

# الإعلام في دول الخليج

دوره التنموي ومساره المستقبلي



د. إبراهيم البعيز  
د. إبراهيم بشمي  
د. حمد الكواري  
بشائر الرفاعي  
خليل بوهزاع  
م. مشاري الحمود

مريم الفلاسي

جميع الحقوق محفوظة لمنتدى التنمية

الطبعة الأولى

الكويت 2007

دار قرطاس للنشر

هاتف: 2457011 - فاكس: 2457012

ص.ب: 12 - السوق الداخلي، 15251 الكويت

[Qurtas-Publishing@netbox.com](mailto:Qurtas-Publishing@netbox.com)

تصميم الغلاف: راشد المجيل

القمار ٢٨

## الإعلام في دول الخليج

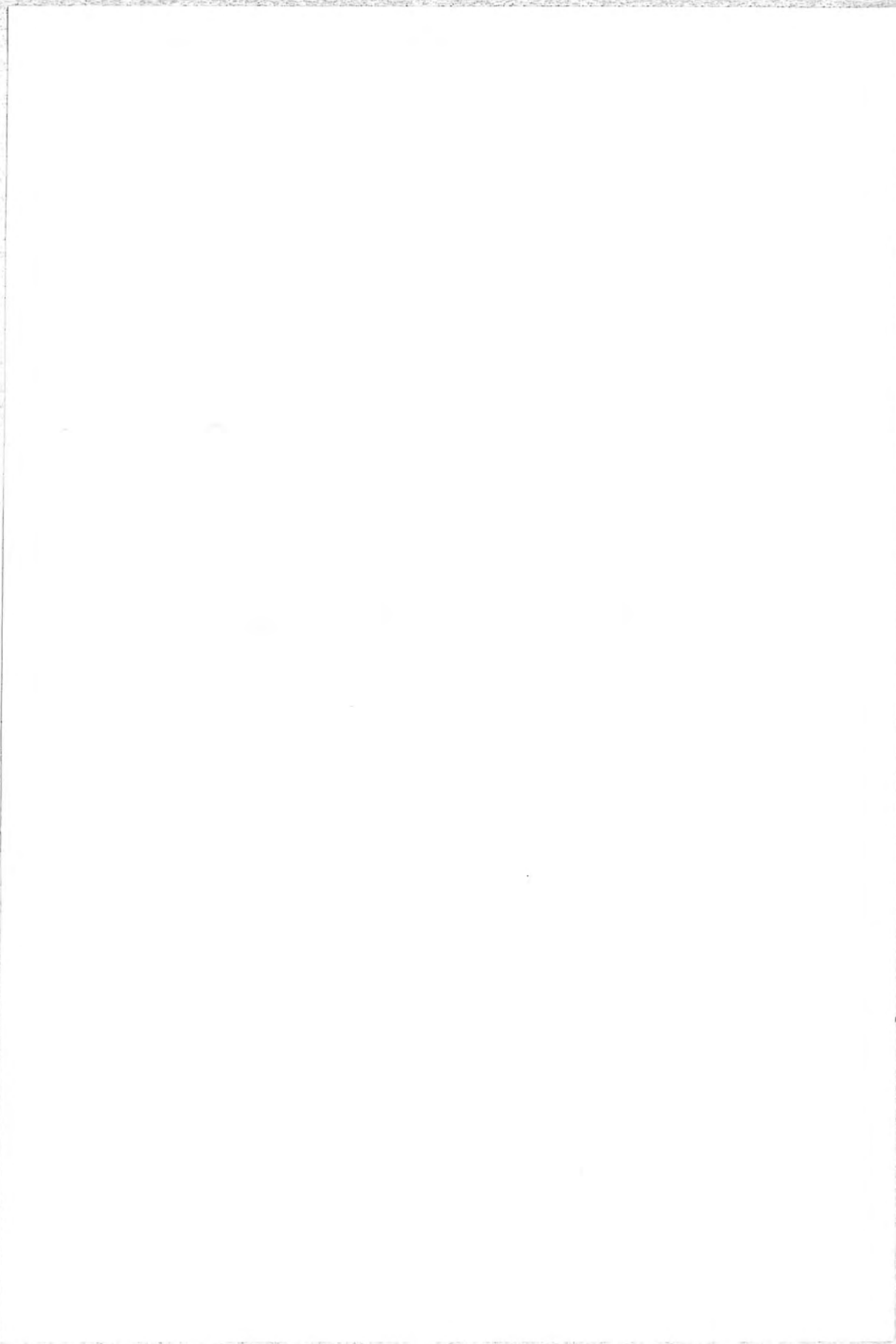
دوره التئموي ومساره المستقبلبي

منتدى التنمية  
اللقاء السنوي الثامن والعشرون  
فبراير 2007  
دبي - الإمارات العربية المتحدة

# الإعلام في دول الخليج دوره التنموي ومساره المستقبلي

د. إبراهيم البعيز  
د. حمد الكواري  
د. إبراهيم بشمي  
م. مشاري الحمود  
مريم الفلاسي  
خليل بوهزاع

بشائر الرفاعي



## المحتويات

7	..... المقدمة
11	..... الإعلام في دول الخليج: قراءة نقدية
	د . إبراهيم البعيز
51	..... الإعلام الخليجي إلى أين؟
	د . حمد عبدالعزيز الكواري
63	..... هموم الإعلاميين الخليجيين
	د . إبراهيم بشمي
101	..... اتجاهات الشباب الخليجي نحو وسائل الإعلام
	مشاري عبدالرحمن الحمود
	مريم خليفة الفلاسي
	خليل بوهزاع
	بشائر أحمد الرفاعي
	..... المناقشات
131	..... الجلسة الأولى
159	..... الجلسة الثانية
183	..... الجلسة الثالثة
217	..... الجلسة الرابعة



## المقدمة

ساهمت المتغيرات الدولية خلال العقدین الماضیین، وما تزامن معها من تطورات حديثة في تقنيات الاتصال والبث الفضائي، في إحداث نقلة كمية ونوعية في العمل الإعلامي على مختلف المستويات المحلية والإقليمية والدولية. وأصبحت وسائل الإعلام بكافة قنواتها من المؤسسات الفاعلة في التواصل الحضاري والتغير الاجتماعي. المنطقة العربية بشكل عام، ومنطقة الخليج العربي بشكل خاص، ليست بعيدة عن هذه التحولات، وما يتوقع لها من تداعيات ثقافية بكل أبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. لذا حرص منتدى التنمية أن يخصص لقاءه السنوي لهذا العام عن الدور التتموي والمسار المستقبلي للإعلام في دول الخليج. اشتمل لقاء هذا العام على ثلاث جلسات متخصصة وجلسة رابعة للنقاش العام.

تشير الأوراق التي قدمت والنقاشات التي تلت عرضها إلى حقيقة أساسية تتمثل في أن الإعلام لا يعمل في فراغ، بل هو نتاج طبيعي للواقع الثقافي في المجتمع بكل أبعاده وتجلياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ففي الوقت الذي نأمل فيه من المؤسسات الإعلامية بكل وسائلها المختلفة أن تساهم في العملية التتموية، علينا أن نكون أكثر تفهماً، لكن ليس بالضرورة تقبلاً، للواقع الثقافي لمجتمعنا وكيف انه يساهم في رسم المعايير الرقابية وخطوطها المتدرجة بألوان مختلفة، وما قد يترتب عليها من إعاقاة لقدرة الوسائل الإعلامية أن تكون قنوات للحوار الاجتماعي، وتساهم في الحراك والتتموية على مختلف المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتكون نوافذ للتواصل مع العالم الخارجي للاستفادة من تجاربه الايجابية والتتموية الناجحة.



انتهت جلسات هذا الملتقى إلى أن للإعلام دوراً تنموياً حيويًا ومهماً في دول الخليج، لكنه لن يتمكن من دوره هذا ما لم تتح له الظروف الموضوعية اللازمة للقيام بهذا الدور، وذلك من خلال جملة من الإصلاحات في المؤسسات السياسية والاقتصادية والثقافية، والتي ستهيئ له مناخاً من الحرية والاستقلالية في تناوله لقضايا الشأن العام. فعلى الرغم مما تشهده وسائل الإعلام في دول الخليج من نقلة في إمكاناتها التقنية الحديثة، إلا أن البيئة التنظيمية والتشريعية، وما ترتب عليها من هيمنة حكومية بشكل مباشر أو غير مباشر، مازالت تلقي بظلالها على المضامين بكافة أشكالها الإخبارية والترفيهية، وتجاوزت ذلك إلى علاقاتها بجمهورها ومدى المصادقية التي يعطيها لها.

تقتضي الموضوعية أن نشير إلى أن التجربة الإعلامية لدول الخليج تبقى متقدمة نسبياً مقارنة بتجارب دول عربية عديدة، ففي المجال الصحفي، تحتل الصحافة الكويتية مكانة بارزة في المشهد الإعلامي العربي مما انعكس بشكل واضح في تقارير عدة منظمات دولية معنية بحرية واستقلالية الإعلام، كما شهدت الصحافة في الإمارات والسعودية والبحرين وقطر وعمان تطوراً ملحوظاً في مضامينها وتناولها للشأن الداخلي. وفي المجال التلفزيوني تشير المبادرات الاستثمارية الخليجية إلى نقلة نوعية في طبيعة الخدمة التلفزيونية، مما يتوقع لها أن تسهم في بروز صناعة إعلامية متقدمة في حال توفرت البيئة التشريعية والتنظيمية المناسبة.

وفي الختام لا يسع منتدى التنمية إلا أن يتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل المشاركين والحضور لما ساهمت به أوراقهم ومدخلاتهم وأراؤهم من إثراء للنقاش والحوار بكل شفافية وموضوعية.

## أسماء المشاركين في اللقاء

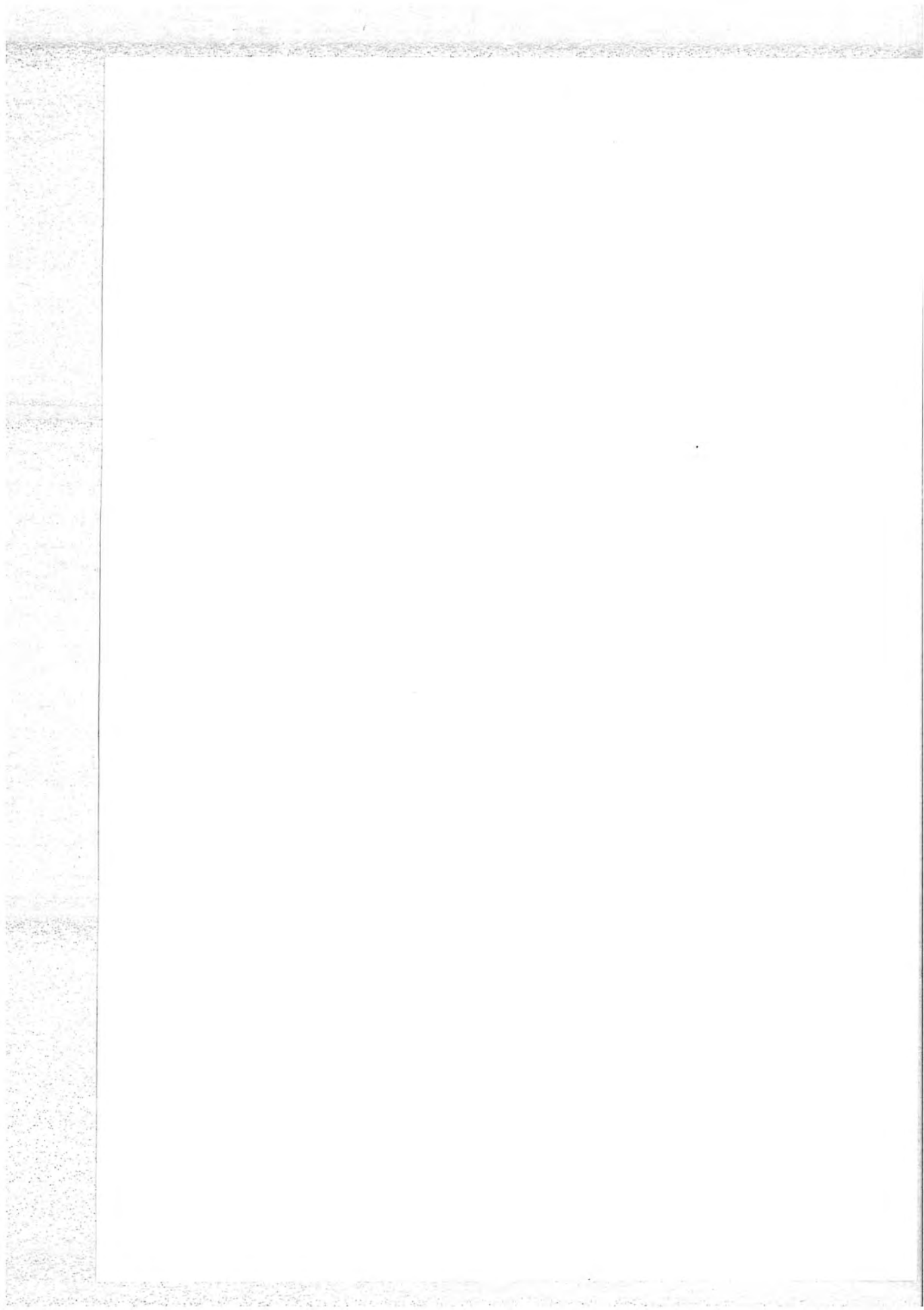
- |                      |                           |
|----------------------|---------------------------|
| • خالد الغنامي       | • ابتسام الكتبي           |
| • خالد هلال المطيري  | • إبراهيم إسماعيل الياسين |
| • خليفة بخيت الفلاسي | • إبراهيم بشامي           |
| • دعاء المرزوق       | • إبراهيم البعيز          |
| • راشد الجميري       | • إبراهيم عبدالله غلوم    |
| • راشد المبارك       | • أحمد بشارة              |
| • راشد المزروعى      | • أحمد سيف بالحصا         |
| • ريم الصبان         | • أحمد عبدالملك           |
| • زايد الزيد         | • آلاء البعيز             |
| • سليمان المطوع      | • أنور محمد الرواس        |
| • د. سليمان الجاسم   | • أنور الياسين            |
| • سعد الزهراني       | • أنيسة الشريف            |
| • سعود راشد العنزي   | • بدر زمام عريعر          |
| • سعيد محمد الصقلاوي | • بشائر الرفاعي           |
| • سعيد عبدالله حارب  | • بكر حسن                 |
| • سعيد غباش          | • بهية جواد الجشي         |
| • سمير المقرن        | • جاسم خالد السعدون       |
| • شمالان يوسف العيسى | • جان نادر                |
| • عباس اللواتي       | • حسن قائد الصبيحي        |
| • عبدالجليل الغريللي | • حسن مدن                 |
| • عبدالجليل النعيمي  | • حمد الريامي             |
| • عبدالخالق عبدالله  | • حمد الكواري             |

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| • محمد سالم الراشد     | • عبدالرحمن الحمود       |
| • محمد سلطان الكواري   | • عبدالرحمن الراشد       |
| • محمد الركن           | • عبدالرحمن العلولا      |
| • محمد السيد هاشم      | • عبدالرحيم شاهين        |
| • محمد الحيزان         | • عبدالرزاق فارس         |
| • محمد غانم الرميحي    | • عبدالعزيز سلطان العيسى |
| • محمد بن صالح الكواري | • عبدالعزيز بن صقر       |
| • محمد مساعد الصالح    | • عبدالله أبو راس        |
| • محمد ناصر السنعوسي   | • عبدالله الطويل         |
| • مريم خليفة بخيت      | • عبدالله النيباري       |
| • مريم الحاج صالح      | • عبدالوهاب الهارون      |
| • مشاري الحمود         | • عبدالنبي العكري        |
| • منيرة فخرو           | • عثمان الرواف           |
| • موسى زينل موسى       | • عتيق القين             |
| • موسى الصراف          | • علي الأحبابي           |
| • موضي الحمود          | • علي الحديثي            |
| • نادية الشراح         | • علي العاصم             |
| • ناصر إبراهيم القعود  | • علي محمود خاجه         |
| • نبيل فهد المعجل      | • علي الموسى             |
| • هدى الدغفق           | • عيسى حسين الأنصاري     |
| • وفاء الفارس          | • فيصل فهد الشايع        |
| • الشيخ وليد إبراهيم   | • فيصل عبدالعزيز الزامل  |
| • وليد خالد العصفور    | • قيس الأسطى             |
| • يوسف الجاسم          | • ماضي عبدالله الخميس    |
|                        | • مبارك جهلم الكواري     |

# الإعلام في دول الخليج: قراءة نقدية

---

د. إبراهيم البعيز



لعله من المناسب البدء بما قاله خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز - حفظه الله - في كلمته الافتتاحية للقمّة السابعة والعشرين لدول مجلس التعاون بأن إنجازات المجلس لا بأس بها بمقاييس الواقع السياسي وبمعيار ما هو ممكن، لكنها متواضعة بمقاييس الطموح وبمعيار ما هو ضروري. ما أشار له الملك عبدالله ينطبق وبشكل كبير أيضاً على التجارب المحلية لدول الخليج مع الإعلام. فالظروف السياسية والاجتماعية لوسائل الإعلام في هذه الدول لم تُتَح لها بأن تكون أفضل مما هي عليه، لكنها تبقى دون المستوى المأمول منها.

أدبيات الإعلام المقارن تشير إلى تباين واضح بين الدول في تجاربها الإعلامية، وذلك وفقاً لظروفها السياسية. ودول الخليج، بالطبع، لا تُستثنى من ذلك. ومن هذا المنطلق، فإنه ليس من السهولة أن نخرج باستنتاج وتقييم واحد لكل دول الخليج. فعلى الرغم من التشابه الظاهر، وبعض السمات المشتركة بين دول مجلس التعاون، إلا أن كل دولة تنفرد بتاريخها السياسي وبتركيبة النخب السياسية فيها، وهذا بالتالي انعكس وتجسد وبشكل بارز في سياساتها الثقافية بكل أبعادها ومحاورها، وخاصة تلك المتعلقة بالتعليم والإعلام.

ستتناول هذه الورقة التجربة الإعلامية لدول الخليج من أربعة محاور أساسية، ولعلها تعطي نظرة شاملة لهذه التجربة. تركز الورقة في محورها الأول على مفهوم السياسة الإعلامية، وكيف أنها تمثل المنطلق الأساسي لتقييم الإعلام في دول الخليج. أما المحور الثاني فسيكون عن الصحافة مع الإشارة بشكل خاص إلى الصحافة الكويتية، وكيف أنها استطاعت، بما أتاحتها لها الظروف السياسية المحلية، أن تتميز على المستوى العربي.

كما سيتم التطرق في هذا المحور إلى بوادر النقلة النوعية في الصحافة السعودية. المحور الثالث يتناول التلفزيون لكن ضمن المشهد العام لظاهرة القنوات الفضائية، مع الإشارة إلى الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي ساهمت في بروزها. يتناول المحور الرابع جهود التنسيق والتعاون الإعلامي بين دول الخليج وكيف أن هذه الجهود لم تسلم من اختلافات في وجهات النظر وما ارتبط بها من معايير رقابية متباينة أدت إلى فشلها. تنتهي الورقة، في محورها الرابع، بتوصية حول الخيار الأفضل للإعلام الإذاعي الرسمي (بشقيه المسموع والمرئي) في ظل المنافسة المتنامية مع القنوات الإذاعية والتلفزيونية التجارية.

### السياسة الإعلامية

التحليل النقدي والتقييم الموضوعي لتجربة دول الخليج مع وسائل الإعلام يبدأ بالسياسات الإعلامية لهذه الدول. ففيها تكمن كل التوجهات المعيارية normative وما بها من قيم سياسية واقتصادية واجتماعية ودينية وأخلاقية تحكم الممارسة الإعلامية لهذه الدول. لكل مجتمع سياسته الإعلامية، ولا تقتصر هذه السياسة على القوانين والأنظمة واللوائح والتعليمات المكتوبة، بل تتجاوزها إلى التعليمات والتوجيهات غير المكتوبة، المعلنة منها وغير المعلنة. تجربة الكاتب الصحفي عبدالله بن بخيت مع وزارة الإعلام في المملكة العربية السعودية تعطي مثلاً للبعد غير المكتوب في السياسة الإعلامية، حيث يقول «استدعيت إلى وزارة الإعلام لمقابلة أحد المسؤولين على هفوة ارتكبتها... دخلت مكتب المسؤول وفوراً دخلت معه في مناقشات موسعة استخدمت فيها ألين أنواع القول مغلفاً بابتسامات عذبة لم أمحضها حتى لأعز حبيبة في حياتي. يبدو أن ابتساماتي وقولي الهين اللين ألان تصلَّب سعادته ففصل تشابك أصابعه المتوترة وخلع كوعيه

عن الطاولة وألقى بعموده الفقري على مسند الكرسي ثم تكرم قائلاً: ترانا متسامحين معكم كثيراً يا أخ عبد الله، هالمره يمكنك أن تذهب. شعرت بالراحة. وفي حمى الكلمات المناقفة والمتزلفة مدت له يدي وصافحته ثم خرجت لا أنوي على شيء. اتصلت بالزميل المسؤول في الجريدة وقلت له: أبشرك كل شيء على ما يرام» (بخيت، 2006).

السياسة الإعلامية تتطلق من النظام السياسي الاجتماعي -sociopolitical order، وهي بالتالي قرارات سياسية، ومن الضروري التعامل معها على هذا الأساس وضمن هذا الإطار. فالقوانين والأعراف التي تحكم وتنظم وسائل الإعلام مبنية على الثقافة السياسية political culture للمجتمع التي تستند على القيم والمعتقدات والرموز التي ترسم الخطوط العريضة والإطار العام للقرار السياسي (Verba, 1965). يمكن لصانع القرار السياسي، وبناء على هذه الثقافة، أن يقاوم التغيير باسم حماية القيم الاجتماعية أو الدينية، وقد يعيد تشكيل بعض المؤسسات (بما فيها الإعلام) لكي تتناسب والظروف الاجتماعية المستجدة وفقاً للمعطيات المحلية والإقليمية والدولية. الثقافة السياسية، بالتالي، تشتمل على أبرز المتغيرات التي يجب أخذها في الاعتبار عند دراسة الظواهر الإعلامية.

الأبعاد الاجتماعية والسياسية والاقتصادية لهذه الثقافة، وما بها من تحالفات بين النخب السياسية، تلعب دوراً أساسياً في تشكيل السياسة الثقافية بشكل عام والسياسة الإعلامية على وجه الخصوص. السياسة الإعلامية وفق هذا المنظور لها أربعة أبعاد:

1- علاقة وسائل الإعلام بالحكومة من حيث الاستقلالية ومدى التبعية للسلطة التنفيذية في الدولة. حرصت الدول الخليجية بأن تحتكر ملكية الإذاعة (بشقيها المسموع والمرئي) على الرغم من مبادرات ومحاولات سابقة للقطاع الخاص في البحرين والكويت في الاستثمار في الخدمة



التلفزيونية (Beayeyz, 1989). وقد انعكست هذه الملكية والتبعية الحكومية على المضمون الإعلامي والترفيهي لهاتين الوسيلتين، حيث بقيت ولسنوات عدة بعد بدايتها غير قادرة على استقطاب المواطن وكسب ثقته كمصادر يعتمد عليها في الأخبار ومتابعة الأحداث السياسية الساخنة عالمياً وإقليمياً أو حتى على المستوى المحلي. تجسدت هذه الفجوة في تسابق المواطنين إلى وسائل الإعلام الخارجية لمتابعة الأحداث الساخنة ومناقشات القضايا المحلية والإقليمية. على الرغم من النقلة النوعية نسبياً في الخدمة التلفزيونية المحلية، إلا أنها لم تتجاوز بعد تبعات الملكية الحكومية في تناولها لقضايا الشأن العام المحلي.

ومن الناحية الترفيهية، ظل التلفزيون الرسمي ولسنوات طويلة منذ إنشائه قاصراً عن سد النقص في البدائل الترفيهية (مثل السينما والمسرح والفرق الموسيقية وغيرها) المتاحة للمواطن. لذا ظهرت في منطقة الخليج ظواهر إعلامية ملفتة للنظر، وكانت البداية بانتشار الفيديو خلال الثمانينات بنسب تضاهي العديد من البلدان المتقدمة. الطريف في الأمر أن منظمة اليونسكو سبق وان وضعت قائمة بالأجهزة والخدمات المنزلية Household Appliances and Services وكانت أجهزة الفيديو في ذيل القائمة ويسبقها وبمراحل أجهزة وخدمات أخرى مثل الثلاجة والكهرباء والهاتف والصرف الصحي. إلا دول الخليج استطاعت أن تكسر هذه القاعدة، حيث وصل الفيديو إلى المنزل قبل خدمات أكثر أهمية وحيوية في حياة المواطن. وما الانتشار المتسارع لظاهرة أطباق استقبال البث الفضائي في التسعينيات إلا تكرار لظاهرة الفيديو، ومؤشر على عجز التلفزيون الرسمي في القيام بدوره الترفيهي.

عندما بدأت الخدمات الإذاعية والتلفزيونية لم يكن القطاع الخاص في دول الخليج جاهزاً للاستثمار فيها، نظراً لما تتطلبه هذه الصناعة من استثمارات مالية عالية لتوفير التقنية والكوادر اللازمة لها، خاصة وأن

الصناعة الإعلانية في تلك الفترة كانت متواضعة جداً. وعلى الرغم من تغير الظروف، وما تبعها من نمو في الإنفاق الإعلاني في دول الخليج، بقيت الخدمات الإذاعية والتلفزيونية في يد الحكومة. صدرت بعض التصريحات من بعض المسؤولين في دول الخليج بما يشير إلى التوجه نحو الترخيص للمؤسسات الخاصة للبدء في قنوات إذاعية وتلفزيونية محلية، إلا أنه لم تصدر قوانين تنظم هذه التراخيص.

الصحافة المطبوعة لم يكن لها من الاستقلالية في بعض من دول الخليج سوى الشكل، فعلى الرغم من ملكية هذه الوسائل للقطاع الخاص، إلا أنها خاضعة للإشراف الحكومي ولو بشكل غير مباشر.

2- البعد الثاني للسياسة الإعلامية يتعلق بالقيم والمعايير المؤثرة في المضمون، تلك القيم التي تحدد المسموح والممنوع وفقاً لخطوط تتدرج بين اللونين الأخضر والأحمر. هذه المعايير تأخذ أبعاداً سياسية واجتماعية، لكنها في الغالب هلامية غير واضحة المعالم. ومن هنا نشأت في وسائل الإعلام الخليجية ثقافة الرقابة الذاتية التي تجعل الإعلامي يعيش في دوامة تصل في أحيان كثيرة إلى حالة من عمى الألوان، ويصعب فيها تمييز الألوان الخضراء من الحمراء. ونظراً لعدم قدرتنا، أو لنقل عدم رغبتنا، على استيعاب بعض من قيم السياسة الإعلامية في المجتمعات الحديثة مثل الحياد والتعددية والاستقلالية، غرقنا في بعض المصطلحات الفضفاضة مثل «المسؤولية الاجتماعية»، و«المصلحة العامة» و«النقد البناء» لنبرر فشلنا في قيام وسائل إعلامنا بدورها التنموي المطلوب.

3- السياسة الإعلامية تحدد الآليات والإجراءات المتبعة لتوزيع وتلقي وسائل الإعلام في المجتمع. السياسة الإعلامية لا تقتصر على وسائل الإعلام المحلية، بل تضع معايير وقوانين تحكم استيراد وتوزيع المطبوعات الإعلامية من الخارج، وهناك شواهد على أن عدداً من

الصحف العربية والخليجية، ولأسباب سياسية في الغالب، لا يسمح بتوزيعها في دول الخليج.

4- ترسم السياسة الإعلامية معالم العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها. فالإعلام الرسمي أو شبه الرسمي في دول الخليج يتعامل مع الجمهور (القرء والمستمعين والمشاهدين) كمتلقين، وان الرسالة في اتجاه واحد. ونجد أن الوسائل الإعلامية (بما فيها الصحف) هي أقرب في اهتماماتها إلى مصالح النخب ذات الثقل السياسي والاقتصادي من تناولها قضايا المجتمع أو القيام بدورها الرقابي، وقليل ما تستطيع أن تكون قنوات للحوار الاجتماعي في قضايا التنمية والإصلاح ببعدها الشامل.

الجانب الآخر في هذه العلاقة أن وسائل الإعلام في دول الخليج، كما في كل الدول العربية تقريبا، تجاهلت بقصد أو بدون قصد دراسات الجمهور ومسوحات الرأي التي تشير إلى مدى متابعة الجمهور المحلي لها ومدى رضاه عن مضامينها. تم إجراء بعض من هذه الدراسات، لكنها لم تكن بشكل دوري ومنتظم يساعد على تشكيل تصور واضح عن رضا الجمهور عن هذه الوسائل. رجع الصدى أو التغذية الراجعة (feed back) من العناصر الأساسية في الإعلام (الاتصال الجماهيري)، فمن خلاله تستطيع وسائل الإعلام (المرسل) أن تعرف وتقيم الكيفية التي استقبلت بها مضامينها (الرسالة). لا يهتم بهذا العنصر سوى وسائل ومؤسسات الإعلام الحريضة على جمهورها وتتعامل معهم كعنصر أساسي في العملية الاتصالية، تجاهل وسائل الإعلام في الخليج لمثل هذه الدراسات المسحية والاستطلاعية لآراء الجمهور مؤثر بعدم الحرص عليهم وتجاهلهم كعنصر أساسي في العملية الإعلامية. «نجاح أي وسيلة إعلامية في الغرب يقاس بمدى خدمتها للقارئ... المقياس العربي للنجاح هو كفاءة الوسيلة الإعلامية في خدمة السلطة والحكومة لان هناك قناعة متوارثة ببساطة عند اغلب

العاملين في الإعلام العربي أن القارئ يجب أن يقبل ما تعطيه له وسائل الإعلام» (حمزة، 2006).

بعد الثورة التقنية والطفرة في القنوات الفضائية والنمو المتسارع في الإنفاق الإعلاني في دول الخليج، يبدو أن وسائل الإعلام في دول الخليج بدأت تعدل بعضاً من المعالم الأساسية في طبيعة علاقتها مع جمهورها، فهو لم يعد بالنسبة لها مجتمع متلقياً لرسائلها، بقدر ما أصبح سوقاً ومجالاً استثمارياً لتحقيق أكبر قدر من الأرباح من خلال الإيرادات الإعلانية. على الرغم من أهمية تقديرات حجم الجمهور في الصناعة الإعلانية، إلا أن وسائل الإعلام الخليجية بشكل عام لا تزال مترددة في الكشف والإفصاح عن حجم انتشارها، وتعامل مع هذه الأرقام والإحصاءات بالسرية والضبابية.

### الصحافة

كان للثورة التقنية، وما ترتب عليها من ذوبان للحدود السياسية وانفتاح إعلامي وثقافي على العالم، تأثير واضح وجلي على الإعلام والصحافة في الخليج. تمثل هذا التأثير في سعي دول الخليج إلى تحديث أنظمتها وقوانينها الصحفية، وتلك المتعلقة بالمطبوعات والنشر بشكل عام. ففي المملكة العربية السعودية صدر في عام 2001 نظام للمؤسسات الصحفية بدلا من النظام السابق للمؤسسات الصحفية الأهلية والذي كان معمولاً به منذ عام 1963، كما صدر نظام جديد للمطبوعات والنشر عام 2001 ليكون بديلا للنظام السابق لعام 1982. وفي البحرين صدر في 2001 قانون تنظيم الصحافة والطباعة والنشر بديلا للنظام السابق لعام 1979. وفي عمان صدر في عام 2004 مرسوم سلطاني بتعديل بعض أحكام قانون المطبوعات والنشر، والذي سبق أن اصدر عام 1975 وجرى عليه بعض

التعديلات في عام 1984. وفي الكويت صدر حديثاً (عام 2006) نظام جديد للمطبوعات والنشر ليكون بدلا من النظام السابق «قانون المطبوعات والنشر رقم 3 لعام 1961».

تقييم الممارسة الصحفية والإعلامية قد تكون ناقصة إن هي اقتصرنا على محور القوانين والأنظمة واللوائح التنفيذية المكتوبة. مؤسسة فريدوم هاوس Freedom House في تقييمها لحرية الصحافة في العالم لم تعط البيئة التشريعية سوى 30% من إجمالي النقاط لمؤشر حرية الصحافة، في حين أخذت الظروف السياسية 40% والبيئة الاقتصادية 30%، فبالتالي القضية ليست في القوانين واللوائح المكتوبة، وليست مقتصرة على المساحة المتاحة لكتاب المقالات والأعمدة، لكنها مرتبطة بشكل أساسي بالبيئة والظروف السياسية والاقتصادية التي تحيط بالمؤسسات الإعلامية، والتي تؤثر عليها في القيام بدورها الإعلامي بدرجة من الشفافية والتعددية والاستقلالية والحياد. ولفهم البيئة السياسية والاقتصادية المتعلقة بتقييم حرية الصحافة، يجب الأخذ في الاعتبار بالمؤشرات التالية:

- تحكم الحكومة أو تيار حزبي سياسي بعينه في الأخبار بشكل خاص وفي المضمون الإعلامي بشكل عام...
- الحظر على الصحفيين والتحكم في وصولهم إلى المصادر الرسمية وغير الرسمية.
- الرقابة الرسمية سواء السابقة أو اللاحقة على الوسائل الإعلامية المحلية أو المستوردة.
- ممارسة الصحفيين الرقابة الذاتية على أنفسهم
- شمولية وعمق التغطية الإعلامية واحتوائها على كل جهات النظر المتباينة تجاه القضية المطروحة.
- الحرية المتاحة للصحفيين، محليين أو أجانب، للتغطية الإعلامية.

- تعرض الصحفيين أو المؤسسات الإعلامية لإهانات أو اعتداءات من قبل السلطات الرسمية أو أية جماعات أخرى.
  - ملكية الحكومة أو تحكمها في وسائل الإعلام وانعكاس ذلك على التنوع في وجهات النظر التي تقدمها.
  - الوضوح والشفافية في إعلان الملكية الخاصة لوسائل الإعلام مما يتيح للجمهور الحكم على موضوعيتها في نقل الأخبار.
  - حجم الموانع والمحظورات على الإنتاج والتوزيع الصحفي.
  - فرض الحكومة تكاليف قد تحد من تأسيس وتشغيل المؤسسات الإعلامية.
  - التحكم سواء من قبل الحكومة أو جهات أخرى في وسائل الإعلام من خلال مخصصات الإعلان التجاري أو المعونات.
  - اعتماد وسائل الإعلام ماليا على الحكومة أو الأحزاب السياسية أو الشركات الكبرى أو جماعات التأثير والضغط السياسي.
- التحليل القانوني للأنظمة والقوانين المرتبطة بالعمل الإعلامي في دول الخليج قد يكون خارج حدود هذه الورقة، لكنه ليس من المستبعد ورود الكثير من العبارات المطاطة التي تتسم بالضبابية والتي قد لا يكون فيها الاجتهاد «مأمون العواقب» (العنزي، 2003). فعلى الرغم من أهمية البعد القانوني والتشريعي، إلا أنه، وكما سبق وأن أشرنا، لا يمكن إغفال الظروف والبيئية السياسية والاقتصادية التي تؤثر في الممارسة الإعلامية، فمثلاً المادة 14 من السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية الصادرة عام 1982م تنص على أن «تخصص وسائل الإعلام برامج ثقافية رفيعة المستوى متعددة الاتجاهات للفئات المثقفة ثقافة عالية من شأنها تلبية حاجات هذه الفئات الفكرية الثقافية وتستديم اتصالها بالحياة العلمية المتطورة ووقوفها

على الآثار الفكرية المتجددة»، لكن الظروف السياسية على المستوى المحلي أو الإقليمي لم تكن لتستوعب هذه الفئة من المضامين في وسائل الإعلام السعودية.

تتباين دول الخليج في تجاربها مع الصحافة، ولعل مرد ذلك في المقام الأول إلى تباين تجاربها في الديمقراطية والمشاركة الشعبية. فالصحافة الكويتية تعتبر متقدمة نسبياً على نظيراتها في دول الخليج. وقد انعكس هذا التباين في عدد من الدراسات العلمية والتقارير الدولية التي تناولت الصحافة العربية. «تستفيد الصحافة الكويتية من أجواء الانفتاح السياسي والديمقراطية فيما تتناوله من موضوعات ممثلة بذلك حالة فريدة من نوعها فهي صحف عائلية ومفروزة سلفاً بحسب توجهاتها إلا أنها تتمتع بـ «براغماتية مهنية وسياسية» هيأتها الديمقراطية التي يعمل بمقتضاها البلد مما يجعلها «صحافة موقف» تتبنى وجهة نظر الشارع في قضايا يكون هو فيها الأقرب إلى الصواب منه إلى الحكومة والعكس» (عيسى، 2006).

اختلاف وتميز الصحافة الكويتية عن بقية الدول العربية لم يكن جديداً. ففي دراسة علمية للصحافة العربية (Rugh, 1979) صدرت عام 1979 تم تصنيف الصحافة الكويتية ضمن مجموعة صحافة التنوع Diverse Press مع الصحافة اللبنانية والمغربية، في حين كانت الصحافة السعودية والبحرينية والقطرية والإماراتية ضمن مجموعة صحافة الولاء Loy-alist Press. أما الدول العربية الأخرى (مثل مصر والعراق وسوريا والسودان والجزائر واليمن الجنوبي وليبيا) فكانت في مجموعة صحافة التعبئة Mobilization Press.

كما صنف تقرير صدر مؤخراً عن مؤسسة فريدوم هاوس (Freedom House, 2005) الصحافة الكويتية على قائمة الصحافة العربية في مجال الحرية حيث حصلت على تصنيف شبه حرة Partly Free وكان ترتيبها 119 ضمن قائمة ضمت 194 دولة في العالم.

## تصنيف مؤسسة فريدم هاوس لحرية الصحافة في العالم

الدولة	الترتيب	النقاط	التصنيف
الكويت	119	58	شبه حرة Partly Free
لبنان	125	60	شبه حرة Partly Free
الأردن	128	62	ليست حرة Not Free
قطر	128	62	ليست حرة Not Free
المغرب	131	63	ليست حرة Not Free
الجزائر	134	64	ليست حرة Not Free
مصر	145	68	ليست حرة Not Free
العراق	155	70	ليست حرة Not Free
البحرين	156	71	ليست حرة Not Free
عمان	158	72	ليست حرة Not Free
الإمارات	158	72	ليست حرة Not Free
اليمن	171	76	ليست حرة Not Free
إيران	173	80	ليست حرة Not Free
السعودية	173	80	ليست حرة Not Free
تونس	173	80	ليست حرة Not Free
سوريا	179	83	ليست حرة Not Free
فلسطين	182	84	ليست حرة Not Free
ليبيا	190	95	ليست حرة Not Free

Source: Freedom House "Freedom of the Press 2005"



يشير عدد من المراقبين إلى أن الصحافة في دول الخليج تشهد حالياً نقلة نوعية. فعلى الرغم من غياب الممارسة الديمقراطية أو حدثتها، إلا أن الصحافة الخليجية بدأت تتسم بحرية وانفتاح نسبي. يرى فيصل القاسم أن الإعلام في دول الخليج أكثر انفتاحاً من نظيره في بعض الدول العربية الأخرى، ويقول بأنه «أفضل بعشرات المرات من غيره على الصعيد العربي... فالصحف الخليجية مثلاً إن كانت في المملكة العربية السعودية أو دولة الإمارات العربية المتحدة أو قطر أو الكويت أو البحرين، تعتبر متقدمة جداً مقارنة بنظيراتها العربية في أكثر من بلد. فهناك أقلام عربية محترمة تكتب في تلك الصحف وتقدم للقارئ وجبة دسمة من الأفكار والمواد مع الأخذ بعين الاعتبار طبعاً أن تلك المواد تظل حذرة في التعامل مع الشأن الداخلي الخليجي، لكنها تظل نسبياً أكثر مهنية واحتراماً لقراءها» (العليوي 2002). يرصد الكاتب الصحفي عبدالله بن بخيت سمات هذه النقلة بقوله «... مسؤول وزارة الإعلام على سبيل المثال لم تعد علاقته بالصحف هي نفس العلاقة التي كانت قائمة قبل عشر سنوات مثلاً... أكاد أقتنع أن حرية الصحافة في المملكة بلغت أرقى ما يمكن أن ترقى إليه... فلو وازنا بين مساحة الحرية القائمة قبل سنوات قليلة وبينها الآن سنجد أن الفرق نوعي. ويقابله في الوقت نفسه فرق في الإمكانيات الصحفية. ارتقاء الصحافة في الكوادر وفي التكنولوجيا وفي فهم طبيعة الدور فرض جزئياً الحرية الصحفية التي نتمتع بها الآن. تشكل الصحف السعودية الآن قوة فاعلة (ولكن غير حاسمة) في المجتمع. بدأ تأثيرها وسلطتها يصلان إلى مستوى حساس جداً» (بخيت، 2006).

أظهرت دراسة حديثة (الشلهوب، 1427هـ) حول تناول الصحافة السعودية لقضايا الإصلاح في المملكة، بأن قضايا الإصلاحات السياسية والإدارية أخذت نصيب الأسد من اهتمام مواد الرأي في ثلاث صحف رئيسية في المملكة (الرياض وعكاظ والوطن)، فقد كان لهذه الإصلاحات

ما يصل إلى 60% من إجمالي المساحة المعطاة لمواد الرأي. وخلص الباحث إلى وجود تأييد واضح في مواد الرأي لخطوات الإصلاح التي اتخذتها الحكومة، إلا أن ذلك «لم يمنع من وجود بعض الكتابات وإن كانت ليست كبيرة كان اتجاهها سلبياً انتقدت خطط وخطوات الإصلاح في المملكة وهذا يعني عدم تحرج بعض كتاب الرأي في الصحف من معارضة أو انتقاد خطوات الإصلاح، واستفادة بعض الكتاب من مساحة الحرية التي أتيحت أمامها مؤخراً لتقديم رؤى صريحة حول ما يطرحونه من قضايا وموضوعات» (ص 166).

إشكالية الصحافة في الخليج قد لا تقتصر على الظروف السياسية والثقافية فقط، بل تتجاوز ذلك إلى وفرة الكوادر الصحفية المؤهلة. المملكة العربية السعودية من أوائل من سارع بإدخال الإعلام في برامجها الجامعية. ففي خلال فترة لم تتجاوز الأربع سنوات (1972-1976)، تسابقت ثلاث من الجامعات السعودية (جامعة الملك سعود، وجامعة الملك عبد العزيز، وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) بافتتاح أقسام للإعلام وب تخصصات فرعية متقاربة (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، العلاقات العامة). وعلى الرغم من مرور أكثر من ثلاثين عاماً على هذه الأقسام، إلا الإعلام السعودي بشكل عام والصحافة على وجه الخصوص، لم تستكمل كوادرها المؤهلة بعد. ففي دراسة مسحية (العربي والعوفي، 2003) لعينة من العاملين في المجال الصحفي في المملكة، تبين أن الغالبية منهم (62%) من غير المتخصصين في الإعلام، وأن 59% لم يسبق لهم الحصول على دورات تدريبية. أما من حيث مستوى الدخل فقد أظهرت الدراسة أن رواتب النسبة الكبرى منهم (65%) أقل من 5000 ريال شهرياً، وأن 49% منهم لم يسبق لهم السفر في مهمة صحفية. انعكست هذه السمات والخصائص الديموغرافية الأساسية للصحفي على مفهومه للصحافة ودورها في المجتمع. حيث يرى 78% ممن شملتهم

الدراسة أن دورهم الأساسي في المجتمع «حماية الجمهور من التأثير بالآراء المخالفة لاتجاه الدولة الرسمي»، أما «التأثير على السياسات العامة» فلا يراه دورا أساسيا سوى 47% منهم. وليس من المستبعد أن تظهر نتائج دراسات مسحية في بقية دول الخليج بنفس النتائج، فهذه، وكما يشير العربي والوعوفي (2003، ص 128)، تبدو ظاهرة في دول عربية أخرى.

هذا الاتجاه والمفهوم لدور الصحافة (على الرغم من استقلاليتها الشكلية عن الحكومة) في المجتمع لا يتفق مع أبسط القيم الإعلامية السائدة، وهي أن الإعلام يمثل السلطة الرابعة والرقيب على أداء السلطات الثلاث الأخرى. ويمكن تعليل ذلك بالظروف والوقع السياسي في الوطن العربي حيث لا يستطيع الصحفي «التعرض لسياسات الدولة خوفا من العقاب كالسجن والشطب والإيقاف والفصل وربما الاتهام بالعمالة وما شابه ذلك» (ص 130).

### التلفزيون

من الصعب التطرق إلى تجربة دول الخليج مع التلفزيون دون الإشارة ولو بشكل شامل إلى المشهد العام لظاهرة القنوات الفضائية في الوطن العربي. وهي ظاهرة ارتبطت بدول الخليج بشكل مباشر وواضح، فهي نتاج لاستثمارات سعودية (مجموعة أم بي سي MBC، شبكة أوربت، شبكة راديو تلفزيون العرب) وكويتية (شبكة شوتايم) وإماراتية (مدينة دبي للإعلام)، وتبث من خلال أقمار المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عريسات) والمملوكة بشكل أساسي للسعودية (36.66%) والكويت (14.59%) وقطر (9.81%). كما أن النسبة العظمى من القنوات التجارية تستهدف السوق السعودية في المقام الأول.

شهدت الدول العربية منذ ما يربو على خمسة عشر عاما طفرة في عدد

القنوات التلفزيونية المتاحة للمشاهد العربي. وعلى الرغم من تباين ردود الفعل ووجهات النظر تجاه هذه الطفرة، إلا أنها تمثل نقلة نوعية في الخدمة التلفزيونية المتاحة للمشاهد العربي (البعيز، 2003).

تزامنت بداية البث التلفزيوني الفضائي مع الغزو العراقي للكويت عام 1990م، ومع ما ترتب عليه من تداعيات لأكبر أزمة سياسية تشهدها المنطقة العربية. ساهمت هذه الأزمة في كشف المستور حول عجز التلفزيون الرسمي في استيعابه لهذه الأزمة، وكسب ثقة المواطن كمصدر يمكن الاعتماد عليه للأخبار والتحليلات السياسية. كما كشفت عن تواضع الإمكانيات والكوادر الفنية والتقنية للتلفزيون العربي وعدم قدرتها على مسايرة متطلبات الإعلام الحديث في ظل الثورة التقنية المتسارعة. ولتجاوز ضعف التلفزيون الرسمي، قامت دول عربية مثل مصر والسعودية ببث قناة الأخبار الأمريكية CNN محلياً.

ضعف التلفزيون الرسمي شجع رجال الأعمال العرب (خاصة من المملكة العربية السعودية) على الدخول في الإعلام كأحد المجالات الاستثمارية الواعدة. وكانت الانطلاقة بقناة MBC التي بدأت إرسالها في سبتمبر 1991 من بريطانيا، لتكون أول نسخة عربية للقنوات التجارية الأمريكية والأوروبية. وفي عام 1994م بدأت شبكة راديو وتلفزيون العرب ART بثها من Telespazio Center في Fucino شرق روما، ولها مراكز إنتاج في بيروت وعمان والرياض وجدة وتونس ودبي وباريس. كما بدأت في نفس السنة ومن روما أيضاً شبكة أوربت Orbit بتقديم قنوات تختلف عن بقية القنوات الفضائية السائدة في تلك الفترة حيث ركزت على المضمون الأمريكي سعياً منها في استقطاب فئة معينة من المشاهدين في الوطن العربي.

الانتشار الواسع لأطباق استقبال البث الفضائي المباشر شجع

المستثمرين العرب، وفتح شهية الدول العربية على اختلاف إمكاناتها وتجاربها الإعلامية على الدخول في مجال البث الفضائي، بعضها لأهداف سياسية واضحة والبعض الآخر لمجرد تسجيل الحضور الإعلامي في البث الفضائي.

يزيد عدد القنوات الفضائية الموجهة إلى البلاد العربية (وهي القنوات التي تبث من نظامي عربسات ونايلسات) عن 235 قناة. العدد المتنامي للقنوات الفضائية يمثل نقلة نوعية وكمية في المشهد العام للخدمة التلفزيونية في الوطن العربي من حيث الملكية ومصادر التمويل، وما ترتب على ذلك من تغير في المضامين.

تعود المواطن في الوطن العربي قبل القنوات الفضائية على مجانية الخدمة التلفزيونية، إلا أن إجمالي القنوات المتاحة مجاناً لا تتجاوز 41٪، بينما الغالبية 59٪ مشفرة تتوزع بين ثلاث شركات متخصصة في التلفزيون المدفوع: أوربت، شوتايم Showtime، والشبكة الرقمية العربية للتوزيع «الأوائل». إن تدني نسبة القنوات المجانية مقارنة بالقنوات المشفرة يعود إلى أن غالبيتها (73٪) مملوكة لشركات تجارية في حين أن القنوات الحكومية لم تتجاوز (27٪). التغير في نمط الملكية ومصدر التمويل للخدمة التلفزيونية انعكس وبشكل جلي على معايير الأداء لهذه القنوات. أصبحت الخدمة التلفزيونية تقدم وفقاً لمعايير تجارية تقوم في المقام الأول على استقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين سعياً وراء الموارد الإعلانية، حتى لو ترتب على ذلك تجاوز لمعايير أخلاقيات المهنة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية. انعكست هذه المعايير وما يرتبط بها من مفاهيم تجارية ربحية على المضمون، وظهر ذلك وبشكل جلي في اتجاه القنوات الفضائية نحو التخصص. لم تتجاوز نسبة القنوات الشاملة 20٪ من إجمالي القنوات الفضائية المتاحة، حيث توزعت النسب الباقية بين قنوات متخصصة في المضامين الترفيهية تركز على الأفلام والمسلسلات والموسيقى والمنوعات

(35%)، ورياضية (11%)، وإخبارية (11%)، وقنوات تعليمية وثائقية (31%) وقنوات للأطفال (4%).

الملفت للنظر أن اللغة العربية لم تعد هي اللغة السائدة في البث التلفزيوني في المنطقة العربية، حيث لم تتجاوز نسبة القنوات التي تبث باللغة العربية فقط 48% وهذه نسبة منخفضة في حق اللغة العربية في خدمة تلفزيونية موجهة إلى البلاد العربية بتقنية مملوكة عربيا (عربسات ونايلسات)، في حين وصلت القنوات التي تبث باللغة الانجليزية 41%، والنسبة الباقية (11%) بلغات أخرى مثل الهندية والفرنسية وهي الموجهة إلى الجاليات الأجنبية في منطقة الخليج أو إلى الدول العربية في شمال إفريقيا. يمكن تفسير التفوق النسبي للغات الأجنبية، خاصة اللغة الإنجليزية، إلى أنماط الملكية السائدة لهذه القنوات الفضائية، حيث إن نسبة كبيرة منها (42%) هي في الواقع قنوات أجنبية يتم نقلها على الشركات الثلاث للتلفزيون المدفوع Pay TV في الدول العربية.

ظاهرة القنوات الفضائية لا يمكن إرجاعها فقط إلى الإنجازات الحديثة في تقنيات الاتصال عبر الأقمار الصناعية والمتمثلة في البث المباشر، والضغط الرقمي، لأنها في الحقيقة نتيجة لمجموعة من المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية تفاعلت مع بعضها البعض. هذه الأسباب ساهمت في بروز هذه الظاهرة، وفي تشكيل توجهاتها المستقبلية، وتحديد تداعياتها الثقافية على المنطقة العربية بشكل عام وعلى الرسالة التتموية والحضارية للتلفزيون كأحدى أهم وسائل الإعلام وأكثرها انتشاراً.

#### المتغيرات السياسية:

تزامنت الإرهاصات الأولى لهذه الظاهرة في أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات من القرن الماضي مع تفكك الاتحاد السوفييتي ونهاية الحرب

الباردة، وهذا الحدث السياسي لم يكن مجرد نهاية دولة عظمى بقدر ما هي بداية لهيمنة الرأسمالية بقيمها السياسية والاقتصادية. كان لهذه القيم بريق شجع العديد من دول العالم الثالث على الأخذ بها كأسس لإصلاحاتها السياسية والاقتصادية، وذلك رغبة في استرضاء الولايات المتحدة باعتبارها القوة المهيمنة على النظام العالمي الجديد، وللحصول على دعمها السياسي وأحياناً مساعداتها الاقتصادية والعسكرية المربوطة بالأخذ بهذه القيم كأسس لنظمها السياسية والاقتصادية. لذا عمت العالم موجة من التحولات السياسية والاقتصادية ذات السمات الليبرالية، بعضها أخذت شكل الديمقراطية، وبعضها اقتصرت على ليبرالية السوق. المنطقة العربية لم تكن في معزل عن هذه المتغيرات الدولية، حيث شهد بعض من الدول العربية جملة من التغيرات السياسية التي جاءت نتيجة للمتغيرات على المستوى الدولي أو نتيجة لمتغيرات على المستويين الإقليمي والمحلي. فبعد انتهاء الحرب الباردة سعى بعض من الدول العربية إلى إصلاحات سياسية ضمن جهودها للبحث عن سبل جديدة «للمحافظة على العقد الاجتماعي الذي ينظم العلاقة السياسية بين الدولة ومواطنيها» (صايغ، دون تاريخ، ص 42). وقد جاء ذلك سعياً لتجنب مخاطر تقليص الرعاية الاقتصادية التي تقدمها لمواطنيها. لقد تمثلت هذه الإصلاحات في عدد من التوجهات نحو الديمقراطية والتي تمت الإشارة إليها في دراسات وتحليلات عدة عن الوضع السياسي في المنطقة العربية بشكل عام أو في منطقة الخليج العربي على وجه الخصوص (الكواري، 2002). كان لمثل هذه التغيرات السياسية، على الرغم من تواضعها في توجهاتها الديمقراطية، انعكاس جلي على الإعلام وحرية الصحافة بشكل عام. وشهدت مفاهيم الإعلام في المنطقة العربية نوعاً من التجديد.

أضحت حرية واستقلالية الإعلام جزءاً من الخطاب العربي في الآونة الأخيرة، حيث بادرت بعض الدول العربية مثل قطر والأردن وأخيراً

الإمارات بإلغاء وزارة الإعلام على افتراض عدم الحاجة إليها. كما سبق وأن أوصى مجلس الشورى في المملكة العربية السعودية وفي أكثر من مناسبة بضرورة دراسة إمكانية تحويل الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء إلى مؤسسات عامة لمنحها المرونة الإدارية والمالية مما يمكن أن يساهم في تطوير أدائها الإعلامي. كما تبنت الدول العربية في الدورة التاسعة والعشرين للمؤتمر العام لمنظمة اليونسكو في نوفمبر 1997 إعلان صنعاء لدعم استقلالية وتعددية الإعلام العربي، والذي سبق وان تبناه الصحفيون العرب في يونيو 1996م. ونتيجة طبيعية لمثل هذه المتغيرات أصبح الإعلام في دول الخليج العربي، على الرغم من غياب الممارسة الديمقراطية في المؤسسات السياسية، يتسم، وكما سبق وان اشرنا، بحرية وانفتاح نسبي. ساهمت هذه التغيرات على المستويين الدولي والمحلي، وما ترتب عليها من تداعيات على الساحة الإعلامية بتوفير الفرصة السياسية لظهور القنوات الفضائية.

### المتغيرات الاقتصادية

التلفزيون من ابرز المجالات الاستثمارية الواعدة في مجال الإعلام، فالرخصة التلفزيونية كما يراها أحد المتخصصين في اقتصادات الإعلام «رخصة لطباعة الأوراق النقدية license to print money». مرت الكويت والبحرين، في أوائل الستينيات والسبعينيات على التوالي، بمبادرات استثمارية بإنشاء محطات تلفزيونية خاصة، في السنوات الأولى لدخول التلفزيون فيها، لكن لم يكتب لهذه المبادرات فرصة النجاح. فالأنظمة والقوانين والظروف السياسية والاقتصادية لم تكن قادرة على استيعاب طموح رجال الأعمال للدخول في هذا الميدان الاستثماري الواعد. أتاحت التطورات الحديثة في تقنيات البث المباشر عبر الأقمار الصناعية والضغط الرقمي الفرصة لتجاوز هذه العقبة، وذلك من خلال التراخيص الأجنبية



للقنوات التلفزيونية. معظم القنوات الفضائية العربية الخاصة، على الرغم من أنها استثمارات عربية وتستهدف جماهير عربية، بدأت بتراخيص أجنبية.

الإيرادات الإعلانية هي العمود الفقري للاستثمار في وسائل الإعلام. وتشير الإحصاءات إلى نمو متزايد في حجم الإنفاق الإعلاني في الوطن العربي خلال الفترة التي بدأت فيها بوابد القنوات الفضائية، فقد ارتفع الإنفاق الإعلاني من حوالي 320 مليون دولار في 1985 ليصل إلى حوالي 800 مليون دولار 1993 ليرتفع إلى حوالي 2760 مليون دولار في عام 2001. على الرغم من بعض التحفظات على التدني النسبي لهذه الأرقام مقارنة مع مناطق أخرى من العالم، إلا أنها تشير إلى نسبة النمو التي وصلت بين عامي 1985 و1993 إلى 150%، وارتفعت هذه النسبة بين عامي 1993 و2001 إلى 245%. هذا النمو المتسارع في الإيرادات الإعلانية يعتبر من أبرز الحوافز التي شجعت على الاستثمار في مجال القنوات الفضائية.

تشير الإحصاءات إلى أن حجم الإنفاق على الإعلان التلفزيوني متأثر بالقنوات الفضائية. فالقنوات الفضائية العربية والمرخصة من خارج الوطن العربي Pan Arab Media زادت حصتها من 29.7 مليون دولار في عام 1993 لتصل إلى حوالي 208.3 مليون دولار في عام 1997، وهذه تمثل زيادة تتجاوز نسبتها 700%. هذه الزيادة كانت على حساب حصة الدول التي ليس لها قنوات فضائية قادرة على المنافسة، ويتجسد ذلك في تجربة السعودية التي تدنت حصصها من الإنفاق على الإعلان التلفزيوني لتصل إلى 31.9 مليون دولار في عام 1997 بعد أن كانت تصل إلى 57.7 مليون دولار عام 1993، نسبة الانخفاض وصلت إلى 45%.

ترتبط القنوات الفضائية بشكل مباشر أو غير مباشر بدول الخليج العربي حيث تتوفر القوة الشرائية والنزعة الاستهلاكية المرتفعة مقارنة

ببقية البلدان العربية. فالقنوات الفضائية الخاصة وخدمات التلفزيون المدفوع هي استثمارات سعودية أو كويتية (شبكات أوربت والأوائل وأي أر تي استثمارات سعودية، بينما شبكة شوتايم كويتية)، وهي موجهة في المقام الأول لمنطقة الخليج. فالإعلان عن مواعيد البرامج يكون مقروناً بتوقيت السعودية، وأسعار الإعلان محددة وفق وقت ذروة المشاهدة في السعودية. فالسوق السعودية تعتبر ذات أهمية بالغة للعديد من الوسائل الإعلامية. يقول أحد المراقبين في صناعة الإعلام «تضع الشركات الصناعية بدءاً من بوينج في سياتل إلى شركتي تويوتا ونيسان في اليابان مخصصات للإعلان بما يتناسب ومبيعات الصحف في السعودية، ولا تستطيع صحيفة إقليمية في العالم العربي أن تعيش دون السوق السعودية» "Empire Builders 2001 p 45".

البعد الاستثماري للقنوات الفضائية لم يقتصر على الإيرادات الإعلانية فقط، بل تجاوز ذلك ليشمل خدمات البث والتوزيع. فقد دخلت مجموعة من الفعاليات والمؤسسات الاقتصادية الخاصة والحكومية وشبه الحكومية مجال الاستثمار في القنوات الفضائية التلفزيون. فشركات الاتصالات في قطر والإمارات مثلاً سارعت إلى الاستثمار في مجال التلفزيون المدفوع Pay TV. ففي 1993 بدأت المؤسسة العامة القطرية للاتصالات السلكية واللاسلكية بخدمة الكبل التلفزيوني اللاسلكي «قطر كبل فيجن» Qatar Cable Vision، وفي عام 2000 دشنت شركة الإمارات للاتصالات «اتصالات» خدماتها التلفزيونية من خلال شركة الإمارات للكبل والوسائل المتعددة «رؤية الإمارات» Emirates Vision. هاتان الشركتان تقدمان خدمة توصيل البرامج التلفزيونية الفضائية على أسس تجارية، وتشمل هذه الخدمة عدة قنوات فضائية: محلية وإقليمية وأميركية وأوروبية وآسيوية وغيرها من القنوات الاختيارية مدفوعة الاشتراك مقدماً.

شجع الانتشار والقبول الاجتماعي للقنوات الفضائية على ظهور عدد من الشركات المتخصصة في مجال الخدمة التلفزيونية التلفزيون المدفوع، ولعل من أبرزها شركة المشاريع الاستثمارية الكويتية التي أسست مناصفة مع كبرى شركات الكبل الأمريكية Viacom خدمة شوتايم Show Time في عام 1996. كما تأسست الشركة المصرية للأقمار الصناعية «نايلسات Nilesat» في عام 1996م لتقدم خدماتها بشكل أساسي في مجال البث للقنوات الإذاعية والتلفزيونية الرقمية Digital Direct to Home TV & Radio Broadcasting. وهي شركة استثمارية يصل حجم رأسمالها إلى 500 مليون دولار. المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية «عربسات» ليس بعيدة عن نايلسات في طموحاتها الاستثمارية في مجال البث للقنوات الفضائية، خاصة وأنها تمثل فرصة سانحة لتجاوز مؤشرات فشلها في تحقيق بعض من الآمال المعقودة عليها في مجال التبادل والتعاون التلفزيوني الإعلامي بين الدول العربية (لبيب، 1997). فبعد أقل من ثلاث سنوات على بدء عمل القمر الثاني من الجيل الثاني (عربسات 2ب) عام 1996 سارعت عربسات في إطلاق القمر الأول من الجيل الثالث (عربسات 3أ) عام 1999 في نفس المدار (26 درجة شرق)، حيث تركزت إمكاناته على خدمة البث التلفزيوني المباشر بما يتوفر عليه من 20 قناة قمرية - Trans-ponder بسعة إجمالية تصل إلى 200 قناة تلفزيونية.

الأنظمة والقوانين، وربما الواقع السياسي، في دول الخليج لا تتيح الملكية الخاصة للإذاعة والتلفزيون، لكن إمارة دبي تجاوزت هذه الأنظمة والظروف السياسية بإنشاء مدينة دبي الإعلامية Dubai Media City. الملفت للنظر أنه يتم الترخيص من هذه «المنطقة الحرة» للخدمات الإعلامية، بما في ذلك القنوات الفضائية وشركات الإنتاج التلفزيونية وغيرها من الخدمات الإعلامية المختلفة، التي لا تسمح الأنظمة والقوانين بالترخيص لها محلياً، إلا أن الأبعاد الاقتصادية والاستثمارية لهذه

الخدمات استطاعت أن تتجاوز هذه الأنظمة والقوانين طالما أن هذه الخدمات الإعلامية، خاصة القنوات الفضائية، موجهة للخارج في المقام الأول.

### المتغيرات الاجتماعية

لم يكن للقنوات الفضائية أن تزداد في عددها وتتنوع في مضامينها بالشكل الذي وصلت إليه لو لم تتوفر لها الظروف السياسية والاقتصادية والإمكانات التقنية التي تم الإشارة إليها آنفاً. لكن هناك بعض من السمات والخصائص الاجتماعية التي يتسم بها المجتمع العربي، خاصة في دول الخليج، والمؤثرة في علاقة المواطن بوسائل الإعلام وساهمت في القبول الاجتماعي للقنوات الفضائية وبالتالي انتشارها.

الوطن العربي، بالنسبة لوسائل الإعلام الخاصة ليس أكثر من سوق تجارية كبيرة في حجمه (تقدر الوحدات السكنية في الوطن العربي بحوالي 50 مليوناً)، وله العديد من السمات الثقافية المشتركة مثل الدين واللغة وبعض من العادات والتقاليد التي تسهل الوصول إليه.

تشير الإحصاءات المتوفرة للاتجاهات السكانية في الدول العربية إلى 37.6% من السكان لا تتجاوز أعمارهم 15 سنة في حين أن نسبة الذين أعمارهم تتجاوز 60 سنة لا تصل إلى 4% وهذا يعني أن المجتمعات العربية فتية مقارنة بالمعدلات العمرية العالمية. وتوضح هذه الظاهرة بشكل جلي في دول مجلس التعاون، والتي تعتبر الهدف الرئيسي الأول لعدد من القنوات الفضائية التجارية. النسبة الكبرى (72.68%) أعمارهم اقل من 35 سنة، وهذه الشريحة تشمل أبرز الفئات العمرية التي تحرص عليها القنوات الفضائية والمعلنون نظراً لكثافة مشاهدتها ومتابعتها للتلفزيون ودورها الفاعل في القرارات الشرائية الأسرية.

## الفئات العمرية في دول مجلس التعاون

النسبة التراكمية	النسبة	المجموع	الفئة العمرية
12.56%	12.56%	4,055,017	4-0
24.98%	12.43%	4,013,335	9-5
35.66%	10.67%	3,447,240	14-10
44.45%	8.80%	2,840,263	19-15
52.95%	8.49%	2,742,784	24-20
62.79%	9.84%	3,179,236	29-25
72.68%	9.88%	3,191,631	34-30
81.20%	8.52%	2,752,869	39-35
87.50%	6.30%	2,033,796	44-40
91.78%	4.28%	1,381,184	49-45
94.49%	2.71%	876,656	54-50
96.26%	1.77%	572,508	59-55
97.47%	1.21%	389,534	64-60
98.42%	0.95%	307,514	69-65
100.00%	1.58%	509,505	70
32,293,072			المجموع

المصدر: موقع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية على الانترنت، 2006.

تعيش معظم الدول العربية بشكل عام ودول الخليج العربي بشكل خاص شحاً ونقصاً في المؤسسات والبدائل الترفيهية المتاحة للمواطن، مثل السينما والمسرح وكافة أشكال العروض الفنية الأخرى، التي تتناسب مع الاتجاهات العمرية الفتية والقدرة الشرائية المرتفعة نسبياً. لذا يأتي

التلفزيون وما يرتبط به من تقنيات حديثة مثل الفيديو والقنوات الفضائية كأبرز وأسهل الخيارات المتاحة أمام المواطن للترفيه والتسلية.

