رؤى

العدد 164 السنة الرابعة 21 يوليو 2009 م الموافق 28 رجب 1430 هـ

محمد عبداللطيف جميل:

حديث الملك مصدر فخر ومسؤولية كبيرة

«ليس العرب» جريئة

خلف الخطوط الحمراء

معلمة الإنجليزية مغسلة

أموات.. في مهنة «الرعب»

عدسة «رؤى» ترصد

فرحة طالبات مكة

سعود بن عبدالله

يشكر «رؤى».. وسواعدها

تبهر القصيبي

منى القصبي:

مستعدة لتحرير القدس

رانية سلامة:

حماية الإعلاميات بـ«الكلاشينكوف»

زوج المخدوعة

يرتبط بامرأة متوفاة

النهاري بعد كبوة الصحافة:

«دلاّل عقاري» طموحي وأصدقائي.. أعدقائي

السفيرة الإرياني:

الرجال رفضوا وجودي

في التفتيش بسبب «وجهي»

الفايدي وكشغري:

رسائل خوجة والطيب نكشة ومناكفة

9 771658 283701

أكدت انقراض التوثيق بالورق

رانية سلامة: «كلاشينكوف» لحماية الإعلاميات!

حينما فكرت الكاتبة السعودية رانية سلامة، رئيسة تحرير مجلة «عربيات» الإلكترونية، الاتجاه إلى الفضاء الإلكتروني لإصدار مجلة تهتم بالشؤون السياسية والاجتماعية والثقافية في السعودية والوطن العربي، كانت تعرف تماماً حجم التحديات التي سوف تواجهها، لكنها استطاعت تجاوز العقبات كافة وسطعت المجلة في شبكة المعلومات العالمية الإنترنت.

«رؤى» التقت رانية سلامة لتحدثنا عن الصعوبات التي واجهتها وعن أهمية المجال الإلكتروني، مطالبة بوجود قانون لهذا المجال، وكيف تخدم المجلة الإلكترونية المرأة السعودية والعربية؟، وأفصحت عما دار بينها وبين وزير الإعلام الدكتور عبد العزيز خوجة، وحددت بعض الأسلحة التي يجب أن تتسلح بها الإعلامية، وأخيراً علقت على ما بات ظاهرة تسمى بـ«الإعلام الأسود»..

أميرة العتيبي- جدة
تصوير: سوزان اسكندر

مجلة عربيات

■ **ما الهدف من إنشاء المجلة الإلكترونية؟**

الفكرة بدأت في عام 1997، قبل دخول الإنترنت السعودية، عندما كانت المواقع الإلكترونية العربية عبارة عن محادثة ومنتديات، فلمست الحاجة إلى وجود محتوى عربي ثري واستقطاب المسؤولين والأدباء والمثقفين لإيجاد حلقة تواصل في ما بينهم وبين جمهور الشباب على الإنترنت، فعرضت الفكرة على عدد من شركات الإنترنت آنذاك لتنفيذها، غير أن مؤشرات النجاح كانت ضعيفة والتمويل كان مرتفعاً لإيجاد فريق عمل من الصحفيين والمراسلين وتوفير المتطلبات التقنية للموقع، لكن لأنني كنت مؤمنة بالفكرة تحولت الآلية من إقناع جهة ما بجدواها وتنفيذها إلى تبنيها، وصدر أول عدد من مجلة عربيات في شهر مارس 2000.

