الخطة الاعلامية المواكبة لاعادة اعمار فلسطين في المرحلة القادمة

ملخص الورقة

م. محمد دويكات– تلفزيون افاق، مساعد بحث وتدريس بجامعة النجاح
mjdwaikat@hotmail.com - mob: 0599.399850

يعيش العالم اليوم عصر الثورة الاعلامية الرابعة، وهي ثورة التواصل الاعلامي فائق الحدود، فقد اصبح الاعلام الاداة الفاعلة والمحركة لكل التحولات التي يشهدها العصر، وقد كان لهذه الطفرة المذهلة في تطور الاعلام ووسائله تأثير كبير في جميع مناحي الحياة من تفكير وثقافة واتصال وتفاعل مع الاخرين. وقد اضحى الاعلام شريكاً في صناعة التنمية وليس ناقلا لها فحسب، ومن هنا يتضح اهمية وجود استراتيجية اعلامية قادرة على التأثير لتواكب مرحلة اعادة اعمار البلاد في المرحلة المقبلة.

لقد ساهمت وسائل الاعلام ولا زالت في إحداث كثيرٍ من التغييرات الاجتماعية والتنموية بسبب قدرتها على التأثير، وينفرد التلفاز باهتمام الناس بشكل يفوقُ بدرجات وسائل الإعلام الأخرى لما يتمتع به من جاذبية ومتعة وإبهار. ولقد أصبح الإعلام صناعة ضخمة تدخل في جميع القطاعات وتتطلب تأهيلا علميا متخصصا في جميع مجالات الحياة التي تشهد طفرة ضخمة الآن في ظل تحول العالم إلي قرية كونية، ولقد أضحى الإعلام العصري يستند إلى عدة أركان أساسية في مقدمتها الإعلامي المؤهل المتخصص.

تركز هذه الورقة على التنمية الاجتماعية والثقافية وما يتعلق منها بالتعليم في قطاعات الاعمار وسبل تطويره من خلال الاعلام. وتضع الورقة تصوراً لاعلاميين متخصصين قادرين على توظيف تكنولوجيا الاتصال والإفادة من القاعدة المعلوماتية التي يستند إليها العمل الإعلامي الناجح من اجل اعمار الارض. وتعرض أن الغاية الوحيدة من الاعلام هي التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام لتزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة لكي يبنوا عليها قراراتهم ومواقفهم فيما يتعلق بموضوعات اعمار البلاد، كما تستعرض الورقة لبعض النماذج الاعلامية المتبعة في الدول المتقدمة في مجالات الاعمار.

*** **** ***

خطة أولية ومسودة استراتيجية لايضاح دور الاعلام في التنمية واعادة الاعمار

مفهوم الاعلام والاتصال

الاتصال هو تبادل المعاني والمعلومات والافكار من خلال نظام مشترك من الرموز، وكلما كانت الرموز سهلة ومفهومة وكلما كانت المعاني مشتركة كانت عملية الاتصال اكثر سهولة. ويهدف الاتصال الى خلق معانٍ وازالة الغموض والخلافات بين اطرافه، وهو محاولة لدخول عالم الاخرين، وتبادل الاحاسيس والمشاعر معهم. اما الاعلام فيشمل كل وسائل الاتصال، وهو تزويد الجمهور بمعلومات صحيحة لمعاونتهم في اتخاذ قرارات سليمة في قضية من القضايا، وهو عملية موجهة تحشد الرأي العام وراء تلك القضية. وللاعلام دور في تعزيز القيم المجتمعية، وبناء الاخلاق في نفوس الناس لخلق رقابة ذاتية في نفوسهم.[1]

ومهما اختلفت الأقوال، وتباينت الآراء حول مفهوم الإعلام، ومهما جاءت تقسيماته واتجاهاته فإنها في مجموعها تلتقي في أن الإعلام هو اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بها، واتخاذ موقف تجاهها. وقد اتسع المفهوم العلمي الحديث للإعلام حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع المعلومات والأفكار ونقلها، طالما أحدث ذلك تفاعلا ومشاركة من طرف آخر مستقبل. والإعلام "علم وفن في آن واحد"؛ فهو علم له أسسه ومنطلقاته الفكرية لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وهو فن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب مواهب رجل الإعلام وقدراته الإبداعية.

حالة الاعلام والصحافة في فلسطين

اما الصحافة الفلسطينية فتقوم في مجملها على العلاقات العامة لانها تفتقر الى المعلومة، ويعاني الاتحاد العام للصحفيين، ورابطة الصحفيين، ونقابة الصحفيين في فلسطين من ضعف شديد، ويمكن تلخيص حالة الصحافة الفلسطينية بعد مجي السلطة كما يلي: فقد ساد صراع بين الصحافة والسلطة الفلسطينية شهد اغلاق بعض الصحف في فترة 1994- 1996 (تقارير الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن) وقد شهدت فترة 1997- 1999 مرحلة صراع اقل حدة من سابقتها. وفي مرحلة الانتفاضة الثانية تراجعت المؤسسات التي ترصد الصحافة.

[1] : مقدمة لدراسة الاعلام- سلسلة محاضرات، د. فريد ابو ضهير، قسم الصحافة بجامعة النجاح الوطنية، 2002

اما اصناف الصحافة في فلسطين فيمكن تقسيمها الى الصحافة الحكومية وهن فضائية فلسطين، وصحيفة الحياة الجديدة، وصحيفة الايام. وكذلك الى اعلام المنظمات الاهلية لكنها لم تستطع خلق اداة تعبير وتواصل يومية مع الناس، فاصداراتها اما موسمية او مرتبطة بمشاريع تنموية وهذه لا تتسم بالمنهجية التي تتكامل مع رؤية المواطن الفلسطيني. واخيرا الصحافة الحزبية وقد ضعفت نتيجة ضعف الاحزاب نفسها بمجيء السلطة الفلسطينية، وتوليها الاعلام بصفة رسمية من خلال وزراة الاعلام.

وتعتبر قناة الجزيرة في قطر من ابرز الفضائيات العربية التي كسرت محظورات الانظمة العربية، وقد دفعت ثمن تشكيل هذه الصحافة الحرة اغلاق بعض مكاتبها ومقتل بعض مراسليها وحرمانها من تغطية احداث كثيرة كمراسم الحج في السعودية. اما بقية الفضائيات العربية فتشكل ما نسبته 90% من اخبارها لتغطية اخبار رئيس او حاكم الدولة، و10% للاخبار العامة. (رويترز) وعلى سبيل المثال فان التلفزيون المصري به 37 ألف موظف في مجموع قنواته وهو مغرق بالديون، بينما تصل موازنة قناة BBC الى 5 مليارات دولار سنويا، في الوقت الذي لا تصل فيه موازنة السلطة الفلسطينية كلها الى مليار واحد في السنة.

(الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، محاضرات في حرية الرأي والتعبير، دورة الاعلام وحقوق الانسان، نابلس، 2004.)

الاعلام العربي في القرن الواحد والعشرين

تسود علاقة متوترة بين السياسيين ممثلي السلطة في الحكومات العربية وبين وسائل الاعلام خصوصا المرئية منها تتجسد في نفور المشاهد من اطلالة معظم رجال الدولة على الشاشة، ويعود هذا النفور الى ان الدولة في معظم اقطار العالم الثالث لا تكون مقصودة بعينها في الاعلام انما القائمون عليها مما يولد برودة عند المشاهد. اذ تسعى السلطة دوما لوضع يدها على وسائل الاعلام، وتعلن اهدافا كبرى لذلك مثل "المسؤولية الوطنية في الظروف الراهنة"، و"ضرورة تنظيم الاعلام تنفيذا لبنود الاتفاقات والمواثيق"، وتخفي اهدافا سرية يضعها رجال الدولة لانفسهم وهي تأكيد حضورهم اعلاميا لتسويق انفسهم.

ويدرك اهل الحكم والعلم ان التلفاز وسيلة اعلامية جماهيرية واسعة تشبه العصا السحرية، وهو وفق الاحصاءات يستقطب قرابة 60% من حضور شعوب العالم الثالث كونه جهازا يبث

الصوت والصورة والمؤثرات المرئية في آن واحد، وهذه تكون اقوى في اثـــارة الاحاســـيس والمشاعر العميقة، وتجعل المنقول جزءا من افراد الاسرة.

وقد المح ماكلوهان ان الانسان يستمر مشدوها امام التلفاز لانه يرى على شاشته امتدادا لذاته، وهذا لا يتحقق برؤيته لرجال السلطة الذين يقيّدون حرية المواطن. وعنـــدما يتجمـــع النـــاس باعداد مذهلة امام الشاشة لمتابعة مسؤول كبير تكون رغبة في الحصول على اجابات رسمية لاسئلة صعبة في موضوعات وطنية او حياتية شائكة تشغل بال المواطن، ومن جهة اخـــرى لكشف التناقض بين قول المسؤولين وواقع الحياة، فالاجابة هي المنتظرة وليس الشخص بذاته. اما فشل الخطاب الاعلامي العربي فهو عائد الى التباعد بين الخطيب والمتلقي، فـــلا صـــانع الخطاب شريك للمتلقي في الاحساس والهم والهدف، ولا المتلقي مرتاح الـــى صـــورة الاول المؤطرة بالاستعلاء والسلطوية مما يخلق عدم ثقة متبادلة بينهما. اذ يجب ان يكون النص او الخطاب في وسائل الاعلام مقلقا ومطمئنا في آن واحد، فالمشاهد يهوى الدخول فـــي عـــالم المأساة ولكنه سريع الخوف يرجو ساعة الخلاص، كما على النص ان يكون علـــى مـــستوى الصديق ومستوى قائد الرأي العام الفاعل في تغيير السلوك والمواقف والاحداث.

التأثير الإعلامي ودعائمه

يتوقف نجاح الرسالة الإعلامية على عدد من الشروط اهمها وضوح الرسالة الإعلاميـــة، إذ أن عملية الإعلام مشاركة وتفاهم بين المرسل والمستقبل، والتشويش أو التداخل قد يقف عائقا دون فهم الرسالة، ومن أسباب ذلك التشويش احتواء الرسالة على ألفاظ غير معروفة أو كون سرعة المتحدث غير ملائمة للمستمع، أو لوجود رداءة في الصوت او الطباعة. كمـــا تـــؤثر الظروف المحيطة بالرسالة في فهمها وتقبلها او رفضها؛ ذلك لأن نفسية المـــستقبل وطريقـــة تربيته ودرجة ثقافته تؤثر على كيفية استجابته لها، ويرتبط ذلـــك ايـــضا بـــالقيم والمبـــادئ الاجتماعية السائدة ومدى اندماج الفرد فيها. وتتم هذه العملية من خـــلال وســـائل الاتـــصال الجماهيري، ووسائل الاتصال الشخصي او الوجاهي المباشر، ووسائل الاتصال بـــالادوات، اضافة الى الوسائل البصرية والادبية للاتصال.

موضوعات التنمية والاعمار الصحافة والاعلام

استطاع الباحث الخروج بتعريف لمفاهيم الصحافة المعمارية والاعلام المعماري من خلال ربطه النصوص والسياقات التي وردت في المواقع الالكترونية الاجنبية، اذ لا تتوفر مراجع عربية تتحدث عن العلاقة بين الاعلام والاعمار، فاصطلاح الصحافة المعمارية (architectural journalism) قصد به المواد المعمارية المكتوبة والمقروءة كالصحف والمجلات المعمارية والكتب. اما مصطلح الاعلام المعماري (architectural media) فقد غلب عليه معنى الادوات الاعلامية المستخدمة في حقل العمارة مثل الاوتوكاد وبرامج التجسيم ثلاثي الابعاد، ولكنه قد ورد ايضاً ليعني الوسائل الاعلامية المعروفة كالراديو والتلفاز واستخداماتها المعمارية. اما مصطلح (architectural press) فقد ورد ليعني صحافة معمارية بنفس المفهوم الاول، او ليدل على دار نشر او مطبعة تعمل في هذا المجال مثل (**Princeton Architectural Press**) التي تقع في نيويورك وتقوم بطباعة المجلات المعمارية ونشرها.

وبذا يمكن القول ان الاعلام العمراني هو الاعلام الذي يهتم بعرض قضايا وموضوعات التنمية والاعمار من خلال وسائل الاعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمكتوبة والالكترونية ومعالجتها. وقد لاحظ الباحث ان غالبية الاصطلاحات التي تربط بين الاعمار والاعلام قد ترددت في معظم الصفحات الالكترونية للجامعات والخطط التدريسية لمدارس العمارة والفن والتصميم او المعاهد والجمعيات المعمارية، مما يشير الى ان هذه الجهات هي الاكثر اهتماما بهذا الموضوع في العالم.

http://www.usarchitecture.com/Media.htm

الاعلام التنموي

التنمية هي التعالي بالشيء من موضع الى اخر ارقى، اما هيئة الامم المتحدة للتنمية فتعرفها على انها تلك "العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا وحضاريا، وتعتمد باكبر قدر منها على مبادرة المجتمع المحلي واشتراكه." ويُعرّف الباحث المصري رمضان مبروك التخطيط الاعلامي على انه "توجيه نظم الاتصال ووسائله في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الاهداف الاساسية للدولة، ومساعدة التنمية الاقتصادية

والاجتماعية عن طريق الاساليب الفنية والعلمية للاتصال تبعا لظروف البلد، وتعديلها ومتابعتها وتقييمها."[2]

اما عن التنمية في العالم العربي ودور الاعلام فيها، فيلخص معظم علماء التنمية العربية في معظم دراساتهم حول خطط التنمية العربية انها تفتقر بشكل عام الى الرؤية الشاملة لتفاعل الانظمة الكلية والفرعية، فهي تنظر غالبا الى تنمية كل قطاع بشكل منفصل عن الاخر دون اعتبار لوجود ترابط بينها. ويقول العالمان مانويل يانانزا ونابولي: "ان النظام يتكون من مجموعة من الاجزاء التي تعتمد على بعضها وتتفاعل معا لاجل اداء وظيفة ما".
ومن جهة اخرى تعتبر هذه الخطط ضيّقة، اذ انها تركز على البعد القُطري دون نظرة الى العالم، كما تفتقر الى فهم خصوصية الهوية الثقافية العربية، حيث تؤكد الاتجاهات الحديثة للتنمية ان المحافظة على الهوية الحضارية للشعوب يضمن مشاركتها الايجابية، في حين ان التنمية المفروضة من الاعلى والتي تهمل الهوية الحضارية وترى في الحضارة الغربية النموذج الوحيد الجدير بالمحاكاة لا تؤدي سوى وظيفة جزئية، كما ان خطط التنمية العربية نسيت التكامل بينها وبين وسائل الاتصال.

مما سبقت الاشارة اليه نستنتج ان التنمية هي عملية ابداع ذاتية تبنى على الحصيلة الثقافية للمجتمعات. وهذا يتطلب رفع مستوى الموارد البشرية من اجل احداث فاعلية في الانتاج، فالمزارع الفلسطيني مثلا ينتج 10 اطنان باستخدام الادوات التقليدية، في حين ينتج العامل في الدول الاوروبية 100 طن باستخدام آلات متطورة. لذا يجب تدعيم عملية البحث العلمي وتوطين التكنولوجيا، اي استيرادها ثم تطويعها حسب احتياجات المجتمع.

