



شُؤُون اجتِماعِيَّة

العدد العشرون - السنة الخامسة - شتاء - ١٩٨٩ م - ١٤٠٩ هـ

- تدفق البرامج التلفزيونية الأجنبية وقضايا الإنتاج المحلي ، دراسة حالة : دولة الإمارات العربية المتحدة .
د . توفيق عبد الله يعقوب
- دور أجهزة الاعلام المشتركة بدول الخليج العربية في تأصيل الهوية الثقافية .
د . تيسير أبو عرفة
- الإعلام العربي المشترك : التحديات وآفاق المستقبل .
د . صالح أبو إصبع
- تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية .
د . عبد الرحيم نور الدين

تصدر عن جمعية الاجتماعيين

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

شئون اجتماعية

الاشتراكات

للافراد سنوياً

٢٥ درهم	في الامارات
١٠ دولار	في الوطن العربي
١٥ دولار	في الخارج

للمؤسسات سنوياً

١٠٠ درهم	في الامارات
٤٠ دولار	في الخارج

الموزع

ثمن العدد

٥ دراهم	الامارات
٥٠٠ فلس	البحرين
٥٠٠ فلس	الكويت
٥ ريالات	قطر
٥ ريالات	السعودية
نصف ريال	عمان
٥ ريالات	اليمن الشمالي
٣٠٠ فلس	اليمن الجنوبي
٥٠٠ فلس	العراق
٥٠ قرشاً	ج. م. ع
١٥ ليرة	لبنان
١٠ ليرات	سوريا
٣٠٠ مليون	السودان
٤٠ قرشاً	ليبيا
٥ دنانير	الجزائر
٥٠٠ مليون	تونس
٥ دراهم	المغرب

مؤسسة البيان للمطباعة والنشر

ص. ب ٤٢١٠ - هاتف ٤٤٤٤٠٠٠

بیان - ١٤٠٠

٢٠٠٣ ب - ٢٠٠٣

شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

شُؤون اجتماعية

شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

مجلة فصلية علمية محكمة تعنى بالدراسات الإنسانية

تصدر عن جمعية الاجتماعيين

شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

رئيس التحرير: د. محمد عبدالله المطوع
سكرتير التحرير: راشد محمد راشد

هيئة الاستشارية شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

- د. باهر محمد عتل
- د. صالح أبو إصبع
- د. عبد الخالق عبد الله
- د. موزة عبيد عباس
- د. محمد حور
- د. محمد هويدى
- د. نورة المدفع
- د. نور الدين هنداوى

جميع الآراء الواردة في هذه

المجلة تعبر عن رأي كاتبها

هيئة التحرير التنفيذية شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

- بلال محمد بلال
- طه حسين حسن
- علي محمد لطفي
- عارف سلطان

شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

شُؤون اجتماعية شُؤون اجتماعية

جميع المراسلات توجه باسم رئيس التحرير - ص. ب ٣٧٤٥

الإمارات العربية المتحدة (الشارقة) هاتف ٥٤٨١٦١ جمعية الاجتماعيين

شُؤون اجتماعية

● الافتتاحية :

١ الاعلام وقضايا المجتمع

● بحوث ودراسات :

١ - تدفق البرامج التلفزيونية الأجنبية وقضايا الإنتاج المحلي «دراسة حالة : دولة الإمارات العربية المتحدة»

٣ د. توفيق عبد الله يعقوب

٢ - دور أجهزة الاعلام المشتركة بدول الخليج العربية في تأصيل الهوية الثقافية

٤٣ د. تيسير أبو عرجه

٣ - الاعلام العربي المشترك : التحديات وآفاق المستقبل

٧٣ د. صالح أبو اصبع

٤ - تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية

١٠٣ د. عبد الرحيم نور الدين

● آراء وأفكار :

دور الاعلام في تحقيق التعاون الدولي

١٤١ د. جيهان رشتي

● ملخصات الرسائل العلمية :

برامج الأطفال في تلفزيون الإمارات العربية المتحدة «دراسة تحليلية وميدانية»

١٥٧ د. فوزية عبد الله آل علي

● عروض الكتب :

الاعلام العربي حاضراً ومستقبلاً

١٦٧ عرض : محمد محمد مهنى

الإعلام وقضايا المجتمع

ال الحديث عن الإعلام وأهميته في حياتنا المعاصرة حديث متكرر ، ولكنه يكتسب جدته من طريقة معالجة قضاياه ومدى أهمية هذه القضايا بالمجتمع . ومنذ أن دأبت مجلة «شئون اجتماعية» على تخصيص كل عدد من أعدادها ليعالج محوراً من محاورها ، فإن موضوع الإعلام كان أحد اهتمامات اسرة التحرير التي ترى ضرورة ان يخصص عدد يهتم بقضايا الإعلام وصلتها بالمجتمع . ولذا فإن هذا العدد يشتمل في محوره الرئيسي على اربع دراسات : اثنتان منها اهتمتا بالاعلام في بعده الاقليمي والقومي .. ودراسة اخريتان اهتمتا بدراسة تأثير الاعلام الدولي على المستوى المحلي والمستوى القومي .

