

## قضايا الإعلام

اعتمدت في الدورة الثالثة والعشرين للمجلس الأعلى 2002م

أهمية الإعلام والواقع الإعلامي لدول المجلس:

إدراكاً من دول المجلس لأهمية الإعلام، ودوره في تحقيق التنمية الشاملة، جاء تكليف قادة دول المجلس للهيئة الاستشارية بإعطاء الأولوية لدراسة قضايا الإعلام الواردة في استراتيجية التنمية الشاملة. فالإعلام بخصائصه الحيوية ساهم ويساهم في تغيير وجه العالم، وأصبح قوة مستقلة ومؤثرة على كافة جوانب الحياة.

لقد تغيرت وظيفة الإعلام، بحيث أصبحت وظيفته الأساسية تقصي الحقائق، والحرص على تمثيل وجهات النظر المختلفة، إضافة إلى تطور وسائل الإعلام. فلم تعد مقصورة على الوسائل التقليدية من إذاعة وتلفاز وصحف، بل تخطته إلى الوسائل الإلكترونية والفضاء الإعلامي المفتوح وما يتضمنه من قنوات فضائية، ومحطات إذاعة أجنبية تبث باللغة العربية، إضافة إلى وسائط المعلومات ( الأنفوميديا ) التي لا تعرف حدوداً أو مراقبة أو تدخلاً.

كما تعاضم دور الإعلام في مجال الأمن السياسي، وفي التأثير على الخصوصية الثقافية العربية والإسلامية إزاء الانفتاح الثقافي العالمي، خاصة مع ضعف الإعلام الحكومي، إضافة إلى أن دول المجلس أصبحت محط أنظار وسائل الإعلام العربية والأجنبية، الخاص منها والرسمي، لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية وثقافية، مما ساهم في خلق واقع إعلامي داخل دول المجلس، أحدث فجوة بين المواطنين ووسائل الإعلام المحلية، وبين وسائل الإعلام المحلية ووسائل الإعلام الوافدة التي حرصت على مخاطبة الجمهور العربي بوجه عام ومواطني دول المجلس بوجه خاص بلغته العربية، وفق قوالب فنية متقدمة، قادرة على تحقيق درجات عالية من الإقناع، لما تتمتع به من حرية وإمكانيات فنية متطورة وجذابة. مقابل ذلك فإن إعلام دول المجلس، لا يزال يعاني من القيود الرسمية وغير الرسمية التي تحول دون دخوله ساحة المنافسة. حتى أصبحت الفجوة بينه وبين الإعلام الوافد أكثر اتساعاً، مما أدى إلى أن يفقد شريحة كبيرة من جمهوره الذي اجتذبه وسائل الإعلام الأجنبية والمعرفة الحديثة. حيث أصبح الانخراط في مجتمع المعلومات، الذي تحتل تكنولوجيا الاتصال فيه موقعاً في مرحلة التجديد الحضاري، أمراً لا غنى عنه.

وقد استلزم ذلك، تغييرات أساسية في أساليب إعداد الإعلاميين، وفي تطوير مهاراتهم، فضلاً عن الحقوق الجديدة التي رتبت التزاماً على السلطات المختلفة، وتغييرات ملحوظة في التشريعات والأنظمة من أجل حماية الإعلاميين ومنحهم حرية أوسع.

من هنا فإنه لا يمكن وضع استراتيجية من أي نوع، لا تأخذ بعين الاعتبار الاستراتيجية الإعلامية. كما أن مجال تحقيق التفوق الإعلامي غير مقصور على المجالين التكنولوجي والكمي بالنسبة لمجمل الجوانب المتعلقة بالعوامل الاتصالية، بل يتعداها إلى الجانب النوعي. حيث يتيح النمط غير المقيّد في الإعلام قدراً كبيراً من الحرية والإبداع، وتضييق الفجوة بين الإعلام ومجمل جمهور المتلقين.

أولاً: الإعلام الداخلي في دول المجلس:

لاحظت الهيئة غياب المستوى المطلوب من الحريات لإعلام فعّال، كما لاحظت أن الإعلام الداخلي يغلب عليه الطابع الرسمي وتغطية الأنشطة الحكومية، كما أن هذا الإعلام تنقصه الإمكانيات القادرة على إنتاج البرامج الإعلامية والثقافية عالية الجودة، بما في ذلك الافتقار إلى الكوادر الإعلامية والثقافية المتخصصة القادرة على استيعاب الأحداث والتطورات العلمية والفنية.

ومن ناحية أخرى فإن التشريعات والأنظمة ذات العلاقة بالإعلام والثقافة تفتقد مواكبة التطورات التي شهدتها ويشهدها المجتمع وعالم الإعلام.