ملكية الدول وإدارتها للتلفزيون بشكل مباشر ساهم في وضع حدود ومعايير رقابية متشددة على أداء التلفزيون لرسالته الإعلامية والترفيهية والتنمية بشكل عام. وقد انعكس ذلك سلباً على مصداقية التلفزيون لدى المواطن كمصدر موثوق به للأخبار والتحليلات السياسية. فالمواطن لم يكن يرى نفسه في وسائل الإعلام، حيث يطفئ على التلفزيون الرسمي مظاهر احتفالية وأخبار بروتوكولية، مما نتج منه استهجان وسخرية من وسائل الإعلام المحلية. ومعروف أن نشرة الأخبار في التلفزيون العربي من المواضيع الحساسة التي قد لا يجرؤ أحد المسؤولين عن الإعلام بالتضحية بمستقبله الوظيفي في حال تغيير حالتها الراهنة. وقد ساعد على نجاح القنوات الفضائية أنها بدأت ونمت في ظل أزمات سياسية وأحداث متسارعة لم يسبق للمنطقة العربية أن شهدت مثلها، وساهمت هذه الأحداث وما ترتب عليها من أزمات في رفع الاهتمام الاجتماعي بالقنوات الفضائية وبما تقدمه من برامج إخبارية وحوارية سواء تلك التي تتناول الأوضاع الداخلية لدول معينة، أو الأوضاع الإقليمية والعالمية. ارتفعت مبيعات أطباق الاستقبال في أعقاب الحادي عشر من سبتمبر بنسبة وصلت إلى حوالي 30%) بنون 2001).

ملكية الدول وإشرافها المباشر على التلفزيون المحلي، ساهمت في صياغة مجموعة من المعايير والحدود الرقابية لمضمونه، وهذا بالتالي وضعه في موقف تنافسي ضعيف مع القنوات الفضائية ليس فقط في مجال الأخبار والبرامج الحوارية والترفيهية بشكل عام، بل أيضاً في نوعية ومضامين وأساليب تقديم البرامج التلفزيونية. القنوات الفضائية، خاصة التجارية منها، لا تشعر بأنها ملزمة بالمعايير الاجتماعية والمحاذير الأخلاقية التي يعمل ضمن إطارها التلفزيون الرسمي.

ساهمت المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المشار إليها آنفاً بأن أصبح الفضاء العربي من المحيط إلى الخليج مزدحماً بعدد متنامٍ من القنوات التلفزيونية، بعضها حكومية ومعظمها خاصة. وتتنافس هذه القنوات على استقطاب المشاهد العربي لتقدمه إلى المعلن. هذه القنوات تمارس بشكل أو بآخر عملية بيع المشاهدين إلى المعلنين، أو على الأقل هذا ما تقوله كتب اقتصادات الإعلام. فبقدر ما تتمكن القناة من استقطاب المشاهدين تزيد حصتها من إيرادات الإعلان التجاري. لذا كان من البدهي أن تحرص القنوات التلفزيونية وبالذات التجارية منها على عرض كل ما يمكن أن يلفت نظر المشاهد، حتى لو تطلب ذلك تجاوز بعض من المحاذير الاجتماعية أو لأخلاقية في بعض الأحيان.

نفترق في الدول العربية إلى أرقام وإحصاءات دقيقة عن صناعة الإعلان التجاري، لكن قدرت بعض التقارير أن 74% من إيرادات الإعلان في القنوات الفضائية العربية في عام 2000م تستأثر بها ثلاث قنوات، وأن متوسط سعر الإعلان الواحد يصل إلى حوالي 1800 دولار. وهذا بالطبع سعر رخيص جداً مقارنة بالمقاييس العالمية ليس فقط في الدول الغربية بل في بعض دول جنوب شرق آسيا. السبب في ذلك يعود إلى آليات السوق (العرض والطلب)، حيث الوفرة في القنوات الفضائية التلفزيونية التي وصل التنافس المحموم بينها إلى مرحلة لا تبشر بالخير في المستقبل المنظور لصناعة الإعلام العربي. فقد انخفض سعر الإعلان التجاري التلفزيوني، وبالذات في القنوات الفضائية الخاصة، إلى درجات ومستويات متدنية. يضاف إلى ذلك أن الإنفاق الإعلاني في المنطقة العربية بشكل عام دون المستويات العالمية. حصة الفرد من الإنفاق الإعلاني في منطقة الخليج لا تتجاوز 100 دولار مقارنة بـ 425 دولاراً في الولايات المتحدة، و375 دولاراً في أوروبا ("دبي عاصمة الإعلان"، 2006)

قلة الموارد المالية لهذه القنوات سوف يترتب عليه قلة المخصصات

المتاحة لها لإنتاج برامج متميزة. لذا فإنه ليس من المستبعد أن تعتمد معظم هذه القنوات على البرامج الرخيصة ذات المضامين الهابطة وبالذات تلك الموجهة إلى الشباب، وهم الشريحة التي يستهدفها المعلن. وقد تلجأ بعض من هذه القنوات إلى البرامج المستوردة وبشكل أساسي من الولايات المتحدة، والتي تتسم ببرامجها برخص الأسعار بشكل ملفت للنظر، مما يجعلها الخيار الأرخص والمتاح لهذه القنوات. وغني عن القول لما مثل هذه المسلسلات من آثار ثقافية على تشكيل هوية الطفل والمواطن العربي.

المسؤولية عن الحالة المتردية للقنوات الفضائية تقع على الحكومات العربية مجتمعة، حيث لم تتخذ خطوات عملية لتنظيم صناعة الإعلام الفضائي بالشكل الذي يتناسب والأهمية المتنامية لوسائل الإعلام في العصر الحديث. فضلت كل دولة عربية وبشكل منفصل أن تتخذ موقف المتفرج عندما بدأ التطبيق الفعلي لتقنية البث المباشر على الرغم من الأصوات المرتفعة ضد هذه التقنية قبيل التطبيق الفعلي لها على نطاق واسع. هذا الموقف السلبي للدول العربية يمكن إرجاعه إلى ثلاثة أسباب أساسية: خارجية وداخلية وإعلامية. الدول العربية لم تحرص (على الرغم من قدرتها النسبية) على منع هذه القنوات الفضائية من الوصول إلى مواطنيها وذلك تحاشياً للظهور أمام المجتمع الدولي (في عصر العولمة وعصر الاستثمارات الأجنبية) وكأنها دول منغلقة على ذاتها ولا تحترم التعددية والحوار. يضاف إلى ذلك أن هذه القنوات نتاج استثمارات عربية في الخارج. لذا رأت الدول العربية إن هي لم تستطع بأنظمتها وقوانينها استيعاب هذه الاستثمارات الإعلامية فعلى الأقل السماح بدخول خدماتها.

أما على المستوى المحلي فقد فضلت الدول العربية عدم تنظيم صناعة الإعلام التلفزيوني تجنباً للظهور أمام المجتمع المحلي وكأنها تبارك لهذه القنوات الفضائية أسلوبها ومنهجها وحدودها الرقابية، كما أن التنظيم لهذه القنوات الفضائية سيعني بالتالي اعترافاً شرعياً ورسمياً بها قد يؤدي



إلى التزامات لا ترغب الدول العربية الوفاء بها تجاه هذه القنوات. وأخيراً علينا أن نتذكر أن القنوات الفضائية في حالة تنافس مع وسائل الإعلام العربية المحلية، وحيث إن الدول العربية لا تستطيع (أو ربما لا ترغب بشكل جاد) منع وصول هذه القنوات إلى المواطن، فهي بالتالي ليست متحمسة لتنظيمها بالشكل الذي يؤدي إلى حمايتها وازدهارها.

مشكلة الدول العربية في تعاملها مع القنوات الفضائية أنها لا ترغب في الحلول الوسط، فالتنظيم بالنسبة لها يعني الرقابة وتكميم الأفواه والحجر على الرأي، وعدم التنظيم يعني الانفلات وطفیان معايير تجارية لا تتناسب وحاجة المجتمع لمشاريع تنمية ثقافية سامية تقوم على مخاطبة العقل والمنطق. بالإمكان تنظيم صناعة الإعلام التلفزيوني بما يخدم الأهداف التنموية، ودون أن يكون ذلك على حساب الرسالة الأساسية للإعلام: الحوار الاجتماعي.

الدول العربية في حاجة إلى وقفة ومراجعة جادة مع سياستها تجاه القنوات الفضائية، حيث يجب صياغة سياسة وأنظمة إعلامية من أجل حماية القنوات الفضائية من بعضها البعض بما يؤدي إلى تطورها، والذي سينعكس بالتالي على مضمونها. حيث إن القنوات الفضائية حالياً هي الخيار المتاح للمواطن العربي في ظل أنظمة إذاعية (بشقيها المسموع والمرئي) رسمية لم تستطع حتى الآن استيعاب متطلبات العصر. عدم العمل على تطوير القنوات الفضائية العربية بأسلوب عصري لن يستفيد منه سوى شركات الإنتاج السينمائي والتلفزيوني في هوليدود والقنوات الأمريكية التي لن تكون بحاجة لدعم الدول العربية، ناهيك أن تستطيع هذه الدول منعها.

على الرغم من سلبيات البث الفضائي، إلا أن الموضوعية تتطلب منا أن ننظر إلى بعض من الجوانب الإيجابية. ساهمت القنوات الفضائية في تحريك المياه الراكدة حول النمطية والرتابة في البرامج الإعلامية بشكل

عام وبرامج الصحافة التلفزيونية (الأخبار، التحليلات السياسية، اللقاءات المقابلات، والبرامج الحوارية) التي كانت سائدة في القنوات الرسمية. فمن خلال المنافسة مع هذه القنوات الخارجية بدأت القنوات المحلية الرسمية في تطوير برامجها من حيث الشكل والمضمون، كما سرعت هذه المنافسة في زيادة مساحة الشفافية والوضوح في مناقشة قضايا الشأن العام الداخلي مثل الإصلاح السياسي، والفساد الإداري، والمرأة، وحقوق الإنسان، وغيرها من المواضيع التي لم تكن على أجندة الإعلام الرسمي قبل القنوات الفضائية. الأمثلة والشواهد على هذه كثيرة ولعله تكفي الإشارة هنا إلى التجربة السعودية مع قناة الإخبارية. هذه القناة، وفقا للمعايير الرقابية التي كانت سائدة في التلفزيون السعودي، تمثل نقلة نوعية كبيرة تستحق التقدير والإشادة فقد ساهمت هذه القناة في حضور المرأة السعودية في المشهد الإعلامي وبشكل واضح وجلي. فهي أول قناة سعودية تتيح للمرأة السعودية ليس فقط قراءة نشرات الأخبار، بل إدارة حوارات ولقاءات تلفزيونية في الشأن العام، ومواضيع تتداخل فيها المتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية، مواضيع كانت في السابق على قائمة الممنوعات. كما يحسب لهذه القناة إبراز انجازات المرأة السعودية من خلال برامج تضمنت لقاءات مع نساء سعوديات منهن الفنانة التشكيلية، وسيدة الأعمال، والأكاديمية، والطبيبة، والخبيرة الاقتصادية وغيرها من المهن التي لم تكن تظهر المرأة في التلفزيون السعودي قبل «الإخبارية».

ومن الجوانب الايجابية للقنوات الفضائية أنها فتحت مجالات واسعة من نوافذ الإعلام البديل لمناقشة قضايا كانت القنوات الرسمية المحلية تتحرج في مناقشتها، خوفا من أن تحسب المواقف تجاه هذه القضايا وكأنها مواقف رسمية للدولة. كما أنها فتحت المجال لبعض من المفكرين والمثقفين والمبدعين في المجال الإعلامي، خاصة ممن لم يستطع الإعلام الرسمي لسبب أو لآخر استيعابهم. وأصبح من المؤلف أن نشاهد على قنوات

عربية، وبعض من القنوات الأجنبية، المذيع والضيف من إحدى دول الخليج يناقشون شأناً داخلياً لبلادهم.

### التعاون الإعلامي بين دول الخليج

تشترك دول الخليج في جملة من السمات والقواسم الثقافية المشتركة، وتتشابه إلى حد ما في مؤسساتها السياسية والاقتصادية، لذا فهي تملك فرصاً واسعة وممكنة للتعاون والتنسيق في كل المجالات الإعلامية تقريباً، لكن جهودها في التعاون الإعلامي لم تثمر. تعود بداية التنسيق بين دول الخليج إلى عام 1973 حين دعت قطر إلى اجتماع تنسيقي للتشاور حول الاختيار بين نظامي بال (الألماني) وسيكام (الفرنسي) للتلفزيون الملون. وعلى الرغم من عدم الاتفاق على نظام واحد، إلا أن اجتماع قطر التنسيقي كان بداية لسلسلة من الاجتماعات واللقاءات الدورية بين مسؤولي الإعلام في دول الخليج. كان أول هذه الاجتماعات في عام 1974م في الرياض بهدف دراسة أشكال واطر من التكامل وأوجه التنسيق التلفزيوني في جوانبه التقنية والبرامجية، وتلى ذلك اجتماعات في البحرين في عام 1975، وفي أبوظبي في عام 1976م. ثم تطورت هذه الاجتماعات إلى مؤتمرات سنوية لوزراء الإعلام في دول الخليج، وأسفرت عن عدد من الأجهزة الإعلامية الخليجية المشتركة والهادفة إلى دعم قنوات التعاون والتنسيق في مختلف المجالات الإعلامية بين دول الخليج العربية (الشبيلي، 2002)، ومن ابرز ما انتهت إليه هذه الاجتماعات:

- 1- وكالة أنباء الخليج ومقرها البحرين (1976).
- 2- مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك ومقرها الكويت (1976).
- 3- جهاز تلفزيون الخليج ومقره الرياض (1977).

- 4- مركز تنسيق التدريب الإذاعي والتلفزيوني ومقره في الدوحة (1979).
- 5- لجنة التنسيق والتخطيط الإعلامي البترولي ومقرها الكويت (1979).
- 6- مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج ومقره بغداد (1980).
- 7- لجنة العلاقات الإعلامية الدولية ومقرها الكويت (1981).
- 8- مركز التراث الشعبي لدول الخليج العربية ومقره الدوحة (1981).

الملفت للنظر أن هذه الأجهزة (باستثناء مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، وجهاز تلفزيون الخليج) التي تم إنشاؤها خلال فترة لم تتجاوز ست سنوات (1976-1981) لم يحالفها النجاح. فوكالة أنباء الخليج (واخ) تأسست في عام 1976 كمؤسسة عامة لتكون وكالة مشتركة بموجب اتفاقية موقعة بين دول الخليج، ويضم مجلس إدارتها وزراء الإعلام في دول الخليج، وبدأت بثها الفعلي في عام 1978، لكن لم يمض على إنشائها سوى خمس سنوات لتتحول في عام 1991 إلى وكالة أنباء محلية للبحرين.

ولم تكن المؤسسات المشتركة الأخرى مثل مركز تنسيق التدريب الإذاعي والتلفزيوني في الدوحة، ولجنة التنسيق والتخطيط الإعلامي البترولي في الكويت، ومركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج في بغداد، ولجنة العلاقات الإعلامية الدولية في الكويت، ومركز التراث الشعبي لدول الخليج العربية في الدوحة بأحسن حظ من وكالة أنباء الخليج، حيث توقفت جميعها خلال فترة لم تتجاوز الثلاث سنوات من بدايتها. يبدو أن الاعتبارات السياسية وما يترتب عليها من اختلافات في وجهات النظر، والمعايير الرقابية كانت السبب في توقف هذه المؤسسات والأجهزة الإعلامية المشتركة بين دول الخليج. ومما يؤكد ذلك أن نجاح واستمرار مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك يعود إلى طبيعة أنشطتها والمقتصرة على إنتاج برامج تلفزيونية وإذاعية بعيدة عن الاعتبارات السياسية الحساسة المثيرة للجدل. اقتصر معظم نشاطها على برامج تعليمية وثقافية حول السلامة والصحة، فقد

ساهمت المؤسسة في إنتاج العديد من البرامج الإعلامية الناجحة منها ما هو للأطفال (افتح ياسمسم، افتح يا وطني أبوابك، دنيا الغابة، زعتور، عالم المعرفة)، ومنها ما هو وثائقي (الخليج حضارة وبناء، رواد الموسيقى والغناء، التحول الكبير)، ومنها أعمال درامية (زهور وجدران، بيت بلا أبواب)، وبرامج وثقافية (الكشاف، أبناء الغد) وبرامج بيئية (سلامتك، برامج التوعية البيئية، نحن معك) وبرامج إسلامية (الحضارة العربية، مساجد لها تاريخ، نجوم في سماء الحضارة الإسلامية، الرحلة المباركة).

المشروع المشترك الآخر والقائم جهاز تلفزيون الخليج، الذي يعتبر نسخة خليجية من تجارب دولية في الشبكات التلفزيونية الإقليمية. كانت الفكرة الأساسية لجهاز تلفزيون الخليج أن يقوم بالتنسيق لمشروع بث برامج مشتركة متضمنة نشرات إخبارية لعدة ساعات يوميا ضمن القنوات الرئيسية في دول الخليج، على أن يتطور المشروع ليصل إلى بث موحد في قناة مشتركة. ساهمت اليونسكو بكل الدراسات الأولية المتعلقة بالنواحي الفنية والبرامجية لمشروع هذه القناة، وعلى الرغم من اعتماد دول الخليج لنتائج هذه الدراسات والتي على أساسها تم المضي في توقيع اتفاقية إنشاء جهاز تلفزيون الخليج في المؤتمر الثاني لوزراء الإعلام لدول الخليج في الرياض عام 1977، إلا أن الجهاز وبعد قيامه واجه مصاعب إدارية وتنظيمية وإجرائية أفشلت الفكرة الأساسية من إنشائه، مما جعله يتجه نحو أنشطة تركز على الشكليات دون الجوهر مثل تبادل المذيعين لقراءة نشرات الأخبار، ومهرجان تلفزيون الخليج.

يبدو أن البعد السياسي هو القاسم المشترك في عدم نجاح المشاريع الإعلامية المشتركة بين دول الخليج، لكن القواسم المشتركة بين أبناء المنطقة ساهمت في نجاح الكثير من الأعمال التلفزيونية الخليجية، وقد تجسد ذلك في الشعبية المتنامية للبرامج والمسلسلات الخليجية سواء الكويتية أو القطرية أو الإماراتية أو السعودية بين المشاهدين في هذه الدول، كما أن

مجموعة من شركات الإنتاج في دول الخليج قد نجحت وبشكل أفضل من التلفزيونات الحكومية في إنتاج مسلسلات ناجحة يشارك فيها عدد من الفنانين والفنانات من دول الخليج، وهنا تبرز الملاحظة بان المعوقات للعمل الخليجي المشترك في المجال الإعلامي بشكل عام وفي مجال الإنتاج التلفزيوني بشكل خاص ليست سوى اعتبارات سياسية وتنظيمية ساهمت في ظهور معايير رقابية متنافرة، لكنها غير معلنة بشكل واضح وصریح، ساهمت فيها الاختلافات الجوهرية في التجربة الإعلامية، وعدم الرغبة الجادة في التعلم من تجارب الأشقاء والاستفادة بشكل ايجابي من نجاحاتهم.

### التوصية والخيار المتاح

سوف تركز التوصية هنا على التلفزيون، فهو الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشارا وتأثيرا. الصحافة في المنطقة العربية بشكل عام، وفي منطقة الخليج بشكل خاص لا تزال في مرحلة النخبة. التركيبة السكانية من حيث غلبة الفئات العمرية الشابة، والتطورات التقنية المتلاحقة ساعدت التلفزيون في الخليج أن يتجاوز مرحلتي النخبة والعامية ليصل مرحلة التخصص.

من الواضح أن ما وصلت إليه الطفرة في القنوات الفضائية ليست من الخيارات الأفضل للوصول إلى صناعة إعلامية عربية تساهم في التنمية بكافة جوانبها وأبعادها الثقافية والسياسية. فهذه القنوات وما تشتمل عليه من مضايمين ترفيهية وما يحركها من أهداف تجارية لن تخدم العملية التنموية. هذه الحقيقة سبق وأن أدركتها الدول التي سبقتنا في التجربة التنموية وفي الصناعة الإعلامية ومنها بريطانيا والولايات المتحدة السمات العامة للخدمة التلفزيونية في المنطقة العربية، والتي بدأت تتشكل مع ظهور القنوات الفضائية، قد تشير إلى أن قد بدأنا في نقل الصناعة التلفزيونية الغربية. نعم لقد استعرنا منهم بعضاً من خصائص هذه الخدمة مثل الملكية

الخاصة، وكثرة القنوات مع تنوع في مضامينها. لكن اختزال التجربة الغربية في صناعة التلفزيون في هذه السمات الشكلية، هو تصوير مشوه وناقص لتجارب هذه الدول.

عندما بدأت الإذاعة في بريطانيا في أوائل العشرينيات كانت بمبادرة من شركة تجارية هي «شركة الإذاعة البريطانية British Broadcasting Company»، لتقوم بتقديم الخدمة الإذاعية على أساس أن يتم تمويلها من إيرادات الإعلانات التجارية. لكن بعد مدة ليست بالطويلة تخلت الحكومة البريطانية عن هذا الاتجاه وأعدت هيكله هذه الشركة لتتحول إلى مؤسسة عامة باسم «هيئة الإذاعة البريطانية - British Broadcasting Corporation» لتتم تمويلها من الرسوم السنوية على أجهزة الاستقبال، وإلغاء فكرة الاعتماد على إيرادات الإعلان التجاري. وبذلك استطاعت بريطانيا أن تضع اللبنة الأولى لمدرسة متميزة وفريدة في مفهوم الإذاعة (بشقيها المسموع والمرئي)، وهي التي تعرف بالإذاعة العامة Public Broadcasting. هذه المدرسة تمثل الحل الوسط بين الملكية الحكومية والملكية التجارية، بما يضمن ويساعد على استقلاليتها من الضغوط السياسية الحكومية، ومن المصالح التجارية للمستثمرين والمعلنين. تقوم فلسفة هذه المدرسة على منهج ثقافي متميز وهو قيادة الذوق العام والرفع من مستواه وعدم الانقياد له، وأصحاب هذه المدرسة يقولون «قدم للجمهور ما يحتاج وليس ما يريد». لقد أثبتت هذه المدرسة البريطانية نجاحها بحيث إن كثيراً من دول العالم بما فيها اليابان وكندا والولايات المتحدة قد أخذت ببعض من ملامحها.

ففي الولايات المتحدة بدأت الخدمة الإذاعية بمبادرات من شركات تجارية (American Broadcasting Company ABC, National Broadcasting Company NBC, Columbia Broadcasting System CBS) وتعتمد في أرباحها على إيرادات الإعلان التجاري. وبذلك تكون هذه الشركات الثلاث قد وضعت اللبنة الأولى للمدرسة الأمريكية القائمة على

المضامين الترفيهية في سبيل زيادة إيراداتها من الإعلانات التجارية. أدركت الحكومة الأمريكية في منتصف الخمسينيات، ونتيجة لضغوط من رجال الفكر والثقافة، أن الشركات التجارية لا تحرص على البرامج الثقافية والتنمية التي لا تحقق لها الموارد المالية التي تطمح فيها. فهذه الشركات كانت ولا تزال تركز على المضامين الترفيهية. لذا قامت الحكومة الفيدرالية بإنشاء مؤسسة إذاعية (بشقيها المسموع والمرئي)، لتكون بديلاً عن الشركات التجارية، وهي هيئة الإذاعة العامة Public Broadcasting Corporation. وتدير نظام الإذاعة العامة Public Broadcasting System (PBS). هذه الهيئة هي نسخة أمريكية للمدرسة البريطانية، حيث لا تقبل الإعلان التجاري المباشر، ولا تهتم بالبرامج الترفيهية بقدر اهتمامها بالبرامج التعليمية والثقافية والمضامين الجادة.

الإعلان التجاري في الإذاعة والتلفزيون كان ولا يزال مثار جدل ونقد من رواد مدرسة الإذاعة العامة Public Broadcasting في كل دول العالم وخاصة بريطانيا والولايات المتحدة. ومن هذه التجارب الدولية ممن لهم زيادة ملحوظة في تطوير الخدمة الإذاعية والتلفزيونية، نخلص بأن هناك بدائل متاحة لتطوير التلفزيون من خلال تبني مفهوم الإذاعة العامة والتي تقوم على الاستقلالية السياسية من الحكومة والاستقلالية المالية من المصالح التجارية للمستثمرين والمعلنين.

منافسة القنوات الفضائية الخارجية للقنوات المحلية ستبقى، لكن يمكن تغيير بعض من قواعد ومعايير هذه المنافسة، وألا تكون وفق مصالح القنوات التجارية. لذا يجب ألا نقلق من تدني إيرادات الإعلان في القنوات الرسمية. هذه الإيرادات ليست مؤشراً على جودة البرامج، بقدر ما هي مؤشر على كثافة وغزارة البرامج الترفيهية على حساب البرامج الراقية الجادة. على التلفزيون المحلي أن يدرك أن رسالته ومسؤولياته تتجاوز مجرد منافسة القنوات الفضائية التجارية التي تقيم نجاحها بإيراداتها من



الإعلانات. هيئة الإذاعة البريطانية BBC والإذاعة العامة في الولايات المتحدة PBS لا تسمح بالإعلان التجاري، ومع ذلك تعتبر قنواتها التلفزيونية من أفضل القنوات على المستوى العالمي في نوعية وطبيعة البرامج التي تقدمها.

التلفزيون المحلي لن يستطيع منافسة القنوات الفضائية التجارية في برامجها الترفيهية، والسبب في ذلك أن المعايير الرقابية التي تحكم التلفزيون المحلي ليست بالضرورة معايير تجارية، ولا يجب أن تكون كذلك، بل تكون معايير تنموية بكل أبعادها السياسية والثقافية والاجتماعية. يمكن للتلفزيون المحلي أن ينافس في البرامج الجادة التي تناقش قضايا وهموم المواطن بوضوح وشفافية، المرونة الإدارية والسياسية لمثل هذه النوعية من البرامج سوف تجعل التلفزيون أكثر ارتباطاً بالمواطن.

القنوات الفضائية التجارية تركز على البرامج الترفيهية ليس فقط لأن الجمهور يطلبها، لكن لأنها الأكثر جدوى اقتصادياً. هذه النوعية من البرامج الأسهل والأرخص من حيث الإعداد والإنتاج، ويمكن إعادة بثها في أكثر من دورة بسبب أنها لا تفقد قيمتها بسرعة، وفي الغالب يمكن تسويقها على أكثر من قناة. أما البرامج الجادة والراقية (الوثائقية، والحوارية الراقية، وبرامج الصحافة التلفزيونية) فهي وإن كانت مجدية ثقافياً إلا أنها غير مجدية اقتصادياً. لشبكة سي بي أس CBS الأمريكية تجربة رائدة مع برنامج ستون دقيقة Sixty Minutes والمتخصص في مناقشة هموم المواطن الأمريكي بشيء من الوضوح والشفافية (غير ترفيهي)، وقد استطاع هذا البرنامج أن يبقى على قائمة أفضل البرامج التلفزيونية في الولايات المتحدة لأكثر من 25 عاماً على التوالي، ونظراً لنجاح هذا البرنامج قامت شبكة أي بي سي ABC بإنتاج برنامج مماثل، لا يزال على قائمة البرامج التلفزيونية المميزة في الولايات المتحدة.

## المصادر

- بخيت، عبدالله بن «الوصاية» الجزيرة، العدد 12485، 4 ديسمبر 2006.
- بخيت، عبدالله بن «حال الصحافة» الجزيرة، العدد 12298، 31 مايو 2006.
- البيز، إبراهيم «القنوات الفضائية العربية: محاولة للفهم» ورقة مقدمة الأيام الثقافية للجامعات السعودية في رحاب الجامعات الأردنية، 14-18 ديسمبر 2003.
- بنون، جمال «مبيعات الأطباق الفضائية في ارتفاع بالسعودية لملاحقة أخبار الضربات الجوية على أفغانستان» الشرق الأوسط 2001/10/21.
- حمزة، بهاء « هوامش على دفتر منتدى الإعلام العربي» إيلاف، العدد 1849، 14 يونيو 2006.
- «دبي أصبحت عاصمة للإعلان في الشرق الأوسط» إيلاف، [www.elaph.com](http://www.elaph.com)، العدد 1850، 15 يونيو 2006.
- الشبيلي، عبدالرحمن. الإعلام في المملكة العربية السعودية: دراسة وثائقية وصفية تحليلية»، الرياض، 2002.
- الشلهوب، عبدالملك بن عبدالعزيز «قضايا الإصلاح في الصحف السعودية: دراسة تحليلية على مواد الرأي في الصحف اليومية» مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الأول، شوال 1427 هـ.
- العربي، عثمان والعوفي، عبداللطيف «القائم بالاتصال في الصحافة السعودية» الرياض، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، مركز البحوث، 2003.

- العنزي، سليمان عبيد «ملامح نظام المطبوعات والنشر السعودي الجديد» ورقة مقدمة للمنتدى الإعلامي السنوي الأول، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، 2003.
- عيسى، احمد «الكويت: بدء الإجراءات الفعلية لتطبيق قانون المطبوعات الجديد» الشرق الأوسط، العدد 9994، 9 ابريل 2006.
- العيسى، شمالان «التعاون الإعلامي بين دول مجلس التعاون» مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية السنة 13، العدد 49، يناير 1987، ص ص 133-174 .
- Beayeyz, Ibrahim. An Analytical Study of Television and Society in Three Arab States: Saudi Arabia, Kuwait, and Bahrain. Unpublished Doctoral Dissertation, The Ohio State University. 1989
- "Empire Builders" . Gulf Marketing Review December 2001,pp36-42.
- Freedom House "Freedom of the Press 2005: A Global Survey of Media Independence" New York, 2005.
- Rugh, Willaim "The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World." Syracuse: Syracuse University Press, 1979.
- Verba, S. "Conclusion: Comparative Political Culture" in L. Pye and S. Verba (Eds.) Political Culture and Political Development. Princeton, New Jersey: New Jersey University Press, 1965. pp. 512-560.

# الإعلام الخليجي إلى أين؟

---

د. حمد عبدالعزيز الكواري

وزير الإعلام والثقافة القطري السابق



(إن تقييد حريات الإعلام هو إهانة للأمة بأسرها . وذلك إن حرمان الناس من آراء ومواقف معينة معناه افتراض أن أبناء المجتمع إما عبيداً أو أنهم حمقى لا يدركون القدرة على التمييز)

### (1)

تأثير الإعلام يتعاظم بتعدد وسائله شكلاً ومضموناً وبكثرة انتشاره وتخطيه الحدود الجغرافية .

والإعلام بهكذا تأثير يكون عاملاً حاسماً في مجمل الظواهر السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، بل كل مظاهر الحياة الإنسانية . مما يجعل من الإعلام عاملاً رئيسياً في عملية التغيير والتأثير على وعي ومعتقدات وقيم وعادات الأفراد والمجتمعات .

والإعلام هو القوة الناعمة التي تشكل حلقة الوصل بين القرار السياسي . والإبداع الثقافي والرأي العام، وكلما تحققت الحرية والشفافية والموضوعية للإعلام كلما تعززت الروابط بين الحلقات، وسادت روح التعددية القائمة على الاحترام المتبادل والتنافس الشريف لقوى المجتمع الفعالة .

وإن تطور وسائل الاتصال، وانتقال المعلومات وسرعة تداولها أدى إلى زوال الحدود واختصار المسافات وتداخل الأجهزة الإعلامية في العالم كافة .

والرسالة الإعلامية في مضمونها الموضوعي هي تقديم وجهات نظر مختلفة من معلومات وآراء مؤيدة أو معارضة لهذه القضية أو تلك .

ويفترض أن يتحقق ذلك من خلال تقديم المادة الإعلامية التي تحظى باهتمام المتلقي بثقافته وانتماءاته وقدراته بما يمكن هذا المتلقي من التزود

باحياجاته المعرفية، والإجابة عن الأسئلة المطروحة، بما يمكنه من بلورة رأي حول القضايا التي تعنيه، ومن ثم خلق رأي عام قادر على التأثير مع الوضع في الاعتبار أن هناك أجهزة إعلام قوية تتوفر لها كل القدرات الفنية والبشرية، الموضوعية وتخدم دولاً رايديولوجيات معينة، ومن السهل ملاحظة غياب الموضوعية عنها إلا القليل الذين تتوفر لديهم المعرفة والوعي.

فالرسالة الموضوعية تقوم على ركيزتين الأولى: توفير المعلومات والأخبار واستعراض الآراء والاتجاهات في المجالات المختلفة. والثانية وهي الأخطر: التأثير على المواقف وتزداد خطورة الركيزة الثانية عندما يفتقد الإعلام الموضوعية ويتسلح بالتقنية.

وإن دور الإعلام يتجاوز مجرد حرية التعبير إلى قدرته على إظهار الحقيقة وإدارة الحوار، ومما يضاعف من هذا الدور قوة وخطورة في الوقت الراهن تداخل الأجهزة الإعلامية المحلية مع الإقليمية مع الدولية بشكل تقني متطور يتخطى المكان والزمان والثقافات.

## (2)

إن الواقع المشار إليه في الفقرة الأولى يطرح تساؤلاً جديراً بالبحث والدراسة هل هناك إعلام يمكن وصفه بالمحلي أو القومي أو الدولي؟ أم أن أجهزة الإعلام في العالم تداخلت بشكل يجعلنا نقول إن هناك أنماطاً إعلامية تمثل وجهات نظر تتداخل وتتنافس فيما بينها.

فلدينا النمط الرسمي للإعلام الغربي وهو الإعلام الذي تموله وتشرف عليه هذه الدول وهو أقدم الأنماط وكان سائداً ومسيطرًا قبل التطورات التكنولوجية الهائلة التي حدثت من قوته ومن تأثيره، وهذا الإعلام مازال موجوداً ويحاول جاهداً أن يبقى متجاهلاً الحقائق الموضوعية التي تجعل

منه ضياعاً للمال والجهد. وهو إعلام سلطوي: تحدد السلطة خطابته وموضوعاته وتوجهاته. وهو أحادي: يغيب الآخر ولا يعترف بالتعددية. وهو رسمي: ينقل التشاطات الرسمية ولا علاقة له بالمجتمع ومعاناته وطموحاته. وعن هذا الإعلام تغيب الشفافية، ويتصف بالجمود والتخلف عن ركب التطورات التقنية والاجتماعية، وهدفه المحافظة على الوضع الراهن، والحجر على العقول، والتستر على الفساد. كان لهذا الإعلام دور في الماضي لاحتكار الساحة وراح هذا الدور يتآكل بظهور الأنماط الأخرى للإعلام.

ومن هذه الأنماط الإعلام الخاص: الذي يعتمد على توجهات الملاك وسياساتهم، ورغم تقدمه على الإعلام الرسمي فإنه مازال أسيراً للسياسات الحكومية، فمعظم مالكيه من رجال السلطة او المرتبطين بهم، وغالباً ما يكون هدف هذا النمط هو الكسب المادي القائم على نشر ثقافة الاستهلاك، ولكن من العدل أن نعترف بأن بعض أجهزة الإعلام الخاص قد شكل خرقاً للإعلام الرسمي بتوفر قدر من الشفافية والموضوعية وإثارة قضايا جادة. وينطبق هذا أكثر ما ينطبق على الإعلام المهاجر مكتوباً ومرئياً ومسموعاً وتقنياً.

ومن أنماط الإعلام الأجنبي الناطقة بالعربية:

وهو نمط قديم، ولكنه أخذ يتسع وبالذات مع انتشار القنوات الفضائية وشبكات المعلومات وانتشار اللغات الأجنبية، وإدراك أهمية الإعلام وتأثيره، ويتمتع هذا الإعلام بهامش كبير من الحرية والتقنية.

### (3)

وعلى ضوء الحديث عن الإعلام ودوره، وتعدد أنماط الإعلام وقوة انتشاره. هل نستطيع أن نقول إنه في هذا الخضم هناك إعلام خليجي



متميز له خصائصه وأهدافه؛ أم أن هناك إعلاماً في الخليج جغرافياً ويملكه خليجيون ولكن ليس له من الخليج إلا مكانه وملكيته. سؤال جدير بأن نناقشه. ونسعى للتوصل إلى إجابة واضحة بقدر ما نستطيع. لا ينقصنا أجهزة إعلام مقروءة ومسموعة أو مشاهدة أو إلكترونية يمكن وصفها بخليجية ولكن الكثير منها لا يربطه بهذه الصفة إلا المكان والملكية، أما الكوادر والالتزام فأمر آخر ولا أطرح هذا الأمر جازماً بل أترك للآخرين التفكير فيه. مؤكداً أنه لدينا عدد لا بأس به من الأجهزة الإعلامية التي يمكن أن تستحق هذا الوصف (خليجي) شكلاً ومضموناً، وبصورة خاصة الصحافة المكتوبة في الدول التي تتمتع فيها هذه الصحافة بقدر كبير من الحرية والشفافية، وتتمتع بقوانين مطبوعات حديثة ومتطورة. ولديها كوادر بشرية تجعلها تتصف بجدارة بهذه الصفة.

إن الخليج العربي يواجه تحديات كبرى سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، وإن وضع الجو السياسي يجعله في بؤرة حساسة ومتأثرة بالأحداث الكبرى الدائرة في المنطقة العربية والإسلامية.

ومجتمع الخليج أكثر المجتمعات تأثراً بعامل الإعلام لعوامل عدة:

- أهمية المنطقة الجغرافية والسياسية وارتباطها بحكم انتمائها العربي الإسلامي بالأحداث الكبرى في المنطقة وفي العالم. وما كان لأحداث 11 سبتمبر إلا أن تضيف بعداً جديداً لهذا الأمر.
- الوفرة المادية التي تشكل عاملاً في القدرة على توفير الآليات الإعلامية والوسائل لدى المتلقي.
- مستوى التعليم والوعي الذي ساهم في الرغبة في المتابعة والمشاركة.
- المصدر الرئيسي للطلاقة في العالم، وحرص القوى الفعالة في العالم على التواجد الإعلامي في المنطقة.

- التطورات الاقتصادية المتمثلة في مشاريع كبرى وخاصة بعد ارتفاع أسعار النفط التي حولت المنطقة إلى خلية نحل من مشاريع كبرى للبنية التحتية أو الصناعية أو العقار وغير ذلك.
- انتماء المنطقة إلى الثقافة العربية الإسلامية وحرص القوى المؤثرة على التأثير في الصراعات الفكرية الدائرة والتي تعتبر الجزيرة العربية محوراً لها.
- تمر الأوضاع في حالة سهولة، إذ تمر المنطقة بتغيير شامل في الحقول السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- كل هذه العوامل وغيرها ساهم في جعل الإعلام عاملاً محورياً في تشكيل الرأي العام، والتأثير على التوجهات، لخدمة المصالح المختلفة المالكة لوسائل الإعلام من شركات ودول وتنظيمات.

#### (4)

يعج الخليج العربي بحركة تغيير شاملة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. والسؤال إلى أي مدى هو تأثير هذا التغيير على تحديد المسار الثقافي لهذا الخليج.

و هنا نطرح سؤالاً أليست هوية الخليج التي يجمع عليها أهله هي الهوية العربية الإسلامية؟

فما هو الدور الذي يقوم الإعلام في الخليج بتواجهه المكثف وبأنماطه المختلفة في المحافظة على هذه الهوية. وهل يشكل هذا هاجساً فعلياً لأهل الخليج وبالذات أهل الإعلام والثقافة؟ وإذا كان هذا الهاجس متوفراً فهل هناك رؤية واضحة للتعامل مع هذا الأمر؟

ام أن الهوية ليست من الأولويات؟ ولهذا قد تضعف أو حتى تختفي في

ضوء واقع تفرضه العولمة. ولكن أيضا وهذا هو الأخطر يفرضه واقع يعيشه الخليج بطريقة مختلفة عن غيره من المناطق العربية الإسلامية.

من حقنا أن نتساءل هل هناك قرار وإرادة يتمثلان في خطة واضحة المعالم للمحافظة على عروبة الخليج وقيمه العربية الإسلامية. أم أن هذا أمر متروك لمسيرة التطور المادي الهائل التي تكتف مسيرة الخليج نسمع كلاماً كثيراً: عن عروبة الخليج والالتزام بالقيم ولكن الأمر ليس مجرد شعارات تردد في المناسبات ومن خلال وسائل الإعلام. بل إن هناك خطوطاً حمراء لا بد من الالتزام بها حتى يتم ذلك. هل الأمر كذلك أم أن هذه الخطوط الحمراء قد تم تجاوزها وأصبح الحديث عن الهوية من أحاديث الماضي.

السؤال المطروح، كيف يمكن التغلب على التحديات التي تواجه هذه الهوية. وهل هناك جهود جادة، وعملية لمواجهة هذه التحديات في ظل العولمة التي ألغت الحدود وفتحت الأجواء وأتاحت انتقال الأفكار دون قيود؟ ولكن أيضا وبصورة خاصة في ظل طبيعة الخليج التي وبحكم ظروف اقتصادية واجتماعية تجعله يختلف عن غيره. وتجعل المحافظة على الهوية تحتاج إلى جهود مضاعفة. دعونا نستعرض بإيجاز هذه الطبيعة الخاصة حتى نتمكن من وضع هذا التحدي في قلبه الحقيقي دون مبالغة أو تهويل. فالخليج في وضع جغرافي يجعل منه منطقة ثغر مفتوح على ثقافات متعددة وقوى إقليمية ساعية لتغيير هويته لها مصالحها الإقليمية وإستراتيجياتها وصراعاتها مع القوى الأخرى في العالم.

والخليج يتمتع بثروة هائلة فهو معين الطاقة في العالم. مما يجعل أنظار القوى الكبرى في العالم مسلطة عليه وراغبة بل ساعية إلى التواجد بقوة ومستعدة لدفع الثمن لذلك.

وهذه الثروة حققت وفرة مادية كبرى أتاحت إشادة مشروعات كبرى ذات

متطلبات أخرى غير المال لا تتوفر لهذه المنطقة من خبرة إدارية وقوة عاملة ماهرة أو غير ماهرة يصعب توفيرها محليا بل وعربيا . مما يجعل الرجال تشد إليه من كل جانب للاستثمار مع ما يصحب هذا الأمر من ظواهر .

فإذا وضعنا في الاعتبار قلة عدد السكان فإن هذه الظاهرة تقود إلى اختلال جغرافي سكاني يزداد يوماً بعد آخر. أن عدد المواطنين لا يتخطى 7% في بعض دول الخليج. إن التواجد الغربي والآسيوي الذي تفرضه الحاجة إلى التنمية يشكل تحدياً ثقافياً هائلاً جديراً بالدراسة والتمعن .

وإن تراجع اللغة العربية التي تشكل المحور الرئيسي لعروبة المنطقة لظاهرة جديرة بالاهتمام . فتعلم اللغة العربية يتراجع بسبب قوى السوق التي تفرض التعامل بالإنجليزية، بل السعي لتدريس الأبناء باللغة الإنجليزية ضمانا لفرص العمل . يضاف إلى ذلك من تأثير اللغات الأخرى كاللغات الآسيوية التي تتواجد في البيوت مع بروز ظاهرة الخدم والسائقين والمريبات . بل إننا اخترعنا لغة هجينة للتعامل معهم، وأطفالنا يتعاملون بها لتسهيل التواصل معهم .

وإننا يمكن أن نضيف ظاهرة السفر كظاهرة بارزة في حياة الخليجيين قل أن يشابههم فيها شعب آخر، ومع ما لذلك من تأثير جيد بالاحتكاك مع الثقافات الأخرى واكتساب المعرفة والخبرة، إلا أن لذلك أبعاداً ثقافية سلبية إذا ما أخذت الظاهرة ضمن حراك التحديات الثقافية التي يواجهها الخليج .

إن منطقة الخليج تتعرض لكثافة إعلامية وخاصة القنوات الفضائية التي ساعدت الوفرة المالية على انتشارها وتوجيه برامجها الترفيهية بصورة خاصة لهذه المنطقة لزرع القيم الاستهلاكية .

## (5)

ولا يكتمل حديثنا عن الإعلام في منطقة الخليج العربي، دون أن نركز بصورة خاصة على أبرز مظاهر الإعلام الحديث وأكثرها تأثيراً. وهذه المظاهر تتمثل في القنوات الفضائية التي بدأت تشق طريقها إلى الإعلام العربي وتعزز مكانتها منذ التسعينيات. ومعظم هذه القنوات تدخل في إطار التجارة ومتطلباتها ويغلب عليها طابع الترفيه. ولكن عدداً منها قنوات جادة من قنوات إخبارية وبرامجية وثقافية وتعمل ضمن إستراتيجية وأهداف محددة في تشكيل التوجهات وفي تغطية القضايا الحيوية في العالمين العربي والإسلامي، بل إن بعضها منها سجل حضوراً في الأحداث وشكل معادلة جديدة.

ومن المؤكد أن القنوات الفضائية تعمل في جو تنافسي كبير، وبعضها شق طريقه وأصبح نجماً في ساحة الإعلام. والقنوات الفضائية فرضت واقعاً على الإعلام الرسمي بتوسيع هامش التعبير وتراجع سيطرة الدولة.

وفي تقديري أن قناة الجزيرة التي تجاوزت عامها العاشر شكلت نقطة تحول في تاريخ عالم الإعلام وساهمت في توسيع هامش التعبير وفي خلق جو من التنافس على جذب المشاهد، مما خلق واقعاً إعلامياً جديداً.

ومن المؤكد أن قناة الجزيرة الدولية باللغة الإنجليزية تشكل حدثاً تاريخياً سيكون له أبعاده ليس على المستوى المحلي وإنما على المستوى الدولي. ولطالما انتظر العرب قناة عربية قادرة على اختراق الإعلام الغربي في ساحته. فهل ستقوم الجزيرة الدولية بهذا الأمر. إنها محل اهتمام ومراقبة شديدين ولن يطول الوقت حتى نرى تأثيرها وتقييم عملها.

و(الجزيرة) ليست مجرد قناة بل أصبحت مؤسسة كبرى لديها قنواتها المتخصصة، ولكن أيضاً لديها مركز دراسات ولديها جريدة دولية ستصدر قريباً. كما أن لديها مركز تدريب في المجالات الإعلامية المختلفة.

## (6)

و أخيرا وفي الختام: نتساءل إلى أين يتجه الإعلام الخليجي؟  
و سؤالنا لا يتناقض مع ما ذكرناه خلال فقراتنا السابقة من أن هناك  
إعلاما في الخليج مكانا وملكية فقط مع غياب الكوادر والهموم الخليجية  
عنه. ولكن يجب أن نقر أن هناك فعلا إعلاما خليجيا عربيا مكانا وملكية  
وكوادر بشرية وعن هذا الإعلام نتكلم أملا في أن تتسع دائرته.

ونرى أن الإعلام الخليجي بهذا المعنى يواجه من التحديات ما يسير في  
خط متوازن مع ما تواجهه المنطقة من تحديات وأخطار سياسية كانت أمنية  
أو تنموية أو اجتماعية. وإن أحداث المنطقة تزداد تعقيدا يوما بعد آخر  
إقليميا وعالميا. في غياب العمل الخليجي المشترك، وفي غياب الرؤية  
المشتركة. وكما أشرنا سابقاً بأن الإعلام الخليجي لا يعيش في معزل عن  
وسائل وأنماط الإعلام لقوى صغرى أو عظمى تتواجد في المنطقة ولها  
خطتها وبرامجها. فإن تدفق المعلومات وسرعة نقل الصورة جعلت الفرص  
تساوى في حقوقه ومكتسيبات القوة الناعمة.

وأسجل أنه لا توجد سياسة إعلامية خليجية مشتركة. بل إن السياسات  
الإعلامية مرتبطة بسياسات كل دولة ومصالحها الخاصة حسب رؤيتها.  
وربما ستظل هذه النظرة سائدة حتى تتحقق الإرادة الجادة للعمل  
الخليجي المشترك.

ويجب أن أشير أن الصحافة المكتوبة هي الأفضل في مدى ارتباطها  
بالهموم المحلية والهواجس الخليجية وتوفر الكوادر المتاحة لها تتفاوت من  
بلد إلى آخر. الكويت تأتي في المقدمة بسبب ما تتمتع به من واقع إعلامي  
متطور إن من حيث هامش الحرية ونشاط المجتمع المدني أو التشريعات  
المتطورة في المطبوعات.

وتليها البحرين وخاصة في السنوات الأخيرة بعد إقرار الدستور وانتخاب برلمان وحرية إصدار الصحف. وفي السعودية تتوفر كوادرات ذات مستوى رفيع ولكن يغيب التشريع وهامش الحرية المطلوب. وقطر قطعت شوطاً لا بأس به بالمقارنة بما كان سابقاً ولكن ينقصها التشريع المطلوب الذي يجعل من حرية الصحافة واقعاً. وكذا الأمر بالنسبة للإمارات العربية المتحدة وعمان.

ويجب أن نسلج أن عدداً من الصحف هو أقرب إلى أن يكون مشروعاً تجارياً بهدف الربح ليس إلا، والربح ليس عيباً ولكن للصحافة رسالة أخرى لا يمكن التضحية بها.

و أخيراً لكي نتمكن من إيجاد إعلام خليجي عربي قادر على التأثير والمنافسة لابد من وضع الأمور التالية في الاعتبار:

- الإصلاح السياسي وهو الأساس لكل جوانب الإصلاح الأخرى.
- قوانين مطبوعات عصرية تحقق عوامل الشفافية وحرية التعبير وتمكن الإعلام الخليجي من القدرة على الصمود والمنافسة.
- قيام المجتمع المدني بدوره في الإعلام إن من خلال الملكية أو من خلال التواجد النشط والفعال.

وقبل كل هذا وذلك توفر الإرادة السياسية الصادقة لخلق واقع إعلامي قادر على القيام بدوره في صناعة القرار وفي التعبير عن هواجس الأمة وتطلعاتها.

## هموم الأعلاميين الخليجيين

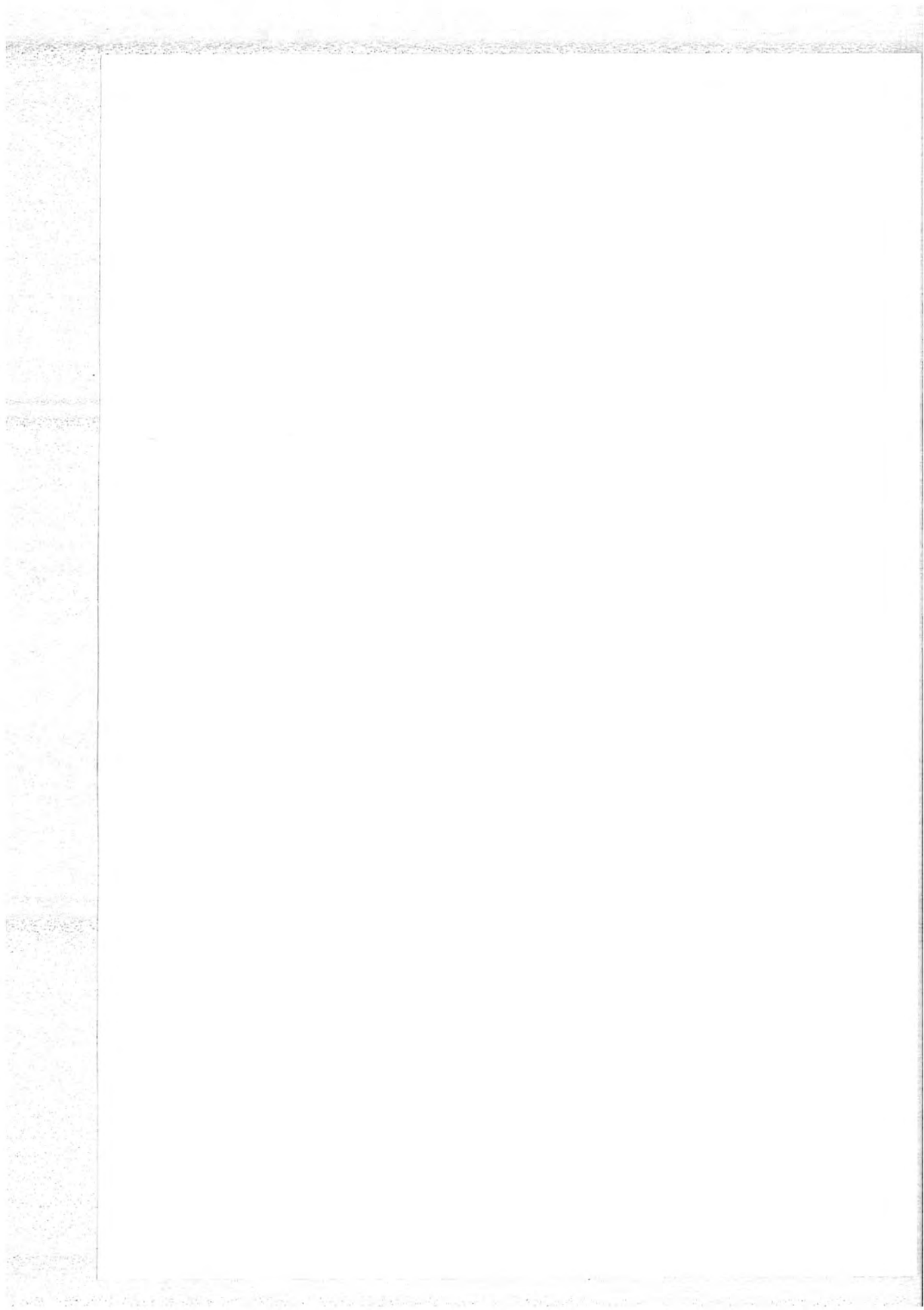
---

د. إبراهيم بشمي

بالتعاون مع قسم الدراسات والتطوير في صحيفة «الوقت»

محمد الهاجري - أحمد العبيدلي





## الصحافة الخليجية... بدايات التلقي وأفاق الطريق

عبر ما يقرب من العقود الثمانية تبلور الوضع الصحافي في منطقة الخليج، ضمن سياق تأثر بمجريات الصحافة العربية بدءاً من القرن العشرين كمتلق ومتابع<sup>(1)</sup> ولكنه شق طريقاً متميزاً فيما بعد .

وكانت الحجاز قد شهدت صدور أول صحيفة عربية عام 1908 باسم «حجاز»<sup>(2)</sup> وستضحى الحجاز لاحقاً جزءاً من إحدى دول مجلس التعاون . إلا أنه وبسبب أوضاع الجزيرة العربية آنذاك، بتباعد مناطقها، وطبيعة تبلور تكون الدولة بها، جاز لنا أن نعطي للكويت البداية على يد عبدالعزيز الرشيد 1928<sup>(3)</sup> في نشوء الصحف الخليجية كما نعرفها اليوم .

وانطلق محور الصحافة الأساسي من الكويت والبحرين من منطلق إصلاحي . فهكذا كانت خطط الرشيد، التي بدت رؤاه أقرب إلى الإصلاح

(1) انظر على سبيل المثال إشارة المؤرخ مبارك الخاطر إلى أن حضور مجلس الشيخ إبراهيم بن محمد الخليفة (ت 1933) يطالعون «باستمرار ما استجد من الصحف أمثال «اللواء» لمصطفى كامل و«المؤيد» للشيخ علي يوسف، و«المنار» للشيخ رشيد رضا و«الأهرام» و«المقتطف»، وغيرها من الصحف العربية، التي كانت تصدر في ذلك الوقت، وترد إلى البحرين عن طريق بمبي بالهند» (الخطاير (1988)، 51).

(2) صدرت أول صحيفة في الحجاز عام 1908 باسم «حجاز» وقد أصدرتها الدولة العثمانية. ثم أصدر الشريف الحسين بن علي ملك الحجاز أول صحيفة في مكة المكرمة باللغة العربية اسمها «القبلة» كان هو صاحبها ومحررها (وكالة الأنباء الكويتية (1988)، 14).

(3) أنشأ عبدالعزيز الرشيد مجلة الكويت ووصف مشروع صدورها بأنها ستكون شهرية سنتها عشرة أشهر وتعوض القراء عن الشهرين بكتاب «نافع قصير». صدرت المجلة في فبراير 1928 معبرة عن الإصلاح ومناصرة للجديد. وضمن تأييد من الشيخ أحمد الجابر الصباح حاكم الكويت حينها وعبدالله السالم الصباح. وأراد صاحبها لها أن تكون ذات طابع عربي إسلامي، وحاول أن يجتذب لها كتاباً خليجيين (د. هلال الشايحي (1989)، 85 -).

ولقد توقفت الصحيفة في سنتها الثانية لأسباب أهمها المناخ العام القائم حينها في الكويت وبساطة المجتمع والمعوقات الفنية. يذكر أن مجلة «الكويت» كانت تطبع في مصر، وكان الرشيد يصدرها أثناء وجوده في البحرين (الشايحي (1989)، 91؛ وكالة الأنباء الكويتية (1988)، 14).

الديني منها إلى المدني. فقد أراد لمجلته أن تكون عودة للفكر العربي الإسلامي بأصالته حسب تصوره لها، مؤكداً في الوقت نفسه على عالمية التقدم وحق جميع الأمم في تبنيه وفي مختلف الأزمنة.

واتبع الرشيد في نهجه طريقاً تقليدياً عربياً هو محاولة التوفيق بين المعاصرة والتراث. وأراد أن تكون مجلته واسطة بين المستويات الثقافية المختلفة، وأن يضيف على أبوابها قدرأ من التناصب بحيث لا تطفئ المادة الدينية على جميع الأبواب (الشايحي (1989)، - 85).

كما لوحظ أن الرشيد قد حاول الابتعاد في مجلته عن السياسة وقضاياها اليومية، ووصل به الأمر إلى تنبيه الطلبة حين دعاهم للكتابة في مجلته إلى الخوض في أي موضوع فيما عدا السياسة. ولربما عاد ذلك إلى توجيهات تلقاها الرشيد من حاكم الكويت حينذاك أحمد الجابر.

وتشاركت ظروف عدة لكي تساهم في عملية صدور صحيفة «البحرين»، فمن ناحية كانت الحركة الإصلاحية المحلية قد تبلورت في حركة تنامت مع نهاية الثلاثينات وبداية الأربعينات. ومن ناحية أخرى كان لنذر الحرب ونجاح الدعاية الألمانية والإيطالية في التأثير على الجماهير العربية ومن بينها جماهير الخليج، أن تشكل مصدر قلق لبريطانيا، والتي بدأت تتحسس امتدادات تلك التأثيرات إلى مناطق الخليج خصوصاً من خلال الإذاعات العربية الموجهة إلى المنطقة وأشهر مذييعها يونس بحري.

وكانت هذه البقعة تحتل بموقعها الاستراتيجي في الطريق إلى الهند، وبيروز الأهمية النفطية لمختلف البلدان بها، مكانة مهمة في التفكير البريطاني. ولذلك رغبت بريطانيا في بروز أدوات إعلامية تستطيع أن تلعب دورها ضمن الحرب الدائرة بين المعسكرين لكسب عقول وقلوب شعوب المنطقة.

ترافق ذلك مع تبلور المشروع لدى عبدالله الزايد وهو من عائلة

الجلاهمة القريبة من الحكم. وترافقت هذه الظروف معاً لتصدر صحيفة «البحرين» في مارس 1939، مترافقة مع إنشاء الإنجليز لإذاعة الخليج في البحرين مطلع نوفمبر 1940.

التقى الزايد ودعوة الديمقراطية كمبدأ سائد في الدول الغربية في مواجهة مبادئ أخرى سادت في ألمانيا وإيطاليا. ولكنه وجد في المقابل مشكلة في التواءم مع سياسات بريطانيا المعادية للعرب وآمالهم من ناحية، ودعم بريطانيا وفرنسا ولاحقاً أميركا للصهيونية في صراعها مع العرب. وإزاء هذا الأمر اتخذ الزايد الموقف القائل لألمانيا أن تفتش عن أصدقاء لها في غير بلاد العرب لتدافع عنهم وتكسب قضيتهم. وقال إن الخلاف بين بريطانيا والعرب بما فيها المواجهة بينهما على الساحة الفلسطينية إنما ذلك بمثابة خلاف بين أصدقاء سينتهي بتلاقيهم وتصالحهم (الخاطر (1988)، 102-103؛ الشايجي (1989)، -101-).

وكان الزايد قد حدد هوية صحيفته في افتتاحية عددها الأول، فبين أنه صمم على جعل الصحيفة «حرة لا تُستعبد لأحد كائناً من كان، صريحة لا تعرف الرياء ولا النفاق (...) ترجو من الهيئات والأفراد ألا ينظروا إلى النقد البريء في سبيل الصالح العام بعين ضيقة، فلن يكون الإصلاح في المستقبل إلا بمعرفة عيوب الحاضر (...)» [ و ] ستكون منبراً عاماً ليس لأبناء البحرين فقط، ولكن لجميع أبناء الخليج والجزيرة العربية» (الخاطر (1988)، 94).

### فترة الخمسينيات

وبانتهاء الحرب وتشكل يقظة سياسية وثقافية ظهرت مطبوعات عدة مثل «صوت البحرين» و«القافلة» و«الوطن» و«الشعلة» و«الميزان» في البحرين، وكذلك في المنطقة الشرقية مثل «أخبار الظهران» و«الفجر

الجديد» و«الإشعاع» و«قافلة الزيت»، وفي الكويت مثل «البعثة» (كويتية خارج الكويت) و«كاظمة» و«البعث» و«الكويت». إلا أن الكثير منها قد توقف نتيجة التدخل الإنجليزي إثر حرب السويس، وفرض حالة الطوارئ على عموم المنطقة.

وشكّلت هذه المحطات بدايات الصحافة الخليجية، وهي تمثل مزيجاً من الآمال الأولى في مجتمع بسيط ولكنه يوشك أن يطل على تغييرات شاملة. وحاولت الصحافة أن تعبر عن هذا الوعي المبكر سياسياً وثقافياً.

### الصحافة الخليجية في حقبتين

حقبة السبعينيات التي ترافقت مع نيل الاستقلال لكل من البحرين وقطر والإمارات والحركة التصحيحية في سلطنة عمان. وحقبة الثمانينيات وصولاً إلى القرن الحالي.

عدا طموحات ما بعد الاستقلال التي عبرت عنها الصحف، فقد شهدت المنطقة اعتباراً من منتصف السبعينيات تطوراً اقتصادياً كبيراً من جراء الطفرة النفطية الهائلة التي رفعت مداخيل دول الخليج إلى معدلات عالية جداً واطلقت حركة تنمية واسعة. لكن الصحف الخليجية لم تتمكن من مواكبة هذا التحول من منظور احترافي. لقد تدفقت رؤوس الأموال والاستثمارات على دول الخليج وراحت الحكومات تستثمر أموالاً ضخمة في مشروعات للبنية التحتية ومشروعات خدمية للسكان ونفقات هائلة دفعت القطاع الخاص إلى الانتعاش.

لكن الصحافة في البحرين وقطر والإمارات وسلطنة عمان والسعودية وحتى الكويت، ظلت عاجزة عن ملاحقة هذه المرحلة الجديدة والتعبير عنها، وأبسط ما يمكن الإشارة إليه هو أنها لم تستطع أن تكون أداة للتعبير عن المتغيرات الاقتصادية الهائلة في تلك الحقبة وهذا أمر مازال سارياً حتى اليوم.

في البحرين مازالت الصحافة بعيدة عن ان تكون قادرة على التعبير عن المركز المالي الذي تمثله البحرين ومازال المستثمرون ورجال الاعمال والحكومات يعتمدون على وسائل إعلام أجنبية لمتابعة التطورات الاقتصادية وحركة الأسواق وتحليل حركتها.

الأمر نفسه ينطبق على صحافة الامارات وقطر وعمان والسعودية، وإذا كان الحديث هنا عن الفترة الممتدة منذ منتصف السبعينيات فإن الملاحظة مازالت قائمة حتى اليوم بدرجات متفاوتة والتحسن هنا مازال محدوداً ونسبياً.

الثمانينيات والتسعينيات وصولاً الى السنوات الاولى للألفية الثالثة، شهدت متغيرات مهمة في الصحافة. وعلى الرغم من ان الخليج كان مسرحاً لحرب طاحنة بين العراق وإيران طيلة عقد الثمانينيات تقريباً، نجد أن الصحافة الخليجية أخفقت من جديد في مواكبة حدث كهذا بشكل يتعدى رصد انعكاسات الحرب ومتابعتها عبر وسائل الإعلام الدولية.

لقد كانت السياسات الرسمية لدول الخليج لاتزال ذات تأثير قوي على أداء الصحف التي لم تتعامل مع الحرب من ناحية مهنية كحافز لتطوير أدائها، بل تعاملت معها وفق منظور سياسي يستجيب للموقف الرسمي لحكوماتها. ضاعت فرصة أخرى لتحفيز الصحف الخليجية على تطوير أدائها المهني.

إن دخول البث المباشر لمحطة «سي إن إن» من البحرين غداة الغزو العراقي لدولة الكويت، أتاح هامشاً نسبياً من الحرية في التعاطي مع الأخبار والموضوعات وشكلت حافزاً للتطوير. ترافق هذا مع الثورة المعلوماتية التي رسخت قناعة لدى السلطات أن من المستحيل التعامل بالطريقة القديمة نفسها مع الصحف.

لكن رغم هذه المساحة ورغم انتشار الفضائيات، إلا أن الصحافة

الخليجية لاتزال تتسم بالبطء الشديد في التطور المهني ومازال عدد قليل من الصحف يسعى إلى إدخال تطوير على صحافة مازالت غير قادرة على الفكاك من تأثير السلطات الذي ينعكس في تذبذب مستواها من الناحية المهنية رغم التطور السياسي في بعض البلدان وخصوصاً البحرين وقطر والكويت.

### صحافة مختلفة

باتت الصحافة الخليجية بوضعيتها التي وصلت إليها حالياً متميزة ضمن الصحافة العربية، قاطعة، في ما يقرب من القرن، شوطاً كبيراً في تاريخها منذ بواكير نشأتها في السعودية والكويت والبحرين مطلع القرن العشرين.

لقد أضحت الصحافة الخليجية متطورة بتقنياتها، وباتساع تغطيتها، وباستقطابها للصحافيين العرب. ولم تقتصر بانتقالها إلى العواصم الأوروبية على حصولها على أرضية تقنية متطورة، بل وعلى مساحة من الحرية لم تكن موجودة لديها في المنطقة العربية. إلا أن جمود الظروف السياسية في الخليج حال دون أن تستكمل الجانب الأهم في العمل الصحفي وهو تمتعها بالحرية اللازمة لتتشكل منها مؤسسة الصحافة في المجتمع المتمدن والحديث، والتي يطلق عليها أحياناً السلطة الرابعة.

انطلقت الظروف الصحافية في الخليج من محاور عدة، مختلفة من منطقة إلى منطقة. فإذا كانت الكويت قد شاركت في الريادة في تاريخ الصحافة الخليجية فإن أجواء الحرية التي ترافقت والتجربة الديمقراطية هناك قد أعطت من الصحافة الكويتية قدراً كبيراً من الحرية مكّنها من أن تتبوأ موقِعاً مميزاً في الصحافة الخليجية والعربية، وأن تترك بصماتها وآثارها على الخليج والمنطقة العربية. وتالياً، اتسع نطاق الحرية الصحافية

الموجودة في البحرين ولاحقاً قطر، عبر التغيرات التي شهدتها هذان البلدان، ولايزال النطاق في اتساع مستمر بهما.

