

## «دراسة»

### المنتدى الخليجي باحثاً إعلامه كيف أوجد المواطن خياراته الإعلامية؟

الوقت - قسم الدراسات والتطوير - أحمد العبيدي:

تميزت ورقة قدمها أستاذ الإعلام بجامعة "الملك سعود"، إبراهيم البعيز، في اللقاء السنوي الثامن والعشرين لمنتدى التنمية الخليجي والمنعقد تحت عنوان "الإعلام في دول الخليج: دوره التنموي ومساره المستقبلي" بطولها وشمولها وشابت أجزاءها صراحة، وتطرق فيها إلى بعض جوانب حساسة في موضوع الإعلام الخليجي. وهي بعنوان "الإعلام في دول الخليج: قراءة نقدية"، وفيما يأتي استعراض لأهم جوانبها. ينطلق البعيز من الشعور بأن ما حققته دول الخليج جيد، لكن دون الطموح. ويمثل قوله صيغة معروفة لوصفة تقليدية.

أبعاد

يقول البعيز إن للسياسة الإعلامية أربعة أبعاد:

علاقة وسائل الإعلام بالحكومة من حيث استقلال وسائل الإعلام. فالدول الخليجية احتكرت الإذاعة والتلفزيون بدوريهما الإعلامي والترفيهي، فترجع مستوى أعمالهما، وفقدنا صدقيتهما لدى المواطن الذي بات يلجأ إلى وسائل الإعلام الخارجية لمتابعة الحوادث الجارية إن كانت داخل منطقتة أو خارجها. كما انعكس ذلك على خلق المواطن لبدائل ترفيحية تمثلت في الفيديو الذي انتشر في البيوت الخليجية. وللمقارنة، يذكر هنا أنه حينما وضعت منظمة اليونسكو قائمة بالأجهزة والخدمات الكهربائية المنزلية وقع الفيديو في آخرها. وشذت دول الخليج، إذ ورد الفيديو متقدماً على خدمات أكثر أهمية. وشهدت التسعينات ظاهرة مشابهة حين انتشرت أطباق استقبال البث الفضائي.

المعايير المؤثرة في المضمون. وبالنظر للعجز الذي برز في استيعاب القيم الحديثة مثل الحياد والتعددية والاستقلالية برزت مفاهيم مثل "المسؤولية الاجتماعية" و"المصلحة العامة" و"النقد البناء" لتبرير الفشل في قيام الوسائل الإعلامية بالدور التنموي المطلوب.

السياسة الإعلامية التي تحدد الآليات والإجراءات المتبعة لتوزيع وتلقي وسائل الإعلام في المجتمع. فمثلاً، منعت بعض الصحف العربية والخليجية من التوزيع في دول الخليج لأسباب سياسية على الأرجح.

تعامل الإعلام الرسمي وشبه الرسمي مع الجمهور كمتلقين، وأن الرسالة في اتجاه واحد. وقليل ما تناولت وسائل الإعلام قضايا المجتمع أو دوره الرقابي، وقلت قنوات الحوار التي يتم التفاعل فيها في شأن مسائل المجتمع كالتممية والإصلاح. ويرتبط بذلك غياب تقاليد إجراء مسوحات الرأي والاستبانات التي تنقل بشكل كمي آراء الجمهور إزاء القضايا القائمة أو إزاء أداء الأداة الإعلامية نفسها.

فعنصر التواصل بين الأداة الإعلامية وجمهورها محدود، وبينما يكون المقياس لنجاح الوسيلة الإعلامية في الغرب مرتباً بمدى خدمة الجمهور، يشكل مدى خدمة السلطة أو الحكومة الطريق للنجاح في الخليج.

وارتدت هذه العلاقة منحي آخر بعد بروز الفضائيات وما رافقها من تزايد في الإنفاق الإعلاني، حيث أخذت الوسائل الإعلامية تعدل من طبيعة علاقتها مع الجمهور حيث باتت العلاقة مع هذا الجمهور مصدر ضمان للحصول على الإعلانات، وبالتالي زيادة الإيرادات.

الصحافة

شهدت منطقة الخليج تبعاً تطويراً في قوانين الصحافة بدءاً من السعودية التي أصدرت قانوناً العام ٢٠٠١ بدل

قانون ١٩٦٣، وآخرها الكويت العام ٢٠٠٦.

