح علامة فارقة في الإعلام الرياضي المحلي والخليجي والعربي على قناة الكأس.

تجربة عربية رائدة.. أسهمت في تطوير تقاليد الحوار الرياضي ودور المذيع المهني



البيئة الداعمة في مقل
الموهبة وتحقيق الإنجازات
تبقى عاملاً مهماً في أي
بداية، وهذا ما وجدته في
تلفزيون قطر، الذي كان
بمثابة البيت الكبير الذي
احتضني ومنحني الفرصة
لإبراز موهبتي وطاقتي



الممول جزء طبيعي من شخصية الإنسان،
لكن التحدي الحقيقي هو ألا تتحول إلى
انحياز. المذيع الناجح يعرف كيف يقف على
مسافة واحدة من الجميع.

❶ مسيرة إعلامية ثرية وطويلة كما جاء في التقديم، لنبدأ من البداية. كيف كانت الانطلاقة؟

البيئة الداعمة في مقل الموهبة وتحقيق الإنجازات تبقى عاملاً مهماً في أي بداية، وهذا بالضبط ما وجدته في تلفزيون قطر، الذي كان بمثابة «البيت الكبير» الذي احتضني ومنحني الفرصة لإبراز موهبتي وطاقتي، حيث تلقيت الدعم من المسؤولين والزلاء منذ البداية، مما كان له أثر كبير على مسيرتي المهنية من خلال اكتساب الخبرة اللازمة لمواصلة النجاح في المجال الإعلامي.

❷ برنامج «المجلس» أصبح علامة فارقة في الإعلام الرياضي. كيف بدأت الفكرة؟ وكيف تديرون اختيار الضيوف وترتيبات الحوار؟

يعد برنامج «المجلس» أحد أبرز برامج قناة الكاس، وهو نتاج رؤية المؤسس الحقيقي للقناة الذي صاغ فكرته الأساسية. وقد تشرفت لاحقاً بالانضمام لتقديم البرنامج، حيث أصبح لدي شرف قيادة الحوار وتنظيم سيره بما يضمن تقديم تجربة إعلامية مميزة للمشاهدين.

تعتمد آلية اختيار الضيوف على مجموعة من المعايير الدقيقة، إذ يتم اختيار كل ضيف بناءً على أهميته في مجتمعه الرياضي، ومدى قوة حجته ومصداقيته، إضافة إلى ثقافته الكروية الواسعة وقدرته على تقبل وجهات النظر المختلفة. وتأتي المرونة والقدرة على التعامل مع الآخرين كعنصر أساسي، نظرًا لأن البرنامج يعتمد بشكل كبير على عفوية الضيف وردود أفعاله الطبيعية، وفي الوقت نفسه يحتاج إلى السيطرة على الحوار بشكل يضمن انسيابيته وإثراء النقاش.

كما تولي إدارة البرنامج اهتماماً خاصاً للتحضيرات قبل كل حلقة، بدءاً من دراسة خلفية الضيف والتعرف على اهتماماته الرياضية، وصولاً إلى تحديد المحاور الرئيسية للحوار، مع ترك مساحة كافية لتفاعل الضيف بشكل طبيعي. هذا التوازن بين العفوية والتنظيم يجعل من «المجلس» منصة فريدة لعرض الأفكار الرياضية بطريقة جذابة، وبتيح للجمهور التعرف على الشخصيات الرياضية بطريقة أكثر عمقاً وواقعية.

❸ نجح «المجلس» في كسب ثقة المشاهدين وولائهم طوال هذه السنوات. ما سر نجاحه وشعبيته الكبيرة؟

يكمن سر نجاح برنامج «المجلس» في المقام الأول بتوفيق الله،

المشاعر الشخصية والحفاظ على الحياد التام تجاه جميع الأطراف. المذيع الناجح يعرف كيف يقف على مسافة واحدة من الجميع، بحيث لا تتحول ميوله الشخصية إلى انحياز واضح يؤثر على الحوار أو تغطية الأحداث.

وفي حال استطاع المذيع التحكم في ميوله وإخفائها، فهذا يعد مهارة إضافية ويحسب له، ولكن بالنسبة لي، ليس من الضروري إخفاء الميول تماماً؛ فمن الطبيعي أن يشعر الإنسان بالتشجيع لناذ معين، وأن يتحمس لأداء لاعب، أو ينزعج من قرار حكم، أو يفرح بانتصار فريقه. الأهم هو ألا تؤثر هذه المشاعر على المهنية والقدرة على إدارة الحوار بشكل متوازن وعادل.

❹ نجح «المجلس» في الإعلام التقليدي. لكن ماذا عن الطموحات في ضوء التحديات الجديدة وبيئة التحول الرقمي؟

بعد مسيرة طويلة امتدت لأكثر من 30 سنة في عالم الإعلام، أستطيع أن أنظر إلى الوراء وأقول بحمد الله: لقد حققت الكثير من أهدافي وطموحاتي. العمل في الإذاعة والتلفزيون منحني فرصة لتجربة كل ما كنت أحلم به، من إعداد البرامج إلى تقديمها، ومن التفاعل مع الجمهور إلى صناعة محتوى مؤثر. الحمد لله على كل لحظة وكل تجربة كانت جزءاً من هذه الرحلة الرائعة.

لكن الحياة لا تتوقف عند النجاح، والقلب والجسد ما زالوا قادرين على الاستمرار والمغامرة. الآن، مع دخولنا عصر السوشال

فهو الأساس الذي يُسر لكل فكرة ناجحة أن تصل إلى جمهورها. أما العامل الثاني فهو العفوية في الحوار، حيث يتميز البرنامج بقدرته على تقديم نقاشات طبيعية وغير مصطنعة، تجعل المشاهد يشعر وكأنه جزء من الجلسة.

ويُضاف إلى ذلك أن «المجلس» أصبح جلسة محببة لدى المجتمع القطري والخليجي بشكل عام، لما يقدمه من محتوى متوازن يجمع بين الثقافة الرياضية، قوة الحجّة، وتقبل الرأي الآخر، مع توفير مساحة للضيف للتعبير عن آرائهم بحرية ومرونة. كل هذه العناصر تجعل من البرنامج منصة فريدة تجمع بين المتعة والفائدة، وتكسبه شعبية كبيرة لدى المشاهدين.

❺ الجدل والخلاف جزء من جاذبية البرامج. لكن من بين التحديات التي تواجه أي مذيع رياضي أن تكون له ميول طبيعية لفريق أو لاعب معين. كيف تدير هذا التوازن بين المشاعر الشخصية والحياد المهني؟

من المهم أن ندرك أولاً أن فكرة «إخفاء الميول» بالكامل غير واقعية، فالميول والاتجاهات الشخصية تظهر دائماً، سواء عبر الابتسامة، أو ردة الفعل العفوية، أو حتى بشكل لا إرادي. فالميول جزء طبيعي من شخصية الإنسان، وبدونه لما كان هناك برنامج رياضي يتناول كرة القدم بكل حماس وشغف.

مع ذلك، يكمن التحدي الحقيقي في الموازنة بين إظهار



شخصي، ويمنح الآخرين فرصة الفرحة بإنجازاتهم، وفي الوقت نفسه يمكنك خدمة وطنك من خلال تقديم محتوى إعلامي محترف ومؤثر. الرياضة الإعلامية قد تكون مجالاً صعباً ومتطلباً، لكنها في الوقت ذاته جميلة ومليئة بالتحديات التي تصقل المهارات وتنمي الشخصية المهنية، وتجعل كل لحظة فيه مليئة بالشغف والإنجاز.

● **لنعد إلى «المجلس» الذي أصبح جزءاً أساسياً من مسيرتك. ماذا أضاف لك شخصياً؟ وما دوره في خدمة الرياضة القطرية؟ وما جديد هذا الموسم؟**

لقد كان برنامج «المجلس» بمثابة اختصار لمسيرة طويلة في العمل الرياضي والإعلامي، حيث أضاف لي شخصياً خبرات ومهارات عديدة، ولله الحمد.

أما على المستوى العام، فقد ساهم البرنامج بشكل كبير في نشر الإنجازات الرياضية القطرية، وقدم الشخصيات الرياضية القطرية للعالم العربي والخليجي والآسيوي، مما أعطى هذه الشخصيات مساحة أوسع للتألق والاعتراف بجهودها ومساهماتها.

كما لعب «المجلس» دوراً مهماً في نقل رسائل رياضية ومجتمعية هامة في كثير من المناسبات، سواء عبر تسليط الضوء

ميدياً، أجد نفسي أمام تحدٍ جديد وفرصة لإثبات الذات بطريقة مختلفة، والبحث عن التميز والإبداع في عالم رقمي سريع ومتغير. في النهاية، لا يجب أن يتوقف الطموح عند تحقيق الأهداف، وإنما يجب أن يتواصل بالسعي الدائم نحو اكتشاف طرق جديدة للتأثير والإلهام. أشكر الله على القوة والصحة في كل خطوة، وأطلع إلى المزيد من الإنجازات التي تجعل الرحلة الإعلامية مستمرة ومليئة بالحماس.

● **من موقع متابعتك عن قرب، كيف تقيم الدوري القطري مقارنة بالدوريات العربية الأخرى؟**

الدوري القطري من أقوى وأهم الدوريات في منطقة الشرق الأوسط، فهو يتميز بمستوى فني عالٍ وبحضور لاعبين محليين وأجانب مميزين، ما يجعل المباريات مليئة بالإثارة والتنافس القوي. كما أن التنظيم الاحترافي للفرق والملاعب يضيف قيمة كبيرة للدوري، ويجعله متقدماً مقارنة ببعض الدوريات العربية الأخرى.

العامل الوحيد الذي قد يُعتبر نقطة ضعف حتى الآن هو الحضور الجماهيري، إذ يحتاج الدوري لمزيد من الدعم الجماهيري داخل الملاعب ليكتمل المشهد الرياضي بشكل مثالي. ولكن، بالرغم من ذلك، يبقى الدوري القطري مميزاً من جميع النواحي الفنية والتنظيمية، ويستحق المتابعة لكل عشاق كرة القدم في المنطقة.

● **حديثنا تطرق إلى جانب من الإنجازات والطموحات والمستقبل، لكن دعنا نعود قليلاً إلى الدروس المستفادة. ماذا علمتكم هذه الرحلة الطويلة في الإعلام؟**

بحكم المهنة، اكتسبت على مدار سنوات عملي في الإعلام مجموعة من الخبرات والقيم التي شكلت شخصيتي المهنية بشكل كبير، وأبرزها معرفة الناس وكسب محبتهم، فالعمل الإعلامي يتيح الفرصة للتواصل مع شرائح مختلفة من المجتمع، وفهم اهتماماتهم وتطلعاتهم، وهو ما عزز قدرتي على تقديم محتوى يلامس الجمهور ويكسب احترامه ومحبته.

كما اكتسبت الصبر والمثابرة، وأساليب التعامل مع الضغوط العملية والمواقف والمتطلبات المتغيرة، وهذا ساهم في تعزيز قدرتي على مواجهة مختلف التحديات اليومية، من ضغوط العمل إلى إدارة الوقت وتحمل المسؤوليات الكبيرة.

ولاشك في أن هذه الخبرات جعلتني أتمكن من تقديم محتوى إعلامي متوازن، والوقوف على مسافة واحدة من الجميع، والتفاعل بمرونة وحرفية مع مختلف الظروف المهنية.

● **استناداً إلى خبرتك، ماذا تقول للشباب القطري الذي يحلم بالعمل في الإعلام الرياضي؟**

مجال الإعلام الرياضي مفتوح أمام الجميع، وهو يمنح الفرصة لكل من يملك الشغف والموهبة ليبرز قدراته ويترك بصمته. الرسالة للشباب واضحة: تعال وبادر، واطهر موهبتك، فقد تكون هذه الخطوة هي الانطلاقة الحقيقية نحو مستقبل مهني واعد في مجتمع واسع الفرص بلا حدود.

الدخول إلى هذا المجال يمنحك الفرصة لتحقيق النجاح



على المستوى العربي والدولي، مما يعكس مدى قوة وتأثير البرنامج في نقل الرياضة وتعزيز التواصل بين الجماهير العربية.

وعلماً يهدف دائماً إلى مواصلة هذا النجاح، وحالاً نحن بصدد الاستعداد لتغطية كأس العرب 2025 بنفس المهنية والتميز، لتقديم محتوى إعلامي يليق بالمستوى التنظيمي والرياضي للحدث، ويساهم في إبراز الرياضة العربية على أفضل صورة.

● **الجمهور والمؤسسات الرياضية شريكان أساسيان في عملك. ما رسالتك لكل منهما؟**

بالنسبة للجمهور، أحرص على تقديم محتوى مميز على منصات التواصل الاجتماعي، يثري تجربة المتابعين ويعكس شغفهم بالرياضة. أما على صعيد المؤسسات الرياضية، فإنني أؤكد دائماً على أهمية التعاون والشراكة من أجل تعزيز الرياضة ونقل إنجازات الوطن بشكل متميز.

● **ما رأيك أن نختم هذا الحوار بالحديث عن خططك للعام القادم، سواء على صعيد «المجلس» أو مشاريعك الشخصية؟**

نسعى لأن يكون برنامج «المجلس» دائماً في الصدارة، وأن يظل عند حسن ظن جماهيره ومتابعيه، وكذلك المسؤولين الذين قدموا الدعم، والشركات الراعية للبرنامج.

على المستوى الشخصي، أعمل على تأسيس شركة متخصصة في تقديم خدمات إعلامية، وأسأل الله التوفيق في ذلك. كما أركز على تطوير محتوى رياضي قوي على منصات التواصل الاجتماعي، يساهم في خدمة الوطن والمجتمع، ويعزز مسيرتي المهنية ويحقق طموحاتي الشخصية.



لم يكن هدفنا من «المجلس» مجرد نقاش المباريات، بل بناء مساحة حوارية تتيح للرأي أن يُقال وللخلاف أن يُدار باحترام، وقوة البرنامج في تنوع ضيوفه وثقافة الاختلاف التي يجسدها

على القضايا الرياضية أو من خلال تعزيز قيم التعاون والروح الرياضية بين الجمهور واللاعبين والمسؤولين، ليصبح بذلك منصة إعلامية مميزة تساهم في تطوير المشهد الرياضي بشكل مستدام.

لا توجد نقلة كبيرة في برنامج «المجلس» هذا العام، فالبرنامج يحتفظ بهويته الأصلية، ولكنه يظل متفاعلاً مع الأحداث ويوافق البطولات الرياضية. كما يعمل فريق البرنامج بلا كلل لضمان نجاح كل حلقة، من خلال التغطية الحية وجلب أبرز المحللين المناسبين لكل حدث، بما يضمن تقديم محتوى إعلامي ثري وشيق للجمهور.

● **يرافق «المجلس» البطولات الكبرى. كيف تقيمون تغطية خليجي الكويت الأخير، وما خططكم لكأس العرب 2025 الذي على الأبواب؟**

الحمد لله، كانت مشاركة برنامج «المجلس» في البطولة الخليجية الأخيرة بالكويت ناجحة بكل المقاييس. وقد كان تفاعل الشعب الكويتي مع قناة الكاس رائعاً، حيث شعروا وكأن القناة هي قناتهم الخاصة.

كما أسهمت المشاركة في تحقيق نتائج إيجابية ومردود ملموس

الإعلام القطري من الأثيـر إلى الفضاء الرقمي

الوطني في المشهد الإعلامي الإقليمي والدولي. واليوم، إذ تقف المؤسسة القطرية للإعلام على أعتاب مرحلة جديدة من التمكين التنفيذي والتوسع الرقمي، فإنها تستند إلى هذا الإرث الحي، وتمضي قُدماً نحو آفاق أرحب، تحت مظلة رؤية قطر الوطنية 2030، وبأيدي كفاءات وطنية تستجيب لتطلعات المستقبل.

يستعرض هذا الملف أبرز المحطات في تطور الإعلام القطري المسموع والمرئي، بدءاً من سرد توثيقي لمسيرة إذاعة قطر وتلفزيون قطر، وانتهاءً برصد تطور المؤسسة القطرية للإعلام بوصفها المظلة المؤسسية التي تقود جهود التطوير الإعلامي على المستويات كافة. كما يتوقف الملف عند التحولات الرقمية، والتوسع اللغوي، والتأهيل المهني، والجوائز الإذاعية والتلفزيونية التي نالتها المؤسسة في المحافل العربية والدولية.

خاص: مجلة إعلام

شكّل إطلاق أول بث إذاعي في الخامس والعشرين من يونيو 1968، ثم التلفزيوني في أغسطس 1970، دعامة محورية في مشروع بناء الدولة الحديثة، ورافعة رئيسية في ترسيخ الهوية الوطنية وتشكيل الذاكرة السمعية والبصرية للمجتمع القطري وهو بصدد إطلاق نهضته الشاملة.

وعلى امتداد مسيرته التاريخية حرص الإعلام القطري على المزاجية بين الأمالة والتحديث؛ والتعبير في آنٍ واحد عن خصوصية الدولة الثقافية وطموحها الحضاري، وجاء تأسيس المؤسسة القطرية للإعلام عام 2009 في سياق هذه المسيرة، فأتاح تحقيق التكامل بين مكونات البث الصوتي والمرئي والرقمي، ضمن بنية تشغيلية موحدة واستراتيجية متكاملة، تجمع بين التحديث التقني، وتطوير المحتوى، وتعزيز الرسالة الإعلامية للدولة. وهي مسيرة جديرة بالتوثيق والاستلهام، بما تنطوي عليه من دلالات مهنية ووطنية تعبّر عن تطور منظومة الإعلام في قطر، وتحولها من مشروع بث ناشئ إلى تجربة مؤسسية نافجة، ترسخ الحضور



أسهم الإطار التنظيمي والمهني التأسيسي في وضع معايير مهنية للعمل الإذاعي، شكلت لاحقاً المرجعية الأساسية لتطور الإذاعة القطرية عبر العقود التالية.

بناء مؤسسة الإذاعة

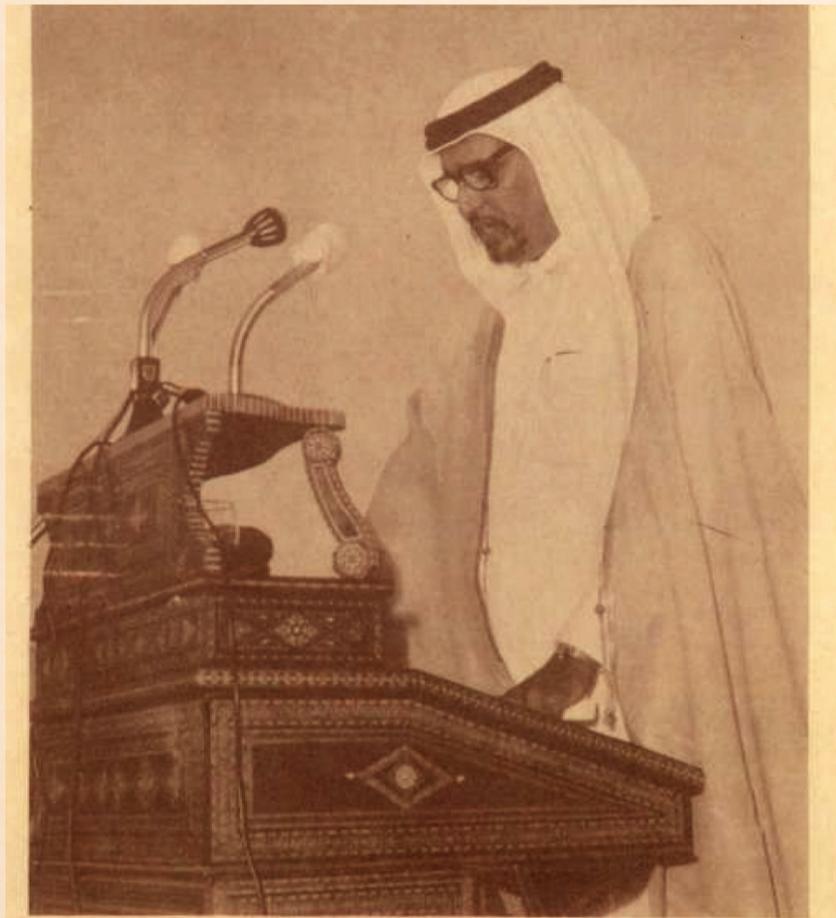
تأسست إذاعة قطر انطلاقاً من إدراك مبكر بدور الإعلام في تشكيل الوعي العام، فضلاً عن الحاجة الملحة إلى ربط المجتمع القطري بمحيطه الخليجي والعربي والدولي، وقد بدأت أعمال التجهيز أواخر عام 1967 ومطلع عام 1968، بعد أن رست المناقصة الخاصة بتوريد الأجهزة والمعدات من إحدى الشركات البريطانية الرائدة في مجال البث آنذاك، حيث تولت تجهيز استوديوهين للإرسال، وإنشاء محطة إرسال في منطقة المرخية، تعمل بموجتين: قصيرة (بقوة 100 ك.و) ومتوسطة (بقوة 10 ك.و).

وفي أثناء ذلك، تعاقدت الحكومة مع الأستاذ طاهر الشبلي، وهو من الكفاءات الإعلامية العربية البارزة، إذ سبق له أن شغل إدارة إذاعة فلسطين من القدس، فأوكلت إليه مهمة تأسيس المحطة، فقام باستقطاب وتشكيل فريق عمل أولي ضم ذوي الخبرة الإذاعية في المنطقة من مزيين ومهندسين وفنيين وإداريين، كما أشرف على بناء الهيكل الإداري والبرامجي للإذاعة الناشئة، ووضع خطة مبدئية لبرنامج البث.

وقد اتخذ من بيت بسيط في منطقة «الرميلة» مقرًا إداريًا مؤقتًا للإذاعة، كان يقع بين قصر المرمر ومبنى القيادة العامة للقوات المسلحة، في انتظار استكمال مبنى البث الدائم في مجمع الإذاعة والتلفزيون. وتجهيزات بسيطة انطلقت التجارب التشغيلية في أبريل 1968، أي قبل انطلاق البث الرسمي شهرين، وذلك ببث أغان ومقطوعات موسيقية ومواد متنوعة، مع نداءات للمستمعين تطلب منهم تزويد الإذاعة بملاحظاتهم حول مدى وضوح الإرسال. وكانت الفترة التجريبية، رغم قصرها، كافية لاستقطاب جمهور واسع داخل قطر وخارجها، قياساً بعدد الرسائل التي بدأت ترد إلى بريد الإذاعة من مواطنين ومستمعين من مختلف مناطق البلاد وبعض الدول العربية. وقد أسهم هذا التفاعل المبكر في تعزيز ثقة الفريق المؤسس، ودعم قرار إطلاق البث الرسمي في موعده ليشكل لاحقاً النواة الأولى للخطاب الإعلامي الرسمي في الدولة.



صورة تذكارية لأوائل العاملين بالإذاعة، بتوسطهم مدير الإذاعة طاهر الشهابي ▲



من الارشيف : عظمة الشيخ احمد بن علي آل ثاني حاكم البلاد المفدى يبدن محطة اذاعة قطر في الخامس والعشرين من حزيران ١٩٦٨

الصورة: (مجلة الدوحة العدد 11 سبتمبر 1970)



أُخذ من بيت بسيط في منطقة الرميلة مقرًا مؤقتًا لإدارة المحطة، حيث بدأت التجارب التشغيلية في أبريل 1968 ببث مواد متنوعة مصحوبة بندايات للمستمعين لتزويد الإذاعة بملاحظاتهم الفنية

الرسمي، ليبدأ أول برنامج بعنوان: «قطر على طريق البناء»، مع المذيع زهير قدورة، معلناً بذلك افتتاح أول وسيلة إعلامية عامة في قطر، ليكون لها السبق قبل صدور أول مطبوعة دورية وهي «مجلة العروبة» في فبراير 1970، وقبل تأسيس أول جهاز تنظيمي إعلامي رسمي متمثل في إدارة الإعلام (يناير 1969)، بل وقبل الاستقلال السياسي في سبتمبر 1971، على نحو شكّلت فيه إعلاناً رمزياً مبكراً للسيادة والوحدة الوطنية.

إذاعة قطر:

ميلاد الصوت الوطني

تمثل تأسيس إذاعة قطر إحدى الركائز الأساسية في سياق نهضوي تطّلب ترسيخ خطاب وطني يُسهم في تشكيل الوعي المجتمعي، ويكرّس حضور الدولة الرسمي عبر الأثير. ففي وقت لم تكن فيه البلاد قد امتلكت بعد أي وسيلة إعلامية مؤسسية، انبثقت إذاعة قطر لإعلاء صوت دولة ناشئة تتطلع إلى مستقبلها التنموي.

يستعرض هذا المحور محطات التأسيس الأولى لإذاعة قطر، والبنية البرمجية التي كوّنت ملامح صوتها المميز عبر المراحل المختلفة. كما يوثق جانباً من الإنجازات التراكمية التي حققتها في بناء الخطاب الإعلامي الوطني، والدور الرائد الذي اضطلعت به في إرساء أسس الإعلام القطري الحديث.



«هنا إذاعة قطر من الدوحة»

في منتصف عام 1968، وقبل أن تُعلن الدولة استقلالها بثلاث سنوات، انطلق من قلب الدوحة أول صوت رسمي ممأسس يُخاطب الجمهور القطري والخليجي عبر الأثير: «هنا إذاعة قطر من الدوحة». فكان ذلك إيذاناً بميلاد أداة سيادية تضع الصوت في قلب مشروع بناء الدولة الحديثة، وتعبيراً عن حضور قطر في محيطها العربي بلغة رسمية مسموعة.

كان الخامس والعشرون من يونيو 1968 يوماً مفصلياً في تاريخ الإعلام الوطني، ففي ذلك اليوم،



إرث إذاعة قطر يؤرخ لبدایات الدولة الحديثة ▲

تطوّر هيكلها المهني والبنوي بصورة تراكمية؛ فاعتمدت في البدايات على استوديوهين رئيسيين، وقسم موسيقى، وقسم هندسي، ومكتبة موسيقية، لتتحول لاحقاً إلى منظومة بث متكاملة تعمل على مدار دورة برامجة مرنة، تخاطب جميع فئات الجمهور، وتوازن بين الديني والثقافي والتراثي والإخباري والترفيهي.

ويتصافر جهود التأسيس الأولى ترسخ حضور الإذاعة، منذ مطلع السبعينيات، بمواكبتها للتحوّل التقني وتحديث الاستوديوهات وتوسيع التغطية، وكل ذلك مكنها من إطلاق برامج متعددة اللغات، بدءاً بالبرنامج الإنجليزي عام 1971، مروراً بالأردو (1980)، والفرنسي (1985)، وصولاً إلى إذاعة القرآن الكريم عام 1992.

إلى أقسام عربية، وغربية، وشعبية، وفرنسية، إلى جانب القسم القرآني.

ورغم أن عدد العاملين في قسم البرامج لم يكن يتجاوز 25 موظفاً، فإن الإذاعة نجحت في إنتاج ما يزيد على 85% من محتواها محلياً خلال سنواتها الأولى، وهو ما انعكس في تنوع البرامج وتجديدها، ضمن دورة ربع سنوية تُراجع دورياً وتُضبط بناء على التقييم المهني وتفاعل الجمهور. وقد تأسس داخل الإذاعة تقليد مهني صارم يعتمد على وضوح الخطاب، وبساطة الأداء، وتناسق المضمون مع طبيعة المتلقي المحلي، مدعوماً برقابة داخلية عرفية تُمارس عبر المراجعة اليومية والتنسيق التحريري الدقيق بين المذيعين والمنتجين. ومع تنامي الرسالة الإعلامية للإذاعة،



رغم محدودية الموارد البشرية في السنوات الأولى، حققت إذاعة قطر إنجازاً لافتاً في الاكتفاء الذاتي الإنتاجي، إذ نجح قسم البرامج الذي لم يتجاوز عدد العاملين فيه 25 موظفاً في إنتاج ما يزيد على 85% من المحتوى الإذاعي محلياً خلال المرحلة التأسيسية.

جاني، فأسهمتا في إثراء الخريطة ببرامج ثقافية واجتماعية ودينية ظلّ صداها حاضراً في ذاكرة المستمعين.

ومع اتساع المهام وتزايد أعباء البث، جرى توزيع العمل على أقسام متخصصة: البرامج، الأخبار، الهندسة، المكتبة، العلاقات العامة، والموسيقى. وتولى قسم الموسيقى توثيق الأناشيد الوطنية وتسجيل عروض الفرق الشعبية القطرية، وهي تسجيلات ما تزال تُمثل مكوناً أصيلاً في المناسبات الوطنية. كما شكّلت مكتبة الأصول لحفظ الإنتاج الداخلي، من تلاوات قرآنية وأغانٍ وطنية وخطب رسمية وبرامج وثائقية. كما أسهم التعاون مع إذاعات عربية، كإذاعة الكويت والأردن، في تأسيس مكتبة موسيقية ثرية توزعت

وتنسيق المهام، حتى ارتبط اسمه بثبات المؤسسة واستقرارها، وظل من أبرز أعمدها حتى وفاته في أغسطس 2004.