أما في دولة الإمارات فقد ابتدأت الصحافة بخطوتين: الأولى صحف خرجت من تحت مظلة الدولة مثل صحيفتي «الاتحاد» و«البيان». والثانية: ابتدأت من القطاع الخاص مثل حال صحيفة «الخليج»، مما جعل الغلبة ربما لرؤية الدولة على مجريات الأمور سواء في تناول الشؤون الداخلية أو في التعامل مع الأوضاع في الدول الخليجية. ولاتزال عمان تتلمس أولى الخطوات بهذا الاتجاه. عمان لم يكن بها صحافة وقتذاك. بل نشأت الصحف كجزء من تكوين الدولة الحديثة. تشاركت معها في ذلك كل من قطر والإمارات العربية.

ويختلف وضع السعودية بحكم اتساع المملكة وتجاربها. فقد شهدت بروز صحف ذات اتجاهات إصلاحية في المنطقة الشرقية والحجاز. وشهدت تطورات منذ الخمسينيات وبعدها. وتحولت تلك الصحف فيما بعد إلى مؤسسات ذات صبغة شبه رسمية.

وإذا كانت بدايات بعض الصحافة الخليجية هي بداية من وسط القطاع الخاص، وهو قطاع لم يكن بعيداً عن الدولة، فإنه ومع تسارع بناء الدولة الحديثة أخذت الدول المختلفة تنشئ دوائر الإعلام لديها وما يستتبع ذلك من تأسيس صحافة رسمية.

### الصحافة الخليجية والاستقلالية

اختلفت الصحف الخليجية اختلافاً جذرياً عما نشأت عليه.

فلقد زاد عدد الصحف في معظم الدول<sup>(4)</sup>.

(4) من بين أهم الصحف الخليجية بالإمارات: «الاتحاد» و«الخليج» و«البيان»، وبالإنكليزية Gulf Today وKhaleej Times, UAE News, News. والبحرين: «الأيام» و«أخبار الخليج» و«الميثاق»=



ويتضح لنا بأن هويات تلك الصحف تختلف من بلد إلى بلد وحتى ضمن البلد الواحد .

وهناك صحف يطلق عليها الناس اسم صحف رسمية، تمثل السلطة الرسمية، رغم أنها مملوكة للقطاع الخاص بحكم وجود علاقات عدة تربطها بالسلطة الرسمية وهناك صحف أكثر استقلالية والتي قد تملك هامشاً من الحرية في انتقاد سياسة الدولة .

ويأتي الدعم غير العلني وغير المباشر وغير الرسمي لبعض الصحف بشكل غير مقنن خصوصاً في فترة ما قبل الطفرة النفطية، وكل ما يدخل تحت سياسة «الجزرة والعصا». ويتم ذلك في ظل ظروف تختلف من بلد إلى بلد وفي ظل ظروف لم تكن فيه هذه الدول قد استكملت بنية الدولة من مجالس تشريعية وبلدية وفصل سلطات وحتى وجود قوانين تنظم الصحافة .

ثم هناك قانون الصحافة غير المطبوع، وهو الكيفية التي تتعامل كل سلطة تنفيذية مع صحافتها من غير إطار قانون الصحافة وتتمثل فيه مستويات عدة .

ويبقى التعسف في استعمال جبروت السلطة بتجديد الوسائل . فهناك سياسة الهاتف القادم من «فوق» والذي يطالب رئيس التحرير بأن ينشر أو لا ينشر وجرد قائمة بال ممنوعات أو المحرمات... إلخ. وتصب كل تلك الرسائل تحت مبرر المحافظة على الأمن الوطني .

و«الوسط» و«الوطن» و«الوقت»، وبالإنكليزية، Bahrain Tribune Gulf Daily News . وقطر: «الراية» و«الوطن» و«الشرق»، وبالإنكليزية Gulf Times، و«الرياض» و«الجزيرة» و«الرياض» و«السعودية اليوم» و«عكاظ» و«الوطن» و«الشرق الأوسط» و«الحياة»، وبالإنكليزية Saudi Times . وفي عمان: «الوطن» و«الشبيبة» و«عمان اليوم»، وبالإنكليزية Oman Observer . وفي الكويت: «القبس» و«السياسة» و«الوطن» و«الأبناء» و«الرأي العام»، وبالإنكليزية Kuwait Times .  
Kuwait Daily.

ثم مع الاستقلال صدرت قوانين تحدد التشريعات الصحفية والتي تقبض على أعناق الصحف من مختلف الزوايا، وتتفق دول الخليج في معظم هذه التشريعات.

وبالمقابل ساهم في كسر حدة التابو والتضييقات على الصحافة المطبوعة بروز الإعلام المرئي والمسموع والإنترنت في العقد الأخير من القرن الماضي<sup>(5)</sup>. ساهم ذلك مساهمة كبيرة في أن تخفف السلطة يدها عن قدر كبير من كاهل الصحافة الخليجية، على نمط أن أخاك مكره لا بطلاً.

فلم يعد ما هو ممنوع من النشر في الصحافة ممنوعاً على الفضائيات أو على وسائل الإنترنت. وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة التي نرى أنها ساهمت إلى حد كبير في إعطاء قدر كبير من الحرية للصحافة المطبوعة.

كيف بات الإعلاميون ينظرون إلى همومهم من واقع هذا الاستعراض؟ كيف يمكن النظر للعاملين في كل صحيفة وجنسياتهم وما هي همومهم؟ فالصحافة الخليجية لم تعد خليجية، وبات الإعلام الخليجي بصحافته المقيمة والمهاجرة وفضائياته ذا أثر يتجاوز منطقة الخليج، إلى العواصم العربية، بل بات أحياناً يطرق أبواب عواصم عالمية، كما في حال فضائية «الجزيرة» بالإنكليزية.

وبانت هناك رغبة في معرفة إلى أي مدى يمكن لوسائل الإعلام في دول مجلس التعاون الخليجي أن تستجيب لمؤشرات التنمية المستدامة ومنها

(5) للمرة الأولى فتحت دولة البحرين البث الحي عام 1990 CNNJ على مصراعيه لكل الجماهير في المنطقة بدءاً من غزو الكويت في أغسطس، وتالت من بعدها الفضائيات العربية تبعاً.

على سبيل المثال: إلى أي مدى تحمي القواعد القانونية والاجتماعية في أي بلد خليجي وتنعش حرية التعبير وتضمن الحصول على الخبر الصحفي؟ وإلى أي مدى تتطابق الصحافة والمعايير المهنية للجودة؟  
لأجل ذلك طرحت هذه الاستبانة على عشرات من الصحفيين وخرجت باستنتاجات وثقتها الإجابات التالية.

#### المصادر:

- خاطر، مبارك. 1988. نابغة البحرين: عبدالله الزايد 1894-1945. البحرين.
- الزايد، موزة. 1998. عبدالله الزايد وذاكرة الوطن. بيروت.
- الشايجي، هلال. 1989. الصحافة في الكويت والبحرين منذ نشأتها حتى عهد الاستقلال. البحرين.
- وكالة الأنباء الكويتية. 1988. دليل الصحافة العربية. الكويت.

## مؤشرات التنمية المستدامة لوسائل الإعلام في دول مجلس التعاون الخليجي

### مقدمة

يستند المؤشر إلى التجربة الميدانية الواسعة التي طوّرتها هيئة «الأبحاث والمبادلات الدولية» و«الوكالة الأميركية للتنمية الدولية» بغرض قياس مدى تطور الإعلام وتحليله عبر العالم.

وهو وكما ورد في الإرشادات المرفقة كتعليمات للمشاركين يرتبط بخمسة مجالات محددة بقصد قياس قوة وقابلية الأنظمة الإعلامية على النمو والاستمرار. وإضافة إلى هذا، فقد تم توصيف هذه المجالات بـ «مؤشرات» من شأنها قياس وتصوير كل واحد منها.

وتورد المقدمة أن هذه المؤشرات قد تمت بلورتها مع فريق واسع من مهنيي الصناعة الإعلامية ومن المنظمات الداعمة لوسائل الإعلام، وهي قابلة للتطبيق على أي بلد في العالم.

وتستهدف محاولة قياس تلك المؤشرات فهم وضعية القطاع الإعلامي في أي بلد، وفي الاستبانة هنا، منطقة الخليج. وباستخدام نظام النقاط المبيّنة في الاستبانة، فكلما سجّل نظام النقاط مجموعاً أعلى كلما كان البلد أقرب إلى نظام إعلامي مستقل وذو قابلية للنمو المستدام.

ولن تؤخذ النقاط المسجلة هنا للخروج باستنتاج عما إذا كانت منطقة الخليج ستبلغ متطلبات المؤشر أم لا، ولا يهدف إلى قياس نجاحاتها أو إخفاقاتها الماضية في تطور الإعلام بالطبع، وإنما ستعطي تلك النقاط صورة حقيقية لقوة الإعلام الخليجي طبقاً لما هو عليه الوضع الآن.

## تعريفات

المؤشر : هو المقياس الذي سستم الإجابة عن كل سؤال على أساسه، وقد تمت الاستفادة من ذلك المؤشر مع بعض التعديلات لكي يتلاءم مع متطلبات البحث المطلوب.

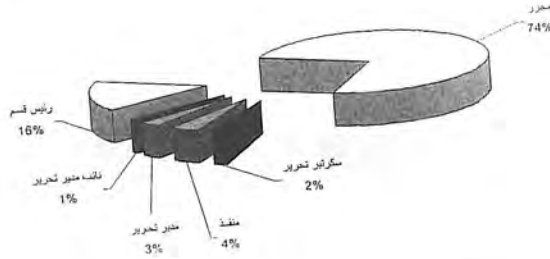
وصندوق المؤشرات للإرشاد بشأن كيفية إعطاء علامة من 0 إلى 4 حين الإجابة عن الأسئلة أدناه.

الدرجة	المؤشر
0	إذا لم يتطابق البلد مع المؤشر، لأسباب منها أنه قد تكون هناك معارضة قوية له من طرف الحكومة أو قوى اجتماعية.
1	يلتقي البلد شيئاً ما مع المؤشر، فقد لا تكون هناك قوى معارضة بشكل نشيط لإقراره، لكن المحيط الاقتصادي قد لا يساعده، وقد لا تكون الحكومة أو المهنيون مساندين للتغير بشكل كامل أو نشيط.
2	شرعت البلاد في التلاقي مع مظاهر عدة من المؤشر لكن التقدم الحاصل لا يتيح الفرصة للحكم عليه أو لا يزال رهيناً بالحكومة الحالية أو بالقوى السياسية.
3	تتلاقى البلاد مع معظم مظاهر المؤشر الذي ترسخ منذ سنوات عدة و/أو حصل تغيير في الحكم، ما يشير إلى توافر نمو مستدام إلى حد ما.
4	نعم تتلاقى البلاد مع مظاهر المؤشر، ولم يطلها أي مس رغم تغييرات حكومية كثيرة، ورغم التقلبات الاقتصادية وتغييرات الرأي العام ومختلف المعاهدات الاجتماعية.

تظهر النتائج المتعلقة بالمشاركة في الاستبانة التالية:

- عدد المشاركين 114 مشاركاً في الاستبانة من عدد من الصحف الخليجية، من الكويت والإمارات، والبحرين، وسلطنة عمان.
- جميع النتائج بالنسبة المئوية.

## التوزيع النسبي للمشاركين في الاستبانة حسب نوعية الوظائف



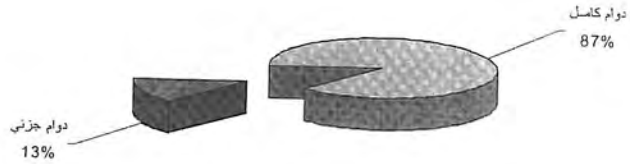
النسبة المئوية	نوعية ووظائف المشاركين
3%	مدير تحرير
1%	نائب مدير تحرير
16%	رئيس قسم
75%	محرر
2%	سكرتير تحرير
4%	منفذ

### 1- نوعية وظائف المشاركين

إن توزيع المشاركين من ناحية وظائفهم هو توزيع متوازن حيث إن 75% من المشاركين بالعملية كانوا من المحررين يضاف إليهم 4% من المنفذين وبمجموع 79% للفئات الأدنى وظيفة والأكثر بعداً عن مراكز اتخاذ القرار في الصحيفة، وهم الأقرب إلى عملية إنتاج الصحيفة وهم الأكثر تحسناً ليوميات الحريات الصحافية. ويليهم 16% بوظيفة رئيس قسم وهم فئات وسطى. وتتوزع فئات عليا في مواقع المسؤولية على 6%.



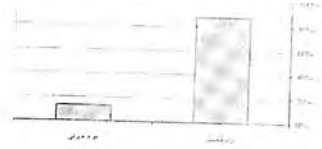
## التوزيع النسبي للمشاركين في الاستبانة حسب نوع العمل



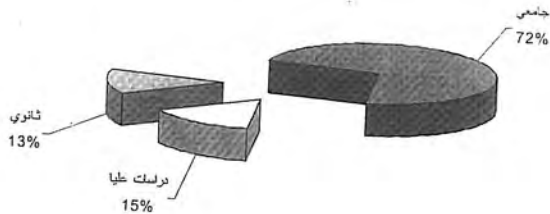
النسبة المئوية	نوع العمل
87%	دوام كامل
13%	دوام جزئي

### 2- نوعية العمل

وترتفع نسبة العاملين بدوام كامل لتبلغ 87% من مجمل العاملين، وهو ما يعطي المشاركين طبيعة حرفية أكبر مقارنة بـ 13% للعاملين بدوام جزئي.



## التوزيع النسبي للمشاركين في الاستبانة حسب المستوى التعليمي



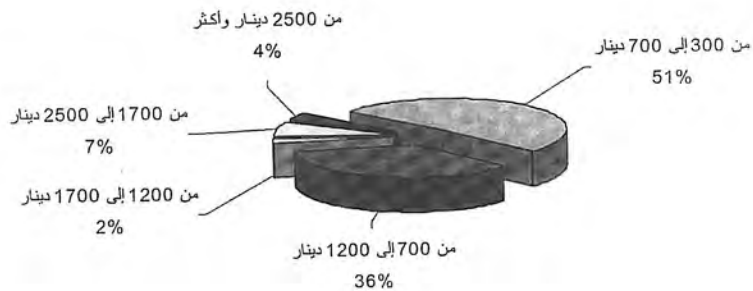
النسبة المئوية	المستوى التعليمي
13%	ثانوي
72%	جامعي
15%	دراسات عليا

### 3- المستوى التعليمي

يظهر هذا المؤشر أن 72% من المشاركين كانوا من حملة الشهادات الجامعية و15% من حملة الدراسات العليا، بينما لا يوجد بين العاملين سوى 13% من حملة الشهادات الثانوية. وبالرغم من ارتفاع مستوى التعليم في هذه المهنة إلا أن من المفيد معرفة مدى ارتباط هذا التعليم وقدمهم من مجالات ترتبط بالصحافة، أو تلقيهم دراسات محترفة لممارسة الاعلام.



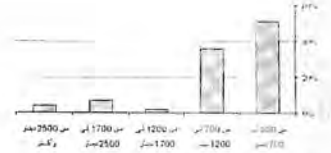
### التوزيع النسبي للمشاركين في الاستبانة حسب فئات الراتب





النسبة المئوية	فئات الراتب
51%	من 300 إلى 700 دينار ( 800-1870 دولار)
36%	من 700 إلى 1200 دينار ( 1870-3200 دولاراً)
2%	من 1200 إلى 1700 دينار ( 3200-4530 دولار)
7%	من 1700 إلى 2500 دينار ( 4530-6670 دولاراً)
4%	من 2500 دينار وأكثر ( 6670 دولاراً)

#### 4 - فئات الراتب



وفيما يخص مرتبات المشاركين فقد

كان 51% ينتمون إلى فئة الراتب من

300 - 700 دينار (800 - 1870 دولاراً)

وإذا ما أضيف إليهم 36% من فئة 700 -

1200 دينار (1870 - 3200 دولار) يصبح العدد 87%. وتتوزع الفئات

الأخرى بين المؤشرات الثلاثة الباقية والأعلى ارتفاعاً لتبلغ 13%.

ووسط الفئة الأخيرة نجد انخفاضاً نسبياً لفئة 1200 - 2500 دينار

(3200 - 4530 دولاراً) لتبلغ 2% وتلك البالغة 2500 ديناراً ( 6670 دولاراً)

فما فوق، إزاء ارتفاع نسبي لفئة الـ 1700 - 2500 دينار (4530-6670

دولاراً) 7%.

يصعب بالطبع الخروج باستنتاجات قاطعة عن هذه الظاهرة، ولكن

يجدر التساؤل عن طبيعة ماذا تغطي تلك الفئة، فربما عكست نسبة زيادة

مرتبات موظفي الإدارة التحريرية العليا الذين برزوا في مؤشر وظائف

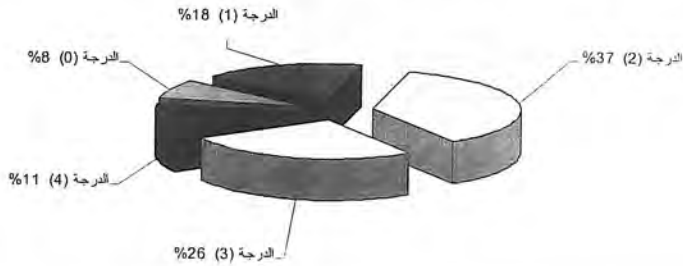
المشاركين، والذين حصلوا على مرتبات أعلى، ولكن لا يمكن الجزم بأية

حال بشأن هذا الموضوع بالاعتماد على المعلومات التي تقدمها المؤشرات

المدونة فقط.

المجال الأول : القواعد القانونية والاجتماعية في/ بلدكم/ مواقع العمل/ التي تحمي وتنعش حرية التعبير وتضمن الحصول على الخبر

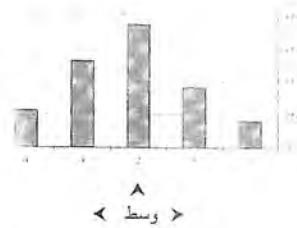
1- مؤشر الحماية القانونية والاجتماعية لحرية التعبير موجودة ومكفولة



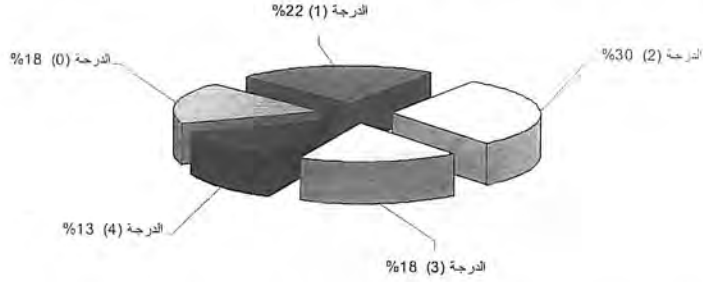
(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما هو مستوى ضمان القوانين الدستورية وكفالتها لحرية التعبير؟	15	24	36	17	7
ما مدى وجود قوانين للإعلام وتنظيمات قانونية أخرى بشأن حرية التعبير بشكل خاص؟	9	25	42	19	5
ما هو حجم الدعم الذي تتلقاه هذه القوانين والتنظيمات من الجهات الرسمية؟	9	23	40	20	7
ما هو حجم العوائق لتطبيق هذه القوانين؟	11	26	37	16	9
ما هو مستوى الحماية القانونية المتوافرة في بلدكم في حال قضايا خرق حرية التعبير؟	8	30	31	20	11
ما هو مستوى التوفير الذي تحظى به حرية التعبير في مجتمعكم؟	11	28	37	17	7
ما هو مستوى الاستنكار المهني والقانوني الذي تثيره هذه الخروقات؟	14	21	39	18	7
ما مدى تماشي المتعضيات القانونية في بلادكم ومعايير حقوق الإنسان الدولية وحرية التعبير؟	10	27	37	17	10
متوسط النسب المئوية	11	26	37	18	8

أعتقد 37% من المشاركين بأن هناك تقدماً قد حصل ولكنه لا يزال مرهوناً بظروف معينة كوجود حكومة معينة أو اتجاه معين. وتوجد فئتان صوتتا معاً لتبلغا نسبة 37% مقارنة مع فئتين صوتتا معاً بنسبة 26% بمحدودية التقدم الحادث في حماية وانتعاش حريات التعبير، ما يسمح بالقول إن هناك تقدماً قد حدث، ولكنه تقدم محفوف بالكثير من التحفظات.



## 2- مؤشر تلقي الجرائم ضد الصحفيين ووسائل الإعلام من عقوبات زجرية قوية أو أن حدوث مثل هذه الجرائم نادر



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما هو مستوى الجرائم المقتربة ضد الصحفيين ووسائل الإعلام في بلدكم؟	3	11	23	33	30
ما هو مستوى وتيرة حدوث مثل هذه الجرائم؟	4	8	32	27	29
ما مدى شعور الصحفيين بالأمان في بلدكم؟	31	20	26	14	9
ما هو مستوى العراقيل التي يواجهها الصحفيون أثناء قيامهم بدورهم؟	13	33	31	14	9
ما مدى تأثير الرأي العام بشأن الجرائم التي ترتكب ضد الصحفيين؟	9	21	32	23	15
ما هو مستوى متابعة مقترفي هذه الجرائم من ملاحقة قانونية ولا يفلتوا من المتابعة؟	16	16	36	19	14
متوسط النسب المئوية	13	18	30	22	18

يرتفع المؤشر في وسطه إلى 30%. وبينما

يعبر عدد متزايد في فئتي الجانب الأيمن

40% ممن يعبرون أكثر عن قلقهم من وجود

جرائم ضد الصحفيين من ناحية ولربما

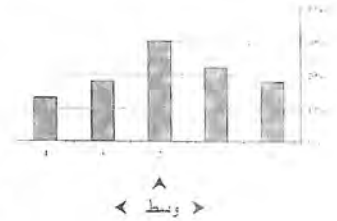
تمكن مقترفوها من الإفلات من العقوبة. ومن

جانب آخر تبرز نسبة 31% في الجانب الأيسر لتعبر عن وجهة نظر

مغايرة. وتجدر الإشارة إلى صعوبة الخروج باستنتاج عام عن المؤشر بالنظر

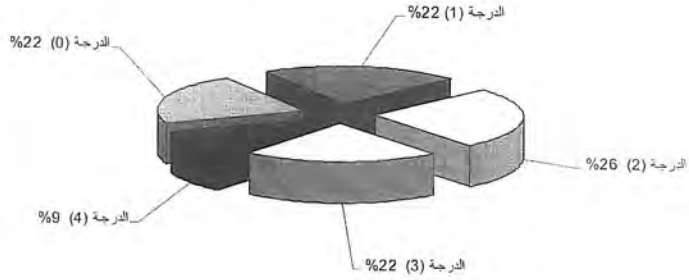
لاحتوائه على جانبي المؤشر: مدى تلقي مقترفي الجرائم ضد الصحفيين

عقوبات زجرية من ناحية، ومسألة كون ندرة وقوع تلك الجرائم.



- أمثلة عن هذا المؤشر مأخوذة من بيانات المشاركين في الاستفتاء :
- المنع من العمل (حوادث جرت لعدم دقة النقل)، بسبب أخبار كذبها مصدرها الحكومي والاقتصادي، ما أوقع المؤسسة في حرج وهناك فصل من العمل بسبب أخطاء غير مقصودة تسبب في إحراج المؤسسة.
  - اعتقال أو حجز مواطن يكتب بكل جرأة في أحد المواقع في أكثر من دولة خليجية.
  - بعض الصحفيين تعرضوا إلى محاكمات على نشر وقائع سطورها في بعض المواد الصحافية المنشورة والتي قامت الأطراف المشار إليها بتقديم الشكاوى ضدهم (منصور الجمري، أنور عبدالرحمن، عيسى الشايجي، بتول السيد ورضا الموسوي وغيرهم).
  - تنقسم القضايا المروعة ضد الصحفيين إلى نوعين: قضايا ضد صحفيين نشروا أخباراً فيها معلومات (رضا الموسوي وبتول السيد)، وقضايا رفعت بسبب آراء (حافظ الشيخ - الإعلام، أنور عبدالرحمن - قضاة شرعيون احتجوا على آراء في تحقيق).
  - الاعتداء على بعض المصورين الصحفيين أثناء التظاهرات.
  - في أكثر من مرة اعتدي على إعلامي وصحافي من قبل الأجهزة الأمنية وكانت ردود الفعل حتى من جانب البرلمان ضعيفة وبينها حادثة الاعتداء على مراسل «العربية» عادل العيدان وأحد المخرجين في التلفزيون.
  - لا يشعر الصحفي بالأمان لسهولة تخلي مؤسسته الصحافية عنه، من دون أن تكون هناك نقابة تحميه من الفصل التعسفي.
  - اعتداء على عدد من الصحفيين والمصورين خلال تغطية سقوط طائرة في الشارقة، وحجز عدد من الصحفيين من دون وجه حق قانوني.

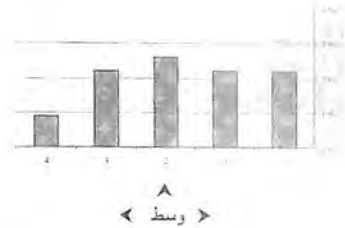
### 3- مؤشر اعتبار القذف قضية خاضعة للقانون المدني، يخضع المسؤولون العموميون بموجبه لمقاييس محددة في هذا المجال ويتوجب على الطرف المتضرر مهمة إثبات الخطأ والضرر



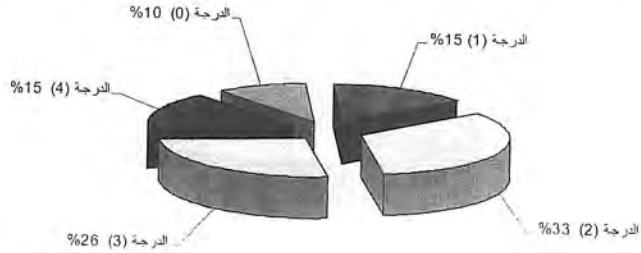
(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما مدى أن يعد القذف قضية خاضعة للقانون الجنائي أم للقانون المدني في بلدكم؟	19	34	23	14	10
ما مدى تلقي الصحفيين أحكاماً بالسجن؟	6	13	25	28	28
ما مدى قبول أن تتم مساءلة المسؤولين العموميين عن أفعالهم أمام الصحافة من الناحية القانونية؟	4	23	28	24	21
ما مستوى حالات الفساد ضمن القضاة والمدعين العامين المتعاملين مع قضايا القذف؟	7	16	27	22	29
متوسط النسب المئوية	9	22	26	22	22

تشير أكبر النسب إلى الحلول الوسط بنسبة 26% مع وجود نسبة 22% على جانبيها، ما يرجح وسطية النظرة إلى ما يطرحه هذا المؤشر. ولكن تلفت الانتباه حقيقة أنه بينما لا يمنح المشاركون درجة عليا لتقويمهم الوضع حيث يدحضون ذلك 9% فقط، نرى أن اعتبارهم لسلبيته ترتفع إلى نسبة 22% فقط.



#### 4- مؤشر الأخبار العمومية متوافرة بسهولة، حق الوصول إلى الخبر مضمون بشكل متساو لوسائل الإعلام كافة ولجميع الصحفيين



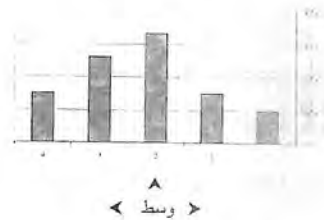
(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما مدى تيسر وسهولة الحصول على الخبر العمومي للصحفيين كافة؟	23	34	25	9	9
ما مدى مساواة حقوق الصحفيين في الحصول على الخبر؟	12	20	39	17	11
ما مستوى المعوقات، هل هناك أي تنظيم يعوق الإعلام المستقل عن الوصول للخبر العمومي؟	9	26	36	16	13
ما مدى أن تحد الحكومة من إعطاء المعلومات العمومية إلى الصحافة؟	16	25	33	18	8

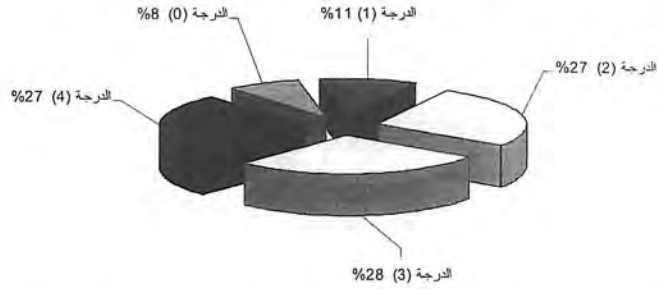
	نعم	لا
هل يحتج / يشكو الصحفيون المستقلون من أي نقص في الوصول إلى المعلومات، بواسطة أسلوب ملموس ومنظم؟	57	43
هل يتخذ الصحفيون سبباً أخرى للوصول إلى الخبر العمومي؟	81	19

متوسط النسب المئوية 15 26 23 15 10

ترتفع النسبة الوسطى إلى 33% ونرى مجموع المصوتين على الجانبين يبرز على نحو 25% و 41% على التوالي لصالح توافر الأخبار العامة وسهولة الوصول إليها ما يشير إلى القول بيسر الوصول إلى الأخبار العامة مع وجود شعور قوي لا يمكن تجاهله بأن ذلك لا يخلو من مصاعب.



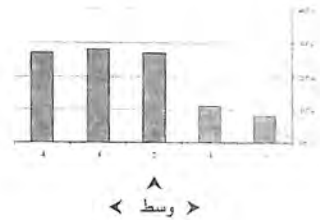
## 5- مؤشر تملك وسائل الإعلام حقاً غير مقيد للوصول إلى الأخبار الدولية وإلى مصادر الخبر



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما مدى انتشار استخدام الانترنت من قبل الصحفيين والناشرين للوصول إلى بعض مصادر الخبر؟	45	26	21	8	1
ما مدى ضمان الاشتراكات في الانترنت بأثمان معقولة لمستخدميها؟	30	28	28	8	6
ما مدى السماح لوسائل الإعلام بإعادة نشر أو إعادة بث البرامج الإخبارية الأجنبية أو أخبار وكالات الأنباء؟	23	31	28	13	5
ما مدى أن تحد الحكومة بشكل من الأشكال الوصول إلى الأخبار الدولية ومصادر الخبر؟	10	25	31	16	18
هل هناك قوانين تحكم المطبوعات باللغات الأجنبية؟	24	لا	76	نعم	
متوسط النسب المئوية	27	28	27	11	8

تتخفف النسبة على يمين المؤشر الوسط ويساره هنا بشكل واضح إلى 19% مقارنة مع 55% إلى اليسار ليشير إلى أن التقييدات المحلية على الوصول للأخبار العالمية هي قليلة نسبياً. ولربما عاد ذلك إلى عدم قلق



السلطات المحلية من وصول الصحفيين لمصادر الخبر الخارجي، وانخفاض خشيتها من تأثيره على داخل البلاد. ولكن ومن ناحية أخرى فربما يعكس ذلك أن قدرة السلطات المحلية تقل هنا على السيطرة على الخبر العالمي.

فوسائل الاتصالات الحديثة (بدءاً من الفاكس ومروراً بوجود الإذاعات المسموعة والمرئية والفضائيات وانتهاءً بالبريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت) قد قللت كثيراً من قدرات الحكومات في العالم أجمع على التحكم في انتقال الحوادث الدولية والإعلام عنها عبر الحدود.

بأية طريقة تحد الحكومة الوصول إلى مصادر الخبر حسب أجوبة المشاركين؟

- الحصول على الأخبار مسموح من خلال الوكالات ومتابعة الصحف الأجنبية والانترنت، ولكن الفيصل هو في النشر، وإعادة صياغة الخبر من جديد بأسلوب يتفق مع الرقابة المسموح بها.
- ثمة رقابة ذاتية من قبل الصحفيين على أخبار وتقارير معينة يمكن ان تمس بتقاليد البلد السياسية والاجتماعية.
- من خلال تقارير شبكات الانترنت في جميع مؤسسات الإعلام وعدم فرض الحظر على المواقع، وذلك بإعطاء الصحفي أو الإعلامي بطاقة تصريح لدخول جميع الأماكن وتقديم التسهيلات له.
- تفرض الرقابة على مواقع الانترنت من خلال مؤسسة الاتصالات الحكومية.
- عبر إغلاق مواقع انترنت معينة.
- حظر نشر أخبار سيئة للنظام العام.
- الإيعاز الى المسؤولين بعدم التعاون مع الصحفيين في القضايا الحساسة.
- ادعاء المديرين ومصادر الاخبار بأن هنالك تعميماً بالألا يفصحوا عن الاخبار.



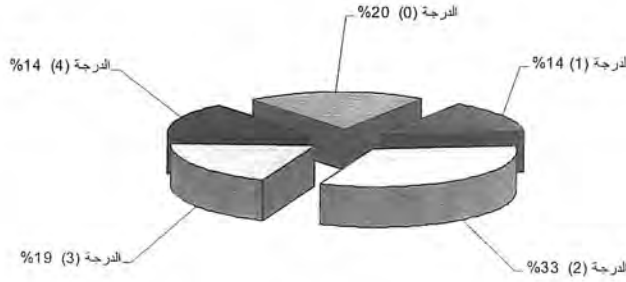
- ليس هناك حظر على تلقي الاخبار بل حظر نشرها احيانا لأسباب إما تتعلق بحساسية سياسية أو اقتصادية أو علاقات مع دول أخرى، ويأتي ذلك غالباً بالاتصال الهاتفي الى مسؤولي التحرير.
- أرست الحكومة عرفاً أن أي خبر يتعارض معها بقوة حتى لو كان مُتاحاً عبر وكالات الأنباء فهذا الخبر لا يتم نشره منعاً للفتنة واضطراب الرأي العام وكذلك لأن خصوصية المجتمع لا تتقبل مثل هذه الأخبار.
- أحيانا وفي مرات قليلة قد تصدر تعليمات لرؤساء التحرير بعدم نشر أخبار دولية معينة أو أن الأمر يعود لقناعات المسؤولين بشأن بعض الخطوط الحُمر.
- تحاول أن تمنع القياديين والمسؤولين في الدولة وخاصة في الأماكن الحساسة بعدم إعطاء الصحفيين والإعلاميين أية معلومات تصل إليهم.
- حماية قيم ومصالح المجتمع وعدم السماح بنقد رؤساء الدول الأخرى.
- الرقابة الذاتية.

كيف تبرر الحكومة الحد من الوصول إلى مصادر المعلومات؟

- الأمن.
- لم يحدث أن حصل أمر ما علّقت عليه مصادر حكومية.
- لحماية المجتمع من بعض التجاوزات والمواقع المخلة بالأداب العامة والأخلاق.
- حماية الصالح العام والأعراف والقيم.

- لا يوجد مبرر.
- حماية الأمن العام للدولة .
- أمن الدولة - المصلحة العامة الحفاظ على سمعة الدولة - ما كل ما يعلم يقال.
- لأجل المحافظة على الوضع العام وعدم إثارة أية بلبلة قد تضر بالدولة.
- هي لا تحد، وبالتالي ليس عليك ان تبرر.
- لضمان عدم تأثيرها على سياسة البلد.
- هي لا تبرر وهي أرسست عرفا ودجنت عليه وسائل الاعلام خصوصا المسؤولين فيها.
- لأسباب تثير فتنة او قد تكون لإخلالها بالنظام العام.
- للمصالح الوطنية.
- تعريض العلاقات الخارجية للخطر يعد جريمة.
- للمحافظة على السلم الاجتماعي والأهلي إذا كان الخبر ضد الوحدة الوطنية أو يتحدث عن الطائفية بصورة مكشوفة، أو أنه ضد التضامن العربي إذا كان مسيئاً بشكل مباشر لدولة عربية بعينها .
- حتى لا تصل المعلومة إلى العامة وخاصة نواب الامة.
- وهل تحتاج الحكومة لتبرر!
- بعدم الإساءة إلى علاقات الدول الخارجية.
- الحفاظ على الاستقرار وعدم المساس بالدين أو الإساءة إلى قادة عرب اشقاء أو أصدقاء.

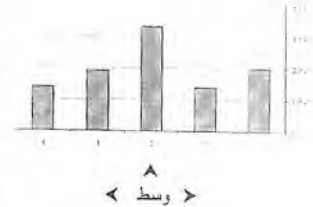
## 6- مؤشر الاشتغال في مهنة الصحافة حر والحكومة لا تفرض ترخيصاً ولا عوائق ولا حقوقاً خاصة للصحافيين



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
هل هناك أية امتيازات خاصة أو عوائق أمام أية جماعة يعينها من الصحافيين / الناشرين تفرضها الحكومة بواسطة طلبات الترخيص أو الاعتماد أو أية وسائل مماثلة؟	19	20	31	15	15
إلى أي مدى يحتاج الصحافيون إلى ترخيص لتغطية حوادث يعينها؟	20	30	25	15	10
ما هو مستوى مراقبة الحكومة والاتحاق بدراسة الصحافة إن وجدت؟	7	19	50	10	13
إلى أي مدى تمارس الحكومة، بشكل من الأشكال، تدخلاً لتحديد مستوى قبول الصحافيين داخل المعاهد الإعلامية؟	11	8	24	16	40
هل تستخدم الحكومة «تمريفاً» لمن هو الصحافي بقصد إقصاء بعضهم عن العمل؟	75	نعم	25	نعم	
متوسط النسب المنوية	14	19	33	14	20

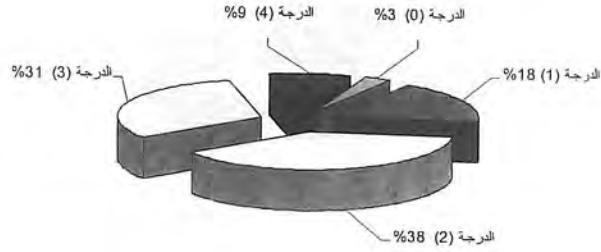
تستقر النسبة الوسط على 33% بينما ارتفعت نسبة أدنى المصوتين إلى 20% وتدنت نسبة القائلين بحرية العمل الصحافي إلى 14%. ويجمع النسبتين الواقعتين إلى اليمين واليسار على جانبي الوسط نجدهما تبلغان 34% لصالح



القول بوجود حدود مقارنة مع 33%، ما يمكّن من القول أن توزيع النسب يشير إلى وجود إمكانية معقولة ولكن ليست الأمور سهلة تماماً، وأن صعوبات ممارسة مهنة الصحافة تبدأ منذ بداية التفكير في العمل بها.

## المجال الثاني: الصحافة تتطابق والمعايير المهنية للجودة

### 1- مؤشر العمل الصحافي نزيه، موضوعي وجيد المصادر



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
إلى أي مدى يتحقق الصحافيون من كل المعلومات التي ينشرونها؟	17	33	32	12	5
ما مدى استشارتهم لجهات من المصادر المحلية والدولية؟	8	37	42	12	1
إلى أي مستوى يتفادون الذاتية؟	6	30	36	24	3
ما هو مستوى التوازن بين العمل الصحافي والمضمون التجاري؟	7	24	47	16	5
ما مستوى تضمن المقالات وجهات نظر جميع الأطراف بشأن قضية ما؟	9	27	38	23	3
إلى أي مدى يطلب الصحافيون تعليقا من الأطراف كافة؟	9	34	34	20	3
متوسط النسب المئوية	9	31	38	18	3

ترتفع النسبة الوسط والقائلة إن العمل

الصحافي نزيه وموضوعي إلى 38% وتكون

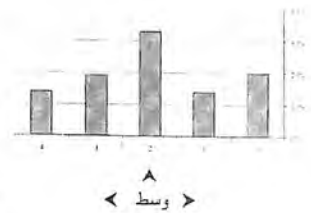
نسبة اليمين 21% مقارنة مع 40% من اليسار

من القائلين إن ما ينتجه البيت الصحافي نفسه

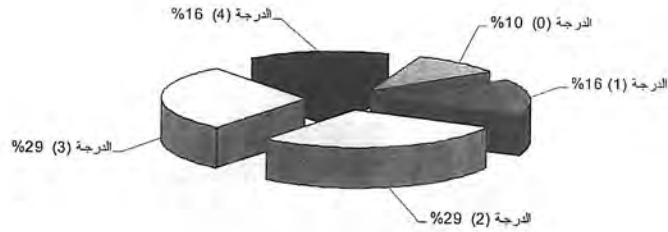
هو نزيه وموضوعي وجيد المصادر. ولا يمكن

تجاهل نسبة ال 21% والقائلة إن العمل الصحافي غير نزيه وليس موضوعياً

وهي نسبة عالية من قبل العاملين في المجال نفسه وحكمهم على عملهم.



## 2- مؤشر اتباع الصحفيين معايير أخلاقية مقبولة ومعترف بها



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما هو مستوى المعايير الأخلاقية التي تنظمها جمعيات الصحفيين في بلدكم؟	21	33	28	9	8
ما مدى قبول هذه المعايير؟	14	31	28	17	3
إلى أي مدى تختلف هذه المعايير عن المقياس المقبولة من طرف الجمعيات المهنية الدولية للصحفيين؟	10	29	34	14	13
ما مستوى الخروقات الموجودة لهذه المعايير؟	14	22	36	16	12
ما مدى ميل الصحفيين المهنيين إلى قبول أموال أو هدايا مقابل بعض الأنواع من التغطيات الصحفية؟	19	25	25	20	11
ما مدى وجود هذه الممارسة لدى فئة من الصحفيين؟	16	33	21	20	11
متوسط النسب المئوية	16	29	29	16	10

ينخفض مؤشر الوسط والقائل باتباع

الصحفيين لمعايير أخلاقية مقبولة ومعترف

بها هنا إلى 29% إزاء ارتفاع للفئة الأقرب

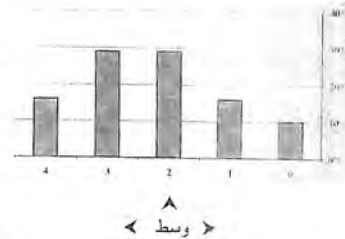
لهذا التقييم إلى اليسار وهي 29% وتليها

16%. ومجموع الفئتين 45% مقارنة بالفئتين

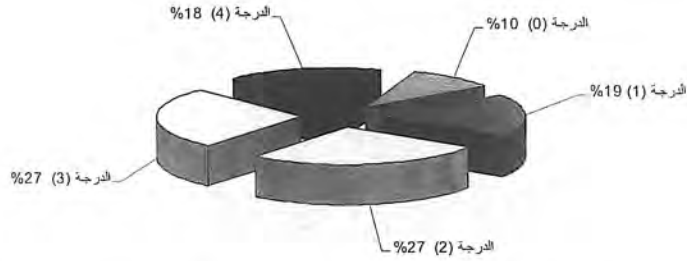
اللتين إلى اليمين والبالغتين 16% و10% تبعاً بمجموع يبلغ 26%. وهو رقم

على رغم انخفاضه النسبي إلا أنه مقلق لكونه يصدر من أصحاب المهنة

أنفسهم حيث إنهم يرون أن المعايير الأخلاقية غير مقبولة ولا معترف بها.



### 3- مؤشر الرقابة الذاتية



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما هو مستوى ممارسة الرقابة الذاتية للصحافيين أو الناشرين بسبب خوف حقيقي أو مفترض من فقدان عملهم؟	26	31	23	18	3
ما هو مستوى الخوف من التعرض لبعض الدوائر السياسية أو لبعض المسؤولين أو الرغبة في الانضباط لبعض المصالح التجارية؟	26	30	22	19	3
ما هو مستوى الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحافيون بسبب ضغوط ناشرهم؟	23	29	31	15	2
ما هو مستوى الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحافيون بسبب الخوف من ملاحقة الأجهزة الأمنية؟	22	34	24	10	9
ما هو مستوى الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحافيون بسبب الخوف من المؤسسات الدينية؟	15	22	27	28	9
ما هو مستوى الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحافيون بسبب الخوف من مؤسسات المجتمع المدني؟	6	26	31	27	11
ما هو مستوى الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحافيون بسبب الخوف من الأحزاب السياسية؟	9	14	28	16	33
متوسط النسب المئوية	18	27	27	19	10

يوصل هذا المؤشر نذره بإشاعة القلق: حيث

نجد استمرار انخفاض فئة الوسط إلى 26%.

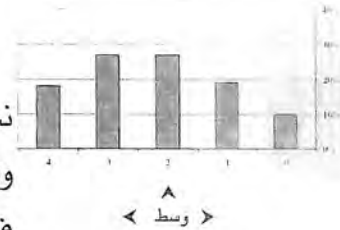
وترتفع فئتا اليسار إلى 27% و18% مقارنة مع

فئتي اليمين اللتين صوتتا بنسبة 19% و10% تبعاً

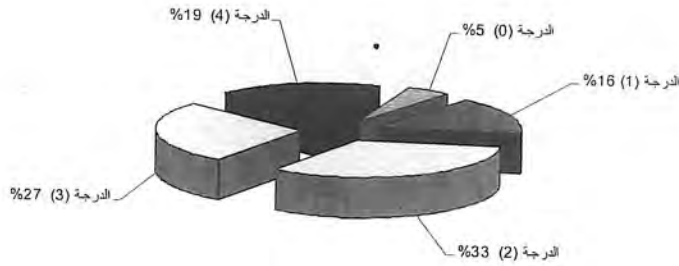
بمجموع قدره 29% تقول إن هذه النسبة العالية

تعتقد بأن البيت الصحافي لا يمارس الرقابة الذاتية، ويجعل من قيام

أعضائه بمساءلة أنفسهم من أجل كسب ثقة الجمهور محدودة.



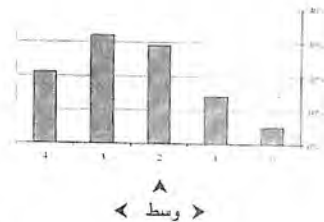
#### 4- مؤشر تغطية الصحفيين الوقائع والقضايا المهمة



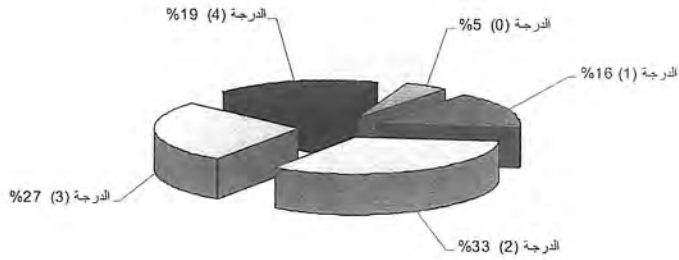
(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما مستوى تغطية الصحفيين الوقائع والقضايا المهمة؟	38	33	23	3	2
ما هو مستوى العواقب بين الناشرين والصحافيين عند تغطيتهم لوقائع معينة؟	12	33	28	19	9
ما هو مستوى الحالات التي يمكن للناشرين أن يحذروا فيها الصحافيين من تغطية بعض الوقائع؟	12	31	44	11	2
ما هو مستوى الحرية في بلدكم لتغطية وقائع مرتبطة بقضايا أمنية ذات بعدين محلي أو دولي؟	23	30	19	21	6
ما مدى تساوي تغطية الوقائع المهمة في الصحف والإعلام الوطني وصحف وإعلام الأقليات؟	20	31	30	15	4
متوسط النسب المئوية	21	32	29	14	5

يتوقف المؤشر الوسط عند 29% ليرتفع مؤشرا اليسار إلى 32% و21% بمجموع مقداره 53% وهي نسبة عالية تعبر عن ثقة في أن التغطية للأخبار هي في مكان مقبول ويحوز على شيء من الرضا، خاصة عند مقارنة ذلك بنسبة من صوت إلى اليمين حيث تبلغ فنّتا اليمين 14% و5% بمجموع 19%، وهي نسبة ليست متدنية ولكن ليست سيئة تماماً.



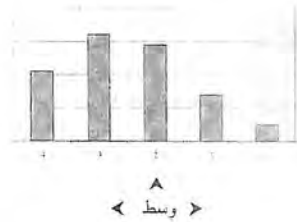
## 5- مؤشر مستوى أجور الصحفيين ومهنيي الإعلام عال بما فيه الكفاية ليحول دون الفساد



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

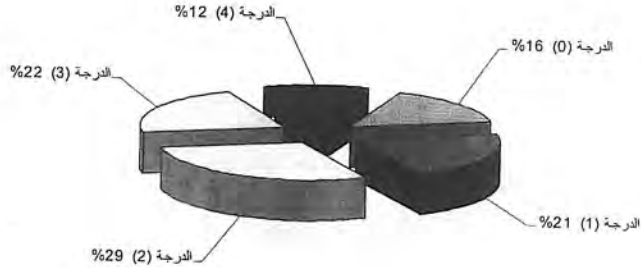
	4	3	2	1	0
ما مدى صحة مهنية العاملين في الصحافة المكتوبة والتأشيرين؟	9	33	44	12	1
ما مدى تسبب الأجر المتدنية في النزوح من مهنة الصحافة إلى مهن أخرى؟	30	23	24	18	4
ما مدى الفرق في مستويات الأجر بين مهنيي الإعلام العمومي ومهنيي الإعلام الخاص / المستقل؟	22	23	34	15	5
ما مستوى انتشار بيع الصحفيين مقالات لفائدة سياسية ورجال أعمال من أجل الرفع من مداخيلهم أو مداخيل مؤسساتهم؟	15	28	28	19	10
متوسط النسب المئوية	19	27	33	16	5

ارتفعت نسبة الوسط هنا مرة أخرى إلى 33% مع زيادة ملحوظة إلى اليسار بنسبتي 27% و19% وبمجموع يبلغ 46% مقارنة مع فئتي اليمين اللتين تتحدران إلى 16% و5% بمجموع يبلغ 21%. وهذا يعكس بشكل عام أن مستوى أجور الصحفيين مستوى عال في منطقة الخليج.





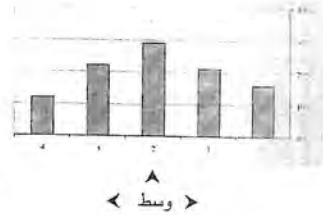
## 6- مؤشر المنظمات الخاصة بالصحافيين ودورها المهني



(0) لا يتطابق الخليج مع المؤشر. (1) يلتقي الخليج شيئاً ما مع المؤشر. (2) يلتقي الخليج مع مظاهر عدة. (3) يلتقي الخليج مع معظم مظاهر المؤشر. (4) يلتقي الخليج مع مظاهر المؤشر.

	4	3	2	1	0
ما مدى الدور الذي تلعبه منظمات الصحافيين في ترسيخ صحافة مهنية؟	6	17	31	27	19
ما مدى الدور الذي تلعبه منظمات الصحافيين في الدفاع عن الصحافيين عند تعرضهم للمساءلة القانونية؟	14	21	23	18	22
ما مدى تعاون السلطات مع دور المنظمات الصحافية؟	13	27	35	16	9
ما مدى تعامل الصحافيين مع الدور المهني لمنظمات الصحافيين سواء في ترسيخ المهنة أو في الدفاع القانوني عنهم؟	13	22	25	24	15
هل توجد في مكان عملك جمعيات / نقابات / منظمات صحافية؟	22	نعم	78	نعم	
متوسط النسب المئوية	12	22	29	21	16

وهي آخر المؤشرات التي تم قياسها. يستقر مؤشر الوسط عند 29% بينما ينتصب مؤشر فئتي اليسار اللتين تعبران عن رضا عال عن المؤشر 22% و12% بمجموع يبلغ 34% مقارنة بفئتي اليمين اللتين عبرتا عن نسبة من عدم



الرضا بنسبة 21% و16% بمجموع 37%. ويمكن القول هنا إن الميزان يميل إلى أن الراضين عن وضعية دور المنظمات الخاصة المهني يقل كثيراً عن المتوقع.

## 7- مؤشّر علاقة الصحافة والصحافيين المواطنين والوافدين والامتيازات المختلفة

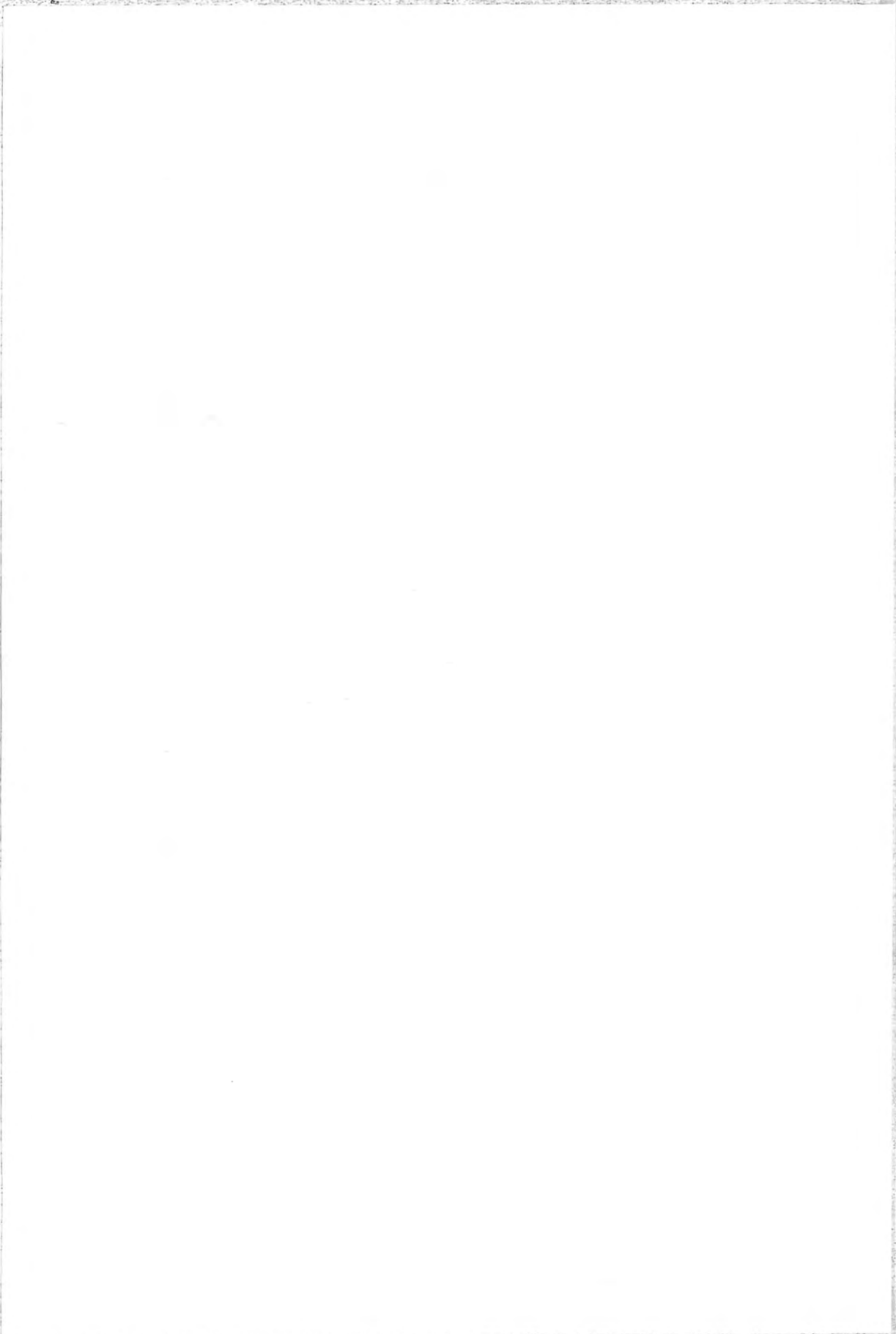
هل أنت؟	مواطن 48%	وافد تعمل في صحافة البلد الذي أنت فيه 52%		
هل تعتقد بأنك لست مواطناً فتلقى عليك أعباء أكثر؟	نعم 49	لا 51	%	
هل تعتقد بأن هناك تفرقة بالنسبة إليك في مجال الأجر؟	نعم 76	لا 24		
هل تعتقد بأنك غير مواطن فتضاف إليك امتيازات أخرى؟	نعم 15	لا 85		
هل تتمتع الصحافة في مجال عملك الحالي بحرية أكبر مما هي في موطنك؟	نعم 36	لا 64		
هل يتمتع العاملون في الصحافة بأية امتيازات؟				
9% علاوات دورية	32% تأمين صحي	8% علاوة عمل		
15% علاوة هاتف	14% علاوة بنزين	7% علاوة سيارة		
8% علاوات أخرى				
هل أنتم فخرون بكونكم تعملون في مجال الصحافة؟	نعم 99	لا 1		
هل تحبكم المهنة تقديراً اجتماعياً أو سياسياً أو اقتصادياً؟	نعم 82	لا 18		

ما هي المعوقات التي تواجهها كوافد في مجال عملك حسب رأي المشاركين في الاستفتاء:

- ضعف الراتب امام موجة الغلاء.
- عدم تناسب التوصيف الوظيفي مع نوعية العمل.
- عدم المساواة.
- غياب الضمانات.
- صعوبة الوصول إلى مصادر الأخبار.
- رقابة النشر.
- سيطرة الطابع التجاري 100% على الصحافة.
- عدم وجود حرية الكتابة.
- عدم امكان تناول قضايا محلية ثقافية أو اجتماعية بحرية معقولة.
- الاستقرار الوظيفي غير مرتبط بالمهنية إذا ما كانت جيدة أم لا.

- عدم التقدير الفعلي.
- عدم وجود إقامة دائمة، احتمال التعرض لأهواء الغير.
- عدم وجود رافعة حقيقية للعدل.
- لا نرى فرقاً بين مخلص وغير مخلص.
- عدم التقييم الشهري لمعرفة الصالح من الطالح.
- التكبر من بعض كبار المسؤولين للأقل منهم.
- عدم وجود نادٍ اجتماعي ربما يصلح ما أفسده الدهر.
- الخوف من التعرض للمساءلة من قبل الأمن.
- الخوف من التعرض للفصل من قبل المؤسسة.
- عدم توافر الحماية الوظيفية الكافية.
- عدم القدرة على الوصول إلى مصادر الخبر.
- عدم توافر الحماية الكافية.
- عدم الشعور بالأمان الوظيفي.
- التعرض للمساءلة القانونية.
- فقدان الأمان الوظيفي.
- فقدان أطر الحماية المهنية.
- تمييز في الدخل والامتيازات.
- الحساسيات المجتمعية.
- الحساسيات الدينية.
- الانحياز لطرف ما.
- تأمين المسكن المناسب وغلاء المعيشة.
- عدم احترام المصدر للصحافي الوافد بقدر احترامه للمواطن.
- الأجور المتدنية.

- عدم التساوي في العمل بين الوافد والمواطن.
- الفروق في الرواتب.
- معاملتك كجاسوس مفترض للحكومة.
- التشكيك بولائك.
- النظر بعدم أحقيتك في مناقشة قضايا محلية على اعتبار أنك أجنبي.
- اللهجة والتعامل والأسلوب.
- عدم الدراية بالأمكان.
- المواصلات.
- عدم الكتابة بحرية في الشأن المحلي.
- في بعض الأحيان يتم التعامل مع الوافد وتوجيه اتهامات له بأنه يتهجم على البلد من خلال مقالاته التي يفضح بها بعض الممارسات الفاسدة غير أن ذلك يتم من قبل المتهمين بالفساد وليس من قبل الحكومة ولا يتم تبني هذه النظرة من أية سلطة.
- عدم الشعور بالأمان وضعف الدخل.
- الخوف من السلطة.
- البعد عن الحيادية لتحقيق مصالح خاصة.
- النفاق في بعض الحالات.
- عدم الاستقرار النفسي بسبب البعد عن الأهل.
- التعرض لإنهاء الخدمة من دون سبب.
- ضغط في العمل كبير مقارنة بالمواطن.



## انجاهات الشباب الخليجي نحو وسائل الإعلام

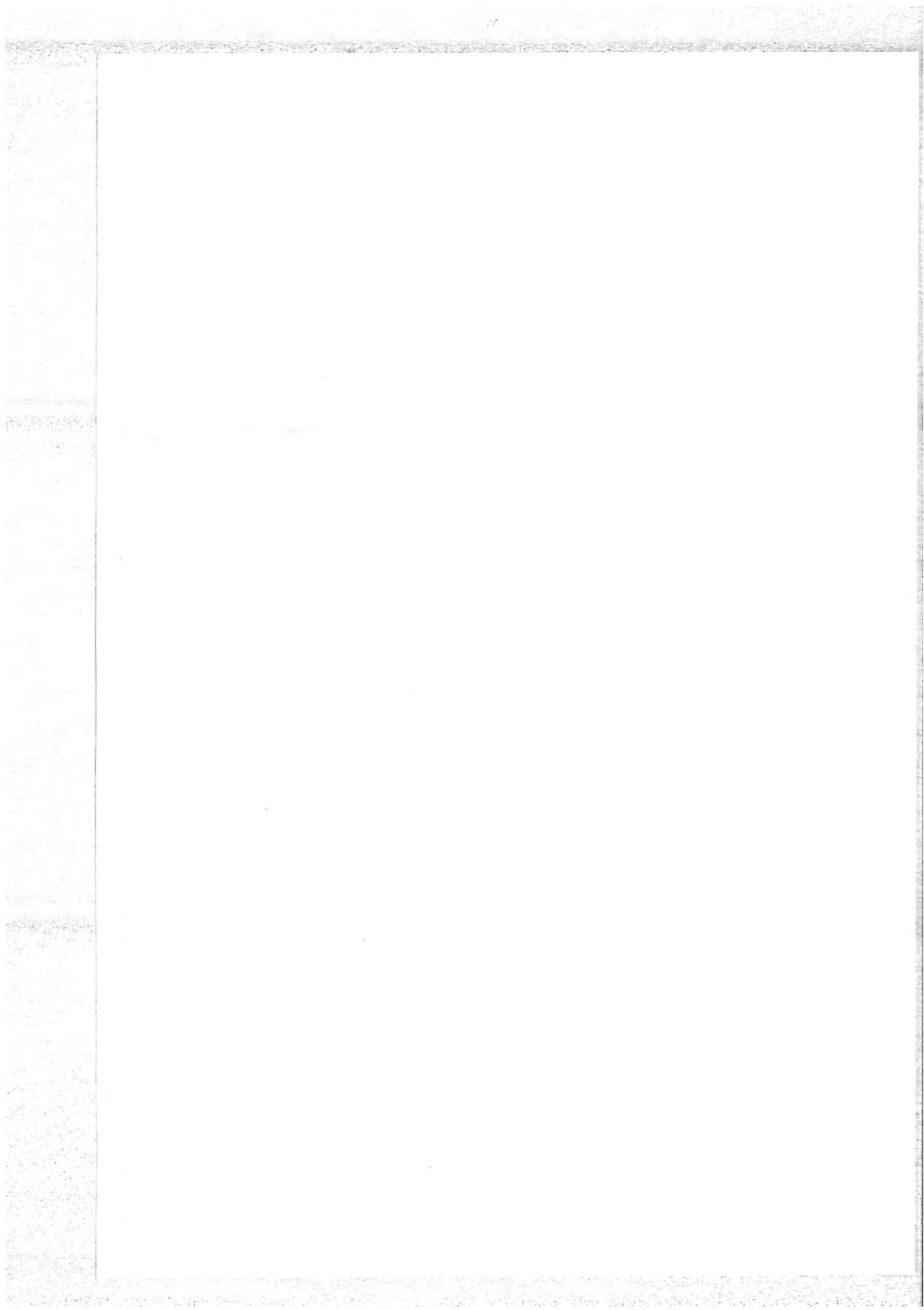
---

مشاري عبدالرحمن الحمود

مريم خليفة الفلاسي

خليل بوهزاع

بشائر أحمد الرفاعي



## المحتويات

105	..... ملخص البحث
105	..... المقدمة
106	..... الهدف
106	..... الأهمية
107	..... الاستبيان
107	..... أهم التحديات التي واجهت الدراسة
108	..... نتائج الدراسة
109	..... I. معلومات عامة حول العينة
112	..... II. الإعلام المرئي (الفضائيات)
121	..... III. الإعلام المقروء (الصحف)
123	..... IV. الإعلام الإلكتروني (الإنترنت)
126	..... V. أسئلة مفتوحة
127	..... نتائج البحث
128	..... التوصيات
129	..... الخاتمة





## ملخص البحث:

«اتجاهات الشباب الخليجي نحو وسائل الإعلام»، دراسة ميدانية، اعتمدت الاستبيان بشكل أساسي للنظر في علاقة الشباب الخليجي بوسائل الإعلام بمختلف أنواعها: المرئي (الفضائيات)، المقروء (الصحف)، والإلكتروني (الإنترنت)، ودور الإعلام في حياتهم، ومدى تأثيره عليهم وتفاعله في تكوين أفكارهم وهويتهم ووجهات نظرهم، وتلخص هذه الدراسة إلى نتائج تبين مدى القوة والضعف، لتخرج بتوصيات من شأنها تحسين وتطوير الإعلام ليقوم بدور فعال في تنمية وثقافة الشباب.

## المقدمة:

من المعروف أن الشباب يشكلون حاضر الدول ومستقبلها وهم أيضاً ثروتها القومية التي لا تتضب، وحيث إن تعداد الشباب في الخليج العربي يبلغ 6.4 مليون نسمة، من إجمالي عدد السكان في منطقة الخليج، والذي يبلغ 32.5 مليون نسمة (للعام 2005)، أي أن الشباب يمثلون 20% من إجمالي السكان الذين تقع أعمارهم ما بين 15-20 سنة. لذا زاد الاهتمام بهذه الفئة العمرية من قبل علماء الاجتماع والتربية، وتشكل هذه الفئة نسبة عالية من التركيبة الديموغرافية، وتعتبر مصدر طاقة ومنبعاً للأمل في مسيرة التقدم الحضاري.

لاشك أن للشباب الخليجي أخطاءه، وأخذت عنه فكرة سيئة تراكمت خلال تعاقب الأجيال، حتى بات يوصف بالترف والسطحية وعدم الجدية، والانجراف وراء الغرب، وما إلى ذلك من النعت. لذا سعت هذه الدراسة

لمعرفة ما يدور في أذهان الشباب، وهل ما يُذكر من وصف للشباب صحيح؟  
أم أن الشر يعم والخير يخص!

### الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل خصائص الشباب في المجتمع الخليجي، وتوجههم نحو الإعلام المقروء والقنوات الفضائية والإنترنت، كما تهدف إلى تحليل ودراسة رأي الشباب بالقضايا المعاصرة مثل:

- قضية فلسطين ومصير العراق ومستقبل العالم العربي.
- هل فعلاً نعاني من أزمة ثقافية بين الشباب الخليجي؟
- هل هناك أزمة هوية حقيقية، وهل مازال هناك اعتزاز بالانتماء العربي/ الخليجي؟

- مدى متابعة الشباب الخليجي الواعية للقضايا المعاصرة.
- مدى قدرة الإعلام الخليجي على التأثير في أفكار الشباب الخليجي وتوجيهه؟

- ما هي اهتمامات الشباب الخليجي الإعلامية/ الثقافية؟
- دور الإنترنت (المنتديات والمدونات) في التأثير الإعلامي.

### الأهمية:

تتمثل أهمية البحث في معرفة الدوافع الحقيقية التي تحرك الشباب نحو الإعلام، لذلك اختير من الشباب ما يمثل المجتمع الخليجي من الشبان والفتيات، مع العلم أن تلك الدوافع تتميز بالتغير الثقافي والحضاري الذي يمس قطاع الشباب لما له من دلالة مهمة من المنظور التنموي.

