Distr.
LIMITED

E/ESCWA/SDD/2009/Technical Paper.2
17 June 2009
ORIGINAL: ARABIC

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (اسكوا)

دور الإعلام في إثارة اهتمام الرأي العام بقضايا التنمية

UN ECONOMIC AND SOCIAL COMMISSION
FOR WESTERN ASIA

20 JUL 2009

LIBRARY & DOCUMENT SECTION

الأمم المتحدة
نيويورك، ٢٠٠٩

ملاحظة: طبعت هذه الوثيقة بالشكل الذي قدمت به ودون تحرير رسمي.

09-0241

المحتويات

الفصل		الصفحة
مقدمة	.....	١
أولاً-	الإعلام والتنمية	١
ألف -	تحديات التنمية	١
باء -	تحديات الإعلام	٣
جيم -	معوقات الإعلام	٤
دال -	الجهات المعنية بالرقابة	٥
هاء -	توزيع وسائل الإعلام	٧
ثانياً-	**دور الإعلام في التنمية في مجال الحكومات**	١٨
ثالثاً-	**أبرز التحديات التي تواجه إشراك الإعلام في التنمية**	٢٤
رابعاً -	**الإقتراحات**	٢٦
ألف -	تجسير علاقة الإعلام ومنظمات المجتمع المدني	٢٧
باء -	وظيفة «التوعية»	٢٧
جيم -	إتجاهات التدريب	٢٨
دال -	الإنطباع العام بشأن التنمية	٢٨
هاء -	البيئة المحلية والمشاركة	٢٩
واو -	التنسيق والمتابعة	٢٩
زاي-	بخصوص التفاعلية	٢٩
حاء -	نظام النجومية	٣١
طاء-	التوجهات العامة التي تحكم المواضيع التنموية	٣١

قائمة الأطر

١- وثيقة وزراء الإعلام العرب حول البث الفضائي المرئي والمسموع (١٤ شباط ٢٠٠٨) ١٩

٢- ملخص ردود فعل الإعلاميين على الوثيقة الصادرة عن وزراء الإعلام العرب ٢٣

قائمة المراجع والمصادر

١- المراجع العربية ٣٢

٢- المراجع الإنكليزية ٣٤

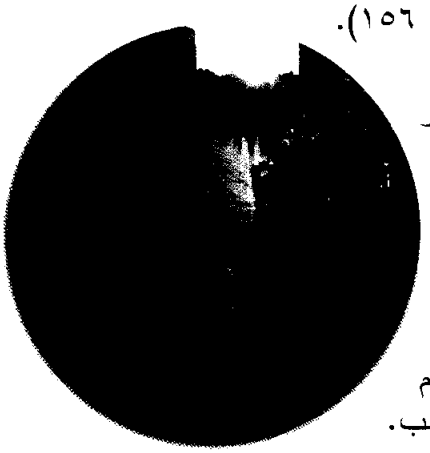
مقدمة

يصف التقرير حالة الاعلام العربي: التداخل بين وسائله المختلفة، التنافس المحموم بين مكوناته، غياب التشريعات المنظمة لأنشطته، والنقص في الدراسات التي تتناوله، فضلا عن إمساك الحكومات به، والتعديات على أشخاصه، وانعدام الاستقلالية والأمان المهنيّين. ثم يتناول التقرير وسائل الإعلام الأربع، المقروءة والمسموعة والمرئية والالكترونية، كلٌ بتاريخها ومجالاتها ومعضلاتها وإمكانياتها، خصوصاً التفاعلية من بينها. ويتابع في وصف دور الاعلام التنموي في مجال الحكومات، ويلحظ غياب استراتيجية تنموية عربية الذي ينعكس سلباً على علاقة هذا الاعلام بالتنمية. ويعدّد التقرير أبرز التحديات التي تواجه اشراك الاعلام في التنمية، فيلاحظ ثلاث مفارقات كبرى تحكم علاقتهما، ويستنتج مجموعةٍ مشكلات تتعلق بالتنمية والاعلام والمجتمع المدني. ويقترح في النهاية مبادرة للحوار بين كلٍ من هذه الأطراف الثلاثة قوامها مناقشة بعض المصطلحات وبعض الممارسات والطرق المعتمدة لديهم.

أولاً - الإعلام والتنمية

١- تحديات التنمية

في مرحلة الإستقلالات، لم يكن للتنمية الأهمية نفسها، ولا المضمون نفسه. كانت الأولوية آنذاك للنضال الوطني والتحرر من الإستعمار. وإن وُجد اهتمام ما، فكان منصبّاً على أولوية واحدة من الحاجات الأساسية، الخبز والحرية، وتتلخّص في معادلة «الخبز قبل الحرية» (تقرير التنمية الإنسانية لعام ٢٠٠٤، ص ١٥٦).



تحتل التنمية موقعاً بارزاً الآن في حركة التغيير العام، بعدما تراجعت الإيديولوجيات الوطنية الكبرى عن الساحة وتمكّنت أحزاب الإسلامية السياسية من صوغ مشاريع تغييرية مناقضة. والنقاش القليل الدائر اليوم في الأطر الداخلية لهذه الأحزاب، يخوضه شبابها الذين يطرحون مواضيع متعلّقة بالتنمية، وخاصة حقوق الإنسان، تعبيراً عن تمردهم ضد قادتهم المتشبّثين بالرؤى الإسلامية الصافية الدوغماتية فحسب.

ومن جهة أخرى، فقد توسعت مضامين التنمية وباتتْ تغطّي مناحي عديدة، ليس فقط إقتصادية وإجتماعية وسياسية وثقافية فحسب، بل وربما روحية ونفسية. ولقي مفهوم التنمية البشرية المستدامة رواجاً، وصار التعريف البسيط لها أنها «عملية توسيع الخيارات» (تقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٢، ص ١٣). إنه الإتجاه الذي باتَ معروفا الآن للتنمية، ولا يهدد فحواه إلا مفاهيم ضيقة

للتنمية تقتصر على الإقتصاد، وبلغة أكثر تفصيلا، على «الحسابات القومية الضيقة (...)، على التداول في الأسواق والتقييم النقدي للسلع والخدمات» (تقرير التنمية الإنسانية لعام ٢٠٠٥، ص ٦).

تتركز أبرز تحديات التنمية بحسب المصادر الدولية والإقليمية، الحكومية منها والأهلية حول: الفقر واللامساواة؛ التنمية الإقتصادية والتفاوت في توزيع الثروات؛ التهميش والإقصاء الإجتماعيين؛ حقوق الإنسان وحرياته الأساسية؛ تحديات الشباب؛ المشاركة العامة؛ التحضر والنمو العشوائي للمدن؛ تمكين المرأة؛ البيئة ضعف القدرات المؤسسية؛ التعليم والمعرفة؛ الصحة والرعاية الإجتماعية؛ التنمية السياسية وعدم الإستقرار؛ قضايا العدالة الإجتماعية؛ وتحديات المجتمع المدني.

ويمكن الموافقة مع تقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٤ أن لا وجود لخطط تنموية بالمعنى المقصود للتنمية. لا وجود لتصور تنموي إنساني عربي، لا عند الحكومات ولا عند منظمات المجتمع الأهلي أو المدني، وإن اختلفت الإثنتان من حيث القدرات البشرية والإمكانيات المادية واللوجستية وحرية التصرف والقرار. والذي يعقّد المهمة المتوخاة من الحكومات ومنظمات المجتمع المدني في آن، أن المفهوم الجديد للتنمية الإنسانية يحمل كل التعقيدات والتشابكات التي تتسم بها المجتمعات العربية المعاصرة. فالتنمية البشرية نفسها هي، بالتعريف، حالة مركبة ذات صيرورة متنقلة متحرّكة، لا تحتمل الجمود وأحادية النظر.

وعلى سبيل المثال، فإن محاولة ترجمة قول الرئيس السابق للبنك الدولي: «من أجل خفض الفقر، علينا تحرير الوصول إلى المعلومات وتحسين نوعيتها»، تتطلب مجموعة عمليات، منها: جمع المعلومات الكافية والموثوقة عن الفقر. ويقتضي هذا التجميع أن يكون هناك مصدرا موثوقا يمكن بلوغه، أي شفافية المعلومات، أو حرية تداولها. وهذه الحرية لا تتوفر في ظل حكومات تمارس التعتيم المنهجي، ما يستلزم التفكير بالتعاقب السياسي، أو تداول السلطة من خلال تغيير منظم وسلمي للقيادات العليا والوسطى، قائم على الإنتخابات، وهذا ما يفسح المجال الواسع لقضايا حقوق الإنسان. وهذه الأخيرة هي، أيضاً، موضوعاً من مواضيع التنمية البشرية. وبذلك يتشابك الفقر مع حقوق الإنسان، وهما موضوعان تنمويان بامتياز.

مَثَلٌ آخر، الأمية بصفتها ظاهرة عربية سرطانية، وليس المقصود هنا أمية «ثقافية» أو «فنية» أو «سياسية»، بل أمية أبجدية. بلغ عدد الأميين العرب ٦٥ مليوناً عام ٢٠٠٢، ويُتوقع أن يشكلوا ٤٠ في المائة من إجمالي العرب عام ٢٠١٥ (تقرير التنمية البشرية عام ٢٠٠٢، ص ٣). ومما لا ريب فيه أن موضوع الأمية يشير إلى إحدى مظاهر «الفشل التنموي العربي».

يؤدي البحث عن أسباب هذا الإخفاق، إلى الوقوف على حالة التشابه بين الأمية والفقر، فكلاهما يعودان إلى أسباب شديدة الترابط والتنوع: أسباب هيكلية، طارئة، ذهنية، وبنيوية. وبما أنّ الأمية تشكل إحدى مواضيع التنمية، فهي تحتاج أيضاً إلى مقاربة دقيقة، وإلى العناية نفسها التي تؤخذ بها القضايا المركّبة، وبالتالي عدم فصلها

عن بقية التحديات، لا في الرؤية، ولا في طبيعة العمل لمواجهتها، ولا في الآليات.

يفرض العصر نفسه على الإعلام العربي: طغيان الصورة على الحرف (على الأبجدية)، التدفق المعلوماتي، سرعة وتيرة المعلومة أو الحدث، أو تفاعل سرعتهما، توسع مجال التعرّض للنظر، تمدّد الشبكة الإلكترونية، واستمرار سيطرة شكل الإعلام الغربي ومضمونه، وزيادة الفجوة الزمنية بين دول المنطقة العربية وبين الغرب.

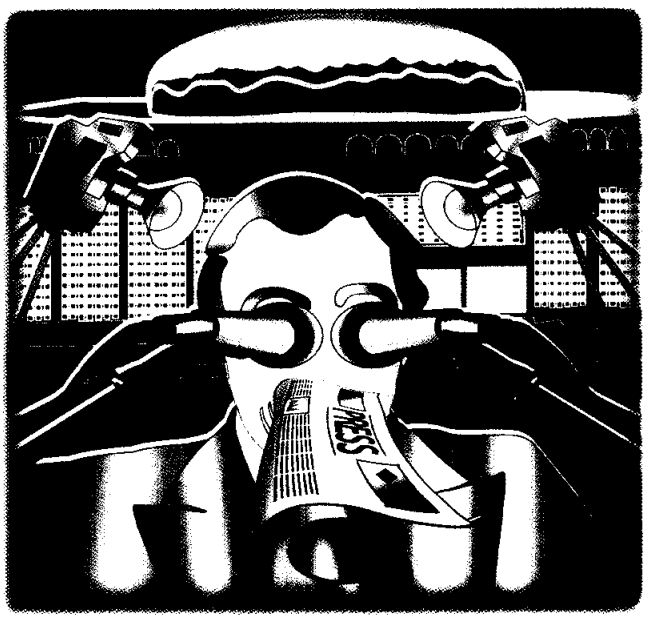
يتفاعل الإعلام العربي مع عوارض العصر، ويفرز هذا التفاعل مزيجاً من التوسع والغموض، في ما يلي أهم سماته:

- التداخل في ما بين وسائل الإعلام الأربع: أي المقروءة (الصحيفة)، والمرئية (التلفزيون)، والمسموعة (الراديو)، والإلكترونية (الكمبيوتر). فإعلاميو المقروء ينتقلون إلى المرئي، كمذيعين أو معدّي برامج. مذيعون معروفون، أو مقدمو برامج في المرئي يكتبون في المقروء. كما أنّ معلومات المرئي تصبح مصدرا للمقروء؛ والعكس بالعكس. ويوجد برامج مرئية متخصصة في مراجعة صفحات المقروء، كما توجد في المقروء صفحات مخصّصة للإعلام المرئي والمسموع، وأحيانا للإعلام الإلكتروني. فالأخير يستقطب اهتمام الجميع ببطء، وحالياً تتوفر مواقع للإعلام المقروء على الشبكة، ومواقع إخبارية أو تحليلية بحتة، ومواقع لقنوات وإذاعات. ويؤدي رصد الحركة إلى القول أن الإعلام المقروء والمسموع، يتجهان بسرعة نحو المرئي، وببطء نحو الإلكتروني. يمكن بسهولة تلمّس هذين التوجهين، دون أن يعني ذلك إمكانية أو سهولة التعرف إلى حجمهما مقارنةً ببعضهما. وهذا التداخل يولد حالة اعلامية مشتركة ومتشابكة.

- إن النتيجة المنطقية للتسارع والتداخل هي التنافس بين الوسائل الأربع، وفي قلب كل وسيلة بعينها. وبما أن التنافس صفة حميدة من صفات الفعالية والنجاح، من حيث المبدأ، فمن المفيد التساؤل حول قيمة «المنتج الإعلامي» الذي ينتجه الإعلام العربي المعاصر.

