

معهد الجزيرة للإعلام
زمالة الجزيرة - 2020
ورقة بحثية



تحوّلات الصحافة في تشاد من الورقيّ إلى الرقميّ

محمد طاهر زين

مشرف البحث
د. عبد الحكيم أحمين

جميع الحقوق محفوظة @ معهد الجزيرة للإعلام 2020

برنامج زمالة الجزيرة:

برنامج أطلقه معهد الجزيرة للإعلام، ويهدف إلى تشجيع البحث الأكاديمي، وإتاحة الفرصة أمام الصحفيين والباحثين للاطلاع على تجارب عملية ودراساتها بعمق، بشكل يساهم، مع جهود مؤسسات عربية وعالمية عديدة، في تحسين مهنة الصحافة والعبور بها إلى المستقبل.

محمد طاهر زين:

صحفيّ تشاديّ، مهتمّ بقضايا الصحافة والتقنيات الرقميّة، عمل مراسلاً ومحرراً مع مؤسسات محليّة وعربيّة ودوليّة، وله عدّة مقالات تتعلّق بالصحافة في تشاد في مجلة الصحافة التابعة لمعهد الجزيرة للإعلام.

ملخص البحث

في ظلّ التحولات الرقمية التي تشهدها مهنة الصحافة حول العالم، والصحافة التشادية خاصّة، جاءت هذه الدراسة لترصد واقع الإعلام في تشاد وما يعيشه من تحولات، وتُسهّم في عرض العقبات والفرص التي تقود نحو انتقال سلس نحو صحافة رقمية أكثر مهنية وقرباً من الجمهور.

توصّلت الدراسة إلى أنّ التحوّل الرقمي أضحى أمراً مفروضاً في هذا العصر، سواءً تعلّق الأمر بأساليب الإنتاج الإعلامي أو بتعدّد مضامينه، وأنّ التحدّيات التي تواجه الصحافة التشادية عمومًا، والورقية خصوصًا، هي نتيجة طبيعية وفق ما يجري من تطوّرات اتّصاليّة وتقنيّة ومهنيّة متواصلة، وما يطلبه الجمهور التشاديّ الذي فتحت البيئة الرقمية أمامه أبواب التواصل والتغذية الإعلامية المتنوّعة.

الكلمات المفتاحية: الصحافة التشادية، الصحافة الرقمية، التحوّل الرقمي.

الفهرس

مقدمة	7
	8
الإطار المنهجي	
الصحافة التشادية من النشأة والتطور	11
	18
الفصل الثاني: التحول الرقمي وتأثيراته على الصحافة	
الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية	24
	35
النتائج والتوصيات	

وأين كان للصحافة في تشاد تاريخ عريق، فإنّ الصحافة التشاديّة العربيّة عرفت تحوّلات عميقة، فبعد ظهور صحيفة "كوكب تشاد" على يد المستعمر في العام 1952، توالى ظهور الصحف العربيّة، واختفى بعضها نهائياً، والبعض الآخر كان يختفي ثمّ يعود للحياة في حين ظهرت صحافة جديدة منافسة.

وتهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع الصحافة والنشر في تشاد، وتستعرض التحوّلات التي شهدتها الصحافة التشاديّة في حقب زمنيّة مختلفة، وتكشف عن التحدّيات التي تواجهها في تأدية مهامها، وفرص تطورها لملاحقة التحوّلات الرقميّة.

مع التطوّر التقنيّ المستمرّ وزيادة عدد مستخدمي الأجهزة الرقميّة، بدأت العديد من المؤسّسات الإعلاميّة حول العالم في التوجّه نحو الرقمنة لضمان توفير مصادر معلومات بأشكال تقنيّة متطوّرة، وبناء قاعدة جماهيريّة عريضة تتخطّى الحواجز الجغرافيّة، وذلك من خلال إنشاء مواقع إلكترونيّة على شبكة الإنترنت تتّسم بالتفاعل والنقل الحيّ والسرعة في تغطية الأحداث.

وكان للصحافة نصيب أوفر من التطوّر التقنيّ شأنها شأن باقي وسائل الاتّصال والإعلام، فامتزجت مع التكنولوجيا، وظهر شكل جديد لها، وهو الصحافة الرقميّة التي غزت العالم منذ التسعينيّات ويُتوقّع أنّ تكون بديلاً للصحافة الورقيّة¹.

ففي العام 1998 كتب جاكوب نيلسن -الاسم الأبرز في مجال دراسات استخدام الإنترنت- مقالاً بعنوان "نهاية الإعلام التقليديّ"، خلّص فيه إلى أنّ معظم وسائل الإعلام "التقليديّة" ستتلاشى وتُستبدل بوسيط شبكيّ متكامل في فترة تتراوح بين خمس وعشر سنوات².

واعتمد نيلسن في توقّعه ذلك على مؤشرات عدّة منها تراجع مقرونيّة الصحافة الورقيّة في السنوات الأخيرة، رغم تاريخها القديم، وتنامي فُرء صحافة الإنترنت الحديثة، إذ يعود صدور أوّل صحيفة إلكترونيّة إلى العام 1993م حيث أطلقت صحيفة "سان جوزيه ميركوري" الأمريكيّة نسختها الإلكترونيّة، وبعد عام واحد فقط تمّ تدشين النسخة الإلكترونيّة لصحيفتي (Daily Telegraph) و (Times) البريطانيّين³.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية - ٢٠١٤، (عمان، دار اليازوري، ص٦).

² عثمان كياشي، "غرف الأخبار.. موسم الهرولة إلى بيت الطاعة الرقمي" مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام قطر <https://bit.ly/2Mm2Y0B> ٢٠١٨

³ المرجع السابق

الإطار المنهجي

مشكلة البحث

وتكتشف طبيعة علاقتها مع صحافة الإنترنت؛ ممّا يساعد هذه الصحافة على تقويم سياساتها وممارساتها حتّى تتمكّن من مواكبة التحوّلات الرقمية المتواصلة.

أهداف البحث:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- (1) تعرّف ماهية التحوّل الرقميّ.
- (2) تعرّف تحوّلات الصحافة التشادية خلال حقّب زمنية مختلفة.
- (3) فهم طبيعة العلاقة بين الصحافة الورقية والرقمية.
- (4) توضيح العقبات التي تواجه الصحف التشادية.
- (5) توضيح واقع النشر الحالي في تشاد، ورهانات المستقبل الرقميّ.

- (5) وضع خلاصات وخطوات عملية لمشروع التحوّل الرقميّ في الصحافة التشادية.

مصطلحات الدراسة

الرقميّ: صفة منسوبة إلى (رقم)، والرقمية يُقصد بها التكنولوجيا وطريقة نقل وتخزين المعلومات ومعالجتها رقمياً، ممّا يساعد على معالجة البيانات ونقلها في الشبكة العنكبوتية.

والرقمنة هي العملية التي يتمّ فيها تحويل المواد غير الرقمية (الكتب، والمخطوطات، والجرائد، والمواد السمعية، والمواد البصرية) إلى شكل ملقّات رقمية يمكن التعامل معها من خلال تكنولوجيا الحاسبات عن طريق استخدام الماسحات الضوئية، أو أيّ معدّات أو أجهزة أخرى.

تعيش الصحافة التشادية منذ سنوات عدّة أزمة حقيقية أخذت تتفاقم مع انتشار شبكة الإنترنت ومنصّات التواصل الاجتماعيّ، لتتغيّر خريطة المنافسة في عالم الصحافة بين صحف ورقية وإلكترونية، فتراجع توزيع الصحف الورقية والإقبال عليها، وانعدمت قدرتها على التكيف مع التحوّلات الرقمية، ممّا أضعف تنويرها للرأي العام، والقيام بدورها الرقابيّ ومعالجة القضايا والمشكلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وتركّز إشكالية الدراسة على التعرف على واقع الصحافة التشادية وأبرز مؤسّساتها، واستعراض أهمّ المشاكل التي تُعاني منها، والفرص التي يُوفّرها التحوّل الرقميّ، كلّ ذلك من خلال الاعتماد على استبيانين موجّهين لطرفين أساسيين في العملية الإعلامية هما القائم بالاتصال والجمهور التشاديّ.

تساؤلات البحث

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

- (1) ما تأثيرات التحوّل الرقميّ على آلية عمل الصحف التشادية؟
- (2) كيف واكبت الصحف التشادية التحوّل الرقميّ في حرفة الصحافة؟

أهمية البحث

تتجلّى أهمية الدراسة في تناولها موضوعاً جديداً مواكباً لما يعرفه عالم الصحافة والنشر في العالم عامّة، وفي الصحافة التشادية خاصّة من تحوّلات في الأدوات التقنية وتعدّد أشكال المحتوى الإعلاميّ، كما أنّها تُقدّم تقييماً موضوعياً لأداء الصحافة التشادية،

تشاد:

قدرتهما على مواجهة متطلّبات المرحلة ورهاناتها.

اهتمت (زينب 2017) في دراستها بمعرفة وجهات نظر الفُرّاء بشأن التحوّلات التي شهدتها الصحافة السودانية، وانعكاسات النشر الإلكتروني على الصحف الورقيّة⁵. وخلصت بتقييم مدى استفادة الصحف الورقيّة من خدمات النشر الإلكترونيّ.

درس⁶ (Michael 2008) في دراسة حالة مشاريع الرقمنة التي تمّت في مكاتب ولاية أوريغون الأمريكيّة، وقد قسّم خطوات الرقمنة ومراحلها إلى ستّ خطوات رئيسيّة:

الإدارة، وحقوق التأليف والنشر، والتصوير الرقميّ، والمعدّات والبرمجيات، وتصميم المواقع الإلكترونيّة، وأثبتت الدراسة على أنّها خطوات أساسيّة وحيويّة في ضمان تحوّل رقميّ سلس، وقد قارن الباحث نتائج دراسته بنتائج دراسة استقصائية أُجريت في وقت سابق من قبل المكتبات ARL.

تحدثت (لمياء 2019)⁷ في دراستها عن فاعليّة النشر الإلكترونيّ في تطوير الصحافة السودانية واستعرضت تجارب بعض الصحف الإلكترونيّة السودانية، وكشفت عن التحدّيات التي تواجهها وتوصّلت الدراسة إلى أنّها تعتمد على الصحف الورقيّة في موضوعاتها، وغير قادرة على تحديث مضامينها باستمرار.

وصف (Olayinka 2007) الدور الذي يمكن أن تقوم به مشاريع الرقمنة في تنمية إفريقيا، وسلّط الضوء على المبادرات الخاصّة بمشاريع التحويل الرقميّ التي تمّت في بعض المؤسسات الصحفيّة والتعليميّة في نيجيريا، وأوصت دراسته بضرورة تبادل الخبرات والتجارب في مجال الرقمنة، وضرورة التوسيع والإسهام في قاعدة

تقع جمهوريّة تشاد في وسط القارة الإفريقية، يحدها من الشمال ليبيا، ومن الغرب جمهوريّة النيجر ونيجيريا، ومن الجنوب الغربيّ جمهوريّة الكاميرون، ومن الجنوب جمهوريّة إفريقيا الوسطى، ومن الشرق السودان، وتبلغ مساحتها (1.284.000) كلم².

وتعتبر خامس دولة إفريقية من حيث المساحة، ويبلغ عدد سكانها نحو 16 مليون نسمة، تستوطن بمساحتها الواسعة نحو 205 قبائل، يتحدث أفرادها أكثر من 508 لهجات، ولعنتين رسميتين هما العربية والفرنسية، وتسكن مناطقها الجنوبيّة قبائل أغلبها من المسيحيين، أمّا في الشمال فتسكنها قبائل من المسلمين، وتنفوق نسبة المسلمين 85% من عدد السكّان. ينتمي المجتمع التشاديّ إلى عدّة ثقافات؛ وتتنوّع فيه العرقيّات واللغات واللهجات؛ الأمر الذي منحه ثراءً كبيراً في العادات والتقاليد.

الدراسات السابقة

من خلال مراجعة الباحث لأدبيّات الموضوع لم يجد دراسات مباشرة تطرّقت لموضوع البحث، لكنّه سيعرض دراسات علميّة تناولت مواضيع مماثلة للدراسة الحالية:

تناول (المعزّ 2016)⁴ في دراسته الصراع الدائر بين الوسيط الورقيّ والرقميّ ورهانات مستقبلهما في ظلّ الثورة التكنولوجيّة، وسلّط الضوء على التحوّلات التي شهدتها الصحافة الورقيّة في العالم العربيّ، وكشف طبيعة العلاقة بين الصحافة الورقيّة والإلكترونيّة، وكيف أثرت الأخيرة على تراجع مستوى الصحافة الورقيّة، وتأثير ذلك على مستقبل كلّ منهما، ومدى

⁴ المعز بن مسعود " الصحافة العربية صراع البقاء ورهانات الرقمنة " بحث منشور في موقع مركز الجزيرة للدراسات - قطر ٢٠١٦م

⁵ زينب محمد حسن " النشر الإلكتروني وانعكاساته على الصحف الورقيّة " رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة أفريقيا العالمية السودان ٢٠١٧

⁶ Maikel Michael " Organizing for Digitization at Oregon State University: A Case Study and Comparison with ARL Libraries " Journal of Academic Librarianship (2008) Vol. 34 n°5 p445-451.