وفي الدراسة الاولى التي عالجت الإعلام العربي المشترك ، قدم الكاتب رؤية لواقع الإعلام العربي المشترك والتحديات التي تواجهه وآفاق المستقبل التي تنتظره . ولا شك أن جملة التحديات التي تواجه الإعلام العربي المشترك تؤثر على صعيم الحياة العربية وتعكس كذلك مدى ما يواجه الإنسان العربي من مشكلات ومصاعب وعداء مما يحفزه إلى عمل عربي مشترك أكثر فاعلية ولقد كانت دولة الإمارات حربيصة على العمل العربي المشترك ، ولعل مشاركة دولة الإمارات الفعالة في تنظيم ندوتين دوليتين الاولى في لندن عام ١٩٧٩ والثانية في باريس عام ١٩٨٤ تتنطلق هذه المشاركة من احساس بالعجز والقصور الذي يعانيه الإعلام العربي المشترك .

أما الدراسة الثانية فقد تناولت دور أجهزة الإعلام المشتركة بدول الخليج العربية في تأصيل الهوية الثقافية ، وإذا كانت الدراسة الأولى قد عالجت الإعلام العربي المشترك على مستوى قومي ، فإن هذه الدراسة تعالج دور أجهزة الإعلام على مستوى إقليم دول الخليج ، وفي هذه الدراسة الوصفية ، قام الكاتب بتحديد خصائص الهوية العربية الخليجية وسماتها مستندًا بذلك إلى وثائق مجلس التعاون الخليجي ومن بينها خطة التنمية الثقافية لدول مجلس التعاون ثم تعرض الكاتب للتكامل بين أجهزة الثقافة وأجهزة الإعلام ثم قدم عرضا لأجهزة الإعلام الخليجية المشتركة وأهدافها ودورها في تأصيل الهوية الثقافية وذلك من خلال مراجعة لوثائق تلك الأجهزة مثل جهاز تلفزيون الخليج ، وكالة أنباء الخليج ومؤسسة الانتاج البرامجي المشترك وغيرها ويقدم الباحث في نهاية

دراسة مجموعة من التوصيات والمقترنات التي تدفع بعجلة الاعلام الخليجي المشترك إلى الأمام .

وأما الدراسة الثالثة فإنها تعني بمناقشة تدفق البرامج التلفزيونية الأجنبية في دولة الإمارات ، وتقدم هذه الدراسة تحليلًا لواقع البرامج المذاعة في تلفزيون أبوظبي ودبي . وهي اذ تقوم بتوضيح خطورة تدفق البرامج مدعاة بالأرقام من خلال تحليل كمي لبرامج المحتويين بقنواتهما الأربع والدراسة تضع أمام المجهر الواقع البرامجي في المحتويين وبخاصة واقع طغيان المواد الدرامية الأجنبية على المواد الدرامية العربية ويقدم الكاتب رؤيته للخروج من أزمة التبعية التلفزيونية ، ويناقش في هذا الاطار الانتاج المحلي ومعوقاته مثل نقص الكوادر الفنية وضعف الانتاج الدرامي المحلي . ويقدم الكاتب اربعة مقترنات لحل مشكلة طغيان تدفق البرامج الأجنبية وهذه المقترنات تتمثل بزيادة الانتاج المحلي ، وتقليل ساعات البث ، والاختيار الأفضل للمواد المستوردة وتعزيز التعاون الخليجي .

والدراسة الرابعة تعالج تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية وهي تلتقي مع الدراسة السابقة في التوجه ولكنها تختلف عنها في المعالجة وهي تقدم عرضاً للمسارات الإيجابية والسلبية للاتصال الدولي وستعرض الآدبيات التي تعرضت لتدفق الاتصال وعالجت الامبريالية الاتصالية والامبريالية الثقافية والاستعمار الإلكتروني والتزامن الثقافي والاغتراب الثقافي ، وقد قام الكاتب بتحليل كمي لما استورده دولة الإمارات في مجال أفلام السينما والفيديو وتعرض الكاتب إلى الجهات المحلية والأقليمية والدولية لتحسين الهوية الثقافية في مواجهة تدفق الاتصال الدولي . وأعراض هذا التدفق وتأثيراته المحتملة على العلاقات الاسرية ونمط الثقافة والفكر والفن والعادات والتقاليد والقيم والتنشئة الاجتماعية ويقدم الباحث مجموعة من المقترنات لتعزيز الهوية .

إن جملة هذه الدراسات تدعونا إلى تفكير في وسائل اعلامنا وتفحص مضمون رسائلها بحيث نستطيع أن نتعرف على جوانبها الإيجابية فنعززها ، ونتعرف على جوانبها السلبية فيما تحاشيها .