وقد تولى هذا الفريق إعداد الجدول اليومي للبث، وتجريب المواد الصوتية، والإشراف على عملية البث التجريبي التي سبقت الافتتاح الرسمي بشهرين. كما تابع الأداء المباشر للمذيعين، ورصد رسائل الجمهور، التي بدأت تصل مبكراً من داخل الدولة وخارجها، وأسهمت بدورها في تعديل بعض البرامج بناء على الملاحظات والتطلعات الواردة.

وكان لحضور المرأة القطرية منذ المراحل الأولى أثر يبيّن في تكوين المشهد الإذاعي؛ إذ برز اسم سعاد حسن كمقدمة برامج، تبعثها فهيمة

صناع الذاكرة

في سياق نهضة وطنية شاملة، مثلت ولادة إذاعة قطر عام 1968 مشروعاً إعلامياً يؤسس لصوت الدولة الحديثة، ويرسخ حضورها في الفضاء السمعي العربي. وقد تجسّد هذا المشروع، منذ لحظة الأولى، في نخبة من الكفاءات القطرية والعربية التي تضافرت جهودها لإرساء ملامح مهنية مبكرة ستظل مرجحاً لما تلاه من تطور. وكان في طليعة هذا الجيل الأستاذ طاهر الشبلي، أول مدير للإذاعة، ورافقه كل من محمود الشناوي مراقب البرامج، وزهدي أبو خليل المشرف الفني، وغازي حسين في إعداد البرامج وتقديمها، إلى جانب عبد الرحمن بن سيف المعاضيد، الذي التحق بالإذاعة في سنواتها الأولى وأسهم، على مدى ثلاثة عقود، في إدارة العمل البرامجي

«قطر على طريق البناء» هوية الأثير

منذ اللحظة الأولى التي ارتفع فيها صوت إذاعة قطر في الفضاء السمعي عام 1968، كانت البرمجة الإذاعية مرآة صادقة لتحولات الدولة، وامتداداً عضويًا لرؤية تأسيسية طموحة ترى في الإذاعة أداة لبناء الوعي، وربط المجتمع بمسار التنمية. وقد جاءت الخارطة البرمجية الأولى حصيلة تصوّر واضح لمهمة مزدوجة: تثبيت الحضور السيادي للدولة الحديثة، وصياغة خطاب إذاعي يلبي حاجة المجتمع إلى المعرفة والخدمة والتواصل.

استهلّ البث الرسمي ببرنامج «قطر على طريق البناء» الذي تولّى تقديمه زهير قدورة، جامعًا بين المعلومة الرسمية ونبض المشهد التنموي، عبر متابعة يومية لمشاريع الدولة، وتغطية أنشطة الوزارات، وتوثيق نمو المؤسسات الحديثة.

وتوزعت الدورة البرمجية المبكرة بين فقرات قصيرة تحمل طابعًا توجيهيًا أو معرفيًا، وبرامج ذات توجه تفاعلي مباشر، شكلت معًا نسيجًا سمعيًا متنوعًا ومتوازنًا. فكانت الفقرات الصباحية تشمل برامج مثل: «خاطرة الصباح»، و«ركن الأسرة»، و«من أقوال رسول الهدى»، بما تحمله من بُعد تأملي وتربوي، بينما حُصّصت الفترة المسائية لبرامج أكثر اتصالًا بالحياة اليومية ك«مع الشباب»، و«ركن العمل والعمال»، و«أنت والطبيب».

وما لبثت هذه البرامج أن بدأت تكتسب طابعًا دوريًا؛ بعضها يومي وبعضها أسبوعي، وهو ما ساهم في ترسيخها في ذاكرة المستمعين. فبرزت على سبيل المثال برامج مثل «حديث الأسبوع» و«ضيف الأسبوع» و«في آفاق المعرفة»، التي أدت دورًا تثقيفيًا مزوجة بين التبسيط اللغوي والدقة المعلوماتية. بينما اتخذت برامج مثل «ركن البادية» و«البرنامج الشعبي» طابعًا توثيقيًا للهوية الثقافية القطرية فتحت للمستمعين نافذة على موروثهم الشفهي والوجداني.

أما التفاعل مع الجمهور، فلم يكن خيارًا

محتواها وفقًا لتطلعات المستمعين وملاحظاتهم، التي توافدت من مختلف أنحاء قطر، بل ومن دول الخليج المجاورة.

كما شهدت سنوات العقد الأول ولادة برامج ثقافية أسهمت في تشكيل وعي أديبي عام، أبرزها «المجلة الثقافية»، الذي اعتمد في بنائه على محتوى معرفي محلي، وتقارير تُعد داخلًا، وفقرات مقروءة من الصحف والمجلات، إلى جانب مقتطفات من الإنتاج القطري والعربي. وقد كان هذا البرنامج مساحة مفتوحة لحضور الكلمة المكتوبة في فضاء الصوت، وربطًا حيًا بين الثقافة والمجتمع.

طارئًا، بل مبدأ أصيلًا في بناء العلاقة بين الإذاعة ومستمعها. وفي هذا الصدد حُصّصت الإذاعة برامج مستقلة لتلقي الرسائل الصوتية والمكتوبة، وكان من أبرزها «ما يطلبه المستمعون» و«البريد الإذاعي»، اللذان شكّلا جسرًا حية بين الاستوديو والجمهور، ووفّرا للإذاعة تغذية راجعة ساعدت على إعادة صياغة بعض البرامج، أو تعديل



الراحل عبدالرحمن بن سيف المعضادي، خلال فترة إدارته لإذاعة قطر (1975-1995)



مذيع الأخبار فوز العجمي

وفي مطلع الثمانينيات ظهر برنامج «وطني الحبيب صباح الخير» ليتّوج مسار العقد الأول، وينتقل به إلى مرحلة من الثبات الجماهيري، حيث اتخذ البرنامج منذ انطلاقه موقعًا مركزيًا في جدول البث الصباحي، جامعًا بين الخبر، والمتابعة المجتمعية، والخدمة العامة، ومعززًا بخطاب إذاعي وطني جعله، على مدى العقود، نافذة يومية تبدأ بها الإذاعة بثها، ويبدأ بها المستمعون يومهم. كانت تلك البرامج، في معظمها، محلية في الإعداد والتقديم والإخراج، محمولة على وعي الجيل الأول من الإذاعيين، ومتماهية مع وجدان المجتمع القطري. وقد ظلّ حضورها في ذاكرة المستمعين الأوائل مستمرًا بأصوات مذييعها، ومواعيد بثها، بل إن بعضها ما يزال يُبث، بصيغته الأصلية أو بتحديث جزئي، شاهدًا على النواة الأولى لإذاعة قطر.

وهكذا، تجاوزت البرمجة الإذاعية في عقدها الأول الاستجابة الإعلامية للراهن، إلى تأسيس مشروع ثقافي متكامل، نسجت من خلاله الإذاعة صورة الدولة الحديثة في خطاب يومي مسموع، ورَسخت به سجلًا وطنيًا أصيلًا في فهم تطور المجتمع، واستشراف تطلعاته، انطلاقًا من تجربة تأسيسية استثنائية تميّزت بالبساطة والصدق والالتحام الوثيق بالجمهور.



غازي حسين: أول مذيع قطري ظهر على إذاعة قطر



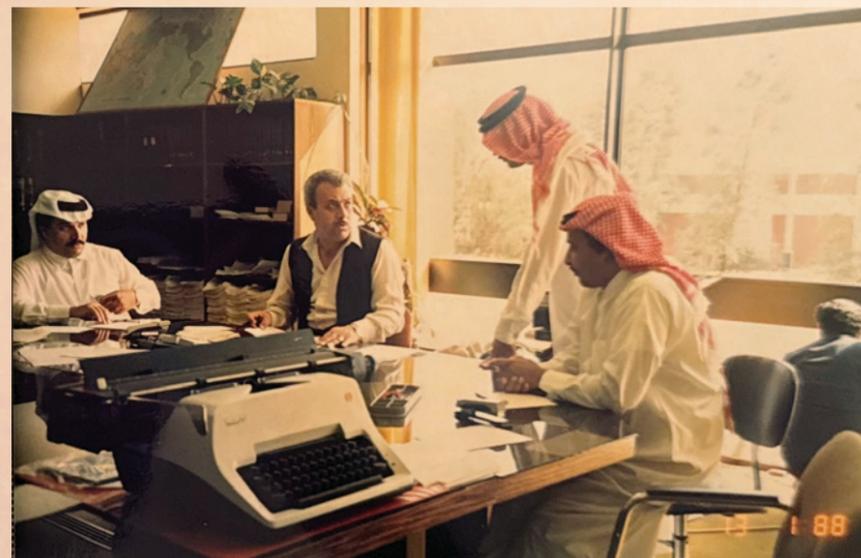
انطلق البث الرسمي الأول عام 1968 ببرنامج «قطر على طريق البناء» الذي قدّمه زهير قدورة، جامعًا بين المعلومة الرسمية ونبض المشهد التنموي.



المذيع محمد سلطان



المذيع محمد زينل



قاعة تحرير الأخبار في الثمانينات

تأسيس إذاعة قطر

انطلقت فكرة إذاعة قطر من قرار استراتيجي أواخر 1967، وتبلورت في سلسلة من الإجراءات العملية شملت التعاقد مع الخبرات العربية، وتجهيز البنية التقنية، ثم البث التجريبي الذي حقق تفاعلاً مبكراً مع الجمهور، وصولاً إلى الإعلان الرسمي في 25 يونيو 1968.

تعاقدت الحكومة مع الإعلامي طاهر الشبلي، المدير السابق لإذاعة فلسطين، للإشراف على تأسيس إذاعة قطر، وتشكيل فريق العمل الفني والبرامجي، الذي ضم مذيعين ومهندسين وإداريين من دول عربية متعددة. تخصصت الإذاعة مقر إداري مؤقت في منطقة «إرميلة»، بين قصر المرمر والقيادة العامة، بانتظار استكمال المقر الدائم ضمن مبنى الإذاعة والتلفزيون.

شرعت الإذاعة في إعداد دورتها البرمجية الأولى، وسجلت مجموعة من البرامج التأسيسية التي تناولت شؤون الأسرة والعمل والتعليم والمجتمع، إلى جانب إنتاج أول برنامج حوارى وطني بعنوان: «قطر على طريق البناء».

يناير
1969



صدر المرسوم بقانون رقم (1) لسنة 1969 بإنشاء إدارة الإعلام، وأدمجت إذاعة قطر رسمياً ضمن بنيته التنظيمية، بوصفها الجهاز الصوتي الرئيس للدولة، وتحت إشراف وكيل إدارة الإعلام لشؤون الإذاعة.



يونيو
1968

أقيم الحفل الرسمي لتدشين إذاعة قطر بحضور سمو الشيخ أحمد بن علي آل ثاني، حاكم البلاد آنذاك، ونائبه سمو الشيخ خليفة بن حمد آل ثاني. تضمن الحفل كلمة افتتاحية من مدير الإذاعة، وتلاوة قرآنية بصوت أحمد الملك، ثم قصيدة للشاعر حسن علي النعمة بعنوان «صوتك انطلق». بُثت وقائع الحفل مباشرة عبر الإذاعة، تلتها انطلاقة أول برنامج رسمي، معلنة بدء البث المنتظم بعبارة: «هنا إذاعة قطر من الدوحة».

مايو
1968



أبريل
1968

بدأ البث التجريبي للإذاعة من مبنى الإرسال في المرخية، بواقع ساعتين يومياً، على موجتين: قصيرة (100 ك.و) ومتوسطة (10 ك.و). تضمن البث أغاني وطنية وموسيقى ومواداً متنوعة، مع ندعات موجهة للمستمعين في الداخل والخارج لتقييم جودة الإرسال. تلقت الإذاعة رسائل من مستمعين داخل قطر ودول الجوار، عكست تجاوباً فورياً مع التجربة الناشئة.

مطلع
1968



نهاية
1967

اتخذ قرار تأسيس أول محطة إذاعية رسمية في الدولة، وأسند تنفيذ المشروع لشركة بريطانية، لتوريد الأجهزة وتجهيز استوديوهين ومحطة إرسال، إيداً ببدء مسار البث المؤسسي في قطر.



جانب من المواطنين والعاملين في التلفزيون في غرفة المراقبة يوم الافتتاح



تلفزيون قطر: ميلاد الشاشة الوطنية

في 15 أغسطس الماضي، احتفل تلفزيون قطر بمرور 55 عامًا على انطلاق بثه الأول عام 1970. وبهذه المناسبة يرمد هذا العرض مسيرة تلفزيون قطر خلال أربعة عقود مفضلية، من التأسيس إلى البث الفضائي، بما في ذلك التحول إلى البث الملون، وبناء البنية الإنتاجية، وتشكيل الهوية البصرية، وتوسيع التغطيات الوطنية، وصولاً إلى مرحلة التهيئة المؤسسية التي سبقت إنشاء المؤسسة القطرية للإعلام عام 2009.



سمو الشيخ خليفة بن حمد آل ثاني نائب الحاكم ورئيس الوزراء لدى زيارته لمبنى المرحلة الاولى من التلفزيون . ويرى سموه وهو يستمع الى شرح من السيد مدير ادارة الاعلام عن عمل لبعض الاجهزة .

أرشيف: (مجلة الدوحة العدد 11 سبتمبر 1970)



سمو نائب الحاكم ورئيس مجلس الوزراء ، وسعادة وزير العمل والشئون الاجتماعية والسيد مدير الاعلام ... وشرح عن عمل احد الاجهزة داخل التلفزيون



شهد تلفزيون قطر أول تحديث تقني كبير بتحويله إلى البث الملون، ما جعله من أوائل المحطات الخليجية التي اعتمدت هذه التقنية، وأسهم في تحسين جودة الصورة ومواكبة المعايير الإقليمية.

1970

- انطلاق أول بث تلفزيوني رسمي
- بدأ البث بالأبيض والأسود (من 3 إلى 4 ساعات يوميًا تقريبًا)

1974

- التحول إلى البث الملون
- تحسين جودة الصورة ومواكبة المعايير التقنية الإقليمية

1981

- افتتاح استوديو رقم (4)
- انطلاق إنتاج الدراما والبرامج الوثائقية محليًا
- تأسيس مكتبة البرامج الوطنية

1982

- إطلاق القناة الثانية بالإنجليزية (UHF - القناة 37)
- برامج وأفلام ووثائقيات موجهة لغير الناطقين بالعربية
- استمر البث حتى منتصف عام 2014



مبنى الإذاعة والتلفزيون في الدوحة : شقيقان ... ورسالة واحدة



البث الملون

عام 1982 قناة ثانية ناطقة باللغة الإنجليزية، تُبث عبر تردد (UHF - القناة 37)، مخصصة لغير الناطقين بالعربية داخل الدولة، حيث قدمت القناة مجموعة من البرامج والمسلسلات والأفلام الأجنبية، إلى جانب بث الوثائقيات والفعاليات الوطنية المهمة. وقد استمرت القناة الثانية في تقديم خدماتها لأكثر من ثلاثين عامًا، إلى أن أوقف بثها في منتصف عام 2014.

بعد أربع سنوات من انطلاقه شهد تلفزيون قطر أول تحديث تقني كبير تمثل في التحول إلى البث الملون عام 1974. وقد جاء هذا التطور في سياق الحرص على مواكبة المعايير التقنية المعتمدة في المنطقة آنذاك، وتوفير صورة أوضح وأكثر قدرة على مواكبة حاجات العرض البرامجي وتغطية المناسبات الرسمية والاجتماعية داخل الدولة.

خلال هذه الفترة، استمرت زيادة ساعات البث تدريجيًا، بالتزامن مع تطوير محتوى النشرات الإخبارية والبرامج الثقافية والدينية والاجتماعية، مع بروز الحاجة إلى توسعة قدرات الإنتاج الداخلي. وفي هذا السياق، تم في عام 1981 افتتاح استوديو رقم (4) ضمن منشآت تلفزيون قطر، مما أتاح لأول مرة إمكانية إنتاج أعمال درامية ووثائقية وبرامج باستخدام تجهيزات فنية متكاملة داخل الاستوديو الداخلي الذي شكّل نقطة انطلاق لتأسيس مكتبة برامجية توفّق الإنتاج الوطني المتلفز ضمن خطة تطوير برامجي تضمنت إعداد محتوى محلي يعبر عن البيئة القطرية ويخاطب مختلف شرائح المجتمع. وفي إطار التوسع اللغوي، أطلق التلفزيون في



مع اتساع ساعات الإرسال وتنوع البرامج بين الثقافية والخدمية والدينية والتراثية، أصبح التلفزيون «ضيماً حاضراً في كل بيت»

عامة تواكب ما يشهده البلد من نمو وتحول. وقد حرصت الدولة منذ التأسيس على أن يكون التلفزيون جهازاً عامًا موجهاً لجميع فئات المجتمع، فأتسع بثه تدريجيًا، وتنوع محتواه بين الثقافي، والخدمي، والديني، والتراثي. وسرعان ما أصبح تلفزيون قطر «ضيماً حاضراً في كل بيت»، كما وصفه الإعلام القطري لاحقاً، نظراً لحضوره الدائم في البيوت والمؤسسات، ومساهمته المبكرة في ترسيخ الثقافة المرئية.

انطلاق البث

في الخامس عشر من أغسطس عام 1970، شهدت قطر انطلاق أول بث تلفزيوني رسمي، معلنة بذلك دخول الدولة مرحلة الإعلام المرئي، بعد عامين فقط من إطلاق إذاعة قطر. وقد جاء هذا التأسيس في سياق وطني يتّجه نحو بناء مؤسسات حديثة، حيث مثل تلفزيون قطر إضافة نوعية إلى المشهد الإعلامي الناشئ، ووسيلة جديدة لنقل صوت المجتمع وصورته على أوسع نطاق.

بدأ البث بالأبيض والأسود لعدة ساعات يوميًا (من 3 إلى 4 ساعات تقريبًا)، وانطلق من مبنى الإذاعة والتلفزيون في الدوحة. واستهل الإرسال بظهور المذيع القطري عبد الوهاب المطوع، أحد أبرز الوجوه الإعلامية آنذاك، حيث خاطب الجمهور عبر الشاشة لأول مرة.

كان إطلاق التلفزيون مشروعًا وطنيًا له أبعاده السياسية والاجتماعية والثقافية، بوصفه منصة تعبر عن هوية المجتمع، وتوثق تطلعات أبنائه، وتنقل واقعهم وموروثهم على الشاشة الصغيرة. فجاءت الرسالة التلفزيونية الأولى بسيطة في إمكاناتها، لكنها راسخة في وظيفتها؛ إذ أسهمت منذ اليوم الأول في تقديم نشرات إخبارية وبرامج

البث الفضائي

في النصف الثاني من تسعينيات القرن العشرين، بدأت ملامح التحول نحو البث الفضائي تتبلور ضمن رؤية تهدف إلى توسيع نطاق حضور تلفزيون قطر خارج حدود البث الأرضي. وقد شكّل عام 1998 نقطة انطلاق رسمية لهذا التحول، إذ بدأ البث الفضائي للقناة الأولى عبر أقمار صناعية متعددة، من بينها عربسات، نايل سات، وهوتبيرد، فأتاح ذلك إيصال المحتوى التلفزيوني القطري إلى جمهور أوسع في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وبعض مناطق أوروبا.

كما واکب هذا الانتقال تطوير تدريجي في الدورة البرمجية، شمل زيادة ساعات البث اليومي ليتجاوز 18 ساعة، مع إدخال عناصر برمجية جديدة ذات طابع وثائقي وثقافي وتربوي، إضافة إلى البرامج الإخبارية الرئيسية. وخلال هذه المرحلة أيضاً، شرع التلفزيون في تخصيص مواسم درامية سنوية، تُعرض بشكل منتظم خلال شهر رمضان، مع التركيز على الإنتاج المحلي الذي يعكس البيئة القطرية ويستند إلى روافد أدبية وتراثية وطنية. كما تم تعزيز حضور البرامج الحوارية المتخصصة، التي تسلط الضوء على القضايا التنموية والاجتماعية.

أدى الانتقال إلى البث الفضائي إلى توسيع الأثر الإعلامي للتلفزيون، وفتح المجال أمامه للمشاركة الفاعلة في المهرجانات والملتقيات الإعلامية العربية والدولية، باعتباره جهازاً رسمياً يمثل الدولة، ويعكس صورتها على المستويين الإقليمي والدولي. وكل ذلك تطلب مرحلة جديدة من التطوير، تم خلالها تعزيز القدرات التقنية والبرمجية، تمهيداً لما سيلبي لاحقاً من تحديثات مؤسسية أوسع في مطلع الألفية.



تطوير الشعار والهوية البصرية

شهدت بداية الألفية الجديدة توجّهاً مؤسسياً نحو تعزيز حضور تلفزيون قطر شكلاً ومضموناً، من خلال تحديث الهوية البصرية للقناة، وتطوير دورتها البرمجية. وقد مثل عام 2001 محطة أولى في هذا المسار، حيث تم إطلاق هوية جديدة شملت الشعار، والفواصل البصرية، والمقدمة النمطية للنشرات والبرامج.

واعتمدت القناة في هذه المرحلة سياسة إنتاج موسمي منتظم، خصوصاً خلال شهر

شعار الصقر (1970-2000):
تصميم المهندس المصري فؤاد محمد أحمد الشبيني، مهندس الديكور في تلفزيون قطر آنذاك، واعتمد منذ افتتاح التلفزيون حتى عام 2000. يتكون الشعار من ثلاثة عناصر متداخلة هي: رأس الصقر في الجزء الأبرز، وبرج الإرسال الأرضي في الوسط، والبكرات في الجزء السفلي.

شعار الدانة (2001-2012):
تصميم الفنان التشكيلي القطري محمد علي عبدالله، مقدم برنامج "الرسام الصغير" آنذاك، وأدمجت فيه عناصر تراثية مستوحاة من نوافذ العمارة التقليدية الموجودة في المباني القديمة وسوق واقف، والدانة في المركز، والمثلثات التسعة التي تطابق عدد مثلثات العلم القطري، فضلاً عن حرف القاف الأول من اسم "قطر".

(ديسمبر 2012 - حتى الآن)
مع الانطلاقة الجديدة لتلفزيون قطر في 16 ديسمبر 2012، اعتمد الشعار الثالث متميزاً بخطوطه البسيطة وتصميمه المباشر.



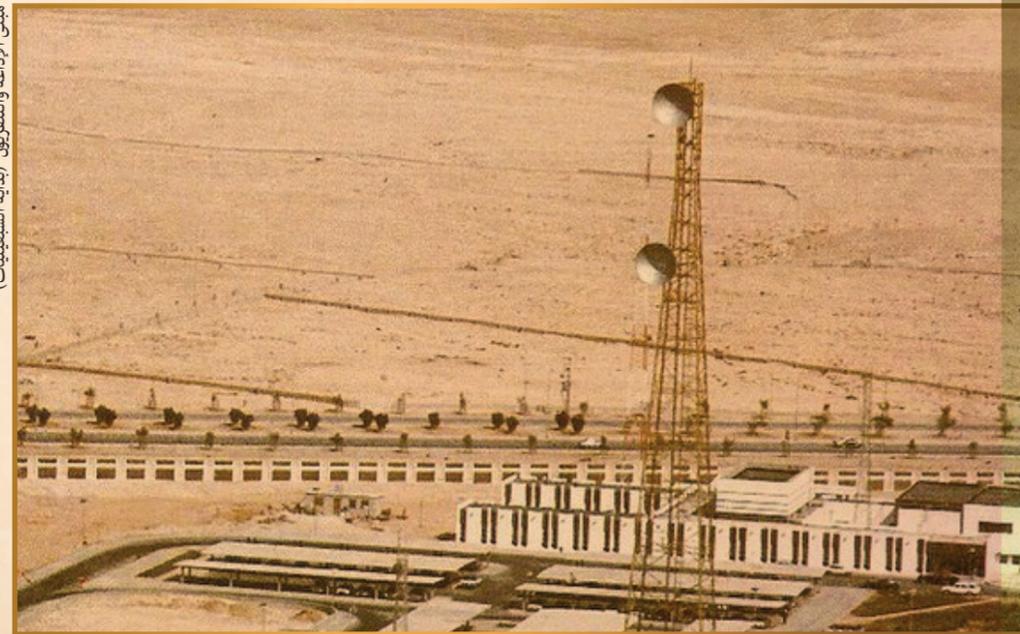
رمضان، حيث تم إنتاج عدد من الأعمال الدرامية التاريخية والاجتماعية، ذات الطابع المحلي أو العربي المشترك. كما خُصصت مساحات زمنية للبرامج الوثائقية الثقافية والدينية، والبرامج التفاعلية الحوارية، مما أضاف تنوعاً برامجياً يعكس طيفاً واسعاً من اهتمامات الجمهور.

رمضان، حيث تم إنتاج عدد من الأعمال الدرامية التاريخية والاجتماعية، ذات الطابع المحلي أو العربي المشترك. كما خُصصت مساحات زمنية للبرامج الوثائقية الثقافية والدينية، والبرامج التفاعلية الحوارية، مما أضاف تنوعاً برامجياً يعكس طيفاً واسعاً من اهتمامات الجمهور.

في موازاة ذلك، شهدت الدورة البرمجية إعادة توزيع زمنية لفترات البث، مع المحافظة على حضور نشرات الأخبار في فتراتها التقليدية، وتكثيف المواد المسجلة في الفترات المسائية، خاصة نهاية الأسبوع. وقد عملت إدارة القناة خلال هذه المرحلة على استقطاب عدد من الكفاءات الإعلامية الوطنية والعربية، وتنويع أشكال العرض الإخباري.

أما على صعيد الهوية البصرية، فقد عكست

رغبة المواكبة والتحديث، دون التفريط في الرمزية الوطنية، وهو ما عكسه اعتماد تصاميم تستند إلى مفردات الثقافة القطرية من جهة، وتستجيب لمتطلبات العرض الفضائي من جهة أخرى. وقد عرف تلفزيون قطر منذ التأسيس ثلاث شعارات رئيسية: شعار الصقر في البدايات، تلاه شعار الدانة في الثمانينيات، ثم الشعار الذي تم اعتماده مطلع الألفية، قبيل الانتقال إلى نظام البث عالي الوضوح لاحقاً.





واكب تلفزيون قطر نهضة الدولة، من خلال تغطيته للأحداث الوطنية وبرامجه الثقافية وإنتاجاته الدرامية التي شكّلت معاً سجلاً لتاريخ قطر الحديث.



شاشة للدولة والمجتمع

أما في مجال البرامج الثقافية والدينية، فقد حافظ التلفزيون على إنتاج منتظم لبرامج حوارية ومجلات متنوعة، إلى جانب أعمال مسجلة تناولت قضايا اجتماعية آنية بمنظور محلي. كما قدّم سلسلة من الوثائقيات التي أرخت لمعالم قطر وتاريخها السياسي والاجتماعي، وأسست لأرشيف بصري يُوثق تطور البلاد بأسلوب تلفزيوني سردي.

وفي ميدان الدراما، واصل التلفزيون دعمه للإنتاج المحلي عبر دورات سنوية، خاصة في شهر رمضان، تنوّعت بين الأعمال التاريخية والاجتماعية، مع استضافة وجوه وطنية من كُتاب ومخرجين وممثلين، ضمن شراكات إنتاجية جمعت تلفزيون قطر بمؤسسات خليجية وعربية. وقد مثّل هذا التوجّه رافداً إضافياً لبناء ذاكرة درامية محلية ارتبطت باسم تلفزيون قطر.

وعلى امتداد هذه المحطات، اتسم المحتوى المقدم خلال هذه المرحلة بالتدرج والتنوع، ويتوازن دقيق بين الرسالة العامة والاحتراف المهني، وهو ما عزز ترسيخ موقع تلفزيون قطر باعتبارها قناة وطنية شاملة، تنقل نبض المجتمع، وتعكس ازدهار الدولة، وتعبّر عن تطلعاتها للمستقبل.

على امتداد أربعة عقود، اضطلع تلفزيون قطر بدور إعلامي عام يعكس اهتمامات المجتمع، ويوثق الفعاليات الرسمية والثقافية. وقد حافظ على هذا التوجه عبر برامج متنوعة شملت البرامج الإخبارية والثقافية والتوعوية، فضلاً عن الوثائقيات والمحتوى الترفيهي، في إطار دورة بث منتظمة تستجيب لتنوع الشرائح الاجتماعية.