⁷ لمياء صلاح الدين " النشر الإلكتروني ودورها في تطوير الصحافة السودانية " رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة أم درمان الإسلامية ٢٠٠٩م

المعرفة للمحتوى المحلي الرقميّ في إفريقيا⁸.

والبيانات حول ظاهرة الدراسة.

عَيِّنة الدراسة ومجتمعها

تعتمد الدراسة على عَيِّتَيْن اثنتَيْن:

الأولى: الجمهور التشاديّ، من خلال 200 فردٍ يُمثِّلون عَيِّنة علميَّة تسمح بدراسة الظاهرة ورصد عناصر كثيرة متعلِّقة بها.

الثانية: القائم بالاتّصال في صحافة تشاد، وهي عَيِّنة تضمّ 26 قائمًا بالاتّصال يمثِّلون مؤسّسات إعلاميَّة متعدّدة (صحف ورقية - مواقع إلكترونيَّة - وكالات أنباء - مجلّات - قنوات تلفزيونيَّة - إذاعات) من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

ركّز (كلير 1998)⁹ في دراسته على تقنيات التحوّل الرقميّ مستعرضًا تقنيّة التعرّف الضوئي على الحروف، والبرامج الخاصّة برقمنة الوثائق الورقيّة قبل نشرها على شبكة الإنترنت، وأثبتت فاعليّتها في مواكبة التطوُّرات التكنولوجيَّة.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكن القول إنّ أغلب هذه الدراسات ركّزت على أهميَّة التحوّل الرقميّ واستعراض تجارب سابقة لهذا التحوّل؛ غير أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة في أنها اهتمّت بتشخيص واقع الصحافة التشاديّة معتمدةً على القائم بالاتّصال في هذه الصحافة وعلى الجمهور التشاديّ أيضًا؛ وذلك من أجل بحث مظاهر التحوّل الرقميّ، والتحدّيات التي تعترضه.

ولم يحظ هذا الموضوع؛ رغم أهميَّته البالغة؛ بأيّ بحثٍ من قبْلُ سواء في تشاد أو في الوطن العربيّ والإفريقيّ.

منهجيّة البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهج التاريخيّ للتعرّف على تشاد وتطوُّر صحافتها، وعلى المنهج الوصفيّ التحليليّ -عبر أداة الاستبيان- الذي يسمح بوصف الظاهرة المدروسة وتحليل البيانات والمعلومات وتفسيرها.

أدوات جمع المعلومات

يعتمد الباحث في جمع بيانات دراسته على الاستبيان وعلى المقابلة بوصفهما من الأدوات البحثيَّة التي تسمح بالوصول إلى أكبر قدر ممكن من المعلومات

⁸ Olayinka C. Fatoki " Digitization of Library Materials in Nigeria: Issues and Considerations for Information Professionals" 2007 Afr. J. Lib. Arch. & Inf. Sc. Vol. 17

⁹ McClean, Clare M " Digitization of Full-Text Documents Before Publishing on the Internet: A Case Study Reviewing the Latest Optical Character Recognition Technologies. Library Software Review.Vol.17 p165-69. (1998)

الفصل الأول: الصحافة التشادية .. من النشأة والتطور

لهم وقراراتها التي كانت تنتقل من النخب والزعماء التقليديين إلى باقي السكان.

وبالطبول أيضًا كانت تُعلن الحروب والغزوات والكوارث الطبيعية والمناسبات الرسمية والشعبية، وإذاعة أخبار الوفيات وكل ما يتعلّق بالحياة كمراسيم تتويج الزعماء والسلاطين وخطب الملوك والسلاطين وغيرها من الأمور المتعلقة بالحياة العامة للسكان في تلك الفترة، كما استُخدمت واجهات الأماكن العامة والشوارع ودور العبادة لوحات للإعلانات في حالات أخرى، ونشر القرارات والقوانين العرفية.

واستمرت هذه الوسائط وسائل اتصال وتواصل بين السكان ومسؤوليهم إلى أن جاء الاستعمار؛ حيث وجد هذه الوسائل تُستخدم في كلّ المناطق التي وصل إليها؛ فجلب معه وسائل اتصاله الخاصة به حيث حمل معه التلغراف اللاسلكي¹¹.

يمتدّ عمر الصحافة التشادية إلى أكثر من ستين سنة مضت من تاريخ البلاد، غير أنّه قبل التحوّل الديمقراطي لم يوجد إلا عدد قليل من الصحف مثل صحيفة "كوكب تشاد" 1952 التي كان يُصدرها المستعمر باللغة العربية من فورت لامي عاصمة تشاد آنذاك، ونشرة إنفو تشاد 1960 التي توقفت بعد صدورها بأشهر قليلة، وفي العام 1961 ظهرت مجلة تشاد والثقافة التي تصدر من مركز الدراسات والتدريب من أجل التنمية؛ وهو تابع للكنيسة الكاثوليكية؛ وفي يناير 1964 رأت الوكالة التشادية للأنباء النور كما عادت نشرة إنفو للصدور.

احتلت فرنسا تشاد في 5/9/1892 حيث أعلنت قيام الإقليم العسكري في البلاد، وهو يضمّ عرقيّات مختلفة، وسيطرت على جميع المناطق في عام 1912م، وفيما بعد ضمت فرنسا تشاد إلى مجموعة مستعمراتها المعروفة باسم إفريقيا الاستوائية الفرنسية (Française Equatoriale Afrique)، وهي تضم جمهوريات كل من الكاميرون وإفريقيا الوسطى والكونغو برازافيل والغابون وغينيا الاستوائية وتشاد. وتم الإعلان عن جمهورية تشاد في 28/11/1958، وحصلت على الاستقلال 11/8/1960، غير أن مناطق الشمال ظلّت تحت الإدارة الفرنسية حتى يناير 1965 بعد مرور خمسة أعوام على الاستقلال¹⁰.

تاريخ الصحافة التشادية:

مرّت وسائل الإعلام في تشاد؛ مثلها مثل باقي الدول الإفريقية؛ بمراحل عدّة قبل أن تصل إلى مرحلتها اليوم، فقد كانت تلك الوسائل بدائية عند نشأتها نسبة إلى بدائية المجتمع نفسه في تلك الفترة، وكانت وسائل الإعلام المتاحة هي الطبول، ولها أنواع مختلفة، ولكلّ واحد منها إيقاع خاصّ، ولقرع الطبول معانٍ ودلالات خاصّة تُعارف عليها الناس في ذلك الوقت.

وقد انتشرت هذه الوسائط خلال فترة ما قبل الاستعمار، وكانت الممالك القديمة التي نشأت على أرض تشاد تعتمد على تلك الوسائل في اتصالها بالسكان، فالطبول والمهزّجون الشعبيّون المعروفون بـ "الدوكو" والكرسي قد استُخدموا لحشد الجماهير والإعلان عن الأخبار المهمّة، وكذلك في نقل رسائل السلطات وتوجّهاتها

¹⁰ نبيه الأصفهاني، أزمة تشاد بين الصراع المسلّح والمصلحة الوطنية مجلة السياسة الدولية، القاهرة: مطبعة الأهرام 1979 ص 110 - 116.

¹¹ عباس محمود، مكانة ودور اللغة العربية في وسائل الإعلام التشادية، ورقة بحثية مقدّمة في المؤتمر الجامع حول وضع اللغة العربية في تشاد 2012.

الإعلاميّة التشاديّة، وساعد الانفتاح الديمقراطيّ على إنشاء عدّة مؤسسات وطنية، وأسهم التطوّر التقنيّ في وجود بعض وسائل الإعلام الأجنبيّة بفضل الأقمار الصناعيّة، كما توجد في تشاد خدمات لبعض المحطات الإذاعيّة والتلفزيونيّة العالميّة؛ مثل إذاعة فرنسا الدوليّة، وهيئة الإذاعة البريطانيّة، وقناة الجزيرة، وصوت أمريكا، وإذاعة إفريقيا رقم واحد.

وتجدر الإشارة إلى أنّ الإذاعة الوطنيّة أبرمت اتفاقية مع إذاعة فرنسا الدوليّة لبثّ محتويات الأخيرة، وتُبتّ خدمات "بي بي سي" العربيّة والفرنسيّة وإذاعة إفريقيا رقم واحد على موجة إف إم، كما وقّعت إذاعة البيان اتفاقية تعاون مع القسم العربيّ لإذاعة الهيئة البريطانيّة على أن تُعيد بثّها لمدة 4 ساعات في اليوم، واختارت إذاعة صوت أمريكا إذاعة الحريّة لتُعيد بثّ برامجها في تشاد لمدة ساعة في اليوم. وأمّا قناة الجزيرة فاخترت إذاعة جا إف إم لتُعيد بثّ برامجها يوميًا¹³.

شهدت وسائل الإعلام الخاصّة تطوّرًا ملحوظًا منذ عام 1990 حيث انضمت عدّة صحف إلى قائمة الصحف اليوميّة التي كانت موجودة في ذلك الوقت، وبعد الصحافة المكتوبة يُلحظ ازدياد عدد الإذاعات يوميًا بعد يوم؛ حيث بلغ عددها أكثر من 80 إذاعة بين خاصّة وحكوميّة ودوليّة، وتجاريّة، ودينيّة.

وبالتوازي مع تزايد وسائل الإعلام، بدأت تظهر مؤخرًا بعض الكيانات الإعلاميّة التي تهدف إلى تطوير قطاع الإعلام عمومًا مثل: اتّحاد الصحفيين التشاديين (1989)، ورابطة الصحفيين التشاديين الناطقين بالعربيّة (2005)، واتّحاد الإذاعات الخاصّة في تشاد (2003)، ونقابة الإعلاميين المحترفين، وجمعية ناشري الصحافة الخاصّة، وجمعية تنمية وسائل الإعلام في إفريقيا، ومركز التدريب الإعلاميّ الإذاعيّ التابع لمنظمة إنتر نيوز الأمريكيّة، وتجمّع أرباب الصحف بتشاد¹⁴.

وبعد انعقاد المؤتمر الوطنيّ المستقلّ في العام 1993 حدث تحوّل كبير في حركة النشر بصفة عامّة، وظهرت أعداد كبيرة من الصحف في السنوات الأولى للتحوّل الديمقراطيّ، ثم استقرّ هذا القطاع ببعض الصحف، وخلال هذا التحوّل تأخّر رفع السيطرة الحكوميّة على الموجات الإذاعيّة، وبدأت تصدر بعض الصحف بانتظام باللغة الفرنسيّة مثل صحيفة لوبروغري اليوميّة، وصحيفة أنجمينا بي هيبودو، التي تصدر مرّتين في الأسبوع، وصحيفة لوتان الأسبوعيّة، وصحيفة نوتر تان الأسبوعيّة، وصحيفة لويسرفنير الأسبوعيّة، ومجلة تشاد والثقافة الشهريّة، ومجلة أودي ماغازين، والدورية كاريفور التي تصدر من مركز المنى التابع للكنيسة الكاثوليكيّة، وصحيفة ابا قارد.

غير أنّ واقع الصحافة العربيّة في تشاد عرف تحوّلات عميقة، فبعد ظهور العديد من الصحف العربيّة في وقت سابق، واختفى بعضها في وقت قريب بسبب نقص التمويل وارتفاع تكاليف الصدور وضعف القدرة الشرائيّة وغيرها من المشاكل التي تواجه الصحف التشاديّة مثل: الحريّة، والأضواء، وأنجمينا اليوم، والأيام، والحضارة، والديمقراطيّة، والرأي، والبطحاء، والاستقلال، والشروق، والوحد، وصوت الجماهير، والحوار، والهداية، والبحيرة وغيرها¹².

ثمّة بعض الصحف العربيّة ظلّت صامدة ومستمرّة في الصدور كأنجمينا الجديدة، والشاهد، والسلام، والأبناء، والحياة، والخبر، وإنفو، ورفيق، لا ليكم، والنصر، والوسط، والفجر وغيرها من الجرائد العربيّة التي كانت ثمار جهود شخصيّة وجماعيّة؛ حيث لا توجد في تشاد اليوم إلا صحيفة حكوميّة واحدة فقط وهي (إنفو) التي تصدر من الوكالة التشاديّة للأخبار (ATP)، وتُعدّ صحيفة لابروغري الأكثر توزيعًا في البلاد.

خلال حقبتين من الزمن حدث تحوّل كبير في الساحة

¹² يوفيدي عبد العزيز حسن، تطوّر الإعلام المسموع في تشاد 1990-2010، ورقة بحثيّة مقدّمة في مؤتمر الديمقراطية والسلام والتنمية بتشاد، أكتوبر 2012.

¹³ يوفيدي، المرجع السابق

¹⁴ عبد الله عيسى محمد، اللغة العربيّة في وسائل الإعلام التشاديّة، ورقة بحثيّة مقدّمة في المؤتمر الجامع الخامس حول وضع اللغة العربيّة في تشاد 2018م

وسائل دعاية للسلطة والثناء المبالغ فيه لشخصية رئيس الجمهورية، ولم تكن هناك صحف ووسائل إعلام أخرى لتُعبّر عن رأي معاكس، وكانت صحيفة انجمننا بي هبدو هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تنتقد النظام وتُخصّص محتواها للقضايا الاجتماعية والثقافية، في حين كانت إذاعة برداي هي صوت الثورة حيث تبث برامجها من منطقة برداي المتاخمة للحدود الليبية لصالح المعارضة السياسية والعسكرية¹⁵.