حماية الملكية الفكرية

■ **ما العقبات التي واجهتك عند البدء في إنشاء عربيات الإلكترونية، وكيف تغلبت عليها، وما الصعوبات التي تواجهينها الآن؟**

أردت أن يبدأ المشروع بشكل رسمي وألا يكون مجرد تجربة عشوائية، فبحثت عن ترخيصه، إلا أنه لم تكن هناك تراخيص لهذا النوع من المشاريع لدى وزارة التجارة ولا وزارة الإعلام، كما لم تكن هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات قد تأسست بعد، فاكتفيت بتأسيس مؤسسة للخدمات التجارية والتسويقية لإدارة المشروع إلى أن تحولت إلى مؤسسة تقنية معلومات في عام 2006، ولم أواجه صعوبات في تكوين فريق عمل أو إدارة المشروع، لأن فترة الإعداد استغرقت حوالي عامين، اعتبر أنني خلالها دخلت مرحلة تعليم ذاتي ليصبح لديّ إلمام بالجوانب التقنية والفنية لإدارة المشروع، المثير أن نفس العقبة التي واجهتها قبل عشر سنوات تقريباً لترخيص المجلة ما زالت قائمة، فنحن اليوم مؤسسة تقنية معلومات مرخصة لتنفيذ المشاريع الإلكترونية، غير أن جانب الإعلام الإلكتروني تحديداً لا يزال يقف في مفترق طرق بين وزارة الإعلام وهيئة الاتصالات، والترخيص هنا ليس مجرد أمر صوري أبحث عنه، بل ضرورة لحماية الملكية الفكرية لمحتوى يكلفنا إعداده الكثير، بالإضافة إلى أن عدم وجود قوانين تنظم العلاقة بين الإعلام الإلكتروني والجهات الرسمية، يجعل المخاطرة كبيرة بالنسبة لمن يفكر بالاستثمار في هذا المجال.

الرعاية الإلكترونية

■ **كيف تخدم المجلة المرأة، خاصة السعودية؟**

المرأة جزء من المجتمع ومن كل قضية تمس نسيجه، سواء أكانت اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو سياسية، ولأنها كذلك فهي حاضرة بإنجازاتها في

أين قانون الإعلام الإلكتروني في السعودية؟ ... الإعلام الإلكتروني يقف حائراً بين وزارة الإعلام وهيئة الاتصالات

المجلة، كما أننا استحدثنا منذ عام 2002، مفهوم الرعاية الإلكترونية للفعاليات المحلية، فكنا أول موقع إلكتروني يقدم الرعاية للفعاليات والمعارض النسائية التي تقام في مختلف أنحاء السعودية لإبرازها على الإنترنت، وكنا نجد أصداء جيدة من المتصفحين من خارج السعودية لهذه الفعاليات والأنشطة النسائية ورغبة بتوسيع نطاقها للمشاركة فيها.

■ **شاركت في مؤتمرات عديدة، كيف كانت نوعية المشاركة، وما ردة فعل المشاركين؟**

أغلب مشاركاتي كانت تلقي الضوء على هذا المجال الجديد من الأعمال وعلى الإنترنت كبيئة عمل وفرصة لتوظيف قدرات المرأة والمهارات بشكل عام، وقدمت عدة أوراق عمل عن بداية مشروع جديد على الإنترنت بالنسبة للشباب وعن الإعلام الإلكتروني والتجارة الإلكترونية وغيرها، وأعتقد أن الحضور قد استقبلها بشكل إيجابي لمسته من الاستفسارات التي كنت أتلقاها التي تعكس وجود توجه كبير نحو هذا المجال من قبل الشباب ومن قبل قطاع الأعمال.

المرأة والقيادة

■ **هل يمكن أن تنجح المرأة في المناصب القيادية أم لا بد لها أن تدخل عدة تجارب حتى تصل إلى سن معينة لتتمكن من قيادة موظفيها في إدارتها؟**

التجربة هي نقطة التحول الأهم في مشوار النجاح، وأعتقد أن المرأة مثل الرجل لو أتيحت لها فرصة تحمل المسؤولية والاقتراب من مناطق صناعة القرار والتنفيذ، بوسعها أن تتولى المناصب القيادية ولدينا نماذج كثيرة على نجاح المرأة في المناصب القيادية، أما عن السن فأعتقد أننا بوسعنا أن نجد أشخاصاً وصلوا إلى مرحلة التقاعد من دون أدنى قدرة على القيادة، وأشخاصا في مقتبل العمر مؤهلون لقيادة مشاريع ضخمة وإنجازات عظيمة، يكفي أن كافة المشاريع التي غيّرت وجه العالم في العقد الأخير كانت مشاريع لشباب تحولوا إلى أنجح وأثرى أثرياء العالم، الأمر الذي أتمنى أن ينظر إليه العالم العربي بجدية ليصبح المقياس الكفاءة والهدف أن تكون الفرص متاحة أمام الجميع.