يعاني الإعلام العربي من معوقات عديدة تؤثر على تطوره وفعاليته ودوره، منها:

- غياب التشريعات المنظّمة لوجود وسائل الإعلام الأربع، والمنظمة للعلاقة في ما بينها. مثل: السرقات العديدة التي يقوم بها الإعلام المقروء للمعلومات التي يجمعها فرع من فروع الإعلام الإلكتروني، المدوّنون («خطوات على الطريق». ص ٧١). وإن وجد بعض من هذه القوانين، فهو خاضع لموازين القوى على الأرض، مثل قانون الإعلام المرئي والمسموع في لبنان، والذي يلخص بأنه «مزيج من الإرادتين»: إرادة «منح الحرية للإعلام المرئي والمسموع»، يقابلها «إرادة الإمعان في ضبط هذه الحرية وتطويقها» (نحو دولة المواطن CDR & UDP ص ١١). كما تتفاوت الوسائل نفسها في طبيعة نشأتها القانونية.



فالمرئي والمسموع نشأ في غياب القانون، أو نقصانه أو غموضه، باستثناء قانون البث الفضائي الذي اقترحه وزراء الإعلام العرب في شباط ٢٠٠٨ (راجع الإطار رقم ١)، والذي لم يخرج حتى الآن من إطار الجدل حول أحقيته. فيما المقروء، وهو الأقدم عهداً (منذ أواسط القرن التاسع عشر)، لديه ترسانة من القوانين الواضحة والملتبسة، وتراكم نضالي مدني وديمقراطي من الإضافات والتعديلات ومواجهة التحايلات القانونية.

- عدم وضوح مصدر المعلومة: ليس هناك ما ينظّم العلاقة بوضوح بين مصدر المعلومة وصاحب الحق بها، أي الإعلامي. والمصدر هو إما الحكومة، أو سلطة الأمر الواقع على الأرض، أو حتى منظمات المجتمع المدني. وتشدّد الغالبية العظمى من اللقاءات الإعلامية على هذا العامل المعيق، وتعتبره مسؤولا عن وَهن المعلومة وضعف المعرفة الدقيقة بالوقائع والمعطيات، وهذان العيْبان هما نتيجة إمتناع المصادر عن البوح بالمعلومات المفيدة. بالمقابل، هناك ترسانة من القوانين التي تحدّد المواضيع غير القابلة للتداول، وباستثناء الأمنية منها فإن الباقي قابل للتداول بإسهاب، وبالتالي للغموض.

- غموض المعلومة الخاصة بالإعلاميين أنفسهم: أي طرق توظيفهم وارتقائهم المهني وظروفهم المعيشية، وضماناتهم الخ(participation and access of women to the media. DPI. ESCWA. UNESCO p. 18). وليس معلوماً عن أصحاب الوسائل نفسها إلا الأسماء اللامعة، ولا عن المعايير الضابطة أو المنظمة لعملها... والأمر الواضح الوحيد، أو الثابت الوحيد هو طغيان نظام النجومية.

- النقص الفادح في الدراسات والابحاث حول الإعلام: وإن وجدت مثل هذه الدراسات، يغيب التنسيق بين أطرافها ومجالاتها. والنقص في هذا المجال يطال الإعلام العربي عموما، وهو الأكثر جدارة بالتغطية من بين مستويات التعاون العربي المشترك، لأنه الوحيد الموحّد عبر اللغة. وكذلك يغيب رصد وتحليل إتجاهات الإعلام العربي، والتدفق الإعلامي عبر كافة الوسائل. والدراسات الوحيدة المتوفّرة هي دراسات قديمة تعود إلى الستينات والسبعينات، وتقتصر بطبيعة الحال على الإعلام المقروء («الإعلام والعوْلمة...» ص ١٢٠).

لقد تسبّبت هذه المعوقات الأربعة بمفارقة صارخة بين الحضور الطاغي للإعلام في الحياة اليومية وفي السياسات ومجالات اللهو الخ، وبين الغموض الذي لا يقل طغياناً حول آليات هذا الإعلام وقوانينه وأطرافه وأصحاب الدور الكبير أو الصغير فيه، الظاهر أو غير الظاهر.

يتناول الجميع الرأس المعلوماتي، رأس الهرم، العاصمة، الرئيس، النجم، أو الموضوع النجم. لا الهامش ولا الأطراف ولا الأقاليم، ولا بالتالي المواطن المسمّى «بسيط». وبحسب جميع الإستطلاعات، يظهر انكباب مُبالغ فيه على الترفيه والرياضة، ناهيك عن تبعية ملحوظة للإعلام الغربي، في الشكل والمضمون، لا يضاهيه زخراً غير صبّ اللعنات اليومية على الغرب وعلى قوانينه وحضارته وذوقه وانهياره الاخلاقي والأسري. على سبيل المثال، شكلت قضية «جريمة الشرف» في الأردن موضوعاً إعلامياً شبه مُحرَّم، لا يتناوله الإعلام ولا المجتمع المدني إلا استحياءً. ولكن ما أن تناولته محطتا التلفزيون الأميركية CNN وCBS، فضلا عن التلفزيون الكندي، حتى انطلقت شرارة الإهتمام بها، من الرأي العام والإعلام. ومنذ ذلك الحين، أصبح هذا الموضوع هو الأبرز والأكثر إثارةً للجدل وسط الإعلاميين الأردنيين.

دال – الجهات المعنية بالرقابة

باستثناء حالات نادرة، مثل لبنان، فإن معظم حكومات دول المنطقة هي التي تستحوذ على الإعلام، قانوناً ورقابة. ومؤخراً، رفعت بعض الحكومات «العصا» و»الجزرة» بوجه الإعلام، فأعطت لبعض وسائله شيئا من الحرية. وبناءً على هذا الحيّز من الحرية تمّ إنشاء إعلام مقروء ومرئي شبه مستقل، والبعض من الإعلام المسموع، بشرط عدم خوض هذا الأخير في «السياسة»، من دون أن تتخلّى الحكومات تماماً عن ممارسة الرقابة الجزئية على الإعلام المقروء والرقابة المُطلقة على المرئي والمسموع. فيما بقي الإعلام الإلكتروني بين حرية شبه

مطلقة، وحرية نسبية، وأخرى مقنّنة عبر القطع، أو ببساطة عبر السجن. ولكن الدولة ليست وحدها مَن يراقب، ويعاقب أو يكافىء، فالإعلان التجاري الذي يسيطر عليه مزيج من رجال الأعمال ورجال الحكومة، هو مَن يراقب أيضاً بعدما استأثر بمساحات كبيرة، وبعدما حوّل وسائل بعينها إلى ناطقة بإسم شركات، وخلق عادات إستهلاكية غير إعلامية... فالإعلام التجاري إذن يراقب، بفرض ما يراه مدرّاً للربح، وأيضاً بالإسكات، بمنع البوح عما قد يضرّ بعملية الربح.

وعلى سبيل المثال، ضغطت شركات الهواتف النقالة عام ٢٠٠٠ على صحيفة «الدستور» الأردنية من أجل فصل رسام الكاريكاتير (العامل لديها) بعد عرضه لرسم إعتبرته الشركات مضرّا بمصالحها («الإعلام العربي...» ١٤٥).

إن الأرقام الكبيرة المتداولة حول حصة الإعلان في أرباح الإعلام صارت من النوافل، من غير أن يكون هناك إحصاءات دقيقة لحصرها. ولكن نتائج مسح حول «العوامل التي تؤثر على حرية الإعلام اللبناني» أظهرت أن المعلنين ينالون حصة الأسد (٧٢,١ في المائة)، تليهم المجموعات السياسية (٧١,١ في المائة)، ثم الحكومات الوطنية (٦٦,٩ في المائة)، والحكومات الاجنبية (٦٠,٤ في المائة)، والمجموعات الدينية- الطائفية (٥٨,٩ في المائة)، وأخيراً الأجهزة الأمنية- العسكرية (٥٣,٣ في المائة) (في «الإعلام العربي...» ص ٢٧٧).

إن أصحاب الوسائل الإعلامية من غير الحكومات هم: (أ) مستثمرون، غالباً شركاء لرسميين، وأحزاب مدعومة من حكومات غير حكومات بلادها، أو تيارات دينية قوية. وهؤلاء هم الجهة الثالثة المعنية بالرقابة على الإعلام؛ و(ب) رجال دين ودعاة وأمراء يراقبون الإعلام ويصدرون الأحكام والنواهي والمحرمات والفتاوي، وعودة دعاوي الحسبة، خاصة على يد شخصيات باتت تشتهر بها، بحيث يؤذن لهذه الشخصيات أو الأطراف بالمزيد من الضغط على الإعلام وعلى الحرية فيه («حرية الإعلام...» ص ٣٧). وهذا أمر ما كان ممكنا أن يحصل لولا غلبة التدين المتشدّد والشكلي والسطحي على عقول المواطنين مستهلكي الوسيلة الإعلامية، وخصوصا التلفزيون. يشترك المجتمع الآن مع الحكومة ورجال الدين في الرقابة على الإعلام، ولكن ضمن علاقة معقدة غامضة وملتبسة، تعزّزها الحكومة عبر سياسة منهجية، قوامها إسترجاع شرعيتها المنقوصة، أو حماية المهدَّد من هذه الشرعية عبر المزايدة على الدين.

مع ان الاعلام هو حالياً أكثر حرية مما كان عليه في زمن قريب، والإعلاميين أقوى مما كانوا، إلا ان الاعلاميين لا يشعرون بالاستقلالية بحيث أن ١١ في المائة فقط منهم يعتبرون أنفسهم مستقلين في عملهم (New York Times، عدد ٢٥ أيار ٢٠٠٨). كما أن التعديات على حرية التمثيل والرأي والمساءلة، تزرع في وسطهم الإحباط وغياب الإلتزام الحقيقي بقضايا التنمية أو أية قضية عامة أخرى (تقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٢، ص ٢٦).

إن إنعدام الاستقلالية والأمان المهني والخبرة، وغياب معايير الارتقاء في وسائل الإعلام العربية، يجعل الإعلاميين عرضة لفساد لا يكشفونه، مع أنهم منكبون على كشف فساد الآخرين. ويمكن التماس هذا النقص من خلال التوصيات التي يطلقونها في لقاءاتهم («الإعلام العربي...» ص ١٦٣-١٦٨، ٣٢٤-٣٣٠، ٥١٠-٥١١).

هاء - توزيع وسائل الاعلام

إذن، تتوزع وسائل الإعلام على أربع: الإعلام المقروء وهو الأقدم، يعتمد الكلمة، وهو محصور في الفئات النخبوية المدينية؛ الإعلام المسموع، ويعتمد الرسالة الصوتية (اللفظ)، ومعروف تقليدياً أنه موجَّه لأهل الريف والفقراء والأميين؛ والإعلام المرئي، ويعتمد الصورة والصوت، وهو للجميع؛ أما الإعلام الإلكتروني فهو الأكثر حداثة، ويضم الكلمة والصوت والصورة.

١ - الإعلام المقروء

إنه الإعلام الأقدم، إذ تعود نشأة أول صحيفة عربية إلى عهد الأمبرطورية العثمانية، عام ١٨٢٨. وكما أشير آنفاً، فهو الإعلام التاريخي، التقليدي، وصاحب النصيب الأوفر من التشريعات والدراسات، من بين وسائل الإعلام المتبقية. وبسبب هذه السمات، فإن الإعلام المقروء هو المجال الأعمق تناولاً للمواضيع، والأكثر قدرة على التجريد، أو هذا ما يُفترض عليه أن يكون حتى الآن.

يضاف إلى ذلك ما يتمتع به الإعلام المقروء من قدرة تفاعلية، هي أيضاً من أقدم أنماط التفاعلات. فالرسالة المكتوبة يرسلها صاحب حاجة مادية قصوى، فيحصل على المساعدة العينية أو على فسحة ضمن زاوية «مشاكل القلوب» التي كانت تخصصها بعض صفحات الجرائد، والتي تأتي الردود عليها من

قبل «متخصص» أو غير متخصص في الجريدة عينها. ناهيك عن «بريد القراء»، حيث يعبّر فيه صاحب الرسالة عن رأيه في شأنٍ من شؤون السياسة أو الإجتماع أو الإقتصاد أو الأخلاق.

وبالرغم من ترسانة القوانين التي حكمت نشاطه منذ نشأته، وبعضها قوانين عثمانية، فإن الوجه الآخر المتميز للإعلام المقروء هو أنه الوسيلة الإعلامية الأقل تعرّضاً للإسكات والرقابة المشدّدة (باستثناءات قليلة، منها لبنان الرازح بدوره تحت رقابة المجموعات والزعامات الطائفية). وهو الإعلام «الأقل تعرضاً» للرقابة نظراً إلى نسبية حرية المقروء، إذا ما قيست بأوضاعها السابقة حيث كانت رازحة تحت رقابة الحكومات وقمعها، وإذا ما قيست أيضاً بالحرية التي يتمتع بها الإعلام المسموع والمرئي والإلكتروني.

وقد يعود أمر «التعرض الأقل» إلى كون الإعلام المقروء ليس جماهيريا، ولم يعد كما كان مصدراً وحيداً للأخبار. لقد أصبحت الأخبار حكراً على المرئي، فيما تضاءل الإهتمام بالأخبار نفسها لحساب الترفيه والغناء والرياضة.