نماذج من الدراسات والتجارب الاجنبية

شهد العالم الغربي منذ مطلع التسعينات اهتماما متزايدا من جانب المختصين بالحديث عن قضايا البيئة المبنية في الاعلام، وتزامن ذلك مع ثورة تكنولوجيا المعلومات. وقد جاء الكثير من ذلك على هيئة مقالات او جوائز عالمية او افلام او مقابلات. وقد وجد الباحث اهمية استعراض نماذج لتلك الدراسات في مجال بحثه: وتمثل بعض تلك الدراسات الحالة العامة للاعلام والصحافة المعارية في تلك البلاد.

[2] : د. عاطف سلامة، سلسلة محاضرات في الاعلام، قسم الصحافة بجامعة النجاح الوطنية، 2003

اميركا

1. دراسة ميليسا جو ووردن 2003، بعنوان العلاقة بين النقاد المعماريين والصحافة الشعبية والعمارة العامة، وقد قدمت كأطروحة ماجستير في جامعة الينوي، كلية الفنون الجميلة والتطبيقية، مدرسة العمارة.

تمثل هذه الاطروحة تحقيقا بحثياً لحالة النقد المعماري في الولايات المتحدة الامريكية بعد جمع 1122 مقالا وتحليلها، كتبها خمسة من الفائزين بجائزة بليتزر للنقد المعماري وهم: آدا لويس هكستبل من صحيفة نيويورك تايمز، روبرت كامبيل من صحيفة بوستون غلوب، باول غاب من صحيفة شيكاغو تروبين، ألان تمكو من صحيفة تأريخ سان فرانسيسكو، باول غولد بيرغر من نيويورك تايمز، بالاضافة الى تعليقات وكتابات لنقاد حاليين في الولايات المتحدة.

وقد قامت الباحثة بتحليل مقالات الكتّاب من حيث المنهجية والاسلوب والحجم ومكان ورودها، كما تلقت 15 قصاصة مكتوبة من اصل 26 ناقد في البلاد، ومن بين هؤلاء الخمسة عشر ساهم سبعة منهم فقط بتقديم تفاصيل اعمق عن تجربته من خلال المقابلات الهاتفية. وتقول الباحثة ان ذلك الطرح قد دعم فرضيتها القاضية بان النقاد المعماريين بحاجة بعد الى بلوغ طاقتهم الكامنة للتأثير في المجتمع. كما قامت الباحثة بتقييم فوائد واخطار النقد المعماري لتبرهن كيف ان النقد المعماري يمكن ان يكون اداة نافدة في المجتمع. واضافت الباحثة انها اختارت هذه الاطروحة لانها تشكل موضوعاً لم يحظ بتغطية بالصورة التي يستحقها، وكذلك بسبب الاهتمام الضئيل الذي يمنح للموضوعات المعمارية في الصحف اليومية مما جعل المعلومات المتوفرة حولها شحيحة من حيث الجمع والبحث والتقييم. وتقول ان الباحثين والمحررين وقعوا في خطأ باستخفافهم بقيمة العلاقة بين المعماريين من جهة، وبين العامة وحياتهم من جهة اخرى والتي تتمثل في النقد المعماري.

وخلصت الباحثة الى ان النقد المعماري لديه القدرة على التأثير في مشاريع الاعمار القائمة والمقترحة، فالنقاد المتبصرين بامكانهم مشاركة قرائهم حول مدى ملائمة مشروع ما او قصوره من خلال استعراضهم وتحليلهم لموضوعات مثل مبادئ المحيط الحضري، وسهولة الوصول للمشروع، العرقية، الوظيفة، الجمال، الانشاء، والتصميمات التصويرية لمبنى ما، وبذلك يمكن الارتقاء بتصميمات مختلفة للمشاريع الحالية والمستقبلية. وان مثل هذه التحليلات بحاجة الى ان تدمج في تغطية الصحف اليومية اكثر من مجرد تغطية ظاهرية في الملحقات الفنية الاسبوعية او بعرضها في الاقسام الترفيهية. وبتغيير ادراك الناس لحقيقة العمارة بانها

ذات دور اخباري هام في الصحف فان النقد سيكون له اثر في التصميمات المعمارية وبالذات في المشاريع العامة، وستنال المشاريع الخاصة جانبا من ذلك.

ومما توصلت اليه الباحثة ان قوة الناس بالتأثير واحيانا السيطرة على اراء مطوري المناطق اثبتت انه عندما يمتلك الناس اهتماما بالمصلحة الخاصة في بيئتهم فانه بامكانهم احداث تغيير. وتضيف رغم ان النقد المعماري شرع بتحقيق قدراته في التأثير بالمجتمع والبيئة المبنية لكن ضرورات اخرى ما زالت بحاجة الى العمل ولعل من بينها تعليم طلاب الصحافة والعمـــارة عن ماهية كل منهم ومهنته وحقولها ودوره في المجتمع، ومن بينها ايضا استحداث قسم جديد في الصحف اليومية للمساعدة في تغيير الطريقة التي يفكر بها الناس حول كيفيـــة ان البيئـــة المحيطة بهم تؤثر فيهم.

The Critical Link: Architecture Critics, The Popular Press, and the Public, Masters' Theses in University of Illinois at Urbana-Champaign , College of Fine and Applied Arts, School of Architecture, by Melissa Jo Worden, 1998
http://www2.arch.uiuc.edu/Courses/Design/DesignResearchThesis/MelissaWorden.html

1. المكان العام والسعادة الخاصة – العلاقة بين التلفاز والاعمار، تيم غـــاردام، مـــدير البرامج، قناة لندن الرابعة (BBC4)، 14 نيسان 2003

وقد نشرت هذه الدراسة على موقـــع architecture.com الـــذي يـــديره المعهـــد الملكـــي للمعماريين البريطانيين (RIBA) ،حيث طُلب من غاردام القاء محاضرة في مراسم تـــسليمه الوسام الفخري من المعهد الملكي للمعماريين البريطانيين، وبدأ حديثه بقوله انه قد يكون الامر مستغربا بالنسبة للمعماريين الحضور ان يتحدث هو كونه يعمل في قطـــاع البـــث المتلفـــز، واستدرك بقوله انه حريص جدا على ان لا يتحدث عن اشياء لا يعرف عنها الكثير، وانه لن يحاول الحديث عن العمارة، بل سيتحدث عن علاقة العمارة بالتلفاز.

وقد ناقش في ورقتة مفهوم "المكان العام المتلفز" من وجهة نظر اعلامية كقطاع حيوي اذا ما حوفظ عليه كقوة ثقافية متحررة من سيطرة التجارة وهيمنة راس المال، وقد ذكر اسبابا تجعله يعتقد ان البرامج المعمارية هامة جدا للقناة الرابعة بقوله: "ان تغطية القناة الرابعـــة لجـــائزة ستيرلنغ (Stirling Prize) هي احد القرارات التي ولّدت لدي ارتياحا لا يشوبه شـــيء طيلـــة سنوات عملي كمدير برامج في القناة، وقد جعل ذلك مُشاهدي المحطة في ازدياد سنوي مطرد

اكثر مما كنت اتخيل، كما ساعد في وضع تعريف واضح لحاسة الهدف الاجتماعي الذي عزز من دور القناة الرابعة كجهة بث في خدمة القطاع العام."

وذكر ان احد الاسباب التي جعلته يقرر القيام بتلفزة جائزة ستيرلنغ كان مصادفة شخصية، اذ انه عندما كان طالبا في السنة الاولى بجامعة كامبرج ايام العزوبية خرج يسهر مع اصدقائه وقابل شخصا اسمه ستيفن فيتشر وبقيا على تواصل بعد تخرجهما، واثناء عمله في قناة بي بي سي الرابعة خرجا للشرب معا في ذات مساء وكان غاردام وقتذاك يندب ويتخوف من البرامج الفنية في التلفزيون، ويقول كم هو صعب جذب انتباه المشاهدين اليها وكم هي انطوائية لغتها واصطلاحاتها مما يجعل المشاهدين لا يابهون بها.

فبدا ستيفن حينذاك يتحدث عن تجربته الاخيرة كخبير محكم في الجوائز المعمارية لـ RIBA، حيث قام بوصف تصميم مدرسة الممرضات امام غاردام والتي رصدت لتنفيذها ميزانية بسيطة. وبخلاصة الحوار الذي دار بينهما تكونت لدى غاردام افكار بسيطة عن المكان والعمارة والتصميم وما تبعها من جائزة ستيرلنغ وكان ذلك مربط الفرس؛ فقد طرق ذلك كثيرا من التساؤلات التي رأى غاردام ان يتعين على سمعتهم كقناة ان يتطرقوا اليها في بثهم.
وذكر غاردام ان الاتصال الصامت لوعي المرء تجاه الامور يعد اقوى من الكلمات التي تعرض على شاشة التلفاز والتي تعتبر غير ضرورية في اغلب الاحيان، وقال ان ذلك يتضح بجلاء من خلال تجربتهم في قناة بي بي سي اذ ان المرء يجد في التلفاز المعماري حقلا ممتعا وملفتا للنظر ومثيرا للانتباه.

ويعتبر التلفاز جيدا في جانبين؛ اولهما الاستعانة بالمقياس فهو يعرض مبان متناسبة مع محيطها ومناطق خضراء ولحظات مفاجأة واثارة، كما انه قادر على عرض التعقيدات المخفية وراء عمل شيء ما وقيامه بوظيفته، او قيامه بكلا الجانبين معا، والتلفاز الناجح هو القادر على التفكير كثيرا والاهتمام بالتفاصيل. وبالنسبة للمقياس والتفاصيل في البرامج المعمارية، فان التلفاز يمكنه التلاعب بهاتين القوتين لايصال الرؤية الفردية المتكاملة، وجمالية التصميم، وسحر الانشاء، وقال غاردام: "اعترف في حديثي ان سلسلة قمنا ببثها في السنتين الماضيتين كانت من اكثر برامجنا نجاحا رغم قسوتها حيث كانت بعنوان: لماذا تنهار المباني."

ويرى غاردام بعد 28 عاماً من العمل في القناة ان التلفاز يجعل للفهم والادراك هيبته، ويعزز طموح الانسان كبشر، لكن التحدي الصعب امام مرسلي البث هو ايجاد الاصطلاح الصائب، والشكل القادر على خلق فضاءات الموضوع امام المشاهدين ليأسر اهتمامهم، في عالم بلغت فيه الرفاهية والمتعة اوجهما؛ فمشاهدو التلفاز يريدون رؤية الانشطة الممتعة، والمتعة المنشطة لهم والا فانهم يحيلون انظارهم الى مكان آخر، ومهما كان الهدف العام مخلصا، فان البرامج المتلفزة التي لا تخلق صراعا لانتزاع وجذب مشاهديها لا تحظى باهتمام يستحق الذكر.

ويتساءل غاردام: كيف نؤازر عامة الناس، والنوعية الخالصة، والقيم في مجتمع حديث كما هو اليوم مصمم على ان يبقى على ما هو عليه من النفعية والتجارة وراس المال؟ ويجيب باعتقاده ان مجتمعه بحاجة مجددا لايجاد العصب الحساس لتعزيز المناقشة حول القيم الجميلة واطراف المجتمع المدني المرتبطة بها والتي اصبحت "موضة باطلة" ميئوس منها. ان تعزيز قضايا وموضوعات كهذه يفتح فكر المرء وذهنه لتلقي شحنات لتحويل مجراه التجاري والنفعي، ويضيف غاردام "ان كان باستطاعة التلفاز فعل ذلك، فاني اقترح لنجاح ذلك ان توجه البرامج المشاهدين ليتعهدوا ببيئتهم المبنية اولا، وبذا نكون تمكنا في نفس الوقت من انشاء وتعزيز حاسة "المكان العام" فيما نبث من برامج، والذي يعتبر ضروريا في عالم لا يعرف الا لغة المنطق والتجارة."

ويرى غاردام ان هناك ترابطا واضحا بين دور المعماري وامثاله من القائمين على البث الاعلامي يمكنهما من خلاله خلق نظام فعّال، فكلاهما؛ المعماري وصانع البرامج المتلفزة تقودهما رؤية الابداع الشخصية وسعة الخيال، ولكن على كليهما ايضا بناء تسويق لقيمهم عالمي ومنافس، و قال "طالما يلزمنا ان نأخذ قيمنا معنا الى السوق، فاننا بحاجة الى ان نأخذ راي اولئك الذين يعيشون مع ما نصنع ويستهلكوه." ومن الامثلة على اعماله ذكر غاردام انه قبل نحو عشرين سنة طلب منه كمنتج برامج في قناة BBC ان يبدع برنامجا تاريخيا جديدا باسم نظرة الزمن (Timewatch) وهو برنامج ما يزال عرضه مستمرا، وقد اتخذ التاريخ مكانه من خلال الموسيقى ومشاركة قسم الفن والعمارة لانه لم يكن احد آخر يستطيع التفكير بما كان يجب فعله سواهم بحسب رأيه.

ويؤكد غاردام في ورقته انه يجب وجود مكان عام للافكار والذي لا يذهب الناس اليه من اجل عقار او استثمار. ويقارن التلفاز والمكان العام مثلا على ذلك، فالمكان العام وجد من أجل

الناس، ولا شيء يمنحه شعورا اعظم للحياة المدنية اكثر من ساحة المدينة قبل الظهيرة او عند نهاية النهار؛ فالناس يتقاسمون المكان في وسط معيشتهم وحياتهم اليومية. اما المكان العام المتصحر فمهما كان يبعث البهجة والسرور في العين الا انه يبدو بصورة او باخرى مهجورا وباعثا للحزن ولا غاية من وجوده، وكذلك الامر بالنسبة للبرامج المتلفزة التي تبث، فالبرامج يجب ان تجذب الناس، فمعظمها وان كان انشاؤه جميلا الا انه افتقر الى الغاية والهدف.

ويقول غاردام ان قناة BBC4 رغم امتيازها بطريقتها الا انها منفّرة احيانا، فانتاج فيلم استغرق العمل فيه قرابة العامة جذب فقط 30 ألف مشاهد وهي نتيجة تبعث الكآبة والاستغراب. ومن خلال عمله بالتلفاز وكونه عاش خلال الثورة الثقافية للشعب البريطاني. فقد بدأ كصحفي متدرب في التلفاز عام 1977 عندما كان في الحادية والعشرين من عمره، وخلال الخمسة عشر عاما التالية اي حتى العام 1992 كان لبريطانيا ان تعيش ايديولوجية وعمق نظر وتفكير اكثر بقليل في تلك الفترة من القرن من غيرها. وبحكم عمله كمحرر لبرامج البانوراما والاخبار المسائية وقتذاك فقد تتبع صراع العقد الزمني لتاتشر عندما اخفقت بريطانيا في الحرب، وخسرت واقعيتها ونوعية مجتمعها الذي تريد والتي زالت بحلول الثورة الصناعية، لكن ذلك حوّل بريطانيا من منتج الى مستهلك ثقافي. ففي ذلك الوقت انصرف التلفاز عن السياسة والاهداف الاجتماعية والفكر والثقافة الشعبية، وكان قلب كل قناة وقتذاك الاجندة العامة للناس، ولكن حاسة العامة في التلفاز قد تغيرت بعض الشيء في مطلع التسعينات؛ فقد بيعت منازل البلدية، وسقط جدار برلين، وانهار الاتحاد السوفييتي والشيوعية، وانتكس معه عهد تاتشر، وانتهت حرب الخليج الاولى بقطع استيطانية في الشرق الاوسط واصبح الركود يحتضر.