ومن أبرز تجليات هذا الدور، التغطيات الشاملة التي قدمها التلفزيون للمناسبات الوطنية الكبرى، وفي مقدمتها احتفالات اليوم الوطني، والزيارات الرسمية، وافتتاح المشاريع الاستراتيجية. كما نقل جلسات مجلس الشورى، وواكب الأنشطة الحكومية والمجتمعية ضمن إطار توثيقي يعكس وظيفته المؤسسية. وكان من مظاهر هذا الحضور، مواظبة القناة على بث نشرات يومية بلغات متعددة، مع تركيز خاص على المحتوى المحلي في نشرات المساء، واعتماد نمط تقديم يجمع بين الخبر الرسمي والتقارير الميدانية. وقد رافق ذلك إدخال تحسينات تقنية على استوديو الأخبار مطلع الألفية، شملت الخلفيات الرقمية، وتعدد زوايا التصوير، وتطوير المادة البصرية المصاحبة.



الإعلاميين القطريين الذين شاركوا في تقديم البرامج وإعدادها، وأسهموا في إثراء المضمون البرمجي للقناة، كما خضعت الدورة البرمجية خلال هذه المرحلة لمراجعة شاملة استجابت لاحتياجات الجمهور المحلي المتجددة، وتطلعات فئة الشباب. وكان من أبرز مظاهر ذلك إطلاق برامج شبابية وثقافية جديدة، وتفعيل أدوات التفاعل مع الجمهور عبر الرسائل النصية ومنصات الإنترنت.

وتعزز هذا التطور بمبادرات تنظيمية على مستوى العمل الداخلي، تمثلت في تقسيم الوحدات الفنية والإنتاجية إلى فرق متخصصة، واعتماد جداول بث مرنة تُراجع بصفة دورية بالتنسيق مع الإدارة العليا. وقد أسهمت هذه التحديثات في رفع كفاءة الأداء، وتهيئة تلفزيون قطر لتحولات بنوية أشمل يشهدها بصور القرار الأميري رقم (9) لسنة 2009 بإنشاء المؤسسة القطرية للإعلام، ضمن رؤية استراتيجية متكاملة لإعلام وطني حديث ومتطور.



شكّلت عمليات التطوير التقني، وتوسيع البرامج، وتأهيل الكفاءات القطرية الشابة الأساس التنظيمي والتقني للتحوّل المؤسسي الكبير الذي رشّح مسار الإعلام الوطني الحديث.

المرحلة الانتقالية

في السنوات التي سبقت صدور القرار الأميري بإنشاء المؤسسة القطرية للإعلام عام 2009، شرع تلفزيون قطر في تنفيذ سلسلة من الخطوات التحديثية على المستويين الإداري والتقني، تعكس توجّهاً عاماً نحو تعزيز بيئة العمل الإعلامي في الدولة، وإرساء مقومات تنظيمية تواكب النقلة المرتقبة في هيكله القطاع.

في هذا السياق، خضع استوديو الأخبار لعملية تحديث شاملة شملت تجهيزات البث، وإدخال أنظمة الجرافيك المتقدمة، واعتماد كاميرات رقمية حديثة، إلى جانب توسعة غرف التحكم، وهو ما انعكس إيجاباً على جودة الصورة وتنوع أساليب التقديم. كما استُحدثت عناصر تصميمية جديدة للخلفيات الافتراضية الخاصة بالنشرات والبرامج الحوارية، في إطار سعي القناة إلى اعتماد هوية بصرية أكثر تناسقاً مع متطلبات العرض الإخباري المعاصر في حينه.

بموازاة ذلك، استمر التركيز على استقطاب الكفاءات القطرية الشابة، وتوفير فرص التدريب والتأهيل في مجالات الإنتاج، والإخراج، والتحرير التلفزيوني. وقد أفضى ذلك إلى بروز مجموعة من



2009

صدور القرار الأميري رقم (9) لسنة 2009 بإنشاء المؤسسة القطرية للإعلام. تلفزيون قطر يصبح رسميًا إحدى الوحدات الرئيسية ضمن هيكل المؤسسة.

2001

إطلاق هوية بصرية جديدة تشمل الشعار والفواصل ومقدمات النشرات. تثبيت موسم درامي رمضاني سنوي ضمن خطة إنتاج منتظمة.

1974

التحول إلى البث الملون بعد أربع سنوات من التشغيل التجريبي. اعتماد نظام تصوير ملون يعزز من جودة الصورة وتنوع المحتوى البصري.



2008-2003

تحديث تدريجي لاستوديو الأخبار. إدخال أنظمة الجرافيك والخلفيات الافتراضية. استقطاب كوادر قطرية وتطوير البرامج الحوارية.



1982

إطلاق القناة الثانية باللغة الإنجليزية على تردد UHF القناة 37. تخصيصها للجاليات غير الناطقة بالعربية، وبث المسلسلات والبرامج الأجنبية.



1971

انطلاق أول بث تلفزيوني رسمي بدأ بالبث بالأبيض والأسود (من 3 إلى 4 ساعات يوميًا تقريبًا)

نهاية 2008

بدء التمهيد المؤسسي لضم تلفزيون قطر إلى المؤسسة القطرية للإعلام. إعادة هيكلة فرق الإنتاج والبرمجة استعدادًا للتكامل المؤسسي.

1998

بدء البث الفضائي للقناة الأولى عبر أقمار: عربسات، نايل سات، وهوتبيرد. ارتفاع ساعات البث إلى أكثر من 18 ساعة يوميًا. توسع التغطية الإقليمية وتطوير الدورة البرمجية.

1981

افتتاح «استوديو 4» لتعزيز الإنتاج الداخلي للبرامج والأعمال الدرامية. بداية التوسع في الإنتاج المحلي المسجل داخل المؤسسة.

نموذج حديث للإعلام القطري

بعد إرساء الهيكل الإداري والتنظيمي للمؤسسة خلال عامها الأول، دخلت المؤسسة القطرية للإعلام مرحلة تنظيم بنيتها المؤسسة الداخلية، وتوسيع نطاق تغطيتها الإعلامية، حيث جرى ضم المؤسسات الإعلامية الرسمية تحت إشراف موحد، وتحديث وحدات الإنتاج والبث استجابة للتوجه المؤسسي الجديد.

على الصعيد الإذاعي، انضمت إذاعة صوت الخليج، وإذاعة البرنامج الإنجليزي، وإذاعة القرآن الكريم إلى هيكل المؤسسة، إلى جانب إذاعة قطر بوصفها المحطة الأم. وفي عام 2011، أطلقت المؤسسة إذاعة أوريكس الناطقة بالفرنسية، لتكون أول محطة فرنكوفونية في قطر والخليج.

وفي عام 2012، انتقل تلفزيون قطر إلى البث عالي الوضوح (HD)، واعتماد هوية بصرية جديدة تستند إلى الرمزية الوطنية والمعايير التقنية الحديثة. وترافق ذلك مع إنشاء استوديوهات إنتاج متقدمة، وتطوير منظومة النقل الخارجي بعربات بث رقمية، مما عزز قدرة المؤسسة على تغطية الفعاليات الميدانية وتوسيع نطاق البث محلياً وخارجياً.

وتزامناً مع هذا التطوير، سعت المؤسسة إلى بناء نموذج تشغيلي موحد يربط بين التلفزيون والإذاعة والمنصات الرقمية، عبر تشكيل لجان تحريرية وفنية مشتركة تُعنى بتنسيق المحتوى وتوحيد الرسائل الإعلامية في التغطيات الكبرى والمناسبات الوطنية، بما يعزز الانسجام المهني وفعالية الأداء.

وفي مجال الإعلام الرياضي، عززت المؤسسة حضورها من خلال تطوير قناة الدوري والكأس، التي تحولت مع نهاية عام 2013 إلى شبكة قنوات الكأس الرياضية، لتضم ثماني قنوات متخصصة تجمع بين البث المفتوح والمشفر، وتواكب البطولات الكبرى على المستويين الإقليمي والدولي.

وقد أسست هذه المرحلة لبنية تشغيلية مستقرة، جمعت تحت مظلة المؤسسة مختلف الوحدات الإعلامية القائمة، وأرست نموذجاً تنظيمياً موحدًا مكن المؤسسة من مواكبة التحولات وتعزيز قدرتها على التخطيط الإعلامي بعيد المدى.



وتوفير وتقديم البرامج والأعمال والخدمات الإذاعية والتلفزيونية المحلية والعالمية وتسويقها؛ التعاقد مع الجهات الحكومية والخاصة، والمؤسسات والمنظمات الخليجية والعربية والدولية؛ استخدام الوسائط الرقمية، وتأسيس الشركات الإعلامية أو المساهمة فيها، بعد موافقة مجلس الوزراء.

وقد نص القرار على أن يتولى إدارة المؤسسة رئيس ورئيس تنفيذي، يصدر بتعيينهما قرار أميري، على أن يمثل الرئيس المؤسسة ويرسم السياسة العامة، ويكون له جميع السلطات والصلاحيات اللازمة لإدارة شؤون المؤسسة وتحقيق أهدافها. كما يتولى الرئيس التنفيذي، تحت إشراف الرئيس وفي إطار السياسة العامة للمؤسسة، تصريف جميع شؤونها الفنية والإدارية والمالية.

ومنذ إنشائها، تولّى سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني رئاسة المؤسسة، مشرفاً على مرحلة التأسيس، وبناء البنية التنظيمية والإدارية والفنية، بما ينسجم مع أحكام القرارات الأميرية، ويعكس الرؤية الوطنية لتطوير الإعلام الرسمي.

منظومة متكاملة تحت مظلة واحدة إحداث المؤسسة القطرية للإعلام

تجسد المؤسسة القطرية للإعلام التحول المفصلي الذي أعاد تنظيم الإعلام الرسمي في دولة قطر ضمن رؤية إصلاحية شاملة، تبلورت بإصدار القرار الأميري رقم (9) لسنة 2009 بإنشاء المؤسسة، ثم القرار رقم (33) لسنة 2014 بإعادة تنظيمها، والذي رسّخ موقعها باعتبارها جهة تتبع مجلس الوزراء وتنهض بمسؤولية تطوير البنية الإعلامية للدولة. وقد أسند إلى المؤسسة دور محوري في توحيد وحدات البث العام تحت مظلة واحدة تُدار بنموذج مهني يوازن بين الهوية الثقافية والانفتاح الإعلامي، ويرتكز على الكفاءة والتحديث، بما ينسجم مع رؤية قطر الوطنية 2030. ومن هذا المنطلق، نهضت المؤسسة بدورها بمرجعية مهنية راسخة، وانفتاح وإع على المحيطين الإقليمي والدولي، باعتبارها محور ارتكاز المشهد الإعلامي الوطني.

وإدارتها على أسس تجارية. وقد نص القرار على أن تهدف المؤسسة إلى تحقيق الرسالة البناءة للإعلام الإذاعي المسموع والمرئي بكفاءة ومهنية عالية، وأن تمارس في سبيل ذلك عددًا من الاختصاصات، من بينها:

بث الخدمة الإذاعية والتلفزيونية داخل الدولة وخارجها، ودعم وتطوير أجهزة المؤسسة ومرافقها وفقاً للأساليب العلمية الحديثة؛ تخطيط وتطوير وإنتاج وتسجيل وتوثيق وإعداد

وفي الثامن عشر من مارس عام 2009، صدر القرار الأميري رقم (9) بإنشاء المؤسسة القطرية للإعلام، حيث نص القرار على أن تكون لها شخصية معنوية، وموازنة تلحق بموازنة مجلس الوزراء، وأن تُدار على أسس تجارية.

وفي عام 2014، صدر القرار الأميري رقم (33) ليُعيد تنظيم المؤسسة بصورة شاملة، مُلغياً القرار السابق، ومُقرراً تعيينها لمجلس الوزراء، مع احتفاظها بشخصيتها المعنوية

جاء إنشاء المؤسسة القطرية للإعلام في سياق إصلاحات إعلامية وتشريعية شهدتها الدولة منذ أواخر تسعينيات القرن الماضي، بدأت بإلغاء وزارة الإعلام عام 1998، وصولاً إلى تبلور الحاجة إلى إطار مؤسسي حديث يواكب متطلبات المرحلة، ويجمع الإذاعة والتلفزيون والوسائط الرقمية ضمن منظومة متكاملة تعمل بكفاءة ومرونة، في إطار السياسة العامة للدولة.



أنشئت المؤسسة في إطار تحولات تشريعية ومؤسسية هدفت إلى إعادة بناء المشهد الإعلامي على أسس حديثة تواكب التطور العالمي، وتجسد رؤية الدولة لإعلام وطني مهني يعبر عن سياساتها ويواكب ديناميكية الصناعة الإعلامية.

تحديث بنية البث نموذج وطني متعدد المنصات واللغات

شهدت المؤسسة القطرية للإعلام خلال السنوات (2016-2022) تطوراً شاملاً في بنيتها التقنية وحضورها الإعلامي، وذلك انطلاقاً من إدراكها لتحولات المشهد الإعلامي العالمي وما تفرضه من تحديث للأدوات وتوسيع لقنوات الوصول وتعدد في اللغات والمنصات.

وقد بدأت المؤسسة مرحلة تطوير متكاملة استهدفت البنية التحتية للإنتاج والبث، شملت تجهيز غرف أخبار رقمية واستوديوهات عالية الوضوح وأنظمة مونتاج متقدمة، إضافة إلى تزويد عربات النقل الخارجي بتقنيات بث فضائي حديثة مكّنت من التفاعل اللحظي مع الأحداث محلياً ودولياً بكفاءة تشغيلية عالية حيث قدم تلفزيون قطر في عام واحد ما يزيد على 2900 تقرير إخباري، مع تغطية مكثفة للزيارات الرسمية واللقاءات الثنائية والجولات الخارجية لقيادة الدولة.

وانسجاماً مع هذا التوجه، أطلقت المؤسسة منصة QMC NOW لتكون واجهة رقمية موحدة تتيح البث الحي لجميع القنوات والإذاعات عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مع خدمات تفاعلية ومحتوى حسب الطلب. كما خضعت مواقع المحطات لتحديثات تصميمية ووظيفية تجسد التوجه المؤسسي نحو إعلام متعدد المنصات، وعززت خدمات البث الرقمي عبر تطوير أنظمة التشغيل الآلي للإذاعات وربط المحتوى الصوتي بمنصات أرشفة رقمية متقدمة تتيح حفظ واستدعاء آلاف الساعات من التسجيلات.

غير أن التطوير التقني لم يكن وحده ميزة لهذه المرحلة، حيث واصلت المؤسسة توسعها في تقديم خدمات موجهة لجمهور غير ناطق بالعربية، فإلى جانب إذاعة QBS بالإنجليزية وإذاعة أوريكس بالفرنسية، أطلقت المؤسسة في نوفمبر 2022 إذاعة «هولا قطر» الناطقة بالإسبانية بالتزامن مع استعداد الدولة لاستضافة بطولة كأس العالم FIFA قطر 2022، انسجاماً مع توجهها نحو انفتاح

إعلامي متعدد اللغات يواكب الأحداث الدولية ويخاطب جمهوراً متنوعاً بلغته وثقافته.

كما واصلت المؤسسة على صعيد التغطيات الوطنية، الاضطلاع بالتغطية الشاملة لاحتفالات اليوم الوطني لدولة قطر عبر بث مباشر للعرض الرسمية وفعاليات درب الساعي والبرامج الثقافية المصاحبة، بمشاركة جميع وحداتها من تلفزيون وإذاعة ونقل خارجي ومواقع إلكترونية ضمن خريطة بث منسقة تعكس صورة وطنية موحدة على كل المنصات. وتنوعت التغطيات بين النقل المباشر والتقارير المصورة والبرامج الحوارية المصاحبة.

وشكلت الاستحقاقات الرياضية الكبرى مجالاً بارزاً لتكامل أداء المؤسسة، لا سيما عبر قنوات الكأس التي غطت بطولات إقليمية ودولية استضافتها الدولة مثل بطولة آسيا لكرة القدم وألعاب القوى وبطولات الخليج، مقدمة استوديوهات تحليلية وبرامج وثائقية ورياضية متخصصة رسخت صورة قطر كمرکز رياضي إعلامي حديث. وبلغ هذا الأداء ذروته في الاستعدادات لبطولة كأس العالم FIFA قطر 2022، حيث وضعت المؤسسة خطة إعلامية شاملة دعمت بموجها البنية التقنية وأطلقت برامج تحليلية خاصة ووسعت خدمات البث الرقمي بلغات متعددة.

أنتجت المؤسسة خلال هذه الفترة سلسلة من الأفلام الوثائقية الوطنية، أبرزها سلسلة «قطر 1971» بمناسبة اليوبيل الذهبي للاستقلال وسلسلة «ذاكرة قطر» التي وثقت محطات مفصلية في تاريخ الدولة من خلال أرشيف الإذاعة والتلفزيون. ولم تقتصر التغطيات على الداخل، بل شاركت في نقل صورة قطر إلى الخارج عبر تغطية المؤتمرات الدولية وجلسات الأمم المتحدة والقمم الخليجية والعربية، حيث أعدت تقارير تحليلية وقدمت نشرات بلغات مختلفة تأكيداً لدور الإعلام القطري في تقديم روايته الخاصة وفق معايير مهنية موضوعية تجسد قدرة المؤسسة على تحويل الحدث إلى خطاب إعلامي موحد ومتعدد



الوسائل، يعزز مكانتها بصفها مؤسسة قادرة على مواكبة اللحظة الوطنية والتموضع بثبات ضمن المشهد الإعلامي الإقليمي والدولي.

وبذلك كرست هذه المرحلة حضور المؤسسة في الفضاء الرقمي وأسست لبيئة إعلامية حديثة تستند إلى المرجعية الثقافية للدولة وتجمع بين جودة المحتوى وتطور التقنية وتنوع الخطاب، على نحو عزز فاعلية الوصول إلى جمهور متعدد داخل قطر وخارجها.

منصات التحول الرقمي منظومة متكاملة لجمهور عالمي

شهد الإعلام العالمي خلال العقد الأخير تحولات عميقة في آليات إنتاج المحتوى وتوزيعه، دفعت المؤسسات الإعلامية العامة إلى اعتماد منظومات رقمية متعددة المنصات تستجيب لتغير أنماط التلقي. وقد برز في الممارسات المهنية اتجاه يقوم على إعادة تنظيم البث والنشر وفق نموذج منصات متكامل، يعتمد على محتوى قصير ومخصص، وتوزيع مرّن لا يرتبط بجدولة البث التقليدية. وفي هذا السياق، باتت مؤسسات الإعلام العام تعتمد تدريجياً أطراً مشابهة لما ورد في نماذج التحول الرقمي المطبقة في بيئات دولية مختلفة، حيث تتكامل البنية التقنية مع المنصات الرقمية المتنوعة، وتُعاد صياغة العلاقة بين البث الخطي والخدمات الرقمية التفاعلية.

في سياق هذه التحولات، تبنت المؤسسة القطرية للإعلام مقارنة تدريجية للتحول

الرقمي، تقوم على ثلاثة محاور: تحديث البنية التقنية، وتطوير خدمات البث الرقمي عبر مختلف الأجهزة، وبناء منصات متعددة اللغات موجهة لجمهور دولي. فضلاً عن مشاركة فاعلة في الاجتماعات المهنية الإقليمية التي تناقش تحديات التحول الرقمي وتطوير السياسات التحريرية والتقنية.

وكانت البداية بتحديث البث التلفزيوني استناداً على بنية بث رقمية عالية الدقة مع تجهيز مرافق الإنتاج بالتقنيات الحديثة، وهو ما وفّر قاعدة فنية تتلاءم مع التحولات العالمية في صناعة الإعلام. وقد أدى هذا التحديث إلى رفع كفاءة البنية الأساسية للبث، وجعلها قادرة على استيعاب توسع لاحق في نطاق النشر والخدمات الإعلامية، سواء عبر البث الخطي أو عبر المنصات الرقمية.

وفي هذا السياق تم إطلاق منصة Qatar

(Q Plus+) باللغة الإنجليزية التي شكّلت خطوة واصله بين البث التقليدي والنشر الرقمي، إذ مثلت المنصة توسعاً في اتجاه مخاطبة جمهور دولي بلغته، مع الاعتماد على محتوى مصمم لبيئات النشر الحديثة. وقد استندت المنصة إلى إنتاج مواد مرئية ونصية قصيرة تتناسب مع آليات التصفح السريع عبر الإنترنت، إلى جانب تقديم تغطيات إخبارية وثقافية، أسهمت في ولوج المؤسسة إلى نطاق النشر الرقمي المتخصص. حيث أتاح هذا التطور مقارنة جديدة للمحتوى، تقوم على تقديم معلومات مركزة، وإبراز جوانب تتعلق بالحياة اليومية والثقافة المحلية في قطر، بما يعزز حضور المحتوى القطري في فضاءات رقمية واسعة الانتشار.

وتبلورت هذه التحديثات مع إطلاق منصة «تابع» التي جمعت بين خدمة البث المباشر للقنوات التلفزيونية والإذاعية التابعة للمؤسسة، وبين توفير مكتبة مواد مرئية تتيح للمستخدم اختيار المحتوى وفق حاجته. وتعد المنصة إحدى أبرز المحطات في مسار التحول الرقمي، لما توفره من خدمات رقمية تحت الطلب، تمكن المستخدم من الوصول إلى المحتوى على الأجهزة الذكية وشاشات التلفزيون الحديثة، مع توفير جودة بث عالية، قائمة على البث المباشر وإتاحة المشاهدة غير المقيدة بالوقت.

كما عزّزت المؤسسة خلال عام 2025 حضورها الرقمي، من خلال إطلاق منصتي Q37 و Q Business باللغة الإنجليزية. وتمثل المنصتان نموذجاً متقدماً في المحتوى المتخصص الموجه إلى الجمهور الدولي، حيث تنتهج Q37 رؤية تحريرية تُبرز ملامح الهوية المحلية في سياق بصري مختصر. بينما تختص Q Business بالمحتوى الاقتصادي والمالي، بأسلوب تحليلي مبسط يواكب تطورات الاقتصاد القطري.

تمثل هذه المنصات الرقمية المتعددة نموذجاً للتحول المنهجي الذي تتبناه المؤسسة القطرية للإعلام، حيث يتكامل البث التقليدي مع الخدمات الرقمية ضمن استراتيجية تستهدف الوصول لجمهور متنوع عبر قنوات متعددة، على نحو يضع المؤسسة في موقع متقدم ضمن مؤسسات الإعلام العام الإقليمية، ويعكس مواكبتها لمتطلبات النشر الرقمي العالمي.



اعتمدت المؤسسة نهجاً تقنياً متكاملًا لتحديث بنيتها الإنتاجية والبيئية، بما يعزز جاهزيتها لمواكبة الثورة الرقمية وتقديم محتوى متطور بمعايير عالمية.



من خلال إنتاجها الوثائقي والبرامجي، أرست المؤسسة رؤية إعلامية توثق مسيرة الدولة وتقدم روايتها الخاصة بموضوعية ومهنية تعززان حضور قطر في المشهد الدولي.



تخطيط بعيد المدى

شكّل صدور القرار الأميري رقم (33) لسنة 2014 محطة مفصلية في مسار المؤسسة القطرية للإعلام، إذ مثّل الإطار القانوني الذي انطلقت منه المؤسسة نحو ترسيخ بنيتها الإدارية، وتطوير أدواتها التنظيمية، تمهيداً للانتقال من مرحلة الهيكلة الأولية إلى التخطيط المؤسسي بعيد المدى.

فمع تثبيت الهيكل الإداري الجديد، بدأت المؤسسة مرحلة إعادة تنظيم العمليات الداخلية، وتعزيز آليات التنسيق بين وحداتها المختلفة، بما ينسجم مع الاختصاصات المنصوص عليها، ويعكس التوجّه نحو العمل بنموذج مؤسسي مرن يوازن بين الاستقلالية والحوكمة.

وفي سياق تفعيل الإطار الإداري الجديد، انطلقت المؤسسة في ترسيخ آليات الحوكمة الداخلية، وتطوير بيئة العمل المؤسسي بما يعزّز كفاءة الأداء ويُرسّخ فعالية التشغيل. وذلك انسجاماً مع مرتكزات رؤية قطر الوطنية 2030، لا سيما فيما يتصل بتنمية الكوادر الوطنية، ورفع كفاءة المؤسسات العامة، وتحديث البنية التحتية التقنية، بوصفها ركائز محورية في بناء جهاز إعلامي وطني قادر على مواكبة التحوّلات التنموية، والإسهام في ترسيخ الهوية وتعزيز الحضور المؤسسي للدولة داخلياً وخارجياً.

وشهدت هذه المرحلة توسيع نطاق التعاون بين المنصات الإذاعية والتلفزيونية والرقمية، من خلال فرق عمل تحريرية وفنية مشتركة تُعنى بتنسيق التغطيات، وتوحيد الرسائل الإعلامية في المناسبات الوطنية والتغطيات الكبرى، ضمن إطار يعزّز الانسجام المهني والرسالة الإعلامية المتكاملة.

كما أفضت هذه المرحلة إلى بناء أدوات مؤسسية جديدة تُعنى بقياس الأداء وضبط الجودة التشغيلية، وتأسيس أطر داخلية للتنسيق بين القطاعات، بما يعكس التوجّه نحو إعلام وطني موحد الهوية ومتعدد الوسائط. وقد مهّدت هذه الخطوات لانتقال المؤسسة من طور التنظيم الإداري إلى مستوى أعلى من التخطيط والتأطير الاستراتيجي، ضمن رؤية طويلة المدى، تدعم التحوّل التدريجي نحو بيئة إعلامية رقمية مستدامة.



مثّل القرار الأميري رقم (33) لسنة 2014 نقطة تحول محورية في مسار المؤسسة القطرية للإعلام، إذ أرسى الأسس القانونية والتنظيمية التي مكنتها من الانتقال إلى مرحلة التخطيط المؤسسي طويل المدى



مقياساً سنوياً للكفاءة، يُراجع وفق مؤشرات مهنية واضحة تستجيب لمتطلبات كل إدارة.

وفي موازاة هذا البرنامج التدريبي، شهدت هذه الفترة تطورات تقنية متدرجة، شملت تحديث استوديوهات الأخبار، وإدخال أدوات العرض الذكي، وتطوير البنية الرقمية لمنصات التلفزيون والإذاعة، إلى جانب التوسّع في خدمات البث المباشر والمحتوى الرقمي الموجه لجمهور الشباب، وذلك ضمن رؤية منسجمة مع أهداف رؤية قطر الوطنية 2030 في بناء منظومة إعلامية وطنية حديثة، مستجيبة لمتغيرات العصر.

وقد أثمرت هذه الجهود عن عودة ملحوظة للكفاءات القطرية الشابة إلى واجهة العمل الإعلامي، لا سيما في مجالات التقديم والإعداد والإخراج وتنسيق البث، مما أسهم في تجديد الخطاب الإعلامي وتعزيز الثقة بالمحتوى المحلي، وتكريس الهوية المهنية للمؤسسة. لتشكل هذه المرحلة أرضية مؤسسية مهيأة لانطلاق التحوّل الأكبر في عام 2023، حين بدأت ملامح التوسّع الرقمي والانفتاح الخارجي تتبلور بشكل أوضح ضمن الرؤية الاستراتيجية للمؤسسة.

وفي عام 2023، أطلقت المؤسسة بالتعاون مع وزارة العمل مبادرة تدريبية نوعية شملت أكثر من 80 متدرّباً ومتدربة في مسارات متعددة، توجت بإحراق عدد منهم ببرامج تشغيل جزئي داخل وحدات المؤسسة، تمهيداً لدمجهم الكامل في بيئة العمل، ضمن خطة تأهيل تستمر حتى نهاية 2025.

تمكين الكفاءات

وبناء الجيل الإعلامي الجديد

بالتوازي مع تحديث البنية التقنية وتوسّع الخدمات الإعلامية، أولت المؤسسة القطرية للإعلام منذ عام 2019 اهتماماً متصاعداً بتأهيل الكوادر الوطنية، إدراكاً منها بأهمية بناء رأسمال بشري قادر على مواكبة التحوّلات المهنية، وضمان استدامة الأداء الإعلامي على أسس وطنية ومؤسسية راسخة. وتنفيذاً لذلك خصصت المؤسسة برنامجاً تدريبياً شاملاً، بالشراكة مع مؤسسات تعليمية محلية مرموقة، مثل معهد الجزيرة للإعلام، وكلية الإعلام بجامعة قطر، وكلية المجتمع، إلى جانب الاستفادة من خبرات دولية متخصصة في التطوير الإعلامي. كما أنشأت المؤسسة وحدة داخلية للتدريب والتطوير، تُعنى بتقييم الأداء وتحديث المهارات وربطها بالاحتياجات التشغيلية الفعلية، ضمن منظومة تعتمد



أنشئت المؤسسة في إطار تحولات تشريعية ومؤسسية هدفت إلى إعادة بناء المشهد الإعلامي على أسس حديثة تواكب التطور العالمي، وتجسّد رؤية الدولة لإعلام وطني مهني يعبر عن سياساتها وبيواكب دينامية الصناعة الإعلامية.