تحديات الإعلام المقروء

تتفاوت هذه التحديات التي تواجه الإعلام المقروء من حيث حجمها ومدى تأثيرها، وأبرز هذه التحديات هي:

- **الإستقطاب السياسي:** وهو إستقطاب حاد بين صحف «ممانعة»، إسلامية قومية وبعض اليسارية، وأخرى «مدنية أو موالية للدولة»، مع تداخل وتشابك بين القطبين وتعقّد علاقتهما، بطبيعة الحال. وهذا الإستقطاب الحاد فيه أموال ومصالح ودول، ويصعب وسط مناخه الحاد، ممارسة الوظيفة الإعلامية المفترضة، أي الإعلام القائم على المعلومة وتحليلها والتحقيق في جوانبها. ويصبح الإعلام حشد وتعبئة وتحميس على وقائع، إما مُضخَّمة، أو كاذبة، أو مجتزأة. فإنحيازات الإعلاميين الحادة هي عدوة الموضوعية، ولاغية لكل أدوار الإعلام المتبقية، ووظائفها. ولبنان ليس وحده خائضاً في دهاليز الإنقسامات والتحيّزات وعيوبها المهنية التي لا تُحصى، بل الصحافة العربية المقروءة بمعظمها.

- **الإثارة:** إن التحيّزات الحادة والإستقطابات الصاخبة لها منافذ عديدة على الإثارة السياسية، لكنها ليست لوحدها، بل هناك الإثارة الدينية والإثارة الجنسية والرياضية، وغيرها. يمكن تقديم كل المواضيع المواضيع بحيث تغري القارىء، تبكيه، تضحكه، وتسليه، فتحثه على شراء الصحيفة، وتزيد الإعلانات. بعد انتشار الصحافة المموّلة من الحكومة، بات هناك صحافة خاصة تعتمد الإعلانات، ويؤدي تدخل الحكومة إلى تسهيل الإعلان للموالي، ومنعه عن المعارض. إن الصحافة المسماة «مستقلة» أو»خاصة»، والمتحررة نسبياً من الحكومة، أخذَت من الإعلام المقروء الغربي الأكثر إثارة وهو «التابلويد» أي الصحافة الصفراء (أو صحافة الإثارة). وقد كان الغرب سباقاً لهذا النوع من الصحافة قبل أن تحرر الحكومات العربية وتعطي التراخيص، فتتحرر الصحافة الجديدة من رقابتها، لتقع في فخ الإثارة ورقابتها، وبالتالي رقابة الإعلان.

- **إتجاه المقروء إلى الانقراض:** وهو التحدّي الأهم، خاصة حيال التوقع بأن العام ٢٠٤٠ سوف يشهد نهاية الإعلام المقروء كما يفيد (روبرت مردوخ)، كبير مالكي وسائل الإعلام الأميركية والأسترالية، وكذلك (فيليب مايير)، الصحافي مؤلف كتاب «الصحافة المتلاشية والحفاظ على الصحافة في عصر العولمة».

إذن، لقد أصبحت الصورة في عالم اليوم أكثر أهمية من الحرف والصوت، فهي التي تجتاح مجال المعارف، وهي التي تحدّد التصورات وفهم الوجود. إنّ حجم هذا التحدي كبير على الإنسانية، فيقتضي منها التخلي عن قدراتها التجريدية، عن أعماق مقارباتها، عن أبعاد تأملاتها، وعن الصياغة الأدق لأفكارها أو تطلعاتها أو مشاريعها.

لكن حجم هذا التحدي مضاعَف عند العرب، فالعرب أهل كلمة وحرف وقراءة، وهم يدينون للقرآن الكريم بأنه حفظ حرفهم وأبجديتهم. وإذا هجروا الحرف، فهم معرّضون للتخلي عن هويتهم اللسانية والمفهومية. ناهيك عن إفتقار العرب إلى تقاليد الصورة، وإلى كل تقاليد التشخيص لأنها تقاليد مرتبطة عند أوائلهم بالوثنية، وقد حرّمها فقهاؤهم. لذا، وخلافاً لما حصل في مرحلة النهضة الأوروبية، لم تخرج الصورة من دائرة التحريم إلا تمردا على الدين، وليس بالتفاعل بين الدين والفن التصويري ولا بالتناغم معه. إن ضعف تقاليد الصورة

عند العرب يجعلهم فريسة سهلة للصورة القادمة من مركز هيمنة الصورة، أي جهاز التعبير، أي الغرب. وما يحصل اليوم ما هو إلا البداية. إن اعتماد الدعاة ورجال الدين سُبل الغرب الإعلامية، في حين هم الأكثر كرهاً لحضارته وقيمه، هو موضع للتساؤل حول اثر هذه السبل على تفسيرهم للدين، وعلى طرق نشر الدين، وعلى مضمون التديّن الذي يدعون إليه.

بالإضافة إلى لائحة التحديات الثلاثة، هناك عرضية أوضاع إعلاميي المقروء وقلة استقرار أوضاعهم المعيشية والتواضع المتزايد لكفاتهم، فضلاً عن لهثهم خلف تكنولوجيا متسارعة ومتعاظمة... يمكن تلخيص الحال، بأن الإعلام المقروء يحمل صفات الموضوع التنموي، من حيث حاجته هو أيضاً إلى المعالجة، ليس معالجة متخصّصة فحسب (مثل التدريب المهني والتكنولوجي والتقني) رغم أنها معالجة في كافة الأحوال، ولكن أيضاً معالجة التشابك بين حاجتهم المعيشية والمهنية والإنسانية وبين قضايا التنمية الإنسانية وخاصة تطوير الموارد البشرية ومكافحة الفقر والإلتزام بحقوق الإنسان.

٢ – الإعلام المسموع

الإعلام المسموع هو الثاني بعد المقروء من حيث النشأة. بعد تجارب أولية محدودة لعلماء فيزياء أوروبيين وأميركيين، ظهر رسميا واعتمد عام ١٩٠٧. وقد برزت السنوات الذهبية للإعلام المسموع بين الحربين العالميتين الأولى والثانية. وفي الأخيرة منهما، استُخدِم بكثافةٍ كوسيلة تعبئة وتحريض سياسية وعسكرية بين الأطراف المتحاربة. وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية وبداية حرب أخرى هي الحرب الباردة، رسى الإعلام المسموع على قطبَين عالميين عظيمين هما أميركا والإتحاد السوفياتي. وكانت إذاعة الأولى كانت إذاعة أميركا الحرة، موجهة لمستمعين في أوروبا الشرقية وفي بلدان حليفة للإتحاد السوفياتي. أما إذاعة الثاني، إذاعة موسكو، فكانت المضادة لأميركا ولسياستها وحلفائها.

تاريخيا أيضاً، كان للمسموع دور حيوي في معركة الاستقلالات الوطنية. وكانت مصر الناصرية في أوْجها، رائدة العالم العربي وقاعدته، وكان الإعلام المسموع وسيلتها الجماهيرية التعبوية الموجّهة لبقية الاقطار العربية المتحمّسة لها، حكومات كانت أم جماهير. فضلاً عن ذلك، وفي نفس الحقبة، أدى الإعلام المسموع دوراً تنموياً «محلياً»، خصوصا في الريف، حيث تركزت المواضيع آنذاك على محو الأمية وتعليم الفتيات وتنمية القدرات الزراعية الخ.

خدمت الإذاعة أيضاً الفلسطينيين في ترحالهم، بعدما طردتهم إسرائيل من أرضهم وتبعثروا في أنحاء الدنيا، فكانت الإذاعة تقرّب بين المتفرقين قسراً عن أهلهم وجيرانهم. لكن التطور الإضافي الذي دخل على الإعلام المسموع، كالعمل بالبطارية وباللاسلكي، وسّع جمهور المسموع، وأدخل أنماطاً جديدة من المتنقلين هم الهاربين من مخاطر الحروب الأهلية والوطنية، ثم العالقين في زحمة السير. فالجماعة الأولى هي الخارجة من بيتها بأخف ما

تستطيع حمله بحثاً عن ملجأ أو مكان آمن. وأول ما تحمله هذه الجماعة هو راديو الترانزستور لتعرف مكامن الخطر وأماكن الأمان. أما الجماعة الثانية، فهم الضحايا المتزايدين عدداً لأشكال الزحمة غير المسبوقة التي تشهدها غالبية العواصم العربية ومدنها الرئيسية. وفي الحالتين، فإن الإذاعة هي التي يلجأ إليها المرء لتجنب الأخطار أو الضجر أو الحنق.

إن التفاعلية في الإذاعة قديمة وسابقة للتفاعلية بمفهومها الإلكتروني. ومن بين أنماط الإذاعات المختلفة، الوطنية أو المحلية، فإن الأخيرة هي الأكثر قابلية للتفاعلية، لسبب بديهي هو القرب الجغرافي. تختلف وسائل وأساليب التفاعلية الإذاعية، فهناك الإتصال المباشر بين العاملين فيها والجمهور، من خلال إعطاء الماكروفون لأفراد من الجمهور المحلي خارج غرف الأستديو لكي يشاركوا في البرنامج. وقد تقلص هذا النوع من التفاعل بسبب سرعة ثورة الإتصالات. أما التفاعل غير المباشر، فيتم عن طريق حضور فرد من الجمهور إلى استديو الإذاعة لمناقشة قضية أو إبداء رأي أو تقديم شكوى الخ (التفاعلية الإذاعية... ص ٢٥).

تتفاوت القيود على الإذاعة من بلد لآخر، وأحد أشكالها هو السماح لإذاعات جديدة بالنشأة، على أن تكون غير سياسية (لا تتناول قضايا سياسية)، وهي بالغالب ترفيهية، إرشادية، وفنية، خصوصاً إذاعات (إف إم FM) الجديدة (الإعلام في الدول ... ص ٤٥٦ -٤٥٨).

أدّى إنشاء التلفزيون وتمديد ساعات بثه إلى إزاحة الإعلام المسموع تدريجياً عن المجموعات التي يستهدفها، فصار مقتصراً على مجموعات أخرى، علامتها المشتركة الوحيدة هي كل مَن لا يستطيع أن يكون في بيته أو مقرّ عمله أو مكان لهوه، ولأسباب مختلفة عن بعضها، من بينهم الفلاحين أثناء عملهم في الأرض، ربات المنزل أثناء إنكبابهنَّ على الواجبات المنزلية والتربوية، والأميين، إلخ.

كما أن عصر الإنترنت فرض نفسه على الإذاعة بسرعة، فتبعثر جمهورها مرة أخرى ليصبح ضمن نخبة مستخدمي التكنولوجيا الرقمية واللغة الانكليزية. فمحطات الانترنت الاذاعية لا تحتاج إلى وجود أرضي، وهي بالتالي غير مقيّدة بقانون ولا بجغرافيا، كما هو حال الإذاعة التقليدية. والميزة الإضافية للإذاعة الإلكترونية هي أنها قادرة على الجمع بين المقروء، أي النص، وبين المرئي، أي الصورة، فضلا طبعاً عن إمكانياتها التفاعلية الأقوى من بين الوسائل الأخرى.

٣ – الإعلام المرئي

يأتي التلفزيون في الترتيب التاريخي الثالث للإعلام، وقد ظهر في الخمسينات من القرن الماضي، وكان «محلياً، أرضياً، ومسجلاً». كانت الإذاعة وحدها حينذاك مباشرة (حية)، تقوي بثها حسب مقتضياتها التسويقية، وغالباً ما كانت هذه المقتضيات سياسية. وفي ذلك الحين، نافس التلفزيون الإذاعة والجريدة منافسة محدودة، وكان على مسافة من الإثنتين.

ومنذ العام ١٩٩٥، أي منذ بروز (قناة «الجزيرة») بعد إطلاق أول فضائية عربية أي الـــ MBC تغيرت المعطيات والمنافسات. وأصبحت الفضائية العابرة للحدود، والمتسلحة بالتغطية الحيّة، والنجم الإعلامي الأول، وصانع النجوم، وصاحب المرجعية والمعايير في كل الشؤون تقريباً، من الترفيهية إلى السياسية. وبالتالي، جمح العرب في حبهم للتلفزيون، بحيث باتت تشاهده الغالبية خلال أوقات «الفراغ» في معظم الوقت، حتى توسّع مفهوم «وقت الفراغ» من خلال البث المستمر.

ومثال عن جدول مشاهدة الفضائيات لدى المواطن العربي، وفق استطلاع حول الوسائل الإعلامية المعتمدة للحصول على المعلومات، فإن الفضائيات العربية تحصل على ٦١ في المائة من المشاهدة، أما حصة القنوات الأرضية فتبلغ ١٢,٧ في المائة، وتبلغ حصة الصحف والمجلات ٧,٥ في المائة، وتبلغ حصة الإذاعات ٦ في المائة، وحصة الإنترنت ٥,٢ في المائة، («دور الفضائيات العربية...» ص ٥٦).