في ظلّ النظام الديمقراطيّ

في الأول من ديسمبر 1990 استطاع الرئيس إدريس ديبي الاستيلاء على السلطة بعد فرار حسين هبّري عقب معارك ضارية بين قوّاتهما، فكان أوّل ما نطق به ديبي في بيانه المقولة الشهيرة "لم آتكم بذهب ولا فضّة، جنّتكم بالحرية"، ومنذ ذلك الوقت شهدت تشاد بروز صحافة مستقلة تتمتع بحريّة تناول المواضيع من زوايا مختلفة.

في يناير 1992 سمح ديبي بتأسيس الأحزاب السياسية، وفي العام الذي يليه أقيم أوّل مؤتمر وطنيّ مستقلّ في الفترة ما بين 5 يناير و17 أبريل 1993 خرج بوثيقة الحكم الانتقاليّ.

وفي العام 1996 أُجريت أوّل انتخابات رئاسية في عهد الإنقاذ، تلتها انتخابات برلمانية عام 1997، حيث أحرزت الحركة الوطنية للإنقاذ (الحزب الحاكم) أغلبية المقاعد في الجمعية العمومية، وفي أبريل من العام نفسه تمّ تكوين الجمعية الوطنية (البرلمان).

في ظلّ الحكم الديمقراطيّ وجدت حركة النشر والتأليف مساحة من الحرّية تمثّلت في إصدار الصحف والمجّلات والكتب، إلّا أنّ هناك عوائق كبيرة ظلّت قائمة وتأثّرت بها الصحافة التشادية، وتتمثّل تلك العوائق في:

1- التجربة الديمقراطية الهشّة للدولة عمومًا، والنظام

وقد عاشت وسائل الإعلام تحوّلات تاريخية ذات صبغة سياسية أثّرت على ظهورها وانتشارها وتطوّرها، ويُمكن إجمال تلك التحوّلات التاريخية في التالي:

بُعْد الاستقلال

انحصر الإعلام في عهد الرئيس الأول تمبلباي على الإذاعة الوطنية ونشرة إنفو التي كانت تصدر من الوكالة التشادية للأنباء (ATP) وصحيفة البطة الثائرة، وكانت كل هذه الوسائل تعكس أخبار النظام آنذاك، في وقت لم تكن فيه حركة التأليف والنشر مزدهرة حينئذ.

وبعد سقوط نظام تمبلباي واستيلاء العسكر على الحكم عبر المجلس الأعلى للقوات المسلحة بقيادة الجنرال فليكس مالوم، لم يتغيّر حال الإعلام والنشر، إلّا إنّ هناك صحيفة عسكرية جديدة ظهرت لنقل إنجازات النظام العسكريّ.

في عهد حكومة الوحدة الوطنية

وفي عهد حكومة الوحدة الوطنية الانتقالية، انحصر دور الصحافة في دعم التيارات السياسية والحركات الثورية المسلحة، وظهر في ذلك الوقت عدد من الصحف مثل صحيفة "صباح الخير" و"الدرع" و"الحقيقة"، إلى جانب إذاعة "صوت الشرعية" و"موندو" و"وابشة الحرّة".

في ظلّ النظام الدكتاتوريّ (1982 - 1990)

لم تعرف تشاد حكمًا قاسيًا كنظام الرئيس حسين هبّري الذي وصل إلى السلطة في العام 1982 بعد فترة طويلة من الحروب الأهلية في ربوع البلاد، وحينما حلّ الفكر الأحاديّ والنظام البوليسيّ القمعيّ لم يتوقّع أحد أنّ يكون هناك تنازل فيما يتعلّق بحرية الصحافة والرأي، حيث تحوّلت وسائل الإعلام العامة آنذاك (تلفزيون تشاد، ورايو تشاد، ونشرة إنفو تشاد، وصحيفة الوطن) إلى

¹⁵ يوفيدي، مرجع سابق

¹⁶ آدم عبد القادر الحاج، مشكلات إنتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية بالتطبيق على تلفزيون تشاد، رسالة ماجستير في جامعة أم درمان الإسلامية، السنة الدراسية 2008.

الحاكم خاصّة.

الصوت عبر الراديو على الموجة القصيرة "إف إم"، وكان الاستديو يوجد في مبنى البلدية في حين كان جهاز الإرسال في أسوار مبنى TTT يبتّ لمدة 3 ساعات يومياً من السادسة مساءً وحتى التاسعة مساءً أيام الجمعة والسبت والأحد، ثم انتقل التلفزيون في العام 1989 إلى المبنى الحاليّ في حيّ سفانغالي¹⁶.

2- ضعف الدعم المادّي الموجّه للمؤسسات الإعلامية.

3- قلة الكوادر البشريّة المؤهّلة.

كما شهد هذا العهد ظهور العديد من المؤسسات الإعلاميّة، سنوردها في الآتي:

ورغم ذلك فإنّ الصحافة التشاديّة شهدت في هذه الحقبة التاريخيّة تقدّمًا ملحوظًا بظهور العديد من وسائل الإعلام المختلفة:

** معلومات انفوجرافيك

ميلاد راديو تشاد

55 إذاعة محلية FM
23 محطة رئيسيّة وإقليميّة تابعة للهيئة الوطنيّة للإعلام السمعيّ البصريّ Onama
25 محطة إذاعة وتلفزيون حكوميّة
5 تلفزيونات
41 صحيفة ورقية
9 صحف إلكترونيّة

أُنشئت الإذاعة الوطنيّة التشاديّة في العام 1956 بوصفها أوّل مؤسسة إعلاميّة وطنيّة، وكانت جزءًا من المحطة الكبرى في برازا فيل، وتُسمّى في ذلك الوقت بإذاعة تشاد.

ومع قيام الثورة الثقافيّة عام 1972 قام الرئيس الأسبق فرانسوا تمبلباي بتغيير اسمها إلى إذاعة صوت الثورة الثقافيّة التشاديّة، واستمرت بهذا الاسم إلى سقوط نظام تمبلباي يوم 13 أبريل 1975؛ لتستعيد اسم الإذاعة الوطنيّة التشاديّة بالمرسوم الرئاسيّ الصادر عام 2006 والذي تم بموجبه دمج الإذاعة والتلفزيون تحت مظلة واحدة، وإعلان تكوين الهيئة الوطنيّة للإذاعة والتلفزيون.

تلفزيون تشاد

يعود تاريخ نشأة التلفزيون التشاديّ إلى العاشر من ديسمبر 1987 أثناء انعقاد قِمَم رؤساء الدول لحوض النيجر ولجنة حوض بحيرة تشاد واللجنة ما بين الدول لمكافحة الجفاف في الساحل والاتحاد الجمركيّ لدول إفريقيا المركزيّة، وذلك لغرض تغطية فعاليات القِمَم وعكس سياسات الحكومة ودعم خطتها.

كانت إدارة التلفزيون تتبع المكتب الإعلاميّ برئاسة الجمهوريّة، وكان المشاهدون آنذاك يلتقطون الصورة التلفزيونية غير الملونة عبر الشاشة و يلتقطون

¹⁷ عبير القصبي، إدارة التحول الرقميّ، منصة مزن، السعودية <https://bit.ly/2Xa4Dwi>

أولاً- قائمة أشهر الصحف والمجّلات التشاديّة:

الرقم	اسم الاصدار	التأسيس	النسبة
1	كوكب تشاد	1952	لا تعمل
2	نشرة انفو	1960	تعمل
3	تشاد والثقافة	1961	تعمل
4	انجمينا بي هيبيدو	1989	تعمل
5	لايتر	1993	تعمل
6	انجمينا اليوم	1993	لا تعمل
7	Le progres	1993	تعمل
8	L'Otan	1995	تعمل
9	نوتر تان	1997	لا تعمل
10	الديمقراطية	2003	لا تعمل
11	Le visionnaire		تعمل
12	الأضواء	2004	لا تعمل
13	أنجمينا الجديدة	2006	تعمل
14	الأيام	2006	لا تعمل
15	Lavoix	2006	تعمل
16	تشاد اليوم	2006	لا تعمل
17	Le pays		تعمل
18	Abbagarde	2012	تعمل
19	الشروق	2012	لا تعمل
20	الخبر		تعمل
21	السلام	2015	تعمل
22	شباب تشاد		تعمل

ثانيا: الإذاعات العامّة والدوليّة:

الرقم	المكان	اسم المحطّة	الصفة	الموجة الأثيريّة
1	أنجمينا	ONRTV	إذاعة عامّة	94,5Mhz
2	أنجمينا	ONRTV	إذاعة عامّة	92,5Mhz
3	مندو	محطّة إقليمية ONRTV	إذاعة عامّة	98,3mhz
4	سار	محطّة إقليمية ONRTV	إذاعة عامّة	94,3mhz
5	أبشة	محطّة إقليمية ONRTV	إذاعة عامّة	99,1mhz
6	فايا-لارجو	محطّة إقليمية ONRTV	إذاعة عامّة	100,1mhz
7	أنجمينا	إذاعة فرنسا الدوليّة RFI	إذاعة عامّة	100,2MHZ
8	أنجمينا	هيئة الإذاعة البريطانيّة BBC	إذاعة عامّة	90,6MHZ
9	أنجمينا	إفريقيا رقم1	إذاعة عامّة	103MHZ
10	أنجمينا	الجزيرة	إذاعة عامّة	104,2MHZ

ثالثًا الإذاعات الدوليّة التي تبثّ بالشراكة مع الإذاعات المحليّة:

الرقم	المكان	اسم المحطّة	الإذاعة الشريكة	الموجة الأثيريّة	حالة التشغيل
1	أنجمينا	VOA صوت أمريكا	FM Liberté	105,3Mhz	105,3Mhz
2	أنجمينا	الجزيرة	DJAFM	96,9Mhz	96,9Mhz
3	أنجمينا	BBC هيئة الإذاعة البريطانيّة "القسم العربيّ"	AL-BAYANE	93,7mhz	93,7mhz
4	مندو	BBC القسم العربي	DujilokarFM	101,8mhz	101,8mhz
5	سار وكمر	BBC القسم الفرنسي	Fmloti-koh1 Loti-koh2	97,0mhz 100,1mhz	97,0mhz 100,1mhz
6	موبيسلا	DW صوت ألمانيا	RadioBrakos	98,1mhz	98,1mhz

رابعًا: إذاعات الجمعيات والتجمّعات الخاصّة:

الرقم	المكان	اسم المحطّة	الصفة	الموجة الأثيريّة
1	أنجمينا	FM Liberté	منظمات حقوق الإنسان التشادية	105,3Mhz
2	أنجمينا	DJA FM	Alternatives Communications - 1999م	96,9MHZ
3	أنجمينا	النصر	مؤسسة النصر المستقلة 2002	102,1MHZ
4	أنجمينا	البيان	الندوة العالمية للشباب الإسلامي 2003م	93,7MHZ
5	أنجمينا	Arc-en-ciel		107,7MHZ
6	أنجمينا	Harmonie FM	جمعية مدنية 2009	106,3MHZ
7	موندو	Duji-lokar	إذاعة جمعية	101,8MHZ
8	موندو	Radio Karuba	إذاعة جمعية	95,0MHZ
9	أبشة	صوتوداي	إذاعة جمعية	95,0MHZ
10	إيريبا	إذاعة أبسون	إذاعة جمعية	93,7MHZ
11	قوز بيضة	إذاعة سيلا	إذاعة جمعية	89,9MHZ
12	سار	FMLoti-koh1	إذاعة جمعية	97,0MHZ
13	كمرا	FMLoti-koh2	إذاعة جمعية	100,1MHZ
14	دوبا	صوت المزارع	أسقفية مدينة موندو- 1996	96,2MHZ
15	ماو	NjimiFM	جمعية	93,6MHZ
16	آتيا	النجاح	جمعية	88,0MHZ
17	قونو قايا	قايا تشولا	جمعية مدنية	97,2MHZ
18	أنجمينا	انقاتو	تجارية 2007	89,6MHZ
19	أنجمينا	قوس قزح	الكنيسة الكاثوليكية	
20	ابشة	صوت وداي	المفوضيّة الساميّة لحقوق الإنسان بابشة	

الفصل الثاني: التحوّل الرقميّ وتأثيراته على الصحافة

والموظّفين) وفي أداء تعاملاتها إلكترونياً بشكل كامل، ولا بد أن يتمّ كل ذلك في بيئة تقنيّة/رقميّة آمنة مستندة إلى قواعد بيانات محميّة¹⁷.

أمّا عند عبد المطلب فهو العمليّة التي يتمّ من خلالها انتقال المؤسسة الإعلاميّة من بيئتها الورقيّة التقليديّة وفقاً لقواعد الاتّصال التقليديّة المعروفة في شكلها الورقيّ أو المسموع أو المرئيّ بما لها من خصائص في إنتاج المحتوى الإعلاميّ التقليديّ، لتنتقل المؤسسة إلى بيئة العمل الرقميّ بمنصّاته المختلفة وأنماط رسائله الجديدة ذات الأبعاد التفاعليّة والاندماجيّة. ويُقصد بالاندماج هنا الاستفادة من خصائص الإعلام القديم المكتوب والمسموع والمرئيّ، لحشد كلّ هذه الوسائط لتعمل معاً في بيئة جديدة تُوظّف النصّ والصوت والصورة والفيديو والمؤثّرات المختلفة في بيئة رقميّة. وكلّما اقتربت المؤسسة من تحقيق هذه الأهداف تكون قد اقتربت من بيئة الاندماج والتحوّل الرقميّ الجديد؛ لتُصبح ذات مزايا جديدة للمتلقّي تتمثّل في التفاعليّة والأنبيّة وبناء المحتوى الخاصّ¹⁸.

