

المقدمة

أهلاً بكم في دليل التدريب الإعلامي الصادر عن الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة

إن الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة شبكة عالمية بقيادة المجتمع المدني تسعى إلى إرساء توافق دولي حول بناء السلام ومنع النزاعات العنيفة عبر تدعيم شبكات المجتمع المدني للسلام والأمن بربط مستويات العمل المحلي والوطني والإقليمي والعالمي وتأمين الوسائل الفعالة للالتزام مع الحكومات والأمم المتحدة والمؤسسات الإقليمية. وتنظم الشراكة العالمية ضمن خمس عشرة شبكة إقليمية طورت كل منها جدول أعمال يعكس المبادئ والأولويات الإقليمية.

أبصر هذا الدليل النور بفعل الاعتراف بقدرات الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة العالمية الفريدة وتكليفها الشامل للتأثير في صيغ تمثيل النزاع في الإعلام. وبالرغم من انخراط عدة منظمات وممارسين في القطاع الإعلامي بكل أشكاله، إلا أن هذا الدليل يظهر سوء استخدام الفرص الإعلامية في معظم البيئات مسلطاً الضوء على إمكانية بذل المزيد في هذا الصدد. وبالتالي، يمثل هذا الدليل بداية مسار عالمي لبناء القدرات تطلقه الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة وتشارك فيه مؤسسات وأفراد في دورات تدريبية ضمن ورش عمل ميدانية وإلكترونية فضلاً عن أهمية هذا الدليل الذي يشكل مورداً دائماً للتطور.

كنقطة انطلاق، يفترض هذا الدليل أن الممارس يملك خبرة ضئيلة في المجال الإعلامي ويثق بإمكانيات استفادته من معارفه فيما يطبق النشاطات والتمارين الواردة فيه.

إن كنت تقرأ هذا الدليل، فهذا يعني ثلاثة أمور: أنت عضو في الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة، وتمثل منظمة تعمل على الحد من النزاعات المسلحة ومنعها، وتظن أن الإعلام أداة نافذة لتفعيل التغيير الاجتماعي. وتقترب هذه النقطة الأخيرة بأهمية خاصة لأن المجتمع المعني ببناء السلام ومنع النزاعات لم يشدد يوماً على ضرورة الالتزام مع قطاع الإعلام التقليدي.

لذا، يشدد هذا الدليل على آليات التفاعل والعمل مع وسائل الإعلام السائدة – شأن الإذاعة والتلفزيون والصحافة المطبوعة ولا يعتزم معالجتها كما تفعل منظمة البحث عن أرضية مشتركة Search for Common Ground – مثلاً، المسلسلات الدرامية المنتجة ذاتياً. فإذا كان عمل المنظمة الإعلامي يعدّ شكلاً مهماً وفاعلاً من أشكال بناء السلام، فإن الدليل موجه إلى تمكين المعنيين ببناء السلام ومنع النزاعات في ضوء الإعلام المحلي.

بالتنسيق والتعاون مع الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة، اختبرت الأقسام التالية لأنها تمثل مجموعة كاملة من المواضيع تتراوح بين التقييم والوصف – بمعنى آخر، كيف لنا أن نحلل أولاً أسباب النزاع وظروفه، ونفهم المرحلة التي نشأ فيها، ونحدد الرد المناسب عليه، ونعدّ حملات إعلامية لتفعيل التحليل والاستجابة له. وفي هذا السياق، يعتبر الدليل تنقيحاً بما أنه يعتمد على المشاركة الفعالة ويشجعك على صياغة مقالات رأي وبيانات صحافية وإجراء مقابلات إذاعية وتلفزيونية وممارسة حل النزاعات.

تتمثل الطريقة الأسرع للتفاعل مع وسائل الإعلام بالاختبار والتجربة والخطأ. ولا يمكن تعلم صياغة مقالة الرأي إلا بالممارسة، فلا تكفي القراءة والتحضير الثقافي لاكتساب المهارات الضرورية لهذه الغاية.

وإليك نصيحة إضافية: يقتضي النجاح في الإنتاج الإعلامي وكسب تأييد هذا القطاع أن تكون مثابراً، وصبوراً، ومواظباً على أساس يومي وأسبوعي وشهري. قد يخال لبعض بناء السلام أنه يمكنهم استقطاب الإعلام بلا إنشاء علاقات وإرساء أسس إعلامية ضرورية بالأساليب التي نريدها – وهو مسار يستغرق الوقت.

إن كنت ترغب في النجاح في عملك مع الإعلام، ينبغي أن تستعد لاستثمار فترة زمنية مهمة في المسار. وهذا ضروري لسببين: قد لا تثق وسيلة الإعلام بك إلى أن تراك مراراً وتكراراً وتحتاج إلى الوقت لتتدرب وتسخّر مهاراتك لصالحك.

يميل بعض بناء السلام إلى التخلي عن الإعلام بعد بضع محاولات أو لغياب الثقة بها تماماً، متغاضين عن كل الإمكانيات المتاحة. لذا، ننصحك بمقاومة هذا الميل. يمكنك تطوير علاقات جيدة بوسائل الإعلام واستخدامها بفعالية إذا كنت على استعداد لتكريس الوقت اللازم لبناء العلاقات والمهارات الخاصة بك.

وملاحظة أخيرة: قد تكون الفقرات الأولى الأنفة الذكر أقل أهمية بالنسبة إلى البعض لأنها تتعامل مع الجوانب النظرية والتحليلية للنزاع والخطاب الإعلامي. إلا أننا قررنا أن ندرجها في الدليل لأنها تقدم أساساً مثيراً للمهتمين باستعراض أو تعلم التقنيات الملائمة المستخدمة في مجالات تحليل النزاعات والتصدي لها والخطاب الإعلامي.

الرجاء مقارنة هذا الدليل على أنه بداية لحديث بين الشراكة العالمية لحل النزاعات المسلحة وأعضائها. فندرك الحاجة، على سبيل المثال، إلى إضافة أقسام جديدة تسلط الضوء على القصص الدولية المتعددة حول العمل مع وسائل الإعلام والفرص والتحديات المطروحة. ونحن نشجع أعضاء الشراكة العالمية للنزاعات المسلحة على المباشرة بحوار معنا حول العناصر الإضافية التي يمكن إدراجها على أن نبحت عن أمثلة على أفضل الممارسات في الدول والمناطق الأعضاء في المنظمة. وبالتالي، يصنف هذا الدليل على أنه مشروع عمل مستمر يعتزم التطور مع مرور الوقت. ونحن نتطلع إلى التعاون معكم لضمان ذلك.

بناء عليه، نبدأ العمل علماً بأن مهمة جدول المحتويات تكمن في إرشادك إلى تطبيق هذا الدليل التدريبي. نتمنى لك حظاً موفقاً مع القراءة والجهود التي تبذلها من أجل الحد من النزاعات العنيفة ومنعها عبر الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام.

جدول المحتويات

5	القسم الأول: تحليل النزاعات ومطابقتها.....
	• تعلم أسس النزاعات واطلع على أسبابها وأوقاتها وآلياتها.
	• تعلم أسس الاستجابة للنزاعات والتدخل فيها كما أسس المطابقة وتطبيق أفضل الاستجابات.
24	القسم الثاني: فهم تأثير الخطاب الإعلامي في حالات النزاع.....
	• تعلم منهجيات تساعدك على تحديد أسباب اللجوء إلى صياغة محددة للخطاب الإعلامي.
	• اطلع على الدور الأساسي الذي يؤديه الإعلام في التأثير في حالات النزاع ومصالح أصحاب المؤسسات الإعلامية والانحياز الإعلامي.
	• اطلع على النظريات المطروحة حول دور الإعلام وماهية صحافة السلام والصحافة التي تتأثر بالنزاعات.
30	القسم الثالث: فهم تأثيرنا في الإعلام.....
	• تعلم كيف تعدّ استراتيجية إعلامية: ابتكار الفرص، وتحديد الأهداف والغايات، وتجنب المخاطر، وتقييم نوع وسيلة الإعلام التي ينبغي استهدافها، وآلية إرساء الاستراتيجيات وتوجيه الرسائل إلى المؤسسات الإعلامية.
32	القسم الرابع: الاستجابة للنزاعات عبر الإعلام المطبوع والإلكتروني.....
	• تعلم أسس الكتابة في الإعلام ولا سيما مقالات الرأي ("المقابلة للافتتاحيات")، والمدونات، والرسالة الموجهة إلى رؤساء التحرير....
	• اطلع على أبرز النصائح لنشر التعليقات بما فيها الأرشفة على الإنترنت ونشر الإصدارات السابقة.
42	القسم الخامس: طرح قصص النزاعات في الإعلام.....
	• تعلم أسس نقل القصص إلى الصحفيين والمحررين والمنتجين والمراسلين.
	• تعلم كيف تحدد الأفضلية المقارنة وأنواع القصص التي ينبغي التركيز عليها وتلك التي تحظى بفرصة أكبر لتغطيتها في المجتمع المدني.
	• تعلم كيف تحدد القصة على أنها كذلك وتستحق النشر.
	• تعلم كيف تحدد الخطوط الزمنية وأهمية الأحداث المطروحة عليك.
	• تعلم كيف تعدّ استراتيجية تقيم علاقات دائمة مع المؤسسات الإعلامية وتخوّلك أن تحصل على المعلومات في مناطق النزاع لتنتقلها إلى سائر العالم.
	• اطلع على نصائح حول الظهور في الإعلام.
53	القسم السادس: نقل المعرفة.....
	• تعلم كيف تصمم دورة تدريبية لأعضاء الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة.
57	كلمة الكاتب الختامية.....
58	المراجع.....
58	منظمات الصحافة والأخلاقيات.....
58	الدراسات الأكاديمية في الأخلاقيات الصحافية.....
59	كتب حول الإعلام والأخلاقيات.....
59	الجماعات المؤيدة للإصلاح الإعلامي.....
60	احتكار الإعلام/ملكية الإعلام المؤسسي.....

القسم الأول: تحليل النزاعات ومطابقتها

أسس تحليل النزاعات

أولاً، لا بدّ من القول إن النزاع مسألة طبيعية. فيُجمع معظم المنظرين على أن النزاع يقع عندما يلاحق شخصان أو مجموعتان أو أكثر أهدافاً أو طموحات متنافسة وحينما تطرأ تغييرات. يكون مسار النزاع إيجابياً إذا ما تمت إدارته بطريقة سلمية، وإلا يصبح سلبياً. وعند هذا المستوى بالتحديد، يكمن عمل الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة - وبالتالي عملاً. وقد دار عدد كبير من النقاشات حول أسباب النزاعات وظروفها. ولكن استعراض أبرز النزاعات الدولية يبيّن أن غالبيتها وقعت حول ندرة الموارد أو توزيعها، وضعف التواصل وسوء التفاهم بين الجماعات، واختلال التوازن في السلطة، والمظالم غير المحلولة، وغيرها.

قبل أن يتوصل أي كان إلى حل أي نزاع بفعالية - وهو هدف يسعى بناء السلام الذين يستخدمون هذا الدليل إلى تحقيقه، والهدف الضمني للشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة - من الضروري أن يلجأ إلى تحليل أسباب النزاع وظروفه بدقة. ولكن هذه المهمة لا تتسم بالسهولة دائماً لأنه غالباً ما يتم الخلط بين الأعراض والأسباب الجذرية. ولا يتم الاضطلاع بمهمة تحليل النزاعات دائماً - باعتبارها خطوة ضرورية قبل المباشرة بالاستجابة للنزاع أو التدخل فيه - نظراً إلى ضيق الوقت وغياب الالتزام أو الأولويات. ومع ذلك، يبقى تحليل النزاعات خطوة أولى أساسية في معالجة أي نزاع من أجل ضمان تطرّق الاستجابة / التدخل إلى الأسباب الجذرية وليس الأعراض وحسب.

ما هي الأسباب الجذرية للنزاع؟ اختار هذا الدليل اللجوء إلى مقارنة قائمة على الاحتياجات البشرية الأساسية لفهم الأسباب الجذرية للنزاع فيما قد يفضّل دليل آخر استخدام أداة تقييمية نظرية أخرى، وهذا مشروع تماماً. بانتقاء الاحتياجات البشرية الأساسية كنقطة الانطلاق، لا يفترض الكاتب أنه السبيل الوحيد لقياس الأسباب الجذرية للنزاع، ولكنه مجرد منهجية واحدة مفيدة لبناء السلام. وبناء عليه، يمكننا المضي قدماً.

في سعينا إلى فهم أسباب وقوع النزاعات وأوقاتها وآلياتها، من المفيد أن نضع في اعتبارنا أن كل نزاع يضم فرداً يطمح إلى تلبية احتياجاته البشرية الأساسية. وفي محاولته تلبية تلك الاحتياجات، غالباً ما يتورط في نزاعات مع غيره. وعندما لا تلبى الاحتياجات، يسود ألم عميق كما دافع إلى التصرف بأساليب يظن الناس، أو يعتقدون، أو يأملون أنها قد تحقق تلك الاحتياجات غير الملباة. ولا يمكن لأي محاولة لحل النزاع أن تكون طويلة الأمد أو فعالة ما لم تعترف بالاحتياجات الكامنة وتلبيها.

الإطار 1: الاحتياجات البشرية الأساسية*

1. المعنى: يحتاج الأفراد إلى صياغة آراء عالمية، وأفكار، وقيم، وأخلاق. وتتجلى هذه الحاجة ضمن سياقات ثقافية ودينية وأشكال تساعد على معرفة معنى الموت والحياة وإدراك شؤون العالم الذي يعيشون فيه ومساهمهم في المجتمع. وفي حال تعرّضت هذه الحاجة إلى إبداء رأي عالمي للتقييد، أو التعقيم، أو المنع، أو الفرض - على سبيل المثال، التلقين الديني للسكان الأصليين - قد يندلع النزاع، سواء داخلياً (العنف تجاه المجتمع نفسه) أم خارجياً (العنف تجاه الجاني الحقيقي أو المتصور).
2. الترابط: يحتاج الأفراد إلى الحب، والمشاركة، والتعاون، والعيش في المجتمع. ويمكن تلبية هذه الحاجة عبر القبائل، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومؤسسات المجتمع المدني، والنوادي والمجموعات والجمعيات. ويؤمن هذا الترابط شعوراً بالمسؤولية المشتركة والمساءلة - وهكذا، عندما تبقى حاجة الفرد إلى الترابط غير ملباة، يغيب نظام الدعم كما الإشراف المجتمعي.
3. الأمن: يحتاج البشر إلى الشعور بالأمان جسدياً وعاطفياً واقتصادياً. وتشمل هذه الحاجة التي ينبغي تليبيتها على أساس يومي كل عناصر الحياة بدءاً بالغذاء والمأوى والرعاية الصحية، وصولاً إلى القضايا الأمنية المتعلقة بالأمن القومي. وتعدّ هذه الحاجة حقيقية ولكنه غالباً ما يبالغ القادة بها في سعيهم إلى إثارة مخاوف الشعب الأمنية.
4. التقدير: يحتاج البشر إلى الشعور بالتقدير، والاحترام، والاعتراف، والأهمية. ونظراً إلى دقة هذه الحاجة على المستوى الثقافي وتعقيدها، تبقى عرضة لسوء التفسير أو الإهمال التام، وقد تكون أكثر وضوحاً عند إنكارها. وهذا بدوره يؤدي إلى مشاعر الخزي والذل والشعور بالذنب.
5. العمل: يحتاج البشر إلى السيطرة على البيئة، وإنجاز النشاطات، والاستقلالية. تظهر هذه الحاجة عند الولادة وتحظى بمن يثبتها على مر السنين. وعندما تتعرّض للإحباط أو المنع - في حالة السيطرة المادية (مثل سوء المعاملة، والاحتجاز، والرق، والاحتواء، والاحتلال، والسجن) أو النفسية (مثل الاستغلال النفسي والعاطفي، والقهر، وغياب التفكير النقدي، والنقص في الآليات الديمقراطية، ومحدودية حرية التعبير) - قد يندلع النزاع.

* يدرك الكاتب أن هذه الاحتياجات البشرية تتغير وفقاً للبيئة - أكانت طبيعية، أو ثقافية، أو سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية؛ وأنها غير فطرية أو متأصلة في الجميع؛ وأن المنظرين المختلفين يمنحونها أسماء مختلفة.

استناداً إلى أعمال عالم النفس ابراهام ماسلو حول الاحتياجات البشرية في خمسينات وستينات القرن العشرين، وفيرن ريديكوب في وقت لاحق ولا سيما *From Violence to Blessing* (من العنف إلى البركة)، وبطبيعة الحال أعمال عدد كبير من المنظرين في المجال نفسه، يمكن لاستعراض الاحتياجات البشرية الأساسية المفيد أن يشمل، على سبيل المثال لا الحصر، الاحتياجات المدرجة في الإطار 1. وبعد إلقاء نظرة عامة على الاحتياجات البشرية المنتشرة في عدة بيئات اجتماعية، بمختلف أشكالها وأحجامها، يمكننا أن نطلع على تجليها على الصعيد العالمي ضمن إطار الحياة اليومية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وارتباطها بالنزاع العنفي. وللتحقق من ارتباط الاحتياجات البشرية الأساسية بالنزاع العنفي، يمكن التوقف عند البيانات الكمية التي تقدم بها العالم الاقتصادي السابق في البنك الدولي بول كوليبه في مؤلفه *Turbulent Peace* (السلام المضطرب).

مثل عن البيانات رقم 1: في البلد الذي تشهد مدارسه الثانوية ارتفاعاً بنسبة 10 بالمئة في عدد الشبان الذكور - 55 بالمئة بدلاً من 45 بالمئة -، تنخفض مخاطر النزاع فيه من 14 بالمئة إلى نحو 10 بالمئة. فهل يمكن القول إنه تمت تلبية الحاجة البشرية الأساسية؟ في البيانات المذكورة أعلاه، يبدو أن الشاب الأكثر جهوزية قادر على تلبية حاجته إلى المعنى (مسار وظيفي في مستقبل أكثر ثقة)، والترابط (فرصة التواجد مع الزملاء في إطار تعاوني بئاء)، والأمن (التعليم يساعد على تأمين فرص العمل)، والتقدير (فرصة الدعم الإيجابي عبر الوسائل المشروعة)، والعمل (الشعور بالإنجاز لدى نيل شهادة، وفرصة الاستقلالية المترافقة مع التعليم).

مثل عن البيانات رقم 2: ترتفع مخاطر النزاع في الدولة التي تشهد تدهوراً اقتصادياً؛ فمن شأن كل نقطة مئوية من معدل نمو دخل الفرد أن ترفع مخاطر النزاع بنحو نقطة مئوية واحدة. ما الذي قد يحل ما لم تتم تلبية الحاجة البشرية الأساسية؟ في فترة الركود أو التدهور الاقتصادي، تتعرض قدرة الأفراد على تلبية الحاجة إلى الأمن للإحباط. وبصورة متزامنة، تناضل الحاجة إلى التقدير والاستقلالية في سبيل تلبيةها علماً بأن حاجة الأفراد إلى الأمن غير الملبية تؤثر حتماً في الاحتياجات الأخرى ذات الصلة.

مثل عن البيانات رقم 3: تتضاعف مخاطر نشوب النزاع في بلد تسيطر فيه جماعة إثنية واحدة تشكل ما بين 45 و90 بالمئة من عدد السكان، ما يكفي لتسلمها زمام السلطة واعتمادها التمييز ضد أقلية معينة. وماذا عن الحاجة البشرية الأساسية غير الملبية؟ إن أكثر الحاجات تعرضاً للإحباط بسبب الجماعة الإثنية المهيمنة في السيناريو أعلاه، هو التقدير، وإلى حد ما الاستقلالية، والأمن، والمعنى. ومن المحتمل أن تواجه أقل الجماعات الإثنية هيمنة (أو تخشى احتمال أن تواجه) التهميش والحرمان اللذين يحولان دون إرضاء حاجة التقدير فوراً وقد يحدان من قدرة الفرد على توفير الأمن والمحافظة على الاستقلالية.

يرد مثل آخر حول كيفية ارتباط الاحتياجات البشرية الأساسية بالنزاع العنفي في البيانات الكمية التي قدمها عالم النفس في جامعة هارفرد جيمس جيليجان في مؤلفه *Preventing Violence* (منع العنف).

مثل عن البيانات رقم 1: إذا كانت الدولة تختبر ارتفاعاً بنسبة واحد بالمئة من البطالة، غالباً ما يكون هذا الارتفاع مصحوباً بزيادة من ست بالمئة في جرائم القتل. وماذا إن لم تتم تلبية الحاجة البشرية الأساسية؟ لا غرابة في أن تتسبب البطالة بالخل والشعور بالذنب والإذلال (ما يمنع الفرد عن تلبية حاجته إلى التقدير)، وتحول دون إمكانات الأمن والاستقلالية. وفي حالة الذكور البالغين في بعض الثقافات، تقضي البطالة على مفهومهم لما يعنيه أن يكون الإنسان رجلاً قادراً على توفير ما يلزم لأسرته، إلخ.

مثل عن البيانات رقم 2: في إحدى الدول، كلما ارتفعت نسبة الذين يعيشون في الفقر، ازداد عدد الجرائم المرتكبة. وتشبه الحاجة البشرية الأساسية غير الملبية تلك الواردة في المثل المذكور أعلاه. إلا أن الفقر يجعل من تلبية الحاجة، مع احتمال استثناء الترابط، مهمة شبه مستحيلة.

يكن الهدف من استعراض الأمثلة المذكورة أعلاه - أولاً كولييه، ومن ثم جيليجان - في إظهار الصلات الواضحة بين الاحتياجات البشرية الأساسية والنزاعات العنفية ودعوة بناء السلام إلى إقامة هذه الصلات علناً. ولدى العمل مع وسائل الإعلام، يصبح من السهل تحديد الأسباب الجذرية للنزاع وتسهيل الضوء على ما يمكن إنجازه لتلبية احتياجات الجهات المعنية فيه - كطريقة لتقليص النزاعات العنفية أو منعها أو تفادي انتشارها. ومع أن هذا الدليل لا يرمي إلى وصف أي سياسات ومشاريع تحوّل منظمات بناء السلام لتلبية الاحتياجات البشرية الأساسية المشتركة في النزاعات، إلا أنه يهدف إلى توعية القارئ إلى قدرة وسائل الإعلام على حرمان الأطراف من احتياجاتهم البشرية الأساسية - أو على العكس خدمة الاحتياجات البشرية الأساسية عن طريق استخدام لغة أكثر مراعاة للنزاعات.

الاحتياجات البشرية الأساسية والإعلام

يقتضي العمل في مجالي الإعلام والاتصالات فهماً دقيقاً للاحتياجات البشرية الأساسية التي تكمن في أساس أي نزاع ثقافياً لأن تساهم أي مبادرات إعلامية تضطلع بها المؤسسة المعنية ببناء السلام أو أنت بصفتك الفردية في تقاوم أو إحباط مسار تلبية احتياجات أطراف النزاع.

على سبيل المثال، إذا كانت المنظمة المعنية ببناء السلام حريصة على تنسيق حملة إعلامية استجابة "للحرب على الإرهاب" التي تشنها إحدى الدول ضد "الإرهابيين والظالمين والمتطرفين الراديكاليين"، وتهمل استبعاد اللغة المهينة للكرامة البشرية في إطار حملتها الإعلامية، فلا بد من أن تعزز عن غير قصد اللغة المستخدمة في الحرب المذكورة آنفاً بدلاً من رفع غطاء الشرعية عنها. وبهذا، تحول المنظمة دون فرصة تلبية الاحتياجات البشرية الأساسية لأطراف النزاع.

لنتوقف عند الخطابات الإعلامية السائدة حول النزاعات التي لا تلي الاحتياجات البشرية الأساسية. وفي إطار الحديث عن الهجرة، غالباً ما تستخدم عبارة "المهاجرين غير الشرعيين" أو عبارة أكثر إهانة للكرامة البشرية شأن "الأغراب". ويتضمن الخطاب الإعلامي حول الحرب على العراق لغة - على الأقل ضمن الدول الغربية - تفرض على الحكومة العراقية وكان العراق طفل يحتاج إلى "الوقوف" و"تحمل المسؤولية". ففي معظم النزاعات، لا بد من متابعة الخطاب الإعلامي لتحديد ما إذا كانت اللغة السائدة تحرم أطراف النزاع من تلبية احتياجاتهم البشرية الأساسية.

يجدر ببناء السلام استخدام اللغة بحذر شديد في الإعلام خشية أن يستعيدوا عن غير قصد الخطابات السائدة التي تحرم أطراف النزاع من احتياجاتهم البشرية الأساسية لا سيما أن وسائل الإعلام قلما تشعر بالقلق بوجه عام إزاء هذا الموضوع. لذا، يحتاج بناء السلام إلى توخي مزيد من الحذر لضمان عدم استسلام حملاتهم الإعلامية للإهمال نفسه الذي تبديه وسائل الإعلام.

يستعرض الجدول التالي بعضاً من الخطاب السائد في وسائل الإعلام والكفيل بالحد من فرصة تلبية الاحتياجات البشرية الأساسية للأطراف. لا شك في أن المصطلحات كثيرة ولكن ما يرد في هذا الجدول يمثل مجموعة من الأساليب التي تحبب الاحتياجات من خلالها في الإعلام. لا تتردد عن إضافة أي مصطلحات تعترضك في الإعلام المحلي أو الإقليمي أو الوطني في الفراغات الموجودة أدناه.

