

الإعلام المرئي ودوره في عملية التحول والتغيير السياسي

جهاد الغرام
جامعة المدينة

ملخص:

لقد أحدثت وسائل الإعلام بكل أشكالها المختلفة و خاصة وسائل الإعلام المرئية "التلفزيون"، تأثيراً كبيراً في كل مجالات الحياة وسلوكيات أفراد المجتمع، شملت الأعراف والقواعد و القيم الاجتماعية والسياسية، وقد نجحت هذه السياسة بكل مقوماتها وأساليبها في توجيه دفة الإعلام نحو أهدافها الاستراتيجية المرسومة رغم تناقض أقوالها مع أفعالها، وتعرض الفرد إلى تحديات في بناء أفكار ومواقف جعلت من الإعلام ووسائله الدور المؤثر، وفي بعض الأحيان العامل الحاسم في تشكيلها، فالوقت الذي يقضيه الشاب في تعامله مع جهاز التلفزيون ووسائل الاعلام لا يقل أهمية عن الوقت الذي يقضيه مع أسرته ومحيطه المجتمعي، فإن دور وسائل الإعلام المرئية والتلفزيون بالتحديد لا يقل عن دور الأحزاب السياسية والمؤسسات التعليمية والأسرة في عملية التحول والتغيير، ولا تتحقق عملية التغيير الايجابي إلا بتكامل عمل التلفزيون ومؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية.

Abstract :

Media Has caused, in all its various forms, a significant impact in all areas of life and behavior of community members, especially the visual media "TV", including the norms and rules and social and political values, it has succeeded in its policy with all its components and methods to steer the media toward its strategic goals, exposing the individual to the challenges in building the ideas and attitudes which have made the media and means of the influential role, and in some cases the deciding factor in the formation, Time is

spent by the young people in thier dealings with the TV and the media is as important as the time spent with his family and his surroundings community , the role of visual media, television in particular at least about the role of political parties, educational institutions and the family in the process of transformation and change, and realized the process of positive change, but the integration of TV and the work of the institutions of political socialization and social development.

مقدمة:

شهدت ساحة الوطن العربي العديد من التحولات والتغيرات التي تراوحت بين مطالبة بتغيير الأنظمة وقد تحقق ذلك، وبين مطالبة بتغيير الأنظمة ولكنها لازالت تراوح مكانها، وبين مطالبة بتعديلات دستورية وإصلاحات سياسية وإدارية واقتصادية ومحاربة الفساد والمفسدين، وامتازت التحركات في الوطن العربي في واتفاق الشعب العربي أيضا على ضرورة ووجوب الإصلاح ومكافحة الفساد، ورافق ذلك إصرار الشعوب العربية على ضرورة الإصلاح ومكافحة الفساد، ولكن كان الاختلاف في طريقة التعبير عن المطالبة بالإصلاح، ففي الوقت الذي أيد فيه البعض التوجهات السلمية، والخارطة التي رسمها للإصلاح، رأت فئة أخرى ضرورة الإسراع والإصلاح الفوري ولو بالقوة اللجوء للعنف السياسي، مما أدى إلى حصول احتكاكات ومشاحنات رافقتها سلوكيات وأحداث أضرت بالوطن والمواطن.

كان للإعلام بجميع أنواعه المرئي والمسموع والمكتوب والالكتروني دوراً فاعلاً في التعامل مع هذه التحولات، من خلال نقل الأخبار حتى أصبح المواطن في كل أنحاء العالم يشعر وكأنه يعيش داخل الحدث نتيجة للتغطية الإخبارية على مدار الساعة، ومن خلال التحليلات والطروحات والمناقشات لهذه

التحولات، وعليه، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول دور الاعلام المرئي في التحولات والتغيرات الحاصلة في الوطن العربي من خلال مسألة العلاقات المتشابكة بين التلفزيون والدور المنوط، والخلل الذي أفرز أنماط جديدة أثرت على عملية التحول في الوطن العربي.

المحور الاول: التلفزيون

أولاً: أهمية التلفزيون في التحولات السياسية

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري منذ اختراعه والى يومنا هذا، لما يتمتع به من خصائص تقنية جعلته يتميّز بقدرة عالية على الجذب والانتباه ، وشد الأبصار، وقوة التأثير ، فهو يجمع بين خصائص الإذاعة السمعية (الراديو) ومزايا السينما من حيث الصورة الملونة المتحركة والتي تعطي الحيوية والمصدقية لما يُعرض فيه من مادة إعلامية، كما يعد التلفزيون متفوقاً على وسائل الاتصال الأخرى في قوته التأثيرية على المتلقين ، وذلك من خلال امتلاكه لجميع الإمكانيات الفنية والتقنية والتي تمنحه خاصية الانتشار الأكثر مع ميزة الاستحواذ على حاسي السمع والبصر في آن واحد، وليس غريباً أن تشير العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت على جمهور المتلقين أن الإنسان يحصل على المعرفة عن طريق حاسة البصر بنسبة 90% وعن طريق حاسة السمع بنسبة 8% (محمد ضياء الدين عوض : التلفزيون والتنمية الاجتماعية ، القاهرة: الدار القومية ، بدون تاريخ ، ص41).