ويقول "التاريخ يعديد نفسه في هذا العالم الهش ونحن ندرك ما يجري حولنا، فكيف يمكن لعالميتنا الحديثة والمجتمعات متعددة الثقافات ان تعزز الاحساس تجاه الهوية العامة، وهل لديها ادنى فكرة بماذا يمكن ان نغنيها؟ ان هذا التشاؤم الثقافي لدليل قاطع على الصمت القاسي والجهل المطبق الذي استشرى في الناس الذين شكل حياتهم معلمان رئيسان في وقتنا هما الرغبة في الظهور والشهرة، والاسراف في العلاقات الجنسية، وان البرامج المتلفزة التي تتعهد بثقافة الناس الشعبية متهمة بكونها ساذجة وذات بهرجة زائفة."

ويتابع قوله ان اجندة تلفزة الخدمات العامة تميل حتى اللحظة الى الماضي اكثر منه الى المستقبل، ووصفها بثقافة التعزية والمواساة وليست مادة محفّزة للتفكير والتخيل. وان اصبح

التراث هو المقياس المسيطر لنوعية ما يبث على شاشة التلفاز، فان الاحساس بتلك القيم العامة سيصبح حثالة وفضلات تعيش على الحنين والانين، وهي امر تجنبه غاية في السهولة من قبل المشاهدين. اما القناة BBC4 على نقيض ذلك فهي صوت الاستفهام في البث العام المتلفز، وتفتح آفاقا وفضاءات للمناقشة والجدل فيما تغلق قناة BBC تلك الفضاءات. وان تتبع مناصرة القناة الرابعة للقيم المعاصرة سيكون امرا مثيرا للجدل وربما يؤدي الى فهم الاشياء بشكل خاطئ. واذا كانت قناة BBC تولد حاسة مجتمعية لدى الافراد، فان BBC4 وجدت لتعزيز صفة الفردية في المجتمع. وهنا تبرز اهمية البرامج المعمارية المتميزة؛ فهي تفترض انها امر ذو ثقة في اصدار احكام نوعية تحمل صفة الحاضر ولكنها ايضا مؤصلة بقوة في الماضي وذات بعد نظر ومن الممكن تخيلها.

ويعتقد غاردام ان في جمع هذه البرامج حاسة تراكمية للمجتمع الحديث، وتحديدا للافراد ذوي العقليات المستقلة غير التابعة، فكثير من المؤشرات تزيد ثقة المشاهدين بالتصميم والبيئة المبنية، وقال ان القناة اعدت برنامجا او اثنين من تلك التي لا تتعامل مع العمارة بشكل مباشر انما مع القيم التي تحملها والتي بدت ذات حميمية وتواصل بشري، ثم عرض شريطا متلفزا لاحد هذه البرامج لما حاولوا فعله في 12 سبتمبر 2001 ليكون عملا ملائما لما قد حدث؛ فقد خطر في باله انه يجب ان يكون في نيويورك المعماريون، والمهندسون المدنيون، والمقاولون، والبناءون ممن عملوا اثناء تشييد البرجين التوأم (Twin Towers)، وقال انه كان يدرك انه لم يكن مجرد بناء تم تدميره، لكنه صور ذهنية وخيالية صممت وأنشئت وحققت اهدافها. واشار الى ان القناة قامت ببث البرنامج 12 اسبوعا تلت عملية التدمير لاعلى جمهور وثائقي شهدته تلك السنة، "البرجان التوأم" كان برنامجا استثنائيا.

وحول التجارة التلفزيونية قال ان BBC لا تعدو وراء الاعلانات التجارية، لذا فان برامجها ذات النصف ساعة تستمر 29 دقيقة، لكن القناة الرابعة تغطي من النصف ساعة 24 دقيقة فقط، لذا قررت القناة ان ترفع حصة الموضوعات التي تبدو مهملة خلال 24 دقيقة الى ساعة واحدة. وقد كانت التصميمات المعمارية الفخمة اول تلك الموضوعات، لكن القناة ادركت بعد عرض سلسلتها الاولى ان ذلك كان اكثر من مجرد عروض منزلية، فالاثر الفني والثقافي للعروض المنزلية على قناة BBC ضمن برامج قوة الارض (Ground Force) والغرف المتغيرة (Changing Rooms) كان بمثابة عروض صامتة وضرورية تلألأت كعصاة الساحر وخلقت نهايات سعيدة.

لكن في برنامج تصميمات فخمة (Grand Designs) ولانه تطلب مواد كثيرة وكافية لتغطية ساعة بث تلفزيونية، فقد كانت القناة تتتبع بناء المنزل مدة عام ونصف احيانا؛ ففي هذا البرنامج عالجت القناة التجربة طوال الوقت وعرضت طبيعة المساهمين فيها كالناس الذين لديهم الشجاعة لتصميم مساكنهم بانفسهم ويحبون المعرفة، وتعلمت القناة أكثر عنهم من خلال تجربة مشروعهم، كما تعلمت ووثقت ايضا كثيرا من مبادئ الانشاء والعمارة وتصميم المباني. وذكر ان كيفن امسيكلاود لم يكن مجرد شخص مساعد في هذا البرنامج والمشروع، بل كان منشغلا بالمراقبة والتحري لالتقاط الخيوط المختلفة للقصة وترابط اجزائها معا. لكن الشيء الوحيد الذي اظهره برنامج "تصميمات فخمة" بوضوح هو ان هناك مجموعة عريضة من الناس الذين لا يخشون ان يثقوا بذوقهم الخاص للابتكار والتجديد بدون معارف وعلوم الخبراء وذوي الاختصاص. فالجمهور في منازلهم اصبحوا يحبون فكرة الاضاءة، والمكان، والخطوط الرشيقة، والزجاج، ونقاء التكوين، ووظيفة ما يبنى، فهم لا يرون انفسهم كرجال حداثة بل يحبونها لانهم رأوها في مكان آخر. ومن هذين البرنامجين انبثقت برامج اخرى مثل سلّم الملكية (Property Ladder) والذي انتجته شركة Talkback وولّد بشكل جزئي احكاما تجارية في التصميمات المنزلية لكنه اعتبر ايضا كوميديا سوداء، فقد اصبح الناس يريدون تحسين ملكياتهم بسبب جشعهم او مغامرتهم المفرطة، لذا فقد اسموا البرنامج (ماذا ستكون) وان من يأخذ نصائح المحترفين مصيره الفوضى والتخبيص.

ان الناس يقدرون على ان يعبروا عن الطريقة التي يرديدون بها اعادة تكوين حياتهم، من خلال منازلهم وتصميمات بيوتهم. وان هذه البرامج قد حازت كلها على شريحة كبرى من الجمهور بسبب القصص التي ترويها، كما انها تبين شيئا ما ذي تفكير عميق عن الاحساسات والادراكات المعاصرة، فهي مزيج مفيد وممتع في ذات الوقت لحياة كريمة ومغامرة غير منتهية. ويقول غاردام "لكن بدون جائزة ستيرلنغ Stirling Prize والبرامج المعمارية التي احطناها بها، فلن اصدق ان عروض القناة الرابعة كان سيكتب لها نفس النجاح والفاعلية.
ان ذلك يولد عندي ارتياحا ورضى شديدين بأن التلفاز يستطيع ان يسجل الاحداث التي تحتفل بها المباني والتي ستشكل فعلا بنية لادراك الحقيقة والاحساسات للاجيال المتعاقبة."

ويقول غاردام انه تم تكليف المحطة مؤخرا بجملة من المشاريع التي لم تكن للقناة تجربة مماثلة لها من قبل، حيث تباشر فرق العمل من برنامج "تصميمات فخمة"، و"سلم الملكية" و"مطبخ جيمس" بسلسلة برامجية من ذوات الخمس ساعات والتي ستأخذ بلدات وسط بريطانيا وتوثق التحولات التي جرت عليها على مدار عام، ويقدر تمويل هذا المشروع بـ 1.5 مليون

يورو. ووقول "لا يمككنا طبعا ان نتظاهر ان بمقدورنا الاحاطة بالبلدات وانا مدرك لذلك تماما، لكننا سنتمكن من رصد الكثير من عمليات اعادة التجديد الجارية في البلدات البريطانية. ومن شان ذلك ان التلفاز سيفعل ما بوسعه لعرض ما يثير انتباه الجمهور وما ينمي حاسة ارتباطهم المباشر بالعالم من حولهم."

ويرى غاردام ان مقدمي سلسلة البرامج هذه لن يتحكموا او يصدروا احكاما على اذواق الناس، لكنهم سيشكلون مادة محفزة لذلك، وسيمدون خيال السكان بالوقود وسيناقشون طموحاتهم وتطلعاتهم باعادة التجديد مع المخططين والمصممين. وكذلك فستتكون لدى القناة المعلومات التي تستطيع اي حارة او مجاورة سكنية في بريطانيا الاستفادة منها.

واشار الى انه يتم العمل على بناء ركن في البنية الاقتصادية للتلفاز من شأنها حث وتشجيع الموضوعات الجذابة مقابل تلك التي يقيمها "رجال البنوك لعملاء المشاهدين" كما سماها غاردام، لتكون خدمات البث العام المقامة على اسس واضحة وسليمة حتى تكون نتائج مخرجاتها واضحة وسليمة كذلك، وبشكل متزايد فقد قررت القناة دعم وتمويل برنامج اصيل بشكل دوري، اما اذا كانت مدخلات البرامج غير واضحة من البداية فان مخرجاتها ستكون كذلك في عالم اضحت فيه الصرعات الجديدة وغير الاعتيادية تخطف الابصار وتتكدس امام المشاهد أكثر من الخيارات الاخرى المألوفة. ويضيف انه ورغم اهمية زمن البث وقيمته العظمى، الا ان الغالبية العظمى من القنوات لا تستثمره في برامج جديدة، بل تعمل على المتاجرة بما تنتج؛ فالقنوات الامريكية مثلا تنتج سلاسل بالجملة او تعمل على تكرار ما تنتجه، وان استثمروا فانهم يفعلون ذلك على نطاق ضيق، حالها حال الرواية التي يسهل نسخها للجميع وهي تضمن ان تكون محببة وأليفة لجمهورهم المستهدف.

ويختتم غاردام ورقته بقوله ان المكان العام في التلفاز بحسب تجربة القناة وبحوثها في العالم على درجة من الاهمية لا تقل عن اهمية المكان العام في العالم الفيزيائي المبني حيث يتواصل الناس بعضهم مع بعض ويتقابلون وأشار الى الدور الكبير الذي يقع على كاهل المعماريين لجعل تلك الاشياء جميلة. وأكد في النهاية ان التلفاز كان ويمكنه ان يظل وسيلة ذات تأثير ديناميكي وحيوي؛ يحفز الاذواق، ويستنهض طموحات الناس لما يريدوه لانفسهم ولما يريدوه لكل واحد منهم. اي انه حسب تصوره فيه مثالية مرتفعة ومَعلم للحضارة والعمارة الحديثين وهذا ما ولّد لديه شعورا حقيقيا بأن المصادقة والمزاملة بين القناة الرابعة و RIBA قادرين على تحقيق ذلك.

المكان العام والسعادة الخاصة – العلاقة بين التلفاز والعمارة، تيم غاردام، مدير البرامج، قناة BBC4، 14 نيسان 2003 على موقع architecture.com الذي تديره RIBA

ومن قول غاردام نستنتج اهمية نسج علاقة بين الصحفيين والمعماريين لبناء حوار مشترك. كما أن التلفاز باقترابه من العمارة يستطيع ان يعرّف ما هي القيم التي يمكن ان تكون هدف البث العام كخدمة في المجتمع المعاصر. واذا آمن المرء بوجوب وجود دور للتلفاز لتحقيق الاهداف الاجتماعية والثقافية فانه من الضروري والهام وجود صفة المعاصرة، وان كان القائمون على خدمات البث يريدون تحقيق ذلك، فمن الواجب بناء معان وتعميقها لتحقيق ما سماه غاردام في حديثه "بالمكان العام" في قلب التلفاز والمجتمع الذي يخدمه.

من الدراسات والتجارب العربية:

لم تخرج فكرة الاعلام والاعمار بشكل واضح الى الوجود الا في النصف الثاني من القرن العشرين، وقد تسارعت وتيرتها مع انطلاق ثورة تكنولوجيا المعلومات في العقد الاخير منه. وبمجيء الانفجار المعرفي الهائل، اصبح ضروريا مواكبة الثورة لتوفير المعلومات عالميا. وقد اوصت بعض مؤتمرات التعليم الهندسي العربية كمؤتمر التقنيات الحديثة في التعليم الهندسي الذي عقد في العام 2005 بضرورة توظيف الاعلام في التعليم الهندسي.