إرهابيون	أغراب	متطرفون	محور الشر	الشیطان الأكبر
أصوليون	ظالمون	مهاجرون غير شرعيين	عدو	الانحياز العرقي: التلميحات السلبية المرتبطة بالعرق (أي اللائحة السوداء، السوق السوداء، إلخ).
الانحياز حسب الجنس: التمييز الجنسي، لغة جنسية، الأدوار الأنثوية التقليدية (شأن الجنس البشري، الرجل والمرأة، السلام كمجازفة أنثوية، إضفاء الصفة الأنثوية على جانب من النزاع، إلخ).	؟	؟	ناشطون	المرتبطة بالعرق (أي اللائحة السوداء، السوق السوداء، إلخ).
؟	؟	؟	؟	السوداء، إلخ.

ورقة العمل رقم 1: الاحتياجات البشرية الأساسية والإعلام

تسمح لنا ورقة العمل التالية بتحسين قدرتنا على تحليل متى وكيف تكون الاحتياجات الأساسية محبطة أو مهددة في حالة النزاع، وكيف تساهم وسائل الإعلام في إحباط الاحتياجات، وكيف يمكننا أن نبدأ التغيير ونحوّل تلك الدينامية بمسيرة بناء سلام قائمة على الإعلام. ويطلب منك نموذج ورقة العمل تحليل احتياجات طرف واحد في النزاع فقط، وإن كان من المسلم به وجود عدة أطراف في أي نزاع. وينبغي إجراء هذا التحليل لكل أطراف النزاع، بمن فيهم الناشطون الرسميون وغير الرسميين، الشرعيون وغير الشرعيين على حد سواء.

ورقة العمل رقم 1: الاحتياجات البشرية الأساسية والإعلام

العمل	التقدير	الأمن	الترابط	المعنى	الحاجة البشرية الأساسية
					<p>قائمة الاحتياجات: لطرف النزاع رقم 1، أي من الاحتياجات البشرية الأساسية التالية لم تتم تلبيتها في حالة النزاع (ضع علامة في الخانات التي ينطبق الوضع عليها وحدد كيف لم تتم تلبية الاحتياجات في النزاع).</p>
					<p>الاستجابة للاحتياجات: لطرف النزاع رقم 1، ما هي التدابير التي يمكنك ومنظمتك المعنية ببناء السلام أن تتخذوها حالياً لمعالجة الوضع وتلبية الاحتياجات البشرية الأساسية لطرف النزاع رقم 1؟</p>
					<p>قائمة الاحتياجات: لطرف النزاع رقم 1، كيف يساهم الإعلام السائد في حرمان طرف النزاع هذا من احتياجاته البشرية باستخدامه لغة من شأنها أن تقوّض أو تحول دون تلبيتها؟ (ضع علامة في الخانات التي ينطبق الوضع عليها وتقدم بأمثلة على اللغة السائدة في الإعلام).</p>
					<p>بناء السلام القائم على الإعلام الجديد: كيف يمكن للغة الإعلامية الجديدة التي تستخدمها ومنظمتك المعنية ببناء السلام أن تخدم الاحتياجات البشرية الأساسية لطرف النزاع رقم 1؟ (تقدم بالأمثلة حول مساهمة الإعلام الجديد في تحسين خدمة الاحتياجات البشرية الأساسية لطرف النزاع رقم 1).</p>

إن هدف ورقة العمل المذكورة أعلاه مزدوج: من جهة، نحتاج إلى تحسين قدرتنا على التقدير والتحدث عن الاحتياجات البشرية الأساسية المحببة في أي حالة من حالات النزاع، وتحديد الاستجابة المناسبة للاحتياجات المحببة أو المهملة عبر بناء السلام؛ ومن جهة أخرى، نحتاج إلى تحسين حساسيتنا تجاه كيفية استخدام وسائل الإعلام للغة والسرود والخطاب الكفيلة بتقويض أو إحباط تلبية الاحتياجات البشرية الأساسية لطرف النزاع. وعند هذه النقطة الأخيرة بالتحديد، يقترح هذا الدليل سرد روايات واستخدام لغة بديلة في الأقسام اللاحقة. أما بالنسبة إلى النقطة السابقة بشأن الاستجابة للنزاع، يبدأ القسم التالي بطرح الاستجابات المناسبة للنزاع على أساس تقييم مرحلة النزاع وحدته.

أسس الاستجابة للنزاع والتدخل فيه

الآن وقد قمت بالتحليل الأساسي للنزاع استناداً إلى تقييم الاحتياجات البشرية الأساسية، حان الوقت للنظر في الاستجابات للنزاع والتدخلات المحتملة فيها. وقد طرح بناء السلام أطراً متعددة ومنهجيات مختلفة للاستجابة للنزاع والتدخل فيه. وفي ما يلي مجرد إطار واحد منها ولم نورد على أنه الطريقة الوحيدة المتوفرة أو التوصية الحصرية لمؤلف هذا الدليل (وإن كان الإطار الذي يفضل). قد يفضل بناء السلام منهجيات أخرى. واستناداً إلى أعمال ليزا شيرش التي أعيد نشرها مؤخراً في مقال بقلم مايكل شانك وليزا شيرش في *Peace and Change Journal* (مجلة السلام والتغيير)، يمكن جمع أليات الاستجابة للنزاع والتدخل فيه ضمن أربع استراتيجيات مختلفة:

شن النزاع بشكل سلمي

في هذه الاستراتيجية للاستجابة للنزاع والتدخل فيه، يكمن هدف بناء السلام في رفع طاقة أطراف النزاع على معالجة القضايا وإنضاج الأرضية لإنجاح التحول. ويعدّ شن النزاع بشكل سلمي مقارنة لبناء السلام يمكن اتباعها في حالات

النزاع حيث تعاني السلطة القائمة اختلالاً في التوازن ويكون الوعي العام للقضايا متدنياً. وفي عدة نزاعات، غالباً ما يكون من الصعب حمل الأطراف المتنازعة على التفاوض. وفي هذه الحالة، قد يكون من المهم شن نزاع بشكل سلمي لزيادة وعي الجمهور لترابط المجموعات المتنازعة وتوازن القوى عبر إقناع الآخرين أو إكراههم على قبول احتياجات أو رغبات كل الأطراف المعنية. وفي مقاربة بناء السلام هذه، يسعى الدعاة والنشطاء إلى حشد الدعم من أجل التغيير عن طريق زيادة طاقة إحدى المجموعات على معالجة القضايا وإنضاج الظروف اللازمة لتحويل الهيكليات والعلاقات. ويعمل ممارسو شن النزاعات السلمية على تحقيق التوازن عن طريق إنشاء منصة مبتكرة واستفزازية تتطلب اهتماماً جدياً. ويمكن للممارسين أن يرفعوا مستوى الوعي حيال القضايا والنزاعات المحلية الكامنة (مثل الظلم الاجتماعي) وتعيد حدة النزاع بحيث لا يمكن تجاهله من خلال وسائل إعلام معينة. وتشمل الأمثلة التقليدية الاحتجاج السلمي والدفاع، في حين أن مختلف الأشكال المعتمدة على الإعلام قد تضم مسيرة فعلية إلى العاصمة (تم الدعوة إليها عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني)، وحملة إعلانية تسلط الضوء على النزاع أو مقالة رأي منسقة وطنياً.

الحد من العنف المباشر وعواقبه

في استراتيجية الاستجابة للنزاع هذه، يكمن هدف بناء السلام في كبح جماح مرتكبي أعمال العنف والتخفيف من معاناة ضحاياهم واستحداث مساحة آمنة لأنشطة بناء السلام. وتشمل هذه الفئة من مسارات بناء السلام النظم القانونية والقضائية والعسكرية التابعة للدولة كما الجهود المدنية المبدولة لحفظ السلام وبرامج شأن مخيمات اللاجئين والملاجئ التي توفر للناس مسكناً آمناً يعيشون فيه. فمن شأن هذه البرامج أن تضع حداً لدائرة العنف وتؤسس لتعزيز بناء السلام بثلاثة أساليب: منع الإيذاء، وكبح جماح المجرمين، واستحداث مساحة آمنة لمقاربات أخرى.

تحويل العلاقات

في استراتيجية الاستجابة للنزاع هذه، يكمن هدف بناء السلام في اللجوء إلى العدالة التصالحية ومعالجة الصدمات النفسية لتحويل النزاع وإحقاق الحق. ولا يمكن إحلال السلام مكان العنف من دون تسوية العلاقات المفككة باستخدام مجموعة من المسارات تتصدى للصدمات، وتعمل على تحويل النزاع، وتسعى إلى إحقاق الحق. وتمنح هذه المسارات الناس الفرص لإرساء حلول طويلة الأمد ومستدامة لتلبية احتياجاتهم. فالتحول مبدأ أساسي في كل برامج بناء السلام.

بناء القدرات

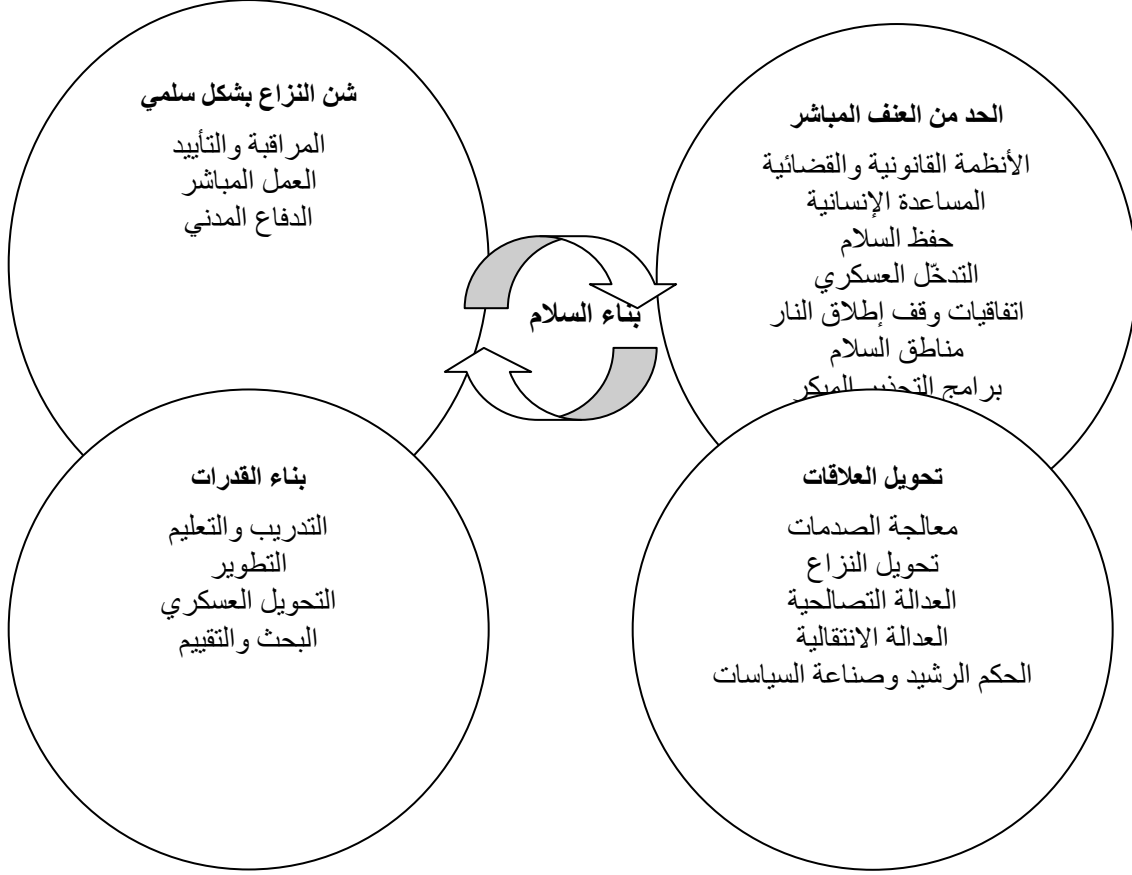
في استراتيجية الاستجابة للنزاع هذه، يكمن هدف بناء السلام في تعزيز القدرة على تلبية الاحتياجات والحقوق ومنع العنف. وتركز جهود بناء السلام على المدى الأطول على تنمية القدرات والمهارات القائمة من أجل تلبية الاحتياجات البشرية. وتشمل هذه الجهود التعليم والتدريب، والتنمية، والبحث، والتقييم. وتهدف هذه الأنشطة إلى بناء هيكليات مستدامة لدعم ثقافة السلام. وفضلاً عن وضع حد للنزاع العنفي، يسعى بناء السلام أيضاً إلى إرساء ثقافة JustPeace (أي السلام عبر العدالة). وتعدّ الاستدامة من المبادئ الأساسية لهذه الفئة من بناء السلام. وتقتضي التفكير والتخطيط على المدى الطويل؛ وإرساء نماذج للعلاقات البناءة بين الناس وبيئتهم؛ وتوفير الموارد البشرية والقدرات للإشراف على هذه المسارات حتى تتسنى تلبية الاحتياجات البشرية لعدة أجيال. ويشمل بناء القدرات التدريب والبرامج التربوية، والتنمية، والتحويل.

ملخص

أين موقع الإعلام من هذه الاستجابات الأربعة للنزاع؟ لا غرابة في أن يكون بناء السلام القائم على الإعلام ضرورياً في المقاربات الأربعة جميعها. سواء في شن النزاع السلمي، أو الحد من العنف المباشر، أو تحويل العلاقات، أو بناء القدرات، يمكن لبناء السلام أن يقيم اتصالات واستراتيجيات إعلامية من شأنها أن تزيد الوعي حيال النزاع العنفي والمباشر الكامن، ويسلط الضوء على الفرص والإمكانات من أجل التحويل وبناء القدرات لدى أطراف النزاع.

تجد في الصفحة التالية خارطة للطبيعة الدائرية لاستراتيجيات بناء السلام الأربع هذه. وتدل هذه الطبيعة الدائرية على استمرارية الاستراتيجيات الأربع سواء بشكل متسلسل أو متزامن. الأهم هو تقييم احتياجات النزاع ومن ثم تطبيق الاستراتيجيات الملائمة. ويرد تحت الخارطة وصف كامل لكل استراتيجية لبناء السلام، استناداً إلى أعمال مايكل شانك و ليزا شيرش في *Peace and Change Journal* (مجلة السلام والتغيير).

خارطة بناء السلام (ليزا شيرش 2004)

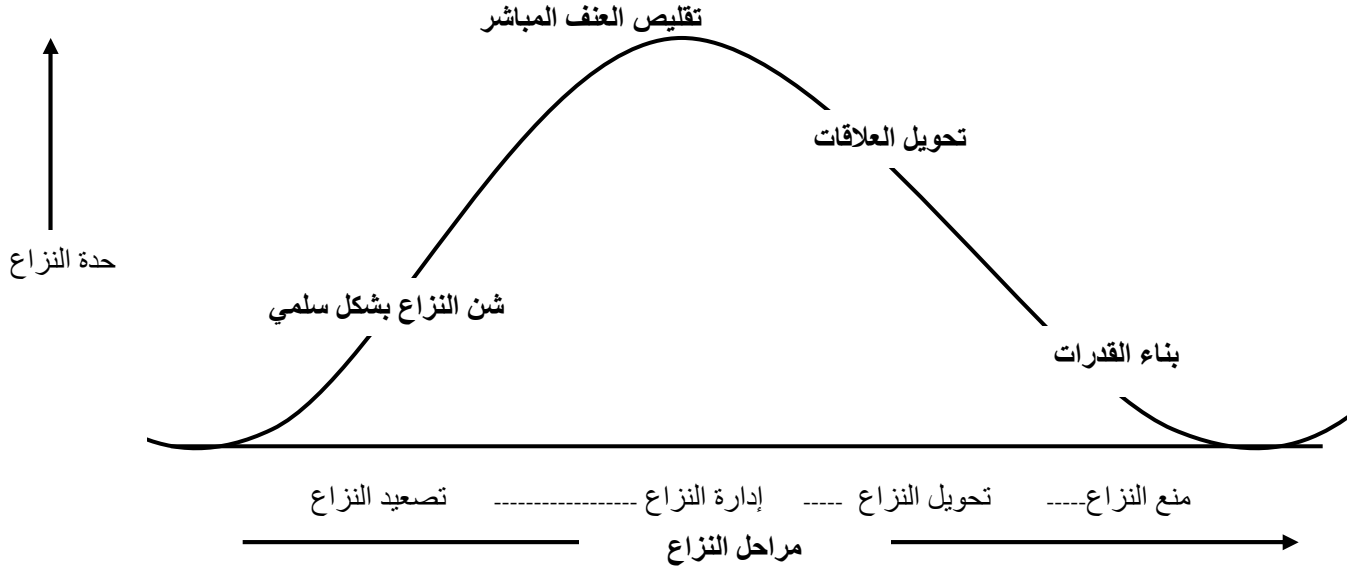


متى تستخدم استراتيجيات بناء السلام؟

لدى تحليل النزاع وتقييمه – وهي خطوة أولى هامة قبل التدخل – ينبغي أن يضع بناء السلام في اعتبارهم حدة النزاع ومرحلته. فقد يكون من غير الملائم والخطير أن يشنوا نزاعاً سلمياً إذا ما بلغ النزاع ذروة مفاجئة. (يعدّ شن نزاع سلمياً مفيداً عندما يحتاج النزاع الكامن أو الناشئ إلى التشديد، خوفاً من أن يقوم النظام الاجتماعي النافذ الذي يفضّل الوضع الراهن بتجاهله أو نسيانه عمداً). ويساعد التحليل الشامل لوضع النزاع قبل التدخل على ضمان مناسبة المقاربة المعتمدة لبناء السلام ومراعاتها للمرحلة التي بلغها النزاع علماً بأن هذين العنصرين يؤثران إلى حد بعيد في الخيارات المتاحة لبناء السلام. وتعتبر الرسوم البيانية أدناه مفيدة لبناء السلام الحريصين على أهمية التحليل الدقيق والاستراتيجية الملائمة في كل مراحل بناء السلام.

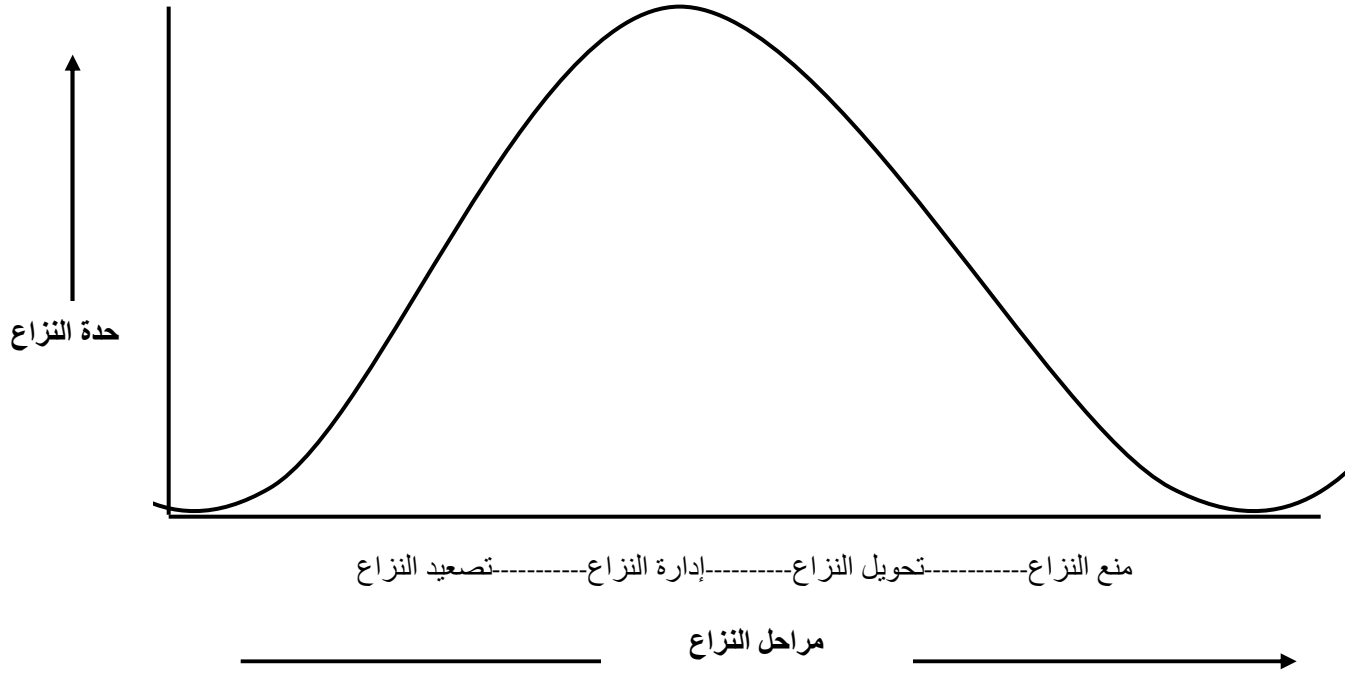
يظهر الرسم البياني أدناه تفاصيل المقاربات الأربع التي يمكن اللجوء إليها في مرحلة حساسة من حدة النزاع، بالانتقال من تصعيد النزاع إلى إدارته وتحويله ومنعه. وفي هذا الإطار، غالباً ما تكون المصطلحات المستخدمة في مجال بناء السلام غامضة لا سيما أن المنظمات تستعمل كلمة واحدة لوصف مجموعة من الأنشطة المماثلة. ويربط الرسم البياني مصطلحات بناء السلام بمراحل النزاع وحدته، علماً بأنه يشجّع التحليل الاستراتيجي والتنفيذ. أما الفعالية الشاملة لبناء السلام فتتحسّن عندما تكون مسبقة بتحليل دقيق يقيّم حدة النزاع والمرحلة الحالية التي يكون فيها.

الرسم البياني لبناء السلام ومراحل النزاع (مايكل شانك - 2005)



ورقة العمل رقم 2: تحديد مراحل النزاع

على الرسم البياني أدناه، حدد المرحلة التي بلغها النزاع الذي تسعى منطمتك إلى معالجته. بعد تحديد الموقع (أو المواقع)، قم بالمقارنة مع الرسم البياني أعلاه لترى ما إذا كانت تقنيات بناء السلام المستخدمة مناسبة. يمكنك اللجوء إلى هذا الرسم في المستقبل لتقيس - أسبوعياً إذا لزم الأمر - المرحلة التي بلغها النزاع وما إذا كانت تقنيات بناء السلام المناسبة مستعملة.



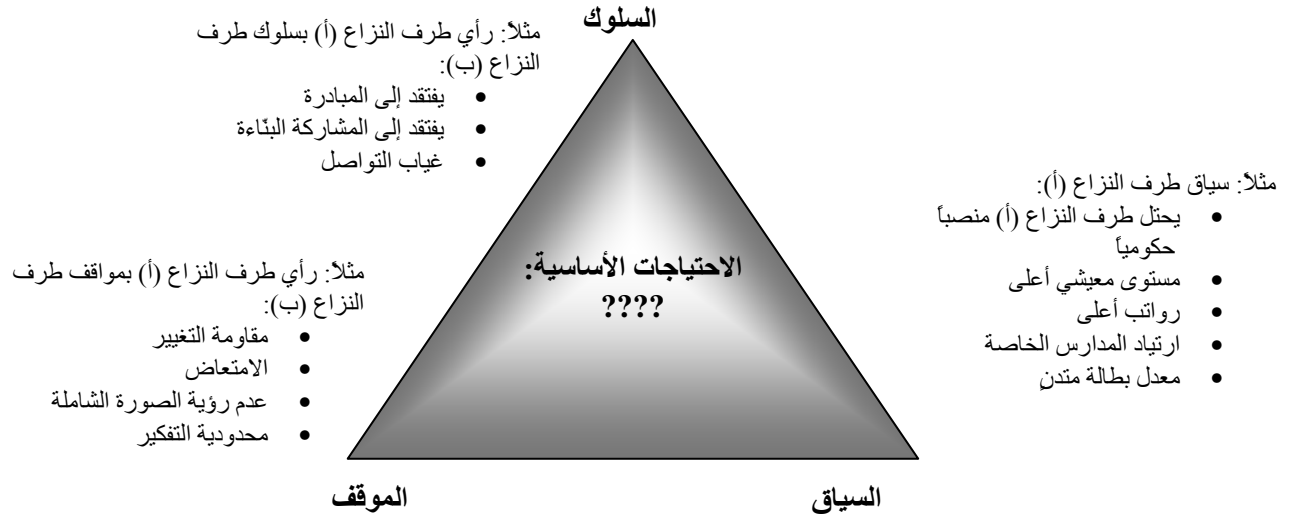
أدوات أخرى لتحديد النزاع (التحليل والاستجابة)

المقدمة

يعدّ تحليل الاحتياجات البشرية ومقاربات شيرش لبناء السلام ورسوم شانك البيانية لتحديد حدة النزاع ومراحله أساليب مختلفة لمطابقة النزاع. إلا أن أدوات أخرى مشروعة ومفيدة متوفرة أيضاً ويقترحها هذا القسم لتحليل وتقييم الظروف والأسباب الجذرية للنزاع.

الأداة رقم 1: مثلث (أ ب ج)

إن هذه الأداة لمطابقة النزاع (conflict mapping)، المستقاة من كتاب *Working with Conflict* (التعامل مع النزاعات)، معروفة في مجتمع حل النزاعات وبناء السلام، باعتبار أن كل النزاعات تحافظ على ثلاثة عناصر أساسية هي: السياق أو الوضع الذي يعمل فيه أطراف النزاع، وسلوكهم في النزاع، ومواقفهم منه. ويفترض مثلث (أ ب ج) أن العناصر الثلاثة ليست مرتبطة بعلاقة سببية أو مترابطة باتجاه واحد - بعبارة أخرى، ليس من الضروري أن تتسبب المواقف أولاً بالسلوك، ومن ثم، يتسبب السلوك بالسياق. وإنما، يفترض المثلث (أ ب ج) أن العناصر الثلاثة هي التي تؤثر في بعضها البعض بشكل متبادل في كل الأوقات. ويكمن الهدف من تمرين مطابقة النزاع هذا في الفصل بين مختلف العوامل التي تترك أثراً في وضع النزاع كوسيلة لتزويد الاستجابة للنزاع بالمعلومات الضرورية. وعلى سبيل المثال، يعتمد كل من بناء السلام استجابة مختلفة للسياق أكثر منه الموقف.