ولا يجب أخذ التغيير في القانون وحده كمؤشر ودافع نحو صحافة جيدة. فمؤسسة 'فريدم هاوس' (Freedom House) تعطي البيئة التشريعية ٣٠% من إجمالي النقط لمؤشر حرية الصحافة، وأعطت للظروف السياسية ٤٠%، والوضع الاقتصادي ٣٠%. ولمزيد من التفصيل، هناك مقاييس أخرى تمكن من تحديد المدى الذي يمكن للصحافة أن تحققه في مجال تحررها ومهنتها.

فهناك على سبيل المثال مدى تحكم الحكومة أو تيار حزبي بعينه في المادة الإعلامية. ثم هناك مدى الحرية المتاحة فعلياً للصحافيين للوصول إلى مصادر المعلومات رسمية أم غير رسمية. وتلي ذلك الرقابة الرسمية على الإعلام المحلي أو الخارجي. ويضاف إلى ذلك الرقابة التي يمارسها الصحافي على نفسه طوعاً، والتي تنتج من تراكم لقرون من انعدام الحرية.

وامتلكت الدولة في كثير من الدول العربية مباشرة أو بشكل غير مباشر وسائل الإعلام، وترافق ذلك مع غياب الشفافية التي تمكن الجمهور من الحكم على مؤسسات خاصة تملك وسائل إعلامية. وأخيراً وليس آخراً، يبرز تعرض الصحافيين إلى القمع المباشر متمثلاً في الإهانات أو الضرب أو السجن كما تهديد العمل الوظيفي أو الاستمرار في الكتابة.

وبالطبع، ليس الإعلام الخليجي متحداً في علاقته مع الدولة بحكم النشأة التاريخية وتفاوت التجارب في الديمقراطية والمشاركة الشعبية.

ويضع البعيز الصحافة الكويتية في أعلى سلم الصحافة الخليجية، وهي قد بلغت مرحلة من النمو، بحيث باتت صحافة موقفة. ويدعم هذا التصنيف وضع مؤسسة 'فريدم هاوس' الصحافة الكويتية في أعلى سلم الصحافة العربية لتحذلت الموقع ١١٩ عالمياً، ولتشارك لبنان التصنيف بأن صحافتها حرة جزئياً في العام ٢٠٠٥، بينما وصفت الصحافة العربية المتبقية بأنها ليست حرة.

ويلحظ البعيز أنه، وعلى رغم ذلك، إلا أن عدداً من المراقبين يرى أن الصحافة في دول الخليج تشهد حالياً نقلة نوعية على رغم محدودية التجربة الديمقراطية زمنياً وممارسة فأخذت تتسم بحرية وانفتاح نسبي. ويقتطف من الإعلامي المعروف فيصل القاسم بأن الإعلام في دول الخليج أفضل بعشرات المرات من غيره في المنطقة العربية، فالصحف الخليجية تضم أقلاماً عربية محترمة، تقدم للقارئ مادة مهنية وإن ظلت على حذر في التعامل مع الشأن الداخلي. ويلحظ الصحافي عبدالله البخيت التغيير الذي حل بعلاقة الرقيب والصحافة في السعودية في السنوات العشر الأخيرة فباتت تشكل قوة فاعلة، وإن كانت ليست حاسمة.

وتبقى هناك مشكلة الحاجة إلى كوادر صحافية تستجيب للطلب المتزايد في الصحافة الخليجية. وكانت الجامعات السعودية من أوائل من افتتحت فروعاً للإعلام ضمن الجامعات السعودية لثلاثين سنة خلت. ولكن الحاجة لا تزال قائمة، ويورد البعيز نتائج لدراسة مسحية لعينة من العاملين الصحافيين هناك تبين أن ٦٢% من غير المتخصصين في الإعلام، وأن ٥٩% لم يسبق لهم الحصول على دورات تدريبية، وأن رواتب ٦٥% منهم تقل عن الـ ٥٠٠٠ ريال شهرياً. كما أن ٤٩% منهم لم يسبق لهم أن سافروا في مهمة صحافية. ولقد انعكس ذلك على رؤيتهم للصحافة، حيث لم يعتقد سوى ٤٧% منهم، بأن للصحافة دوراً للتأثير على السياسات العامة.

