

الفصل التاسع

الإعلام وقضايا التحول الديمقراطي

تتنوع النظم السياسية في العالم، وتتنوع معها مستويات الديمقراطية، وما زالت هناك حتى الآن نظم سياسية غير ديمقراطية رغم الاهتمام بنشر الديمقراطية في العقدين الأخيرين وخاصة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية مع مطلع تسعينات القرن الماضي.

ومن المهم أن نعترف أن الديمقراطية المثالية غير موجودة في أي مكان في العالم، ورغم ذلك فقد نجح الإعلام في أن يخلق عند الناس إحساسا عاما بأننا نعيش في هصر تحول ديمقراطي، بحيث أصبحت معظم نظم الحكم تقريبا تدعي أنها ديمقراطية وتقيم شرعيتها على هذا الأساس.

وقد أصبح هناك شبه أجماع دولي على أن احترام حقوق الإنسان، وحرية المرأة، أصبحا اليوم من ضمن المعايير الرئيسية التي يقاس بها مدي توفر الديمقراطية في أي مجتمع أنساني، إضافة إلى ظهور معايير جديدة تتزايد أهميتها مع الوقت مثل استقلالية الإعلام المحلي في مواجهة العولمة وموضوعية التغطية الإخبارية.

أن المواطن في أي مجتمع هو صاحب المصلحة في قضايا التحول الديمقراطي وفي مقدمتها احترام حقوق الإنسان وحرية المرأة واستقلال الإعلام المحلي والموضوعية في التغطية الإخبارية وعندما يقوم الإعلام بدوره في خدمة هذه القضايا فهو يحقق بذلك ديمقراطية الإعلام وشعبيته في ذات الوقت.

الإعلام وحقوق الإنسان

من الإنصاف أن نعترف بالدور المؤثر الذي قامت به وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة في التعريف بمبادئ وثقافة حقوق الإنسان، وتصديها في حالات غير قليلة لبعض انتهاكات حقوق الإنسان، وقيامها يكشف وإحاطة الرأي العام بها، كذلك شكلت وسائل الإعلام نوعاً من الحماية لجمعيات حقوق الإنسان، ولبعض الناشطين في هذا المجال، في ظل موقف الأجهزة غير المتحسمة لحركة حقوق الإنسان^(١).

وفي حالات غير قليلة أدى قيام وسائل الإعلام بالتغطية الإعلامية لبعض انتهاكات حقوق الإنسان إلى خلق رأي عام رافض لهذه الانتهاكات مما شكل قوة ضغط معنوية أدت إلى وقف هذه الانتهاكات أو تحجيمها أو محاسبة المتسببين فيها أو المسؤولين عنها^(٢).

ومن المهم الاعتراف أيضاً بوجود العديد من الممارسات الإعلامية غير الإيجابية لقضايا حقوق الإنسان في مصر والعالم العربي ومنها النظر إلى ثقافة حقوق الإنسان باعتبارها نتاجاً للثقافة الغربية المعادية للعرب والإسلام، وكذلك باعتبارها محاولة من الولايات المتحدة الأمريكية ودول الغرب لتحديد أجندة القضايا في مصر والعالم العربي، واستبدال القضايا الوطنية والقومية في هذه الأجندة والتي تعبر عن مصالح الشعب المصري والشعوب العربية بالقضايا التي يتبناها الغرب والتي تعبر عن مصالحه.

وهناك بعض المعالجات الإعلامية التي تربط بين بعض المؤسسات العاملة بحقوق الإنسان وبين التمويل الأجنبي، وما يثيره ذلك من مخاوف الاختراق المادي لمنظمات المجتمع المدني.

وهناك بعض الممارسات السلبية في المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان ترتبط العمل الإعلامي ونمط الملكية السائد في وسائل الإعلام ومساحة الحريات المتاحة و مستوى الأداء الإعلامي، ومن نماذج هذه الممارسات، غلبة التغطية التسجيلية علي حساب التغطية الإعلامية التفسيرية والتحليلية الأكثر عمقاً مما أدى إلي شيوع ظاهرة عدم الدقة في بعض المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، ومنها تزايد طابع الإثارة علي بعض هذه المعالجات الإعلامية وخاصة في بعض الفضائيات، وكذلك في العديد من الصحف، وبخاصة في القضايا التي تتعلق بالحقوق السياسية ، حيث يلاحظ أن القيم الإعلامية السائدة في بعض هذه الممارسات الإعلامية السلبية، التي يتم علي أساسها تقييم واختيار ما ينشر أو يذاع، وكذلك تحديد حجم ومساحات الوقت الذي تخصصه وسائل الإعلام لقضايا حقوق الإنسان، لا يراعي القيمة الحقيقية للموضوعات المعالجة، بقدر ما يراعي ما يتوفر فيها من عناصر الجذب والإثارة للقراء أو المستمعين أو المشاهدين⁽³⁾.

وهناك أيضاً نقص المصداقية لبعض المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، بسبب الجروح إلي المبالغة، وعدم الموضوعية، بحيث تكون أقرب إلي الدعاية منها إلي الإعلام.

أضف إلي ذلك غياب التأهيل الإعلامي الكافي والمتخصص للإعلاميين الذي يعالجون قضايا حقوق الإنسان، وبخاصة من شباب الإعلاميين⁽⁴⁾.

ولكل الأسباب والظواهر السابقة ظهرت الحاجة إلي وجود رؤية جديدة لنشر ثقافة حقوق الإنسان، بهدف تعزيز وتنمية حماية حقوق الإنسان، وترسيخ قيمها،

ونشر الوعي بها والإسهام في ضمان ممارستها، وذلك بالاستعانة بالمؤسسات والأجهزة المختصة بشئون التعليم والتنشئة والإعلام والتثقيف، وأن يتم ذلك بالتنسيق مع كافة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري والمباشر، العامة والخاصة بحيث يتم الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام لتعزيز وتنمية حماية حقوق الإنسان وترشيد قيمها ونشر الوعي بها والإسهام في ضمان ممارستها وكذلك تطوير التغطية الإعلامية لكافة نشاطات حماية حقوق الإنسان من خلال التعاون والتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقنوات الاتصال المباشر أضفت إلي ذلك أهمية الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام في نشر ثقافة حقوق الإنسان وتوعية المواطنين بها، وسد الفجوات الاتصالية بين المواطنين في الحضر والريف وبين الرجال والنساء^(٥).

أن التناول الإعلامي لقضايا حقوق الإنسان ينبغي أن يعتمد علي منهجية الحوار والتبادل الحر للأفكار والآراء وقبول التعددية في المواقف والاتجاهات، وذلك انطلاقاً من كون موضوع حقوق الإنسان يمثل تاريخياً أحدي القضايا الخلافية المثيرة للجدل بين أصحاب الرؤى الفكرية بمرجعياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك سعياً لتطوير مناخ يعترف بحق الاختلاف ويحترم لغة الحوار والمناقشة الموضوعية بعيداً عن التعصب وفرض الرأي.

ولا بد من تكامل دور وسائل الإعلام الجماهيري وقنوات الاتصال المباشر ووسائل التثقيف والتنشئة الاجتماعية في التعبير عن قضايا حقوق الإنسان(٦) ، مع الاعتراف بأهمية وجود آلية منتظمة ومستمرة للمتابعة و التقييم والتطوير للخطط والسياسات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضايا حقوق الإنسان، وكذلك أهمية التواصل المستمر بين الإعلاميين المهمتين بقضايا حقوق الإنسان والباحثين المهمين بهذا المجال حتى يتسنى من خلال ذلك تشخيص واقع حقوق

الإنسان بدقة مع إمكانية استعادة الإعلاميين من نتائج الدراسات التي يقوم بها الباحثون^(٧).

ومن الضروري قيام وسائل الإعلام بحسن انتقاء الإعلاميين الذين توكل إليهم مهمة الإعلام عن حقوق الإنسان وتزويدهم بالقيم المرغوبة في التغطية الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، وكذلك البعد عن المعالجات الإعلامية الجزئية أو الهامشية وعدم تناول قضايا حقوق الإنسان بمعزل عن الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتجنب الأسلوب الدعائي والتوجيه المباشر في المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان وترشيد المعالجات الإعلامية التي تعتمد على استغلال قضايا حقوق الإنسان كمصدر للإثارة.