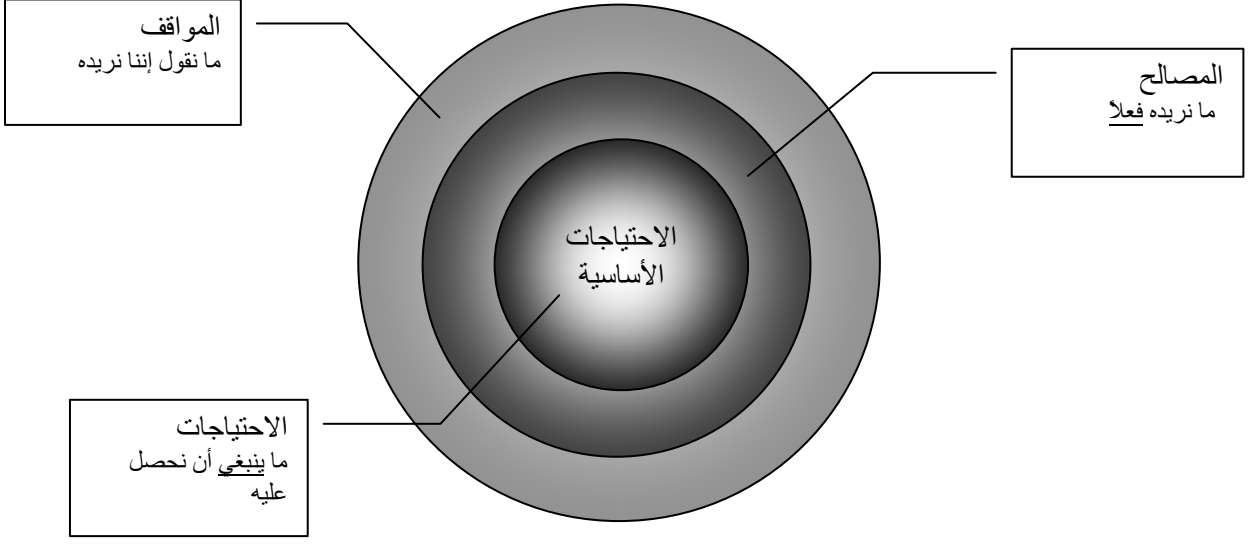


كيف يمكن لبناء السلام أن يستخدموا هذه الأداة؟ أولاً، ارسم مثلث (أ ب ج) الوارد أعلاه لكل طرف في حالة نزاعية. لا تهمل أي خصم من الخصوم. ويمكن لأطراف النزاع أن يرسموا خارطتهم الخاصة للنزاع إن كانوا يشاركون في هذا التمرين. ومن ثم، يقوم كل طرف بتدوين رأيه في مواقف الأطراف الآخرين وسلوكهم وسياقهم (راجع الأمثلة). وبعد إنجاز المثلثات، قارنها مع بعضها البعض متوقفاً عند مجالات الالتقاء والاختلاف. واستخدم هذه الأداة لإطلاق الحديث بين الأطراف ودعوتهم إلى تحديد مختلف عناصر النزاع الكامنة.

الأداة رقم 2: البصلة

إن هذه الأداة المستخدمة لمطابقة النزاعات والوارد ذكرها في كتاب *Working with Conflict* (التعامل مع النزاع) شائعة جداً ومفيدة لتجاوز التصاريح الرسمية التي يدلي بها الأطراف في أي حالة من حالات النزاع. وبالتالي، تشجع هذه الأداة الأطراف على فصل المستويات المتباينة والدرجات المختلفة من المتطلبات والرغبات والاحتياجات الحقيقية في النزاع.

تساهم هذه الأداة في مساعدة المجموعات على فهم الديناميات المعقدة والدقيقة في حالة النزاع، وتقدير طبقات التواصل المتعددة المطروحة في هذه الحالة، وتحضير الأساس لمزيد من مسارات بناء السلام المتفاوض عليها والمنشورة في الإعلام. وليس من الغريب أن يشعر الأطراف المنخرطون في هذا التمرين براحة أكبر لدى كشفهم كل طبقات البصلة فيه بعد إرساء ما يكفي من الثقة. وقد يرغب بناء السلام في اختبار هذه الأداة في عدة مراحل من مسار بناء السلام لمراقبة مدى ارتياح الأطراف في الكشف عن المواقف والمصالح والاحتياجات.



على سبيل المثال، دعونا ننظر في إحدى حالات النزاع لنفهم مستويات المواقف والمصالح والاحتياجات المتعددة بشكل أفضل. في حالة النزاع الأمريكي - العراقي، تؤدي مطابقة حالة النزاع إلى التحليل التالي:

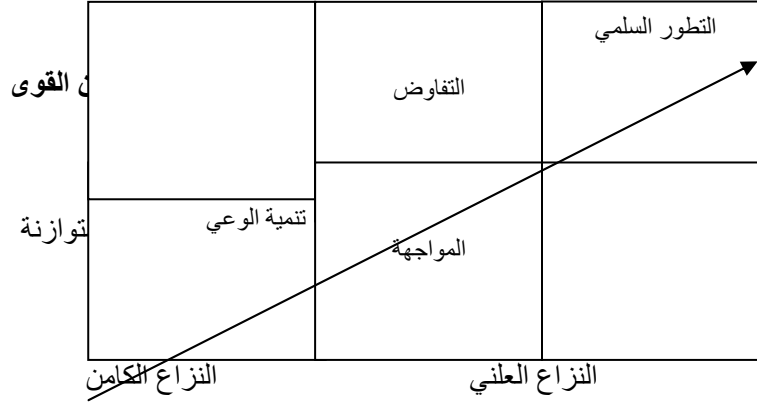
<u>العراق</u>	<u>الولايات المتحدة</u>	
ينبغي إنهاء الاحتلال الأمريكي	ينبغي الحد من التهديدات الإرهابية	المواقف:
حكومة مستقرة وذات سيادة	شعور بالنصر والنجاح	المصالح:
التعايش السني الشيعي	تقليل هجمات القوات	
الكهرباء، المياه، الصرف الصحي، النفط	النفوذ إلى النفط	
الأمن، المعنى	الأمن، المعنى	الاحتياجات:
الترباط	التقدير، العمل	

الأداة رقم 3: توازن القوى

يكن الهدف من هذه الأداة لمطابقة النزاع، المستقاة من *Contemporary Conflict Resolution* (الأداة المعاصرة لحل النزاعات) والمصممة في الأساس على يد آدم كورل (1971) وجون بول ليدبراك (1995)، في فهم الدروب المتعددة التي يمكن للجماعات المهمشة والمحرومة في النزاع أن تسلكها بغية تحقيق توازن القوى، ومنحها صوتاً متكافئاً في مسار بناء السلام عن طريق التفاوض.

في البداية، عندما تفتقد السلطة إلى التوازن بين الأطراف ويبقى النزاع كامناً، تتم مقارنة بناء السلام المقترحة عبر التعليم أو تنمية وعي الجماعات المهمشة (راجع كتاب *Pedagogy of the Oppressed* (بيداغوجيا المظلومين) لباولو فرييري). بمجرد أن تصبح المجموعة المهمشة على بيّنة من اختلال القوى، يغدو النزاع معلناً ومباشراً (وإن كان غير عنفي) وتتم المواجهة من أجل تحقيق التعادل وتحويل القوة الكامنة إلى مكشوفة. وعبر المواجهة السلمية، تكتسب المجموعة المهمشة السلطة ببطء، ما يضمن لها مقعداً على طاولة المفاوضات. بمجرد أن تصبح السلطة متوازنة بين الأطراف في حالة النزاع، تسمى المفاوضات السلمية ممكنة تماماً كما بدايات مسار بناء السلام التنموي الذي يلبي احتياجات كل المعنيين.

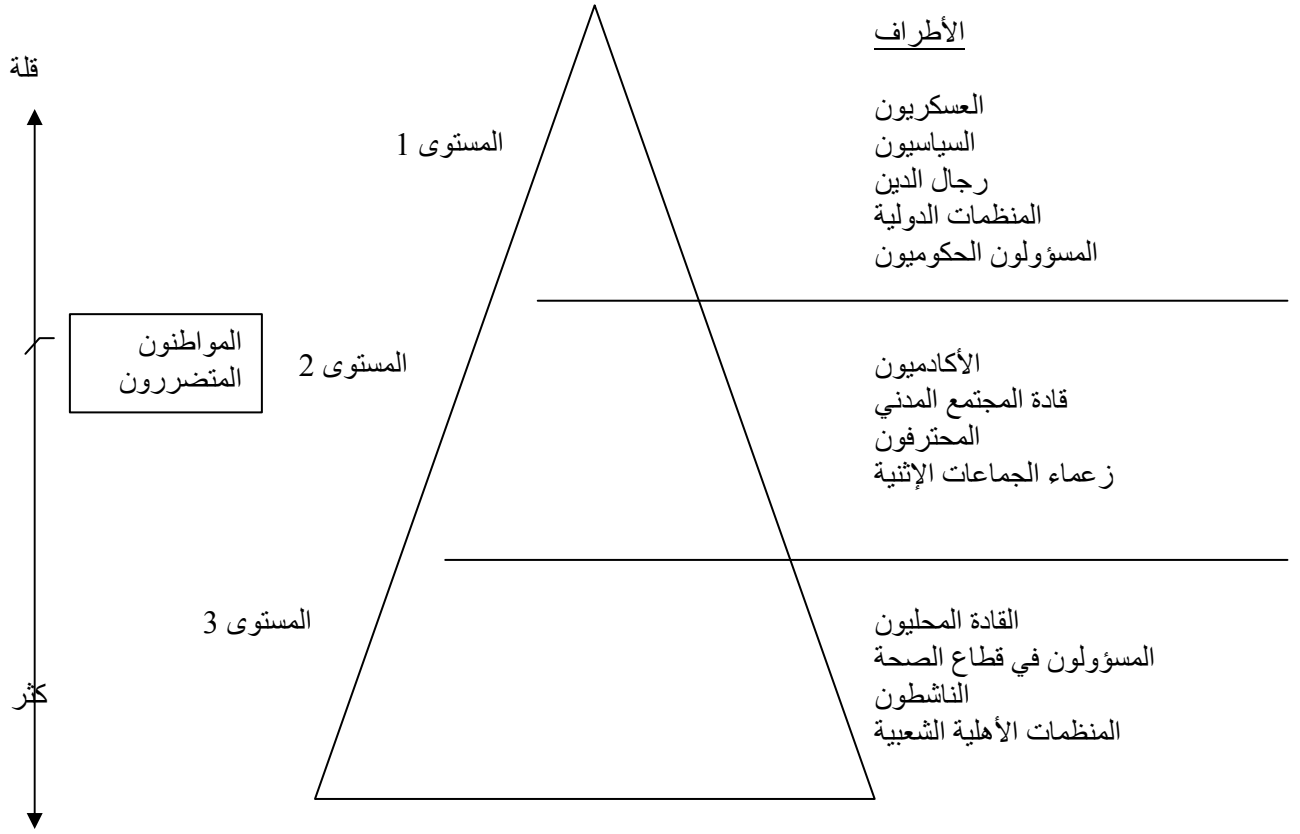
العلاقات العنفية / العلاقات السلمية



باستخدام هذه الأداة لمطابقة النزاع، يمكن لبناء السلام أن يبدأوا بإعداد مسارات بناء السلام والتمارين والنشاطات المطلوبة في كل فئة لتحويل الأطراف من سلطة غير متوازنة حيث لا يزال النزاع كامناً إلى سلطة متوازنة حيث تكون العلاقات سلمية. وعلى سبيل المثال، بالانتقال من النزاع الكامن إلى النزاع العلني، يمكن لبناء السلام أن يختاروا النشاطات الواردة في قسم "شن النزاع السلمي" من استراتيجيات بناء السلام لشيرش. ومن الوسائل الأخرى لتحقيق التوازن بين القوى، نذكر تنمية الوعي الذي يتم من خلال التعليم وبناء القدرات. ويعدّ "شن النزاع السلمي" مفيداً في مرحلة المواجهة فيما يعتبر "تحويل العلاقات" (راجع القسم السابق بشأن بناء السلام وفقاً لشيرش) مفيداً في التفاوض على تصحيح أخطاء الماضي. وأخيراً، يسمح "بناء القدرات" بإقامة علاقات سلمية ويفسح المجال للتنمية السلمية بين الأطراف.

الأداة رقم 4: الهرم

يكمّن الغرض من هذا الهرم المستخدم كأداة لمطابقة النزاعات والمستقى من كتاب جون بول ليديراك *Working with Conflict* (التعامل مع النزاع) في تحديد المستويات المنظمة لفرص بناء السلام وموارده. فيجدر بالتغيير أن يطال كل مستويات المجتمع لضمان استدامة السلام. ولذلك، يساهم هذا الهرم في تحديد شرائح المجتمع التي يجب أن يحدث التغيير فيها وبالتالي الأطراف القادرين على إحداث هذا التغيير.



بعد تحليل السبل المتوفرة في كل مستويات المجتمع، ما هي برأيك الخطوة التالية؟ تتمثل الخطوة التالية بتصميم مسارات بناء سلام تناسب كل مستوى من مستويات المجتمع، وتأخذ بعين الاعتبار آليات التنسيق بين هذه المستويات المختلفة – وهذا العمل بالغ الأهمية بالنسبة إلى الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة. ومن المهم أن نذكر في هذا الصدد أن الهرم لا يعني وجود تدرج هرمي في الأهمية وإنما مجرد تصنيف للسكان المعنيين، من قلة في أعلى الهرم إلى كثير في أسفله.

فضلاً عن أنشطة استراتيجيات بناء السلام التي أرسها ليزا شيري، قد تتمثل عمليات بناء السلام المناسبة للمستوى 1 بالمفاوضات الرفيعة المستوى، واتفاقيات السلام، والقنوات الدبلوماسية الخلفية، وغيرها. وتكمن مسارات بناء السلام المناسبة للمستوى 2 في ورش العمل لحل المشاكل، وإجراءات بناء الثقة، والدبلوماسية الثقافية، والتبادل بين المواطنين. أما مسارات بناء السلام المناسبة للمستوى 3 فقد تشمل لجان السلام المحلية ومناطق السلام. ولا حدود للفرص المتوفرة علماً بأن الغرض من مطابقة النزاعات يكمن في تحديد المسارات المناسبة والعملية لكل مستوى من مستويات المجتمع.

القسم الثاني: فهم تأثير الخطاب الإعلامي في حالات النزاع

بعد التوقف عند بعض العناصر الأساسية في مجال تحليل النزاعات والاستجابة لها، أن الأوان للنظر في تأثير الإعلام في حالات النزاع. بوجه عام، تتحفظ وسائل الإعلام على الاعتراف بالذنب أو المسؤولية في هذا المجال، ولكن معظم بناء السلام يدركون بسرعة الأثر - الإيجابي والسلبي على السواء - الذي قد تتركه على حالات النزاع. ومن المفيد لبناء السلام أن يفهموا أسباب هذا التأثير وآلياته. وإثر الاطلاع على هذه المعلومات الجديدة، لا يجدر بهم أن يشعروا بالعجز أو عدم الملاءمة وإنما أن يتولوا التقييم الواقعي لعمل وسائل الإعلام وحاجتهم إلى التوجيه الفعال.

تحتفظ وسائل الإعلام بصلاحيات تصعيد النزاع أو تراجعها، وتفاقم التوترات أو تهدئتها، وتغذية الكراهية أو تقويضها مع أنها غالباً ما تدعي الحياد وترد على منتقديها بالقول إنها تعدّ التقارير الإخبارية بإنصاف وتوازن. فيدرك بناء السلام أن وسائل الإعلام - سواء في رواندا أو في الولايات المتحدة - تملك صلاحية التأثير في حالة النزاع. وفي أسوأ السيناريوهات، قد يتجلى هذا التأثير في أعمال العنف، والتهديدات الجسدية، وإغلاق الحكومة لوسائل الإعلام، والهجمات على وكالات الأنباء المستقلة، وغيرها. سيبحث هذا القسم في مصلحة وسائل الإعلام الذاتية - سواء كان ذلك من حيث الربح أو السياسة - والأسباب التي تدفعها إلى إعداد تقارير حول النزاعات بطريقة معينة لتعزيز مصلحتها الخاصة أو مصلحة بلدها.

أخلاقيات الإعلام

لابدّ من التوقف عند أخلاقيات الإعلام قبل التعمق في علاقته بالانحياز والربح والسياسة والرقابة وأخيراً وليس آخراً ببناء السلام (من خلال صحافة السلام والصحافة التي تتأثر بالنزاعات). وقد طرح نقاش واسع في المجتمعات الأكاديمية والمهنية حول المعايير والعوامل الدقيقة للأخلاقيات وقواعد السلوك الإعلامية. وبظن عدد كبير من أصحاب وسائل الإعلام الخاصة أو مشغليها أن المعايير التي يجب التقيد بها باتت قليلة نظراً إلى أنها شركات خاصة بينما يرى أصحاب وسائل الإعلام الرسمية ومشغليها أنها غالباً ما تتعرض للتدقيق ولكن بحق نظراً إلى أنها تحظى بتمويل القطاع العام.

مع أن مسائل الانحياز والربح المفصلة أدناه تتعلق بشكل مباشر بوسائل الإعلام الخاصة، إلا أن مسائل السياسة والرقابة ترتبط بوسائل الإعلام العامة والخاصة على حد سواء. وفي كلا الحالتين، يفترض ببناء السلام أن يدركوا مدى تأثير الانحياز والربح والسياسة والرقابة على المبادئ الأخلاقية الإعلامية.

أي مثل يمكن إعطاؤه عن أخلاقيات الإعلام؟ سؤال وجيه. فعلى سبيل المثال، تنصّ المدونة الأخلاقية لجمعية الصحفيين المحترفين على "أن توعية الشعب ندل على قوام العدالة والديمقراطية. ويكمن واجب الصحفي في خدمة هذه الأهداف وتعزيزها من خلال البحث عن الحقيقة وتقديم قصة مقروءة ومفهومة عن الأحداث والمشاكل. أما الصحفيون من أصحاب الضمانات الحية من كل وسائل الإعلام فيناضلون لخدمة الشعب بدقة وأمانة إذ تُعتبر النزاهة المهنية الحجر الأساس في مصداقية الصحفي. ويتشارك أعضاء الجمعية مفهوم التفاني للسلوك الأخلاقي ويعتمدون هذه المدونة لإعلان مبادئ ومعايير الممارسة في الجمعية:

- **البحث عن الحقيقة ونقلها:** يفترض بالصحافي أن يكون نزيهاً وعادلاً وشجاعاً في جمع المعلومات وإعداد التقارير حولها وتفسيرها.
- **الحد من الإساءة:** يعامل الصحفيون الذين يتمتعون بالأخلاق الرفيعة المصادر والمواضيع والزملاء ككائنات بشرية تستحق الاحترام والتقدير.
- **العمل باستقلالية:** يجب على الصحفي أن يكون حراً من أي التزام بأي مصلحة غير مصلحة الشعب وحقه بمعرفة الحقيقة.
- **تحمل المسؤولية:** يكون الصحفيون مسؤولين أمام قرائهم ومستمعهم ومشاهديهم وبعضهم البعض". (<http://www.spj.org/ethicscode.asp>)

إلا أن معظم بناء السلام يدركون أنه لا يسهل التقيد بالمبادئ الأخلاقية الإعلامية أو تطبيقها لأن الإعلام سيف ذو حدين إيجابي وسلبي، يملك القدرة على تصعيد أي حالة نزاع على وجه السرعة وبشكل خطير أو على تقديم برهان

مقتع إلى المجتمع المحلي/الوطني/الدولي لحلّ النزاع فوراً. أما الأسئلة التي غالباً ما يواجهها بناء السلام عند التفكير في استخدام الإعلام فتشمل ما يلي:

1. إن قمت بسرد قصة ضحية في حالة نزاع من خلال استخدام التصوير أو الإعلام المرئي أو المسموع أو المطبوع أو الإلكتروني، فهل ستساهم في لفت الانتباه إلى الضحية وتؤديها وعائلتها أكثر؟
2. ما هو مقدار العنف المسموح بإظهاره في الإعلام؟ هل من المستحسن إظهار كل العنف الحاصل كي يكون المجتمع الدولي على دراية بما يحصل أو هل يتسبب ذلك بتجريد المشاهد من الأحاسيس؟
3. هل أن وسائل الإعلام تضرّ بمسار حلّ نزاع حساس يجب التكتّم عليه وإبقاؤه سرياً أو هل يساعد الإعلام في مسار حلّ النزاع عبر إبقاء الشعب على إطلاع على ما يجري؟

لن يحاول هذا الدليل الردّ على ما يناسبك أو يناسب مؤسستك وإنما سيشرح التوعية إزاء الضرر الذي قد ينشأ عن استخدام الإعلام. أما الأقسام التالية التي تتمحور حول علاقة الإعلام بالانحياز والربح والسياسة والرقابة فهي تنظر في احتمال الإخلال بأخلاقيات الإعلام في الوسائل الإعلامية في القطاعين العام والخاص في حين أن الأقسام اللاحقة التي تتمحور حول صحافة السلام والصحافة التي تتأثر بالنزاعات فهي تستكشف الطرق التي تسمح لبناء السلام بالبقاء ضمن حدود الإعلام الأخلاقي.

الإعلام والانحياز

هل الانحياز الإعلامي موجود؟ بالطبع. فعلى المستوى الجزئي، يختار المرسلون والمحررون والمنتجون الأحداث التي يريدون نقلها وأساليب تغطيتها. أما على المستوى الكلي، فيوجه تأثير الحكومة الذي يشمل الرقابة العلنية والخفية الإعلام في بعض البلدان باتجاه معين لأن وسائل الإعلام مملوكة ومُدارة من الشركات الخاصة. وبالتالي، تؤدي خصخصة الإعلام إلى تقديم أخبار منحازة تستند إلى متطلبات السوق، وأفضليات الجمهور، والضغط التي يمارسها المعلنون، والتمويل الضعيف بسبب الأسعار المنخفضة أو الاقتطاعات في التمويل الحكومي. ويمكن لوقت البث أو المساحة المخصصة للطباعة المتوفرة للتقارير، فضلاً عن المتطلبات المفروضة لتلبية المواعيد أن تفسح المجال أمام قصص منقوصة ومتحيزة. وتسلط الأقسام التالية الضوء على الطريقة التي يكون فيها الإعلام متحيزاً للأرباح والنفوذ السياسي وتظهر أن الرقابة وتنظيم البرامج يعدّان من الأنشطة المشتركة في الإعلام.

الإعلام والربح

كما ذكر أعلاه، تتولى شركات خاصة إدارة معظم وسائل الإعلام السائدة علماً بأن بعضاً منها يخضع لإدارة الحكومة أو جهات لا تتوخى الربح. ففي الولايات المتحدة، على سبيل المثال، تعود ملكية وسائل الإعلام للشركات الخاصة: وفقاً لمركز معلومات إصلاح الإعلام (www.corporations.org/media)، كانت 50 شركة فقط تتحكم بالغالبية الساحقة لكل وسائل الإعلام الإخبارية في الولايات المتحدة في ثمانينات القرن المنصرم. وكان "الاحتكار الإعلامي" ولا يزال سائداً حتى يومنا هذا (بالإشارة إلى كتاب بين باجديكيان الذي يحمل العنوان "الاحتكار الإعلامي"). ويرى باجديكيان أنه في تسعينات القرن العشرين، "كان أكثر من عشرين [مؤسسة إعلامية]... تملك وتُدير 90 بالمئة من وسائل الإعلام". (بوسائل الإعلام، نعني الصحف والمجلات وقنوات التلفزة والإذاعات والكتب والأسطوانات والتسجيلات والخدمات السلكية ووكالات التصوير الأمريكية). أما في الوقت الحالي أي في الألفية الثانية، فيتوفر نحو ست شركات إعلامية كبرى تملك معظم وسائل الإعلام الأمريكية: تايم وارنر Time Warner، وديزني Disney، ونيوز كوربوريشون News Corporation، وبيربتلزمان Bertelsmann، وفياكوم Viacom وجرنال إلكتريك General Electric (الاحتكار الإعلامي الجديد The New Media Monopoly، 2004، باجديكيان).