ومع إن استخدام التلفزيون في بدايات ظهوره قد اقتصر على اغراض تجارية وترفيهية فقط، إلا انه وبمرور الوقت وازدياد الإقبال الواسع للجمهور على اقتنائه اهتمت العديد من البلدان المختلفة والشعوب بهذا الجهاز الجماهيري للاستفادة من قدراته في تدعيم الاتجاهات السياسية

والاجتماعية والاقتصادية وحتى العسكرية منها، وهكذا دخل وبنطاق واسع في شتى المجالات والميادين كالتعليم والثقافة والترفيه وغيرها من المجالات المستفيدة من مزاياه العديدة وفوائده وإمكانياته في ضخ العديد من الرسائل الاتصالية المختلفة، لذا نجد إن التفوق التلفزيوني جاء نتيجة طبيعية للحقيقة التي نطق بها علماء الاتصال الجماهيري ومفادها أن أهمية الوسيلة الاتصالية تنبع من الوظيفة والدور الذي تؤديه والتي تمنحها تفرداً وتميزاً عن باقي وسائل الإعلام والاتصال الأخرى ، لذلك نجد من المفيد الإشارة إلى حجم الدور الذي يؤديه التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري معتمداً على إمكانياته الكبيرة في نقل الصوت والصورة والحركة واللون والفورية في آن واحد والتي بفضلها أصبح الوسيلة الجامعة لكل ما تؤديه وسائل الإعلام والاتصال من وظائف والتي هي: الإعلام، والترفيه، والثقافة، والإعلان (محمد محمد البادي: وسائل الاتصال الجماهيري في مقدمة في وسائل الاتصال، السعودية: منشورات مكتبة الصباح ، 1989، ص ص 60 - 61).

يأتي التلفزيون مع تطور تقنياته وأساليبه في المقام الأول بين وسائل الإعلام والاتصال التي لها اليوم تأثيرها الكبير على حياة المجتمع، ويطرح تطوره تساؤلات كثيرة منها ما يتعلق بالأدبيات والأخلاقيات الإعلامية، ومنها ما يتعلق بمسائل السياسة والسيطرة العالمية خصوصاً في الوطن العربي حيث أدى تسلل القنوات الوافدة من الخارج إلى خلق الكثير من المخاوف الجديدة، بعد أن أصبح بوسع الناس في كل العالم استقبال القنوات الفضائية في منازلهم، وكثرت محاولات التنبؤ لما يمكن للتلفزيون أن يحدثه من تأثيرات، خاصة وما تشهده الساحة العربية من تحولات كبيرة ساهم البث التلفزيوني في تشكيلها والاطاحة بأنظمة وخلق أوضاع جديدة غيرت حتى من سقف المطالب والحريات التي كانت في وقت مضى محظورة

على فئة لمصلحة فئة أخرى، ومن المنتظر أن يتسع تعرض الجمهور العربي لقنوات أخرى فترات أطول، خصوصا أن تاريخ البث التلفزيوني خلال السنوات الأخيرة يفصح عن كونه أداة تأثير قوية (قديري حفي: التنشئة الاجتماعية للطفل العرب يبين الوحدة والتعددية، القاهرة: مجلة النيل، العدد 28، تشرين الثاني/ نوفمبر 1986، ص 61).

ثانيا: خصائص التلفزيون

يعتبر التلفزيون أهم وسائل الاتصال في الوقت الحاضر، ومن أخطر الوسائل الإخبارية والإعلامية لما تتمتع به من خصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل أخرى، ويمكن تحديد الخصائص المميزة للأجهزة المرئية باعتبارها وسيلة لعرض برامج القنوات الفضائية في النقاط التالية:

1- إن الجهاز المرئي يجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيره.

2- إن الجهاز المرئي يتميز بقدرته على جذب المشاهد وخاصة صغار السن وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما يقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى الدور التربوي الذي يقوم به.

3- يتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجهاً لوجه.

4- إمكانية نقل الأحداث السياسية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، وبإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية عن حياة الشعوب وأساليب حياتها (محمد شراب: الإذاعة المرئية وأهميتها في حياة المجتمع، طرابلس-ليبيا: المجلة الإعلامية، العدد 3، السنة الأولى، 1992، ص ص 110-127).

5- الصورة المتحركة الناطقة التي يقدمها هذا الجهاز تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء الخروج من منزله للبحث عنها.

6- يتميز الجهاز المرئي بقدرته على تحويل المجردات إلى محسوسات، ويُعد وسيلة جذابة للكبار والصغار، فهو يمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلى صورة واقعية.

وفي المنطقة العربية كان النظام الإعلامي العربي يستقبل الرسائل المرئية كوسيلة اتصال حديثة، ومن الضروري الإشارة إلى نقطتين لعبتا دوراً كبيراً في نشأة التلفزيون العربي وهما: 1- لتلفزيون أصبح ضرورة إعلامية لعالمنا.

