

الإعلام النقابي العربي . . . نحو أفق جديد

سلسلة كراسات عمالية

كراس (9): "الإعلام النقابي العربي . . . نحو أفق جديد"

إعداد: فؤاد عبد العزيز

مدير التحرير: عبده الأسدي

الإخراج: محمد غيث الحاج حسين

تصميم الغلاف: زكريا شريف

الطبعة الأولى: أيلول / سبتمبر 2011

إصدار: الاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب - المعهد العربي للدراسات العمالية

الجمهورية العربية السورية - ساحة التحرير - دمشق

هاتف الاتحاد: 4444974 - 4459544

فاكس: 4420323

موقع الاتحاد: www.icatu56.org

البريد الإلكتروني: icatu@net.sy

المعهد العربي للدراسات العمالية - دمشق - الدیماس

هاتف المعهد 3225574 - 3225576

فاكس المعهد 3227400

البريد الإلكتروني: ails99@icatu.org

* الآراء الواردة في الكراس تعبر عن رأي السادة الكتّاب ولا تعبر عن رأي الاتحاد

الدولي لنقابات العمال العرب ولا المعهد العربي للدراسات العمالية.

الإعلام النقابي العربي . . . نحو أفق جديد

فؤاد عبد العزيز

المحتوى

7	مقدمة
11	[1] الإعلام العربي . . ملامح عامة
37	[2] الإعلام والحركة النقابية
47	[3] إعلام جديد . . . إعلام بديل . . . !
61	[4] الإعلام الإلكتروني واقع وطموح
87	المراجع

مقدمة

عرفت النقابات العمالية العربية وسائل الإعلام منذ انطلاقتها الأولى منتصف القرن الماضي وقد مرت تجربتها في تلك الفترة بالعديد من المراحل..

في البداية لم يكن هناك إعلام نقابي بالمعنى المستقل عن وسائل الإعلام الأخرى بل كانت أخبار ونشاطات تلك النقابات تغطي ضمن تلك الوسائل .

أما انطلاقة الإعلام النقابي العربي بشكله المستقل فقد كانت في الستينات لكنها تبلورت بصورتها الحقيقية في السبعينات مع امتلاك أغلب النقابات لوسائل إعلام خاصة بها ..

كثيرون يعتبرون الفترة الممتدة من السبعينيات حتى نهاية الثمانينيات بالذهبية نظراً للدور الذي استطاع أن يلعبه الإعلام النقابي في المجتمع ، حيث كان واجهة حقيقية للعمل النقابي ، كما شهدت تلك الفترة إزالة الفوارق والحدود، التي نعرفها اليوم، بين الإعلام النقابي وباقي أشكال الإعلام الجماهيري، حيث لم يكن يشر في تلك الفترة إلى الإعلام النقابي على أنه يتميز في المضمون عن غيره .

أما الفترة الممتدة منذ منتصف التسعينيات وحتى يومنا هذا فهي الفترة التي شهدت تراجع أداء الإعلام النقابي ... فعلى الرغم من أن هذه الفترة عرفت تطوراً إعلامياً مذهلاً على الصعيد التقني لكن هذا التطور لم ينعكس على الإعلام النقابي بل همشه.. ولهذا الأمر أسبابه الكثيرة التي سوف نحاول الوقوف عليها في هذا البحث .

لكن قبل كل شيء ، لا بد من الإشارة إلى أننا في هذا المبحث لن نستغرق كثيراً في الكتابة عن أسباب التدهور والتراجع ، بل سوف نركز على الآفاق الجديدة أمام هذا الإعلام والتي نعتقد أن الحديث فيها أهم بكثير من إثارة الغبار دون جدوى .

وليس بخاف على أحد أن المجالات المتاحة أمام المرسل أصبحت اليوم أكثر سعة من ذي قبل، و القيود على النشر لم تعد محسومة كما كانت في العقود السابقة، وهو ما يشير إلى عوامل تفاؤل كثيرة تجاه المرحلة المقبلة، غير أن العامل الحاسم في هذه العملية هو مهمة دقيقة فيها الكثير من الجوانب التقنية والتي فرضت مضمونا مختلفا للرسالة الإعلامية عما اعتدنا عليه.

إذا، ننطلق في هذا البحث من فرضية أن الإعلام النقابي رغم أنه يهيم شريحة هامة من الرأي العام إلا أنه اليوم حبيس وسائل إعلام ذات توجهات أحادية وغير منفتحة ولا تصل حتى إلى الفئة الموجهة إليها ... فأين المشكلة .. وما هو الحل ..؟

1 | الإعلام العربي . . ملامح عامة

تهيد

لا ينفصل واقع الإعلام النقابي عن واقع هذا الإعلام في الدول العربية بشكل عام، بل إنه بالنظر إلى ملامح العملية الإعلامية التي يتم بثها عبر وسائل الإعلام العربية قد نجد أن واقع الإعلام النقابي أحسن حالاً، وهو أقل ترنحاً من غيره فيما يتصل بحجم التخريب والتضليل الذي يمارسه هذا الإعلام ودون ضوابط أخلاقية أو مهنية. لقد شهد البث الفضائي العربي، نقلة نوعية خلال العشر سنوات الأخيرة، لكنها نقلة كانت على مستوى الكم ولم تكن على مستوى

الأداء .. فمن نحو عشرين قناة فضائية في عام 1995 إلى أكثر من 400 فضائية عربية اليوم. وهو ما يدفع للتساؤل: هل يوجد سوق كاف لكل هذا الكم الهائل من المحطات الفضائية والصحف التي تنشأ يومياً في الفضاء الإعلامي العربي؟^[1] في الحقيقة رغم هذه الكثرة الكثيرة من القنوات الفضائية العربية فإنها لم تستطع حتى الآن أن تؤسس لمدرسة عربية في الصحافة التلفزيونية الراقية، وبدلاً من ذلك فهي اليوم متهممة ويتم تحميلها أكثر من نصف الأمراض التي يعانيها المجتمع العربي وبالذات الشباب.

إذاً من المهم أن نتوقف عند بعض ملامح الإعلام العربي الحالي ونتعرف على منهجه، وذلك من أجل أن نعرف أين نتجه في إعلامنا النقابي وفي أي طريق يجب أن نسير.

1- الإعلام العربي - البداية من القمة

في عام 1980 انعقد مؤتمر دولي لـ "اليونسكو" في براغ للبحث في واقع الإعلام وصدر عنه تقرير حمل عنوان: "أصوات كثيرة في عالم واحد" ترجم هذا التقرير إلى جميع لغات العالم، وجنبا إلى جنب صدر

عن "اليونسكو" قرار يؤكد دعمها لاستحداث نظام جديد للإعلام والاتصالات. يومها عبرت رئيسة وزراء الهند عن الحاجة إلى إعلام مفتوح خال من هيمنة تدفق الأنباء عبر وكالات الأسوشييتد برس والإنترناشونال ووكالة الصحافة الفرنسية ورويترز، التي كانت تتمتع بممارسة التحكم الاحتكاري في تدفق الأنباء على البلدان النامية، ومما قالت أنديرا غاندي: "نريد أن نسمع الأفارقة وهم يتحدثون عن الأحداث الجارية في إفريقيا، ولا بد أن تكونوا بالمثل قادرين على سماع تفسير هندي للأحداث الجارية في الهند، من المدهش أننا لا نعرف إلا القليل جداً عن كبار الشعراء والروائيين والمؤرخين والكتاب المنتمين إلى بلدان آسيوية وإفريقية وأمريكية لاتينية... في حين أننا نسمع عن أسماء ثانوية كثيرة في كل من أمريكا وأوروبا".^[2]

شق الجدل طريقه لتحرير الإعلام من هيمنة الدولة نهاية الثمانينيات، ويلاحظ أن الدولة بسبب الأهمية الطاغية للإعلام تفرض قدراً معيناً من الضبط في المجتمعات كلها، وجاءت نهاية عقد الثمانينيات بمقولة "تغطية العالم" ففي تلك السنوات شهد العالم حدثين ضخمين جعلت فضائية مثل CNN في مستوى العالمية، تنجح في توسيع دائرة الأخبار العالمية، ولم تعد تكتفي

بالحديث عن الأحداث بقدر ما أخذت تعمل على قولبة الأحداث وتشكيل جزء منها. ومثل هذه القولبة لم تقف عند حدود اجتذاب مشاهدين جدد، بل أجبرت شبكات أخرى على إعادة النظر بمقاربتها للأخبار من حيث الجوهر .

كان الحدث الأول هو مذبحه ساحة تيانامين (في الصين عام 1989)، في ذلك الحدث تابع كل بلد أوروبي وآسيوي وإفريقي الـ CNN، وبالفعل شكل ربيع مذبحه ساحة "تيانامين" منعطفاً في مسيرة تطور نظام الأخبار العالمي، كانت الرسالة التي قدمتها CNN هي الأهم من قبل التلفزيون الفضائي العالمي، وجاء التأثير على ثلاثة مستويات: داخل الحدود القومية، وعبر المنظومة الدبلوماسية العالمية، وعلى صعيد الرأي العالمي.

أما الحدث الثاني بعد تيانامين فهو حرب الخليج الثانية، والتي سلطت الضوء على نقاط قوة التلفزة الدولية، باعتبارها أداة دبلوماسية، وبوصفها شاهد عيان على الأحداث، وكما هو معلوم كانت قناة CNN الوحيدة التي تستطيع البث ليلة 24 كانون الثاني (يناير) 1991 حين شنت القوات الأمريكية هجماتها.

تركزت تلك الأحداث آثارها على الحالة العربية، بدخول الإعلام العربي حقبة جديدة في ظل تغيرات دولية ميزتها الهيمنة الخارجية أحادية القطب، وارتفاع وتيرة الغزو الخارجي، وانحسار الصوت الإعلامي غير الرسمي، وبداية تحرك جديد لتفكيك القضية المركزية للأمة العربية. تلك الحالة السياسية القاتمة التي تلت أزمة الخليج، كانت تمثل التحدي الأبرز للمشهد الإعلامي الناشئ بمعزل عن هيمنة الدولة، ففي بداية التسعينيات سجلت شركات عربية تأسيس قنوات فضائية كانت أولها MBC تلتها قنوات أخرى متخصصة وعامة، وكانت "الجزيرة" أبرزها، ثم جاءت "العربية"^[3].

أمام هذا الواقع لم يجد النظام العربي الرسمي بدا من التعامل مع الإعلام المستقل، وفي الحالات التي لم يستطع فيها التأثير في سبل المعلومات المتدفق، كان يعوق تقدم بعض الوسائل الإعلامية إما بغلق مكاتبها، أو حجبها إذا كانت مواقع إنترنت، وفي بعض الحالات أفقدت الدولة العربية مصداقية وسائل الإعلام التي نجحت في اختراقها وأقامت معها علاقات تبادلية، وهكذا أضحت بعض

وسائل الإعلام وسيلة في يد السلطة التنفيذية تستخدمها للذيل من صدقية معارضيها.

لقد عانت مؤسسات الإعلام العربي، مثل غيرها من المؤسسات الخاصة، هذا التحدي، خاصة في ظل تجنبها الدعم الرسمي على اختلاف صورته، وحرصها على أن تطور نفسها بنفسها، مستعينة بإيراداتها الخاص والمحدود، ما يبقي تلك المسألة في مقدمة الاهتمامات وفي رأس الأولويات، ولعل ما يجري في الشارع العربي يحتم ضرورة التفكير مجدداً في الشكل الذي يجب أن يكون عليه الإعلام فيما بعد ربيع الثورات العربية الآتية. وهو ما يستدعي البحث عن صيغ مبتكرة تعين على تغيير شكل التغطية وأدواتها والمساهمة في خلق اتجاهات وميول إيجابية في المجتمعات العربية.

إن الافتقار عربياً إلى صيغ دعم لإنشاء إعلام حر بعيداً عن تأثير الحكومات للاستثمار فيه، على غرار ما هو حاصل في الغرب، أدى إلى ضعف قدرة الإعلام بوصفه أداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي والسياسي، وعنصراً أساسياً من عناصر التأثير في الرأي العام وصياغة توجهاته وفق الأهداف الوطنية.^[4]

2- الإعلام العربي .. وقائع لا بد منها

أمام الواقع السابق لم يجد الإعلام العربي بدا من استنساخ أساليب الإعلام الغربي بحرفيتها دون أن يكون هدفهم السيطرة أو التلاعب بعقول الناس، كحشد الرأي العام لصالح قرارات معينة كما يحدث بالغرب، وإنما فقط من باب التقليد الأعمى والاعتقاد بأن التفوق الحضاري الغربي يجعل من كل ما يقومون به معياراً للجودة والمهنية العالية.