سلاح الإعلامية

■ **برأيك ما السلاح الذي تتسلح به الإعلامية؟**

«مسدس» الموهبة، «رادارات» الحس الصحفي، «مشارط» للكتابة ومعالجة القضايا، «كمائن» العلاقات العامة، والأهم من كل ذلك «كلاشينكوف» ثقافة عامة لتثري طرحها وتفرض حضورها على من يحاول أن يعرقل خطواتها.

■ **من وجهة نظرك ما المشكلة الأساسية التي تواجه المرأة السعودية؟**

بعض القوانين والأنظمة التي وضعت منذ عقود من الزمان، فكانت تناسب حقبات ماضية وأصبحت اليوم بحاجة إلى التحديث لتواكب حاضرنا ومستقبلنا.

■ **هل تستطيع المجلة الإلكترونية أن تحل محل المجلة المطبوعة، وبماذا تمتاز عنها؟**

ربما نعم وربما لا، هذا أمر سوف تحسمه توجهات الجمهور وقدرة المؤسسات الصحفية على مواكبته وتطوير أدواتها، أنا شخصياً أميل إلى القراءة الإلكترونية، وهناك مَن يفضل المطبوعة، فربما لا أشعر بما يعتبره الطرف الآخر مميزات في المطبوعة، وربما لا يقتنع هو بما اعتبره مميزات في الإلكترونية، ومن حق كل منا أن يجد الوسيلة الإعلامية التي تناسبه.

■ **مصطلح «الإعلام الأسود»، هل بات يعكس ظاهرة موجودة في الإعلام العربي؟**

من الصعب أن توجد وسيلة إعلام لا تتأثر بتوجهات مَن يمولها، فغالباً رأس المال بوسعه أن يصبغ الوسيلة الإعلامية بالحياد الأبيض أو التطرف والأحقاد السوداء أو الفضائح الصفراء، فإن كان بوسع الوسيلة الإعلامية أن تتلون، على الإعلامي أن يقف في منطقة الحياد ليعكس وجهات النظر المختلفة في طرحه بأمانة ومهنية، وهنا لا بد من التفريق بين الصحفي الذي أعتقد أنه يجب أن يكون محايداً، وبين كاتب الرأي الذي بوسعه أن يعكس وجهة النظر التي يؤمن بها التي تمثله هو شخصياً.

■ **موقع الكاتب في الصحافة الإلكترونية، هل شوهته سهولة الكتابة فيها، وهل تهدد تميزه عن كتاب المنتديات؟**

بالنسبة لي الصحافة الإلكترونية هي مجلات وصحف يفترض أن تعمل على نفس الأسس والمهنية التي تعمل بها الصحافة المطبوعة والمرئية، وبالتالي ليس من السهل أن يكتب أو يشارك فيها أشخاص غير مؤهلين لإيصال الرسالة، أما الإعلام التفاعلي من منتديات وغيرها فهو يعكس صورة لرأي الإنسان العادي وثقافته وتوجهاته ويفترض أن نفهمها ونتعامل معها بهذا الشكل من دون خلط بينها وبين الكتابة الاحترافية، فإذا كانت صورتها مشوهة علينا أن نبحث عن خلل في المجتمع أنتج أفراداً لهم آراء مشوهة أو أسلوب طرح غير سليم.