وفي الحالة الفلسطينية بشكل عام فان مصطلحات الاعلام والصحافة المعمارية لا تزال غريبة ولا تدلل على معاني ذهنية عند ترددها حتى في كثير من الاوساط الاكاديمية المتخصصة في مجالات الهندسة والعمارة والتخطيط، ويمكن القول ان الاجسام الهندسية الفلسطينية ككليات الهندسة ونقابات المهندسين واتحاد المقاولين ونقابة المهن الهندسية لا تقوم بممارسة نشاطات اعلامية وصحفية تذكر في مجالات عملها وبحسب المفاهيم الحديثة للاعلام، وان قامت ببعض الانشطة فانها تتم بطرق ارتجالية لملء انشطتها السنوية وليس ضمن سياسات واستراتيجيات تبعا لدراسات واسس علمية، ومن امثلة النشاطات التي تقوم بها المؤتمرات والمحاضرات وورش العمل والمجلات المتخصصة وتخلو هذه الانواع الاعلامية من عنصر عامة الناس الذين يتمحور العمل الهندسي والمعماري اساسا من اجلهم. وهذا لا يعني عدم وجود محاولات فردية او جماعية في المنطقة العربية، اذ توجد اصوات شابّة تنادي بضرورة قيام صحافة واعلام معماري عربي، ومن هذه الدول فلسطين ومصر وبعض دول الخليج العربي، وبضم هذه الاصوات معاً يمكن البدء بخلق صحافة معمارية واعلام معماري على مستوى عربي، لذا سنحاول القاء الضوء على تجارب هذه الدول ودراساتها في الاستعراض التالي:

1. **دراسة آزاد أحمد علـــي، بين إشكالية الهوية ومنهجية التصنيف.**

وخلص فيها الى ان الثقافة العربية تفتقر إلى الأدبيات الحضرية، كالكتب والدوريات التي تهتم بالعمارة والتمدن والعمران وتقنياتها. ويقول الدارس انه بوضع الكتب المترجمة جانباً تبقـــى تلك المؤلفة أو المعدة باللغة العربية قليلة جداً، خاصة إذا قورن هذا الكم المتواضع الـــصادر، بما يصدر في هذا الحقل باللغات الأخرى. وقد عزا السبب الرئيسي لهذا الفقر إلى أن معظـــم الجامعات العربية تعتمد المراجع الأجنبية في تدريس العلوم الهندسية، كما أن المختصين فـــي الهندسة المعمارية قلما يكون لديهم الوقت الكافي للكتابة والتأليف فـــي مجـــال اختـــصاصهم. واشار انه على الرغم من ذلك فان بعض الدول العربية تصدر كتبا تعالج مـــسائل معماريـــة وعمرانية متنوعة ولم يذكر امثلة على ذلك.

http://www.rojava.net/Arshiveerebi-september-2005.htm

2. **شبكة الآغاخان للتطوير، حلقة دراسية بعنوان (الصحافة المعماريـــة والنقـــد فـــي الكويت) 6-7 ديسمبر 2005 على هامش مؤتمر عمارة الشرق الاوسط والتصميم.**

نظمت جائزة الاغاخان للعمارة الاسلامية وجمعية المهندسين الكويتية بالتعـــاون مـــع الهيئـــة العالمية للنقاد المعماريين (CICA)، وتحالف المعماريين الكويتيين حلقـــة بعنـــوان (الـــصحافة المعمارية والنقد)، وقد كانت هذه الحلقة الدراسية بمثابة تتويج لمؤتمر العمارة والتصميم فـــي الشرق الاوسط والمعرض الملحق به والذي بدأ في مدينة الكويت بتاريخ 3 ديـــسمبر 2005. وقد كان المؤتمر والمعرض الاهم من نوعهما في المنطقة – بحسب مؤسسة الاغا خان- في مجالات التخطيط الحضري والتصميم المعماري والمباني والتصميم الداخلي وتنسيق المناطق الخضراء حيث شهدت مدينة الكويت تطورا لم يسبق له مثيل في السنوات الاخيرة في نموها الحضري. وقد شارك في هذه الحلقة معماريون مشاهير ومهندســـون وصـــحفيون مـــن دول متفرقة من ارجاء العالم كالارجنتين وكندا ومصر وفرنسا والمانيا والهند واندونيسيا وايـــران وايطاليا واليابان والاردن وكزاخستان والمكسيك وهولندا والباكـــستان وروســـيا والـــسعودية واسبانيا وسوريا وتركيا وبريطانيا واميركا.

وقد تناولت الموضوعات التي طرحت دور الصحافة المعمارية وهدفها وسياقاتها وكذلك النقد المعماري والعلاقة بين المعماريين ممارسي المهنـــة والنقـــاد والـــصحفيين، ودور الاعـــلام والتصوير الفوتوغرافي في حقل العمارة والتخطيط الحضري. ولم تتجاوب الاطـــراف التـــي راسلها الباحث كجمعية المهندسين الكويتية، او الهيئة العالمية للنقاد المعماريين للعمـــل علـــى تزويده بمعلومات عن الاوراق التي قدمت في المؤتمر والذي كان باللغة الانجليزية.

The Middle-East Architecture and Design Conference and Exhibition, Kuwait on 3rd December 2005, Aga Khan Award for Architecture, Seminar on Architectural Journalism and Criticism in Kuwait, co-organised by the Aga Khan Award for Architecture and the Kuwait Society of Engineers, was held in Kuwait City on the 6th and 7th December 2005. The meeting was planned in collaboration with the International Committee of Architectural Critics and the Kuwait League of Architects.http://www.akdn.org/news/2005Dec02_AKAA_Kuwait.htm

شبكة الآغاخان للتطوير- أرشيف الاخبار

مؤتمر بعنوان (الصحافة المعمارية والنقد في الكويت)

6-7 ديسمبر 2005

3. عبد المحسن عبد الله – ملتقى المهندسين العرب، قسم العمارة والتخطيط، مشاركة بعنوان الاعلام والعمارة، نشرت بتاريخ 14/11/2004

يتحدث الشاب عن دهشة الدكتور الفرنسي فيكتور استاذ اللسانيات في احد الجامعات الامريكية وهو يرى مجسم مشروع مطار شارل ديغول الذي صممه المعماري بول اندرو، اذ كان يتابع باهتمام كبير مقالات بول الدورية في صحيفة اللومند ذائعة الصيت التي تتعمد نشر اعمال المعماريين الفرنسيين في مكان بارز من صفحاتها. ويمثل بول نجما فكريا بارزا في عالم الاعلام الفرنسي، وكثيرا ما تحظى كلماته الساحرة بخصوص ضرورة اعادة الدفء القديم للبيت الفرنسي باحترام الكثير من العائلات الفرنسية، وعندما تحدث بول في احد مقالاته عن التأثير الايجابي لتصميم البيت على علاقة الازواج فيما بينهم استدعى ذلك ان يفرد مقالين اخرين متتابعين عن هذا الموضوع لحجم ردود الافعال المندهشة لما قال.

ويخلص العضو في المنتدى ان الاهمية لا تكمن في ان يعيد بول اندرو الدفء للفرنسيين من خلال تصميماته، انما الحضور البارز لهذا المعماري في الصحافة وقدرته على جعل العمارة وتذوقها والحديث عنها متعة لشريحة كبيرة من القراء الفرنسيين تضارع في متعتها اخبار زين الدين زيدان مع فريقه الاسباني وأثر اليورو على صادرات اللحوم الفرنسية. وهنا تبرز اهمية وجود اعلام معماري متمكن يستطيع ان يرفع من الوعي العام للمجتمع تجاه نظرته للعمارة من مجرد رسم "كروكي" عند مكتب هندسي الى عمل له ابعاده الفنية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية، ويلعب دوره كمرآة ينظر المجتمع من خلالها الى نفسه بلا رتوش او عمليات تجميل.

ويقول الشاب ان هذا الاعلام المعماري لا يمكن ان يأتي في ظل التقصير الكبير للمعماريين في تقديم انفسهم للمجتمع، وهو يرى ان المعماري يجلس في ركن معتم مقارنة بالمهندس

المدني مثلا الذي احتل المناصب والسمعة والتقدير الاجتماعي بشكل يثير غيرته بحسب تعبيره. ويقول انه بمتابعته الصفحات العمرانية الموجودة مثلا في صفحات بعض الجرائد العربية وجد اناسا غير معماريين يشرفون عليها، وان كانو معماريين فيغلب عليهم عدم التأهيل الكافي واللازم للتعاطي مع الاعلام ومع جماهير القراء. ومن خلال متابعته لعدد من الصحف العربية لم يجد سوى اثنين من المعماريين لهما تواجد مستمر وهما الدكتور وليد السيد والدكتور مشاري النعيم، وقد عاب على الدكتور وليد السيد انهماكه في الحديث النظري المجرد اكثر من تلمس هموم المواطن العربي البسيط.

وهو يرى ان الدكتور مشاري من افضل الكتاب الذين يتمتعون بثقافة عالية، لكنه ياخذ عليه انه "نخبويّ" في مقالاته ، وهو بحاجة الى تبسيط كلامه ولغته ومناقشة القضايا المعمارية بنبرة اكثر وضوحا، كما يحتاج الى الايجاز والمباشرة وعدم الاعتماد على المقالات الطويلة لانها قد تكون مملة لغير المتخصصين. ورغم ذلك كله فانه يرى ان دوريهما بارز وفعال ويحتاجان للدعم والتقدير.

ويخلص المشارك في المنتدى بقوله "اننا بحاجة الى تشكيل ملامح اعلام معماري راقي، وبحاجة الى تأهيل حشد من المعماريين للتصدي لهذه المشكلة وبحاجة الى ان ينزل المعماري من برجه العاجي للشارع ليرى بعينه هموم المواطن العربي." ويستطرد هذا المعماري العربي بتساؤلاته التي يقدم من خلالها حلولا للمشكلة التي يراها "ما المانع مثلا ان نرى عددا اكبر من المعماريين في صحفنا؟ وما المانع ان نرى برنامجا معماريا اسبوعيا على احدى الفضائيات؟ وما المانع ان نرى معماريا يقوم بعمل معرض لاعماله في برج الفيصلية ويدعو اليها الجمهور؟ الى متى هذا الصمت المخيف؟"

من قول هذا الشاب نستنتج بعض تطلعات بعض المعماريين العرب الشباب وطموحاتهم، وندرك ان المشكلة عربية وليست فلسطينية، مناصب للمدني وانعزال المعماري،

http://www.arch.arab-eng.org/news.php?action=view&id=79&s=5e60fe1392c5aef20738549a78a760fa

4. نهوند القادري عيسى، الاستراتيجية الاعلامية لدعم خطة عمل المبادرة الوطنية لضمان حيازة المسكن والارض والادارة الحضرية الجيدة في دول منطقة الاسكوا.

نظمت لجنة الامم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا ESCWA) اجتماعاً عربيا رفيع المستوى بتعاون كل من الاسكوا، وبرنامج الامم المتحدة للمستوطنات البشرية (هابيتات)، ومنظمة المدن العربية، ووزارة الاسكان المصرية، وجامعة الدول العربية حول المدن العربية المستدامة وذلك في مدينة القاهرة في منتصف كانون الاول من العام 2005، ضمن الحملة الاقليمية لضمان حيازة المسكن والارض والادارة الحضرية الجيدة وهي حملة تساند فيها الاسكوا حكومات المنطقة من خلال اعداد استراتيجية اعلامية لدعم خطة العمل المشتركة التي تعدها الحكومة والسلطات والمحلية والمجتمع المدني، وقد اعدت الباحثة اللبنانية نهوند القادري عيسى باشراف فريق السياسات الحضرية والاسكان في الاسكوا دراسة بعنوان " الاستراتيجية الاعلامية لدعم خطة عمل المبادرة الوطنية لضمان حيازة المسكن والارض والادارة الحضرية الجيدة في دول منطقة الاسكوا"

وقد استعرضت الباحثة المشكلة التي تستدعي وجود اعلام عربي عمراني بقولها انه رغم اختلاف التجارب الا ان هناك سمات مشتركة في الدول العربية؛ فالمشهد الحضري في كثير منها في حالة من اللاتوازن، فالنمو مضطرد على حساب المناطق الزراعية الريف، وترتفع الهجرة نحو المدن، وتتسع الفجوة الاقتصادية والاجتماعية بين الناس، وتتنامى مشاعر الحرمان والقوالب العصبية بينهم، وتخرج المدينة عن الانماط العمرانية التي عرفتها المنطقة العربية حتى منتصف القرن المنصرم. واضحى الفقر فيهن يتفشى، والدخل يتدنى، والسكان يتزايدون، وتتركز الثروة، وظهرت مدن عملاقة فيها تكدس هائل للبشر، واضحت الحكومات غير قادرة على القيام بمشاريع اسكانية أو حتى صيانة القائمة منها. وتتبدد النخب المجتمعية القديمة، وتتردد النخب الحديثة بين الهجرة والاغتراب الثقافي، تلك الامور مجتمعة ادت الى اعاقة قيام ثقافة مدينية حديثة.

ومن المعيقات الثقافية التي ذكرته الباحثة قلة المعلومات او حجبها وصعوبة وصولها الى المصادر الاعلامية وبالتالي غياب الوعي لجوهر الثقافة الحقوقية عند المواطن. وترى ان هذا الاغتراب الثقافي والذي رافقه تفاوت بين الاغنياء والفقراء قد ادى خلل اجتماعي يتجلى في ضعف الشعور بالانتماء الى المحلية، وفقدانه باي مصلحة في الانتماء اليها، والى عدم المبالاة في تغيير اي وضع او تحسينه او المشاركة في اي عمل جماعي. وقد ساعد في بروز ذلك سياق العولمة التي تعزز الفردية وتنامي رأس المال، يرافقها عولمة اعلامية تغرق الافراد بالمعلومات المجزأة والمشتتة، واحيانا المتناقضة بصورة تجعلهم يصابون فيها بالدوار.

وقد خلصت الباحثة الى ان اهمية التخطيط الاستراتيجي للاعلام تكمن في ان يعي المـــواطن لحقوقه ويعمل من اجلها وفي ضوئها، والدور الذي يمكن ان تلعبه وسائل الاعلام كي تنمـــي نفسها وتجمع المعطيات الكفيلة باعطاء المعنى الفعلي لهذه الحقوق وتضمينها لمعنى الواجبات. كما تقترح الباحثة تطوير الاعلام العربي من خلال تحفيزه نحو الانتاجية الاعلامية المحليـــة المرتبطة بالواقع الحياتي للناس، وامداده بالمعلومات ومصادرها، وتقوية نمـــاذج المـــشاركة المجتمعية فيه، والنظر الى رجاله على انهم شركاء في صنع القرار والتفكير بقضايا المجتمع العمرانية وليسوا مجرد ادوات تضيء على ما يجري. وبتركيزه علـــى المنـــاطق المهمـــشة والفقراء ينتعش ويتجه افقيا بدل تركزه العمودي، فيصبح اداة من ادوات الحكـــم الحـــضري ليكون في آن واحد موضوعاً ووسيلة وهدفاً.

5. **مؤتمر العمارة والعمران فى اطار التنمية المستدامة، نظمه قسم الهندسة المعمارية بكلية الهندسة، جامعة القاهرة برئاسة الاستاذة الدكتورة نسمات عبد القادر والاستاذ الدكتور سيد التونى، وتعاونت فيه جامعات: القاهرة، عـــين شـــمس، الاســـكندرية، حلوان، وعقد في فندق المريديان.**

ويقول كاتب المقال "كان المؤتمر مناسبة هامة لتأكيد ان ثمة من يفكر ويحلم بمـــصر اكثـــر جمالا وعدلاً وخيراً، بل تجاوزوا الحلم الى تقديم افكار جادة وقوية للعمران وللحياة فى هـــذه البلاد"، ويقول الباحث: "لقد كان منظمو المؤتمر موفقين فى اختيار لفظة العمران فى عنـــوان مؤتمرهم لأنها ادق تعبيراً وأوفى معنى واقرب الى روح تراثنا العربى والاسلامى من مفهوم التنمية او غيره من المصطلحات".

وخلص كاتب المقال عن المؤتمر الى ان التنمية المستدامة برزت في العقدين الاخيرين كقضية محورية واطار فاعل فى واقع العمارة والعمران فى مجتمعات الدول المتقدمة والنامية، الامر الذى يتضح فى تحويلات المداخل للتصميم المعمارى والعمرانى وعلوم البناء ونظم التـــشييد، ومنظومات الحفاظ والتحكم البيئى والمخططات العمرانية وسياسات ادارة العمران والبيئـــات الحضارية، وينعكس كل ما سبق على عمارة وعمران المناطق القائمة والمستحدثة وسياســـتها المادية والثقافية فى مصر وفى غيرها.