ومن المهم العناية بتدريب وتأهيل كافة القائمين بالاتصال في قضايا حقوق الإنسان الذين يشملون شريحة واسعة تضم الصحفيين والكتاب والإعلاميين في الإذاعة والتلفزيون والقنوات الفضائية والانترنت من المهتمين بقضايا حقوق الإنسان وهناك أيضاً القائمون بالاتصال الذين يقوم عليهم الاتصال المباشر ومنهم قيادات المجتمع المحلي وقادة الرأي الطبيعيين من رجال الدين والمدرسين والأطباء والمرشدين الزراعيين وغيرهم من أفراد النخبة المثقفة في أي مجتمع محلي، وكذلك هناك نشطاء مؤسسات حقوق الإنسان ومنظمات المجتمع المدني، والباحثون في المراكز العلمية والبحثية في مجالات الإعلام والاتصال.

ومن المهم العمل على تأهيل وتدريب القائمين بالاتصال على كيفية الإعلام عن ثقافة حقوق الإنسان وتنمية مهاراتهم الإعلامية، على أن يراعي في عمليات التأهيل والتدريب تنوع الاحتياجات الإعلامية، للقائم بالاتصال حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية ووفق خصائص الجمهور المستهدف.

كذلك من المهم الاهتمام بالإعداد الجيد للرسائل الإعلامية، وتوفير المادة العملية الصحيحة والدقيقة، والبعد عن التعميم والمجردات، أو الإغراق في

التنظيم وتجاهل الواقع المعاصر، والتركيز علي المعالجة النقدية لانتهاكات حقوق الإنسان بهدف كشفها للرأي العام وتقويمها، والتركيز علي الخطاب الديني المستنير لحماية حقوق الإنسان، حتى لا يساء استغلاله من جانب البعض في تبرير انتهاك حقوق الإنسان مع ضرورة التأكيد علي أهمية المضمون الترفيهي (خاصة الدراما) في طرح قضايا حقوق الإنسان بأشكال متنوعة وجذابة لجماهير مختلفة من المواطنين، وهو الأمر الذي يتطلب إجراء مزيد من الحوار والتفاعل مع المبدعين وكتاب الدراما لإيجاد إطار مشترك لمعالجة قضايا حقوق الإنسان.

كذلك من المهم إعداد قاعدة بيانات ومعلومات حول مختلف القضايا والشخصيات المتصلة بالمجالات ذات العلاقة بحقوق الإنسان وتزويد وسائل الإعلام بها ليتم الاستفادة منها كمصادر للمواد الإعلامية أو ضيوف للبرامج المختلفة وإعداد ملفات إعلامية تتضمن معلومات خلفية حول الموضوعات الخاصة بحقوق الإنسان وتزويد الإعلاميين ووسائل الإعلام بها للاستفادة منها في الإعداد الجيد للمواد الإعلامية الخاصة بحقوق الإنسان.

ويكتمل الجهد السابق مع تشجيع منظمات حقوق الإنسان للتعاون مع المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث العلمية في إعداد ملخصات للبحوث والدراسات المتصلة بقضايا حقوق الإنسان، وتزويد وسائل الإعلام بها.

ورغم سنوات عمرها القصيرة نسبياً فقد تحصلت جمعيات حقوق الإنسان علي خبرات متراكمة في كيفية استخدام وسائل الإعلام في التوعية بحقوق الإنسان، ومن ابرز الوسائل الإعلامية التي استخدمتها حركة حقوق الإنسان: البيانات الصحفية؛ والنداءات العاجلة، والتقارير النوعية التي تعالج ظاهرة بعينها في فترة زمنية معينة مثل ظاهرة العنف أو التعذيب أو حرية الإعلام وغيرها، وهناك التقارير الشاملة التي تعالج أوضاع وظواهر دائمة مثل حقوق المرأة وحرية الصحافة وغيرها، هناك التقارير السنوية وكذلك لوحظ الاهتمام بإصدار

النشرات الإعلامية غير الدورية، فضلاً عن الاهتمام بوسائل الإعلام المباشر عبر الحلقات النقاشية والندوات والمؤتمرات^(٨).

ويلاحظ محدودية النشاط الإعلامي لجمعيات حقوق الإنسان عبر وسائل الاتصال الجماهيري وخاصة الراديو والتلفزيون وبنسبة أقل الصحافة، ولعل ذلك يعود إلى نمط الملكية السائد في الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، حيث تملك الدولة كافة الخدمات الإذاعية والتلفزيونية الأرضية في كثير من الدول النامية ومنها المنطقة العربية.

كذلك فإن الجمعيات حقوق الإنسان تجربة متميزة في التعامل مع وسائل الإعلام الدولي، حيث حرصت وخاصة في فترة نشأتها الأولى على إحاطة الرأي العام الدولي بكافة المستجدات على ساحة حقوق الإنسان عن طريق مخاطبة المنظمات الدولية والهيئات التابعة للأمم المتحدة مثل لجان حقوق الإنسان ومنظمة العمل الدولية، وكذلك عن طريق الصحف الدولية ووكالات الأنباء الدولية، ونشر الرسائل الإعلامية عبر الانترنت، ولم يقتصر الإعلام الدولي لمنظمات حقوق الإنسان على وسائل الاتصال الجماهيري، وإنما نشطت أيضاً في استخدام وسائل الاتصال الدولي المباشر، عبر عقد اللقاءات مع ممثلي المنظمات الدولية والدبلوماسيين الأجانب، وعقد المؤتمرات الصحفية التي تجمع وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية^(٩).

ومن المهم أن نخضع تلك التجارب الإعلامية للدراسة والتقييم لكي نستفيد من إيجابياتها وأن نستبعد سلبياتها، كذلك من الضروري وضع دراسة تفصيلية عن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وذلك للتعرف على الوسائل الأكثر مناسبة للتعبير عن قضايا حقوق الإنسان، والأكثر تأثيراً في نشر ثقافة حقوق الإنسان^(١٠).

إن كثيراً من قضايا حقوق الإنسان هي بطبيعتها قضايا خلافية تحتاج إلى

طرح الرأي والرأي الآخر وصولاً إلى إقناع الرأي العام بهذه القضايا، ومن المعروف أن الاقتناع برأي أو فكر ما يمر بخمسة مراحل وهي: الإدراك ثم الاهتمام، ثم المحاولة أو التجربة، ثم الاقتناع ثم التبني فلا يمكن أن يتحقق بدون الاتصال المباشر، الشخصي أو الجمعي ومن هنا فمن الضروري الاهتمام بوسائل الاتصال والإعلام المباشر في نشر ثقافة حقوق الإنسان، فهي الأكثر قدرة على الإقناع بحكم تعاملها مع جماهير نوعية ومحدودة العدد، كما أنه يكون للقائم بالاتصال غالباً خبرة في التعامل مع هذا الجمهور^(١١).

وهكذا يتضح أنه كلما زادت مساحة الديمقراطية الإعلامية في مجتمع ما، زادت قدرة وسائل الإعلام على خدمة قضايا حقوق الإنسان.

الإعلام وحرية المرأة

رغم أن المرأة تمثل نصف عدد السكان أو أكثر في معظم البلدان، إلا أنهم ما زلن يعاملن كأقلية، وغالبا ما تكون وطأة الفقر والتخلف وفقدان العدالة أشد وطأة على النساء منها على الرجال، ولقد أكدت العديد من الدراسات الإعلامية الميدانية، وفي أكثر من بلد، أن مواقف الجمهور من المرأة تشكل عاملا حاسما في تقرير أوضاع المرأة في المجتمع، كما تبين أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرا قويا في تشكيل هذه المواقف، وللأسف فإن الصورة السلبية التي تقدم بها المرأة في وسائل الإعلام، قد ساهمت وبقدر مؤثر في استمرار الأوضاع المتردية للمرأة، ويعترف تقرير هام لمنظمة اليونسكو عن "الإعلام و المجتمع" قلما تصور النساء وهن يشاركن في جوانب ذات شأن في العمل أو وهن يشغلن وظائف ذات مستقبل أو مناصب في الحياة العامة، وتصور النساء عادة على أن نشاطهن يقتصر على الأعمال المنزلية أو العمل كسكرتيرات ومساعدات أو في وظائف مشابهة تحت أمره الرجال، بل أنه في المواقف العائلية والشخصية، تبدو النساء كما لو كن عاجزات عن اتخاذ القرارات دون توجيه من الرجال^(١٢).