ورغم العلاقة العضوية بين وسائل الإعلام العربية، العامة منها والخاصة، فقد لاحظت اللجنة ضعف مستوى التعاون بين هذه الوسائل، وخاصة في مجال الإنتاج الإعلامي والثقافي. لذلك فإن الهيئة ترى ما يلي:

المرئيات:

1 - ترسيخ قيم ومفاهيم حرية النشر والتعبير، مع الحرص على توافر الأطر القانونية التي تضمن مناخاً مواتياً لاستقلال وسائل الإعلام وتعدديتها.

2 - تطوير التشريعات ذات العلاقة بالإعلام والثقافة وقوانين حقوق الملكية الفكرية.

3- توحيد التشريعات الإعلامية في دول المجلس، والعمل على زيادة التعاون الإعلامي المشترك في هذا المجال.

4 - السعي إلى تعديل القوانين المعمول بها، بالعمل على استبعاد العقوبات السالبة للحرية، المنصوص عليها في هذه القوانين، والمطبقة على جرائم النشر والرأي.

5 - توفير المعلومة الصحيحة لتحقيق المصداقية للإعلام بدول المجلس، بما يعزز الثقة به.

6 - التأكيد على احترام حرية التعبير الواردة في الدساتير والمواثيق والأنظمة الأساسية في دول المجلس، فيما يخص الحريات الأساسية، مع مراعاة المواثيق والإعلانات الدولية في هذا الشأن، بما لا يخالف قواعد الشريعة الإسلامية.

- 7 - الاهتمام بتدريب العاملين في وسائل الإعلام وتطوير قدراتهم، بما في ذلك استحداث مراكز تدريب متقدمة في دول المجلس. على أن يشارك الإعلاميون بوضع المناهج وتطويرها، وإعداد برامج التدريب.
- 8 - إتاحة الفرصة أمام الجمعيات والمؤسسات الأهلية ومراكز الدراسات والبحوث والجامعات للمشاركة في وضع سياسات إعلامية وثقافية بعيدة المدى.
- 9 - التوسع في الخدمات المساندة للإعلام، واعتمادها ضمن الصناعة الإعلامية الشاملة، مثل الإنتاج والتوزيع وخدمات الاتصالات الهاتفية والإنترنت وغيرها من أنواع الاتصالات.
- 10 - إتاحة الفرصة للقطاع الخاص في دول المجلس، للمساهمة في إيجاد أجهزة إعلامية متطورة.
- 11 - تحديث البنى الأساسية لوسائل الإعلام كي يتسنى لها أن تنهض بدورها الحضاري.
- 12 - دعم المؤسسات الإعلامية، عن طريق تخفيض أو إلغاء الضرائب ورسوم الجمارك وخدمات البريد والنقل العام.
- 13 - الاهتمام بالإعلام في مناهج التعليم العام، وزيادة العناية به في مناهج التعليم الجامعي. حيث يجب التركيز على إيجاد البحث عن المعرفة واستخدامها، وعلى مهارة الفكر التحليلي الناقد القادر على تحديد المشاكل وحلها، وتثقيف الإعلاميين، الذي يتيح التعامل مع تطور الإعلام والتطورات العلمية والثقافية في العالم.
- 14 - تحديد السبل التي يمكن من خلالها إنشاء بنوك للمعلومات، وتنظيمها وتشغيلها على الصعيدين الوطني والإقليمي.
- 15 - تعزيز التنسيق والتعاون بين دول المجلس و مؤسسات الإعلام العربي المشترك، الخاصة منها والعام، وخاصة ما يتعلق بالتعاون الإعلامي.
- 16 - إنشاء مجالس وآليات تكون وسيلة فعالة لسماع الشكاوى الموجهة ضد الصحافة والصحفيين.
- 17 - تبني وسائل الإعلام خطاباً تثقيفياً للناشئة، وذلك عن طريق غرس القيم الإنسانية، مثل التسامح واعتماد الحوار وقبول الرأي الآخر من خلال برامج الأطفال والشباب والبرامج الأسرية.
- 18 - إجراء دراسات تقييمية مستمرة عن حالة وسائل الإعلام في دول المجلس، مع التركيز على الجوانب الإيجابية والسلبية فيما يخص حرية التعبير والرقابة، واستقلال وسائل الإعلام وتعددتها، ووضع سياسات إعلامية وثقافية بعيدة المدى.

19 - تعميق المواطنة من خلال الاهتمام بالقضايا الوطنية والشأن العام، ونشر ثقافة الحوار والديمقراطية وحقوق الإنسان والحريات الأساسية، وتأصيلها بين مواطني دول المجلس.