وقد توالت الابحاث والمداخلات فى المؤتمر العلمى الهام ومنها ابحاث جيـــدة عـــن علاقـــة الصحافة بالعمارة، وعن قضايا العمران الاجتماعية والثقافية فى مصر والبلاد العربية، لقـــد كان مؤتمراً هاماً ومفيداً غابت عنه الصحافة والاعلام الرسمى المصرى رغم دعوتهم، ويعلل الباحث: "لانهم كانوا مشغولين بالمؤتمرات الوهمية للساسة وزوجاتهم، وربما كانوا مشغولين

بأخبار الفنانين والفنانات فى معاركهم التافهة، المهم انهم لم يكونوا هناك وهذه خسارة كبيـــرة للعلم والثقافة بل وللسياسة المحترمة فى مصر، ولكن يبقى ان هؤلاء الذين اعدوا لهذا المؤتمر الدولى الكبير واشرفوا على اخراجه بهذا الشكل الراقى، لم يكونوا يستهدفون المظاهر الفارغة التى يحبها بعض الساسة ورجال الاعلام، لقد كانوا يستهدفون العلم فى ارقى صوره، وكـــانوا يستهدفون وبالاساس خدمة مصر ورفعة شأنها فى مجال العمارة والعمران، وهو يدعو الـــى نشر هذه الابحاث على اوسع نطاق مع تقديمها الى المجالس التـــشريعية والـــى المؤســـسات الصحفية والجامعية وكذلك لصناع القرار والمهتمين لاصلاح حال البلاد.

رفعت السيد أحمد، كاتب وصحفى مصرى
على موقع عرب اون لاين

الدراسات والتجارب الفلسطينية:

1. محمد دويكات، توظيف وسائل الإعلام في التعليم الهندسي، ورقـــة مقدمـــة إلـــى مؤتمر التقنيات الحديثة في التعليم والتدريب الهندسي، 10-11 أيار 2005 عمان – الأردن.

وتلخص الورقة اهمية التعليم الهندسي ودوره الاساسي في إعداد المهندسين حيث أصبحت تطبيقات العلوم الهندسية تعتمد اعتمادا مباشرا على مخرجات التعليم الهندســـي بمراحلـــه وفئاته خاصة التعليم في قطاعات التشييد والبناء.

وتلاحظ الدراسة انه رغم إحراز تقدم في الامكانات العلمية والتكنولوجية والإعلامية فـــي الوطن العربي خصوصا في العقد الأخير من الزمان إلا أن هذا التقدم لم يكن مـــصحوبا بتطور مماثل في بحوث وامكانات التعليم الهندسي. بحيث لم تطـــرح كليـــات التعلـــيم الهندسي سياسة واضحة تهدف إلى توظيف هذه التقنيات في التعلـــيم وهندســـة العمـــران بصورة تؤمن وجود علاقة سليمة وصالحة بين طريقة إعداد الأجيال الهندســـية الـــشابة والتغيرات والحاجات التي طرأت لبناء المجتمع.

واختتمت الورقة ببنية وتصور لدمج الإعلام في التعليم الهندسي كحل مقترح يكمن فـــي صياغة لغة خطاب هندسي تعمل على توظيف وسائل الإعلام لخدمة التعلـــيم الهندســـي للمهندسين وطلبة الهندسة والمواطنين وتركز على الاعلام المرئي المتلفز.

وقد استعرضت الدراسة بعض المشكلات الأساسية في التعليم الهندسي الفلسطيني وذكرت من بينها الفصل بين العلم والتطبيق، مما جعل المعماريين والمهندسين الجدد يعانون مـــن

فجوة بين ما درسوه وبين سينفذوه.واشارت الدراسة الى امكانية الخروج من مأزق الفصل هذا بالاستفادة من الإعلام ووسائله حيث يمكن احضار الواقع المهني الى الطلبة اذا لم تتمكن الكليات من ارسالهم للتدريب في الحقل من خلال البرامج التلفزيونية المصورة. وقد اوصت الدراسة بتحقيق التبادل بين تخصصات الإعلام والهندسة داخل الجامعة الواحدة، وتبسيط اللغة العلمية الهندسية إلى لغة إعلامية يسهل فهمها من قبل جميع الناس.

كما خرجت لجنة الصياغة النهائية للمؤتمر والذي نظته لجنة التعليم الهندسى باتحاد المهندسين العرب بالتعاون مع نقابة المهندسين الأردنيين بتوصيات عديدة، كان من بينها اثنتين من توصيات الباحث تم تثبيتهما كما وردتا في ورقته وهي "تأهيل رجال الأعلام فى المجالات الهندسية بهدف توظيف وسائل الاعلام لخدمة القطاع الهندسى ، وبالمثل تأهيل المهندسين فى مجالات الصحافة والاعلام وذلك بإنشاء مراكز لتدريب الاعلاميين والمهندسين فى هذه المجالات وانتاج أفلام ومواد إعلامية هندسية تعمل على تطوير المجتمع والارتقاء به فى هذا المضمار ، بالإضافة إلى تغطية الأعمال الهندسية والمشروعات العملاقة والمتميزة التى تنفذها الهيئات الحكومية والشركات الأهلية والخاصة." (البند 4 نقطة 4: تقنيات وأنماط التعليم والتدريب الهندسى)

ومن التوصيات العامة التي خرج بها المؤتمر والتي يرى الباحث اهميتها في تعزيز الاعلام والصحافة المعمارية ومهارات الاتصال لدى المعماريين العرب ذكر التركيز على إكساب مهندس المستقبل سلوكيات جديدة من خلال برامج الإعداد التى تتمثل فى القدرة على العمل الجماعى، ومهارات الاتصال، والقدرة على تفهم الحضارات الأخرى، والتوسع فى استخدام الحاسوب وشبكات المعلومات فى التطبيقات الهندسية، وتحفيز المهندس على الابتكار والابداع واستخدام القدرات والمهارات العقلية لديه فيما ينفع البشرية. والاهتمام بتطوير شخصية المهندس من خلال تقديم مقررات فى المهارات الإدارية والإبداعية.

وقد اوصى المؤتمر ايضا بإضافة مساق ندوات معمارية لكى يطلع الطلاب والمهندسون فى برامج الدراسات العليا على التغيرات السريعة فى التخصص مع دعوة محاضرين من سوق العمل والمؤسسات الصناعية. وكذلك تطبيق أساليب حديثة فى التدريس لتوسيع دائرة المعرفة لدى المهندس حديث التخرج. والاهتمام بالبرامج اللامنهجية وذلك من خلال

تشجيع الطلاب على تبادل الزيارات العلمية مع المعاهد والكليات الجامعية الأخرى وتنظيم وإقامة ورش العمل المشتركة وعقد الندوات والمؤتمرات العامة والهندسية التخصصية.

2. محمد دويكات، ورقة بعنوان: الاعلام الهندسي- خطوة على طريق التجديد في التعليم، مؤتمر التعليم الهندسي في فلسطين، الخليل، مايو 2005

رصدت هذه الورقة ملاحظتها بانه يتخرج مئات المهندسين والمعماريين من كليات الهندسة بفلسطين سنويا، لكن الواقع المبني يشير إلى أن ما يتعلمه هؤلاء لم يترك أثرا ملحوظا في مستوى هندسة العمران، واشارت الى ان ذلك يرجع الى انخفاض مستوى الذوق العام لدى الناس، وعدم وجود لغة مشتركة مع المهندسين المصممين مما ابرز فجوة بين الذوقين. ودعت الورقة في نهايتها الناس والمهندسين أن يقترب بعضهم من الآخر لإيجاد وسط ناقل بين المالك والمهندس المصمم بغية الوصول إلى ذوق ولغة مشتركة يتفهمها المهندس كمرسل والإنسان العادي كمستقبل للعمل الهندسي، وقالت ان ذلك يمكن تحقيقه من خلال الاعلام والصحافة المعمارية.

وقالت الورقة ان كليات الهندسة ليست مجرد جسم يعنى بالبحث العلمي وإعداد مهندسين وتقنيين، بل إنها إلى جانب ذلك مؤسسة لها دور اجتماعي وتساهم في تثقيف المواطنين وتحفيزهم على الإبداع والتجديد والتأليف من خلال نشرها الأعمال الأدبية والعلمية وتنظيمها الدورات التدريبية ومهرجانات الفنون والثقافة، ومن خلال اتفاقيات الشراكة التي تربطها بهيئات المجتمع المدني.

وخلصت الورقة الى ان اهتمام بضعة مهندسين بهذا الموضوع سيدفع بعجلة التطور الهندسي الى الامام في فلسطين. وذلك من خلال إعداد أجيال هندسية مؤهلة من القائمين بالاتصال في سياقه الجماهيري والشخصي والمؤسسي، وان يكونوا قادرين على استيعاب ما يحمله عصر المعلومات من فكر وأدوات تخدم مصالح المجتمع لتلتقي بذلك حكمة المهندسين الكبار مع مواهب وابداعات المهندسين اشباب ليتحقق ما يعرف بتكامل الاجيال.

3. محمد دويكات، مؤتمر العمل الهندسي الثاني في فلسطين 19-22 أيلول 2005 جامعة بيرزيت، ورقة بعنوان: الاعلام نمط جديد في حقل العمل الهندسي.

وقد ركز الباحث في ورقته على امكانية دمج الاعلام في حقل العمل الهندسي في فلسطين، واستعرضت لنماذج ناجحة في بعض دول العالم بما يتلاءم واحتياجات المجتمع الفلسطيني وظروفه الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، واختتمت الورقة ببنية وتصور لدمج الإعلام في العمل الهندسي كحل يكمن في صياغة لغة خطاب هندسي تعمل على توظيف وسائل الإعلام لخدمة القضايا والموضوعات الهندسية ومعالجتها اعلامياً.

وقد اجرى الباحث سمير عثمان البحيصي دراسة فلسطينية هدف من خلالها الى التعرف على أنواع وسائل الاعلام وخصائص كل منها وأثرها على المجتمع وبالعكس، وكذلك دراسة أثر وسائل الاعلام في تدعيم القيم والتنشئة الاجتماعية، ومعرفة دور وسائل الاعلام المختلفة في اشباع الحاجات المادية والنفسية لدى أفراد المجتمع للوصول الى الآثار الاجتماعية المترتبة على حسن أو سوء استعمال وسائل الاعلام، وللخروج بالواجبات الملقاة على عاتق القائمين على وسائل الاعلام لتوجيهها الوجهة السليمة وذلك بغية تحقيق أفضل النتائج والأهداف المرجوة .

وقد افترض الباحث في دراسته التي اختصت بالمجتمع الفلسطيني امكانية الارتقاء بالقيم الموجودة أو تعديلها وتدعيمها، كما افترضت أن هناك آثار ايجابية نجمت عن الاستخدام الأمثل لوسائل الاعلام في سلوكيات الأفراد .

التأثير المتبادل بين الإعلام والمجتمع في فلسطين

يعتبر الإعلام والاتصال موضوع الساعة، فالإنسان لا يعيش في الفراغ، وشخصيته بمظاهرها المختلفة إنما هي نتاج تفاعل بين الفرد وبين المجتمع الذي يعيش فيه، وأساليب الاتصال بمختلف مستوياتها هي من أهم العوامل المؤثرة في أي مجتمع اذ لا يمكن تصور أن مجتمع مغلق ينعزل عن تأثير المجتمعات الاخرى.

وتتضح أهمية وسائل الاتصال او الاعلام الجماهيري من خلال تأثيرها في المجتمعات والافراد، وهذا يوضح أهمية هذه الوسائل في العلوم الانسانية ما دام الانسان يفكر ويتأثر ويسلك سلوكاً يتناسب مع مؤثرات بيئته. ووسائل الاتصال هذه قد تكون فردية أو جماعية وهذا ما يشكل الاتجاهات الفردية كما يشكل الرأي العام، فلكل انسان اتجاهاته وأفكاره التي ينفرد بها عن غيره من أفراد المجتمع الذي يعيش فيه وكذلك لكل اتجاهاته وافكاره التي يشارك فيها غيره من أفراد هذا المجتمع .

والاعلام هو نشاط اتصالى بالجماهير ينقل الأخبار والحقائق والمعلومات، وهـذا يعنـي أن الغاية الوحيدة من الاعلام هي التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك. من هنا نفهم أن الإعلام هو أسلوب من أساليب الاتصال بالجماهير يقـوم علـى تزويد الناس بالحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة.

ونتيجة للتطور التكنولوجي الذي شهده حقل الاتصال ووسائله تحولت وسائل الاعلام الآن إلى مكبر صوت عملاق بين القوى والجهات العرقية والقبلية والإقليمية واللغوية لغرض توحيـد الصور المتدفقة وتحويلها إلى تيار المجتمع العقلي لدرجة أن بعض الرمـوز المعبـر عنهـا بالصورة أو الشكل تحولت إلى تماثيل في ذهن المشاهد وملايين الناس من الـذين يتـابعون وسائل الاعلام المرئية الأمريكية والغربية، وأصبحت صورة الأمريكي المنتصر واليهـودي الذي لا يقهر والعربي المهزوم المتخلف وغيرها من الصور بمثابة قاعدة ثابتة لدى كثير من الناس .

د. حميد الدليمي، التخطيط الاعلامي – المفاهيم والاطار العام، ط1، الاصدار الأول، 1998، من ص 121 إلى ص125

آثار الاعلام في المجتمعات

هناك فريق من الباحثين يلقي أهمية عظمى على الآثار يمكن أن يحدثها الاعلام في المجتمع، وهناك فريق آخر يقلل من أهمية هذه الآثار. ولكن مما لا يُختلف عليه أن الاعلام يوثر تأثيراً شاملاً وذلك لسبب واحد وهو أنه يشمل المجتمع ككل. فالمجتمع شأنه شأن أي وحدة اتصالية يعمل كمفسر للرموز ومرمز، فهو يفسر الرموز البيئية من أجل أبنائـه ويراقـب المخـاطر ويتطلع إلى تحقيق الأهداف حتى يصل إلى اتفاق أو إجماع وحينئذ يستطيع أن يضع سياسـة فعالة ويحفظ التفاعل العادي للحياة الاجتماعية ويوجهها إلى المجتمعات الأخرى.

فالإعلام الذي يتمتع بقوة وفعالية يتمكن من مد الأبصار وفتح الآذان لإيصال ثقافتة متمثلة فيما يكتب ويقال إلى آفاق جديدة، حيث أصبح الإعلام أداة رئيسية لنقل الثقافة إلى مختلف قطاعات المجتمع بطريقة لا تحتاج إلى مهارة كبرى، فـالأمي يـستطيع أن يتـابع وسـائل الإعـلام المسموعة والمرئية، في حين ما كان له ان يتابع ما يحدث اذا افتقر الـى معرفـة القـراءة والكتابة .

إن الآثار الأساسية للإعلام ووسائله المختلفة يمكن رؤيتها كل يوم في طبيعة العادات الاجتماعية الموجودة في واقع الحياة وفي المشاكل التي يناقشها الناس واللغة التي يتحدثون بها وهي آثار بطيئة غير مدركة. والإعلام لا يستطيع أن يفرض نفسه على الجمهور إلا بداوفع واهتمام ذاتي، فالمستمع يستطيع أن يدير مؤشر الراديو أو ان يغلقه تماماً وهذا يعني امتلاك الجمهور حرية الاختيار. وعلى ذلك فإن الآثار الشاملة للاتصال الجمعي أو الإعلام على المجتمع يمكن التنبؤ بها على المدى الطويل، إلا أن الآثار المعينة لرسالة محدودة يحتاج التنبؤ بها إلى اتخاذ جانب الحيطة والحذر، إذ هناك متغيرات تؤثر في هذا التنبؤ.