2- تفهم القادة والحكام العرب للدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون كوسيلة مهمة لإدارة الشعوب سياسياً واجتماعياً. (البكري فؤاده: المؤتمر العلمي الأول للتعليم والإعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل، القاهرة في الفترة من 19-18 سبتمبر 2000).

لا شك أن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير كبير على المجتمع وبالأخص الشباب، فقد أصبح للتلفاز اليوم أهميه بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب وإنما على جميع أنماط الحياة، فهو يعمل بطريقه أو بأخرى في التأثير على حياتنا سلبياً أو إيجابياً. فلو أحسن استغلاله استغلالاً جيداً فسوف يعكس دوراً يشكل به سلوك المشاهد، وإذا لم يستغل الاستغلال الجيد فإنه يكون معول هدم للشعوب واستقرارها، حيث تتعدد الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية المعاصرة وذلك لأن وسائل الإعلام أصبحت تقوم بدور كبير في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم عن كافة شؤون الحياة، بالإضافة إلى ما تقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير من المجالات، ويساهم التعليم بأدواره

ومهامه المتعددة في تزويد المعارف والقيم وذلك لإعدادهم لأداء الأدوار المستقبلية وتهيئتهم الهيئة السياسية والثقافية المناسبة للمستقبل.

المحور الثاني: دور التلفزيون في عملية التغيير

أولاً: نشر المعلومات والحقائق

للتلفزيون دور في عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام، ولدى الإعلام قدرة ليخاطب عقول الناس وعواطفهم و يقوم على المناقشة والحوار والإقناع، ولا بد أن تتسم العملية الإعلامية بالأمانة والموضوعية. إذ يترتب عليها تأثير فعلي في سلوك الجماعة ، لذلك فالبيئة السياسية التي تمتاز بالغموض والشك والتردد وعدم اليقين والتفكك الاجتماعي تنتشر فيها الشائعات، ولذلك فإن الدعاية التي تعمل على إشباع حاجات الناس أو التي ترضي حاجاتهم النفسية والمادية تكون أكثر قبولا وانتشارا، ومن الحاجات النفسية الشائعة احترام الذات و تأكيد الذات و القبول الاجتماعي، و الحاجة إلى انتماء الجماعة والحاجة إلى التقدير الاجتماعي.

وظيفة التلفزيون الرئيسية في إحاطة الأفراد و الجامعات علما بالأخبار الصحيحة والدقيقة والمعلومات الصادقة والواضحة و الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأى عام صائب وهكذا يؤثر الإعلام تأثيرا واضحا في سلوك الفرد و الجماعة ومن ثمة توخي الصدق و الأمانة و الصراحة و الموضوعية و البعد عن الذاتية تماما في تقديم الأخبار أو المعلومات كذلك يسهم في مجال الصحة النفسية للفرد و الجماعة.

الإعلام و وسائله تعمل في إطار المحافظة على السلوك الثقافي القائم في المجتمع وعلى تطويره، وتزداد قوة تأثيره المضمون الإعلامي في تحويل الرأي العام عند الشرح والتصريح أكثر عند العرض والتلميح ، وكذلك يعمل

التكرار تأثيرا قويا شرط أن يكون متغيرا و متنوعا وألا يصل إلى حد الإلحاح و المديقة حتى لا يحدث أثرا عكسيا. إن الإعلام الناجح هو الإعلام الذي يهدف إلى إشباع الحاجات النفسية للجماهير وتلبية رغباتهم وتحقيق فائدة ملموسة لديهم ، ومن أهم الحاجات ما يلي(شفيق رضوان: علم النفس الاجتماعي، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، ط1، بيروت: 1996 ، ص 248-249):

- الحاجة إلى المعلومات و التسلية و الترفيه.
- الحاجة إلى الأخبار حول مشكلات السابقة.
- الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية و تعزيز المعايير و القيم و المعتقدات و التوافق مع المواقف الجديدة.
- واجب تثقيفي تربوي تعليمي فهو يخاطب العقول لغرائزها، بحيث أصبحت برامجه التعليمية مكملة لدور المعلم، ولقد أصبح التعليم المبرمج من أفضل طرق التعليم حيث أدخلت الأجهزة الالكترونية لتبني الفرصة للتعليم الذاتي و إشاعة المعلومات الحديثة المتصلة كالنقد العلي و التكنولوجي.