ثانياً- أشكال التحوّل الرقميّ

وللتحوّل الرقميّ أشكال ودرجات متعدّدة، وتختلف مؤسسة عن أخرى في طريقة التحوّل الرقميّ ودرجته حسب طبيعة نشاطها ونوع التقنيّة التي تستخدمها، إلّا أنّ هناك بعض التقنيات التي صُنّفت ضمن الأكثر انتشاراً من غيرها في مجال تحوّل وسائل الإعلام إلى العالم الرقميّ، من أهمها:

إنشاء مواقع إلكترونيّة

فقد أسهم ظهور شبكة الإنترنت وانتشارها حول العالم في بروز وسيلة نشر واتّصال جديدة، تُمكن وسائل الإعلام من التمدّد والانتشار داخل أوطانها وحول العالم، وقد بدأ وجود الإعلام بنشر نسخ شبيهة بالنسخ الورقيّة وتحوّل اليوم إلى أشكال متنوّعة من المواقع الإلكترونيّة.

المبحث الأوّل: مفهوم التحوّل الرقميّ وأشكاله

مع التسارع الكبير الذي تشهده جميع تفاصيل الحياة بسبب التطوّر التقنيّ المستمرّ، أصبحت الصحافة التشاديّة أمام ضغط كبير لمواكبة المستجدّات التكنولوجيّة، وسعى الكثير منها لتعلّم ما أمكن من أدوات تقنيّة وتطبيقها بهدف التطوير والرفع لجودة الأداء وزيادة معيار التنافسيّة لديها.

إلا أنّ التغيير ليس سهلاً وخصوصاً بعد هذه السنوات الطويلة من اتّباع الطرُق التقليديّة واستخدام الأدوات الكلاسيكيّة؛ فقد اعتاد محرّرو الصحف على روتين وإجراءات معيّنة لإنجاز العمل؛ ممّا أنتج الكثير من التحدّيات عند محاولة تغيير ذلك الواقع؛ نتيجة لذلك فقد أصبح "التحوّل الرقميّ" شغلاً شاغلاً للمؤسسات الصحفيّة والتقنيّة ومجالاً مهمّاً للبحث والدراسة.

أولاً- ما التحوّل؟

إنّ التحوّل الرقميّ أشمل وأعمق من مجرد استخدام محرّري الصحف الحاسب الآليّ والإنترنت في إنجاز أعمالهم اليوميّة، بل هو يشمل عناصر عدّة في العمليّة الإعلاميّة، وهو ما أسهم في تعدّد تعريفات التحوّل الرقميّ ومفاهيمه، لكننا سنقتصر على تعريفين أوردهما عبير القسبيّ وعبد المطلب صديق.

التحوّل الرقميّ (Digital Transformation) عند عبير القسبيّ هو "استخدام المؤسسة التقنيّة في إدارة أعمالها وخدماتها وأنشطتها وفي معالجة وتحليل بياناتها وفي التواصل بين أفرادها (بين كلّ من الإداريّين

¹⁸ مقابلة شخصية أجراها الباحث مع د. عبد المطلب صديق مكي، نائب رئيس تحرير صحيفة الشرق القطرية سابقاً، استاذ الوسائط الرقميّة بكلية الإعلام جامعة قطر ١٠ مارس ٢٠٢٠ الدوحة.

¹⁹ عدنان مصطفى البار، التحوّل الرقميّ كيف ولماذا؟، منتدى اسبار/https://bit.ly/3d9arf0

قدرات معالجة برمجية وجذولة للمهام وإدارة البريد الإلكتروني والطباعة عن بعد.

إنترنت الأشياء Internet of Things

وهي شبكة من الأجهزة المادية والمركبات والأجهزة المنزلية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة الاستشعار والمحرّكات والاتصال؛ تستطيع هذه الأجهزة الاتصال وتبادل البيانات فيما بينها، غير أنّ طبيعة وجود الإعلام في هذه الشبكة الرقمية لم تتضح ملامحه بعد.

ثالثاً: مستويات التحوّل الرقميّ

إنّ التحوّل الرقميّ بشكل عامّ يتمّ على ثلاثة مستويات:

على مستوى القيادة Leadership: وذلك بأن تكون إدارة المؤسسة متبينة لهذا التحوّل وداعمة له ومتابعة لتطوّراته.

على مستوى الاستراتيجية Strategy: أنّ تدخل عملية التحوّل الرقميّ في صلب رسالة المؤسسة الإعلامية واستراتيجيتها التنفيذية والمستقبلية، وينعكس ذلك على أهدافها ومنتجاتها بشكل تلقائيّ وواضح.

على مستوى الثقافة Culture: أنّ تظهر آثار التحوّل الرقميّ على كلّ تفاصيل المؤسسة الإعلامية من الموظفين وبيئة العمل والإجراءات والمعايير والقيم التي تتبنّاها المؤسسة وتعمل بها¹⁹.

ولا شك في أنّ طبيعة أنشطة المؤسسات الصحفية وأعمالها التي تُركّز عادةً على قضايا مختلفة عن طبيعة المؤسسات وأعمالها التي تُسارع لامتلاك أيّ تقنية جديدة ترفع من انتشارها وتوسّع قاعدة جماهيرها وربما تُحقّق أرباحاً وتُعظّم من قيمة استثماراتها.

ونتيجة لهذا الاختلاف؛ فإنّ المؤسسات الصحفية تحتاج

من إصدار ورقيّ إلى فضاء رقميّ

وقد أسهم ظهور وانتشار وسائل الإعلام من خلال المواقع الإلكترونية في عرض المحتوى الإعلاميّ بأشكال مكتوبة ومرئية ومسموعة وبيانات، كما أسهم في استهداف أنواع متعدّدة من الجماهير ممّا دعا بعض الصحف الورقية للتحوّل إلى الإصدار الرقميّ اليوميّ، وفي المقابل أنشأت بعض المواقع الإخبارية صحفًا ومجلات ورقية تابعة لها.

إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعيّ

بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعيّ؛ خاصّة يوتيوب وفيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها؛ بدأت وسائل الإعلام في إنشاء صفحات خاصّة بها في هذه المواقع التواصلية من أجل الترويج لموادها وجذب قراء جدد، وغير ذلك من الأهداف المنشودة.

تطبيقات الهواتف الذكية

وهي أكثر التقنيات الرقمية حضوراً واستعمالاً في الوقت الحاليّ بفعل انتشار الهواتف المحمولة والذكية حول العالم، وتزايد استهلاك الجماهير للمحتويات الإعلامية وغيرها عبر هذه الأجهزة الرقمية؛ ممّا دفع وسائل الإعلام إلى إنشاء تطبيق خاص بها لهذه الوسيلة الرقمية الحديثة من أجل بثّ محتوياتها وتوفير خدماتها لكلّ المستهلكين.

الحوسبة السحابية

Cloud computing

وهي كل المصادر والأنظمة الحاسوبية المتوافرة تحت الطلب عبر الشبكة والتي تُوفّر عددًا من الخدمات الحاسوبية المتكاملة للتيسير على المستخدم، وتشمل هذه الخدمات توفير مساحة لتخزين البيانات وإجراء النسخ الاحتياطيّ والمزامنة الذاتية، بالإضافة إلى

2 إجرائيّة: يُقصد بها توافر التطبيقات التي تساعد على التحوّل الرقميّ، وهي الوفاء الذي يساعد على إنتاج الرسالة الإعلاميّة وتقديمها.

وتنبثق من هاتين المرحلتين خطوات عمليّة تشغيليّة تتمثّل في:

* تعريف مسؤولي الوحدات الإداريّة المختلفة على التحوّل الرقميّ وما يتضمّنه من إجراءات وما يواجهه من تحديات حتّى تتمّ عمليّة التحوّل بوعي وإلمام تامّين بها.

* دراسة واقع المؤسّسة الإعلاميّة ونقاط قوتها وضعفها، وفرص تطويرها وتحسينها، والحلول التقنيّة المقترحة المناسبة لذلك، ووضع الاستراتيجيات المُثلى للتحوّل الرقميّ وآلياته.

* توزيع المسؤوليات على القائمين بعمليّة التحوّل واعتمادهم مرجعيّات إداريّة للتحوّل.

* رسم أهداف تفصيليّة محدّدة ووضع مراحل واضحة للتنفيذ واعتمادها في مرحلة التطبيق العمليّ بشكل تدريجيّ حسب أولويّتها وأهمّيّتها للمؤسّسة.

* البدء في التطبيق حسب خطة زمنيّة معيّنة وعن طريق إشراك الجميع في عمليّة التحوّل.

* المراجعة والمتابعة المستمرّة لسير عمليّة التحوّل الرقميّ في المؤسّسة، وقياس مدى فعاليّة التقنيّة المستخدمة عبر قراءة البيانات المستخرجة منها وتحليلها²⁰.

وهنا يُطرح السؤال عن صحافة تشاد، وما إذا كانت تعيش في عصر التحوّلات الرقميّة أم أنّها لا تزال تعمل بطريقة تقليديّة.

إلى دراسة عميقة لأيّ تقنيّة قبل تبنيها، ومحاولة عدم ركوب الموجات التقنيّة المتسارعة من دون دراسة مُسبقّة للفائدة الحقيقيّة التي ستضيفها هذه التغييرات على المستويات المختلفة التي سبق ذكرها.

ولتقييم مدى حاجة المؤسّسات للتحوّل الرقميّ، ولمعرفة الطريقة الأنسب لتطبيقه لا بدّ من أن نُجيب على الأسئلة الآتية:

أ. إلى أيّ مدى تعتمد عمليّة اتّخاذ القرار في إدارة المؤسّسات على إحصاءات البيانات ونتائجها التي تُقدّمها الحلول الرقميّة؟

ب. هل تصل المؤسّسة إلى جمهورها المستهدف عادةً عبر الشبكات الإلكترونيّة الحديثة وبالصورة المطلوبة والمخطّط لها؟

ج. هل ما تُقدّمه من محتوى وموادّ صحفيّة له يتمّ بالأساس بصيغة إلكترونيّة، ثم يتمّ تحويلها إلى صيغ أخرى تُناسب الوسائل التقليديّة؟ أم إنّ العكس هو الذي يحدث؛ بحيث يتمّ تحويل المحتوى التقليديّ ليُناسب استخدامات الإنترنت؟

د. هل تمتلك المؤسّسات الصحفيّة صفحات رسميّة على شبكات التواصل الاجتماعيّ؛ لتزويد جمهورها بالمستجدّات أنيًّا؟

ذ. هل تهتمّ المؤسّسات الإعلاميّة بتوظيف الكفاءات المهيأة والمدربّة والمستعدّة للتحوّل الرقميّ.

رابعًا: مراحل التحوّل الرقميّ

تختلف الطرُق وتتنوّع الأساليب المؤدّية إلى التحوّل الرقميّ، لكن هناك خطوات أساسيّة مهمّة لا بدّ أن تمرّ بها أيّ مؤسّسة إعلاميّة راغبة في التحوّل الرقميّ المنشود:

1. لوجستيّة: تُعنى بتوافر البيئة التحتيّة المساعدة على التحوّل الرقميّ.

يُمكنه أن يؤدّي مهامّه وهو في موقع الحدث أو في بيته، ويرسل المادّة عبر بريد مؤسّسته أو بريد خاص به أو عبر مجموعة تواصل خاصّة بالمحرّرين على واتساب؛ فيُراجِع رئيس القسم أو مدير التحرير الموادّ في أيّ لحظة من أجل اعتمادها ونشرها.

جهود الدولة في مشروع الهجرة الرقمية

صادق البرلمان على قانون تنظيم مهنة الصحافة والإعلام الإلكترونيّ في جلّسته المنعقدة بتاريخ 26 نوفمبر 2018، وتمّ الإعلان عنه رسمياً يوم 3 ديسمبر 2018، ونصّ القانون على عدّة بنود منها شروط النشر الإلكترونيّ، من ذلك أنّ تنشر خدمة الصحافة الإلكترونيّة في إطار مهنيّ محتوًى إخبارياً أصيلاً يخضع لمعالجة تحريريّة داخل أقسام غرفة الأخبار ويعكس الحالة الراهنة ويتعد عن الدعاية للعنف وخطاب الكراهية، ويتضمّن الوسائط المرئية والمسموعة والمكتوبة، ويؤرّخ ويتمّ تحديثه باستمرار²¹.

وفيما يخصّ مشاركة المستخدم وتفاعله؛ فقد حتّ القانون على وضع الآلية ملائمة لمحاربة المحتويات التي تتضمّن خطاب الكراهية والإساءة للآخرين، وأشار إلى أنّ الإنترنت ليس دائرة للفوضى بل تخضع المواقع والمدوّنات الإلكترونيّة للقانون المعمول به في الخدمات كافّة.