لو راقبنا الوسائل الإعلامية العربية لوجدناها ملتزمة حرفياً بالمنهجيات الإعلامية الغربية من حيث التجزيئية والبرامج المنوعة وأساليب التنافس بين القنوات من خلال تقديم نفس المادة المحتوى (سوبر ستار - ستار أكاديمي) (الاتجاه المعاكس بالعربي) . . إلخ من الثنائيات التنافسية ذات المضمون الواحد، ولا تتوقف المسألة عند المضمون وإنما حتى الشكل وطريقة جلوس المذيع والقائه.

وفي كل الأحوال، فإن إعلامنا ببغائي بطبعه، فإذا اهتم الإعلام الغربي بالضحايا الأبرياء في فرجينيا؛ اهتم الإعلام العربي بهم، وعندما اهتم الإعلام الغربي بقضية البحارة البريطانيين الذين

اعتقلتهم إيران في مياهاها الإقليمية في شهر مارس 2007 م، اهتم إعلامنا بتلك القضية بينما الأسرى العرب في السجون الإسرائيلية في سلة المحذوفات الخاصة بالإعلام العربي.

إنه تقليد سياسي واجتماعي وثقافي وفني لكل ما يفرزه الإعلام الغربي، بدون مراعاة للواقع المحلي وقيمه، وقد أخذت إحدى محطات التلفزة العربية قبل فترة ولمدة تزيد على الشهرين؛ على عاتقها تقديم تقرير في كل ليلة يتابع المستجدات اليومية في قضية وفاة ممثلة أفلام إباحية أمريكية ثرية وعن مأساة ابنتها الرضيعة التي يتنازع في المحاكم أكثر من رجل على أبوتها؛ وكل يدعي أنه الأب الحقيقي لها طمعاً في الشهرة والمال.

بالتأكيد أن القناة السابقة لم تجد في ملايين الأيتام والأرامل من ضحايا العنف في الدول العربية جراء الاحتلال والغزو، ما يستدعي الاهتمام الإعلامي!!

ولعل الراهن الإعلامي العربي بما يضح يومياً على المشاهد العربي يجعل من الضروري إعادة التفكير بالكيفية التي آل إليها واقع الإعلام العربي في شكلية التعاطي مع أحداث الراهن، وهي

كيفية لم تتغير كثيراً عن الشكل الذي بدأت به التغطية الإعلامية قبل نحو عقدين من الزمن مع أن الشارع العربي تغير اليوم كثيراً.^[5] لقد أصبح التركيز على فورية الخبر أولوية من أولويات الوسائل الإعلامية العربية. من خلال التعامل معه كسلعة سريعة التلف دون العمل على تقديم محتوى معرفي يلقي الضوء على خلفية الأحداث بقصد لفت الأنظار لها والعمل على حث الجهات المسؤولة لمعالجتها، أو لخلق وعي شعبي اتجاه ما يدور حولهم.

مع الإهمال الكلي لمدى أهمية الخبر لدى المتلقي العربي. فالتغطية الإخبارية التي رافقت وفاة مايكل جاكسون تكاد تكون مشابهة إلى حد كبير لتغطية أحداث مجزرة غزة أو حرب تموز !! أيضاً نجحت وسائل الإعلام بالتأثير على الوعي العام وتسطيح اهتمامات الشباب من خلال برامج الواقع وصناعة النجوم، ولعل ما يحصل من بكاء وإغماءات بالجملة لمشاهدة فنان مثلاً خير مثال على ذلك.

وبالعودة إلى مسألة التعامل الفوري والآني مع الأحداث، لقد انعكست هذه الطريقة بالتعامل مع الجمهور نفسه، بحيث أصبح

يتعامل مع الحدث خلال ساعاته أو أيامه الأولى وبعدها يتحول إلى أمر اعتيادي جداً، وفي حال انتهى التركيز الإعلامي عليه يدخل طبي النسيان حتى لو كان مستمراً على أرض الواقع، فمثلاً التفاعل مع احتلال العراق والتفجيرات التي لا تزال تحصل على أرضه ويذهب ضحيتها عشرات الأبرياء لم تعد تثير اهتمام أحد في الشارع وتمر في الشريط الإخباري مثل أي خبر عابر.

أما مجزرة غزة، فقد توقف الاهتمام الشعبي بها منذ لحظة توقف الحرب، رغم أن المأساة الحقيقية بدأت بعد توقف إطلاق النار. حتى على مستوى الإعلام الإلكتروني لا أحد يكتب عن معاناة الشعب في غزة، والسبب باعتقادي يعود إلى أنهم وبشكل لا شعوري يعتقدون أنها مسألة أخذت كفايتها من الاهتمام فضلاً عن كونها أصبحت قديمة .

لم تعد الوسائل الإعلامية تتعامل مع العمل الإعلامي كجهد إنساني وتربوي وتأهيلي ينطوي على نتائج مثمرة وآثار ايجابية على الإنسان والعامل كمواطن لتطوير قدراته وتنمية مؤهلاته وقابليته وجعله أكثر تكيفاً للتعامل مع الآخرين .

هناك هجمة من برامج المنوعات التي تملأ أوقات فراغ المشاهدين على غرار برامج المسابقات، يستغلها بعض التلفزيونات لمد يدها في حافظة نقود المشاهدين قدر المستطاع، مستغلة حب البعض لتحقيق الربح السريع.

ما الهدف من إذاعة مثل هذه النوعية من البرامج على قنواتنا العربية...؟ وما القيمة التي تعود على المشاهد العربي من المضمون المقدم من هذه البرامج التي لا تنمي وعياً أو تصقل فكراً؟ بل هي نوع من الصحافة التلفزيونية الصفراء التي تجاوزها الإعلام العربي، ولكننا نأبى إلا أن نكرر تجاربَ فاشلة، وهذا نوع من العيب.

ما زلنا نفتقد حسن الاستفادة من التطور العلمي التكنولوجي خصوصاً في مجالي الإعلام والاتصالات، فضائياتنا راقصة، وهواتفنا الجواله فاضحة، وحوارياتنا على شبكة الإنترنت إما متطرفة وإما بلهاء وسخيفة.

و بالنظر للمسرح الإعلامي العربي ومن خلال القنوات الفضائية نجد أنه يتأثر بالقيود والانفلات ما بين سلطة الحكومات وتجاوز بعض الفضائيات لدرجة تثير الذهول، فلا يوجد توازن أو حل وسط فيما تقدمه هذه الفضائيات.^[6]

يعتقد الدكتور نبيل علي أن إعلامنا العربي يعيش صدمة إعلامية على مختلف المستويات: السياسية والتنظيمية والفنية. ويرى في كتابه (الثقافة العربية وعصر المعلومات)^[7] أن الإعلام الحديث يحمل في جوفه تناقضاً جوهرياً يكمن "في حيرته بين رسالة الإعلام وهوى الإعلان، وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصلحة المحكومين، وما بين غايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التي تعطي الأولوية للإعلام الترفيهي لا التنموي. وهل هناك تناقض أكثر حدة وسخرية بين ما يدعيه الإعلام من كونه أداة للترفيه والترويح عن النفس، وما يثيره من عنف ترفيهي وفزع معنوي؟ وبينما ينتظر منه أن يكون وسيلة للترابط الاجتماعي والوفاق العالمي، نجده وقد استخدم من أجل إشاعة التعصب والعصبية، والتفرقة الطبقية والعنصرية، وتنمية نزعات الكره تجاه الآخرين: أجانب كانوا، أم أصحاب فكر مناهضين.

وأمام هذا التناقض والتنازع القوي؛ تغيب في الإعلام العربي الرسالة ويبقى المعلن هو المتحكم والمتصرف فيما يعرض أو لا يعرض، وقد سمعنا عن برامج ذات رسالة ثقافية وغير ثقافية

توقفت بسبب غياب المعلن عنها، ولك أن تعرف حجم تحكم الإعلانات في الإعلام، وذلك حين تلاحظ أن البرامج التلفزيونية -مثلاً- أصبحت جزءاً من الإعلانات، ولا يمكنك أن تشاهد في بعض القنوات ربع ساعة دون أن تُجبر على متابعة فاصل إعلاني أو أكثر، بل واقتحمت المنتجات التجارية المشاهد المصورة في الأفلام والمسلسلات وغيرها بحيث ترى المنتج الإعلاني بيد الممثل أو المذيع وعلى ملابسه وفي الديكور وفي كل شيء يمكن أن تلتصق عليه شارة المنتج.

كما تتجلى في الإعلام العربي عدم الحيادية في مسألة تعارض المصالح بين الحاكم والمحكوم، فالتسلط الحكومي هو الأبرز في صياغة السياسات العامة لكثير من وسائل الإعلام، كونه ما زال ممولاً رئيساً لتلك الوسائل الإعلامية، ولذلك يغيب الواقع الجماهيري وحياة المواطن وهمومه إلا في ظل ما تسمح به مصلحة الحاكم أو مصلحة الحاكم الآخر الذي قد يحرك وسائل الإعلام المحسوبة عليه نكايه بدولة معينة.

وتكاد تغيب شعوب عربية وإسلامية بأكملها عن خارطة الإعلام العربي. إن بعض الأنظمة ترى من مصلحتها أن تعيش

رعايها في العتمة ولذا تتعمد إخفاءها وعدم إظهارها إلا في مسيرة مؤيدة لسيادة الرئيس أو أغنية ترقص وتطبل لحضرته أيضاً.

الحرية كانت ولا تزال مفتاح تقدم الإعلام" و" الحرية في الإعلام الفضائي والإلكتروني فرضتها "التكنولوجيا"، ولم يصدر بها قرار سياسي أو سيادي . وبحسب الإعلامي المصري حمدي قنديل^[8] أنه "لا توجد قناة تلفزيونية مستقلة في الوطن العربي كله"، فلكل من القنوات الحكومية والقنوات الخاصة قيودها، بل إن "الخاصة يُحاصرها قيدان لا قيد واحد، وهما: قيد رأس المال، وقيد الحكومات التي تُهيمن من وراء الستار".

لكن بنفس الوقت إن حرية الإعلام لا تعني التفلت من كل الضوابط . و المهنية في أرقى صورها تعني وضع النسق القيمي للمجتمع ومنظومته الأخلاقية على رأس أولوياتها.^[9] فالإبداع التزام، وإلا فما قيمة عمل مبدع من وجهة نظر صاحبه لا يتقبله المشاهد أو لا يلتفت حوله الجمهور، لأن شرعية العمل الإعلامي تأتي من الجمهور ذاته؟ والشاهد أن مجال الفن والإعلام شهد مدارس وأعمالا خلدت وأخرى اندثرت وماتت، والفيصل كان قبول الناس من عدمه واحترام عقولهم وقيمتهم.

باختصار إن الإعلاميين العرب لم يستطيعوا رسم صيغة مختلفة للإعلام العربي نابعة من البيئة العربية، تنأى به بعيداً عن التقليد الأعمى للمدارس الغربية التي ما زلنا ندور في فلكها إعلامياً، رغم مرور ما يزيد على خمسين عاماً من الدراسات الإعلامية ومئات الكفاءات الأكاديمية والمهنية في شتى بقاع العالم العربي.

إن وسائل الإعلام العربية تشكو ضعفاً في الضوابط المهنية وتسقط أحياناً في إشاعة "وهم" الديمقراطية. ويرجع المراقبون ضعف الضوابط المهنية إلى حداثة الإعلام العربي والتلفزيوني بصورة خاصة، حيث أن الإعلام العربي لا يزال غرضاً في كثير من الأحيان ونجد أن الإعلام التلفزيوني أقل فقراً من الإعلام المكتوب في الضوابط والمصادقية.^[10]

3- الإعلام العربي - النقابات - السلطة

"الحكام لا يلجؤون إلى التضليل الإعلامي إلا عندما يبدأ الشعب في الظهور - ولو بصورة فجأة - كإرادة اجتماعية في مسار العملية التاريخية، أما قبل ذلك فلا وجود للتضليل - بالمعنى الدقيق للكلمة - بل نجد قمعاً شاملاً. إن لا ضرورة

هناك لتضليل المضطهدين عندما يكونون غارقين لآذانهم في
بؤس الواقع.”

”باولو فريير“

”منذ نحو عشر سنوات قال كثيرون إن شبكة الانترنت وما
تنقله من معلومات عبر الحدود ستكون كفيلة بإسقاط النظم
الديكتاتورية والاستبدادية ..؟ هل آن لحلم البشرية أن
يتحقق ..؟ أم أن هذه النظم كعهدنا بها ستكون سبابة إلى
استخدام سلاح الانترنت لفرض الانصياع والانضباط على
جماهيرها المقهورة .“^[11]

”النظام الذي يسعى للترويج لأي كلام من خلال وسيلة
دعائية سيكلفه الأمر غالبا ولن تتمكن في النهاية هذه
الوسيلة من الصمود.. فالبقاء دائما للأصلح“. وبالتالي من يملأ
التلفزيون بالاستقبالات والتوديعات ويجعل منه بوق دعاية
لن يجد في النهاية من يشاهده ويتابعه.^[12]

”إذا تحرر الإعلام وأصبح إعلاما هادفا وموضوعيا يعالج
المشاكل فإنه يتحول بذلك إلى أداة في نشر الوعي السياسي .