وصحيح أنه في السنوات الأخيرة تولت النساء رئاسة الحكومة في عدد من البلاد، ولكن ذلك أمر استثنائي، فما زالت غالبية النساء محصورات في المراتب الدنيا من الحياة العامة، وفي كثير من البلاد أما أن يستبعدن من الاجتماعات

العامة أو ينتظر منهن الإنصات في صمت بينما يتحدث الرجال، والرجال في الغالب هم الذين يسيطرون على الأحزاب السياسية والنقابات، ورغم أن المرأة أصبحت تتمتع بحق التصويت في معظم البلاد، إلا أنه يصعب عليها ترشيح نفسها للانتخابات ولا تشكل النساء سوى أقلية ضئيلة في المجالس النيابية، كما إنهن ممثلات تمثيلاً رمزياً في الوزارات وينعكس هذا الاختلال على عالم الاتصال والإعلام، فعادة لا تولى وسائل الإعلام عناية كافية للقضايا التي تهم المرأة بصفة خاصة (٢٠) سواء كانت أنشطة الحركات النسائية أو إسهامهم في النشاط الاجتماعي.

وفي وسائل الإعلام تصور المرأة على أنها تستهين بذاتها وتتوكل على غيرها، ويعوزها المنطق، وتؤمن بالخرافات ولا تتحكم في عواطفها، وفي الإعلانات بصفة عامة، تصور النساء، أما كربات بيوت ينحصر اهتمامهن في الاحتياجات المنزلية أو كرمز مفر للجنس يجعل السلع الاستهلاكية أكثر جاذبية عن طريق تداعي الأفكار (١٣).

أن الأثر الشامل لصورة المرأة في وسائل الإعلام هو دعم التحيز والقوالب الجامدة بدلاً من الحد منها، ومن شأن هذا التشويه للواقع أن يؤد الصورة السلبية للمرأة وأن يدعم الأوضاع المتخلفة التي تعاني منها (١٤).

وعندما ننتقل إلى معالجة أوضاع المرأة المصرية والعربية وصورتها في وسائل الإعلام المصرية، فإن المتابع المنصف للمعالجات الإعلامية لقضايا المرأة وشؤونها في وسائل الإعلام المصرية والعربية لا يستطيع أن ينكر حدوث تطور إيجابي ملموس في هذه المعالجات خلال السنوات القليلة الماضية ولذلك أسباب كثيرة لعل في مقدمتها تنامي دور المرأة في الحياة العامة ووصولها إلى مواقع مؤثرة في اتخاذ القرارات في المجتمع، وكذلك تزايد إقبال المرأة على التعليم وتفوقها في العديد من تخصصاته مما فتح أمامها أبواب مجالات جديدة

من الأعمال كانت قصرا على الرجال لسنوات طويلة، أضف إلى ذلك أن المرأة أصبحت تشكل جزءا نشطا في حركة المجتمع المدني في العديد من الدول العربية، الذي يكسب كل يوم احتراما متزايدا لإرادته في العديد من القضايا، ومن بينها وقد يكون من أهمها قضايا المرأة وحقوقها.

رغم اعترافنا بما حدث من تطور إيجابي في المعالجات الإعلامية لقضايا المرأة وصورتها فما تزال هناك سلبيات كثيرة في هذه المعالجات، وعند إخضاعها للتحليل النقدي سوف نضع أيدينا على عدد من الملاحظات الهامة ومنها:

أن القيم الإعلامية السائدة في التغطية الإعلامية لشئون المرأة، التي يتم على أساسها تقييم واختيار ما ينشر أو يذاع، وكذلك تحديد حجم المساحة وحجم الوقت الذي تخصصه وسائل الإعلام للمرأة تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة نحو الموضة والأزياء والتجميل والمطبخ، وذلك على حساب الموضوعات التي تعالج قضايا المرأة وحقوقها ومشكلاتها.

وتزايد طابع الإثارة على المعالجات الإعلامية لشئون المرأة بصرف النظر عن القيمة الحقيقية للموضوعات المعالجة، حيث تستخدم المرأة في هذا الإطار كوسيلة لجذب الانتباه بالتركيز عليها كأثني لإثارة الغرائز وذلك في الإعلانات وبعض الأعمال الدرامية والفيديو كليب وبعض الصور المنشورة في الصحف، وقلة اعتماد وسائل الإعلام على المواطنين والمواطنات العاديين كمصدر للمادة الإعلامية، إذ يعتمد الإعلاميون غالبا على المسئولين والمتخصصين كمصادر، ويأتي المواطنون في ترتيب متأخر وأحيانا يغيبون تماما مما يفقد المعالجات الإعلامية طابعها الجماهيري وعمقها الإنساني، وغياب الإدراك الكافي من جانب بعض وسائل الإعلام الجماهيرية لجماهيرها من النساء، سماتهن وخصائصهم واحتياجاتهن الإعلامية، واعتماد هذه الوسائل على التصورات

السابقة والانطباعات الشخصية غير الدقيقة في كثير من الأحيان مما يخلق فجوة بين ما ينشر أو يذاع وبين الاحتياجات الإعلامية الحقيقية للمرأة، وحين تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى البحوث واستطلاعات الرأي العلمية للتعرف على خصائص جماهيرها من النساء واحتياجاتهن الإعلامية، فإن العوائق البيروقراطية وبعض الدوافع الشخصية تحول دون الاستفادة من نتائج هذه البحوث والاستطلاعات العلمية في تلبية رغبات المواطنات واحتياجاتهن الإعلامية.

وهناك أيضا ونقص المصادقية لبعض المعالجات الإعلامية لشئون المرأة، وذلك بسبب الجنوح إلى المبالغة وعدم الموضوعية في بعض المعالجات، أو بسبب تجاهل المشاكل وعدم الاعتراف بالرأي الآخر في معالجات أخرى وفي حالات غير قليلة فإن ما تقدمه بعض وسائل الإعلام يدخل في باب الدعاية المباشرة أكثر مما يدخل في باب الإعلام، وغياب التأهيل الإعلامي الكافي والمتخصص للقائمين بالاتصال في صفحات وبرامج المرأة في وسائل الإعلام وقلة العناية بانتقاء من يعملون في هذه الصفحات والبرامج باعتبارها من التخصصات الأقل أهمية مقارنة بغيرها من التخصصات الإعلامية الأكثر جماهيرية والأعلى دخلا مما ينعكس في ضعف مستوى المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة.

ورغم الزيادة الكمية في الأوقات المخصصة لشئون المرأة في الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، فإن توقيتات إذاعة بعض البرامج الإذاعية والتليفزيونية غير المناسبة لظروف حياة وعمل النساء، قد قلل كثيرا من التأثير الإيجابي المتوقع لهذه الزيادة.

من المهم التأكيد على أن علاج سلبيات المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة وشئوننا يحتاج إلى وجود رؤية جديدة للمرأة تشارك فيها كافة وسائل الإعلام

وبالتزام ذاتي نابع من هذه الوسائل، وتقوم على تحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام من أجل تحسين صورة المرأة وتمكينها من أداء دورها السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وإمماج جهودها في التنمية الشاملة والنهوض بالمرأة وحل المشكلات التي تواجهها.