لماذا تُعتبر الشركات الإعلامية الكبرى مؤسسات تنساق وراء الربح؟ يعتبر باجديكيان Bagdikian كما يظهر أذناه أنه في حال تمكنت هذه الشركات من السيطرة على السوق بأكمله، من الألف إلى الياء، فمن البديهي أن تُدير العملية بكاملها وأن تستفيد من كل عناصر صناعة الإعلام. وفي الاقتباس التالي، يصف باجديكيان بجدارة الدوافع المالية التي تُسيّر الشركات الإعلامية الكبرى:

"تختار المجلة التي تملكها الشركة مقالة لتحوّلها في وقت لاحق إلى مسلسل تلفزيوني على شبكة تابعة لها؛ ومن ثمّ تستحيل المقالة سيناريو لاستديو أفلام تملكه الشركة ترافقه أغنية للفيلم يؤديها مغنٌ اشتهر

من خلال ذكره في المقالات المنشورة في المجلة نفسها كما من خلال بث أغنية الفيلم بشكل متكرر على أثير الإذاعات التي تملكها الشركة أيضاً، فتصبح الأغنية معروفة وشعبية بظهورها في شركة لإنتاج الأسطوانات تملكها الشركة وإعادة بثها على شبكات أنظمة الكابل التابعة للشركة وتأجير أسرطة الفيديو الخاصة بها في أنحاء العالم كافة". (باجديكيان 1990)

إن هذه اللوحة السريعة تقدّم تقييماً تقريبياً لملكية الإعلام في الولايات المتحدة فقط (بالاستناد إلى المعلومات المتوفرة) ولكن اتجاهات مشابهة متوفرة في عدة عواصم مالية وسياسية في أرجاء العالم كافة. أما السؤال الذي يطرح نفسه في هذه الحال فهو: كيف سيؤثر الاتجاه السائد نحو الشركات الإعلامية الكبرى في تغطية الأخبار العالمية والنزاعات العنيفة؟ بما أن وسائل الإعلام هي بمعظمها مؤسسات تجارية تتوخى الربح وتعمل في نظام رأسمالي، فمن البديهي أن تزدهر المؤسسات الإعلامية بتسريع النظام السياسي والاقتصادي (إينتمان 1989، جازن 1979، هيرمان وشومسكي Herman and Chomsky 1988، كوالتر Qualter 1985). وعند إعداد التقارير حول النزاعات وتغطيتها، قد ينفّر الإعلام في تغطية القوى المحركة للنزاع إن كانت تمس بمصالح الشركات أو تقتصر تدخل المعلنين في المؤسسة الإعلامية.

الإعلام والسياسة

إن الإعلام - فضلاً عن رزوحه تحت حمل الانحياز والمؤسسات التي تتوخى الربح - ليس مستقلاً عن الحكومة التي تدعمه عبر منحه الحقوق الدستورية وغيرها من الحقوق القانونية للعمل كنظام للمعلومات. وبما أن الإعلام يعتمد على المعلومات التي تقدّمها الحكومة، فيبقى استقراره وجدواه الاقتصادية مهذّدين إن لم يحصل على هذه الموارد (دوفلور DeFleur، بال - روكيش Ball-Rokeach 1989). وغالباً ما تتمتع وسائل الإعلام التي تعتمد على أموال ومعلومات تزودها بها المصادر الرسمية عن المخاطرة بإبعاد هذه المصادر عنها ولا تقوم بتغطيتها بشكل انتقادي، كما أن وسائل الإعلام المؤسسية لا تجرؤ على إهانة مسؤولين يملكون صلاحية تنظيم الأعمال.

بوجه عام، تعتمد وسائل الإعلام نظام القيمة الذي تفرضه الحكومة. ففي الولايات المتحدة، تُعتبر مشاركة في علاقة تعايشية مع الحكومة والمؤسسات تؤدي إلى التأكيد المتواصل على أن رأسمالية الدولة والمؤسسة بحد ذاتها تنسّم بالشرعية (باجديكيان Bagdikian 1983، بيني Bennet 1983، فيشمان Fishman 1989، هيرمان وشومسكي Herman and Chomsky 1988). وقد يختلط الأشخاص الذين يملكون ويُديرون وسائل الإعلام الأساسية مع نخبة السياسيين في البلد ويتشاركون الخلفية الاجتماعية والاقتصادية نفسها. وكمثال على التعايش المذكور أعلاه، تقوم شركات الإعلام بمساهمات ضخمة بشكل روتيني تخدم الأطراف السياسية الرئيسية. أما التبادل التعايشي فيتم عند إغداق ملايين الدولارات على إعلانات سياسية تُنشر على شبكات الإعلام نفسها وتُنْتج فيها.

الإعلام والرقابة

لا شك في أن الرقابة تمارس إلى حد بعيد في الإعلام تماماً كما أن الانحياز منتشر في هذا القطاع. وغالباً ما تفرض الحكومة الرقابة ولا يقصّر القطاع الخاص والمؤسسات من هذه الناحية في أحيان كثيرة. ولكنه يجدر التساؤل عن سبب اهتمام الحكومة والقطاع الخاص بفرض الرقابة؟ الواقع أن أياً من مؤسسات القطاعين العام والخاص لا تريد أن ينشر الإعلام تقريراً يضع سياسة الحكومة في إطار غير موثّق لا سيما أن المعلنين يتمتعون بقوة خاصة ويميلون إلى ممارسة حقوق الرقابة كي لا ينال أي منتج سياسي سمعة سيئة من جراء تحقيق يُجرّبه مراسل. وتقوم الحكومة بالأمر نفسه. يكفي أن نفكر في التغطية الإعلامية الأمريكية لحرب العراق التي تعرّضت لأشكال متعددة من الرقابة من بينها ممارسة سياسة التجميع عبر منع وسائل الإعلام من الوصول مباشرة إلى الفرق العسكرية وبعض المناطق الجغرافية حيث كانت تُجمع لترافق القوات العسكرية الأمريكية وتؤخذ إلى مواقع يختارها الجيش الأمريكي ومن ثم يُسمح لها بمقابلة الفرق وغيرها أو القيام بمراقبة النشاط العسكري (كوكبورن Cockburn 1992، كوهين Cohen 1992، كومينجز Cumings 1992، فيالكا Fialka 1992، كيلنر Kellner 1992، ماك آرثر MacArthur 1992، نورشتيدت Nohrstedt 1992).

الإعلام وبناء السلام

بعيداً عن الانحياز الإعلامي والرقابة الإعلامية والمؤسسات الإعلامية التي تتوخى الربح والانتكال المتبادل بين الإعلام والحكومة والتنسيق بينهما، ما هي العوامل الكفيلة بأن تقوّض مكانة التميّز الإعلامي؟ هل من بدائل لأسلوب

عمل الإعلام يمكن لبناء السلام ممارسته وتطبيقه؟ طبعاً، تُعتبر صحافة السلام والصحافة التي تتأثر بالنزاعات طريقتين لوصف البدائل تقترنان بعبارات خاصة تفي بغرض توضيح الاحتمالات وحسب كما يرد في ما بعد.

صحافة السلام

تستخدم صحافة السلام الإعلام لتفسير أسباب العنف الجذرية وظروفه - سواء كانت هيكلية أو ثقافية أو دينية أو تقوم على موارد سياسية أو احتياجات معينة - وتأثيره في الأشخاص الذين يعيشون في مناطق النزاع. ورداً على إطار المشكلة القائم على الخوف المنتشر في وسائل الإعلام كافة (المفصل في القسم التالي)، تصوغ صحافة السلام القصص بطريقة تشجّع على تحليل النزاعات والردود السلمية. أما الصحافة الوقائية المرتبطة بصحافة السلام فتشجّع التغطية الاتقائية للنزاعات قبل تصعيدها والوصف الاستباقي لمقاربات بناء السلام من أجل تقليص حدّة الوضع قبل أن يسوء.

الصحافة التي تتأثر بالنزاعات

تحدث الصحافة التي تتأثر بالنزاعات الإعلام على إعداد التقارير وتحريرها وإنتاجها بطريقة يتم فيها أخذ المعايير التالية بعين الاعتبار: احتياجات الأطراف، والآراء العالمية، والمصالح المعلنة في النزاع (بدلاً من تقديم وجهة نظر واحدة فقط)؛ والأسباب المشتركة، والأهداف، والمصالح بين الأطراف (بدلاً من الاكتفاء بعرض ما يفرّق أطراف النزاع)؛ واحتمال بناء السلام الناشئ بين أطراف النزاع. وتبقى هذه الصحافة بمنأى عن اللغة التي تربط المراسل أو المحرر أو المنتج بطرف واحد من النزاع والكلمات العاطفية أو المبهمة والوصف غير الموضوعي للأطراف (استخدام لغة لوصف الناس يلجأ الناس بأنفسهم إليها) والآراء التي يتم عرضها كوقائع.

لنتوقف عند التقرير التالي حول موضوع القرصنة في الصومال الذي نشرته صحيفة فاينانشال تايمز Financial Times كمثال على البديل الذي قد تقدّمه صحافة تتأثر بالنزاعات. ففي 11 تشرين الثاني/نوفمبر 2008، نشرت الصحيفة الافتتاحية التالية. قم بمعاينة المقطعات الواردة أدناه الكفيلة بأن تُبعد أطراف النزاع عن بعضهم البعض (تم وضع خط تحت التعابير التي لا تتأثر بالنزاعات):

قرصنة القرن

نُشر في 11 تشرين الثاني/نوفمبر 2008، فاينانشال تايمز

"نادراً ما يمرّ أسبوع من دون أن تتخلله أخبار عن اختطاف القرصنة الصومال لإحدى السفن في خليج عدن. فإذا بالنداءات التي تتعالى إزاء الهجمات وأخذ الرهائن في القرن الأفريقي تدقّ ناقوس الخطر. ليست القرصنة بظاهرة جديدة العهد، فطالما كانت العصابات المجرمة تنتزع الكنوز في أعالي البحار منذ قرون. ولكنه ينبغي وضع حد للفوضى العارمة في الصومال التي تُعتبر من أكثر ممرات الشحن انشغالاً في العالم باتخاذ إجراءات دولية متفق عليها".

تلاقي قوتان بحريتان دوليتان، إحداهما بإدارة منظمة حلف شمال الأطلسي (الناتو) بعض النجاح بإلقائهما القبض على المجرمين. وهذا الأسبوع، قام الاتحاد الأوروبي بصياغة الخطط الرامية إلى إرسال فرق عمله الخاصة إلى المنطقة في نهاية العام.

تعمل العصابات الصومالية على امتداد واسع من المياه يغطي آلاف الكيلومترات التي يصعب احتواؤها. وفي الوقت نفسه، تُعتبر الصومال دولة فاشلة وضعيفة عاجزة عن اتخاذ الإجراءات المناسبة لمنع وقوع هذه الحوادث. وإلى أن تتمكن من التصدي لها، ما من رادع قد يحول دون ارتكاب هذه العصابات جرائم تدرّ لها فوائد ومكاسب جمة.

وفي الوقت الحالي، بمقدور القوات البحرية العاملة في المنطقة أن تعطل محاولات الاختطاف ولكن بعض الخبراء يحاولون أن يبرهنوا أن هذه القوات لا تتمتع بالأسس القانونية التي يمكنها أن تستند إليها لاعتقال هذه العصابات ومقاضاتها. وبالتالي، يفترض بمجلس الأمن التابع للأمم

المتحدة أن يبحث في مسألة إصدار قرار صريح وواضح حول الإجراءات العسكرية التي يمكن للحكومات اتخاذها ضد القرصنة.

لا يمكن للحكومات أن تتجاهل الأزمة الحاصلة في خليج عدن لأن غنائم القرصنة مرتفعة والمشكلة في طور التفاقم. وقد يأتي يوم تتسبب فيه هذه الظاهرة بكارثة بيئية خطيرة و/أو بموت عدد كبير من الأشخاص. لذلك، أن الأوان لاتخاذ الإجراءات الضرورية.

لاحظ كيف أن الكلمات التي وضع خط تحتها تصف الآراء المقولبة والإجراءات العنيفة ولا تفسح المجال للأطراف ليعبروا عن رأيهم بصراحة. من المهم لبناء السلام أن يكونوا بالغي الدقة في انتقاء الكلمات التي يختارون استخدامها في الإعلام. والآن لاحظ ردّ الكاتب على المقالة الافتتاحية المنشورة في صحيفة فاينانشال تايمز وقد حاول لفت الانتباه إلى الأسباب الجوهرية للنزاع وظروفه واحتياجات القرصنة وبعض الأساليب المتوفرة للردّ على حالة النزاع أو التدخل فيها.

الفقر وغياب الاستقرار السياسي والقرصنة الصوماليون
نُشر في 14 تشرين الثاني/نوفمبر 2008 في صحيفة فاينانشال تايمز
بقلم مايكل شانك

حضرة السيد الموقر،

يبدو جلياً أنكم تسيئون قراءة المشكلة بافتراضكم أن القرصنة الصومالية الواسعة الانتشار والمتواصلة بعيداً عن القرن الأفريقي هي قرصنة سلمية وضارية تخلو من الجوهر السياسي ويكمن حلها بكل بساطة في إرسال المذكرات وتضييق الطوق الأمني ("قرصنة القرن"، الافتتاحية المنشورة بتاريخ 11 تشرين الثاني/نوفمبر).

تعكس الحرب في خليج عدن الحرب الحاصلة على اليابسة. ففي السنتين الماضيتين، تسببت الحرب المستشرية في الصومال التي تشهها الفصائل الصومالية ضد الجماعات المسلحة الأثيوبية المدعومة من الولايات المتحدة بتشريد نحو مليون صومالي في إطار أسوأ أزمة إنسانية تلمّ بالبلاد منذ أوائل تسعينات القرن العشرين حيث لقي أكثر من 10000 مدني حتفه. ومع ارتفاع حدة الفوضى، قدّمت القرصنة فرصاً اقتصادية مربحة وواضحة في ظل عدد قليل من الحوافز المطروحة على اليابسة لأصحاب المشاريع الصوماليين الخارجين عن القانون. فلمّ البقاء على اليابسة ومحاربة قوات الاحتلال الأثيوبية عندما يستطيع المرء السيطرة على البحر والاستئثار بمغانمه؟

تعود أسباب القرصنة الصومالية إلى الفقر وغياب الاستقرار السياسي. لذا، يكمن حلّ القرصنة البحرية في تأسيس وتعزيز برنامج إنساني على اليابسة مع ضمان الإدارة الجيدة التي تتولاها الحكومة الاتحادية الانتقالية الصومالية. وبالنسبة إلى الحلّ الأول، يفترض بالغرب لمّ الشمل لأنه يملك الموارد ولا يحتاج إلا إلى إرادة التنفيذ. أما الحلّ الثاني، فمتوقّف بين يدي الصوماليين، يساعدهم فيه انسحاب فوري للقوات الأثيوبية من الصومال وتوقف التدخل الأمريكي.

يبدو أن القادة الصوماليين يسلكون هذا الاتجاه. ويبشر اتفاق السلام الذي تمت المفاوضات عليه مؤخراً في جيبوتي بين الحكومة الصومالية وقادة المعارضة وتعهد الحكومة الاتحادية الانتقالية الصومالية بتشكيل حكومة وحدة جديدة ومجلس وزراء، باقتراب سيادة الروح الديمقراطية في البلاد.

فليستتب الأمن على اليابسة أولاً ليستتب في البحار لاحقاً.

مايكل شانك،

مدير الاتصالات،
معهد تحليل وحل النزاعات،
جامعة جورج مايسون،
أرلينغتون، فيرجينيا، الولايات المتحدة

التذكير الأخير: يكمن الهدف الأساسي من صحافة السلام أو الصحافة التي تتأثر بالنزاعات ككلّ في استخدام بناء السلام للإعلام لتسليط الضوء على الاحتياجات البشرية الأساسية لكل أطراف النزاع، ما يُبقيك عرضة للمحاسبة في استخدامك للإعلام. لماذا؟ لأنه يحثك على أن تكون واعياً في انتقاء الكلمات خشية أن تقوّض احتياجات أي طرف في النزاع. ولا شك في أن تلبية الاحتياجات البشرية الأساسية للأطراف يضمن لغة محترمة وتحليلاً يوضح الأسباب والظروف والمواصفات التي تخدم كل الاحتياجات وليس احتياجات طرف واحد فقط.

القسم الثالث: فهم تأثيرنا في الإعلام

يقتضي التأثير في المقالات الإعلامية المكتوبة وتعديلها بما يتخطى المبادئ الأساسية وتقنيات صحافة السلام أو الصحافة التي تتأثر بالنزاعات، التغيير على المستوى الكلي عبر تعديل فن سرد القصص المنتشر في الإعلام. ولا يُعتبر هذا المسعى بالقليل وإنما يمكن العمل على تحقيقه ببطء مع مرور الزمن على المستويين الجزئي والكلي من خلال التنسيق مع بناء السلام. ويتوقف هذا القسم عند إطار المشكلة وبيّن آلية إدخال المقاربة البديلة لبناء السلام لحلّ المشاكل وتبريرها في وسائل الإعلام السائدة.

يتجه الإعلام نحو تسليط الضوء على العنف والنزاعات و"المشاكل" في حياتنا اليومية. ويزعج عدة بناء سلام من هذا الأمر ولهم كل الحق في ذلك. ولكن بعضهم يعتبر أن الإعلام ينتظر ببساطة أن تصله قصص إيجابية حول السلام أو أن الإعلام لا يملك ما يكفي من المصادر. وفي حالات محددة، يهتم الإعلام بالأراء البديلة والأفكار الطبيعية والعفوية التي تعبّر عن الاختلاف. وفي هذا السياق، يسعى أعضاء الشراكة العالمية لمنع النزاعات المسلحة إلى أن يكونوا مستعدين لتقديم آرائهم عندما تسنح لهم الفرص. ومع أن الإعلام يبثّ مساهمات بناءة من المجتمع المدني، إلا أنه لا ينتظر القصص الجيدة، وإنما يفضّل التركيز على إطار المشكلة (الذي تم تفسيره أدناه) الذي يتم بناء السلام ضمنه في وسائل الإعلام السائدة. ولكن هذا لا يعني بالضرورة أنه يفترض بعملية بناء السلام أن تعاني وإنما أن تكيف إطار الإعلام ليصبح مناسباً.

إطار المشكلة في الإعلام

يعرض القطاع الإعلامي بما يضمه من صحف وقنوات تلفزيونية وإذاعات قصة تتمحور حول مواضيع مخيفة - تتعلق مثلاً بإبادة جماعية أو حرب أو جريمة أو غيرها - يتم إنتاجها وعرضها بطريقة تظهر التعقيدات الاجتماعية كمشاكل بسيطة. أما أثر إطار المشكلة فيكمين في إنتاج خطاب يثير الذعر في النفوس ولكنه يُصيح في ما بعد مصدرأ يستفيد الجمهور منه عند تفسير التقارير اللاحقة. فُكر في خطاب الذعر الذي أنتجته الحرب على الإرهاب وانعكس أثره تعصباً إعلامياً وضرراً إعلامياً وانحيازاً إعلامياً. ويُظهر المثال التالي مدى فعالية الإعلام في نشر المواضيع التي تزرع الخوف: في تقرير نشرته صحيفة لوس أنجلوس تايمز اليومية (في 1994/11/9)، كشف أن 78 بالمئة من الأمريكيين يشعرون بأنهم في خطر اليوم أكثر مما كان عليه أهلهم قبل 20 عاماً بسبب تغطية أخبار الجرائم علماً بأن إطار المشكلة يميل إلى تعزيز نفسه بنفسه ذلك أن الخوف من خطر محتمل في البيئة الاجتماعية يحثّ الناس على البقاء داخل منازلهم حيث تتعزّز مخاوفهم لدى مشاهدة المزيد من البرامج (إطار المشكلة) التي تركز على مواضيع مخيفة (Gunter، 1987).

إطار بناء السلام الإيجابي/الموجه نحو إيجاد الحلول

يجب أن يحترس بناء السلام من العمل في إطار المشكلة القائم في الإعلام. وقد يظن الكثيرون أن بناء السلام ساذجون عندما يطرحون مفاهيم مثل "بناء السلام" أو "الحوار" أو "دبلوماسية المسار الثاني" أو "إجراءات بناء الثقة" أو "بناء قرارات المجتمع المدني" أو "ورش عمل لإيجاد الحلول للمشاكل". وقد لا تُترجم اللغة التي يستخدمها بناء السلام بشكل فعال في التعبير الإعلامي والمواضيع التي يعالجها. أما مهمة بناء السلام فتكمن في الحفاظ على نزاهة توصياتهم عند ترجمتها لتتناسب مع الإطار الإعلامي الحالي. ولكن هذا لا يعني أنهم بحاجة إلى قبول الخطاب التهميشي (مثلاً الإرهابيين، الأعراب، إلخ.) وإنما أنه يفترض بهم الانتباه والمراقبة وإيجاد الطرق التي تناسب رسالتهم وتسمح لهم بإدراجها في الإطار الإعلامي المحلي أو الإقليمي أو الوطني أو الدولي.

ورقة العمل رقم 3: إعادة تحديد إطار المشكلة

الخطوة الأولى: اختر قصة منشورة في إحدى المطبوعات تعرض مشكلة أو نزاعاً بعبارات مناوئة ومفعمة بالخوف والاستحالة. يكمن الهدف من هذا التمرين في تزويد بناء السلام بعين الناقد التي تمكنهم من قراءة ما يرد في الإعلام وفهمه.

إطار المشكلة الإعلامي: أملاً الفراغ أدناه بنص قصة نشرتها إحدى المطبوعات تم فيها عرض إطار المشكلة بطريقة تبيّن الخوف في النفوس. قم بتحديد الكلمات أو الجمل التي تثير الخوف أو تزيده في نفوس القراء. كيف تم عرض المشكلة؟ هل تم عرضها من خلال الإشارة إلى الأطر الدينية أو القصص الخرافية؟

الخطوة الثانية: أما الآن فخذ القصة نفسها (المشار إليها أعلاه) وقم بإعادة كتابتها بكل وقائعها الضرورية ولكن بطريقة يفهمها بناء السلام ويفضلونها. يُعتبر هذا التمرين الخطوة الأولى الأساسية لترك الإعلام أثراً إيجابياً على حالة النزاع.

إطار بناء السلام المتوجه نحو إيجاد حلّ: قم، في الفراغ أدناه، بإعادة كتابة المقالة أعلاه باستخدام إطار بناء السلام الإيجابي الموجه نحو إيجاد الحلول. ولاحظ الفرق بين طريقة فهم القصة وأسلوب عرضها. كيف يُمكنه أن يغيّر الإطار الذهني للقارئ؟ هل سيخفف من خوفه ويشجعه على المشاركة البناءة؟ فكر في الأثر الذي يتركه هذا التغيير في الأطر الإعلامية على حالات النزاع.

القسم الرابع: الاستجابة للنزاعات عبر الإعلام المطبوع والإلكتروني

الآن وقد أصبحت على بيّنة من القاعدة النظرية الراسخة لتحليل النزاعات والاستجابة لها فضلاً عن القوى والأطر التي تؤثر في التقارير الإعلامية، بات يمكنك أن تتعلم كيفية التعامل مع الإعلام بغية إيصال قصصك وتحليلاتك وتوصياتك بدءاً بمنطق الكتابة في الإعلام المطبوع، وصولاً إلى منطق سرد الأخبار في قنوات التلفزة والإذاعات والصحف.

لم تُعتبر الكتابة للإعلام بالغة الأهمية؟ لقد أُدرجت في رأس القائمة في هذا القسم ويعتبرها مؤلف الدليل بالغة الأهمية لسبب بسيط هو أنك تمتلك القدرة على التحكم بالرسالة التي توجهها في التعليق المكتوب. ولكن عند إجراء مقابلة معك مخصصة للإعلام المطبوع أو التلفزيون أو الإذاعة، قد يقوم المرسل أو المحرر أو المنتج باجتماع أو تحويل أو إخراج كلماتك من سياقها الفعلي، فيبدو تصريحك وكأنك لم تقصد الإدلاء به. ولكنك تستطيع التحكم بالصياغة الدقيقة للنص عبر التعليق الكتابي الذي يمنحك السيطرة القصوى على الرسالة ويسمح لك بالتغيير في الرواية والإطار، وهو أمر متعارف عليه في عالم الإعلام حيث أن اقتباس الأقوال يتم ضمن الإطار الإعلامي الموجود مسبقاً (إطار المشكلة).

الكتابة الموجهة للإعلام

تُعتبر المعايير الرئيسية التالية من المستلزمات الضرورية لكتابة تعليق فعال ينشر في معظم الصحف المنتشرة في أنحاء العالم كافة علماً بأن غالبية الصحف المحلية والإقليمية والوطنية والدولية في العالم تنقيد بالنصائح الواردة أدناه والموجهة إلى مقالات الرأي بشكل أساسي (وهي مقالات تطرح آراء مقابلة للافتتاحيات، فيكون تعليقك معارضاً للتعليق الصادر عن محرري الصحيفة) التي تنطبق على صياغة رسالة موجهة إلى المحرر، وإنما مع تخفيض عدد كلماتها ليصل إلى 200.

أما الآن، فسنبداً بنصيحة التعقيب بمقالة رأي تُنشر في صحيفة محلية أو وطنية أو دولية.

تابع الأخبار بشكل يومي

التوقيت دقيق. يوفق بناء السلام في مساعيهم بمتابعتهم للأخبار اليومية واستجاباتهم الفورية لأن الأخبار تتغير بسرعة كبيرة لدرجة أن الردّ الكتابي يصبح غير صالح للنشر بعد بضعة أيام فقط. كلما كانت المقالة قصيرة، كان ذلك أفضل. كثيراً ما يشعر بناء السلام بضرورة إظهار مدى تعقيد حالة النزاع. لذا، يلجأون إلى كتابة 1000-1400 كلمة. ولكن المساحة المتوفرة في معظم الصحف محدودة ولا وقت للمحررين ليقصروا المقالة. بما أنك من بناء السلام، لا تستطيع حلّ كل أسباب النزاع الأساسية بمجرد 750 كلمة، حتى إن كنت ترغب في القيام بذلك. لذا اكتف بعرض حجة واحدة بشكل واضح ومقتنع. وإذا لم تستطع شرح رسالتك الرئيسية في عبارة أو عبارتين (على طريقة الخطاب الموجز)، فهذا يعني أنك تغطي عدة مواضيع في آن واحد.

اكتب مقالة تتراوح بين 700 - 750 كلمة

اختر حجة ومن ثم قم بإثباتها

يراجع المحررون يومياً مقالات رأي لا تعدّ ولا تُحصى ولا متسع لديهم من الوقت لمراجعة مقالاتك. أضف إلى أنك لا تملك سوى 10 ثوان لجذب انتباه أي قارئ منشغل. لذا، يجدر بك ألا تضيّع الوقت في المقدمات القابلة للتأويل أو التي يقتصر فهمها على فئة معينة وإنما من الأفضل أن تدخل في صلب الموضوع وتقتنع القارئ بأن هذا المقال يستحق كل دقيقة من وقته الثمين الذي سيُضيه في القراءة.