ولو ترك للإعلامي الحرية لاستطاع أن يضع الضوابط اللازمة
ليمارس العمل باحتراف”^[13]

مما لا شك فيه أن التحولات الإعلامية التي طرأت على العالم
بفضل التطور المذهل لتكنولوجيا المعلومات قد حولته لقريبة واحدة،
وهذه التحولات لم تفت أنظمة الحكم على اختلاف أيديولوجياتها
وتوجهاتها، بحيث أصبحت الحكومات واعية أكثر لطبيعة
التحولات، وهي تحاول أن تستغلها من أجل ديمومة سيطرتها على
وسائل الإعلام أو التحكم بها، كما أن هناك من الجهات المسؤولة من
استوعب مدى تأثير تلك التطورات ليبرر ويطوع القوانين المنظمة
للإعلام، ولكن منها من تقاعس ليبقى أسيرا لها.

وفي حالة الإعلام العربي لا يستطيع أحد أن يتجاهل الدور
الوسخ الذي لعبه على مدى سنوات طويلة في تضليل الشعوب
وتغيب كل إحدائيات المجتمع بما في ذلك النقابات التي تعد
الوجه الآخر لهذا المجتمع، وهي تعبر من جهة ثانية عن وعي
هذا المجتمع بمشاكله وحقوقه وواجباته.

قبل أشهر قليلة لم يكن أحد ليجرؤ عن الحديث عن علاقة
النقابات بالسلطة وهذا التزاوج الهجين بينهما . وقد كان من مساوئ

هذه العلاقة أن استطاعت السلطة تمرير قوانين وقرارات تضر بمصلحة الطبقة العاملة وبمباركة من النقابات نفسها . و الأمثلة أكثر من أن تحصى في هذا المجال، ويكفي أن نشير إلى قوانين العمل التي صدرت في السنوات الأخيرة في أكثر من بلد عربي، وحملت الكثير على الطبقة العاملة، بحجة الإصلاح الاقتصادي، بينما لم نسمع اعتراضا ذا قيمة من قيادات هذه الطبقة ولا من إعلامها.

لكن بنفس الوقت من الصعب النظر اليوم إلى هذا الزواج بين النقابات والسلطة على انه لا فكاك منه، بعد ما شاهدناه من انهيارات في النظام العربي القائم على الديكتاتورية والإمساك بكل شيء بما في ذلك رقاب الشعوب . والفضل كما بدا جليا يعود إلى الإنترنت و البث الفضائي بالدرجة الأولى الذي أثبت أنه الثورة الحقيقية الوحيدة في هذا العصر، ولولاه لربما كان انخفض عدد سكان الدول العربية بضعة ملايين منذ بدء الثورات الشعبية العربية مطلع العام الجاري .

وعليه فإن شكل المرحلة القادمة، رهن بتطورات الأحداث وما قد تحققه من نتائج إيجابية. وعندها سوف تكون النقابات مؤهلة أكثر من غيرها للعب دور مهم في هذه المرحلة وأن تستعيد بسرعة

الكثير من حضورها القوي، فهي لا تقل أهمية عن أي حزب كبير، كان مغيباً ومقيداً، لكن حالما يطلق أسرها سوف تجد نفسها مسلحة بقاعدة شعبية واسعة، هذا فضلاً عن أن نشأة النقابات بالأساس مرتبط بالحالة الاحتجاجية على الظلم والاستبداد والاستغلال الذي كانت تعانيه الطبقات الكادحة في المجتمع، ما يعني أنها مسلحة بالفكر الثوري المسبق والخبرة والتجربة التي تؤهلها قبل غيرها لأن تكون في الواجهة، تساهم في تشكيل المرحلة الجديدة .

أما الإعلام النقابي فسيكون دوره محورياً وأساسياً، من خلال تحشيد إطاراته من جديد وتعريفها بحقوقها المهذورة ومن ثم تنظيمها وفق المبادئ الحقيقية التي وجدت لأجلها هذه النقابات.

4- حلول عامة

إن الأزمة التي يمر بها الإعلام العربي كبيرة ومعقدة، خصوصاً أنها تلتقي مع عدة خطوط متشابكة ومتعارضة بين السياسة ومصالحها، والاقتصاد واستثماراته، والقيم بين الثبات والتغيير.. لذلك فالبحث عن حلول جزئية لأزمة الإعلام العربي لن تكون مجدية، ومن أجل هذا

فإننا مطالبون جميعاً بالعمل كل على حسب إمكانياته واستطاعته ووفق المكان الذي يحتله.

الحكومات مطالبة بدور جدي في المسألة لأنها طرف رئيس، وإن عدم مسارعتهما للعب دور إيجابي سينعكس سلباً بالتأكيد على مصالحها فيما بعد، لأننا نعيش عصراً إلكترونياً يفرض انفتاحاً في كل يوم أكبر وأوسع من اليوم الذي يليه، ولن يكون في المستقبل للحكومات سلطة عليا على الرقابة الإعلامية، فقطار التطور في عالم الإعلام والاتصالات يتقدم ويتقدم دون أن تكون للحكومات العربية القدرة على كبح جماحه.

وإلى جانب الحكومات، يبرز دور أصحاب الأموال من تجار وغيره، ويبرز دور الإعلاميين والمثقفين ودور الأسرة والمدرسة والمجتمع المدني بكل فئاته ومؤسساته.

إننا بحاجة إلى حلول شمولية من كل حذب و صوب، وسنستطيع إن ارتقى وعينا أن نتجاوز ولو شيئاً من هذه الأزمة التي تعصف بكل شيء وتندثر بتغيير بدأ على مختلف الصعد؛ التغيير الذي قد يكون إيجابياً، ولكنه لن يخلو من الشوائب والسلبيات القاتلة إذا لم يتوفر الترشيح والترشيح المناسبين.

كم نحن بحاجة إلى إعلام حضاري ممنهج يرتكز على استراتيجيات واضحة وذات أهداف نبيلة ورسالة سامية؟
إننا بحاجة لأن ندرك أن الإعلام هو وسيلة من وسائل تمتين التلاحم في المجتمع وتعزيز تألفه كنسيج متكامل يتطلع إلى التقدم والرفاه وترسيخ السلام الاجتماعي.

والإعلام يجب أن لا يفبرك الحقائق ولا يقلب المعلومات ولا يفسرها بما يلائم أهداف المرسل فهو لا يصنع حدثاً وإنما ينقله و ينقله بالوسيلة التي تناسب الرسالة. فالوسائل لنقل الرسائل مختلفة: مثلاً لا يمكن نقل رسالة إلى المتلقي تصلح للنشر في صحيفة عبر التلفزيون أو الراديو والعكس هو الصحيح لأن التلفزيون مثلاً بحاجة إلى صورة وصوت والراديو إلى صوت والانترنت إلى ربطات تفاعلية تنقلنا من موقع لآخر ومن وثيقة لأخرى لاخطياً.

وأنا هنا لا أدعو إلى أن تكون برامجنا التلفزيونية برامج متحفية جامدة وأن تكون الرسالة الإعلامية محنطة، لكن أدعو أن يكون الترفيه كذلك خارجاً من رحم حضارتنا، ونحن قادرون على ذلك إذا ما استبدلنا التراخي الذهني والاستسهال عند المعدين، ليبحثوا لنا عن نماذج تتوافق مع قيمنا المجتمعية، وأن نبعد عن

البرامج الأجنبية، على أن نعيد بناء ما نريد بما يتوافق مع أركان ثقافتنا ديناً ولغةً وتاريخاً.^[14]

كما أن البرامج لا ينبغي أن تكون جامدة متخلفة، وإلا مثلت نوعاً من الفاقد البرامجي الذي لا يصل إلى المشاهدين، ولكن إلى جانب ذلك لا بد أن تستند إلى قيمة اتصالية واجتماعية وثقافية، وفي ذات الوقت قدرة على النهوض بالثقافة الوطنية وصياغة اللغة والاهتمام بالذات الوطنية وتربية الذوق واكتشاف المواهب مع الترويج والترفيه، هنا تنتج عملية الاتصال بين المشاهد والوسيلة ويتحقق الهدف.

إننا نستطيع أن نقدم بضاعتنا بالشكل الذي يليق بمجتمعنا وثقافتنا دون تقليد للآخرين، وأن تكون لدينا آليات مهنية لعمل هكذا برامج. وفي الختام أود أن أقول للقنوات الفضائية العربية، سواء الخاصة أو العامة، إن لثقافتنا تاريخاً يجب ألا نعبث به من خلال ما نقدمه من برامج، وألا نشوّهه من خلال الأداء المهني للإعلاميين.

خلاصة

رغم كل سلبيات البث الفضائي والالكتروني يجب أن لا ننكر أن هناك الكثير من الايجابيات التي انعكست مباشرة على الواقع

العربي، فهو أتاح النقل المباشر للأخبار من بلد إلى آخر في نفس وقت وقوع الحدث وأدخل العرب - ولأول مرة - إلى حلبة المنافسة الإعلامية، التي أدت إلى تجويد العمل التليفزيوني والارتقاء به".

كما أنه ساعد في تحقيق نوع من التواصل بين أبناء الشعب العربي، عجزت النظم العربية عن تحقيقه على مدى 50 عاماً، وخاطب الأقليات العربية المقيمة خارج الوطن العربي وربطها بأوطانها الأم، وأسهم في انفراج الحريات الإعلامية، فأصبح منبر الآراء المتباينة والبرلمان الحقيقي الذي تعبّر فيه الشعوب العربية عن نفسها، والرقيب الأهم على انتخاباتها، بل وعلى حكوماتها .

هوامش الفصل الأول

- 1- جهاد الخازن، الإعلام العربي ماله وما عليه، منتدى دبي للإعلام 2010.
- 2- د . مهند مبيضن، صناعة الإعلام العربي – التغطية المباشرة وبناء المستقبل، صحيفة الشرق الأوسط، الشهر الثالث، 2011.
- 3- المرجع السابق .
- 4- حمدي قنديل، إعلام في الفضاء، محاضرة في منتدى شومان الثقافي في الأردن، 2007 .
- 5- محمد السيد سعيد، الإعلام العربي ماله وما عليه، منتدى دبي للإعلام 2010 .
- 6- د. خالد الخاجة، هموم وشجون الإعلام العربي في منتدى دبي، جريدة البيان الإماراتية، 24 مايو 2011 .
- 7- د . نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت ص 17 .
- 8- حمدي قنديل، مرجع سابق .
- 9- د . خالد الخاجة، مرجع سابق .

10- وضاح خنفر، الإعلام العربي، ماله وما عليه، منتدى دبي للإعلام
2010 .

11- الدكتور نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة - علم المعرفة -
الكويت 2009 العدد 369، ص 24 .

12- جهاد الخازن، مرجع سابق

13- وضاح خنفر، مرجع سابق

14- د . خالد الخاجة، مرجع سابق .

2 | الإعلام والحركة النقابية*

يقصد بالإعلام النقابي، ذلك الإعلام الذي تصدره الاتحادات العمالية بأشكاله المتعددة، والذي ينطق باسمها ويعبر عنها والذي يهتم أساساً بمشكلات الطبقة العاملة ونضالاتها.^[1]

- و ينظر النقابيون للإعلام على أنه يضطلع بالعديد من المهام الأساسية في عمل النقابات والتي لا يمكن الاستغناء عنها، فهو:
- يلعب دوراً هاماً في تحديد هوية الحركات العمالية والحفاظ على وحدتها ونشر ثقافتها ودعم نضالاتها.
 - ويعتبر شكلاً من أشكال النضال العمالي، لتوضيح قضايا العمال في المجتمع والدفاع عنها.