ومن الضروري أن تكون لهذه الرؤية أهداف واضحة ومحددة وواقعية ومنها الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بهدف زيادة اهتمام المجتمع بقضايا المرأة ومشكلاتها وحقوقها، بحيث تحل هذه القضايا والمشكلات مواقع متقدمة في أجندة وسائل الإعلام، وبالتالي في أجندة الرأي العام، وتفعيل الدور الإعلامي لمنظمات المجتمع المدني وبخاصة المنظمات والجمعيات النسائية أو تلك التي تهتم بقضايا المرأة وتطوير التغطية الإعلامية لكافة نشاطاتها من خلال التعاون والتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقنوات الاتصال المباشر، وتكثيف الجهود الإعلامية من أجل تغيير الصورة النمطية السلبية للمرأة، والعمل على تقديم صورة حقيقية ومتطورة للمرأة، والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام في النوعية بحقوق المرأة وإبراز مدى تناقض بعض الموروثات الاجتماعية الخاطئة مع هذه الحقوق والسعي إلى تغيير بعض المفاهيم السلبية السائدة عن المرأة في المجتمع، وسد الفجوات الاتصالية القائمة بين النساء والرجال وبين النساء في الريف والحضر بحيث يتم ترسيخ قيم المساواة وعدم التمييز في الفرص والحقوق والواجبات وذلك بهدف تشكيل رؤية مجتمعية منصفة لأدوار المرأة ومسؤولياتها الفعلية في المجتمع.

ولكن تطوير الأداء الإعلامي في مجال المرأة مرهون بوجود سياسات إعلامية تلتزم بها وسائل الإعلام طوعيا وتضمن تحويل هذه الأهداف إلى واقع حي وترجمتها في أشكال وقوالب فنية مناسبة تراعي طبيعة كل وسيلة إعلامية، وكذلك اختلاف الجمهور المستهدف وغير ذلك من عناصر العملية الاتصالية

وتتضمن السياسة الإعلامية التي تقوم عليها عملية تطوير المعالجة الإعلامية لصورة وقضايا المرأة عدد من الاعتبارات لعل من أهمها أن التناول الإعلامي لصورة وقضايا المرأة وشؤونها وحقوقها ينبغي أن يعتمد على منهجية الحوار والتبادل الحر للأفكار والآراء وقبول التعددية في المواقف والاتجاهات، وذلك انطلاقاً من كون موضوع المرأة وحقوقها يمثل تاريخياً أحد القضايا الخلافية المثيرة للجدل بين أصحا الرؤى الفكرية بمرجعياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك سعياً لتطوير مناخ يعترف بحق الاختلاف ويحترم لغة الحوار والمناقشة الموضوعية بعيداً عن التعصب وفرض الرأي^(١٥)، والبعد عن المعالجات الإعلامية الجزئية أو الهامشية لشئون المرأة وعدم تناول قضايا المرأة بمعزل عن الواقع الاقتصادي والاجتماعي الذي تعيش فيه^(١٦). وتجنب الأسلوب الدعائي والتوجيه المباشر في المعالجات الإعلامية لشئون المرأة، وترشيد المعالجات الإعلامية والإعلانية التي تعتمد على استغلال المرأة كمصدر للإغراء والإثارة، وتقتصر على إبراز هذه الصفات فيها^(١٧).

والخلاصة أن تحسين أوضاع المرأة وصورتها التي تعرضت لظلم وتشويه طويل، عبر عصور وأزمان متعاقبة، يحتاج إلى جهد كبير تشارك فيه كافة وسائل الإعلام، مباشرة وجماهيرية، تقليدية وحديثة، مطبوعة واليكترونية وذلك لشرح قضايا المرأة والدفاع عن حقوقها وكسب المزيد من المؤيدين لها، وذلك انطلاقاً من الإيمان بفاعلية الإعلام الديموقراطي في عرض الآراء والأفكار وقدرته على التأثير في المواقف والاتجاهات.

موضوعية التغطية الإعلامية

الموضوعية في التغطية الإعلامية تشير إلى القضايا المرتبطة بالتحيز وتحريف الأنباء بالحذف أو الإضافة أو بالتهديد أو التهويل، أو التلوين السياسي للأحداث المحلية والعالمية، والخلط بين الخبر والرأي خضوعاً للمصالح أو الأهواء، وهي كلها أمور تفوق الممارسة الديمقراطية لوسائل الإعلام، لذلك تحرص المجتمعات الديمقراطية على توفير أكبر قدر من الموضوعية للتغطية الإعلامية^(١٨)، عن طريق وضع معايير لقياس مدى احترام الموضوعية أثناء نشر الأخبار بالصحف أو إذاعتها في الراديو والتلفزيون والفضائيات وفي الصحف الإلكترونية، وغيرها من وسائل الإعلام الحديثة.

إن قرار نشر أو إذاعة الخبر يقوم على أساس "تقييم الخبر" ويقصد به المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر أو الإذاعة، ويرتبط بالتقييم قرار استبعاد الخبر أو تأجيله أو اختصاره، وكذلك تحديد موقع الخبر وترتيب نشره أو إذاعته.

إن هناك مجموعة من المعايير التي يجب أن تقوم على أساسها عملية "تقييم" الخبر، ويمكن إيجازها في ثلاث مجموعات من المعايير وهي:

أولاً: عناصر الخبر News Elements:

ويقصد به مجموعة الخصائص التي يتكون منها الخبر، وهي خصائص أمكن

حصرها "تاريخيا" من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف وتذيعها الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية.

ولا يوجد اتفاق عام حول عناصر الخبر أو ماهيتها، وهذا الخلاف يرجع إلى تنوع المدارس الإعلامية في هذا المجال، فهناك مدرسة تركز على ستة عناصر للخبر هي: التوقيت Timeliness والقرب Nearness والحجم أو الضخامة Size والأهمية Importance والفائدة أو المصلحة الشخصية Personal Benefit والإنجاز Achievement.

وهذا الاتجاه يسود غالبا في الصحف والشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية "المحافظة"، أو ما يطلق عليها شبكات وقنوات الخدمة العامة كما هو الشأن في هيئة الإذاعة البريطانية واتحاد الإذاعة والتليفزيون الفرنسي والشبكات والقنوات المملوكة للدولة في ألمانيا وعدد من دول غرب أوروبا وكذلك في معظم الشبكات والقنوات الحكومية في دول العالم الثالث، مع ملاحظة اختلاف المعالجة الإخبارية وفقا لمدى خضوع هذه الشبكات والقنوات للإشراف الحكومي أو استقلالها عن السيطرة الحكومية^(١٩).

وهناك مدرسة أخرى تركز على ثمانية عناصر للخبر وهي: الشهرة Prominence والصراع Conflict والتشويق Suspense والإثارة Excitement والحالية Freshness والإنسانية Human Interest والغرابة والطرافة Novelty، والتسلية Entertainment وهذا الاتجاه يسود غالبا في الصحف والشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية الخاصة التي تتميز بالشخصية الإعلامية "الشعبية" أو "الجماهيرية" كما هو الشأن في شبكات التليفزيون المستقل ببريطانيا والتليفزيون الخاص بفرنسا ومعظم دول غرب أوروبا وأغلب الشبكات والقنوات الأمريكية^(٢٠).

ومن المهم التأكيد أن نشر أو إذاعة الخبر في أي من هذه المدارس رغم

اختلافها لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من العناصر المكونة للخبر فحسب وإنما يقوم على أساس "قيمه" و "وزن" كل عنصر من العناصر، ولكن قيمة كل عنصر ووزنه ضعيفة، يفضل عليه في الإذاعة وفي الترتيب، خبر آخر يضم عدداً أقل من العناصر ولكن قيمة كل عنصر منها ووزنه مرتفعة^(٢١).

ثانياً: صفات الخبر:

إذا كانت عناصر الخبر تعتبر جزءاً أساسياً من تكوينه، ولا يمكن بدونها أن يصبح الحدث خبراً، فإن الصفات قد توجد في الخبر وقد لا توجد، وإن كان غيابها يمثل اعتداء على حق القارئ أو المستمع أو المشاهد، وأضعافاً لمصادقية الوسيلة التي تلتزم بها، وهذه الصفات هي:

١. **الصدق أو الصحة:** وهذه الصفة مازالت تثير العديد من القضايا الخلافية مثل إمكانية التضحية بعدم التأكد من صحة الخبر قبل نشره أو إذاعته في سبيل تحقيق سبق الإخباري، ومثل التضحية بخبر مهم غير مؤكد وعدم نشره أو إذاعته حرصاً على المصادقية^(٢٢).