ولعل أهم ما يمكن أن نستفيده من واقع تلك الدراسات هو الحاجة إلى تخطيط علمي للإعلام بحيث يراعي خصوصية المجتمع ، ويراعي ما يمكن أن يؤديه التدفق الإعلامي على المجتمع من مخاطر قد لا تظهر نتائجها فوراً ، ولكنها بكل تأكيد ستؤثر في المستقبل على نسيج المجتمع .

شؤون اجتماعية

بحوث ودراسات

تدفق البرامج التلفزيونية الأجنبية وقضايا الإنتاج المحلي

دراسة حالة : دولة الإمارات العربية المتحدة *

لقد أصبح من البديهي القول بأن التلفزيون في المجتمعات الحديثة من أخطر وسائل الاتصال الجماهيري على الاطلاق . فهو الجليس بالنسبة للملايين ووسيلة ترفيههم الأساسية ، بل الوحيدة في بعض الأحيان ، وهو المعلم والأداة المساعدة في تنشئة الأجيال الصاعدة ، ولعله أصبح في هذا المجال أكثر تأثيراً من الأسرة والمدرسة والشارع ، كما هو المصدر الأساسي للمعلومات بالنسبة لشريحة عريضة في المجتمع ..

(*) بحث مقدم لندوة الهوية الثقافية وتفاعلها مع الثقافات الأجنبية في الدول الأعضاء بمجلس التعاون الخليجي - مدينة العين - دولة الإمارات العربية المتحدة ٢٧ - ٢٨ / ٦ / ١٤٠٨ هـ الموافق ١٥ - ٢ / ١٩٨٨ م

** قسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة الامارات

ان كل هذه الأوصاف لا يمكن أن تعطى لهذه الوسيلة حقها أو تعكس الوظائف المتعددة والمتشعبية التي يقوم بها هذا الجهاز في النصف الثاني من القرن العشرين . إن المواد التي يقدمها تتسلل بشكل شعوري أو لا شعوري إلى العقول مؤثرة بذلك على القيم والآفكار وبالتالي على الأطرار الدلالي للأفراد وعلى المحيط الثقافي للمجتمعات .

لذا أصبح من المحتم علينا الانتباه لما يعرض على الشاشة وما « يستهلك » من طرف الملابين خلال ساعات البث الطويلة . ولعل ما يسترعى الانتباه بصفة خاصة هي تلك البرامج المستوردة - الاجنبية منها بالخصوص - التي يتم اغراق شاشتنا بها يومياً وتتأثيراتها الفعلية والمحتملة على مجتمعنا وعلى هويتنا الثقافية . لقد ارتفعت الكثير من الأصوات في الأقطار الخليجية والعربية وفي البلاد النامية عموماً للتشهير بهذا السبيل الجارف من المواد الأجنبية والمطالبة بالحد منها واستبدالها تدريجياً بانتاج محلي يعكس قضايا الوطن واهتمامات المواطن . وقد حاول القائمون على هذه الأجهزة الاعلامية تبرير الموقف بشتى الاعذار والأجوبة الجاهزة ، ومن الوسائل المستخدمة للرد على هذا الضغط المتزايد للمنتففين والرأي العام عموماً التضخيم المفتعل لنسبيه الانتاج المحلي المعروض وتقليل الأرقام المتعلقة بالبرامج المستوردة ، فادعت احدى محطات الدولة على سبيل المثال أن انتاجها المحلي يغطي ٨٠٪ من ساعات البث وان البرامج المستوردة تقتصر على ٢٠٪ لا غير^(١) . كما أكد مسؤول آخر في محطة ثانية أن البرنامج المحلي يغطي ٥٠٪ من الارسال اليومي بينما لا يتعدى المستورد ٤٠٪ على أكثر تقدير^(٢) .

● رغم ما لهذه القضية من أهمية على المستويات المحلية والخليجية والعربية ، فما زلنا نفتقر إلى دراسات علمية لهذا التدفق البرامجي الأجنبي ، لذا فإن من الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة الميدانية وضع تشخيص كمي للوضع بالنسبة لمحيطني تلفزيون أبوظبي ودبي بدولة الإمارات العربية المتحدة ، والتوصيل إلى ارقام تعكس الواقع بأمانة وتمكننا من تقديم احصائيات دقيقة نسبياً لكمية البرامج المستوردة ، وسيكون ذلك المحور الثاني للبحث بعد أن نكون قد استعرضنا في محور أول أهداف البحث وأهميته وعرفنا بالمنهجية المتبعة وأعطيتنا بعض المعلومات عن العينة .

● ثم نقارن في المحور الثالث النتائج التي توصلنا إليها ببعض الدراسات التي اجريت على مستوى عالي ، كما نستعرض أهم النظريات التي عالجت تدفق المواد الاعلامية الأجنبية وقضية الغزو الثقافي والتبعية .