- وهو يضطلع بوظيفة معرفية تتوخى الارتقاء بمستوى الوعي في إطار الحركة النقابية، وفي مجال التعريف بقضايا العمال وحقوقهم.
 - كما أنه يعتبر وسيلة تواصل وتفاعل بين فئات العمال، وبين الإطارات النقابية، لتعزيز وحدتهم وبلورة اهتماماتهم كطبقة ذات حقوق نقابية واقتصادية واجتماعية.
 - وأخيراً يشكل الإعلام النقابي وسيلة من وسائل التواصل والتفاعل مع مختلف فئات المجتمع.
- وكون الإعلام النقابي يمتلك كل هذه الخصائص، فإنه من الطبيعي أن يتحول الاهتمام به إلى قضية أساسية من قضايا العمل النقابي، شأنه شأن أي حق من حقوق العمال التي تضطلع النقابات بالدفاع عنها.
- ويعزى الاهتمام بقضية الإعلام في هذا العصر بالذات، إلى أن الجميع بدأ يدرك تلك القدرة الهائلة التي تمتلكها هذه الوسائل في تشكيل الرأي العام وصياغته على نحو مغاير لما هو معهود. ولعل ما تشهده المنطقة العربية من ثورات شعبية أدت إلى قلب أنظمة قوية، وما لعبه الإعلام من دور في هذه الثورات، ليس سوى دليلاً

ناصعاً على أن طاقة الإعلام الحقيقية لا تزال أكبر مما نتوقع، حيث لا تزال هناك مكامن قوة هائلة في داخله، هي اليوم مثار اهتمام كل متابع ومراقب.^[2]

لذلك من حق أي جهة مالكة لوسائل الإعلام، أو متعرضة لهذه الوسائل، أن تتساءل بحسرة عن الزمن الذي ضيعته هباء، دون أن تعي ما تملك أو ما يمكن أن تتعرض له في المستقبل، فيما لو دارت الأيام عليها.

من هنا، يجب أن يكون اهتمام النقابات بموضوع الإعلام، باعتباره مكوناً أساسياً في هيكليتها، وليس ملحقاتاً أو تابعاً أو ناقلاً لصورتها، ولا نظن أنه في الوقت الحالي يستطيع أحد أن يتجاهل هذا المكون في حياته، فردا كان أم مؤسسة أم دولة، لكن يبقى لكل رؤيته في تحديد متطلباته من هذا الإعلام وبما يتناسب مع دوره الحقيقي.

- وعليه يحدد النقابيون متطلباتهم من هذا الإعلام وفق التالي:
- 1- الخطاب النقابي الإعلامي ينبغي أن يؤكد على التلازم بين عمليتي التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - 2- الاهتمام بتطوير نظام التعليم والبحث العلمي والتأهيل.

- 3- تعزيز الوعي بأهمية قيام كتلة اقتصادية واحدة على الصعيد العربي وتفعيل الحوار بين أطراف الإنتاج العرب لضمان المصالح المشتركة .
 - 4- ضرورة إنتاج خطاب نقابي جديد يتعلق بالعولمة على أساس مفاهيم محددة . على اعتبار أن هناك التباسات وإشكاليات تحيط بموقف النقابات من العولمة بسبب تأثيراتها الاقتصادية السلبية ومضامينها السياسية.
 - 5- الدفاع عن القطاع العام كونه سند منيع للاقتصاد الوطني وبقاء الدولة مصدرا للتوازن في المجتمع وتحقيق الاستقرار .
 - 6- دفع القطاع الخاص للمساهمة في دعم البنية التحتية وان يخصص جزءا من أرباحه لمشاريع التنمية الاجتماعية ما يضيف بعدا إنسانيا على التنمية الاقتصادية.^[3]
- بالطبع عند المقارنة بين هذه الطموحات والواقع الحالي لهذا الإعلام نجد أن المسافة شاسعة، رغم أن هذه الطموحات عادية وسهلة التحقيق، غير أن الصحافة العمالية الحالية تركز على الفعل النقابي بحيث تشمل المطبوعات مواضيع تقليدية مثل: الافتتاحية والعديد من التقارير والأخبار حول نشاطات النقابات الفرعية ومعلومات حول الاتفاقيات ومواضيع تتعلق بالصحة والسلامة المهنية العامة .. الخ.

مشكلات الإعلام النقابي العربي

في العقود الأخيرة رصدت الأوساط النقابية تراجع الصحافة العمالية، متهمّة اعتماد الصحافة المطبوعة المتزايد على عوائد الإعلان من جهة و منافسة التلفزيون لها من جهة ثانية . وبشكل عام هناك اتفاق بين هذه الأوساط على أن واقع الإعلام النقابي العربي لازال دون المستوى المناسب، إن من جهة الوسائل المعتمدة، أو لجهة فاعلية هذه الوسائل، كما من جهة مضمون الخطاب الإعلامي، والتواصل بين الإعلاميين النقابيين.

و يلخص المهتمون بالشأن النقابي المشكلات والصعوبات التي يعاني منها الإعلام النقابي العربي على الشكل التالي :

- ضعف الإمكانيات المرصودة للإعلام النقابي، فثمة اتحادات ليس لها نشاط في مجال الإعلام بالرغم من توفر الإمكانيات لديها.
- ضعف الاهتمام بالنشاط الإعلامي، وتدني الوعي بأهمية الإعلام في صناعة الرأي العام، لدى الإطارات النقابية المعنية، فعدد كبير من النقابات العمالية في الوطن العربي لا تستثمر التطورات الحاصلة في مجال الإعلام وضمنه الإعلام عبر الانترنت، ولا تستخدم

- البريد الإلكتروني لنشر أخبارها وتوزيعها على وسائل الإعلام، رغم أن هاتين الوسيلتين متوفرتين ورخيصتين جداً.
- محاولة إضعاف المنظمات والأطر الشعبية أو تحديد حركتها وإمكانياتها، وتهميش مكانتها ومواقفها، ومعلوم أن بعض الدول العربية، مثلاً مازالت، تحظر العمل النقابي من الأساس وهذا يؤدي إلى مصاعب استثنائية إضافية للإعلاميين.
 - عدم إيلاء الأطارات النقابية المعنية الاهتمام اللازم بالإعلام النقابي، بسبب ضعف الوعي بأهمية الإعلام النقابي ودوره ووظيفته في إطار النقابات والمجتمع.
 - يتأثر الإعلام النقابي بضعف الهامش الديمقراطي المتاح للإعلام، في كل بلد، ما ينعكس سلباً عليه، وعلى طرحه لقضاياه النقابية والاقتصادية والاجتماعية.
 - الإعلام النقابي محكوم بموقف الأطارات النقابية السائدة، ما يحد من دوره في النقد، وفي الإبداع، وفي توليد وجهات نظر تتفاعل وتتجاوز، لما فيه تطوير الحركة النقابية، والارتقاء بوعيها، وبما ينمي العلاقات الديمقراطية.
 - عدم التوازن في كثير من الأحيان بين الهم السياسي والهم النقابي وإعطاء الأولوية في النظرة إلى قضايا العمال إلى الجانب السياسي

على حساب الجانب النقابي والحقوق الاقتصادية، وشاهدنا أن العديد من الأدبيات العمالية يكاد أن يطغى عليها الهم السياسي، على الهم النقابي والاجتماعي والاقتصادي.

- غياب مراكز البحوث والمعلومات العمالية، حيث تفتقد الحركة النقابية العربية لهذه المراكز الضرورية للعملية الإعلامية، مثلما للثقافة العمالية.

- ضعف الاتصالات بين الهيئات الإعلامية النقابية العربية ما يساهم في إضعاف الإعلام النقابي العربي . ويمكن ملاحظة ذلك في قلة مجالات التواصل المباشر، وفي ندرة تبادل الأخبار وفي ضعف التواصل وتبادل الخبرات من خلال الندوات و ورشات العمل.

- ضعف الصلات بين الهيئات الإعلامية والأوساط العمالية مما يضعف عملية التفاعل بين الطبقة العاملة ووسائل التعبير عنها، وهذا يستدعي خلق أوسع الصلات بين العمال ووسائل الإعلام التي تعبر عنهم.

- الافتقار للوسائل التقنية الحديثة في النشاط الإعلامي فثمة اتحادات ليس لديها موقع على شبكة الانترنت وثمة اتحادات لا تتعامل بعد مع البريد الالكتروني لنشر أخبارها على أوسع مساحة ممكنة، وثمة اتحادات ليس لديها أية وسيلة إعلامية..

- ضعف الكادر الإعلامي أو ندرة وجوده في بعض الاتحادات النقابية.

طبعاً نحن لسنا بصدد مناقشة هذه المشكلات والصعوبات، رغم تحفظنا على الكثير مما ورد فيها، وتأييدنا للكثير منها أيضاً. وعموماً نتطلع إلى مرحلة جديدة، ليس لها صلة بالماضي. لأننا ننطلق من فرضية أن الإعلام النقابي القائم لا يمكن التعويل عليه كثيراً في تأسيس إعلام يستوعب كم التحديات الهائل والصعوبات الكبيرة التي يواجهها، هذا فضلاً عن أنه إعلام مرتبط عضواً بقيادته التي تعاني هي ذاتها من انفصام بين تطلعاتها ودورها في تطوير هذا الإعلام. فما من مسؤول في الإعلام النقابي إلا ويؤكد في مناسبة وغير مناسبة وخصوصاً في المهرجانات والمؤتمرات على ضرورة إيلاء الاهتمام بهذا الإعلام وتوفير مستلزماته وأدواته ووسائله وإغناء موضوعاته وبرامجه بالمعلومات والوقائع والدراسات النظرية والميدانية التي تركز قيم النضال العمالي وتعزز التزام الطبقة العاملة وحركتها النقابية بوحدتها التنظيمية والوطنية كما ويلفت إلى ضرورة متابعة القضايا العمالية والاقتصادية والاجتماعية من خلال التحقيقات الميدانية واللقاءات المباشرة مع

المعنيين بالعملية الإنتاجية وسير العمل الإداري والخدمي في المؤسسات والمنشآت والشركات الصناعية. ومع ذلك فإن الإعلام النقابي لا يتطور، رغم أن هذه الدعوة قد تصدر من أرفع مسؤول إعلامي في هذه النقابات ...!!!

إذاً، ما هو قائم لا يمكن إلغاؤه أو حتى فعل الكثير لتطويره، وأكثر ما يمكن التعويل عليه هو إقامة إعلام مواز رديف لهذا الإعلام النقابي الحالي . وعندها يمكن لهذا الإعلام إما أن يلغي الإعلام القائم أو أن يدفعه لتطوير نفسه ..

هوامش الفصل الثاني

* استفدنا في الجزء من محاضرة للسيد ماجد كيالي مدير إدارة الإعلام السابق في الاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب بعنوان (الإعلام النقابي العربي واقعه ومشكلاته وآفاق تطويره) ووجدنا أن المحاضرة تلخص الكثير من رؤية النقابات لإعلامها وطبيعة الدور الذي يجب أن يقوم به.

- 1- نبهان خريشة، الإعلام النقابي، 17 أيار 2007.
- 2- محمد العيادي، واقع الإعلام النقابي في تونس وآفاقه.
- 3- غصون سليمان، الإعلام النقابي والعولمة، جريدة الثورة، دمشق، 2007/7/6.

3 | إعلام جديد ... إعلام بديل ...!

شئنا أم أبينا فان العالم قد تغير، وفرضت العولمة منطقتها ومنطلقاتها، ويجب أن ندرك أن هذا يستدعي تغييراً في الخطاب الإعلامي النقابي لسبب بسيط وهو أن الثورة في مجال الاتصالات جعلت من العالم قرية إلكترونية واحدة: أقمار صناعية وقنوات فضائية وانترنت، التي أضحت تشكل ثقافة العديد من الأمم... فشبكة الانترنت مثلاً وفرت منابر لمن لا منابر لهم واخترقت الحدود وأصبح بإمكان أي شخص أن يملك موقعا خاصا به ويعبر عن رأيه دون قيود.^[1]

ومن التأثيرات الجانبية لثورة المعلومات والاتصالات هو انهيار الحدود الزمانية والمكانية، ودخول تكتلات السوق المالي

الصناعي في الإعلام وإعادة تشكيل الوعي ، وسيطرة شركات غربية (أمريكية تحديداً) على سوق الإعلام العالمي بتزويده بنحو 80 % من البرامج .. أو بكلمات أكثر دقة غزواً ثقافياً للمنطقة العربية.

والمتتبع للتطورات التقنية الهائلة في مجال وسائل الاتصال خلال العقدين السابقين، يلحظ شيئين مهمين. أولهما، أن الإعلام يعيش مخاضاً عسيراً من أجل تحديد ماهيته ومضمونه، منطلقاً في ذلك من فرضية أن المضمون القديم لم يعد متناسباً مع الشكل الجديد. وهو ما بدأنا نلاحظه من خلال الخيارات المقترحة الكثيرة التي بدأت تطرحها وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها وأنواعها، التقنية والتقليدية. وهي خيارات إذا أردنا أن نوجز ملاحظتنا حولها، تتلخص في مجملها برغبة هذه الوسائل بجذب الجمهور بأي ثمن، مستفيدة من الإمكانيات الكبيرة البصرية والتقنية التي يوفرها الشكل الجديد.