مما سبق نستنتج أن إدارة الثروة الإعلامية لم تعد تقل خطراً ولا شأناً عن إدارة الثروات المادية للشعوب ولم تعد تقل أثراً في إدارة قدراتها وسياساتها، فقد كانت مشاركة في هذا الدور وأصبحت الآن بفضل ثورة التكنولوجيا في عالم الاتصال ذات دور رئيس في احداث التغييرات. كما نستنتج ان الاتصال أنهى احتكار العملية التعليمية والثقافية، بل أصبح مادة رئيسية في موضوعاتها ووسيلة هامة في نشرها. الا ان الاتصال القوي المتقدم قد حول الكثيرين في العالم إلى التلقي السلبي. ويمكن بناء الاتصال الكفء الذي يحمل رسالة قادرة على تحويلهم إلى المشاركة الإيجابية.

د. أحمد فراج، قوة وسائل الانصال الحديثة في التأثير على المجتمع الاسلامي، القاهرة، 1996، ص 131

صحفيون في العالم يكتبون في قضايا الاعمار والتنمية

من خلال قراءات الباحث يمكن القول ان الصحفيين المعماريين او النقاد المعماريين هم اناس درسوا العمارة ثم اكملوا في مجال الصحافة والاعلام او احد فروعهما، وبالقابل هناك بعض من درس الصحافة واكمل في مجال الصحافة المعمارية. ومن خلال العينة التي درسها الباحث نكتشف ان اميركا تتصدر العالم في هذا الحقل. ويمكن ربط ارتفاع عدد هؤلاء بارتفاع عدد البرامج التعليميمة في المجال، وارتفاع عدد الجوائز، وهذا يعني انه يمكن تطبيق التجربة فلسطينيا. لذ لا بد من التعرض لسيرة حياة بعض الصحفيين المعماريين في العالم.

1. روبرت كامبيل (Robert Campbell)

يكتب روبرت كامبيل في النقد، والقصص الاخبارية، وله آراء ومقالات في جميع مناحي البيئة المبنية، وله عمود اسبوعي بعنوان "تنسيق المدينة" يقارن فيه بين المشاهد القديمة والحديثة لمدينة بوستون. يحمل كامبيل درجة الماجستير في الصحافة من مدرسة الصحافة

بكولومبيا (Columbia's Graduate School of Journalism) منذ العام 1960، كما يحمل درجتين اخريين في العمارة من كلية هارفارد احداهما بكالوريوس والثانية ماجستير، وقد تخرج من كلية هارفارد بتخصص رئيسي في الادب الانجليزي. ويعمل كناقد معماري لمجلة بوستون غلوب منذ العام 1973.

عمل كامبيل مؤخرا مستشارا لمعهد العمدة الذي يجمع المصممين والخبراء لحل مشكلات المدينة، وهو زميل المعهد الاميركي للمعماريين والاكاديمية الاميركية للفنون والعلوم. وقد حازت كثير من اعماله على جوائز ومنها جائزة بوليتزر في النقد للعام 1996، وميدالية النقد من المعهد الاميركي للمعماريين.

No. 24Columbia University Record, 1996, Vol. 21,
,http://www.columbia.edu/cu/record/archives/vol21/vol21_iss24/record2124.14.ht

http://conferences.gsd.harvard.edu/sert/html_files/participants.html

المعماري التركي حمد حسين

يعمل المعماري حمد حسين بشكل مؤقت في المعهد الياباني للمعماريين بطوكيو، ويدير جمعية المزاملة المعمارية الخاصة في اسلام اباد بشكل دائم، وهو يحمل درجة البكالوريوس في العمارة من جامعة الشرق الاوسط بتركيا منذ العام 1994. ويتحدث حسين اللغات الاردية والانجليزية والتركية بطلاقة، فيما يلم باساسيات اللغة اليابانية فقط. وله خبرات عملية في مجال انظمة التصميم المعماري، وكذلك اوراق بحثية ومحاضرات في مجال العمارة المعاصرة، وقد حاز على الجائزة الثالثة في التصميم الداخلي عام 1998 في اسلام اباد.

اما في مجال الصحافة المعمارية، فيعمل حمد حسين منذ العام 2000 وحتى الان مراسلا ومعلقا صحفيا بجريدة (ARCHI TIMES) الصادرة في اسلام اباد، حيث يكتب عمودا فيها بشكل شهري دوري بعنوان "العمود الحر" في صفحة الرأي من الجريدة، وفيه يتم تحليل المسائل المعمارية ويعلق عليها، ومن بين الاعمدة التي نشرت له حتى يناير 2003 والتي يدل عنوانها على مضمونها:هل يمكن للعمارة ان تحتضن الدين؟ الحماية من الحرائق في المباني، الصحافة المعمارية والمعماريون الشباب، حلم في منزلنا.

وفي مجال التقارير الصحفية والمقابلات يقوم حسين بتزويد الصحيفة بتقارير حول الاحداث المعمارية الهامة على مستوى دولي وعالمي كالمسابقات المعمارية مثلا، كما اجرى العديد من

المقابلات الصحفية مع معماريين وشخصيات ذات علاقة كالمخططين الحضريين ومدراء المعاهد المعمارية في العديد من دول العالم.

وله مشاركات صحفية اخرى حيث يقدم المعماري حمد حسين منذ العام 2003 عمودا بصفة عرضية في صحيفة النهار الصادرة في كراتشي ويعالج فيه قضايا ومسائل ذات علاقة بالعمران السكني. ويصدر له منذ العام 97 عمود مرة واحدة كل اسبوعين في صحيفة (DAILY THE NATION) بعنوان "ركن المعماريين" ويعالج فيه قضايا معمارية ذات علاقة مباشرة بحياة المجتمع.

جون بتجمان

ولد بتجمان قرب هايغيت في لندن، وقد التحق بكلية مالبورو وأكسفورد لكنه فشل في اكمال دراسته. فتعلم بعد ذلك في مدارس تحضيرية متنوعة ليعمل مع فريق مجلة (The Architectural Review) عام 1930.

وقد كان بتجمان ملتهب العاطفة مدافعا عن العمارة الفكتورية والادواردية في الوقت الذي اصبح الناس يصفونهما بالموضة القديمة، فقد جاهد من اجل تحويل الراي العام لاستحسانهما. وله اعمال كثيرة في العمارة الانجليزية تضم تبرعات رئيسة لسلسلة "دليل الهيكل" في مقاطعات انجلترا والتي نقلت بنجاح اعماله لجمهور واسع.

له انتاج ادبي ضخم في الشعر والصحافة المعمارية خلال فترة الثلاثينات، وقد احتفل شعره بالعمارة لكنه يركز بشكل رئيس على الحياة الاجتماعية للطبقة الوسطى في ضواحي المدن ومقاطعات الوطن. وقد نشر كتب ودواوين شعرية.

http://www.bbc.co.uk/bbcfour/audiointerviews/profilepages/betjemanj2.shtml

أهمية الاعلام في السياسات الحكومية واتخاذ القرارت

عرّف ولتون (Wolton) الاتصال السياسي بانه المساحة العامة التي يتم فيها تبادل الخطابات المتناقضة لثلاثة فاعلين لديهم الشرعية للتعبير علنا عن السياسة وهم: رجال السياسة والصحفيون والرأي العام. (نهوند القادري عيسى، الاتصال السياسي من المساحة العامة الى الدائرة المقفلة على الذات، مجلة أبعاد، العدد السادس، أيار 1997، المركز اللبناني للدراسات، بيروت.) وبهذا يصبح الاتصال السياسي احد الشروط المهمة لعمل المساحة العامة العريضة المفتوحة امام الجميع، وفيها يتكلم كل طرف على مستويين؛ لشركائه وللرأي العام، ويعد وولتون ذلك

ضروريا لتجنب حوار الصمّ انطلاقا من ان كل طرف يهتم بأمور مختلفة عن الآخر؛ فالاعلام ينصب اهتمامه على الحدث، ورجل السياسة على الفعل، والرأي العام تهمه ايقاعات الفعل.

ويعتبر الاعلام موردا سياسيا هاما لرجل السياسة، وهو ركيزته المثالية التي ليست في متناول اليد والتي تمتص ارادات التغيير، وهو في الوقت ذاته عامل نفع واضرار؛ فهو نافع مـــا دام يلجأ لرجل السياسة لاخذ المعلومات ويعمل ضمن الاطر السياسية، وهو يصبح مضرا مجرد خرقه هذه الاطر وطرحه حدثا اعلاميا ليفتح حقل الاتصال السياسي من جديد ويسبب ارباكـــا لرجل السياسة لانه يضطر للكلام على نحو تفلت من يده فيه عملية التضليل. كما ان الاعلام يبني وعيا للمواطن فيمن سينتخب. وقد يكون التأثير الكبير لوسائل الاعلام في السياسة هـــو سبب في خلق علاقات تفاهم ومصالح مشتركة بين المسؤولين وكبار الصحفيين، وليس صدفة ان يقوم رجال السياسة بدعوة الصحفيين الكبار الى مآدبهم، وليس صدفة ان يمتلك كثير مـــن رجال السياسة وسائل اعلام، وان يتحول بعض الصحفيين من الاعلام الى العمل السياسي.

موقع الاعلام من العمل العام

لم يعد معنى المواطن الجديد فقط الذي له حقوق وعليه واجبات في احد قطاعات المجتمع، انما ان يكون ايضا جديرا في فهم العالم، وهذا البعد المعرفي للمواطنة يعني المشاركة في تـــشكيل المعاني اي السيطرة على الاعلام.

اما الاعلام الاجتماعي فهو نسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالانسان فـــردا ومجموعـــة فيهدف الى الى ايجاد سلوكيات ايجابية تجاه قضايا عامة قد يكون حقلها متسعا الى ابعد الحدود كالصحة والثقافة والسلوكيات الاجتماعية والمساعدات الانسانية وغيرها. ويكون المعني بـــه السلطات العامة، والقطاع الخاص، والجمعيات، ومنظمات المجتمع المـــدني. وهـــو فرصـــة للمجتمع ليقدم مختلف مكوناته ليتعرف بعضهم على بعض وتجديد الحوار الاجتمـــاعي فـــي اجواء من التسامح والاحترام المتبادل. (21) ومن مهامه اغناء النسيج الاجتماعي من خـــلال نسج علاقات اتصال بين الافراد المهمشين والمجموعات من اجل بلورة مـــشاريع مـــشتركة، ويرتدي هذا الحوار ابعادا فعلية مثل اللقاءات الودية والاعمـــال المـــشتركة والريبورتاجـــات والمقالات. لذا يجب ان يرتدي لباسا تنظيميا يتسم ببنية غير هرمية لا تفصل بين المجموعات وفيها سلاسة لتبادل العلاقات بين الافراد، وقادرة على التجديد والالتقاء بالمسؤولين بـــسهولة، وعرض الحياة المؤسسية والادارية بشفافية. وكي يتمكن من اهدافه عليه التحقق من عنصرين اساسيين، وهما التلقي التقني للرسالة وفاعليتها، لان الاتصال يهدف الى تغيير اما الاستعدادات

والميول الفكرية، واما تغيير السلوكيات اي الانتقال الى الفعل، وذلك من خلال حث المتلقي من خلال الجانب المعرفي والعاطفي.

التطبيقات الممكنة للدراسة وآلياتها

من حق الناس أن يتعلموا ان العمارة شيء هام لاستمرار حياتهم وسعادتهم لكي يزيدوا من الحفاظ عليها والانتماء إليها، كأن يعرفوا ان العلاقات الزوجية والاسرية تتأثر بالعمارة. وهذا يتطلب دخول الأشياء الأخرى في العمارة: في الشعر، في النثر، في المسرح، في الغناء، في الأخبار، وغيرها من وسائل الاتصال. وكونه يمكن اتباع جميع آليات الاتصال الاعلامي، والتي يتبعها العالم لكن باشكال منفردة، فسنكتفي باستعراض بعض من هذه الاليات وما يمكن ان تقدمه لمعرفة حصة العمارة في وسائل الاعلام والتي قام الباحث بوضعها وفقا لتصوراته المبنية على الدراسات السابقة، وهذا لا يعني انها هي النماذج الوحيدة اذ ان العمل الاعلامي عمل ابداعي تتغير قوالبه الفنية باستمرار حتى لا تبعث على الرتابة والملل:

ان الاليات التي يمكن اتباعها في حقل العمارة لا تختلف كثيرا عن تلك المتبعة في المسائل الحياتية الاخرى، اذ تهدف هذه الاليات الى فتح عين الاعلام على القضايا المعمارية التي تهم الحياة اليومية للناس ومن شانها ان ترتقي ببيئتهم المبنية، ومن هنا فقد قام الباحث برصد مجموعة نماذج لقضايا واخبار معمارية فلسطينية وعربية وعالمية لم تتم تغطيتها اعلاميا او غطيت بشكل مبتور، وقد عرف المواطن عن هذه الاخبار عنوانها فقط، ولم يتعلم منها او يعرف تداعياتها وظروف وقوعها، ومن هذه الاخبار ما يلي:

- انهيار بناية لم تكتمل بعد يودي بحياة تسعة عمال في كوريا. قناة العالم 2005/10/6
- موت 63 حاجّا بانهيار فندق في السعودية 2006
- مقتل 362 حاجّا في انهيار جسر اثناء رمي الجمرات بمنى 2006
- سقوط جدار يودي بحياة 3 عمال في رفيديا
- انهيار سقف كنيسة في مدينة نابلس.
- سقوط سقف مبنى برام الله اثناء صبه يودي بحياة ثلاثة عمّال.
- انهيار منطقة في المخفية تقتل شخصين وتجرح ثالث.
- انهدام مبنى نسيج في بنغلادش ومقتل 50 عاملا فيه. نيسان 2005 – الجزيرة

وقد قتل مثلا احد سكان نابلس عندما تعثرت قدمه في رصيف، الخخل ليس في تصميم قدمه انما في تصميم الرصيف وملحقاته! عزيت الى النصيب وقضاء الله وقدره.

اولاً: **وسائل الاتصال الجماهيري**

لن نعيد ابتكار الاعلام ووسائله، انما نريد دمج كميات من موضوعات الاعمار في كل اداة منها. ففي أي لحظة يلتفت الإنسان حوله يجد انه داخل وسط معماري؛ إن كان نائما ففي غرفة النوم، وان كان جائعا ففي المطبخ وغرفة الطعام، وان كان مريضا ففي المشفى، أو كان طالبا ففي المدرسة، اوعاملا ففي المصنع، حتى عندما يموت الإنسان فانه يوجد في مكان حضري يسمى مقبرة وتحديدا داخل فراغ يسمى قبر، اذ إن العمارة تلبي جميع حاجات الإنسان المادية والإنسانية وبدونها لا يمكن تحقيق الاتصال الإنساني.

<u>الراديو والتلفاز والفيديو</u>: يمكن انتاج برامج معمارية متلفزة تستعرض القضايا والجوانب الاجتماعية والثقافية للعمارة، ويتلمس مشكلات الناس التي تسببها العمارة ويرتقي بهم لإصلاحها لعمل نهضة هندسية معمارية. ومن أمثلة البرامج ممكنة التطبيق ما يلي:

الحديث المباشر:

وهو حديث موجه من مذيع أو شخصية عامة أو متخصص فى موضوع معماري محدد. وهو ابسط الأشكال الإذاعية والتلفزيونية ويتكون من فقرة كلامية مباشرة موجهة الى المستمعين والمشاهدين دون الاستعانة بألوان أخرى من المواد الإذاعية.