## الاستبيان:

حُرر الاستبيان ليكون جامعاً للبيانات العامة حول الشباب، لا ليكون بحثاً شاملاً متكاملأً في هذا المجال وحسب، وإنما ليكون نقطة بداية وانطلاقة لدراسات ميدانية أخرى تؤثر على التوسيع في هذا المجال، ولذلك يلاحظ توسع الاستبيان، ليغطي أموراً مختلفة وأوجهاً متغايرة من أوجه الإعلام.

وقد شارك فريق العمل الذي يشمل شباباً من الإمارات العربية المتحدة، الكويت، والبحرين، في جمع الأسئلة ومراجعتها والإشراف على توزيع الاستبيانات في دولهم. وتم توزيع الاستبيانات على الطلبة، بشكل مباشر من قبل الباحثين المشاركين، وذلك داخل أسوار المؤسسات التعليمية، وخارجها، وعن طريق الإنترنت أيضاً، وقد تم جمع 730 استمارة.

ثم تقسيم الاستبيان إلى خمسة أقسام:

- I. بيانات الاستبيان العامة لجمع معلومات عامة عن المشارك، من حيث العمر والجنس والمهنة والدرجة التعليمية ومستوى دخل العائلة والجنسية.
- II. الإعلام المرئي.
- III. الإعلام المقروء (الصحف).
- IV. الإعلام الالكترونية (الإنترنت).
- V. أسئلة مفتوحة.

أهم التحديات التي واجهت الدراسة:

أولاً: كانت تجربة استطلاع الرأي وحصر البيانات تجربة جديدة على الفريق الشباب، حيث لم تكن لأي فرد من أفراد الفريق الخبرة بهذا المجال، ولكننا لمسنا الاهتمام بالموضوع وسُخرت لنا المساعدات المعنوية

والاستشارات المتخصصة، حتى وصل الاستبيان إلى صورته النهائية، ومن ثم قررنا البدء بتوزيعه على نطاق واسع بين الفئات العمرية المحددة بالعينة. ثانياً: البعد الجغرافي بين أفراد فريق العمل، ما سبب تأخيراً في جمع البيانات وتحليلها.

ثالثاً: عدم وجود مراكز بحثية متخصصة لتحليل النتائج بصورة جيدة، تساعد الباحث على إتمام المهمة بسهولة.

رابعاً: عند البدء بتوزيع الاستبيان قمنا بالدخول على الهيئات التعليمية، ومن المؤسف أننا وجدنا هناك بعض الهيئات التي تعنتت ورفضت المشاركة في الاستبيان مثل الإدارات التعليمية، كالمناطق التعليمية والهيئة العامة للتعليم التطبيقي، بحجة أن بعض الأسئلة تتطرق لمعرفة رأي الشباب بأوضاع العراق ومستقبل المنطقة، ونظرتهم للقضية الفلسطينية مما يسبب لهم الإحراج والمساءلة، فطلب منا حذف هذه الأسئلة ولكننا رفضنا، وبعد محاولات عدة وافقت المنطقة التعليمية على توزيع الاستبيان في الثانويات - من قبل الإدارة المدرسية - وقد لمسنا تجاوباً ملحوظاً من قبل الإدارات المدرسية وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة، حيث أبدوا مساعدتهم لنا بتوزيع الاستبيان على طلابهم، وتبين من خلال توزيع الاستبيان تجاوب ملحوظ واهتمام من قبل الفئات العمرية الصغيرة والتي تتراوح من 16-19 سنة، أكبر من تجاوب تلك التي تتراوح من 25-30.

### تحليل نتائج الدراسة:

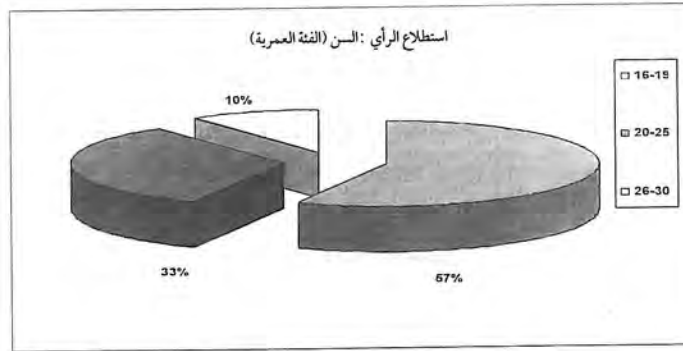
لقد سعى الباحثون في تحديد الفئات العمرية التي اختيرت لدراسة رأيهم في الموضوعات المقترحة وكذلك مقارنة الثقافة الإعلامية بين الشباب من حيث الجنس (ذكوراً وإناثاً)، والجنسية، والمهنة، والدرجة التعليمية، وسوف نتناولها كالتالي:

## I. معلومات عامة حول العينة:

### 1- السن (الفئة العمرية):

اقتصرت مفهوم الشباب على الذين تقع أعمارهم بين 16-30 ولهذه المرحلة خصائص نفسية وبيولوجية واجتماعية وتربوية ومهنية متميزة ونذكر من هذه الخصائص، وجود فوارق في الاتجاهات نحو الإعلام بأشكاله المختلفة. انقسمت الفئة العمرية إلى ثلاث فئات، الأولى: تراوحت أعمارهم بين 19-16 سنة والثانية من 20-25 والثالثة من 26-30 ، وزع عليهم الاستبيان بشكل شبه متساو ولكن النسب اختلفت باختلاف تفاعلهم، فالتفاعل الأكبر كان من قبل الفئة العمرية الأولى (57%)، وذلك بسبب المشاركة الفعالة لدارسي المرحلة الثانوية وطلبة الجامعات والمعاهد، ثم الفئة العمرية الثانية (33%) التي يشكل الموظفون معظمها.

الشكل (1) الفئة العمرية

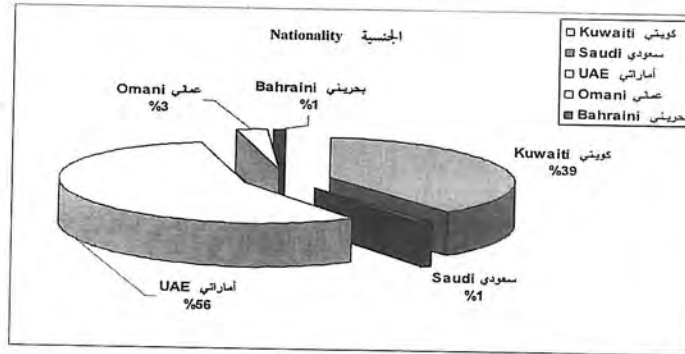


### 2- الجنسية:

شملت الدراسة خمس دول من دول مجلس التعاون الست: الإمارات العربية المتحدة، دولة الكويت، مملكة البحرين، سلطنة عُمان، والمملكة العربية السعودية. وكان غياب بعض ممثلي شباب عُمان والسعودية وقطرة،

والتأخر في جمع النتائج في مملكة البحرين، سببين رئيسيين في اقتصار نتائج الاستبيان على دولة الإمارات ودولة الكويت.

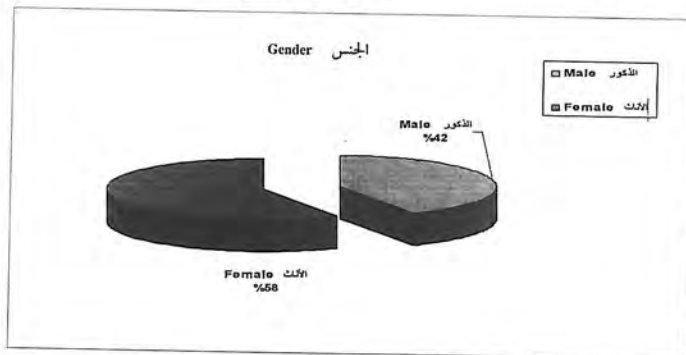
شكل (2) الجنسية



### 3- الجنس (ذكور وإناث):

وتراوحت النسبة النهائية للذكور والإناث بين (42%) ذكور، و(58%) إناث كما هو موضح في الشكل (3)، حيث كان هناك تفاعل وتجاوب بين الإناث أكثر مما هو بين الذكور. وجميع المشاركين في هذه الدراسة هم طلاب منهم نسبة 17% موظفون إلى جانب كونهم طلبة.

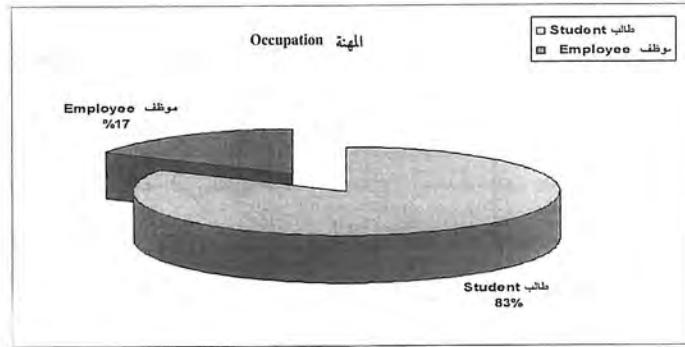
الشكل (3) الجنس



#### 4- المهنة:

يبين الشكل (4) أن نسبة الطلبة تشكل 83% ممن شاركوا في هذه الدراسة، و17% هم موظفون في قطاعات الدولة.

الشكل (4) المهنة



#### 5- الدرجة التعليمية:

لقد اهتمت الدراسة بتحليل الدرجة العلمية لدى العينة، ويبين الشكل (5) أن الغالبية هم من طلبة الجامعة وبلغت نسبتهم 51%، ثم بالدرجة الثانية طلبة الثانوية، حيث بلغت نسبتهم 35%، وتقل هذه النسبة عند حاملي الدكتوراة والماجستير لتصل لكل منهما إلى 1%.

الشكل (5) الدرجة التعليمية





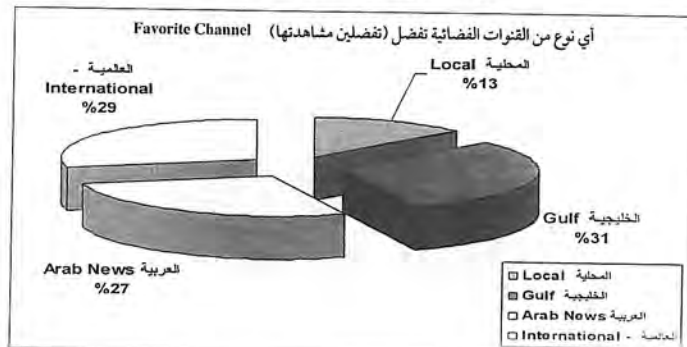
لقد اهتمت الدراسة بتحليل الدرجة العلمية لدى العينة، ويبين الشكل (5) أن الغالبية هم من طلبة الجامعة، وبلغت نسبتهم 51%، ثم بالدرجة الثانية طلبة الثانوية، حيث بلغت نسبتهم 35%، وتقل هذه النسبة عند حاملي الدكتوراة والماجستير لتصل لكل منهما إلى 1%.

## II. الإعلام المرئي (الفضائيات):

لاشك أن الفضائيات هي سيدة الإعلام المرئي، حيث أصبحت تضخ جميع الأفكار والآراء إلى كل البيوت دون استئذان حتى، فلم تعد تحتاج لطرق الباب، كما أن فكرة الاطلاع على ثقافة المجتمعات الأخرى لم تعد بحاجة لأكثر من «كبسة زر»! ودخول الأفكار المؤدلجة من قبل القنوات الفضائية بات أمراً شبه مستحيل منعه أو صده. فالقنوات التي تحمل أفكاراً سياسية كانت أم دينية، ستجد طريقها إلى شاشة التلفزيون، كقنوات (اقرأ، والمنار، والمجد، وسماتر... وغيرها).

ولعرفة رأي الشباب نحو الإعلام المرئي (الفضائيات) كان لابد من معرفة القنوات ذات التأثير الأكبر على الشباب، وبما أن القنوات المحلية - القناة الرسمية للدول الخليجية - لم تعد تلبى رغبة المشاهدين، وقد يكون

الشكل (6) يبين القنوات المفضلة



ذلك بسبب الإمكانيات المحدودة وعدم قدرة المؤسسات الحكومية على الإبداع والتطوير، فهل مازال لها نصيب من المشاهدة؟

يبين الشكل (6) أن هناك تقارباً كبيراً بين الإقبال على:

1- القنوات العالمية (Paramount - Mtv - Discovery).

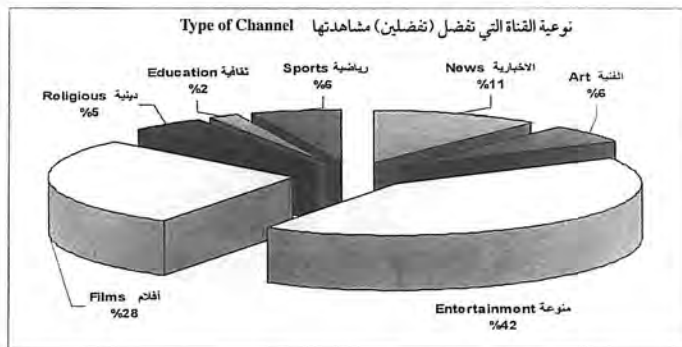
2- الخليجية (دبي - MBC - الراي).

3- العربية (المستقبل - LBC).

وعليه فإن القنوات المحلية (الحكومية) لها النصيب الأقل من المشاهدة، حيث تبلغ نسبة 13٪، وقد يعود السبب إلى الأسباب التي أشرنا لها سابقاً وهي قلة الإبداع في المجالات التي تدار من قبل الحكومة الممثلة بوزارة الإعلام. وقد يكون السبب أيضاً أن القنوات الحكومية لا تسعى وراء الكسب المادي مما يقلل من نشاطها، ولكن هذا لا يخفى أن نسبة مشاهدة القنوات الحكومية يزداد جداً خلال شهر رمضان بسبب بث المسلسلات والبرامج الرمضانية.

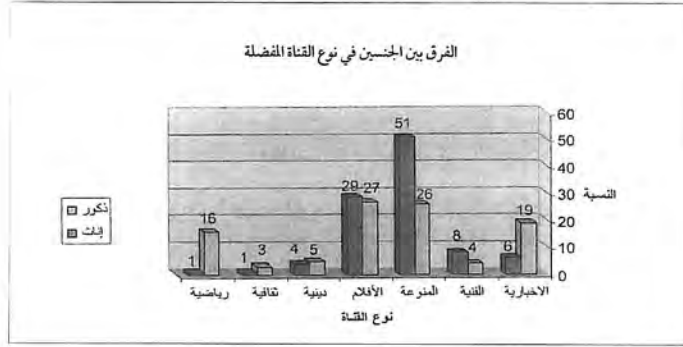
يبين الشكل (7) أن أكثر البرامج التي ينجذب إليها الشباب الخليجي هي البرامج المنوعة (Intertainment) بنسبة 42٪، و28٪ يتابعون قنوات الأفلام، بينما 11٪ فقط من الشباب الخليجي يتابع القنوات الإخبارية.

الشكل (7) يوضح نوعية القناة المفضلة



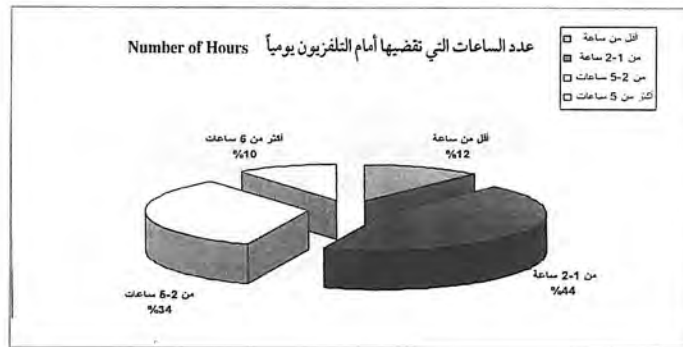
وعند المقارنة بين الجنسين نجد في الشكل (8) أن أكثر المتابعين للقنوات المنوعة هي الإناث بنسبة 51% مقارنة بـ 26% من الذكور، أما أولئك الذين يهتمون أكثر بالقنوات الإخبارية فكانت نسبتهم 19%، وهذا بعد ذاته مؤشر جيد، حيث لم يكن متوقعاً بأن يكون الشباب الخليجي - بهذه الفئة العمرية - متابعاً للقنوات الإخبارية، وقد كان هذا الإقبال واضحاً في متابعة أخبار الحرب الصهيونية على لبنان.

الشكل (8) الفروق بين الجنسين في نوعية القناة المفضلة



يبين الشكل (9) عدد الساعات التي يقضيها الشباب أمام التلفزيون، وتمثل نسبة الشباب الذين يقضون من 1-2 ساعة أمام التلفزيون يومياً

الشكل (9) يمثل عدد الساعات التي يقضيها الشباب أمام التلفزيون



44%، وهي نسبة معقولة قد تكفي للاستمتاع بمشاهدة فيلم أو مجموعة من البرامج التي نعتقد - بناء على الشكل (7) - أن معظمها برامج متنوعة أو أفلام، ومن الممكن أن يعود السبب إلى وجود أساليب ترفيهية أو أشغال أهم من الجلوس أمام التلفزيون لدى هذه الفئة من الشباب.

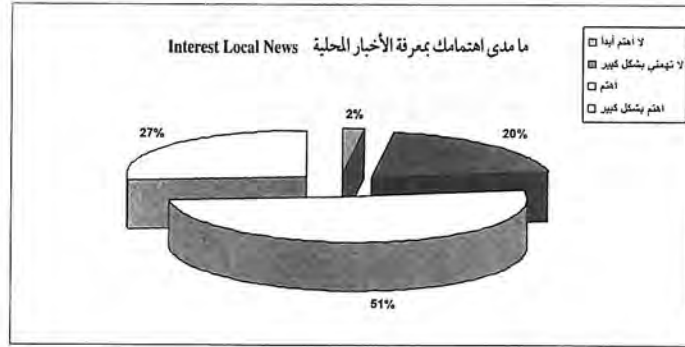
- هناك أكثر من ثلث الشباب 34% يقضون بين 2-5 ساعات أمام التلفزيون، أما نسبة 10% فيقضون أكثر من 5 ساعات أمام التلفزيون أي أكثر من خمس ساعات في اليوم. ويجب علينا معرفة مدى اهتمام الشباب الخليجي بما يدور حولهم، سواء على نطاق الدولة أو الإقليم. لذا توجب طرح الأسئلة التالية:

1- مدى الاهتمام بالأخبار المحلية.

2- مدى الاهتمام بالأخبار الخليجية.

3- مدى الاهتمام بالأخبار العربية.

### الشكل (10) يوضح مدى الاهتمام بمعرفة الأخبار المحلية

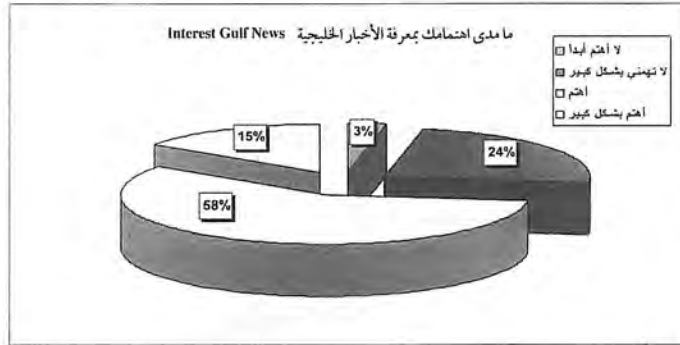


الشكل (10) يوضح مدى الاهتمام بمعرفة الأخبار المحلية، ولمعرفة الإجابة عن هذا السؤال نلاحظ هنا أن نسبة المهتمين بالأخبار المحلية تشكل 51%، أي ما يزيد عن النصف بقليل، بالإضافة إلى 27% ممن هم

مهتمون بشكل كبير بالقضايا المحلية، وهذا بحد ذاته يعكس حرص شبابنا على معرفة ما يجري حولهم، وقد يعود السبب إلى زيادة الوعي السياسي والاقتصادي والمسؤولية الشخصية للشباب. كما أشارت الدراسة الميدانية إلى أن هناك من الشباب من لا يهتم أبداً بما يجري على النطاق المحلي ويشكل هؤلاء نسبة 2%. كما إن هناك نسبة تمثل 20% لا تهتم بشكل كبير لما يستجد من أخبار محلية، وهذا ما عبرت عنه هذه الفئة من الشباب من أسباب كامنة وراء هذه السلبية تجاه معرفة الأخبار:

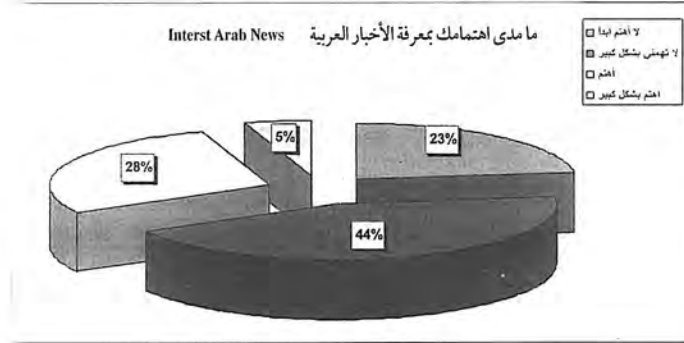
- عدم مصداقية الأخبار.
- اليأس من سوء الأوضاع في المنطقة وعدم وجود بريق أمل لغد واعد.

### الشكل (11) يوضح مدى الاهتمام بمعرفة الأخبار الخليجية



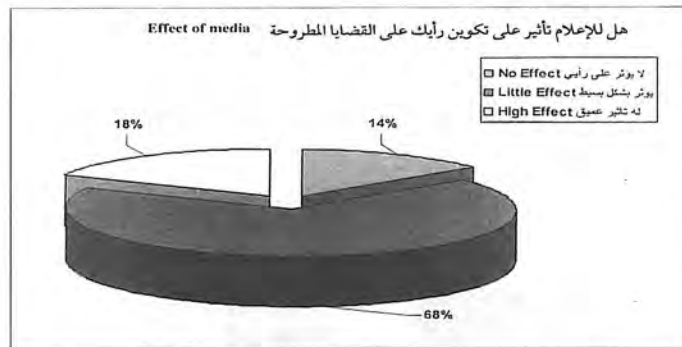
يجيب الشكل (11) عن السؤال التالي حول مدى الاهتمام بمعرفة الأخبار الخليجية، ونجد أن إجمالي المهتمين بالأوضاع الخليجية يشكل نسبة 73% من الشباب الخليجي المهتم بالأوضاع الخليجية - وهي نسبة مقارنة للمهتمين بالأوضاع المحلية - وقد تعكس هذه النسبة إلى الانتماء الخليجي والاهتمام بمعرفة مدى استقرار المنطقة، والأخطار المحيطة بها، في خضم تقلب الأوضاع الحالية.

### الشكل (12) يوضح مدى الاهتمام بمعرفة الأخبار العربية



والسؤال الثالث يوضحه الشكل (12) حيث تزداد نسبة اللامبالاة بالأوضاع العربية إلى 67% من الشباب، وقد تعكس هذه النسبة ضعف الإيمان بالقومية العربية والوحدة العربية، حيث لم تعد شؤون الدول العربية تشغل بال الشباب الخليجي كما كانت في السابق، وقد يعود السبب كما أشرنا سابقاً إلى اليأس من أوضاع المنطقة وعدم الثقة بقرارات القيادات العربية.

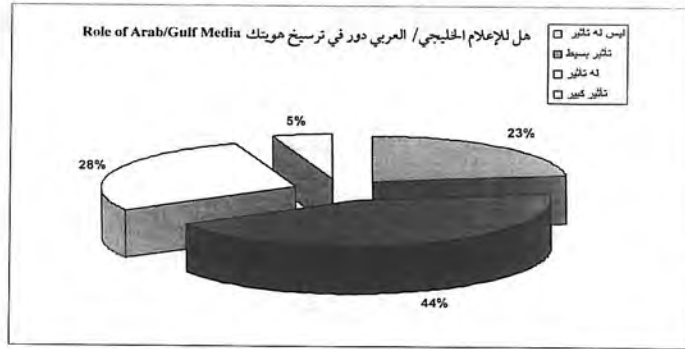
### الشكل (13) يوضح تأثير الإعلام على تكوين رأي حول القضايا المعاصرة



يبين الشكل (13) تأثير الإعلام على تكوين رأي حول القضايا المعاصرة لدى الشباب، وقد أشار الغالبية، أي ما نسبتهم 68%، إلى أن تأثير الإعلام

بسيط، ولا يعكس وعي الشباب، حيث إنهم لا يبنون قناعاتهم حول القضايا بناء على ما يشاهدون في الفضائيات، فلم يعد يخفى على هذه الفئة أن القنوات لا تعتبر مرآة للواقع السياسي/ الاجتماعي، حيث إنها تعكس وتجيّر في كثير من الأحيان الأخبار حسب مصالح مالكيها.

#### الشكل (14) دور الإعلام الخليجي في ترسيخ الهوية



يبين الشكل (14) دور الإعلام الخليجي في ترسيخ الهوية، وبصرف النظر عن درجة التأثير، نجد أن هناك 77% يرون أن للإعلام الخليجي دوراً كبيراً في ترسيخ الهوية، ولم تكن هذه النسبة متوقعة.

#### الشكل (15) مدى متابعة برامج التصوير الحي



وعند تحليل رأي الشباب حول متابعة برامج التصوير الحي، يوضح الشكل (15) برامج التصوير الحي والتي انتشرت في المنطقة خلال السنوات الأخيرة السابقة مثل (ستار أكاديمي والوادي وسوبر ستار)، وفيها يكون تصوير الحياة اليومية لمجموعة شباب يعيشون في أوضاع غير عادية كمدرسة موسيقية، أو مزرعة، لمدة من الزمن، وتظهر فيها مواهبهم وتبني بين المتابع وشخصيات البرنامج رابطة - غالباً ما تُبنى على أساس ارتباط وطني - بحيث تتم تصفية المتسابقين عن طريق التصويت. وحازت هذه البرامج على إقبال كبير من جهة، وكان لها النصيب الأكبر من الاستهجان والرفض من قبل الأشخاص الذين يرون أنها خارجة عن العادات والتقاليد من جهة أخرى، وقد عبّر عنها الغالبية من الشباب بنسبة 69%.

الشكل (16) التأييد لفكرة برامج التصوير الحي



يبين الشكل (16) أن نسبة الشباب المتابعين لهذه البرامج لا يتجاوزون 31%، مقابل 69% لا يتابعونها، حيث إن متابعي هذه الأنواع من القنوات لا يشكلون غالبية الشباب وليس هاجسهم - كما يزعم البعض منهم -، وقد ترتبط هذه النسبة أيضاً بالمدة التي يقضيها الشباب أمام التلفزيون، وهذا ما وضحه الشكل (9)، وعند المقارنة بالشكل (15) نرى أن هناك ازدواجية في الآراء، حيث نرى أن ليس كل من لا يتابع برامج التصوير الحي هو معارض للفكرة والعكس صحيح.



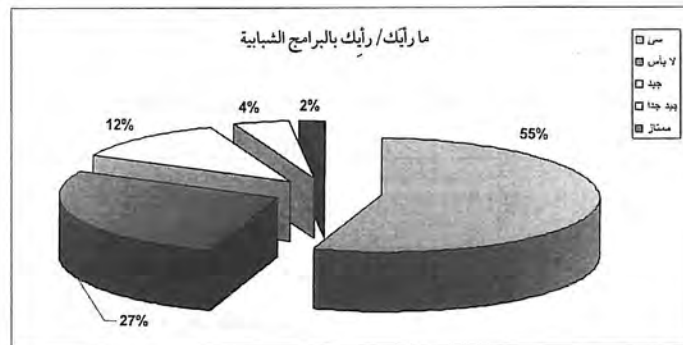
### الشكل (17) التصويت في برامج التصويت الحي



يوضح الشكل (17) أن النسبة الساحقة لا تحرص على التصويت في برامج التصوير الحي، ويعود السبب إلى أنه بات واضحاً أن الهدف من وراء فكرة التصويت للمتسابق في البرنامج هو المكسب المادي. فلم يعد الشباب يرغبون بالسماح لأشخاص أن يريحوها على حساب فواتير هواتفهم، وحتى المؤيدون للبرامج يكتفون بالمشاهدة دون المشاركة بالتصويت.

ملاحظة: أعتقد أنه لو طرح هذا السؤال على الشباب أنفسهم قبل ثلاث سنوات، لوجدنا نسبة الإقبال على هذه البرامج أكثر بكثير، وقد يعود تدني مستوى الإقبال عليها إلى الملل من الأفكار التي تقدمها وعدم الإحساس بالقيمة الفنية التي يبثها البرنامج.

### الشكل (18) الرأي بالبرامج الشبابية



الشكل (18) يوضح أن أكثر من النصف (55%) يرون البرامج الموجودة حالياً سيئة ولا ترقى بطموح الشباب. ولكن الباقي يرون أن هناك أملاً في التحسن، وأنه إن تطورت إمكانيات هذه البرامج ستحظى بنسبة متابعين أكبر.

### III. الإعلام المقروء (الصحف):

الشكل (19) مدى متابعة الصحف اليومية



يوضح الشكل (19) أن نسبة المتابعين للصحف بشكل عام تصل إلى 95%، وهذا النوع من الاهتمام حسب الفئة العمرية المأخوذة في الدراسة يبين الاهتمام الكبير بالأوضاع المحيطة.

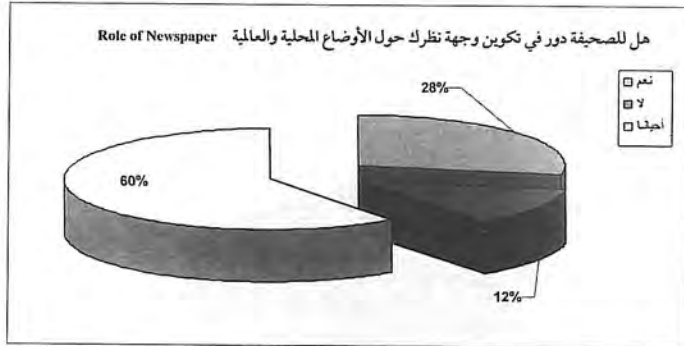
الشكل (20) يبين الإيمان بما يقرأ بالصحف



الملاحظ هنا في الشكل (20) أن نسبة 89% تؤمن أحياناً بما يرد في الصحف، ويعود السبب - كما أشرنا في القنوات الفضائية - إلى أن الصحف تطرح رأي وأفكار أصحابها، فيتم تهويل وتضخيم حدث ما وتجاهل آخر وفقاً للسياسة التي يرتضيها المتحكمون بالصحيفة.

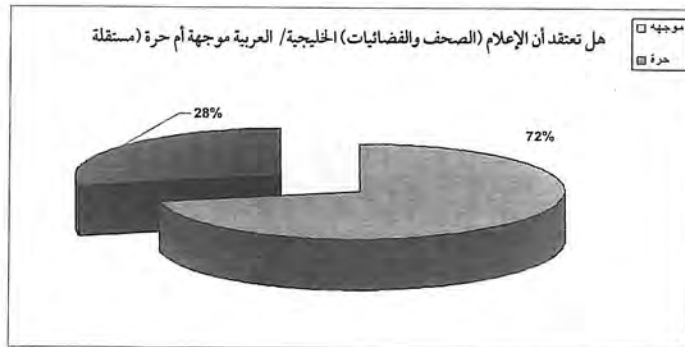
### الشكل (21)

دور الصحيفة في تكوين وجهة النظر حول الأوضاع المحلية والعالمية



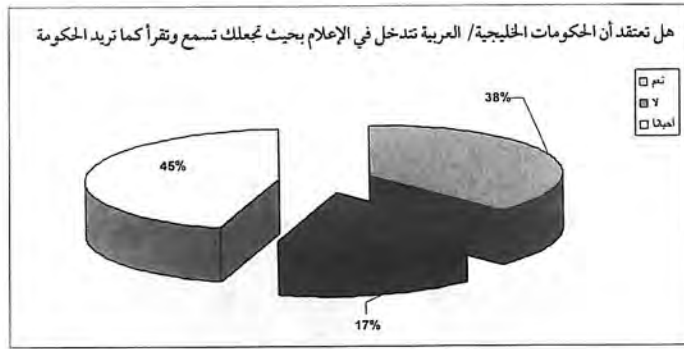
نرى في الشكل (21) أن 28% قد يبنون قناعاتهم على أساس ما ذكر في الصحف، أما 60% فهم يتأثرون أحياناً بالإعلام، ويساهم في تكوين وجهات نظرهم حول الأوضاع المعاصرة، وقد يكون هذا الأمر إيجابياً، فليس كل ما يروونه أو يسمعونه يصدقونه، أو يلجأون أحياناً إلى تقصي الحقائق.

### الشكل (22) هل الإعلام موجه؟



يبين الشكل (22) أن نسبة عالية من الشباب ترى بأن الإعلام موجه، وأن الأنظمة تريدنا أن نسمع ونرى ما تحب أن تمليه علينا. فإن سلم الإعلام من الحكومات فلن يسلم من توجيه أصحاب النفوذ ممن يتحكمون بوسائل الإعلام.

### الشكل (23) تدخل الحكومات في الإعلام



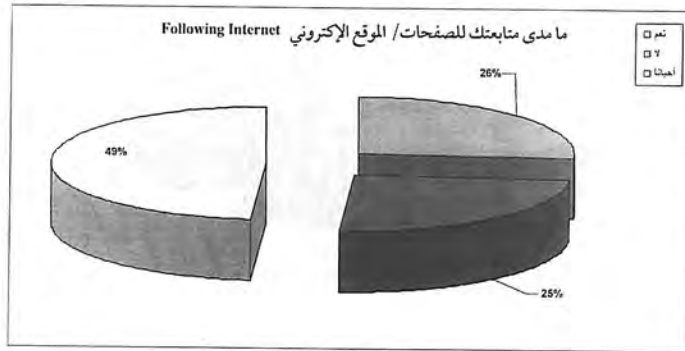
#### IV. الإعلام الإلكتروني (الإنترنت):

لعبت المنتديات والمدونات في الفترة الأخيرة دوراً مهماً يكشف حقائق وطرح قضايا لا يمكن طرحها عبر أية وسيلة إعلامية أخرى، ويرجع سبب الانتشار الواسع لهذه الوسائل الإعلامية إلى:

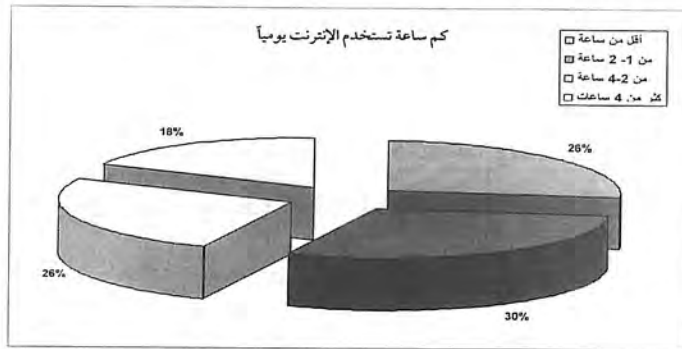
- أن المنتديات لها خاصية بعرض الأخبار سواء المقروءة أو المرئية أم المسموعة بدون رقابة أو حدود، فلا أحد يعرف هوية الكاتب.
  - لا تحتاج وقتاً محدداً للطباعة والنشر والتوزيع، فيمكن تحديثها حين تدعو الحاجة لذلك. والتعويض عن انتظار نشرة الأخبار أو صحيفة الغد لمعرفة ما دث قبل قليل!
  - كما أن المدونات تعتبر الأقل كلفة مقارنة بجميع وسائل الإعلام الأخرى.
- ولهذا تجب دراسة هذا النوع من وسائل الإعلام من حيث النقاط التالية:

- أ - مدى إقبال الشباب في متابعة المواقع الالكترونية.  
 ب - عدد الساعات اليومية التي يقضيها الشباب أثناء استخدام الإنترنت.  
 ج - التفاعل مع الصفحات الإلكترونية (المنتديات والمدونات).  
 د - دور الإعلام الإلكتروني بتأجيج النزاعات الطائفية والقبلية.

الشكل (24) متابعة المواقع الإلكترونية

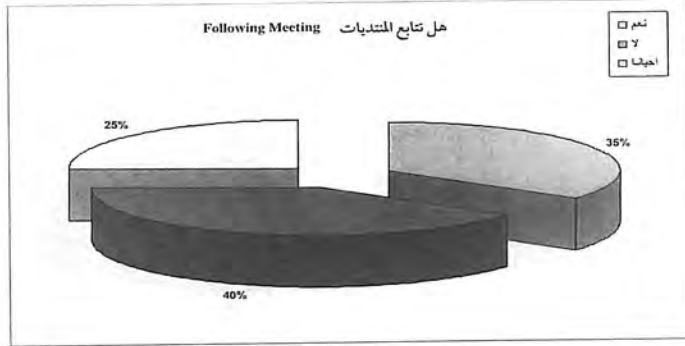


الشكل (25) عدد الساعات اليومية للإنترنت

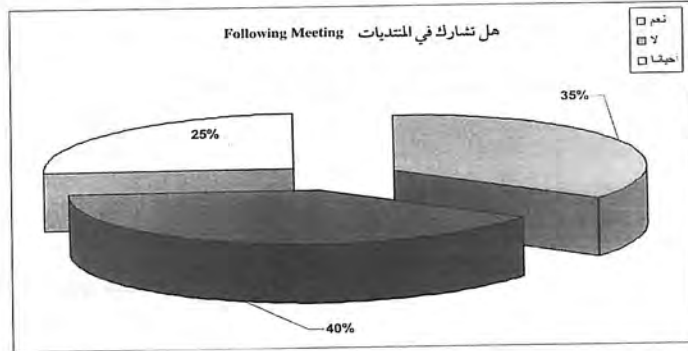


يقضي 26% من الشباب أقل من ساعة على الأقل أمام الإنترنت بينما 12% منهم أمام التلفزيون (كما تم توضيحه بالشكل 8).

### الشكل (26) متابعة المنتديات

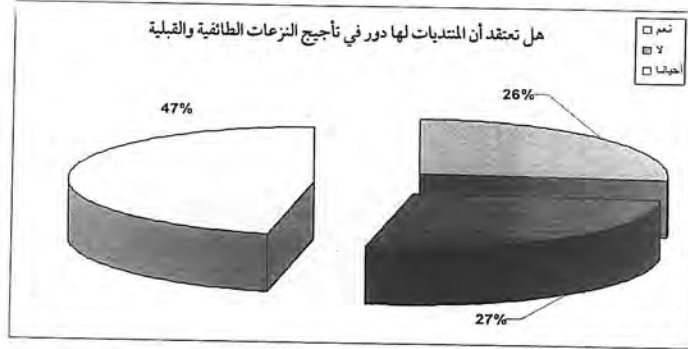


### الشكل (27) المشاركة في المنتديات



يبين الشكل (27) أن 35% من الشباب الخليجي هم من متابعي المنتديات والودونات، وهذه النسبة عالية بالنسبة لوسيلة إعلامية حديثة على الساحة مما يجعل المطالبين بتقنين حريات الرأي وقوانين المطبوعات يعيدون حساباتهم! لأنه لا يوجد سقف حرية في المدونات، والإعلام الإلكتروني، وحتى لم تم بطريقة أو بأخرى إعلاق الصفحة الإلكترونية، سيجد صاحبها ألف طريقة أخرى لإنشاء غيرها والإعلان عنها، لذا فلم يعد هناك مجال لتكميم الأفواه.

### الشكل (28) دور المنتدى في تأجيج النزعات الطائفية والقبلية



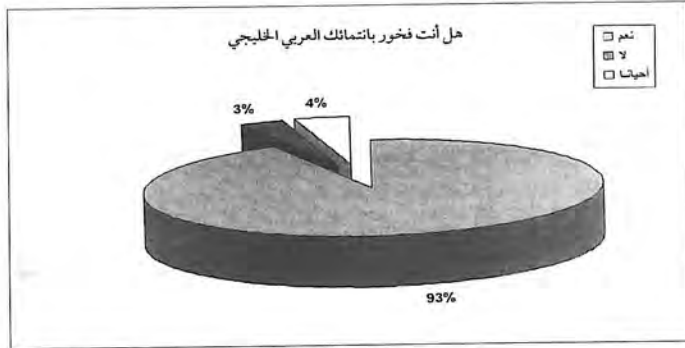
يرى 26% من الشباب أن للمنتديات دور في تأجيج النزعات الطائفية والقبلية، أما 47% لا يعتقدون أنها تلعب ذلك الدور المباشر في هذه الصراعات. ويرجع سبب هذا الخلاف إلى نوع المنتدى الذي يقصده الشباب، إلى جانب الأشخاص الذين يديرون المنتديات والمدونات والرسالة التي يريدون إيصالها.

### V. أسئلة مفتوحة:

في ختام الاستبيان تم توجيه أسئلة مفتوحة تتناول معرفة رأي الشباب حول الأوضاع في العراق ومدى تأثرهم بالقضية الفلسطينية وإن كان الشباب يشعر بالفخر بانتمائه العربي/ الخليجي، ولكننا لم نوفق بتوضيح أول هدفين (أوضاع العراق والقضية الفلسطينية) حيث كانت الردود متشائمة ومن الصعب إبرازها بشكل إحصائي واضح.

في هذا السؤال وجدنا أن الغالبية الساحقة من الشباب الخليجي يفخرون بانتمائهم الخليجي، بالرغم من وجود تحفظات على المواقف العربية، وأوضاع سياسة الحكومات الخليجية في المجتمع الدولي. وهذه النسبة الفخورة بالانتماء العربي الخليجي تبعث في النفس التفاؤل.

## الشكل (29) يبين مدى اعتزاز الشباب بانتماؤه العربي والخليجي



### نتائج البحث:

- اهتمام الشباب بالقضايا العامة جيد ولكنه ينحصر على نطاق إقليمي ضيق لا يكاد يتعدى الخليج العربي.
- الفضائيات ليست هي الهاجس الرئيسي للشباب.
- للشباب مجالات واسعة لتكوين وجهات نظرهم، فهم لا يثقون ثقة عمياء بأية وسيلة إعلامية.
- ليس للإعلام الخليجي تأثير كبير في صناعة فكر وقناعات الشباب.
- الشباب الخليجي قارئ للصحف اليومية.
- تدخل الأنظمة بالإعلام أمر واضح.
- للمنتديات والمدونات مستقبل في التأثير على الرأي العام.
- من غير الممكن تكميم الأفواه للأبد... فهناك دائماً باب لطرح أفكار جديدة.
- الشباب الخليجي فخور بانتمائه العربي الخليجي.



### التوصيات:

- دعم هذه الدراسة بمزيد من التحليل لواقع الشباب واحتياجاتهم في المجتمع الخليجي والعربي.
- تطوير دور الإعلام الخليجي في مواجهة الفضائيات العالمية، وذلك من خلال زيادة نسبة الشباب العاملين في حقول الإعلام لامتلاكهم القدرات التي تؤهلهم لاستيعاب تطورات العصر والتعامل مع أدواته ومفاهيمه وتجديد أفكاره وتوظيف تراثنا وقيمنا وثقافتنا لإبراز هويتها العربية، ورسم معالم مستقبلنا، وتنمية مجتمعاتنا بعقول منفتحة، للإسهام في التنمية والإصلاح والتغيير الإيجابي المنشود.
- النهوض بوضع المستوى الفني (الدراما - المسرح - الكوميديا) الخليجي، لما له من تأثير على الذوق العام والهوية الخليجية.
- تطوير الإعلام الخليجي والعربي بكل أشكاله، المقروء والمرئي والإلكتروني، ومشاركة الشباب في تبادل الآراء والأفكار، وإعلامهم عم يدور حولهم من أحداث بكل صدق وأمانة.
- تشجيع وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق وظائفها التعليمية والثقافية والترفيهية وخلق حوافز بينها.
- تشجيع ودعم الوسائل الإعلامية الحديثة مثل المدونات ذات المضمون الراقى والفعال في المجتمع.
- إنشاء مركز إعلامي يعد للشباب برامج تدريبية وتثقيفية متنوعة، لدمجهم بالإعلام، وليمارسوا الديموقراطية بحرية بما ينسجم مع حضارتنا وثقافتنا وتراثنا العربي الأصيل، ويتضمن المركز إنشاء وحدة خاصة بالشباب تهدف إلى عقد دورات تدريبية إعلامية.
- تشجيع الشباب على القراءة ومتابعة الأوضاع التي تمر بها المنطقة

ومشاركتهم في التحليل والنقد، وذلك من خلال حضور المؤتمرات والندوات واللقاءات الشبابية وتدريبهم على أصول وآداب الحوار، وتقبل الرأي الآخر.

### الخاتمة

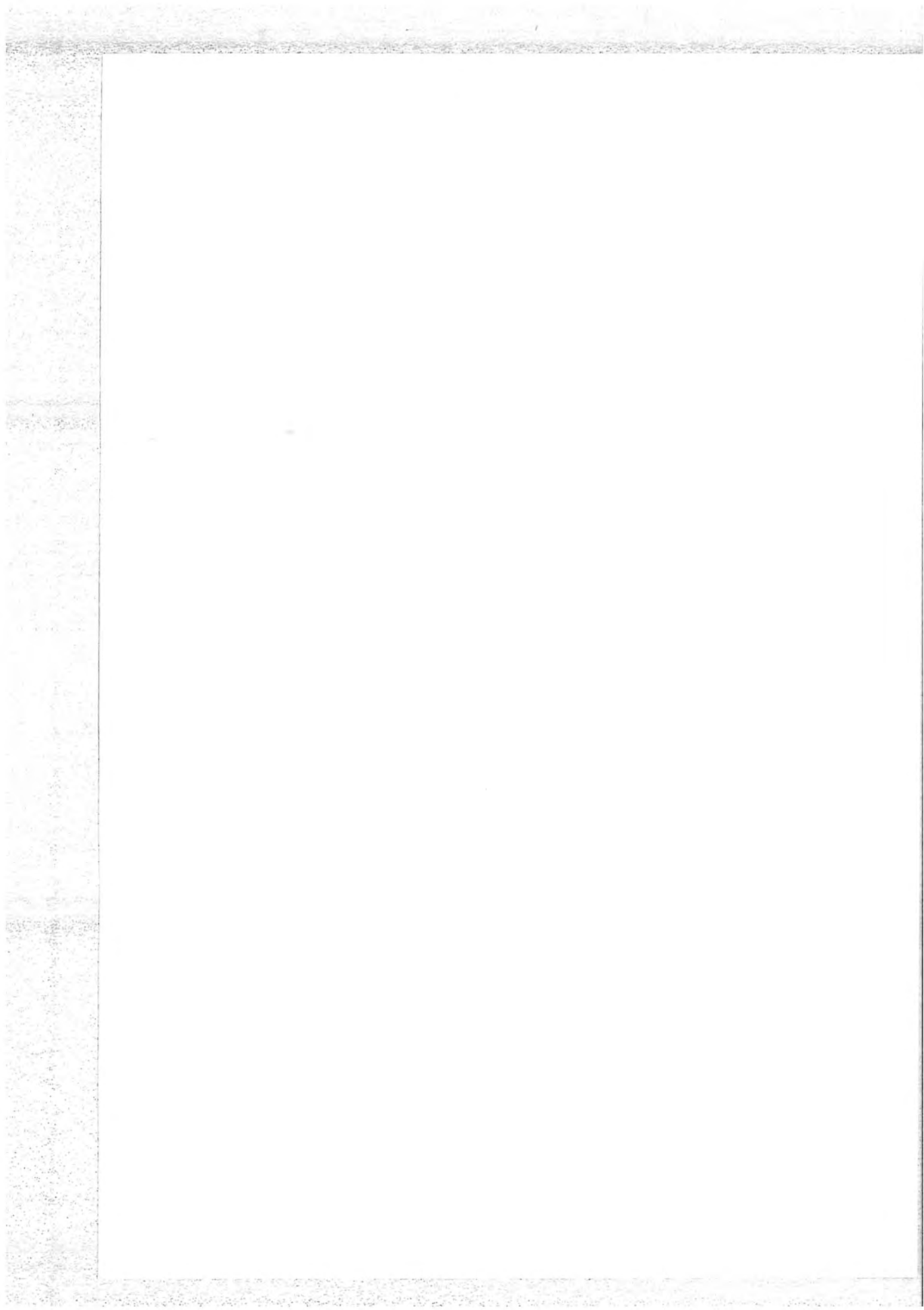
هدفنا في هذه الدراسة توضيح مدى مشاركة الشباب بإبداء آرائهم في وسائل الإعلام ومنها التلفزيون والإنترنت والصحف، وإيصال صوتهم من خلال الإجابة عن الاستبيان للمسؤولين في هذا المؤتمر.

ونأمل في إنجاز ذلك عبر:

1- إسماع أصواتنا ورفع الوعي بمشاركة الشباب في وسائل الإعلام. ونأمل أن يقرأ كل الشباب في كل أنحاء العالم وكذلك الشخصيات العامة وكل الناس المهمين العاملين في الحقل الاجتماعي والإعلام.

2- إنشاء شبكة كبيرة للشباب لنحارب معاً كل القضايا التي تؤدي إلى التفرقة والطائفية وتحجيم الأخبار وبث ما يفرق المجتمع. ونهدف إلى الاتصال مع المجموعات والمنظمات الشبابية الأخرى لتحقيق هدف المشاركة الشبابية.

أما غرضنا فسيكون الوصول إلى المنابر الإعلامية (التلفزيون والإذاعة والصحافة المطبوعة والإنترنت)، والشباب في كل أنحاء العالم والسلطات المحلية في كل بلد والمؤسسات الرسمية الأخرى والمنظمات الدولية والمنظمات الأهلية، لتطوير الوسائل الإعلامية المختلفة وبث ما يعبر عن واقع الحال في المجتمع.

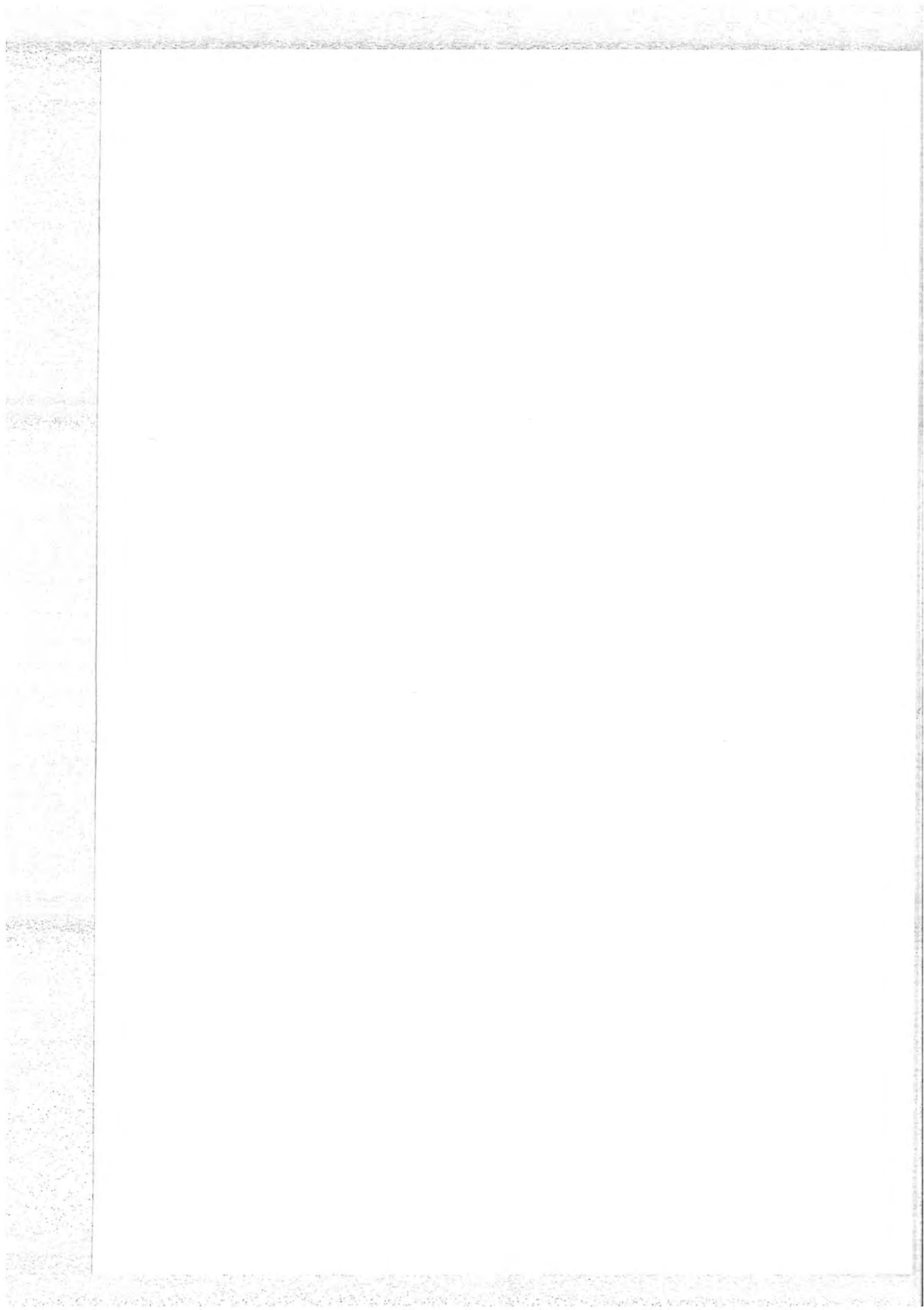


## المناقشات

---

### الجلسة الأولى

رئيسة الجلسة: موضي الحمود  
المنسق العام: د. عبد الخالق عبدالله



## الافتتاحية:

د. عبدالخالق: نرحب بالحضور في اللقاء السنوي الثامن والعشرين لمنتدى التنمية الخليجي. أولاً نعتذر عن أي تقصير أو سوء تنظيم والتداخل بين بعض الأسماء وذلك لزيادة عدد المشاركين عن أقصى توقعاتنا والتي كانت لا تتعدى الثمانين مشاركاً، بينما وصل العدد الفعلي الذي تم تسجيله حتى الآن إلى مئة مشارك، وهو ما سبب بعض الضغط على موارد الفندق. يسعدني أن أشكر أعضاء المنتدى الأوفياء على مدى أكثر من ربع قرن، فالمنتدى يستمد حضوره ونشاطه وتألقه واستمراره من الحضور والدعم الدائمين من قبل أعضائه، ونتطلع لاستمرار حضورهم وتواجدهم في كل نشاطات المنتدى. كما أود أن أشكر الحاضرين للمرة الأولى للمنتدى من الإخوة والأخوات.

من المعروف أن هدف منتدى التنمية الخليجي هو تعزيز التواصل بين أبناء وبنات المنطقة، وإتاحة الفرصة لمناقشة قضايا الخليج الحيوية والساخنة، خاصة ونحن نعيش ظروفاً صعبة نظراً لما يواجهه العراق من أوضاع دامية، بالإضافة للتوجه النووي في المنطقة والتخندق المذهبي، لذا نأمل أن يتم تناول هذه القضايا خلال اليومين القادمين. وللعلم فقد خصص هذا اللقاء السنوي لموضوع الإعلام الخليجي تحديداً من حيث دوره الترموي ومساره المستقبلي وهموم الإعلاميين، لذا فنحن نستضيف في هذا اللقاء أكبر قدر ممكن من الإعلاميين الخليجيين الذي أظهروا اهتماماً بالحضور والمشاركة لمناقشة دورهم ونشاطاتهم وهمومهم لعل وعسى أن نصل أونقرب لحلول بعض هذه الهموم. أحب تذكيركم ببعض الأمور التنظيمية، ستبدأ الورش أوالمنتديات المسائية في الساعة السادسة والنصف من مساء اليوم، وهذه الورش تهدف لاجتماع أصحاب الشأن والاهتمام والتخصصات المتقاربة لمناقشة قضاياهم الخاصة وذلك في غرف مخصصة لهذا الغرض في نفس الطابق، وسيكون هناك منتدى للإعلاميين، والمرأة، والشباب، والأكاديميين،

ومنتمى لرجال المال والأعمال. ولأول مرة عرضنا مجموعة كتب خاصة بالخليج العربي وقضاياها لذوي الاهتمام كما ننوه عن وجود مكتبة عامة كبيرة في هذا المركز لمحيي الكتب. أخيراً أود الإشارة إلى أن هذه الجلسة ستكون برئاسة الدكتورة موضي الحمود المنسق العام السابق وعضو اللجنة التنفيذية لهذا المؤتمر.

د. موضي الحمود: أسعد الله صباحكم جميعاً بكل الخير، أولاً أشكر الدكتور عبدالخالق ونعتذر عن البداية المتأخرة، حيث إننا منحنا الإخوة المتأخرين عشر دقائق إضافية ليكمل النصاب وللأسف لم يكتمل بعد، إخواني وأخواتي أعضاء المنتدى أرحب بكم في هذه الجلسة. دأب المنتدى كما تعلمون سنوياً على عقد لقاءاته لمناقشة كثير من قضايا التنمية والتي تخص المنطقة، تناولنا خلال الثمانية والعشرين عاماً الماضية الكثير من القضايا المهمة والتي أصبح الإعلام أحدها. فقد أصبح يعيد صياغة الرأي العام ويوجهه، ولما له من أهميه فقد خصص المنتدى لقاء هذا العام لمناقشة قضايا الإعلام، وخاصة في المرحلة التي تمر بها المنطقة. كما أسلف المنسق العام للمنتدى. في هذه الجلسة سيكون المتحدث د. إبراهيم البعيز المتخصص في الإعلام المقارن وتقنيات الاتصال ورئيس قسم الإعلام بجامعة الملك سعود بالرياض. وسيلقي الضوء على بعض القضايا المطروحة في ورقته خلال خمس وعشرين دقيقة يفتح بعدها باب النقاش للحضور.

### الورقة الأولى:

د. إبراهيم البعيز: أسعد الله صباحكم بكل خير، بداية أتقدم بالشكر لإخواني وأخواتي في المنتدى على إتاحة الفرصة لي للمشاركة معكم في أحد أهم جوانب التنمية في دول الخليج خاصة والدول العربية بشكل عام. سأحدث عن الورقة على افتراض أن الأغلبية قد قرأت الورقة،

لذا سيكون نقاشي عن النقاط الأساسية التي ممكن أن تكون محاور للنقاش بدلاً من استعراض الورقة بحد ذاتها. حاولت في الورقة تقديم قراءة نقدية لواقع الإعلام في دول الخليج، وحديثي عن هذا الواقع هو ملامسة للمنطقة الواقعة بين الممكن والمستحيل، ولقد تناولت قضايا الإعلام من خلال أربعة محاور أهمها مفهوم السياسة الإعلامية، كما سيتم التطرق لجانبين أو أكثر من تجربة دول الخليج في الصحافة، ثم التلفزيون من خلال المشهد العام لظاهرة القنوات الفضائية. ثم سأحدث عن مسألة العمل المشترك ما بين دول الخليج، ولأي مدى نجحوا في التعاون في مجال الإعلام، ثم الخاتمة.

السياسة الإعلامية هي مجموعة من التوجهات المعيارية، مجموعة من المعايير التي تحكم العمل الإعلامي. وهذه السياسة دائماً ما يكون مصدرها الثقافة السياسية في المجتمع (Sociopolitical Order)، نخطئ أحياناً حينما نقصر هذه السياسة على القوانين والأنظمة واللوائح المكتوبة أمامنا. أعتقد أنه من الأساسي والمهم جداً أن نأخذ في الاعتبار أيضاً التعليمات والتوجيهات والاتصالات الهاتفية التي تتم بين مسؤولي الإعلام ووسائل الإعلام من أجل توضيح قضية وتجنب أخرى. هذه السياسة هي نتاج للتفاعل بين خمس مؤسسات موجودة في المجتمع، النظام السياسي الذي هو على القمة، المؤسسة الدينية، والنظام الاقتصادي، والتعليم الذي يزود وسائل الإعلام بالكوادر الفنية والإعلامية المؤهلة، والمؤسسة الأخيرة هي الأسرة، فمشاركة المرأة في دول الخليج في المجال الإعلامي مرتبطة بشكل قوي جداً بقضية الأسرة. هذه المنظومة من المؤسسات الاجتماعية لها حدودها السياسية والثقافية. في الآونة الأخيرة، بعد الانفتاح وثورة تقنيات الاتصال، بدأت بعض الضغوط الخارجية تُسلط الضوء على هذه الحدود وبدأت تؤثر على السياسة الإعلامية، مثال ذلك قضية المنافسة من وسائل الإعلام الخارجية والتي انعكست على ممارسة الإعلام في الوطن العربي،



أيضاً الضغوط الخارجية الناجمة عن العديد من المؤسسات التي تصدر تقارير عن وضع الإعلام في الدول العربية عموماً ودول الخليج بشكل خاص. أيضاً يمثل الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وهو أحد المواثيق الدولية التي تمارس على الدول النامية بشكل عام بما فيها دول الخليج للتأثير على الممارسة الإعلامية. أيضاً هناك اعتبارات أخرى كالصداقة والعلاقات مع الدول الأخرى والتي تمنع الخوض في بعض المواضيع خوفاً على هذه الاعتبارات.

للسياسة الإعلامية عدد من المحاور، المحور الأول هو علاقة وسائل الإعلام بالحكومة. ترتبط الخدمة الإذاعية والتلفزيونية في دول الخليج بالحكومة، وعلى الرغم مما نراه من ظواهر الانفكاك عن الحكومة، إلا أنها مازالت تعاني من تبعية الملكية الحكومية وخاصة في الجانبين الإخباري والإعلامي، والشاهد على ذلك تسابق المواطنين على وسائل الإعلام الأجنبية للوقوف على حقيقة القضايا الداخلية. وبالنسبة للجانب الترفيهي، فقد كانت دول الخليج من أول دول العالم من حيث انتشار أجهزة الفيديو والسبب في ذلك إخفاق وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون في أن تكون وسيلة ترفيه ناجحة، وينطبق ذلك أيضاً على انتشار ظاهرة القنوات الفضائية. وعلى الرغم من استقلال الصحافة في دول الخليج وكونها مستقلة وغير مملوكة من الحكومة إلا أنه وفي الغالب نجد أن هذه الاستقلالية ليست أكثر من مجرد شكل خارجي لا أكثر.

المحور الثاني في السياسة الإعلامية هو المعايير الرقابية، أعتقد أن كثيراً منها في كثير من الدول العربية والخليجية هلامية إلى حد ما وغير واضحة المعالم. هذه الهلامية أوجدت عندنا ثقافة الرقابة الذاتية، كذلك استخدام المصطلحات الفضفاضة مثل «المصلحة العامة» و«المسؤولية الاجتماعية» و«النقد البناء» لتبرير كل هذه المعايير الرقابية وللضغط على وسائل الإعلام.

المحور الثالث، وهو النشر والتوزيع لوسائل الإعلام، فالمنع لا يقتصر على الصحافة الأجنبية والعربية، بل هناك صحف خليجية غير مسموح بتداولها في الخليج، الأبعاد والاعتبارات السياسية دائماً تكون أقوى من الاعتبارات الاجتماعية والثقافية حول ما يمنع ويسمح به في وسائل الإعلام.

المحور الرابع للسياسة الإعلامية هو علاقة وسائل الإعلام بالجمهور، فالجمهور ليس سوى مُتلقي وليس عنصراً فاعلاً في العملية الإعلامية، والدليل على ذلك عدم وجود دراسات منتظمة عن المشاهدين والجمهور. وسائل الإعلام دائماً ما تكون أقرب للنخب ذات الثقل السياسي منها للجمهور العادي. أما في الوقت الحالي، ومع ظهور الإعلام التجاري أصبح الجمهور مجرد رقم يباع للمعلن.

فيما يختص بالصحافة، يلجأ البعض عند تقييمها إلى دراسة القوانين والأنظمة والتي لا تمثل كل المعايير اللازمة، فمنظمة فريدم هاوس (Freedom House) مثلاً، التي تقيم حرية الصحافة في العالم، لم تعط للأبعاد التشريعية كالقوانين والأنظمة سوى 30٪، والباقي للبيئة السياسية والاقتصادية المحيطة بوسائل الإعلام. مثال على ذلك المادة (14) من السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية والتي صدرت في عام 1982، وتنص على: «تخصص وسائل الإعلام برامج ثقافية رفيعة المستوى ومتعددة الاتجاهات للمثقفين ليستفيد اتصالهم بالحياة العلمية المتطورة ووقوفها على الآثار الفكرية المتجددة» مضت 25 سنة وما زلنا غير قادرين على تفعيل هذه المادة والسبب في ذلك الأبعاد السياسية والاجتماعية. كذلك نجد أن الصحافة الكويتية دائماً في المقدمة على الرغم من أن قانون المطبوعات صدر منذ أكثر من 45 سنة.

أعتقد أن الصحافة الخليجية تعيش بؤادر نقلة فهي متقدمة جداً مقارنة بنظيراتها العربية، فهناك أقلام جادة تقدم للقراء وجبات دسمة من الأفكار

والمواضيع، رغم أنها مازالت حذرة مع الشأن الداخلي. كتب الأستاذ عبدالله بخيت في جريدة الجزيرة عن ذلك في الصحافة السعودية ويقول: «لم تعد علاقة وزارة الإعلام بالصحف هي نفس العلاقة التي كانت موجودة قبل 10 سنوات، فحرية الصحافة في المملكة بلغت أرقى مستوى يمكن أن تصل إليه الصحافة السعودية أصبحت تشكل قوة فاعلة، ليست حاسمة ولكن لها تأثير فعال». هناك مشكلة في الكوادر الصحفية في دول الخليج، 62% من الصحافيين غير متخصصين بالإعلام، 59% لم يسبق لهم الحصول على دورة، 65% دخلهم أقل من 5000 ريال سعودي شهرياً، 50% لم يسبق لهم السفر في مهمة صحفية، 78% ذكروا أن مهمتهم حماية الجمهور من تأثير الآراء المخالفة لاتجاه الدولة الرسمي، 47% ذكروا انهم يساهمون في التأثير على السياسة العامة، وقد ساهم انغلاقهم هذا في عدم فهمهم لدورهم الأساسي. إذا أردنا للصحافة أن تكون سلطة رابعة علينا أن نزيد من الوعي لدى الصحافيين بدورهم الرئيسي.

سأتناول الآن موضوع التلفزيون، معظم القنوات الفضائية حالياً هي استثمارات خليجية ومنها MBC ورايو وتلفزيون العرب ART وأوربت ORBIT وشوتايم SHOWTIME والجزيرة ودبي وغيرها. هذه القنوات تأتينا عن طريق «عربسات» التابع للمؤسسة العربية للاتصالات الفضائية، والتي تملك دول الخليج أكثر من 60% من رأسمالها. لذا فإن ظاهرة القنوات الفضائية تميل لأن تكون خليجية، وهذا ما يجعلها تستهدف دول الخليج خاصة لكثافتها السكانية وتوفر القدرة الشرائية، كما تروج للبرامج حسب توقيت السعودية وأسعار الإعلان وفقاً لوقت الذروة في المملكة. ودائماً تكون مواضيع هذه القنوات عن الشؤون الداخلية لدول الخليج سواء في المباريات أو قضايا الشأن العام أو غيرها.