كما أشار إلى أنّه يحقّ لكل جريدة إلكترونيّة أن تنشر بدون تصريح مسبق وإيداع كفالة بعد تقديمها البيان المنصوص عليه في هذا القانون، مؤكّداً أنّ الإعلان عن تأسيس الجريدة الإلكترونيّة يتمّ بواسطة مدّعي الجمهورية في مدّة أقصاها 15 يوماً من تاريخ إصدار إيصال الإعلان بعد موافقة السلطة العليا للإعلام السمعيّ البصريّ²².

تأتي هذه الخطوة بعد سعي دؤوب من وزارة الإعلام من أجل دعم مشروع الهجرة الرقمية الذي أعلنت عنه منذ سنوات.

تأثيرات التحوّل الرقميّ على الصحافة التشادية

تشهد الفترة الحالية اهتماماً واسعاً بالتحوّل الرقميّ، حيث برز عدد من الصحف الإلكترونيّة خلال هذه السنوات في حين توقّفت مجموعة من الصحف الورقيّة عن الصدور بعد أن كان الجمهور في وقت سابق ينتظر ما تكتبه الصحف أو يُذيعه الراديو وتبثّه القنوات الفضائيّة عن أحداث اليوم، بيد أنّ هذه الوسائل الإعلاميّة أصبحت حالياً تنتظر ما سيقوله الجمهور على منصات التواصل الاجتماعيّ بشأن الأحداث الجارية لتتناوله في نشراتها اليوميّة وإصداراتها الأسبوعيّة.

ويمكن إجمال أهمّ التحوّلات التي تعرفها وسائل الإعلام التشادية في الأمور التالية:

اعتماد أدوات تواصل جديدة

كانت المؤسّسات الصحفيّة إلى وقت قريب تتواصل مع جمهورها عن طريق وسائل الاتّصال التقليديّة فقط؛ كالرسائل الخطيّة والمكالمات الهاتفية والرسائل القصيرة (SMS)، لكن كلّ هذه الوسائل لم تعد قادرة على خلق مساحة تشاركيّة مع الجمهور، ومع صعود الرقمنة أضحت الحاجة ملّحة إلى أدوات تواصل أكثر قوة وانتشاراً؛ فاتّجهت معظم الصحف التشادية الناطقة بالعربيّة منها والفرنسيّة إلى إنشاء صفحات إلكترونيّة، ومجموعات تفاعليّة على منصات التواصل الاجتماعيّ لا سيما في فيسبوك وواتساب، في سعيٍ للاقتراب من الجمهور أكثر.

غرف أخبار ذكيّة

في السابق كان الصحفيّ عندما يذهب إلى التغطية لا بدّ أن يعود إلى صالة التحرير لتحرير الخبر وتسليمه لرئيس القسم ورئيس التحرير، لكن الصحفيّ اليوم لم يعد بحاجة إلى ممارسة ذلك الروتين التقليديّ، إذ

²² هاما، المرجع السابق

تم بيع Tigo Chad إلى Maroc Telecom في يونيو 2019 (على الرغم من احتفاظ الوحدة بعلامة Tigo في الوقت الحالي)؛ ممّا يشير إلى دخول الأخير إلى سوق أبدت اهتمامًا به منذ عام 2014.

لقد تطوّر قطاع الهاتف المحمول بشكل مطّرد تحت رعاية هذّين المشغّلين. تدير شركة الاتصالات الوطنية ومشغّل الخطوط الثابتة (Sotel Tchad ST) شبكة المحمول الثالثة في البلاد، مثل Salam Mobile، على الرغم من أنّها تُركّز أساسًا على الخدمات الصوتيّة لأتّما تعتمد على تقنيات GPRS و EDGE (التي يمكنها توفير خدمات البيانات المتنقّلة فقط)، ومُنح أوّل ترخيص للهاتف المحمول 3G/ 4G في البلاد في أبريل 2020²³.

مؤشرات البنية الرقمية

كشف تقرير حديث صادر عن (وير آر سوشيال) في أوّل من يناير عام 2020 أنّ العدد الإجماليّ لسكّان تشاد يبلغ 16.19 مليون نسمة، بينما عدد مستخدمي الإنترنت في تشاد 2,23 مليون مستخدم، ولفت إلى أنّ البيئة الرقمية شهدت ارتفاعًا في زيادة عدد مستخدمي الإنترنت في تشاد بـ 153 ألف (+) (7.4%) بين عامي 2019 و 2020، وأكّد أنّ نسبة نسبة انتشار الإنترنت في تشاد بلغت 14% حتّى أوّل يناير 2020.

وأشار التقرير إلى أنّ عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعيّ في تشاد 330 ألف مستخدم حتى يناير 2020، وارتفع عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعيّ في تشاد بنسبة 236 ألف (+) (252%) بين أبريل 2019 ويناير 2020؛ حيث بلغت نسبة انتشار وسائل التواصل الاجتماعيّ في تشاد 2.0% في يناير 2020، وأوضح التقرير أنّه تمّ إجراء 5.94 مليون

ومن المنتظر أنّ تشهد الصحافة التشاديّة طفرة كبيرة خلال السنوات القليلة المُقبلة نتيجة التحوّل الرقميّ الذي فرض نفسه على بيئة العمل الصحفيّ في تشاد؛ حيث أثار هذا التحوّل سلبيًا بتراجع نسب توزيع الصحف الورقيّة، وانخفاض في عدد النسخ المطبوعة، الأمر الذي أجبر الكثير من الصحف على الاندثار بعد سنوات من العمل والحضور، وعادت بعض منها بأنماط جديدة لخوض غمار المنافسة في سوق الصحافة الرقمية.

تطوّرات قطاع الاتصالات

لا تزال تشاد واحدة من أقلّ البلدان نموًا في القارة الإفريقية نتيجة سيطرة صادرات البلاد على الاقتصاد المحليّ، وتأثيرات النمو الاقتصاديّ سلبيًا على انخفاض أسعار السلعة في الأسواق الدوليّة؛ ممّا أدى إلى تفاقم الأزمة الاقتصاديّة الأخيرة التي أجبرت الحكومة الإعلان عن حالة تقشّف عامّ في البلاد التي عُرفت بـ (16 ميزير) بسبب الاضطرابات الأمنيّة وتدفّق اللاجئين من البلدان المجاورة.

وعلى الرغم من ظروف التشغيل الصعبة والضرائب الحكوميّة الباهظة، فإنّ سوق الاتصالات في تشاد يوفّر بعض الإمكانيّات للمستثمرين لتطوير الخدمات.

استثمر المشغلان الرئيسيان Airtel و Tigo Chad في البنية التحتيّة وأصبحا المزوّدَيْن الرئيسيين لخدمات الاتصالات.

دخلت مجموعة Millicom International المالكة لشركة تيجو تشاد في مناقشات مع كلّ من Orange Group في أبريل 2017 و Econet في أكتوبر بشأن عمليّة بيع محتمّلة، بينما أعلنت Bharti Aircom في مايو 2017 أنّ تشاد كانت واحدة من أسواقها الإقليميّة التي فكّرت في تفريغها.

²⁴ ReportWhere are Social Media <https://bit.ly/3dfOZVH>

اتّصال محمول في تشاد حتّى يناير 2020. وارتفع عدد الاتّصالات المتنقّلة في تشاد بنسبة 557 ألف (+ 10%) بين يناير 2019 وكانون الثاني (يناير) 2020، وقد كان عدد الاتصالات المتنقّلة في تشاد في يناير 2020 يعادل 37% من مجموع السكان²⁴.

سكان تشاد 16.19 مليون نسمة (23%)

مستخدمو الإنترنت في تشاد 2,23 مليون مستخدم (14%)

مستخدمو الهاتف المحمول 75,5%
الحاسب الآليّ 23,4%

اللوحة الذكيّة 1,1%

مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعيّ في تشاد 330 ألف مستخدم (2%)

الذكور	310,0 ألف مشترك	18,0%
	الإناث	81,7%
الذكور	14,8 ألف مشترك	24,3%
	الإناث	75,7%
	27,0 ألف مشترك	
الذكور	23,7%	76,3%
	الإناث	

لنكد ان	42,0 ألف مشترك	19,3%
	الإناث	80,7%

يوتيوب
عدد مستخدمي الهاتف المحمول 5,94 ملايين مستخدم (37%)

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

ونسبة 11.5%، والمرتبة الرابعة من نصيب "46 إلى 55 عاماً" بتكرارين ونسبة 7.7%. ويلاحظ من النتائج أنّ غالبية العيّنة من الشباب ممّن أعمارهم لا تتجاوز 35 عاماً بـ 19 تكراراً ونسبة 73% وأنّ عدد المسنين قليل جداً بنسبة 7.7%.

جدول رقم (3) المستوى الأكاديمي

النسبة	التكرار	الفئة
50 %	13	جامعيّ
50 %	13	فوق الجامعيّ
100	26	المجموع

يلاحظ من نتائج الجدول رقم (3) أنّ هناك تساويًا في نسبة المستوى التعليمي لدى أفراد العيّنة بـ 13 تكراراً ونسبة 50% لكلّ من فنّتي "جامعيّ" و"فوق الجامعيّ".

جدول رقم (4) جهة العمل

النسبة	التكرار	الفئة
26.3%	11	صحيفة ورقية
18.4%	7	موقع إلكتروني
7,9%	3	مجلة
5,3%	2	وكالة الأنباء
13,2%	5	قناة تلفزيونية
26,3%	11	إذاعة
100	26	المجموع

تبيّن نتائج الجدول رقم (4) أنّ المرتبة الأولى كانت من نصيب فنّتي "صحافة ورقية" و"إذاعة" بـ 11 تكراراً ونسبة 26,3% لكلّ منهما، وفي المرتبة الثانية "موقع إلكتروني" بـ 7 تكرارات ونسبة 18.4%، وفي المرتبة الرابعة "قناة تلفزيونية" بـ 5 تكرارات ونسبة 13.2%، وفي الخامسة "مجلة" بـ 3 تكرارات ونسبة

ملحق الاتصال

جدول رقم (1) نوع الفئة

النسبة	التكرار	الفئة
88,5 %	23	ذكر
11,5%	11	أنثى
100	26	المجموع

يُلاحظ من نتائج جدول رقم (1) أنّ الغالبية من أفراد العيّنة من الذكور بنسبة 88.5%، في حين أنّ نسبة الإناث لم تتعدّ 11.5%، وتُظهر هذه النتيجة أنّ الذكور أكثر وجوداً ونشاطاً في الحقل الإعلاميّ في تشاد، وأنّ نسبة النساء في المؤسسات الإعلامية ضئيلة جداً.

جدول رقم (2) الفئة العمرية

النسبة	التكرار	الفئة
11.5	3	أقلّ من 25
61,5%	16	من 26 الى 35
19,2%	5	36 - 45
7,7%	2	46 - 55
100	100	المجموع

تبيّن نتائج الجدول رقم (2) أنّ المرتبة الأولى كانت من نصيب فئة "من 26 إلى 35 عاماً" بـ 16 تكراراً ونسبة 61,5%، والمرتبة الثانية من نصيب "36 إلى 45 عاماً" بـ 5 تكرارات ونسبة 19,2%، والمرتبة الثالثة من نصيب "أقلّ من 25 عاماً" بـ 3 تكرارات

جدول رقم (6) هامش الحرّية

النسبة	التكرارات	الخيارات
26.9 %	7	موافق بشدّة
23.2 %	6	موافق
34.6 %	9	موافق إلى حدّ ما
15.4 %	4	غير موافق

توضّح نتائج الجدول رقم (6) أنّ المرتبة الأولى كانت من نصيب فئة "موافق إلى حدّ ما" بـ 9 تكرارات ونسبة %34,6، بينما حازت فئة "موافق بشدّة" على المرتبة الثانية بـ 7 تكرارات ونسبة %26,9، وأحرزت فئة "موافق" على المرتبة الثالثة بـ 6 تكرارات ونسبة %23,1، وفئة "غير موافق" على المرتبة الأخيرة بـ 4 تكرارات ونسبة %15,4. نستخلص من هذه النتائج أنّ معظم أفراد العيّنة يوافقون إلى حدّ ما فما فوق على العبارة (أنّ هامش الحرّية المتوافر غير كافٍ للمعالجة الصحفية) بـ 24 تكرارًا ونسبة %84,6.

جدول رقم (7) تقييد السلطات

النسبة	التكرارات	الخيارات
23.1 %	6	موافق بشدّة
42.3 %	11	موافق
15.4 %	4	موافق إلى حدّ ما
19.2 %	5	غير موافق
100 %	26	المجموع

تبيّن نتائج الجدول رقم 7 أنّ الرتبة الأولى كانت لمن يوافقون فقط (أوافق) بـ 11 تكرارًا ونسبة %42,3، والمرتبة الثانية لـ "موافق بشدّة" بـ 6 تكرارات ونسبة %23,1، والرتبة الثالثة لـ "غير موافق" بـ 5 تكرارات ونسبة %19,2، والرابعة لـ "موافق إلى حدّ ما" بـ 4 تكرارات ونسبة %15,4. وتكشف النتائج أنّ غالبية العيّنة يوافقون إلى حدّ ما فما فوق على

7,9%، وفي السادسة الأخيرة "وكالة أنباء" بتكرارين ونسبة %5,3.