■ **الصحافة الإلكترونية المنتشرة التي لا تخضع لرقابة وزارة الإعلام ومقص الرقيب، هل تعد ظاهرة صحية لحرية التعبير والكتابة؟**

سواء أكان هذا الأمر صحياً أو مرضياً، أعتقد أن الإنترنت قصت مقص الرقيب بفضائها المفتوح، لكن مع الأسف حتى على الإنترنت في العالم العربي هناك فارق بين مواقع إلكترونية محلية ومهاجرة، فالمحلية تستمر بعملها في النور، عليها أن تضرب الرمل للتكهن بأنظمة غير موجودة أساساً لدى الجهات المعنية حتى تنظم العلاقة بين الطرفين، أما المواقع الإلكترونية الموجودة خارج العالم العربي لا يضيرها سواء كانت تتبع لفرد أو مؤسسة أو شبح أي ضبط لمخالفة أو معاقبة بحجب، وهذا يعطيها مساحة أوسع من الحرية وفرصاً أكبر للاستمرار واستقطاب الجمهور.

■ **إلى مَن تجيّر توالي الألقاب والجوائز التي حصلت عليها، لرئيسة التحرير رانية سلامة أم لمجلة «عربيات»؟**

لا أستطيع أن أنظر لنفسي إلا كجزء من مجلة ومؤسسة «عربيات»، فأنا أحب أن أرى المجلة وإنجازات المؤسسة أكثر مما أرى نفسي، وأحب أن أسمع اسم عربيات يتردد أكثر من اسمي لذلك بالطبع أي تقدير يجير لها.

■ **ماذا تستطيع أن تقدم مجلة «عربيات» الإلكترونية مستقبلاً للوطن العربي؟**

نعمل في المرحلة المقبلة على تحديث أدواتنا، فحتى الصحافة الإلكترونية اليوم مع التطور الذي تشهده أدوات النشر قد أصبحت قديمة، لذلك لا مفر من العمل على إرضاء توجهات الجمهور البصرية والمرئية وتوسيع نطاق مشاركته في المحتوى.

■ **ما حيّز وجود الرجل بمقالاتك؟**

لست ناشطة في مجال حقوق المرأة، وخلال فترة كتابتي بـ«عربيات» أو في صحيفة «عكاظ»، لم يكن همي أن أكتب عن المرأة تحديداً أو أن أجد للرجل حيزاً يخصه، فالمقالات بالنسبة لي وجهة نظر في قضايا معينة أو إعادة قراءة لحدث من زاوية مختلفة.

وزير الإعلام السعودي

■ **ماذا تقولين لوزير الإعلام، وماذا تنتظرين منه؟**

أعتقد أن الدكتور عبد العزيز خوجة قد بدأ بالعمل في الاتجاه الصحيح منذ توليه الوزارة عندما حرص على التواصل مع المؤسسات الإعلامية والعاملين في قطاع الإعلام لتلمّس احتياجاتهم ومعرفة آرائهم، وقد تشرفت بلقائه واستعراض المشاكل التي تواجه الإعلام الإلكتروني وخرجت من اللقاء بتفاؤل كبير لأنني وجدت أنني أمام مسؤول يؤمن بالإعلام الإلكتروني وحريص على تفهم طبيعته والعوائق التي تواجه صناعة المحتوى الإلكتروني، وهذا الحرص يبشر بأنه سيتعامل معه بواقعية تساعده على النمو والاستمرار تحت مظلة ومرجعية تعطي الأمان للمستثمر فيه، وأمنيتي أن يصدر تنظيم وقانون خاص بالإعلام الإلكتروني يكون قابلاً للتطبيق ومحفزاً على الالتزام لتصبح لدينا مؤسسات قوية تستثمر فيه من دون أن يحد هذا القانون من مساحات الحرية المسؤولة، لأن أية ثغرة من هذا النوع ستجعل الأموال تهاجر للاستثمار في هذا المجال إلى الخارج كما حدث مع الفضائيات، أو أنها ستصب في صالح المواقع التي لا تتبع لأية جهات أو شخصيات اعتبارية بوسعها أن تتحمل مسؤولية طرحها.