ثانياً: الإعلام الخارجي:

تؤكد الهيئة أن الخطاب الإعلامي في دول المجلس في حاجة إلى تبني سياسة إعلامية خارجية تضطلع بمهمتين:

المهمة الأولى: تبني خطة إعلامية ذات بعد طارئ أو قصير المدى تواجه به دول مجلس التعاون الحملات الإعلامية التي تشوه صورتها، بحيث تكون هذه الخطة قائمة على توظيف مختلف الخيارات الاستراتيجية، والإفادة من مختلف المؤسسات التعليمية والثقافية والتنظيمات المهنية، وأجهزة العلاقات العامة.

المهمة الثانية: خطة إعلامية طويلة المدى تستهدف صناعة رأي عام عالمي إيجابي عن دول المجلس، من خلال إبراز مساهماتها الوطنية والإنسانية، ومن منطلق القيم الإسلامية القائمة على التسامح والتعايش مع الثقافات الأخرى. وذلك من خلال المنطلقات التالية: -

أ - استمرارية العمل الإعلامي الخارجي وعدم ارتباطه بالأزمات، واعتماده مبدأ المبادرة وليس ردود الأفعال.

ب - اعتبار التحرك الإعلامي الخارجي عنصراً مساعداً ورئيسياً لتصحيح الصورة النمطية عن دول المجلس، وليس عنصراً وحيداً. ومن هنا لا بد من تجاوز المؤثرات السلبية على هذه الصورة داخلياً وخارجياً.

ج - إبراز البعد العربي والإسلامي في التحرك الإعلامي الخارجي لدول المجلس، والإفادة من كل إمكانات المجتمع العربي والمسلم خارج دول المجلس لإيصال رسائلها الإعلامية.

د - التعرف على مفردات تكوين العقل الآخر واستخدامها بشكل صحيح.

هـ- إن شرائح المجتمع الخارجي ومؤسساته المختلفة هي الجهة المستهدفة في التحرك الإعلامي الخارجي لدول المجلس، وذلك حسب طبيعة الدولة التي تعتمده دول المجلس التحرك الإعلامي على ساحتها، وطبيعة الرسالة التي تهدف إلى إيصالها. ويدخل ضمن الجهة المستهدفة "الأفراد، المؤسسات، الحكومات، والمنظمات الحكومية وغير الحكومية والدولية". إضافة إلى الأفراد والمؤسسات الأجنبية المتواجدة داخل دول المجلس.

المرئيات:

- 1 - الاستفادة من كافة البرامج الإعلامية وبرامج العلاقات العامة الممكنة، وفقاً لطبيعة الرسالة والجمهور المستهدف. ومن ذلك ( الندوات، المؤتمرات، المعارض و الرسائل الصحفية المباشرة، دعوة الصحفيين، إنتاج البرامج المسموعة والمرئية 0000 إلخ ).
- 2 - دراسة إنشاء مراكز دراسات في الدول التي تهدف دول المجلس للتحرك الإعلامي فيها، و التعاون مع المراكز القائمة.
- 3 - تعزيز البرامج الإعلامية الخارجية المشتركة لدول المجلس، وتخصيص ميزانية مستقلة لها.
- 4 - الاستفادة من الشركات الأجنبية الكبيرة التي لديها استثمارات واسعة مع دول المجلس، واستثمار علاقاتها بوسائل الإعلام في دولها، وذلك لدعم الاستراتيجيات الإعلامية لدول المجلس.
- 5 - الاستعانة بشركات العلاقات العامة، والاستفادة من المنظمات الأهلية في الدول التي تعترم دول المجلس التحرك الإعلامي فيها، بهدف الوصول إلى الآخرين بعيونهم.
- 6- الابتعاد قدر الإمكان عن الصفة الرسمية للتحرك الإعلامي الخارجي، واقتصار البعد الرسمي على دعم ومساندة هذا التحرك مادياً ومعلوماتياً.
- 7 - تشجيع إنشاء جمعيات الصداقة بين دول المجلس والدول الصديقة، للاستفادة منها في تحقيق برامج الإعلام الخارجي لدول المجلس. وزيادة تبادل زيارات الأساتذة والطلاب.
- 8 - توظيف مؤسسات القطاع الخاص ( المؤسسات الصحفية، الغرف التجارية، رجال الأعمال ) للمساهمة في الأنشطة الخاصة بالإعلام الخارجي لدول المجلس.
- 9 - تعزيز مكاتب الملحقين الإعلاميين لدول المجلس، وتطعيمها بكفاءات من مواطني تلك الدول، وتزويدها بالمعلومات الحديثة.
- 10 - تشجيع الجامعات الوطنية بدول المجلس على تبني دراسات متخصصة في مجال الإعلام الخارجي. إضافة إلى ابتعاث الطلاب في هذا المجال، ليتحقق للدول الأعضاء مخرجات تعليمية جامعية متخصصة في هذا المجال.