الحوار:

هو مادة اعلامية منطوقة تتضمن إضافة صوت المتحاور إلى صوت المتحدث مما يساعد على تعميق وإثراء مادة الحديث، وهى أسئلة يطرحها مقدم البرنامج كى يجيب عليها الضيف لتغطية جوانب موضوع معين، او لتحديد رأي الضيف فى قضية أو مشكلة ما، او لتقديم معلومات محددة سلفاً، او الكشف عن معالم شخصية ما.

الريبورتاج:

هو أكثر من حوار مع أكثر من شخص حول موضوع أو مشكلة أو قضية محددة وهناك ريبورتاج يهدف إلى إثارة موضوع أو مشكلة ما، وريبورتاج يتناول موضوعا أو مشكلة أو قضية شارحاً لكافة أبعادها، وريبورتاج يتناول الموضوع أو المشكلة ويتطرق إلى الأساليب الممكنة لحلها وقد يتم حل المشكلة من خلال البرنامج الذي يعرض به الريبورتاج.

الندوة:

حوار يديره مدير الندوة بين شخصين أو أكثر حول موضوع واحد بالإضافة إلى مقدم البرنامج ويعرض كل مشترك جوانب موضوع معين بحيث يكمل بعضهم بعضاً في بناء موضوع الندوة.

البرنامج الجماهيرى:

نوع من الندوات التى تحدث بمشاركة جماهير الحضور بالرأى أو النقاش بتوجيها أسئلة.

برامج المسابقات:

مسابقات يقوم بإدارتها مقدم البرنامج بين أفراد الحاضرين أو فريقين أو أكثر من الحاضرين أو ضيوف البرنامج او المتصلين هاتفياً بالبرنامج.

البرامج الدرامية:

برنامج يتناول موضوع أو قضية أو مشكلة، وقد يهدف إلى ايصال المعلومات من خلال الإضحاك والتسلية او من خلال مشاهد تراجيدية ويتم تقديم البرنامج فى صورة حوار درامى يؤديه ممثلون محترفون.

وإلى جانب هذه النوعيات من البرامج هناك مواد أخرى يقدمها التليفزيون والإذاعة وهي نشرات الأخبار والبرامج الأخبارية، فقرات الربط، الموسيقى، الأغاني، الأفلام السينمائية، الأفلام التليفزيونية، المسلسلات، المسرحيات المسجلة، أقوال الصحف، التعليقات والتحليلات الأخبارية. ويمكن التعامل مع محطات التلفزة المحلية مثلا ضمن عرض لقطات وعبارات وقائية وارشادية، لقطات تمثيلية، مشاهد انسانية مؤثرة، برنامج "معمرجي ع الهوا"، برامج لذوي الاحتياجات خاصة، برنامج "المعماري الصغير". والأشكال السابقة ليست إلا قوالب فنية يتم تحميلها مضامين محددة. وبناء على طبيعة أهداف البرنامج ومضمونه وأوقات بثه يتم تحديد شكله الفنى.

ويرى الكاتب ان البرامج التلفزيونية والافلام والمجلات والكتب التي تخاطب الطفل العربي

http://www.alraialaam.com/17-08-2005/ie5/raiaamforyou.htm

الصحف، المجلات، الكتب العامة والقصص

يفضل الفرد الصحف اليومية لتجدد الاخبار فيها وعالميتها وتكون جماهيرية اما الصحف الاسبوعية فلها قراء خاصون، لكن تتميز الاسبوعية باختصار الوقت كما لا تتعرض لضغط مما يجعل اخراجها الفني واسلوبها افضل. ويمكن التعامل مع الصحف والمجلات ضمن الاطر التالية: جمل وقائية، تقارير اخبارية، صور انسانية.

والانسان بفطرته ينزع الى الخير، هكذا خلقه الله؛ فقد نشر كتاب الربيع الصامت Silent Spring عام 1962 بعد بداية تنبه الراي العام لمشكلة التلوث وكان من اكثر الكتب مبيعا، ونادى بضرورة تخلص الانسان بقوة من فكره السائد في التفكير، وان بامكان الدول ان تتسبب باعمالها الفردية في كارثة كوكبية. ولايضاح الفكرة التي يمكن تحقيقها من خلال الكتب يمكن استعراض الكتب المعمارية العامة التالية، اذ توجد الكثير من الجهات التي تهتم باصدار الكتب للمتخصصين، لكنه من النادر وجود جهات تهتم باصدار كتب معمارية عامة:

لمحة عن كتاب في اميركا

تم عرض وصف لكتاب مؤلف بالانجليزية وتمت ترجمته الى الالمانية ويقع في 176 صفحة، وقد اعدّ الكاتب وصفا للكتاب قال فيه انه في المستقبل القريب جدا، لن تبقى المباني الفعالة في استخدام الطاقة حالة استثنائية انما ستصبح حقيقة واقعة. وبيّن ان تطويرات جديدة دخلت في تقنيات الطاقة الشمسية، والتدفئة والتبريد، والتكييف، والتهوية، والتي من شأنها ان تسهم بفعالية في الحفاظ على المصادر الطبيعية في المباني المستدامة الفردية او في المشاريع الحضرية الضخمة.

وواشار الكاتب الى ان كتابه يحتوي على مقالات اختيرت بعناية تغطي موضوعات ملحة وضرورية كالانظمة الشمسية الموجبة والسالبة كمواد العزل الجديدة والمطورة، وافكار العقارات السكنية والتي اخذت بالحسبان الطاقة الشمسية في المباني وزودت بمعلومات عن سبل التخطيط وتقنيات تمكن المستخدم من تخصيص مقاييسه الفردية وتقييمها بشكل صحيح.
ويزيد من تكامل هذه المقالات المختارة تعبيرها بوضوح عن الامكانات التقنية والابداعية من خلال مشاريع حقيقية في حلول مبتكرة وجديدة مزودة بمساقط وتفاصيل ذات مقياس كبير يوحي باهمية عملية التخطيط المتكاملة تشبه تماما تلك التي توفرها مجلات التفاصيل المعمارية، كما تم اخراجها بشكل ممتاز من قبل فريق الصحافة المعمارية.

Publisher: Birkhauser Boston (December, 2003) Amazon.com Sales Rank
http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/detail/-/3764307471/102-7255930-0180140?v=glance

وسّع نفسك! بيوت العائلات المفردة Single Family Houses ... **Expand Yourself**

يستعرض هذا الكتاب 16 بيتا سكنيا ذات انهاء وتشطيب ممتاز، وقد تم تقسيم المساكن فيه الى اربعة اصناف؛ البيوت الخشبية، والبيوت المعدنية، والبيوت الخرسانية، والبيوت الحجرية. وهي جميعا مزودة برسومات واضحة جدا لكامل المخططات المعمارية والتنفيذية كالواجهات والمقاطع والتفاصيل وكذلك صور ذات جودة عالية لكل بيت، تماما كتلك الموجودة في المجلات المتخصصة. ويحتوي الكتاب ايضا على ثلاث مقالات قصيرة هي: بيت العائلة المفردة بين الخرافة والحقيقة، بيت صغير وحديقة، وصورة البيت. كما يستعرض فريق الصحافة المعمارية قضايا مثل: عزل الاسقف، النوافذ بارتفاع الجدران، شرائح الخشب الطبيعي للجدران الخارجية، وجدران الطوب الرملي المفرغ. ويعتبر هذا الكتاب تتمة للجهود الهائلة التي صرفت في التصميمات التطبيقية وتفاصيل المباني البسيطة والمعقدة، ويعده كثير من الاميركيين عنصرا رئيسا في المكتبة المنزلية لانه يحقق التوازن بين التقنية والفن.

ويقول الكاتب: "فان كان هذا الكتاب يستعرض بيوتا ذات تشطيب فخم وابتداعات حديثة، وتتناول على الارجح البيوت الاوروبية الحديثة، الا يجدر بالمعماريين التقليديين ان يستمدوا ايحاءاتهم منها؟! ربما بعض التفاصيل الرشيقة فيها والتشطيبات تعتبر صعبة وباعثة لخفض الهمة ازاء الممارسات السكنية التقليدية، الا انه ان قام كل معماري متخصص في مجال المباني السكنية بدراسة انماط هذه التفاصيل ونوّروا زبائنهم بها، فأنا على يقين ان جودة البيئة المبنية ستتحسن، فدعونا نوسع من آفاق عقولنا."

Single Family Houses ... Expand Yourself
http://www.aviewoncities.com/zzbooks/showproduct.php?asin=3764363282

الانترنت:

تختلف مواقع الانترنت كوسيلة اعلامية كلية عن وسائل الاتصال التقليدية، فهي وسيلة لا مركزية اتاحت الفرصة كاملة امام الفرد لأن يتواصل مع ثقافته المحلية ايا كان موقعه، وفي هذا تعزيز للثقافات المحلية لا تهديد لها، والاهم ان متلقي الرسالة ليس فردا سلبيا بقدر ما هو ايجابي، فهو يبحث عن المعلومة او الموقع بنفسه او بارادته لتحقيق مصالحه الخاصة. قضت

على احتكار المعلومات. وهناك ايضا الانظمة المحوسبة كالاقراص، ومواد الدعاية والاعلان والمواد الرقمية والغرافيكية: مثل النشرات والبوسترات والبيانات واللوحات الاعلانية، والقمصان، الاقلام، فناجين، حقائب مدرسية، اغلفة دفاتر المدارس والجامعات، بطاقات المعايدة، ماوس باد، أكياس المنتجات، التقويم السنوي، لتمكين الاعلام من اثارة الحديث بين الناس عن موضوعات الاعمار، لبناء اذن تشاهد وعين تستمع.

ثانيا: وسائل الاتصال الشخصي او الوجاهي المباشر:

المؤتمرات، المعارض، المحاضرات، الندوات، ورشات العمل، اللقاءات، الحلقات الدراسية، الجوائز والمسابقات، المناسبات الخاصة والعامة، التعليم والتدريب.

كالترتيب لورشات عمل ومحاضرات معمارية بالتعاون مع جهات اخرى. انشطة معمارية ليستفيد عامة الناس والمحتاجين من خدمات المعماريين مجانا في فترة ما مثل: " يوم معماري مجاني" وقد يخصص لفئة معينة كأن يكون للعاملين، او للاطفال، او للنساء فقط. اتباع سياسة الباب المفتوح: حيث تعلن المكاتب الهندسية مسبقا عن فتح ابوابها في يوم ما لاستقبال المواطنين اما بحضورهم الى المقر، او بالبريد الالكتروني، او بالفاكس، او بالهاتف، او بتسليم رسائل باليد، حيث يقدم الناس اقتراحاتهم وانتقاداتهم، ومن شان ذلك ان يوطد العلاقة مع المجتمع المحلي.

ثالثاً: وسائل الاتصال بالادوات:

الهاتف: رسائل صوتية مسجلة، الخلوي والاجهزة المشابهة: مسجات، خدمة اخبارية، نكت، قصص، .. رنات، الفاكس، البريد العادي، البريد الالكتروني: قائمة بريدية، ارسال روابط، الرسمية حتى في المناسبات الحزينة على مستوى الافراد والمؤسسات.

انتاج اشرطة واسطوانات تعليمية للمدارس ورياض الاطفال والجامعات، وغنائية تتناسب مع رسالة العمارة، أو حتى تجميع المواد الادبية المعمارية وقد شرع الباحث بجمع العديد من الاغاني التي تبث الحماس وتشجع الناس على الاهتمام بالاعمار والاهتمام بها مثل اغاني وديع الصافي وفيروز وصباح.

رابعاً: الوسائل البصرية والادائية للاتصال:

الرسم: فني، كاريكاتوري، التصوير: فني كالجداريات، فوتوغرافي، مقتنيات المنازل مش كوخ ونهر، انما من ثقافتنا وبالشرح للناس في المعارض عن اهمية الثقافة يدب الوعي،

النحت والمجسمات، فن العمارة، السينما، كذلك على صعيد هندسة العمارة مثلا فانه من الممكن عرض العمارة كحدث درامي، تؤثر وتتأثر في سلوك الناس، فكثير من المشكلات الاجتماعية تحدث بسبب خلل في العمارة، فمثلا: لماذا تكثر المشكلات الاجتماعية في الأحياء المكتظة؟ كالمخيمات مثلا، أو في أحياء القاهرة، أو حتى داخل البيوت الصغيرة؟ أو بين الجيران هل لانتقال الصوت أو تسرب الماء دور في ذلك؟ هذه القضايا وغيرها يدركها المعماريون الذين سماهم البعض بالمصلحين الاجتماعيين إلا أن أحدا لا يسمع صوتهم بل ربما هم لا يمتلكون صوتا مرتفعا ولا صورة يوصلونها للاخرين. وكمثال آخر بسيط فان ربة الأسرة غير العاملة تثار عصبيتها قبيل مجيء أطفالها من المدرسة ظهرا، ويتحليل متخصص يدرك الحكماء ان مصمم المنزل لم يحسب حساب موضع الثلاجة وهي تسير يوميا كيلومترات إضافية دون أن تشعر بذلك، مما يدفعها للنرفزة.

من هنا فانه يمكن ان ينقل الاعلام المعماري للمشاهدين أفلاما تعالج هذه القضايا من وجهة نظر اجتماعية مربوطة بعلم وفن العمارة وثقافة المجتمع، كما سينقل لهم آخر التطورات في فنون التشييد والبناء وموادها، ومثل هذا الاعلام يرفع من ذوق الناس المعماري ويبدأ بالارتقاء في مستوى العمارة المحلية.

الحملات الاعلامية

وكدليل على اهمية الاستراتيجيات نشير الى نماذج من حملات اعلامية اجريت على مستوى لبنان واعطت نتائج ايجابية سواء على صعيد الوقاية او تغيير السلوك، مثل الحملة الوطنية لمكافحة السيدا التي اقامتها وزارة الصحة اللبنانية ومنظمة الصحة العالمية، او حملات الوقاية من مخاطر سرطان الثدي، او الوقاية من مخاطر الالغام، او حملات التوعية على الصحة الانجانية التي اقامتها وزارة الشؤون الاجتماعية اللبنانية. (منى سعيد الحديدي وسلوى امام علي، الاعلام والمجتمع، طبعة خاصة تصدرها الدار المصرية اللبنانية ضمن مشروع مكتبة الاسرة، 2004)

حملات الاعلام: تشرك في هذه الحملات الاجهزة العامة للدولة، والسلطات المحلية، ومنظمات المجتمع المدني، والقطاع الخاص؛ فالحكومة تشرح حقوق المواطنين وواجباتهم وتبرر اعمالها من اجراءات وقرارات وقوانينو غيرها، اما السلطات المحلية فتعلم المواطنين عن كلفة مشاريع البنى التحتية، ومهام اللجان وما يترتب على المواطنين دفعه للاسهام في تحسين المدينة وجعلها آمنة صحيا وبيئيا واجتماعيا للجميع. امام منظمات المجتمع المدني من

جمعيات ونقابات وهيئات حقوقية فتقوم بعمل اعلام اجتماعي توضح خلاله وعيا جماعيا حول موضوع رئيس كحقوق الاطفال او النساء او المسنين في السكن مثلا، او حقوق البيئة على المواطنين. اما القطاع الخاص فيقوم باعطاء المواطنين معلومات حول مواصفات المسكن، والمشاريع الاسكانية المحتملة، وتسهيلات القروض الاسكانية وشروطها. ويمكن الاشارة بشكل مختصر الى هذه الموضوعات في التلفزيون، واحالة تفاصيلها الى الصحافة المسموعة والمكتوبة، واحيانا بعمل نشرات وكتيبات ومواقع الكترونية.