ابدأ مباشرة بالحجة الأساسية

اعتمد على عامل "ماذا بعد؟"

ضع نفسك مكان الشخص المشغل الذي يقرأ مقالتك، واطرح في نهاية بعض الفقرات السؤال التالي على نفسك: "ماذا بعد؟" يجدر بك أن تكون قادراً على الإجابة على هذا السؤال. وفي العادة، يكون استقطاب الاهتمام للمصلحة الذاتية أكثر فعالية من مصطلحات بناء السلام المجردة.

تقدّم بتوصيات لبناء السلام

تمثل مقالات الرأي رأيك الخاص كأحد بناء السلام في الطريقة التي يجب اتباعها لتحسين المسائل. لا تكثف بمجرد التحليل. في مقالات الرأي، يجب أن تتقدّم بالتوصيات ومنها على سبيل المثال سبل حماية البيئة في ولاية فيرجينيا أو آليات تغيير سياسة البيت الأبيض الخارجية. ينبغي أن تكون دقيقاً وواضحاً لأنه يتوجب عليك أن تقوم بخطوة أبعد من مجرد اقتراح تسوية للخلافات بين الأطراف المتعارضة.

أخبر القصص إن أمكن

يتذكر القراء التفاصيل النابضة بالحياة أكثر من الوقائع الجامدة. وبالتالي، عند كتابة مقالة الرأي، ابحث عن أمثلة استثنائية من منطقة النزاع (ما الذي نجح وما الذي لم ينجح) تبيّن الحياة في حجتك.

استخدم الجمل والفقرات القصيرة

أنظر إلى المقالات في الصحف المحلية أو الوطنية وقم بتعداد الكلمات في كل جملة. قد تجد عبارات قصيرة جداً لذلك يجب أن تتبع الأسلوب نفسه عبر الاعتماد على الجمل البيانية البسيطة وتقسّم الفقرات الطويلة إلى فقرتين أو أكثر.

اكتب بصيغة المتكلم

عندما تكتب مقالة رأي، استخدم صيغة المتكلم عندما تكون مناسبة. فإن عدت للتو من منطقة تسودها النزاعات، قم بوصف حالة زميل من زملائك. أما إن عملت مع جماعات فقيرة في الولايات المتحدة، فأخبر قصصها لتأمين الشواهد على حجتك.

استبعد مصطلحات بناء السلام

لا تتقدّم بأي معلومة تشكّ فيها. فلا تعني اللغة السهلة التفكير العادي وإنما مراعاة القراء الذين لا يمتلكون خبرتك في بناء السلام ويجلسون غير متنبهين بشكل كامل في غرفة العمل أو على طاولة الطعام أو أمام شاشة الكمبيوتر.

إلجأ إلى صيغة المعلوم لا المجهول

لا تكتب: "يؤمل أن تقوم الحكومة ب..." وإنما "أمل أن تقوم الحكومة ب..." لطالما كانت صيغة المعلوم أفضل من صيغة المجهول وأسهل على القراءة لأنها لا تترك مجالاً لمن يأمل أو يوصي أو يقوم بأي فعل آخر.

لتكن الخاتمة مؤثرة

كما تتحلّى الافتتاحية المتينة أو "مقدمة المقالة" بالأهمية لأنها تشدّ انتباه القراء، يتمتع الملخص النافذ لموضوعك في الفقرة النهائية بالأهمية نفسها لأن عدداً من القراء يتصفحون العناوين الرئيسية على عجل ومن ثم يقرأون بسرعة عمود الافتتاحية وبعدها الفقرة الأخيرة والعناوين الثانوية للمقالة.

استرخ واستمتع

يأخذ عدد كبير من بناء السلام مقالة الرأي على
محمل الجد، ما يقلق محرري الصحف من
المقالات الخطيرة.

ملاحظات الكاتب

تفتقد مقالات الرأي التي يضعها بناء السلام إلى
ثلاثة عناصر (وقد أعطى مؤلف هذا الدليل ما
يكفي من الدروس للخريجين حول "الكتابة
الموجهة للإعلام" ليشهد على هذا الأمر) هي
غياب الموضوع الواحد الجلي في البداية، وغياب
الهيكلية الواضحة، وصعوبة اللغة المستخدمة.

هيكلية مقالات الرأي

بالاستناد إلى "ملاحظات الكاتب" الواردة في القسم السابق كنقطة البداية، يجدر تحديد الهيكلية المثالية لمقالات الرأي
وتكرارها (كلما كان ضرورياً بما أنه يصعب على الكاتب تذكرها). ويذكر الجدول الوارد في الصفحة التالية المبادئ
الأساسية لهيكلية مقالة الرأي معتمداً على مقالة الرأي المنشورة في صحيفة غوارديان Guardian والمكتوبة بقلم
مايكل شانك وشكرية ديلاوار والمعنونة "التنبه للحقائق الأفغانية" كنموذج لاستخدام هذه الهيكلية.

الجدول 1: الهيكلية المثالية لمقالة الرأي

<p>المثال مقتطفات من مقالة رأي بقلم مايكل شانك وشكرية ديلاوار</p>	<p>الهيكلية المثالية لمقالة الرأي اطلع على هذه الهيكلية قدر ما هو ضروري حتى يصبح استخدامها أمراً طبيعياً</p>
<p>لا بدّ من أن تبوء السياسة الأمريكية القائمة على "مجالس الصحوة" والمعتمدة في العراق بالفشل إذا ما اتبعت على الحدود الأفغانية – الباكستانية.</p>	<p>الموضوع الرئيسي يُستحسن تحديد موضوعك الرئيسي وتبسيط الضوء عليه في الفقرة الأولى أو الثانية من مقالة الرأي</p>
<p>أولاً، لا يخفى أن مصداقية مفهوم المجلس مشكوك فيها في أفضل الأحوال.</p>	<p>البيان الأول الداعم بيان يدعم الموضوع الرئيسي</p>
<p>ثانياً، نادراً ما تساعد القوى المحركة القبلية في المناطق الحدودية بين أفغانستان وباكستان هذه المجالس.</p>	<p>البيان الثاني الداعم بيان يدعم الموضوع الرئيسي</p>
<p>ثالثاً والأهم، ينبغي إرساء أسس حقيقية ومستدامة تحل مكان اصطفاة المجالس القصير الأمد بغية القضاء على العنف في المناطق النائية في جنوب آسيا.</p>	<p>البيان الثالث الداعم بيان يدعم الموضوع الرئيسي</p>
<p>لا بدّ من وضع استراتيجيات سياسية واقتصادية جديدة لكبح جماح الاضطرابات المتزايدة...</p>	<p>توصيات/حلول محددة</p>
<p>نأمل أن يلوذ أوباما بصحوة وحيدة تُهديه وتقنعه بضرورة التحلي بحكمة الاحتراس إزاء أسلوب أمريكا العسكري واستعدادها لاستخدام شكل اللطف من أشكال القوة الأمريكية.</p>	<p>نهاية قوية من المفضل أن تغطي النهاية، قدر الإمكان، البداية أو أن تُشير إلى بعض المواضيع التي تم التطرق إليها في بداية مقالة الرأي</p>

مثال على مقالة الرأي

تمت إضافة المثال التالي عن مقالة الرأي لإظهار حسن استعمال الموضوع المطروح في الفقرة الأولى (موضوع واحد يُعالج بطريقة جيدة) والهيكلية السليمة (من خلال استخدام "أولاً وثانياً وثالثاً") وعرض حلول محددة فضلاً عن التقيّد بالتوصيات المدرجة أعلاه.

التنبّه إلى الحقائق الأفغانية

بقلم مايكل شانك وشكرية ديلاوار

صحيفة غوارديان في 3 كانون الأول/ديسمبر 2008

مع الإبقاء على روبرت غيتس في منصب وزير الدفاع الأمريكي، يُشير الرئيس الأمريكي باراك أوباما إلى أن أسلوب عمل البنّتاغون سيتغيّر قليلاً. وتتوقّر حجج مؤيدة وحجج معارضة لهذا التغيير وإنما الأخبار السارة تكمن في تطبيق العبر المستخلصة من إدارة الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش من الآن فصاعداً، ما سيحقق نتائج فعالة من الناحيتين الاستراتيجية والعملية. أما الأخبار السيئة فهي أنه برئاسة الجنرال ديفيد بترايوس المعين مؤخراً على رأس القيادة المركزية الأمريكية، ستصدّر تجربة "مجالس الصحوة" من العراق إلى الحدود بين أفغانستان وباكستان. ولا بدّ من أن تبوء هذه السياسة – وهو أمر حاول وزير الدفاع الأمريكي السابق دونالد رمسفيلد أن يثني عنه – بالفشل إذا ما اتبعت على الحدود الأفغانية – الباكستانية.

أولاً، لا يخفى أن مصداقية مفهوم المجلس مشكوك فيها في أفضل الأحوال. وقد تمت متابعة تأسيس المجالس في العراق مع أبناء السنّة المشكورين في مقاطعة الأنبار بهدف جذب المتمرّدين من أهل السنّة وإبعادهم عن جماعة تنظيم القاعدة. كما تم نقل الأموال والعناد بشكل مباشر إلى القادة المحليين وفق تقدير القيادة المركزية الأمريكية. ولم يكن مفاجئاً أن يعلن أبناء العراق الولاء إلى مقدّم السعر الأعلى بما أن الأجور من المصادر الأمريكية كانت أكثر ربحية بالنسبة إليهم. وقد أعلن الكونغرس في واشنطن هذه الإستراتيجية لا سيما أنه سئم من الحروب وبات متعطشاً إلى سماع أخبار جيدة. ولكنه أساء فهم هذا الولاء الجديد عندما اعتبره دعماً للقضية الأمريكية.

إلا أن المجالس قطعت كل روابطها مع تنظيم القاعدة بسبب الخلافات الناشئة حول الإيديولوجيا المعتمدة وأساليب محاربة الحكومة الشيعية في بغداد (هل ينبغي شنّ الهجمات على المدنيين أم على المسؤولين؟) واتجاه التمردّ والخاوف المعلنة حيال آثار الحرب على المدنيين. ولكن أمريكا لم تكن مهتمة بهذه الشؤون كثيراً، وإنما انصاعت وراء الربح القصير الأمد مهملة تأثير المجالس الطويل الأمد على القيادة العراقية اللامركزية.

يعني تطبيق الرئيس أوباما اتفاقية وضع قوات حفظ السلام التي أبرمت مؤخراً بين الحكومتين الأمريكية والعراقية انسحاب القوات الأمريكية من المدن العراقية في العام 2009 ومن العراق بأسره في العام 2011 ولكن أيضاً ترك بغداد تحت سيطرة حكومة مركزية شيعية وإبقاء المحافظات معقلاً للسنّة الذين يقدمون الدعم لها من الناحيتين العسكرية والمالية. ولكن هذه الإجراءات تشكل معاكسة للدينامية المذهبية التي اندلعت قبل الغزو عندما كان أهل السنّة يتحكمون بالسياسة في بغداد وكان الشيعة مهمشين وجُلّ ما كانت تفعله المجالس هو زيادة هذه الضغوط.

ثانياً، نادراً ما تساعد القوى المحرّكة القبلية في المناطق الحدودية بين أفغانستان وباكستان هذه المجالس.

إن وضوح خيار المحاربة لصالح القاعدة أو أمريكا في محافظة الأنبار، غائب في المناطق القبلية الواقعة بين أفغانستان وباكستان. ويسارع المواطنون المتعدّدو الإثنيات المتواجدون على الحدود ولا سيما من قبيلتي باشتون وهزار أو من المهاجرين من التاجيك والأزبيك إلى القيام بأعمال فوضى إن أراد الأمريكيون تكوين قوة إثنية منشددة. ونظراً إلى الغارات الجوية التي تشنها أمريكا والتاريخ الحافل ببرامج إمبريالية استنفدتها على الصعيد المحلي كل من القوات الأمريكية

والبريطانية، يشمئز عدد كبير من السكان المحليين من التدخل الأمريكي والأجنبي ولا شيء يحلمهم على تغيير رأيهم لا المال ولا العتاد.

ثالثاً والأهم، ينبغي إرساء أسس حقيقية ومستدامة تحل مكان اصطفايف المجالس القصير الأمد بغية القضاء على العنف في المناطق النائية في جنوب آسيا.

يستلزم الحلّ الأمني أكثر بكثير مما يمكن للتحالفات العسكرية أن تحشده. وإن لم يكن أوباما يتخذ حذره، فقد يتسبب جيشه المعزّز في أفغانستان والموجه لضرب باكستان بنتائج عكسية كما حصل في ظل إدارة الرئيس السابق بوش. وبهذا، تقدّم هيمنة قوة الإكراه القليل وتنتفر الأفغان وتمدّ الطالبان بمجنّدين جدد علماً بأن عدد الطالبان ازداد تحت إدارة بوش وترافق ذلك مع تحالف بعض العناصر مع تنظيم القاعدة والمجاهدين الأجانب تحت راية القضية المشتركة الرامية إلى إجبار القوات الأجنبية على الانسحاب.

لذا، لا بدّ من إرساء استراتيجيات سياسية واقتصادية جديدة لوضع حد للاضطرابات المتزايدة. وعلى المدى القصير، يفترض بالجهود المبشّرة بالأمن أن تركز على إدخال عناصر معتدلة تنتمي إلى جماعة طالبان في صفوف الجماعة السياسية. ويدرك روبرت غيتس هذه المسألة التي تقتضي إعادة التفكير ملياً في شكل "أفغانستان الديمقراطية" في مسعاها لمكافحة الإرهاب وإحلال السلام في المنطقة.

وبالتزامن مع هذه الإجراءات، لا بدّ من توفير حجة إقناع لتعزيز الحكم الرشيد واحتواء زراعة المخدرات وتعزيز إعادة الإعمار والتركيز على بناء دولة. كما أن تعهد الرئيس أوباما بمنح مساعدات اقتصادية ولكن غير عسكرية بقيمة مليار دولار أمريكي إلى أفغانستان تساوي وبالكد تتخطى ما نادى به وزيرة الخارجية السابقة كوندوليزا رايس، يبقى غير كاف بكل بساطة. (وقد تم اقتراح منح المبلغ نفسه إلى باكستان). ومن المعروف أن واقع المضائق رهيب عند الحدود بين أفغانستان وباكستان ونسبة البطالة مرتفعة جداً إذ تبلغ 80 بالمئة ويعيش المواطنون على أقل من دولار واحد باليوم. وما لم تكن أمريكا مستعدة للتركيز على جذور الاضطرابات القبلية أي الفقر والبطالة والأمية، فستبقى البلاد ميداناً خصباً لتجنيد الطالبان تتلقى جرعتها اليومية من الغارات الجوية الأمريكية.

ينبغي ضخ دم جديد في البنتاغون أو وضع استراتيجية جديدة تتعلق بالحدود مخافة أن يستمر أوباما في اتباع السياسات الفاشلة التي اتبعتها إدارة بوش في أفغانستان وباكستان. وبما أن وزير الدفاع الأمريكي غيتس والجنرال بترابوس موجودان ليقيا في منصبيهما، نأمل أن يلود أوباما بصحوة وحيدة تُهديه وتقنعه بضرورة التحلّي بحكمة الاحتراس إزاء أسلوب أمريكا العسكري واستعدادها لاستخدام شكل أطف من أشكال القوة الأمريكية.

يشغل مايكل شانك منصب مدير الاتصالات في معهد تحليل وحل النزاعات التابع لجامعة جورج مايسون. أما شكرية ديالوار فهي طالبة أفغانية تخرّجت من المعهد المذكور أعلاه.

Guardian.co.uk غوارديان نيوز أند ميديا ليمتد 2008 (Guardian News and Media)
(Limited 2008)

مثال على الرسالة الموجهة إلى المحرر

أضفنا نموذج الرسالة التالية الموجهة إلى المحرر أدناه لإظهار حسن استخدام الرد على مقالة نشرت سابقاً في صحيفة فاينانشال تايمز Financial Times لم تُعرض فيها الوقائع كافة. وتستند هذه الرسالة إلى المقالة المذكورة كنقطة انطلاق ومن ثم تُضيف (أو توضّح) بعض المعلومات ضمن هيكلية جلية. وفي هذا الصدد، تذكر الرسالة موضوعها الأساسي بشكل واضح في الفقرة الأولى وتدعمه في الفقرتين الثانية والثالثة ومن ثم تعرض حلولاً محددة في الفقرتين الأخيرتين وتبرز خاتمة متينة تتضمن ملاحظة ملفتة للنظر في النهاية.

المطلوب تدخّل رفيع المستوى من أمريكا وبريطانيا إزاء إيران

بقلم مايكل شانك

فاينانشال تايمز

1 تموز/يوليو 2008

أيها السيد المحترم، دعنا نفكر لبرهة في استحقاقات التدخّل ("خطوة صغيرة: إعلان بيونغ يانغ النووي ليس مفاجئاً"، الافتتاحية، بتاريخ 27 حزيران/يونيو). تتوفر ثلاثة إنجازات ناجحة في العام 2008 لا بدّ من التوقف عندها.

إن الهجوم الدبلوماسي المتواصل للسفير الأمريكي كريستوفر هيل على سياسة الانعزال المشهورة والبعيضة التي تتبعها كوريا الشمالية كشف أخيراً عن بعض الانفراجات المبشرة بالحلول، بعد أن كانت محفوفة بالنزاعات. وقد أفضى التدخّل الطارئ في الساعة الحادية عشرة في كينيا لأمين عام الأمم المتحدة السابق كوفي أنان والمفاوضات التي أجراها إلى إبرام اتفاق ما بعد الانتخابات بين الحكومة والأطراف المعارضة، ما اعتبر أمراً مستحيلاً وسط أجواء مشحونة بالعنف. أما الاجتماعات التي يُجريها أمين عام الأمم المتحدة الحالي بان كي مون مع قيادة المجلس العسكري المتعنتة في ميانمار فقد شرّعت الأبواب أمام عمليات تسليم المساعدات الأساسية.

وفي الحالات الثلاث، كان التدخّل الرفيع المستوى بمثابة الدافع نحو دبلوماسية فعالة لأن أصحاب المقامات الرفيعة الذين تدخلوا قدّموا الاعتراف بالمساواة والأهمية لأشخاص كانت قلوبهم وعقولهم بأمسّ الحاجة إلى الفوز.

إن العبرة الموجهة إلى إيران واضحة. وفي هذا الخصوص، يتوجب على الولايات المتحدة والمملكة المتحدة إرسال أي ممثل رسمي يحتلّ مكانة رفيعة المستوى لمعالجة القضية. ففي المفاوضات النووية التي حصلت في الأونة الأخيرة، أرسل وزير الخارجية البريطاني أشخاصاً تابعين له في حين أن الولايات المتحدة لم ترسل أحداً على الإطلاق. ألم نتعلّم شيئاً من السيد هيل أو السيد أنان أو السيد بان؟ وكان هذا فقط في العام 2008. ويمكننا التغاضي عن إجراء الرئيس الأمريكي رينشارد نيكسون منذ عدة سنوات خلت محادثات مع البلد العدو أي الصين أو إجراء الرئيس الأمريكي جون كينيدي محادثات أيضاً مع البلد العدو أي روسيا.

بالنسبة إلى إيران، من المحتمل أن يكون الاعتراف بها هو الذي سيفي بالغرض ويحقق النتائج المرجوة. ولعلّ هذا الأمر هو أكثر ما يُخيف أمريكا.

مايكل شانك،

مستشار العلاقات الحكومية

معهد تحليل وحل النزاعات،

جامعة جورج مايسون،

أرلينجتون، في إيه 22201، الولايات المتحدة الأمريكية

النشر في الإعلام

قد تكون متلهفاً الآن لكتابة أول أو ثاني أو ثالث مقالة رأي. ولكن قبل أن تفعل، ينبغي أن تتأكد من وسيلة الإعلام التي سنتشرها. وهذا الأمر بالغ الأهمية لأنه يفترض بك أن تعرف إلى أي جمهور تتوجّه علماً بأن بعض الصحف لا تقبل بمقالات الرأي غير الموصى بها. وعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة، تختلف مقالة الرأي (من حيث المحتوى والأسلوب) إن كانت ستصدر في صحيفة محلية أو توزع في الولايات كافة. لذا، يجب أن تفكر دائماً في الصحيفة التي تنوي أن تنشر مقالتك فيها بما أن هذا سيؤثر مباشرة في أسلوبك في الكتابة.

تطلب منك غالبية الصحف أن تحظى بروابط محلية أي أن تعمل على الصعيد المحلي وتعيش محلياً ويكون لديك زملاء محليين لأن محرريها يحرصون على نشر مقالات تهمّ قراءهم. لهذا السبب، إن كنت من السكان المحليين، يكبر احتمال أن تهتمهم مقالتك أكثر مما لو كنت لا تملك أي روابط شخصية أو مهنية محلية.

إرسال مقالة الرأي:

يمكنك أن تكتشف عنوان البريد الإلكتروني (تطلب معظم الصحف تقديم مقالات الرأي عبر البريد الإلكتروني وأحياناً الفاكس ونادراً البريد البيئي) الذي تتلقى الصحيفة عليه المقالات عبر البحث عنه على شبكة الإنترنت. تدرج أكثرية الصحف عنوان البريد الإلكتروني المخصص لإرسال مقالات الرأي على موقعها الإلكتروني. وكثيراً ما يكون عنوان البريد الإلكتروني سهلاً مثلاً oped@washpost.com أو oped@arabnews.com، الخ.

يهتم المحررون بحقوق النشر، فلا يصدر عنك مقالاً (أو رسالتك الموجهة إلى المحرر) إلا إن كانوا متأكدين تماماً من أنك لم تتعهد بنشرها في صحيفة أخرى. من المستحسن أن تبدأ بصحيفة ومن ثم تنتقل إلى أخرى، بدلاً من إرسال مقالتك إلى أكثر من صحيفة في الوقت نفسه.

تتألف الرسالة الموجهة إلى المحرر من 200 - 250 كلمة (يختلف الطول المحدد من صحيفة إلى أخرى. لذا، يجب التحقق من هذا الأمر مع الصحيفة المعنية). تكون الرسالة عادة رداً مباشراً على مقالة سبق أن نشرتها الصحيفة. ومن البديهي أن تزيد فرص نشر رسالتك إن قمت بالرد مباشرة (مثلاً في اليوم الذي نُشرت فيه المقالة).

توجيه رسالة إلى المحرر:

يفترض بكل رسالة أن تُحدد المقالة التي تردّ عليها. فعلى سبيل المثال: أيها السيد، إن مقالتك المؤرخة بتاريخ 2008/10/1 والمعنونة "أزمة غزة تتضح" تتجاهل تحديد...

يمكن إيجاد عنوان البريد الإلكتروني على موقع الصحيفة على شبكة الإنترنت. وإن لم يكن متوفراً مباشرة، اتصل بكل بساطة بالصحيفة وسيعطونك إياه عبر الهاتف.

نصيحة تتعلق بالرسائل الموجهة إلى المحرر: قد تكون نسخاً مختزلة عن مقالاتك شرط ألا تكرر نفسك حرفياً. لهذا السبب، فكر في كتابة نسخة أقصر كي تتمكن من استخدام التحليل الحالي الذي اكتسبته من كتابتك لمقالات الرأي.

بعد إرسال مقالة الرأي، لا تتردد عن الاتصال برؤساء التحرير (تكون بيانات الاتصال بهم متوفرة على موقع الصحيفة الإلكتروني أو يمكنك الاتصال برقم هاتف الصحيفة) لتضمن وصول مقالتك.

متابعة الإرسال

تملك معظم الصحف رداً آلياً على البريد الإلكتروني يُعلمك بالطريقة/بالوقت الذي ستحصل فيه على إجابة. احترس كي لا تزعج محرري مقالات الرأي كثيراً لأنهم مضطرون لمراجعة نحو 100 مقالة في اليوم (حسب الصحيفة طبعا).

إعادة إرسال مقالة الرأي

إن رفضت صحيفتك المفضلة نشر مقالتك، خطب لإرسالها إلى صحيفة أخرى مع إجراء التعديلات والتصحيحات الضرورية لتعكس آخر المستجدات.

المدونات والإعلام الإلكتروني

سرعان ما تحولّ الإعلام الإلكتروني إلى الوسيلة المفضلة للاتصال نظراً إلى سهولة الوصول إليه وتكلفته المعقولة فضلاً عن انتشاره الدولي. وبات مجتمع الإعلام المطبوع يخشى على نفسه من الزوال بسبب تأثير هذا الشكل الجديد من الإعلام وانتشار استخدامه. ولعلّ هذا التطور إيجابي لأن الإعلام الإلكتروني يمتنع بمساحة كبيرة من الحرية وتبقى تكلفة نشره أقل من تكلفة الإعلام المطبوع ويسلم زمام إدارة الإعلام إلى الناس، مما يحول دون السيطرة على القطاع على أساس الملكية المحدودة (وهي ممارسة منتشرة في أواسط الإعلام المطبوع). كما أنه يمكن استخدام الإعلام الإلكتروني لأهداف متعددة. يرد أدناه نموذج عن وظائف الإعلام الإلكتروني:

التدوين

إن التدوين (وأصل الكلمة بالإنجليزية web-logging) وسيلة متدنية الثمن وكثيراً ما تكون مجانية لنقل تحليلك للنزاعات وتوصياتك واقتراحاتك من الحلو إلى العالم الخارجي. ومن أبرز منافعه أنه يمنحك في معظم الحالات (ما لم تخضع للرقابة التي تفرضها الحكومة) سيطرة كاملة على ما تنشره. أما جوانب المدونات السلبية التي يجدر بك الاطلاع عليها فتكمن في عدم المحافظة على بعض المدونات بشكل صالح أو إعطائها المشاهد انطباعاً بأن المؤسسة غير مكونة بشكل متين (ولا سيما إن تم تصميم المدونات بشكل بسيط أو لم تتم صيانتها بشكل منتظم). ينبغي أن تكون على اطلاع على ما يتم نشره على مدونتك. أضف إلى ذلك، يسهل نشر تعليقات غير معدلة على المدونات، ما يؤدي أحياناً إلى ظهور تعليقات غير لائقة أو متهورة أو حتى عدوانية. إن قررت أن تكتب مدونة، تأكد من مراقبة المسار بأكمله لتضمن جودة تحليل النزاع واقتراح حلول تتماشى مع معايير المؤسسة التي تنتمي إليها. وستجد أدناه نماذج عن مواقع مجانية للمدونات يتوجه بعضها إلى فئة معينة من الإعلام وغيرها إلى فئة معينة من الجمهور.