ثانيا: تكوين الراي العام

لا ينكر أحد أهمية الإعلام في تكوين الراي العام، إذ يقوم الإعلام بدور هام في تكوين و توجيه الراي العام، فهو الذي يخلق الوعي لدى المجتمعات و يروج للأفكار كونه أحد المجالات المحيطة و الملزمة للفرد منذ ولادته و حتى مماته، فإذا كان الإعلام و طنيا منتما هادفا استطاع أن يقوم بدوره بدرجة عالية من الفعالية، و لتوضيح ذلك لابد من الإشارة إلى مراحل تكوين الراي العام تجاه أي حدث أو تحول، إذ يمر تكوين الراي العام بالمرحل التالية(انظر دور وسائل الإعلام في تكوين الراي العام، بتاريخ 12

نوفمبر 2013، نقلا عن موقع: <http://ajyaa1.ma3ali.net/articlesactions/showid245.htm>

- 1- إدراك المشكلة، ويتم ذلك بعرض الحدث بوضوح وصراحة ومصداقية، ثم استطلاع آراء المواطنين والقيادات صاحبة الاختصاص، ومناقشة هذه الآراء مع اقتراح الحلول ليتم بلورتها بعد التقريب بين وجهات النظر.
- 2- إدراك المواطنين ومعرفتهم بالمشكلة ومعرفة مدى تأثيرها عليهم وعلى حياتهم ومصالحهم وأوطانهم.
- 3- الصراع والاختلاف في وجهات النظر والمواقف بين المواطنين كل حسب اتجاهاته وقيمه ومبادئه أو حسب البعد الذاتي والبعد الاجتماعي لها، والموقف الحكومي في تصور ودور القيادات في مواجهتها.

ان التلفزيون له أهميته وإذا كان له تأثيره النفسي في سلوك الفرد والجماعة فإنه يجب أن يقوم على أساس التخطيط العلمي و المدروس والبحوث العلمية الدقيقة، إذ أن الخطة الناجحة تتصف بالشمول والتكامل والمرونة و التجدد بالقدر الذي يكمل تحقيق الأهداف العليا، وانه يهدف إلى تغيير السلوك، أي إلى إحداث التغيير النفسي، هو إلى برامج تنفيذية و تكتيكات عملية للاتصال بال جماهير ولا بد من توخي الدقة في تحديد الأهداف القريبة و البعيدة إلى تساير الإيديولوجية الاجتماعية .

المحور الثالث: التلفزيون ودور الشباب

أولاً: أهداف وغاية الإعلام المرئي في توعية الشباب

وحتى يكون الإعلام ناجحاً وفعالاً لا بد من أن يكون له غاية وهدف، إذ من المعروف أن وضوح الهدف والغاية يوفر الجهد والطاقة والمال ويعطي نتائج بشكل أفضل، لذا فإن الإعلام الناجح يهدف إلى:

- 1- اعتماد المعلومة الصادقة والصحيحة المدعومة بالحقائق والدراسات والأرقام والإحصاءات كوسيلة للإقناع، يقول ماوتسي تونج "فنحن لا نستطيع إجبار الناس على تقبل الماركسية وكل ما نستطيع عمله هو إقناعهم" (إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 1969، ص 196).
- 2- تنبيه المواطنين وإرشادهم إلى حقوقهم وضرورة الدفاع عنها(فيصل حميد العازل: الإعلام ودوره في تكوين الرأي العام، الحوار المتمدن، العدد1464، بتاريخ 17 فيفري 2006، نقلا عن موقع <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=57481>).
- 3- نشر روح التعاون والعدل والمساواة في العلاقات بين الأمم.
- 4- متابعة وفهم وإدراك ما يحدث حولنا من ظواهر وأحداث.
- 5- العناية بالتراث الثقافي ونقله جيلا عن جيل.
- 6- التركيز على الحس الوطني والانتماء وتنميتها في نفوس المواطنين وضرورة المحافظة على مقدرات البلد والمال العام.
- 7- ملاحظة الأفكار الهدامة والدخيلة التي تضر بالمجتمع وتسعى به نحو التخلف والتنبيه منها.
- 8- تنمية ودعم الحس الديمقراطي لدى المواطنين من خلال الدعوة للمشاركة في الانتخابات النيابية والترشيح واختيار الأفضل لتمثيل الشعب.
- 9- التركيز على الشباب وإبراز دورهم وبحث ومناقشة قضاياهم ومشكلاتهم.
- 10- التركيز على قضية استغلال الدين والعاطفة الدينية لدى المواطنين من أجل تنفيذ أجندة معينة أو تحقيق مصالح ومآرب

شخصية أو حزبية مع التركيز على الوسطية والعقلانية في الدين
ليذربذور المحبة والإخاء والمودة والوحدة الوطنية.

ثانيا: وظائف ومهام الإعلام اتجاه الشباب

حتى يحقق الإعلام دوره بشكل ناجح وفعال في توعية الشباب وتوجيههم،
فإن الوظائف المطلوب تأديتها لتحقيق الصالح العام، والاسهام بشكل
ايجابي في عملية التنمية والاستقرار، هي كالآتي(فاروق خالد الحسنات:
الإعلام والتنمية المعاصرة، عمان- الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1،
2011، ص-196):