يلاحظ من النتائج أنّ أغلب المبحوثين من العاملين في الصحافة التقليديّة بنسبة %81,6، في حين أنّ الذين يعلمون في الإعلام الرقميّ لا تتجاوز نسبتهم %18,4.

جدول رقم 5 الصفة

النسبة	التكرار	الفئة
%15,4	4	مدير عام
%15,4	4	رئيس تحرير
%3,8	1	سكرتير تحرير
%15,4	4	رئيس قسم
26,9 %	7	محرّر
11,5 %	3	مخرج
%11,5	3	تقنيّ
100	26	المجموع

تكشف نتائج الجدول رقم (5) أنّه حلّ في الرتبة الأولى "محرّر" بـ 7 تكرارات ونسبة %26,9، وفي المرتبة الثانية حلّ كلّ من "مدير عام" ورئيس تحرير" ورئيس قسم" بـ 4 تكرارات ونسبة %15,4، وفي المرتبة الثالثة كلّ من "مخرج" و"تقنيّ" بـ 3 تكرارات ونسبة %11,3، وفي المرتبة الرابعة "سكرتير تحرير" بتكرار واحد ونسبة %3,8. وتكشف النتائج أنّ نصف أفراد العيّنة يشغلون مسؤوليات إداريّة (مدير عام، رئيس تحرير، سكرتير تحرير) إضافة إلى "رئيس قسم" بنسبة %50، في حين احتلّ المحرّرون الرتبة الأولى من النسبة الباقية بنسبة %26,9.

للصحافة غير كافٍ لتسيير العمل“ هم الأكثرية بـ 11 تكرارًا ونسبة 42,3%، في حين أبدت المجموعة الثانية عن موافقتها بشدّة (موافق بشدّة) بـ 10 تكرارات ونسبة 38.5%، أمّا المجموعة الثالثة فأكدت “موافقتها إلى حدّ ما” بـ 4 تكرارات ونسبة 15,4%، والمجموعة الرابعة سجّلت تكرارًا واحدًا بعدم موافقتها على العبارة المذكورة بنسبة 3,8% وهي تمثّل الأقلية. ويلاحظ من النتائج أنّ غالبية كبيرة من أفراد العينة يوافقون على العبارة “إلى حدّ ما فما فوق” بـ 25 تكرارات ونسبة 96.2%.

جدول رقم (10) آليات اتخاذ القرارات

النسبة	التكرارات	الخيارات
7.7 %	2	إحصاءات ونتائج البيانات التي تقدّمها الحلول الرقمية
61.1 %	16	قرار المدير العامّ
30.8 %	8	ردود أفعال الجمهور
100 %	26	المجموع

تبيّن لنا نتائج هذا الجدول رقم 10 أنّ غالبية العينة يعتمدون في إدارة شؤونهم على قرارات المديرين بـ 16 تكرارًا ونسبة 61.1% ثمّ وفق “ردود أفعال للجمهور” بـ 8 تكرارات ونسبة 8.3%، ثمّ “الإحصاءات والبيانات التي تقدّمها الحلول الرقمية” بتكرارين ونسبة 7,7%. وتبيّن هذه النتائج أنّ الإعلام التشاديّ لا يزال يسير من فوق ولا يهتمّ بالتحوّلات التي يعرفها الجمهور وشبكة الإنترنت.

جدول رقم (11) الحضور الرقميّ

النسبة	التكرار	الخيارات
61.5 %	16	نعم
38.5 %	10	لا
100	26	المجموع

عبارة (الحكومة تُقيّد الصحافة لخدمة سياساتها ودعم انجازاتها) بـ 21 تكرارًا ونسبة (80,8% وأنّ أقلية ترفض العبارة بـ 5 تكرارات ونسبة 19.2%.

جدول رقم (8) التدخّل الحكومي وتطلّعات الصحافة

النسبة	التكرارات	الخيارات
30.8 %	8	موافق بشدّة
26.9 %	7	موافق
23.1 %	8	موافق إلى حدّ ما
19.2 %	5	غير موافق
100 %	26	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 8 أنّ الرتبة الأولى كانت لفئة “موافق بشدّة” بـ 8 تكرارات ونسبة 30,8%، والرتبة الثانية لفئة “موافق فقط” بـ 7 تكرارات ونسبة 26,9%، والرتبة الثالثة لفئة “إلى حدّ ما” بـ 6 تكرارات ونسبة 23,1%، والرتبة الأخيرة لفئة “غير موافق” بـ 5 تكرارات ونسبة 19,2%، وتشير هذه النتائج إلى أنّ الغالبية يوافقون إلى حدّ ما فما فوق على العبارة (التدخل الحكومي يقيّد تطلّعات الصحافة) بنسبة 80,8%، ممّا يؤكّد تدخّل الحكومة في وسائل الإعلام التشادية لخدمة سياساتها ومصالحها.

جدول رقم (9) الدعم الحكومي

النسبة	التكرارات	الخيارات
38.5 %	10	موافق بشدّة
42.3 %	11	موافق
15.4 %	4	موافق إلى حدّ ما
3.8 %	1	غير موافق
100 %	26	المجموع

تكشف نتائج الجدول رقم 9 أنّ أفراد العينة الذين يوافقون فقط (موافق) على عبارة “الدعم المقدم

إنتاج المحتوى الإعلاميّ قليلون بـ 7 تكرارات ونسبة 26,9%. ويستنتج من هذه النتيجة أنّه رغم كَوْن 88,5% من وسائل الإعلام التشاديّة تستعمل منصّات التواصل وأنّ 61,1% منها لديها مواقع إلكترونيّة، فإنّ هذه المؤسّست لا تزال تُنتج بعقليّة تقليديّة بنسبة 73,1%؛ الأمر الذي يشير إلى أهميّة الاهتمام بتطوير القائم بالاتّصال وفق التحوّلات الرقميّة الجديدة.

جدول رقم (14) التدريب على الإنتاج

النسبة	التكرار	الخيارات
38.5 %	10	نعم
61.5 %	16	لا
100	26	المجموع

نستخلص من نتائج الجدول 14 أنّ معظم الصحفيين لم يتلقّوا دورات تدريبية على استخدام الأجهزة الرقمية وصناعة المحتوى بـ 16 تكرارًا ونسبة 61,5%، في مقابل 10 تكرارات ونسبة 38,5% لمن تلقى تدريبًا على هذه الأجهزة؛ ما يُفسّر أنّ ضعف التدريب أدّى إلى الاعتماد على الأدوات التقليديّة في إنتاج المحتوى، فضلًا عن الاستفادة من أدوات الثورة الرقمية.

جدول رقم (15) أسباب تراجع مستوى المقرئية

النسبة	التكرارات	الخيارات
34.6 %	9	السلوك الاتصاليّ الجديد للجمهور
15.4 %	4	ضعف المحتوى المنشور على الصحف
34.6 %	9	ضعف التمويل
11.5 %	3	غياب الطاقم البشريّ المؤهل
3.8 %	1	التهميش
100 %	26	المجموع

يلاحظ في نتائج الجدول رقم 11 أنّ معظم المؤسّسات المبحوثة تمتلك مواقع إلكترونيّة بـ 16 تكرارًا ونسبة 61,1%، في حين جاءت المؤسّسات الإعلاميّة التي لا تمتلك موقعًا إلكترونيًا بـ 10 تكرارات ونسبة 38,5%. وتوضّح هذه النتيجة أنّ وسائل الإعلام التقليديّة والجديدة تواكب التحوّل الرقميّ بنسبة قريبة من الثلثين (61.1%)، وتوضّح هذه النتيجة أنّ هناك تداخلًا كبيرًا بينهما؛ ممّا يثير إشكاليّة تداخل المصطلحات والمفاهيم بين الإعلام التقليديّ والإعلام الجديد.

جدول رقم (12) التواصل الاجتماعيّ

النسبة	التكرار	الخيارات
88.5 %	23	نعم
11.5 %	3	لا
100	26	المجموع

تكشف نتائج الجدول رقم 12 أنّ وسائل الإعلام التشاديّة تستغل منصّات التواصل الاجتماعيّ بـ 23 تكرارًا ونسبة 88,5%، في حين أنّ أقلّيّة لم تستغل تلك المنصّات بعدُ بـ 3 تكرارات ونسبة 11,5%.

جدول رقم (13) مستوى استخدام الأدوات الرقمية

النسبة	التكرارات	الخيارات
73.1 %	19	منتج تقليدي (ورقيّ) يتم تحويله إلى صيغة إلكترونيّة
26.9 %	7	منتج إلكترونيّ صرف يتم نشره على الصحيفة
100 %	26	المجموع

يُلاحظ في الجدول رقم 13 أنّ معظم المؤسّسات الصحفيّة المبحوثة تستخدم الأدوات التقليديّة في صناعة المحتوى الإعلاميّ بـ 19 تكرارًا ونسبة 73,1%، في حين أنّ المهتمّين باستعمال الأدوات الرقمية في

جدول رقم (17) التيار الكهربائيّ

النسبة	التكرار	الخيارات
15.4 %	4	نعم
76.9 %	20	أحياناً
7.7 %	2	لا
100	26	المجموع

يُلاحظ في نتائج هذا الجدول رقم 17 أنّ الغالبية من نصيب فئة "أحياناً" بـ 20 تكراراً ونسبة 76,9%، وجاءت في المركز الثاني فئة "نعم" بـ 4 تكرارات ونسبة 15,1%، وبالمركز الثالث والأخير جاءت فئة "لا" بتكرارين ونسبة 7,7%.

تجدر الإشارة إلى أنّ الغالبية بنسبة 92.3% موافقون على العبارة (عدم استقرار التيار الكهربائيّ يُعدّ مهديداً لسير عمل الصحافة)؛ وهي نتيجة تقود إلى ضرورة العمل على استقرار التيار الكهربائيّ لدفع عجلة تطوّر الصحافة.

جدول رقم (18) تقييم مستوى شبكة الإنترنت

النسبة	التكرارات	الخيارات
61.5 %	16	موافق بشدّة
30.8 %	8	موافق
7.7 %	2	موافق إلى حدّ ما
0.00 %	0	غير موافق
100 %	26	المجموع

تبيّن نتائج الجدول رقم 18 أنّ المركز الأول من نصيب "موافق بشدّة" بـ 16 تكراراً، ونسبة 61.5%، والمركز الثاني من نصيب فئة "موافق" فقط بـ 8 تكرارات ونسبة 30.8%، والمركز الثالث من نصيب فئة "إلى حدّ ما" بتكرارين ونسبة 7.7%، أمّا المركز الثالث والأخير المتمثّل في فئة "غير موافق" بصفر

بيّنت نتائج الجدول 15 أنّ السلوك الاتصاليّ الجديد للجمهور وضعف التمويل، أهمّ الأسباب التي أدت إلى تراجع مستوى المقرئية في تشاد بـ 18 تكراراً ونسبة 69.2 %، تلاهما ضعف التمويل ثالث الأسباب بـ 4 تكرارات ونسبة 15.4%، وتمثّل السبب الرابع حسب المبحوثين في غياب الكادر البشريّ المؤهل بـ 3 تكرارات ونسبة 11,5%؛ أمّا السبب الخامس والأخير فاختُصر في التهميش بتكرار واحد ونسبة 3,8%.

تشير هذه النتائج إلى أنّ السلوك البشريّ عامل مهمّ، والتمويل ركيزة أساسية لسير العمل.

جدول رقم (16) الاعتقالات التعسّفية

النسبة	التكرارات	الخيارات
34.6 %	9	موافق بشدّة
30.8 %	8	موافق
15.4 %	4	موافق إلى حدّ ما
19.2 %	5	غير موافق
100 %	26	المجموع

تبيّن نتائج الجدول رقم 16 أنّ المرتبة الأولى كانت لصالح فريق "موافق بشدّة" بـ 9 تكرارات بنسبة 34,6%، والمرتبة الثانية لفريق "موافق فقط" بـ 8 تكرارات ونسبة 30,8%، والمرتبة الثالثة لفريق "غير موافق" بـ 5 تكرارات ونسبة 19,2%، والمرتبة الرابعة والأخيرة لفريق "إلى حدّ ما" بـ 4 تكرارات ونسبة 15,4%. نستنتج من نتائج هذا الجدول أنّ غالبية أفراد العينة يؤكّدون قمعية السلطة تجاه الصحفيين، من "إلى حدّ ما" فما فوق بـ 21 تكراراً ونسبة 80.8%، وهذا السلوك يفسّر إنتهاك حرّية التعبير.

توضّح نتائج الجدول رقم (1) أنّ الغالبية من أفراد العينة من الذكور بـ 163 تكرارًا ونسبة 81.5%، وأنّ البقية من الإناث بـ 37 تكرارًا ونسبة 18.5%، وتُظهر هذه النتيجة أنّ الذكور أكثر حضورًا في الرأي العامّ التشاديّ وأكثر تفاعلًا مع الاستبيانات والأحداث والقضايا.