نضج مؤسسي وحضور رقمي



أنشئت المؤسسة في إطار تحولات تشريعية ومؤسسية هدفت إلى إعادة بناء المشهد الإعلامي على أسس حديثة تواكب التطور العالمي، وتجسد رؤية الدولة لإعلام وطني مهني يعبر عن سياساتها ويواكب دينامية الصناعة الإعلامية.

في السادس عشر من يناير 2025، أصدر سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، رئيس المؤسسة القطرية للإعلام، قراراً بتكليف سعادة الشيخ خالد بن عبدالعزيز بن جاسم آل ثاني بمهام واختصاصات الرئيس التنفيذي، إلى جانب مسؤولياته في إدارة التطوير الإعلامي. وقد مثل هذا التكليف بداية مرحلة جديدة من التمكين التنفيذي، استكملت خلالها المؤسسة تفعيل مخرجات البنية المؤسسية التي جرى إعدادها في السنوات السابقة.

ففي النصف الأول من العام، أطلقت المؤسسة رسمياً منصتي Q Business و Q37 باللغة الإنجليزية، ضمن استراتيجية توسيع الحضور الإعلامي القطري دولياً، وجاءت المنصتان لتقديم محتوى رقمي متجدد يعكس الهوية الوطنية بلغة مهنية معاصرة حيث تركز الأولى على المحتوى الاقتصادي، بينما تتناول الثانية المشهد الثقافي والاجتماعي من منظور قطري منفتح على العالم.

وعلى مستوى التطوير المهني، نُفذت خلال هذه الفترة سبعة برامج تدريبية تخصصية، شملت مجالات التسويق، إنتاج الوثائقيات، العلاقات العامة، الأمن السيبراني، إعداد البرامج الإذاعية، والملكية الفكرية، بمشاركة أكثر من 700 موظف من مختلف وحدات المؤسسة، ضمن خطة تدريب سنوية تربط التطوير المهني بمتطلبات التشغيل الفعلي، كما شاركت في الاجتماع التاسع للجنة الدائمة لمسؤولي التدريب الإعلامي بدول مجلس التعاون، الذي عقد بالرياض في أبريل 2025، حيث استعرضت مبادراتها في تطوير الكفاءات الوطنية، وتعزيز المحتوى التدريبي المؤسسي، وربط البرامج بالتحولات الرقمية الحديثة.

وفي إطار الانفتاح والتنسيق الدوليين، استقبلت المؤسسة خلال هذه المرحلة وفوداً وسفراء من أكثر من عشرين دولة،

لبحث أفق التعاون في مجالات التدريب وتبادل البرامج وتطوير المحتوى، إلى جانب المشاركة في الاجتماعات الوزارية الخليجية واللجنة الدائمة للإعلام العربي.

رسمت خطوات هذه المرحلة؛ من التكليف الإداري الجديد إلى إطلاق المنصات الرقمية، ومن البرامج التدريبية المكثفة إلى التفاعل الإقليمي والدولي، ملامح مرحلة تحوّل مؤسسي شامل، استكمل فيه الهيكل الإداري للمؤسسة تفعيل رؤيته الاستراتيجية، وترجم البنية التقنية المطورة في السنوات السابقة إلى أدوات عمل فعّلية، وحوّل الاستثمار في الكوادر الوطنية إلى حضور مؤثر في المشهد الإعلامي المحلي والعربي والدولي، لتؤسس بذلك لمرحلة جديدة من النضج المؤسسي والقدرة على مواكبة تحديات البيئة الإعلامية المتغيرة.

تحديث البنية التحتية

شهد تلفزيون قطر تطوراً شاملاً في بنيته التقنية، بهدف رفع كفاءة الإنتاج والبث، وتعزيز جاهزية المؤسسة لمواكبة المعايير الدولية، واشتمل هذا التحديث على ترقية منظومة الجرافيك باستخدام أحدث إصدارات Vizrt، وتحديث أنظمة مركبات النقل الخارجي بتقنيات EVS XT Via بدقة 4K، مما انعكس على تحسين جودة النقل الحي وتعزيز جاهزية البنية الإنتاجية.

وفي الإطار نفسه، أنجزت المؤسسة الدراسة الفنية لتحديث أنظمة الإضاءة داخل الاستوديوهات، تمهيداً للإطلاق مشروع متكامل يُعزّز من جودة التصوير، ويوفر بيئة إنتاج بصري متقدمة. كما جرى تحديث المنظومة المركزية لتحويل إشارات الصوت والصورة لتتوافق مع دقة 4K. ومواصلة لهذا التحديث، أنجزت دراسة أخرى لتطوير نظام الأرشيف الإلكتروني بهدف توفير بيئة رقمية متقدمة تحفظ المحتوى وفق المعايير الدولية. كما شملت خطة التحديث ترقية معدات التصوير الميداني، وأنظمة التصوير الجوي، وتحديث أنظمة التشفير والترميز لضمان أعلى درجات الحماية والجودة في البث الفضائي.

وضمن نطاق التغطية المؤسسية، تم تركيب شبكة من الكاميرات الآلية داخل مجلس الشورى وربطها بعربات النقل الخارجي، في مشروع يستهدف تعزيز كفاءة التغطية المباشرة لجلسات المجلس، ودمجها ضمن المنظومة الرقمية لتلفزيون قطر، بما يعكس مرونة القناة وقدرتها على الاستجابة السريعة لمتطلبات الإنتاج الإخباري والبرامجي في بيئة تقنية متقدمة.



جانب من المنظومة التقنية المحدثة في استوديوهات تلفزيون قطر، ضمن مشروع شامل لرفع جودة الإنتاج والبث

مواصلة التطوير والانفتاح الدولي

مسجلة بذلك أول حضور لها في هذا المعرض، في إطار جهودها لتعزيز قنوات التواصل المهني الخارجي وإيجاد منافذ تسويقية جديدة للمحتوى المحلي.

ومواكبة لهذا الإطار واصلت المؤسسة تنفيذ برامج تدريبية متخصصة في الإعداد والتحرير والإخراج والتسويق البرامجي والملكية الفكرية، بالتعاون مع مؤسسات مهنية داخل الدولة، حيث ربطت هذه البرامج بين التطوير المهني والاحتياج الفعلي لوحدة الإنتاج، بما يوفر كوادر مؤهلة للتعامل مع متطلبات التسويق الخارجي للمحتوى. وبذلك مهّدت هذه التطورات للمرحلة التالية من التمكين الإداري والانفتاح الرقمي التي انطلقت مع مطلع عام 2025.

بين عامي 2023 و2024، واصلت المؤسسة القطرية للإعلام تطوير بنيته الإدارية والتقنية ضمن مسار تدريجي شمل إعادة توزيع المهام داخل الإدارات الفنية والتحريرية، وتوسيع فرق الإنتاج الرقمي، وتحديث آليات التنسيق بين الوحدات، إلى جانب تحسين بيئة العمل التحريري داخل الإذاعة والتلفزيون، تمهيداً لمرحلة جديدة من التوسع في تسويق المحتوى خارجياً.

وفي النصف الثاني من عام 2024، شاركت المؤسسة في شهر أكتوبر ضمن جناح رسمي للدولة في معرض MIPCOM بمدينة كان الفرنسية، أحد أبرز المحافل العالمية لتسويق المحتوى التلفزيوني، حيث قدمت المؤسسة مجموعة من إنتاجاتها الوثائقية والدرامية،

محطات من تطوّر المؤسسة القطرية للإعلام من التأسيس إلى الآن

تعرض هذه المحطات الزمنية المراحل الأساسية في تطوّر المؤسسة القطرية للإعلام، من التأسيس عام 2009 إلى التحديات الإدارية والتقنية الحالية. وتبرز المحطات المختارة تنوع مسارات التطوير بين التوسع اللغوي والتحديث التقني والاستثمار في الكوادر الوطنية. كما تظهر المحطات الأخيرة توسع انفتاح المؤسسة على التعاون الدولي، سواء عبر المشاركة في معارض المحتوى العالمية أو استقبال الوفود الدبلوماسية، إلى جانب الحضور المتنامي في المحافل الإعلامية العربية.



(2009 - 2025)

2012

- مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون (المنامة - البحرين)
- هضائم الوقت - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة الدراما الاجتماعية.
 - عصفورة ووردة - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة برامج الأطفال.
 - خزنة الأدب - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج الثقافية.

2009

- مهرجان القاهرة للإعلام العربي
- وطني دوت كوم - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.

2010

- مهرجان القاهرة للإعلام العربي
- عصفير الصباح - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.
 - عصفير الفجر - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة المسلسل الاجتماعي.
 - أطول برنامج في العالم - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة برامج الحقيقة.
 - قضايا ساخنة - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج الحوارية.

2013

- المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (تونس)
- مدرسة الصباح - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.

2014

- مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون (المنامة - البحرين)
- الفاتح صلاح الدين - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة الدراما التاريخية.
 - عصفير الصباح - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية (مناصفة)، فئة برامج الأطفال.
 - ثورة الطبيعة - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية (مناصفة)، فئة البرامج البيئية.

- المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (تونس)
- مدارس - تلفزيون قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.

2016

- مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون (المنامة - البحرين)
- لعلم يرجعون - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج البيئية.
 - قضايا ساخنة - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج الحوارية.
 - حكايات قطرية - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج الاجتماعية.
 - مدرسة الصباح - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.
 - تهديد وتهويد - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج التسجيلية.
 - غزوة وشهد - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة الدراما التاريخية.

المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (تونس)

- زهرة المدائن - إذاعة قطر
- الجائزة الذهبية، فئة القضية الفلسطينية.
- مجلة الشهرزاد - إذاعة قطر
- الجائزة الذهبية، فئة برامج المرأة.
- آية في حكاية - إذاعة قطر
- الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.

2019

- المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (تونس)
- أرقام مميزة - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة الدراما الكوميدية الإذاعية.
 - أرض كنعان - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج الوثائقية.
 - بعيون عربية - إذاعة قطر
 - ميدالية ذهبية، فئة البرامج الثقافية.
 - من أعلام العرب - إذاعة قطر
 - ميدالية ذهبية، فئة البرامج الوثائقية.

2022

- مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون (المنامة - البحرين)
- Speed - قنوات الكأس الرياضية
 - جائزة الشراع الذهبي، فئة البرامج الرياضية.

2024

- مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون (المنامة - البحرين)
- على ضفاف الدوحة - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج الحوارية.
 - لا للتصحر - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج البيئية.
 - نوادر جحا - إذاعة قطر
 - الجائزة الفضية، فئة الدراما الإذاعية.
 - هيرات - تلفزيون قطر
 - جائزة الشراع الذهبي، فئة البرامج البيئية.
 - إتقان - تلفزيون قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج الثقافية.
 - درب لوسيل - تلفزيون قطر
 - الجائزة الفضية، فئة البرامج الوثائقية.

2025

- المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون (تونس)
- ضغطة زر - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج العلمية.
 - الوصية - إذاعة قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج التوعوية.
 - أيقونة الإنسانية - إذاعة قطر
 - جائزة التبادل البرامجي.
 - مسلسل «مرضى ودخام 2» - تلفزيون قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة المسلسلات الكوميدية.
 - برنامج «الجيل الواعد» - تلفزيون قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة برامج الأطفال.
 - تقرير «الاحتيايل الإلكتروني» - تلفزيون قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة التقارير الإخبارية.
 - فيلم «غزة الكابوس» - تلفزيون قطر
 - الجائزة الذهبية، فئة البرامج الوثائقية الخاصة بالقضية الفلسطينية.
 - تغطية مهرجان كتارا لآلة العود (الدورة الرابعة) - تلفزيون قطر
 - جائزة التبادل البرامجي، فئة البرامج الوثائقية الثقافية.

محمد ناصر المهندي مدير عام إذاعة قطر:

ما نقدمه إرث لأجيال لاحقة

عند الحديث عن تاريخ الإعلام القطري، تحضر إذاعة قطر بوصفها لحظة التأسيس الأولى، منذ انطلاق بثها الرسمي في 25 يونيو 1968. إنها الذاكرة الحية التي واكبت أبرز تحولات الدولة الحديثة، صوتًا وتوثيقًا وتأثيرًا، بداية من إعلان الاستقلال وحتى ملامح الحاضر الرقمي. وخلال العقد الأخير، قاد السيد محمد ناصر المهندي هذا الصرح العريق عبر تحولات جذرية، من البث التناظري إلى الرقمي، ومن التحديات التقليدية إلى منافسة وسائل الإعلام الجديد. في هذا الحوار، نستكشف مع السيد المهندي ملامح الرؤية التي قادت هذه النقلة، ونتوقف عند التحديات والتحويلات، كما نطرح أسئلة تتعلق بمستقبل الإذاعة في زمن يتغير فيه جمهورها، وتتوسع فيه أدواتها.

حوار: ريف شعبان

و متنوعة من المستمعين بكافة أعمارهم، وهذا حملنا مسؤولية أكبر للحفاظ على هذا التواصل، وزاد من حماسنا في الحفاظ على التنوع البرامجي وبجودة عالية، لتظل إذاعة قطر في الصدارة كما عهدتها المستمعون دائمًا.

● **أشترتم في أكثر من مناسبة إلى أن الإذاعة هي «جسر إنساني» يتصل بالمستمعين في أفراحهم وأحزانهم. هل يمكن أن تضعونا أمام بعض القصص أو المواقف التي تجسدت فيها هذه الرؤية بأوضح صورها؟**

نعم، إذاعة قطر ومنذ بدايتها هي صوت معبر عن الوطن والمواطن، وثقة المستمعين الكبيرة في كل ما تقدمه سواء من ناحية الأخبار، أو الثقافة، أو التراث أو الترفيه، وعلمهم التام بالمصداقية في كل ما يُبث على الهواء، جعلهم يرتبطون ارتباطًا وثيقًا بها. ومن هنا كان لا بد للإذاعة أن تكون جسرًا إنسانيًا للتواصل مع كافة شرائح المستمعين، ولذلك اعتمدت رؤيتنا على ألا نكون مرسلين فقط، بل أن نكون مرسلين ومستقبلين في بعض برامجنا حتى يزداد الارتباط بين الإذاعة والمستمع. ولتحقيق هذه الرؤية، فإن وسائل الاتصال الحديثة سهلت هذه المهمة كثيرًا، فأصبحنا على تواصل دائم وفي كل الأوقات مع المستمعين الذين يستطيعون التعبير عن آرائهم حول كل ما نقدمه، ونحن نضع هذا في عين الاعتبار بكل جدية. فكل وسيلة إعلامية يهملها في المقام الأول زيادة المستمعين والمتابعين حتى تصل رسالتها الإعلامية على أكمل وجه، والأمثلة في هذا الصدد كثيرة؛ مثلًا برنامج «وطني الحبيب صباح الخير» يتلقى المداخلات الهاتفية والرسائل ويرد عليها المسؤولون، وهذا يشكل همزة وصل بين الإذاعة والمستمع، ويزيد من ثقة المستمع بالإذاعة التي تعبر عنه

● **بعد تسع سنوات من قيادة الإذاعة في واحدة من أكثر المراحل تحوُّلاً، كيف تصفون الرؤية التي وضعتموها منذ البداية، ومدى تحققها على مستوى العلاقة مع المستمع؟**

الإذاعة عبر تاريخها الطويل الممتد من عام 1968، مرت بمراحل تحول كثيرة نظرًا لتسارع وتيرة تطور التكنولوجيا ووسائل البث وتنوعها، بدءًا من البث التقليدي، مرورًا بتطويرها والانتقال إلى البث الرقمي، وصولًا إلى تطبيقات البث والذكاء الاصطناعي. وهذا بطبيعة الحال فرض وضع رؤى جديدة وتصورات مختلفة تلائم طبيعة المرحلة، وتضع في الاعتبار الحفاظ على الهوية القطرية، وفي الوقت نفسه مراعاة أن إذاعة قطر مؤسسة رسمية تعبر عن صوت الوطن والمواطن والمقيم على هذه الأرض الطيبة بكل مصداقية. وهذا كان الخط الأساسي لرؤيتنا التي بُنيت على علم وفكر وتخطيط دقيق، لا نواجه فيه تطور المرحلة فقط، بل نسبق هذا التطور بخطوات حتى نحقق أهدافنا بما يتناسب مع تطور قطر في كافة المجالات. فبدأنا بتحديث الاستوديوهات على أعلى مستوى، وتطوير غرفة التحكم الرئيسية ومدتها بأحدث أجهزة البث الرقمي. وكان لا بد أن يقابل ذلك كله تطوير في الإنتاج البرامجي، حيث قمنا بإضافة أقسام إدارية ودمج أخرى ومدتها بعناصر قطرية شابة مبدعة تم تدريبها بمستوى عالٍ، بهدف ضخ دماء جديدة وأفكار مبتكرة سواء في الإعداد أو التقديم أو تنفيذ البرامج بكافة أشكالها. وقد أتى ذلك بنتائج ممتازة في جودة الإنتاج البرامجي، وساهم في زيادة التواصل مع المستمعين سواء بالوسائل التقليدية عبر الهاتف أو الرسائل أو منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بإذاعة قطر. واستطعنا استقطاب شرائح كبيرة



تولى المهندي إدارة الإذاعة في أبريل 2016 بعد مسيرة مهنية طويلة بصفته مراقبًا للبرنامج العام، ليصبح سادس مدير قطري يقود إذاعة قطر، ويقودها إلى مرحلة اتسمت بالتجديد والتميز، توجت بحصاد استثنائي في المحافل العربية: ست جوائز ذهبية في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون 2025، والمركز الثاني عربيًا في التبادل البرامجي، إلى جانب قيادة نوعية في تناول القضايا البيئية والمناخية ضمن الخريطة البرامجية.



محمد ناصر المهندي، مدير عام إذاعة قطر

على استلهامه وتطويره، حيث كانت رؤيتنا أن ينتقل عبر الإذاعة إلى أجيال جديدة تتعرف من خلاله على تاريخها المشرف وعطاء الأولين. وبهذا جمعنا بين القديم بكل أصالته والحديث بكل تطلعاته، وجعلنا أعيننا دائمًا على الحفاظ على الهوية القطرية والعادات والتقاليد التي تميز المجتمع القطري، مع إتاحة الفرصة لبصمات هذا الجيل على مرحلته الحالية. فما نقدمه اليوم سيغدو غدًا إرثًا لأجيال لاحقة، وغايتنا أن نفتخروا به مستقبلاً كما نفتخر نحن بإرث من سبقونا.

● **حققت إذاعة قطر في 2025 أكبر حصيلة جوائز في تاريخ مشاركتها بالمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون. كيف تقيمون هذا التتويج في ضوء الاستراتيجية التي وضعتموها للمحتوى والتخطيط؟**

منذ أن بدأت إذاعة قطر المشاركة في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، وكذلك في مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون، وهي بفضل الله ثم بجهود العاملين تحصد العدد الأكبر من الجوائز في مختلف الفئات النوعية للبرامج. وفي عام 2025 حققنا أفضل النتائج بفضل الدعم الكبير الذي قدمه لنا سعادة الشيخ/ خالد بن عبد العزيز آل ثاني، الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام، وكان لهذا الدعم أثر حاسم في تنفيذ الاستراتيجية والخطة الخاصة بالإنتاج البرامجي، والتي اعتمدت على تقديم أفكار مبتكرة، وإعداد محتوى متميز، وإخراج متقن يجمع هذه العناصر في عمل إذاعي متكامل قادر على التفوق في أي مسابقة.

وتنقل صوته. كما أن برنامج «هنا قطر» اهتم بأن يكون صوتًا لأبنائنا في الخارج، يعبر عنهم وعن طموحاتهم ويربطهم بالوطن. وحتى في المناسبات المختلفة كالأعياد، نفتح المجال للمواطن والمقيم ليقدّموا التهاني والتبريكات سواء داخل الوطن أو خارجه، وبهذا نطبق فعليًا أن نكون جسرًا إنسانيًا للتواصل مع المستمعين وليس مجرد شعار فقط.

● **بحكم خبرتكم الطويلة كمراقب للبرنامج العام قبل تولي الإدارة العامة، كيف ساعدكم هذا الإرث البرامجي في صياغة توجهاتكم الإدارية، وقيادة الإذاعة نحو هذه المرحلة؟**

إذاعة قطر لديها إرث برامجي قلما يوجد في أي إذاعة أخرى، وقد أتيت لي، عندما كنت مراقبًا للبرنامج العام، الاطلاع على كل الإنتاج البرامجي وتقسيمه إلى أقسام بحسب طبيعة كل برنامج، ثم وضعنا رؤية لتحويل الأشرطة القديمة التي كانت تُسجل عليها البرامج قبل التحول الرقمي إلى وسائل تكنولوجية حديثة تحفظ على خوادم الإذاعة. وقد تطلب هذا التحول جهدًا كبيرًا نظرًا لكم البرامجي الضخم، غير أنه بفضل الله ثم بجهود العاملين استطعنا تحقيق إنجاز كبير فيه. وقد ساعدنا هذا الإرث البرامجي في الحفاظ على الهوية القطرية، إذ إن كثيرًا من البرامج تضمنت توثيقًا لمرحلة متعددة عاشها الآباء والأجداد، مما جعلها شاهدة على حقب زمنية مختلفة، وهو ما يُعد في حد ذاته كنزًا إذاعيًا تفتخر به إذاعة قطر. وإلى جانب صون هذا الإرث، فقد أعاننا الاطلاع الدقيق عليه



لا نترك شيئاً للصدفة، وإنما نحرص على تخطيط دقيق يبدأ باختيار عناصر إعلامية مميزة، وينتهي بعمل إذاعي متكامل قادر على التفوق في أي مسابقة.

الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي والسعي إلى جذب فئات عمرية مختلفة؛ وقد قطعنا في ذلك شوطاً كبيراً، لكننا ما زلنا بحاجة إلى المزيد عبر تقديم أفكار جديدة ومتنوعة تعتمد على الإيقاع السريع مع الحفاظ على قيمة المحتوى وجودته. أما على المستوى البشري، فقد استطعنا بفضل الله أن نجذب عناصر قطرية مبدعة حققت نجاحات ملحوظة في مجالات الإعداد والتقديم والمونتاج والإخراج والتحرير، وبذلك تغلبنا على هذا التحدي، وتطلع معهم إلى المستقبل بأفكار شبابية خلاقة تقدّم محتوى شيقاً وهادفاً.

❶ ما خططكم المستقبلية لتعزيز التفاعل مع الجمهور، وتوسيع نطاق المشاركة من خلال الفعاليات والمسابقات والبرامج المفتوحة؟

التفاعل مع الجمهور هدف أساسي من أهدافنا، ونعمل على تحقيقه عبر أكثر من منصة. أولاً من خلال مواقعنا على شبكات التواصل الاجتماعي، وهو تفاعل يومي نلمس أثره باستمرار. وثانياً عبر مراسلينا المنتشرين في مختلف الفعاليات داخل الدولة، حيث نتواصل مباشرة مع الحاضرين ونتعرف إلى آرائهم ومدى تجاوبهم مع كل فعالية. كما يتم ذلك أيضاً من خلال برامجنا المباشرة، سواء من داخل الإذاعة أو عبر الاستوديوهات الخارجية التي نقيمها في أماكن التجمعات خلال المناسبات المختلفة، إضافة إلى برامج المسابقات التي تحظى بإقبال واسع. وجميع هذه السبل نهدف من خلالها إلى تعزيز هذا التفاعل، ونسعى إلى المزيد عبر إدخال منصات جديدة، فالتواصل مع المستمعين وقياس تجاوبهم يظل الركيزة الأساسية لأي مؤسسة إعلامية.

❷ بكونكم أحد القيادات الإعلامية الوطنية، ما الرسالة التي توجهونها للجيل الجديد من الإعلاميين القطريين الذين يتطلعون إلى العمل في الإذاعة؟

ليست رسالتي واحدة بل مجموعة من الرسائل؛ أولها دعوة إلى كل المبدعين القطريين الشباب للانضمام إلى الإذاعة، فكل من يجد في نفسه الموهبة والقدرة على الإبداع والابتكار، فأبوابنا مفتوحة أمامه، وسنعمل على تدريبه وتأهيله حتى يحقق ما يصبو إليه. أما رسالتي الثانية فهي إلى الجيل الجديد من الإعلاميين القطريين الذين بدأوا العمل بالفعل، فأقول لهم: فكروا بعقلية جيلكم، وابتكروا أفكاراً جديدة، وقدموا أعمالاً بمحتوى متميز يحافظ على أصالة المجتمع، وفي الوقت نفسه يتسم بعناصر جذب عصرية تواكب هذا العصر. فالإذاعة تهيئ لكم كل وسائل الإبداع، والمؤسسة القطرية للإعلام تدعمنا جميعاً لنحقق أعلى مراتب التفرد والتميز، ولهذا ننتظر منكم مزيداً من العمل والجهد والتفاني، لتظل إذاعة قطر في الصدارة كما عهدناها دائماً. أنتم المستقبل، وبيني راسخ بأنكم ستحملون رايتهما بكل اقتدار.

متعددة تُعنى بالبيئة، وتعاونًا مع الجهات المختصة، حكومية كانت أو أهلية، واضعين في رؤيتنا ضرورة إرث الأجداد في عيش صحي سليم بعيد عن المؤثرات البيئية الضارة. كما أعدنا رسائل توعوية قصيرة جرى بثها على مدار اليوم، وكان لها أثر ملموس في ترسيخ الوعي بقضايا البيئة والتغير المناخي، وقد لمسنا تفاعلاً واسعاً مع هذه الجهود محلياً وإقليمياً. وقد تُوج هذا المسعى من خلال برنامج «لعلهم يفقهون» الذي تناول قضية البيئة في مختلف أبعادها، ونال جائزة ذهبية، جسدت رسوخ هذا الاهتمام وامتداده في عملنا الإعلامي.

❸ تمتلك إذاعة قطر أرسيفاً موسيقياً ضخماً يضم أعمالاً تراثية نادرة. كيف توظفون هذا الإرث اليوم؟ وما رؤيتكم في ربطه بجمهور الأجيال الجديدة؟

تمتلك إذاعة قطر أرسيفاً تراثياً شاملاً في مختلف المجالات، وفي مقدمتها الموسيقى. فمنذ بداياتها أنتجت الإذاعة كمّاً كبيراً من الأغاني القطرية بمختلف أشكالها عبر مراحل زمنية متعاقبة، حتى تكون لدينا إرث موسيقي نفخر به ونضيف إليه أعمالاً خاصة من حين لآخر، مثل الجلسات الغنائية الحصرية وفن الصوت والفن البحري، وذلك عبر برامج متخصصة تستهدف جميع الأجيال. كما نخصص ساعات من البث لإحياء هذه الفنون التي يرتبط بها المواطنون وجدانياً، ليجدوا فيها متعتهم، ولتتعرف الأجيال المتعاقبة على تراث فني يشكل ركيزة أساسية من الثقافة القطرية ويحفظ الهوية الوطنية في أبعادها كافة.

❹ على ماذا تعتمد مقاربتكم في التوفيق بين استخدام اللغة العربية الفصحى وبين الانفتاح المحدود على اللهجة القطرية في بعض البرامج؟

تعتمد الإذاعة على التوازن بين اللغة العربية الفصحى واللهجة القطرية. فهناك برامج تعنى بالفصحى بكل تفاصيلها لتصل إلى أوسع شريحة من المستمعين، وأخرى تُقدّم باللهجة المحلية نظراً لخصوصية محتواها الذي يخاطب المواطن مباشرة. وحتى في هذه البرامج تبقى الفصحى حاضرة وتحظى باهتمام كبير، فاختيار اللغة يرتبط بطبيعة البرنامج ومحتواه والفئة المستهدفة. فالبرامج التي تتناول التراث القطري أو الشعر النبطي أو الفنون الخليجية، على سبيل المثال، تُقدّم باللهجة القطرية لأنها تخاطب جمهوراً محددًا.