- 1- إطلاع جمهور الشباب على الأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة
السليمة والحقائق الثابتة التي تسهم في تكوين رأي عام مجتمعي
صحيح وناجح ولن يكون ناجحا إلا إذا عبّر تعبيراً موضوعياً عن
عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، إذ الإعلام يخاطب العقول لا
الغرائز.
- 2- التنشئة السياسية القائمة على تنوير وتبصير الفرد بدءاً من
تقديم برامج الأطفال مروراً ببرامج مرحلة المراهقة والشباب مع
مراعاة كل فترة عمرية وما تتطلبه من برامج وأسلوب طرح وطريقة
الطرح، وبذلك يكون الإعلام متمماً ومكملاً لدور الأسرة والمدرسة
والجامعة.
- 3- التأكيد على القيم والمبادئ والاتجاهات التي تتوافق مع طبيعة
المجتمع والمحافظة عليها لأنها ستكون الأساس الذي ينطلق منه
سلوك المواطن في كل منحنى من مناحي الحياة، وهنا لا بد من
الطرح الجيد للقيم والمبادئ، لأن المواطن هنا يشاهد قيم عديدة
ويدعى للمفاضلة والاختيار.

- 4- دعم الدفاع الوطني والأمن القومي من خلال وضع المواطن بصورة التهديدات الخارجية والداخلية والأخطار المحدقة بالوطن وأضرار وسيئات ومساوئ وسلبيات أي سلوكيات تضر بالأمن الوطني.
- 5- توسيع الآفاق الفكرية من خلال طرح ومناقشة القضايا الفكرية وبيان جوانبها الايجابية والتأكيد عليها، والسلبية والتحذير منها ومن خطورتها.

ان للشباب دور هام وبارز وقيادي في التحولات والتغيرات الحاصلة إلا أنه يتوجب على الإعلام أيضا يولي الشباب أهمية كبرى من خلال الاهتمام بمشاكلهم وتشجيع طموحاتهم وتوجيهها شخصيا أو اجتماعيا، ففي الوقت الذي كان الشاب العربي يعيش في دوامة الماضي المبني على أرث الآباء والأجداد وبطولاتهم وتضحياتهم الذي يصطدم بالحاضر المثقل بهوموم ومشكلاته وعثراته، نجد أن الإعلام العربي لم يستطع تنبيه الشباب إلى النظر إلى المستقبل والعمل على تحقيق مستقبل أفضل لهم، ولم يساعد الإعلام على ذلك، كون فترة الشباب هي فترة التشكيل والتكوين والاستقرار النفسي، فكان دور الإعلام منطلقا على خطط ظرفية تخدم مصالح السلطة الحاكمة ولا تعمل على تفهم اهتمامات الشباب ورغباتهم وأرائهم ومواقفهم وفقا لظروف الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

المحور الرابع : مستويات معالجة مشكلات الإعلام المرئي في الوطن العربي
لمواكبة التحولات

أولا : منهج الاعلام الناجح في طرح القضايا السياسية

على الإعلام الناجح مراعاة الأمور التالية في طرحه للقضايا والمشاكل السياسية (ويلبر شرام ترجمة اديب يوسف شيش: وسائل الإعلام والتنمية القومية، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، ط2، سنة 2007، ص207):

- 1- أن تكون أي مادة إعلامية هادفة تسعى لتحقيق هدف وغاية مستوحاة ومستمدة من حاجات المجتمع ومصالحه.
- 2- التخطيط والبرمجة في البرامج والمواد الإعلامية بما يتوافق مع خطط الدولة ويحقق مصالح المواطنين.
- 3- الشمولية بالطرح وطريقة الطرح، ومخاطبة كافة فئات المجتمع وبحث الموضوع من كافة جوانبه وعدم استثناء أي فئة بل يجب إشراك كافة الأطياف في الحوار والنقاش لأن من يمنع من إبداء رأيه والمشاركة يضطر إلى اللجوء إلى وسائل الإعلام الأخرى غير النقية والمأمونة ليوصل رأيه ومشاركته وقد تستعمل أرائه هذه في غير هدفها ومضمونها مما يضره وبالمصالح الوطنية.
- 4- الواقعية في طرح الموضوعات السياسية ومناقشتها ووضع الحلول والمعالجات بما يمكن تطبيقه ويتوافق مع متطلبات الحياة ومصالح الوطن والمواطن.
- 5- عند بحث وعرض أي قضية للجمهور المثقف يجب عرض وجهات النظر المختلفة، أما إذا كان الجمهور المستهدف أمة أو قليل الثقافة فهنا يجب عرض وجهة النظر التي يدعى لها، ويؤكد المختصون في الإعلام ضرورة الحيادية في طرح القضية، لأن التلفيق غالباً ما تكون النتيجة سلبية من باب السخبط أو اختلاط الأمور على المتابع لاعتقاده أن وجهات النظر متوازنة ولم يعرف الصحيح منها من الخطأ. عند تقديم الحدث وطرحه بالشكل الخاطئ وغير الصحيح فإن ذلك يولد الإحباط واليأس في نفوس