● ونحاول في المحور الرابع والأخير التعرف على الأسباب الموضوعية لكتافة هذه المواد المستوردة والمعوقات التي تعرقل نطور الانتاج المحلي في كل من محطتي أبوظبي ودبي بدولة الإمارات ، واقتراح حلول لذلك بغية ايجاد توازن بين المحلي والمستورد كفيل بحماية « هوية المحطة » ، وهوية المشاهد .

أولاً - أهداف هذه الدراسة المنهجية المتبعة :

١ - أهداف وأهمية البحث :

إن من الجوانب المهمة لهذه الدراسة محاولة التوصل إلى بيانات احصائية حول البرامج المستوردة ومصادرها ، وهو عمل لم يتم اجراؤه حتى الآن على مستوى أكاديمي في دولة الإمارات رغم ما خُص به هذا الموضوع من اهتمام على المستوى الدولي ، لاسيما في اطار النزاع القائم بين بلدان الشمال وبلدان الجنوب حول قضية التدفق الاعلامي اللا متوازن بين الطرفين . وقد كانت منظمة اليونسكو السباقة في هذا المجال إذ كلفت مجموعة من الخبراء بإجراء مثل هذه الدراسات المقارنة بالنسبة للتلفزيون على المستوى العالمي ، فكانت أولها الدراسة التي اشرف عليها كل من كارل نورد ستريج مدير التلفزيون الفنلندي ، وتابيو فارييس مدرس الصحافة بجامعة تامبير الفنلندية سنة ١٩٧٤^(٣) واستكملت هذه الدراسة ببحث ثان في ١٩٨٣ أشرف عليه تابيو فارييس ومولته اليونسكو كذلك^(٤) . كما تناولت بعض البحوث هذا الموضوع او بعض جوانبه على مستوى قطري في اطار رسائل الماجستير أو الدكتوراه^(٥) .

وأهمية هذا البحث تكمن في جانب آخر وهو محاولة الوقوف على الصعوبات الادارية والبشرية والمادية والفنية التي تواجه تطوير البرامج المحلية لاسيما أنه موضوع كثر الحديث عنه في الآونة الأخيرة على مستوى الدولة وتم طرحه مراراً وتكراراً على أعمدة الصحف أو في المحافل واللقاءات العامة^(٦) وتبودلت بشأنه كثير من التهم بين الأطراف المعنية والتي لها علاقة مباشرة بالموضوع والمتمثلة في جمهور النقد والمشاهدين من جهة والقائمين على أجهزة التلفزيون من جهة ثانية ، والعاملين في إطاره من جهة ثالثة ، سواء كانوا في المجال التقني أو الابداعي . فأين الحقيقة في خضم هذا الجدل الذي اتسم بعض الأحيان بطابع الحدة والتشنج ؟ وما هي الطرق العملية للارتفاع بهذه البرامج المحلية التي يجب أن تعتبر الشغل الشاغل لكل المشرفين والعاملين في هذه الأجهزة المسؤولة عن تشكيل وعي الجماهير وتنمية أو تشويه هويتنا الثقافية ؟

٢ - منهجية البحث :

لقد اعتمدنا أسلوبين لجمع البيانات في اطار هذا البحث:
المقابلة وتحليل المضمون الكمي :

● اعتمدنا اسلوب المقابلة الشخصية مع بعض المسؤولين الساميين في كلتا المحطتين ، واتبعنا طريقة المقابلة الجماعية مع مجموعة من العاملين في مجال الانتاج والخارج في كل من محطتي أبوظبي ودبي . وقد فضلت الأغلبية عدم ايراد اسمها كمصدر من مصادر البحث ، لذلك أثربنا عدم ذكر الاسماء لتجنب أي احراج^(٧) .

● واتبعنا من جهة ثانية أسلوب تحليل المضمن الكمي لفترة أسبوع كامل من البث بالنسبة لبرنامجي محطة أبوظبي ومحطة دبي، وقد أختربنا الأسبوع الواقع بين يومي السبت : ١٩٨٨/١١/٩ والجمعة ١٩٨٨/١٥^(١) لقد اعتربنا أن تحليل أسبوع واحد كاف للحصول على مؤشرات عامة بالنسبة لكامل الدورة البرامجية ، وللتتأكد من مصداقية النتائج التي توصلنا إليها قارنا بشكل سريع بين مضامين هذه الدورة والدورات السابقة ، فاتضح لنا انه لا توجد فوارق جوهرية وأن التوجهات العامة تبقى بدون تغيير .

لقد تم تنصيف كل ما عرض خلال فترة أسبوع موضوع الدراسة إلى تسع مجموعات أساسية هي البرامج الإعلامية ، والتعليمية ، والبرامج الثقافية ، والبرامج الدينية ، والاعلانات ، والبرامج الترفية ، وبرامج الأطفال ، والبرامج الرياضية ، والبرامج الارشادية . كما قمنا برصد مصادر كل هذه المواد التلفزيونية ولا نقصد بالمصدر هنا الشركة الموزعة بل البلد المنتج للعمل .