ويلاحظ تجليات غير مباشرة لهذه الظاهرة، في شتى مناحي الحياة الثقافية وغير الثقافية، فمن أبرزها نتائج إستفتاء قراء المجلة الأميركية «فورين بوليسي» بشأن «أهم مئة مثقف»،

بحسب البلدان. وقد حاز على لقب «أهم مثقفين في العالم العربي» كل من الشيخ يوسف القرضاوي، والداعي التلفزيوني عمرو خالد. وذلك بالإضافة إلى «ساري نسيبة»، السياسي والفيلسوف وصاحب مبادرات سلام.(١)

كان التلفزيون حكومياً قبل الفضائيات، فإنعدام جاذبيته ورتابة الرقابة الواقعة عليه، وتركيزه على إنجازات الحكومة، كل هذه الخصائص للتلفزيون الحكومي جعلته ضعيفا مع ظهور الفضائيات. فبعد السماح بنشأة العديد من القنوات الخاصة، استنسخت الفضائيات العربية برامج التلفزيونات الغربية و»جرأتها» المنقولة ذات الألوان والديكورات الجذابة والخاطفة للنظر. وأتت من بعدها القنوات المتخصصة في مجالات محددة، مثل الدين أو الرياضة أو المرأة أو الغناء أو الأخبار الخ، لتشكل طفرة كبيرة ومستمرة للفضائيات العربية. إن الأرقام الرسمية بهذا الخصوص لا تستطيع أن تتابع سرعة الطفرة، ولكن هناك أرقام تقريبية تشير إلى وجود ٢٥٠ هيئة فضائية (الهيئة تؤسس للقناة)، ٢٤ من هذه الهيئات ذات صفة «حكومية» والباقي أي ٢٢٦ هي هيئات «خاصة». أما الرقم الذي بلغته القنوات حتى الآن، فهو تقريبا ٥٠٠ قناة (دور الفضائيات العربية... ص ٥٥ و٨٣).

لقد تسبّب التزايد في عدد القنوات بحالة تنافسية حادة في ما بينها، فالقنوات المتخصصة نصفها «ترفيهي» ٥٤ في المائة، أما القنوات «العامة» فلها من «الترفيهي» النصيب الأوفر من برامج الفضائيات العامة غير المتخصصة («القنوات التلفزيونية...» ص ٢٧).

ومن نتائج السمة الترفيهية الصارخة للتلفزيونات العربية هو «لبْننة» الفضائيات العربية، إذ أعطي للمذيعات اللبنانيات «الجريئات» بمظهرهن ومحكاهن دوراً بارزاً فيها، ما جعل أحد النقاد يقول: «إن هذه الفضائيات حوّلت لبنان من دولة إلى كازينو» (صحيفة الشرق الأوسط. ٢١-٥-٢٠٠١).

---

(١) إن استطلاع المجلة قد لا يكون شاملاً ولا دقيقاً بصورة متناهية، لكنه يتقاطع مع «حال الأمة» الثقافي ويلتقط بالتالي أهم مؤشراتها...الغرب هو الذي اخترع التلفزيون، وأميركا هي التي اخترعت وظيفة أو دور «الواعظ الإنجيلي التلفزيوني» (televangelist)؛ يُلاحظ أن المجلة لم تجد تعريفاً لدور عمرو خالد غير هذه التسمية التي تتعارض كلياً مع الهوية الإسلامية لرسالته. وهي تسمية من اختراع الغرب نفسه. لكن لا التلفزيون ولا الوعّاظ الدينيين هم الذين يشكّلون تصورات أهل الغرب، بل المحللون والروائيون والمؤرخون الخ، أي أناس لا تعرفهم إلا إذا قرأت عنهم. العرب أخذوا افضل الاختراعات الغربية، وحولوها إلى أداة لصناعة العقول ... عقول تتعرف إلى إنتاجها الثقافي عبر مشاهدتها للذين يخطبون ويعظون.

ورغم أن قناة «الجزيرة» هي حكومية التوجه والتمويل، غير أنها كان جريئاً وتحدياً كبيراً لبقية القنوات الحكومية. كشفت هذه القناة عن المستور، فنافست القنوات الأخرى، وكان غالبها حكومي وقتذاك. والأهم أن قنوات خاصة أنشئت فيما بعد، وبدأت تنافس «الجزيرة» وتكسر احتكارها للخبر الممنوع أو المثير، وقد أدّى هذا التنافس إلى حالة إيجابية لجهة معالجة الأخبار. أبرز مظاهر هذه الحالة الإيجابية: الخبر الحيّ، سرعة نقل الخبر، تعددية إعلامية، كسر احتكار القنوات العالمية، ومواكبة التطور التكنولوجي (المعالجة الخبرية... ص ٢٥-٢٦).

غير أن سلبيات الفضائيات وعيوبها تضاهي إيجابياتها. وهذه السلبيات هي: القدرة على تسطيح الآراء وتزييف الوقائع، الإثارة والمغالاة في خلق حاجات استهلاكية جديدة الخ. وهي فوق ذلك مفروزة بحسب خط سياسي إيديولوجي، تميل إلى التركيز على الخبر الذي «يخدم» الخط السياسي أو الإيديولوجي، تعطي رأياً أكثر مما تزود بمعلومة أو خبر. وإذا لم يتدخل «الخط» في الأخبار، تدخلت الآنية والأهمية والقرب الجغرافي والعاطفي والنزاع والشهرة والغرابة («المعالجة الخبرية...» ص١٢-١٣). وكل هذه المعايير مثيرة، وقابلة للتفجير، ولكن الإعلان يعززها ويشجع على المزيد منها كما في وسائل إعلامية أخرى.

أصبح التلفزيون مجال الإستثمار الأهم من بين وسائل الإعلام الأخرى. والذين يستثمرون في التلفزيون هم فئتان: فئة أصحاب المشاريع السياسية الذين يتمتعون عادة بدعم من دولتهم الوطنية أو دولة أخرى غير دولتهم، واستثمار هذه الفئة هو استثمار سياسي، ولا حاجة للإعلانات فيها؛ أما الفئة الأخرى فتتضمن أفراد أثرياء لهم منظور ثقافي محدّد، أو يمثلون مؤسسات ضخمة («المعالجة الخبرية...» ص ١٧).

تستأثر أربع دول بنصيب كبير من المحطات المرئية المتخصصة: السعودية لها ٢٦ محطة، ومصر لها ٢٢ محطة، والإمارات ١٢ محطة، ولبنان ٨ محطات (القنوات المتخصصة... ص ٢٨). ناهيك عن مؤسسات فضائية، هي الأقوى، لها عدة قنوات «عامة» ومتخصصة، مشفرة وغير مشفرة، يملكها أثرياء كبار.

لذلك، فإن نوعية الضغوط المُمارسة على التلفزيون متعددة ومتنوعة المصدر، منها ضغوط إعلانية، مالية إقتصادية، وضغوط حكومية، حزبية أو سياسية («المعالجة الخبرية...» ص ٢٠).

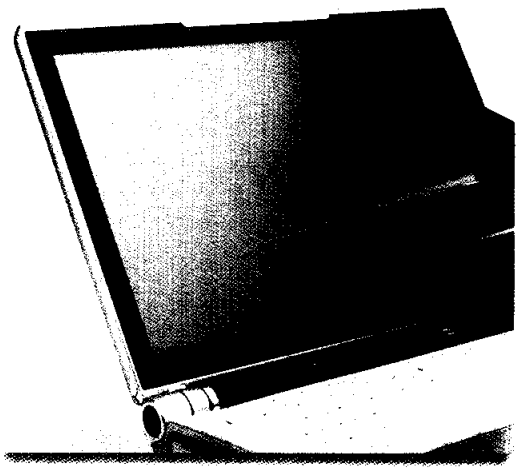
تتفاعل الفضائيات أيضاً مع الجمهور عبر «المنابر المفتوحة» للإتصال الهاتفي حول قضية معينة، غالباً ما تكون قضية سياسية، أو حول «مشاكل القلب»، أو طرح أسئلة على نجوم ضيوف، أو بصيغة سؤال عن فتوى، أو في صيغة رسائل SMS على شريط في أدنى شاشة التلفزيونات الشبابية، أو حتى للمشاركة في استفتاء أو تصويت على أمر من الأمور (رأي، مسابقة، أفضل النجوم الخ). إن مجال التفاعل في هذا الصدد هو مجال واسع، ويتم إختيار إحدى فعالياته بالنظر إلى توجهات القناة السياسية أو الإيديولوجية.

٤ – الإعلام الإلكتروني

الإعلام الإلكتروني هو الأحدث مقارنةً بالوسائل الإعلامية الثلاث الأولى، وقد انطلق في التسعينات من القرن الماضي، وبات منذ ذاك التاريخ يتغذى بالمواقع والمدوّنات (Bloggs). والجميع موجود على الشبكة الإلكترونية: المجتمع المدني، الإعلام، الحكومات. ففي الإنترنت مواقع للصحف الورقية والمجلات الأسبوعية والشهرية والدورية، وفيه مواقع للتلفزيون والإذاعة، وكذلك مواقع إخبارية إلكترونية صرفة. كما يوجد على الشبكة معظم (ومع الوقت، غالبية) الجمعيات والمنظمات المدنية وكذلك الأحزاب الحاكمة وأحيانا المعارضة (الدينية والمدنية، والجهادية والسلفية) فضلا عن المؤسسات الحكومية والخاصة. كما تتوفر مواقع لكافة الإهتمامات: الإباحية، العائلية، الخدمات بمختلف أشكالها وأنواعها. وعلى سبيل المثال، تفيد نسبة ٩١ في المائة من طلاب جامعة النجاح الفلسطينية أن شبكة الإنترنت ساهمت برفع درجة وعيهم السياسي، والأهم أن نسبة ٩٦ في المائة منهم يرون انها ساهمت في بنائهم المعرفي (الصحافة الإلكترونية... ص ٢-٤).

إن الميزة الإستثنائية للإنترنت هي أنه يجمع بين النص والصورة والصوت، أي الوسائل الإعلامية كافة. وهو متحرر من قيود المساحة لأن روابطه يمكن أن تتضاعف إلى ما لا نهاية. وهذا ما يجعله أيضاً مجالاً سهلا لحفظ المعلومات، كما أنه مجال لممارسة الحرية بعيداً عن الرقابة.

مع ذلك، تشوب الشبكة العربية قيودٌ، حكومية خصوصا، تقلص الإستفادة من تلك الحرية.



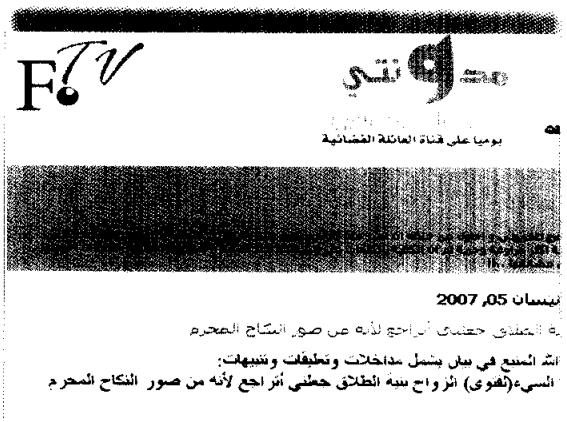
تزدهر مقاهي الإنترنت بدورها في المدن والعواصم العربية، إلا أن الرقابة عليها هي من أطرف أشكال الرقابة الحكومية على الإعلام. فقد أصدرت الحكومة الأردنية تعليمات بأن لا تقبل مقاهي الإنترنت الرواد من تحت ١٦ سنة، وأن تبعد هذه المقاهي أكثر من ٥٠٠ متر من أقرب كنيسة أو مسجد، (تماما كما هو حال المطاعم أو المقاهي والنوادي الليلية التي تنال رخصة لبيع الخمرة) («الإعلام العربي...» ص ١٤١).

لكن الإعلام الإلكتروني مرهون هو أيضاً بتطور حالة التنمية، فاستخدامه يقتصر حاليا على فئة معينة من السكان، هم الأكثر شباباً، والأيسر اقتصادا. فإذا كان الشباب يشكلون الغالبية العظمى من السكان العرب، أي الطاقات الحية والحرة، فإنهم يواجهون مشكلات ذات تأثير بالغ على معيشتهم ومهاراتهم، بحيث يُحرمون من الإستفادة من التطور الإلكتروني إذا كانوا فقراء أو عاطلين عن العمل. أضف إلى ذلك ضعف البنية التحتية في العديد من الدول العربية، وارتفاع التكلفة المعنية بالأجهزة وخطوط الإتصال (خطوات... ص ١٠٣). لذلك، فإن عدد مستخدمي الإنترنت من بين العرب لا يتجاوز ٣١ مليوناً، يتوزعون بصورة غير متساوية بين دول عربية فقيرة وأخرى غنية، خليجية في غالبيتها. فشباب الدول العربية يلجأون بكثافة إلى الإنترنت، وباتوا متفاعلين مع عالمه ولغته، وهم يشكلون النسبة الأكبر.

ومن المفيد في هذا السياق طرح موضوع «المدونين»، والمدون هو شخص يحسن استخدام الكمبيوتر، وله على الشبكة «صفحة» إسمها «مدونة» يكتب فيها ما يحلو له. وتظهر هذه الصفحة على الشبكة كلها، ويستطيع المدوّن أن يغير إسمه إن أراد، فيكون بذلك في مأمن من المساءلة. إذن، المدوّن هو شخص مستقل قائم بذاته، غير تابع لمؤسسة أو شركة أو حزب، وهو على غرار الإنترنت، يستطيع أن يشارك في الصوت والصورة والنص. إنه إعلام غير رسمي، غير مؤسسي، يتزايد أعداد المنضوين تحته باطراد، وقدراته الفاعلة بديهية. وقد ظهر مع الوقت مدوّنون من كافة الإهتمامات والتيارات: مثليين، أخوان مسلمين، يساريين، بهائيين، شعراء، سلفيين الخ.

أما المدونون الشباب العرب الذين يهتمون بالشأن العام وبقضاياه، فهم نوع من أنواع «الصحافيين الأحرار المستقلين». فالمدوّن من هذا القبيل هو مواطن صحافي، يغطي ما لا يستطيع الإعلام المقروء أو المرئي أن يغطيه، أو ما لا يعتبره مهماً كموضوع جدير بالتغطية الإعلامية.