- المواطنين مما يدفع إلى انتشار الشائعات وتضخيم أخطاء القيادات والمسؤولين وزعزعة الجبهة الداخلية نتيجة انقسام الرأي العام حول الحدث (إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بال جماهير، نفس المرجع، ص 196).
- 6- على الإعلامي معرفة ماذا يريد أن يوصل للجمهور المتلقي، إذ أن عدم وضوح هدف الرسالة يؤدي إلى العجز عن شرحها الشرح المطلوب وإيصالها إلى المواطن.
- 7- التأكد من المعلومة والمعنى وماذا تريد من الجمهور، لأن ما يصل من الإعلامي سيكون محددًا لشكل السلوك والموقف والرأي العام الذي يتشكل عنده.
- 8- اختيار الطريقة الصحيحة والسليمة لتوصيل الرسالة.
- 9- اختيار الكلمات بدقة واستعمال أسلوب يستطيع أي متلقي فهمه.
- 10- اختيار الوقت والمكان المناسب لإيصال المعلومة إلى المواطن.
- 11- أن يكون الإعلامي ذا مصداقية ويثق الناس بكلامه.
- 12- تحديد الموضوع الذي يرغب في طرحه وبيان عناصره والجوانب التي سيتم التطرق إليها.
- 13- تحديد المصطلحات التي سيستخدمها في طرحه، وبيان المقصود من كل مصطلح يستعمله حتى يكون هناك فهم واضح للموضوع.
- 14- أن يكون طرح القضية أو الموضوع متفق مع أهمية الحدث، وكذلك تتم معالجة الموضوع بما يتناسب مع أهمية وخطورة الحدث.
- 15- تعزيز الروح المعنوية عند الشباب، واستعمال أسلوب التبشير لا التنفير، وزرع الأمل بعيدا عن اليأس والقنوط والإحباط.

- 16- تجنب التطرق للقضايا الشخصية والفردية والتركيز على قضايا المجتمع بشكل عام.
- 17- التركيز على الجانب الايجابي في السعي نحو الهدف الرئيسي.
- 18- الاتصاف بالمرونة وتقبل الرأي والرأي الآخر ضمن إطار تحقيق الهدف.
- 19- التركيز على الرموز القيادية المؤثرة والتي تلاقي لدى المتلقين الاحترام والقبول ، فعند تناول تصريحاتهم وعرض بياناتهم الصادرة عنهم ، وبيان مواقفهم وتحركاتهم تكون نتائج التأثير على المتلقين اكبر.
- 20- البعد عن كل ما من شأنه أن يؤدي إلى الخلافات والاحتكاكات التي تؤدي إلى تفكك الرأي العام وفرقة الأمة .

وفي ضوء التساؤلات التي يبيدها البعض حول تراجع الإعلام العربي عن تناول الأخبار بشأن بعض أمور التحولات والتغيرات التي تشهدها الساحة العربية يرى الباحثين ضرورة التنبيه إلى أن الإعلام يقسم إلى قسمين(زيدان عبد الباقي: وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ط2، 1979، ص366).

-القسم الأول: الإعلام الرسمي: وهو التابع للحكومة والذي يمثل صوت ولسان الحكومة، وهذا القسم يتسم دائما بالتأني في نقل الخبر إلى حين صدور تصريح من المصادر المسؤولة والمخولة بالخبر، إضافة إلى تناول الحدث من وجهة نظر الحكومة والالتزام التام بالسياسة والاستراتيجية الخاصة بالإعلام الحكومي وتجنب الإثارة والتهويل مع احترام الشؤون الداخلية لكل بلد والمعاهدات والمواثيق التي تتحكم بالسياسة الخارجية للحكومة ويبنى على ذلك دقة الخبر والاعتدال في طرح القضايا.

-القسم الثاني: الإعلام الخاص: وهذا القسم له مساحة حرية أكبر ويعتمد على المصادر الخاصة والشعبية في نقل الخبر مما يجعل قضية نفي الأخبار بعد بنها وتؤكد عدم مصداقيتها كثيرة، إضافة إلى طرح القضايا بحرية أكبر مما يجعل البعض ممن لا يميز بين القسمين يرى أفضلية للإعلام الخاص على الإعلام الحكومي.

ثانيا: ادراك الانظمة السياسية لأهمية الاعلام

لا بد من أن تؤمن الحكومات والأنظمة السياسية العربية بأهمية أن يكون نظام إعلامي عربي له شخصية الذاتية، وأن يركز هذا النظام على مبادئ الإسلام وقيمه، ويلبي الاحتياجات الحقيقية للمجتمع، ويقوم على أكتاف مواطني ذلك المجتمع، ولا بد من أن ترسم لهذا النظام استراتيجية عامة واضحة المعالم، وسياسات عملية تقوم على أسس عملية واقعية، وأن يتمتع النظام بشيء من الحرية والمرونة التي تحقق المصلحة العامة. وألا يكبل النظام بالبيروقراطية والروتين، وان ترسم سياسات اتصالية واضحة في معظم الأقطار العربية في إطار قانون موحد شامل، ينسق بين جوانبها المتعددة في إطار وحدة الموقف القانوني وانسجامه، فان الافتقاد إلى نسق قانوني شامل يحكم هذه السياسات أدى إلى تحكم الأنظمة الرسمية في الوطن العربي في تدفق المعلومات، و في حرية الرأي و التعبير معًا، وإن لانفصام بينما تفعله الحكومات العربية و بينما تقوله أجهزة إعلامها واضح تمامًا، و تبرز الاجتهادات المتميزة الشخصية أو الذاتية غير المستندة إلى تطور مؤسستي موضوعي، مما يضعف دور السياسات الاتصالية والإعلامية في استقرار المواطن وثبات المجتمع المحيط بها، وعدم قدرته على مواجهة التغيرات الحاصلة ومواكبتها) سياسات الاتصال هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة اتجاه عمليات التنظيم ، وإدارة، و رقابة ، و تقييم، نظم وأشكال الاتصال المختلفة ، على الأخص منها وسائل