لقد كان يسيرا بالنسبة لنا التعرف على مصادر بعض البرامج وحتى الشركات المنتجة لها بسبب سعة اطلاع الموظف المشرف على هذا القطاع بالشركات التي تتعامل معها المحطة . بيد أنه لم يكن من السهل الحصول على تلك المعلومات الدقيقة بالنسبة لبرامج أخرى ، لاسيما تلك التي تمت «ديثجتها» ، من طرف شركة أو محطة تلفزيون عربية : فيبعد شراء البرنامج لم يسبق على المقدمة الأصلية التي توضح مصدر انتاجه .

أما بخصوص مصطلح «المحلية» في إطار تحليلنا ، فقد اعتربنا أن البرنامج المحلي هو ذاك الذي يتم انتاجه بالأمكانات البشرية والفنية المتوفرة في الدولة من مواطنين ووافدين على أن يكون الموضوع مرتبطة بقضايا محلية ويعالج مشاكل يعيشها المشاهد فعليا .. ولا ينطبق هذا التعريف بالطبع على المواد التلفزيونية الدرامية التي يتم انتاجها محليا باستعمال التجهيزات والكادر الفني المتواجد في محطات التلفزيون الرسمية أو بعض الاستوديوهات الخاصة بينما يكون النص والإخراج والطاقم الفني واللهجة من بلد آخر اضافة للمضمون الذي لا يعالج الواقع المحلي .

تجدر الاشارة إلى أننا لم نقم بتحليل ما تضمنته البرامج المستوردة من افكار وقيم ، لأن هذا الجانب يمكن أن يكون موضوع بحث مستقل ، بيد أننا اشرنا بشكل عرضي في المحور الثالث إلى ما أصبح يعتبر من البديهيات بخصوص الآثار السلبية لهذه المواد الأجنبية .

ونتوه من جهة أخرى بأننا قد استعملنا الدقيقة كوحدة أساسية للتحليل الكمي لهذه البرامج ، وقد استبعدت الكسور من الجمع النهائي .

٣ - عينة البحث :

بيت البرنامج الأول من أبوظبي على فترتين:

- الفترة الصباحية : تبدأ من الساعة العاشرة صباحاً وتتواصل إلى الثانية بعد الظهر، باستثناء يوم الاثنين حيث تبدأ من الساعة التاسعة صباحاً.

- وتنبدأ الفترة المسائية من الساعة الرابعة عصراً وتتواصل عادة إلى ما بعد منتصف الليل. أما يوم الجمعة فيبدأ الإرسال عند الساعة العاشرة صباحاً ويتواصل بدون انقطاع حتى نهاية البث في حدود منتصف الليل. وقد بلغت الفترة الإجمالية للبث بالنسبة للبرنامج الأول خلال الأسبوع الواقع ما بين ١٥/١٩٨٨ و ٩/١٩٨٨ دقيقة أي حوالي ٨٦ ساعة ونصف.

يشمل البرنامج الثاني فترة بث واحدة وتنبدأ عادة من الساعة السادسة والنصف ماعدا يوم الجمعة ، حيث يبدأ الإرسال في الساعة الرابعة عصراً ويتواصل إلى حدود منتصف الليل، وقد بلغت ساعات البث بالنسبة للأسبوع موضوع الدراسة: ٢٢٧٧ دقيقة أي حوالي: ٣٧ ساعة و ٥٧ دقيقة .

وللحطة تلفزيون دبي برنامجان كذلك.

- يبدأ البرنامج الأول في الساعة الرابعة عصراً ماعدا يوم الجمعة حيث يبدأ الإرسال عند الساعة الثانية بعد الظهر وينتهي بعد منتصف الليل ، وقد بلغ إجمالي ساعات بث هذا البرنامج خلال الأسبوع الذي أجريت فيه الدراسة ٣٥٣٧ دقيقة أي : ٥٨ ساعة و ٥٧ دقيقة .

- أما البرنامج الثاني: فيبدأ عادة في الساعة الرابعة مساءً وينتهي في منتصف الليل ، وقد بلغ إجمالي البث على هذا البرنامج: ٢٩٩٤ دقيقة أي: ٤٩ ساعة و ٥٤ دقيقة . وقد اعتمدت كل من المحتويين السياسي نفسها اذ اعتبر البرنامج الأول الرئيسي الذي يخاطب أغلبية المشاهدين ، و تستعمل فيه اللغة العربية في الغالب في حين يتوجه البرنامج الثاني للعناصر الوافدة غير العربية ، والتي تعتبر اللغة الانجليزية القاسم المشترك فيما بينها . ويوضح ذلك جلياً من الاحصائيات اذ إن أكثر من ٧٨٪ من المواد المقدمة في البرنامج الثاني لأبوظبي أجنبية في حين تزيد نسبتها على ٨٠٪ في البرنامج الثاني لدبي (راجع جدول رقم ١).