٢. **الدقة:** وهي صفة تشير إلى مدى احترام الوسيلة الإعلامية لحق القارئ أو المستمع أو المشاهد في معرفة الحقيقة الكاملة حول الحدث الذي يدور عنه الخبر وما يرتبط بذلك من الإهمال في التغطية الكاملة للحدث وعدم استكمال بعض وقائعه الهامة، سواء عن عمد أو نتيجة قلة الكفاءة المهنية أو ضعف التدريب، أو تخلف التكنولوجيا الاتصالية المتوفرة^(٢٣).

ثالثاً: سياسة الوسيلة وشخصيتها:

رغم أنا الكثيرين لا يعترفون - اليوم - بأن سياسة الصحيفة أو الشبكة أو القناة تعتبر أحد معايير تقييم الخبر، بدعوى "الحياد" أو "الاستقلال" إلا أن الحقيقة التي تؤكدتها التجارب العملية أن سياسة الوسيلة الإعلامية هي أهم معايير الخبر واتخاذ قرار نشره أو إذاعته وتحديد ترتيبه في النشر أو الإذاعة وتوجد ثلاثة محددات للتعرف على "سياسة" الشبكة أو القناة وهي:

١. النظام الإعلامي: الذي تعمل في إطاره الصحيفة أو الشبكة الإذاعية أو القناة التلفزيونية وما إذا كان نظاماً إعلامياً ديمقراطياً أم سلطوياً أم نظاماً مختلطاً، ونسبة الحرية المتاحة للصحيفة أو الشبكة أو القناة في ظل هذا النظام الإعلامي^(٢٤).

٢. نمط الملكية: وما يثيره ذلك من قضايا مرتبطة بأشكال الملكية المتعددة، فهناك نمط يقوم على ملكية الدولة لوسائل الإعلام، وخضوع هذا الإعلام للإشراف الحكومي المباشر، مثل غالبية مجتمعات العالم الثالث. وهناك نمط آخر يقوم أيضاً على ملكية الدولة مع وجود ضمانات تشريعية تعتمد على ملكية الدولة مع وجود ضمانات تشريعية تضمن الاستقلال عن التدخل الحكومي مثل تجربة هيئة الإذاعة البريطانية واتحاد الإذاعة والتلفزيون في فرنسا وغالبية دول غرب أوروبا وفي الهند وفي عدد غير قليل من دول العالم الثاني التي بدأ تتبنى النظام الليبرالي في السنوات العشر الأخيرة. وهناك نمط ثالث يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام بعيداً عن أي تدخل حكومي، كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية. وهناك أنماط أخرى من الملكيات المختلطة التي تجمع بين الملكية العامة والخاصة لوسائل الإعلام وتختلف مساحة الحرية التي تتمتع بها هذه الوسائل تبعاً للنظام الإعلامي السائد في المجتمع الذي تنتمي إليه^(٢٥).

٣. شخصية الشبكة أو المحطة: وما إذا كانت تمثل "الشخصية المحافظة" أو تمثل "الشخصية الشعبية" أو تحاول أن تجمع بين ملامح من الشخصيتين وتكون أقرب إلى "الشخصية المعتدلة".

وإذا حاولنا تطبيق مجموعات المعايير الخاصة بموضوعية التغطية الإعلامية باعتبارها أحد مظاهر الديمقراطية الإعلامية، على وسائل الإعلام المصرية- كنموذج- يمكن أن نضع أيدينا على عدد من الملاحظات الهامة ومنها:

١- أن الصحف القومية المملوكة للدولة ويمارس مجلس الشورى حقوق الملكية عليها، يغلب عليها الطابع شبه الرسمي على تغطيتها الإعلامية ورغم التزايد المستمر في هامش الحرية المتاح لهذه الصحف، إلا أن نمط ملكيتها يجعلها حريصة على إبراز الشخصيات والنشاطات الحكومية والرسمية بصرف النظر عن مدى أهميتها في حين تخلصت الصحف الخاصة والصحف الحزبية من سيطرة هذا الطابع الرسمي وشبه الرسمي حتى ما يتعلق بنشاطات رئيس الدولة، لذلك يلاحظ أن الصحف القومية تغلب الاعتبارات السياسية على الاعتبارات المهنية وخاصة فيما يتعلق بالأخبار السياسية في حين تغلب الصحف الحزبية والخاصة الاعتبارات المهنية على الاعتبارات السياسية حتى ما يتعلق منها بالأخبار السيادية.

٢- أن الطابع الرسمي الذي يميز سياسة الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الأرضية والقضائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون بفعل نمط ملكية الدولة والإشراف الحكومي المباشر، ينعكس بالضرورة على شخصية هذه الشبكات والقنوات بحيث يغلب عليها طابع الشخصية الإعلامية "المحافظة"، لذلك كان من الطبيعي أن تعظم الخدمات الإخبارية التي تقدمها هذه الشبكات والقنوات من قيمة ووزن عناصر الخبر التي تشتهر بها المدرسة الإعلامية المحافظة أثناء تقييمها للأحداث، وأثناء اتخاذ قرار إذاعتها وتحديد ترتيبها في النشرة، وفي الوقت نفسه تضعف من أهمية عناصر الخبر التي تشتهر بها المدرسة الإعلامية الشعبية، لذلك ففي الوقت الذي تهتم فيه الخدمات الإخبارية بالاتحاد بتحركات ومقابلات المسؤولين التنفيذيين فإنها تتجاهل تماما أي ذكر أو إشارة لما تذخر به حياة المواطنين من أحداث.

٣- أما بالنسبة لصفتي "الصحة" و"الدقة" في الخبر، بمعنى تكامل التغطية الإخبارية للحدث واستكمال ومتابعة وقائعه، وعدم تجاهل إذاعة أحداث هامة تمس مصالح المواطنين، وترتيب إذاعة هذه الأحداث وفق أهميتها، وعدم تحريف الأخبار عن طريق حذف بعض الوقائع أو إضافة وقائع لم تحدث، أو الخلط بين الخبر والرأي، فإن ذلك يحدث في حالات قليلة، وغالباً لا يكون السبب ضعف الأداء المهني للعاملين في الخدمات الإخبارية بقدر ما يعود إلى تغليب الاعتبارات السياسية على المعايير الإعلامية المهنية في إذاعة وترتيب الخبر في النشرة.

٤- أن تحقيق ديموقراطية التغطية الإعلامية في الخدمات الإخبارية التي يقدمها اتحاد الإذاعة والتلفزيون تتطلب أن يكون تقييم الأخبار وفقد الاعتبارات الإعلامية المهنية وحدها، وأن يتم التخلص بالتدريج من الطابع الرسمي للأخبار والتقارير الإخبارية، وأن يزداد الاهتمام بالأخبار ذات الطابع الجماهيري بصرف النظر عن وجود شخصيات رسمية في هذه الأخبار من عدمه.

كذلك لابد من الوعي بخطورة تجاهل إذاعة بعض الأخبار أو وضعها في زيل النشرة لعدم تمشيها مع سياسة الحكومة في الوقت الذي تتلقف فيه بعض الخدمات الإخبارية الإقليمية أو الدولية هذه الأخبار باهتمام وقد يكون مبالغاً فيه، فيدفع المواطنين إلى البحث عن أخبارهم الداخلية في وسائل أعلام خارجية وقد تكون غير أمينة في عرضها لهذه الأحداث.

ولعله أن الأوان لأحداث تطور جذري في اتحاد الإذاعة والتلفزيون يقوم على أساس الفصل بين ملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني، وبين الإشراف الحكومي المباشر على هذا الإعلام، وهو الأمر الذي يحقق استقلال الخدمات الإذاعية والتلفزيونية وما يرتبط بها من خدمات إخبارية.