اختلفت الآراء تجاه القنوات الفضائية ما بين مؤيد ومعارض، ولكنها مازالت تمثل نقلة كمية ونوعية في الخدمة التلفزيونية، 59% منها غير مجانية، لذا

فقد أصبح الإعلام يميل لأن يكون إعلام نخبة، 73٪ منها قنوات تجارية هدفها استثماري وتحقيق الأرباح وليس التنمية، 52٪ منها تبث بغير اللغة العربية مما سيؤثر على الهوية العربية، 42٪ من القنوات أجنبية كالـ BBC و الـ CNN و DISNEY وغيرها، 80٪ منها متخصصة في المنوعات والأفلام والموسيقى والرياضة والأخبار والأطفال.

الإشكالية في هذه الظاهرة أن هناك 4 تحصل على 75٪ من إيرادات الإعلان، هذا التنافس المحموم جعل متوسط سعر الإعلان في القنوات الفضائية يصل إلى 1800 دولار، هذا السعر هو الأرخص في العالم. هذا التدني سببه أن حصة الفرد في الإنفاق الإعلاني في دول الخليج 100 دولار، بينما في أوروبا 375 دولاراً وفي الولايات المتحدة 425 دولاراً، ولا شك أن هذا التدني سينعكس على طبيعة البرامج المقدمة، حيث ستكون هابطة المضمون.

المشكلة التي تواجهنا في الدول العربية بشكل عام لحل هذه الظاهرة هو عدم الاعتراف بالحلول الوسط، إما تكميم الأفواه وقتل هذه القنوات، أو تركها لتصل لحالة الانفلات، ويبدو أنه قد تم اختيار الحل الثاني. نحن نحتاج لقوانين وأنظمة تساعد على قيام صناعة إعلامية. الحل هو الاستفادة من تجارب أخرى كبريطانيا التي تملك محطة BBC والتي لا تبث إعلانات وهدفها تنموي، وفي الولايات المتحدة Public Broadcasting Corporation وفي اليابان NHK وفي كندا CBC كل هذه القنوات غير ربحية وهدفها تنموي.

الجانب الإيجابي لظاهرة القنوات الفضائية أنها حركت المياه الراكدة، فقد ساهمت في الضغط على القنوات المحلية لتبدأ الاهتمام بالشأن العام. أفضل مثال على ذلك قناة الإخبارية في المملكة السعودية، فهي تمثل نقلة نوعية ضمن المعايير الرقابية الموجودة في التلفزيون السعودي، والمتابع لها

سيلحظ هذه النقلة. فمن الجوانب الإيجابية الأخرى أن هذه القنوات - اقصد القنوات الفضائية - أصبحت قنوات بديلة لمن لم تُتَّح لهم الفرصة في وسائل الإعلام المحلية كبرنامج المساواة والمجلس.

أخيراً سأطرق لموضوع التعاون بين دول الخليج والذي بدأ عام 1973، وتوالت اللقاءات حتى وصلنا للقاءات سنوية لوزراء الإعلام الخليجي بدءاً من عام 1976، خلال 5 سنوات تكونت لدينا 8 مؤسسات للعمل الخليجي المشترك وهذا جانب إيجابي، وللأسف كلها توقفت ما عدا مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك في الكويت والتي يعد السبب الأساسي لبقائها عدم تطرقها للنواحي السياسية، بل تكتفي بالصحة والسلامة والأطفال، صحيح أنها مواضيع جيدة ومطلوبة ولكن يفترض وجود تعاون في باقي المجالات، وجهاز تلفزيون الخليج كانت الفكرة الأساسية له هو الإشراف على قناة مشتركة بين دول الخليج إلا أن اختلاف المعايير الرقابية بين دول الخليج أدت لفشل الفكرة، وبدلاً عن ذلك تم الاكتفاء بتبادل المذيعين. ختاماً أعتقد أنه ليتم الإصلاح السياسي والاجتماعي والاقتصادي فلا بد أولاً من أن يكون هناك إصلاح إعلامي. وشكراً جزيلاً.

### المناقشات:

د. موزي الحمود: نشكر الدكتور إبراهيم ونثني على التزامه بالوقت المحدد. قبل بدء المناقشات، أحب التنويه على أن المشاركات ستكون بحدود الثلاث دقائق لنعطي فرصة لمشاركة أكبر عدد ممكن، ونود أن يكون التعليق على الموضوع وليس الورقة بحد ذاتها. ويرجى ممن يود التعليق أن يرفع اسمه ليتم التعريف به. أعطي للأستاذ يوسف الجاسم رئيس المشروع ثلاث دقائق لطرح بعض الملاحظات.

أ. يوسف الجاسم: أشكر الدكتورة موزي وأضم صوتي للدكتورة موزي

بشكر الدكتور إبراهيم على الدراسة المتميزة، وقد أثبت الدكتور إبراهيم كفاءة ليس فقط في اختصار عرض الورقة بل أيضاً بإعدادها. عندما تم تكليفي بمشروع هذا العام، واجهنا صعوبة في اختيار أوراق تفيد هذا المجال الحيوي في هذه المرحلة بالذات فيما عدا ورقة د. إبراهيم التي تعتبر ورقة مرجعية لأي مهتم أومشتغل في مجال الإعلام. ستكون هذه الأوراق أساساً لتوجهنا لإعلان المنتدى الإعلامي الخليجي الذي سيقام اليوم الساعة السادسة.

د. موضي الحمود: نبدأ في استقبال أسماء من يودون المشاركة في المناقشة.

د. سعد الزهراني: شكراً لرئيسة الجلسة، والشكر موصول لمنسق المنتدى والإخوة الأعضاء. وحقيقة نود الإشادة بالإعداد الجيد لورقة د. إبراهيم وهو أمر غير مستغرب منه، لدي تساؤل يتعلق بفكرة الورقة، قد يكون النظام الإعلامي جيداً ويعطي انطباعاً بوجود حرية للصحافة وتمكين المؤسسة الصحفية من أداء عملها بصورة جيدة، ولكن هناك عوامل أخرى سياسية واجتماعية وأسرية ودينية تلعب دوراً كبيراً رغم أنها غير ملموسة، كيف نتعامل معها ونخترقها لنقل من تأثيرها على حرية الإعلام ولنعطي الصحافة دوراً أكبر لتمكين من ممارسة سلطاتها بشكل فعال؟

أ. عثمان الرواف: في صفحة 6 ذكرت أن الصحف اقرب للنخب ذات الثقل السياسي والاقتصادي بدلاً من تناول قضايا المجتمع أو القيام بدورها الرقابي. احب التركيز على موضوع القضايا. عند الحديث عن القضايا يجب أن نحدد نوعها، فهناك قضايا أساسية، فالإعلام الأمريكي وخاصة الصحافة، أتاح لنفسه حرية دعم قضايا الحقوق المدنية والمساهمة في دعم الأقليات وغيرها. صحافة اليسار الأوروبي دائماً عندها قضايا قد تكون أحيانا ضمن إطار أيديولوجيتها مثل دعم قضايا العمال لا تهمننا كثيراً

لبعدها عن مجال اهتمامنا، ولكن حين نتحدث عن قضايا الأقليات العربية فهذا ما يهمنا. وقد ذكرتُ ذلك ولكنني أريد أن أبلورها أكثر وأربطها بما ذكرته عن الدرجة التي وصلت لها الصحافتان الكويتية واللبنانية وخاصة في الستينيات حيث لم يكن هناك صحافة عربية تتوفر لها حرية الكلمة والتعبير مثل الصحافتين الكويتية أو اللبنانية. وإذا خصصنا الحديث عن لبنان فسنجد قضية الطائفية، وإذا نظرنا للصحافة بالرغم من الحرية التي كانت تتمتع بها، إلا أنها كانت جزءاً من القضية ولم تطرح معالجة لها. الصحافة المصرية تقدمت جداً واختلفت أوضاعها وأصبحت تتمتع بحرية كبيرة، ولكنها مازالت عازفة عن طرح قضايا الاختلافات المذهبية كقضية الأقباط مثلاً. فإذاً عدم تبني الصحافة لقضايا معينة كالوسطية والتعايش مع الآخر وقضايا المناهج لا يعود لعدم وجود حرية، فالحرية توفرت إلا أن مثل هذه القضايا ظلت غير مناقشة. إذاً ما هي المشكلة وكيف يمكن حلها؟ وأعتذر عن الإطالة.

أ. أحمد عبدالملك: شكراً لرئيسة الجلسة وللدكتور إبراهيم. سأحدث عن بعض الإيضاحات عن موضوعين ناقشهما الدكتور إبراهيم. الموضوع الأول هو السياسات الإعلامية في دول مجلس التعاون، حيث ذكر الدكتور أن قوانين المطبوعات قديمة جداً تصل إلى ثلاثين عاماً مضت رغم ما وصلنا إليه من تطور من إطلاق أقمار اصطناعية للصحافة عن بعد وغيرها. أمر آخر هو الهاتف الأحمر الذي يرنُّ ليلاً عند رئيس التحرير أو مدير التلفزيون وهو قانون غير موضوع ولكنه يحوم حول رؤساء التحرير والمنفذين للسياسات الإعلامية. كذلك المنع غير المكتوب، وهنا تجبن الدول عن إصدار بيانات أو قوانين تلزم الصحافة بما يجب أن تقوم به. وللأسف فحتى الدساتير التي صدرت حديثاً في بعض الدول تكفل حرية الإعلام وتتص عليها وتقيدها بعبارة وفقاً للقانون، ويأتي القانون فيناقض الدستور، فكيف يمكن التعامل مع هذه القضية؟ من أزمة السياسات الإعلامية اختيار رؤساء

تحرير ومنفذي سياسات إعلامية يكرسون الولاء للدولة ويهملون المهنية في الأداء، وهذه قضية شديدة الخطورة، بدليل أن بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى يديرها أشخاص أميون. الموضوع الثاني الذي أود الإشارة إليه هو التعاون الخليجي المشترك بحكم قربي من الموضوع لمدة 6 سنوات، نغمة التعاون الإعلامي، أصبحت نغمة نشاز حالياً لأن هذه الدول تبلع العشرج (المر) منذ عشرين أوخمسة وعشرين عاماً ليس حياً فيه بل حاجةً إليه. اختلاف السياسات الإعلامية فيما بين دول مجلس التعاون هو أساس المشكلة التي قضت على المؤسسات السبع، لا شك أن بعض تلك المؤسسات كانت ذات دور مرحلي، كالإعلام البترولي، ولكن كان هناك مؤسسات لا بد لها أن تبقى كمركز التدريب الإعلامي في قطر، فلأسف أكثر من 70% من المشتغلين بالإعلام يفتقدون للتدريب لعدم اهتمام الدول به. الأمر الآخر هو أن الدول كانت تتردد في دفع أنصبتها في المؤسسات، فالكويت تدفع لمؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، السعودية تدفع للجهاز، قطر تدفع لمركز التراث الشعبي، والباقي لا يدفع. وللأسف كان هناك عدم تفهم من بعض الدول لأهمية تلك المؤسسات، كما استولت البحرين على وكالة أنباء الخليج، وكما كادت السعودية أن تسعود جهاز تلفزيون الخليج والذي أنقذ في المرحلة الأخيرة، مركز التوثيق في بغداد لعبت الشؤون السياسية دوراً في عدم فاعليته. ما أريد أن أوضحه هو أن مفهوم التعاون أوالتكامل يجب أن يغير لدى العاملين في السياسات الإعلامية في دول الخليج، ليكون هناك تعاون على مستوى الإنتاج المشترك.

أ. عبدالله بن سعيد أبوراس: هذه أول مرة أحضر المنتدى وأنا سعيد بذلك، أنا أعمل مديراً عاماً لجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج التي ذكرها د. إبراهيم، وللعلم فخلفية هذا الجهاز لا تنص على أن هذا الجهاز أنشئ ليصدر قناة رسمية أوفضائية، ويبدو أن ما ذكره د. إبراهيم من معلومات تحتاج للمراجعة. في آخر اجتماع لوزراء الإعلام عقد في الكويت تم اقتراح خطة



تطوير وتحوير لأهدافه، فأهدافه القديمة كانت توزيع الذبذبات والهندسة وهذه المشاكل التي لم يعد لها وجود، فلم يعد هناك حاجة لشراء موقع من مؤسسة حكومية بل يمكن البث من أي قمر بمجرد الاستئجار من العريسات أو النايلسات أو غيرها. وضعت خطة للجهاز للتركيز على أربع نواح رئيسية، الناحية الأولى، التدريب الإذاعي والتلفزيوني، والدراسات والبحوث المتعلقة بمجالى الإذاعة والتلفزيون، واكتشاف الموهوبين من أبناء دول مجلس التعاون في المجالات الإذاعية والتلفزيونية، وينفذ هذا العام برنامج يختص بالتعليق الرياضي والتمثيل الكوميدي وكتابة النصوص الإذاعية والتلفزيونية وهو قيد التخطيط، وسينفذ خلال هذا العام، وسيستمر في كل دورة من خلال مجالات جديدة أخرى، ومهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون الذي يقام في البحرين كل عام. لقد تم تطوير كل ما يتعلق بالجهاز ولم يرد خلال إنشائه ما يتعلق بإنشاء قناة مشتركة، بل كان الهدف منه التنسيق الإذاعي والتلفزيوني في أمر البث والهندسة وما إلى ذلك. وهذا ما أردت إيضاحه.

د. إبراهيم البعيز: أنا لم أقل أن هدف إنشاء الجهاز إيجاد قناة مشتركة ولكنها كانت فكرة قائمة قامت اليونسكو بإعداد الدراسات اللازمة لها، ويبدو أن الظروف لم تسمح بتنفيذها من قبل اليونسكو، فكلّف الجهاز بتطوير هذه الفكرة: أنا لم أقل إنه أنشئ ليشرّف على هذه القناة. المعايير الرقابية المختلفة بين دول الخليج منعت إنشاء القناة المشتركة ولكن الفكرة موجودة وموثقة في كتاب يوثق تاريخ الإعلام السعودي خاصة والخليجي عامة وهوللدكتور عبدالرحمن الشبيلي.

د. حسن الصبيحي: شكراً وأحيي الجميع الذين بذلوا مجهودات كبيرة جداً خلال عمر المنتدى، وحققوا القليل نتيجة الظروف التي نعيشها. لقد اطلعت على الورقة بشكل تفصيلي، ولديّ ثلاث قضايا رئيسية أطرحتها، الأولى عن ملكية الإعلام الخليجي، فمهما قلنا واقترحنا لن نحقق له شيئاً إن ظلت ملكية الخليج سائبة كما هي الآن، فالملكية هي التي تنعكس على الحرية

والمضمون الإعلامي وكل ما يتعلق بتطور الإعلام، وأرجو وأتمنى أن نضع هذه القضية في الحسبان وأن يعطي المؤتمر بعض المؤشرات لتصحيح هذا العطب الكبير في الإعلام الخليجي. النقطة الثانية، أن المؤسسات الإعلامية التي انبثقت عن مجلس التعاون الخليجي يعتبرها الكثيرون أحد العيوب وأكبر عيوبها الإدارة، يبدو أن الإدارة تديرها المحسوبيات، ولقد اشتركت في كثيرٍ من النشاطات التي بدت وكأنها تسجيلٌ لمواقف ولكنها كانت في واقع الحال سطحية ولا تخوض في القضايا المتعلقة بالإعلام الخليجي وما يواجهه من ضعف ووهن. النقطة الثالثة تتعلق بالإعلاميين الخليجين المهمشين والفاقدين للفرص الحقيقية التي يستحقونها، ومن يملك قدرات إعلامية كبيرة للأسف هو خارج نطاق الإعلام. أعتقد أنه بالتركيز على هذه النقاط سنقود المؤتمر لنتائج طيبة وشكراً.

أ. محمد مساعد الصالح: لقد اطلعت على جميع الأوراق وحصل لدي تداخل في النقاط، فأنا غير متأكد من أن ملاحظاتي تخص د. إبراهيم أو تخص غيره، وعلى العموم فنحن في منتدى إعلامي فلا بأس من الحديث عن أي موضوع يتعلق بالإعلام والإعلاميين. أعتقد أن مناقشة الدساتير أو قوانين المطبوعات لن تجدي، فهي ليست المشكلة، القوانين ممتازة لكن المشكلة في تطبيقها، قد تجد رئيس الدولة أو وزير الإعلام يجتمع برؤساء التحرير، ويطلب منهم عدم التحدث عن هذه الدولة والاهتمام بتلك، ويتم نشر الجوانب الإيجابية والدبلوماسية من اللقاءات. هذه مشكلة في رؤساء التحرير، بمعنى آخر أن هناك قوانين أخرى غير مكتوبة تطبق وتنفذ غير قوانين المطبوعات والدساتير. الأمر الآخر هو أننا كنا نخلصنا من الرقابة المسبقة على الأقل في الكويت، وحظينا بقانون مطبوعات كنا نعتقد أنه جيد إلا أننا اكتشفنا أن به نوعاً من الغش، فمثلاً تم إلغاء عقوبة الحبس من قانون المطبوعات لتضاف لقانون الجزاء. للأسف في بداية ظهور القانون عند تولي الدكتور أنس الرشيد الوزارة صفقنا للقانون وتفاءلنا به

إلا أننا في الواقع خدعنا. الأمر الخطير الآخر هو أن بعض الأفراد كانوا يخشون من الحكومة التي قد تحولت للمحكمة التي قد تحكم عليه بالحبس أو الغرامة، أما الآن فظهرت لدينا قوة جديدة تقلق ويجب الحذر منها، فالحكومة قد تسامح لكن هذه القوة الدينية المتطرفة تهدد بالكفر والقتل والاعتقال، والحسبة فقد أصبح هناك أناس معروفون تتكرر أسماءهم في كل قضية حسبة، وللأسف النيابة العامة موقفها غير حازم، فحتى الآن يتم حبس الصحفي على سبيل الاحتياط إلا إذا دفع كفالة. فلم الكفالة طالما الحبس قد أُلغي؟ أعتقد أن هذه القوى الدينية المتطرفة هي أصل المشاكل حالياً في دول الخليج وتحديداً في الكويت من غير المسموح الكتابة عن الدين بالمرّة، فهو محتكر من قبل هذه الجماعات المتطرفة. وقد حدث أن كتبت ذات مرة مقالاً عن لجنة التعريف بالإسلام وقلت إن من يسمون بالمهتدين الجدد مقابل الإسلام توفر لهم الإقامة والوظيفة ويؤدون العمرة على نفقة اللجنة، كل ذلك مقابل أن ينطق بالشهادة لفظاً فقط ثم يصفق له ويقوم أعضاء اللجنة باحتضانه وتقبيله، فهكذا كسبنا مواطناً هندياً أو باكستانياً (مع احترامي لكل الجنسيات) عقب هذه المقالة حولت للتحقيق وحكم علي رئيس النيابة بالكفالة، أما المحكمة فأدانتي !! رغم أنني لم أتطرق للإسلام إطلاقاً وإنما كان حديثي عن لجنة التعريف بالإسلام. فهناك إرهاب فكري ديني سيئ جداً. تطرق الدكتور إبراهيم في ورقته عن برامج توظيف صناعة الإعلام وبرامج التنمية، أعتقد أنه لا وجود لما يسمى ببرامج التنمية في دول الخليج، ففي الكويت هناك قرارات توضع على الأرفف للعرض على الناس ولكن الواقع غير ذلك.

د. عبدالرزاق فارس: شكراً سيدتي الرئيسة، لدينا تقليد في المنتدى بالنظر للصورة الإجمالية دائماً، ومن الرائع مناقشة تفاصيل الإعلام، ولكن لا بد ألا ننسى الصورة الكلية في المجتمع أنه من المفترض للإعلام أن يكون سلطة رابعة. ومن المهم مناقشة موقف هذه السلطة من السلطات الأخرى

كالتنفيذية والتشريعية والقضائية. وللأسف فإن السلطة الطاغية في معظم دول الخليج هي السلطة التنفيذية، وحتى وقت قريب لم يكن هناك وجود للسلطة التشريعية والسلطة القضائية مختزقة بشكل كبير جداً، بينما وسائل الإعلام أو السلطة الإعلامية أو الرأي العام التي من المفترض لها أن تقوم بعمل توازن في المجتمع وخاصة في الدول التي شهدت تغيرات كبيرة فهي غير موجودة. أحد أسباب ذلك هو أن الحكومة كانت تملك الترخيص لوسائل الإعلام، فأغلب المحطات التلفزيونية حتى عهد قريب كانت حكومية، والصحافة إن لم تكن حكومية أو مملوكة من الحكومة فهي مرخصة من الحكومة. ثم بدأت بعض الحكومات تمتد للخارج وتمتلك المؤسسات الإعلامية خارج حدودها لتتمكن من التأثير في الموقف الإعلامي الخارجي. ففي كثير من الأحيان يحدث في بعض الدول تغير داخلي عن طريق ضغوط خارجية. أعتقد أن هذه الصورة الكلية لا بد أن لا تغيب عن أذهاننا أثناء مناقشة الموضوع، ففي النهاية سلطة الإعلام كعامل تغيير للمجتمع في دول الخليج مضمحلة وضعيفة ومحيدة من قبل السلطة التنفيذية.

أ. أنور رواس: أشكر الإخوة المنظمين، عند التكلم عن الإعلام الخليجي هناك هموم كثيرة تواجهنا وأعتقد أن الدكتور إبراهيم عرض بشكل موسع أن هناك تشابهاً كبيراً بين دول الخليج من ناحية السياسات الإعلامية وخاصة في ما يتعلق بالتعليمات الشفهية، إذا كنا نتحدث عن التعاون الإعلامي، فأعتقد أنه لا يوجد تعاون إعلامي، بل هناك إعلام قطري، كلٌّ يبحث عن هويته وسياساته الداخلية، أما في الظاهر فهناك مسميات بروتوكولية لإرضاء وزراء الإعلام والمسؤولين ليجتمعوا هنا وهناك، أما في الواقع فلا يوجد تعاون حقيقي للنهوض بالمنطقة، والدليل على ذلك أنه عندما تحدث د. إبراهيم عن قانون النشر في عمان الذي صدر في 1975 وتم تعديله عام 1984، إذا كنا انتظرنا 30 عاماً للبحث عن قانون إعلامي

جيد في عمان فسننتظر أكثر من ذلك لتحقيق وتنفيذ ذلك القانون طالما أن الرؤية (إعلام تنموي) فهل هو إعلام بناء الإنجازات والشوارع والمستشفيات أم إعلام فكري يرتقي بقدرات هذه الشعوب، لدينا مشاكل كثيرة ستصادفنا في المرحلة القادمة من إذاعات مستقلة ومحطات تلفزة خاصة، حيث لا يوجد لها قانون إعلامي إلكتروني أو مرئي أو مسموع بل هي مرتبطة بقانون المطبوعات والنشر فلماذا؟ هل كلمة النشر تشمل كل شيء؟ عند التحدث عن قضية تخص إحدى دول الخليج في جريدة دولة أخرى يتم رفض النشر وذلك بحجة عدم إثارة المشاكل !! نريد أن نرتقي بأقلامنا وعقولنا، لقد سمعت أحد المسؤولين في عمان يقول: «عند حصولنا على الحرية الإعلامية سيكون ذلك مسرحاً للثأر والسباب وغير ذلك» فلماذا لا نهئ أنفسنا؟ أتمنى أن يكون لمنتدىنا الإعلامي السابق في عملية تغيير آلية تفكير العمل الإعلامي المستقبلي.

أ. خالد هلال المطيري: بداية أشكر القائمين على المنتدى، ولدي بعض الملاحظات. أعتقد أنه لدينا اتفاق على تحديد المشكلة ولكننا نضيع وقتنا في البحث عن الحل في الاتجاه الخاطئ. أعتقد أنه لا بد من حل المشكلة عن طريق القطاع الخاص، صحيح أنه يضع في اعتباره الربح أولاً ولكنه عملي وله أهداف محددة وهناك لغة مشتركة بين أي قطاع خاص في أي مكان في العالم، وليس لهم مصلحة في إطلاق الشعارات أو إجراء الدراسات دون داع. فإذا أردنا أن نقطع شوطاً أعتقد أنه يجب أن نعمل بشكل عملي بتقليص دور القطاع الحكومي الرسمي ونحدد المطلوب منه، ففي بعض المجالات لا نستغني عن الحكومة سواء عن طريق التشريع أو التنسيق في أي مشاكل تعطل أي مشروع للقطاع الخاص. لذا أعتقد أنه يجب التركيز أولاً على قيادية القطاع الخاص لهذا المجال. والأمر الآخر هو تحديد المطلوب من القطاع الحكومي. لقد تم ذكر الـ BBC خلال المناقشات، لا بد من أن ننتبه أن للـ BBC وضعاً خاصاً مالياً واشتراكات

وغيرها فهي حالة خاصة من حيث الاستقلال والتمويل فلا يجب القياس عليها وإيجاد حالة مشابهة لها .

أ. جاسم السعدون: شكراً للرئيسة وللأخ إبراهيم، الذي عندما ذكر تجربة بخيت قصد شيئاً من الرمز، لذا أشكر شجاعته. سأذكر مجموعة فرضيات أرجو اعتبارها اجتهاداً شخصياً. الفرضية الأولى هي أن اختيار الموضوع موفق جداً حيث إن العصر الحالي هو عصر الإعلام، فإذا راجعنا وأحصينا كلمة لوزير الدفاع أو الخارجية الأمريكي سنجد أنه ذكر قناة الجزيرة أكثر مما ذكر اسم أي من الرؤساء العرب. أعتقد أن العصر القادم هو عصر الإعلام، وأعتقد أن الفريق الأمريكي الذي خطط لحرب العراق هو من إفرافات الحرب الباردة، بينما نحن في عصر جديد بمحددات جديدة، لذا فشلت التجربة الأمريكية في العراق لأنه فريق قديم يواجه حرباً حديثة. الفرضية الحقيقية هي أن الإعلام أصبح بديلاً للدبابة وأسلحة الدمار الشامل. الفرضية الثانية هي أننا نتكلم عن إعلام بمنظومتين إحداهما منظومة الـ BBC وهي منظومة تمثل الدولة ولا تمثل الحكومة ومنظومة الإعلام التجاري، وتعرفون أنه في الحالتين هو مؤثر وخطر جداً فهناك قلق حقيقي في أوروبا من الإعلام التجاري من أنه سيغيب أوروبا بحضارتها وثقافتها لصالح الأمريكان وهذا ينطبق على كل آسيا وعلينا، من جانب الإعلام العام أو إعلام الدولة، فالدولة باقية للأبد، مشكلتنا أنه لا يوجد دول فكيف نطالب بإنشاء إعلام عام في غياب الدولة المختزلة في رئيس الدولة؟ الفرضية الثالثة التي تضع مسؤولية مضاعفة على الإعلام هي أنه لا بد لنا من استغلال الظروف الحالية وإذا استمر الإعلام في صناعة أصنام وليس دولاً سنواجه مشكلة حقيقية، الكثير من المحطات تضبط توقيت قنواتها على السعودية لأن بها نقوداً وهذه النقود آتية من النفط الذي هو مصدر مؤقت مضى نصف عمره، لذا يجب أن نستغل هذه الفرضية وهذه الظروف بشكل صحيح لصناعة دولة باقية من بعدنا سيكون

الوقت قد فات وخسرنا كل شيء. لذا فمهمة الإعلام حيوية جداً في المشروع التنموي، فإذا لم نحاول تغيير هذا الأسلوب والذي قد يصل لأن ننسب إنجازاتنا الشخصية لرئيس الدولة، لن نصنع دولاً الكويت ولبنان بقيا خلال الأزمات والاحتلال بسبب أن هامش الحرية بها واسع وبها مؤسسات مجتمع مدني بينما بعض الدول الأخرى سقطت ولم تقم.

أ. عبدالله النيباري: شكراً لمقدم الورقة التي تخلق أرضية ممتازة للنقاش. أعتقد أنه لا يمكن أن يتواجد إعلام مؤثر ومتميز دون وجود استقلالية للإعلام. الوسائل الإعلامية تمكنت من التقدم بالجوانب الفنية والتقنية والتمويل ولم يكن هذا متوفراً سابقاً، فأصبح لدينا إمكانيات كبيرة جداً، لكن نقطة الضعف بها هو موضوع الاستقلالية، جزء منها متعلق باستقلالية الملكية، فهناك اتجاه الآن في وسائل الإعلام والصحف خاصة للريح والتجارة ومراعاة المصالح أولاً، أعتقد أن هذا عامل ضغط قوي وخاصة في بلادنا مرتبطة المصالح بالحكومة والتي تعتبر مصدر الإنفاق الأساسي. الجزء الآخر متعلق باستقلالية الكاتب والمحرر أي المشتغلين بالصحافة، الأمر الثالث هو البنية الثقافية والفكرية للمجتمع، وهل يمكن لبنيتنا أن تخلق صحفيين ومحررين لهم وزن في المجتمع؟ جميعنا يعلم أن هناك محررين استطاعوا التأثير في السياسات العامة، مثل بوب إدوارد وديفيد هيرست وروبرت فيسك. وعند الحديث عن الـ BBC لا ننسى أن اقتراب نهاية حكم بليز راجع للإعلام أكثر من أي شيء آخر. لذا أعتقد أن الاستقلالية هي الطريق الأساسي الذي يمكن تطوير الإعلام الخليجي عن طريقه.

أ. هدى الدغفق: هناك سياسات تتعلق بالمجتمع الخليجي الذي يعد قوى لا يستهان بها في تحريك سياسة الدولة كوضعه من قيادة المرأة السعودية للسيارة. أعتقد أن المجتمع الخليجي وقدرته على صنع قرار يتعلق بسياسة الإعلام متجاهلة تماما، أن المجتمع لا يتقبل المرأة كصحفية فكيف يتقبلها

كإعلامية ظاهرة في التلفاز؟ لقد ركزنا كثيراً على الإعلام المرئي والمكتوب وسياساته وواقعه وتأسيسنا الإعلام المسموع والإلكتروني الذي ما زال دون حكومة وهوقوة يحركها الشباب السعيد بعدم وجود رقابة على هذا الإعلام الإلكتروني. لقد تم تجاهل الإعلام الإلكتروني تماماً في جميع الأوراق المعروضة رغم أنه يشكل قوة قادمة يمكن استغلالها.

د. موزي الحمود: أنا سعيدة لمشاركة المرأة الإعلامية السعودية معنا، وأشكر لإثارة نقطة المنتديات والمواقع الإلكترونية وتأثيرها في المجتمع، فهذه المواقع الإلكترونية حركت الشارع الكويتي وأفرزت تغييراً سياسياً مهماً وهو تعديل الدوائر الانتخابية، صحيح أن الصحافة لعبت دوراً لا ينكر، ولكن هذه المواقع هي التي عبأت الشارع والشباب وكان لها دور حيوي حيث كانت رأس الحربة في تحريك الساحة السياسية في الكويت فيجب عدم نسيانها لأهميتها، ومنذ ذلك الوقت، على الأقل في الكويت، بدأ الإعلام الإلكتروني يلفت نظر الحكومة لأهمية مراقبته، فهذه نقطة أشكر على إثارتها لأهميتها.

أ. عبدالوهاب الهارون: أشكر معد الورقة، ولقد لفت نظري إلى النسب المثوية المذكورة ومستوى المحررين من الكفاءة العلمية أو التدريبية والتي نعاني منها في الكويت ولا أنسى منذ 25 سنة حين ذكر الأستاذ الفاضل محمد مساعد الصالح حين كان رئيس تحرير لجريدة الوطن في ندوة في المقر الانتخابي للعم جاسم القطامي حيث ذكر أن العربي إذا جاء الكويت ولم يجد وظيفة يشتغل محرراً بإحدى الصحف. وهذه هي المشكلة، المحرر غير المسؤول وغير المسلح فنياً وعلمياً وسياسياً، لذا يكون هناك تطرق لقضايا حساسة تثير قضايا ذات انعكاس سيئ على المجتمع. الأخ عثمان تحدث منذ قليل عن الصحافة التي لا تتحدث عن قضايا مهمة كالطائفية، أعتقد أن إثارة الطائفية بالأسلوب المشار هذه الفترة ستثير انعكاسات سيئة جداً بسبب النقاش حول السني والشيعي والمسيحي والمسلم وغيرها. بعض



المحررين والصحفيين للأسف الشديد يعتقدون أن هذه الطريقة هي سبيل الترويج للصحيفة وجعلها مقروءة وليذهب الوطن للجحيم، والأدهى أن بعض السياسيين يركبون هذه الموجة لأنها مريحة سياسياً وخاصة موضوع الطائفية المذهبية. وللأسف الشديد فإن بعض رؤساء التحرير لا يقرأون ما يكتب في صحفهم اليومية وأعتقد أنهم لن يقبلوا بإثارة قضايا تؤدي لحدوث انقسامات في المجتمع. من المهم جداً عند تنفيذ السياسة الإعلامية أن يتم اختيار من يعمل في الصحيفة وفقاً لمعايير معينة ومحددة، لا بد من وجود معيار.

أ. عبدالجليل الغريلي: سأتناول جانباً لم يعلق عليه أي من المشاركين وهو جانب المتلقي. أعتقد أن هناك إحباطاً لدى الناس، لأن الدور الحقيقي للإعلام هو دور تغييري من خلال آلية سياسية واضحة، وهذا الدور هو الذي يتيح للناس اختيار من يدير شؤون البلد ويحدثها ويطورها ويثير القضايا للسياسيين الذين يتنافسون على تطوير شؤون البلد. ولكن لأن الحديث عن تداول السلطة هو من المحرمات. فالمتلقي إن لم يجد من يعبر عن رغبته في التغيير سيتجه للإعلام الترفيهي. لذا لا غرابة من اتجاه الجميع للمسلسلات والأغاني حيث إنهم فقدوا الأمل في التغيير من خلال إعلام يهدف للتغيير. في 27 يناير الماضي عندما سألت وزير الإعلام الكويتي عن خطته في مجال السياسة الإعلامية، ذكر أنه لا يوجد لديه أي سياسات لأنه ليس ذا خبرة في مجال الإعلام، وثانياً أنه موجود بصفة مؤقتة. أي أنه اعترف بعدم وجود سياسة إعلامية مسبقة ليبنى عليها خطته المستقبلية.

أ. نادية الشراح: لديّ تساؤل عن الدراسة المسحية التي تبين المجال الصحفي في المملكة، أفهم أن يكون غير المتخصصين في الإعلام نسبتهم عالية ولم يسبق لهم الحصول على دورات تدريبية، لكنني لم أفهم ما الغرض

من أن تدخل الدراسة مستوى الدخل بينهم. ما علاقة تدني مستوى الدخل بأن يكونوا غير أكفاء إعلامياً؟

د. سعد الزهراني: لدي إشكالية مع طرح فكرة ملكية الصحافة. نحن نعاني من ملكية الدولة والحكومات للصحافة. ولقد بدأنا نلاحظ سيطرة أسوأ وهي سيطرة بعض الأحزاب والطوائف على بعض القنوات الفضائية أيضاً. قطاع الأعمال غير المسؤول وهو غير مؤهل للحفاظ على قيم المجتمع وليس له هدف تنموي وغير ذي رسالة ولكن هدفه هو الريح المادي. وقد بدأت هذه القنوات تتسلط على الشباب وتستنزف جيوبهم. وهذا لا يعني أنني أؤيد تملك الحكومة للإعلام. ما أعنيه هو إن كان هو توجهاً للقطاع الأهلي لأن يقوم بالدور الأساسي في الإعلام لابد من وجود مسؤولية وقوانين وضوابط لذلك. وذلك لأن غالبية رجال الأعمال هدفهم الريح مما ينتج إعلاماً ترفيهياً غرضه الريح المادي وليس تحقيق أهداف اجتماعية.

د. إبراهيم البعيز: أشكر الجميع على أفكارهم المتميزة التي ستساعدني في تطوير الورقة وفهمي الشخصي لقضية الإعلام. أنا لست إعلامياً وما كتبته من مقالات لا يتعدى 5 أو 6 مقالات، ولكني دارس للإعلام. وهناك فرق بين الإعلامي الدارس والإعلامي الممارس. أريد أن أشرككم في تجربة مررت بها خلال دراستي للإعلام. حينما كنت على مقاعد الدراسة في جامعة الملك سعود في السبعينيات، سعدت بالتلمذ على يد الأستاذ محمد فتحي - رحمه الله - من مصر والذي ترجم كتاباً عن الإعلام والتنمية لولبرت شرام، الكتاب صدر في عام 1964 وكان يعتبر مرجعاً عن الإعلام التتموي، فعلى الرغم من صدوره في 1964 لم يترجم إلى العربية إلا في عام 1974 أي بعد مضي 10 سنوات. ثم أتاحت لي الفرصة للذهاب للولايات المتحدة للدراسة، وفي أحد المقررات طلب الأستاذ مني مراجعة كتاب فوجدتها فرصة لمراجعة كتاب سبق أن قرأته، وعندما ذهبت للمكتبة وجدت أن ولبرت شرام كتب عدداً هائلاً من الكتب، ولضيق الوقت حاولت

اختيار كتاب آخر أصغر، عندما قرأته وللعلم فقد كان مكتوباً عام 1974 والمفاجأة أن ولبرت ذكر في الكتاب الثاني أن كثيراً مما تضمنه كتابه الأول عام 1964 كان خطأ!! والسبب الأساسي هو أن دارسي الإعلام دائماً يواجهون سؤالين، الأول: ما هو تأثير الإعلام على المجتمع؟ والسؤال الثاني هو ما تأثير المجتمع على الإعلام؟ المدرسة الأمريكية تركز على السؤال الأول. والسبب في ذلك أن شركات الإعلام هي التي كانت تمول البحوث فكان السؤال المطروح والمناقش هو كيف نستخدم الإعلام للتأثير على المجتمع؟ أما المدرسة الأوروبية فكانت أكثر نقدية إلى حد ما، وكانت تدرس تأثير المجتمع على الإعلام، فلن يكون هناك إعلام متطور دون وجود مجتمعات ناضجة سياسياً على الأقل. لذلك علينا دائماً عند تناول هذا الموضوع ألا نبالغ في دراستنا لتأثير الإعلام على المجتمع، ويجب أن نعطي دراسات تأثير المجتمع على الإعلام حقها لأنها في النهاية هي التي ستصلح الإعلام بشكل أساسي.

الجانب الآخر الذي أود الإشارة إليه، هو أنه مع تطور المجتمع من البدائي للزراعي والصناعي والآن المجتمع المعلوماتي والخدمات، تحول الإعلام إلى خدمة، ولم يعد الإعلام تعبويًا كما كان الإعلام. وحتى الصحف الحزبية لم يعد لها الدور القديم الأساسي.

أود أن أشير لنقطة ذكرها د. سعد عند الحديث عن المخرج. أعتقد أن المخرج هو وجود مؤسسات المجتمع المدني، فيدونها لن يستطيع أحد الضغط على السلطات الثلاث، إن وجدت، لتغير مفهومها للإعلام، ودعونا نكون متفائلين بوجود هيئات للصحفيين الخليجين.

ما يثار عن كون الإعلام سلطة رابعة غير صحيح لأن السلطات الثلاث الأساسية غير متواجدة فعلياً، لأنها مختزلة في سلطة واحدة. فحين تتوفر هذه السلطات الثلاث بالفعل يمكن لنا في ذلك الوقت المطالبة لجعل الإعلام سلطة رابعة.

عندما تحدث د. عثمان، ركز على مسألة النخب، سنجد أن هذا صحيح من تجارب كثيرة، وكمراقب للإعلام السعودي، أجد أن قضية الفقر لم يتبها لها الإعلام السعودي إلا بعد زيارة خادم الحرمين للفقر في منازلهم، وبعدها أصبح الفقر قضية في الإعلام. أعتقد أن الإعلام لابد أن يصبح قناة للحوار الاجتماعي.

أعتقد أن قضية التعاون موجودة، والإشكالية أنه في البلاد العربية والنامية على ماذا نتعاون؟ على التحكم في الإعلام بدلاً من إتاحة الفرصة له لممارسة دوره؟. المفترض لقوانين وأنظمة الإعلام أن تبني وتوجد البنية الأساسية لتطور الإعلام والمثال على ذلك يعرفه من عاش منكم في الولايات المتحدة حيث وجود عدد من القنوات التلفزيونية المرتبطة بالشبكات الأساسية ABC CBS NBC، هناك قانون اسمه Prime Time Access Rule الذي يحظر على القنوات المحلية المرتبطة بالشبكات خلال ساعتين من السادسة للثامنة أن تقدم برنامجاً معاداً أو من الشبكة، والحل هو أن تشتري القنوات المحلية برامج جديدة، وما حدث هو أن صناعة الإعلام ازدهرت.

القضية الأخيرة التي أود الإشارة إليها هي العلاقة بين الإعلام مع الحكومة، كنت أجري دراسة في الولايات المتحدة عن صوت أمريكا، وجدت قانوناً يحظر على الحكومة امتلاك وسائل الإعلام موجهة للشعب الأمريكي وذلك لضمان استقلالية الإعلام. دائماً نجد حديثاً في أمريكا عن ضغوط الحكومة على الإعلام، وليس الدولة فهم لديهم وعي بالفرق بين الحكومة والدولة. الإعلام دائماً يكون في خدمة الدولة فنادر ما تجد إعلاماً أمريكياً ينتقد النظام الرأسمالي ويكشف مساوئه، لكنه لا يتردد في كشف خطايا ومساوئ البيت الأبيض أو وزارة الخارجية.

كثير من الدول اتبعت نماذج مختلفة للحصول على استقلالية الإعلام،

وفي رأبي الشخصي فإن أفضل نموذج هوالنموذج البريطاني، فحين أنشئت الـ BBC كان مسمأها الأول شركة الإذاعة البريطانية (British Broadcasting Company) وقد عارض كثير من المثقفين والمصلحين الحكومة البريطانية على جعل هذه الإذاعة منشأة تجارية بل المفترض أن يكون لها دور أكبر من البعد التجاري، وقامت الحكومة بإعادة تنظيمها لتصبح هيئة الإذاعة البريطانية (British Broadcasting Corporation) ويحظر على الـ BBC استقبال أي إعلانات تجارية لضمان الاستقلالية وعدم تدني الجودة في برامجها. ونظراً لنجاح ومصداقية التجربة البريطانية فقد لجأت الولايات المتحدة الأمريكية في منتصف الستينيات لاستعارة هذه التجربة وأوجدت (Public Broadcasting Corporation) والتي تم منع الإعلانات التجارية بها تماماً للحصول على الاستقلالية الاقتصادية. وفي اليابان أيضاً هناك NHK وهي مؤسسة عامة لا يملكها القطاع الخاص أوالحكومة وإنما هي جزء من الدولة وفي كندا CBC، وغيرها من النماذج المتعددة.

أعتقد أننا عندما نقول إننا استوردنا التجارب التجارية لقنواتنا الفضائية فإننا أخذنا من الولايات المتحدة والمجتمع الرأسمالي أسوأ صفات الإعلام، ف لديهم صفات أخرى للحفاظ على الاستقلالية لم نستوردها. فمثلاً الإعلان التجاري في القنوات الفضائية لدينا يصل إلى 25 دقيقة من الساعة وأكثر، مع العلم بوجود تشريعات في الدول الرأسمالية تقلل من هذه النسبة لتصل إلى 12 دقيقة ولكننا لم نلتزم بها. هذا كل ما لدي من ملاحظات وأشكر الإخوة والأخوات على إتاحة هذه الفرصة لي لأشارك في هذا المنتدى.

د. موزي الحمود: أشكر د. إبراهيم البعيز، وأود التذكير ببعض الأمور الإجرائية سريعاً. تساءل البعض عن سبب عدم وجود الأوراق العلمية والسبب راجع إلى أنه ابتداء من هذا اللقاء لن يتم توزيع أوإرسال الأوراق

بل سيتوجب على الباحثين الحصول عليها بتحميلها من موقع المنتدى الإلكتروني [www.df.ae](http://www.df.ae). وأذكر أن الجلسة الثانية ستبدأ في الساعة الحادية عشرة والنصف صباحاً وسيناقش فيها دراستين شيقتين لكل من الأستاذ إبراهيم البشمي، وأما الثانية فهي عبارة عن بحث ميداني من إعداد فريق بحثي من الكويت والبحرين والإمارات حول اتجاهات شباب مجلس التعاون بشأن الإعلام الخليجي. باسمكم وباسم المنتدى أشكر معد الورقة د. إبراهيم البعيز على الورقة المتميزة والثرية. ونراكم إن شاء الله تعالى في الساعة الحادية عشرة والنصف.



## الجلسة الثانية

رئيس الجلسة: د. أحمد سيف بالحصا





## الافتتاحية:

د. أحمد سيف بالحصا: نعلم جميعاً أن الإعلام أصبح سلاحاً خطيراً يمهد لأي عملية عسكرية أو حرب تحدث في العالم، وهو سلاح ذو حدين. فإما أن يمهد للحروب والهدم والإبادة، وإما أن يبني ويشجع على التنمية وبيبرز الإيجابيات وينتقد السلبيات. أعتقد أن هدف اختيار المنتدى لهذا الموضوع هو إدراكه لخطورة الإعلام ودوره في المجتمعات على مستوى العالم، وجميعنا يعلم كيف مهد الإعلام لكثير من الحروب في منطقة الخليج بالذات. بالنسبة للمنتدى، نحن سعداء بالالتقاء في كل عام بالحضور المتزايد عاماً بعد عام وخاصة في ظل الظروف التي تواجهها منطقتنا العربية. ما يحزنني هو أننا نقف من أحداث المنطقة موقف المتفرج دون أن نشارك في صنع هذه الأحداث.

كنا دائماً نعيب على مجلس التعاون الخليجي بطأه في تطوير وتحديث مؤسساته، ولكننا وللأسف نسير ببطء أكبر. وسأكون سعيداً جداً عندما نكون أحد أطراف صناعة الأحداث مستقبلاً إن شاء الله. سنناقش في هذه الجلسة ورقتي عمل:

سيقدم الورقة الأولى: الأستاذ إبراهيم بشمي رئيس تحرير مجلة الوقت البحرينية وعضو مجلس الشورى البحريني وستكون بعنوان «مؤشرات التنمية المستدامة لوسائل الإعلام في دول جلس التعاون الخليجي»

أما الورقة الثانية: فهي عبارة عن بحث ميداني من إعداد فريق بحثي شبابي من الكويت والبحرين والإمارات حول اتجاهات شباب مجلس التعاون بشأن الإعلام الخليجي الذي يقدم مؤشرات في غاية الأهمية حول رأي الشباب في الصحف والقنوات الفضائية وتأثيرها في الاتجاهات الشبابية وستكون من تقديم المهندس مشاري الحمود ومريم الفلاسي وخليل بوهزاع وبشاير الرفاعي.

## الورقة الأولى:

أ. إبراهيم بشمي: أشكر المنسق العام لوضعي في فئة الشباب، وقد لاحظت أن هناك إبراهيميات كثيرة في اجتماع اليوم لذا أطلب من كل إبراهيم التخفيف: حين كلفت من قبل الإخوان في المنتدى بإعداد ورقة كان أمامي خياران، إما الرجوع لتجربتي الشخصية والنظر في هذه التجربة فذلك سيكون أسلوباً ذاتياً وإنشائياً أكثر. الخيار الآخر محاولة استبيان وجهة نظر مجموعات من الصحفيين العاملين في دول الخليج، وللأسف اصطدمت ببعض الأمور، مثلاً في المملكة العربية السعودية بدأت في شهر يونيو وأرسلت الاستمارة في فبراير، لم نلق تجاوباً، وكذلك في قطر لم نلق أي تجاوب رغم اتصالي الشخصي بمكاتب رؤساء التحرير. عموماً، كنا نتوقع أن يشارك من كل دولة على الأقل 50 شخصاً لكي تكتمل الرؤية وللأسف لم نحصل إلا على 114 وهي ليست عينة تمثل المؤشر بشكل صحيح وإنما قد تعطينا فكرة عن هموم الإعلاميين الخليجيين. أريد التوضيح بالأنا نسي أن هناك بيت شعر يقول: «كيف يستقيم الظل والعود أعوج» على اعتبار أن الإعلام هو ظل للمجتمع. فالإعلام هو نتيجة للمجتمع.

المؤشر الذي استخدمناه هو ما تضعه المنظمات الدولية المهتمة بالصحافة، الصفر يرمز لعدم تطابق البلد مع مؤشر الحرية الموجودة في العالم، الواحد يعني التقاء البلد مع المؤشر، إثنان البلد يحاول تطوير ظروفه ليلتقي والمؤشر، ثلاثة ترسخت مؤشرات إيجابية في هذا البلد حول الصحافة، أربعة يعني تلاقي البلد مع المؤشرات العالمية.

74% من المشاركين من المحررين والباقي موزع على المناصب العليا، 16% منهم رئيس قسم. 87% من المشاركين دوام كامل و13% دوام جزئي. وفي ما يختص بالمستوى التعليمي، نجد غالبية العاملين بالمجال الصحفي في مستوى جامعي وثنائي، و15% دراسات عليا. وبالنسبة للرواتب، 50% ما بين 300-700 دينار، 4% رواتبهم 2500 دينار، 7% من 1700-2500 دينار،

وهذا يدل على ارتفاع رواتب نسبة كبيرة من العاملين في الصحافة .  
السؤال الأول بالنسبة لقضية مؤشر الحماية القانونية والاجتماعية لحرية التعبير، هل هي موجودة ومكفولة؟ 37% من المشاركين اعتقدوا أن هناك تقدماً حصل لكنه لا يزال مرهوناً بظروف معينة منها وجود حكومة معينة أو اتجاه معين للحكم، فئتان صوتتا معاً لتبلغ 37% بأن هناك محدودية للتقدم الحادث في حماية وانتعاش حريات التعبير، هناك بشكل عام تقدم ولكن عليه كثير من التحفظات ويواجه الكثير من العراقيل .

هل هناك جرائم ترتكب ضد الصحفيين ووسائل الإعلام؟ نلاحظ أنه في بعض الدول نسبة مقتل الصحفيين كبيرة جداً كما في دول أمريكا اللاتينية، 30% أجابوا بوجود جرائم، 31% يقولون إنه لا يوجد جرائم، وقد يدل على أننا في منطقة إلقاء القبض على الصحفيين فيها نادر جداً، وإن الزجر وغيره لا يزال في حدوده الرسمية .

المؤشر الثالث، هل القواعد القانونية والاجتماعية التي تحمي حرية التعبير متوفرة؟ 26% يرون أن القواعد موجودة إلى حد ما، 22% يرون أن هذه القواعد غير موجودة . هل الحصول على الأخبار العمومية سهل؟ نسبة كبيرة تصل لـ 33% تقول أن لا يتطابق هذا المؤشر مع المؤشر الدولي، مما يعني أن هناك صعوبة في الحصول على الأخبار العمومية . 25% يرون أن الخليج يلتقي مع الدول الأخرى، 41% يرون أن مؤشر الخليج يلتقي مع مؤشر العالم، وعند جمعهم نجد أن الوصول للأخبار عموماً موجود ولكنه لا يخلو من مصاعب وخاصة في بعض الأخبار التي تعتبر من ضمن الخطوط الحمراء .

المؤشر الخامس، هل تملك وسائل الإعلام حقاً غير مقيد في الوصول للأخبار الدولية؟ واضح من هذا المؤشر أن 11% يجدون أن المؤشر لا يتطابق، 19% مقارنة مع 55% على اليسار ترى التقاء هذا المؤشر مع

المؤشرات الدولية. بدخول الإنترنت في قضية الوصول للأخبار أصبحت القضية سهلة، ولكن المشكلة في إمكانية نشر الخبر بعد الوصول إليه .

النقطة السادسة وهي مؤشر الاشتغال في مهنة الصحافة، نجد أن نسبة كبيرة ترى أن الخليج يلتقي في مظاهر عدة من هذا المؤشر مع الدول التي تتوفر فيها الحرية بينما نجد أن 14% ترى أن الخليج لا يتطابق مع هذا المؤشر، 19% ترى أن المؤشر يلتقي مع النسبة العالمية. وقد لاحظت أثناء زيارتي للكويت والإمارات أن قاعدة هرم المشتغلين بالصحافة غير محلية بالكامل خلاف ما وجدت في السعودية والبحرين وعمان إلى حد ما .

كيف ينظر الصحفيون للعمل الصحفي؟ هل هو نزيه وموضوعي وجيد؟ وجدنا أن 38% ترى أن الخليج يلتقي مع المؤشر المطلوب لتقييم الحريات، 31% يرون الالتقاء مع مظاهر عدة، ويعتقد حوالي 21% أن ما ينتجه البيت الصحفي نزيه وموضوعي ولكن لا يمكن تجاهل 21% تقول إن العمل الصحفي ليس موضوعياً أونزيهاً وهي نسبة عالية خاصة وأنها صادرة من العاملين في المجال الصحفي نفسه .

هل يتبع الصحفيون معايير أخلاقية مقبولة معترفاً بها؟ نجد أن أقل من 60% يرون أننا نلتقي مع المؤشرات الدولية، 26% يرون أنه ليس هناك اتباع لتلك المعايير وهي نسبة مقلقة. مؤشر الرقابة الذاتية يشير إلى أن ما نسبته 27% يرون بأن البيت الصحفي لا يمارس الرقابة الذاتية. هل تغطية الصحفيين للوقائع مهمة؟ 32% يرون التلاقي مع المستويات الدولية المطلوبة ونسبة 20% لا يعتقدون ذلك .

### الورقة الثانية:

مريم الفلاسي: هذا التواجد الثاني لنا في المنتدى ولكنها المرة الأولى التي نقدم فيها ورقة وهذا بالفعل شرف لنا ونشكركم على إتاحة الفرصة لنا .

هذه الورقة التي تبينها هي دراسة ميدانية اعتمدت بشكل رئيسي على الاستبيانات التي وزعت في المدارس والمؤسسات التعليمية في الكويت والبحرين والإمارات لعدم تواجد ممثلي الشباب في الدول الباقية.

يشكل الشباب حاضر الدول ومستقبلها وهم ثروتها القومية التي لا تتضب، حيث إن تعداد الشباب في الخليج يصل إلى 4.6 مليون شخص من التعداد الإجمالي الذي يبلغ 5.32 مليون نسمة وهي إحصائية لعام 2005. وهناك تزايد في الاهتمام بهذه الفئة العمرية المتراوحة ما بين 15-20 سنة. ولاشك أن للشباب الخليجي أخطاءه، وقد أخذت عنه فكرة سيئة تراكمت خلال تعاقب الأجيال حتى بات يوصف بالترف والسطحية وعدم الجدية والانجراف وراء الغرب. لذا سعت الدراسة لمعرفة ما يدور في أذهان الشباب وهل ما يوصف به الشباب صحيح أم لا؟

الهدف من هذه الدراسة تحليل خصائص الشباب في المجتمع الخليجي وتوجهه نحو الإعلام المقروء والقنوات الفضائية والإنترنت كما تهدف لتحليل ودراسة رأي الشباب في القضايا المعاصرة التي سنناقشها. أيضاً معرفة الدوافع الحقيقية التي تحرك الشباب نحو الإعلام، ولذا اختير من الشباب من يمثل المجتمع الخليجي من الشبان والفتيات مع العلم أن تلك الدوافع تتميز بالتغير الثقافي والحضاري الذي يلمس في المجتمع الشبابي كما له دلالة مهمة من المنظور التنموي. وبشكل عام فإن هذا الاستبيان هو نقطة بداية انطلاقاً وليس بحثاً كاملاً شاملاً للموضوع. وقد ركزنا على الطلبة وجمعنا 730 استمارة تنقسم لخمسة أقسام. سيناقشها الأخ مشاري الحمود.

مشاري الحمود: في مجلة القيس الكويتية أجرت الكاتبة ليلياس سويدان لقاء مع مجموعة من الشباب، ذكرت إحداهن وتبلغ من العمر 17 عاماً أنها لم تسمع بمجلس التعاون الخليجي! وآخر ذكر أنه يعرف أن طه حسين

شاعر وان المتبني شاعر الجاهلية وآخر يقول إنه لا يقرأ ولا يتابع الأخبار السياسية لأنه ليس سعيداً بانتمائه العربي، فالعالم لا يحترمنا ولا يعتقد أننا لدينا كتب عربية مهمة، فالشعب العربي أُمي ولا يهتم بالتعليم. شاب آخر يعتقد أن جبال الألب تقع في سوريا ولبنان وأن كوينهاغن عاصمة ألمانيا وان مجلة الجريمة مجلته المفضلة وان حربي 1967 و 1973 تمثلان الحربين العالميتين الأولى والثانية حين استعمرت ألمانيا المغرب وليبيا!

العينة عشوائية تشتمل على 730 شخصاً في الفئة العمرية ما بين 16 و 30 سنة، وركزنا على الجهات التعليمية من كليات وجامعات ومعاهد، الدول المشاركة هي الكويت والبحرين والإمارات، المحاور التي ناقشناها، القنوات الفضائية والصحف والإنترنت من حيث المنتديات والمدونات (Blogs)، أهم التحديات التي واجهتنا قلة الخبرة لدى الفريق والبعد الجغرافي وقلة المراكز البحثية لفرز النتائج وبعض الجهات التعليمية التي أبدت تعسفاً غير متوقع حيث واجهنا مشكلة مع الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب حين رفضوا الاستبيان لوجود أسئلة عن العراق وفلسطين رغم أن رأي الطالب لا يمثل رأي الدولة. بالنسبة لتحليل النتائج، الإعلام المرئي والفضائيات هي سيدة الإعلام المرئي حيث تضخ الأفكار داخل البيوت دون طرق الباب، القنوات المحلية لم تعد تلبي رغبات المشاهدين بسبب محدودية إمكانياتها وعدم قدرتها على الإبداع والتطوير.

القنوات المفضلة لدى الشباب تبين أن القنوات العالمية أخذت الحيز الأكبر في المنافسة، القنوات المحلية تمثل 13% من المتابعة، وتزداد المتابعة للقنوات المحلية في شهر رمضان.

نوعية القنوات المفضلة 42% للقنوات المنوعة و28% يتابع قنوات الأفلام مثل One و MBC 2، وعلى عكس المتوقع وجدنا أن 11% تتابع القنوات الإخبارية. عدد الساعات أمام التلفاز 44% يقضون ما بين ساعة إلى

ساعتين. مدى الاهتمام بالأخبار المحلية 51% مهتمون بالأخبار بشكل معقول و27% مهتم بشكل كبير، ومن حيث الاهتمام بالأخبار الخليجية وجدنا أن 58% مهتم بها، 24% مهتم بشكل كبير بالأخبار الخليجية و15% مهتم جداً. المفارقة أن نسبة قليلة اهتمت بالأخبار العربية، 44% لا يهتمون بشكل كبير، 23% لا يهتمون أبداً بالأخبار العربية، 5% يهتمون بشكل كبير، وقد يعود هذا لليأس من أوضاع المنطقة العربية وانعدام الثقة في القيادات العربية لدرجة قدرة أي شخص بالتنبؤ بتوصيات جامعة الدول العربية عام 2100!

مدى تأثير الفضائيات على تكوين وجهات نظر حول القضايا المعاصرة نرى بأن 68% لا يبني فتاياته بشكل تام على الفضائيات فهي ليست مرآة للواقع الاجتماعي والسياسي، دور الإعلام في ترسيخ الهوية 77% يعتقدون أن للإعلام دوراً في ذلك، بالنسبة لبرامج التصوير الحي، وجدنا أن 31% يتابعون تلك البرامج و69% غير متابع ومن ناحية تأييد الفكرة وجدنا 47% معارضين و12% مؤيدين و41% غير مهتم ونعتقد أنه لو تم التصويت قبل 3 سنوات لاختلفت النتيجة حيث كانت الفكرة بعد جديدة وتلقى القبول أما الآن فقد ملّ الناس هذا الأمر. من حيث التصويت والمشاركة وجدنا أن 96% لا يشاركون لاعتقادهم أنها تجارة على حساب فواتير هواتفهم النقالة، أكثر من 55% يرى أن البرامج الشبابية المعروضة سيئة ولا تمثلهم، بينما 27% ترى أن هناك أملاً في تحسين وضعها.

ثانياً: بالنسبة للصحافة، عند السؤال عن مدى متابعة الصحف اليومية وجدنا أن ما نسبته 95% يتابعون الصحف اليومية، ومن حيث الإيمان بما يقرأ في الصحف 89% لا يؤمن بما يذكر في الصحف، 60% لا يعتمدون على الصحف في تكوين وجهات نظر عن القضايا المعاصرة، بالنسبة لمدى حرية الصحافة 72% يرون أن الإعلام موجه من قبل الحكومات التي تملينا ما تريده.



أثيرت في الجلسة الأولى نقطة مهمة بخصوص الإعلام الإلكتروني الذي تمثله المدونات أو الـ (Blogs) ذات الأثر الكبير. يستطيع المرء أن يضع إعلاماً مقروءاً ومقالات وفيديو وصوتاً في وقت واحد، في حين لا يُعرف القائم عليه مما يرفع سقف الحرية.

من أشهر المدونات في الكويت ساحة الصفاة فمؤلفها متابع يومي خطير تورد الحدث بعد دقائق من حدوثه ولا يعرف القارئون عليه تحديداً وقد سمعت أن القائمين عليه في أمريكا وليس في الكويت. أيضاً من صفات الإعلام الإلكتروني إمكانية تحديث المعلومات في أي لحظة، تكلفة إنشاء موقع إلكتروني في حدود المعقول، أيضاً لا يستهلك الإعلام الإلكتروني وقتاً في الطباعة والنشر والتوزيع. بالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها الشباب أمام الإنترنت، 30% يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين، مدى الحرص على المتابعة 35% متابعون لتلك المنتديات والمدونات.

26% يرون أن للإعلام الإلكتروني دوراً في تأجيج الخلافات الطائفية والقبلية ويخالفهم 27%. في الأسئلة المفتوحة عن القضية الفلسطينية وأوضاع العراق كانت الأجوبة سلبية، وعند السؤال عن فخرهم بانتمائهم لأصول خليجية أجابت أغلبية ساحقة بأنها فخورة بانتمائها الخليجي على الرغم من التحفظات على الأوضاع السياسية العربية ووضع الحكومات الخليجية.

الخلاصة أن للشباب مجال اهتمام ضيق لا يكاد يتعدى حدود الخليج العربي، الفضائيات لم تعد هاجس الشباب الرئيسي، الإعلام الخليجي ليس له تأثير كبير في صناعة القرار أو قناعات الشباب، الشباب الخليجي قارئ للصحف اليومية بشكل جيد، تدخل الحكومات في الإعلام واضح، المنتديات والمدونات لها مستقبل كبير في صناعة الرأي العام.

## المناقشات:

د. أحمد سيف بالحصا: نشكر الشباب على ما قدموه وأعتقد أن هذا التواصل مع الشباب مهم جداً لمعرفة آرائهم التي سترسم لنا حدود المستقبل، ونتمنى منهم الاستمرار في المشاركة بالحضور وحتى في إعداد الأوراق وحتى انضمامهم للجنة التنفيذية والبرامج المقدمة. ونفتح المجال للمناقشات على الورقتين السابقتين.

د. منيرة فخرو: كانت فكرتي عن الشباب فعلاً مماثلة لنتيجة الدراسة، مع مراعاة الفروقات بين الدارسين في المدارس الخاصة والحكومية، أتذكر قصة سمعتها عن أحد الشباب أنه عندما ذكر أمامه طه حسين، قال «طاح» حسين! متى طاح! أي لا يعرفون حتى طه حسين. ما لاحظته في الحملة الانتخابية أننا كتيار ديموقراطي ليبرالي ركزنا كثيراً على الشباب وقد حصلنا على تجاوب كبير منهم وانتهت النتائج بهزيمة التيار وأنا منهم، ولكن الشباب انضموا بأعداد كبيرة للجمعية السياسية التي ننتمي لها، وكذلك مجموعة كبيرة من الفتيات العشرينيات والبالغ عددهن 82 فتاة طلبن مني ترؤس جمعية خاصة بهن، حيث اتضحت بعض الأمور عن الشباب وأهمها أنهم كانوا مغيبين وهذا كان أمراً واضحاً في نتائج الانتخابات في البحرين، وكانت أهم الأمور لهم التدريب والوظيفة والتنظيم.

علي حاجة: السلام عليكم، أحب بداية شكر الإخوان الشباب على جهودهم. لدي بعض النقاط. لفت انتباهي أن أكثر القنوات الفضائية متابعة هي القنوات المتنوعة بنسبة 42٪، والقضية الأخرى هي قضية اليأس والتي بنيت عليها عدم متابعة الشباب للإعلام. أعتقد أن المسألة هي أن الشباب يحتاجون إلى من هم في سنهم لمخاطبتهم، حيث نلاحظ أن القنوات المتنوعة موجهة للشباب من قبل الشباب، نلاحظ مؤشرين، أن قناة الراي بها برنامج شبابي اسمه «رايكم شباب» بدأ منذ 3 سنوات منذ بداية تأسيس القناة،

بغض النظر عن مواده التي يقدمها، فإن له نسبة مشاهدين متابعين بدليل استمراره لمدة 3 سنوات، هناك مجلة أبواب في الكويت أيضاً هي مجلة شبابية تصدر منذ سنتين إلى 3 سنوات، المتابعة لها أيضاً مستمرة، المشكلة في عدم استيعاب القنوات الإعلامية لكيفية مخاطبة الشباب، وحتى بمتابعة الصحف، فقد ذكرت أن هناك ما نسبته 95% من الشباب يتابعون الصحف، لكن لو تحدد السؤال بأن يصبح أي جزء يتابع من الصحيفة لوجدت أن الاهتمام ينحصر بالجزء الرياضي أو الفني أو الجامعي، لأنه يخاطب فئة الشباب، لكن كم منهم يتابعون الصفحة الأولى؟ أو الصفحة السياسية أو الاقتصادية؟ لديّ تحفظ عن الجزء الخاص بنتائج الاستبيان في ما يتعلق بمتابعة تلفزيون الواقع، ذكرت نسبة كبيرة أنها لا تتابع، وأعتقد أن ذلك كان من باب الحرج. يوم الجمعة القادم هناك مباراة خليجية في برنامج ستار أكاديمي، وسنرى جميعاً كمية التصويت لشباب الخليج في هذه الحلقة مما سيدحض مزاعم القائلين إنهم لا يتابعون. أعتقد أننا نحتاج أن نهتم بالشباب وتوجيهه وإعطائه الفرصة في كل المجالات الإعلامية، وعندما سنجد أن المتابعة الشبابية وقيام الشباب بالدور الإعلامي سيرتقي أكثر بكثير مما هو عليه في الوضع الحالي.