❺ في ظل التزامكم بتقديم محتوى نوعي وجذاب، ما أبرز التحديات التي تواجهكم على المستوى التحريري، أو التقني، أو البشري؟

لا شك في أن أي عمل إبداعي قد تواجهه بعض التحديات، غير أن الحلول المبتكرة لمواجهتها هي ما يميز إدارة عن أخرى. فعلى المستوى التحريري لا نواجه صعوبات تُذكر، لأننا نحن من يضع الأسس التي ترسم مسار الخط التحريري بما يتناسب مع كوننا إذاعة رسمية، في إطار يجمع بين الحفاظ على الأصالة والابتكار والتجديد والانفتاح على القضايا الإقليمية والدولية. أما على المستوى التقني فنحن نبذل قصارى جهدنا لتوفير أحدث الأجهزة التي تواكب هذه المرحلة المتسارعة في التطور التكنولوجي، ونستخدم وسائل متقدمة في المونتاج والإخراج لتمكين منفي البرامج من إخراج العمل الإذاعي في أفضل صورة. وأرى أن التحدي الأكبر يتمثل في الانتشار

الذي أصبح لا غنى عنه. فأنشأنا أولاً قسمًا متخصصًا في التواصل الاجتماعي يضم عناصر محترفة تتابع كل جديد في هذا المجال، ثم أطلقنا صفحات خاصة بالإذاعة على أكثر المنصات الإلكترونية انتشارًا. وقد استدعى ذلك إعداد برامج قصيرة تتلاءم مع طبيعة هذه المنصات، فأنتجنا عددًا من البرامج تواكب هذا التوجه، وتسلب الضوء على إنتاجنا الإذاعي، وهو ما حملنا مسؤولية مضاعفة الإنتاج لجذب المستمعين، فقدمنا برامج «البودكاست» السريعة الإيقاع، والتي استوجب مع تغير طبيعة الإنتاج، إنشاء تطبيق ذكي يقدم هذه البرامج مباشرة إلى الجمهور، وقد تحقق ذلك بالفعل، فأصبح المتلقي أكثر اهتمامًا بتجربتنا الإذاعية الجديدة، فكان من الطبيعي أن تتجه الإذاعة إلى تطوير هذه التجربة على نحو مستمر، إدراكاً منها بأن ما يميز البث الرقمي عن التقليدي هو اتساع نطاقه وتعدد قنوات الوصول عبره إلى شرائح عمرية متنوعة، ومع ذلك يبقى لكل نوع من البث جمهوره المتابع والمحب.

❻ كيف أدترتم التحول من البث التناظري إلى الرقمي دون أن تفقد الإذاعة ملامحها الأصيلة؟ وما التحديات التي واجهتموها في هذه النقطة؟

لكل مرحلة من مراحل العمل الإعلامي عبر تاريخه جمالها ورونقها وخصوصيتها، ورغم ما مرّت به الإذاعة من تحديات في حقب زمنية مختلفة، فإنها في كل مرة كانت تحافظ على مكانتها وتؤكد حضورها. ومن أبرز تلك التحديات التحول من البث التناظري التقليدي إلى البث الرقمي، وهو انتقال تطلّب أولاً نقل هذا الرصيد البرمجي الهائل إلى منصات تكنولوجية حديثة تتلاءم مع مقتضيات البث الرقمي والفضائي، وصولاً إلى مرحلة البث الرقمي والتواصل عبر المنصات الاجتماعية.

وفي جميع هذه المراحل ظلّت الإذاعة متمسكة بأصالتها ولامحها المميزة؛ إذ رغم تبدّل أساليب الإنتاج، وانتقال البرامج إلى صيغ أقصر زمنًا، بقي جوهر المحتوى ثابتًا يواكب ذائقة الجمهور من غير أن يفقد جذوره وقيمه. وبهذا استطاعت إذاعة قطر أن تتجاوز التحديات وتواصل حضورها بثبات في مشهد تقني متسارع أصبح جزءًا لا يتجزأ من طبيعة الإعلام المعاصر.

ومن أبرز محطات هذا التحول تحديث الاستوديوهات وغرفة التحكم الرئيسية لتواكب متطلبات النقلة النوعية. وقد تحقق ذلك بفضل الله ثم بجهود الكفاءات الوطنية التي خضعت لتأهيل متقدم مكنها من التعامل مع التقنيات الحديثة بكفاءة عالية، حتى أصبح بين شبابنا القطري من يتقن هذا المجال ويُعدّ من خبرائه. ومع ذلك يبقى التحدي الأهم هو الحفاظ على المكانة المرموقة لإذاعة قطر، مهما تنوّعت منصات البث وتبدلت وسائله، وهو ما يدفعنا إلى تطوير متواصل يصون هذه المكانة ويعزز حضورها من إنجاز إلى آخر.

❼ تضع إذاعة قطر قضية البيئة والتغير المناخي ضمن أولوياتها. ما خلفيات هذا التوجه؟ وما أثره من حيث التفاعل المجتمعي والاعتراف الخارجي؟

وضعنا في إذاعة قطر قضايا كبرى في صدارة أولوياتنا، وفي مقدمتها قضية البيئة والتغير المناخي التي أوليناها عناية خاصة لما لها من أثر بالغ في حياة المواطن والمقيم. فأنتجنا برامج

ولتحقيق هذا المستوى فإننا لا نترك شيئاً للصدفة، وإنما نحرص على تخطيط دقيق يبدأ باختيار عناصر إعلامية مميزة تعمل ليلاً ونهاراً على بلورة الأفكار والرؤى، ثم مناقشتها وإعدادها، وإدخال التعديلات اللازمة حتى تستقر في صورتها النهائية، لننتقل بعدها إلى مرحلة التنفيذ. وبعد الإنجاز نعقد جلسات استماع لتقويم العمل وتسجيل الملاحظات، فيعالجها الفريق المكلف قبل جلسة استماع ثانية نعتمد فيها البرامج المشاركة، ونتقدم بها إلى المسابقة بثقة كاملة في قدرتها على المنافسة.

❽ كيف تُراعون التوازن بين الخصوصية الثقافية القطرية للمحتوى، والانفتاح على القضايا العربية التي تشكل مشتركاً تحريريًا واسعاً؟

في كل إنتاجنا البرمجي نحرص كل الحرص على الخصوصية الثقافية القطرية في مضمون أي برنامج، فالمجتمع القطري له عاداته وتقاليده وقيمه، وله تاريخ ممتد من سير الآباء والأجداد التي نفتخر بها ونستلهم منها ونسير على نهجها، وننقلها بكل تقدير عبر برامجنا إلى الأجيال المتعاقبة بهدف الحفاظ على هذا الإرث النبيل. والبرامج التي تبرز هذا النهج عديدة ومتنوعة، وقاسمها المشترك هدف الحفاظ على الهوية الذي يضعه كل إعلامي نصب عينيه عند إعداد برنامجه. أما فيما يخص القضايا العربية أو العالمية فإن تناولها يتم أيضاً بمراعاة هذه القيم، حيث نناقش بعقل منفتح وفكر مستنير، ولكن بميزان دقيق يراعي خصوصية المجتمع القطري الثقافية بما يضمن التوازن في طرح الرؤى والأفكار وجودة المحتوى.

❾ في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، وازدياد تأثير منصات التواصل الاجتماعي، كيف تؤمن الإذاعة موقعها الفاعل في هذا المشهد المتغير؟

في السنوات الأخيرة شهدنا تحولات رقمية متسارعة ومتنوعة الأشكال والاتجاهات، وازدادت منصات التواصل الاجتماعي بشكل لافت، وهو تطور عالمي تأثرت به كل الشعوب، ورافقه تحول واضح في طرق تلقي المعلومة والخبر. فأصبح كل متلقٍ يحمل هاتفًا يتنقل به بين المنصات ليتلقى آلاف الأخبار والقصص، وهذا بلا شك تطور إيجابي، لكن يظل السؤال الأهم: هل كل ما يصل إلى المتلقي صحيح؟ هنا يبرز دور الإذاعة التي تمتاز، إلى جانب سرعة نقل الخبر، بميزة لا يُنكرها أحد: وهي المصداقية. ولو افترضنا أن خبراً مهمًا نُشر عبر مواقع التواصل، فإن المتلقي يتجه مباشرة إلى الإذاعة الرسمية أو التلفزيون الرسمي للتأكد؛ لأنه يعلم أن تلك المنصات لا تتمتع بالموثوقية، وأن أي شخص يمكنه أن ينشر ما يشاء في أي وقت بلا ضابط أخلاقي أو قانوني. وهنا مكمن الخطورة؛ إذ يترتب على ذلك تضاعف الشائعات وانتشار التخبط بين من يصدقونها، فأى خبر يفترق إلى الصدق هو ضار بالمجتمع. ولذلك نرى الأخبار كثيرًا ما تنتشر عبر مواقع التواصل، ثم تخرج الجهات الرسمية لتنفيها وتدعو الناس إلى عدم الانسياق وراء الشائعات، مؤكدة ضرورة الاعتماد على المصادر الموثوقة. وهنا يتجلى دور الإذاعة الحيوي في هذا المشهد المتغير.

❿ طوّرت الموقع الإلكتروني للإذاعة، وقدمتم تطبيقاً نكيًا يعيد تقديم التجربة الإذاعية للمستخدم الرقمي. ما تقييمكم لهذه التجربة؟ وما الذي يميزها عن البث التقليدي؟

كان لا بد للإذاعة أن تتجاوب مع هذا التطور التكنولوجي السريع

تقف المنظومات الإعلامية عند منعطف يعيد تعريف أسس الممارسة المهنية ومفاهيم التأثير، في لحظة يتقاطع فيها إرث عقود من البناء المؤسسي مع تحولات تقنية متسارعة تفرض أسئلة تنظيمية جديدة حول الهوية والانفتاح. يرمد هذا الملف الخاص التجربة القطرية التي تمضي في إرساء منظومة متوازنة تحمي المجتمع وتمون هويته الثقافية، من خلال منظومة تشريعية تواكب التحول الرقمي بما يتطلبه من حفاظ على الخصومية الوطنية، إلى جانب تعزيز آفاق التعاون الإعلامي، كما يستشرّف الملف التحديات التي تطرحها التقنيات الرقمية على مفاهيم الثقة والمصداقية، والعلاقة الاتصالية بين الجمهور والناشرين.

التشريعات الرقمية في دولة قطر واقع وآفاق

المنظومة التشريعية الرقمية في دولة قطر تقدم ملحوظ والتحدي في تعزيز آليات التنفيذ

يشكل التحول الرقمي أولوية استراتيجية تتطلب منظومة تشريعية متطورة. في سياق التجربة القطرية، تستعرض هذه المقابلة واقع التشريعات الرقمية وأبرز التحديات التي تفرضها التقنيات الحديثة على المؤسسات الإعلامية.

مقابلة مع د. سارة حمد القرع

رئيس قسم المهارات القانونية، جامعة قطر

المحتوى الرقمي، مستلهمة أفضل الممارسات العالمية مع الحفاظ على خصوصيتها الوطنية. بحيث تعكس هذه المواءمة القانونية رؤية استراتيجية تجمع بين الالتزام بالمعايير الدولية وتعزيز السيادة التشريعية، مما يرسخ الثقة الرقمية ويعزز جاذبية قطر للاستثمار الأجنبي ويقوي منظومة الأمن السيبراني على المستويين الوطني والدولي.

كيف أسهم توسع الاستخدامات الرقمية في قطر خلال السنوات الأخيرة في تشكيل مجالات جديدة للاهتمام التشريعي، ولا سيما في ما يتعلق بتنظيم التعامل مع البيانات، وتطوير الضوابط المرتبطة بالخدمات الرقمية؟

التوسع الكبير في الاستخدامات الرقمية في قطر مثل الخدمات الحكومية الإلكترونية، التجارة الرقمية، والتعليم عن بُعد، خلق حاجة ملحة لتشريعات جديدة تنظم التعامل مع البيانات الشخصية وتضع ضوابط دقيقة للخدمات الرقمية. وهذا التطور دفع المشرع القطري إلى إصدار قوانين متقدمة لحماية الخصوصية، تعزيز الأمن السيبراني، وضمان موثوقية المعاملات الإلكترونية، بما يواكب التحول الرقمي ويعزز الثقة في البيئة الرقمية.

في ظل تطلع دولة قطر لتعزيز موقعها كمركز إعلامي وتنظيمي، كيف يمكن للمنظومة التشريعية أن ترتقي لضبط النماذج الجديدة في النشر والخدمات الرقمية، مع ضمان توازن فعال بين المرونة التشريعية والحماية القانونية؟

في ظل تطلع دولة قطر لتعزيز موقعها كمركز إعلامي وتنظيمي، يجب أن تتطور المنظومة التشريعية لتواكب النماذج الحديثة في النشر والخدمات الرقمية، مع إدراك أن هذه التطورات تفرض تحديات

من موقعكم الأكاديمي في كلية القانون، كيف تقومون التطور الذي شهدته المنظومة التشريعية في دولة قطر في مجال التشريعات الرقمية، خصوصاً ما يتصل بالجرائم الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية وتنظيم المحتوى الرقمي؟

حققت دولة قطر تقدماً ملحوظاً في مجال التشريعات الرقمية، حيث وضعت إطاراً قانونياً متكاملًا يشمل مكافحة الجرائم الإلكترونية، وحماية البيانات الشخصية، وتنظيم المحتوى الرقمي. وتعكس هذه التشريعات التزام الدولة بمواكبة التحول الرقمي وضمان الأمن السيبراني وحماية الخصوصية، بما يتماشى مع المعايير الدولية. ومع ذلك، يبقى التحدي في تعزيز آليات التنفيذ وتطوير التخصص القضائي لمواكبة التطورات التقنية المتسارعة.

إلى أي مدى تعكس التشريعات الرقمية القطرية انسجاماً مع الاتجاهات الدولية الحديثة، وكيف ترون منهجية المواءمة القانونية بين الخصوصية الوطنية ومتطلبات الالتزام بالمعايير الدولية في المجال الرقمي؟

تظهر التشريعات الرقمية في قطر انسجاماً واضحاً مع الاتجاهات الدولية الحديثة، حيث نجحت الدولة في وضع قوانين متقدمة لمكافحة الجرائم الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية وتنظيم



يعكس تعديل 2025 لقانون الجرائم الإلكترونية استجابة المشرع للتطورات التقنية والحاجات المجتمعية المتجددة



يعد قانون حماية البيانات 2016 من أوائل تشريعات المنطقة، والوكالة الوطنية للأمن السيبراني 2021 تضع قطر في موقع ريادي إقليمياً.

تتعلق بالخصوصية والملكية الفكرية وضبط المحتوى بما يحقق التوازن الفعال بين المرونة التي تدعم الابتكار والحماية القانونية التي تصون الحقوق، من خلال تحديث القوانين وتفعيل الأطر التنظيمية لضمان بيئة رقمية آمنة وجاذبة.

من منظور قانوني أكاديمي، ما الإطار الذي ينبغي أن تستند إليه المؤسسات الإعلامية القطرية لفهم التزاماتها في بيئة رقمية متسارعة، خصوصاً في ما يتعلق بالذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة، والمسؤوليات القانونية الناشئة عن محتوى المنصات؟

ينبغي أن تعتمد المؤسسات الإعلامية القطرية على إطار تشريعي متكامل يواكب التحولات الرقمية السريعة، ويرتكز على ثلاثة عناصر أساسية: أولاً الالتزام بقوانين حماية البيانات الشخصية لضمان الخصوصية في ظل توسع استخدام البيانات الضخمة، ثانياً وضع سياسات واضحة تحدد المسؤولية القانونية عن المحتوى المنشور

مسار تشريعي يعكس استجابة استباقية ومتدرجة تضع القانون في خدمة التنمية، وتجعل منه حصناً للحقوق ومحفزاً للابتكار

طورت دولة قطر منذ عام 1979 منظومة تشريعية شاملة رافقت التحول من البيئة التقليدية إلى الفضاء الرقمي، بدأت بتنظيم المطبوعات والنشر الورقي، مرورًا بحماية الملكية الفكرية، وصولًا إلى بناء إطار قانوني متخصص للبيئة الرقمية مع مطلع الألفية الجديدة. ويوثق هذا المخطط الزمني أكثر من عشرين تشريعًا عبر أربع مراحل، تطورت من تنظيم الأنشطة التقليدية إلى معالجة التحديات الرقمية المعاصرة المتمثلة في الجرائم الإلكترونية، حماية البيانات الشخصية، المعاملات والتجارة الإلكترونية، والأمن السيبراني. حيث يبرز في هذه المسيرة التشريعية قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية (14/2014) كعمود فقري للمنظومة، وقانون حماية خصوصية البيانات الشخصية (13/2016) باعتباره من أوائل تشريعات حماية البيانات في المنطقة، فيما تولت الوكالة الوطنية للأمن السيبراني (2021) تنفيذ هذه التشريعات عبر إحدى وعشرين اختصاصًا استراتيجيًا.

مخطط زمني (1979-2025) تطور التشريعات القطرية في مجالات الإعلام والاتصالات وتقنية المعلومات

2006

براءات الاختراع، مرسوم بقانون رقم 30 لسنة 2006
- حماية البرمجيات والتطبيقات التقنية
- تنظيم الاختراعات القابلة للتطبيق الصناعي

الاتصالات

مرسوم بقانون رقم 34 لسنة 2006 (معدل 2017)
- تنظيم شامل لقطاع الاتصالات
- إلزام مقدمي الخدمة بحماية الخصوصية

1979

التأسيس العام
المطبوعات والنشر، القانون رقم 8 لسنة 1979
- الإطار المنظم للنشر والإعلام التقليدي
- حجر الأساس للتنظيم الإعلامي

2010

التحول الرقمي
المعاملات والتجارة الإلكترونية، مرسوم بقانون رقم 16 لسنة 2010
- الإطار القانوني الأساسي للتجارة الإلكترونية
- حجية التوقيع الإلكتروني
- حماية المستهلك الرقمي
- العقوبات: حبس سنتين وغرامة 300,000 ريال
سياسات الحكومة الإلكترونية، قرار مجلس الوزراء رقم 18 لسنة 2010
- إلزام الجهات بتنفيذ الحكومة الإلكترونية
- حماية العلامات الإلكترونية والرقمية
- سياسات الربط والتكامل
- إدارة محتوى بوابة "حكومي"

2002

حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة، القانون رقم 7 لسنة 2002
- حماية المصنفات الفكرية الرقمية والإلكترونية
- التخزين الإلكتروني الدائم والمؤقت
- مدة الحماية: حياة المؤلف + 50 سنة
العلامات والبيانات التجارية، القانون رقم 9 لسنة 2002
- حماية العلامات الإلكترونية والرقمية
- شمل العلامات الصوتية والرقمية

2012

لائحة خدمات التصديق الإلكتروني، قرار رقم 1 لسنة 2012
- تنظيم مقدمي خدمات التصديق
- شروط الترخيص وإصدار الشهادات
- حماية الخصوصية والبيانات الشخصية

2014

مكافحة الجرائم الإلكترونية، القانون رقم 14 لسنة 2014
- العمود الفقري للمنظومة التشريعية الرقمية
- تجريم الدخول غير المشروع للأنظمة
- العقوبات: حبس 3 سنوات وغرامة 500,000 ريال
- 59 مادة تغطي كافة الجرائم الإلكترونية
إنشاء هيئة تنظيم الاتصالات، القرار الأميري رقم 42 لسنة 2014
- تنظيم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
- النفاذ إلى الإعلام الرقمي
- إصدار التراخيص ومراقبة الطيف
تنظيم المؤسسة القطرية للإعلام، قرار أميري رقم 33 لسنة 2014
- تنظيم البث الرقمي على الإنترنت
- التسويق الإعلامي الرقمي
- أنظمة الوسائط الرقمية

2016

اللجنة الوطنية لأمن المعلومات، قرار أميري رقم 19 لسنة 2016
- برئاسة رئيس مجلس الوزراء
- التنسيق بين الجهات الأمنية والمالية
- آلت معظم اختصاصاتها للوكالة الوطنية
حماية خصوصية البيانات الشخصية، القانون رقم 13 لسنة 2016
- من أوائل قوانين حماية البيانات في الخليج
- حقوق الأفراد: الموافقة، الوصول، التصحيح، الحذف
- التزامات المراقب والمعالج
- حظر معالجة البيانات الحساسة
- العقوبات: غرامات تصل لـ 5 ملايين ريال

2019

إنشاء المدينة الإعلامية، القانون رقم 13 لسنة 2019
- منطقة خاصة للأنشطة الإعلامية
- إعفاءات ضريبية 20 سنة قابلة للتجديد
- حرية تحديد الأسعار والنقد الأجنبي

2021

الأمن السيبراني
إنشاء الوكالة الوطنية للأمن السيبراني، قرار أميري رقم 1 لسنة 2021
- المؤسسة الوطنية المركزية للأمن السيبراني
- هيئة مستقلة بشخصية معنوية
- 21 اختصاصًا استراتيجيًا
- تنفيذ قوانين حماية البيانات
- التنسيق المحلي والدولي

2022

الحق في الحصول على المعلومات، القانون رقم 9 لسنة 2022
- التوازن بين الشفافية وحماية البيانات
- إلزام الجهات بالرد خلال 15 يومًا
- العقوبات: غرامة 50,000 ريال

2024

مذكرة التعاون السيبراني الإقليمي، مرسوم رقم 38 لسنة 2024
- شراكة مع الهيئة السعودية للأمن السيبراني
- تبادل الخبرات الإقليمية

2025

تعديل قانون الجرائم الإلكترونية، القانون رقم 11 لسنة 2025
- المادة 8 مكرراً: حماية خصوصية الأفراد
- تجريم نشر الصور دون رضا
- العقوبات: حبس سنة وغرامة 100 ألف ريال

السياسة الإعلامية في دولة قطر بين التنظيم، وترسيخ الهوية والانفتاح على العالم

شهدت السياسة الإعلامية لدولة قطر تطوراً ملحوظاً في ظلّ التوسّع الذي شهده المشهد الإعلامي القطري، والتحوّلات التي غزت عالم التكنولوجيا، والصّورات التي حتمتها الموازنة بين السياسة الخارجيّة للدولة ودورها الداخلي من حيث التأثير في الرّأي العام العالمي وصنّاع القرار في الخارج لخدمة مصالح الدولة، وتوجيه المواطنين نحو خدمة القضايا الوطنيّة.

د. المعز بن مسعود
أستاذ الاتّصال الاستراتيجي، جامعة قطر

يُعدّ من أهمّ المشاريع التي تطرح قراءة جديدة في بنية المفهوم الإعلامي، وتفتح نقاشاً علمياً حول تطوّر المصطلحات الإعلامية وإعادة مقارنتها في مساقاتها التاريخيّة وتفكيكها نقدياً من خلال حالاتها التداوليّة، ممّا يعزّز الوعي الاصطلاحي، ويساهم في بناء منظومة معرفيّة مرجعيّة تتيح للباحث والقارئ الوصول إلى المعنى الصحيح دون تضليل، وتطوّر أدوات الفهم الإعلامي لدى الباحثين، والمهنيّين، والمختصّين في مجال الإعلام والاتّصال في العالم العربي. وتعدّ شبكة الجزيرة، هي الأخرى، أداة رئيسية في السياسة الإعلامية القطرية، تُجسّد الانفتاح على العالم بكونها منصّة عالميّة مؤثّرة إقليمياً ودولياً، ومنبراً حرّاً وحيوياً، ومرصداً مهمّاً للأحداث، تعتمد منظومة إعلامية احترافيّة ساهمت إلى حدّ كبير في مواجهة الخطاب الإعلامي الغربي الاستغلالي، والرّد على حملات الإعلام الغربيّة الممنهجة ضدّ دولة قطر ولعلّ أهمّها تلك المرتبطة بتنظيم كأس العالم الأخيرة، وتعزيز مكانة قطر كقوة ناعمة على الساحة الدوليّة. كما نجحت الجزيرة، رغم الكثير من التحدّيات، في تقديم نموذج إعلامي جديد يجمع بين صدق الخبر وجرأة التحليل، ونشر المعرفة وبناء الوعي.

وعلى غرار شبكة الجزيرة والمحطّات الإذاعيّة والقنوات التلفزيونية الرّاجعة بالنظر إلى المؤسّسة القطرية للإعلام ودورها في الانفتاح على العالم وترسيخ حماية المجتمع وصون هويّته الثقافيّة، مثل إطلاق قنوات الرّيان التلفزيونية في دولة قطر سنة 2012 وتبنيها للهويّة القطرية كخطّ تحريريّ وسياسة إعلامية نتيجة حتميّة لكلّ تلك التحوّلات الكبرى التي يعيشها المجتمع القطري وباقي دول الخليج التي تمرّ بطفرة اقتصادية وتحوّلات سكانية ونموّاً تجارياً وصراع محاور سياسيّة دوليّة كبرى. وفي سياق هذه التحوّلات الكبرى نجحت قنوات الرّيان في إنتاج برامج تُراوح بين حقيقة الماضي

تتميّز السياسة الإعلاميّة في دولة قطر بالجمع بين الانفتاح والتنظيم، وترسيخ منظومة تعمل على حماية المجتمع وصون هويّته الثقافيّة، مع الحرص على دمج الأدوات الإعلاميّة مع أدوات القوّة الناعمة الأخرى، مثل الرياضة والاستثمار ممّا عزّز من تأثير دولة قطر العالمي، وساهم في تعريف العالم بإنجازاتها.

وقد لعبت الهياكل المكوّنة للمنظومة الإعلاميّة لدولة قطر دوراً هاماً في تحقيق أهداف السياسة الإعلاميّة للدولة من حيث الانفتاح على العالم وتحقيق رؤية استراتيجية قطر الإعلاميّة بكونها أداة لنشر المعرفة وبناء الوعي، وتعزيز جهود الدولة لترسيخ القيم والعادات والتقاليد، وتكريس الشعور بالانتماء، وتحفيز الأفراد على المشاركة الفعّالة في بناء الوطن.

ولعلّ من بين أهمّ هذه الهياكل المؤسّسة القطرية للإعلام التي تم إنشاؤها بموجب قرار أمير قطر رقم (9) لسنة 2009 صادر في 18 مارس 2009، لتحلّ محلّ وزارة الإعلام، وتكون الجهة الرّسمية المشرفة على النّهوض بوسائل الإعلام القطرية المسموعة والمرئيّة، وتجمع تحت مظلتها تلفزيون قطر وقنوات الكأس وإذاعات قطر المتعدّدة. وقد نجحت المؤسّسة القطرية للإعلام في تقديم رسالة إعلاميّة رصينة تعزّز الهويّة الوطنيّة والخصوصيّة المحليّة، وتنفيذ خطة استراتيجية تقوم على تأمين الالتزام بجودة المضمون في مختلف البرامج المسموعة والمرئيّة، وضمان استمراريّة تطوير مجال البثّ الإذاعي والتلفزيوني في ظلّ التطوّر الحاصل في المجال، والاستثمار في الكادر البشري المحلي المتخصّص بالعلم والمعرفة.

وفي إطار التزام المؤسّسة القطرية للإعلام بدعم البحث العلمي وتطوير الخطاب الإعلامي المعاصر، قامت المؤسّسة في موفّي شهر نوفمبر 2025 بتدشين مشروعها الرّائد "الموسوعة الإعلاميّة" الذي



من الاتفاقيّات لعلّ أهمّها اتفاقيّتها مع مجموعة بلومبرغ الإعلاميّة التي تمتدّ إلى غاية 2027، والتي مكّنت من إطلاق "منتدى قطر الاقتصادي" في سبتمبر 2020، و"منتدى قطر للرياضات الإلكترونيّة" الذي أُطلق بالتعاون مع شركة SNRG في مايو 2024.

كما نجحت السياسة الإعلاميّة في دولة قطر كذلك في توظيف التكنولوجيا الحديثة في البثّ عبر الإنترنت لتوسيع نطاق الوصول إلى المحتوى الإعلامي، وخاصّة عبر وسائل التّواصل الاجتماعيّة المختلفة التي تساهم في تشكيل الرّأي العام، وتعزيز التّواصل الاجتماعي وتوجيه التفكير وتشكيل السلوكيات لدى الأفراد، لكن مع وجود نوع من الضّبط الاجتماعيّ يوظّف قوانين صارمة تُجرّم التعدي على الخصوصية، وتمنع خطاب الكراهية والابتزاز الإلكترونيّ... إلخ، وتفرض عقوبات رادعة من أجل حماية المجتمع من المحتوى الذي قد يتعارض مع قيمه وتقاليدّه. وتدعم قطر جهودها دولياً في هذا المجال من خلال «مركز الدوحة الإقليمي لمكافحة الجريمة السيبرانية» بالتعاون مع الأمم المتّحدة.