ثانياً - عرض وتحليل النتائج :

إن نظرة سريعة للجدول رقم (١) تبين بكل وضوح أن المواد المستوردة تطفو في كل من المحتويين بالنسبة لاجمالي البرنامجين فيما : فتصل نسبة المستورد لأكثر من ٥٧٪ في محطة أبوظبي ، وترتفع لأكثر من ٦٦٪ في دبي . لكننا نلاحظ اذا اخذنا

اجمالي البرامج حسب مصادرها
جدول رقم ١

الاجمالي	اجمالي البرنامج الإنجليزية ونسبتها	اجمالي البرنامج العربية ونسبتها	اجمالي البرنامج المحلية ونسبتها	مصادر البرامج	المحلية
٥١٩٥٪٠٠	٨٧٣٪٦١،٨٠	١٥٩٧٪٣٠،٤٤	٢٧٢٥٪٥٢،٤٥	برنامج أبوظبي (١)	
٢٢٧٧٪٠٠	١٧٤٣٪٨،٧٤	١٢٪٠،٥٢	٤٧١٪٢٠،٦٢	برنامج أبوظبي (٢)	
٧٤٧٢٪٠٠	٢١٦١٪٣٥،٦٧	١٦٠٩٪٢١،٥٣	٣١٩٪٧٢،٤٧	اجمالي البرنامجين	
٣٥٣٧٪٠٠	٨٨٣٪٤،٩٦	١٠٣٣٪٣٩،٢٠	١١٢١٪٤٥،٤٣	برنامـج دبـي (١)	
٢٩٩٤٪٠٠	٢٤٠٤٪٨،٨٠	—	٥٩٠٪١٩،٧٠	برنامـج دبـي (٢)	
٦٥٣١٪٠٠	٣٢٨٧٪٥٠٣٢	١٠٣٣٪١٥،٨١	٢٢١٪٣٣،٨٥	اجمالي البرنامجين	

القنانين الأوليين على حدة أن نسبة المستورد تنخفض: فتتدنى في أبوظبي^(١) إلى ٤٧٪ وإلى ٥٣٪ في دبي^(٢).

لكن هل يعني ذلك أن بقية المواد يمكن اعتبارها برامج محلية؟ إن الأرقام الموجودة في الخانة الأولى من الجدول رقم (١) مضللة إلى حد ما لأنها تعطي الانطباع بأن نسبة الانتاج المحلي مرتفعة وتصل إلى أكثر من ٥٢٪ في أبوظبي ، وأكثر من ٤٥٪ في دبي . لكننا ننفجأ بأن هذا الانطباع خاطيء إلى حد كبير حينما نعلم أن هذه الأرقام تشمل على نسبة تتراوح ما بين ٣٦٪ إلى ٢٥٪ من الفقرات التي لا يمكن اعتبارها انتاجاً محلياً بأتم معنى الكلمة وهي البرامج الاخبارية والدينية والرياضية .

١ - البرامج الاخبارية :

تحتل البرامج الاخبارية في أبوظبي ١ أكثر من ١٣٪ من اجمالي البث ، و٦٩٪ في دبي ١ كما تغطي اكتر من ١١٪ في أبوظبي ٢ ، وما يزيد عن ١٠٪ في دبي ٢ (راجع جدول رقم ٢)، وفي اطار هذه الفقرات الاخبارية تتصدر النشرات والمواجيز الطليعة بنسب لا تقل عن ٧٥٪ في أبوظبي ، ١ ، و٧٧٪ في دبي ، وترتفع في البرنامجين الأجنبيين إلى أكثر من ٨٦٪ و٩١٪ (جدول رقم ٣) .

ان هذه الفقرات الاخبارية - والتي تحتوي على مجموعة من المواجيز القصيرة إلى جانب النشرات الرئيسية والنشرات المحلية التي تغطي الاحداث اليومية ، وتقدم الاعلانات الرسمية - لا تتطلب اعداداً كثيراً وتكليف عاليه: فقسم الاخبار يقوم بتحريرها في شكل يشبه إلى حد كبير النمط الاذاعي التقليدي في حين تأتي التغطية الاخبارية عن طريق المصوريين الخارجيين وعن طريق وكالة (وام) التي كلفت بالتنعيمية المchorة للتلفزيون إلى جانب تغطيتها التحريرية لكونها جهازاً رسمياً وذلك بهدف تقليل النفقات بالنسبة لوزارة الاعلام وتلفزيون أبوظبي بالذات . أما الاخبار العالمية - وتحتل النسبة العظمى - فتتصل عن طريق الأقمار الصناعية وترسل في أغلبها من الوکالات التلفزيونية العالمية المتخصصة مثل فيزنیوز Visnews أو وكالة أوبتن Upitn . أما بقية الفقرات الاخبارية (أي ما عدا النشرات والمواجيز) فت تكون في شكل ملخصات لأخبار الأسبوع المنصرم وتقرأ بشكل اذاعي بالاستعانة ببعض اللقطات المصورة التي سبق عرضها . وهناك كذلك برامج إخبارية تتخذ في معظم الأحيان طابعاً حوارياً ولا تخرج إلى الشارع لتغطية الأحداث في اطار ما يعرف بالتحقيقات التلفزيونية والريبورتاجات .