التلفزيون

يبين البعيز أن القنوات الفضائية ارتبطت أساساً بدول الخليج كونها نتاج استثمارات سعودية (مجموعة 'إم بي سي' وشركة 'أوربت' وشبكة راديو وتلفزيون العرب) وكويتية (شوتاييم) وإماراتية (مدينة دبي للإعلام). وتبث تلك الفضائيات من خلال أقمار المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) المملوكة بشكل أساس للسعودية (٣٦،٦٦%) والكويت (١٤،٥٩%) وقطر (٩،٨١%).

أتى تزايد البث التلفزيوني مترامناً مع تطورات سياسية بالغة الأهمية في المنطقة، لعب فيها الإعلام دوراً بارزاً. فقد ترافق الغزو العراقي على الكويت مع دور كبير لمحطة الـ 'سي إن إن' الأميركية. وأدست الدول العربية، وبالذات تلك التي ارتبطت بالحوادث، بالحاجة إلى مخاطبة المواطن وكسب ثقته عبر إيجاد مصادر للأخبار يثق فيها المواطن بدوره. وبالنظر إلى فقر الإعلام الرسمي فإن رجال الإعلام العرب رأوا في ذلك فرصة للاستثمار، وسرعان ما احتل العرض التلفزيوني المدفوع ٥٩%. ولم يكن للقنوات الحكومية إلا ٢٧% من ملكية القنوات. وانتقلت القنوات سريعاً من العرض الشامل إلى المتخصص.

ولدت ظاهرة الفضائيات نتيجة أسباب عدة من أهمها:

؟ المتغيرات السياسية: فلقد أدى انهيار الاتحاد السوفياتي إلى تنامي الديمقراطية والاتجاه نحو الليبرالية في العالم أجمع، ومن بينه الدول العربية. وإذ تأخرت برامج الإصلاح السياسي، كان الإعلام هو السبيل للاستفادة من تلك الحال، حيث أفسحت مؤسساته المختلفة المجال نحو التعددية والشفافية ونحت للاستقلال بنفسها عن الدولة ومؤسساتها. بل ترافق ذلك مع قيام بعض الدول العربية بإلغاء وزارات الإعلام، كما الحال مع قطر والأردن والإمارات.

؟ المتغيرات الاقتصادية: أشاعت أجواء ليبرالية اقتصادية موازية أغرت رجال الأعمال العرب بالدخول في مجال البث التلفزيوني. وأضيف إلى ذلك ازدياد الإذفاق الإعلامي فارتفع من نحو ٣٢٠ مليون دولار في ١٩٨٥ إلى ٢٧٦٠ مليون العام ٢٠٠١، ليشكل الدافع الأقوى لجذب المستثمرين.

ويورد البعيز - خصوصاً - كيف أن هذا التزايد في الإنفاق يرتبط بالقوة الشرائية لدول الخليج والسعودية بنحو خاص. ويبيّن كيف أن الشركات الصناعية بدءاً من "بوينغ" في سياتل إلى "تويوتا" و"نيسان" في اليابان تضع المخصصات الإعلانية بما يتناسب ومبيعات الصحف السعودية. ويقرن الإعلان بالتوقيت السعودي، لكي يتناسب وفترات الذروة لدى المشاهدين السعوديين.

ومن الناحية الاجتماعية، تشير الإحصاءات إلى أن ٦٠,٣٧% من السكان لا تتجاوز أعمارهم ١٥ سنة، في حين أن نسبة الذين أعمارهم تتجاوز ٦٠ سنة لا تصل إلى ٤%، وهو ما يعني أن المجتمعات العربية هي مجتمعات فتية مقارنة بالمعدلات العالمية. وتصل نسبة من أهم أقل من ٣٥ سنة إلى ٦٨,٧٢%، وهذه الشريحة هي التي تشمل أبرز الفئات العمرية التي تتوجه إليها الفضائيات نظراً إلى كثافة مشاهدتها للتلفزيون ولدورها الفاعل في قرارات الإنفاق في العائلة.

يشار هنا إلى أنه بالنظر إلى جمود التلفزيون الرسمي ومحدودية قدرته على التغيير، فإن أقساماً واسعة من المشاهدين كانت تنتقل إلى الإذاعات الأجنبية إن كان لأخبار تثقق بها أو لبرامج ترفيهية أعلى مستوى. وهكذا شهدت مبيعات أطباق الاستقبال ازدهاراً ملحوظاً، فزاد الإقبال عليه بعد ٩/١١ بنسبة ٣٠%.