جدول رقم (2) يوضّح الفئة العمرية للعينة

النسبة	التكرار	الفئة
46.5 %	93	أقل من 25 سنة
46 %	92	26 إلى 35
7%	14	45- 36
5.0 %	1	55 - 46
0.00 %	0	أكثر من 56
100	200	المجموع

تُبيّن نتائج الجدول رقم (2) أنّ المرتبة الأولى كانت من نصيب فئة "أقلّ من 25 عامًا" بـ 93 تكرارًا ونسبة 46.5%، والمرتبة الثانية من نصيب "من 26 إلى 35 عامًا" بـ 92 تكرارًا ونسبة 46%، والمرتبة الثالثة من نصيب "36 إلى 45 عامًا" بـ 14 تكرارًا ونسبة 7%، والمرتبة الرابعة لفئة "46-55" بتكرار واحد ونسبة 0.5%.

يُلاحظ من النتائج أنّ 92.5% من الرأي العامّ التشاديّ من الشباب ممّن لا تتجاوز أعمارهم 45 عامًا، الأمر الذي يدلّ على مواكبتهم للتحوّل الرقميّ، على عكس فئة المسنّين ممّن تتجاوز "أكثر من 56 عامًا" والذين لم يشاركوا في الاستبيان الإلكترونيّ ممّا يدلّ على أنّهم غير متابعين للتحوّل الرقميّ الذي يجري حولهم.

تكرار ونسبة 0%. يستخلص من هذه النتائج أنّ جميع أفراد العينة يوافقون على أنّ الإنترنت يُعدّ عاملاً أساسياً في عملية التحوّل الرقميّ بـ 26 تكرارًا ونسبة بلغت 100%، وبالرغم من امتلاك بعض المؤسسات مواقع إلكترونية، إلا أنّها لا تفيد في ظلّ ضعف الشبكة، وغلاء الإنترنت.

جدول رقم (19) المستوى التكوينيّ

النسبة	التكرارات	الخيارات
34.6 %	9	موافق بشدّة
38.5 %	10	موافق
26.9 %	7	موافق إلى حدّ ما
0.00 %	0	غير موافق
100 %	26	المجموع

يلاحظ في نتائج الجدول رقم 19 أنّ فئة موافق فقط شكّلت 10 تكرارات، ونسبة 38,5% وهي أعلى نسبة، فيما شكّلت فئة "موافق بشدّة" 9 تكرارات ونسبة 34,6% وفئة "إلى حدّ ما" شكّلت 7 تكرارات ونسبة 26.9%. أمّا فئة "غير موافق" فلم تشكّل أيّة نسبة.

تبقى الإشارة إلى أنّ جميع أفراد العينة يوافقون على ضعف المناهج التعليميّة في الكليّات الإعلاميّة، بـ 26 تكرارًا، ونسبة 100%، ويستدعي ذلك ضرورة مراجعة المناهج، وتطويرها وفق متطلبات العصر.

ملحق الجمهور

جدول رقم (1) يوضّح نوع العينة

النسبة	التكرار	الجنس
81.5 %	163	ذكر
18.5 %	37	أنثى
100	200	المجموع

جدول رقم (3) يوضّح المستوى التعليمي للعينة

النسبة	التكرارات	المستوى
8 %	16	الثانويّ
61.5 %	123	الجامعيّ
30.5 %	61	فوق الجامعيّ
100	200	المجموع

يُلاحظ من نتائج الجدول رقم 3 أنّ فئة المستوى "الجامعيّ" هي الأولى بـ 123 تكرارًا ونسبة 61.5%، في حين حلّت فئة "فوق الجامعيّ" ثانيةً بـ 61 تكرارًا ونسبة 30.5%، وحلّت فئة "ثانويّ" ثالثةً بـ 16 تكرارًا ونسبة 8%.

جدول رقم (4) يوضّح تعاطي العينة مع وسائل الإعلام

النسبة	التكرار	الخيارات
21.5 %	43	نعم
28.5 %	57	أحيانًا
50 %	100	لا
100	200	المجموع

تُظهر نتائج الجدول رقم 4 أنّ فئة "أحيانًا" جاءت في المركز الأول بـ 100 تكرار ونسبة 50% وجاءت في المركز الثاني فئة "نعم" بـ 57 تكرارًا ونسبة 28,5%، وفي المركز الثالث فئة "لا" بـ 43 تكرارًا بنسبة 21.5%. تشير النتائج إلى أنّ نصف العينة يطالعون الصحف التشادية عند الحاجة والضرورة، ممّا يُثبت تراجع مستوى المقرئية لديها، وأنّ من يقرؤون هذه الصحف لم يبلغوا الثلث.

جدول رقم (6) يوضّح أسباب تراجع مستوى المقرئية

النسبة	التكرارات	الخيارات
12.4 %	28	غير مفيدة
8.4 %	19	ليس لديّ وقت للإطلاع
20 %	45	غالية السعر
59.1 %	133	وجود وسائل أخرى كصحافة الإنترنت
100 %	200	المجموع

كشفت نتائج الجدول رقم 5 أنّ الأسباب التي أدت إلى تراجع مستوى المقرئية في تشاد، تمثّلت في هجرة الجمهور نحو "صحافة الإنترنت" بـ 133 تكرارًا ونسبة 59.1%، والسبب الثاني تمثّل في "غلاء أسعار الصحف" بـ 45 تكرارًا ونسبة 20%، فيما تمثّل السبب الثالث في "عدم الفائدة" بـ 28 تكرارًا ونسبة 12,4%، والسبب الأخير تمثّل في "عدم وجود الوقت" بـ 19 تكرارًا ونسبة 8,4%، ممّا يوضّح تغيير أنماط الجمهور وتأثره بصحافة الإنترنت، ويقتضي ذلك الأمر التحوّل من الوسيط التقليديّ إلى الوسيط الرقميّ الحديث.

جدول رقم (7) يوضّح الصحف الأكثر انتشارًا

أظهرت نتائج الجدول رقم 6 أنّ صحيفة انجمينا الجديدة من أكثر الصحف نشاطًا وانتشارًا من بين الصحف الورقيّة العربيّة بـ 73 تكرارًا ونسبة 10,8%، وجاءت صحيفة السلام في المرتبة الثانية بـ 39 تكرارًا ونسبة 8,5%، وفي المرتبة الثالثة نشرة "انفو" التي تصدر عن وكالة الأنباء التشاديّة بـ 37 تكرارًا ونسبة 5,55%، أمّا في قائمة الصحف الإلكترونيّة فأحرز موقع "لا ليكم" المركز الأوّل بـ 38 تكرارًا ونسبة 6,5%، وأحرز المركز الثاني موقع "الوحدة انفو" بـ 31 تكرارًا ونسبة 6,4%، وجاء في المركز الثالث موقع Le sahel بـ 24 تكرارًا ونسبة 6,3%.

جدول رقم (7) القوّة الشرائيّة للصحف

النسبة	التكرارات	الخيارات
10.5 %	21	يوميًا
20.0 %	40	مرّة في الأسبوع
4.0 %	8	مرّة في الشهر
65.5 %	131	عند الحاجة والضرورة
100 %	200	المجموع

يُلاحظ في نتائج الجدول رقم 7 أنّ معظم أفراد العيّنة يشترون الصحف "عند الحاجة والضرورة" بـ 131 تكرارًا، ونسبة 65,5%، وتأتي الفئة التي تشتري "مرّة في الأسبوع" ثانيةً بـ 40 تكرارًا ونسبة 20%، أمّا الفئة التي تشتري الصحف بشكل يوميّ فجاءت ثالثة بـ 21 تكرارًا ونسبة 10,5%، والفئة الرابعة والأخيرة هي التي تشتري الصحف "مرّة واحدة في الشهر" بـ 8 تكرارات ونسبة 4%، ويستخلص من نتائج هذا الجدول أنّ الجمهور لم يعد بحاجة إلى صحافة بعد تكيفه مع التقنية.

النسبة	التكرار	العمر
2,1	14	N'djamena bi hebdo
3,3	22	Le visionnaire
3,1	21	Haut parleur
10,8	73	انجمينا الجديدة
6,4	34	الشاهد
5,6	38	لا ليكم
5,2	35	Abba guardi
5,0	34	Dakouna
4,6	31	Alwihda Info
5,2	35	الأنباء
4,9	33	ألفجر
5,5	37	انفو
3,4	23	Al-Akhbar
3,7	25	الحياة
5,8	39	السلام
3,9	26	الأخبار
2,7	18	Le miroir
3,6	24	Le sahel
2,7	18	La voix
2,4	16	Toumai web
2,1	14	Tchadinfos
1,00	7	Tchadactuel
2,2	15	Les pays
1,6	11	L'observateur
1,8	12	Salam info
0,9	6	Éclairages
0,7	5	Le progrès
100	675	المجموع

جدول رقم (8) قدرة الصحافة التشادية على قيادة الرأي العام

النسبة	التكرارات	الخيارات
3.5 %	7	موافق بشدّة
15.5 %	31	موافق
52.5 %	105	موافق إلى حدّ ما
28.5 %	57	غير موافق
100 %	200	المجموع

والمرتبة الثانية لفئة "إلى حدّ ما" بـ 74 تكرارًا ونسبة 37%، والمرتبة الثالثة لفئة "موافق" فقط بـ 31 تكرارًا ونسبة 15,5%، والمرتبة الرابعة لفئة "موافق بشدّة" بـ 3 تكرارات ونسبة 1,5%. نستخلص أنّ 54% من الرأي العامّ التشاديّ يوافقون على أنّ الصحافة الورقيّة التشادية تُقدّم معلومات وتحليلات أعمق من غيرها، ممّا يُشير إلى أنّ الصحافة الورقيّة ما زالت صامدة أمام صحافة الإنترنت.

جدول رقم (10) تأثيرات التحوّل الرقميّ على الصحف

النسبة	التكرارات	الخيارات
33.5 %	67	موافق بشدّة
35 %	70	موافق
21 %	42	موافق إلى حدّ ما
10.5 %	21	غير موافق
100 %	200	المجموع

ستنتج من نتائج الجدول رقم 10 أنّ 89.5% من الرأي العامّ "موافق إلى حدّ ما" فما فوق على عبارة (التحوّل الرقميّ قلل من مقرونيّة الصحف الورقيّة) في مقابل 10,5% يرفضون تلك العبارة، ممّا يُؤكّد على استحواذ التحوّل الرقميّ على العمل الإعلاميّ التشاديّ وعلى أنماط الجمهور.

جدول رقم (11) انعكاسات التحوّل الرقميّ على مضمون الصحافة

النسبة	التكرارات	الخيارات
27 %	54	موافق بشدّة
39 %	78	موافق
15 %	30	موافق إلى حدّ ما
19 %	38	غير موافق
100 %	200	المجموع

تُبيّن نتائج الجدول 8 أنّ الرتبة الأولى كانت لفئة "موافق إلى حدّ ما" بـ 105 تكرارات ونسبة 52,5%، والرتبة الثانية لفئة "غير موافق" بـ 57 تكرارًا ونسبة 28,5%، والرتبة الثالثة لفئة "موافق" بـ 31 تكرارًا ونسبة 15,5%، والرتبة الرابعة لفئة "موافق بشدّة" بـ 7 تكرارات ونسبة 3,5%.

نستنتج من النتائج أنّ غالبية الرأي العامّ التشاديّ يوافقون على عبارة (الصحافة التشادية غنيّة من حيث الموضوعات) لحدّ ما فما فوق بـ 143 تكرارًا ونسبة 71,5%، ويدلّ ذلك على تقدير التشاديين لأهميّة الإعلام ودوره في حياتهم.

جدول رقم (9) يوضّح صمود الصحافة الورقيّة أمام الرقميّة

النسبة	التكرارات	الخيارات
1.5 %	3	موافق بشدّة
15.5 %	31	موافق
37 %	74	موافق إلى حدّ ما
46 %	92	غير موافق
100 %	200	المجموع

يُلاحظ في نتائج الجدول رقم 9 أنّ المرتبة الأولى كانت لفئة "غير موافق" بـ 92 تكرارًا ونسبة 46%،

جدول رقم (13) قدرة التحوّل على زيادة معدّلات انتشار الصحف الورقيّة

النسبة	التكرارات	الخيارات
25 %	50	موافق بشدّة
50 %	100	موافق
17 %	34	موافق إلى حدّ ما
8 %	16	غير موافق
100 %	200	المجموع

كانت من نصيب فئة "موافق" بـ 100 تكرار ونسبة 50%، والمرتبة الثانية من نصيب فئة "موافق بشدّة" بـ 50 تكرارًا ونسبة 25%، والمرتبة الثالثة من نصيب فئة "إلى حدّ ما" بـ 34 تكرارًا ونسبة 17%، والمرتبة الرابعة والأخيرة من نصيب فئة "غير موافق" بـ 16 تكرارًا ونسبة 8%. يتضح من هذه النتائج أنّ غالبية أفراد العيّنة ونسبة 92% يوافقون إلى حدّ ما فما فوق على عبارة (التحوّل الرقميّ ساعد على زيادة معدّلات انتشار الصحف الورقيّة)؛ ما يُثبت قدرة التحوّل الرقميّ في عملية الترويج لمحتويات الصحف في نطاق واسع.