وتتجدر الملاحظة إلى أن نسبة هذه البرامج الاخبارية قد زادت خلال الفترة التي غطتها الدراسة لاسيما في أبوظبي لأنها تزامنت مع زيارة حسني مبارك رئيس جمهورية

جدول رقم ٢

بيانات البرامج حسب مصادرها

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ وَسَلَامٌ عَلَى الْمُرْسَلِينَ

۱۷

مصر للدولة ، فعرضت مجموعة من الريبورتاجات تستعرض انجازات مصر خلال فترة رئاسته . يمكننا القول إذن إن نسبة كبيرة من البرامج الاخبارية صفت تجاوزا في فئة البرامج المحلية لأنها لا تتطلب اعداداً مكلفاً من طرف المحطة ، ولاحتواها على نسبة مرتفعة من المواد التلفزيونية المستوردة التي يصعب حصرها^(١) .

٢ - البرامج الدينية :

إن ما سبق ذكره بخصوص البرامج الاخبارية ينطبق بدرجة أكبر على البرامج الدينية التي تحتل ما يزيد على ١٠٪ من برنامجي أبوظبي ، وما يقارب ٩٪ من برنامج دبي (جدول ٣) ، بيد أن نصف هذه الفترات مكون من فقرات تتم بينها إقامة الصلوات وترتيل القرآن بما في ذلك من توقف تام عن الارسال والاكتفاء بالصورة الثابتة . وهذه الفقرات لا تحتاج بالطبع لاعداد أو انتاج باستثناء بعض القراءات المرتلة التي يتم تسجيل بعضها محليا . ويتم استيراد بعضها الآخر من البلاد العربية وبخاصة من مصر . أما بقية البرامج الدينية فهي في الغالب أحاديث وندوات تنتج محليا أو تستورد كذلك من مصر مثل أحاديث الشيخ شعراوي من تلفزيون ابوظبي . ان البرامج الدينية ذات الطابع الحواري المنتجة محليا لا تتطلب كذلك الكثير من الاعداد ولا يمكن اعتبارها برامج بالمفهوم التلفزيوني للكلمة ، اذ إنها تكتفي غالبا بكادر واحد او كادرين طيلة البرنامج ، ولا يوجد فيها بالتالي أي جهد إخراجي يذكر .

٣ - البرامج الرياضية :

تحتل البرامج الرياضية ما يقارب ١٤٪ من اجمالي بث برنامجي بث ابوظبي ، وما يزيد على ٧٪ بالنسبة لبرنامجي دبي (جدول ٢) . وما يسترعي الانتباه أن ما يطغى على هذه البرامج هو النقل المباشر أو المسجل للمباريات أو السباقات . فتصل هذه النسبة إلى أكثر من ٩٢٪ بالنسبة لدبى . وتحتل المصارعة الحرة حوالي ثلث هذه الفترة ، وتنتجاوز في أبوظبي ٩٣٪ . تخصص أغلبها لنقل سباقات الهرجن (جدول ٣) . أما البرامج الرياضية التي يتم اعدادها من قبل التلفزيون فتتراوح في حدود ٥٪ من اجمالي الفترة المخصصة للرياضة في كلتا المحطتين وهي عبارة عن ملخص لأهم الأحداث الرياضية التي سبق نقلها مباشرة من داخل الدولة أو خارجها ، أو لقطات من المقابلات العالمية التي وصلت عن طريق وكالات الأنباء التلفزيونية العالمية ، ويفضاف لها بعض المقابلات مع اللاعبين أو المدربين أو المسؤولين المحليين . ان هذه البرامج - من نقل خارجي أو برامج منتجة من طرف المحطة - لا تتطلب كذلك إعداداً طويلاً ومكلفاً : فوحدة النقل الخارجي تتكفل عادة بنقل هذه التظاهرات الرياضية او السباقات أما البرنامج الرياضي البثيم الذي تقدمه كل محطة أسبوعيا فهو عبارة عن «منتجة»

مواد جاهزة أو أرشيفية أو مستوردة ..

ان كل هذه الفئات من البرامج (اخبارية ، دينية ، رياضية) قد احتسبناها ضمن البرامج المحلية رغم احتوائها على نسب كبيرة في بعض الاحيان من المواد الاجنبية استخدمت في شكل لقطات ارشيفية أو فقرات مكونة لصلب البرنامج ، وهذا ما ضخم بالطبع نسبة هذه البرامج وجعلها تصل إلى أكثر من ٣٦٪ في برنامجي أبوظبي ، وحوالي ٢٥٪ في دبي من أجمالي البث العام . ولعل تصنيفاً أكثر دقة سيتوصل بالتأكيد إلى إثبات أن نصف هذه النسبة على الأقل - التي اعتبرناها تجاوزاً انتاجاً محلياً - يجب أن تتحقق في الحقيقة بالبرامج المستوردة .