أ. عقيل القين: أولاً أحب أن أعرفكم على نفسي، أنا مستشار في وزارة الثقافة والإعلام السعودية، باحث، لي أبحاث كثيرة، وقد انضمت لمجال الإعلام منذ ما يقارب 27 سنة. أحب أن أهنئ الشباب على البحث المقدم من قبلهم. أحب أن أثير بعض النقاط. أولاً القيام بتعميم هذه النتائج على دول مجلس التعاون الخليجي على الرغم من عدم مشاركة 3 دول منها يعتبر أمراً غير صحيح وواقعي إطلاقاً. ثانياً، وحسب ما فهمت فإن العينة تبدو لي عينة بسيطة لا يمكن من خلالها الخروج بنتائج دقيقة عن الاستبيان وموضوعه. ثالثاً، موضوع التأثير والتأثر هو من أهم المداخل التي تحدث عنها علماء الإعلام وقد وجدوا أنه من أصعب وأعقد الأمور التي لا يمكن

قياسها ومعرفة أسبابها، بالتالي فلا يمكن التكهن بموضوع تأثير الإعلام على الشباب ومدى تأثيرهم به، هو أمر معقد ولا يمكن الوصول لنتائج حقيقية أوحى قربة للواقع عنه. وللأسف فإننا نحمل الإعلام أكثر من طاقته ونطلب منه القيام بأشياء كثيرة رغم أنه جزء من عمليات تشيئة المجتمع وتكوينه وتلوينه، فهناك أمور أخرى كالمدرسة والمنزل. أخيراً، بالنسبة لموضوع اليأس وعدم الاهتمام بالوضع في المجتمع العربي، يعرف بالوصول لمرحلة التشبع والتي تحدث عندما يوضع المجتمع في وضع معين ليصل لذروة تسمى مرحلة التشبع من الأحداث والرضا بالوضع القائم مما يسبب عملية النضوج العقلي، ودليل ذلك أن شركات السجائر وضعت عبارة التدخين مضر بالصحة ويقرأ المدخنون هذه العبارة ولكنهم وصلوا للتشبع بالفكرة والرغبة بها وعدم الاهتمام بالجملة. يسعدني جداً تقديم تهنئتي بما رأيته مما يدل على أننا نسير بخطى حثيثة نحو مستقبل أفضل.

سمر المقرن: أحب التعليق على بعض النقاط في دراسة الأستاذ إبراهيم. لقد قرأت الدراسة وقد ذكر أن الصحف السعودية لم تتجاوب، وأنا أرى أن كافة محاور الدراسة تناقش في الصحف الدراسية وليست محظورة، ولكن ربما حدث خلل في التواصل، أوريا عدم وجود متابعة، فبعض الباحثين يرسلون الاستبيانات دون الاهتمام باسترجاعها. النقطة الثانية التي أشار إليها الأستاذ إبراهيم في ما يتعلق بمؤشر الأخبار العمومية المتوافر بسهولة. بالنسبة للعالم العربي، لاشك أن الأخبار العمومية تكون الجهات حريصة على إرسالها، وهناك نقطة مهمة موجودة في الدراسة لكنها لم تكن ظاهرة بالشكل الواضح وتتعلق بحق الصحفي في الحصول على المعلومة، ولا يقصد بها الخبر العام الذي يفيد الجهة التي يُنشر الخبر عنها، ولكن يقصد به الخبر الذي يحتاجه الصحفي في بحثه لكتابة تقرير أو خبر معين. أما بالنسبة لورقة الشباب فأعتقد أن هناك قصوراً منهم في الحرص على محاولة إشراك عدد أكبر من الشباب في الدول الخليجية

الأخرى وخاصة أن فئة الشباب لا تحتاج لممثلين لهم، فمثلاً في السعودية لا يوجد أي تمثيل لعدم وجود جمعيات ترعى الشباب لكن الشباب أنفسهم متوفرون في مواقع الإنترنت وغيرها، فأنا أعتب عليهم وأعتقد أن القصور منهم.

د. حمد الكواري: أنا سعيد جداً برؤية هذا المستوى الرفيع لشباب الخليج الذي قدم هذه الدراسة وقدمها خير تقديم، وأعتقد أنهم ليسوا شذوذاً بين شباب الخليج بل هم قاعدة منهم، فنحن لدينا جيل متعلم علينا أن نفخر به، وأصبح على درجة كبيرة من الوعي. هناك نقطة مهمة أود إثارتها، هي أنه لدينا مشكلة في الخليج متعلقة بالتعليم أكثر من أنها متعلقة بالإعلام، أعتقد أن العائلة عندما تختار المدرسة أو منهج تعليم أبنائها فهي تختار أن يحسن مستقبله، وهذا ما يدفع بالكثيرين إلى إلحاق أبنائهم بالمدارس الأجنبية أو التي على مستوى عالٍ من الناحية الفنية والتي يكون التدريس فيها باللغة الإنجليزية مما خلق نوعاً من الازدواجية التي تقوم على أن أبناء الفقراء يلتحقون بالمدارس الحكومية وأبناء القادرين يلتحقون بالمدارس الأجنبية، وهذه الازدواجية تمثلت في إنشاء جيلين أحدهما يهتم بالثقافة على حساب مستقبله وفرص العمل المستقبلية، وجيل آخر لا يتواءم مع سوق العمل وحاجات الحياة التي يفرضها التعليم الحديث. هذه مشكلة موجودة في قطر لحد كبير وقد تكون في الخليج ككل وهي مشكلة تعليمية أكثر منها مشكلة إعلامية. الأمر الآخر، أنا أستغرب أنه لا يوجد ما يمنع أن تنشر هذه الأسئلة في الدول العربية الأخرى، فالنقاط الموجودة تتم مناقشتها يومياً في الصحافة والإعلام.

هدى الدغفق: سأحدث عن مسألة عدم التجاوب من قبل الصحف السعودية، أعتقد أن هذه المسألة مشتركة بين بحثي اتجاهات الشباب الخليجي وبحث الأستاذ إبراهيم بشمي، وهي أننا دائماً نتجه للمؤسسات وهي لا تخدم البحوث للأسف وليس هناك جهات بحثية أو قاعدة بيانات

تساعد الباحثين، بالتالي فمعالجة هذه الأمور تكون بالعلاقات الشخصية أو العامة فهي تخدم كثيراً الدخول إلى شرائح وعينات البحث، فالإعلامي عبارة عن علاقات. هناك نقطة أخرى مهمة تتعلق بمسألة هموم الإعلاميين، فمسألة وصول الدعوات لرؤساء التحرير تحرم باقي الإعلاميين من الحصول على الدورات وورش العمل لأنها ستكون مخصصة بأسماء معينة، وقد تكون بسبب تفضيل رئيس التحرير للرجل عن المرأة وقد عانينا من هذا الأمر بالفعل في السعودية. هناك سبب آخر هو لماذا لا يلقى القبض على الصحفيين؟ بسبب وجود أب كبير للصحفيين اسمه رئيس التحرير يحمي الصحفي من مثل هذه الأمور والترهات. هناك هموم للإعلاميين الخليجيين عن العلاقات بين زملاء المهنة، أحياناً ما تكون غير نزيهة للأسف، وكثيراً ما تحدث أن تقوم صحفية بالتعب على موضوع كامل ليقوم زميل لها بنشر الموضوع تحت اسمه وإن لم يكن بذل أي جهد يذكر في الموضوع. هناك أيضاً موضوع الفصل من العمل، والذي يكون في يد رئيس التحرير دون العودة لجهات رسمية وخاصة أنه لم تتضح بعد أدوار هيئة الصحفيين في السعودية وليست هناك نقابة للصحفيين في المملكة، أمر آخر هو تدخل رجال الدين في السياسة الإعلامية وهو أحد الهموم المهمة. أيضاً هناك عدم دراسة المرأة السعودية للإعلام، حيث نجد أن طلبة ماجستير الإعلام في دول الخليج أغلبهم متخرجون من السعودية، وهذا أمر يؤدي لأن تفصل الصحفية بسهولة عن عملها لعدم توفر المجال الدراسي الصحفي لها. نقطة أخرى تتعلق بسياسة الإعلام هي أن الجهة التي تعلن في الجريدة وتربحها يرفع عنها القلم ولا تتقصد وهو أمر يؤثر كثيراً في صحافة الخليج. وكون الإعلام مهنة من لا مهنة له أدى إلى أن كثيراً من العاملين في المهنة خربوا سياسة المهنة. لدي تعليق على الشباب، أشكرهم على البحث وأنوه إلى أن غياب الشباب السعودي أثر كثيراً على نتيجة البحث، ولقد لاحظت أن الشباب لم يستفيدوا جيداً من التقنية

الحديثة، فلو كنتم استفدتم من المدونات التي ذكرتموها بأن عرضت حاجتكم لمجموعة شباب من دولة ما لرد عليكم مئات الشباب. أيضاً هناك نوع من الانقسام بين وجهة نظر الشباب في البحث والواقع الذي نعيشه وصراحة التعبير عن الرأي.

د. أحمد عبدالملك: شكراً لرئيس الجلسة والباحثين في الورقتين القيمتين وأدعو لعدم تكسير مجاديفهم من أول تجربة، وأرجو أن نكون واقعيين، وألا تسود سياسة التبرير مناقشة موضوع الشباب. سأبدأ مع الشباب، أتمنى تشجيعهم وكان بودي أن تكون الورقة شرحت مجتمع الدراسة لتحديد نوعية العينة. هل تم فحص العينة ومدى تمثيلها لمجتمع الدراسة؟ ولاحظت أيضاً أن كون نسبة المتابعين لتلفزيون الواقع 69% تحتاج لوقفة. كذلك كون الشاب يقضي ما بين ساعة إلى ساعتين يومياً أمام التلفاز أمراً استوقفني وكذلك 51% يتابعون الأخبار المحلية والخليجية، وكذلك لقراءة الصحف، أنا شخصياً في بيتي يقوم الشباب بالحصول على صفحة الرياضة وإهمال باقي الجريدة، فكان بودي تحديد نوعية الصفحات المقروءة. سؤال أخير، هو كيف قمتم باختبار الثبات (Validity Test)؟ بالنسبة للأخ إبراهيم، ذكر أن الإعلام مبدل أعتقد أنه مسخ. الأمر الآخر صحافة الخليج محتلة وليست مخطوفة، فالآراء التي تطرح في صفحات الرأي 90% منها خارجية وليست خليجية، وأيضاً رؤساء الأقسام في كثير من الصحف ليسوا خليجيين أو محليين بالتالي يحدث نوع من التغريب بهذه الصحافة لأنها لا تعكس آراء المثقفين وكتاب الرأي المحليين. أتمنى من الباحث تعريفنا كيف وصلوا في تجربة البحرين نحو توطين الصحافة؟ وكذلك توطين الصحافة في المملكة العربية السعودية.

د. بهية الجشي: أولاً أحب أن أشيد بالورقتين المقدمتين وسأبدأ بورقة الأخ إبراهيم وأشكره عليها. ولكن كان بودي لو استرسل وتناول هذه المؤشرات بالتحليل بصفته صحفياً مخضرمًا ولديه خبرة، كيف ينظر لهذه المؤشرات؟

وهل تعكس فعلاً الواقع الذي يعيشه كصحفي مخضرم ورئيس تحرير لإحدى الصحف المهمة في البحرين؟ الأمر الآخر، بودي أن أعرف من الأستاذ إبراهيم مدى نجاح تجربة الصحفيين الشباب ومدى ما يلقونه كشباب من توجيه وإشراف من قبل رؤساء التحرير، لدينا في البحرين عناصر غير محلية ولكنها ليست في مستوى قيادي كرئيس تحرير أو غيره، وإن كنت أعتقد أن وجود عناصر غير محلية مدربة وتمتاز بالحرفية والكفاءة من شأنه أن يساعد الصحفيين الجدد، فهونقطة إيجابية وليست سلبية. بالنسبة للشباب فأنا أحييهم وأعتقد أن وجود مجموعة من هذا الشباب الواعي المثقف يتعارض إلى حد ما مع النتائج التي توصلت لها دراستهم، فهم نموذج من نماذج الشباب في مجتمعنا الخليجي، أنا تقلقني الدراسات التي تعتمد على عينات صغيرة غير ممثلة، فلا يمكن تعميم نتائج هذه العينات الصغيرة التي لا تمثل المجتمع، فالأفضل أن نقول 69% من العينة وليس من الشباب الخليجي. لقد ذكرتم أن السبب راجع لتقصير الإعلام والصحافة، فماذا عن تقصير المناهج التربوية، لقد امتلأنا بالفضائيات التي يحترار الإنسان أمامها، في ضوء هذه الفضائيات ما هو التوجه لدى وزارات التربية والتعليم في تطويق النتائج ومسايرة هذا التطور في أجهزة الإعلام، بحيث يتلقى الطالب المعلومة صحيحة، المناهج الدراسية ما زالت كما كانت قبل الفضائيات. نتائج هذه الدراسة لا يمكن أن تعمم على دول الخليج نظراً للتفاوت الموجود بين دول الخليج، ففي البحرين مثلاً برزت لدينا جمعيات شبابية بها مجموعات من الشباب يمتازون بالوعي والمشاركة والسياسية، فلا يمكن تعميم فكرة أن الشباب الخليجي ليس لديه وعي سياسي أو اهتمام بالسياسة. قال أحد الزملاء إن هناك إقبلاً من الشباب على البرامج التي يقدمها الشباب بغض النظر عن المضمون وهذه العبارة الأخيرة استوقفتني لخطورتها، فهل مجرد أن البرنامج يقدمه شباب يعني ذلك أي أقبل عليه؟ هذا يعكس ظاهرة خطيرة



فمعناه أن هناك فجوة بين الشباب والكبار في مجتمعنا، كيف ندرس هذه الفجوة ونعرف أسباب وجودها؟ لماذا لا يستطيع الكبار تقديم ما يريده الشباب أو أن يكون هناك حوار ما بين الكبار والشباب، وهذا يعني أن كل ما يقدمه الكبار مرفوض من الشباب لمجرد أنه قادم من الكبار؟ هذا سؤال للثباب.

د. ابتسام الكتيبي: شكراً للدكتور أحمد، طرح الأخ إبراهيم بضع قضايا، أعتقد أن المشكلة ليست في الإعلام، بل في حرية التعبير عن الرأي. هناك حكومات معينة تمتلك فضائيات حدودها خارج نطاق هذه الدولة، وتسمح لهذه الفضائيات بما لا تسمح به لقنواتها الخاصة، مما يعني وجود نوع من انفصام الشخصية في تعاطي هذه الحكومات مع المسائل الإعلامية، فإن جاء صحفي أجنبي تفتح له كل الأبواب ويمكن أن يقابل أعلى رأس في الدولة، بينما الصحفي الخليجي أو العربي توضع أمامه متاريس لمنع وصوله. أجرى أحد الإخوان معنا مقابلة، وقال لنا إنه لا يورط من يقابله في محظور يعاني منه عندما يرجع لبلده، بينما الإعلامي الآخر المشترك معه في نفس الفضائية لا يهتم بهذا الأمر، فهل الخطأ فيه أم في الإعلامي الآخر؟ بمعنى هل يجب على الإعلامي أن يضع في باله ذلك الأمر ويلجج لسانه؟ كنا ذات مرة في ندوة ما في وزارة رسمية وكان أحدهم معترضاً على أنني من الحرة، ورددت عليه أنه لم تتح لي فرصة الحديث في بلدي ولم يكن أمامي سوى قناة الحرة، في اليوم التالي جاءتني مكالمة عن لقاء رسمي في بلدي، فأثناء الحوار قال لي المذيع إن المخرج يقول له لا تعطها فرصة فهي معارضة للدولة! أي أنهم أتوا بك لتكون مجرد شكل، أنهم سمحوا لك بالحديث ولكن ضمن الحدود التي رسموها هم. أؤكد على كلام الدكتورة بهية من حيث عدم تعميم نتيجة البحث على شباب الخليج، وذلك لانتشار ثقافة الخوف، حيث قد يقدم الطالب في الاستبيان معلومات غير صحيحة خشية من عواقب تقديم الإجابة الحقيقية. وكون الطلبة لا يعرفون

طه حسين مثلاً فهذه ليست مشكلة الإعلام، ففي أمريكا ذاتها كثير من الأمريكان لا يعرفون أموراً قد تبدو بسيطة ومعروفة. هناك نوع من التسطيح في العالم العربي والخليجي خاصة فحتى الكبار لا يعرفون أموراً فهذا ليس له علاقة بالإعلام.

أ. عبدالجليل الغريللي: سيكون حديثي إكمالاً لحديث الأخت ابتسام، كنت أتمنى لو تطرق الاستبيان لظواهر معينة موجودة، إحداها موضوع تلميع المسؤولين وسياساتهم سواء في السلطتين التنفيذية أو التشريعية. هناك أسئلة ممكن أن تطرح، لا أريد من البحث تقديم بيانات وإحصاءات ولكن أن يثير هذه القضية لنتداولها ونضع نوعاً من التفاهم حولها. أحد الأسئلة التي تطرح في سياسات تلميع المسؤولين هو: ما الذي يدعوا للإعلام لمثل هذا التلميع؟ وهل تتكسب المؤسسات الصحفية من التلميع سياسياً أو مالياً أو معنوياً؟ وهل تهتم مؤسسات الإعلام بالرأي العام الكاشف لهذه الممارسة المهنية؟ ألا تدعو هذه الممارسات لاجتماع الصحفيين لوضع حد لهذا التلميع والتميع على شكل ميثاق شرف أو ما شابه؟ هذه الأسئلة وردت في ذهني وكان في ودي أن تتناول الورقة هذه الظاهرة ليس بوضع نسب بل بمناقشة أبعادها وخطورتها ليكون هناك نوع من التفاهم حول هذا النفاق المهني.

د. عائشة عبدالله: شكراً لرئيس الجلسة، كان لدي تعقيباً أحدهما للشباب والآخر للدكتور إبراهيم، وسأكتفي بالتعقيب على د. إبراهيم حيث أن المعقب السابق استوفى ما كنت أود قوله. أعتقد أن دراسة هموم الإعلاميين الخليجيين مقارنة بمؤشرات مهمة هي مسألة جيدة. أعتقد أن الواقع الإعلامي وبيئة العمل في الخليج لها خصوصيتها المستقاة من المعطيات السياسية والاجتماعية الخليجية، وأعتقد أنه يمكن استقاء مجموعة من المؤشرات من هذه البيئة واسمحو لي أن أضع أربعة مؤشرات بالإضافة إلى ما ذكره الأستاذ إبراهيم البشمي من حق الاتصال وفكرة

الحصول على المعلومة وجرائم الصحفيين، أعتقد أن في الخليج هناك هموماً إعلامية مرتبطة بالتنوع الديموغرافي للجسد الصحفي في داخل مؤسساتنا الصحفية. لا بد من وجود ضمانات لممارسة العمل الإعلامي للصحفيين إذا ما كان جواً المؤسسة مشروطاً بأخلاقيات معينة، هذا الخلل بالنسبة للتكوين الجسدي الصحفي شكل الحلقة الأضعف وزاد من فكرة الهم الإعلامي للصحفيين. المؤشر الثاني أن هناك خصوصية للبيئة الاجتماعية في الخليج واتساع دوائر الضغط على الصحفيين، هناك أيضاً سلطة أصحاب رؤوس الأموال والتي تشكل حلقة مهمة في ممارسة العمل الصحفي لدينا، أعتقد أيضاً أن هناك فئات رجال الدين الذين يشكلون سلطة ضد فكرة التغيير بالنسبة للخطاب الإعلامي. النقطة الثالثة هي العلاقة مع السلطة السياسية، فمسألة التبعية تتبع من الصحفيين أو رؤساء التحرير في أغلب المؤسسات هم مؤمنون من قبل السلطة السياسية، مما يشكل أحد الهموم الأساسية التي يعاني منها الإعلاميون بمختلف فئاتهم، فلا يوجد رئيس تحرير قادر على التصدي لما هو مخالف للسلطة السياسية. النقطة الرابعة هي ضغوطات الرأي العام، التعددية الإعلامية جاءت في مصلحة الرأي العام وكشفت مسألة المصادقية بالنسبة للمؤسسات الإعلامية، وكلنا نستفيد مما يحدث بين العربية وقناة الجزيرة بالشراء المعلوماتي. أعتقد أن مؤشر غياب الحريات هو الأهم وبالتالي فالضوابط القانونية في المرحلة الحالية أصبحت أكثر نضجاً من السابق وأصبحت أكثر قدرة على ضبط المنتج الإعلامي واستطاعت أن تدير عملية الضبط بشكل جيد وأتصور أنه ممكن أن يكون ذلك مدخلاً لتغيير واقع الإعلاميين في الخليج، المدخل الحقيقي لتخفيف الضغوط على الإعلاميين هو تفعيل مؤسسات المجتمع المدني، وبالتالي يمكن أن نتحدث عن دور مغاير للإعلاميين في الخليج.

أ. يوسف الجاسم: شكراً للرئيس، لدي ملاحظات تعتبر تنظيمية، أولاً أشكر

الباحثين في الورقتين بصفتي متابعاً وليس مدير المشروع، فأنا أعلم حجم الجهد المبذول من قبلهم في موضوع الاستبيان، وأعتقد أن اختيارنا لهذا الموضوع جاء من منطلق جدية الاختيار وأهمية الموضوع، وأعتقد أنه من الضروري جداً في المنتدى الإعلامي المسائي إتاحة الفرصة للشباب لاستكمال الاستبيان آخذين بالاعتبار الملاحظات المذكورة، لتتوصل لنتائج أكثر دقة تعرض في المنتدى القادم تحت بند النقاش العام، وأتمنى أن يوافقني على هذا الموضوع الإخوة أعضاء اللجنة التنفيذية لأنه من المهم جداً معرفة توجهات الشباب في ما يتعلق بالإعلام بشكل دقيق وليس عن طريق عينة منقوصة، وبما أن الإخوة الإعلاميين والصحفيين المتواجدين يمثلون أكثر من دولة وأكثر من مجال فمن المهم أن يعرضوا ويُعروا ما تعرض له الأستاذ البشمي والإخوة الشباب من رفض التعاون من قبل المؤسسات التعليمية، بسبب عدم وجود قناعة بدور الإعلام الحقيقي وكما قالت الأخت هدى إنه مهنة من لا مهنة له. فأعتقد أنه علينا فضح هذه الممارسات للاستبيانات المستقبلية فنحن مسؤولون مسؤولية أهلية عن ترقية الوعي العام في مجتمعاتنا الخليجية.

م. عبدالنبي العكري: شكراً للرئيس، القضايا التي طرحتها د. الكتبي عن غياب حرية التعبير مهمة جداً، وكما في تقرير التنمية الإنسانية الأول الذي صدر قبل 3 سنوات أن نقص الحرية هو إحدى الركائز الثلاث الأساسية في التخلف وانسداد أفق المستقبل أمام الدول العربية. بالنسبة للمؤشرات، هناك مؤشرات عربية كالصادرة من مركز حماية الصحفيين في عمان وهي مؤسسة عربية، سنجد أن الدول العربية بما فيها الخليجية تبدأ من الأربعين وفوق، هناك دول أفريقية ومن أمريكا اللاتينية متفوقة علينا في مؤشرات حرية الصحافة، الإعلام الإلكتروني في بعض البلدان غير منظم والغريب أن القوانين الصادرة في الدول العربية تطبق قوانين المطبوعات على الإعلان الإلكتروني بما في ذلك مسألة الترخيص! والحصول على

رأس مال ورقابة وقد يحبس المراقبون على هذه المواقع كما حدث في تونس ومصر وهو أمر لا يحدث حتى في أفريقيا، فالمشكلة أننا نبدع في التحكم في الإبداعات البشرية لتسهيل التواصل. في بلدان عديدة تكون الدولة هي المتحكمة في الصحافة والمسيطرة عليها وفي بلدان رأس مال المرتبط بالدولة متحكم بالصحافة، الصحفيون لا يشكلون ذلك الجسم القوي الذي يدافع عن مصالحه.

أ. إبراهيم بشمي: مثل ما بدأت في الكلام، الأرقام تتحدث عن نفسها، نحن نستخلص الرأي من الرقم وهو الأسلوب العلمي المطلوب، من الممكن أن نكتب ورقة من مائة صفحة أضع فيها هذه القضايا من منظوري، ولكن هذا هو الوضع الموجود وتطرقنا فيه للمؤشرات الرئيسية التي تحكم، وفي آخر البحث تفصيل بمعاناة كل صحفي في كل منطقة من قضية اختلال الجسم الصحفي، النقطة الرئيسية أن معظم الدول العربية تقع في نظام المختلط غير المستدام بمعنى أنه هناك بعض الحريات ولكن تقابلها عراقيل وعقبات أمام أن يأخذ الإعلام طريقه الصحيح ليكون أداة فاعلة في المجتمع، أماننا خانتان لنصل للمؤشر العالمي لأن يكون هناك استدامة حقيقية في الإعلام، كلنا نعاني من ذلك في الدول العربية وتعتبر من الهموم المشتركة. هناك خصوصيات في كل بلد عربي يعرفها كل عامل في كل دولة. لقد زرت كل الصحف الخليجية ليلاً لزيارة المطابع. وصدقوني لو قام إضراب في كل المطابع الخليجية من قبل الوافدين العاملين بها لن تصدر صحيفة، من مدير المطبعة إلى أصغر عامل والموزع لا يوجد مواطن واحد محلي على الأقل في الكويت والسعودية والبحرين إلى حد ما وأستثني عمان لأنني لم أزرها. وهذا خلل في بنية المجتمع في النظرة للصحافة والإعلام. بالنسبة للحريات اتضح لنا أن كل قوانين المطبوعات في الخليج مقيدة للحريات، ما عدا النشاط الحيوي السياسي في البحرين، صراع علني ومكشوف لتثبيت قانون مطبوعات يتجاوز باقي القوانين وهناك شد وجذب يشكل العملية

الديموقراطية. أيضاً من الأمور التي يجب الاهتمام بها التوازن الإعلامي، هناك توازن إعلامي في البحرين، فالسلطة التنفيذية تملك التلفاز والإذاعة ومجموعة تمثل الإعلام المطبوع، وظهر لدينا إعلام مؤسسات المجتمع المدني من خلال الإنترنت، أي أن الإعلام أصبح ثلاثياً ولا تحكمه سلطة واحدة. الأخ الغريبي في الكويت ذكر مشكلة التلميع والتميع، في بعض الصحف هناك صحافيون يدفع لهم النواب معاشاً شهرياً، وأيضاً بعض الشركات ليتم نشر أخبارها، فإذا سمحت إدارة الصحيفة بذلك فهذه غلطتها، في صحف أخرى يكون هناك عقود إعلانية بينها وبين بعض الشركات لتنشر أخباراً إعلانية عنها، فهذا أمر يختلف من صحيفة لأخرى ومن صحفي لآخر، وبالعموم فهي ظاهرة مرفوضة، حيث يجب التفريق بين الإعلان والتحرير الصحفي، فلا يمكن للصحفي أن يعمل في الإعلان، ومتى ما حدث تنتهي مهمته كصحفي، فيجب أن يكون هناك وثيقة شرف تحكم هذه الأمور، فحينما أعرف أن أحد العاملين في الصحيفة يستلم راتباً من شركة يجب ألا يكون محرراً صحفياً، لتقبض اشتغل في الإعلان وليس التحرير الصحفي.

مريم الفلاسي: أشكر كل المداخلات وسأبدأ بالرد على الأستاذ علي خاجة، كما ذكرنا فإن الدراسة قامت على عدد معين من دول الخليج، وكانت النتيجة محصورة بعدد عينة الاستبيان. لقد علقت على أكثر القنوات متابعة بنسبة 42% وذكرنا يأس الشباب على أنه أحد أسباب المتابعة وليس السبب الوحيد، ومن ناحية البرامج الشبابية كالوادي وستار أكاديمي، لا أعتقد أن هناك حرجاً من الشخص الذي يعيب الاستبيان، حيث لا يطلب منه ذكر اسمه، صحيح أن النسب كانت غير متوقعة، ولكن هذا ما حصلنا عليه. وكما قلت في يوم الجمعة القادم سيعكس ما يخالف النتيجة التي وصلنا لها حيث سيكون هناك مشاركة فعالة وخاصة من قبل الكويتيين، وذلك عائد للانتماء.

مشاري الحمود: هناك نقاط أخرى أود الرد عليها، مسألة نقص وقصور العينة، في لقاء المنتدى الماضي حضر ممثل الكويت والبحرين وتخلف شباب السعودية وقطر وهذا ما اثر في النتيجة، وقد عرض الاستبيان بالفعل في النت ولكن نسب الاستجابة كانت ضعيفة جداً فهي ليست معدومة ولكنها ضئيلة، وللعلم فإن هذه التجربة كانت مجهوداً شخصياً ولا يوجد تمويل إلا في فرز النتائج حيث قام المنتدى مشكوراً بتسديد التكلفة المادية. وعي الشباب لم يكن سياسياً بحتاً، بل ثقافي عموماً، وبالفعل كان هناك خطأ منا في طريقة صف الأسئلة لذا ظهرت نتائج كثير من الأسئلة غير واقعية، ولكن بالفعل هناك اهتمام كبير بالصفحة الرياضية وصفحة المحليات وخاصة في الكويت. وفي ما يختص ببرامج تلفزيون الواقع، كان من الواضح وجود تناقض، فليس كل المعارضين لها غير متابعين، نسبة المؤيدين 16% ولكن المتابعين أكثر من ذلك.

د. أحمد سيف بالحصا: باسم الحضور أشكر الأستاذ إبراهيم البشمي ومجموعة الشباب مهندس مشاري الحمود والأستاذة مريم الفلاسي والأستاذ خليل بوهزاع والأخت بشاير الرفاعي، والغداء سيبدأ الآن، والساعة الثالثة اجتماع اللجنة التنفيذية، الساعة الرابعة ستبدأ الجلسة الثالثة، أما في السادسة والنصف فستبدأ اجتماعات المجالس التخصصية.

## الجلسة الثالثة

رئيس الجلسة: يوسف الجاسم





يوسف الجاسم: نرحب بكم في الجلسة الثالثة للمنتدى، في هذه الجلسة وبعد تداول أوراق الفترة الصباحية، سنتناول شهادات على واقع الإعلام الخليجي ومستقبله من واقع الممارسات العملية التي جرت سواءً على مستوى الإعلام الخليجي الرسمي أو على مستوى الإعلام الخاص، ويسعد منتدى التنمية أن يتحدث في هذه الجلسة ثلاثة من رواد الإعلام الخليجي، على المستويين الحكومي والخاص، والذين كانت لمبادراتهم ورياداتهم وممارساتهم للعمل الإعلامي الدور الكبير والبصمات الواضحة في إثراء مسيرة الإعلام الخليجي. لا توجد أوراق لهذه الجلسة. بل سيتاح لكل متحدث فترة 15 دقيقة ثم نفتح باب الحوار معكم لمزيد من النقاشات. ونبدأ مع أحد أبرز رواد الإعلام الخاص هو الشيخ وليد إبراهيم الإبراهيم، المالك والرئيس التنفيذي لمجموعة MBC وهو أحد أهم رجال الإعلام المبادرين والمساهمين في المجال الإعلامي العربي وحاصل على لقب فارس الإعلام العربي لعام 2006، وهو لقب تمنحه جامعة الدول العربية وذلك لمساهمته في تطوير وإنماء القطاع الإعلامي في المنطقة الخليجية والعربية على مدى 15 سنة، ولد الشيخ وليد في المملكة العربية السعودية وأكمل دراسته في الولايات المتحدة وبدأ أولى خطواته في المجال الإعلامي بتأسيس شركة آرا للإنتاج الفني والتسجيلات التلفزيونية وهي الشركة الأم لمجموعة MBC في عام 1991 انطلقت محطة MBC كأول قناة عربية مستقلة فضائية تبث برامجها على مدار 24 ساعة. ومثلت MBC الانطلاقة الأولى للإعلام الفضائي الخاص تحديداً، حيث سبقتها القناة الفضائية المصرية كأول فضائية حكومية. مجموعة MBC هي الرائدة في تقديم أفضل الخدمات والبرامج التي تخاطب 75 مليون مشاهد في مختلف أنحاء العالم، وخاصة بعد إطلاق MBC2 و MBC3 و MBC4 والعربية الإخبارية و MBC FM.

فليتفضل الشيخ وليد الإبراهيم.

الشيخ وليد الإبراهيم: مساكم الله بالخير جميعاً، أهنئك يا بوخالد والإخوان على هذا التجمع وعلى مبادرة إتاحة الفرصة لنا للالتقاء بأساتذتنا في بداياتنا الذين نقرأ لهم ونتابعهم بشغف. أتوجه بالشكر إلى القائمين على هذا الملتقى السنوي لدعوتهم لي لهذا اللقاء الذي سيضع الإعلام الخليجي تحت المجهر. بلا شك أصبح الإعلام الخليجي المرئي والمسموع والمكتوب قوة دافعة للإعلام العربي من خلال ارتقائه لمستويات عالية من الاحتراف والجودة كما وأن الإعلام الخليجي أصبح يلعب دوراً محورياً في تطوير مجتمعاتنا على جميع المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، لفترة خلت كان البعض يردد مقولة أن مصر تكتب ولبنان ينشر والخليج يشتري والعراق يقرأ. إلا أنني أعتقد أن هذه المعادلة قد تغيرت جذرياً، فأصبح الإعلام الخليجي ينتج ويبدع ويبتث ويتفاعل، مما ساهم بشكل مباشر في التخفيف من حدة القيود غير المبررة التي تعيق عمل الإعلام والإعلاميين وتحد من تطور المجتمعات العربية.

اليوم MBC ومعها مؤسسات الإعلام العربي الأخرى تلعب دوراً مفصلياً في تطوير الإنسان العربي، حيث جعلت من عالمنا العربي الكبير قرية إقليمية واختصرت المسافات وقربت اللهجات والطروحات وربطت العرب في الغربة بوطنهم الأم بكل ما في ذلك من أثر إيجابي هائل على متطلبات التنمية المستدامة واقتصادات المعرفة. اليوم نحن نقوم بالتواصل وتبادل الثقافات والأفكار والهموم والقضايا سواء في الرياض أودبي أو الكويت أو القاهرة أو الرياض أو غيرها من المدن والقرى العربية بل وحتى خارج العالم العربي. هناك أكثر من مائتي مليون عربي شباب وشيوخ ونساء ورجال وأطفال يتعاطون تلك الأفكار والهموم وهم يجلسون أمام شاشات التلفاز في بيوتهم ومقاهيهم ومكاتبهم. نحن في مجموعة MBC نعي مسؤوليتنا ودورنا في المساهمة الفعالة في التنمية والتغيير الإيجابي، من خلال الصوت والصورة وعلينا جميعاً التعاضد للمساهمة في تطوير مجتمعاتنا والخروج بها لآفاق

أرحب بعيداً عن ثالث الفقر والجهل والمرض. من البدهي القول بأن القنوات الإخبارية والترفيهية تحتاج لمساحة واسعة من الحرية بالإضافة لبنية تحتية متطورة وموارد بشرية مؤهلة لتتمكن من تأدية رسالتها، ولحسن الحظ، أصبحت هذه العناصر متوفرة في العديد من دول الخليج مقارنة بدول أخرى ينظر لها على أنها أكثر انفتاحاً. وباعتراف الجميع، أصبح الإعلام الخليجي بمستوى الإعلام العالمي من خلال اعتماده على معايير مهنية عالية ومصادر تمويل شفافة ومستقلة يأتي على رأسها الإعلان التجاري. فكما الإعلان هو مكافأة الإعلام الناجح، كذلك فإن من واجب الإعلام الناجح أن يضع نصب عينيه مصلحة المواطن. على مدى الستة عشر عاماً الماضية كان لـ MBC دور قيادي في قطاع التلفزيون العربي حيث ساهم هذا الدور في تحديد معايير هذه الصناعة على مستوى العالم العربي، وإنه لمصدر فخر لنا أن نعمل وفق أسس الاقتصاد الحر وفلسفة السوق دون أن يكون ذلك على حساب قيمنا ومبادئنا والتزامنا أمام تطور مجتمعاتنا وقضايانا النبيلة. ورغم وضوح المقاييس الأخلاقية والمهنية التي نعمل ضمن أطرها، فإننا ما زلنا نصطدم في بعض الأحيان بقوانين وعقبات تعرقل مسيرتنا، إلا أننا مستمرون رغم ذلك بعون الله تعالى في مسيرة التنمية والاستثمار في الإنسان العربي من خلال تطوير الكفاءات الشابة وصقل المهارات ومن ثم توفير فرص العمل.

أخيراً يبقى السؤال الذي يطرح نفسه في ظل بيئة إعلامية تحتوي حتى هذه اللحظة على أكثر من 250 قناة فضائية، هل هذا العدد الهائل من القنوات الفضائية قادر فعلاً على المساهمة في عملية التنمية وخدمة المجتمع دون أن تكون النتيجة عكسية من خلال استنزاف المزيد من القدرات والموارد الحيوية؟ أرجو أن تكون الإجابة بالإيجاب، وشكراً مرة أخرى على إتاحة الفرصة، راجياً من المولى عز وجل أن يوفقنا جميعاً.

يوسف الجاسم: نشكر الشيخ وليد الإبراهيم على هذا التلخيص والإيجاز الدقيق لحال الإعلام الخليجي ومستقبله وشكراً على الالتزام بالوقت لإتاحة الفرصة لمزيد من النقاشات، وهذا دوماً حال القطاع الخاص. المتحدث التالي هو السيد نبيل يعقوب الحمر مستشار جلالة ملك البحرين لشؤون الإعلام ووزير الإعلام السابق ولد في البحرين وحصل على بكالوريوس الصحافة من جامعة بغداد سنة 1974، بدأ في المجال الصحفي كمحرر وانتهى إلى رئيس هيئة تحرير صحيفة الأيام منذ مارس 1989 وحتى الآن، له بصماته وإسهاماته ومشاركاته التي أنا شخصياً لم أحضر مؤتمراً أو منتدى إعلامياً عربياً إلا وكان له تواجده وإسهامه الفعال فيه. عُين مستشاراً صحفياً في الديوان الأميري في مملكة البحرين عام 1999 ورأس أول مجلس إدارة لجمعية الصحفيين البحرينية ويشغل منصب نائب رئيس مجلس إدارة جمعية الخليج للإعلان، وهو منصب مهم في بند الإعلان. كما شغل أيضاً منصب نائب رئيس المنظمة العربية الإفريقية للصحف ممثلاً عن المجموعة العربية عام 1998، وهو عضو مجلس إدارة في الجمعية الدولية للإعلام وعضو الجمعية الدولية للصحافة، فليتفضل.

أ. نبيل الحمر: بسم الله الرحمن الرحيم، شكراً للأخ يوسف على الدعوة. حقيقة لقد أبلغني الأخ يوسف أن المطلوب الحديث عنه هو مشاهدات من تجاربنا الخاصة، ومما يؤسف له أن التجارب قليلة جداً في حياة الإنسان خاصة إذا تعلقت بناحية مهمة من صنع الرأي العام كالإعلام والصحافة. أعتقد أنه عند الحديث عن الإعلام لا بد من الفصل بين الإعلام الخاص والإعلام الرسمي بكل أدواته وفعالياته، ولا بد من التساؤل عن من يقود من ومن أكثر تأثيراً من الآخر. للأسف، رغم التطور الإعلامي الرسمي في السنوات الأخيرة، إلا أنه ظل حبيس الدائرة الرسمية حيث إنه لم يستطع الخروج منها رغم المحاولات المبذولة والأفكار المتطورة المقدمة من قياديين إعلاميين تسلموا زمام هذه الأجهزة الإعلامية وكانوا يبنون إحداث تحولات

مهمة بهذه الأجهزة الإعلامية الخليجية، أعتقد أن كل محاولاتهم اصطدمت بحائط تقليدي بروتوكولي لم يستطيعوا الفكك من أسره، وفي أغلب الأحوال، فإن التطور أو التطوير لم ينل الجوهر. أعتقد أن التطور التقني ساهم في إضفاء طابع شكلي فقط على تطور الإعلام وسرعة الحركة ونقل الحدث، إلا أنه وفي كل الأحوال لم يلامس الجوهر ولم يستطع إحداث نقلة نوعية في تغطية الأحداث لعدة اعتبارات نفهمها جيداً ونقدرها. وباعتباري كنت في أحد هذه المواقع، فإنني أمتلك صورة قريبة لهذه الاعتبارات التي تحد من انطلاقة الإعلام الخليجي. ونظراً لحساسية المنطقة التي نعيش فيها، والتوتر المستمر الذي تمر به، فضلاً عما شهدته وستشده من حروب قادمة لا قدر الله، فإنني لا أتوقع للإعلام الرسمي أن يخرج من دائرته المغلقة في المستقبل القريب، وتأثيراته في الرأي العام ستظل كما هي في السابق محدودة باستثناء بضعة برامج ومطالعات أصبحت سمة في كل أجهزة الإعلام الخليجية، والتي بدورها أصبحت تفقد بريقها والانجذاب إليها اليوم بعد أن كررت نفسها. ولكن تحسب حسنة كبيرة للإعلام الرسمي وهي أنه قد حافظ على نفسه من الأدلجة والتجيير لحساب منظمات وأفكار وجماعات معينة حاولت اختراق هذه الأجهزة والسيطرة عليها وتوجيهها حسب ما يحقق مصالحها. هذه الجماعات مازالت، في اعتقادي، تبذل محاولات مستميتة وقد نجحت في إيصال بعض عناصرها لدوائر الإعلام الرسمية في كل دولنا الخليجية، والتأثير عليه في بعض التوجهات وتحت شعارات شتى، ولكن هناك وعياً لدى أصحاب القرار بخطورة مثل هذا الأمر وتأثيره على الرأي العام. إن محاولات التسلل تلك تم صدها في بعض المواقع ولكنها لم تياس فارتدت عباءات الحرية والتعددية والديموقراطية وهي أبعد ما تكون عن هذه المبادئ. لذلك فإنه من الضروري التنبية إلى أن هذه المحاولات من أخطر ما يواجه الإعلام الخليجي اليوم. على الجانب الآخر، وأعني به الإعلام الخاص، فلم يكن

الأمر بحال أفضل، فنستطيع أن نرى بوضوح أن هذا الإعلام اتسم في كثير من الأحيان بالأدلجة والطفانة في بعض المواقع وإن كانت بصورة متوارية في ما يبرز التجيير لأفكار وتوجهات معينة بصورة واضحة في مواقع أخرى. إلا أنه يُحسب للإعلام الخاص أنه يقود الإعلام الخليجي ويشكل الرأي العام وإن كان حسب هواه أو حسب أجندة خاصة لا تخدم توجهات التنمية التي نشهدها. في ظل هذا الواقع يصعب الحديث عن الدور التنموي للإعلام وآفاقه المستقبلية، حيث إنه إذا أردنا الحديث عن الدور التنموي للإعلام، فلذلك شروط تأتي في مقدمتها ومن أهمها شرط حرفنة الإعلام وإدارته على أسس منهجية علمية بعيداً عن الأهواء والأمزجة والأدلجة وصراع السيطرة ودوائر القرار الواحد. ونستطيع أن نرى وبوضوح اليوم، أن الإعلام بشقيه اللذين تحدثنا عنهما، الرسمي والخاص، لم يستطع مواكبة وتيرة التنمية التي تشهدها منطقة الخليج، وأعلى الأقل المساهمة لإيجاد أرضية تتصف بالأمن والاستقرار اللذين تشدهما التنمية. كما أتصور أن الإعلام الخليجي يثير المخاوف والهواجس لدى الرأي العام وينشغل بعناوين كبيرة تطفى على كل الإنجازات التي تشهدها منطقتنا. لنأخذ على سبيل المثال العمليات الإرهابية التي تحدث بين حين وآخر في منطقتنا وأخارجها. حيث نستطيع أن نلاحظ بدقة حجم التغطية الإعلامية المهولة المخيفة التي تقدمها هذه الأجهزة لمثل هذه العمليات البشعة وتقديم صورة لا تساعد على الاستقرار والشعور بالأمان أو القيام بدور نستطيع أن نطلق عليه إعلاماً تنموياً. أمر آخر تفتقده أغلب القطاعات الإعلامية، وهو أن تأخذ دوراً تنويرياً يساهم في تنوير الرأي العام بالانفتاح على الأفكار المعتدلة والآراء المتوازنة بعيداً عن التشدد والتطرف والأفكار الظلامية، بل وحتى الخزعبلات التي بدأت بعض أجهزة الإعلام في نشرها بين الناس. أنا لا أدعو بذلك لمصادرة الرأي أو سيادة الرأي الواحد، ولكنني أنبه للخطورة الكبيرة التي تشكلها الأجهزة الإعلامية في بث الأفكار

الظلامية المتشددة التي لا تساعد على الاستقرار وتعطي صورة مغايرة للواقع.

الإخوة والأخوات، قد أكون رسمت صورة قاتمة للإعلام، ولكنني أوّمن بأن المستقبل سيكون نصيراً لحرية الإعلام والتعددية والديموقراطية وسيادة الأفكار التنويرية مهما ذهبنا اليوم لآخر الشوط، ولكن لا يصح في نهاية الأمر إلا الصحيح، وقد نستطيع أن نخرج بخسائر أقل إذا دفعنا من اليوم باتجاه حرفنة الإعلام وإعداد كوادر تمتاز بالكفاءة لإدارة الإعلام من منظور خليجي حريص على مصلحة وطنه وشعبه وانتمائه القومي، ويتحدث بلغة مفهومة لشعوب المنطقة، يتحدث بلغة الحرية، حرية الرأي والرأي الآخر بصورة حقيقية لا شكلية. أما العائق الوحيد نحو تحقيق ذلك فهو الدعم الذي يجب أن يتناسب وأهمية الكلمة وتأثيرها الكبير في الرأي العام، فيجب أن تكون هناك قيادات تؤمن بالكلمة والإعلام وعلى استعداد لتصرف عليه موازنات تعادل، إن لم تفق الموازنات العسكرية. وواجب التنبيه هنا أنني لا أتحدث عن المال العام فقط، وإنما المال الخاص أيضاً والذي من مصلحته أن يكون هناك إعلام قوي ومعتدل وتنموي يعكس وجهة نظره ويبرز إنجازاته ويخلق بيئة مستقرة. إن الإعلام الرسمي لن يتقدم إذا ما استمرت الدولة في التعامل معه كما تتعامل مع باقي أجهزتها الرسمية الأخرى، فالإعلام يتطور بوتيرة سريعة أثبتت أجهزة الدولة البيروقراطية أنها عاجزة عن اللحاق بها، وتلبية متطلباته التي لا تحتمل التأجيل والتسويف والمماطلة. ولدينا تجارب ونتائج كثيرة ناجحة من خلال ما وصل إليه الإعلام الخاص من صحافة ومحطات إذاعة وتلفزيون، والتي أكدت قدرة الكوادر القيادية الإعلامية فيها على تقديم مشاريع ناجحة موضوعياً ومهنياً، فالإعلام بحاجة إلى قيادات تمتلك القرار، وتحمل المسؤولية وأن تكف مراكز القوى عن التدخل في اختصاصها وشؤونها وتوجيهها. ومما يؤسف له، أن الإعلام الخليجي لم ينجح حتى الآن في تسويق الموقف



الخليجي أو المشروع الخليجي، وتبني الرأي الخليجي رسمياً وشعبياً ولم يستطع إبراز القضايا الخليجية في الساحة العربية وما يعرف بتشكيل الرأي العام العربي باتجاه القضايا الخليجية. إن صناعة الخبر والحدث وتحريره لم تتطور، بالتالي فقدت القدرة على النجاح في تسويق الموقف الخليجي والتأثير في الرأي العام وجعله يتفاعل مع الحدث بالشكل المطلوب. فالإعلام الخليجي بحاجة لأن يخرج من حالة الرتابة والشكليات وأن يركز على الجوهر الذي يشد المتلقي، بحيث لا يظل إعلاماً فوقياً تلقينياً. بعد ذلك نستطيع تأسيس إعلام يساهم في تحريك وقيادة المجتمع للأمام وتحقيق الرسالة الإعلامية الصحيحة بالنهوض بالمجتمع المدني في بلداننا. وشكراً.

يوسف الجاسم: نشكر الأستاذ نبيل الحمر، وأعتقد أن جزءاً مما تناولناه في جلساتنا الصباحية وبداية المسائية مما يتعلق بهموم الإعلام وما يتصل بالإعلام الحكومي سيبني على ورقة الأستاذ نبيل الحمر أساساً لنقاش نشط في جلسة النقاش المفتوح. لقد ذكرني الشيخ وليد الإبراهيم بأن الأستاذ نبيل هو أيضاً وزير في إحدى الحكومات العربية، وكان رائداً في تحويل وزارة الإعلام البحرينية إلى هيئة الإذاعة والتلفزيون بما يحمل ذلك من تخفيف مضامين البيروقراطية الحكومية من كاهل الإعلام الحكومي. لذا اقتضى التويه.

أ. نبيل الحمر: أود الإشارة إلى أنه في البحرين بالفعل هيئة الإذاعة والتلفزيون ولكن من حول هذه المؤسسة هو المرحوم بإذن الله تعالى طارق المؤيد، وندعو الله أن أكون قد ساهمت بشكل طيب في ذلك، إلا أن الأساس في ذلك كان المرحوم بإذن الله طارق المؤيد.

يوسف الجاسم: المتحدث التالي هو دبلوماسي وسياسي وكاتب وإعلامي ورجل أعمال، الأستاذ الدكتور حمد الكواري، له سيرة ذاتية عامرة

بالإنجازات، ولكنه وزير الإعلام والثقافة في قطر، وسفير لدولة قطر في الولايات المتحدة وفنزويلا والمكسيك غير مقيم وعضو في مجلس رجال الأعمال القطريين وأيضاً كان سفيراً في فرنسا وسوريا وغير مقيم في إيطاليا واليونان وأسبانيا وسويسرا. حاصل على ليسانس الآداب في الدراسات العربية والإسلامية من جامعة القاهرة ودبلوم من الجامعة اليسوعية في بيروت وماجستير فلسفة من السوربون ودكتوراه في العلوم السياسية من ولاية نيويورك، وهو غني عن التعريف لكم ككاتب له إسهاماته المستمرة في مختلف الشؤون العامة بالإضافة لكتاباته حصل على وسام فارس من فرنسا، ووضع مؤلفين حول جدل المعارك والتسويات والمعرفة الناقصة ورئيس مجلس إدارة بن عمران، وعضو مجلس إدارة السلام العالمية، فليتنفضل.

د. حمد الكواري: شكراً للأستاذ يوسف ويسعدني الحديث إليكم اليوم في هذه الجلسة التي يتحدث بها شخصان من أبرز رجال الإعلام. سأحاول تلخيص الورقة التي أعتقد أنها وزعت قبل وقت طويل، لذا لن أقرأها ولكن سأستعرضها بصورة ملاحظات لتسهيل النقاش واختصاراً للوقت. السؤال الذي أجابت عنه الورقة هو الإعلام الخليجي، إلى أين؟ يتعاظم دور الإعلام يوماً بعد يوم شكلاً ومضموناً، بالتالي فقد أصبح يشكل عامل حسم في مجمل الحياة الإنسانية سواء في الناحية السياسية أو الثقافية أو الاجتماعية أو غيرها، ولقد أدى تطور وسائل الاتصال وانتقال المعلومات وسرعة تداولها إلى زوال الحدود واختصار المسافات وتداخل الأجهزة الإعلامية في العالم كافة. أتساءل هنا، هل هناك إعلام يمكن وصفه بالإعلام المحلي؟ أو الإقليمي أو القومي أو الدولي؟ أم أن أجهزة الإعلام تداخلت بشكل يجعلنا نقول إن هناك أنماطاً من الإعلام تتداخل وتتنافس فيما بينها، جميعنا نعلم أن هناك النمط الرسمي للإعلام العربي وهو الذي تموله وتشرف عليه الدول وهو من أقدم الأنماط وكان مسيطراً، بل كان الوحيد حتى وقت قريب

قبل التطورات التكنولوجية الهائلة التي حدثت من قوته وتأثيره ولكنه مازال موجوداً يحاول جاهداً تجاهل الحقائق الموضوعية التي تجعل بعضه مضیعة للمال والجهد. وهو إعلام سلطوي تُحدد السلطة خطابه وموضوعاته وتوجهاته وهو أحادي يُغيب الآخر ولا يعترف بالتعددية، وهو رسمي ينقل النشاطات الرسمية من قال وعاد وحضر وودع واستقبل وحضر الاجتماع وما إلى ذلك. هذا الإعلام تغيب عنه الشفافية ويتصف بالجمود والتخلف عن التطورات الحالية، هدفه المحافظة على الوضع الراهن والحجر على العقول والتستر على الفساد. هناك أنماط أخرى للإعلام الخاص وهونمط جديد وربما تكون أول محطة تمثله هي محطة MBC يمثلها الشيخ وليد، الذي يعتمد على توجه الملاك وسياستهم. ورغم تقدمه على الإعلام الرسمي، إلا أنه لا يزال أسيراً للسياسات الحكومية. فمعظم مالكيه من رجال السلطة أو المرتبطين بها وهذا لا يعيب ولكنني أتكلم عن واقع، وغالباً ما يكون هدف هذا النمط هو الكسب المادي القائم على نشر ثقافة الاستهلاك، وإنصافاً نقول إن هناك كثيراً من المحطات الخاصة تؤدي رسالة وتقوم بدور جيد. من أنماط الإعلام أيضاً الإعلام الأجنبي باللغة العربية ومنها راديو BBC وهو من أقدم المحطات وأكثرها تأثيراً على المنطقة العربية. مع انتشار القنوات الفضائية وشبكة المعلومات واللغات الأجنبية أصبح هناك الإعلام الأجنبي باللغة الإنجليزية بالذات وخاصة مع تطور التعليم حيث أصبح هذا الإعلام مُشاهداً في المنطقة العربية وله الكثير من التأثير كما حدث مع CNN وقت الحرب الخليجية الأولى، حيث لم تكن هناك محطة إخبارية أجنبية سواها. هل هناك إعلام خليجي متميز له خصائصه وأهدافه؟ أم هناك إعلام جغرافي، يملكه خليجيون وليس له من الخليج إلا ملكيته؟ أنا لا أملك إجابة وأطرحه ليكون محل تفكير ومناقشة لعننا نتوصل لإجابته، فمن الناحية النظرية لا ينقصنا أجهزة إعلام مقروءة ومسموعة ومشاهدة وإلكترونية، ولكن في الواقع الكثير منها

لا يربطه بصفته الخليجية سوى مكان البث والملكية. أما الكوادر والالتزام فأمر آخر، وأترك للآخرين التفكير فيه. الخليج العربي يواجه تحديات كبرى سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، ووضعه الجيو-سياسي يجعله في بؤرة حساسة ومتأثرة بالأحداث الكبرى الدائرة في المنطقة العربية والإسلامية. ومجتمع الخليج أكثر المجتمعات تلقياً لأجهزة الإعلام لعوامل عدة. أولاً: لأهمية المنطقة الجغرافية والسياسية وارتباطها بحكم انتمائها العربي والإسلامي بالأحداث الكبرى في المنطقة والعالم، وما كان لأحداث الحادي عشر من سبتمبر إلا أن تضيف بعداً جديداً لهذا الأمر. ثانياً: الوفرة المالية التي تشكل عاملاً في القدرة على توفير الآليات الإعلامية والوسائل لدى المتلقي. ثالثاً: مستوى التعليم والوعي الذي ساهم في الرغبة في المتابعة والمشاركة. رابعاً: الخليج هو المصدر الرئيسي للطاقة في العالم الحريص على التواجد الإعلامي والتأثير على هذه المنطقة. خامساً: التطورات الاقتصادية المتمثلة في المشاريع الكبرى، وخاصة بعد ارتفاع أسعار النفط التي حولت المنطقة لخليئة نحل من المشاريع الكبرى للبنية التحتية أو الصناعية أو العقار أو غيرها. سادساً: انتماء المنطقة للثقافة العربية الإسلامية وحرص القوى المؤثرة على التأثير في الصراعات الفكرية الدائرة والتي تعتبر الجزيرة العربية محوراً لها. سابعاً: ما تمر به المنطقة من حالة سيولة وتغيير شامل في كل الحقول، فكل قوة تحاول التأثير بشكل أوبآخر في هذه المنطقة. لقد ذكرت أن الإعلام يؤثر في مجمل الحياة الإنسانية وتغيير تكوين الإنسان وخاصة في منطقة الخليج لما ذكرناه من أسباب سابقة. إلى أي مدى يؤثر هذا التغيير على تحديد المسار الثقافي وهوية منطقة الخليج؟ أليست هوية الخليج التي يُجمع عليها أهله هي الهوية العربية الإسلامية؟ ما هو الدور الذي يقوم به الإعلام بتواجده المكثف وأنماطه المختلفة للمحافظة على هذه الهوية؟ هل هذا الأمر يُشكل هاجساً فعلياً لأهل الخليج؟ سياسة ومواطنين؟ إذا كان هذا الهاجس متوفراً، فهل

هناك رؤية واضحة للتعامل معه؟ هل أن الهوية ليست من الأولويات؟ لهذا قد تضعف حتى تختفي في ضوء واقع تفرضه العولمة؟ من حقنا التساؤل عن وجود قرار أو إرادة يتمثلان في خطة واضحة المعالم للمحافظة على عروبة الخليج وقيمه العربية الإسلامية، أم أن هذا متروك لمسيرة التطور المادي الهائل التي تكتنف مسيرة الخليج؟ نسمع كلاماً كثيراً عن عروبة الخليج والالتزام بالقيم، فهل هو مجرد كلام أم أن هناك خططاً؟ هذا ما يجب أن نفكر فيه. هل الأمر كذلك أم أن الخطوط الحمراء التي يجب عدم الاقتراب منها قد تم تجاوزها؟ وأصبح الحديث عن الهوية من أحاديث الماضي؟ كيف يمكن التغلب على التحديات التي تواجه هذه الهوية؟ هل هناك جهود جادة وعملية لمواجهة هذه العولمة التي ألغت الحدود وفتحت الأجواء وأتاحت انتقال الأفكار دون قيود؟ وبخاصة لمنطقة الخليج الذي تجعل ظروفه الاقتصادية والاجتماعية يختلف عن غيره وذو طبيعة خاصة، وتجعل المحافظة على الهوية تحتاج لجهود مضاعفة. سنستعرض بإيجاز هذه الطبيعة الخاصة لنتمكن من وضع هذا التحدي في قلبه الحقيقي دون مبالغة أو تأويل. الخليج في وضع جغرافي يجعل منه منطقة ثغر مفتوح على ثقافات متعددة وقوى إقليمية ساعية لتغيير هويته، لها مصالحها الإقليمية واستراتيجياتها وصراعاتها مع القوى الأخرى في المنطقة والعالم. الخليج يتمتع بثروة هائلة، فهو معين الطاقة في العالم مما يجعل أنظار القوى الكبرى في العالم مسلطة عليه وراغبة بل ساعية إلى التواجد بقوة ومستعدة لدفع الثمن لذلك. هذه الثروة حققت وفرة مادية كبرى أتاحت إشادة مشروعات كبرى ذات متطلبات أخرى غير المال لا تتوفر لهذه المنطقة من خبرة إدارية وقوة عاملة ماهرة وغير ماهرة يصعب توفيرها محلياً بل وعربياً، مما يجعل الرحال تشد إليه من كل جانب للاستثمار وما يصحب هذا الأمر من ظواهر. فإذا وضعنا في الاعتبار قلة عدد السكان فإن هذه الظاهرة تقود لاختلال جغرافي سكاني يزداد يوماً بعد يوم. إن عدد

المواطنين لا يتعدى 7٪ وربما أقل من ذلك في بعض دول الخليج. إن التواجد الغربي والآسيوي الذي تفرضه مسيرة التنمية يشكل تحدياً ثقافياً هائلاً جديراً بالدراسة والتمعن. وإن تراجع اللغة العربية التي تشكل المحور الرئيسي لعروبة المنطقة لظاهرة جديرة بالاهتمام، فتعلم اللغة العربية تراجع بسبب قوى السوق التي تفرض التعامل بالإنجليزية، بل السعي لتعليم الأبناء باللغة الإنجليزية ضماناً لفرص العمل، إضافة إلى ذلك تأثير اللغات الأخرى كالأسيوية التي تتواجد في البيوت مع تفاقم ظاهرة الخدم والسواق والمربيات، بل إننا اخترعنا لغة هجينة للتعامل معهم، وأطفالنا يتعاملون بها لتسهيل التواصل معهم. كما يمكن أن نضيف ظاهرة السفر كظاهرة بارزة في حياة الخليجيين قلّ أن يشابههم فيها شعب آخر. ومع ما لذلك من تأثير جيد بالاحتكاك بالحضارات الأخرى واكتساب المعرفة والخبرة إلا أن لذلك أبعاداً ثقافية سلبية إذا ما أخذت هذه الظاهرة ضمن حركات التعدادات الثقافية التي يواجهها الخليج. إن منطقة الخليج تتعرض لكثافة إعلامية وخاصة القنوات الفضائية التي ساعدت الوفرة المالية على انتشارها وتوجيه برامجها الترفيهية بصورة خاصة لزراع القيم الاستهلاكية. إن القنوات الفضائية في الوقت الراهن هي أكثر أجهزة الإعلان تأثيراً لأنها ليست مقصورة على طبقة معينة أو على مستوى ثقافي معين. وقد بدأت تشق طريقها وتتوالد وتتزايد يوماً بعد يوم، وبلا شك فإن هناك كثيراً من الفضائيات التي تلعب دوراً جيداً وإيجابياً لنشر الوعي وتوسيع هامش الحرية ونشر البرامج الثقافية المفيدة، لكن أيضاً هناك الكثير من الغث في هذه القنوات، والمؤثر تأثيراً كبيراً في عنصر الشباب خاصة والذي يمثل مستقبل الأمة. تعمل هذه القنوات في جوتنافسي كبير، يصبح مقياسه الوحيد زيادة نسبة المشاهدة، وبودي الإشارة لقناة الجزيرة بالذات وأقول إنه في مجال الأخبار ومتابعة الأحداث، تعتبر الجزيرة نقطة تحول في تاريخ الإعلام العربي، تبعثها العديد من القنوات، وأقول للتنافس وليس

التنافس عيباً. وخاصة أن هذه القنوات الإخبارية أصبحت مؤسسات ولدينا الآن القناة الإنجليزية التي بدأت مع مطلع العام وهذا مجال جديد يجب أن نعمل فيه ولكن بالكثير من الحذر، فإذا كانت هذه القنوات تستخدم المصلحة العربية وتقدم الثقافة العربية فهذا أمر جيد. كما لدينا أيضاً في الجزيرة الآن القناة الوثائقية وهو مجال مهم وحيوي وسيغني هذه التجربة. السؤال الأخير، إلى أين يتجه الإعلام الخليجي؟ سؤالنا لا يتناقض مع ما ذكر في الفقرات السابقة من أن هناك إعلاماً في الخليج مكاناً ومملكة فقط مع غياب الكوادر المحلية. ولكن يجب أن نقر بوجود إعلام خليجي وعربي يواجه من التحديات ما يسير بخط متوازٍ مع ما تواجهه المنطقة من تحديات وأخطار سياسية وأمنية وتنموية واجتماعية، وهذه الأحداث تزداد تعقيداً يوماً بعد يوم إقليمياً وعالمياً في غياب العمل الخليجي المشترك والرؤية المشتركة. وكما أشرنا سابقاً بأن الإعلام الخليجي لا يعيش بمعزل عن وسائل وأنماط الإعلام لقوى صغرى وكبرى تتواجد في المنطقة ولها خططها وبرامجها. وأسجل أنه لا توجد سياسة خليجية إعلامية مشتركة، بل إن السياسات الإعلامية مرتبطة بسياسات كل دولة ومصالحها الخاصة بها، وربما ستظل هذه النظرة هي السائدة حتى تتحقق الإرادة الجادة للعمل الخليجي المشترك. وأشير إلى أن الصحافة المكتوبة هي الأفضل في مدى ارتباطها بالهموم المحلية والهواجس الخليجية وتوفر الكوادر المتاحة لها، وتتفاوت من بلد لآخر، فالكويت تأتي في المقدمة لما تتمتع به من واقع إعلامي متطور من حيث هامش الحرية ونشاط المجتمع المدني أو التشريعات المتطورة في المطبوعات، تليها البحرين وخاصة بعد إقرار الدستور وانتخاب البرلمان وحرية إصدار الصحف. في المملكة العربية السعودية تتوفر كوادر ذات مستوى رفيع ولكن يغيب التشريع وهامش الحرية المطلوب. قطر قطعت شوطاً لا بأس به مقارنة بما كان سابقاً، ولكن ينقصها التشريع المطلوب والذي يجعل من حرية الصحافة واقعاً. وكذلك بالنسبة للإمارات

وعمان. ويجب أن نسجل أن هناك عدداً من الصحف أقرب لأن تكون مشروعاً تجارياً هدفه الربح ليس إلا. وأخيراً، ولنتمكّن من إيجاد إعلام خليجي عربي قادر على التأثير والمنافسة لابد من وضع الأمور التالية في الاعتبار. أولاً: الإصلاح السياسي والذي هو أساس كل جوانب الإصلاح الأخرى، ثانياً: قوانين مطبوعات عصرية تحقق عوامل الشفافية وحرية التعبير وتمكّن الإعلام الخليجي على الصمود والمنافسة. ثالثاً: قيام المجتمع المدني بدوره في الإعلام إما من خلال الملكية أو التواجد النشط والفعال. يقول الإمام الأصفهاني: «ما كتب أحدكم عملاً في يومه، إلا وقال في غده لو أضفت هذا ولوحذفت هذا ولو غيرت هذا، وهذا دليل على استيلاء النقص على بني البشر» وشكراً.

يوسف الجاسم: كعادة كتابات الدكتور حمد الكواري ومساجلاته الثقافية والحوارية، تحتوي هذه الورقة على الكثير من النقاط التي ستثير كثيراً من الجدل، شكراً للدكتور حمد وفتح باب النقاش ونبدأ في تسجيل الطلبات، ويرجى الالتزام بمدة الدقيقتين المتاحة لكل مُعقب.

### المناقشات:

محمد مساعد الصالح: أحب ذكر شهادتي في ما يتعلق بما سمعته، تساءل الأخ الكواري كثيراً، وكنا نتمنى وجود إجابات حيث لا طاقة لنا على التفكير فنحن لدينا أساس من الأسئلة ما يكفيها، وزدت أنت أسئلتك دون الإجابات اللازمة. القضية الرئيسية هل هناك فكر وثقافة خليجية؟ ما هي مشاكل الخليج؟ من المعلوم وجود قضايا عن الأمن، فهل هناك مشروع خليجي للدفاع عن الأمن؟ في الكويت مررنا بتجربة الغزو العراقي واستعنا بقوى أجنبية فلم يكن من المتاح غير ذلك. لا يوجد حتى الآن هوية أو فكر يقوم على أساس جغرافي. من تجربتي الشخصية، أنا، بالنسبة للمعارضين



للتوجه العربي، قومجي منذ كنت طالباً وحتى الغزو، عقب الغزو أصبح القراء محتجين على القضايا العربية التي أكتبها ويطلبون الكتابة عن الكويت، وليس الخليج حتى، وإلا فلن نقرأ. وذلك اضطرني في حال الكتابة عن موضوع عربي أن أنهي الموضوع بأمر كويتي لكسب القراء. أعتقد أن هناك فجوة بين الحكام والشعوب. فالإعلام الرسمي مجموعة من الأكاذيب، فالنشرة أغلبها استقبالات رؤساء الدول، واستقبل وودع وترأس معالي فلان ومعالي إعلان، أكثر كلمة تستعمل في إعلام الكويت هي كلمة معالي ونحن لا دور لنا، فالشعوب لا وجود لها والمهم هم أصحاب المعالي. لقد أبلغني وزير إعلام سابق في عام 1992 وهوليس السنعوسي فهو حديث العهد بالوزارة : إنه حين يجتمع رؤساء الدول لا يبحثون العلاقات الثنائية، بل يبحثون من...!