أخيراً، إنّ استثمار دولة قطر في التّخطيط الاستراتيجي والبنية التحتية الإعلاميّة، والتزامها بالمهنية والمسؤولية الاجتماعيّة في بناء هياكل منظومتها الإعلاميّة، ونجاحها في دمج الأدوات الإعلاميّة مع أدوات القوّة الناعمة الأخرى كالرياضة والاستثمار هي من أهمّ العوامل التي مكّنت الدولة من إرساء سياسة إعلاميّة تجمع بين الانفتاح والتنظيم، وترسخ منظومة تعمل على حماية المجتمع وصون هويّته الثقافيّة، ونشر المعرفة، وبناء الوعي، وتعزيز الحوار، والانفتاح على العالم.

وما يُمثّله من تراث وتاريخ وعادات وتقاليد وبين الحاضر وتحوّلاته، والمستقبل ومشاريعه المجتمعيّة المستقبلية المعبّرة عن الطّموح الوطني، والهويّة الوطنيّة... كل ذلك في ظرف يتسم بعولمة الثقافة وحواملها الإعلاميّة، وعصر يعتبر أنّ العولمة منتجة بالضرورة لحالة من التنميط والنمذجة والتماهي مع الثقافات السائدة دولياً وذلك بفعل عولمة الصورة المهيمنة والقادمة تحديداً من الغرب بغضّ النظر عن المناعة التي من المحتمل أن يمتلكها الأفراد أو الجماعات المحليّة دفاعاً عن هويتهم.

وفي ظلّ هذا التطوّر الحاصل في المشهد الإعلامي القطري، اضطلع المركز القطري للصحافة منذ إنشائه في شهر ديسمبر من سنة 2017 بدور هام في تعزيز جهوده وتكريس دوره باعتباره مظلةً للارتقاء بالعمل الصحفي والإعلامي عبر العديد من الشراكات الإعلاميّة على مستويات محليّة وخليجيّة وإقليميّة ودوليّة، وذلك إسهاماً منه في تطوير العمل الإعلامي والصحفي، والاهتمام بشؤون الإعلاميين وفقاً لرؤية قطر 2030، ودعمها للسياسة الإعلاميّة في دولة قطر.

هذه السياسة الإعلاميّة نجحت - عبر إنشاء "المدينة الإعلاميّة قطر" سنة 2019 بموجب القانون الأميري رقم 13 للعام 2019 - في إطلاق سلسلة من المبادرات الجديدة بالشراكة مع مركز قطر للمال لتسهيل عملية تأسيس الشركات الإعلاميّة. وتعمل المدينة بصفتها جهة تنظيمية وتطويرية واستثمارية لقطاعي الإعلام والصناعات الإبداعية ضمن إطار قانوني خاص يوفّر حوافز من بينها الملكيّة الأجنبية الكاملة والإعفاءات الضريبيّة. وتمكّنت المدينة من عقد عدد

من دبلوماسية القوة الناعمة إلى تحديات الريادة والابتكار

لم يعد الإعلام في وقتنا المعاصر مجرد أداة لنقل الأخبار وتبادل المعلومات والآراء، بل تحول إلى قوة إستراتيجية مؤثرة في صنع السياسات والقرارات والتأثير على الرأي العام، وترسيخ السيادة والهوية، علاوة على كونه ركيزة أساسية لصناعة السرديات الإعلامية للدول والمؤسسات، بل والأفراد، وهو ما أوجد سباقًا عالميًا محمومًا للسيطرة على وسائل الإعلام، وامتلاك البيانات، والتحكم في الخوارزميات.

د. محسن الإفرنجي

أستاذ الإعلام المساعد بجامعة قطر

أدرجت قطر مبكرًا أن الإعلام هو القوة الدبلوماسية الأكثر تأثيرًا، خاصة بعد عدة تجارب خاضتها، وتحديات واجهتها، جعلت سياساتها متوجهة أكثر نحو إدارة مبتكرة للإعلام عبر استثمار مواردها، وتطوير أدواتها ومحتواها، وتحديث تشريعاتها الإعلامية. وقد سجلت دولة قطر تقدمًا ملحوظًا في مجال الريادة الإعلامية بعد سلسلة إنجازات حققتها على الصعد المحلية والعربية والإقليمية والدولية، بدءًا من انطلاق قناة الجزيرة عام 1996 التي توسعت لتصبح شبكة الجزيرة الإعلامية، وليس انتهاءً بمشروع المدينة الإعلامية، الذي تأسس في قطر بموجب القانون الأميري رقم (13) لسنة 2019.

وكنتيجة لهذه الإدارة الإعلامية؛ حققت قطر نجاحات عدة، على صعيد تعزيز مكانتها الدولية وتحقيق أهداف سياستها الخارجية، ونشر الثقافة القطرية والتأثير في الرأي العام الدولي، واستقطاب الفعاليات الأكاديمية والرياضية والتكنولوجية العالمية، وعلى رأسها كأس العالم 2022، علاوة على دورها المحوري في الوساطة الدولية. وحصدت قطر نتيجة دبلوماسيتها الناعمة، تقدمًا على المؤشر العالمي لحرية الصحافة للعام 2025 بخمس مراتب على التصنيف العالمي، وفق تقرير منظمة مراسلون بلا حدود، واحتلت المرتبة الـ 79 عالميا بعد أن كانت في المركز الـ 84 العام الماضي، وتبوءت لأول مرة صدارة الترتيب في الخليج العربي والمرتبة الثالثة عربيًا. لكن هذه النجاحات، يقابلها تحديات مهمة على صعيد القدرة على الموازنة بين الشكل والمضمون، بين الإدارة الريادية والمحتوى الابتكاري، والسياسات التحريرية، وبين تحولات البيئة الإعلامية الرقمية، وما يترتب عليها من متطلبات تتعلق بأهمية تطوير استراتيجيات وأدوات إعلامية مبتكرة، وتأهيل كادر بشري مهني.

وبنظرة تحليلية لتجربة دولة قطر في الإدارة الإعلامية، يمكن تناولها من خلال عدة مسارات، أبرزها:

1) المسار التنظيمي المؤسسي (البنية التحتية المؤسسية): فقطر تتمتع ببنية تحتية متطورة في مجال الاتصالات والتكنولوجيا، ومواكبة التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي، وخبرة واسعة في

مجال بناء المؤسسات الإعلامية وتنظيم شؤونها، ودعم الشركات الناشئة، وتطوير المهارات الرقمية، وهو ما مكناها من تأسيس منظومة إعلامية ذات حوكمة مؤسسية، قادرة على مواكبة التحولات الرقمية، وتوظيف التكنولوجيا المتقدمة في إنتاج المحتوى وإدارته وتوزيعه، بما عزز قدرتها التنافسية إقليميًا ودوليًا، ورسخ موقعها كفاعل مؤثر في المشهد الإعلامي العالمي.

وفي إطار البناء المؤسسي، أدرجت قطر أهمية المخاطر "الرقمية" المتعددة، التي يمكن أن تتعرض إليها. لذا سعت إلى حماية فضاءها وجبهتها الداخلية الرقمية من خلال تأسيس الوكالة الوطنية للأمن السيبراني، لرفع قدرات المؤسسات والأفراد في الأمن السيبراني. ويمكن للوكالة الوطنية أن تسهم في تعزيز حماية السردية الوطنية الرقمية، وتعزيز المحتوى المحلي الموثوق في مواجهة تدفقات المحتوى الخارجي وتحولات البيئة الرقمية، حال تم استثمار إمكاناتها لتدريب وتأهيل القائمين على إدارة وصناعة الإعلام في قطر.

2) مسار تحولات البيئة الرقمية والاندماج في عصر الذكاء الاصطناعي: ويأتي هذا المسار في إطار رؤية شاملة عبر تعزيز الاستثمارات في توظيف المنصات الرقمية المتنوعة، ودعم التحولات في صناعة المحتوى الرقمي عبر إطلاق المزيد من المنصات الإخبارية الرقمية وخدمات البث الرقمي، وتعزيز التواجد على منصات التواصل الاجتماعي، وإنتاج محتوى إعلامي بأساليب مبتكرة غير تقليدية.

ومن أحدث المنصات الرقمية في قطر، منصة QBUSINESS وQ37 وهما منصتان باللغة الإنجليزية أطلقتها المؤسسة القطرية للإعلام، بهدف "تقديم محتوى موثوق، يبرز نبض المجتمع الثقافي والاجتماعي من خلال رؤية إعلامية رقمية احترافية، تركز على التنمية التوعوية، التفاعل ونقل الرواية القطرية إلى العالم. (للإعلام، 2025).

3) مسار الانفتاح على الإعلام العالمي وبناء الشراكات: وتعتمد قطر في تعزيز وتطوير هذا المسار على حضورها الإعلامي المتمثل في:

شبكة الجزيرة الإعلامية: بقنواتها ومنصاتها الرقمية ومراكزها البحثية، والمهنية، والتدريبية، والحقوقية، خاصة أن الشبكة كسرت احتكار السرديات الغربية في المنطقة، وقدمت منظورًا عربيًا للأحداث العالمية، ووضعت قطر على الخريطة الدولية كلاعب مؤثر في المشهد الإعلامي والسياسي، مما جعلها حجر الزاوية في السردية الإعلامية القطرية.

المدينة الإعلامية: التي تأسست لتكون "مركزًا عالميًا يجمع الشركات الإعلامية المحلية والدولية، ورواد الأعمال، والمبتكرين، والمواهب الإبداعية، عبر مساندة صناعات الإعلام والمحتوى من خلال تقديم بيئة متكاملة تدعم إنتاج وتطوير المحتوى الإبداعي واستخدام التقنيات المبتكرة". وبدأت المدينة الإعلامية بوضع قطر على خارطة الإنتاج الإعلامي العالمي من خلال أنشطة إعلامية مكثفة، من بينها: إطلاق أربعة برامج جديدة من الدوحة كإنتاج مشترك بين المدينة



الإعلامية قطر وشبكة يورونيوز الإخبارية الأوروبية. وتشمل قائمة البرامج الأصلية الأربعة؛ برنامج "Qatar in Motion"، ويعرض التجارب الشخصية ومعالم التطور في دولة قطر، وبرنامج "The Grand Voyager"، ويتناول سلسلة رحلات تستعرض وجهات سياحية مميزة؛ بالإضافة إلى برنامج "Cult" الذي يُبحر في عالم الفن والموسيقى والأزياء والترفيه، وأخيرًا برنامج "Focus" ويقدم تقارير متعمقة حول تطورات الأعمال في قطر وأفاقها العالمية.

ولعل أحدث الشراكات الدولية هي إطلاق شبكة (CNN) الأمريكية، أحدث محطاتها من الدوحة، لتطوير وإنتاج محتوى متنوع عبر مختلف المنصات، يتناول أبرز القصص التي تعكس التطورات العالمية السائدة. ونشر المحتوى على المنصات الرقمية والاجتماعية، بالإضافة إلى إنتاج برنامج أسبوعي مبتكر يُعرض على CNN إنترناشونال.

4) مسار استقطاب الإعلاميين والمؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي: خاصة خلال البطولات والملقبات العالمية في قطر، مثل: كأس العالم 2022، وكأس العرب 2025، وملتقى الدوحة، ومؤتمر "وول ستريت جورنال تك لايف" الذي يعقد لأول مرة خارج الولايات المتحدة، وللمرة الأولى في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، إضافة إلى المؤتمر العالمي للهواتف المحمولة MWC25، وقرينًا قمة الويب العالمية التي ستنتقل مطلع العام المقبل 2026.

طورت هذه المسارات المختلفة للمنظومة الإعلامية من أداء الإعلام القطري، ومكنته من التصدي للعديد من الهجمات الإعلامية، كان أبرزها في الفترة الأخيرة ما أعقب الإعلان عن فوز قطر بتنظيم كأس العالم 2022، حيث تعرضت قطر لحملة دعائية شرسة، استهدفت تشويه صورتها، وتهيب الجماهير الغربية من التوجه لحضور المباريات في قطر. وفي المقابل، أطلقت قطر حملة مضادة عبر تفعيل دبلوماسية رقمية على مستويات سياسية وإعلامية ومجتمعية، بمشاركة وزارة الخارجية والبعثات الدبلوماسية القطرية والمنصات الإعلامية المختلفة، وشرعت بالتواصل المباشر مع الجمهور العالمي وصناع القرار، وتفنييد الاتهامات، ونشر وجهة النظر القطرية، وتسليط الضوء على الإصلاحات التشريعية، لتعزيز سردية ما يعرف بـ "الجسر الحضاري" عبر التركيز على الثقافة القطرية العربية الإسلامية والربط بينها وبين العالم.

تمثل تجربة قطر في إدارة مجالها الإعلامي قصة تحول استراتيجي من التأثير الخارجي عبر "القوة الناعمة" إلى بناء "حصن رقمي" داخلي لحماية الهوية الوطنية، مع تحويل المنجز المؤسسي والميداني بمخرجاته المختلفة إلى قصة إنسانية وسردية وطنية رقمية موثوقة ذات معنى وهدف وأثر.

مراجع:

- Kristian Coates Ulrichsen. Qatar and the Gulf Crisis. Oxford: Oxford University Press (2020).

- آية بلعليات، دور القوة الناعمة في تجسيد أهداف السياسة الخارجية للدول الصغرى، قطر نموذجًا.

- خالد آل شافي، الصحافة القطرية: تحديات الحاضر وأفاق المستقبل. الدوحة: دار الشرق للطباعة والنشر والتوزيع (2023).

- خالد الجابر، الإعلام في قطر. الدوحة: دار كتارا للنشر (2020).

قطر والتعاون الإعلامي الخليجي: شراكة راسخة برؤية متجددة

منذ مشاركتها في تأسيس مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك عام 1976، قبل قيام مجلس التعاون بخمس سنوات، وحتى قيادتها لمبادرة التطبيق الإلكتروني الموحد لوكالات الأنباء الخليجية عام 2025، رسمت دولة قطر مسارًا متصاعدًا من البناء الإعلامي المؤسسي، ترك بصمة بارزة في مسيرة التعاون الإعلامي الخليجي. وكانت البدايات الأولى لهذا البناء قد تجسدت في انخراطها المبكر ضمن اتفاق وزارات الإعلام في دول الخليج على إنشاء المؤسسة، «تعزيزًا وتأصيلًا للروابط الحضارية والثقافية والتاريخية» التي تجمع بينها، مجسدة رؤية استباقية لأهمية الإعلام في إبراز الهوية المشتركة وتعزيز التماسك الخليجي. وقد انعكس ذلك في صياغة اتفاقية إنشاء المؤسسة، المعروفة لاحقًا بـ«البيت الإعلامي الخليجي»، التي أكدت على تنمية العلاقات الثقافية والإعلامية والنهوض بمستوى الفنون بين شعوب المنطقة.



محطات تأسيسية
من مسيرة التعاون
الإعلامي الخليجي
المشترك

برؤية متجددة، تُكرس دولة قطر إسهامها في تعزيز إعلام
خليجي متكامل يحافظ على الهوية المشتركة ويواكب العصر.





مشاركة وفد دولة قطر برئاسة سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني في الاجتماع 28 لوزراء الإعلام بدول مجلس التعاون في الكويت، لبحث تعزيز التعاون الإعلامي وتطوير المبادرات المشتركة.



الهوية المشتركة كانت ولا تزال الأساس الذي يمنح الإعلام الخليجي تماسكه.

الإعلامي الخليجي برؤية تقوم على ترسيخ الهوية المشتركة ووحدة الموقف، وتعتمد في الوقت نفسه على الابتكار والتحول الرقمي وتنمية الكوادر المؤهلة، بما يعزز قدرة الإعلام الخليجي على مواكبة التحولات وصون ثوابته. وعلى امتداد خمسة عقود من العمل المشترك، أسهمت قطر بثبات في ترسيخ هذا النهج القائم على التوازن بين الالتزام الجماعي والانفتاح على التطوير، وهي تواصل اليوم هذا الدور بروح من المسؤولية والالتزام، تعزيزاً لحضور الإعلام الخليجي في محيطه الإقليمي والدولي.

قطر، بما في ذلك الاجتماعات التحضيرية واللجان المتخصصة لمتابعة تنفيذ القرارات الوزارية، وحرصت قطر على توظيف هذه العودة في تكثيف العمل المشترك ودعم المبادرات ذات البعد الاستراتيجي، مع إيلاء اهتمام خاص للتحويل الرقمي وبناء منصات إعلامية موحدة تواكب التطورات التقنية وتلبي احتياجات الجمهور في بيئة إعلامية سريعة التغير. وقد تكلفت هذه الجهود بإطلاق النسخة التجريبية من «التطبيق الإلكتروني الموحد لوكالات الأنباء الخليجية» بمبادرة من وكالة الأنباء القطرية (قنا)، وذلك في الاجتماع الثامن والعشرين لوزراء الإعلام بدول مجلس التعاون بالكويت في 12 مايو 2025. ويُعد هذا التطبيق إضافة نوعية في تعزيز روح التكامل الإعلامي بين دول المجلس.

مع تسارع المتغيرات الإقليمية والدولية، تضي دولة قطر في دعم مسيرة التعاون

التنمية والإعلامية لدول المجلس، وممهدة لاجتماعات وزارية أكثر زخماً في السنوات التالية. وقد تجلّى ذلك في انعقاد الاجتماعات الخامس والعشرين والسادس والعشرين والسابع والعشرين والثامن والعشرين لوزراء الإعلام، وتوّج باستضافة الدوحة للاجتماع السابع والعشرين في مايو 2024، مكرّسة موقعها الطبيعي في صياغة أجندة العمل الإعلامي الخليجي وتطوير آلياته. وقد أكدت أعمال هذه الدورة، برئاسة سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، أهمية الإسراع في تفعيل استراتيجية التعاون الإعلامي المشترك 2023-2030 بوصفها مرجعية خارطة طريق، وجعلت في صلب أولوياتها قضايا التحول الرقمي والتكامل الإعلامي وتعزيز الخطاب الخليجي الموحد. وفي ضوء ما أفضت إليه الاجتماعات الوزارية، استعادت اللجان الإعلامية المشتركة نشاطها بمشاركة فاعلة من ممثلي

للتكيف مع التطورات التقنية والممارسات المهنية الحديثة.

وإبان مراحل تأسيس وهيكل المؤسسة القطرية للإعلام منذ إنشائها عام 2009 وإعادة تنظيمها عام 2014، عملت المؤسسة على تحديث بنيتها التقنية والإدارية بما يواكب متطلبات المشهد الإعلامي الحديث، وتزامن ذلك مع توسيع مجالات التعاون مع المؤسسات الخليجية والعربية والدولية، إلى جانب تأهيل الكوادر الوطنية عبر برامج تدريبية متخصصة، جسدت الإرادة الراسخة في جعل العنصر البشري ركيزةً لنهضة القطاع الإعلامي واستدامة أثره، انسجاماً مع الركائز الاستراتيجية لرؤية قطر الوطنية (2030) في مواكبة المستجدات وخدمة أهداف التنمية الشاملة. وتعزز هذا المسعى على المستوى الخليجي بتأكيد المؤسسة القطرية للإعلام التزامها «بالارتقاء بمستوى التكامل والترابط في العمل الإعلامي وصولاً إلى تحقيق رؤية إعلامية خليجية مشتركة»، وهو ما تجسّد في مشاركة دولة قطر في دعم وتنفيذ استراتيجية العمل المشترك 2010-2020 عبر صياغة محاورها ومواءمة سياساتها الوطنية مع أهدافها، مما أرسى أرضية صلبة قامت عليها استراتيجية التعاون 2023-2030، التي تفتح مجال التعاون على أفق أرحب يشمل التكامل الإعلامي وتعزيز الخطاب الخليجي الموحد واستشراف آليات عمل أكثر مواكبة للتحولات المقبلة.

نتيجة لتداعيات الأزمة الخليجية، شهدت منظومة التعاون الإعلامي بين عامي 2017 و2021 انتكاسة انعكست على انتظام العمل المؤسسي المشترك. وقد شكلت تلك المرحلة فرصة لدولة قطر لمواصلة تعزيز قدراتها الإعلامية وتطوير بنيتها المؤسسية والتقنية، مما جعلها أكثر استعداداً وجاهزية في مختلف مستويات العمل الإعلامي الخليجي بعد استعادة أجواء التعاون عام 2021. ومع تواصل هذا الحضور، شهد عام 2023 تنظيم فعاليات خليجية مشتركة في الدوحة، كان أبرزها ندوة «دور الإعلام البيئي في التنمية المستدامة» ودورة «إدارة الحملات الإعلامية»، مؤكدةً انسجام الأجندة الوطنية القطرية مع الأهداف

بعد أن أسهمت دولة قطر بدور فاعل في المراحل التأسيسية للتعاون الإعلامي الخليجي، واصلت حضورها في الأطر المؤسسية وأجهزة العمل الإعلامي بدول المجلس عبر مشاركتها المنتظمة في الاجتماعات الدورية لمديري التلفزيونات والإذاعات. وقد مثلها في هذه المحافل الإعلامي علي ناصر الكبيسي، الذي تولى إدارة إذاعة قطر بين عامي 2005 و2016، ومن خلال هذا التمثيل المؤسسي المستمر شاركت قطر في مناقشة شؤون العمل الإعلامي المشترك، وما يتصل به من قضايا مهنية وبرامجية تدعم مسار التكامل الخليجي.

وامتداداً لهذه الجهود التطويرية، برزت قطر مركزاً محورياً للتطوير الإعلامي الإقليمي من خلال استضافة المبادرات التدريبية المشتركة؛ إذ احتضنت المؤسسة القطرية للإعلام، بالتعاون مع جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الاجتماع الثامن للجنة الدائمة لمسؤولي التدريب الإعلامي بدول مجلس التعاون، الذي عُقد في الدوحة يومي 28 و29 فبراير 2024، بمشاركة ممثلين عن الأجهزة الإعلامية الرسمية في دول المجلس. وأقر خلال الاجتماع تنفيذ أربع دورات تدريبية متخصصة للعام 2025، موجهة إلى رفع كفاءة الكوادر الإعلامية الخليجية وتعزيز جاهزيتها

ومع وضع اللبنة الأولى في منظومة العمل الإعلامي الخليجي، كانت ملامح البنية الإعلامية الوطنية تتشكل بخطوات متسارعة؛ ففي تلك الفترة بدأ البث الإذاعي في 25 يونيو 1968 عبر إذاعة قطر، أعقبه انطلاق تلفزيون قطر باعتباره أول محطة تلفزيونية في الدولة عام 1970، مما مهّد لمشاركة فاعلة في أولى إنتاجات مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، التي دشنت عام 1977 بالبرنامج التربوي التعليمي الشهير «افتح يا سمسم». وقد استمر الحضور النوعي حتى تُوّج بإطلاق إذاعة «صوت الخليج» عام 2002، التي اضطلعت منذ انطلاقتها، ولا تزال، بخدمة الهوية الثقافية الجامعة لدول المنطقة، مؤكدةً الدور الريادي لقطر في صون التراث الخليجي ونشره.

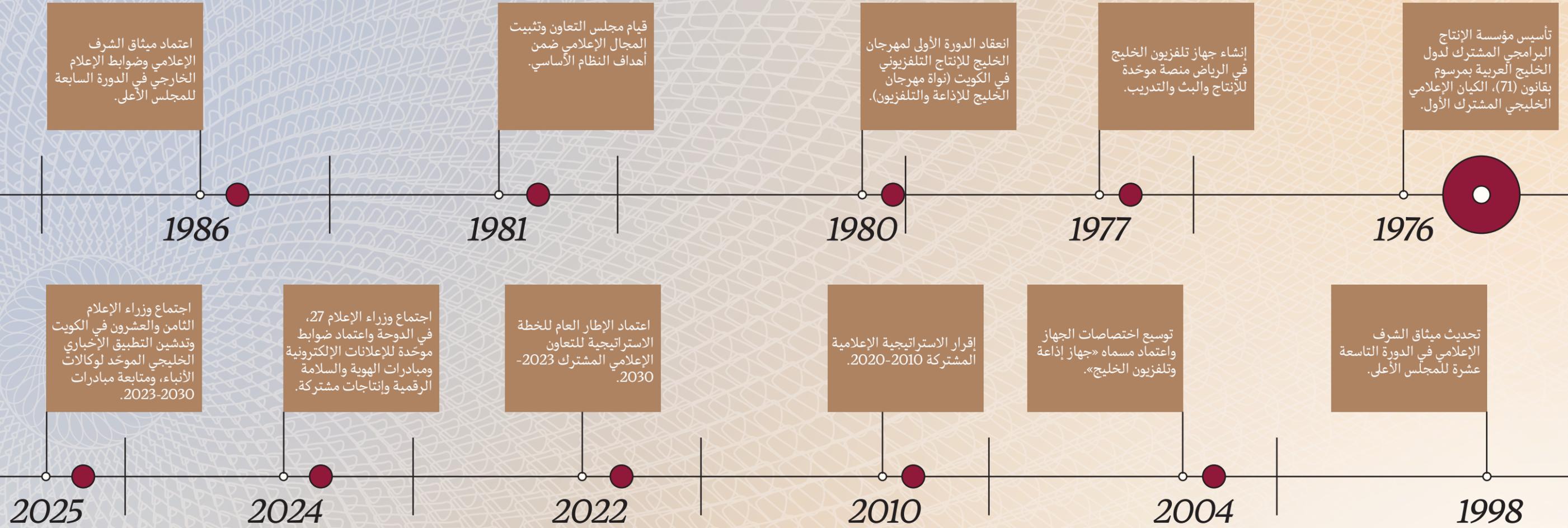


الاستثمار في تنمية الكوادر جعل العنصر البشري الركيزة الأهم للتطوير الإعلامي وتعزيز التعاون الإعلامي الخليجي.



تشغيل التطبيق الإلكتروني الموحد (الكويت 2025): مبادرة قطرية عزّزت التحول الرقمي والتكامل الإعلامي الخليجي ▲

محطات تأسيسية من مسيرة التعاون الإعلامي الخليجي المشترك



الإعلام والخدمات الإعلانية (Iosifidis, 2025). وتوفر المنصات الرقمية تجارب تتسم بالفورية والطابع الشخصي، كما توفر التفاعلية لجمهور المستخدمين على نحو غير مسبوق، حيث لم تكن هذه الميزة متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، فشبكات التواصل الاجتماعي مكّنت الجمهور بشكل خاص من أن يصبحوا صنّاع محتوى، مما أتاح لهم مشاركة الآراء، وإثارة النقاشات، والتأثير على الاتجاهات وتوجهات الرأي العام في الوقت الفعلي لوقوع الأحداث. كما أدت ديمقراطية الوصول إلى المعلومات عبر الوسائط الجديدة إلى ظهور مشهد إعلامي أكثر تشظيًّا، حيث لم يعد الجمهور يعتمد على عدد قليل من وسائل البث أو النشر للحصول على المعلومات؛ بل يمكنهم اليوم الوصول إلى مجموعة متنوعة من المحتويات من مصادر مختلفة، مع إمكانية تخصيص استهلاكهم الإعلامي وفقًا لتفضيلاتهم الفردية. وإذا كان هذا التحول قد طرح فرضًا متعددة، فإنه؛ في المقابل أيضًا، فرض تحديات جمة، بما في ذلك المخاطر المتعلقة بنشر المعلومات المضللة وانتشارها، وضعف الضوابط النوعية لممارسة إعلامية مهنية، وتواصل رشيد، والحاجة إلى ممارسات استهلاك إعلامي أكثر مسؤولية، وما يترتب على ذلك من تداعيات أوسع لكيفية نشر المعلومات واستهلاكها في العالم المعاصر (Mugil & Kenzie, 2025).

ومن هذا المنطلق؛ كانت ولا تزال عملية تنظيم المنصات الرقمية، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، قضية مؤرقة للقائمين على هذه المنصات، ولكافة أرباب المصلحة المرتبطة بها، كما أنها موضع جدل بين مختلف الأطراف الرسمية والشعبية، ومثارا للعديد من الإشكاليات، جراء السلطة الشعبية التي تتمتع بها هذه المنصات، بدءا من سرعة انتشارها، ومرورا بمساحة الحرية التي تتيحها، وانتهاء بعدد المستخدمين لها، وهذه كلها مجتمعة أو منفردة لم تتحقق لأي وسيلة اتصال على مدى تاريخ وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. وطبيعي أن تبرز العديد من الإشكاليات لمنصات بهذا الحجم، وبهذا الانتشار، والتأثيرات المترتبة على ذلك. ولهذا؛ ظلت الأصوات تنادي بضرورة تنظيم المنصات الرقمية، غير أن القائمين على هذه المنصات كثيرا ما كانوا -ولا يزالون- يتذرعون بأن عملية التنظيم تصطدم بحرية الرأي والتعبير. غير أن ما ينبغي تقريره في هذا الصدد؛ أن المنصات الرقمية، وتحت ضغوط عديدة، وجدت نفسها مضطرة لأن تستجيب للأصوات الداعية إلى ضرورة التنظيم، وبخاصة منها ما يتعلق بمحاربة خطاب الكراهية، وكافة أشكال العنف، فأدخلت العديد من الإجراءات لمواجهة ذلك، وقد تكون نجحت أحيانا، وأخفقت في أحيان أخرى.