المدونات المجانية (الموجهة إلى المدونات الكتابية)

<https://www.blogger.com/start>

<http://wordpress.com/>

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

<http://blog.com/>

<http://www.bravenet.com/webtools/journal/>

المدونات المجانية (الموجهة إلى الرسائل النصية والتدوين المرتبط بالكاميرات)

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

المدونات المجانية (الموجهة إلى شبكات المعلومات)

<http://multiply.com/>

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

المدونات المجانية (الموجهة إلى التدوين الفيديوي)

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

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

المدونات المجانية (الموجهة إلى المرئين)

<http://edublogs.org/>

أرشفة الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع

كثيراً ما يستعمل مؤلف هذا الدليل الإعلام الإلكتروني لأرشفة مقالاته. وإن تصفحت موقع www.michaelshank.net لاطلعت على الطريقة التي يلجأ إليها لنشر مقالات الرأي والرسائل التي يوجهها إلى المحررين فضلاً عن المقابلات التي أجراها على التلفزيون وعلى الراديو. فما الهدف من كل هذه الإجراءات؟ إن الأرشيف الإلكتروني أشبه بمكتبة تسمح للمؤلف بأن يستعيد تحليلاته بسهولة ويقنع القارئ أو المشاهد بأنه محلل متمرس في عدة مواضيع. وبهذا، يقدم لك مفهوم الأرشفة فرصة أن تجمع كل تحليلات مؤسستك في موقع واحد على شبكة الإنترنت (المطبوعة والمرئية والمسموعة) وتعرض تحليلاتك الكاملة بشكل فعال ونجاح وتضمن لك الاحتفاظ بتحليلاتك طوال مسيرتك المهنية لأن عدة وكالات أنباء لا تحتفظ بأرشيف للإعلام المطبوع والمرئي والمسموع.

يمكن للموقعين Google.com و YouTube.com أن يستضيفا الأشرطة المسجلة مجاناً فيما ينبغي أن تدفع ثمن استضافتها على المواقع الشخصية على شبكة الإنترنت.

القسم الخامس: طرح قصص النزاعات في الإعلام

بالنسبة إلى الأخبار التي لا يمكنك عرضها في مقالة الرأي أو في الرسالة الموجهة إلى المحرر، يمكنك طرحها على شاشة التلفزيون أو وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة إن على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الوطني. وإن نجحت في إقناع وسيلة الإعلام بالقصة، يتولى أحد المرسلين أو المحررين أو المنتجين تغطيتها وتحصل على خدمات الإعلام "مجانياً".

ولهذه التغطية إيجابيات وسلبيات. تتمثل الإيجابيات باكتسابك بعض الشرعية فضلاً عن التغطية الإعلامية المجانية. أما السلبيات فتكمن في عجزك عن التحكم بالطريقة التي يتم فيها سرد القصة أو نقلها إلى الجمهور فيما تعود هذه المهمة إلى المرسل أو المحرر أو المنتج، مهما كانت مدى معرفتك بهم جيدة أو مهما كنت تحبهم. وبالتالي، من المحتمل أن تقوم وسيلة الإعلام بإخبار قصتك بطريقة خاطئة أو اقتباس أقوالك بشكل خاطئ مما يشوه اسمك النظيف وسمعتك الحسنة ومكانتك المرموقة في المجتمع. لذلك وبما أنك تعمل مع الإعلام، يفترض بك أن تفكر جيداً بكل هذه الاحتمالات. ولكن هذا لا يعني أن تبتعد عن الإعلام بسبب هذه المخاطر وإنما أن تتحلّى بالحذر والحكمة.

أهمية القصة

ينبغي أن تتأكد من أن الإعلام يعتبر قصتك هامة وتستحق النشر. إن لم يعتبرها كذلك فلن يقوم بنشرها. إن مقالات بناء السلام عزيزة على قلوب الإعلاميين (كما هو مفروض). وفي عالم مثالي، ينبغي أن تغطي وسائل الإعلام كافة أعمالهم ولكن هذا غير ممكن في الوقت الحالي، ما يحتم عليك مقارنة فكرة القصة/الحدث/النزاع بالمعايير التالية لترى إن كانت تنجح في الاختبار. يجب أن تنتقد عملك الخاص إلى حد ما لأن تمسكك بعملك يحول دون تحديدك الأهمية الحقيقية لنشر الأخبار.

ماذا:

هل تُعتبر القصة/الحدث/النزاع الذي تريد إطلاع الجمهور عليه غريباً أو فريداً؟ لسوء الحظ، إن اعتبارك المقالة هامة فقط (بما أنها من المقالات المتعلقة بأعمال بناء السلام) لا يضمن أن تعتبرها وسيلة الإعلام كذلك. كيف تعود قصتك بالمنفعة أو الأهمية على قراء أو مشاهدي وسيلة الإعلام؟ يجب أن تكتشف هذه المسألة مسبقاً قبل أن تتصل بالمرسل أو المحرر.

متى:

هل القصة/الحدث/النزاع الذي تريد إطلاع الجمهور عليه يصادف مع إحياء ذكرى معينة أو يدعم قضية محددة أو قصة تُنشر حالياً في الإعلام وإنما على نطاق أوسع؟ إن لم يكن الإعلام يغطي مسائل مشابهة، قد يمتنع عن تغطية قصتك. إن تحديد التوقيت الصحيح هو أمر أساسي ويتطلب بعض الخبرة.

من/أين:

من يريد أن يطلع على قصتك؟ من هم القراء أو المشاهدون المناسبون للإطلاع على قصتك الخاصة؟ من يقوم بتغطية النقاط/المواضيع/النزاعات المرتبطة بالحدث/القصة/النزاع الذي تريد إطلاع الجمهور عليه؟ يتطلب هذا الأمر أن تجري بعض الأبحاث تستثمرها على المدى الطويل.

كيف:

كيف ستنقل القصة إلى المحرر أو المرسل أو المنتج؟ يفترض بك أن تعرف عن أعمال مؤسستك ومشاريعها ورسالتها بشكل موجز ومقتصر، وتحدد مدى إفادة مؤسستك للمجتمع وأهمية قصتك. تريد أن تنقل كل هذه الأمور ولكن ليس بلغة المصطلحات وإنما بلغة يفهمها المرسل. كذلك، ينبغي أن تتأكد من أن الجزء الذي يبرز أهمية قصتك تم تقديمه بشكل واضح وموجز في بداية الحوار أو نص البريد الإلكتروني/الفاكس.

جذب وسائل الإعلام

فضلاً عن المعايير المذكورة أعلاه، كيف "يجذب" بناء السلام الإعلام وما باستطاعة المنظمات غير الحكومية أن تفعله للفت انتباه الإعلام؟ إن كنت تعمل بشكل جيد، تكون قد قطعت منتصف الطريق. ويمكنك أن تستقطب اهتمام الإعلام إن كنت تملك المعلومات أو إمكانية الوصول إلى المعلومات أو الأفراد أو التحاليل أو المواقع التي يستطيع الإعلام الوصول إليها وحده. وكذلك، تنجذب إليك وسائل الإعلام إن كنت جديراً بالثقة (هل تستجيب بسرعة مع القصة؟) وكنت

تملك معلومات مطلعة وموضوعية وحديثة لتتقاسمها (هل كنت تتابع القصة؟) وتبدو مصدراً موثوقاً بالنسبة إليها كي تورث معلوماتك (تذكر بأن سمعتها على المحك). وقد تجد وسائل الإعلام "الأحداث" و"المؤتمرات" مهمة وتستحق النشر وإنما أقل من المنظمات غير الحكومية. لذا، لا تعتمد على هذا العامل. ستجذب وسائل الإعلام إن التزمت بتقديم الجودة والآراء المطلعة من دون سابق إنذار وعلى أساس عمل بناء.

طرح القصص (من خلال البريد الإلكتروني أو النصوص أو الفاكس أو الهاتف)

الآن وقد راجعت بدقة فكرة قصتك من خلال المعايير المذكورة أعلاه، يمكنك طرحها على وسائل الإعلام. أنت تريد من الإعلام أن يُخبر قصة معينة عن حدث أو مشروع أو قصة نجاح أو فرد أو نزاع الخ مرتبط بالمؤسسة. وتريد أن تُكتب القصة في صحيفة نيبالي تايمز Nepali Times أو جريدة جاكارتا بوست Jakarta Post أو صحيفة ميامي هيرالد Miami Herald أو جريدة أراب نيوز Arab News أو صحيفة غوارديان البريطانية Guardian UK أو جريدة سودان تريبيون Sudan Tribune أو غيرها من الصحف وقد حددت المراسل الذي سيغطي هذه القصة (مراسل ديني أو مراسل يهتم بالشؤون الدولية الخ). أم تريد من التلفزيون المحلي أو الوطني و/أو محطة الراديو أن تغطي القصة. فما الذي تفعله؟

إن كنت لا تعرف بمن تتصل في الصحيفة أو المحطة، اطلب بكل بساطة رقم الهاتف الرئيسي واسأل عن الشخص الذي يعدّ التقارير المتعلقة بالموضوع الذي تريد معالجته. إن معظم وسائل الإعلام كريمة إلى حد ما في توفير البيانات التي تبحث عنها. وما إن تحصل على عنوان البريد الإلكتروني أو بيانات الاتصال الخاصة بالهاتف (التي غالباً ما يمكن الحصول عليها عبر شبكة الإنترنت)، استعدّ للقيام بما يلي:

1. **كن مفيداً ولطيفاً.** إن هذا الأمر حساس. يفترض بك أن تقدّم إلى الصحفي أو المحرر أو المنتج معلومات عن أخبار معينة. قم بإحاطة الموضوع إحاطة شاملة وكأنك تكنّ لهم أفضل النوايا الصحافية. وإن لم ينتهزوا الفرصة لنشر القصة، لا تغضب ولا تنزعج منهم بما أنك قد تعمل معهم مجدداً في المستقبل. وقد يفيدك في هذه الحالة اللجوء إلى الدعابة والأحاديث الخفيفة والقصيرة. يسعى موظفو الإعلام إلى الاستمتاع بعملهم ومن المستحسن التعامل معهم ببعض من السلاسة مع أنه قد يبدو من الغريب القيام بذلك نظراً إلى الجدية التي تتسم بها أعمال بناء السلام.

2. **كن واضحاً في استقطاب الانتباه إلى الأخبار.** تخيل أن المراسل يتلقى يومياً عدداً لا يحصى ولا يعدّ من المكالمات والرسائل عبر البريد الإلكتروني من أصحاب النوايا الحسنة الذين يملكون أيضاً قصصاً مقنعة لتقديمها. افصل نفسك عن قصتك الإخبارية لفترة وجيزة لأنه من الطبيعي أن تعتبرها هامة، ولكن هل سيعتبرها الآخرون كذلك؟ اسأل الأصدقاء (أولئك الذين يقدمون لك مشورة موضوعية) لترى إن كانت قصتك مهمة وتستحق النشر. فعلى سبيل المثال، هل شاهدت صحيفة أو قناة تلفزة أو محطة راديو تنشر قصة مشابهة؟ تُعتبر هذه الطريقة من الطرق المعتمدة لتحديد ما إذا كانت قصتك هامة وتستحق النشر. بمعنى آخر، أي هل شاهدت/سمعت قبلاً خبراً مماثلاً في الصحيفة ذاتها أو على قناة التلفزة أو محطة الراديو ذاتها؟

3. **ابدأ محلياً ومن ثم توسّع.** أولاً، يجب الإعلام القصة المشوّقة على الصعيد المحلي. بعد ذلك، وبعد ذلك فقط، يمكنك الانتقال لمعالجة المواضيع أو القصص على نطاق أشمل، سواء على الصعيد الإقليمي أو الوطني أو العالمي. لهذا السبب، استعدّ لإخبار قصة تجذب أكبر عدد من المشاهدين والقراء على الصعيد المحلي. ومن ثم، وبما أنك من بناءة السلام وتهتم بالتغيير المنظم على المستويات الإقليمية والوطنية والدولية، تحضّر لمعالجة هذه القصة المحلية بطريقة تحوّل الاستجابة لنداءات/مستلزمات التغيير من وجهة نظر أوسع.

4. **اعرف جمهورك الإعلامي.** قم بإجراء الدراسات حول أعمال المراسل السابقة كي تستطيع الرجوع إلى مقالاته أو برامجه وتبرير سبب مناسبة قصتك مع مساره السابق. كما يجب أن تتأكد من أنك تتصل بالمراسل الصحيح، ما يتطلب بعض البحث كي تعرف من هو المراسل المعني. وكذلك، تأكد من أنك تختار وسيلة الإعلام الصحيحة. فقد يتوجه البعض إلى وسيلة الإعلام الأكثر قراءة أو شعبية من دون أخذ صعوبة وضع الإعلام في الاعتبار، ما يؤدي إلى إثباط همتك في حال رفضت وسيلة الإعلام المرموقة القصة. وبدلاً من ذلك، يمكنك أن تبدأ من صحيفة/محطة متواضعة يسهل الوصول إليها وقد توفر مساحة للقصة. فتساهم شيئاً فشيئاً في بناء ملفك الإعلامي الذي يدفعك إلى التعامل لاحقاً مع صحف/محطات أهم.

5. **قدّم المنافذ إلى الإعلام إن أمكن.** يحبّ الإعلام المنافذ. فعلى سبيل المثال، قد ترغب وسائل الإعلام في إجراء مقابلة مع شخص يعيش في مخيم للاجئين أو كان محارباً سابقاً أو نجا من كارثة طبيعية. إن كان نفاذ الإعلام إلى هذه المصادر لا يسيء إلى استقامة عمل المؤسسة أو يقوّض نزاهتها، ففكر في الطرق التي يمكنك من خلالها أن تقدّم للإعلام المنفذ الخاص لحثّه على إعداد التقارير.

6. **التمرّن، والتمرّن، والتمرّن.** إن التمرّن على سرد القصة قبل الاتصال بالمراسل أو المحرّر أو المنتج أمرٌ أساسي ومفيد ولا سيما في المكالمات الهاتفية. يجب أن تتأكد من أن سرد القصة ينساب ويخرج بسهولة من فمك لأن الوقت الثمين المتوفّر لك مع هذا المراسل ضيق ولا تريد أن تفقد الفرصة لأنك تتلعثم بالكلام أو الكلمات.

7. **ارفع الكلفة مع المراسل.** قم بالاتصال بهذا المراسل على نحو منتظم كي يندكرّك على الدوام ويشعر بالارتياح معك. ينبغي أن يثق المراسل بك ويعرف أنك تشكل مصدراً موثوقاً للمعلومات. ولا بدّ من أن تثمر استقامتك وإفئك مع المراسل في خلال هذه المسيرة. ومن الممكن ألا يغطي المراسل قصتك الأولى أو الثانية أو حتى الثالثة وإنما قد ينتهي به الأمر في آخر المطاف إلى نشر قصة عنك. أما الأمر الأساسي فيمكن في البقاء على اتصال معه بشكل منتظم كي يصبح اسمك مألوفاً بالنسبة إليه.

8. **كن مستعداً لإجراء المقابلة فوراً.** قد يرغب المراسل، في بعض الأحيان، في إجراء المقابلة معك في ذلك الحين ويبدأ بطرح الأسئلة فوراً فيما لا تريد أن تفوتك هذه الفرصة من خلال الرد عليه قائلاً: "هل باستطاعتي معاودة الاتصال بك في وقت لاحق؟" يفترض بك أن تنتهز الفرصة التي أتاحت لك لهذا السبب، ستفيدك النصائح التالية في خلال المقابلة:

- أ. حضّر الإجابات مسبقاً.** تخيّل مجموعة كاملة من الأسئلة المثيرة للجدل التي قد يطرحها المراسل عليك حول الموضوع/الحدث/النزاع. وقم بإعداد الإجابات عليها كافة.
- ب. حضّر الأمثلة لتوضيح قصدك.** يحب الإعلام القصص أو الأمثلة القصيرة والناضجة بالحيوية لأنها تقدّم للقارئ أو المشاهد مثلاً ملموساً وواقعياً عما تتكلم عنه.
- ج. ركّز على المواضيع التي تتكلم عنها.** مع أن المراسل هو الذي يُجري المقابلة معك، إلا أنك أنت من يُدير المقابلة في الواقع. لماذا؟ لأنه مهما كان السؤال الذي يُطرح عليك، يمكنك أن تعود إلى المواضيع التي تريد التكلّم عنها دائماً.
- د. أجب مع إعطاء التفاصيل وقدم الحلول الإيجابية.** عندما تتكلم بالعموميات، تبدو وكأنك لا تعلم عما تتكلم. من المحتمل أن يصدّقك الناس أكثر وأن يتقوا بما نقوله إن تمكّنت من التطرّق إلى التفاصيل وتقديم حلول إيجابية للمشاكل التي تحاول معالجتها.
- هـ. النهاية الحاسمة.** احرص على شكر المراسل على وقته الثمين الذي منحك إياه واستعداده لتغطية موضوعك، وتأكد من أنه يملك كل المعلومات الضرورية وأن تهجئة أسماء الأشخاص والمؤسسات التي أشرت إليها صحيحة.

كتابة البيانات الصحافية (عبر البريد الإلكتروني أو الفاكس)

يعدّ البيان الصحافي من أبرز العناصر الأساسية لانتشار أي قصة في الصحافة. وفي الوقت الذي تستعد فيه لحدث أو لقصة إخبارية، ففكر في كتابة بيان صحافي من صفحة واحدة (وأحياناً من صفحتين) يُعطي لمحة عامة وسريعة وموجزة عن القصة والأسباب التي تجعل منها قصة وأبرز التفاصيل الهامة التي ينبغي معرفتها. ولا تُعتبر كتابة البيانات الصحافية بالأمر الصعب ولكن غالبية المؤسسات تجهل كيفية صياغتها بشكل فعال. وبكفي أن تعتاد كتابتها حتى تعاود الكرة.

يجب أن تتضمن المكونات الرئيسية لأي بيان صحافي فعّال العناصر التالية:

العنوان/العنوان الفرعي: عنوانٌ جذابٌ ومهمٌ ويستحق النشر. بما أن المحرر يطلع على مئات البيانات الصحافية يومياً، ينبغي أن تسعى إلى لفت انتباهه فوراً من خلال العنوان والعنوان الفرعي، كي لا يهمل بيانك الصحافي.

بيانات الاتصال

يجب أن يكون اسمك ورقم هاتفك الخليوي بالإضافة إلى عنوان بريدك الإلكتروني واضحة في مطلع البيان الصحفي كي يعلم المحرر بمن يتصل وكيف يتصل به. إن لم تكن هذه الأمور واضحة في أول صفحة البيان الصحفي، سيضطر للبحث عن هذه المعلومات وقد يفضل الانتقال إلى قصة أخرى تكون بياناتها جلية.

الفقرة الأولى:

في الفقرة الأولى، ينبغي أن تورد كل المعلومات المهمة أي من وماذا وأين ومتى. وتذكر أن المحرر يتصفح مئات البيانات الصحافية يومياً. وإن لم يتمكن من تقييم المعلومات الواردة حول الحدث/القصة/النزاع في الفقرة الأولى، قد يستبعد بيانك وينتقل إلى غيره.

الفقرات من الثانية إلى الرابعة:

يمكنك أن تستخدم هذه الفقرات لتستشهد بأقوال المشاركين في الحدث/القصة أو المؤسسة أو أشخاص مهمين يُثبتون أعمال المؤسسة الخ. استعمل هذه الفقرات بحكمة، ولا تقم بصياغتك كي يبدو بيانك الصحفي كبير الحجم فقط. تأكد من أن التصريحات المقتبسة مؤثرة ومفيدة لأن المراسل لن يتصل بك وإنما سيستعمل التصريحات من البيان الصحفي في القصة التي سينشرها في صحيفته أو يُذيعها على محطة الراديو أو يبثها على قناة التلفزة.

الفقرة الأخيرة:

في الفقرة الأخيرة أو الفقرتين الأخيرتين، ينبغي أن تستعرض المعلومات المتعلقة بمؤسستك وإنجازاتها ومشاريعها المماثلة للمشروع/الحدث الذي تطرحه في البيان الصحفي لتثبت للمراسل أو للمحرر مدى مصداقية مؤسستك والأعمال الصالحة التي تضطلع بها، الخ.

التوزيع/التوقيت:

كيف ومتى تقوم بتوزيع البيان الصحفي؟ تفضل بعض مؤسسات الإعلام أن تُرسل البيانات الصحافية إليها بواسطة الفاكس وإنما يمكن إرسالها أيضاً عبر البريد الإلكتروني ومتابعة وصولها بإجراء اتصال هاتفي. إن كان الحدث سيجري في غضون أسبوعين، فلا بدّ من أن ترسل البيان الصحفي قبل ذلك بأسبوعين، ومن ثم قبل أسبوع واحد من تنظيم الحدث على أن تتابع القضية عبر المكالمات الهاتفية في كل مرة ترسل البيان فيها. الجدير بالذكر أن المتابعة عبر المكالمات الهاتفية دقيقة للغاية لأن المؤسسات الإعلامية تتلقى عدداً كبيراً من البيانات الصحافية كل يوم. وقبل انعقاد الحدث ببضعة أيام، لا تتردد عن المتابعة عبر الاتصال الهاتفي.

ملاحظة حول الترويج للقصص:

يمكن استخدام يوم السلام العالمي المصادف في 21 أيلول/سبتمبر للترويج للقصة بدلاً من الاكتفاء بمحاولة الترويج لقصة "يوم السلام"، فكر في الإطار الذي ينبغي إدراج القصة فيه في أخبار ذلك اليوم أو أخبار الأسبوع أو أخبار الشهر. فعلى سبيل المثال، قد يُنشر تقرير يذكر أن المدينة التي تعيش فيها تشهد أعلى نسبة من الجرائم في البلاد، ما يخوّلك أن تستغل هذه الوقائع في الشعار التالي: "ارتفاع نسبة الجرائم يجعل من يوم السلام يوماً في محله".

أمثلة على البيانات الصحافية

ترد أدناه بضعة أمثلة عن البيانات الصحافية المُرسلة بالنيابة عن معهد تحليل وحل النزاعات التابع لجامعة جورج مايسون. تطرح هذه البيانات الصحافية أحداثاً نزاعية التوجه صادرة عن خبراء بالنزاعات.

جامعة جورج مايسون تستضيف حواراً بين ممثلي أوسيتيا الجنوبية وجورجيا

بيانات الاتصال: الاسم، رقم الهاتف الخليوي، عنوان البريد الإلكتروني

يستضيف معهد تحليل وحل النزاعات التابع لجامعة جورج مايسون بناء السلام في المجتمع المدني من 16 إلى 19 كانون الأول/ديسمبر في بوينت أوف فيو وهو مركز مستقل لحل النزاعات تابع للجامعة يقع في مايسون نيك في ولاية فيرجينيا. تترأس سوزان ألين نان، وهي أستاذة مساعدة في تحليل النزاعات وحلها في جامعة جورج مايسون، مجموعة من الاختصاصيين في حل النزاعات تسهيلاً لمجريات الجلسة. ويعدّ هذا الاجتماع من أول المسارات الثانية المركزة والمبادرات

الدبلوماسية المتخذة منذ نشوب الحرب في آب/أغسطس التي عطلت العلاقات بين جورجيا وأوسيتيا الجنوبية.

ترمي هذه المحادثات التمهيدية إلى توليد الأفكار المبتكرة بهدف التوصل إلى تقدّم بناء في عملية السلام ككل. وفي خلال الاجتماع، سيناقش المشاركون مضاعفات الحرب التي نشبت في آب/أغسطس في عملية إعادة بناء السلام واستتباب الأمن في المنطقة، فضلاً عن تقييم الدور البناء الذي قد تضطلع به أي مبادرات يُطلقها المجتمع المدني لتحسين العلاقات.

وأدلت نان بتصريح اعتبرت فيه أن "المفاوضات الرسمية التي جرت في جنيف حول شؤون جورجيا وأوسيتيا الجنوبية قد شابها ظهور مشاكل شأن الاعتراف الرسمي إذ اختلف المشاركون على وضع الأفراد القانوني ومكانتهم في المحادثات علماً بأن المدعويين يشاركون في اجتماع المسار الثاني هذا بصفقتهم الشخصية وحسب في حين أن المناصب المرموقة التي يحتلونها في مجتمعاتهم الوطنية تتيح لهم تقاسم الأفكار المطروحة في ورش العمل مع مختلف القادة في بلادهم".