حملات الترويج: وهي تعزيز صورة المؤسسة او الخدمة التي تقوم بها من خلال القاء الضوء على انخراطها بالشأن الاجتماعي لكسب مستهلكين او متعاملين جدد. وتبدأ حملات الترويج هذه باعطاء صورة عن المدينة لتعلقها في ذهن ساكنيها مما يعزز تعلق ابنائها بها وانتمائهم اليها، والمنافسة مع المدن الاخرى داخل البلد وعلى مستوى العالم. ويمكن عرض صورة المدينة، ومشاريع مجلسها البلدي وليس شخوصه، وقطاعها الخاص لحثه على الاستثمار، ومجتمعها المدني لتعزيز مبادرات المواطنين بتشكيل لجان ونشاطات محلية متخصصة. ويتم الترويج من خلال البرامج الاذاعية والمتلفزة والصحف، وحفلات الرعاية او الدعم او جمع التبرعات، والملصقات الاعلانية، والنشرات البلدية.

حملات المصلحة العامة: وهي التي تهدف الى تغيير سلوك المواطنين، وتقام تحت اشراف وزارات او ادارات معينة او جمعيات او نقابات بالتعاون مع القطاع الخاص والجامعات والمدارس. ومجالات عملها تصب في مشروع التنمية الحضرية، كالصحة والحفاظ على البيئة.

وتهدف هذه الحملات الى جعل الواطنين يتساءلون حول مواقفهم من مسألة ما سعيا لتغييرها، ويرافق هذا التغيير اجراءات وتشريعات بنيوية وتقنية، حيث يلعب هذا النوع من الحملات دورا هاما في تحسين التشريعات.

ويتم تسريع المرور الى الفعل من خلال اثارة الرغبة في العمل وازالة الحواجز التي تعترضها ماديا ونفسيا، كتأمين العون المادي والقروض، او تعزيز ثقة الانسان بنفسه او مؤسسته من باب التعريف بالقوانين فكثير من القوانين لا يعرفها الجمهور. ولا تقتصر التوعية داخل المنطقة العشوائية فحسب، انما على المقتدرين في المناطق الاخرى حمل مسؤوليتهم تجاه واقع المدينة.

الحملات الداخلية: وتستهدف العاملين في المؤسسات والجمعيات والادارات، وقد اثبتت التجارب اللبنانية ان المؤسسات التي يذكرها الناس بالخير ولها صورة ايجابية في اذهانهم هي التي يكون افرادها اكثر استعلاما وانخراطا وتحفيزا، فيصبحوا قادرين على ايصال صورة مناسبة عن مؤسستهم وخدماتهم، وهذا يعني ببساطة بناء المؤسسة الجذابة في الخارج والمتحدة ومن الداخل. وذلك من خلال اعطاء قيمة لذات الموظف خارج المؤسسة وداخلها، وتحفيز طاقاته للمشاركة في القرارات، وتشجيع المبادرات الفردية والجماعية، وهذا يعطي معنى للادارة الحضرية الجيدة.

وهذا النوع بحاجة الى سياسة تنشيط وانعاش جماعي تربوي وطرح البدائل امام المواطنين فهم بحاجة الى الامل، لذا يجب على رجال الاعلام في هذا النوع تجنب العبارات الكارثية والجمل السلبية واستبدالها بالنصائح الايجابية.

ويتم التخطيط للاستراتيجيات الاعلامية الهادفة للقيام بحملة اقليمية على مرحلتين:

1. المرحلة التمهيدية من خلال مواكبة الحملات الاعلامية للحملة الاقليمية لتعزيز ممارسة الحكم المحلي والادارة الحضرية الجيدة، وتعزيز مبدأ حيازة الارض والمسكن الآمن مع اعطائها معان ثقافية ومراعاة خصوصيات العادات والاعراف السائدة للمجموعة، من اجل الدفع بها كي تُدرج كأولوية على اجندة متخذي القرار وكي تربط بالسياسات العامة.

والتخطيط الاستراتيجي للحملة الاعلامية على هذا الاساس يعني الانطلاق من الجهات المتعددة والرقي بها تدريجيا نحو جوهر حقوق الانسان وروحه، مما يسهل من عملية اقناع الاطراف المعنية وحثها نحو فعل ما لتحقيق العمل بهذا الحق، وبذلك تحقق الحملة جملة اهداف منها الارتقاء بالاعلام نفسه وتعزيز خبرته في عملية الاقناع وجعله شريكا في عملية التغيير، وتمكين الجمعيات الحقوقية والاجتماعية والثقافية وغيرها من خلال تطوير مهاراتها في عمليات الاقناع المستندة اساسا على اخذ خصوصيات الناس المستهدفين بعين الاعتبار، وتدفع الحكم المحلي اكثر باتجاه تطوير الادارة الحضرية القائمة على احترام الخصوصيات والتنوع داخل المدينة كونها مدينة الجميع.

ومن خلال الحملة يتم تحسيس الجميع من خبراء وساسة ومواطنين وباحثين وجامعات وغيرهم بمسؤولياتهم فعلا وليس قولا تجاه الموضوع. وان طرح الموضوع في العلن يعني استدراج اطراف الحكم المحلي لاشراك الجمعيات والجهات التي تكونت لديها خبرات بهذا

الموضوع، وهذا يعني المزيد من الصلاحيات والاستقلالية للحكم المحلي، مما يعزز اللامركزية.

ان النظر الى السلطات المحلية من قبل الحملة على انها الطرف الاساسي في عملية التنمية وفي امن المدينة وسلامتها، وفي ادارتها الحضرية الجيدة، هو بحد ذاته دعم لها يدفعها لتطوير اجهزتها الاعلامية لتصبح قادرة على الترويج للمجلس البلدي ومشاريعه، واقناع المواطنين باحقية ما تقوم به لتصبح قادرة على نشر مفهوم المواطنة وتحميل المواطنين مسؤولياتهم، ليس من خلال عملها فقط وانما اسضا من خلال عمل الجمعيات والقطاع الخاص والاعلام.

تمكين المجتمع المدني: حين تفرد الحملة الاعلامية جانبا كبيرا للمجتمع المدني كشريك في اعداد وتنفيذ هذه الحملة فان ذلك يعني انها تفسح مجالا كبيرا لاخراج منظمات المجتمع المدني من عزلتها موثقة الروابط فيما بينها من جهة، وما بينها وبين الاعلام من جهة اخرى، معززة علاقاتها مع السلطات المحلية والقطاع الخاص دافعة اياها لتجدد نفسها من الداخل وللعمل على ابراز صورتها كشريك فعّال في حقل الفضاء العام.

واخيرا لا بد من توفير حوافز للقطاع الخاص ليكون اكثر مشاركة في التعامل مع قضايا المواطنة ليخرج من مناخ اهتمامه بالربح فقط، من خلال الترويج لاهتمامه بدعم القضايا الانسانية، وبهذا تخدم الحملة اهل المشكلة انفسهم، والقطاع الخاص، والاعلام، والادارة الحضرية في آن واحد.

2. اعداد قاعدة بيانات توضح حجم المشكلة التي استدعت وضع خطة استراتيجية اعلامية، وتصنيف ابعادها وامتداداتها الاجتماعية والبيئية والقانونية والاقتصادية وغيرها، واسبابها لادراك واقعها. وتدعم هذه النقطة بوصف للوسائل الاعلامية الموجودة واماكن توزيعها، وفرز فريق اعلامي لمتابعة الحملة. ويتم اعداد قاعدة البيانات من خلال الزيارات الميدانية مع فعاليات المجتمع المدني الى المدينة ومراكز السكن العشوائي، والاتصال بالباحثين وبالجامعات لمعرفة دراسات الطلاب في هذا المجال والمتطوعين، والفنانين والمبدعين المهتمين بتحضير افلام قصيرة مثلا عن موضوع الحملة، واجراء استطلاع راي لتحديد القطاعات المستهدفة، وانشاء موقع الكتروني. واعداد لائحة بالشركاء المحتملين وتصنيفهم حسب درجة تحمسهم وقدرتهم للمشاركة.

دور الاعلام الديني في التوعية المعمارية:

اكدت الدراسات التي اجريت في الدول الصناعية المتقدمة في الشمال والدول النامية في الجنوب للتعرف على مستوى الوعي البيئي السائد في هذه الدول ان وسائل الاعلام المرئي والمسموع والمقروء تلعب دورا مركزيا في تشكيل الوعي بالبيئة المحيطة لدى الجمهور العام، سواء في مجال تزويده بالمعلومات الكاملة والصحيحة عن قضايا البيئة او في تشكيل الاتجاهات والمواقف تجاه هذه القضايا، وايضا في تحديد الالولويات البيئية على كافة المستويات المحلية الاقليمية والدولية.

ان الهدف من الجانب الديني في الحملات الاعلامية الداعية للاهتمام بالاعمار والتنمية يرمي الى توضيح الغاية من وجود الانسان لادراك مهمته على الارض بانها لعبادة الله وعمارة ارضه. ويتضح ذلك بمثال تحريم الخمر في اميركا، اذ يذكر الدكتور عبد الكريم زيدان مثالا واقعيا اذ يقول: "في القرن العشرين ارادت الولايات المتحدة الامريكية تخليص مواطنيها من الخمر، وقبل ان تشرّع قانون تحريم الخمر مهدت له بدعاية واسعة جدا لتهيئة النفوس لقبول هذا القانون، وقد استعانت بجميع اجهزة الدولة وذوي الكفاءة في هذا الباب، واستعانت بالسينما والمسارح والاذاعة وبنشر الكتب والنشرات والمحاضرات والاحصائيات من قبل الاطباء والعلماء والمختصين بالشؤون الاجتماعية، وقد قدر ما انفق على هذه الدعاية بـ 56 مليون دولار، وكتبت تسعة الاف مليون صفحة عن مضار الخمر ونتائجها، وانفق ما يقرب من عشرة ملايين دولار من اجل تنفيذ هذا القانون، وبعد هذه الدعاية الواسعة والمبالغ المنفقة شرعت الحكومة قانون تحريم الخمر لسنة 1930 وبموجبه حرم بيع الخمور وشراؤها وصنعها وتصديرها واستيرادها، فماذا كانت النتيجة؟

لقد دلت الاحصائيات للمدة الواقعة بين تشريع القانون وبين عام 1933 انه قتل في سبيل تنفيذ هذا القانون مئتا نفس وسجن نصف مليون اخرين وغرم المخالفون له بغرامات اقتربت من الاربعة ملايين دولار، وصودرت اموال بسبب مخالفته بقيمة الف مليون دولار، وكان اخر المطاف ان قامت الحكومة الامريكية بالغاء قانون تحريم الخمر في نهاية العام 1933، ولم تستطع تلك الدعايات الضخمة ان توجد القاعدة التي يبنى عليها القانون في نفوس المواطنين، فلم يكن له سلطان على نفوسهم يحملهم على احترامه ففشل والغي، اما كلمة **{فَاجْتَنِبُوهُ}** المائدة 90) التي جاء بها الاسلام الى جزيرة العرب فقد اثرت اعظم التاثير وطبقت فعلا واريقت الخمور من قبل اصحابها وامتنعوا عنها لا بقوة شرطي ولا رقيب انما بقوة الايمان (د. عبد الكريم زيدان، اصول الدعوة، ط2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987، ص 50- 51) **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالأَنصَابُ وَالأَزْلاَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ}.**

توصيات الدراسة:

استحداث وحدة اعلامية تهتم بشؤون الاعمار والتنمية تهدف الى:

- صياغةَ لغةِ خطابٍ عمراني لخلق أداة تواصل وتعبير يومية مع الناس باختلاف مستوياتهم وتوظيف وسائل الإعلام لخدمة قطاع التنمية والاعمار وقضاياه.
- تأهيل رجال إعلام مهتمين بهندسة الاعمار وتطويرها، و مهندسين مهتمين بالإعلام والصحافة.
- إنتاج أفلام ومواد إعلامية هندسية تعمل على تطوير المجتمع والارتقاء به في هذا المضمار، بالإضافة إلى تغطية الأعمال والمشاريع الهندسية التي تقوم بها المنظمات الحكومية والأهلية والقطاع الخاص.
- تبسيط اللغة العلمية الهندسية إلى لغة إعلامية بسيطة يسهل فهمها من قبل جميع الناس.

2. عقد اتفاقيات تعاون مشتركة بين اجسام التنمية العمرانية والاجسام الاعلامية في فلسطين كمحطات التلفزة المحلية والاذاعات والصحف وكليات الهندسة ونقابة المهندسين بغرض امدادها باخر المستجدات والاخبار الهندسية، ودمج المشكلات العمرانية وقضاياها على الاجندة الاعلامية لكل منها.

***** ***** *****

مراجع الدراسة:

1) مراجع عربية:

1. الباحث.
2. مجلـــة البنـــاء:www.albenaamagazine.com/I140/nadwa.htm 8 – 11 ابريـــل 2002م
3. Graduate School of Engineering, Hokkaido University, Sapporo, Japan 2003,
4. الحق في الإطلاع (حرية الحصول على المعلومات)، المحامي بـــلال البرغـــوثي– الهيئـــة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، 2004
5. صالح خليل أبو أصبع، (1995)، الاتصال و الاعلام فـــى المجتمعـــات الحديثـــة، عمـــان، الأردن: دار آرام للدراسات و النشر و التوزيع .
6. راسم الجمال، (1993)، الاعلام والاتصال فى الوطن العربى، بيـــروت: مركـــز دراســـات الوحدة العربية.

2) مراجع أجنبية:

- The image of the city, by Kevin Lynch
- Basyouni Hamada (1999), The Initial Effects of the Internet on the Muslim Society, Journal of International Communication, Macquarie University, Sydney, Australia.

3) مراجع الكترونية:

- http://www.khayma.com/sa3/mahiatailam.htm
- http://www.drury.edu/multinl/story.cfm?nlid=28&id=5998
- http://www.archmedia.com.au/
- http://www.archimage.co.uk/anthony_weller.htm
- http://www.austmedia.8m.com/faculty.htm
- http://www.architecte-bio.com/bioclimatiqueuk.htm
- http://www.fhss.uaeu.ac.ae/mass/masscd.htm
- www.architectural-library.com
- www.elakhbar.org.eg/issues/16051/0302.html
- http://www.tv.net.eg/docs/media_history6.asp
- http://www.hudc.gov.jo/hudc/default.asp
- http://www.neareast.org/main/lrc/biblio/arabic/environment.htm
- http://www.sagifted.com/pb/viewtopic.php?t=628

*** *** ***