وعلى صعيد آخر؛ تمر التصوّرات التقليدية لديمقراطية الجماهير بتحوّلات جوهرية؛ جراء صعود شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أداة عالمية للتواصل، فبينما تسهم هذه الشبكات في ربط الأشخاص على مستوى عالمي، وتخلق فضاءات جديدة للإبداع والمقاومة، فإنها تمثل في الوقت ذاته ساحة للتحرش والتمييز والعنف وغيرها من الممارسات الخارجة، ويؤكد ذلك النقاشات الحديثة الدائرة حول خطاب الكراهية،

أدى التحول من وسائل الإعلام التقليدية إلى الوسائط الجديدة إلى تشكيل ديناميكيات عديدة، غيرت جوهرًا العملية الإعلامية، وطريقة استهلاك الأفراد للمعلومات، ومشاركتها مع غيرهم. فالناس في مختلف أنحاء العالم، يعتمدون اليوم وعلى نحو متزايد على المنصات الرقمية للتواصل، والترفيه، وللوصول إلى المعلومات ولغيرها من الأغراض الاتصالية الأخرى. وفي الوقت الذي كانت فيه تدار العديد من هذه الأنشطة سابقًا عبر وسائل الإعلام التقليدية، فإن كيانات مثل: جوجل، وفيسبوك، ويوتيوب، و Meta تهيمن حاليًا على ساحة النشر في معظم السياقات الوطنية، وتشكل نماذج الأعمال الخاصة بالمنصات الرقمية، وطبيعتها العالمية، وسرعة تطور التقنيات والخدمات الرقمية تحديًا للأطر التنظيمية القائمة المتعلقة بحماية المستهلك، والشفافية، وعدم التوازن في القوة، وخصوصًا فيما يتعلق بضمان ألا تؤدي القوة السوقية الكبيرة إلى الحد من المنافسة في أسواق

المنصات الرقمية

تحولات المحتوى والناشرين والجمهور

على غرار العديد من الأبحاث والكتابات المتعلقة بطبيعة المنصات الرقمية، والمحاولات الرامية إلى تنظيمها، يتناول هذا المقال محاولات تنظيم العلاقة بين هذه المنصات وناشري الأخبار، مستعرضًا عددًا من محاولات التنظيم الحديثة التي تحاول التعاطي مع الفجوة في القوة التفاوضية بين المنصات الرقمية، ووسائل الإعلام الإخبارية، ويهدف المقال إلى توسيع دائرة النقاش الأكاديمي المتعلق بعملية تنظيم المنصات الرقمية، وحوكمتها.

أ.د. عبدالرحمن الشامي

أستاذ الصحافة التلفزيونية والرقمية، قسم الإعلام، جامعة قطر

وتداول "الأخبار الزائفة"، وبالرغم من هذا، فلا تزال المسؤوليات السياسية والنتائج المترتبة على تنظيم المحتوى الإلكتروني مسألة غير محسومة (Schlag, 2023) حتى اليوم.

وتُظهر نتائج الدراسات العلمية أن المنصات الرقمية، مثل: إكس (توتير سابقاً)، ويوتيوب، وفيسبوك، وواتساب، وتيك توك، وإنستغرام أصبحت ضرورية في روتين عمل ناشري الأخبار لإنتاج وتوزيع الأخبار على الجمهور، كما كشفت البيانات أن معظم منصات التواصل الاجتماعي لا توفر شراكات حقيقية لتقاسم الإيرادات مع ناشري الأخبار، مما يزيد من هشاشة هذه المؤسسات اقتصادياً (Chiridza & Mare, 2025). مما يمكن معه القول؛ بأن قطاعات الأخبار في الصحف والمواقع الإخبارية هي المتضرر الأول من هيمنة المنصات الرقمية على توزيع الأخبار. فالمنصات الرقمية تمر بتغييرات ربما هي الأكثر دراماتيكية في عالم الاتصال منذ دخولها عالم النشر في عام 2015. وعلى الرغم من مواجهة هذه المنصات دعوات للتنظيم، وتدقيقاً متزايداً يهدف إلى مكافحة الاحتكار، إلا أنها أصبحت أقوى من أي وقت مضى، وبمرور الوقت، أصبحت تسيطر على بيئة المعلومات على الإنترنت، وبشكل متزايد، كما هو الحال مع فيسبوك وجوجل اللتين أصبحتا من بين أكبر ممولي صناعة الأخبار (Rashidian et al., 2020).

كما تشهد المنصات الرقمية اليوم تحولات جوهرية، على صعيد المحتوى المنشور، والناشرين، والمستخدمين، ويقف وراء ذلك عوامل عدة، أبرزها يتمثل في: التطورات التكنولوجية، وبخاصة منها التطورات المتسارعة في عالم الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى قوى السوق، وآليات التنظيم الجديدة، ويأتي في

مقدمتها قانون الخدمات الرقمية (Digital Services Act) التابع للاتحاد الأوروبي، والقوانين ذات الصلة في كل من: الولايات المتحدة، والهند، وكندا، وأستراليا، والمملكة المتحدة، والبرازيل، وغيرها من البلدان الأخرى.

واستجابةً للأزمة الممتدة منذ سنوات في قطاع النشر الصحفي، طُرحت ونُفذت حول العالم مجموعة من التدابير التنظيمية التي تهدف إلى إلزام المنصات الإلكترونية الكبرى بالتفاوض مع المؤسسات الصحفية بشأن استخدام المحتوى الإخباري، وتوفير تعويض عادل للناشرين. ومن هذا المنطلق، يُعزى التراجع البيئي في قطاع النشر الصحفي إلى استحواذ المنصات الرقمية على حصة كبيرة من عائدات الإعلانات، من خلال الانتفاع المجاني free-riding باستثمارات الناشرين في إنتاج الأخبار (Colangelo, 2025). وفي ظل العلاقة غير المتكافئة بين وسائل الإعلام الإخبارية والمنصات الرقمية، سعت مؤسسات الإعلام الإخباري، خلال المفاوضات التي جرت في البرلمان الأوروبي بشأن قانون الخدمات الرقمية، إلى الحصول على معاملة تفضيلية لمحتواها التحريري، تُجَنَّبُه الخضوع لإجراءات الإشراف والمراجعة التي تطبقها المنصات على المحتوى عمومًا، وهو ما عُرف لاحقاً باسم "مبدأ عدم التدخل" -The non-in-terference principle. وعلى الرغم من أن هذا المبدأ لم يجد طريقه إلى النسخة النهائية من قانون الخدمات الرقمية، فقد أُدرج فيه بندٌ يوجب على المنصات احترام التعددية الإعلامية، وحرية وسائل الإعلام (Papaevangelou, 2023).

وفي الآونة الأخيرة، بات الاتحاد الأوروبي يولي اهتماماً متزايداً بمقدمي خدمات المنصات الرقمية (Schlag, 2023).



يُعزى التراجع البيئي في قطاع النشر الصحفي إلى استحواذ المنصات الرقمية على حصة كبيرة من عائدات الإعلانات، من خلال الانتفاع المجاني باستثمارات الناشرين في إنتاج الأخبار

وفي ديسمبر 2020، أصدرت المفوضية الأوروبية قانون الخدمات الرقمية، لتنظيم منصات التواصل الاجتماعي، وهو مقترح تشريعي لإنشاء سوق موحدة للخدمات الرقمية، يركز على الحقوق الأساسية، وخصوصية البيانات وحماية أصحاب المصلحة، ويعمل على تحقيقها، بما يعزز السيادة الرقمية الأوروبية (Turillazzi et al., 2023). كما يسعى الاتحاد الأوروبي إلى تأكيد سلطته السياسية في مواجهة المصالح المؤسسية عبر سنّ تشريعات جديدة، أبرزها قانون الخدمات الرقمية. فمن جهة، يتصور الاتحاد الأوروبي وجود فضاء عمومي ديمقراطي مثالي خالٍ من المحتوى الضار وغير القانوني، ومن جهة أخرى، تخدم هذه التشريعات أجندته المتعلقة بتحقيق السيادة الرقمية، أي استعادة السيطرة من الشركات الكبرى، ولا سيما تلك القائمة في الولايات المتحدة (Schlag, 2023).

وفي هذا الصدد، يبرز توافق واسع حول أربع سرديات محورية تُوظف هذا التوجه للاتحاد الأوروبي، وهي: (Schlag, 2023):

1. ما هو غير قانوني خارج الإنترنت، يجب أن يكون غير قانوني على الإنترنت.
2. الاتحاد الأوروبي يستعيد السيطرة.
3. الاتحاد الأوروبي يحمي الشركات الصغيرة والمستهلكين والمواطنين من هيمنة شركات التكنولوجيا الكبرى.
4. الاتحاد الأوروبي يطور معياراً ذهبياً وكتاب قواعد يتجاوز حدود الاتحاد.

وترتبط هذه السرديات جميعها بفكرة الإجراءات الديمقراطية والسلطة والسيادة، وتدفع باتجاه مطالبة مقدمي خدمات التواصل الاجتماعي باتخاذ مزيد من التدابير للتعامل مع المحتوى الضار وغير القانوني.

وفي الضفة الغربية من العالم، يبرز قانون الأخبار الإلكترونية الكندي الذي تم اعتماده في ديسمبر 2023 استجابةً للتحديات المالية التي تواجه ناشري الأخبار، وذلك بهدف تعزيز العدالة في سوق الأخبار الرقمية الكندية، ودعم استقلالية الصحافة، وتعزيز التنوع بين المؤسسات الإخبارية، من خلال تركيزه على المفاوضات بشأن تسعير الأخبار بين "الوسطاء الرقميين للأخبار"، أي Google و Meta، من جهة؛ وناشري الأخبار من جهة أخرى. وبالرغم من النوايا الحسنة لهذا القانون، فمن غير المرجح أن يحقق - بصيغته الحالية - أهدافه المعلنة، وقد أسفر بالفعل عن عواقب غير مقصودة أضرت بمنظومة الأخبار (Cohen, 2025) الكندية. فقد تسبب تنفيذ هذا القانون في آثار سلبية غير مقصودة لحقت بالمضامين الإخبارية، كما يُرجح أن تستمر هذه الآثار مستقبلاً، فهو يُقيد قدرة ناشري الأخبار على استخدام منصة Meta بوصفها مكملاً استراتيجياً لتضخيم محتوهم الإخباري على منصاتهما، وزيادة حركة المرور إلى مواقعهم الإلكترونية، بما يترتب على ذلك من زيادة في عائدات الإعلانات، وربما في أعداد المشتركين. وتزعم Meta بأنها لا تستفيد بدرجة كبيرة من إتاحة المحتوى الإخباري على منصاتهما؛ مما دفعها إلى اتخاذ قرار يقضي بحجب هذا المحتوى، مما أدى إلى نتائج غير



بلداننا العربية ليست
في معزل عما يحدث،
ولكن يبدو أن جهودها
في هذا المجال لا تزال
محدودة، هذا إن لم
تكن غائبة كلياً

الحياد الذي كانت تدعيه، إلى ممارسة الرقابة على غرار الناشرين، وهذا من شأنه إسقاط ذرائعها التي كانت تتستر خلفها من كونها مجرد منصات لنشر المحتوى، كما درجت على تصويره طوال ما يزيد عن العقدين الماضيين؛ متعللة بحرية الرأي والتعبير، وأن محتوى الجمهور يتمتع بالحصانة التي تحول دون المساس به، ومن ثم فإن أي رقابة على المحتوى من شأنه النيل من هذه الحرية، والمساس بتلك الحصانة. في حين أن هذه التغييرات تفرض عليها الكثير من الاستحقاقات، ومنها ممارسة قدر أوسع من الشفافية في كيفية عمل خوارزمياتها، وإعادة النظر في تصميم أنظمتها، وآليات عملها، والتأثيرات المجتمعية المترتبة عليها، والرقابة السابقة واللاحقة على كل ما ينشر ويبث ويذاع، وأن تقوم بمراجعة دورية لتقييم المخاطر التي يمكن أن تلحق بالأفراد والمجتمعات، وهذا يحتم عليها مزيداً من الاستثمار في العنصر البشري، وأدوات الذكاء الاصطناعي التي تمكن من مراقبة المحتوى المنشور، ومحاربة خطاب العنف والعنصرية والكرهية، وغيرها من صنوف الخطابات غير القانونية، أو التي تنطوي على تجاوزات أخلاقية. ولكن يبقى التحدي حاضراً؛ فتتطلب المنصات الرقمية مسألة ليست بالأمر السهل، بل هي مسألة غاية في التعقيد، ولكنها تظل مطلباً ملحا في ضوء الكثير من الممارسات غير المسؤولة التي تتم عبر هذه المنصات في العديد من المستويات، كما أنه استحقاق عاجل في ضوء الخبرات المتراكمة طوال ما يزيد عن عقدين من الممارسات عبر هذه المنصات منذ ظهورها على شبكة الإنترنت، وفي المقابل فإن الموازنة بين ضرورة التنظيم، وألا يؤدي ذلك إلى إعاقة عملية الإبداع، وتجميد قطار التطور، فضلا عن النيل من حرية الرأي والتعبير، تظل هذه الأمور هي المعادلة الأصعب، والأكثر تحدياً على هذا الصعيد.

وفي الأخير: يبرز السؤال عن موقع بلداننا العربية في هذه المواجهات المحتملة، أو بعبارة أخرى، ما جهودها فيما يتعلق بعملية تنظيم المنصات الرقمية؟ فبلداننا العربية ليست في معزل عما يحدث، ولكن يبدو أن جهودها في هذا المجال لا تزال محدودة، هذا إن لم تكن غائبة كلياً، وذلك على الرغم من حاجتها الماسة إلى آليات لتنظيم عمل هذه المنصات.

الإعلان غير المعلوم، الذي غذى نمو المنصات الرقمية طوال العقود الماضية.

وفي ضوء ما سبق يمكن القول؛ بأن هذه التشريعات والقوانين تمثل نقطة تحول تاريخية في علاقة المنصات الرقمية بكل من المحتوى والناشرين والجمهور على حد سواء، بما يكبح جماح زمام هذه المنصات، ويوسع من دائرة تحملها المسؤولية القانونية والأخلاقية عما ينشر، ويبث عبرها، ومن ثم تخرج من مربع

وهنا يبرز تساؤل قد يكون له ما يبرره من خلال الممارسات القائمة، ويتعلق ذلك بما إذا كان الخطاب المحيط بتنظيم المنصات الرقمية بشكل عام، والإجراءات التي تتخذها الدول لإعادة توازن العلاقات السوقية سيعود بالنفع على ناشري الأخبار، ومدى قدرته على حماية الصحافة التي تخدم المصلحة العامة، وتعزيز المعلومات الموثوقة، ودعم الديمقراطية (Iosifidis, 2025).

وعلى صعيد ذي صلة متينة بآليات عمل المنصات الرقمية، احتلت الشفافية الخوارزمية موقعا متقدما على جدول أعمال تنظيم منصات التواصل الاجتماعي، غير أن الأبحاث الحديثة في دراسات العلوم والتكنولوجيا تشكك في جدوى هذا المسعى الرامي إلى «فتح الصندوق الأسود»، سواء من حيث إمكانية العملية أو معناه المعرفي؛ نظراً للطبيعة الاجتماعية-التقنية المشروطة لسلوك هذه المنصات (Leerssen, 2024). ومن هذا المنطلق؛ يطلب قانون الخدمات الرقمية (DSA) من المنصات العملاقة على الإنترنت أن تقدم للمستخدمين أنظمة توصية، لا تعتمد فقط على التصنيف (مثل: الخلاصات الزمنية)، بل وتشرح -أيضا- سبب توصية المحتوى، أي: لماذا يرى المستخدم هذا المنشور؟ بالإضافة إلى ضرورة أن تكون هناك شفافية بالنسبة للإعلانات، من حيث إخبار المستخدمين عن سبب استهدافهم بإعلان معين، ومن دفع قيمته، وذلك من شأنه تقويض نموذج

مرغوبة بالنسبة لكل من ناشري الأخبار، والمستخدمين الكنديين (Iosifidis, 2025) على حد سواء.

وفي الضفة الشرقية من العالم، اكتسب النموذج الأسترالي أهمية خاصة، إذ يقوم هذا النموذج على آلية لنقل جزء من الإيرادات استناداً إلى عملية تفاوض إلزامية، وقد أثر هذا النموذج بوضوح في مناهج السياسات المثبتة في عدد من الولايات القضائية الأخرى (Colangelo, 2025).

وتجدر الإشارة إلى أن أصحاب المصلحة، أو الجهات الفاعلة (مثل: المفوضية الأوروبية، وفيسبوك، وجهات خارجية؛ على غرار مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان ومنظمة الحقوق الأوروبية الرقمية (EDRi))، لا تتجادل بالضرورة في خطابها الخاص بتنظيم المنصات الرقمية حول مفهوم التنظيم، ولكن الخلاف يكمن فيما يتعلق بحلول محددة قائمة على الحوكمة، حيث برزت مسألة المسؤولية كإحدى النقاط المحورية للنقاش؛ من الذي ينبغي أن تُمنح له مسؤولية مراقبة المنصات؟ وإلى أي مدى تتأثر المبادئ التوجيهية بالهيئات التنظيمية؟ وفي هذا الصدد، أظهرت المفوضية وفيسبوك ميلاً معيناً نحو مناهج تكنولوجية حتمية، بينما أكدت الجهات الخارجية المعنية (مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان ومنظمة الحقوق الرقمية الأوروبية) على أهمية الفاعلية البشرية (Zinke, 2020) في هذا المجال.

- Chiridza, P., & Mare, A. (2025). Digital platforms and revenue generation strategies adopted by Zimbabwean mainstream news publishers. *Journalism*, 14648849251343545
- Cohen, M. C. (2025). Digital Disruption in News Media: Evaluating the Canadian Online News Act.
- Colangelo, G. (2025). News publishers, digital platforms, and bargaining codes: debunking the free-riding myth. *GRUR International*, ikaf130.
- Iosifidis, P. (2025). Digital platforms and news publishers: uneasy relationship. *Frontiers in Communication*, 10, 1556826.
- Leerssen, P. (2024). Outside the black box: From algorithmic transparency to platform observability in the Digital Services Act. *Weizenbaum Journal of the Digital Society*, 4(2).
- Mugil, H., & Kenzie, F. (2025). The Shift from Traditional to New Media: How Media Evolution Shapes Audience Engagement. *J. Artif. Intell., Mach. Learn. Data Sci.*, 35, 1-10.

- Papaevangelou, C. (2023). 'The non-interference principle': Debating online platforms' treatment of editorial content in the European Union's Digital Services Act. *European Journal of Communication*, 38(5), 466-483.
- Rashidian, N., Tsiveriotis, G., Brown, P. D., Bell, E. J., & Hartstone, A. (2020). Platforms and publishers: The end of an era.
- Schlag, G. (2023). European Union's regulating of social media: A discourse analysis of the Digital Services Act. *Politics and Governance*, 11(3), 168-177.
- Turillazzi, A., Taddeo, M., Floridi, L., & Casolari, F. (2023). The digital services act: an analysis of its ethical, legal, and social implications. *Law, Innovation and Technology*, 15(1), 83-106.
- Zinke, A. (2020). Shifting responsibilities? Understanding implications of platform regulation by analyzing the discourse in light of the EU Digital Services Act (Master's thesis).

«إعلام ذكي»

كيف يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل علاقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية؟



تنوع المصطلحات المستخدمة في الدراسات المعاصرة حول الإعلام والتقنيات الذكية بين «الصحافة الخوارزمية» (Algorithmic Journalism) و«الصحافة الحاسوبية» (Computation- al Journalism) و«الصحافة الآلية» (Automated Journalism)، من دون استقرار على مصطلح موحد. وللتعامل مع هذا التباين، نستخدم مصطلح «الإعلام الذكي» (Smart/Intelligent Media) كمفهوم جامع يتخطى حدود الأتمتة التقنية إلى الأبعاد المعرفية والتفاعلية والألاقية للممارسة الإعلامية المعاصرة. ويُقدم به نموذج يدمج التقنيات الذكية في إنتاج المحتوى وتوزيعه والتفاعل مع الجمهور، مع الحفاظ على المعايير المهنية وتحقيق أثر معرفي قابل للقياس والتطوير.

خاص: مجلة إعلام



في الحاجة إلى الموازنة بين الانبهار التقني
والتأثير المعرفي المستدام..

الإعلام والذكاء الاصطناعي التوليدي منعطف معرفي ومهني

ليس ثمة شك في أن التداخل بين الإعلام والتواصل يشكل نقطة انطلاق ضرورية لفهم ديناميكيات العمل الإعلامي المعاصر، إذ يمثل الإعلام عملية نقل المعلومات والأخبار والمعارف عبر وسائط متعددة بهدف الإخبار والتثقيف والتأثير، بينما يحيل التواصل إلى العملية التفاعلية التي تتضمن التبادل المشترك وفق أخلاقيات المهنة، وهو تداخل له تطبيقات عملية مهمة في تصميم الاستراتيجيات الإعلامية وتحديد الأهداف والوسائل الجماهير المستهدفة، إذ إن كل نمط يتطلب مهارات ومعارف وأدوات مختلفة، كما يحقق أهدافاً متميزة ويخاطب احتياجات متنوعة لدى الجماهير.

غير أن هذا التداخل يشهد اليوم تعقيداً متزايداً، إذ تشهد الصناعة الإعلامية تحولات جوهرية تعيد تشكيل مفاهيمها الأساسية وآليات عملها بصورة جذرية، فما الذي تعنيه هذه التطورات للمؤسسات الإعلامية التي تسعى للتميز في بيئة تنافسية متسارعة التغيير؟ وما السبيل إلى تحويلها لفرص استراتيجية متقدمة تجمع بين الأصالة المهنية والتحول التقني، بما يضمن في الآن ذاته التوازن المطلوب بين متطلبات السرعة وضغوط الجودة؟

وأوضح تجليات هذا التعقيد المتزايد ما نشهده من إدماج للذكاء الاصطناعي التوليدي في صميم العملية الإعلامية، وهو إدماج يشكل منعطفاً معرفياً ومهنياً عميق الأثر يستدعي إعادة تفكير نقدي في الأسس الراسخة لمفاهيم الثقة والمصداقية وفاعلية الإقناع. فالإعلام، الذي ارتبط تاريخياً بمهارات بشرية في الصياغة والتفسير والتدقيق، بات يواجه اليوم أدوات قادرة على إنتاج نصوص وأصوات وصور تحاكي الأداء المهني بدقة متطورة. ومع أن هذه الأدوات تُعدّ بزيادة الكفاءة وتوسيع نطاق التوزيع، إلا أنها تضع المؤسسات الإعلامية أمام تحديات غير مسبوقة في بناء الثقة، وتحديد معايير المصداقية، وترسيخ أخلاقيات الإقناع عن دور الآلة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

وإذا كانت هذه التطورات تتطلب إعادة نظر جذرية في المفاهيم الأساسية التي تحكم الممارسة الإعلامية، إذ لم تعد التقسيمات التقليدية كافية لفهم تعقيدات المشهد الإعلامي الراهن الذي يجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي في منظومة واحدة متشابكة ومتفاعلة، فإنها من ناحية أخرى، تفتح آفاقاً واسعة للابتكار والإبداع في أشكال المحتوى وطرق التوزيع وأساليب التفاعل مع الجماهير، إذا ما قامت على معادلة تقوم على الاستثمار المدروس في تدريب الكوادر وتطوير أنظمة عمل متقدمة للاستفادة المثلى من هذه الإمكانيات، دون الإخلال بالمعايير المهنية الراسخة.

وتتطلب هذه المعادلة نهجاً متكاملًا يستوعب إمكانيات التقنيات الحديثة وحدودها، خاصة مع تزايد الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تُظهر قدرات متقدمة في تحليل البيانات وتخصيص المحتوى وتحسين عمليات التوزيع، لكنها تبقى عاجزة عن محاكاة الإبداع الإنساني والحكم المهني والحساسية الثقافية مما يضع المؤسسات الإعلامية أمام إكراهات الاستفادة من القدرات التقنية المتاحة من



إدماج الذكاء الاصطناعي
التوليدي في صميم
العملية الإعلامية
يشكل منعطفاً معرفياً
ومهنياً عميق الأثر
يستدعي إعادة تفكير
نقدية في الأسس
الراسخة لمفاهيم الثقة
والمصداقية وفاعلية
الإقناع

أي الميل إلى النظر إلى الخوارزميات بوصفها محايدة وأكثر تجرداً من البشر. غير أن هذه الصورة لا تستقر طويلاً؛ إذ أثبتت التجارب أن مجرد وسم المادة بأنها مولدة بالذكاء الاصطناعي يكفي لإثارة الشكوك وتقويض إدراك الموثوقية²، ومن ثمّ يتم تقييم الإقناع الخوارزمي في حالتين متناقضتين، بحيث يكون مقبولاً ما دام متوارياً في الكواليس، ومرفوضاً أخلاقياً حين يتصدر الواجهة.

في المقام الأول، يبقى ما هو مؤسسي، وليس ما هو فردي أو تواصلية فحسب، حاسماً في جدلية الثقة؛ فالتجربة تثبت أن الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار يقود إلى تراجع في إدراك الموثوقية، حتى إذا لم يُعتبر المحتوى أقل دقة أو عدالة، كما تبين أن هذا التراجع تجلّي بوضوح بين الفئات الأعلى ثقة بالإعلام ودراسة بممارساته، وبذلك يتحول الإفصاح، في غياب التوثيق، إلى عامل مهدّد للمصداقية بدل أن يكون وسيلة لتعزيزها. وتدعم الأبحاث هذا الواقع، بتأكيد أنها من وسم العناوين بأنها مولدة بالذكاء الاصطناعي كافٍ لوحده لتقليل رغبة المستخدمين في مشاركتها، حتى وإن كانت صحيحة أو صيغت بشرياً⁶. كما بينت التحليلات أن مطلب الشفافية قائم، غير أن الجمهور لا يتجاوب معه إلا عندما يقترن الإفصاح بإبراز الدور البشري وتوثيق مصادر المحتوى⁷. وهو ما حدا بكبريات المؤسسات الإعلامية إلى تحويل مطلب الثقة إلى قواعد عمل ملزمة داخل غرف الأخبار، تعتمد بروتوكولات إلزامية للمراجعة البشرية قبل نشر أي محتوى مؤلّد

بأنها الاستعداد لقبول «انتقائية الوسيلة» على أنها جديرة بالاعتماد، وهو تعريف يفتح الباب أمام بُعدين: الأول مرتبط بأداء الوسيلة من حيث الدقة والحياد، والثاني مرتبط بما يحمله الجمهور من افتراضات وقناعات مسبقة عن الإعلام². وفي العموم تصف الدراسات الحديثة الثقة باعتبارها علاقة دينامية تتبدّل مع السياقات السياسية والثقافية وتتحوّل مع تغير التقنيات، خاصة أن تقييم الجمهور للأخبار بات يرتبط بالسياسات المعلنة للمؤسسة وبكيفية إدارتها لاستخدام الذكاء الاصطناعي³.

وإذا كانت هذه المحددات النظرية تكشف عن تعقد مفهوم الثقة وتحوله التاريخي، منذ أن ربطه البلاغيون الأوائل بمهارة الخطاب البشري، فإن دخول الذكاء الاصطناعي أوجد فاعلاً جديداً ما فتئ يثير تساؤلات حول أخلاقيات الإقناع الخوارزمي في العملية الإعلامية. والمثير في هذا الصدد أن الدراسات الحديثة تجيب بإيجاب مشروط. فقد برهن ميتا-تحليل ضخم شمل أكثر من 53 ألف مشارك أن الذكاء الاصطناعي قادر على ممارسة تأثير مماثل للبشر في معظم المؤشرات الإدراكية والسلوكية، مع ضعف نسبي في تشكيل النيات السلوكية المستقبلية⁴. والأهم أن هذه القدرة مشروطة بالدور؛ إذ يُقبل الذكاء الاصطناعي عندما يعمل كمحدث أو منشق، بينما يثير الريبة حين يتقمص موقع صانع القرار التحريري. وتتقاطع هذه النتائج مع ما يُعرف في دراسات الاتصال بـ «الهيوريستيك الآلي» (Machine Heuristic)،

جهة، والحفاظ على الطابع الإنساني للممارسة الإعلامية، وبناء الثقة المؤسسية من جهة ثانية، وهو ما يستدعي، استراتيجياً، شفافية كاملة في الإفصاح عن دور التقنية مع ضمان بقاء القرار التحريري النهائي في أيدي كوادر مؤهلة قادرة على الموازنة بين متطلبات السرعة وضغوط الجودة والمصداقية.