جدول رقم 14 إمكانات التحوّل الرقميّ في ضخّ المعلومات للجمهور

النسبة	التكرارات	الخيارات
10.5 %	21	موافق بشدّة
32.5 %	65	موافق
24 %	48	موافق إلى حدّ ما
33 %	66	غير موافق
100 %	200	المجموع

بيّنت نتائج الجدول رقم 14 أنّ فئة "غير موافق" جاءت في المركز الأول بـ 66 تكرارًا ونسبة 33%، وفئة "موافق" في المركز الثاني بـ 65 تكرارًا ونسبة

يُلاحظ في الجدول رقم 11 أنّ المرتبة الأولى كانت من نصيب فئة "موافق" بـ 78 تكرارًا ونسبة 39%، والمرتبة الثانية من نصيب فئة "موافق بشدّة" بـ 54 تكرارًا ونسبة 27%، والمرتبة الثالثة لـ "غير موافق" بـ 38 تكرارًا ونسبة 19%، والمرتبة الرابعة لفئة "إلى حدّ ما" بـ 30 تكرارًا ونسبة 15%. يستخلص من هذه النتائج أنّ 81% من أفراد العيّنة "موافق إلى حدّ ما" فما فوق على أنّ (التحوّل الرقميّ انعكس إيجابًا على مضمون الصحف الورقيّة)، ممّا يُفسّر أهميّة التحوّل الرقميّ في توفير معلومات وموادّ إعلاميّة تُشبع احتياجات الجمهور.

جدول رقم (12) التحوّل الرقميّ، وبناء القاعدة الجماهيرية

النسبة	التكرارات	الخيارات
7 %	14	موافق بشدّة
24.5 %	49	موافق
36.5 %	73	موافق إلى حدّ ما
32 %	64	غير موافق
100 %	200	المجموع

تبيّن نتائج الجدول رقم 12 أنّ فئة "إلى حدّ ما" أحرزت المركز الأول بـ 73 تكرارًا ونسبة 36,5%، وفئة "غير موافق" المركز الثاني بـ 64 تكرارًا ونسبة 32%، وفئة "موافق" المركز الثالث بـ 49 تكرارًا ونسبة 24,5%، وفئة "موافق بشدّة" المركز الرابع بـ 14 تكرارًا ونسبة 7%. تشير هذه النتائج إلى أنّ نسبة 68% من الجمهور المشارك في الاستبيان يوافقون على أنّ التحوّل الرقميّ ساعد على إضافة قرّاء جُدد للصحافة؛ الأمر الذي يوضّح أنّ التحوّل الرقميّ أسهم في انتشار الإعلام التشاديّ.

جدول رقم (16) أثر التحوّل الرقميّ على مصداقيّة المعلومات

النسبة	التكرارات	الخيارات
23 %	46	موافق بشدّة
32.5 %	64	موافق
32.5 %	64	موافق إلى حدّ ما
12.5 %	25	غير موافق
100 %	200	المجموع

تُبيّن نتائج الجدول رقم (16) أنّ فئة "موافق إلى حدّ ما" حلّت في المرتبة الأولى بـ 64 تكرارًا ونسبة 32,5 %، وفئة "موافق" في المرتبة الثانية بـ 64 تكرارًا ونسبة 32,5 %، وفئة "موافق بشدّة" في المرتبة الثالثة بـ 46 تكرارًا ونسبة 23 %، وفئة "غير موافق" في المرتبة الرابعة بـ 25 تكرارًا ونسبة 12,5 %.

يتضح من النتائج أنّ 87.5% من الجمهور التشاديّ يوافقون إلى حدّ ما فما فوق على أنّ (التحوّل الرقميّ أثر على مصداقيّة المعلومات)؛ ممّا يُفسّر أنّ الجمهور يتشكك في معلومات الفضاء الرقميّ ومحتواه نتيجة تعدّد زيف المحتوى وضعف الرقابة الذاتية.

32,5%، وفئة "إلى حدّ ما" في المركز الثالث بـ 48 تكرارًا ونسبة 24 %، وفئة "موافق بشدّة" في المركز الرابع بـ 21 تكرارًا ونسبة 10,5 %. يستنتج من النتائج أنّ 67% من الجمهور المستجيب يوافقون على أنّ (التحوّل الرقميّ ساعد على توفير معلومات متنوعة).

جدول رقم (15) انعكاسات التحوّل الرقميّ على تطوير الصحف

النسبة	التكرارات	الخيارات
16.5 %	33	موافق بشدّة
45 %	90	موافق
26 %	52	موافق إلى حدّ ما
12.5 %	25	غير موافق
100 %	200	المجموع

تُبيّن نتائج الجدول رقم (15) أنّ المرتبة الأولى كانت من نصيب فئة "موافق" بـ 90 تكرارًا ونسبة 45 %، والمرتبة الثانية من نصيب فئة "موافق إلى حدّ ما" بـ 52 تكرارًا ونسبة 26 %، والمرتبة الثالثة من نصيب فئة "موافق بشدّة" بـ 33 تكرارًا ونسبة 16,5 %، أمّا المرتبة الرابعة فكانت من نصيب فئة "غير موافق" بـ 25 تكرارًا ونسبة 12,5 %. يستخلص من النتائج أنّ 87.5% من العينة يوافقون إلى حدّ ما فما فوق على أنّ (التحوّل الرقميّ ساعد على تطوير شكل الصحيفة)؛ ممّا يشير إلى تأثير التحوّل الرقميّ على شكل الصحافة التشاديّة ومضمونها.

النتائج والتوصيات

- 65,5% من أفراد عيّنة الجمهور يشتركون الصحف الورقية عند الضرورة.
- 88,9% من أفراد عيّنة الجمهور يوافقون على تراجع مستوى المقروئية في تشاد.

- 59,1% من أفراد عيّنة الجمهور يُفيدون أنّ السبب الرئيسيّ في تراجع مستوى المقروئية غلاء الأسعار وميلهم إلى الصحف الإلكترونية.
- 68,5% من أفراد عيّنة القائم بالاتصال يوافقون على أنّ التحوّل الرقمي قلّل من مقروئية الصحف الورقية.

طبيعة التحوّل للصحافة الورقية

- 81% من أفراد عيّنة الجمهور يفيدون أنّ التحوّل الرقمي انعكس إيجاباً على مضمون الصحف الورقية.
- 75% من أفراد عيّنة الجمهور يوافقون على أنّ التحوّل الرقمي ساعد على توفير معلومات متنوّعة ومن مصادر متعدّدة.
- 67% من عيّنة الجمهور يفيدون أنّ التحوّل الرقمي ساعد على زيادة معدّلات انتشار الصحف الورقية.

- 83% من أفراد عيّنة الجمهور يفيدون أنّ الصحافة الرقمية تقدّم معلومات وتحليلات أعمق من نظيرتها الورقية.
- 88,5% من عيّنة القائم بالاتصال تمتلك مواقع وصفحات على منصّات التواصل الاجتماعيّ.

- 61,5% من أفراد عيّنة القائم بالاتصال لم يتلقّوا دورات تدريبية في استخدام الأجهزة الرقمية وصناعة المحتوى.

ركّزت هذه الدراسة الميدانية على استبيانين؛ أحدهما للجمهور العامّ التشاديّ، والثاني للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية التشادية، وبعد تحليل نتائج الاستبيانين، خلّص الباحث للنتائج التالية:

أ. النتائج

- * غالبية من يعملون في الإعلام التشاديّ ذكور بنسبة 88% ولا يزال حضور النساء ضعيفاً بنسبة 12%.
- * لكلّ من ذوي المستوى الجامعيّ وذوي المستوى ما فوق الجامعيّ للقائم بالاتصال الحضور في الإعلام التشاديّ بنسبة 50% لكلّ منهما.
- * 81,5% من متابعي الإعلام التشاديّ ذكور في مقابل نسبة حضور ضعيفة للإناث لم تتعدّ الثلث 18,5%.

- * 61,5% من أفراد العيّنة ذو المستوى الجامعيّ، و30,5% من ذوي المستوى ما فوق الجامعيّ.

مستوى الحرّية لدى الصحافة

- 95,85% من أفراد عيّنة القائم بالاتصال يؤكّدون أنّ هامش الحرّية المتوافر في تشاد غير كافٍ لمعالجة القضايا المحورية التي تهّم المواطن.

- 80,8% من أفراد عيّنة القائم بالاتصال يفيدون بأنّ تدخّل الحكومة يُقيّد تطلّعات الصحافة.

- 96,2% من أفراد عيّنة القائم بالاتصال يفيدون بأنّ الدعم المقدّم للصحافة غير كافٍ لتسيير العمل.

تعاطي العيّنة لوسائل الإعلام

- 71,5% من أفراد عيّنة الجمهور يتابعون الصحف التشادية عند الحاجة فقط؛ فيما يتابعها 28,5% باستمرار.

● 73.1% من أفراد عيّنة القائم بالاتّصال يستخدمون الأدوات التقليديّة في صناعة المحتوى.

واقع الصحافة الورقيّة التشاديّة

● 69.2% من أفراد عيّنة القائم بالاتّصال يؤكّدون على أنّ أسباب تراجع المقرئيّة في تشاد تتمثّل في السلوك الاتصاليّ للجمهور، وضعف التمويل.

● 80.8% من أفراد عيّنة القائم بالاتّصال يفيّدون أنّ الاعتقالات التعسفيّة للصحفيّين لا تشجّع استمرار الصحف.

● 92.3% من أفراد عيّنة القائم بالاتّصال يوافقون على أنّ عدم استقرار التيار الكهربائيّ يُعدّ مهدّدًا لتطوير الصحافة.

● جميع أفراد عيّنة القائم بالاتّصال يوافقون بنسبة 100% على أنّ غلاء أسعار خدمة الإنترنت لا يُحفّز على التحوّل الرقميّ.

ب. التوصيات:

من خلال النتائج السابقة، يُوصي الباحث الأطراف التالية بالآتي:

1. المؤسسات الإعلامية التشاديّة:

- إعطاء النساء دورًا موازيًا للرجال في العمل الإعلاميّ.

- تدريب العاملين في المؤسسات الإعلامية على الأدوات التقنيّة بُغية التكيّف مع التحوّلات الرقميّة.
- رفع الوعي الإداريّ بأهميّة التحوّل الرقميّ.

- تحفيز العاملين وتعزيز روح المبادرة والحرّيّة في العمل.

- إتاحة الفرصة أمام القيادات الإعلاميّة والتقنيّة الشابة للإسهام في إدارة التحوّل الرقميّ.

2. الحكومة التشاديّة

- تبني مشروع مركز دراسات إعلاميّ متخصص في التحوّل الرقميّ.

- الاستفادة من خبرات الدول الخارجية وتجاربها من خلال عقْد اتفاقات وشراكات جديدة لدفع عجلة التحوّل الرقميّ.

- رصد ميزانيّة كافية تُمكن المؤسسات في توفير متطلّبات التحوّل الرقميّ.

- احترام حرّيّة الرأي والتعبير، وعدم التعديّ على الصحافة الحرّة.

- فتح معاهد وكلّيّات إعلاميّة متخصصة لإمداد الصحافة التشاديّة بمهارات وخبرات حديثة.

3. الباحثين وأساتذة كلّيّات الصحافة والإعلام

- مراجعة المناهج الدراسيّة وتقويمها بُغية مواكبة تطورات الثورة الرقميّة.

- إجراء دراسات شاملة ومتعدّدة الزوايا تُمكن من تطوير العمل الإعلاميّ ومواكبة التحوّل الرقميّ.

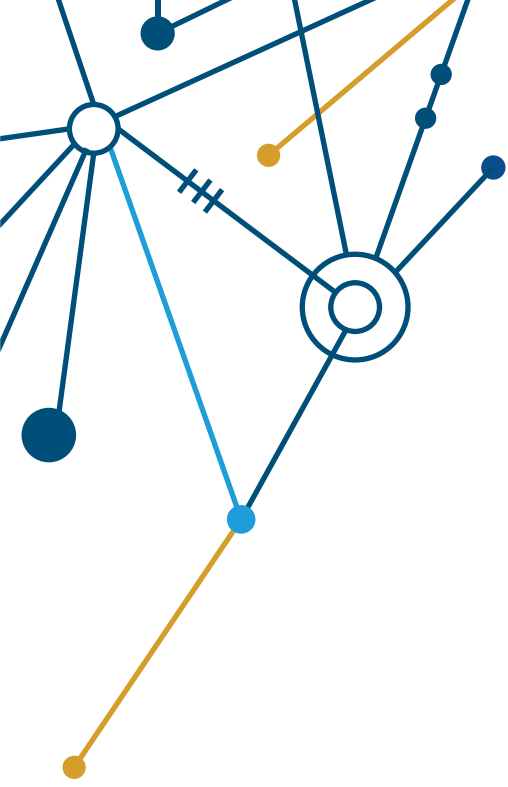
- تشجيع الطلبة على الانخراط في الحقل الإعلاميّ من خلال إطلاق منصّات إعلاميّة رقميّة خاصّة بهم على شبكات التواصل الاجتماعيّ.

4. رواد شبكات التواصل الاجتماعيّ

- العمل على تعزيز مفهوم صحافة المواطن، ودعم وسائل الإعلام بتغطيات آنيّة.

- المساعدة في محاربة الأخبار المزيفة، ونشر الوعي بأهميّة الصدق في تبادل المعلومات.

- الارتقاء من مستوى الاستهلاك إلى ثقافة الإنتاج.



AJMInstitute



+974 44897666
institute@aljazeera.net
<http://institute.aljazeera.net/>