أما الأمر الثاني الملاحظ، فهو أن المضمون بالفعل بدأ يتغير وإن ببطء. لكنه تغير يشير إلى أن مرحلة جديدة بأكملها بدأت تتأسس على معايير مختلفة عن تلك التي عهدناها في الإعلام. ولكي نكون أكثر اقتراباً من الكلام السابق، يلزمنا المقاربة بين ما كانت عليه

وسائل الإعلام قبل عقدين وبين ما هي عليه اليوم. أولى التغييرات التي يمكن أن تلمسها وأنت تتصفح وسيلة إعلام من عقد الثمانينات أو التسعينيات، هو تلك الإطالة غير المبررة حالياً، والتي كانت من أسباب عزوف الكثيرين عن تناول هذا الإعلام. ومن حياتنا اليومية، كنا في السابق على استعداد لأن نسمع شخصاً يتحدث في قضية معينة، لو تكن قصة حبه، لمدة ساعة أو ساعتين، أما اليوم فإننا نطلب من الآخرين أن يتحدثوا من الآخر، وأن يوجزوا قدر الإمكان مهما كانت القضية هامة وحساسة.

مثال آخر، تخيل لو أن شخصاً عزيزاً عليك لم تره منذ فترة طويلة وقررت زيارته الآن، فإنك ما إن تجلس معه لمدة عشرة دقائق، حتى تشعر أن روحك شاردة تائهة، لا تستطيع التآلف حتى مع آخر حميم.

قد يتساءل البعض: وما ارتباط ذلك أو ما انعكاسه على الإعلام؟ في الواقع، لا يمكن فصل ما نحسه عما نطلبه ونريده.. فما دمنا نحس اختلافاً في سلوكنا وعاداتنا وثوابتنا، فإن ذلك يعني أنه يجب أن نبحث عما يناسبنا ويريحنا. وقد أدركت وسائل الإعلام هذا الأمر وراحت توجز وتتخلى عن التفاصيل الزائدة. ولما كان من

الصعب على وسائل الإعلام الورقية الالتزام بهذا الأمر، فإنه من الطبيعي أن نسمع اليوم عن نهاية هذا النمط من الإعلام، ما لم يدرك خصائص المرحلة الجديدة ويقدم نفسه بصورة مختلفة . وبرأيي أن السبب لا يعود كله إلى أن القارئ قد يتخلى عن هذا الإعلام لأنه وركي ولأن بدائله الالكترونية أوفر حظاً فقط . بل لأن هذا الإعلام لم يستطع حتى اليوم أن يدرك هذه الرغبة في الإيجاز التي يطلبها القارئ . لذلك نجد أن هذا الإعلام بدأ يتجه في الفترات الأخيرة إلى التحول للرأي والتحليل أكثر من الخبر . كما أنه بدأ ينوع في صفحاته ويفرد مساحات أوسع لهؤلاء الذين لا يهمهم سوى البحث عن التسلية والإثارة ، هذا إضافة إلى استفادته من التقنيات الحديثة في اللون والصورة وطريقة الإخراج . ومع ذلك يبقى هذا الإعلام مهدداً بالانحسار، كون المقابل أو البديل، أكثر مرونة ويتمتع بمزايا جذب أكبر سوف نتحدث عنها لاحقاً.

باختصار أردنا من العرض السابق أن نقول أن الإعلام النقابي، هو جزء من هذا الحراك الذي بدأ يطراً على حياة الناس ووسائل الإعلام . وأما أنه أدرك أو يدرك حقيقة هذه التحولات، فهو أمر يتطلب منا تحليل تجربة هذا الإعلام خلال المرحلة السابقة

ومقارنتها بالمرحلة الحالية. لكن عموماً الخوض في هذا التحليل لا طائل منه – توافقاً مع نظرية الإيجاز – كون الخيارات القادمة لا تتطلب هذا التحليل وهي من جهة أخرى ليست بحاجة إليها. المهم في هذا الإعلام أن يدرك حجمه الحقيقي، و دوره وما يسعى إليه، وأخيراً طبيعة الوسائل الجديدة وإمكانياتها الموجودة بين يديه ... وهذا يدفعنا لإطلاق مجموعة من التساؤلات و الفرضيات:

1- فيما يتعلق بالرسالة والمتلقي

ما هي الحدود التي يعتقد الإعلام النقابي أنه يستطيع الوصول إليها؟ هل يريد الوصول إلى المجتمع كله .. أم إلى الفئة التي يمثلها ..؟ إذا كان يريد الوصول إلى المجتمع كله، فهو هدف سامي، ثم من جهة ثانية ينبغي أن يكون هذا مبنغاه، نظراً لأن القضايا التي بين يديه تهتم تقريبا فئة واسعة من المجتمع، ورسالته الدفاع عن حقوق هذا المجتمع والمساهمة في حل مشاكله . لكن على أرض الواقع، هذا الإعلام لا يصل فقط إلى الفئة التي يمثلها، وإنما لا يصل حتى إلى المنخرطين في العمل النقابي عن جد واجتهاد ... فكيف له في هذه

الحالة أن يصل إلى المجتمع كله أو فئة كبيرة منه ..؟ وبالتالي يكون التساؤل، هل يكون الحل بإعادة تواصل هذا الإعلام مع الكوادر والأطر النقابية التي يحمل صوتها، ومن ثم يتوسع إلى ما يشاء، أم يكون الحل بانفصاله عن هذه الأطر وانطلاقه نحو فئاته مباشرة ...؟

هناك جدل كبير يدور في الأوساط النقابية على اختلاف أشكالها حول طبيعة جمهورها وماهيتها وخصائصه .. فمثلاً ترى الاتحادات الفلاحية أن جمهورها بكل تأكيد هو من الفلاحين وكذا الاتحادات العمالية والنسائية وغيرها من النقابات .. لذلك فإن إعلام هذه الاتحادات يخاطب فئاته تحديداً، ولما يجد القارئ الطارئ والذي لا ينتمي إلى فئته النقابية، ما يهمله ويعنيه في هذا الإعلام . وهو ما أدى بالتالي إلى انحسار توزيع مطبوعات هذا الإعلام ضمن نطاق محدود، وتالياً وبسبب المشاكل التي تعاقبت على هذا الإعلام أضحي لا يصل حتى إلى فئاته، وتحولت مطبوعاته في أغلبها إلى المستودعات الموجودة بمساحات شاسعة في الاتحادات، منتظرة مصيرها، إما بالتلف أو الاستفادة منها في استخدامات أخرى.

الغريب أن أحداً لا يسأل عن سر امتلاء مستودعاته بهذه المطبوعات، ولماذا لم توزع ..؟ وبدلاً من ذلك يستمر بالطبع وبأعداد

متزايدة معتمداً على التقارير التي ترفعها له الجهات الأدنى والتي
تطلب المزيد من النسخ بناء على رغبة القراء ..؟!؟

لا نبالغ إذا قلنا أن هذه الحلقة الوهمية هي التي تحكم عمل
الإعلام النقابي، وقلّة هم الذين يعترفون بأن مطبوعاتهم لا تقرأ
وبرامجهم التلفزيونية والإذاعية لا تشاهد ولا تسمع، ومواقعهم
الالكترونية لا تتصفح، وكذلك محاضراتهم وندواتهم لا يحضرها إلا
المضطر . لكنه أمر واقع لا بد أن نعترف به، من أجل أن نصوب خطواتنا
ولا نستمر بخداع أنفسنا.

يرى كثيرون، أن قسماً كبيراً من مشاكل هذا الإعلام وأزماته
يعود إلى سيطرة الأطر القيادية عليه، ما ضيق من تطلعاته وحد من
حركته، وحوله في غفلة من النقابيين أنفسهم إلى إعلام سلطة بالمفهوم
النقابي، فغابت عنه الحيوية، التي غيبتها حتى عن أقرب مردييه .

لا نريد أن نغلق الآفاق أمام هذا الإعلام، كما أنه لا يحق لأحد أن
يحد من طموحات هذا الإعلام المشروعة، لكن وحتى نكون منطقيين
فإن أولى الخطوات التي يجب على هذا الإعلام أن يتخذها، سواء بقرار
منه أو بقرار من القيادات المشرفة عليه، هو ضرورة فصله بكيان خاص
وتحت قيادة كوادر مهنية وإعطائه فرصة للتحرك . عندها نستطيع أن

نحدد دور هذا الإعلام وفاعليته وما إذا كان بالفعل يملك خصائص الإعلام الجماهيري أم لا.

2- فيما يتعلق بالوسائل

- إلى أي حد تستطيع الصحافة العمالية القائمة حالياً أن تطور نفسها وتستعيد جمهورها أو أن تساهم في تسليط الضوء على مشاكل الطبقة العاملة وتساهم في حلها ..؟
- هل يستطيع الإعلام الإلكتروني أن يكون رافعة حقيقية للإعلام النقابي...؟
- رغم وجود عشرات المواقع الإلكترونية والمنتديات والمدونات التي تعنى بالشأن النقابي .. إلا أن هذه المواقع لم تستطع تقديم الإضافة المرجوة للإعلام الإلكتروني .. فما السبب ..؟ هل لأنها نسخ الكترونية للصحافة العمالية القائمة .. أم أن السبب تقني بحث ويتمثل بعدم امتلاك قسم كبير من الطبقة العاملة لوسائل الاتصال الحديثة أو عدم معرفتهم باستخداماتها ..؟
- وأخيراً هل لدى النقابات دراسات وخطط لتطوير خطابها الإعلامي وتفعيل الوسائل المتاحة بين يديها ..؟

تأسيساً على الأسئلة السابقة ومن خلال عملي وتعاملي مع الصحافة النقابية لفترة لا بأس بها، أود أن أشير ويتجسد إلى أن هناك رغبة كبيرة لدى العاملين في هذه الصحافة لتقديم شيء مهم، والاستفادة من كل الوسائل الإعلامية التي يصدرونها وفق أسس مهنية، غير أن هذه الرغبة دائماً تصطدم بالممارسات غير المهنية للقائمين والمشرفين على هذا الإعلام، وهي ممارسات يخجل أحياناً المرء من ذكرها لأنها تعطي صورة قاتمة عن الوضع في أغلب النقابات، وتوحي بأن الجهود المبذولة لتحسين أداء هذا الإعلام، مهما كانت كبيرة، فإن مردودها لن يكون بالشكل الذي نبحث عنه .

لذلك هناك تعويل كبير على وسائل الإعلام المعاصرة وبالذات الالكترونية، كونها تملك خصائص المرحلة المقبلة دونما تدخل أو قرار من أحد، وهو أمر له وجاهته فيما لو أدركنا الميزات والإمكانيات الكبيرة التي يملكها هذا الإعلام . ويرأى الكثيرين، أن ما يتطلبه هذا الإعلام هو فقط وجود نقابيين ومهنيين يعينهم كثيراً تطوير هذا الإعلام، ويعينهم أكثر إيصال رسالته السامية المتمثلة بالدفاع عن حقوق الطبقة العاملة أينما وجدت وفي كل الميادين .

3- فيما يتعلق بالسلطات

- هل تؤثر طبيعة العلاقة بين النقابات والحكومات في بلدانها على أداء الإعلام النقابي ..؟
- وهل بالفعل أن الإعلام النقابي بدأ بالتراجع منذ أخضعت الحكومات النقابات تحت سلطتها، حتى أصبحت تابعة لها ..؟
- إلى أي حد يرتبط الإعلام النقابي بجو الحريات العامة في بلدانه ..؟
- ما هي فرص نجاح الإعلام النقابي في تطوير نفسه فيما لو أن الظروف السالفة الذكر هي أمر واقع ولن يتغير ..؟ هل يعني أنه لا أمل كبير في تحقيق النقلة النوعية التي يسعى إليها هذا الإعلام ... أم أن الأمل معقود على الإعلام الجديد الذي يعمل بمعزل عن كل الظروف مهما كانت قاسية ..؟
- ما هي فرص نجاح قيام إعلام حر ومواز للإعلام النقابي الرسمي، لا يخضع لأي سلطة، وإنما يقوده هوة ومهتمون بالشأن النقابي أو هم من الطبقة العاملة ..؟
- وأخيرا، هل يمكن الانتظار لحين ما تفرزه الثورات العربية الشعبية من نتائج وهو ما يقدر يحمل دورا جديدا للإعلام النقابي بخلاف كل ما نتوقعه ..؟

خلاصة

يمكن القول كمحصلة أن الإعلام بشكل عام والإعلام الجديد على وجه التحديد يلعب دورا كبيرا ومتزايدا في الاتصال بين أعضاء الاتحاد كما ويساعد في تكريس مبدأ المشاركة في اتخاذ القرار بالإضافة إلى كونه أداة ديمقراطية .. وميزة إضافية للمواقع على الانترنت والاستخدامات الأخرى لها هي انه لم يعد للقوى المناهضة للعمال وحقوقهم (شركات واتحادات أرباب العمل مثلاً) قدرة على التحكم بها فنشر صورة واحدة على سبيل المثال على الانترنت لها تأثير كبير .