في سياق هذه التحديات المتنامية تسعى هذه القراءة إلى رصد مستويات تشكّل الثقة والإقناع في الإعلام الذكي واستكشاف ما إذا كانت آليات الإفصاح والحوكمة قادرة، بالفعل، على سد الفجوة التي قد يُحدثها إدماج الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية، وذلك من خلال عرض النماذج والتجارب العملية المتاحة للوصول إلى المعادلة التشغيلية التي تسمح بالاستفادة من قدرات الذكاء الاصطناعي دون تقويض الثقة المؤسسية.

مفارقة القبول والرفض الإفصاح وأثره على ثقة الجمهور

تستند نظريات الثقة في الإعلام إلى فهم العلاقة المعقدة بين الأداء المهني وتوقعات الجمهور، وهي علاقة تزداد تعقيداً مع دخول التقنيات الذكية. وقد حُددت منذ عقود الأدبيات الكلاسيكية مقوماتها، بين من ركّز على أداء الصحفيين وجودة الممارسة المهنية، ومن رأى أنها نتاج تصورات اجتماعية وقيمية¹. كما تُعرّف في السرديات المتخصصة

ألياً،⁸ فيما أقرت بعض التشريعات وسم هذا المحتوى وتمكين الجمهور من تمييز طابعه الآلي، كما تُظهر تقارير مهنية أن غرف أخبار توظف الذكاء الاصطناعي في المهام الداعمة (التفريغ، الترجمة، التلخيص) مع إبقاء القرار التحريري النهائي بيد المحررين البشر.⁹

التفاوت الرقمي والفاعلون الجدد إعادة رسم خريطة الإعلام في المنطقة العربية

تشير البيانات التقنية إلى مستويات متفاوتة لنفاذ الاتصالات المتنقلة في المنطقة العربية؛ وهي معطيات ضرورية لفهم اختلاف أنماط التلقي ومسارات الوصول إلى الأخبار والمحتوى، علاوة على قدرة الجماهير على المتابعة المعمّقة. ويمتد أثر هذا التفاوت إلى ملامح الهوية المهنية في ظلّ تنامي منصات الفيديو القصير وبروز الصحفيّ - المؤثر؛ الأمر الذي يدفع المؤسسات، صوتاً لشرعيتها ومعاييرها المهنية، إلى الانخراط المنظم في هذا الواقع، عبر التنسيق مع الفاعلين الجدد في توزيع المحتوى وصناعة التأثير الشبكي، وكذلك تطوير طرق عملية لربط المحتوى السريع بالتحليلات المعمّقة.

يستند هذا التحوّل إلى واقع مفاده أنّ الجمهور يتابع الأخبار عبر المنافذ المؤسسية البارزة، وإلى جانبها قنوات الأفراد؛ متى كانت المعايير المهنية مرتبة في المحتوى، وتجلت في الهوية السردية حدود الفصل بين عرض الوقائع وتأويلها. وباعتباره واقعاً أخذاً في الاتساع، وإن بدا في بداياته كأنه استبدالاً للمؤسسة بالفرد، فقد تعاملت معه

المؤسسات الإعلامية الراسخة بوصفه فرصة لتوسيع مسارات الوصول ومواكبة أنماط العرض والتأثير الشبكي، عبر تنسيق السرديات الشخصية ضمن السردية المؤسسية، مع إبقاء المعايير المهنية مرتبة وفاصلة بين الخبر وتفسيره¹⁰.

غير أن تطوّر العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والقنوات الفردية أدى إلى تعقيد متزايد في أنماط الاستهلاك وآليات التفاعل؛ إذ إنّ تنوع مصادر المعلومات وتعدّد نقاط الوصول أوجدا بيئةً متشابكة تستدعي مراجعةً معمّقة لفهم سلوك الجمهور وتوقعاته. وقد انعكس ذلك على وظيفة مؤشرات التفاعل؛ فبعدما كانت تقتصر على قياساتٍ سطحية كالإعجابات والتعليقات، باتت اليوم تُسهم مباشرةً في توجيه السرد ونحت مساراته عبر تحليل البيانات التفاعلية وترجمتها إلى قراراتٍ تحريرية وإنتاجية آنية. ويتم ذلك عبر قراءة مؤشراتٍ مثل الأسئلة المتكرّرة، وأنماط الانسحاب، والمسارات المتقطّعة للمتابعة بوصفها إشاراتٍ دقيقة لضبط أساليب العرض وإيقاع المحتوى. وبذلك تنتقل البيانات التفاعلية من مؤشراتٍ استهلاكيةٍ وصفيةٍ إلى محرّكاتٍ تشغيلٍ فاعلة تُعزّز المشاركة الحقيقية وترسّخ علاقةً تشاركيةً بين الجمهور والمحتوى ضمن صناعة السرد الإعلامي المعاصر.

وتكتسب هذه الآليات التفاعلية المتقدّمة بُعداً استراتيجياً أعمق في ظل الثورة التقنية التي أطلقتها منصات الفيديو القصير؛ إذ تتعاظم أهمية ما يعرف بـ «أثر البداية»، من خلال اقتناص انتباه الجمهور في اللحظة الزمنية الأولى التي إما أن تكون حاسمة في اتخاذ القرار



يتابع الجمهور الأخبار عبر المنافذ المؤسسية، وإلى جانبها قنوات الأفراد؛ متى كانت المعايير المهنية مرتبة في المحتوى، وتجلت في الهوية السردية حدود الفصل بين عرض الوقائع وتأويلها

بالمتابعة أو الانسحاب. ويتجاوز هذا الأثر مجرد إثارةٍ لحظيةٍ للانتباه، ليؤسس «معمارية دلالية» متقدمة تُحقق تكاملاً معرفياً بين السؤال المُحفّز في المقاطع المكثفة القصيرة وأفاق الإجابة التحليلية المتاحة في المنتجات المعرفية الأطول والأكثر تخصصاً، مُشكلاً شبكةً من المسارات الاستكشافية تُوجّه رحلة المتلقي المعرفية عبر طبقاتٍ تزداد تشعباً في المحتوى.

النموذج الشبكي التفاعلي ممارسات ناجحة وتهديدات للتنوع المعرفي

يتجلّى النموذج التطبيقي الأمثل لهذه المسارات التفاعلية في ديناميكيات التغطية الإعلامية للأحداث الكبرى؛ حيث تبدأ الشبكة التواصلية بتفاعل المتلقي مع مقطع قصير، ثم ينتقل، بدافع الفضول المعرفي المُستثار، عبر محطاتٍ إعلامية متدرجة في التخصص والعمق، من صفحةٍ تُقدّم سياقاً أوسع، إلى نشرةٍ إخبارية تحللها بعمق، وصولاً

إلى بودكاست أو مقال تحليلي، بحيث تفضي هذه التطورات السلوكية والتقنية المتضافرة إلى إعادة تنظيم منهجية للبنية التقليدية لاستهلاك المحتوى وآلياته، بما يحدث تحوّلاً نوعياً في نماذج تفاعل الجمهور. فالنموذج الكلاسيكي القائم تاريخياً على «البنية الخطية»، حيث ينتقل الجمهور من نقطة دخولٍ واحدة إلى محتوى متدرّج العمق وفق مسارٍ تحدده المؤسسة، يشهد اليوم تحوّلاً تدريجياً منظمًا نحو «النموذج الشبكي التفاعلي» الذي يتيح تعدد نقاط الدخول والعودة، ويوفّر مرونةً عالية في التنقل بين مستويات المحتوى ودرجات تحليله.

وفي هذه البيئة الشبكية التفاعلية يمكن للمتلقي أن يبدأ من أي نقطة/مقطع على منصات التواصل، إشعار إخباري مخصّص، أو توصية، ثم ينتقل بحريّة استكشافيةٍ واسعة بين مستويات العمق والتحليل، محدّداً مساره المعرفي وفق اهتماماته، ووتيرة انخراطه، والزمن متاح له. وبذلك تنتقل التجربة من مسارٍ تقليديّ خطيّ موجهٍ مؤسسياً إلى رحلة معرفية تفاعلية يزداد فيها تحكّم المستخدم مُسهماً في تشكيل مساراتها الرسالية. وعلى هذا الأساس يحقّق الناشرون الذين أعادوا تعريف وظيفة الفيديو القصير من مجرد أداة تسويقية إلى «هرم معرفي استراتيجي» ميزةً تنافسية واضحة؛ إذ تتجاوز العلاقة مع الجمهور المؤشرات السطحية إلى عادة تفسيرية ومستدامة تُحوّل المتلقي من مستهلكٍ عابرٍ إلى شريكٍ معرفي منخرط.

وتستند هذه الصيغة التشغيلية إلى تقارير وتحليلات مهنية حديثة تُبرز نماذج نجحت في تحويل الاستثمار في المحتوى الاجتماعي المرئي إلى استراتيجية مُجدية قابلة للصد عبر القنوات المملوكة. وهي نماذج تجمع بين جذب الانتباه اللحظي وبناء الولاء المعرفي طويل المدى، وإن كان تطبيقها يواجه تحدياً هيكلياً يتمثّل في نزعة الاحتواء لدى المنصات الاجتماعية التي تميل إلى إبقاء المستخدمين داخل بيئتها، بما يخلق توتراً بين هدف الناشرين في توجيه الجمهور نحو قنواتهم المملوكة وهدف المنصات في تعظيم وقت الاستخدام الداخلي؛ وهو ما يستدعي تصميم إشاراتٍ لغوية وبصرية تُضفي على الجسور بين المنصات والقنوات المملوكة قيمةً مضافة، بما يضمن انتقالاً سيقياً بين طبقات المحتوى على نحوٍ مبرّر معرفياً¹¹. كما تستدعي هذه الصيغة النظر في أثر الخوارزميات على مسارات التعرّض المعرفي؛ إذ إن التخصيص، وإن كان شرطاً واقعياً للاستدامة في اقتصاد الانتباه، قد يقود مع مرور الوقت إلى التضيق والانسحاب إذا لم تراعى دوافع الاهتمام والفضول لدى الجمهور. وتعمل خوارزميات المنصات عادةً على ترشيح المحتوى وفق سجل التفضيلات الفردية، مما يخلق تفاعلاً آخذاً في الانكماش، بينما تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى امتداد معرفي يتيح الانتقال من لحظة التفاعل القصير إلى مسارات أعمق من التحليل والفهم. كما يبرز تحدّي آخر في السياق العربي حيث تتداخل البنية الاتصالية المتحركة مع الاعتماد شبه الكلي على الهواتف الذكية وتفاوت مستويات تغطية الشبكات، الأمر الذي يجعل عادات الاستهلاك الإعلامي متباينة بشكل ملحوظ بين بلد وآخر، ممّا يؤثر تبعاً لذلك على قدرة المستخدمين على الانتقال من المحتوى اللحظي في المنصات إلى التحليلات والملفات التفسيرية في القنوات المملوكة



وسم المادة بأنها مؤدّة
بالذكاء الاصطناعي يكفي
لإثارة الشكوك وتقويض
إدراك الموثوقية، ومن ثمّ يتم
تقييم الإقناع الخوارزمي في
حالتين متناقضتين: مقبولاً ما
دام متوارياً في الكواليس،
ومرفوحاً أخلاقياً حين يتصدر
الواجهة



tive AI in journalism: The evolution of newswork and ethics in a generative information ecosystem. The Associated Press. 2024.

8 «الإرشادات التحريرية: الذكاء الاصطناعي والأتمتة».

BBC. Editorial guidelines, Guidance: Artificial Intelligence (AI) and automation. BBC. 2025.

9 الاتحاد الأوروبي، «اللائحة (الاتحاد الأوروبي) 2024/1689 (قانون الذكاء الاصطناعي)»، الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، السلسلة L، 12 يوليو/تموز 2024.

European Union. (12 July 2024). Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council (Artificial Intelligence Act). Official Journal of the European Union, Series L.

10 «الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: حالات استخدام وإرشادات».

WAN-IFRA. AI in newsrooms, Use cases & guidance. WAN-IFRA. 2024.

11 «الفيديو الاجتماعي يوفر فرصاً متمامية لشركات الإعلام».

INMA. Social video offers increased opportunities for media companies. INMA - Digital Strategies Blog, 2025.

12 «اقتصاد الاتصالات المتنقلة: الشرق الأوسط وشمال إفريقيا».

GSMA Intelligence. The Mobile Economy: Middle East & North Africa. GSMA Intelligence. 2024.

13 «قياس التطور الرقمي... حقائق وأرقام».

International Telecommunication Union (ITU), Measuring Digital Development: Facts and Figures. 2024.

14 «تقرير الأخبار الرقمية 2024».

Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2024. University of Oxford. 2024.

1 «معضلة الإفصاح عن الذكاء الاصطناعي وثقة الجمهور بالأخبار».

Toff, B., & Simon, F. M., Or they could just not use it? The dilemma of AI disclosure for audience trust in news. The International Journal of Press/Politics. 2024.

2 «الثقة في وسائل الأخبار: تطوير وقياس متعدد الأبعاد».

Kohring M, Matthes J. Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. Communication Research. 2007. 34, 231-252.

3 «الثقة بوسائل الإعلام وأثرها على الاستخدام: نحو إطار للبحث المستقبلي».

Strömbäck, J., Tsfat, Y., Boomgaarden, H. G., Damstra A, Lindgren E, Vliegthart R, Lindholm T. News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. Annals of the International Communication Association. 2020. 44, 139-156.

4 «هل الذكاء الاصطناعي أكثر إقناعاً من البشر؟ (تحليل تلوي)».

Huang G, Wang S. Is artificial intelligence more persuasive than humans? A meta-analysis. Journal of Communication. 2023. 552-562.

5 «شكوك الجمهور تجاه العناوين الموسومة بأنها مُولدة بالذكاء الاصطناعي حتى عندما تكون صحيحة أو مكتوبة بشرياً».

Altay, S., & Gilardi, F. People are skeptical of headlines labeled as AI-generated, even if true or human-made, because they assume full AI automation. PNAS Nexus. 2024.

6 «عدة الثقة: إرشادات الإفصاح عن الذكاء الاصطناعي (إطار إرشادي مهني)».

Trusting News. (2024/2025). Building Trust with AI (AI Trust Kit).

7 «الذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة: تطور العمل الصحفي والأخلاقيات في منظومة معلومات توليدية».

Diakopoulos, N., Cools, H., Li, C., Helberger N, Kung E, Rinehart A. Genera-



الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي، رغم أهميته الأطلاقية، قد يضعف الموثوقية ما لم يُقترن بتأكيد واضح على الدور البشري المركزي وتوثيق صارم للمصادر.



وهي ظواهر لا تعود إلى الجانب التقني وحده، بل تنشأ من تفاعل مركب يجمع بين أدوات التوليد والتحوير من جهة، وآليات التوزيع السريعة عبر المنصات من جهة ثانية، إلى جانب أنماط تلقي إعلامي متباينة تتأثر بالاختلافات في البنى الاتصالية والاعتبارات الاجتماعية والثقافية لكل بيئة، الأمر الذي يفترض تنامي الأطر التشريعية العالمية تجاه استخدام التزييف العميق في مجالات تمس الأمن العام والنزاهة السياسية والقانونية، على نحو يتيح استهلاك هذه الأطر في تطوير آليات الحد من إعادة تدوير الادعاءات في البيئة الإعلامية.

نحو إعلام مستدام الثقة..

يتطلب الإعلام الذكي المعاصر تجاوز الانبهار التقني إلى تبني نموذج متكامل يوازن بين متطلبات اقتصاد الانتباه وأهداف التأثير المعرفي المستدام. وتتمحور الفكرة الأساسية حول تحويل الانتباه اللحظي إلى فهم عميق قابل للقياس والتطوير، من خلال توظيف المحتوى القصير كجوابة استراتيجية للوصول إلى المحتوى التحليلي المتخصص في القنوات المملوكة.

وتكشف النتائج التجريبية أن فعالية هذا التوجه مرهونة بقدرة المؤسسات على إدارة المفارقة بين علاقة الجمهور بالذكاء الاصطناعي، والقبول المشروط للأداء الخوارزمي في مقابل الرفض الأخلاقي للمهيمنة التقنية؛ إذ تظهر مؤشرات القياس أن هذه المفارقة قابلة للرصد من خلال معدلات التفاعل التفاضلي مع المحتوى الموسوم مقابل غير الموسوم، كما تظهر أن الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي، رغم أهميته الأخلاقية، قد يضعف الموثوقية ما لم يُقترن بتأكيد واضح على الدور البشري المركزي وتوثيق صارم للمصادر. لذلك تستدعي إدارة التوقعات والمخاوف نهجاً متقدماً في الحوكمة والشفافية يحول التحدي التقني إلى ميزة تنافسية يتم من خلالها ترسيخ الثقة المؤسسية ضمن «مسارات معرفية» تبدأ من لحظة الانتباه وتعمق عبر طبقات من التحليل، على نحو تتقاطع فيه الخوارزميات الذكية مع أنماط السلوك البشرية.

للمؤسسات. وتشير قراءات قطاعية حديثة إلى أن هذا التفاوت في النفاذ والاستهلاك الرقمي يفرض حاجة متزايدة إلى أدوات قياس دقيقة تساعد على فهم هذه الديناميكيات وتوجيهها¹²⁻¹³.

ولا يقتصر التعامل مع هذه التحديات على حلول تقنية جاهزة بقدر ما تتطلب تطوير مؤشرات عملية يمكن أن تشكل جسوراً بين التخصيص الاقتصادي والتنوع المعرفي. ومن أبرز هذه المؤشرات قياس التباين الموضوعي الذي يصد مدى اتساع سلة الموضوعات التي يصل إليها المستخدم قياساً بخط أساسه الشخصي، وتعدد المصادر الذي يحدد نطاق الرؤى والمراجع المختلفة في المواد المستهلكة، إضافة إلى التحويل المعرفي الذي يتجلى في معدلات الانتقال من المحتوى القصير إلى المحتوى الأكثر عمقاً مثل النشرات والملفات التفسيرية والبودكاست المتخصصة. وتمتاز هذه المؤشرات بكونها لا تفترض حكماً قيمياً مسبقاً حول ما هو «صحيح» في الاستهلاك الإعلامي، بل تتيح اختبار فرضية الاستكشاف الموجه عبر تجارب عملية صغيرة تتبع أثر التعرض المتنوع على مدى زمني محدد. وعندما يُقاس هذا الأثر بصورة منتظمة، يتحول النقاش من مجرد مقاييس كمية حول عدد المشاهدات والتفاعلات إلى قراءة أعمق للأثر المعرفي، تسمح بالمقارنة بين البيئات الإعلامية المختلفة وفهم خصوصيات كل بيئة واحتياجات جمهورها. ويضاف إلى ذلك أن التزايد المضطرد في الاعتماد على المحتوى المرئي والمنصات المرئية يكسب «التحويل إلى القنوات المملوكة» دلالة إضافية تنعكس عملياً على توسيع دائرة الفهم خارج مدار المنصة¹⁴. ومن ثمّ يصبح تحسين معدلات التحويل دليلاً على تجاوز القيود الخوارزمية للمنصات، وتسخير مؤشرات التتبع لبناء علاقة معرفية حقيقية مع الجمهور.

وإلى جانب التحديات الخوارزمية التي تحدّ من تنوع التعرّض المعرفي وتضيّق مسارات الاستكشاف، تظهر التهديدات الرقمية الناشئة في أشكال متعددة من التضليل، من بينها «التزييف العميق» و«خلط السياقات» معاً، باجتزاء مواد حقيقية ونسبتها إلى أحداث خارج سياقها.



دليل مقارن لاستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

Associated Press المعايير المحدثة (2024)

القيود الصارمة:

- حظر تام على المحتوى المنشور: «لا يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء محتوى قابل للنشر وصور للخدمة الإخبارية»
- المراجعة البشرية الإلزامية: «ليس بديلاً عن الصحفيين بأي شكل من الأشكال»
- منع السمات البشرية: «تجنب اللغة التي تنسب خصائص بشرية لهذه الأنظمة»

نظام المراجعة:

- فريق المعايير المتخصص: العمل مع فريق المعايير لإنشاء إرشادات محددة حول استخدام الذكاء الاصطناعي، مع مراجعات شهرية ودورات تحديث كل ستة أشهر
- خطوط حمراء فورية: عدم توليد الصور
- عدم تسليم محتوى للعملاء دون مراجعة صحفية
- الاختبار الميداني: العمل مع خمس غرف أخبار لاستكشاف كيف يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي مساعدتهم في مواجهة تحديات محددة
- إذا كان لدى الصحفيين أي شك على الإطلاق في صحة المواد، فلا يجب عليهم استخدامها

الاستخدامات المصرح بها:

- أتمتة المهام الروتينية: استخدام الذكاء الاصطناعي منذ 2014 لتقارير الأرباح الفصلية، وتغطية 10,000 مباراة بيسبول سنويًا من الدوريات الصغرى
- تحليل المستندات الضخمة: مثل مشروع «أوراق كينيدي» حيث ساعدت أدوات الذكاء الاصطناعي المرسلين على التحرك بسرعة أكبر عبر الإصدار الضخم، وتنفيذ تلخيص الوثائق
- النسخ والتلخيص التلقائي: للمؤتمرات الصحفية والأحداث المباشرة
- فهارس اللقطات التلقائية: للمحتوى المرئي وتحليل قواعد البيانات الكبيرة

الهيكل التنظيمي للرقابة:

- ممثلو الذكاء الاصطناعي: تم تعيين 70 أفراد «ممثلو الذكاء الاصطناعي» عبر الفرق المختلفة لتقديم المشورة حول تطبيق السياسة التحريرية حسب كل حالة
- التدريب الإلزامي: إطلاق تدريب إلزامي للموظفين حول الذكاء الاصطناعي
- الشفافية التامة: «يجب دائماً توضيح مكان استخدام الذكاء الاصطناعي»
- التأكيد على أن المحرك التحريري الرئيسي هو عدم تضليل الجماهير

المحظورات الصارمة:

- إنتاج القصص الإخبارية: «لا يجوز استخدام الذكاء الاصطناعي لإنتاج القصص الإخبارية أو للبحث الواقعي»
- البحث الواقعي المستقل: منع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في التحقق من الحقائق بسبب «إنتاج معلومات متحيزة أو خاطئة أو مضللة»
- إنتاج الصور والفيديوهات: إلا للعرض التوضيحي مع وسم واضح
- تجاوز نظم الدفع: استخدام الذكاء الاصطناعي لتخطي الاشتراكات المدفوعة

BBC إرشادات التحرير والذكاء الاصطناعي (2025)

الاستخدامات المعتمدة:

- توليد الترجمة والعناوين الفرعية: خاصة لبرامج مثل «The Archers» لتحسين إمكانية الوصول
- الترجمة متعددة اللغات: نقل الأخبار إلى لغات متعددة للوصول لجماهير عالمية
- تحديثات النص المباشر: تشغيل التغطية النصية المباشرة للأحداث الرياضية مثل مباريات الدوري الإنجليزي
- التعرف على الكائنات: في البرامج الطبيعية مثل «Springwatch» لتحديد الطيور والحيوانات تلقائياً
- المساعدة الإبداعية: استخدام أدوات مثل Microsoft Copilot و Adobe و GitHub Copilot و Firefly

الضوابط القانونية والتقنية:

- الموافقة القانونية: استخدام OpenAI API فقط بموافقة من القسم القانوني للشركة
- المجموعة التجريبية المحدودة: العمل مع مجموعة تجريبية داخلياً على مدار العام الماضي لاستكشاف كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي داخل غرفة الأخبار
- المسؤولية الفردية: الحفاظ على أن «الصحفيين مسؤولون في النهاية عن كل ما ننشره»
- ضمان المراجعة تحت إشراف بشري

الخطوط الحمراء:

- المنع التام للكتابة: «عدم استخدام الذكاء الاصطناعي لصياغة أو مراجعة مقال بشكل كبير»
- حماية المصادر: «عدم إدخال مواد محفوظة الحقوق لطرف ثالث (خاصة معلومات المصادر السرية)»
- منع التلاعب بالمحتوى المدفوع: «عدم استخدام الذكاء الاصطناعي لتجاوز نظام الدفع»

تحديات وتوقعات لبيكالية عامة

قيود الدقة التقنية:

- تحديات الفلتر والتصنيف: صعوبة في تحديد الأهمية الإخبارية الحقيقية
- مشكلات التلقين: أنظمة الذكاء الاصطناعي التوليدي تولد أحياناً استجابات غير دقيقة أو مفبركة للاستفسارات، أو ما يسمى في حقل الذكاء الاصطناعي بالهلوسة

المقاومة التنظيمية والثقافية:

- مخاوف الإحلال الوظيفي
- تخوفات من ضعف الإبداع والجودة، والكسل الوظيفي

الثقة والشفافية:

- تراجع الثقة مع الإفصاح: الجماهير تدرك أن الأخبار الموسومة بأنها مولدة بالذكاء الاصطناعي أقل جدارة بالثقة
- تأثيرات متباينة: هذه التأثيرات تتركز إلى حد كبير بين أولئك الذين لديهم مستويات ثقة أعلى مسبقاً في الأخبار وبين أولئك الذين يظهرون مستويات أعلى من المعرفة بالصحافة

توقعات مستقبلية:

- 52% من المديرين التنفيذيين الإعلاميين قالوا إنهم متفائلون أو متفائلون جداً بشأن كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على منظماتهم الإعلامية خلال الـ 3-5 سنوات القادمة

New York Times

السياسات الداخلية (2025)

الاستخدامات الموافق عليها:

- تحسين عناوين محرك البحث: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتوليد عناوين SEO والملاحظات والدعاية الجماهيرية
- المساعدة البحثية: طرح أسئلة واقتراح أفكار حول المقالات وتقارير المرسلين
- تحليل المستندات الداخلية: باستخدام أداة «Echo» الخاصة لتلخيص مقالات التاييمز والإحاطات والتفاعليات

إعلام

يشكّل إطلاق المؤسسة القطرية للإعلام مجلتها «إعلام» إضافة نوعية في مسار العمل الإعلامي المؤسسي. وهي إضافة تحمل دلالات معرفية ومهنية، بما تمثله من التزام استراتيجي تجاه مواكبة الخطاب الإعلامي وترسيخ رؤيته في خضم التحولات والرهانات التي يشهدها الإعلام الوطني.

وهي أيضا، إضافة واعية بفلسفتها في الجمع بين الأداء المهني الرصين والدور التواصلي الذي تنهض به مؤسسات الإعلام العامة في السياق التنموي والذي توطّره رؤية قطر الوطنية بما يحقق تطلعات بلادنا في الازدهار والتفاعل الحضاري مع محيطنا الإقليمي والدولي.

وكذلك إيماننا منا بدور الإعلام بوصفه إحدى أدوات السيادة الثقافية، وقوة ناعمة تُسهم في صناعة التأثير، نطلق هذه المجلة، لتكون أداة معرفية وتواصلية تُسهم في بلورة خطاب ناضج يعكس رسالة المؤسسة ووضوح أهدافها ضمن سياسة تحريرية تقوم على الرصانة، والدقة، والانفتاح على التجارب، والتفاعل مع الشركاء والمهنيين، بقدر ما تُراكم وعيًا وظيفيًا حول أدوار الإعلام ومسؤوليته.

تخرج هذه الثمرة إذن، من تراكم العمل المؤسسي والاستراتيجي، وبرغبة في إيجاد مساحة تحريرية تُواكب تطلعات المؤسسة وتوثق منجزاتها، وتُسهم في ترسيخ الهوية المؤسسية، فضلا عن تحفيز الكوادر الوطنية وإبراز التطور المهني الذي يشهده القطاع الإعلامي القطري في مرحلة حافلة بالمنجزات والحضور القطري في محافل الإعلام العربي والدولي.

وإن تخرج المؤسسة القطرية للإعلام هذا العدد الأول من مجلتها إلى النور، فإننا نأمل التوفيق في أن يؤسس صدورها لمرجع مهني يُستند إليه، وسجلا توثيقيا يُحتكم إليه بالتزام طموح من طاقمها وكل العاملين بها برفع مستوى الخطاب الإعلامي المؤسسي، والانخراط الواعي في تقديم مجلة نوعية تثري المشهد الإعلامي القطري.

محمد بن سلعان المري
رئيس التحرير