وابتداء من العام ٢٠٠٥، بدأ المدونون العرب يتناولون القضايا المُغفَل عنها، أو القضايا المتداولة شفاهياً، لا إعلامياً، ومن وجهة نظرهم الخاصة، كشهادة على ما يرون ويسمعون. لقد غطوا بالمعلومات المجمّعة من الميدان، قضايا حساسة أو مهملة أو محرمة إجتماعياً، مثل الطائفية السياسية وحرمان الأقليات الدينية غير الكتابية من حقوقها المدنية، وذيول حصار غزة الخ. وكانوا أول من غطّى التحرش الجنسي الجماعي في وسط مدينة القاهرة، كما كانوا أول مَن تناول بالصوت والصورة (عبر أجهزة الخليوي) المعاملة السيئة التي يعاني منها المواطنون المصريون في أقسام الشرطة. وقد تسربت معلوماتهم الحية إلى الصحافة المقروءة والمرئية اللتين أصبحتا تعتمدهم كمرجع من مراجعها. وقد أدّت نتائج نشر هذه المعلومات إلى نقاشات واحتجاجات ومحاكمات لضباط شرطة وأنفار من العسكر، بعدما صوّر المدوّنون على «كليباتهم» إساءة معاملة المحتجزين وتعذيبهم، وقد اشتهرت هذه الكليبات بـــ«كليبات التعذيب».



يتوزع المدوّنون العرب إجمالاً بين البحرين ولبنان وليبيا والكويت. ولكن المدوّنين المصريين هم أكثرهم تدخلاً في أنشطة بلادهم العامة، وأكثرهم تأثيراً على الإعلام المقروء والمرئي فيها، وقد أصبح لهم تاريخ في هذا النشاط الحديث يقوم الباحثون بالنظر فيه، لكن أنشطتهم هي أيضاً الأكثر تعرّضاً للضغوط والملاحقات غير القانونية، وكان السجن نصيب البعض منهم (حرية... ص ١٦٧).

يقسّم الباحثون التاريخ الجديد للمدونين المصريين إلى ثلاث حقبات: الأولى، ويسمونها «المرحلة الإختبارية»، عندما اكتشف حوالي إثني عشر شاباً مصرياً مجالاً مختلفاً يمكن أن ينشروا فيه ما لا ينشره الإعلام الآخر، وهؤلاء هم «نخبة المدونين» الذين صار لهم لاحقاً شأن وتأثير على الإعلام وعلى بقية المدوّنين. المرحلة الثانية، «النضالية» وهي المرحلة التي أصبح فيها المدوّنون «مناضلين»، من أجل حقوق الإنسان خصوصاً، وباتوا في هذه المرحلة معرَّضين للنظر والرقابة الحكوميّتين، خاصة بعد مشاركتهم في حركة «كفاية» الإحتجاجية وتغطيتهم لفاعليتها وأنشطتها. وحصل أيضاً أن دخل شباب الإخوان المسلمين على التدوين الإلكتروني، محتجين على جمود قياداتهم. أما المرحلة الأخيرة، فتبدأ في نهاية العام ٢٠٠٦، وإسمها مرحلة التنوّع والتذرّر: وفيها مئات من الشباب المصريين الذين يمارسون التدوين بعدما اكتشفوا أن هذا النشاط يفرغ من طاقاتهم السياسية المتفجرة (Core to Common place...p1).

وحالياً، يتزايد اهتمام الغرب بالمدوّنين العرب، وتدعوهم مؤسسات الغرب الإعلامية والأكاديمية إلى ندوات ودورات وورشات عمل، وتخصّص لهم الجوائز الخ. لكن المدونين

لا ينظرون إلى هذا التشجيع بعين الرضا، بل يرتابون خصوصا من الجهات التي تمنح الجوائز (خطوات... ص ٢٢).

أما عيوب التدوين فهي مستمدة من عيوب الإنترنت عينها. فسواء كانت «المدوّنة» مصدرا للخبر أو المعلومة، فهما مرتبطتان برأي صاحبها، مما يجعل الخبر (أو المعلومة) والرأي في المقام عينه. بالإضافة إلى أن معظم شخصيات المدونين مجهولة، مما يطرح الثقة بالخبر المجهول المصدر. هذا وإن تعرّض المدوّن لتأثيرات معينة، لا يخدم القضايا الإيجابية، واستخدام لغة الشتائم ومصادرة رأي المدونين الآخرين، يُنقص من احترام المدوّنين. وأحد الأمثلة على هذه العيوب، مدوّنة «فيلكا إس» (www.filkais) وهي مدونة تقدّم نفسها كموقع إسرائيلي، وقد صالت وجالت في كرامة كتّاب وصحافيين ومثقفين لبنانيين من اتجاه سياسي معين، فكان لها النصيب الأوفر من التعليق والرد والأثر السلبي على حياة بعضهم وعلى عملهم ومكان إقامتهم.

[redacted] التنمية في مجال الحكومات

يذكر تقرير التنمية الإنسانية لعام ٢٠٠٢ الإنجازات الحكومية العربية على الشكل التالي: إنشاء مؤسسات إقتصادية مشتركة مهمة، مثل الصندوق العربي للإنماء الإقتصادي والإجتماعي، وصندوق النقد العربي، والمؤسسة العربية لضمان الإستثمار؛ وكذلك زيادة الإهتمام بالمشاريع العربية المشتركة، وعلى رأسها الشبكة العربية الكهربائية؛ وتحقيق إنجازات هامة في مجالات حرية انتقال المواطنين ومزاولة الأنشطة المهنية والتجارية وتنسيق وتوحيد التشريعات (تقرير التنمية الإنسانية لعام ٢٠٠٢ ص ١٢٣-١٢٤). ولكن تلك المشاريع أو الإنجازات لم تلحظ الإعلام بصورة مفصّلة ودقيقة، فالموقف الرسمي العربي من الإعلام يتراوح بين رقابة قصوى وبين حرية نسبية. فكما جاء سابقاً، إن أول غذاء للإعلام، وخصوصاً بعلاقته مع التنمية، هو المعلومة المفيدة التفصيلية والدقيقة حول مواضيع تنموية بعينها. ولكن هذه المعلومة تحكمها السرية، ولكل دولة عربية رقابتها على إعلامها، وهي رقابة تتفاوت بين الرقابة الكاملة على وسائل الإعلام المختلفة وبين رقابة غير مباشرة عبر «توجيهات» حكومية للإعلام. لكن لكل دولة أيضاً مواضيع سرية يمكن إيجازها ضمن تسعة أنواع: المعلومات المتعلقة بالأمن القومي، والمعلومات الخاصة بالمصالح العليا للدولة، وتلك التي تتعلق بملوك ورؤساء الدول الأجنبية، والإتفاقيات والمعاهدات، والجلسات المغلقة للبرلمان، وأنباء التحقيقات

والمحاكمات، والمعلومات المتعلقة بالحياة الخاصة للمواطنين، والإقتصاد الوطني والبنوك، وتلك التي تمس المنظومة القيمية والأخلاقية السائدة (الإعلام والعولمة... ص ١١١). إنّ هذه اللائحة من «الأسرار» الواجب حفظها تتلاعب الحكومات بمضامينها، بحيث يمكنها أن تضم إلى رقابتها السافرة، رقابة أخرى مبطنة. إن ربط أشكال الرقابة هذه بغياب استراتيجية تنموية عربية، يؤدي إلى فهم الإهمال الحكومي للإعلام في الأنشطة التنموية للحكومة. ومثال على ذلك، فقد أعدّت وزارة الشؤون الإجتماعية في السودان بالإشتراك مع «أمن المجتمع» دراسة حول التسوّل في المدن السودانية، وقد خلصت فيها إلى حوالي ثلاثين «توصية» و«هدف» ليس من بينهم للإعلام سوى فقرة واحدة مقتضبة تدعو إلى «دور الإعلام في التصدي للظاهرة» (ظاهرة التسوّل)، و«التصدي» دور مفخّم مكرر وقد لا يعني شيئا في نظر واضعيه (مجلة التنمية التابعة لوزارة الشؤون السودانية، ص ٤).

إن التضييق على الإعلام، وإهماله وتجاهل دوره ووظيفته، يُضاف إلى ضعف المؤسسات الحكومية. وقوام هذا الضعف: الخلل الهيكلي، إنعدام الكفاءة، وقلة الرواتب (البطالة المقنّعة)، واستشراء الفساد (تقرير التنمية البشرية للعام ٢٠٠٢، ص ١١٠؛ ولعام ٢٠٠٤ ص ١٢٢). هذا فضلاً عن فراغ تشريعي، أو تحايل تشريعي، يضع سيف ديموكليتس فوق رقاب الإعلاميين، من غير أن ينزله أو يسحبه. وآخر تجليات هذا السلوك، وثيقة وزراء الإعلام العرب في شباط ٢٠٠٨ والخاصة بتنظيم البث المرئي، التي أثارت موجة واسعة من الرد والنقد لأن غالبية بنودها تعبّر عن إرادة التضييق على المرئي خلف عبارات الحكمة والضبط والوزن الخ.

إطار رقم (١) – وثيقة وزراء الإعلام العرب حول البث الفضائي المرئي والمسموع (١٤ شباط ٢٠٠٨)
البند الاول: تهدف هذه الوثيقة إلى تنظيم البث وإعادته واستقباله في المنطقة العربية وكفالة احترام الحق في التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وتفعيل الحوار الثقافي من خلال البث الفضائي.
البند الثاني: يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذه الوثيقة المعاني المبينة قرين

كل منها:

- كل إذاعة أو إرسال او إتاحة مشفرة او غير مشفرة لأصوات او لصورأولصور وأصوات معا أو أي تمثيل اخر لها اولإشارات أوكتابات من أي نوع كانت لا تتصف بطابع المراسلات، الخاصة، وذلك عبر الأقمار الصناعية، بما يسمح بأن يستقبلها أو يتفاعل معها الجمهور أو فئات أو أفراد معينة منه بما في ذلك الحالات التي يمكن فيها لأفراد من الجمهور أن يختار الواحد منهم بنفسه وقت الإرسال ومكان استقباله.

- يطلق عليها أيضاً هيئة الإذاعة ويقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أو أي جهة يناط بها أو تكون مسؤولة عن أي عمل من أعمال البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني والذي يستوفي شروط تكوينه طبقا لهذه المبادئ وطبقا لقانون إنشائه والذي يتم بمبادرة منه .وعلى مسؤوليته أي عمل من أعمال البث الفضائي أو ما يسبقها من أعمال بقصد البث. وتدخل في هذا المفهوم الأعمال السابقة للبث من تجميع أو إنتاج أو شراء أو تخزين أو جدولة مواد البث أو أي مواد تقع عليها الحقوق محل الحماية بموجب التشريعات المنظمة للملكية الفكرية والحقوق المتصلة بها.

- إعداد أو إتاحة البرامج وكل ما تتضمنه من المواد المسموعة والمرئية وفقا لتعريف البث.

- كل ما يتم إعداده للبث أو بثه عبر أجهزة البث الفضائي بنية استقبالها من قبل الجمهور أو المشاهدين، ومن ذلك كل المواد المرئية أو المسموعة أو كلاهما موضوع أو نتيجة النشاط الذي تمارسه هيئات البث من أعمال البث أو الإذاعة أو الإرسال أو الإتاحة أو ما يسبقها من أعمال، ومن ذلكالمصنفات، والبرامج بمعناها الفني الدقيق وبجميع أنواعها، المواد الناجمة عن تجميع وتخزين مواد الإذاعة وجدولتها وإرسالها في إشارات سابقة على الإذاعة. ويعد برنامجا على وجه الخصوص ما يتم بثه أو إعداده صالحا للبث من المصنفات الفنية والعلمية والأدبية وما يلحق بها من أعمال وأداء فنية، والبرامج والمسلسلات والأحداث الترفيهية والرياضية، وغير ذلك من المواد والصور والإشارات والأصوات والكتابات التي يتم إعدادها للبث أو يتم بثها.

- إعادة إرسال البث الفضائي بلا تغيير من هيئات بث أومحطات أخرى عبر الأقمار الصناعية.

- ويطلق عليها أيضاً هيئة إعادة الإذاعة، ويقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أو أي جهة استوفت شروط تكوينها وقيامها بأعمال وفقا لمبادئ هذه الوثيقة وقانون الإنشاء، متى أنيط بها أو كانت مسؤولة عن أي عمل من أعمال البث وفقا للتعريف السابق.

• الإذن الصادر عن السلطةالمختصة بالدولة التي يتقدم إليها طالب الترخيص للسماح له بإنشاء محطة للبث الفضائي أو إعادة البث الفضائي.

• أي شخص طبيعي أو شخص إعتباري يرخص له من السلطة المختصة بدولة من الدول العربية بإنشاء وتشغيل عمليات البث أو إعادة البث أو التوزيع أو البيع لهذه الخدمات.

• هو الصادر من السلطة المختصة في أي دولة عربية لشخص طبيعي أو إعتباري لتمكينه من القيام بالإستيراد أو الإتجار أو التصنيع أو التجميع أو التعامل تجاريا في الأجهزة والمعدات التي يتم استخدامها في البث وإعادة البث الفضائي وفى استقبال البث الفضائي.