وتكاليف الاتصال بواسطة الإعلام الجديد آخذة بالهبوط على الرغم من أنها لا زالت باهظة للعديد من الناس ورغم أن اللغة قد تكون عائقا بوجه استخدامها لأن اللغة الانجليزية هي المهيمنة عليها مما يقتضي العمل على ضمان نقل المواد المتعلقة بالحركة العمالية من الانجليزية ولغات أخرى إلى العربية .

ونحن بحاجة إلى تعزيز دور الإعلام في الثقافة العمالية بربط المنظمات العمالية المختلفة في النشاطات الثقافية وترويج العدالة والتضامن.^[2]

ونحن بحاجة إلى تطوير إستراتيجيات إعلامية على مستوى العالم العربي بشكل خاص والعالم بشكل عام للمساعدة في التثقيف العمالي .. فمن الضروري امتلاك المعرفة في استخدامات الإعلام الجديد لتثقيف العمال ولترويج النضال العمالي ضد السياسات الهادفة للانتقاص من حقوقهم.

هوامش الفصل الثالث

- 1- نبهان خريشة، مرجع سابق.
- 2- من كلمات الاجتماع السنوي الخاص بأمناء الثقافة والإعلام في الاتحاد العام لنقابات العمال في المعهد النقابي المركزي بدمشق .2010.

4 | الإعلام الإلكتروني، واقع وطموح

تمهيد

لقد انطلقت التكنولوجيا من قممها، آخذة البشرية صوب
غايات مجهولة وما عاد بقدرة الإنسان أن يوقف جماح تطورها،
بعد أن اكتسبت قدرة هائلة على التوليد الذاتي، فكل درجة تبلغها
التكنولوجيا في مدارج تقدمها تتخذ منها نحو آفاق أعلى من التطور.
ولا شك في أن أهم وأول ما يميز عالمنا عن تلك العوالم التي
سبقتة هو تلك الثورة التي حدثت في مجال الاتصالات والمعلومات
والوسائط، حتى أصبح الكثيرون يختزلون كل التقدم الذي أنجزه
العالم المعاصر في تلك النقلة في تكنولوجيا الاتصالات والوسائط.^[1]

أولاً: مفهوم الإنترنت [2]

الإنترنت هي شبكة حواسيب ضخمة متصلة مع بعضها البعض وهي شبكة لتبادل المعلومات العالمية السريعة في شتى المجالات الحياتية، العلمية، الطبية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، والإعلامية.

وهذه الشبكة المنتشرة في أنحاء العالم توفر وسيلة سهلة للمناورة عبر ملايين الصفحات المتناثرة على الإنترنت وتحتوي تلك الصفحات على نصوص ورسوم وصور يمكن تشغيلها وطبعها.

والإنترنت في حد ذاتها، ليست فيزيائياً محدداً، بل شكل من أشكال نظم المعلومات المعقدة، والمتغيرة بشكل دائم، والتي يدخل في تركيبها ملايين الحواسيب بما فيها من معلومات، برمجيات، وأجهزة تحكم وإرسال واستقبال، تعمل بطريقة فوضوية جداً إلا أنها تؤدي المطلوب منها دون إدارة مركزية، ودون أن تقودها جهة واحدة.

وعملية الاتصال عبر الإنترنت لا تستلزم دفع مبلغ لجهة مركزية واحدة في العالم، بل تتم العملية بشكل مشابه للاتصالات الهاتفية، حيث يقوم المستفيد بتسديد المبالغ المستحقة لقاء اتصالاته إلى الشبكة الوطنية.

أما الحصول على المعلومات والخدمات، فهو شيء آخر فقد يكون مجانياً، أو تتم تسديد قيمته بالتراضي بين مقدم الخدمة والمستفيد منها، إما مباشرة أو عبر وسطاء.

يعود إنشاء الإنترنت إلى عام 1969 م، عندما خشيت وزارة الدفاع الأمريكية أن يؤدي الهجوم بالأسلحة النووية على الولايات المتحدة الأمريكية في حال نشوب حرب، إلى قطع قنوات الاتصال بين المراكز الحربية للمعلومات الخاصة بوزارة الدفاع الأمريكية، فتم توصيل أجهزة الكمبيوتر دون أن يتم الاعتماد على قناة معينة، بحيث إذا خرجت أجزاء من الشبكة، تبقى أجزاء أخرى تبقى على ارتباط أجهزة الكمبيوتر ببعضها. وأطلق على هذا النظام "أربانت" وتم ربطه أيضاً ببعض الأجهزة العلمية التابعة لمراكز الأبحاث والجامعات، رغم أنه لم يحدث الهجوم النووي المتوقع إلا أن نظام "أربانت" أثبت نجاعته وفاعليته مما جعلهم يحافظون عليه. ومع مرور الزمن زاد عدد الجمعيات الأكاديمية والبحثية المشتركة في نظام "أربانت مع المؤسسة العسكرية جنبا إلى جنب.

ولنجاح هذه الشبكة قامت مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية "NSF" عام 1985، بإنشاء شبكة مماثلة تماماً لـ "أربانت"

سميت "نسفت" حيث ارتبط بهذه الشبكة الجديدة عدد كبير من الجامعات الأمريكية.

ومع بداية التسعينات سمح للقطاعات التجارية الدخول والمشاركة في الشبكة مما جعلها تنمو وتنتشر وتعدد استخداماتها في مختلف المجالات، وانضم بعد ذلك عدد كبير من الشركات والأفراد خارج الولايات المتحدة، الأمر الذي جعل الشبكة تصبح شبكة عالمية. ويمكن القول إن انطلاقة الانترنت حدثت بين سبتمبر 1993 ومارس 1994 عندما تحولت الشبكة التي كانت حتى ذلك الوقت مكرسة للبحث الأكاديمي، إلى شبكة للشبكات، وأصبحت متاحة للجميع.^[3]

وقد شكل ظهور الإنترنت حدثاً لفت انتباه عدد كبير من الأشخاص من مختلف الأعمار، والمستويات الاجتماعية والعلمية. وقد ظهرت على هامش هذا الحدث مجموعة من الظواهر المختلفة على عدة مستويات، منها انتشار ظاهرة تأسيس مواقع إعلامية في الإنترنت سواء كانت هذه المواقع نسخاً لوسائل إعلام تقليدي، أو مواقع إعلامية إلكترونية بحتة. وأدى انتشار هذه الظاهرة إلى بروز عدد من الأسئلة الهامة لعل من أبرزها ما يتعلق بمميزات هذا

الشكل الجديد من الإعلام وخصائصه، ومدى ارتباطه بالإعلام التقليدي، أو خضوعه لقواعد الإعلام التقليدي، كما برزت تساؤلات هامة حول آفاق هذا النوع الحديث من الإعلام وكيفية الاستفادة منه، وتطويره للمتطلبات الوطنية لكل دولة أو مجموعة من الناس. هذا بخلاف عدد من الأسئلة الفرعية التي يتعلق البعض منها مثلاً بطبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه الموقع الإلكتروني، والمردودية الاقتصادية لصاحب الموقع، والمنافسة التي قد يجدها من مواقع إعلامية إلكترونية أخرى، إلى آخر ذلك.^[4]

ثانياً: الخدمات التي تقدمها الانترنت

هناك ثلاث خدمات أساسية تقدمها الإنترنت وهي الأخبار، البريد الإلكتروني "E-mail"، النسيج الإلكتروني الـ Web :

الأخبار

هناك شبكة تدعى Usenet تستعمل الانترنت لخلق نظام مناقشة أو نظام أخبار، وتستعمل هذه الشبكة عددا كبيرا من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة بشكل دائم بالانترنت، وتعرض بشكل

مستمر على مدار الساعة رسائل، وأسئلة، تعليقات، أخبار، أجوبة على أسئلة ترددها عن القراء. ويمكن أيضاً للمستخدم من قراءة ومتابعة مئات الصحف والمجلات الموجودة على الشبكة .

البريد الإلكتروني

يسمح البريد الإلكتروني التي تقدمه غالبية المواقع مجاناً، بأن يقوم المشترك بإرسال وتبادل الخطابات والرسائل ونقل الملفات بين الأفراد والشركات في حوالي 194 دولة في العالم.

ويختلف البريد الإلكتروني في هذه الخدمة عن عنوان الصفحات الإلكترونية ويتخذ الشكل التالي `User@Somewhere.Domain`: ويمكن للمستخدم من قراءة ومتابعة بريده الإلكتروني من أي مكان في العالم، يدخل عليه من الموقع المشترك به عن طريق كلمة سر، والاسم المستعمل "Username" واسم المجال "Domain" أي الجهاز الذي يقدم الخدمة "Com.net Org" ، و `Some where` تعني المؤسسة التي تقدم هذه الخدمة " الموقع " ويمكن أن يتضمن الموقع مختصر البلد مثل سوريا SY تونس TN ، فرنسا FR ، لبنان LB .

النسيج الإلكتروني

"World هي الشبكة العنكبوتية الـ www ، وهي مختصر كلمة "World
"wide web أي نسيج العنكبوت كما يعبر عنها بالانكليزية.
وأل"ويب" تعنى من الناحية التقنية مجموعة من الأجهزة
والمتصلة مع بعضها، والمدمجة في شبكة الانترنت، مستخدمة من
أجل ذلك بروتوكولاً خاصاً بها يدعى "Hyper text transfer
"http" Protocol" ويقضي هذا البروتوكول بأن تكتب النصوص
الموجودة على الأجهزة بلغة HTML ويعتمد هذا الأسلوب على
تقنية النص الفائق Hyper text ، والنص الفائق هو نص عادي،
ولكنه يحتوي على عدد من الكلمات أو الجمل المكتوبة بشكل مميز
تكون باللون الأزرق عادة بحيث يؤدي النقر عليها بواسطة الفأرة
"Mouse" الانتقال إلى مستند أو معطى آخر له علاقة بالموضوع
الأساسي، وتدعى هذه الكلمات أو حتى الصور بالوصلات
الفائقة Hyper links وهذه الميزة تسهل التنقل بين الأجهزة،
وداخل المواقع والصفحات وهي تسمى "Web Site" والمواقع عبارة
عن مجال في الانترنت معرف باسم مجال محدد. وينقسم الموقع إلى
مساحات أصغر تسمى الصفحات، والصفحة قد تعني هنا صفحة

واحدة فقط يعرض فيها مستند أو وثيقة واحدة محددة أو قد تعني وحدة من المعلومات التي يوفرها مصدر واحد، أو قسم محدود من المساحة المعنية "الموقع".

ثالثاً: الإعلام الإلكتروني بين الحاجة والضرورة

يمكن القول أن الإعلام الإلكتروني هو "عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف".

وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت. والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها، إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين.^[5]

وفي العموم يمكن تلخيص أبرز مميزات هذا الإعلام في النقاط التالية:

1- الحرية في النشر

معلوم أن الإعلام الإلكتروني حطم كل القيود التي كانت مفروضة على الصحفي أو صاحب الرسالة الذي يريد توصيل معلومة معينة، وقد فتحت هذه الميزة المجال واسعا، لكل من يريد أن يعبر عن رأيه، أن يقول ما يشاء ومتى يشاء. كما وفرت الانترنت منابر عديدة للتعبير تتيح للفئات المستضعفة والمهمشة أن تسمع صوتها، وهو أمر بقدر ما كان له ايجابياته، فقد كان له سلبيات كثيرة.^[6] منها أن تداول المعلومة لم يعد يخضع إلى أية معايير مهنية، سواء تلك المتعلقة بأصول المهنة الصحفية والمعروفة بالأنواع الإعلامية كالخبر والتحقيق والتقرير... الخ أو تلك المتعلقة بمصادر المعلومات، حيث يشعر مستخدم الإنترنت في كثير من الأحيان أنه ليس مضطرا للإشارة إلى مصدر ما يبثه، ما سمح لأي شخص قادر على الكتابة أن ينقل ما يريد دون إحساس بمسؤولية أو بخطورة ما ينشر. ويعول المهتمون بموضوع الإعلام الإلكتروني للتغلب على

هذه السلبية، على الغريبة الموضوعية التي بدأ يفرزها مستخدمو الإنترنت أنفسهم . وهم يميزون هنا بين البدايات التي شهدت جوعا كبيرا للنشر، وبين المرحلة التالية التي تميزت بالاستقرار وبالانتخاب الموضوعي للمعلومات والآراء .. حيث أن كل شخص لا يقول ما ينبغي قوله، يستبعد من العملية الإعلامية طبيعيا ودونما حاجة لسلطة عليا توقعه كما هو شأن الإعلام التقليدي .