من جهة أخرى، باعتقادي أن الإعلام الإلكتروني من صحف ومجلات لن يكون تنظيمه أمراً صعباً، أما الإعلام التفاعلي الملحق به فهو الأمر الذي يتطلب الكثير من الحكمة لتنظيمه لأن القارئ على الإنترنت يبحث عن الموقع الذي يمنحه حرية أكبر للتعبير، فإما أن تمنحها له أو تحفزه بمميزات أخرى كإمكانية تفاعل المسؤولين مع طرحه إذا كان جيداً أو ردهم على الاستفسارات وغيرها من المشاركات إذا تطلب الأمر.

■ **لماذا نجد المعلن يهرب من الصحف والمجلات الإلكترونية؟**

مستحيل أن يهرب المعلن من أية مساحة تضم جمهوره المستهدف، في الماضي كانت المشكلة الأساسية أن أغلب الشركات لا تخصص جزءاً من ميزانيتها للإعلان على الإنترنت، أما في السنوات الخمس الأخيرة فالجمهور أجبرها على ذلك إلى أن حلت الأزمة الاقتصادية التي أثرت في سوق الإعلان بشكل عام.

■ **أي القرّاء الذين تستهدفينهم في المجلة؟**

كل شخص بالغ، يملك جهاز كومبيوتر، واشتراك انترنت، ويتحدث اللغة العربية.

■ **يقال إن الإنترنت وسيلة الفاشلين إعلامياً للإعلان عن مواهبهم المدفونة، ما رأيك في هذه المقولة؟**

وزير الإعلام يؤمن بالإعلام الإلكتروني

■ ■ ■

الرعاية الإلكترونية مفهوم جديد انقرض التوثيق بالورق

ربما تكون كذلك، لكن لا ننسى أن الإعلام المطبوع مع الأسف هو كذلك حلم كل مَن لا يملك مؤهلاً أو يجد وظيفة، فلا هذا يقلل من قيمة الإنترنت ولا ذاك يلغي أهمية الرسالة الإعلامية، وبينهما لا بد أن يتمايز الغث عن السمين.

■ **ما توقعاتك لنجاح مجلتك الإلكترونية؟**

لكل نجاح مقومات، ونحن لا نخطو خطوة من دون دراستها بتعمق، وأهم عنصر نبني عليه نجاحنا المستقبلي هو إيماننا بضرورة تحديث أدواتنا ومرونتنا في تغيير آلياتنا مع المحافظة على أن نقدم محتوى ثرياً يستحق أن نبذل المجهود في إعداده ليضيف شيئاً للقارئ.

الوثائق المطبوعة

■ **المجلة الورقية بمثابة وثيقة يحتفظ بها القارئ، هل تعتقدين أن المتصفحين سوف يحتفظون بالمجلة الإلكترونية؟**

أنا شخصياً لا أعرف قارئاً يحتفظ بجميع المجلات المطبوعة التي يقرأها كوثيقة، لكن أعرف أن القارئ بعد دخول الإنترنت إلى حياته أصبح يعود إلى أرشيف المطبوعات في مواقعها الإلكترونية ويستخدم خصائص البحث في الإنترنت ليصل إلى مواد قديمة، فالتوثيق من خلال الورق قد انقرض تماماً، أما إذا كان المقصود التوثيق للتحقق من المصداقية فهذا الأمر لا علاقة له بمطبوع أو إلكتروني، لكن بالجهة التي تنشر وبمصادرها ومدى مصداقيتها، فبالطبع لا يمكن توثيق معلومة من منتدى إلكتروني، لكن أية مجلة أو صحيفة إلكترونية يجب أن تملك ما يوثق محتواها، كما أن القارئ مع الوقت يستطيع أن يعرف ما المصادر الموثوقة للمعلومات، وأنا أثق كثيراً في حكم وذكاء القارئ.