• أي شخص طبيعي أو شخص إعتباري يصرح له بمباشرة نشاط أو أكثر من أنشطة الإستيراد أو الإتجار أو التصنيع أو التجميع أو التعامل على الأجهزة والمعدات التي تستخدم في البث وفي استقبال البث المشفر أو غير المشفر.

• المحطة الارضية: هي كل منشأ أرضي ثابت أو منقول يقام بغرض الإرسال والإستقبال عن طريق القمر الصناعي بخلاف محطات التتبع والقياس عن بعد والسيطرة والمراقبة.

• الموجة: حيز التردد الذي يشغل لغاية البث أو إعادة البث الإذاعي والتلفزيوني.

• القناة: حيز التردد الذي يشغله المرخص له لغاية البث الإذاعي والتلفزيوني الفضائي.

• الترددات في مجال البث الفضائي: هي مخصصات البث الإذاعي والتلفزيوني الفضائي من الطيف الترددي والمحددة وفقا لإصدارات الإتحاد الدولي للإتصالات.

• التشفير: أنظمة تقنية للتحكم في خدمة واستقبال البث بالإتاحة أو المنع أو الإيقاف.

• دولة المنشأ: تعتبر دولة منشأ أو أي دولة من الدول أعضاء جامعة الدول العربية تتوافر فيها أي من الحالات التالية: (١) الدولة المانحة للترخيص؛ (٢) الدولة التي يتواجد على أرضها أي من المقار الإدارية (مقار الإدارة المركزية للمحطة) أو البرامجية (مقار الإدارة التي تصدر منها القرارات الخاصة للبرمجة أو الإنتاج أو البث) لهيئات البث أو إعادة البث أو مكتب من مكاتب هيئة البث أو إعادة البث متى كان يعمل بها أغلبية موظفيه. فإذا تساوى المقران (الإداري والبرامجي) عدداً تصبح دولة المنشأ هي الدولة التي يوجد على أراضيها المقر الإداري الرئيسي؛

و(٣) الدولة التي تقام على أراضيها مرافق بث [illegible] الصناعية أو التي تستخدم مرافقها في بث الإشارة الصاعدة للاقمار الصناعية المعنية.

تطبق هذه المبادئ على هيئات البث في الدول الاعضاء بجامعة الدول العربية وعلى كل من يباشر أي عمل أو نشاط من اعمال او انشطة البث وإعادة البث الفضائي الصادرة من أو الموجهة إلى أراضي الدول العربية. كما تطبق على كل من يباشر اي عمل او نشاط متعلق بتقديم خدمات متعلقة بالبث أو إعادة البث الفضائي مثل النقل أو التوزيع أو غيرها متى كان هذا العمل أو النشاط محله أي من الدول العربية.

تلتزم هيئات البث ومقدمو خدمات البث الفضائي وإعادة البث الفضائي بمراعاة القواعد العامة الآتية: (١) علانية وشفافية المعلومات وحماية حق الجمهور في الحصول على المعلومة السليمة؛ (٢) حماية المنافسة الحرة في مجال خدمات البث؛ (٣) حماية حقوق ومصالح متلقي خدمات البث؛ (٤) توفير الخدمة الشاملة للجمهور ؛ (٥) عدم التأثير سلباً على السلم الإجتماعي والوحدة الوطنية والنظام العام والآداب العامة؛ و(٦) التقيد بضوابط وأنماط خدمة البث وإعادة البث الفضائي التي تصدر وفقا لمبادئ هذه الوثيقة، وما نص عليه ميثاق الشرف الإعلامي العربي.

تلتزم هيئات البث ومقدمو خدمات البث وإعادة البث الفضائي بتطبيق المعايير والضوابط العامة التالية في شأن كل المصنفات التي يتم بثها:

١ – الإلتزام باحترام حرية التعبير بوصفها ركيزة أساسية من ركائز عمل الإعلام العربي على أن تمارس هذه الحرية بالوعي والمسؤولية بما من شأنه حماية المصالح العليا للدول العربية وللوطن العربي واحترام حريات الآخرين وحقوقهم، والإلتزام بأخلاقيات مهنة الإعلام.

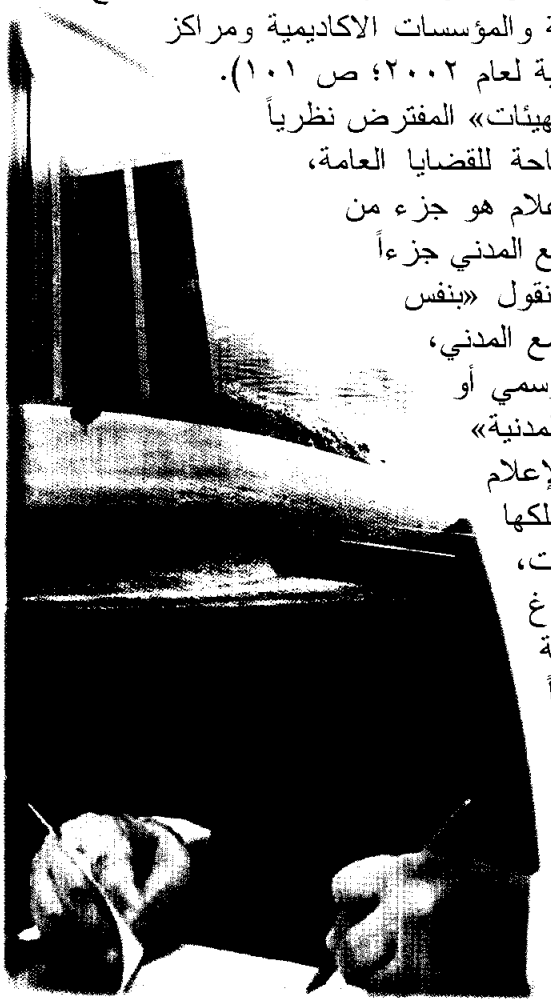
٢ – الإلتزام باحترام مبدأ السيادة الوطنية لكل دولة على أرضها، بما يتيح لكل دولة من الدول أعضاء جامعة الدول العربية الحق في فرض ما تراه من قوانين ولوائح أكثر تفصيلا.

٣ – الإلتزام بمبدأ ولاية دولة المنشأ من دون إخلال بحق أي شخص أو كيان في اللجوء إلى أجهزة تلقي الشكاوى وتسوية المنازعات التي تنظمها هذه الوثيقة بالنظر إلى أن هذا المبدأ يوفر الضمان القانوني لهيئات البث الفضائي ومقدمي خدمات البث الفضائي بمختلف أنواعها ومشغليها كما يضمن في نفس الوقت لمستقبل الخدمة وجود جهة يحتكم إليها.

٤ – الإلتزام بمبدأ حرية استقبال البث وإعادة البث، بمعنى حق المواطن العربي على إمتداد أراضي الدول الأعضاء في استقبال ما يشاء من بث تلفزيوني صادر من

ثالثاً – أبرز التحديات التي تواجه إشراك الإعلام في التنمية

إنّ المجتمع المدني هو «مجموعة الجمعيات التي ينظم المجتمع نفسه حولها طوعاً. وتشمل هذه الجمعيات النقابات المهنية والمنظمات غير الحكومية والمجموعات المعنية بالمساواة بين النساء والرجال، والمجموعات اللغوية والثقافية والدينية، والمؤسسات الخيرية، وجمعيات رجال الاعمال، والنوادي الإجتماعية والرياضية، والتعاونيات ومنظمات تنمية المجتمع والمجموعات المعنية بالبيئة والجمعيات المهنية والمؤسسات الاكاديمية ومراكز البحوث ومنابر الإعلام» (تقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٢؛ ص ١٠١).



في هذا السياق إذن، فإن الإعلام هو إحدى «الهيئات» المفترض نظرياً أنها منتمية للمجتمع المدني، لما له من مساحة للقضايا العامة، ولما يشمله من فعاليات مدنية مختلفة. إن الإعلام هو جزء من المجتمع المدني، بنفس القدر الذي يشكل المجتمع المدني جزءاً من المجتمع غير الرسمي وغير الحكومي.. نقول «بنفس القدر»، لأن الإعلام ليس فقط جزء من المجتمع المدني، ولا المجتمع المدني هو فقط المجتمع غير الرسمي أو غير الحكومي. ففي الإعلام تتداخل الصفة «المدنية» مع الصفة الحكومية، ليس فقط بسبب وسائل الإعلام التي تملكها الحكومات، والأخرى التي يملكها مستثمرون على توافق ومصلحة مع هذه الحكومات، بل أيضاً لأن الرقابة المتشددة والنسبية تفرغ «مدنية الإعلام» من مضمونها وتلحقها بسياسة الحكومات، وإن كان الإقصاء سلبياً، أو صدامياً أحياناً. أما بالنسبة للمجتمع المدني فالأمر أكثر تعقيداً، حيث يكون للحكومات نصيب وافر من هذه الجمعيات «المدنية» و»غير الحكومية»، وكذلك للجماعات الأهلية الطائفية والمذهبية، وللأحزاب القوية المتوفرة. كما أن الرقابة والموانع والصعوبات والشروط التعجيزية التي تضعها الحكومات على نشأة الجمعيات المدنية المستقلة، وعلى صيرورة أنشطتها، يجعل قسماً كبيراً من هذه الجمعيات المدنية تحت سطوة الحكومات أو سلطات الأمر الواقع. وهذا التعقيد ضمن المجالين هو تعقيد معطوف على ثلاث مفارقات كبيرة:

- **المفارقة الأولى:** أن أكثر المحتاجين إلى التنمية هم الأقل قدرةً على الوصول إلى

[illegible] من الدول أعضاء جامعة الدول العربية.

٥ - ضمان حق المواطن العربي في متابعة الأحداث الوطنية والإقليمية والدولية الكبرى، وخصوصا الرياضية منها، التي تشارك فيها فرق أو عناصر وطنية وذلك عبر إشارة مفتوحة وغير مشفرة أياً كان مالك حقوق هذه الأحداث حصرية كانت أو غير حصرية.

٦ - الإلتزام بحقوق الملكية الفكرية في كل ما يبث من برامج طبقا للقوانين الدولية في هذا المجال.

٧ - الإلتزام بتخصيص مساحة باللغة العربية، لا تقل عن عشرين بالمائة من إجمالي الخريطة البرامجية للقناة الواحدة أو لمجموعة القنوات التابعة لهيئة واحدة

[illegible] الإعلاميين على الوثيقة الصادرة عن [illegible] الإعلام العرب

- يفيد إعلاميون عرب أن الميثاق الجديد لن يسكتهم (ايلاف ٣-٣-٢٠٠٨).

- فيد إعلاميون عرب أنهم لن يذعنوا لوثيقة تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية لأنها تهدف إلى إرغامهم على فرض رقابة ذاتية على برامجهم أو المخاطرة بإبعادهم عن الهواء. ويرسِّخ الميثاق الذي أقِرَّ في اجتماع وزراء الإعلام العرب سيطرة الحكومات على البث، ويحدّ من التعبير السياسي على موجات الهواء في منطقة يقطنها نحو ٣٠٠ مليون نسمة.

- وأفاد محللون أن الوثيقة تشكل رد فعل حكومي على الحرية النسبية التي تتمتع بها وسائل الإعلام التي تشجع على إجراء مناقشات علنية لقضايا سياسية حساسة.

- لم تعارض هذه الوثيقة علناً سوى قطر ولبنان. وطبقاً للوثيقة، يمكن للحكومات إلغاء تراخيص القنوات التي تبث مواداً يُعتقد أنها تقوِّض «السلم الإجتماعي والوحدة الوطنية والنظام العام والآداب العامة». كما تمنع القنوات من بث برامج قد تنطوي على انتقادٍ وتجريحٍ للقادة السياسيين أو القوميين أو الدينيين.

الإعلام. ففئات مثل النساء، واللاجئين، والفقراء، والأشخاص ذوي الإعاقات، والأميين، والسجناء، كلها فئات مستهلكة للإعلام، وخاصة المرئي، ولكنها لا تظهر على شاشاته، لا بأشخاصها ولا بهمومها، ولا تستطيع بلوغه في غالب الأحيان.

- **المفارقة الثانية:** أن المحتاجين بإلحاح إلى التنمية هم الأكثر عداءً للقضايا التي تخصهم. ففي موضوع الختان، على سبيل المثال، تعتقد ثماني من كل عشر نساء ريفيات في مصر أن الرجل يفضّل الزوجة المختونة، فيما تبلغ النسبة في المدن أربع من أصل عشر نساء. وكلما ارتفع المستوى الثقافي والمهني للنساء، أي كلما انخفضت حاجتهن إلى التطوّر، رفَضنَ الختان. وكلما زادت هذه الحاجة، وكانت المرأة فقيرة وأمية، كلما دافعت بقوة عن الختان (تقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٥، ص ١١١). وتعبّر هذه المفارقة بوضوح عن تقصير الإعلام، خاصة المرئي والمسموع.