وهذا يعيد الأمر مرة أخرى إلى جانب يتعلق بالدعاية والإعلان، لأن الدعاية والإعلان ترتبط بمدى قدرة المحطات المختلفة على جذب المشاهدين.

ويشكو البعيز من عدم وجود إحصاءات دقيقة عن الموضوع، إلا أنه يشير إلى ظاهرتين: الأولى هي انخفاض حصة الفرد العربي من الإنفاق الإعلاني والبالغ ١٠٠ دولار، مقارنة مع ٢٥٠ دولاراً للفرد في الولايات المتحدة و ٣٧٥ في أوروبا. يضاف إلى ذلك التنافس المستشري بين المحطات العربية، ما دفع بأسعار الإعلانات إلى الحضيض لتبلغ ١٨٠٠ دولار للإعلان الواحد، وهو مبلغ متدن مقارنة بالمستويات العالمية.

ويتوقع أن يؤدي هذان السببان إلى تقليل مداخيل الشركات لينعكس بدوره على مستوى البرامج المقدمة، بحيث يتوقع لها أن تكون برامج هابطة.

ولكن لا تنجو الحكومات العربية من مسؤولية حال التدهور تلك، للسلبية التي وقفتها إزاء تنامي دور وسائل الإعلام الحديثة. فضلت ترك الأمور للشركات التجارية لأن خيار التنظيم الذي لديها يعني في كثير من الأحيان أساليب بالية من المراقبة والسيطرة. وعرضت هذه السلبية الدور الاجتماعي المعروف للإعلام بكونه وسيلة للحوار الاجتماعي.

وبالطبع، ليست كل ما أتت به الفضائيات سلبياً، فلقد لعبت دورها في تحريك المياه الراكدة والرتابة في البرامج الإعلامية، وطورت من برامج الأخبار، وهو ما استعاد جزءاً كبيراً من الثقة بين الجمهور والتلفزيون العربي. ولا تنسى برامجها الحوارية. وهي كلها تطويرات زادت من المساحة التي يستفيد منها المواطن العربي لشؤون الإصلاح السياسي والفساد الإداري والمرأة وحقوق الإنسان والتي غابت عن كثير من المحطات الرسمية.

#### التعاون الخليجي

يتحدث البعيز عن الجهود المديدة للتنسيق بين دول الخليج في مجال الإعلام والتي، وإن تبلورت في إنشاء مؤسسات متعددة، إلا أنها لم يقدر لها أن تستمر فيما عدا مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك، وربما عاد ذلك إلى اقتصار معظم نشاط المؤسسة على برامج تعليمية وتثقيفية عامة بعيدة عن الحساسيات السياسية وإثارة الجدل. ويأتي ذلك في ظل انتظام اجتماع وزراء الإعلام الخليجين.

ويستعيد البعيز في ختام عرضه أمثلة أجنبية عن كيف يمكن للدول الخليجية أن تستفيد من التجربة الغربية في البرامج التلفزيونية من دون أن تشوه أصولها. فملكية الدولة لمحطات التلفزيون يجب ألا تؤدي إلى السيطرة والوقوع في تقديم برامج متدنية من الناحية الفنية أو من ناحية المضمون. كما أن الملكية الخاصة لوسائل الإعلام يجب ألا تنتهي إلى تقديم الرخيص من الأعمال تحت وطأة المنافسة الشديدة ورغبتها في كسب المنفرج.

#### قصة عبدالله البخيت «إعلامي سعودي»

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 إياها بابتسامات عذبة لم أمحضها حتى لأعز حبيبة في حياتي. يبدو أن ابتساماتي وقولي الهين اللين الآن تصلب سعادته ففصل تشبك أصابعه المتوترة وخلع كوعيه عن الطاولة وألقى بعموده الفقري على مسند الكرسي ثم تكرر قائلاً "ترانا متسامحين معكم كثيراً يا أخ عبدالله، هالمرة يمكنك تذهب". شعرت بالراحة. وفي حمى الكلمات المناقفة والمتزلفة مددت له يدي وصافحته ثم خرجت لا أوي على شيء. اتصلت بالزميل المسؤول في الصحيفة وقلت له "أبشرك.. كل شيء على ما يرام".

رابط المقال : <http://www.alwaqt.com/art.php?aid=50454>

© ٢٠٠٦ - ٢٠١٠ صحيفة الوقت، جميع الحقوق محفوظة.

www.alwaqt.com