أما إيجابيات حرية النشر فقد كانت أكثر من أن تحصى، وكل ما يقال اليوم من أن العالم أصبح قرية صغيرة، يعود الفضل فيه إلى هذه الحرية الذي أتاحتها الإعلام الإلكتروني إلى جانب أيضاً الإعلام الفضائي الذي هو محصلة طبيعية للثورة التقنية الهائلة في مجال الاتصال .

2- سرعة وسهولة الوصول للمعلومات

أيضاً هي ميزة كبيرة وفرها الإعلام الإلكتروني من خلال الشبكة العنكبوتية التي أعطت للإعلام مفهوماً جديداً مختلفاً من حيث الشكل والمضمون .

فلم يعد إنسان اليوم ينتظر كثيراً ليعرف ما يريد معرفته، بل أصبح كل شيء متاحاً بكبسة زر، ما وسع من دائرة المصادر

والمعارف التي يمكن الاطلاع عليها في آن واحد ودون الحاجة لتكديس الأوراق والمجلدات أو طلب الإجابة من الآخرين .

ولا بد أن نعترف أن هذه الميزة بدل أن توسع من دائرة معارف الإنسان، زادت في تسطيحه. أصبحت المعرفة شيئاً يحمله في حقيبته وليس بالضرورة أن يحملها في داخله. ما يعني أن الشخص المتعدد المواهب في طريقه إلى الزوال .

ولعل من المناسب في هذا السياق أن نشير إلى أن سرعة الوصول للمعلومة أضاف مزايا كثيرة للإعلام الإلكتروني أثرت بشدة على مفهومه. حيث أن السرعة تتطلب مضموناً مختلفاً، متناسباً إلى حد ما مع هذه الميزة، وهو مضمون صحيح أن معاملة الحقيقية لم تتضح بعد، إلا أنه بدأ يتبلور ويأخذ منحاً متميزاً.

3- التشاركية

إن أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الالكترونية عن الصحيفة الورقية، بل وتميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي القديم، هي ميزة التفاعل، والذي يكون في بعض الأحيان مباشراً، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع و عرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة

في منتديات الحوار بين المستخدمين . ويتميز الإعلام الإلكتروني بأنه يستطيع كل متصفح لمادتك أن يقول استحساناً أو استهجاناً ما يريد، كما أنك تستطيع أن تتفاعل معه دون أن تراه، فتعقب وتزيد وتوضح، وكل ذلك وأنت لم تغادر ربما منزلك، أو لا تضطر لمواعدة قرائك في المقهى أو تستقبلهم في صحيفتك من أجل أن يقولوا ما يقولوه . كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.

وأهم خاصية أتاحتها الانترنت في هذا المجال هي عملية التفصيل الشخصي للمعلومات، وينتج عن هذه الخاصية إتاحة إمكانية لزائر الموقع لاختيار المواضيع، أو المقالات الإخبارية، أو خدمات يرغب المستخدم في الحصول عليها بشكل مسبق، وفي جميع الأحوال، لا ينبغي لظهور هذا النوع الجديد من الإعلام بكل ما يمتلك من خصائص مهمة، أن يحجب عنا بعض الإشكاليات والمساوئ التي يحتمل أن ترافق الإعلام الإلكتروني، حيث تطورت تقنيات التزييف بشكل كبير، وخاصة مع ظهور الأجيال الحديثة من الحواسيب المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور، كما أن ترويح هذا النوع من الأخبار الزائفة أصبح أكثر سهولة من خلال الانترنت.

أيضاً من المزايا المهمة التي يتيحها الإعلام الإلكتروني عبر التشاركية، هو توسيع دائرة القراء، وفتح المجال أمام قراء آخرين من خارج حدود بلدك .

وإن كان يرى البعض أن تجربة الإعلام الإلكتروني العربي زادت من محلية هذا الإعلام، وكشفت عن جوع داخلي للتواصل .. وهم يستدلون على ذلك بهذه الكثرة الكثيرة من المواقع الإلكترونية شديدة المحلية والتي قد تتعلق بأخبار قرية بعينها أو المهتمين بقضية محددة.^[7]

لكن من السابق لأوانه وصف التجربة على هذا النحو، فالإعلام الإلكتروني، شأنه شأن كل وسائل الإعلام التقنية، فيه دائرة كبيرة تضم عدداً من الدوائر الأصغر وصولاً إلى دائرة الاهتمام الضيقة . وعموماً، القول بمحلية الإعلام الإلكتروني لا يمكن إطلاقها إلا على الإعلام الإخباري تحديداً . وما عدا ذلك فإن الدائرة أكثر اتساعاً مما نعتقد .

4- الاختصاص

من الأشياء المهمة التي وفرها الإعلام الإلكتروني أنه استطاع أن يجمع بين أصحاب الاهتمام الواحد أينما وجدوا . فلا غرابة أن

تجد مثلًا منتديات ومواقع خاصة بمن يحبون الكمبيوتر أو الأغاني أو الأفلام، وهناك مواقع أيضاً تهتم بمهن محددة ولها رواد ومريدون يتواصلون فيما بينهم ويزودون بعضهم بالأفكار وبالجديد فيما يخص أعمالهم .

وإذا أردنا أن نكون أكثر إنصافاً، فإن الإعلام النقابي، يمكن تصنيفه ضمن دائرة الاختصاص هذه، أو يجب أن ننظر إليه من هذه الزاوية .

رابعاً: الإعلام العربي في الانترنت

لا يبدو استعراض التجربة العربية في مجال الإعلام الالكتروني بشكل دقيق أمراً سهلاً، لعدة أسباب، منها تزايد عدد المواقع العربية الإعلامية الالكترونية الذي وصل عام 2000 إلى حوالي 248 موقع. والأکید أن هذا الرقم قد تطور كثيراً في هذه الفترة الأمر الذي يتطلب دراسات أكثر دقة لصعوبة إحصاء كل المواقع الموجودة في الإنترنت.

كما أن التنظير لهذا النوع الجديد من الإعلام الإلكتروني ما زال في المهد ولا يحقق الحد الأدنى المطلوب منه.

وهذا ما يدفعنا إلى إلقاء نظرة عامة على الملامح الأساسية للإعلام العربي في الإنترنت، ووجوده وسط المواقع الإلكترونية التي بدأت بالتكاثر الواسع بالإضافة إلى بعض النقائص والإشكاليات التي تعترض الإعلام العربي.

سنكتفي هنا بالحديث عن وسائل الإعلام العربي، الجماهيرية الموجودة على أرض الواقع "الصحافة الورقية" والتي قامت بإنشاء مواقع لها على الشبكة : وكالات أنباء، الإذاعة، التلفزة، الصحافة المكتوبة.^[8]

وكالات الأنباء

يوجد حوالي اثنتي عشرة وكالة أنباء عربية حكومية إلكترونية في الشبكة، تقدم خدمات إعلامية مختلفة مثل : برقيات الأنباء، تقارير إخبارية، عناوين الصحف المحلية وصور، وتعاني أغلب وكالات الأنباء العربية من صعوبات تقنية عديدة، كالبطء في إظهار المعلومات على الشاشة.

البث الإذاعي العربي في الإنترنت

ونجد نوعين من الإذاعات:

1- إذاعات حكومية: يوجد ست إذاعات حكومية رسمية عربية، هي إذاعات كل من : مصر، الأردن، الكويت، تونس، السودان، سلطنة عمان. وتستخدم الإذاعات في بثها برنامج **Real Audio** فهناك إذاعات تبث مباشرة عبر هذا البرنامج، ويكفي النقر على الوصلة الخاصة بهذه الإذاعة للحصول مباشرة على البث الحي مثل إذاعة مصر، والتي يمكن الحصول عليها من موقع "صحافة" وهذه الإذاعة تكتفي بالبث المباشر، وهناك إذاعات تمتلك مواقع خاصة مثل راديو تونس، والكويت، ويتنوع البث بين الحي والمسجل.

2- إذاعات خاصة: تمتلك لبنان إذاعتين خاصتين هما : **Radio one FM ، Laune Radio** ، ويرتكز مضمونها على المواد الترفيهية، كالأغاني، وأخبار الفن...

البث التلفزيوني العربي في الإنترنت

تعتبر التجربة العربية للبث التلفزيوني على الإنترنت في بدايتها على المستوى التقني، حيث لم تتم الاستفادة من الخدمات التي تقدمها الإنترنت في هذا المجال.

ويوجد ثلاثة عشرة موقعاً تلفزيونياً على الانترنت، بينها ستة مواقع فقط، تقدم البث على الشبكة وهي تعاني من مشاكل تقنية كبيرة، مع كثرة الإنقطاعات أثناء البث، وعدم وضوح الصورة في بعض الأحيان، و نجد أن قناة الجزيرة من أفضل المحطات العربية على الشبكة حيث أن موقعها يجمع بين الأخبار وأشكال صحفية أخرى، بالإضافة إلى استخدامها للبث.

الصحافة المكتوبة العربية في الإنترنت

إذا كان عدد المواقع الإعلامية الإلكترونية العربية كبيراً إلى حد ما في الإنترنت فإن الفضل في ذلك يعود إلى انتشار الصحافة المكتوبة في الإنترنت، حيث نجد ما لا يقل عن 200 نسخة إلكترونية للصحف العربية.^[9]

ولاشك أن هناك تحديات جديدة للصحافة المطبوعة، والمنافسة الشديدة التي تواجهها في التطورات التقنية في الإنترنت، والاستفادة من المواءمة بين الصحافة المكتوبة العربية وهذه التقنية، فقد قدمت شبكة الإنترنت خدمات عديدة للصحفيين حول العالم، وتشير دراسة أعدها معهد فوستر للبحوث بالولايات المتحدة أن الصحف في المستقبل القريب تتحول إلى صحف إلكترونية من خلال شبكة الإنترنت .

خامساً: الإعلام النقابي الإلكتروني

لقد كان لتطور الأحداث في المنطقة وسرعة تناقل الخبر الدور الكبير في الإقبال المتزايد على هذا الإعلام الإلكتروني وظهور مواقع إخبارية جديدة استطاعت بفترات قصيرة كسب عدد كبير من الزوار والمتابعين، واحتل بعضها مراتب متقدمة على الشبكة العالمية. لقد كان لهذه المواقع الإخبارية دوراً كبيراً في تقريب وجهات النظر وإتاحة الفرصة أمام القارئ للاختيار بين وسائل متعددة.. كما مكنت الكثيرين من التعبير عن أفكارهم عن طريق نشر مقالاتهم التي لا تجد مكاناً لها على صفحات المطبوعات الرسمية.. وأتاحت المجال لعدد من المحررين (المختصين وغير المختصين) من العمل ضمن المجال الإعلامي.. كما شكل قفزة نوعية في صناعة المعلومات.. ويبدو هذا واضحاً من خلال المقارنة بين التقنيات المستخدمة في هذه المواقع ومثيلاتها التي تمثل الصحف الرسمية. إن جميع المواقع الإخبارية الإلكترونية طرحت من خلال الإمكانيات التفاعلية التي منحتها لزوارها فرصة التعليق على الحدث والتفاعل معه..

وبالنسبة للإعلام النقابي الإلكتروني هناك الكثير من التساؤلات المطروحة ونحن نتحدث عنه وهي: ألا تستدعي

المتغيرات السياسية والثقافية والاقتصادية والإعلامية الدولية إحداهن تغيير في الخطاب الإعلامي النقابي العربي بما يواكب هذه المتغيرات؟ وهل من المنطقي استمرار جمود الخطاب الإعلامي العربي .. ؟ ألا تستدعي تحديات العولمة الابتعاد عن الخطابة والجناس والطباق والعاطفة نحو خطاب تحليلي معلوماتي يتناول المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية؟^[10]

لا بد للحركة النقابية العربية من خطاب إعلامي جديد يتوجه ليس للعمال فقط، وإنما أيضاً لأطراف العملية الإنتاجية الأخرى: أصحاب العمل والحكومات مما يستدعي صياغة سياسية نقابية جديدة تعي المتغيرات ومهام المرحلة... كما يقع على عاتقه التعريف بحق الشعوب في التنمية .