- **المفارقة الثالثة:** وهي مفارقة تخص العلاقة المباشرة بين التنمية والإعلام. ففي الوقت الذي يحتاج فيه الإعلام إلى مساندة منظمات المجتمع المدني من أجل تخفيف أو رفع الرقابة والضغوط عنه، أو من أجل تنظيم أوضاع العاملين فيه، يبتعد هذا المجتمع المدني عن الإعلام. والعكس أيضاً صحيح، فكلما احتاجت منظمات المجتمع المدني إلى الإعلام بهدف طرح قضية من قضاياها، ابتعد هذا الإعلام عن هذه القضايا. وبالتالي، تدل هذه المفارقة إلى أنّ تأثير الإثنين على بعضهما البعض ضئيل. إن هشاشة العلاقة بين الإعلام والتنمية تعبّر عن خلَل غير طبيعي في عمل المعنيين بالتنمية. وأسباب هذا الخلَل لا تحصى، أهمها يعود إلى رؤية الطرفين أي خبراء التنمية والإعلاميين، بموضوع التنمية عينه. وهي رؤية تترجم التركيبة غير التنموية التي بنَتْ علاقة الطرفين بالتنمية، حيث لا تحتل التنمية مقاماً أولياً. وإن كان غياب هذه الأولوية متفاوت الحجم بين الطرفَين، نظرياً على الأقل، فخبراء التنمية يولون أولوية للتنمية في اما هو مُعلَن من برامجهم في حين تكون التنمية شبه غائبة عن برامج الإعلام وتطلعاته، الضمنية منها والمعلنة. هذا باستثناء حالات نادرة لا تغطي حاجة التنمية إلى الاعلام.

تأخذ منظمات المجتمع المدني على الإعلام أنه لا يهتم إلا بالمواضيع الرائجة والتي تحقق المكاسب والأرباح، وبأنه منكبّ على مواضيع تقليدية بحتة. أما الإعلام، فيأخذ على منظمات المجتمع المدني أنها، على غرار الحكومات، تخفي المعلومات الضرورية لا تهتم حقيقةً بالقضايا التي تنصِّب نفسها من أجلها. والحقيقة أن الإثنين محقّان تجاه بعضهما، فمنظمات المجتمع المدني لا تريد أن تغطي من أنشطتها إلا أنشطة رؤسائها، أو النافذين لديها. هذا ويسير بعض منظمات المجتمع المدني في نفس تيار النجومية الذي يتبناه الإعلام، ولكن ينقصه المال والموارد البشرية والوقت. فالمال والتمويل يشكلان مشكلة نظراً لما تخضع بعض منظمات المجتمع المدني لأجندات ليست بالضرورة فعالة ولا مطابقة لحاجات المجتمع التنموية. أما مشلكة الموارد البشرية، فتعود إلى تقلص العمل التطوعي لصالح التفرغ المهني في أنشطة

منظمات المجتمع المدني. أما عامل الوقت فيعود الى اتساع فجوة التوقيت بين الدول العربية والغرب، خصوصاً مع تسارع التطور التكنولوجي لديه. هذا وإن رؤساء منظمات المجتمع المدني هم بحدّ ذاتهم، على غرار رؤساء بعض الحكومات والأنظمة والادارات، يتمتعون بوجود مؤبّد فيخطئون ولا يحاسَبون، وتتسبّب عهودهم المديدة تتسبّب بالإخفاقات والإنقسامات والإنفصالات (تقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٢، ص ١٠٥). نتيجة لذلك، تكون منظمات المجتمع المدني العربي شديدة البطء، سلبية، وتنقصها الحيوية اللازمة لتبنّي القضايا التنموية.

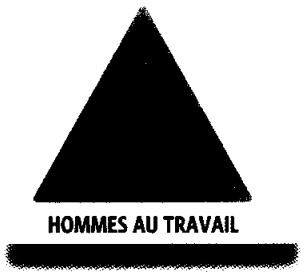
بحسب استفتاء للشركة الدولية للمعلومات في لبنان عام ٢٠٠٦، ومن بين مختلف المجموعات القادرة على ممارسة الضغط على وسائل الإعلام، احتلت منظمات المجتمع المدني أدنى مرتبة، أي ٨,٩ في المائة (الإعلام في العالم العربي...، ص ٢٧٧).

أما الإعلام الذي يركز على النجوم والمواضيع الرائجة، والذي يحرص على السَّبق الصحافي بصورة يومية، ويعتمد على الإثارة والتسلية والفضيحة والغوغائية، فيكون أداءه التنموي ضعيف. مما يعطي أوجهاً من الحق لمآخذ المجتمع المدني عليه، والعكس صحيح أيضاً. في ما يلي نموذج عن الخلاف في المواقع وفي وجهات النظر بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني:

«القطاع الخاص والإعلام يتبادلان الاتهامات حول برامج المسؤولية الإجتماعية، الأول يشكو تجاهل مبادراته.. والثاني يرد: نرفض استغلاله للدعاية... وعلى الرغم من الضجة الإعلامية والإهتمام المتزايد ببرامج التنمية الإجتماعية، التي تمولها شركات القطاع الخاص، إلا أن اتهامات متبادلة بين شركات القطاع الخاص ووسائل إعلامية تشير إلى وجود خلط في مصطلح المسؤولية الإجتماعية ووجود فجوة بين كلا الطرفين في التعامل مع هذه الثقافة الجديدة نسبياً، الأمر الذي علله خبير في برامج المسؤولية الإجتماعية بعدم وجود خبرة فعلية في هذا المجال، سواء من قبل وسائل الإعلام أو من طرف شركات ومؤسسات القطاع الخاص نفسه. الاتهامات تتراوح بين محاولة الاستغلال وكسب الدعاية المجانية حتى أخر قطرة من عمل خيري متواضع لا يمت لمجال عمل المؤسسة بصلة، كما يرى الإعلاميون، في حين تتخذ اتهامات القطاع الخاص طابعاً أخر يئن من ظلم الإعلام وتجاهله لمبادرات إيجابية تقوم بها تلك الجهات...»(٢)

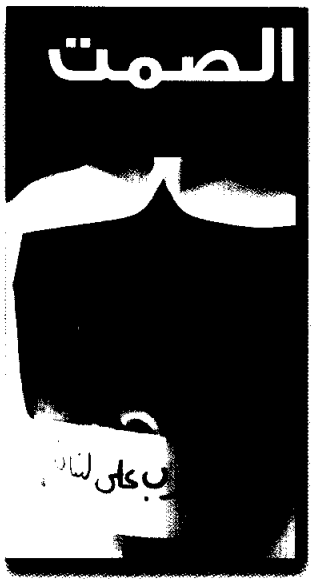
الإقتراحات

إن التنمية الإنسانية هي، بالتعريف، عملية توسيع خيارت الأفراد، سواء كانت هذه الخيارات اجتماعية أو سياسية أو ثقافية. وهي بالتالي عملية إنتقال من حال إلى آخر، أي تغيير لأوضاع الأفراد. وبصفتها عملية تغيير، فإن نتيجتها مرهونة بالطريقة التي يحصل بها هذا التغيير. فإذا كانت هذه الطريقة متسرّعة أو فوقية أو جزئية أو عنيفة، فسينعكس ذلك على النتيجة التي بلغتها التنمية في نهاية برنامجها. وبما أن ما يهمّنا هو نوعية النتائج،



(٢) منال حميدان، صحيفة الشرق الأوسط ١٣-١-٢٠٠٨

فمن المنطقي أن تكون عملية التنمية نفسها، وكيفية تحقيقها، وما اعتمدت عليه من مفاهيم ورؤى، هي المادة التي ينصبّ عليها النقاش. وفي ما يلي محاولة إطلاق مبادرة للحوار بشأن المصطلحات أو الصيغ المستخدمة في أدبيات التنمية والمجالات المختلفة لأنشطتها.



إن ملاءمة مصطلح أو صيغة «تجسير» العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني لا تناسب خصائص الكيانين، إذا جاز تسمية المجتمع المدني والإعلام «كيانَين». كما سبق ولاحظنا، فإن هذين الكيانين ليسا أحاديّين، فكل منهما يتشكل من أطراف وأنواع واتجاهات وطرق، وكل منهما متداخل في ما بينه، بما يشبه تلازم التداخلات جميعها. ويؤدي ذلك إلى الوقوف أمام حالتين مركبتين، سواء داخل كل كيان، أو بين الكيانين. وتعقّد هذا التركيب هو واقع من وقائع الإعلام والتنمية. لذلك، فإن مفهوم مصطلح «التجسير» هنا غير مفيد لسببَين: أولا، لأنه يفترض كيانات بسيطة متجانسة متناغمة قائمة بذاتها. وثانياً، لأنه يفترض إقامة علاقة بين كيانين تفصلهما حدود واضحة. إن التداخل بين الحكومات والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني والإعلام، يفرض مصطلح أو مفهوم آخر، هو التشبيك. والتشبيك يفكك الخيوط المتداخلة ويعيد تشكيلها. وبهذه الحركة الدائمة من الإنتقال، يمكن أن يساهم التشبيك نفسه في وصفٍ أكثر دقة وحيوية لهذه الحالة المركّبة التي يتسم بها كل من الإعلام والتنمية والمجتمع المدني.

٣ - وظيفة «التوعية»

تشترك منظمات المجتمع المدني والإعلام في تبني وظيفة التوعية بحماسٍ ملفت للنظر في مختلف توصياتهم. ولكن خلف هذه الوظيفة السامية، هناك مفهوم فوقي مفاده أن رجال ونساء منظمات المجتمع المدني والإعلام يملكون «الوعي» الجاهز، بالإضافة إلى المعرفة الحقيقية، فيتعيَّن عليهم إحضار أصحاب المصلحة لإفهامهم هذه الحقيقة الغائبة عنهم (الحالة الوحيدة الذي يفترق فيه الإعلامي عن هذا الوضع هو عندما يخضع هو نفسه للتدريب). والحال أن وعي «منظمات المجتمع المدني» والإعلام بشأن قضايا التنمية لا يُبنى فقط بالكتب والتقارير، بل أيضاً وفق معطيات ميدانية واقعية. والجدير بالذكر أن الإعلام ومنظمات المجتمع المدني ليسوا بحد ذاتهم في موقع يخوّلهم معايشة قضايا التنمية ووصفها وتقديم الحلول الأقرب إلى مشكلاتها وإمكانياتها ومواردها، بل أصحاب المصلحة أنفسهم.

وكذلك، فإن هذا «الوعي» لا يتشكل فقط بالمبادىء العامة والتصورات العامة، بل بما يعكسه الواقع من تعارض مع هذا الوعي، وربما، من اختلاف. وبغياب ذلك، يكون «وعي» منظمات المجتمع المدني والإعلام وعياً فوقياً جاهزاً، ناقصاً وجزئياً. لذا، فالاقتراح هو المشاركة في الوعي، لا التوعية، أي مساهمة أصحاب المصلحة في التعبير عن ذاتهم وفي توصيف واقعهم ومناقشة مشكلاتهم. يؤدّي هكذا إقتراح إلى تبادل وجهات النظر بين وقائع ميدانية مباشرة وبين معلومات تقنية جاهزة أو وعي جاهز، مما يؤدي بدوره إلى المشاركة في صياغة التصورات الهادفة إلى توسيع الخيارات الخاصة والعامة لأصحاب المصلحة في التنمية.

في التدريب منحيَين، الأول تكنولوجي، والثاني مفاهيمي أو فكري. ليس هناك مأخذ على المصطلح التكنولوجي، وإن احتاج بدوره إلى قدر من المشاركة عبر التطبيق والمتابعة. أما التدريب غير التكنولوجي، ففيه شيء من الفوقية والتلقين. ولا شك أن هناك ممارسات تدريبية متقدمة عن غيرها تحفّز أصحاب المصلحة في التنمية على التفاعل وتبادل الخبرات والنقاش، ولكن كلمة «تدريب» نفسها أصبحت في غالبية التجارب مرادفة «للترويض». وهناك حالات معينة منتشرة، تحولت فيها أساليب مثل الندوة والمحاضرة أو حتى كلمة افتتاح الرئيس، إلى مادة تدريب. لذلك، من المفيد إبتكار مصطلح غير «التدريب» للإشارة إلى مضمون المشاركة في عملية التنمية التي تخص المعنيين ببرامج التدريب، مع ضرورة التشديد على أهمية «الفرد»، بسبب تجربته الفريدة وإمكانياته الكبيرة، غير المسبورة حتى الآن. والمصطلح المقترح في هذا الصدد هو ورشة عمل أو حلقة حوار.

تتسم كل أدبيات التنمية، وأدائها وأنشطتها، وكل ما يتعلق بها، بانطباع عام موجزه «الوجوم والبهتان». وتحاول بعض «السبوتات» الإعلامية، خصوصاً التلفزيونية، أن تكون نديّة وجذابة مثل إعلانات الرحمة مع الخدم، أو التيقظ للإرهاب، ولكنها محدودة وتنحى باتجاه الموعِظة. هذا وإنّ إنعدام الجاذبية يثير الضجر، والضجر هو عدو المثابرة والمتابعة والإهتمام، فهو الخيط الخفي لفشل التنمية، أو أحد أسبابها.

وقد يكون استفحال الميل إلى الإثارة والفضيحة في الإعلام، هو السبب في تحويل

الجدية التي تتصف بها ادبيات التنمية، إلى وجوم وبهتان. فالإثارة هي النقيض الوحيد المتوفر في سوق الانطباعات العامة، وبالتالي فإن الخروج عن التجهّم هو كاللجوء إلى الإثارة. وبانتظار الإبداع والإختراع ليس هناك من خيار آخر. الجدية لا تكون فعالة من دون استخدام أسلوب الجاذبية. وعلى العاملين في المجال التنموي وضع هذه النقطة من ضمن جداول أعمالهم الفكرية والتطبيقية، ومناقشة الأسلوب والإنطباع واللهجة. ومن المفيد في هذا الصدد، الإعتماد على فنون الذوق والمخاطبة والجاذبية، ثم الإعتماد على الفرد ومخاطبته وإشراكه.