إن جامعة جورج مايسون ومعهد تحليل وحل النزاعات التابع لها شاركا في عدة مبادرات دبلوماسية، سرية وغير سرية، يتخذها المواطنون منذ تأسيسها من 26 عاماً. وقد تضمنت هذه المبادرات محادثات للإحاطة بالنزاعات الحاصلة في منطقة القرن الأفريقي ومنطقة الشرق الأوسط وأوروبا الشرقية والاتحاد السوفياتي السابق.

للحصول على مزيد من المعلومات حول الاجتماع أو التحدّث مع سوزان ألين نان، يُرجى الاتصال بالسيد جيم غريف عبر الهاتف على الرقم (رقم الهاتف الخليوي) أو عبر البريد الإلكتروني (عنوان البريد الإلكتروني).

أستاذة وناجية من حادثة تفجير سفارة مستعدة للتعليق على الاتهامات الجديدة الموجهة ضد أحمد
خلفان جيلاني المعتقل في غونتنامو
بيانات الاتصال: الاسم، رقم الخليوي، عنوان البريد الإلكتروني

أعلنت وزارة الدفاع الأمريكية هذا الصباح عن صدور اتهامات جديدة بحق المعتقل التنزاني في غونتنامو أحمد خلفان جيلاني علماً بأن الاتهامات التي ينص عليها قانون اللجان العسكرية المثير للجدل تؤكد أن جيلاني شارك في التخطيط والتنظيم لتنفيذ الاعتداء على السفارة الأمريكية في دار السلام في تنزانيا في 7 آب/أغسطس من العام 1998.

وقد نجت سوزان ف. هيرش، وهي أستاذة في معهد تحليل وحل النزاعات التابع لجامعة جورج مايسون، من حادثة تفجير السفارة الأمريكية في دار السلام في تنزانيا ولكنها فقدت زوجها في هذا الاعتداء الغاشم وهي مستعدة للتعليق على الاتهامات الموجهة ضد جيلاني والدعوة إلى ضرورة إحقاق الحق تحت راية نظام المحاكم الفدرالية الأمريكية وليس اللجان العسكرية.

أدلت هيرش بتصريح جاء فيه: "لطالما تم التشكيك في دستورية إجراءات قانون اللجان العسكرية... سواء قام المدعون العامون باستخدام الأدلة المنتزعة من جيلاني تحت وطأة التعذيب طوال السنوات التي أمضاها قيد التحقيق في سجون سرية، أم لم يستخدموها ضده، يجدر القول إن النظام بحد ذاته مبني على الإكراه والسرية والتلاعب والمناورات السياسية".

والجدير بالذكر أن جيلاني قضى عدة سنوات في السجن فيما تمت محاكمة المتهمين الآخرين في قضية تفجير السفارة الأمريكية وإدانتهم في المحاكم الفدرالية الأمريكية وهم يقضون الآن عقوبتهم بالسجن لمدة طويلة عن الجرائم التي ارتكبوها.

أما التأخير في توجيه الاتهامات فقد دفع هيرش إلى التساؤل عن أسباب استغراق محاكمة جيلاني وقتاً طويلاً.

وتابعت هيرش: "بصفتي ضحية من ضحايا حادثة تفجير السفارة، انتظرت وقتاً طويلاً لأطلع على الدليل الموجه ضد جيلاني. ولا أتأمل أن تلتني اللجنة العسكرية لطبي بإحقاق الحق. أظن أنه لا وجود لأي عدالة في إجراءات تخلّ بالحقوق المقدّسة التي يقرها القانون الأمريكي بما فيها نظام المجلس العسكري".

In the Moment of Greatest Calamity: لا بدّ من التذكير بأن هيرش هي مؤلفة (الحظة الفاجعة الكبرى: إرهاب ومرارة وبحث الضحية عن العدالة") وهي روايتها الشخصية عن معاناتها في حادثة تفجير السفارة الأمريكية في العام 1998 في تنزانيا وفقدانها زوجها الذي وقع ضحية هذا الاعتداء الغاشم والمحاكمة اللاحقة لأربعة أشخاص مدعى عليهم.

إن كنت مهتماً بإجراء مقابلة مع السيدة سوزان هيرش، يُرجى الاتصال بها عبر الهاتف على (رقم الخليوي) أو عبر البريد الإلكتروني على (عنوان البريد الإلكتروني).

الإعداد للمقابلات على التلفزيون أو الراديو

لنفترض أنك تبثت شكل البيان الصحافي المذكور آنفاً وتمكنت من جمع بعض المقابلات التي عُرضت على شاشة التلفزيون أو بُثت على محطة الراديو، كيف يمكنك الاستعداد للمقابلة؟ يفترض بك أن تستخدم الدقائق القليلة والمعدودة التي تحظى بها للظهور على شاشة التلفزيون و/أو الكلام على محطة الراديو بأكثر قدر من الفعالية. لذا، ينبغي أن تأخذ عملية الإعداد هذه على محمل الجد وتكون مدركاً لكل خطوة تقوم بها. إليك بعض التوصيات المهمة في هذا الصدد.

يجب أن تتمثل أهدافك الرئيسية في أي مقابلة بما يلي:

أولاً، قم بتحضير موضوعين أو ثلاثة مواضيع تتكلم عنها متوقفاً عند تحليل النزاع الذي أجريته و/أو أجرته المؤسسة. تمرّن على هذه النقاط قدر الإمكان حتى تعتاد عليها. وعندما يطرح عليك الإعلامي الذي يستضيفك أي سؤال، يمكنك الإجابة من خلال المواضيع التي أعدتها وحفظتها عن ظهر قلب. واحرص على تبسيط النقاط التي تريد التكلم عنها ليسهل تذكرها وفهمها.

تجنّب استعمال المصطلحات المتعلقة ببناء السلام والنزاعات والجا إلى لغة المشاهدين والمستمعين. غالباً ما يميل بناء السلام إلى التكلم بطريقة غامضة أو الإشارة إلى مفاهيم يجهلها الجمهور.

ثانياً، قم بسرد الموضوعين أو المواضيع الثلاثة وتكلم عنها بطريقة مثيرة تجعل من المنتجين يطلبون منك العودة إلى محطة التلفزيون أو الراديو للقاء آخر. فهذا مهم جداً لأنه يشجّعك على عرض أفكارك بطريقة يقدرها المشاهدون والمستمعون (ما يعني أنك حسن المظهر ومحترم وواضح في عرض الأفكار ولغتك مفهومة ونبرتك وديّة الخ). ويحب المنتجون هذه الصفات لأنهم يهتمون بما يحظى بالقبول لدى الناس.

إن نجحت في إثارة إعجاب المنتجين والمشاهدين/المستمعين، يمكنك الظهور مراراً وتكراراً على منصة تعبّر فيها عن تحليلات مؤسستك وتبدي رأيك في التحاليل الأخرى وتقدّم الحلول. إن أحبوك، سيضيفون اسمك إلى قائمة الاتصالات، فيلجأون إليك عند نشوء نزاع ما. لذلك، إن أردت أن يُدرج اسمك في هذه القائمة الموجزة، انتبه دائماً إلى أسلوبك في تقديم الأمور وعرضها.

ثالثاً، تذكر أنه من 65 إلى 93 بالمئة من المدلولات التي تعنيها غير لفظية تنعكس في المقابلات التلفزيونية حيث ينبغي أن تنتبه إلى الرسائل التي تنقلها إلى المشاهدين عبر تعابير وجهك ووضعيتك وحركات عينيك. وتعدّ هذه المعالم كلها أساسية لأنها تحمل معلومات هامة ترتبط بالمشاعر والمقدرة والأفكار.

ينقل الفرد الرسائل ويتلقاها سواء شفهيّاً من خلال الكلمات التي ينتقها أو إيمائياً من خلال وضعيتك جسده واتجاه عينيه ونبرة صوته وتعابير وجهه. نادراً ما ينتبه بناء السلام إلى هذه الأمور، لذا يجب تذكرها. يعتبر أداء الدور وتقليد المقابلات في المنزل أو المكتب من الأساليب الجيدة للتمرّن على التواصل والبحث في المواضيع شفهيّاً.

المقابلات التلفزيونية

من شأن التوصيات الواردة أدناه أن تُرشدكم في كل مرحلة من مراحل المقابلة وصولاً إلى إجرائها مباشرة على الهواء. تأكد من أنك تقرأ كل نقطة بعناية لأنها تتضمن معلومات هامة.

قبل المقابلة

قم بتوسيع نقطتين أو ثلاث تعزم التحدث عنها (وأكثر إن دعت الحاجة وإنما تذكر أن تطرحها ضمن قالب سهل وطبع لأنه يستحيل على أي كان حفظ سلسلة طويلة من الرسائل) واختر الطريقة الفعالة لنقلها قبل إجراء المقابلة.

شاهد البرنامج التلفزيوني عدة مرات، إن أمكن، قبل الظهور فيه كي تطلع على أسلوب المضيف وشكل البرنامج: هل هو مناقشة أو مقابلة أو برنامج يمكن تلقي فيه الاتصالات الخ. هل المضيف موضوعي/غير موضوعي، ميل إلى النزاع/ميل إلى التوفيق، هل هو من النوع الذي ينتزع المعلومات أم يوحى بها؟

اطرح على المنتج أو مساعد المنتج (الشخص الذي اتصل بك لدعوتك إلى حضور البرنامج) قدر ما تستطيع من الأسئلة قبل الحلقة كي تكون على أتم الاستعداد للمقابلة. لا تتردد عن طرح عدة أسئلة على المساعد كي لا تُفاجأ بما لا تعرفه قبل بضع دقائق من البث المباشر. فعلى سبيل المثال، اسأل عن الضيوف الآخرين وقم ببعض الأبحاث حول مواقفهم كي تُعدّ الإجابات المناسبة.

تمرّن على المقابلة مسبقاً مع الأصدقاء أو الزملاء. وليكن هذا التمرين مفعماً بالحياة والواقعية. اطلب من أصدقائك أن ينتقدوك بطريقة بناءة ويطرحوا عليك أسئلة صعبة ومثيرة للجدل كي تتمكن من طرح الموضوعين أو المواضيع

الثلاثة التي تريد التكلم عنها بشكل مناسب. وتذكر أنك تتحكم بالمقابلة وتجب على الأسئلة من خلال المواضيع التي اخترتها مهما كان السؤال المطروح.

اختر المقابلات داخل الاستديو على المقابلات عبر الأقمار الصناعية إن كنت تملك الخيار. فتسهل محاكاة الحديث الطبيعي عندما تكون في الاستديو وإقامة علاقة ودية مع المضيف وبالتالي زيادة احتمالات أن يحبك المضيف ويعاود الاتصال بك لاستضافتك في الاستديو عدة مرات.

حاول أن تحصل على شريط مسجل. قد تتولى غالبية قنوات التلفزة ومحطات الإذاعة تسجيل المقابلة التي تُجرى معك، إن تذكرت أن تطلب منها ذلك قبل بدنها. إذا انتظرت إلى ما بعد انتهاء المقابلة لتطلب التسجيل، من المحتمل ألا تتمكن من تلبية طلبك.

لماذا؟ لأن غالبية وسائل الإعلام لا تحتفظ بأرشيف لبرامجها. لذا، تأكد من طلب تسجيل المقابلة قبل بدنها. وما إن تحصل على المقابلة المسجلة، يمكنك نشرها على موقع مؤسستك على شبكة الإنترنت (إنما من الأفضل أن تستفسر عن حقوق النشر وتشكر شركة الإنتاج) ومن ثم بث رسالتك في أماكن أخرى.

المقابلة في الاستديو

تذكر قوة الاتصال الإيماني. يرغب الناس في الاستمتاع بمشاهدة والإصغاء إلى الشخص الذي تُجرى معه المقابلة. لذلك، حافظ على مزاج لطيف وممتع. واطهر ثقة بالنفس وإيجابية طوال المقابلة. قد يبدو الوضع غير ملائم فيما تتكلم عن نزاعات خطيرة ولكنه يبقى مهماً.

يريد الجمهور الاستمتاع بمشاهدتك والإصغاء إلى كلامك وإن كنت ثقيل الظل وكثيراً وسليماً ومنزعجاً، فمن المحتمل ألا يستأطفك. لهذا السبب، يجب أن تفكر في حركات يديك وتستخدمها بشكل بناء لتوضيح الموضوع الذي تطرحه وإنما لا تتبالغ كي لا تصبح يداك مصدراً لصرف الانتباه عما تقوله.

ركز طوال المقابلة. من المحتمل أن يُلهيك أعضاء فريق العمل وهم يتحركون ويمشون في المكان طوال المقابلة. كما أن المضيف قد يربك ويحاول مفاجأتك بطرحه أسئلة لا تتوقعها أو مهاجمتك عبر التشكيك في مقاربتك لبناء السلام. اعتبر الوضع بمثابة تمرين لتبقى مركزاً.

تحدث مع المضيف باستخدام اسمه. لدى طرح الأسئلة، لا تتردد عن استخدام اسمه أو إن كنت تفضل أن تكون أكثر رسمية، يمكنك أن تتناديه بشهرته مع صفة "السيد" أو "السيدة" لإظهار مزيد من الاحترام له. لا بد من أن يساعدك هذا التصرف على إرساء علاقة شخصية مع المضيف وتعزيز احتمال معاودة الاتصال بك لاستضافتك مرة أخرى.

تكلم وكان كل شيء يسجل. لا تفترض أن المضيف أو المراسل لن ينشر تعليقاً أدليته به "تحت الهواء". فقد تستسيغ وسائل الإعلام هذه الأمور. أكمل النقاط التي تريد التطرق إليها وأنت تدرك أن كل ما تقوله يمكن أن يُنسب إليك. واعلم أن الحشو الكلامي مثل "حسناً" و"آه" ينقل أيضاً إلى الجمهور.

مقابلة عبر الأقمار الصناعية

تحقق من أذنيك وعينيك، أولاً. ماذا يعني هذا؟ تأكد من توجيهك مباشرة إلى الكاميرا. قد يبدو لك الأمر غريباً ولكن الجمهور ينظر مباشرة إلى وجهك. لذا احرص على ألا تحرك عينيك أو تشيح بنظرك وتأكد من ألا يصرف فريق العمل أو الضجيج انتباهك لأن هذا قد يبدو سيئاً على الكاميرا.

أما بالنسبة إلى أذنيك، تأكد من أن السَّماعة (التي توصل الصوت كي تسمع المضيف) مناسبة وتعمل بشكل جيد. قم بتحريك فكك وكنكك تتكلم قبل البدء بالمقابلة لتتري إن كانت السَّماعة ستخرج من أذنيك. من المعروف عن السَّماعات أنها تخرج فجأة من الأذن في خلال المقابلات. إن وقع حادث مماثل، لا تخف، تصرف بمهنية وحافظ على تركيزك وقم بإعادة إدخالها في أذنك.

الرسائل

وجه الرسائل الأساسية فوراً. تدوم المقابلات دقيقة أو دقيقتين فقط في بعض الأحيان نظراً إلى ضرورة بث أخبار هامة تجري في مكان آخر. لذلك، من الأفضل أن توجه الرسائل الأساسية في البداية. ومن ثم، إن دامت المقابلة وقتاً أطول، يمكنك أن تشرح الرسائل الأساسية عبر إضافة المعلومات كي تتحلى الرسائل بمزيد من القوة. لكن، لا تقلق بشأن تكرار الرسائل الأساسية بأساليب مختلفة. وإنما يجدر بك القيام بذلك لأن الجمهور يحتاج إلى سماع المعلومات مرتين أو ثلاث مرات كي يستوعبها.

كن لطيفاً وهادئاً. إذا ارتكبت أي خطأ، لا تقلق. فغالباً ما تقع الأخطاء مع الجميع لا سيما إذا أزعجك شيئاً قاله المضيف. ولهذا السبب، من الضروري والهام أن تقوم بتمرينات مسبقة (مع الأصدقاء الذي يطرحون عليك أسئلة مفاجئة ومثيرة للجدل).

حافظ على رباطة جأشك طوال المقابلة؛ لا تدع المضيف يُثير أعصابك كي تتمكن من نقل رسالتك إلى الجمهور بمصداقية وموضوعية ومهنية. ينبغي أن تتجنب التهكم والسخرية لأن هذه التصرفات ليست صالحة وتدفع الجمهور إلى سوء تفسير الرسالة التي تنوي إيصالها.

الكلام:

تكلم ببطء ونوع في نبرة صوتك. يتكلم عدد كبير من الناس بسرعة كبيرة بسبب توتر أعصابهم أو رغبتهم في إبلاغ كل الرسائل الأساسية في أقصر فترة ممكنة من الوقت. تجنّب ذلك لا سيما بحضور من يتولى الترجمة الفورية لكلامك. في هذه الحالة بالتحديد، ينبغي أن تتكلم ببطء كي يتمكن المترجم من نقل كل رسالتك بفعالية.

فضلاً عن ذلك، تأكد من التنوع في نبرة صوتك بدلاً من إجراء المقابلة بكاملها بنبرة واحدة. لا بدّ من تسليط الضوء على الكلمات بالشكل المناسب كي لا يطفئ المستمع الراديو أو يقلل المشاهد التلفزيون بسبب رتابة النبرة.

الملابس

بصورة عامة، ارتد ملابس رمادية و/أو زرقاء و/أو بنية اللون. ابتعد عن الألوان المعاكسة مثل الأبيض أو الأسود لأنها لا تناسب الإضاءة والتصاميم المقلمة أو التي تظهر مربعات عليها أو غيرها لأن الكاميرا ستشوّهها. ابتعد عن الأمور الأخرى مثل المجوهرات والأقراط والبروشات والأزرار التي تصرف الانتباه، فأنت تريد من المشاهد أن ينظر إلى وجهك وليس إلى ملابسك.

الجدير بالذكر أن النظارات تصرف النظر عن وجهك أيضاً إن عكست الضوء كثيراً أو بهرت البصر. ومن المحتمل أن تعرق من جراء ارتفاع الحرارة من كثرة الإنارة في الاستديو. ارتد ملابس تتناسب مع هذه الأجواء وضع الماكياج إن كان ضرورياً واحضر معك منديلاً لمسح عرقك قبل بدء المقابلة.

المقابلات الإذاعية

بوجه عام، يمكن تطبيق معظم النصائح المذكورة أعلاه حول إجراء المقابلات التلفزيونية على المقابلات الإذاعية. أما النصائح الواردة أدناه فتشكل فرادة التجربة الإذاعية. لذا، تأكد من أن قراءة المعلومات المعروضة في القسم المخصص للمقابلات التلفزيونية أولاً قبل قراءة النصائح الباقية الواردة أدناه.

قبل المقابلة

راجع القسم المتعلق بالمقابلة التلفزيونية

قم بتسجيل صوتك على شريط فيما تتمرن على المقابلة، فيمكنك أن تعاود الاستماع إلى المقابلة الصوتية وتتحقق من طبقة صوتك والتغيرات الطارئة على النبرة وإيقاع الكلام. كرر هذه المحاولة قدر ما تشاء: فكلما تمررت، أصبحت المقابلة أفضل.

قم بإعداد أوراق المعلومات للاستعانة بها في خلال المقابلة لأنه على عكس مشاهدي التلفزيون، لا يمكن للمستمعين رؤيتك. وبإمكانك أن تستعمل هذه الأوراق لتدوين الوقائع والقصص والإحصائيات الكفيلة بمساعدتك في المقابلة. ومع ذلك، انتبه إلى طريقة الاعتماد عليها لأنه لا ينبغي أن يشعر المستمعون بأنك تقرأ المعلومات. استخدم الأوراق فقط للتذكر بسرعة.

راجع القسم المتعلق بالمقابلة التلفزيونية

المقابلات في الاستديو

أصغ وتعلم. إن كنت تشارك في برنامج يمكن تلقي الاتصالات فيه، تأكد من الإصغاء إلى السؤال وتوجه إلى المتصل باسمه كي تكسب احترامه وتقديره.

أمن خطأ أرضياً لإجراء المحادثة. من الأفضل ألا تُجري المقابلة بالهاتف الخليوي لأنه لا يوفر الاستقبال الجيد للمكالمة ويبقى خطر انقطاع الخط أو تقطعه قائماً. احرص على عدم تلقي مكالمة تنتظر لأنها قد تشوش على المقابلة عبر الهاتف. يجب أن تكفل تواجدك منفرداً في مكان هادئ حيث تعلم أنه ما من أحد من زملائك أو أولادك أو أصدقائك الخ. سيقاطعك.

المقابلات عبر الهاتف

راجع القسم المتعلق بالمقابلة التلفزيونية

الرسائل

راجع القسم المتعلق بالمقابلة التلفزيونية

الكلام

ألفظ الكلمات بوضوح وعناية. تختلف الإذاعة عن التلفزيون في أنه يمكن لبعض الكلمات أن ترجع الصدى بشكل سيء على الميكروفون. فعلى سبيل المثال، إن تقوّهت بكلمة تبدأ بحرف السين على الميكروفون، قد تُصدر صوتاً يزعج المستمعين. لذلك، ينبغي أن تحترس من الطريقة التي تلفظ بها الكلمات. ومن الأفضل أن تقوم بتمرين لتحمية صوتك سلفاً كي تكون شفتاك وفمك على أتم الاستعداد للكلام.

اجمع الأفكار في جمل أو عبارات مقتضبة. بما أن المستمعين لا يتلقون إلا الصوت على أثير الإذاعة وأن معظم الآراء المنقولة تتم بطريقة إيمائية، تعدّ الصعوبة في نقل الرسالة مضاعفة. لذلك، تأكد من أنك تستخدم عبارات مقتضبة وتجمع أفكارك في أجزاء صوتية قصيرة ومؤثرة.

الخلاصة

في الختام، استرخ واستمتع بفن إجراء المقابلة على الراديو والتلفزيون. ومع مرور الوقت، ستشعر بارتياح أكبر أمام الكاميرا وفي المقابلات المباشرة وسيسهل عليك الأمر أكثر كلما كررت التجربة. إن ارتكبت خطأ في أثناء المقابلة، لا تقلق لأنه ما من أحد معصوم عن الخطأ. ولكن مفتاح النجاح يكمن في استعادة الكلام والمتابعة في أقرب وقت ممكن

كي لا يتم التلميح إلى الخطأ في سياق المقابلة. حظاً موفقاً وتذكر أننا بأمرّ الحاجة إلى من يوصل رسالة بناء السلام إلى وسائل الإعلام الرائدة. إنها مهمة جليل ويمكنك إنجازها.

القسم السادس: نقل المعرفة

أما وقد تعلمت تحليل النزاعات بهدف تحديد الاستجابة المناسبة وتقييم اتجاه الإعلام وأطره وتأثيره ومحاولة الاتصال بالإعلام بشكل فعال، فكيف تنتقل مجموعة المعارف والمهارات هذه إلى زملائك من بناء السلام؟

إن المبدأ الأساسي من أي تدريب على بناء المهارات الإعلامية يكمن في تقديم الفرص إلى بُناة السلام ليتمكنوا من ممارسة مهاراتهم في هذا المجال سواء من خلال كتابة مقالات الرأي أو إجراء مقابلات صوتية على التلفزيون والإذاعة. وعلى صعيد المهارات الإعلامية، ينبغي التركيز في أي تدريب على التجربة والخطأ من خلال التمرين. وبصفتك مدرباً إعلامياً، خصص وقتك للفعل أكثر منه للكلام.

وأخيراً، وفي خلال ورش العمل التدريبية، من المفيد قراءة مقاطع من كتاب باولو فريير المعنون *Pedagogy of the Oppressed* (التربية على احتضان المظلوم) وكتاب جون بول ليدرارك المعنون *Preparing for Peace* (الإعداد للسلام). يتطرق هذان الكتابان إلى أكثر الطرق فعالية للعمل مع بناء السلام والمؤسسات والأفراد الذين نحاول منحهم السلطة. في الواقع، يكمن المطلب الفلسفي والتعليمي من أي ورشة عمل تدريبية في: (1) اعتبار المشاركين مصادر للمعرفة والأفكار وليس متلقين لها فحسب، (2) إيجاد أفضل الطرق لاستنباط الأفكار والحلول بدلاً من الاكتفاء بوصفها (3) العمل معاً كفريق واحد للمشاركة في إيجاد الحلول للمشاكل بشكل بناء. يمكن الملاحظة أن معظم التمارين الواردة أدناه تمكن المشارك من توليد إجابات وحلول خاصة بالسياق الذي تطرح فيه. فلا يتمتع الدليل المؤلف في أمريكا الشمالية بكل الإمكانات والقدرات الضرورية لفهمها في سياق مختلف. إن المشاركين هم الذين يوجهون العملية.

القسم الأول من الدورة التدريبية: تحليل النزاع وتفصيله

لا نستطيع التشديد بما يكفي على أهمية تفصيل النزاع قبل تبني أي حملة أو مقارنة إعلامية. إن كان بحاجة إلى تحويل أو معالجة ولم تقم بتحليله بشكل كافٍ ووافٍ وإنما باشرت بشنّ نزاعات سلمية بكتابة مقالات رأي وإجراء مقابلات تلفزيونية وإذاعية، تكون قد طبقت استجابة خاطئة وساهمت في تأزم الوضع بدلاً من تحسينه.

عند تفصيل النزاع، قم بتشجيع بناء السلام على تقييم الأمور التالية:

- الاحتياجات البشرية: حدّد الاحتياجات البشرية الأساسية لكل أطراف النزاع. استخدم ورقة العمل رقم 1 الواردة في الدليل.
- الطور/المرحلة: حدّد الطور أو المرحلة التي يكون النزاع قد بلغها. استخدم ورقة العمل رقم 2 الواردة في الدليل.
- الاستجابة الهادفة إلى بناء السلام: حدّد الاستجابة المناسبة: شنّ نزاع سلمي أو تقليص نسبة العنف المباشر أو تحويل العلاقات أو بناء القدرة. استخدم ورقة العمل رقم 1 لتحديد الطريقة التي يستجيب فيها مجتمع بناء السلام للنزاع.
- المخزون الإعلامي: حدّد الطريقة التي يقوم من خلالها الإعلام بإضعاف قدرة الأطراف على تلبية احتياجاتهم البشرية الأساسية. استخدم ورقة العمل رقم 1 لتحديد الطرق المختلفة التي يستخدم فيها الإعلام لتهديد أو إعاقة احتياجات الأطراف.
- بناء السلام المرتكز على الإعلام: فكر في الطرق التي يمكن لمؤسسة بناء السلام أن تستعمل الإعلام فيها لتلبية الاحتياجات البشرية لكل أطراف النزاع. استخدم ورقة العمل رقم 1 لذلك.