الاتصال الجماهيري، من اجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة. في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة، أنظر مشروع التقرير النهائي- اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي ، نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال، تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، 1985 ، ص 78).

ثالثاً: تحقيق التوازن بين الكم والنوع للمعلومات

لا بد من العمل على تغيير النظرة التقليدية الدونية للنشاط الإعلامي التي تسود المجتمعات العربية، ولا بد من إقناع القطاع الحكومي والقطاع الأهلي بأهمية الاستثمار الاقتصادي في ميدان الإعلام، إذ أن النشاط الإعلامي اليوم في كافة صوره ومستوياته نشاط مكلف اقتصادياً، ما يتطلب وجود استراتيجية للفاعلين في المجال الاقتصادي ذي الصلة بمختلف المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة، التي تساهم بالتحليل في توصيف وفهم وظائف وسائل الإعلام من خلال تشخيص الآليات الموظفة لمعالجة الموضوعات التي تهم المجتمع ، فان مظاهر ومعطيات التفاوت القائم على المستوى الدولي في شتى المجالات ، ترتب عليه وفرة في العرض من قبل الدول الغربية ، يقابله كثافة وشدة الطلب من قبل الدول العربية ، ولما كان كل مجتمع ينتج أساسا المعلومات التي يحتاجها، فقد نشأ اختلال بين كم ونوع المعلومات المعروضة والمطلوبة في سوق المعلومات الدولي لصالح الدول المتقدمة، ما يتوجب تفعيل دور الاستثمار الاقتصادي في هذا المجال للموازنة بين الكم والنوع للمعلومات التي تلبى احتياجات المجتمعات العربية وتحقق له التنمية والاستقرار،(يتدفق الإعلام في اتجاه واحد من الدول المتقدمة إلى الدول النامية، ومن الواضح أن ملكية الأجنب للصحف في الدول النامية، وتدفق الإعلانات التي تسيطر عليها الشركات الأجنبية، والاعتماد على التكنولوجيا المستوردة ، وتدريب الإعلاميين وخصوصا

الصحفيين ، كل ذلك يتم في سياق الثقافة الأجنبية، بحيث يبدو الأمر كأنهم يتوجهون بإعمالهم وكتاباتهم إلى جمهور أجنبي ، وحتى المواد ذات المضامين الوطنية تقدم في إطار و سياق أجنبي، انظر عواطف عبد الرحمن :قضايا التبعية الإعلامية و الثقافية في العالم الثالث ، الكويت : عالم المعرفة – المجلس الوطني للثقافة والفنون ، العدد 78 ، 1984 ، ص 06-07).

رابعاً: على المستوى الأكاديمي والمهني

لا بد من العناية بافتتاح وتدعيم كليات وأقسام ومعاهد التدريس الأكاديمي للإعلام في كل قطر عربي، ولا بد من أن تتوفر لهذه الكليات والأقسام والمعاهد الإمكانيات البشرية والمادية الملائمة، التي تجعلها تستطيع القيام بمهمتها في إعداد وتهيئة الكفايات (الكوادر) الإعلامية المتخصصة، التي تسهم في دفع عجلة النمو الإعلامي، وتعمل على تحقيق سياسة الاعتماد على الذات، كما أن هذا الاهتمام بالكليات والأقسام والمعاهد الإعلامية الوطنية، سيقطل من كثرة الابتعاث إلى الخارج والذي يعد بصورته الحالية تكريساً لحالة التبعية والتقليد التي يعيش فيها الإعلام العربي المعاصر، ولا بد من العناية بحسن اختيار المسؤولين والعاملين في المؤسسات الإعلامية التوجيهية، وتنقية الساحة الإعلامية من الدخلاء عليها، ان توفير فرص التأهيل والتدريب للعاملين في القطاع الإعلامي يعد مطلباً أساسياً في سبيل تكوين وتهيئة كوادر إعلامية ذات قدرة وكفاءة، ولذلك لا ينبغي أن تقتصر مهمة هذه المؤسسات على الإعداد الأكاديمي والمهني الصرف، بل لا بد لها من أن تعنى بالإعداد الفكري والأخلاقي المتميز للكوادر التي تخرجها(راسم محمد الجمال: الاتصال و الاعلام في الوطن العربي.. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2004، ص 213).