هـ- المهنية والمشاركة

إن مشاركة أصحاب المصلحة في تطوير ودعم أنشطة منظمات المجتمع المدني، تأتي ضمن أوضاع البيئة المحلية وظروفها. ولكل حالة من حالات التنمية، ولكل برنامج وقضية من قضاياها، مفاهيم وتصورات، ليست مطابقة تماماً ودائماً للأوضاع وللظروف القائمة في بيئة أصحاب المصلحة في التنمية. إن مثل هذه المطابقة هي، بإحدى أوجهها، أولويات يرتبها ويحدّدها أصحاب المصلحة «المحليين» من خلال مشاركتهم، وإلا فتكون عمليات التنمية عبارة عن فرضيات غيبية، ويأخذ البرنامج التنموي المنحى الذي يتمناه الممولون، في إطار تصوراتهم النظرية عن واقع محلي لا يعرفون كم هو شديد التعقيد.

واو – التنسيق والمتابعة

لا يوجد تنسيق بالمعنى الحقيقي ما بين منظمات المجتمع المدني، وحتى بين العاملين في نفس المواضيع. هناك محاولات لإقامة «مظلات» أو «شبكات» بين أطراف مدنية وأهلية، ولكنها بغالبيتها مسيّسة أو خاضعة لوصاية جهات مانحة أولإشراف الحكومات، أي أن تدخلها غير مباشر. ولا يوجد بطبيعة الحال، تنسيق حقيقي بين أطراف الإعلام أنفسهم حول مواضيع التنمية، ولا حتى التنسيق بين منظمات المجتمع المدني والإعلام، بل هناك تغطيات إعلامية للأقوى أو الأقرب أو الأكثر شهرةً. هذا وإن غياب المتابعة يشكل جزءاً من غياب التنسيق.

وفي أحيان كثيرة، يتم تغطية نشاط تنموي، منذ تدشينه حتى اختتامه، ثم يعود كلٌ إلى مكانه بأنتظار تغطية أخرى أو نشاط آخر. فلا يسأل حتى الإعلامي نفسه عما حصل لهذا النشاط؟ ماذا أنتج؟ ماذا غيّر؟ وإذا نجح أو فشل في تحقيق الهدف الذي أعلن عنه؟ في حين نادراً ما تحاسب المنظمة المدنية أو الأهلية نفسها على نتائجها السلبية، أو على عدم تحقّق الهدف، بل تعظّم نتائجها الإيجابية، وتكرّس إسم رئيسها.

زاي– بخصوص التفاعلية

يشير مصطلح التفاعلية إلى التواصل بين المرسل والمتلقي، ويكون التواصل متبادلاً.

فالمتلقي يتلقى الرسالة ويتفاعل معها ويرسل بدوره رداً للمرسل الذي يتفاعل مع هذا الرد، فتدخل التعديلات والإضافات، وتُقدّم التوضيحات. وبالتالي، تكون الرسالة باتجاهين: فالتفاعلية مرتبطة ارتباطاً عضوياً بعملية المشاركة والتواصل والحوار والرد والمتابعة والتقويم، في حين تعزز تعريفات التفاعلية في أدبياتها فكرة المشاركة الواردة أعلاه (التفاعلية... ص ١٤ وص ٢٨).

وأبرز الظواهر التفاعلية الإعلامية، وأقلها تنموية، يمكن ملاحظتها من خلال برامج التلفزيون، حيث وجدت قنوات تفاعلية، ليس فيها قناة واحدة تخاطب التنمية. ومن أهم ما تقدمه هذه القنوات التفاعلية هي خدمات شؤون السياحة والعقار، تلفزيون الواقع، قنوات الإرساليات القصيرة، وقنوات التسوّق. هذا بالإضافة إلى الغياب التنموي عن هكذا أنواع من القنوات، بحيث يغلب عليها «الترويج لثقافة إستهلاكية من خلال ضعف المضمون ومخاطبة أحلام الرغبة في الإثراء السريع مع إهدار قيمة العمل لتحقيق أهداف الحياة»، هذا فضلاً عن «رسائل المشاهدين القصيرة وما تتضمنه من إيحاءات ورغبات غير صحية» (التفاعلية.. ص ١٩-٤٢).

إن إضافة هذه السلبيات الأخيرة على ما سبق ذكره حول التفاعليات في وسائل الإعلام الأخرى، يشير إلى أن مجال التفاعل متنوّع ومتعدّد، وأن إمكاناته شاسعة، رغم العيوب التي تشوبه. لذلك، من المفيد في هذا المجال إقتراح مقاربة محددة، قوامها التفكير في كل من هذه المجالات باتجاهين متوازيين: أن تُفصَل الوسيلة عن الثانية، وفي نفس الوقت، ألا يُغفَل التداخل الحاصل بين مختلف الوسائل.

وفي عملية التشبيك بين منظمات المجتمع المدني والإعلام، هناك كيانَين غائبَين. الأول تابع لمؤسسات الحكومة وهو نائب البرلمان وعضو البلدية أو رئيسها أو عضو مجلس إدارتها، أما الثاني فهو من خارج الحكومة، أو على تداخل معها، وهو أصحاب شركات الإعلان. ويأتي النائب في الطليعة لأنه المشرّع للقوانين، وهو الدور الذي انتُخِب من أجله. وقد تبين سابقاً أنواع الغياب التشريعي، وأنواع الغموض التشريعي بخصوص الإعلام والتنمية. أما عضو البلدية، أو رئيسها، فهو على تماس مع الشؤون المحلية، وعلى دراية بها، والساهر على حاجاتها. والدور التنموي لعضو البلدية أو رئيسها هنا واضح، وهو أنه يربط بين الجماعة المستهدفة والتنمية. أما الإعلان فهو الكيان الذي تضرر منه كل من الإعلام والتنمية، والحاجة إلى محاورته ومهادنته لا يجب أن تأتي من كونه هو الأقوى فحسب، بل من جانب السعي إلى ربط مصلحته، أي مصلحة الكيان الإعلاني، بمصلحة التنمية.

والمصلحة هنا لا تقتصر على العلاقة بين الإعلان والتنمية، بل يجب أن تتوسع لتشمل الجميع، ليس من خلال «تبيان» أو «توضيح» أو «إفهام»، بل في إقامة هذه المصلحة على أرض الواقع بين الأطراف المعنية في التجسير أو التشبيك. وهذه نقطة تحتاج إلى نقاش ومبادرات، نذكر على سبيل المثال المصلحة بين الإعلامي الفرد وبين مواضيع التنمية، مثل الفقر وحقوق الإنسان.

إن خبراء التنمية والإعلاميين يفضلون إشراك النجوم في برامجهم وفعالياتهم وأنشطتهم، إلا أن نظام النجومية نفسه لا يشجّع على إعطاء قيمة لأي نشاط إن لم يكن مغطّى إعلامياً. فالتجارب العديدة في هذا المجال بيّنت أن النجوم لا يتوخّون نوع العمل أو قيمته بقدر ما يتوسلون سبل التسويق له. لذلك، في الأنشطة التي نحن بصددها، يُستحسن أن يكون مكان النجوم في الوظائف الفخرية أو الرمزية، التي هي حالياً الأكثر إنتشاراً في المجتمع المدني، والتي تحتاج لمن يقلّل من مناسباتها. ونظام النجومية حالة إعلامية يفرضها الترويج والإثارة، ويتجاوب معها المجتمع المدني باعتقاده أن ذلك يشركه في المجال الإعلامي، فيعطيه حيزاً من الوجود. إن لعبة النجومية لا تفيد التنمية، إلا ضمن شروط لا تتجاوز الأدوار الفخرية أو الرمزية. ومن غير المفيد أيضاً إشراك نماذج أو شخصيات أخرى، مثل رئيس التحرير، إلا في نشاطين: العلاقات العامة، وعملية اللوبييغ (أي ضغط مجموعات المصالح المنظمة)، أو التحركات التي تحتاج إلى سلطة قرار. ويبقى التفاعل من نصيب الشخص–المواطن–الفرد، هو النشاط المفيد.

تنتشر التوجهات العامة التي تحكم إهتمامات المؤسسات والمنظمات وفق آلية التقليد والإستنساخ. وهناك توجهات رائجة، متوفرة في أدبيات أكثر المنظمات حضوراً في المجتمع المدني، مثل المرأة، وحقوق الإنسان، والبيئة. وتتكاثر هذه التوجهات بحيث تغطي على توجهات تنموية أخرى قد تكون أكثر حيوية، أكثر مباشرة أو أكثر أهمية من حيث أولويتها، مثل: الخبز أو العمل أو الضمانات الإجتماعية. لذلك، ينبغي أن تنظر مواضيع التنمية بمصلحة الجميع: مجتمع مدني، إعلام، جماعات مستهدفة. وهذه نقطة أخرى تحتاج إلى نقاش تفصيلي على أرض الواقع.

قائمة المراجع والمصادر

(أ) الكتب

- خطوات على الطريق. الدعم المتبادل بين الإنترنت وحقوق الإنسان. الشبكة العربية للمعلومات. القاهرة ٢٠٠٨.
- حرية الرأي والتعبير في مصر. الشبكة العربية للمعلومات. القاهرة ٢٠٠٧.
- الإعلام والعولمة البديلة. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة ٢٠٠٦.
- الإعلام في الدول العربية. المركز العربي لتطوير حكم القانون و الـمكتب الاقليمي للدول العربية. بيروت ٢٠٠٧.
- الإعلام في العالم العربي. مركز القاهرة لحقوق الإنسان . القاهرة ٢٠٠٧.
- التفاعلية في الإذاعة: اشكالها ووسائلها. اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس٢٠٠٧.
- المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية . اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس ٢٠٠٦.
- القنوات التلفزيونية المتخصصة. اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس ٢٠٠٦.
- دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الارهاب. اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس ٢٠٠٨.

(ب) التقارير

- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٢. برنامج الامم المتحدة الانمائي والمكتب الاقليمي للدول العربية.
- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٤. برنامج الامم المتحدة الانمائي والمكتب الاقليمي للدول العربية.
- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٥. برنامج الامم المتحدة الانمائي والمكتب الاقليمي للدول العربية.

- التقرير الوطني للتنمية البشرية. مجلس الانماء والاعمار والمكتب الاقليمي للدول العربية. تشرين الأول ٢٠٠٧.

- «دور الإعلام ، والاتصال، واجهزة الإعلام». ماجد عثمان. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. مايو ٢٠٠٨.

- «دور المرأة الاردنية في تحقيق اهداف الالفية للتنمية». لامؤلف ولا تاريخ ولا دار النشر.

- «دور الإعلام في تنمية التعليم». سهام عبد الرحمن الصويغ. الجامعة الملكية للبنات. لا تاريخ.

- «دور وسائل الإعلام في توعية المجتمعات بأهمية قطاع الحرف والصناعات التقليدية والميدان السياحي». مي العبد الله. كلية الإعلام والتوثيق. الجامعة اللبنانية. لا تاريخ.

- «هل ينجح سلاح الحشد والمناصرة في تغيير صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية». نشرية كوتريات. سبتمبر ٢٠٠٧.

- «الرعاية الإجتماعية وتخفيف الفقر». وزارة الشؤون السودانية. شركة الاثير لمنتجات الملتيميديا. ٢٠٠٥.

- «الإعلام والتعليم شركاء في التنمية». فاطمة العتيبي. المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية. الرياض. ١٤٢٨ هجرية.

- «نحو المواطنة». بول شاوول. CDR & UNDP. اكتوبر ٢٠٠٧.

- «من أجل شراكة فعالة بين المنظمات التنموية ووسائل الإعلام». لا مؤلف ولا تاريخ ولا دار النشر.

- «قتل الشرف». اسماء ملكاوي. عيد اضحى ١٤٢٩. اسلام اون لاين.

- «الشباب ودور الإعلام في تحقيق ثقافة السلام والامن والتنمية» المنتدى الثالث للشباب العربي. مكتبة الاسكندرية. ٢٨ فبراير-١ مارس. ٢٠٠٨.

- «فريق العمل الاهلي الاردني لمعالجة الفقر». موقع netfirms. لا مؤلف ولا تاريخ .

- «الإعلام التنموي وحماية البيئة». رندة فؤاد. المنتدى العربي الإعلامي للبيئة والتنمية. القاهرة ٢٠٠٤.

- "Media. A key player for realizing social accountability". Swiss Agency for development and cooperation. Berne. 2007

- "Making poverty the story". Panos. London. September 2007

- "The role of media in democracy: a strategic approach". office of democracy and governance. Washington DC. June 1999.

- "Participation and access of women to the media، and the impact of media and its use as an instrument for the advancement and empowerment of woman". DPI & ESCWA & UNESCO. 12-15 november 2002.

- "Revolutions without revolutionaries ? network theory.

- "Facebook, and the Egyptian blogosphere". David Faris. In Arab media and society. AUC & MEC. No date.

- " Blogging the new arab public" Marc Lynch. In Arab media and society. No date.

- "Blogging for reform: the case of Egypt". Ranis Al Malky. In Arab media and society. No date.

- "The islamist opposition on line in Egypt and Jordan". Bete Alemian. In Arab society and media. No date.

- "Core to commonplace: the evolution of egypt's blogosphere". Courtney C. Radsh. In Arab society and media. No date.

- "A new direction or more the same?". Tom Isherwood. In Arab society and media. No date.

- "Egypt's press: more free، still fettered". Jeffrey Black. In Arab society and media. No date.

- "Bagdad burning: the blogosphere ، literature and the art of war". Wayne Hunt. In Arab society and media. No date.

- "Hearing the voices of poor: encouraging good governance and poverty reduction through media sector support". No date, no author, no edition.