وسوف يكتمل هذا التطور بالسماح للقطاع الخاص المصري بالدخول في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الإخباري، مما يتيح إمكانية ظهور المدرسة الشعبية في التغطية الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية.

ولابد أن نلاحظ أنه رغم وجود فضائيات مصرية خاصة، وبعضها مستمر منذ سنوات غير قليلة، فإنها جميعا فضلت الابتعاد عن تقديم الخدمات الإخبارية، لذلك من المهم تشجيع القطاع الخاص المصري بالدخول في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الإخباري، وذلك في إطار الضوابط التي تضمن حرية هذا الإعلام، ومستوى الأداء الإخباري وأخلاقياته.

استقلال الإعلام المحلي

يوجد منذ سنوات تخوف مشروع في العديد من دول العالم أن يؤدي الاهتمام الزائد أو المبالغ فيه نحو عولمة وسائل الإعلام، كما تعكسها الصحف الإلكترونية والإذاعات الدولية والقنوات الفضائية والانترنت إلى أضعاف وسائل الإعلام المحلية وعدم الاهتمام الكافي بتحديثها وتطويرها، وما يمكن أن ينتج عن ذلك من أخطار تهدد الهوية الثقافية للمواطنين سواء كانوا من سكان الريف أو الحضر.

ورغم أن السنوات العشر الماضية شهدت توسعاً في إنشاء وسائل الإعلام المحلية، إلا أن السؤال الجوهرى ظل قائماً وهو هل يضمن هذا التعدد تنوعاً أم لا؟

فالتعدد لا يعني التنوع في كل الحالات، فشبكات ووسائل الاتصال والإعلام ينبغي أن يكون لها قدر من التنوع والاستقلال عن بعضها البعض، فإذا لم تكن كذلك فلن يكون التنوع سوى مظهر خارجي، وعلى سبيل المثال ففي بعض البلدان تسيطر الحكومات بشكل كامل على كافة وسائل الإعلام من راديو وتلفزيون وصحف بالإضافة إلى منافذ الاتصال المباشر، وفي بلدان أخرى تسيطر بعض الاحتكارات على معظم الشبكات الإذاعية التلفزيونية ودور الصحف (٢٦)، وفي كل هذه الحالات تختفي مزايا التنوع، حيث تتحدث كل هذه الوسائل المتعددة بصوت واحد^(٢٧)!

لذلك فإن كثرة وسائل الإعلام بالمحليات وتعددتها لن يكون وحده دليلاً على كونها تلبي الاحتياجات الإعلامية الحقيقية لسكان المحليات، حيث تظل جماهير المحليات تسمع رأياً واحداً وإن كثير المعبرون عنه^(٢٨).

ويلاحظ أنه رغم الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيري في المحليات، وانبهار سكان الريف لهذه الأجهزة، والسعي خلال السبعينيات والثمانينات لاقتنائها والتعرض المكثف لها، فإن موجه هذا الانبهار قد انكسرت حدتها في المرحلة الحالية لعدة عوامل، يأتي في مقدمتها انشغال غالبية الريفيين بتدبير معاشهم اليومي ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية وبالتالي ضيق وقت الفراغ لقيامهم بأكثر من عمل في اليوم الواحد، ويلاحظ أيضاً الانفصال بين مضمون الكثير مما تقدمه وسائل الإعلام للمحليات وبين واقع الحياة في المحليات، وهو الأمر الذي يعني تجاهل وسائل الإعلام، للاحتياجات الإعلامية الجديدة التي تفرضها طبيعة التغير في الريف، حيث حدث تبدل ملحوظ في أسلوب تعرض أهل الريف لأجهزة الإعلام ويميل هذا التغير في اتجاه التعرض السلبي ومحدودية وقت التعرض، والاعتقاد بالتوظيف الترفيهي لهذه الأجهزة على ممارسات النخبة دون التفاعل مع هذه المضامين^(٢٩).

وتشير نتائج البحوث الحديثة إلى غلبة التوظيف الترفيهي للتلفزيون بالإضافة إلى قلة التعرض للتلفزيون لأسباب تعود إلى ضيق الوقت، كما أنه في إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية والسعي لتدبير نفقات الحياة المتزايدة والعمل بأكثر من مهنة طوال اليوم، وتفاقم الأعباء الملقاة على عاتق المرأة الريفية فإن الفترة المسائية تكاد تكون هي الفترة الوحيدة التي ينحصر خلالها تعرض القرويين للتلفزيون وتتضاءل إلى حد كبير تعرضهم لبرامجه خلال فترات الإرسال الأخرى، وبالذات الفترة الصباحية أو السهرة على عكس ما يشاع في كتابات في هذا المجال حول سهر الريفيون حول التلفزيون وإهمالهم لعملهم.

ومن الناحية الشكلية يوجد تكامل بين وسائل الإعلام الموجهة إلى المحليات فما تقوله القناة المحلية للتلفزيون لا يختلف عما تقوله الشبكة الإذاعية المحلية وصحيفة الإقليم، وكل ما يقوله هؤلاء لا يختلف عما يتردد داخل مركز الإعلام المحلي^(٣٠)، ولكن السؤال هل يوجد تكامل وظيفي بينهم، وإذا كنا نتصور التكامل بمعنى التماثل أو التشابه فسوف نتأكد بالفعل من مدى هذا التكامل، فكل وسائل الاتصال تركز على الجانب الترفيهي، كما أنها تركز أيضاً على الجانب الدعائي أو الرسمي.

أما إذا نظرنا إلى التكامل بمعناه الوظيفي، المتمثل في إعادة بناء المواطن وإعادة تشكيل حياته بما يتناسب واحتياجات البعض ومتطلبات التطور التكنولوجي الحديث، فإن هذا التكامل غير موجود.

وفي ظل الأوضاع الحالية للإعلام الريفي، وخاصة في المجتمعات النامية حيث يوجد شبه انفصال بين مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام الجماهيرية وبين واقع الحياة الفعلي في الريف، وذلك لصالح الاتصال المباشر وخاصة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة مثل الفيديو وشريط التسجيل والهاتف^(٣١).

ومن المهم أن نعمل جميعاً على إدخال تحسينات جذرية على كافة وسائل الاتصال في المحليات سواء كانت جماهيرية أو مباشرة، ليست فقط بتطوير التكنولوجيا أو المضمون وإنما أيضاً بتطوير قدرات القائمين بالاتصال^(٣٢). ففي ظل الظروف التي تمر بها المجتمعات النامية، ومنها بلادنا العربية- يظل التقدم رهناً بمستوى كفاءة البشر الذين هم مادة هذا التقدم وأداته.

وقد كشفت دراسة عن "قنوات التلفزيون الإقليمية في عدد من الدول النامية أن جمهور الأقاليم مازال يفضل محطات التلفزيون المركزية على محطات التلفزيون المحلية.

وتبين أيضاً أن النخبة المتعلمة في المجتمعات المحلية أكثر اهتماماً بقراءة

الصحف والاستماع إلى الراديو ومشاهدة القنوات المركزية والفضائيات وأقل اهتماماً بمشاهدة القنوات المحلية وقراءة الصحف المحلية^(٣٣).

كما أكدت نتائج بحوث أخرى أن قنوات التليفزيون الإقليمية لا تزال مركزية التوجه رسمية التوجيه، لأنها مازالت جزء من بنية النظام الإعلامي المركزي، ولم تنجح في خلق كيان مستقل لها يجعلها قنوات بديلة عن القنوات المركزية، فهي قد نجحت فقط في اجتذاب الجمهور الأقل تعليماً والباحث عن التسلية والترفيه وليس الجمهور المتعلم الذي يريد أن يطور معارفه.

وإذا ضربنا مثلاً بالإعلام المحلي في مصر فسوف نجد أن طبيعة النظام الإعلامي المصري، الذي ظل لسنوات طويلة نظاماً مركزياً تتركز معظم أدواته في العاصمة، وهو أمر طبيعي باعتباره وريث أقدم دولة مركزية في التاريخ. ومن ثم سادت ظاهرة الإعلام الرأسي، الذي يهبط من أعلى إلى أسفل أي من قمة السلطة إلى المواطنين، كما أنه ينطلق من العاصمة إلى الريف.