ان الاعلام الناجح يرتبط بنائيا ووظيفيا بالظواهر السياسية والاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، ويقوم بدور حيوي في الاستقرار السياسي والاجتماعي، وإذا كان الهدف من العملية التعليمية هو تحقيق وظائف اجتماعية تتناسب وأهداف المجتمع الواقعية الحاضرة والمستقبلية، وأن أهداف أي مجتمع نام هو تأكيد الهوية الثقافية والاجتماعية والروحية والسياسية، وامام الانفتاح الثقافي والإعلامي، وما هو حاصل من احداث متسارعة عربيا ودوليا، وانفتاح المتلقي على القنوات الفضائية ووسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يمكن أن يُوقف مسار الإعلام العالمي، من هذا المنطلق تتضح أهمية تكوين وتدريب اعلاميين متخصصين و قادرين على أداء رسالتهم في تنشئة الفرد سياسيا و تكوين ثقافته السياسية اتجاه المشاكل والقضايا المصرية، فأن اكتساب الافكار والقيم عبر وسائل الإعلام يقوم في جوهره على ترابط عضوي بين المؤسسات الاعلامية والمجتمع، وتعتبر موازية للأسرة ومؤسسات التربية، تكمل عملها في التنشئة السياسية والاجتماعية.

الخاتمة

يعتبر الإعلام المرأة التي ترصد أي نشاط أو سلوك يحدث إضافة إلى التأثير على الرأي العام والمساهمة في خلق رأي عام جديد. ولكن يجب التنبيه إلى أن الإعلام قد يكون بدون جدوى، أو يؤثر سلبا في مرحلة التحولات إذا لم يستعمل بشكل علمي ويراعي الثقافة السائدة في المجتمع التي يوجه إليه، فقد ساهمت وسائل الإعلام بشكل كبير وواضح في التحولات والتغيرات التي شهدتها المنطقة العربية، كما أن هذه التحولات أثرت في أداء ونوعية ونشاط وسائل الإعلام تلك ، إذ كانت هذه التحولات والتغيرات بالنسبة لوسائل الإعلام المحك وجلسة الامتحان لإثبات وجوديتها واكتساب أكبر قدر من الشعبية والمتابعين .

إن عدم شمولية فهم دور التلفزيون في الوطن العربي، وعدم وجود سياسة اتصالية مكتوبة محكمة تستوعب حاجات المجتمع كله، وترك الأمر للمبادرات والاجتهادات وردود الفعل، نتج عنه اهتمام التلفزيون العربي بالطرائق على حساب السياسة بعيدة المدى، والراهن على حساب الاستراتيجي، ما أدى إلى عدم استغلال هذا التطور بما فيها صلاح واستقرار الأسرة، و ظهور العديد من المشكلات والصعوبات التي نتجت عن إهمال دور الإعلام الحقيقي باعتباره أصبح شريك في هذه العملية، وعليه يجب على الدول العربية والإسلامية والمؤسسات الإعلامية العاملة بها اتخاذ مجموعة من الخطوات و البرامج لمواجهة هذه المعوقات تنطلق عبر المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- التلفزيون والتنمية الاجتماعية، محمد ضياء الدين عوض، القاهرة: الدار القومية.
- 2- وسائل الاتصال الجماهيري في مقدمة في وسائل الاتصال، محمد محمد البادي، السعودية: منشورات مكتبة الصباح، 1989.
- 3- التنشئة الاجتماعية للطفل العرب بين الوحدة والتعددية، قدري حفني، القاهرة: مجلة النيل، العدد 28، تشرين الثاني/ نوفمبر 1986.
- 4- الاتصال التلفزيوني الفضائي الوافد واحتمالات تأثيره السياسي، هادي نعمان الهيتي، بيروت: مجلة المستقبل العربي، السنة 18، العدد 205، آذار/ مارس 1996.
- 5- الإذاعة المرئية وأهميتها في حياة المجتمع، محمد شراب، طرابلس- ليبيا، المجلة الإعلامية، العدد 3، السنة الأولى، 1992.
- 6- علم النفس الاجتماعي، شفيق رضوان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 1996.

- 7- الإعلام والاتصال بالجماهير، إبراهيم إمام ، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 1969.
- 8- الإعلام والتنمية المعاصرة، فاروق خالد الحسنت ، عمان- الاردن: دار أسامه للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
- 9- وسائل الإعلام والتنمية القومية، ويلبر شرام ترجمة اديب يوسف شيش، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، ط2، سنة 2007.
- 10- وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، زيدان عبد الباقي، القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ط2، 1979.
- 11- قضايا التبعية الإعلامية و الثقافية في العالم الثالث، عواطف عبد الرحمن، الكويت: عالم المعرفة - المجلس الوطني للثقافة والفنون ، العدد 78 ، 1984.
- 12- الاتصال والاعلام في الوطن العربي، راسم محمد الجمال، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2004.