القسم الثاني من الدورة التدريبية: فهم مدى تأثير الإعلام على حالات النزاع

بما أن قدرة الإعلام على التأثير في حالات النزاع تختلف بطبيعتها من حالة إلى أخرى، فإن شرح هذا الدليل لعلاقة الإعلام بالانحياز والريج والسياسة والرقابة محدود من حيث النطاق والتطبيق. وبالتالي، من الضروري لكل منطقة

تحديد القوى التي تتحكم بقدرة الإعلام على إعداد التقارير عنها ومن المحتمل أن يعكس أثرها على حالات النزاع المحلية.

● **الإعلام والانحياز:** شجّع بُناة السلام على تحديد مدى انتشار الانحياز الإعلامي في مجتمعهم بأي منهجية تعليم تناسب مع بيئة التدريب التي تتواجد فيها عبر وضع قائمة أو إخضاع مجموعة صغيرة للتمرين أو إجراء حديث. اطلب من بُناة السلام الإجابة على الأسئلة التالية: هل من انحياز؟ كم يبلغ مدى فعاليته؟ هل تتم مناقشة الانحياز الإعلامي في وسائل الإعلام و/أو المجالات غير الحكومية؟ هل مناقشة هذا الموضوع محرمة؟ هل من مؤسسات غير حكومية تعمل على مراقبة الانحياز الإعلامي وإدارته؟

● **الإعلام والربح:** شجّع بُناة السلام على إجراء الأبحاث لتحديد كل القوى من القطاع الخاص التي تدفع الإعلام لإعداد التقارير عنها. اطلب من بُناة السلام الإجابة على الأسئلة التالية: هل وسائل الإعلام مملوكة من القطاع الخاص أو العام؟ من يملك وسيلة الإعلام في حالتك وهل يملك أصحابها أي مؤسسات أخرى قد تفضّل إعداد التقارير المؤيدة لقضية معينة؟

● **الإعلام والسياسة:** شجّع بُناة السلام على تحديد وتفصيل العلاقات بين أصحاب وسائل الإعلام والممثلين السياسيين. قم بمقارنة قيم الإعلام بقيم الحكومة - هل هي متشابهة أم مختلفة؟ حدّد القوانين التي توجّه حرية الإعلام أو تحدث عن غيابها. اطلب من بُناة السلام الإجابة على الأسئلة التالية: هل وسائل الإعلام المحلية تقدّم بصورة عامة التقارير بشكل يظهر انحيازها لسياسات الحكومة وقراراتها؟ ما الذي قد يحلّ بوسيلة الإعلام التي تقدّم تقارير لا تؤيد الحكومة؟ ما هو مدى المواءمة بين وسائل الإعلام والمجتمعات السياسية من الناحيتين الاجتماعية والمهنية؟

● **الإعلام والرقابة:** شجّع بُناة السلام على التقدّم بالحجج التي تدفعهم إلى القول بوجود رقابة على وسائل الإعلام أم لا. وإن كانت موجودة، ما مدى تأثيرها وعلى أي مواضيع بالتحديد؟ اطلب منهم الإجابة على الأسئلة التالية: هل تمتنع وسائل الإعلام عن نشر معلومات أو تقديم تقارير حقيقية تتناول بعض المواضيع؟ إن كان الردّ إيجابياً، ما هي المواضيع المعنية ولماذا تتصرّف على هذا النحو؟ هل تظن أن القراء يلاحظون وجود الرقابة أو يفترض بوسائل الإعلام أن تقدّم التقارير بصدق من دون أي رقابة؟

● **الإعلام وبناء السلام:** اطلب من بُناة السلام أن يقوموا بمراجعة الفئات الأربع السابقة بدقة أي "الإعلام والانحياز" و"الإعلام والربح" و"الإعلام والسياسة" و"الإعلام والرقابة"، وطرح الأساليب التي يمكن لمجتمع بناء السلام المحلي من خلالها معالجة هذه العقبات للحصول على أفضل التقارير الإعلامية (التقارير التي تساعد ولا تُعرقل حالات النزاع). اطلب من بُناة السلام أن يحددوا تأثير كل نقطة من النقاط الأربع (الانحياز، والربح، والسياسة، والرقابة) على النزاعات في بيئتهم.

● **صحافة السلام:** شجّع بُناة السلام (إن كانوا ضمن جماعات صغيرة أو على الصعيد العام) على كتابة تعريفهم الخاص بصحافة السلام. كيف ينبغي أن تبدو صحافة السلام في بيئتهم وكيف يصفونها لزملائهم؟

● **الصحافة المتأثرة بالنزاعات:** شجّع بُناة السلام على تعداد الجمل/الكلمات التي لا تتعاطف مع أطراف النزاع. كيف تبدو الصحافة المتأثرة بالنزاعات؟ كيف يصفها بُناة السلام أو يعرفون عنها؟ مع أن وصف صحافة السلام والصحافة المتأثرة بالنزاعات يكون مختلفاً في كل سياق ثقافي، إلا أن هذه التمارين تبقى مهمة ليقوم بُناة السلام المحليين بها بمفردهم.

القسم الثالث من الدورة التدريبية: فهم مدى تأثيرنا على الإعلام

اعمل مع بُناة السلام على التفكير بشكل انتقادي في الأطر التي تقدّم الإعلام المحلي فيها. ما هي الأطر المسيطرة في الإعلام؟ هل هي الأطر الدينية أو الاقتصادية (السوق الحرة؟) أو أطر النماذج الأصلية أو الأسطورية؟ وما هي العدسة التي يستخدمها الإعلام لإعداد التقارير الإخبارية؟ تواجه وسائل الإعلام كافة المشكلة نفسها تقريباً (بصرف

النظر عن المكان). لذا، يكمن هدف بناء السلام المهتمين في تحويل الإطار الإعلامي في تقديم البدائل البناءة الموجهة نحو تحديد الحلول الإيجابية بدلاً من التشديد على إبراز المشكلة.

استناداً إلى ورقة العمل رقم 3، اعمل مع بُناة السلام على عدة مقالات إعلامية لتحويل الإطار الإعلامي السائد إلى إطار لبناء السلام يطرح حلولاً إيجابية.

القسم الرابع من الدورة التدريبية: الردّ على النزاعات من خلال الإعلام المطبوع

نصيحة لهذا القسم: التمرّن والتمرّن والتمرّن. تتمثل الطريقة الوحيدة لتعلّم طريقة الصياغة بالتمرّن مراراً وتكراراً. وإن قمت بتطبيق الخطوات المذكورة على الصفحة التالية، فلا بدّ من أن تتوصل إلى الجدول المدرج في "هيكلية مقالات الرأي" (أنظر الصفحة 42) الكفيل بدعم مسار الخطوات التدريجية الواردة أدناه.

الخطوة الأولى: شجّع بناء السلام على انتقاء نزاع يُلمّون به ويتحمّسون له.

الخطوة الثانية: ناقش النزاع/القصة مع بُناة السلام وساعدهم على تحديد النقاط/المواضيع الأساسية التي يريدون عرضها في مقالة الرأي أو الرسالة الموجهة إلى المحرّر. ينبغي أن يتمكنوا من توضيحها في جملة أو اثنتين. ساعدهم على توضيحها أمام الدورة التدريبية بكاملها.

الخطوة الثالثة: ما إن يقوموا بتحديد موضوعهم الأساسي/نقطتهم الأساسية في الرد على حالة النزاع، اطلب منهم أن يحدّدوا سببين أو ثلاثة أسباب لدعم موضوعهم الرئيس.

على سبيل المثال، إن كان موضوعهم الرئيس يتمثل بضرورة أن تتوقف أمريكا عن قصف باكستان"، شجّع كلاً منهم على تحديد سببين أو ثلاثة لتبرير موقفه من الموضوع.

الخطوة الرابعة: اعمل مع بُناة السلام على تقديم حلّ خاص بعد توضيحهم نقطتين فرعيتين أو ثلاث لدعم الموضوع الرئيس. فعلى سبيل المثال، إن كان موضوعهم الرئيس يتمثل بـ "ضرورة أن تتوقف أمريكا عن قصف باكستان"، تكمن النقطتين الداعمتين في (1) لأن القصف يضاعف التطرّف و(2) لأنه لا يعالج المشكلة الفعلية. ومن ثم، ساعد بُناة السلام على طرح حلول إيجابية لبناء السلام شأن الاعتماد على النمو الاقتصادي ونمو المجتمع المدني/الديمقراطي بدلاً من القصف.

الخطوة الخامسة: بعد تحديد هذه العناصر الأساسية أي الموضوع الرئيس والنقاط الفرعية الداعمة والحلول الإيجابية، يتولى بناء السلام توضيحها ضمن ورشة عمل. عندئذ، يمكن إطلاق عملية الكتابة التي تتسم بالسهولة نظراً إلى إنجاز الخطوات السابقة. ساعد بُناة السلام على تحديد فرص كتابة مقالات الرأي أو الرسائل (أي هل يسهل أم يصعب نشرها في الصحيفة؟ هل يُستحسن تقديم الرسائل إلى صحيفة مرموقة أو أقل مكانة؟).

الخطوة السادسة: بعد أن يكتب بُناة السلام مسودة مقالات الرأي أو الرسائل الموجهة إلى المحرّر، قم بمراجعتها ومقارنتها مع "هيكلية مقالات الرأي" الواردة في قسم سابق من هذا الدليل. اطلب من المجموعة بكاملها والزملاء أن يراجعوها وليس المعلم فقط. لماذا؟ إن كانت مقالات الرأي غير مفهومة ومقنعة لبناء السلام الزملاء، فمن المحتمل ألا تكون مقنعة ومفهومة للجمهور العام.

الخطوة السابعة: ساعد بناء السلام على مراجعة مسار تقديم مقالات الرأي أو الرسائل. قد تبدو العملية مخيفة وإنما ما إن يقوموا بها بضع مرات حتى تصبح أسهل. تشارك النصائح مع المجموعة انطلاقاً من خبرتك الخاصة وإن كانت لديك علاقات طيبة مع محرري مقالات الرأي، فتشاركها مع بُناة السلام.

القسم الخامس من الدورة التدريبية: سرد قصص النزاعات للإعلام

نصيحة لهذا القسم: كما بالنسبة إلى القسم الأخير المتعلق بالكتابة الموجهة إلى الإعلام المطبوع، يجب التمرن كثيراً على المهارات والأدوات المحددة في هذا القسم لأنه لا يمكن اكتساب المهارات بلا تعلم. وينطبق الوضع نفسه على كتابة البيانات الصحافية وإجراء المقابلات على التلفزيون والراديو.

الخطوة الأولى: إن تحدي معرفة ما إذا كانت الأخبار هامة وتستحق النشر ليس تحدياً بسيطاً. يجب أن تأخذ هذه المهمة على محمل الجد لأن عدداً كبيراً من بناء السلام يظنون أن قصصهم بالغة الأهمية وتستحق النشر فيما لا تكون كذلك. لذا، شجّع المشاركين في ورشة العمل، تماماً كما يرد في القسم المخصص من هذا الدليل للتدقيق في "من" و"ماذا" و"متى" و"كيف"، على التفكير النقدي وتقديم "قصص هامة وتستحق النشر" واطلب منهم مراجعة كل منها لتحديد أهميتها.

الخطوة الثانية: ما إن يتم تحديد أهمية القصة، اطلب من المشاركين أن يكتبوا بياناً صحافياً يقدمونه إلى الصحافة (يرتكز على شكل البيان الصحافي المحدد في القسم الخامس من الدورة التدريبية أعلاه، أو بيان صحافي أكثر مناسبة مع السياق المفضل محلياً). ودع المشاركين يكتبون عدة بيانات صحافية كي يكتبوا ملكة الصياغة. قد يجد البعض صعوبة في تنفيذ هذه المهمة لأنهم يجهلون ما يجدر بهم تسليط الضوء عليه. لذا، من الأفضل أن يتولوا صياغة عدة بيانات صحافية يعمد المشاركون الآخرون إلى مراجعتها وانتقادها.

الخطوة الثالثة: شجّع على إجراء مناقشة حول وسيلة الإعلام المناسبة لتقديم البيانات الصحافية. ما هي الأهداف الإعلامية الصحيحة؟ كيف يتوصل المشاركون إلى تحقيق هذه الأهداف الخاصة؟ إن هذا الحديث محلي بطبيعته ولا يمكن لهذا الدليل أن يوجّهه وإنما يمكنه أن يقدم بعض النصائح المفيدة التي سبق أن تم تحديدها أعلاه في القسم الخامس.

الخطوة الرابعة: تخيل أن الإعلام تفاعل بشكل إيجابي مع البيان الصحافي ويريد الآن إجراء مقابلة مع أحد بناء السلام على التلفزيون أو الراديو. يجب التمرن على ما يلي في إطار ورشة العمل قدر الإمكان ومع أكبر عدد من المشاركين. تذكر أن التمرن هو الوسيلة الوحيدة للتعلم.

أولاً: حدّد موضوعين أو ثلاثة تريد التكلم عنها وتتمرّن عليها لتجري المقابلة على التلفزيون أو الراديو. اطلب من المشاركين في ورشة العمل أن يطبقوا ما تمررتوا عليه على النزاع الذي يريدون التكلم عنه عبر شاشة التلفزيون و/أو أثير الراديو. فهذا ضروري. ومن ثم، اطلب منهم أن يقدموا النقطتين أو النقاط الثلاث التي يريدون التكلم عنها أمام ورشة العمل بأكملها.

ثانياً: راجع كل النصائح المتعلقة بإجراء مقابلة على التلفزيون والراديو فضلاً عن البروتوكولات المبينة أعلاه في القسم الخامس، بما في ذلك الثياب التي يجدر بك ارتداؤها والأسئلة التي يفترض بك طرحها وإطالاتك وتحركاتك والمعلومات التي يجب أن تعرفها قبل الذهاب إلى المقابلة، الخ.

ثالثاً: تمرّن على إجراء المقابلات على التلفزيون والراديو مع المشاركين في ورشة العمل على أن تؤدي الأدوار كافة، من دور مجري المقابلة مع المشاركين إلى المنتج والشخص الذي تُجرى المقابلة معه وفريق العمل، إلخ. قم بهذا التمرين عدة مرات كي يرتاح المشاركون ويعتادوا الوضع. أما الطريقة المثالية، فتتمثل بتسجيل هذه المقابلات

على كاميرا رقمية أو جهاز تسجيل للصوت كي تتمكن من الإطلاع عليها في وقت لاحق وتحسينها. ولكن، إن كنت لا تملك جهازاً للتسجيل، يمكنك الاكتفاء بالتمرّن، فهذا هو الأهم.

الخطوة الخامسة: اسحب نسخة عن المقابلة على التلفزيون و/أو الراديو ونشرها على موقع المؤسسة الإلكتروني وتقاسمها مع مختلف الشبكات الأخرى بتحليلها وحلولها الإيجابية وآثارها.

كلمة الكاتب الختامية

أتمنى لك حظاً موفقاً وأطيب التمنيات في عمالك الدقيق والهام مع الإعلام. أمل أن يكون هذا الدليل قد أفادك في بناء مهاراتك الخاصة ومهارات زملائك في بناء السلام. تذكر أن مفتاح النجاح لانتشار ظهورك في وسائل الإعلام يكمن في الإصرار والمثابرة. فلا يمكنك أن تتوقع من الإعلام أن ينشر مقالاتك أو المقابلات التي أجريت معك على التلفزيون أو الراديو بعد محاولة واحدة أو محاولتين فقط. كن مستعداً للعمل على انتشارك الواسع في الإعلام في الأسابيع والأشهر والسنوات القليلة المقبلة. قد تستغرق العملية بعض الوقت وتتطلب مستوى مرتفعاً من الالتزام. ومن المعروف أنها ليست تجربة تتم مرة واحدة غير قابلة للتكرار. أضف إلى أن عملية بناء السلام تحتاج إلى التزام متواصل ومستمر مع الإعلام. ونحن نقرّ بأن الإعلام يمتلك القدرة على خلق النزاع وتجسيده وتحويله وتعظيمه لإثارة المشاعر وتلطيّفها. وفي هذه الحال، تقع على عاتقنا معرفة طريقة التعاطي مع الإعلام والفعالية في المجتمع الإعلامي. إنها مسؤوليتنا المشتركة. وأكرّر القول إن بناء السلام هو أيضاً التزام طويل الأمد. أتمنى لك حظاً موفقاً في الجهود التي تبذلها في بناء السلام وتسعى إلى نشرها عبر الإعلام لأننا بأمس الحاجة إليها بهدف تغيير العالم - عبر كتابة مقالة رأي وإجراء مقابلة تلفزيونية والمشاركة في حوار إذاعي.

المراجع

منظمات الصحافة والأخلاقيات

- لجنة الصحفيين المعنيين بشؤون المهنة:
<http://www.journalism.org>
معهد القيم الصحافية:
<http://www.asne.org/index.cfm?id=3273>
جمعية ومؤسسة مدراء الأخبار في الراديو والتلفزيون:
<http://www.rtnda.org/ethics/fepcg.shtml>
جمعية الصحفيين المحترفين:
<http://www.spj.org/ethics>
الجمعية الأمريكية لإعلان مبادئ محرري الصحف:
<http://www.asne.org/kiosk/archive/principi.htm>
جمعية مدراء الأخبار في الراديو والتلفزيون والتوجيهات الأخلاقية التأسيسية:
<http://www.rtnda.org/ethics/ethicsguidelines.shtml>
المدونة الأخلاقية لمحرري أسوشييتد بريس:
<http://www.asne.org/ideas/codes/apme.htm>
مبادئ السلوك الأخلاقي داخل غرف الأخبار في صحيفة غانيت:
<http://www.asne.org/ideas/codes/gannettcompany.htm>
جمعية الصحفيين المحترفين:
<http://spj.org/ethics.asp>
المدونة الأخلاقية للصحف الأمريكية:
<http://www.asne.org/ideas/codes/codes.htm>
المدونة الأخلاقية للإعلام الأوروبي:
<http://www.uta.fi/ethicnet>
المدونة الأخلاقية للإعلام الدولي:
<http://www.ijnet.org/code.html>

الدراسات الأكاديمية في الأخلاقيات الصحافية

- قسم الأخلاقيات التابع لجمعية التربية على الصحافة والإعلام:
http://www.jcomm.uoregon.edu/~tbivins/aejmc_ethics/LINKS/newsletter.html
مركز الحرية الإعلامية التابع لجامعة ميسوري:
<http://www.missouri.edu/~foiwww/index.html>
دراسات حالات الأخلاقيات الصحافية التابع لجامعة إنديانا:
<http://www.journalism.indiana.edu/ethics>
معهد دارتماوث لدراسة الأخلاقيات التطبيقية والمهنية:
<http://www.dartmouth.edu/artsci/ethics-inst>
المركز الدولي لأخلاقيات الإعلام:
<http://icie.zkm.de>
مركز سيلها التابع لجامعة مينيسوتا:
<http://www.silha.umn.edu>
الأخلاقيات الصحافية بقلم الدكتور سام وينش:
<http://www.medialaw.com.sg/Jethics.htm>
شبكة التعليم التابعة لصحيفة نيويورك تايمز:
<http://www.nytimes.com/learning/general/specials/weblines/491.html>
مادة أخلاقيات الصحافة في جامعة ولاية تاوسون:

<http://www.towson.edu/~bhalle/ethics.html>

دليل استخدام الشبكة العالمية لتعليم الأخلاقيات والأبحاث:

<http://ethics.acusd.edu/resources.html>

شبكة الأخلاقيات:

<http://www.uta.fi/ethicnet>

كتب حول الإعلام والأخلاقيات

كتب حول أخلاقيات الإعلام والصحافة (روابط إلى موقع Amazon.com):

<http://www.ethicsweb.ca/books/media.htm>

كتب ومستندات تتعلق بأخلاقيات الإعلام:

<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijge/gj10.htm>

مقالات حول أخلاقيات الإعلام والسرية والتقارير التحقيقية:

<http://www.ibiblio.org/journalism/nwsethicsbib.html>

مقتطفات من مقالات تدور حول أخلاقيات الصحافة:

<http://jmme.byu.edu/abstract2.html>

مقالات تدور حول مصداقية الإعلام:

<http://www.webcredibility.org/literature.html>

الجماعات المؤيدة للإصلاح الإعلامي

العدل والدقة في التقارير:

<http://www.fair.org/index.php>

القناة الإعلامية:

<http://www.mediachannel.org>

الاتحاد الإعلامي:

<http://www.media-alliance.org>

مركز الأصوات المبدعة في الإعلام:

<http://www.creativevoices.us/>

استعادة الإعلام:

<http://www.takebackthemediacom/index.shtml>

المطالبة بالإعلام:

<http://www.reclaimthemediacom.org/>

الخزان الإعلامي:

<http://www.mediatank.org/>

الصحافة الحرة:

<http://www.freepress.net/>

الشؤون الإعلامية:

<http://mediamatters.org/>

تحالف العمل على التنقيف الإعلامي:

<http://www.acmecoalition.org/>

مراقبة الإعلام:

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

شفافية الإعلام: المال وراء الإعلام:

<http://www.mediatransparency.org/>

روكي ماونتين ميديا واتش:

<http://www.bigmedia.org/>

ميديا جيك:

<http://www.mediageek.org/>

الشفافية الإعلامية:

<http://www.mediatransparency.org/>

ميديا تينور:

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

احتكار الإعلام/ملكية الإعلام المؤسسي

الإحتكار الإعلامي الجديد:

<http://www.benbagdikian.com>

الشركات العشر الكبرى:

<http://www.thenation.com/special/bigten.html>

من يملك ماذا:

<http://www.cjr.org/owners/index.asp>

التركيز العالمي:

<http://www.mediachannel.org/ownership/front.shtml#chart>

شبكات التأثير:

<http://projects.publicintegrity.org/telecom/report.aspx?aid=405>

الاتصالات الجيدة:

<http://projects.publicintegrity.org/telecom/>

إدارات التداخل في وسائل الإعلام الضخمة:

<http://www.fair.org/media-woes/interlocking-directorates.html>

جهود القطاع الإعلامي لإزالة قواعد الملكية وإضعافها:

<http://www.democraticmedia.org/issues/mediaownership/>

موقع عمالقة القطاع الإعلامي:

<http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/cool/giants>

عمليات الدمج الضخمة في قطاع الاتصالات:

<http://www.cep.org/megamergers.html>

نبذة عن الكاتب

يشغل مايكل شانك في الوقت الحالي منصب مدير الاتصالات لدى العضو في الكونغرس الأمريكي مايك هوندا (كاليفورنيا - 15). في العامين 2007 و2008، تبوأ منصب مدير الاتصالات في معهد تحليل وحل النزاعات التابع لجامعة جورج مايسون. وفي الجامعة، قَدّم مايكل المشورة إلى خبراء المعهد حول الإعلام الاستراتيجي والمبادرات السياسية التي تتمحور حول النزاعات المحلية والدولية.

في السنوات العشر الأخيرة، عمل مايكل بصفة محلل ومستشار لممثلي منظمة الأمم المتحدة والممثلين الحكوميين وغير الحكوميين في الشرق الأوسط وجنوب آسيا وجنوب شرق آسيا ومبادرات الولايات المتحدة الدبلوماسية المتعلقة بـ "المسار الثاني" وسياسات الطاقة والبيئة والأمن.

في العام 2006، تولى مهام السكرتير الإعلامي لمنظمة سيتيزنس فور غلوبال سولوشونز Citizens for Global Solutions - وهي منظمة يقع مقرها الرئيس في واشنطن وتكمن مهمتها في الدفاع عن المؤسسات الدولية والقوانين والمعاهدات - فإذا به يهتم باتصالات المنظمة وعلاقتها الإعلامية. وبين العامين 2004 و2005، اضطلع مايكل بدور مدير الشؤون العامة لمنظمة وورلد كالتشور أوبن World Culture Open في مدينة نيويورك حيث قام بالتنسيق مع الوكالات التابعة لمنظمة الأمم المتحدة ووزارات الثقافة بهدف تطوير التحاليل والأطر الثقافية في مسعى إلى تطوير المبادرات الدبلوماسية.

يعدّ مايكل أطروحة الدكتوراه في معهد تحليل وحل النزاعات التابع لجامعة جورج مايسون، وهو يكتب بشكل منتظم لصحف فاينانشال تايمز Financial Times وزي غوارديان The Guardian وريتشموند تايمز -ديسباتش Richmond Times-Dispatch وصحيفة ذو هيل The Hill وصحيفة أراب نيوز Arab News (المملكة العربية السعودية) وإنترناشونال هيرالد تريبيون/ديلي نيوز إيجيبت International Herald Tribune/Daily News (مصر)، ونيوز إنترناشونال News International (باكستان) والصحيفة نصف الشهرية فورين بوليسي إن فوكوس Foreign Policy in Focus. والجدير بالذكر أن مايكل هو كبير المحللين في صحيفة فورين بوليسي إن فوكوس Foreign Policy in Focus كما أنه محلل مألوف على قنوات سي تي في نيوز CTV News والجزيرة وإير أمريكا Air America وأقسام الباشتو والأوردو والصومالية في فويس أوف أميركا Voice of America.