وفي الربع الأخير من القرن العشرين شهدت مصر انفراجة ديموقراطية في نظامها السياسي، وهو الأمر الذي انعكس على نظامها الإعلامي، وكان من أبرز أوجه هذه الانفراجة الديموقراطية في النظام الإعلامي: إنشاء ثمان إذاعات إقليمية، وست قنوات تليفزيونية محلية، وعشرات الصحف المحلية، وإنشاء مراكز الإعلام الداخلي في كافة المحافظات.

ومن المهم الاعتراف بأن هذه الوسائل لا تزال تعاني من مركزية في التوجه ورسمية في التوجيه، لأنها ما تزال جزءاً من بنية النظام الإعلامي المركزي في القاهرة، والتحدّي الآن أن تنجح في أن توجد لهذه الوسائل الإعلامية المحلية كياناً مستقلاً يجعلها وسائل مكملّة للإعلام المركزي لا صورة كربونية منه وبذلك نحقق بالفعل ديموقراطية الاتصال، وشعبية في الوقت ذاته.

وهناك ضرورة لمعالجة الانفصال بين مضمون الكثير مما تقدّمه وسائل

الإعلام المحلية، وبين واقع الحياة في المحليات، بحيث تلبي الاحتياجات الإعلامية الجديدة للمواطنين، التي تفرضها طبيعة التغيير، الذي حدث في الريف المصري.

وهناك تخوف حقيقي أن تزداد في المستقبل الهوة بين وسائل الإعلام المحلية وبين جماهير الريف، وذلك لصالح ما نسميه (الإعلام البديل) وهذا الإعلام البديل استخدمته بعض الجماعات الدينية المتشددة، لنشر أفكارها سواء بتوظيف الاتصال المباشر الشخصي أو الجمعي في الزوايا والمساجد، وفي المدارس والجامعات، والسنوادي والبنقابات. أو بتوظيف شرائط الكاسيت في سيارات الأجرة، وأتوبيسات النقل الجماهيري والميني باص.

وعلىنا أن نعترف أنه في ظل عدم اهتمامنا الكافي بالإعلام المحلي، حققت هذه الجماعات المتشددة قدراً من الانتشار قد نختلف في تقدير- مدها- دون أن تملك صحفاً أو محطات إذاعية، أو قنوات تلفزيونية، وإنما برعت فقط في استخدام الإعلام البديل!

ولتطوير الإعلام المحلي من الضروري توفر التكنولوجيا الاتصالية والإعلامية الحديثة بوسائل الإعلام المحلية، المكتوبة والمسموعة والمرئية، بما يمكنها من أداء دورها بكفاءة، ويقترح في هذا المجال تشجيع المواطنين على إنشاء وحدات طباعية حديثة وصغيرة، تقوم بطبع الصحف المحلية بعواصم المحافظات، بدلاً من طباعها جميعاً في القاهرة، ويمكن أن يتحقق التشجيع بمنح هذه المطابع عدداً من الإعفاءات الضريبية، ودعم من الدولة لأسعار الورق والمستلزمات الطباعية، لعدد محدد من السنوات، حتى تقف هذه المطابع الصحفية المحلية على أقدامها، أسوة بما هو متبع مع المشروعات الاستثمارية الجديدة. وأن يراعى اتحاد الإذاعة والتلفزيونية الاحتياجات التكنولوجية للإذاعات والقنوات المحلية، وهو يعد خطته الحالية والمستقبلية للتحديث

التكنولوجي، بحيث لا يتم تجاهل احتياجات المحليات لصالح الإذاعات والقنوات التليفزيونية المركزية ودعوة المؤسسات الصحفية القومية الكبرى إلى إصدار طبعات محلية من صحفها اليومية، لكي تغطي الاحتياجات الإعلامية لمواطني المحليات، وهو تقليد متبع في كثير من دول العالم، كذلك فقد كانت لنا في مصر تجارب ناجحة في هذا المجال عندما أصدرت مؤسسة أخبار اليوم جريدة أخبار الإسكندرية.

وضرورة إعادة النظر في قرار وزارة الإعلام بإيقاف بث القنوات المحلية على النيل سات، ودراسة وتقييم تأثير ذلك على نسبة مشاهدة هذه القنوات، بعد تغيير نمط المشاهدة في ريف مصر، وزيادة إقبال المواطنين في العاصمة والأقاليم على مشاهدة القنوات الفضائية لرخص تكاليفها، وضعف الإرسال المحلي بحيث أصبح كثير من المواطنين في الأقاليم لا يستطيعون مشاهدة قنواتهم المحلية، بما يتركهم عرضة للقنوات الفضائية وحدها.

ولابد من الاهتمام بتطوير وسائل الاتصال المباشر في الريف، سواء التابعة للهيئة العامة للاستعلامات مثل مراكز الإعلام الداخلي، ومراكز الإعلام والتعليم والاتصال، أو قصور الثقافة التابعة لوزارة الثقافة، أو مراكز الإرشاد الزراعي التابعة لوزارة الزراعة، أو وحدات التوعية الصحية وتنظيم الأسرة التابعة لوزارة الصحة، فضلاً عن الوعاظ والدعاة التابعين لوزارة الأوقاف والجمعيات الأهلية.

ويتحقق التطوير المنشود بحسن انتقاء العاملين في هذه المؤسسات، بحسب قدراتهم وتخصصاتهم، ومنحهم الأجور المناسبة، التي تشجعهم على البقاء في الريف، بدلاً من الهرب للعمل في العاصمة، ثم إخضاعهم للتدريب المستمر لرفع كفاءتهم، مع توفير الإمكانيات المادية والفنية، التي تساعد على أداء عملهم مع التقييم المستمر لنتائج هذه الأعمال.

الاهتمام بتطوير قدرات وسائل الإعلام المحلية على اكتشاف الكفاءات والمواهب، وتشجيعها وتنميتها بطريقة تخدم المجتمعات المحلية، وذلك عن طريق التركيز على مشاركة الكفاءات والمواهب المحلية في الكتابة للصحف، وفي المساهمة الفعالة في برامج الإذاعات والقنوات التليفزيونية المحلية، وفي ندوات ومؤتمرات مراكز الإعلام، بدلاً من الاعتماد بشكل رئيسي على نجوم العاصمة، وبذلك يتم ربط الكفاءات والمواهب المحلية بمجتمعاتها، ويتم وقف النزيف المستمر للمجتمعات المحلية من الكفاءات والمواهب.

وضرورة وضع ضوابط قانونية تكفل لوسائل الإعلام المحلية مزيداً من الاستقلال، وحرية التعبير، التي تحول دون تحكم قيادات الإدارات المحلية في هذه الوسائل، أو توجيهها بحيث تتحول وظيفتها من الإعلام إلى الدعاية، فتفقد مصداقيتها ومن ثم تفقد جمهورها، وتشجيع اعتماد وسائل الإعلام المحلية المقروءة، والمسموعة والمرئية على مواردها الذاتية، مما يدعم استقلالها من ناحية، ويساعدها على تقديم خدمة إعلامية متميزة من ناحية أخرى، وذلك عن طريق تنشيط سوق الإعلان في وسائل الإعلام المحلية، ويمكن للدولة أن تساهم بدور كبير في هذه المجال عن طريق تخفيض قيمة دمغة الإعلانات في وسائل الإعلام المحلية، أو إلغاء هذه الضريبة لفترة زمنية معينة، عند نشأة وسيلة جديدة. حتى تتمكن وسائل الإعلام المحلية من تخفيض سعر الإعلان، وتقديم ميزات نسبية تشجع المعلنين على تفضيل الإعلان في وسائل الإعلام المحلية، خاصة بالنسبة للسلع والخدمات، التي تسوق في المجتمعات المحلية.