سمر المقرن: مساء الخير، لدي عدة نقاط مشتركة بين الورقات الثلاث. سأحدث عن الإعلام بشكل عام، سواء مقروء أو مسموع أو مشاهد. أعتقد أن هوية الإعلام الخليجي غير ظاهرة، فأساس هيكله القنوات والصحافة هو إخواننا العرب. في عملي الصحفي لاحظت أن وجودهم ثابت وليس لأجل التدريب أو إظهار الكوادر. كما لاحظت من الزملاء الشباب السعوديين أو الخليجيين، أصبح لديهم حالة تامة من الإحباط لأنهم يعلمون أن هناك مقاعد محجوزة مسبقاً لأشخاص معروفين وأنه ليس للسعودي أو الخليجي من سبيل إليها. أمر آخر حين نقول تدريباً وتطويراً، فنحن نكذب على أنفسنا، فجميعنا يعلم أن المؤسسات الإعلامية ليست مستعدة لتضييع الوقت أو الجهد أو المال على تعليم الشباب، بل تفضل الكوادر العربية التي لها سنوات في العمل الإعلامي. حين تناول الدكتور حمد موضوع ارتباط الإعلام بالإصلاح السياسي، نحن كخليجيين صار لنا سنوات من حملات الإصلاح السياسي، فهل يجب علينا كإعلاميين انتظار سنوات ليتم الإصلاح والتغيير السياسي لنتمكن من تعديل أوضاعنا كإعلاميين؟ من المفترض ألا

نلتفت لهذه المتغيرات ونبادر بتقديم التغيير والإنتاجية غير المرتبطة بتغيير الظروف من حولنا.

أ. محمد السنوسي: أشكر الإخوة المتحدثين الذين أثاروا حماسنا بالحديث عن العديد من النقاط المختلفة. وأستأذنكم لأطيل قليلاً. الحديث عن الهيئة في تنظيم هيكل العمل الإعلامي، لم يفهم حتى الآن الغرض والهدف منه وهل التسمية حقيقية؟ أم هو مجرد مفردة فارغة من المعنى؟ وهذا هو الواقع. إذا كانت البحرين أو غيرها حولت الإعلام إلى هيئة، ففي النهاية هي وزارة كالمثل القائل « صبه حقه لبن » والتسمية اختلفت، فالمعايير الأساسية للنهوض بالهدف الرئيسي غير متوفرة، هناك سبب واحد وحيد يعتقد الإعلاميون بأنه الأفضل وهو الاستغناء تماماً عن دعم الدولة، لا يوجد بالوطن العربي بكامله وخاصة بالدول الوطنية منه إعلام يقدر على الاستغناء تماماً عن الحكومة، مادياً ومعنوياً. الإعلام الخاص حالة خاصة في الجانب الإبداعي والحرية، أما قضية المال فليس لها قوة اقتصادية ولا أسهم في أسواق المال، ولكن لها بريستيج وعلاقات عامة وحظوة ومكانة سياسية مقصودة، السوق العربي لا يعتمد على الاقتصاد في الإعلام، ولذلك أسباب ولكني لا أستطيع الحديث بتفاصيل كثيرة. قضية هيئة هي أمر خاطئ. في الكويت، سبق لمجلس الأمة أن اقترح في دورتين تحويل الإعلام لهيئة، الأساس هو توفر الثلاث نقاط الأساسية: المال والإبداع والحرية. بعض دول الخليج تمكنت من توفير المال واستقطاب الإبداع وتوفير الحرية. قضية التفكيك هي أسوأ ما قدم، لقد قدمت خطة تفكيك عام 1977 ولكنها ليست بالمفهوم الحالي الذي يتبناه بعض الصحفيين والوزراء عنه وهم لا يفهمون معناه، ومورس خطأ على الإعلام ظهرت منه فائدة على الإعلام وليس لدي الوقت لأشرح لماذا. أسوأ ما في الإعلام هم الإعلاميون، من حيث ممارسة العمل، ونسبة قليلة تحكمها أخلاقيات المهنة وأصولها، ونسبة أقل هي القادرة على الإبداع. في قضية الإعلام العربي،

الإعلام الخليجي أكبر بكثير من دافع، الإعلام العربي الخليجي هو وعاء، وإذا عددنا كم شخصاً في عالمنا العربي يعمل في منظومة النشاط الاجتماعي على الأقل في الإعلام الخليجي، سنجد آلافاً من البشر تعيل أسراً كثيرة في دول كثيرة، عشاق الكمبيوتر والتكنولوجيا الحديثة المتطورة والمنافسات كثيرة الإبداع كل ذلك في الإعلام الخليجي الذي يعيش عليه الأذكيا ممن يديرون الإعلام العربي. تشاؤم الأخ نبيل مستغرب فهذا السواد غريب فالإعلام يتطور حتى الإعلام الحكومي، لعله ليس بالحس الاقتصادي ولكنه موجود، أمر آخر عندما تحدث الأخ الكواري عن الجزيرة نتفق معه، ولكن عندما تقوم الجزيرة بعرض شخص يلبس اللباس الوطني الخليجي فقط لتظهر أنها تملك كوادر خليجية فهذا أمر مرفوض تماماً.

حسن الصبيحي: أتمنى عدم استقطاع ما أخذه السنغوسي من وقتي، أعطي نفسي الحق بتقديم بعض الشهادات عن الإعلام الخليجي ولن تكون شهادة زور حيث إنني لست أيديولوجيا حيث يجيدون تقديم شهادات الزور. أول أمر في الإعلام الخليجي، هو أن أكثر نماذج الإعلام متأثراً بالإعلام الوارد أو ما يسمى بالاستعمار الإلكتروني هي الإعلام الخليجي. الاستعمار الإلكتروني قسم العالم لثلاثة أقسام، إعلام أول وإعلام ثان وإعلام ثالث والذي نحن نقع من ضمنه، فإعلامنا متأثر كثيراً بالغزو الثقافي والذي أصبح يسمى الاستعمار الإلكتروني. الأمر الآخر هو أن الإعلام الخليجي فاقد لعنصر التوازن في المضمون، فهناك مضمون عربي خارق وكبير ومضمون دولي كبير ومضمون خليجي فقير ومتواضع الأمر الثالث، أن الإعلام الخليجي يفقد للهوية، فلن نكون عربياً إن لم نكن خليجيين ولن نكون عالميين إن لم نكن خليجيين وعربياً، فالأصل هوفي الخليج، فإن استطعنا أن نعكس معاناتنا واستطاعت بيئاتنا الإعلامية مدنا بالمضمون الذي نقدمه للناس فنحن على الطريق الصحيح. العنصر الرابع هو محدودية الانتشار، فنحن نظن أننا إعلاميون كبيرو الحجم وصحفنا

منتشرة، فعدد صحفنا الموزعة تعد بالآلاف وليس بالملايين، في حين يوزع الآخرون بالملايين. هذا ليس انتشاراً، باستثناء الجزيرة التي نحییها ونذكرها أن التاريخ لا یرحم، فإذا فقد المضمون الحيادية في تقديم الحقائق فلا أعتقد أن التاريخ سينصفها، صحیح أنها منتشرة ولكنها تتحاز بعض الأحيان إلى الباطل. لدينا إعلام محلي منغلِق عربياً وخليجياً، فنحن ليس لدينا إعلام خليجي بل إعلامات خليجية، وإن بحثنا عن مد جسور التواصل بين الإعلاميين الخليجيين سنجدنا مفقودة. إن تابعنا صفحات الرأي في الصحف نادراً ما سنجد سعودياً يكتب في صحف الإمارات أو إماراتياً يكتب في صحف الكويت، في حين نجد في كل الوطن العربي كتاباً، وهذا لا يقلل من قيمتنا كخليجيين في القدرة على تقديم إبداعات لا تقل عن إبداعات الآخرين. الإعلام الخليجي غير قادر على أن يمتد خليجياً ولن نعالج واقعه إن لم نعالج النقاط السابق ذكرها.

د. حسن مدن: ملاحظتي سريعة جداً بخصوص قناة الجزيرة، أنا أتفق مع الدكتور الكواري في أنها أسست تقاليد جديدة في الإعلام العربي وهناك برامج تحاول محاكاتها. الكثيرون يلاحظون أنها في تعاطيها مع وضع عربي متفجر وانقسامات طائفية ومذهبية غير مسبوقة ربما من أجل المشاهدة الأوسع وطبيعة الضيوف والخطاب المسيطر موجه لوجهة لا تخدم ترشيد الأداء السياسي ولا توجيه الشارع العربي أي لا تتجه للوجهة الخلاقة البناءة نحو الوحدة والتغلب على الصعوبات الحالية. يجب أن تكون هناك معايير لاختيار الضيوف والمفردات وطبيعة توجيه الخطاب الإعلامي، ومع التأكيد على الدور الإيجابي للقناة وأهميتها لا يمكن النظر للمسألة مفصولة عن الأداء السياسي الذي قد تخدمه ببعض برامجها ولا أعمم لأن التعميم عادة منبوذة.

عقيل القين: بسم الله، أحب التعليق على ما ذكره السنعوسي عن تفتيت وزارات الإعلام، نحن في المملكة وكعضوفي اللجنة الوزارية لتطوير الأجهزة

الحكومية أمضينا أكثر من سنة في مناقشة هذا الموضوع وصلنا لقرار ضرورة تفتيت الوزارة إلى عدة أجهزة لتطويرها تخطيطياً وتنظيماً والتغلب على المشاكل البيروقراطية، تحت دعم وتطوير الحكومة السعودية التي ستبذل الكثير. ولكي تتطور وترقى الخدمة المقدمة من الإعلام لابد من الفصل بين التلفزيون والإذاعة وغيرهما. كما أحب التعليق على الوضع العام للإعلام في دول الخليج من وجهة نظري الشخصية. أولاً، الإعلام الحكومي الخليجي يواجه أزمة ومشكلة لقيام المشاهد بالمقارنة بين ما يقدم له من القطاعات الحكومية والخاص مما وضعه في وضع سيئ جداً بسبب أن مشكلة الأجهزة الحكومية هي التزامها بالبعد الأخلاقي بينما يجد المشاهد في القنوات الأخرى تعديت على تلك الأخلاق وخاصة في القنوات التجارية. مشكلتنا في العالم العربي والخليجي ككل أنها أصبحت تعطي الترفيه جزءاً كبيراً من أوقاتها، ونسيت أنها بنيت للتعليم والترفيه معاً. في عام 1948 بدأت أمريكا في استخدام التلفزيون في التعليم، ونحن حتى الآن لم نستخدم التعليم في التلفزيونات العربية. المناطق البيئية والقرى حرمت من الإعلام وأصبحت في مظلة إعلام المدن، القرى بثقافتها لا يوجد لها حتى إذاعات محلية وهو أمر يمكن استغلاله. أخيراً، مشكلتنا في دول الخليج أننا تركنا تطوير الكوادر الفنية الخليجية لذا سنظل مستوردين للكوادر من الدول الأخرى ونشتكي من أن الكوادر الخليجية غير مؤهلة رغم أنها لم تأخذ حقها في التعليم والتطوير والتدريب.

يوسف الجاسم: أذكر الإخوة الحضور بأن جلسة الغد التي ستبدأ في التاسعة والنصف ستكون جلسة مفتوحة لمن يود الإدلاء بآرائه ومن لن يتمكن من التعليق اليوم، كما أذكر أنه في الساعة السادسة والنصف من مساء اليوم ستبدأ المنتديات الفرعية، قاعة النصر للإعلاميين ونرجو تواجد الإعلاميين، قاعة الذهب للمنتدى النسائي، قاعة اللؤلؤ للشباب قاعة الدنيا لرجال الأعمال، قاعة المجد للأكاديميين.

موسى زينل: أشكر الرئيس ويبدو بالفعل أن الهم واحد لأن الكثير من النقاط التي أود طرحها ذكرت. لدي نقطة تنظيمية، ليس لكوني قطرياً وأنا كما يعلم د. حمد عبد العزيز لست جزيرياً فلن أدافع عن قناة الجزيرة، ولكن أخشى أن تجير هذه الجلسة للحديث عن قناة الجزيرة. إلا إذا اعتبرناها المعيار والمقياس، لذا أرى أن نخلص إلى شؤوننا. سؤال يرتبط بنفس الملاحظة، هل هناك فعلاً بالمعنى العلمي الدقيق إعلام خاص في دول الخليج؟ كما في أمريكا ولبنان مثلاً؟ أم أنها لا تزال بشكل أوبآخر حكومية تمويلاً وسياسة؟ الملاحظة الأخرى هي الحديث عن هوية قنواتنا، أ طرح السؤال على المتحدثين الثلاثة. ما دور المؤسسات الإعلامية الرسمية والمؤسسات الخاصة في إعداد الكوادر العاملة في هذه المحطات. هل ستكون هناك خطط وبرامج لإعداد واستيعاب أجيال من الكوادر الخليجية في النواحي التقنية والإعداد والبروز أمام الشاشة أم أنها صدف. فإن نجح يوسف الجاسم سنأخذه لهذه القناة أوتلك؟ هل أعد من خلال برامج هو أو غيره من الإعلاميين؟

الشيخ وليد الإبراهيم: قبل الأستاذ موسى، ذكرت مشهداً للإخوة الكويتيين في مسرحية حامي الديار حين كان سعد الفرج رئيس تحرير يقول لعبد الرحمن الراشد: رد عليه، رد عليه. أحب التعليق على سؤال الأخ موسى بخصوص وجود إعلام خاص، أحب الرجوع للبداية فنحن بدأنا كشركة إنتاج تعمل في القطاع الخاص للعمل في التلفزيونات الحكومية وحاولنا تسخير بعض الإبداع من الشباب المتحمس في أول الثمانينات ولكن وجدنا أن هناك حداً معيناً من التعامل مع التلفزيونات الحكومية يقتل الطموح والإبداع، ومن هنا نشأت فكرة تكوين MBC، حين بدأنا كنا كالسائر في درب مظلم ولا يرى سوى ما أمامه، لم يكن هناك تجارب سابقة من ناحية التكنولوجيا الموجودة وكفكرة إعلام خاصة، وأذكر أن من يرونا كانوا المقتدرين ممن يملكون أجهزة الاستقبال، فلجأت للكويت والبحرين والمغرب

ليفتحوا لنا المجال للحصول على بثٍ أرضي. ذكر أبوتميم مسألة القرب من السلطة، إن كان يسخر لمكاسب تجارية فالإعلام هو آخر مجال يوفر ذلك، حين بادرنا المبادرة الأساسية كانت مبنية على إبداع وطموح ومهنية بحثة، التعامل مع السلطة أمر وارد رضينا أم أبينا. فنحن في دول لها خصوصياتها وقوانينها ومجتمعاتها، الاستقلال الإعلامي غير موجود، هل BBC مستقلة؟ هل CNN مستقلة؟ هل الجزيرة مستقلة إعلامياً؟ هناك حدود لاستقلال الإعلام فهي كلمة مطاطة، وعلى العموم لا يوجد استقلال في الصحف أو القنوات. أعتقد أن هناك ظلماً للتجارب الماضية لنا ولغيرنا ممن بادروا ودخلوا هذا المجال فالأهداف بعيدة جداً عن التوجه بالمجتمع لإعلام استهلاكي، وجود الدخل المادي للإعلام هو الطريق للاستقلال ليس للدول بل وللأشخاص، حين تكون لشركة قيمة سوقية ستحول لشركة عامة تملك من قطاع كبير من المجتمع وتحرر من الدولة ومن ملاكها الأساسيين وهذا هو الاتجاه الذي نسلكه، وهذا ما نقوم به في الـ MBC، فنحن نعمل مع شركة حالياً لطرح MBC في أسواق خليجية لتكون ملكاً للمجتمع الخليجي.

مريم الخليفة: أتاح لي تواجدكم وصول رسالتي ووجهة نظري، إن تطوير الإنسان العربي هدف سامٍ أهنئكم على السعي لتحقيقه، ولكن، وأضع تحت لكن خطوطاً حمراء لأهميتها، ليس على حساب الحياء والقيم المترسخة في ديننا. فالإعلام، وتحديداً المرئي، مع التطور عليه مراعاة المشاهد الإنسان العربي الخليجي المسلم صاحب الحياء، فلا يجب أن يبث بحرية مطلقة دون رقابة على ما تحتويه هذه الأفلام والمسلسلات والبرامج من مواضيع تكون أحياناً مخلة بالحياء. كما أود القول إن تطوير الإنسان لا يكون فقط في بث البرامج الترفيهية وإنما بالبرامج التثقيفية التي تسعى لتثقيف الإنسان عقلياً وذهنياً بالإضافة للترفيه مع الموازنة بينهما. وشكراً.

ابتسام الكتبي: أعتقد أن الإعلام متغير تابع وليس متغيراً مستقلاً. فإن لم يكن هناك إصلاح سياسي يوسع الحريات فلا مجال لتطور الإعلام، فتطور الإعلام يكون بتوفر الحرية اللازمة. لا أتصور أن هناك إعلاماً خليجياً سواء الجزيرة أو العربية أو غيرهما. يوجد على الإعلام قيد آخر غير القيد الحكومي وهو قيد الإعلان، وأتمنى أن يحدثنا أحد عن ذلك. فأحياناً حين أتابع قناة العربية أحس بأنني أتابع تلفزيوناً سعودياً لكثرة المنتجات والإعلانات السعودية، وأرجو أن تعذر صراحتي يا شيخ وليد فأنا لا أحب تقييد أفكار، فهل أنت تطرح نفسك كتلفزيوناً سعودياً من خارج الجزيرة أو تلفزيون مستقل موجه لمجمل الخليج؟ أعتقد أن الفضائيات الخليجية تتأرجح بين قطبين، قطب تمثله الجزيرة التي تعزف على المكبوت السياسي، والقطب الآخر هو LBC وشبيهاتها والتي تعزف على المكبوت الجسدي. الإعلام الخليجي للأسف لم ينجح في تمثيل انعكاس أو مرآة للمجتمع الخليجي، أنا لا أشكك بالعناصر العربية فهي جيدة، ولكن أحياناً تكون هذه العناصر العربية سواء على مستوى المذيعين أو الجهاز الداخلي تعطي إحساساً بأنه رغم وجود هذه المحطات في الخليج إلا أنها لا تنتمي له ولا تعكس هموم أهله السياسية والاجتماعية والاقتصادية. وشكراً.

نادية الشراح: شكراً للسيد الرئيس، حين قرأت ورقة د. حمد شعرت بوجود قلق على الهوية العربية لديه، وبدر في ذهني سؤال عن تعريف الهوية، هل هي الهوية العربية الإسلامية أم هناك تعريف أكبر من ذلك؟ إن خوفنا من اندثار أو تغير هويتنا هو هاجس قد يكون غير واقعي نوعاً ما، فلو تم الاتفاق على تحديد هذه الهوية سنتمكن من مراقبة هل تأثرت الهوية أم أن ذلك مجرد هاجس؟

سعد الزهراني: أقترح وأدعو الإخوان تأجيل تساؤلاتنا للجلسة القادمة لإتاحة الفرصة للإخوة للرد على بعض هذه القضايا والأسئلة.



علي صالح: بالنسبة لموضوع الأدلجة والطائفية، أعتقد أنها مشكلة حقيقية تواجه صحافتنا وإعلامنا، مسؤول عنها الإعلام الحكومي والرسمي، وبالأوضح السلطة الرسمية والتي تستغلها لإيجاد عدد من الصحفيين الموالين لها. النقطة الأخرى بخصوص هيئة الإذاعة والتلفزيون، أنا أتفق مع السنعوسي، في أن كل ما حدث في البحرين هو فصل ميزانية الدولة لجزأين، قسم للإذاعة والتلفزيون وقسم للإعلام، وبذلك أنشأنا هيئة إذاعة وتلفزيون، بينما هو في الواقع أمر شكلي. قبل فترة عندما تم التعديل الوزاري الجديد، كان عندنا هيئة النفط، وجُعل رئيسها هو وزير النفط ورئيس هيئة النفط بشخصه وموظفيه وإداراته كما هي. بالنسبة لنقطة د. حمد عن الجزيرة، أعتقد أن الإعلام الذي من نوع الجزيرة في الخليج كله وحتى الصحافة التي تصدر خارج الخليج لا علاقة لها بالداخل، ففي قطر مثلاً الجزيرة تكتب لنا يومياً الرأي والرأي الآخر وغيرها، فقطر أعلنت عن دستور جديد من 3 أو 4 سنوات وحتى الآن لم نسمع عن وجود انتخابات ولم يتجرأ أحد على أن يناقش هذا الأمر. الواقع أمر يختلف عما يصدره هذا الإعلام. بخصوص ما أثاره د. وليد عن أن MBC ستكون ملكية عامة، هذه خطوة ممتازة، ولكن نرجو أن يتمكن الخليجيون ليس فقط من امتلاكها ولكن أيضاً من التعبير عن وجهة نظرهم من خلال MBC.

بهية الجشي: شكراً والشكر موصول للسادة المتحدثين، لدي سؤال للأستاذ نبيل حين ذكر أن الإعلام يصطدم بحائط تقليدي جعل التغيير لا يلامس الجوهر، وذكر أن هناك اعتبارات تحد من انطلاق الإعلام الخليجي، إلا أنه لم يذكر ما هو هذا الحائط التقليدي وما تلك الاعتبارات التي تحد من انطلاق الإعلام الخليجي ثم استدرك وذكر أنه من بين هذه الاعتبارات، الحروب التي مرت بها المنطقة. أحب أن أذكر أنه أثناء غزو الكويت كانت تلك هي انطلاقة ظهور الفضائيات، حين أدركت دول الخليج مدى ما لعبته CNN من دور كبير أثناء الحرب. لذلك لا أدري كيف اعتبر الأستاذ نبيل

الحروب من العوامل التي تحد من انطلاق الفضائيات والإعلام. نقطة أخرى حين الحديث عن الإعلام الخاص والذي كان له تأثير كبير على الإعلان الرسمي من الناحية التقنية والشكلية، إلا أنه خلق إشكالية أمام الإعلام الرسمي لأنه مرتبط أكثر بتقاليد مجتمعية معينة وإمكانات مادية محدودة، جعلته يلهث لتقليد الإعلام الخاص دون الوصول لمستواه. وأشكرك على إثارة نقطة في غاية الأهمية حين تحدثت عن الإمكانيات المادية، لأنني اتفق معك في أن الإعلام سلاح لا يقل أهمية عن السلاح الحربي ومع ذلك لم ندرك حتى الآن أهميته لنضع له الموازنات الملائمة. ما أثار انتباهي أيضاً كثرة الحديث عن الهوية الخليجية، أتساءل عما نقصده بالهوية، هل نعني بها الهوية العربية الإسلامية، إن كان كذلك فتلك ليست هي الهوية الخليجية. هل هناك هوية خليجية محددة؟ هل هي مرتبطة بتقاليدنا وقيمنا التي نرى من خلال المسلسلات أن ماضيها كان جنة وفقدناها، والآن نعود لها؟ صحيح أن هذا جزء من تراثنا وماضيها ولكن آن الأوان لأن نخرج من هذه البوتقة وننظر للمستقبل، فإما نتحدث عن الماضي بكل سلبياته وإما نتحدث عن مجتمع يعيش في قصور، فحتى في الدول العربية يعتقدون أن كل خليجي يعيش في قصر وداخل كل قصر يعيش الخليجي في كثير من الممارسات البعيدة عن قيمنا وتقاليدنا من الشجارات العائلية والممارسات التي هي بعيدة عن الواقع. سؤالي الأخير، هل من الممكن وضع قنوات خليجية متجانسة في توجهاتها مع وجود فروقات من النواحي السياسية ومساحات الحرية؟

عبد الرحمن العلولاء: تعرض أحد الإخوان المتحدثين بقضية التزام الإعلام الخليجي بالقيم والمبادئ، أعتقد أنه من التوجه الجديد في المنطقة ومع تزايد الحجم الإعلامي على المستويين المقروء والمرئي، هناك الكثير من المحاذير والأمر التي لم تخضع لأي تشريع ينظمها، وأمثلة ذلك ما نراه من تعرض لهذه القيم والمبادئ في وجود محطات موجهة ذات رأي واحد

وتكرس أنواع كثيرة من الطائفة والتقسيم داخل المجتمعات، وفي المحطات المشابهة لصحافة التبلويد، ومحطات تقدم عروضاً مركزة ومتواصلة من الإسفاف والانحطاط وحتى في وجود محطات مشبوهة. لدي مثالان على قضية الالتزام المهني الإعلامي، خلال الأسبوعين الماضيين حين توفي عبد الله الدبل رحمه الله سارعت إحدى المحطات، خبر عاجل بوفاة فلان، فهل هذه منافسة؟ أعتقد أنها تجاوز للقيم. هناك نقطة أخرى عن عرض إحدى الصحف الكويتية لصورة حفيذة صدام وأن ذلك نوع من السبق الإعلامي رغم أن ذلك يمثل نوعاً من تجاوز القيم والمبادئ التي يعيش عليها المجتمع، فلو كانت الصورة لنانسي عجرم أو غيرها ما نشرها. أمطرنا د. حمد الكواري بالكثير من الأسئلة ووجدت أنها أوجعت الرؤوس، وقد وجدت الجواب في سؤال واحد، هل يقدم الإعلام الخليجي رسالة موضوعية صادقة تساهم في التشكيل الإيجابي والمأمول للفرد في هذا المجتمع؟ وشكراً.

د. أحمد عبد الملك: أشكر المنتدى الذي أتاح لنا رؤية الوليد، فأهلاً به ونأمل أن يأمر بطانته الحكيمة بالتواجد الخليجي في المحطات التابعة له. تحدث الشيخ الوليد أن الإعلام الأهلي أنشأ كوادراً إعلامية وهي خطوة نؤيده فيها ونأمل أن يكون للإعلاميين الخليجين دور ونسبة فيها. الأستاذ نبيل، بذكاء الوزير حاول أن يثينا أن نسأل أسئلة مباشرة بأنه مسؤول عن السياسة الإعلامية في البحرين ومجلس التعاون. بالنسبة لورقة د. حمد، فيها الكثير من الأسئلة ولكن إن أردنا أن نعلل ما قاله، فقد ساهمنا في تمييط المشاهدة واستوردنا الكثير من البرامج وركزنا على الترفيه، بلغ عمر بعض المحطات 39 عاماً وما زالت تستورد البرامج، وفي إحداها وبعد أن بلغت 39 عاماً ما زالت لا تحوي إلا مديعاً واحداً محلياً يقرأ نشرة الأخبار. أعتقد أنها مسؤولية الإعلاميين ووزراء الإعلام في مجلس التعاون. النقطة الأخيرة عن مخاصمة الإعلام للمفكرين، كان القصر أو الديوان ضد

المفكرين لأنهم يثيرون الشغب، والآن انفتح العالم وأزيلت الرقابة، فنأمل أن تتصالح المحطات العربية مع المفكرين.

د. إبراهيم البعيز: سؤالي للشيخ الوليد، ليس لعلاقته بمجموعة MBC أو شركة آرا، ولكن كرجل مستثمر في مجال القنوات الفضائية. يلاحظ على القنوات الفضائية عدد من السمات التي توحى لنا بأننا ننقل تجارب الدول الغربية المتقدمة في العملية الإعلامية، كالملكية الخاصة، والتخصص، والاعتمادات على الاشتراكات والإعلان مما يعطي نوعاً من الاستقلالية الاقتصادية من الحكومة، ولكن مشكلة هذا الاستيراد أننا أتينا بهذه المنظومة في منطقة لا تمتلك المقومات الأساسية لقيام هذه الصناعة الإعلامية، وأشير إلى ناحيتين، أولاً قضية الإنتاج، فبعدد هذه القنوات التي لا دور لنا فيها سوى أنها دفتر شيكات بإطلاقها وبنائها، وذهبنا لمنتجات المحطات والأقمار وسألناهم عن برامجهم لاستيرادها، فصناعة الإعلام في الخليج والمنطقة العربية بشكل عام مازالت متخلفة. وهناك دراسة تقول إنه لو عرضت كل الأفلام المصرية التي أنتجت في القنوات الفضائية العربية فإنها ستنتهي خلال أربعة أيام. السمة الأخرى وهي قضية انخفاض حصة الفرد في الإعلان التجاري. فهي 100 في دول الخليج، وهي لا تشكل إلا 25% مما ينفق على الفرد في الولايات المتحدة، لذا ستكون إيراداتها المالية فقيرة وهزيلة فلن تلجأ إلا لأرخص البرامج وهي برامج الولايات المتحدة الأمريكية. النقطة الأخيرة، نحن لا نشعر بأن هذه القنوات في الخليج، حيث إنها بدأت خارج المنطقة وحين أردنا إدخالها وضعناها في مناطق استثنائية، كمنطقة دبي الإعلامية، وفي مصر في مدينة الإنتاج الإعلامي، وأرغب من الشيخ الوليد التعليق على هذه النقطة.

أنور الرواس: سمعنا آراء كثيرة ولكني أرجع للأستاذ نبيل الحمر وهو إعلامي سابق قبل أن يكون وزيراً في الحكومة البحرينية، حين تحدث عن الإعلام الرسمي قال عنه إنه حبيس وأنا أتفق معه، ولكن في ما يتعلق بأنه حافظ

على نفسه من الأيديولوجيات لابد أن نكون صريحين أكثر، الإعلام الرسمي هو من أوجد التطرف بالتوجيه الأحادي من قبل السلطة الحاكمة، هؤلاء أبرموا اتفاقاً مع السلطة الدينية، ألا تعتقد أن الحكومات مارست الإرهاب من خلال إعلامها؟ وشكلت ما نحن نخشاه؟ في هذه المعادلة الصعبة يجب أن نعترف بالأخطاء، صحيح أن الإعلام الرسمي ساهم في مراحل الأولى في بناء دولة وقدم الكثير من خلال التعليم والتنمية والإنجازات، يجب أن نتخلص من الماضي ونعيش العصر من خلال أدواته، نريد أن نكون واقعيين وأن ننطلق بطريقة واقعية وأكثر ثباتاً للخروج من بوتقة من الأكثر حرية والمسيطر أكثر. وشكراً.

إبراهيم إسماعيل: لدي عدة ملاحظات، أشكر الضيوف الكرام المتحدثين، وأركز على وجهة نظري الشخصية، وكلامي للأستاذ نبيل الحمر، في رأيي الشخصي لا يوجد إعلام عربي غير مؤدلج، وأرجو أن يثبت لي عكس ذلك، كما تحدث عن التسلسل داخل أجهزة الإعلام، أعتقد أنه تمركز لشتى الأطياف الفكرية الموجودة. في حديثنا عن شهادات عن حاضر ومستقبل الإعلام، أنفق مع د. ابتسام على أن الإعلام الخليجي يعاني من مشكلة الحريات فهو انتقائي وهو يحدد من يتكلم ومن لا يتكلم، ونحن نعيش هذا الواقع، الأمر الآخر، الإعلام الخليجي متمركز حول رجال السلطة السياسية ما أكلوه وما شربوه، عاد، ذهب، سافر، وصل... وإلى آخره. النقطة الأخيرة هي غياب الرؤية الإعلامية الواضحة للإعلام الخليجي. وشكراً.

عثمان الرواف: في التحليل السياسي منطلق عام بوجود حالة عدم حب بين المؤسسات البيروقراطية والإعلام بسبب أن تلك المؤسسات تقوم على السرية، والإعلام يقوم على الشفافية، أسأل الشيخ الوليد عن إذا كانت هناك مؤسسة قطاع خاص تعمل على مجال عربي، كالعربية التي تفتح بعض الملفات دون وجود حالات كبيرة من الإثارة، بينما الجزيرة أثرت

حولها ردات فعل ومشاكل كبيرة. هذا يخلق تساؤلاً، فهل سر النجاح هو سحر القطاع الخاص؟

د. حمد الكواري: سرّني من اختلف معي بقدر من اتفق معي، وهذا هو الهدف من النقاش أن نسمع وجهات نظر لنصل لتصور مشترك وأن تكون هذه النقاط محل نقاش مستمر للوصول للهدف المشترك. وأقول للأخ الوليد أشكرك وأنا متفهم لموقفك وإن كنت أتمنى أن يكون الحصول على رخصة عمل إعلامي معين من محطة تلفزيونية أو جريدة أو غيرها أن يكون هناك تشريع يتحكم فيمن يمنح له هذا الترخيص، ليكون الجميع سواسية بغض النظر عن قريهم أو بعدهم عن السلطة. والقرب من السلطة ليس اتهاماً. بالنسبة للأخ محمد مساعد الصالح، بالفعل ليس لدي أجوبة قاطعة لكثير من الأسئلة التي أطرحها وقد تصورت أنه بوجود هذه المجموعة سنتمكن من الوصول لإجابات. أعتقد أن الإصلاح مترابط بجميع أجزائه فبدون الإصلاح السياسي لن يكون هناك إصلاح إعلامي أو إصلاح اقتصادي. بالنسبة للأخ أبوطارق، أعتقد أن الاسم كهيئة أو وزارة أو أن تفكك أولاً هو غير مهم، بل المهم هو أن يكون هناك تشريع واضح يجعل من المؤسسات مؤسسات فعلية قادرة على أداء عملها. أيضاً لا أختلف معه في عدم وجود الكادر القطري أو الخليجي في الجزيرة، وأود القول إن ذلك أثير في الصحافة القطرية بقوة وربما يأخذ طريقه للتعديل. بالنسبة للهوية فلا هوية لنا إلا الهوية العربية، بالتالي اعتقد أنه إذا كنا في سبيل أمور معينة سنفقد الهوية فعلياً التفكير جيداً، فالهوية أمر أساسي بالنسبة للإنسان وإلا أصبح لا شيء.

نبيل الحمر: أعتقد أنني أتفق مع رؤية بوطارق مع ما طرحه، فهو كان ممن وقفوا ضد تفكيك وزارة الإعلام، أنا أيضاً كنت أثناء وجودي في الوزارة وبعد خروجي منها ما زلت على قناعة تامة بأننا في حاجة لمؤسسة رسمية تدير وترعى وتنسق وتشرف على الأجهزة الإعلامية. مما يؤسف له أن

كثيراً من أقلام الخليج تظن أن الحريات الصحفية والإعلامية ستتطلق بعد تفكيك الإعلام. الأخ علي صالح حملني مسؤولية وهو صادق، كذلك الأخت بهية، قضت 4 سنوات في وزارة الإعلام حققت فيها القليل وليس بالطموح الذي كنت أسعى له. وللعلم فقد جئت من خلفية مؤسستين إعلاميتين ناجحتين، أولاهما وكالة أنباء الخليج وأعتقد أن كثيراً ممن كانوا مطلعين على العمل الخليجي الإعلامي أشادوا بقوتها وإمكانياتها، والأخرى في القطاع الخاص بتأسيس مؤسسة جريدة الأيام. وفي وزارة الإعلام اصطدمت بكثير من القيود الروتينية وحالي حال السنغوسي وغيره ممن تسلموا الوزارة واصطدموا بحائط صلب من القيود التي تعيق حرية الإنسان المهني الذي يريد تقديم شيء جيد. سألت في بداية تسلمي للوزارة عن ميزانية التدريب وقد صدمت بها. فوزارة تحوي 900 موظف تقريباً ميزانية التدريب بها كانت 18000 دينار بحريني، خلال أربع سنوات استطعت رفعها إلى 200000 دينار بحريني، تعتقد الدولة أن الأولوية للتعليم والصحة وغير ذلك، ولكني اعتقد أن الإعلام هو صناعة الإنسان والرأي العام في الدولة. وهذا مثال بسيط بالقيود التي يصدم بها المسؤول والتي تحد من إمكانية العطاء عند تحمله لمثل تلك المسؤولية. هناك حسن نية ولكنه ليس كافياً، الأهم هو تطبيق حسن النية، بالنسبة للهوية فأنا أو من بهويتنا العربية وبضرورة المحافظة عليها والتشبث بها.

الشيخ وليد الإبراهيم: سأعلق على ملاحظات الأخت ابتسام حين تحدثت عن قنواتنا العربية وان كانت موجهة للسعودية والعالم العربي، MBC حين بدأت في لندن توجّهت للعرب، في ما يخص الإعلانات السعودية وكثرتها فلذلك جانب، التلفزيون السعودي تمكن من اقتطاع نسبة كبيرة من صرف الإعلان في المملكة من الصحف وغيرها، لذا كانت حصة الإعلان فيه كبيرة مقارنة بباقي دول الخليج التي تملك الصحف حصص الإعلان الأكبر فيها، لذا أصبح هناك صناعة للإعلان التلفزيوني في السعودية أكثر من أي بلد

آخر، وهذا ينعكس على جميع القنوات الموجودة وليس نحن فقط، فالقنوات اللبنانية والجزيرة وغيرها الإعلان السعودي بها أكبر وحتى التوقيت يعتمد على التوقيت السعودي. في ما يخص الكوادر والإنتاج، لدينا إشكالية كبيرة في هذا الموضوع فنحن من أوائل من حاولوا صنع الكوادر الخليجية، وقد لاحظنا إشكالية من بعض الشباب الذي يبدأ معنا ثم ينسحبون لأسباب عديدة، مجرد كون بعضهم سعودياً أو خليجياً يعتقد أنه خلال سنة أو اثنتين سيكون مسؤولاً على من يعتبر أعلى منهم أو يتعامل معهم بفوقية وهذا يسبب إشكاليات إدارية بشكل مستمر. وهذا لا يعني وقوفنا عند هذه المرحلة، ولكن نحن عندنا 3 وزراء إعلام سابقين مروا جميعاً بتجربة الكفاءات الوطنية. أذكر أن الشيخ أحمد الفهد أول ما أصبح وزير إعلام في الكويت قابلته فقال لي حين استلمت الوزارة كان بها 3 أو 4 آلاف موظف شاب كويتي ولكني وجدت العاملين أقل من مائة والباقيين موظفين من وساطات أو غيرها ومعتلين للعاملين، وأذكر أن السنغوسي قال لي اعطيكم رواتب واقعدوا في بيوتكم. فلا شك أننا مقصرون في هذه النقطة. لدينا نقطة مهمة لا بد من التطرق لها على السعودية تحديداً بخصوص تعليم اللغة الإنجليزية، نحن بدأنا في لندن وبقينا فيها 10 سنوات، كانت الشركة كلها تدار باللغة الإنجليزية. من تقدم من السعوديين أو بعض دول الخليج كان هناك صعوبة في دخولهم في النظام الداخلي لضعف اللغة الإنجليزية معهم، حتى أن أحد رؤساء التحرير السابقين في السعودية عمل معنا أسبوعين فقط، وبرر لي ذلك بأن وجد أن جميع الاجتماعات باللغة الإنجليزية فأحس أنه غريب واضطر لترك العمل. فتعليم اللغة الإنجليزية في سن مبكر أمر ضروري ولا بد النظر له. موضوع الإثارة ذكره د. عثمان من أن العربية قدرت على توصيل الرسالة دون اللجوء للإثارة، قبل العربية كانت أخبار MBC في 1991 هي الأكثر مشاهدة بين المحطات الموجودة وقتها، ولا كانت تلجأ للإثارة فنجاح العربية امتداد للـ MBC، والواقع أن

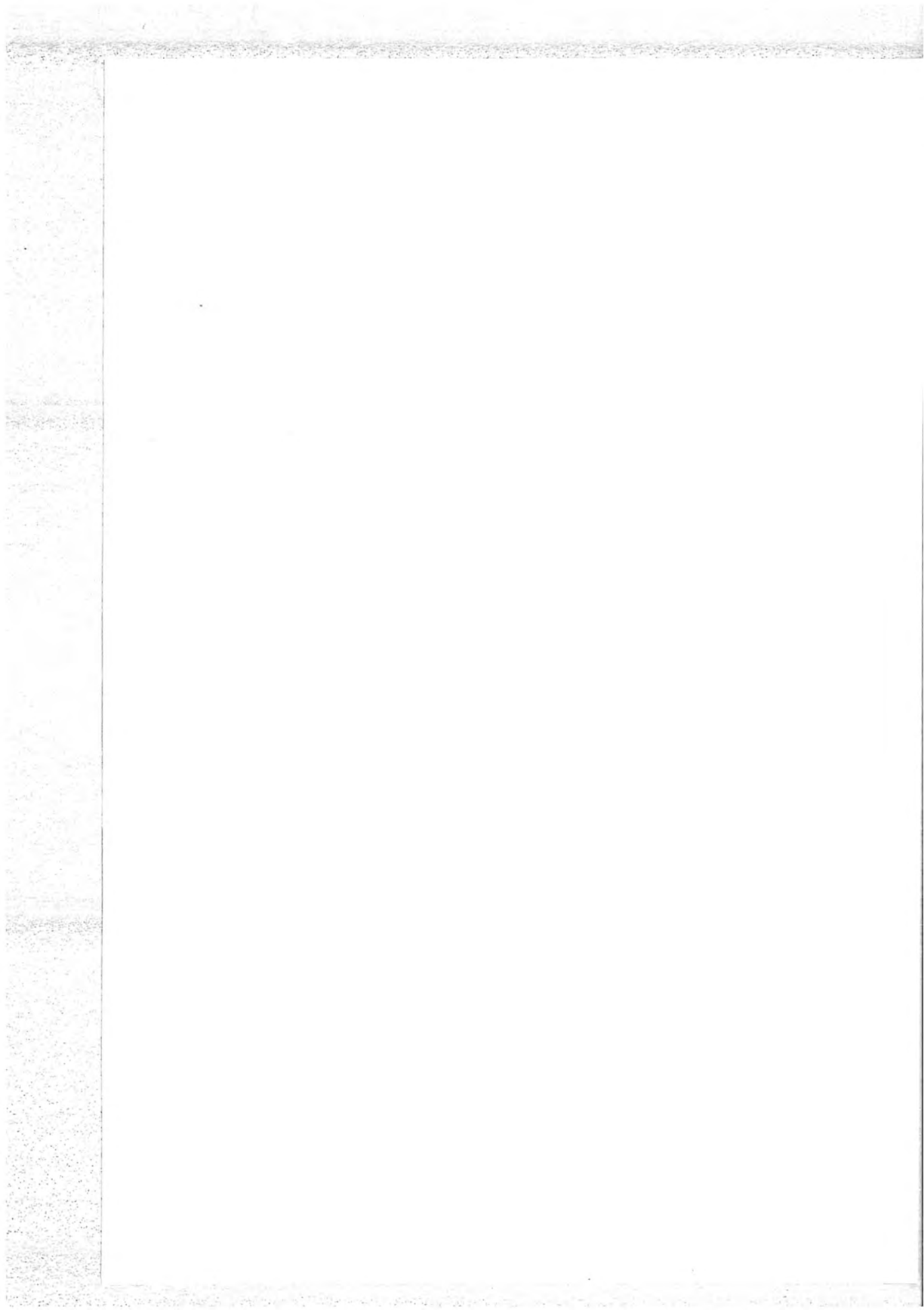


العربية اسم لغرفة أخبار MBC. وشكراً للجزيرة على ظهور العربية، فوجود قناة إخبارية تحتاج لسقف من الحرية لم يكن متاحاً قبل ظهور الجزيرة. في ما يخص الإنتاج، نحن بصدد عمل شركة كبيرة مختصة بالإنتاج الخليجي وهذا رد على د. إبراهيم، حيث إننا سنركز على هذا الموضوع خليجياً.

يوسف الجاسم: بسم إدارة منتدى التنمية أتقدم بالشكر لضيوفنا على هذا الإثراء الذي تضمنته هذه الجلسة والشكر موصول للإخوة المعقبين ونحتفظ بدور أ. سعد الزهراني والأستاذ عبد الجليل الغريللي لغد. أذكر بالمنتديات الجانبية، قاعة النصر للإعلاميين، الذهب للنساء، اللؤلؤ للشباب، دنيا لرجال الأعمال، المجد للأكاديميين، وستبدأ جلسة غد في الساعة 9:30.

## الجلسة الرابعة

رئيس الجلسة: عبدالعزيز الصقر



د. عبدالخالق عبدالله: هذه هي الجلسة الصباحية الرابعة والأخيرة من مؤتمرات منتدانا السنوية، والتي جرت العادة على تخصيصها للمستقبل والنظر في ما العمل وطرح التساؤلات حول إلى أين نتجه في المنطقة بشكل عام وفي القضية التي تعيننا، على ضوء النقاش والبحوث التي طرحت في المؤتمر، لذا نرجو بقدر الإمكان أن تكون المناقشات في هذا السياق. كما جرت العادة اختيار بعض الإخوان وتكليفهم بمهمة بسيطة لعمل نوع من المراجعة لأبرز ما شد انتباههم وقيل في الجلسات. ستكون رئاسة هذه الجلسة للأخ عبدالعزيز الصقر.

عبدالعزیز الصقر: أسعد الله صباحكم بكل خير، أنا متأكد أن أغلبنا كان يود النوم أكثر للراحة. لذا شكراً على مجيئكم. جلسة اليوم ستبدأ بأربعة متحدثين لكل متحدث 5 دقائق لتلخيص ما سمعناه بالأمس، نرجو الالتزام بالوقت لطرح كل ما نريده، كما نرجو الالتزام بالحديث عن النظرة المستقبلية كما ذكر د. عبدالخالق، المتحدث الأول هو: د. أنور رواس، أستاذ الإعلام بجامعة السلطان قابوس، لديه 5 دقائق لي طرح علينا ملخصاً عن القراءات التي استشهدنا من جلسات الأمس.

د. أنور رواس: صباحكم الله بالخير، سأوجز هذه الخمس دقائق في 3 نقاط رئيسية كانت هموماً حملها الجميع، وتركزت في: الإعلام الرسمي، قوانين المطبوعات والنشر، حرية التعبير. فيما يتعلق بالإعلام الرسمي، نعلم جميعاً بحكم عملنا في وزارات الإعلام أو الإذاعة والتلفاز، أنها جاءت لخدمة السلطة أولاً وتقديم برامجها والتوجيه وانعكاس لما تحققه من إنجازات في مجالات التنمية. كانت تلك مرحلة لا يجب أن تتسحب على المستقبل. لا بد من وجود رؤى مختلفة، يجب أن يعترف الإعلام الخليجي الرسمي بوجود إعلام آخر منافس هو إعلام القطاع الخاص، وإن كان القطاع الخاص لا يزال يعمل على استحياء خوفاً من القوانين الموضوعية، حتى وإن قلنا إن هناك مناطق إعلامية حرة في بعض الدول العربية. بخصوص خدمة

السلطة الحاكمة، لاشك ومن الطبيعي أن تعتبر أي سلطة أو حكومة أن الإعلام خط الدفاع الأول لها ولإنجازاتها ولاستمراريتها. تعودنا أن يقدم هذا الإعلام البرامج لأنشطة الوزراء ويحاول تلميع صور الحكام والمسؤولين. أعتقد أنه بعد ثورة التقنية والانفتاح الإعلامي والإنترنت لم يعد الإعلام الرسمي في موقع الريادة، وقد تحدثنا البارحة عن دخول أيديولوجيات كثيرة لهذه المنطقة حتى أصبحت مُسيطرَة عليه سيطرة تامة، وصار التطرف من أقصى اليمين لأقصى اليسار وتهدنا جميعاً. الأجيال القادمة هي التي ستحدد رؤاها من خلال ما ستستقبله من أيديولوجيات وأفكار قادمة من الداخل أو من الخارج. يعطينا هذا المجال لأن نعيد ونقيم قوانين المطبوعات والنشر، ألا تعتقدون أن هذا المصطلح يجب تغييره لقانون الإعلام بدل المطبوعات والنشر لتتخلص من هذه التركة الثقيلة والموروث الذي لازمنا طوال العقود الثلاثة الماضية. هناك رقابة شديدة على المطبوعات وكل ما يُكتب، والأدهى وجود رقابة ذاتية تسيطر على الصحفيين ورؤساء التحرير ومن يعمل في التلفاز، أعتقد أن جيلي وجيل من سبقني عانى الأمرين في هذا الجانب خاصة وأن هناك تعليمات مستمرة تأتي بعد نشر ما يتعلق بهذا الموضوع أو ذلك، ونحن في عمان عانينا في بعض الفترات من مشكلة مع الاتحاد السوفييتي السابق وكان من المستحيل التعرض لهذه النوعية من الأخبار. في ظل الانفتاح الحالي أعتقد أننا بحاجة لمراجعة هذه القوانين وإن كانت الدساتير والأنظمة السياسية تقول بأن «حرية التعبير مكفولة بقانون ما» علينا التخلص من مثل هذا القانون، وهذا أحد طرق الإصلاح السياسي، فحرية التعبير يجب أن تكون مسؤولة منا جميعاً، ولا يمكن لأي نظام أن يخطط لإصلاح سياسي ما لم يكن المجتمع جاهزاً وقادراً على ذلك من خلال النخب التي تستطيع أن تؤثر في القرار السياسي، وهذا دور منتدى التنمية أو أي جمعية أو مؤسسة أهلية عن طريق شحذ الهمم والارتقاء بقدرات مجتمعاتها نحو الأفضل.

ليكون لدينا نظرة مستقبلية فعلينا أن نتوجه للمجتمع قبل الحكومات، وعلينا أن نركز على أدوارنا مع مراعاة أن هناك مجتمعا أصبح قادراً على استيعاب المراحل السابقة وتنظيم صفوفه للمستقبل فهناك أمور كثيرة قادمة ستكون إما منافسة أو مهيمنة، ولا أحبذ كلمة الغزولأننا باستطاعتنا أن نكيف أنفسنا مع هويتنا وقيمنا وتقاليدنا، لا يمكن تغيير الشعوب وتقييدها مهما كانت الظروف، وأنا من المؤمنين أن الأمر يأتي من المجتمع قبل القمة وسيظل الأمر على هذا المنوال حتى يقضي الله أمراً كان مفعولاً. وهذا هو إجمالاً ما يتعلق بالإعلام الرسمي وقانون المطبوعات والنشر الذي نتمنى أن ستغير للقانون الإعلامي وحرية التعبير، وشكراً.

عبدالعزیز الصقر: المتحدثة التالية هي الأستاذة هدى الدغفق، كاتبة صحافية ومحرة ثقافية في صحيفة الرياض، وشاعرة سعودية أيضاً. فلتفضل.

هدى الدغفق: أنا سعيدة جداً بحضورى ولم أكن أتوقع أنه بهذا المستوى الراقى الذي طغى على مجلس التعاون. سأبدأ بما كنت أتمنى أن يناقش، أتمنى قبل الانتهاء أن يدون كل منا على الأقل 5 مواضيع يمكن مناقشتها في ورش العمل القادمة أو في المنتدى القادم. من المهم جداً مثلاً مناقشة دور مؤسسات المجتمع المدني في دعم الإعلام، فتعاونها مع منظمات حقوق الإنسان سيؤدي دوراً كبيراً للإعلام وتصحح سياسة الإعلام وليس فقط الإصلاح السياسي. ما زال هناك خلل في نظر المجتمع الخليجي للإعلاميين. أعتقد أن دور مؤسسات المجتمع المدني يمكن أن تقلص من سيطرة السلطة على الإعلام، كنت أتمنى إدراج أطروحات عن وضع المرأة الإعلامي في دول الخليج من حيث موقعها ودورها فمزال دورها محدوداً جداً وما زالت محكومة من ناحية تفعيل دورها الإعلامي، أتمنى من المنتدى تخصيص جزء من أوراق العمل عن مناقشة وضع المرأة الإعلامية في الخليج وكيفية تصحيحه. لدي أيضاً في ما يختص باتجاهات الشباب

الخليجي، أتمنى تمكين الجيل الناشئ من العمل في الإعلام، ومن المفترض على الأساتذة الكبار العاملين في الإعلام تكوين علاقة وصداقة مع الشباب لتدريبهم ولوبشكل غير رسمي على مهنة الإعلام. الأمر الآخر المهم، هو عدم تناولنا بشكل كافٍ دور الإنترنت، فما زلت أحس أننا قصرنا كثيراً في تناول دور الإنترنت والإعلام الإلكتروني والمدونات والمواقع الإلكترونية ليلاً ونهاراً تسبب في الإعلاميين وتسيء لسمعتهم. أعلق أيضاً على موضوع الاستبيانات، كانت بالنسبة للأستاذ إبراهيم البشمي وللشباب مشكلة، نحن نواجه خللاً في تجميع المعلومات كإعلاميين، فماذا تفعل الجهات الأخرى؟ مهم جداً العمل على إيجاد قاعدة معلومات لاستطلاع الرأي وتصحيح مشكلة الاستبيانات لوحتى بيننا شخصياً بأن يكون بيننا حلقة وصل فبالتأكيد لكل منا قاعدة بيانات خاصة به. لا بد من العمل على ميثاق الشرف الإعلامي بشكل جدي، جريدة الحياة سبق وعملت ميثاق شرف إعلامياً ممتازاً ولكنه للأسف لم يفعل. بالنسبة للإعلام المسموع أحس أنه قد أخفي دوره ومتجاهل رغم أهميته لأنه موجه لشريحة حساسة كثيرة منها الأميون والمتطرفون، فمن المهم تفعيل دوره والحديث عنه. وأخيراً أعتذر عن ذكر هذه الكلمة ولا قصد لنا من ورائها، ولكن لا بد من العمل على إيجاد آلية لتحقيق تبادل الأدوار مع رؤساء التحرير المعمرين والشباب. وشكراً.

عبدالعزیز الصقر : جاء دور الشباب، للأخ راشد الجميري خريج جامعة الإمارات، له دراسة ميدانية مهمة جداً عن تأثير قناة الجزيرة على الشباب الإماراتي.

راشد الجميري: أشكر جميع الحضور من جميع دول مجلس التعاون، ويشرفني الالتقاء بكوكبة من المثقفين من جيل السبعينات والثمانينات والستينات. هذه هي المرة الأولى التي أتكلم فيها أمام مثقفين من كتاب ومحربين الذين أرجوأن يعذروني على بعض الزلات. الشكر أيضاً موصول

للأستاذ عبدالخالق، الذي طلب مني العرض بالأمس، وقد رفضت بداية ثم عدت فوافقت لأنني معرض لأن أكون في منصب يتطلب الحديث مع قادة ووزراء وغيرهم. الأمر الآخر تم إثارة موضوع الجزيرة بالأمس وكان بودي عرض بحثي المطلوب لاستكمال درجة البكالوريوس في العلوم السياسية وهو بعنوان: «اهتمامات واتجاهات الشباب نحو قناة الجزيرة الإخبارية: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الإمارات» من أهم ما توصلت إليه كباحث، أن متابعة الشباب للجزيرة متوسطة إلى حد ما، النتيجة الثانية هي أن قضية الإرهاب والعراق وفلسطين قد حازت على اهتمام أكثر الشباب في قناة الجزيرة، قضية التنمية السياسية أو الليبرالية كانت منخفضة جداً. أكثر برنامج حاز على إعجاب الشباب هو الاتجاه المعاكس، لإثارته لمواضيع أكثر سابقة. النقطة الرابعة هي معرفة الطلبة للاتجاهات السياسية التي تعرض عبر الجزيرة وقد قسمتها لإسلامي وقومي وليبرالي، معرفة الشباب بهذه الاتجاهات كانت قليلة أو منعدمة نظراً للتشئة السياسية التي تربوا عليها، لوعمل البحث في الكويت أو البحرين لكانت المعرفة أعلى. النقطة الخامسة هي اعتقاد الطلبة أن بث الجزيرة لتصريحات بن لادن والقاعدة هي لمجرد السبق الصحفي ونقل للواقع، رغم أنه كان من بين الاختيارات إثارة مواضيع سياسية أو حساسة بين الدول. وقد قمت بزيارة قناة الجزيرة وظهر أن الموضوع مجرد سبق صحفي ونقل للواقع. النقطة السادسة يوجد اهتمام برسائل التيار الديني المتشدد بشكل غير مباشر، وأعتقد أنه لا بد من عرض بعض سلبيات البحث والأمور التي واجهتني، لم أستطع سؤال الطلبة عن بن لادن أو القاعدة لأن بيئة الجامعة لا تسمح بذلك، فحورت السؤال لاهتمامات الطالب برسائل التيار الديني المتشدد، لم تكن كثيرة حيث توجد اهتمامات ولكنها بشكل غير مباشر وإلى حد ما. النتيجة السابعة عن رأي الطلبة في المحللين الإسرائيليين الذين يظهرون عبر الجزيرة، فالجزيرة هي القناة الوحيدة التي تسمح لخمسة أو ستة محللين



إسرائيليين بالظهور بها بمستوى مرة كل شهر أو شهرين على الأكثر، ولم يكن هناك أي اهتمام من الطلبة بهذه التحليلات. النقطة الثامنة أنه يوجد اهتمام بأفلام المقاومة العراقية التي تعرض على الجزيرة مما يبين أن العاطفة قد تلعب دوراً في المتابعة من حيث كونه عملاً وطنياً للمقاومة. النقطة التاسعة والتي تمثل ملخص البحث، اتجاه الطلبة للتيار الإسلامي أكثر من القومي أو الليبرالي، وكانت صيغة السؤال عن الآراء التي يود الطالب سماعها أكثر هل القومي أم الإسلامي أم الليبرالي؟ وقد حاز الإسلامي على 60% من الأصوات.

**عبدالعزیز الصقر:** المتحدث التالي هو الأستاذ حسن مدن، الكاتب والأستاذ الصحفي في البحرين.

حسن مدن: صباح الخير، سأحاول ألا أكرر الأفكار المطروقة. من المسائل المثارة أمس في ورقة الأستاذ إبراهيم بشمي وكذلك في ورقة الشباب حول هموم الإعلاميين وتلقي الشباب للأداء الإعلامي الخليجي، يمكن التوقف أمام مسألة نقص الحريات وغياب التشريعات التي تضمن حرية التعبير، فكل قوانين المطبوعات المعمول بها في بلدان المنطقة تعاني من القيود الكثيرة وهناك تناقض واضح بين المستوى التقني والقوانين القاصرة والمقيدة للحريات ويبدو من العبث الحديث عن تطوير الأداء الإعلامي في غياب التشريعات المنظمة للعمل الصحفي في اتجاه المزيد من الحريات ونحن نشهد في أكثر من بلد حوادث ملاحقة وتوقيفات ومحاكمة للصحفيين والإعلاميين بما يناقض حديثنا عن ضرورة توسيع هامش الحريات الصحفية. دار الحديث أمس أيضاً عن مسألة توطين أو خلجنة الإعلام في بلدان المنطقة وهي مسألة جدية بنقاش موضوعي فرغم وجود عدد كبير من كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الخليجية إلا أن مخرجات هذه الأقسام والكليات من حيث الكم والنوع ما زالت عاجزة عن إحداث نقلة في اتجاه التوطين أو الخلجنة، هناك مشكلة في أن غالبية

الأساتذة غير خليجيين، فحين نتحدث عن مهنة متخصصة نوعية كالإعلام وهي مهنة النخبة إلى حد كبير، كيف يجوز أن نتحدث بالإطلاق في ضرورة التوطين في غياب خطط التدريب وفي وجود هذا الخلل العام في التركيبة السكانية؟ دار الحديث كذلك عن معاناة الإعلاميين في هذه المنطقة وقد وقفنا على كثير من أوجه المعاناة سواء من الجانب المهني أو الجانب المتصل بالحرريات، وهذا يتطلب مزيداً من النقاش في المستقبل. كان لافتاً النتائج التي وصلت إليها ورقة الشباب حول دور الإعلام في تشكيل قناعات الجيل الجديد من الجنسين رغم الملاحظات التي أثيرت حول مدى جدوى هذا النوع من الاستبيانات ودقته في اختيار العينة وغيرها، ورغم ذلك فهناك مؤشرات جديرة بالوقوف أمامها وأعتقد أن عرض دراسة الأخ راشد حول قناة الجزيرة تقدم كذلك مؤشرات مهمة عن شكل تلقي الشباب للمواد التي تقدمها القنوات الفضائية أو الإعلام بوجه عام. يهمني هنا أيضاً الوقوف أمام موضوع الهوية الخليجية، وهو موضوع من الخطر كثرة الحديث فيه، فما المقصود بالهوية الخليجية؟ فالانسياق فيه سيقودنا مستقبلاً للحديث عن الهوية البحرينية والكويتية والعمانية وإلى آخره. فما هي خصائص ومكونات هذه الهوية لكي نفردها ببدأ خاصاً داخل الهوية العربية أو الإسلامية، أعتقد أنه من الحكمة ألا يجري النفخ في هذا المفهوم حيث سنكرس حالة الشعور بالاستعلاء والتميز لدى شعوب هذه المنطقة في علاقتها مع أشقائها من البلدان العربية الأخرى على أمر فارغ، فهو لا يركز على أي معيار حقيقي يسمح لنا بالتمادي في هذا الموضوع وأعتقد أنه منزلق خطر يجب التوقف أمامه. أشارت د. هدى لموضوع الإنترنت والمنتديات والذي لم يحظ بالنقاش الكافي، وأرجو من د. عبدالخالق في الدورات القادمة للمنتدى أن يفكر في ندوة لهذا الموضوع، كيف نتعاطى مع الأوجه المختلفة المتناقضة لهذه الظاهرة الجديدة من منتديات إلكترونية ومواقع وغيرها وأثرها في تكوين فكر الجيل الجديد خاصة. حول الجلسة

المسائية التي استمعنا فيها لثلاثة من الوجوه الإعلامية البارزة دار نقاش حول الفضائيات الخليجية المصنفة بأنها غير حكومية وطرح سؤال لأي مدى يمكن أن نعتبرها مستقلة. أعتقد أن هناك حاجة للتشكيك في فكرة أن هذه المحطات خاصة أو غير حكومية أو مستقلة، فهذا المفهوم غير دقيق وهي تسهم بشكل أو بآخر وبأداء مختلف عن الأداء البيروقراطي للفضائيات الحكومية في توجيه نفس الرسالة الإعلامية التي توجهها الحكومات لبلدان المنطقة عبر الوسائل الإعلامية المختلفة التي تسيطر عليها سواء من المحطات الحكومية أو شبه الحكومية أو حتى الجرائد شبه الحكومية. موضوع آخر توقفنا أمامه والمتعلق بالمادة التي تقدمها هذه الفضائيات، وعودة أخرى لدراسة قناة الجزيرة، أعتقد أن في الوضع العربي الراهن المتميز بانفجار الهويات الفرعية والمذهبية فإن فكرة الإرهاب واختلاطه بالمقاومة بالطريقة التي يتم بها الأداء الإعلامي لبعض هذه القنوات هو أداء غير رشيد ويسهم في التسعير المذهبي والطائفي حتى في أشرطة المقاومة التي أشارت لها الدراسة، فأن يخرج ملثمون وأمامهم ضحية ليهددوا بقتله هومؤذٍ ولا يسهم في توجيه رسالة إعلامية سوية. دار أيضاً نقاش عن تفكيك وزارات الإعلام والهيئات المستقلة للإذاعة والتلفزيون والذي ينطبق عليه حديثنا عن التساؤل حول مدى استقلالية تلك الهيئات الفعلية مما يجعل من الواقع إعادة ترتيب للوضع دون وجود استراتيجيات إعلامية حقيقية. الخلاصة الأخيرة، أن الحديث عن تطوير الإعلام الخليجي لن يكون مجدياً دون الإصلاح السياسي الحقيقي والجدى. وشكراً.

عبدالعزیز الصقر: كنت أتمنى رؤية نظرة مستقبلية حقيقية حول الإعلام، من حيث الوسائل المستخدمة، كنا نتمنى الحديث عن المدينة التي لا تحتاج إلى تمديدات (Wireless City) وسيبدأ الأفراد باستقبال المعلومات دون قيد أو رقابة، كنا نتمنى وجود أعضاء من جمعية الصحفيين الخليجين لما

أثير من نقاط تحتاج لتحليلهم، كذلك أثيرت نقاط عن مجلس التعاون فكنا نحتاج لحضور أحد من الجانب الإعلامي في مجلس التعاون الخليجي حيث سمعت مثلاً أن FM أصبح مصرحاً بها لكل مواطني وشركات دول الخليج، وأعتقد أن الأستاذ السنعوسي يمكنه أن يفيدنا في ذلك الموضوع. كذلك موضوع الإنترنت وتداعياته وتوسعة شبكاته واستخدامه وتأثيراته وإيجابياته وسلبياته، موضوع الإعلام بلا شك هو موضوع ضخم جداً يمسننا جميعاً. سنبدأ في قائمة الأسماء المتواجدة من الأمس، العقيد المتقاعد محمد هاشم.

محمد هاشم: بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على سيدنا محمد، الملاحظ أن مساحة حرية التعبير الموجودة حالياً في دول مجلس التعاون لا تكفي لطموحات الإعلاميين ولكن المفاجأة تكون حين نعلم أن هذه الحرية ليست ناتجة من الحراك الاجتماعي ولا تنامي الثقافة، بل هي ظاهرة سلبية لأن المجتمع مصاب بما يمكن تسميته ظاهرة «التحصن ضد الفضائل» والتي تعني عدم اكتراث المجتمع بما ينشره الإعلام عن الجرائم المالية والتجاوزات والمخالفات الواقعة فيه. أصبح المجتمع يواجه حركة الإعلام في نشر الفضائح أو الوقائع بشيء من البلادة وعدم الاكتراث، وللخروج من هذه الأزمة وعدم الاكتفاء بالتحديق فيها، أقترح بأن يُكون المجتمع ما يسمى بجمعية حماية المجتمع على غرار جمعيات حقوق الإنسان على أن تكون مهمتها أن تتلقف ما ينشره الإعلان عن التجاوزات المالية أو الاجتماعية أو المخالفات أو الجرائم التي تقع في المجتمع وأن يقدمها للقضاء لتتم متابعة ومحاسبة الفاعلين، أما أن يبقى دور الإعلام هو فقط نشر هذه الأمور فستكون النتيجة الطبيعية أن يصاب المجتمع بالبلادة وعدم الاكتراث، لا بد أن يكون هناك عمل إيجابي للاستفادة من الإعلاميين مع وجود تجاوب من المجتمع مع هكذا عمل.