إن الإعلام النقابي الإلكتروني في ظل هذا الانغلاق وهيمنة خطاب خشبي بئس على مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة يرى البعض أنه ملائمة كل النقابيين الصادقين والحامل لهمومهم والناقل لنضالاتهم وبالتالي فإن نجاح مسيرة هذه التجربة الوليدة مسؤولية كل النقابيين خاصة وأن الإعلام وكما يقر بذلك كل النقابيين والعارفين بالشأن النقابي هو الشريك الأساسي في معارك النقابيين وعامل بارز في انتصاراتهم ونضالاتهم.

والأهم أن الإعلام الإلكتروني فرض واقعا جديدا على الإعلام بشكل عام، قلما نتحسس ماهيته، لكنه إعلام بدأ يفرض نفسه بقوة، وذلك مهما كان لدينا من ملاحظات على أدائه وموضوعيته وبما في ذلك صدقيته.

وتشهد الساحة النقابية على مستوى الإعلام الإلكتروني ثورة بكل معنى الكلمة حيث مثلت الفضاءات الإعلامية الإلكترونية المهتمة بالشأن النقابي المتنافس الوحيد لكل النقابيين واحتضنت الحراك النقابي، وبرزت في هذا المجال العديد من المنتديات ولا شك في أن أهم وأول ما يميز عالمنا عن تلك العوالم التي سبقته هو تلك الثورة التي حدثت في مجال الاتصالات والمعلومات والوسائط، حتى أصبح الكثيرون يختزلون كل التقدم الذي أنجزه العالم المعاصر في تلك النقلة في تكنولوجيا الاتصالات والوسائط .

المدونات والمواقع كما أنضاف إلى هذه الفضاءات الموقع الاجتماعي العالمي الفيس بوك وما وفره من إمكانيات سهلة للنشر وتبادل المعلومة، وقد مكنت هذه الفضاءات المتعددة من تقديم إضافة نوعية للمشهد الإعلامي النقابي ووفرت إمكانيات هائلة للنقابيين

من مختلف الاتجاهات والقطاعات من التعبير عن مواقفهم ونشر أخبار نضالاتهم وتصوراتهم للوضع النقابي دون خطوط حمراء. ويرى مراقبون إن النقابيين المؤمنين فعلاً بضرورة تحسين واقع المشهد الإعلامي النقابي العربي ملزمون بتشجيع هذه الفضاءات الالكترونية عبر الكتابة والنشر على صفحاتها وتقديم الملاحظات إلى المشرفين عليها لتحسين أدائها إضافة إلى التعريف بها .

خاتمة

يعدّ الإعلام بمختلف أساليبه ووسائله من أبرز مكونات العالم المعاصر في كل معطياته الثقافية والفكرية والأيدلوجية، وتتنضح أهمية الإعلام من خلال ما يطرحه من قضايا متنوعة قادرة على التأثير في المتلقي وإحداث تغييرات جذرية في أفكاره ومعتقداته، لا سيما في الوقت الراهن الذي يشهد سيطرة الوسائل التكنولوجية على كامل معطيات الحياة البشرية، بحيث صار بإمكان الإنسان أياً كان توجهه، وأياً كان مكان إقامته قادراً على التواصل مع الآخرين بثوان قليلة، دون أي حواجز أو عوائق.

فمع التطور العلمي غير المسبوق بتنا نعيش اليوم في عصر الثورة المعلوماتية الكبرى التي تجتاح العالم والتي كان لها دورٌ كبير في تغيير مسارات عدة في العالم من حيثيات مختلفة، كالفكر والثقافة والانفتاح على الثقافات المختلفة في العالم بزمنٍ قياسي لم يعهده العالم من قبل.

إن الإعلام الإلكتروني هباً الفرصة وأعطاهم لأشخاص جدد لم يكن لهم دورٌ في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على إدارة خوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوط الروتينية التي تمارس عليهم في مؤسسات الإعلام الكلاسيكية، بحيث تهيأ لكل منهم أن يخوض تجربة خاصة، يبني من خلالها مشاريعه الإعلامية بحسب اهتماماته وميوله.

فضلاً عن ذلك فقد ساهم الإعلام الإلكتروني في نشر الفكر والثقافة في العالم وإظهار الرأي والرأي الآخر الذي كان في الغالب - ضمن حدود الإعلام التقليدي - لا يأخذ إلا وجهة نظر واحدة .

أما في الإعلام الإلكتروني فقد تغير الأمر وأصبح بالإمكان إبداء وجهة النظر والرأي لأي موضوع كان مضمونه؛ بحرية وجرأة وبدون قيود أو حدود ولفترة جيدة من الزمن.

كما وساهم الإعلام الإلكتروني في خلق صورة جديدة للحرب الدائرة في العالم اليوم بصرف النظر عن مكونات تلك الحرب أو الحروب، من خلال الوسيلة الأسرع في العالم والتي لا ترتبط بحدود؛ ألا وهي الإعلام الإلكتروني.

بالإضافة إلى ذلك ساهم الإعلام الإلكتروني بتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل تجمع بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف بينهم والتعود على تقبلنا للآخر مهما اختلفت وجهات النظر بيننا وأن نبدأ بتكوين علاقاتنا وأحكامنا على الآخرين من خلال أفكارهم وانسجامها معنا بصرف النظر عن الجنسية أو الديانة والعمل على توسيع الأفق بيننا في التعامل والتسامح الذي دعت إليه الديانات السماوية كافة.

من هنا كان لا بدّ أن تولي الدول العربية اهتماماً أكبر \بالعالم الرقمي\ وبالأخص الإعلام الإلكتروني كونه يتحمل الآن المسؤولية الكبرى في إحداث التغيير على طبيعة تعاطي المجتمع وخصوصاً الشباب مع متغيرات العصر.

فهناك مسؤوليات كبيرة وتحديات جديدة بالاهتمام تواجه الشباب العربي في خضمّ الثورة المعلوماتية الكبرى، هم ليسوا بمنأى

عنها، ولكن طموحهم أن تتغير العقلية العربية في كيفية التعاطي مع مقتضيات العصر الراهن، وخصوصاً بما يتعلق بالفكر والانفتاح الإيجابي على العالم الذي جاء من خلال الثورة المعلوماتية الكبرى التي تجتاح العالم اليوم.

هوامش الفصل الرابع

- 1- د . نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة، مرجع سابق ص 72.
- 2- آسا بريغز وبيتر بورك - التاريخ الاجتماعي للوسائط، من غوتنبرغ الى الإنترنت " عالم المعرفة 2005 العدد 315 ص 389.
- 3- عارف طرابيشي "إنترنت تقديم ولمحة تاريخية " مجلة معلوماتية: الحاسوب والتقنيات السنة الخامسة عدد خاص : 46 1996 سوريا ص19.
- 4- فيصل تايه، تجربة الإعلام الإلكتروني، صحيفة الدستور الأردنية، 16-3-2010.
- 5- محمد مراياتي، "اللغة العربية والإنترنت" المجلة العربية للعلوم، العدد 34 سنة 17 - ديسمبر 1999 ص 71.
- 6- الصناعات الإبداعية، تحرير جون هارتلي، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي .. 2007 عالم المعرفة، الكويت العدد 339 ص 233 .
- 7- أسامة طلفاح، الإعلام الإلكتروني، شام برس، 2010 .

- 8- محمود مصطفى " الإعلام العربي المهاجر: بين طموحات الحرية وإغراءات العودة " جريدة البيان الإماراتية مقال على الشبكة يوم 10 يناير 2001.
- 9- كاتب سعود صالح " الصحافة العربية في الإنترنت " المجلة العربية عدد 36 سنة 1990- المملكة العربية السعودية.
- 10- نبهان خريشة، مرجع سابق .

المراجع

- 1- د . نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت.
- 2- الدكتور نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة - علم المعرفة - الكويت 2009 العدد 369.
- 3- الصناعات الإبداعية، تحرير جون هارتلي، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي .. 2007 عالم المعرفة، الكويت العدد 339
- 4- آسا بريغز وبيتر بورك - التاريخ الاجتماعي للوسائط، من غوتنبرغ الى الإنترنت " عالم المعرفة 2005 العدد
- 5- جهاد الخازن، الإعلام العربي ماله وما عليه، منتدى دبي للإعلام 2010

- 6- د . مهند مبيضن، صناعة الإعلام العربي – التغطية المباشرة وبناء المستقبل، صحيفة الشرق الأوسط، الشهر الثالث، 2011 .
- 7- حمدي قنديل، إعلام في الفضاء، محاضرة في منتدى شومان الثقافي في الأردن، 2007 .
- 8- محمد السيد سعيد، الإعلام العربي ماله وما عليه، منتدى دبي للإعلام 2010 .
- 9- د. خالد الخاجة، هموم وشجون الإعلام العربي في منتدى دبي، جريدة البيان الإماراتية، 24 مايو 2011 .
- 10- وضاح خنفر، الإعلام العربي، ماله وما عليه، منتدى دبي للإعلام 2010 .
- 11- ماجد كيالي، الإعلام النقابي العربي، مشكلاته وسبل تطويره، موقع الاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب .
- 12- نبهان خريشة، الإعلام النقابي، 17 أيار 2007 .
- 13- غصون سليمان، الإعلام النقابي والعولمة، جريدة الثورة، دمشق، 2007/7/6 .
- 14- الاجتماع السنوي الخاص بأمناء الثقافة والإعلام في الاتحاد العام لنقابات العمال في المعهد النقابي المركزي بدمشق 2010 .

- 15- عارف طرابيشي "إنترنت تقديم ولمحة تاريخية" مجلة معلوماتية: الحاسوب والتقنيات السنة الخامسة عدد خاص : 46 1996 سوريا.
- 16- فيصل تايه، تجربة الإعلام الإلكتروني، صحيفة الدستور الأردنية، 16-3-2010.
- 17- محمد مراياتي، "اللغة العربية والإنترنت" المجلة العربية للعلوم، العدد 34 سنة 17 - ديسمبر 1999
- 18- أسامة طلفاح، الإعلام الإلكتروني، شام برس، دمشق، 2010 .
- 19- محمود مصطفى " الإعلام العربي المهاجر: بين طموحات الحرية وإغراءات العودة " جريدة البيان الإماراتية مقال على الشبكة يوم 10 يناير 2001.
- 20- كاتب سعود صالح " الصحافة العربية في الإنترنت" المجلة العربية عدد 36 سنة 1990- المملكة العربية السعودية.

سلسلة كراسات عمالية

سلسلة كراسات عمالية تصدر عن المعهد العربي للدراسات العمالية بدمشق التابع للاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب. المعهد العربي للدراسات العمالية، مؤسسة عربية بحثية غير حكومية، تأسس عام 1999، في منطقة الديماس بدمشق، وكان هذا المعهد قُدم من الرئيس السوري الراحل حافظ الأسد كهدية للعمال العرب.

غاية المعهد البحث العلمي حول مختلف جوانب العمل النقابي والعمالي على المستويين العربي والعالمي، إضافة إلى استقطابه لعقد ورشات عمل ودورات تدريبية للنقابيين العرب، وليس للمعهد أي ارتباط حكومي، وهو هيئة لا تتوخى الربح التجاري.

ترحب «سلسلة كراسات عمالية» بمساهمات الكتّاب حول مختلف القضايا النقابية والعمالية العربية، بما فيها الدراسات الاقتصادية التي تناقش أبعاد وتداعيات الأوضاع الاقتصادية على العمال وسوق العمل في الوطن العربي.

* يراعى في المساهمات ألا تكون قد نشرت أو مقدمة للنشر في مطبوعات أخرى، وأن تكون موثقة بطريقة علمية: اسم المؤلف، عنوان الكتاب، الطبعة، مكان النشر، دار النشر، تاريخه، رقم الصفحة.

* يقدم النص مطبوعاً ورقياً مع القرص الممغنط (الديسك). وتلتزم هيئة التحرير بإعلام الكاتب عن قبولها أو اعتذارها عن نشر المادة، خلال أربعة أسابيع من استلام المادة.

* تصرف مكافأة للمواد المنشورة، مع التقدير أن العمل البحثي لا يمكن أن يقارن بثمن.

صدر من سلسلة كراسات عمالية

- (1) ثقافة العمل في الدول العربية
(أحمد عاطف حسن)
- (2) الحد من الفقر في البلدان العربية
(د حيدر رشيد)
- (3) دور الحركة العمالية العربية في المحافظة على البيئة
(م عدنان موسى)
- (4) التنمية والحوار الاجتماعي
(د عبد القادر عزوز)
- (5) التجسس الاقتصادي في عصر العولمة
(د سمير صارم)
- (6) الاتحاد العام التونسي للشغل ولعب دور الحزب المعارض
(توفيق المديني)
- (7) الحياة العمالية في مصر قبل وبعد 25 يناير 2011
(عبد الوهاب خضر)
- (8) الحركة النقابية الفلسطينية بين عامي (1919-2011)
(حسام شحادة)