ومن الضروري إتاحة التعددية في وسائل الإعلام المحلية، سواء المملوكة منها للدولة أو القطاع الخاص، ومد جسور الثقة بين الإعلام المحلي و جماهيره من خلال توفير المصداقية والشفافية في مضمون هذا الإعلام، وتحقيق التواصل مع جماهيره عن طريق عرض مشاكلهم وقضاياهم، مع طرح حلول جذرية لها، وبذلك نحقق عن طريق تطوير الإعلام المحلي ديموقراطية الإعلام وشعبيته.

هوامش الفصل التاسع

- 1- Lahay Micheline: The History of Human Rights, from Ancient times to the Globalization Era. 2008. p.p. 122- 127.
- 2- Lauren. Paul: The Evolution of International Human Rights. 2003. p.p. 72- 79.
- 3- Donnelly. Jack: International Human Rights. Oxford Press. 3 Editions. London, NewYork. 2001. p.p. 62- 67.
- 4- Alston. Phillip: International Human Rights in Context. Law, Politics. Harper Collin, Publishers. London. New York. 2007. p.p. 212-217.
- 5- Armstrong. Rob: Covering politics. Blackwell publishing. London. New York. 2004. p.p. 220- 229.
- 6- Eser. Frank: Comparing political Communication: Theories, Cases and challenges. Cambridge University Press. New York. 2004. 122- 127.
- 7- Lanterer. Jock: Community Journalism. The University of North Carolina Press. U. S. A. 2004. p.p. 18- 22.
- 8- Allen. David: Democracy the Press and Law. University of Illinois Press. U. S. A. 2004. p.p. 92- 98.
- 9- Peters. John: Free speech and the liberal tradition. University of Chicago Pree. 2005. p.p. 132- 137.
- 10- Ball. Terence and Dagger. Richard: political ideologies and the Democratic Ideal. Harper Collins publish. London. New youk. 1998. p.p. 49- 56.

- 11- Novak. Micheal: The Spirit of Democratic Capitalism. Atotchstone Book. New York. 3 Edition. 2001- p.p. 314- 318.
- 12- Byerly. Carolyn and Roos. Karen: Women and Media. University of Mary Land Press. U. S. A. 2006. p.p. 205- 209.
- 13- Hogg. James and Garside. Peter: Women, Feminism and the Media. Black well publishing. 2007- p.p. 192- 197.
- 14- Bradley. Patricia and Evanston. H: Women and the Press. North Western University Press. 2005. p.p. 105- 109.
- 15- Lincoln. Cairns: the Enigma Women. University of Nebraska Press. 2007- p.p. 62- 72.
- 16- Lotz. Amanda: Rede signing women, television After the Network. Chicago University Press. U. S. A. 2006. p.p. 140- 146.
- 17- Falk. Erika: Women for President, Media Bias in Fight campaigns. Chicago University Press. U. S. A. 2008 42- 49.
- 18- Schever. Leffrey: Why Democracies Need Journalistic Excellence: Routledge Press. New York. 2007. p.p. 218- 223.
- 19- Feinstein. Anthony: Journalistic Under fire. Johns Hopkins University Press. U. S. A. 2006. p.p. 52- 27.
- 20- Meier. Werner and trapel. Josef: Media policy in Europe. International Specialized Book. 2007- 311- 318.
- 21- Brook S. Briand and Kennedy. George: News Reporting and writing. California State University Press. U. S. A. 2008. p.p. 30- 36.
- 22- Brooks. Brain: Telling the story. University of Missouri Press. U. S. A. 2008. p.p. 119- 123.
- 23- Houston. Brant: Investigative Reporters Hand Book. University of Mary Land Press. U. S. A. 2008. p.p. 218- 223.
- 24- Porter. Lamce: Technology and the journalism profession. Lousiana state University. Press. U. S. A. 2007- p.p. 422- 427.
- 25- Tweksburg. David: the Efficacy of News Browsing: the

- Relationship of news consumption style to social and political Efficacy. *Journalism and Mass Communication Quarterly* Summer 2008. p.p. 257- 272.
- 26- Frankin. Rob: *Local Media*. Columbia University Press. U. S. A. 2005. p.p. 112- 117.
- 27- Stanton. Richard: *All News is local*. Oxford University Press. New York. 2005. p.p. 217- 224.
- 28- Karen. Johnson: *The local journalism*. The University of North Carolina Press. U. S. A. 2004. p.p. 18- 22.
- 29- Elmer. Greg: *Media in the small town*. Oxford University Press. London. New York. 2005- p.p. 118- 124.
- 30- McInley. Michael: *The trials and triumphs of National public Radio*. Columbia University Press. U. S. A. 2005. p.p. 72- 79.
- 31- Sturken. Marita: *The troubles of local media*. Oxford press. London. New York. 2007. p.p. 327- 332.
- 32- Armstrong. Rob: *Covering politics: A Handbook for Journalists*. Black well Publishing. 2004. p.p. 92- 97.
- 33- Lauterer. Jock: *Community Journalism, Relentlessly local*. Third Edition. The University of North Carolina Press. U. S. A., 2005. p.p. 62- 68.

الخاتمة

لقد وصلنا الآن إلى نهاية بحثنا في العلاقة بين الإعلام والديموقراطية، ومن حق القارئ أن يتساءل عن الأسباب التي حالت بيننا وبين استكمال الديموقراطية الإعلامية حتى اليوم.

ومثل هذا القارئ قد يتذكر أنه مضى ما يقرب من قرنين من الزمان على بدء الصحافة في بلادنا، وما يقرب من مائة عام على بداية الإرسال الإذاعي، وأكثر من نصف قرن على ظهور التلفزيون، ورغم ذلك ما يزال نظامنا الإعلامي يشكو من عدم كفاية الديموقراطية الإعلامية. يحدث هذا في الوقت الذي باتت فيه كثير من المجتمعات الأخرى في الغرب أو الشرق ومنها مجتمعات نامية مثلنا تتمتع بنظم إعلامية ديموقراطية رغم أنها لم تتعرف على وسائل الإعلام الجماهيرية إلا بعدنا بوقت طويل، كما أن بعضها عرف ألواناً من النظم السلطوية التي كانت أكثر قسوة وعنفاً على وسائل الإعلام من السلطة عندنا، ورغم ذلك نجحت شعوب هذه المجتمعات في إزالة النظم السلطوية، ويعيش أغلبها في ظل نظم إعلامية ديموقراطية.

فما هي مشكلتنا بالضبط مع الإعلام والديموقراطية؟

حقيقة الأمر أننا لا نعاني من مشكلة مع الإعلام والديموقراطية فقط، وإنما نعاني في الوقت نفسه مشكلة مع السياسة والديموقراطية، ومع الاقتصاد والديموقراطية، ومع المجتمع والديموقراطية، ومع الثقافة والديموقراطية،

فمشكلة الديمقراطية لا نعاني منها في الإعلام وحده، وإنما نعاني منها في كافة أوجه حياتنا.

وعلينا أن نعترف صراحة بالحقيقة القائلة بأن النظام الإعلامي في مجتمع ما ليس سوى انعكاس للنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي القائم في هذا المجتمع. وعليه فلا يجب أن نتصور أنه يمكن وجود نظام إعلامي ديمقراطي في مجتمع غير ديمقراطي. إن القارئ المدقق للتشريعات الإعلامية عندما سوف يكتشف أن مساحة الحريات الديمقراطية التي تتمتع بها وسائل الإعلام أوسع مما تسمح به هذه التشريعات، وهذه ميزة نعترف بها، وقد فرضتها المتغيرات الدولية والثورة التكنولوجية، ولكن خطورة هذا الوضع يتمثل في الطبيعة الموقته لمثل هذه الحريات الإعلامية، فالسلطة التي سمحت بها اليوم يمكن أن تطيح بها غداً، مع غياب الأساس القانوني الذي يصون ويحمي هذه الحريات الإعلامية، والخلاصة أن طموحنا في بناء نظام إعلامي ديمقراطي رهن بوجود نظام سياسي ديمقراطي، فالنظامين الإعلامي والسياسي، وجهان لعملة واحدة، ولا يمكن أن يوجد أحدهما في غياب الآخر.