د. سعد الزهراني: شكراً سيدي الرئيس، الحقيقة أعتقد أن هذا الاجتماع

كان مثيراً وأثار كثيراً من قضايا الإعلام، عادة ما تكون مشكلة الإعلام إن أردنا تشخيصها تشخيصاً كاملاً أو سعينا لتطويرها فعلينا أن ننظر لها نظرة شمولية، اعتمدت على ما يسمى بعناصر الاتصال الإعلامي، فأى اتصال إعلامي يتكون من رسالة، ومرسل، ومتلقٍ، وأثر، وتغذية عكسية. كثير من النقد الموجه للإعلام كان موجهاً لواحد من هذه العناصر على سبيل المثال هناك نقد للرسالة لأنها تفتقد للحرية والتشريع الذي يضمن وصولها وانطلاقها دون قيود، وكذلك بعملية التشريع وجدنا أنه غير كافٍ لأن هناك عوامل أخرى تؤثر في هذه الرسالة منها عوامل سياسية واجتماعية ودينية وغيرها، فيما يتعلق بالمرسل وجدنا نقداً يختص بموضوع التدريب ونقص الكوادر الإعلامية التي تنقل الرسالة بطريقة صحيحة، ونقداً في موضوع التوظيف أو التوطين، ونقداً للعاملين في مجال الإعلام أو المرسلين في ما يتعلق بقدرتهم على تحمل أمانة الرسالة وكفاءتهم وقدراتهم وإمكانياتهم، سمعنا كذلك عن نقد للمتلقين، فكثير من وسائل الإعلام تنظر للمتلقى نظرة تجارية كمستهلك أو كرقم، كذلك سمعنا عن تأثير الإعلام الضعيف على المجتمع وتنمية المواطن، بخصوص التغذية العكسية هناك ندرة في المقاييس التي تقيس الأثر والعديد من العناصر المتعلقة بجودة ومشاكل وقضايا الاتصال. في اعتقادي حين ننظر لإصلاح الإعلام لابد من النظر لهذه العناصر مجتمعة بشكل عام لنتمكن من إيجاد حلول شاملة لها، ملاحظة أخرى تتعلق بالملكية الحكومية والفردية، سمعنا بالأمس أن هناك 250 قناة وأخشى أن عدم وجود نوع من موثيق الشرف التي يلتزم بها القطاع الخاص، السؤال الذي يفرض نفسه، ما العمل؟ العمل أنه لا يمكن عمل إصلاح إعلامي إلا في ضوء عملية إصلاحية شاملة وأعتقد أنها قضية يدركها كثير من الحضور، ويودي التركيز على 5 أو 6 نقاط لنحاول نقل عملية الاتصال الإعلامي لوضع أفضل. وشكراً.

جاسم السعدون: أشكر الأخ الرئيس، وأود ذكر مجموعة أهداف لما سأقول، أولها أننا أصحاب قضية، فهذا منتدى تنمية، بالتالي أي موضوع يطرح يفترض به أن يرتبط بشكل أو بآخر بقضية التنمية، القضية الأخرى هي أن أي تعليق لا يكون عن الأوراق أو المتحدثين فقط وإنما خلاصة ما يحدث والغرض هوتكوين فهم مشترك للمجموعة ككل لنواجه به الآخرين، بالتالي ما سأذكره هو ليس رداً على أحد أو توجيهاً لأحد وإنما اجتهاد شخصي في كل ما دار. القضية الأولى هي محاولة الحديث عن الإعلام كأنه نبت قائم بذاته، أعتقد أن القضية هي مسألة بيئة عامة تسمح ببعض وليس كل ما نطمح إليه، بالتالي علينا مراعاة أننا لا نستطيع زراعة المانجوعلى جبال الألب ولا الكرز على ضفاف نهر السودان، نحن نطمح لما يمكن أن يحدث في هذه المنطقة. الواقع أن التغيير الحادث في الإعلام لم يكن لحراك اجتماعي سياسي أو قرار فوقي وإنما صدفة لنشوء قناة الجزيرة وما أحدثته من ثورة في قطاع الإعلام ككل، سواء اتفقنا أو اختلفنا معها. دورنا هو إنضاج هذا الإعلام بما يتفق مع الاتجاهات العامة الحاضرة في العالم، لا يوجد إمكانية لمنع السلع أو الخدمات وكذلك الكلمة والصورة، وفي ظل هذا التطور الهائل علينا تقديم رؤانا لنطور الإعلام وتقديري سأجمله في ثلاثة أمور ذكرت في الجلسة من جميع الحاضرين، أولها توصيف إعلامنا، فهو في الواقع عجيب جداً ويتكون من جزئيتين، إعلام تجاري ويهدف للربح وإعلام غصب عنك لا يشاهده أحد ولكن هومن المسؤول أو مقدم البرنامج للرئيس، بالتالي فجمهوره واضح محدد شخص أو اثنان وليس أكثر. خوفنا من خطايا الإعلام التجاري يجب ألا تقل عن خوفنا من إعلام غصب عنك، أنا أحاول مع أبنائي ألا يشاهدوا الأفلام الإباحية ولا التلفزيون الرسمي حيث إنه يربي من القيم ما هو أخطر في الواقع من الإباحية، على سبيل المثال، عندما يقدم شخص تعلم أنه يكذب وينافق ويحاول وصف الضيف بصفات غير موجودة فيه فهذا كذب ونفاق، وهذا موجود في الإعلام

الرسمي. أو عندما يتقدم شخص عمره 10 سنوات على مجموعة من الناس يفترض أنهم كبار عقل وكبار سن ويرعى حفل هذا يوحى بالمدلة للناس ومن المفترض ألا نقبله، أو عندما يقف الناس أمام مسؤول في طابور يقدمون عطاياهم ونحاول تصوير المواطنين على أنهم شحاذون أعتقد أنه أخطر من الأفلام الإباحية، بالتالي يفترض بالإعلام أن يحاول نقد هذه الظاهرة لننقذ البشر من الوقوع في مثل هذه الأمور حيث إنه مع مرور الزمن صارت مثل هذه الأمور مقبولة في إعلام الشخصانية، أي جامعة أو مطار أو ميناء ينشأ باسم أفراد لا دور لهم ولا إنجاز وأحياناً سيئون ومع ذلك يسمى كل شيء باسمهم وتختزل البلد إلى لا شيء، هذا الإعلام في تقديري أخطر بكثير من الإعلام التجاري الذي قد ينشر الإباحية لأن تأثيره عام على المجتمع. ثانياً، تكلمنا عن الإعلام، هل نريده إعلاماً ينتج سلعة محترفة ومهنية؟ أم إعلاماً بالجنسية؟ حيث دار بالأمس نقاش على الإعلام كأنه جنسية وليس مهنة، فالحديث عن ضرورة أن يعمل الخليجي في المحطة الخليجية حديث غير صحيح، فنحن ننافس على مستوى العالم، أي يجب أن نوظف الأفضل ليشاهده الناس، والحديث عن أن يكون هناك نسب محددة لتواجد مواطني كل دولة في كل مؤسسة إعلامية لن يذهب بنا بعيداً فعليك أن تكون موهوباً وتقاتل لتصل لعقول الناس وذوقهم. وقضية التعامل مع أن الإعلام موهبة جنسية هي قضية خطأ. الأمر الأخير هو موضوع الظروف الحساسة وميثاق الشرف، نتحدث كثيراً على أننا يجب أن نكون حذرين ونراعي ونراقب منذ ولدنا ونحن نسمع بالظروف الحساسة التي تمر بها المنطقة، فهل نحن الوحيدون في العالم الذين نمر بظروف حساسة؟ هناك دساتير مؤقتة وقوانين طوارئ وحتى إعلام مقيد لأننا نعيش بظروف حساسة؟ هل يعيش العالم بأكمله باستقرار؟ وبخصوص ميثاق الشرف، إذا كانت الدساتير غير محترمة والقوانين غير محترمة، فهل يقدر ميثاق الشرف على حكم التوجه الإعلامي؟ أعتقد أن وضع مثل

هذه الضوابط سيكون بمثابة قيود إضافية منا على كل القيود الموجودة أساساً. فإذا أردنا القيام بعمل حقيقي، فعلينا تغيير المجتمع تدريجياً وتغيير توجهات الإعلام تدريجياً لعل وعسى أن يخدم قضايانا التتموية وشكراً.

محمد السنعوسي: صبحكم الله بالخير جميعاً، دار حديث على عجلة حول موضوع التشريعات والقوانين الخاصة بموضوع الصحافة والمطبوعات، وهذه نقطة من الضروري التحدث عنها لنعرف انطباع البعض عنها، تجربة الكويت غنية وتستحق مناقشة سلبياتها وإيجابياتها بما يتعلق بموضوع التشريعات وقانون المطبوعات. قانون المطبوعات في الكويت قديم جداً وحصل عليه تغيير واستمر النقاش فيه لمدة 13 سنة حتى أقر بالإجماع في مجلس الأمة وبمباركة الجميع وهلل له الكل، ثم فوجئنا بعد فترة بما وجد فيه من قصور ومشاكل، هذا أمر طبيعي، التهويل بعد هذه المدة في قانون مطبوعات يصدر بالإجماع ومن مجلس الأمة لا بأس من إجراء تعديلات إيجابية عليه، لا القانون ولا اللائحة التنفيذية تمنع ذلك. الضجة الحاصلة في الكويت ضد هذا القانون بها الكثير من المبالغة، الحوار للوصول للأفضل به شيء من عذاب الذات والضجة التي لا داعي لها. كل منطقة الخليج يجب أن تراجع موضوع القوانين والتشريعات، كل التشريعات الصادرة في المنطقة قاصرة لأنها تؤخذ بعجالة ويحماس شديد لجانب معين منها ثم نكتشف أنه غير كامل وواف. فمثلاً قانون المطبوعات في الكويت كان من المفترض أن يتضمن شروطاً محددة لاختيار رؤساء التحرير لأنهم غير متفرغين فمنهم التجار والمحامون وغير ذلك، وجميعنا نعلم ما يفترض توافره في رئيس التحرير من نزاهة وغيرها، وكان من المفترض أن ينص عليها في القانون ولكن ذلك لم يحدث لأن مثل هذه الأمور المتعلقة بالمناصب المهمة التي يؤتمن عليها المجتمع لا تناقش بصراحة. كذلك كان من المفترض مناقشة الإعلان والإعلام في الانتخابات، من الممكن عن طريق التوجه لخصخصة الكثير من المؤسسات الإعلامية أن تلعب دوراً سلبياً جداً



في قضية الانتخابات بتلميح هذا على حساب ذلك، وهذه إحدى القضايا المهمة. كذلك التشريع ينقصه قضية الرسائل على التلفزيونات والفضائيات، وهي بنوعيتها سواء المكتوبة أو عن طريق الهاتف عبارة عن تجارة وبعضها رخيص وبعضها فيه استغلال للبسطاء السذج وما أكثرهم، ونحن نصنف المشاهد العربي أنه مشاهد غير ذكي وهذه حقيقة لا تعرفها الأغلبية، فالمشاهد العربي لا يملك ثقافة التعامل مع الفضائيات وثقافة الاختيار وفي نفس الوقت هو مَلُوم، فكون أن تطول مكاملة لساعات يضع فيها المشاهد مبالغ طائلة على أمل الفوز بالمليون، فهذا نصب واحتيال ! نقطة مهمة أخرى كنت أتمنى أن يخصص ولوساعة للحديث عن الإشراقات والجانب الممتاز في الواقع على شخصية قدوة للخليج من خلال القنوات والإعلام الخليجي، تحدث الكثيرون عن الجوانب السلبية المظلمة، إلا أن هناك قضايا قام بها الإعلام تصنف تصنيفاً إيجابياً للشخصية الإيجابية، من فترة قصيرة كانت نظرة الإخوة العرب للخليج وأبنائه نظرة سلبية وأحياناً دونية، فهم ليسوا أكثر من نقود وبتروول، أما الآن فإن القنوات الفضائية تتسابق على استضافة الخليجي، حيث برزت شخصيات الأدباء والمثقفين والشعراء والمحللين، وتم الترويج للأغنية والمسلسل والكتاب الخليجي هذه كلها جوانب مشرقة لعبت الفضائيات دوراً أساسياً ومهماً فيه. لذلك عند الحديث عن شخصية وهوية القناة لا نعني بذلك الكويتي والإماراتي والسعودي، فهناك ما هو أكبر من ذلك، الوعاء الأكبر يسهم في إبراز هذه العناصر بشكل عام في الخليج لإثراء الثقافة والأدب والاقتصاد والمجتمع عموماً. فدعونا لا ننظر للأمر بنظرة محدودة تنعكس على تحليلنا المحدود. لسنوات طويلة كنت أبحث في الإمارات عن شخص جريء يقبل أن يتحدث على التلفاز فإن رأى ميكروفوناً وكاميرا انتفض خوفاً، أما الآن فنسميهم أطفال التلفاز فهم كما نقول بالعامية «مبلتعين» الشخصية والعلاقات تغيرت بفضل الفضائيات. فهذا الجانب الإيجابي يحق له أن

نعطيه حقه ولا نكتفي بالصورة السوداء لنمثل الصورة الواقعية الحقيقية بكل أبعادها .

عبدالعزیز الصقر: أتمنى ممن لديه معلومة إضافية جيدة عن القنوات المتخصصة كالرياضة والأغاني وغيرها أن يتفضل، فمثلاً قناة المجد اشترك بها 180 ألف مشترك لأنه يريد لبيته وأبنائه مشاهدة قناة المجد بكل منتجاتها .

عبدالنبي العكري: صبحكم الله بالخير، مساهماتي الإعلامية محدودة ولكني سأنتقل من خبرتي كحقوقى على مدى 20 سنة، فحرية التعبير وحقوق الإعلاميين والشفافية وغيرها هي من ضمن نطاق اهتمامي كحقوقى. هناك بعض النقاط التي أود طرحها، كون الإصلاح الإعلامي مرتبطاً بالإصلاح الشامل من نواحيه الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها هو أمر منطقي وطبيعي، نعلم جميعاً أن نعمة الإصلاح مرتفعة في المنطقة منذ أحداث 11 سبتمبر 2001، ولدينا الآن حصيلة نتحدث عنها على مدى ما تحقق من إصلاح خلال 4 سنوات. ويحضرني بهذا الخصوص عندما تمت انتخابات الإمارات الجزئية نفخ فيها وتحدث عنها وكأنها شيء عجيب وكأنها فتح مبین في قضية الديمقراطية. في تقديري الشخصي فإن الإصلاح العربي وخاصة الخليجي هو إصلاح متعثر، في البحرين المشروع الإصلاحى هو إقامة ملكية دستورية، ولكن إلى أين انتهينا؟ فهل نحن ملكية دستورية؟ أم نظام ديموقراطي تحت السيطرة؟ نحن نقيس بما يتحقق في العالم وليس بما كنا عليه قبل سنين. انظروا لمنغوليا كيف أصبحت ونحن أين موقعنا. نحن لسنا معوزين ولا كثيري العدد، لم تدخل المنطقة صراعات عنيفة باستثناء ما في العراق. علينا أن نقيم إلى أين وصل المشروع الإصلاحى والذي جزء منه الإصلاح الإعلامى. النقطة الأخرى نحن نتحدث عن الإعلام كسلطة رابعة، عندما أمنت له الحرية والديموقراطية والتعددية، واشنطن بوست استطاعت إسقاط رئيس أكبر

دولة وهو نيكسون، أندرو جلجن من BBC حين كانت الأمة كلها تدخل معركة ضد العراق كتب عن بلير وكذبه وكذب الحكومة البريطانية ولم يحدث له شيء، وللعلم فإن BBC ملكية عامة. فكيف نقدم نماء ويكون لدينا سلطة رابعة؟ لدينا حتى الآن أناس منهم نساء اعتقلوا لأنهم كتبوا في الإنترنت عن محاكمة غير عادلة أو قضية معينة. نحن نتحدث عن كيفية خلق بيئة لا يخشى فيها الصحفي الفصل والاعتقال، لدينا محطات ومؤسسات إعلامية كبيرة أقرب لشاعر القبيلة سابقاً، إذاً نحن نتحدث عن استقلالية وسائل الإعلام ورقابة المجتمع عليه لكي لا ينتشر الفساد. ما أعنيه أننا نملك كماً هائلاً من الصحف، عندما نقارن البيان بالأهرام مثلاً نجدها أحدث وأجمل، ولكن هذه الإمكانيات الهائلة والتقنيات لا تركز لعملية التغيير نحو الإصلاح.

عبدالعزیز الصقر: لكيؤكد كلامك، لقد التقيت وعضوة برلمان من منغوليا، وقالت إنها رئيسة الحزب المعارض ولديهم 4 أحزاب و 17 محطة تلفاز.

د. إبراهيم البعيز: أود الحديث عن 3 مواضيع أساسية بشكل عام وسأعود لقضية القنوات المتخصصة. مشكلة المؤسسات الإعلامية أنها تريد تدريباً مهنيّاً من أقسام الإعلام وهي إشكالية، فأقسام الإعلام في كل دول العالم تركز على الفكر الإعلامي أكثر من تركيزها على مهارات التصوير والإخراج. معظم مؤسسات الإعلام تضغط على أقسام الإعلام لتتحول لما يشبه معاهد التدريب مما سيشكل لدينا إشكالية في المستقبل القريب. الجانب الآخر متعلق بمساحة الحرية التي فتحت في الآونة الأخيرة، أعتقد أن التغيير في المجتمعات يأتي من 3 مصادر، الأول هو الحكومات التي تبادر، الثاني نتيجة لمطالبات، الثالث هو الضغوط الخارجية وهو الذي اعتمد عليه الانفتاح الإعلامي الذي نراه مؤخراً وهذا يشكل إشكالية، لأن الحرية المتاحة نتيجة لضغوط خارجية ستكون مشوهة، ولن تأتي بما نريد أو نأمل.

لذلك ومهما كان مصدر الحرية، أعتقد أنه لابد من استثمارها على أن نعمل بين منطقة الممكن والمستحيل، فلا نأمل من إعلامنا أن يقوم بدور أكثر مما يقوم به في ظل الظروف المتاحة.

الجانب الآخر والمتعلق بالقنوات المتخصصة، دائماً نبالغ عند الحديث عن الإعلام وتأثيره ودوره في التغيير الاجتماعي وغير ذلك، لأنه جزء من منظومة المؤسسة السياسية الحاكمة، لكنه في الغالب يؤكد رأياً سائداً أكثر مما يغير آراء الآخرين، والدليل على ذلك أنك تستطيع أن تعرف من هم المشاهدون لقناة الجزيرة والعربية والمجد ومن القراء لمجلة المجتمع أو الدعوة. أفكارهم لم تأت من متابعة هذه المصادر، بل تابعوها لأن هذه المصادر أيدت ما يؤمنون به من الأساس من أفكار واعتقادات، لذلك فهذه القنوات المتخصصة وخاصة الإسلامية لن تزيد من نشر الإسلام وما إلى ذلك، ولكن فقط هناك فئة متدينة ستتابعها لأن هذه القنوات تدعم ما تؤمن به هذه الفئة دون إضافة جديد.

الإعلام المتخصص جزء من مشكلته يتمثل في من يموله، فإن كان مصدره من الإعلانات التجارية أو الاشتراكات فهو ذو اتجاهات ربحية، أما إن كان من غير هذه المصادر وليس من الحكومة فعلينا البحث عن أهداف التمويل وما هي الرسالة التي يراد الوصول إليها.

عبدالعزیز الصقر: أرجو إعلامنا بما دار في إجتماع الأكاديميين الذي انعقد بالأمس.

د. إبراهيم البعيز: ما حدث هو أن هناك توجهاً ليكون هناك ملتقى للأكاديميين من دول الخليج، كان أمامنا فكرتان أساسيتان واخترنا واحدة منها. إما أن يعقد الملتقى على هامش منتدى التنمية ويتناول إحدى القضايا التي تهم المحيط الأكاديمي، أو أن يعقد الملتقى خارج نطاق المنتدى، ما اتفقنا عليه شيئاً: أن يقوم أحد الزملاء بإعداد لائحة داخلية تنظيمية

للملتقى والمجموعة الأخرى ستتبادل الرأي حول هذه اللائحة ويدعى لاجتماع موسع أكثر. هذه الفكرة ظهرت العام الماضي في البحرين وكان هناك اتصال بيني وبين د. عبدالخالق وبعض الزملاء لهذا التوجه، وعقد اجتماع في الخبر حضره بعض الزملاء من الكويت ود. عبدالخالق وأنا وبعض الإخوة من السعودية. وكان من المفترض عمل شيء في أكتوبر الماضي ولكن الظروف لم تكن مواتية، أعتقد أن بعض الإخوة المهتمين بالشأن الأكاديمي سيجدون فرصة ممتازة للتقارب والتعاون والتسيق.

عبدالعزیز الصقر: أحب أن أضيف أنه في موقع الخليج للأبحاث نحن بصدد تصميم موقع جديد للأكاديميين الخليجيين وهم فوق 52 ألف أكاديمي ونخطط لعمل Portal لكل أكاديمي بحيث يكون له صفحته الخاصة بما يحمله من معلومات وبيانات وقضايا، وحين يكتمل سيبحث لكل ليشتريك به. المتحدث التالي هو د. أحمد سيف بالحصا والذي نود أن يعطينا فكرة عن منتدى الأعمال الخليجي الذي عقد بالأمس.

د. أحمد سيف بالحصا: شكراً سيدي الرئيس، أحب بداية تقديم شكري للأخ عبدالخالق على جهوده المبذولة في العام الماضي لترتيب هذا الاجتماع في دبي، كما أشكر الإخوة المتحدثين الذين أشعلوا كثيراً من النقاشات على مدى يومين، كذلك الشكر موصول للأخوات المتواجدات بعدد كبير وبوجوه جديدة، وكذلك للشباب الذين أضافوا للمنتدى حيوية الشباب. أنا رجل غير إعلامي وتخصصي بعيد عنه، ولكن كمواطن عادي أحس أنه لا يمكن فصل الإعلام عن نظام الحكم الموجود، لذا فنحن نطالب وسائل الإعلام بالمستحيل وبما هو خارج نطاقها. ما نطالب فيه هو أن يتاح للإعلام هامش من الحرية ليقدّم للمواطن العربي والخليجي الخبر والتحليل الصادق والأمين. وسائل الإعلام الرسمية بأسلوبها ودخولها في هذه المنظومة حجمت نفسها، وأصبح من النادر أن يتابع أحد محطة أو جريدة أو إذاعة رسمية إلا لمتابعة أموره الخاصة بنشاطه الخاص يترك الباقي. لم ألحظ

خلال نقاشات البارحة واليوم توجهاً أو محاولة ليصبح الإعلام جزءاً من النظام ليعطينا المعلومة الصادقة ويعارض وينتقد نفسه ويحلل الواقع السيئ بسبب الجهاز الحكومي الموجود. ما يمكن أن نطالب به هو أن يكون هناك فرز بين الإشراف على الإعلام وإدارة الإعلام، الإشراف على إدارة الإعلام من ضمن الجهاز الحكومي، وزارة هيئة أيا ما كانت تسميتها، لكن وسائل الإعلام التي تنقل الحدث لابد أن يكون لها طبيعة خاصة ومستقلة عن النظام السلطوي، متى يطبق عليها القانون؟ في حالة الخروج على المؤلف أو الدستور، ولكن يبقى لها حق انتقاد وسائل الحكم والوزارات والدوائر، لكن أن تنفذ السلطة وتنتقد نفسها مسألة من أصعب الأمور التي يمكن أن نطالب بها. الأمر الآخر، الإعلام الشبه المستقل، الجزيرة وغيرها من وسائل الإعلام أحدثت ثورة من عام 1991 حين بدأت CNN ومن بعدها الجزيرة، وبغض النظر عن أخطائها والمآخذ عليها إلا أنها غيرت أموراً كثيرة في المنطقة وهذا يدل على أنه لو حصلت وسائل الإعلام على هامش استقلالية عن نظام الحكم في أي بلد سيكون لها دور أكبر في توصيل المعلومة والشفافية وغيرها. ما يؤخذ على الإعلام الحالي أن هذه الوسائل وحتى الخاص منها جزء من أداة المطحنة الإعلامية في العالم والتي تهيب الشعوب والمناطق والعالم على أحداث تترتب عليها، وشاهدنا كثيراً من وسائل الإعلام التي دخلت في هذه المعمة ونطقت بنفس السياسات التي ينطقها الخارج الإعلامي والدول الكبرى ذات الأهداف المراد تحقيقها في منطقتنا. لذا نرجو أن يكون هناك شيء من الاستقلالية نظراً لما مُنحت وسائل الإعلام من ثقة، فيجب ألا نخدع ببعض الأمور التي تجعل من وسائل الإعلام إحدى وسائل الاحتلال لبلداننا العربية. يسعدني هذا التواصل في المنتدى بغض النظر عن كل الظروف التي مرت بالمنطقة من أحداث. دعونا ننظر للمنتدى نظرة مستقبلية، كيف نطوره؟ كيف نخلق تعاوناً أكثر؟ كيف نعمل دوره في المرحلة القادمة؟ أعتقد أنه لابد لنا كلجنة

تنفيذية أن نجد آلية للتواصل مع الإخوة الأعضاء والحصول على معلومات وأفكار وآراء بالفاكس والإيميل والرسائل وغيرها بحيث يقدم كل منا ما في رأسه وما يرجوه من المنتدى مستقبلاً، وليكن هناك مهلة شهر أو اثنين لنحصل على أفكار الجميع. أعتقد أنه في المجالس التي صارت بعد اجتماع البحرين، لا بد للمنتدى أن يطلع على ما يدور في المنتديات الفرعية بحيث يخصص له جلسة أو ساعة ليقدم ما تم خلال المرحلة الماضية. بالنسبة لمجلس رجال الأعمال تم تأسيسه في البحرين، تم اختيار من 19 عضواً للجنة التنفيذية والتي تتكون من د. خليفة الفلاسي والأخت نادية الشراح وأنا، كنت أنا المنسق، ودعيت لاجتماع في نوفمبر الماضي وللأسف وصلت الاعتذارات إلى 70% من العدد المطلوب وبالتالي لم نعقد الاجتماع. أعددنا لائحة وأرسلناها للأعضاء لإبداء الملاحظات ولم نحصل منهم على شيء. تقلص العدد بالأمس إلى حوالي 7 أو 8 مشاركين اتفقنا البارحة على أن يستمر منتدى رجال الأعمال دون أن يخرج عن نطاق منتدى التنمية، ويكون من ضمن أهدافه خلق التواصل وعقد الدورات والندوات وورش العمل، يتطلب تنفيذ هذه الأفكار تسجيل المنتدى فاتفقنا على تسجيله في دبي رسمياً ليكون من حقنا الحصول على رعاية للمؤتمرات أو الندوات أو غيرها، لنغطي تكاليفنا ونفعل دورنا ونشارك مع جهات أخرى في تنظيم ملتقيات وورش عمل وندوات ومؤتمرات. لكل من يريد الإطلاع على اللائحة الداخلية سنوزعها على الأعضاء وسنرسلها مرة أخرى للتعليق عليها وإبداء الملاحظات حتى نهاية هذا الشهر ومن لا يصلنا منه خطاب فسيعني ذلك موافقته على اللائحة. اتفقنا بعد إقرارها أن تقدم للجهات المختصة لطلب التسجيل.

يوسف الجاسم: من تجربة 35 سنة أو أقل قليلاً في العمل الإعلامي أعتقد أننا كمرب وصلنا لمرحلة عدم وجود إشكالية حقيقية في حصولنا على المادة الإعلامية المطلوبة والتي تخدم أذواقنا وتوجهاتنا وأفكارنا، كما ذكر الشيخ

وليد بالأمس حول معلومة 250 فضائية خاصة غير الفضائيات الحكومية وتضريخاتها، إن افترضنا وجود 30 منفذاً إعلامياً عربياً ولكل منفذ 5 مواد يقدمها يومية من توثيقية لإخبارية لحوارية لترفيحية، فمن المؤكد أن كل مشاهد عربي - وأنا ضد لجنة الإعلام والهوية الخليجية فنحن في النهاية عرب - سيكون لكل منا يومياً 1500 مادة يستطيع متابعتها. التلفاز لم يعد تلفزيونات دول، ولكن يحكمه جهاز التحكم (Remote Control)، وداخل جهاز التحكم هناك القنوات العامة والمفضلة (Favorite Channels)، بحيث ينتقل المتلقي حول العالم وينتقي ما يريد ويترك ما لا يريد. لدي رأي في موضوع اختيار كلمة إعلام التي تعني الإخبار أو الرغبة في توصيل الخبر الذي أنتقيه من وحدة وطنية والحفاظ على الأمن الوطني وغيره، أحياناً محطتي الإخبارية لا تذيع لي ما يحدث في الكويت مثلاً لتقرر هل تذيعه أم لا وإن قررت إذاعته ستكون CNN والجزيرة والعربية مثلاً قد أذاعته في نفس اللحظة، بينما في اللغة الإنجليزية هي Media وتعني الوسيط ما بين مركز الخبر ومركز الرأي والمتلقي. لديّ همٌّ حاولت إيصاله والتكلم عنه، وهو كيف يمكن للحكومات العربية بما تملكه من إمكانيات أن تخدم حاجة سكانها ومواطنيها لإعلام متطور ومتحرر؟ رغم أن الكويتي لا ينتظر ما ستقدمه وزارة الإعلام ولا السعودي ولا البحريني ولا الإماراتي، لأنه يمكننا حالياً بجهاز التحكم الذهاب لما نريد لنحصل على ما نريد. في الكويت ميزانية وزارة الإعلام أكثر من 100 مليون دينار كويتي، يعني تقريبا 300 مليون دولار، إن وزعت على 6 دول، سيكون لكل دولة بليوناً دولار في السنة لتتفقها الحكومات الخليجية على الإعلام، ولكن 90% منها للتوظيف وغيرها. لا بد للحكومات العربية أن تخرج من مأزقها المتمثل في أنه لا بد أن يكون لها محطة تبث من خلالها أخبار أصحاب السمو والمعالي والسعادة، وهذا حق مشروع فهم ملاك المنافذ، وأن الإنتاج المهني الحرفي الإبداعي يخصص من قبل



الحكومة، دعوا الحكومات تفرح بوجود محطاتها التي تبث بها نشراتها الرسمية والوفيات وليشاهد هذه القناة من يشاهدها، فأنا أعرف بعض الكويتيين من خارج الكويت من يتابعون القنوات الحكومية لمعرفة الوفيات. ولكن دعوا الحكومات تتكرم علينا بان يكون 70 مليوناً من ميزانية الإعلام في الكويت توظف لخدمة الإنتاج والإعلاميين، فالإعلاميون الكويتيون مبعثرون في بيوتهم أو في المحطات الخاصة ولديّ معلومة عن إعلاميين كويتيين موظفين في وزارة الإعلام لا يداومون في وزارة الإعلام ولكنهم أيقونات مهمة في محطات فضائية أخرى ويمارسون فيها كل إبداعاتهم ولا يعملون في تلفزيون الكويت لأنه لم يوفر لهم الأجهزة أو البيئة أو الاستوديو الصحيح للعمل. ما نحتاجه فعلاً هو أن نقنع حكوماتنا كلاً بحسب إمكاناته بأن تستثمر المواهب الإعلامية المتاحة لها بدلاً من إنفاق 80% أو 90% من الميزانيات على التوظيفات السياسية، وأكرر أنه ليس لدينا مشكلة حقيقية في ما نتلقاه، سنذكر طويلاً مستقبلاً 3 أيقونات في مجال الإعلام العربي: الشيخ صالح كامل، الشيخ وليد الإبراهيم والأمير خالد بن عبدالله بن عبدالرحمن مؤسس أوربت، فهؤلاء دفعوا أموالهم الخاصة لمحرقه تكوين أساس الإعلام العربي المتطور والحديث، ولقد لحقتهم الحكومة القطرية والسعودية، وكثر الله خيرهم أنهم أعطونا المجال لتغيير أماننا صورة المشاهدة التلفزيونية. هذه المبادرات مكنت الحكومة السعودية من الالتفاف على الدور الذي لا تستطيع تنفيذه داخلياً لتطبيقه خارجياً، ونرجو لحكوماتنا الأخرى عمل ذلك. هذه كانت مداخلتني من واقع تجربتي الطويلة في المجال الإعلامي. في ما يتعلق بالمنتدى الإعلامي بالأمس كان عندي إشكالية أننا في المكتب التنفيذي كان لدينا توجه وتطلع، ولكن من منطلق الديموقراطية عندما وضعنا تطلعنا على الطاولة سمعنا وجهات نظر أخرى تختلف عن توجهنا، كان ببالنا أنه قد آن الأوان أن يتفرع عن المنتدى العام منتديات متخصصة وكنت المعني في موضوع المنتدى الإعلامي

الخليجي بحيث يجتمع مرتين كل سنة ليتناول قضية إعلامية محددة. ما حدث هو تداول لوجهتي نظر لكل منهما وجاهتها، الأولى التي طرحناها بان نعلن عن المنتدى الإعلامي الخليجي كأحد أبناء المنتدى العام ونضع له نظام عمل، الرأي الآخر يقول إن ميزة المنتدى العام أنه يجمع الأكاديمي والإعلامي والسياسي ورجل الإعلام من الجنسين طبعاً ليتداولوا معاً، فلماذا ننعزل عن الباقيين ونفقد الميزة النسبية للمنتدى العام؟ كما طرح أن آليات المنتدى العام ضعيفة في الوصول لأهل الخليج فبعض الحضور ذكر أنه لولا الدعوة لما سمع عن هذا المنتدى الذي يبلغ عمره 30 عاماً. كان هناك شك لدى بعض الإخوان في ما يختص بقدرة المنتدى أو المنتدى المتضرع على أن ينتشر وينشر أفكاره، وكان النقاش صحيحاً وخرجنا بحل وسط يمزج بين الرأيين وهو أن تكون هناك ورشة إعلامية لأعضاء المنتدى تجتمع كل سنة تبحث في موضوع المنتدى كل عام، بأسلوب سيتولاه د. أحمد عبدالمالك الذي كلفته المجموعة ليكون منسق الورشة الإعلامية للسنة القادمة لينسق مع المنسق العام والأعضاء لنبلور ورقة ما لتطرح في ورشة المنتدى القادم.

عبدالعزیز الصقر: قائمة الأسماء المتبقية طويلة لذا أرجو الاختصار، وأعتقد أنه من الأفضل التحدث عن النظرة المستقبلية والمقترحات الجديدة، وكفيينا حديثاً عن الإعلام.

د. بهية الجشي: لدي نقطة نظام وأشكر السيد الرئيس على إعطائي الكلمة، بودي التركيز على المنتديات الفرعية التي اجتمعت بالأمس، نرجو عرض التصور الذي وصلت له كل مجموعة ليعرض للنقاش العام لتتوصل إلى صيغة لهذه المنتديات، فقد عرضت 3 تجارب وبقيت تجرية أو تجربتان، وذلك أفضل من الخروج دون التوصل لقرار بشأنها.

د. ريماء الصبان: حتى أكون سريعة سأطرح بعض التساؤلات التي تقترب من

كونها تأملات بشكل تساؤلات. بعد هذين اليومين كنت أفكر في عنوان لقائنا، من حصيلة ما دار بالأمس واليوم هل وضعنا يدنا على دور الإعلام التتموي في دول الخليج؟ هل لمسنا دور الإعلام في التنمية السياسية؟ ربما كان هناك تطرق للتنمية السياسية وقضايا الحريات ولكننا لم ندخل في صميم هذا الدور، أيضاً التنمية الاقتصادية، أين دور الإعلام من هذه الطفرة الاقتصادية الحاصلة في دول الخليج؟ دور الإعلام في تنمية المجتمع، أين دور الإعلام من إعلام الطفل؟ هناك أبعاد كثيرة تحتاج لمزيد من الغوص والفهم لها، الموضوع شامل وكبير ويحتاج للمزيد من الفهم إن أردنا الإجابة عن دور الإعلام في التنمية المجتمعية. السؤال الآخر، أين هو دور الإعلام من الاستشراف المستقبلي؟ هل هناك خطة إعلامية مستقبلية لدى أي من دول الخليج؟ هل يخطط أحد في المؤسسات الإعلامية لمرحلة مستقبلية لتحديد نتائج وزمن متوقع؟ اعتقد أن الخليج اليوم من أكثر مناطق العالم سخونة حالياً، ويعيش تحديات غير مسبوقة من التحدي الخارجي ومن ضعف البنية المجتمعية الداخلية. وحتى الآن لا أعتقد أن هناك ملامسة أو استشرافاً إعلامياً لهذه الأدوار والتحديات المستقبلية أو حتى خطأً. وأختم بجانب واحد من هذه التحديات والذي بدأ في الإمارات وهو الإعلام الأجنبي في الداخل والذي بدأ ينشط ويكبر ويأخذ فسحة الفضاء العام ومساءلة الهم العام والدور العام ودور الدولة وإلى الآن لا نجد خطة لكيفية مواجهة هذه التحولات.

د. محمد الحيزان: لقد استمتعتنا بمناقشات الأمس واليوم والتي كانت تصب في نقد الإعلام الخليجي قد أشار الأستاذ محمد أنه كان من المفترض تسليط بعض الضوء على الإيجابيات ولكن ربما لأن الوقت لا يسمح، ولأن الهدف هو محاولة إصلاح الوضع أكثر من الثناء على ما هو موجود. نريد التوقف عند نقطة، ما هي أسباب هذه الإشكاليات، لماذا نتحدث عن وجود مشكلة في الإعلام الخليجي، وأنا أتفق تماماً مع من

يقول هذا . سبب جوهري وأساسي هو أن الإعلام الخليجي أخذ على حين غرة بالتطورات التي حدثت في مجال الإعلام والاتصال، فوجد نفسه في متاهة، لا يعرف كيف يواكب هذا التغير المفاجئ الذي حدث. الإشكاليات حدثت على عدة مستويات ولكنني أريد التركيز على 3 منها، في ما يتعلق بإشكالية المؤسسات التعليمية المتخصصة في الإعلام التي فعلاً تعاني معاناة كبيرة بحكم الارتباط بشكل أساسي مع الإعلام، كثير من المقررات نفسها الموضوعية قبل أكثر من ربع قرن. فمن المضحك تدريس وكالات الإعلام مع وجود قنوات إخبارية تعتبر وكالات أنباء بحد ذاتها. وهذه القنوات لا تدرس. هناك حاجة لإعادة غريبله. وقد قمت بدراسة متواضعة على المستوى الشخصي لمقارنة مقررات تدريس الإعلام في الجامعات السعودية والأمريكية، وجدت الفارق شاسعاً جداً، أقسام الإعلام في السعودية تدرس تاريخ الإعلام وفي أمريكا تدرس الإعلام، وهنا الإشكالية، فكان لابد من إعادة غريبله تامة لكافة المواد، ونفخر أننا أعدنا غريبله 90 إلى 100% من مواد الإعلام في كلية الإعلام بجامعة الإمام بدءاً من هذا الفصل، حيث وجدنا أن هناك مواد تتحدث عن نشأة وسائل الاتصال والتلفاز الملون متى اخترع وكيف وما إلى ذلك. وذلك أوحى لنا بفكرة فريدة وهي أن نضع تلك المواد القديمة في متحف خاص بالكلية وهو موجود بالفعل الآن. أشار د. إبراهيم إلى أنه على أقسام الإعلام أن تعنى بالفكر ولكن ليس في السعودية حيث لا يوجد معاهد مهنية عالية في الإعلام بالتالي أقسام الإعلام لابد أن تدخل بقوة في مجال التدريب وهناك فصل دراسي كامل لدينا الآن عن التدريب التعاوني وأسسنا مركزاً للتدريب يسمى مركز الوسائط المتعددة للتدريب وتفخر الجامعة بل المملكة كلها بوجود هذا المركز. الإشكالية الثانية على مستوى المؤسسات الإعلامية نفسها. حين بدأت ثورة القنوات الفضائية انكشف أمر القنوات الرسمية والقنوات التجارية كما ذكر الشيخ الوليد لم يكن لديها كوادر بشرية تعرف طبيعة هذا

الإعلام الجديد، ما حدث أن قنوات كالجزيرة، مع تقديرنا لجهودها، لكنها تظل تحاكي الإعلام الغربي بشكل أحياناً فحج والدليل أنه عند الحديث عن برامج مثل الاتجاه المعاكس هو Cross Fire في قناة CNN حتى أن هناك مديعاً يحاكي تيد كوبل حتى في شعره المستعار، وهذا لا يمنع الإشادة بالخطوة التي اتخذتها الجزيرة. المحزن أيضاً أن بعض الدول التي كانت غزيرة في إنتاجها الإعلامي والتي كانت تباهي بإنتاجها الإعلامي أصبحت في المؤخرة فجأة. وصار الناس لا يلتفتون لإنتاجها لأنه ليس صناعة الإعلام الحديثة التي أخذنا على حين غرة بها. نريد مواكبة الإعلام الجديد. بالنسبة للخليج على المؤسسات الإعلامية التعليمية مسؤولية غرس روح الإبداع الإعلامي في طلابها وطالباتها بحيث يستطيعون أن ينتجوا إعلاماً خليجياً فعلاً. هذا ما تعاني منه المؤسسات التجارية، ولكن لو انتقلنا لقضية الإشكالية الثالثة على مستوى المستثمر، فهم ليس عندهم ثقافة عن هذه الصناعة الجديدة بالتالي دخلوا بشكل سريع لينشروا قنواتهم الخاصة وبعد سنة أو اثنتين يكتشف انه وضع نفسه في مأزق ويريد الخروج منه ولكنه لا يستطيع، فابتكروا الحل المتمثل في قنوات SMS، بأن يبحث عن برامج تستهوي الشباب ليخرج من المأزق على الأقل مادياً دون الاكتراث للجانب التوعوي الهادف، أصبحنا حالياً للأسف الشديد لا نبالي بأخلاقيات الإعلام في ظل وجود هذا المأزق. فهناك فضائيات كثيرة ستنتهي قريباً فأصحابها لا يفقهون في صناعة التلفاز ويعتقدون أنها كصناعة مجلة، رغم أن ما تدخله المجلة في سنة واحدة ما يدخله إنتاج متميز لمدة أسبوع في التلفاز.

عبدالعزیز الصقر: على ذكر SMS فقد بدأت الجماعات الإرهابية تستخدم SMS عن طريق قنوات الأغاني والرقص لإيصال الرسائل التي يحتاجونها للتواصل. هناك بحث يمكن عمله عن طريق الطلبة لتحليل محتوى التلفزيونات الخليجية الرسمية، اعتقد أن النسبة في التلفاز السعودي

ستكون ما بين 12 إلى 26% برامج دينية، فهل بالفعل من خلال الطلبة والأبحاث يمكن عمل بحث بالإذاعات التي تسمع خلال قيادة السيارة.

د. أحمد عبدالملك: أعتقد أنه بعد ما قاله الأخ حسن مدن، والذي لخص كل ما يدور حالياً فسأختصر ما لدي. تعليقك الأخير على الدراسة أنا مهتم به، فإذاعات صوت الخليج غطت على إذاعة قطر التي تبلغ من العمر 39 عاماً من ناحية البرامج وغيرها. طرح الإخوان قضية الإعلام الوافد كقناة سوا ومونت كارلو، والتي تطرح فيها أمور تبشيرية ومعادية للإسلام لا يسمعونها أحد لأنها بالإنجليزية. سأتطرق للإيجابيات التي ذكرها السنغوسي، الأغنية الخليجية والمسلسلات وصلت لمستوى جميل ولكن المشكلة في البرامج وأرجو أن تبحث أزمة البرامج في المحطات الخليجية، أنتقل للحديث عن المنتدى، لقد بعث لي زميلي من عمان نموذج الدعوة المرسله له، فأرجو من المنتدى عمل خطة تسويقية للمنتدى لدى المثقفين والمفكرين. وجدت في المنتدى أننا يجب أن نقيم عملنا، لقد لاحظت على لائحة المدعوين غياب 13 شخصية من قطر وحدها مما يعني وجود خلل ما. أنا أؤيد دراسة الشباب وإن كنت أوصيهم باتخاذ قائد أو دليل ليساعدهم في مسألة العينة والثبات وغيرها. من المستقبلات أتمنى أن يكلف زميل أو أكثر بإعداد دراسة عن توجهات القنوات الرسمية واتجاهات الصحف الخليجية، لتساعدنا على إعطاء مدلولات لاتجاهاتها. القضية الأخيرة، أننا اجتمعنا ولم نكن نعرف لماذا وأقصد في المنتديات الفرعية بالأمس، كان بودي لو كان هناك ورقة تبين الهدف، نريد للمشروع أن ينجح وشكراً.

د. محمد الركن: بالنسبة للموضوع الإعلامي، فالقوانين لها دور أساسي في إثراء هذا المجال أو إيجاد نوع من الحدود أو السقف الذي يجب عدم تجاوزه، لدينا في الإمارات قانون المطبوعات والنشر لسنة 1980 أصله القانون المصري لسنة 1934 وما زال هذا القانون سارياً كما هو الحال في

دول أخرى، المشكلة في هذه القوانين هي مسألة الأصل والاستثناء. هل الأصل هو الحرية؟ أم التقييد والتنظيم وما هو الاستثناء؟ القاسم المشترك بين مجموعة كبيرة من قوانين المطبوعات أن الأصل هو التقييد من الإدارة والاستثناء هو منح هذه الحرية ومنح هامش هذه الحرية يكون بقدر ما تمنحه تلك الإدارة والدليل على ذلك مسألة الترخيص ورفع مستوى عالٍ في الهرم السياسي في الدولة بحيث يمنحه مجلس الوزراء حتى وإن كانت هذه الوسيلة ستتداولها هيئات بسيطة مع إضافة وجود العقوبات الشديدة المغلظة والتأمين المالي الذي يمنع كثيراً من الأفراد ممن ليس لديهم إمكانية وضع مثل هذا التأمين، لذا لا بد من إعادة النظر في قوانين المطبوعات والنشر لتغيير هذه النظرة. النقطة الأخرى أن الهاجس الأكبر لدى بعض الدول والحكومات هو التخوف من الوطني وليس من الأجنبي، النظرة الموجودة أصلها الشك وليس الثقة، من يطلع على الإعلام الناطق بغير اللغة العربية والصادر من دول مجلس التعاون الخليجي سيجد أن لديه هامش حرية أوسع بكثير من المنتج العربي لأن الرقابة لديها كفاءة في قراءة وفهم العربي بينما تقتصر هذه الكفاءة في الإنجليزية وغيرها. ففي الإمارات لدينا كثير من الإذاعات المحلية باللهجات الإقليمية الهندية التي تمنح تراخيص، لكن لا يستطيع مواطن إماراتي الحصول على ترخيص لإذاعة خاصة له، بينما تلك الإذاعات كثيرة، ولا يعرف أحد ما يقال. نشر لدينا خبر عن إنشاء جمعية معينة، غطي في الصحافة العربية بشكل رسمي بحث، بينما في الأجنبية تم نقده وإيضاح سلبياته.

محمد السنعوسي: انتظرت أن يشير أحد أو يعلق أو يذكر الخطوة الكويتية في مجال حرية التعبير وإعطاء التراخيص التي صدرت أخيراً، تعلمون أنه قد صدرت قرارات وزارية أخيراً من وزير الإعلام المستقيل، أحدها أن يصدر قرار وزاري يعطي تراخيص لكل من يرغب بإصدار صحيفة والإجراءات لا تأخذ أكثر من ورقتين إذا كان عند هذا الشخص إمكانية

الوفاء بالشروط في أسرع وقت ممكن. كذلك صدر قرار وزاري بإعطاء تراخيص للمرئي والمسموع، كانت الطلبات على مكثبي وقتها 155 طلب استصدار صحف وجرائد، والقنوات المطلوبة وصلت في آخر يوم لي في الوزارة إلى 40 قناة تلفزيونية والإذاعة بحدود 25، ثم صدر قانون للسمعيات والبصريات وتنظيمها في مجال الإنترنت والأمور الأخرى، كان من المتوقع مناقشة تفاصيل كيفية طرحه واقتراحه من حيث قانونيته من الجانب القانوني والرقابي، فالكويت دولة خليجية أصدرت كل هذه القرارات التاريخية والتي نتمنى من الآخرين حذو حذوها.

عبدالعزیز الصقر: أستاذنكم في أن نستمع للدكتور محمد الرميحي الضيف العزيز علينا جميعاً والذي لم يأخذ فرصة في الحديث ولا في النقاش، وكذلك الأخ إبراهيم البشمي، ثم يوزع الوقت المتبقي على الباقين

د. محمد الرميحي: أحب تصحيح معلومة قلتها وهي أنني من القدامى، أنا بالمشاركة معكم وأنا من المعتقدين بفضيلة الإنصات فهو جزء من مهارة الاتصال. بعض النقاط لفتت نظري، حيث دار حديث عن استقلالية الإعلام، وأريد أن أرجع من يهتم بالموضوع إلى كتب نشر في عالم المعرفة في المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بعنوان التلاعب بالعقول وهو دراسة عن الإعلام الأمريكي تبين نهايته أنه لا يوجد إعلام مستقل، بالتالي هذه قضية لا داعي من مناقشتها. الأمر الآخر، مظلة الإعلام أكثر من صحافة وتلفاز وإنترنت، ويحضرني في هذا المقام زيارة لإيران حيث كان في استقبالنا السيد ناطق نوري وكان وقتها رئيس البرلمان وكنا 10 أو 12 من الإخوة الكويتيين في زيارة رسمية وقبل أن نجلس قال أهلاً وسهلاً فيكم، أنتم مثقفون؟ قلنا نحن مشتغلون في الثقافة، فقال فيلم واحد خير من 100 مثقف وهذه قضية أساسية ومهمة جداً. بمعنى أن هناك وسائل مؤثرة جداً، وقد طلبت من الأخ يوسف دعوة الشاب الذي مثل الفيلم السعودي (هشام الهويش)، وللأسف لم نتمكن من الوصول إليه وإلا كنا



حصلنا منه على رسائل إعلامية مهمة جداً، الأمر الآخر ما طرح عن المجتمع وأهميته من جانبين، الرقابة التحتية والتي قد تكون أحياناً أقصى من الرقابة الحكومية، والتي تأتي من موضوع التعليم، أنا ادرس في جامعة الكويت ومن أسئلتى التقليدية ماذا قرأتم اليوم؟ لوسألنا أنفسنا ماذا قرأنا هذا الصباح؟ بالكثير عناوين الصحف التي وصلت الغرف. من تجربتي أنا أتحدث عن النخبة، حيث قد يقول لي أحدهم لقد قرأت لك مقالاً مميزاً في الشرق الأوسط، رغم أنني لا أكتب فيها! قضية أخرى هي تدريب الإعلاميين فهناك نقص شديد فيها، من المهم عند توظيف الإعلامي أن يكون له شهادة خبرة. تحدث بعض الزملاء عن الحرية ومن تجربتي المتواضعة أعتقد أنه إذا لم تقرن الحرية بالمسؤولية فنحن نتحدث عن فوضى، وهذه قضية أساسية. النقطة قبل الأخيرة أن الإعلام صناعة مهما تعددت وسائل الاتصال، وأرجو من المنتدى التحرك والتحدث بجدية عن الصناعة الإعلامية وكيفية توفيرها، على الأقل البرامج الحوارية والتوثيقية. إن لم نفعّل ذلك سيكون هناك فراغ في الأجهزة الإعلامية الخليجية سيملاً بشكل آخر. أعتقد أننا نريد الوصول بالمجتمع حيث نريد رغم أننا لا نمثل المجتمع، يجب أن نعرف أن المجتمع تعددي وعلينا أن نرحب بالتعددية، فبدونها لن نحافظ على علاقة حيوية بالمجتمع، المجتمعات ذات القبضة الحديدية هي التي أنتجت وزارات الإعلام. ماذا نريد لهذا المجتمع؟ كيف نصل لحوار مع هذه المجموعات؟ ما هو المسموح والممنوع في هذا الحوار؟ أنا أرى ضرورة عدم تفرع هذا المنتدى، فقيمه أن يأتي بخبرات متعددة خلال يوم أو اثنين في السنة وهو أمر إيجابي جداً، شبكة العلاقات التي تنمو منه، فلتتم وبأشكال أخرى، للأكاديميين أجهزة كثيرة في الخليج وكذلك التجار وغيرهم، لذا أرجو ألا نتفرع. وشكراً.

إبراهيم البشمي: لقد حضرت أول اجتماع للمنتدى في البحرين، وكنت الصحفي الوحيد فانتهزت الفرصة وكتبت عن الجلسات ونشرناها في

جريدة الخليج، فوضعت على اللائحة السوداء ولم أدعَ للمنتدى عقاباً على نشري ما دار من نقاش. الآن بعد 30 سنة أجد أن 5٪ فقط من المؤسسين متواجدين، يجب أن ترفع توصية للجنة التنفيذية بأن يكون هناك قرار بخصوص هل سيظل المنتدى يعمل بالطريقة التي ابتدأ فيها؟ بشكل مغلق بدون نشر جلساته وتغطيتها بدون خلق تداعيات لهذا المنتدى على مستوى المجتمع الخليجي وإرسال تقريره للحكومات الخليجية؟ أنا أعتقد أن الإجابة عن هذا السؤال مهمة جداً وستوضح لنا إلى أين نتوجه. النقطة الثانية أريد تصحيح معلومة أن من فتح الخليج على هذه المتغيرات والتطورات العالمية حدثت عندما فتح تلفزيون البحرين قنواته المحلية عام 1990 للـ CNN لأول مرة لتبث ما يجري عند غزوالكويت ثانية بثانية، وكانت هذه نقطة التغيير وليست الجزيرة التي كانت ردة فعل على الحدث. النقطة الأخرى بخصوص قوانين الصحافة، لدينا الآن تجربة مهمة في البحرين بخصوص قانون الصحافة وكما قال د. الركن إن قوانين الصحافة لدينا منقولة من القانون العثماني الذي ينظر للمنطقة العربية نظرة سيطرة واستعمار ووضع قانون صحافة نقحوه المصريون بتغيير لغته العربية المكسرة ونقحت لغتها لكن مضمونها ثابت. أعتقد أن تجربتنا في البحرين لم ننظر للقانون التركي أو المصري أو العربي بل نظرنا للتجربة الواقعية وحاولنا وضع مبادئ لها. لايزال الصراع مستمراً بين المفهومين إلا أنها تجربة حية وغنية يجب النظر إليها بعين الاعتبار. النقطة الأخيرة، الجزيرة رصد لها 500 مليون دولار، جريدة الحياة في سنتها الأولى رصد لها 55 مليون دولار، وحتى الآن لم تحقق على هذا المدى. هناك شيء واقعي يعاني منه رؤساء التحرير وهو التوزيع والدعاية والإعلان والمنافسة. فمن يقدر على ذلك؟

أ. محمد الركن: هناك نقطة أحب التأكيد عليها وهي أن الإعلام مرآة عاكسة للسلطة الحاكمة في أي دولة، لذا فهو مرآة عاكسة لتطور الدولة،

وبالقياس على دولنا الخليجية نجد بالفعل في كل دولة بها تطور سياسي وديموقراطي، الإعلام فيها أكثر انفتاحاً وله دور أكبر، ومن لا انفتاح ديموقراطي بها، دول منغلقة إعلامياً. الإعلام يفترض أن يكون إعلاماً ناقداً، لا يجب أن يكون مطبلاً ومزمرأ ومادحاً أو ملمعاً كما هو حادث عندنا. حكوماتنا لا تريد إعلاماً ناقداً، لذا قامت بتحصين نفسها ضد الإعلام الناقد والمتطور، ومن ضمن التحصين أنها أصدرت قوانين أسمتها قوانين المطبوعات بينما هي في الواقع قوانين ممنوعات، وربطت هذه القوانين بقوانين العقوبات، حيث يحكم على الإعلامي بالحبس سواء من قانون المطبوعات أو العقوبات. بالإضافة لوزارات الإعلام التي تحسن وضع السلطة التنفيذية في الدولة. هناك مفهوم خاطئ هو الإعلام الرسمي ونقصد به الممول من الحكومة، والصحيح أنه يمول من قبل الدولة لذا ليس من حق الحكومة أن تعتقد أن هذا الإعلام هو إعلام يعبر عنها. وهوليس اتصالاً بل ناقل لما يحدث في المجتمع للقنوات الإعلامية وما يقوله الناس من مجتمع مدني وحكومي وأندية وغيرها ويتيح الفرصة للجميع، ولكن من التحصين الحاصل أنه ليس كل ناقد أو معارض يجد الفرصة للوصول للأجهزة الإعلامية. التطور في هذا المجال حدث بأخذ وليس بعبء. لا يمكن المطالبة بحرية الصحافة أو الإعلام ومنتظر من الحكومة منحنا تلك الحرية. تجربتنا في البحرين تجربة نضال منذ الستينات. الحادث في معظم دول الخليج أنه ليس هناك مطالبات وإن حدثت تكون على استحياء. لخلق إعلام يخدم التنمية يجب أن يأخذ الإعلام مجاله من الحرية والعطاء. وشكراً.

عبدالعزیز سلطان: أعلم أن الوقت انتهى ولكني أحب أن أصلح الانطباع الذي تحدث عنه د. إبراهيم بالنسبة لوضع المنتدى في بدايته عام 1979، كانت أجواء الفكر والحرية تختلف تماماً عن الوضع الحالي. من جهة أخرى كان هدف المنتدى التطرق لقضايا التنمية، بالتالي كان المطلوب أن يتحدث

الحضور بشكل مفتوح دون خوف، وإن كنا سمحنا وقتها للإعلام لما حضر أحد ما عدا بعض الجنسيات، ومع ذلك كنا نمر بصعوبة في مكان الانعقاد، حتى أنه قد منعتنا جميع الدول ما عدا دبي والكويت. وقد حدث بعد تحرير الكويت وفي إحدى الدول الخليجية فوجئنا بالمباحث وأوقفوا الاجتماع رغم أنه لدينا ترخيص من وزارة الخارجية. أما بعد 1996 فانفتحت تلك الدول وارتفعت مساحة الحرية في الدول الخليجية وبدأ نوع من التسابق بين الدول الخليجية على عقد جلسات مؤتمرات التنمية على أرضها. الأمر الآخر والمتعلق بالتدريب، التدريب ليس مجموعة معاهد فقط، بل هو مرتبط بالبيئة ولا يختلف عن الرياضة، فالبرازيلي في الرياضة لديه أولاً دافع قوي هو الفقر، ثم الساحات والإمكانات الرياضية المتاحة من المدارس، وإن كانت بسيطة ومحدودة، ثم الفرق المهنية، وهذا ما ينتج لاعبين متميزين. الأمر مماثل في الإعلام، لا بد من يتدرج من المرحلة الابتدائية بوجود صحف الحائط والإذاعة الداخلية، ثم في المرحلتين المتوسطة والثانوية كذلك بوجود الجرائد والإذاعات الداخلية وتشجيع المبدعين، ثم الجامعات والمعاهد المهنية، عن طريق هذه المراحل سيظهر المهوبون في مجال الإعلام بحيث إن كل ما سيحتاجونه بعد ذلك هو تدريب محترف وصقل للموهبة. الأهم من معاهد التدريب المهني هو الإدارة في القطاع الخاص، لأنها هي التي تأخذ مخرجات التعليم وتصلها وتختار منهم الأفضل والمبدع ويرتقي به للأعلى. بدون ذلك التدرج لا يمكن خلق إعلاميين مبدعين.

د. عبد الخالق عبدالله: لدي كلمات ختامية بخصوص المنتدى، كان د. عبدالعزيز سلطان منسق المنتدى لأكثر من 6 سنوات ويعرف تفاصيل كثيرة، وخلال 25 سنة تحاشى المنتدى الإعلام والحضور الإعلامي والانفتاح، لذلك فالغالبية العظمى لم تسمع عن المنتدى. ومنذ 3 سنوات ماضية قرر المنتدى الانفتاح على الإعلام والمجتمع وتوسيع العضوية، لأن الدنيا تغيرت

بالتالي ما نراه الآن من حضور وتفاعل وتواصل يبلغ عمره 3 سنوات من أصل 28 سنة، حيث أصبحت الحكومات الآن أكثر استعداداً لقبول المنتدى. بالنسبة للإعلام بشكل عام، لقد تطرقنا لهذا الموضوع من منطلق أن الشعار المرفوع الآن هو شعار الإصلاح السياسي المرتبط به الإصلاح الإعلامي. في ما تبقى من الوقت لأبد من توجيه بعض كلمات الشكر وخاصة للدكتور الأخ يوسف الجاسم والذي أدار هذا المؤتمر واتصل بالإخوة الحضور على مدار سنة كاملة تقريباً والإعداد للمؤتمر وأي نجاح حدث خلال هذين اليومين، كل ذلك تم بفضلته فيستحق بالفعل منا الشكر الجزيل. كذلك أريد شكر الأستاذ عدلي الراعي على تدوين كل حركة وكلمة صدرت منكم، متمنين له التوفيق ويستحق بالفعل الشكر الجزيل وكل تقدير. شكري كذلك لمعدي الأوراق العلمية التي كانت هذا العام مميزة عن العام الماضي. كذلك كانت مناقشات هذا العام أرقى من مناقشات العام الماضي. الحضور الرائع وخاصة من السعودية أفضل من العام الماضي وهذا ما نريده دائماً. فنحن نتطلع لأن يكون لقاء السنة القادمة، والذي تقرر أن يكون في مسقط، أفضل من لقاء هذا العام. الشكر في النهاية لكم جميعاً لأعضاء المنتدى الذين شاركونا طيلة 28 سنة، لقد حضر هذا اللقاء 46 عضواً من أصل 101 عضو منهم 36 عضواً من السعودية فاستحقت الكتيبة السعودية المركز الأول من حيث الحضور، تلتها الكتيبة الكويتية ثم الكتيبة الإماراتية، والبقية حضور لأول أو ثاني مرة. كذلك نشي على الحضور النسائي المتميز لهذا العام، وبالمثل الحضور الشبابي بغض النظر عن المناقشات أو الملاحظات التي قيلت عن دراستهم، فإن حضورهم يفرحنا فهو أمر مسلم به حيث سيأتي وقت لا بد فيه من تسليم الراية للشباب. قبل 28 سنة كانت أعمار مؤسسي المنتدى من الشباب والآن حان دور الشباب الجدد. أخيراً أشكركم جميعاً وأتمنى لقاءكم في مسقط واعدرونا على أي تقصير.

البحرين تشارك في منتدى التنمية الخليجي - جريدة أخبار الخليج

<http://www.aaknews.com/>

[arc\\_Articles.asp?Article=196098&Sn=BNEW&IssueID=10546](http://www.aaknews.com/arc_Articles.asp?Article=196098&Sn=BNEW&IssueID=10546)

العدد 10546، الثلاثاء، 18 محرم 1428 هـ، 6 فبراير 2007.

يعقد منتدى التنمية الخليجي مؤتمره السنوي الثامن والعشرين الخميس 8 فبراير 2007 في دبي - دولة الإمارات العربية المتحدة بحضور أكثر من 100 شخصية من جميع دول مجلس التعاون الخليجي. وسيناقش المؤتمر على مدى يومين بحوثاً تتناول «الإعلام الخليجي: دوره التتموي ومساره المستقبلي».

وسيقدم الورقة الأولى الدكتور إبراهيم البعيز أستاذ الإعلام بجامعة الملك سعود الذي يرصد بشكل إحصائي وبياني واقع الإعلام الخليجي وبيئته السياسية والمجتمعية مع تركيز خاص في التحديات التي تواجه وسائل الإعلام في عصر العولمة وفي ظل المستجدات في المنطقة. وسيقدم الورقة الثانية الأستاذ إبراهيم بشمي رئيس تحرير جريدة الوقت البحرينية الذي سيتناول هموم الإعلاميين في دول مجلس التعاون الخليجي من خلال دراسة ميدانية أجريت على عدد من القيادات الإعلامية في دول مجلس التعاون لشرح ظروف العمل وواقع الحريات والبنية التشريعية التي تحكم عمل الإعلاميين. أما الورقة الثالثة فهي عبارة عن بحث ميداني من إعداد فريق بحثي من الكويت والبحرين والإمارات حول اتجاهات شباب مجلس التعاون بشأن الإعلام الخليجي الذي يقدم مؤشرات في غاية الأهمية حول رأي الشباب في الصحف والقنوات الفضائية وتأثيرها في الاتجاهات الشبابية. وسيتم تخصيص الجلسة الثالثة لتقديم شهادات إعلامية من واقع الخبرة العملية الواسعة يقدمها كل من الشيخ وليد الإبراهيم رئيس مجلس إدارة تلفزيون الشرق الأوسط ونبيل الأحمر وزير الإعلام في

البحرين سابقاً والدكتور حمد الكواري وزير الإعلام في قطر سابقاً. كما ستعقد في مساء اليوم الأول من اللقاء السنوي خمس ورش عمل متخصصة أهمها ورشة عمل خاصة للإعلاميين لمناقشة تأسيس المنتدى الإعلامي الخليجي. ويأتي هذا المؤتمر كجزء من جهود منتدى التنمية لفهم أعمق لوضع الإعلام والإعلاميين ودورهم التتموي والمستقبلي والتعرف على مشكلات هذا القطاع الحيوي المسؤول مباشرة عن بلورة الرأي العام تجاه القضايا الخليجية المصيرية. ومنتدى التنمية مؤسسة أهلية تطوعية يضم حوالي 140 عضواً من جميع دول مجلس التعاون ويركز في قضايا التنمية ويعمل من أجل تعميق التواصل والتعاون بين أبناء المنطقة.

## المؤتمر السنوي لمنتدى التنمية الخليجي يناقش دور الإعلام التنموي

<http://www.alkhaleej.ae>

دبي «الخليج» - دار الخليج 8-2-2007

يعقد منتدى التنمية الخليجي مؤتمره السنوي الثامن والعشرين اليوم الخميس في دبي بحضور أكثر من 100 شخصية من كل دول مجلس التعاون الخليجي.

وسيناقش المؤتمر على مدى يومين بحثاً تناول «الإعلام الخليجي: دوره التنموي ومساره المستقبلي». وسيقدم الورقة الأولى الدكتور إبراهيم البيعز أستاذ الإعلام بجامعة الملك سعود الذي يرصد بشكل إحصائي وبياني واقع الإعلام الخليجي وبيئته السياسية والمجتمعية مع تركيز خاص على التحديات التي تواجه وسائل الإعلام في عصر العولمة وفي ظل المستجدات في المنطقة.

وسيقدم الورقة الثانية إبراهيم بشمي رئيس تحرير جريدة الوقت البحرينية الذي سيتناول هموم الإعلاميين في دول مجلس التعاون الخليجي من خلال دراسة ميدانية أجريت على عدد من القيادات الإعلامية في دول المجلس لشرح ظروف العمل وواقع الحريات والبنية التشريعية التي تحكم عمل الإعلاميين.

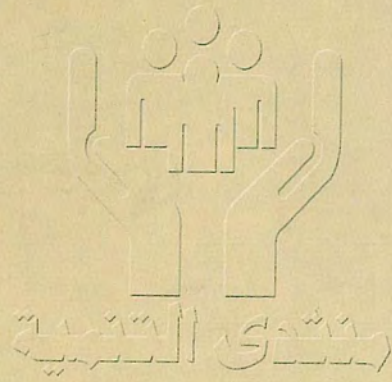
أما الورقة الثالثة فهي عبارة عن بحث ميداني من إعداد فريق بحثي من الكويت والبحرين والإمارات حول اتجاهات شباب مجلس التعاون حول الإعلام الخليجي ويقدم مؤشرات في غاية الأهمية حول رأي الشباب في الصحف والقنوات الفضائية وتأثيرها في الاتجاهات الشبابية.

وسيتم تخصيص الجلسة الثالثة لتقديم شهادات إعلامية من واقع الخبرة



العملية الواسعة يقدمها كل من وليد الإبراهيم رئيس مجلس إدارة تلفزيون الشرق الأوسط ونبيل الحممر وزير الإعلام في البحرين سابقاً والدكتور حمد الكواري وزير الإعلام في قطر سابقاً.

كما ستعقد مساء اليوم خمس ورش عمل متخصصة أهمها ورشة عمل خاصة للإعلاميين لمناقشة تأسيس المنتدى الإعلامي الخليجي.



اللقاء السنوي الثامن والعشرون

دار قرطاس النشر