٤ - الاعلانات :

ان نسبة الاعلانات معقولة اذ بقيت في حدود متوسط الساعة خلال أسبوع الدراسة بالنسبة لكل من أبوظبي ١ ودبي ٢ . أما اجمالي الاعلانات في أبوظبي ٢ فلم تتجاوز ثلث الساعة خلال الفترة نفسها (جدول رقم ٢) . ان هذه الارقام تبقى أقل بكثير من السقف الذي يحيط بألا يتم تجاوزه في البلدان العربية ، وهو متوسط (٣) دقائق في الساعة الواحدة^(١) . بيد أن الملاحظ أن أغلب الاعلانات تأتي جاهزة من الخارج ، لا سيما تلك التي تتعلق بسلع تروج لها شركات عالمية : فنرى أن نسبة كبيرة من الاعلانات التي تعرضها شاشات أبوظبي أو دبي على السواء ترتبط «بماركات» كبيرة مثل «نسكافيه» أو أفلام «كوداك» ، أو حليب «نبيدو» أو شاي «ليبيتون» ... فلا يكون للمحطة أو شركات الاعلان المحلية في هذه الحالة أي دور في تصميم أو إخراج الاعلان بل يتم انتاجه في احدى البلدان الغربية مع دبلجة باللهجة المصرية أو اللبنانيه ويوزع فيما بعد على بلدان المنطقة ، ويمكن اعتباره من هذا المنطلق مادة تلفزيونية مستوردة .

٥ - البرامج الارشادية والتوعية :

نلاحظ تدنياً شديداً لهذه البرامج الارشادية في كل من المحطتين : فكانت نسبتها ٣٦٪ من اجمالي البرامج في أبوظبي ١ ، و٢٩٪ في دبي ١ . في حين غابت تماماً في البرامج الأجنبية لكل منها (جدول ٢) لقد اعتمدت محطة أبوظبي في هذه الدورة بشكل كبير على البرامج التي تقدمها مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك وال المتعلقة بالتوعية الصحية والمرورية إلى جانب بعض الفقرات القصيرة المدبجة التي استوردت من «البي بي سي» ، وتنتقل بالتوعية الصحية (جدول ٣) ، أما محطة دبي فقد قامت بانتاج مجموعة من البرامج الحوارية تدور حول التربية الصحية وبعض «الفالشات» ، في

شكل رسوم متحركة ، تعالج مثلا قضية نظافة الشوارع ، وقد تم إنتاجها محليا من طرف شركة انتاج خاصة إضافة لبرنامج ارشادي زراعي .

٦ - البرامج الثقافية والعلمية والتسجيلية :

أ - إن البرامج التي تتناول الأدب والشعر والفنون التشكيلية قليلة جدا بالنسبة للمحطتين إذ كانت ٦٪ بالنسبة لأبوظبي ١ و٧٪ لدبي ١ ، (جدول ٢) . ومن الملفت للانتباه أن نسبة الانتاج المحلي «مضخمة» ، في هذا المجال عكس ما يبدو من الجدول رقم ٤ ، إذ إن أغلب هذه النسب تمثل برامج تقدم الشعراء «الشعبين» (الشعر النبطي) وتستعرض أعمالهم بدون أية محاولة نقدية أو تحليلية . ولعل من أبرز البرامج الثقافية «المجلة الثقافية» في أبوظبي ١ التي تسعى إلى مواكبة الحركة الأدبية بالدولة إلى جانب برنامج «وجوه من الإمارات» في دبي ٢ الذي يحاول تسليط الضوء على بعض المفكرين والوجوه الفنية الموجودة في الدولة .
وستتعين كل من محطتي أبوظبي ودبي لسد هذه الثغرة باستيراد برامج أدبية من سوريا أو مصر .

ب - أما البرامج التسجيلية والعلمية والوثائقية فنسبة المستورد منها تبرز بشكل واضح في البرنامج الثاني لأبوظبي حيث تصل تلك النسبة إلى أكثر من ١٢٪ وبمتوسط ٧٪ في برامجي دبي (جدول ٣) . وتتصدر المواد البريطانية القائمة بالنسبة لكل من المحطتين حيث تزيد عن ٥٣٪ في أبوظبي ، ومتوسط ٤٥٪ بالنسبة لدبي ١ ودبي ٢ (جدول رقم ٤) . وتأتي المواد الأمريكية في المرتبة الثانية بالنسبة لأبوظبي تليها في ذلك بعض البرامج الفرنسية المتعلقة بعالم البحار القبطان كوسنزو «المجلة التلفزيونية» . أما في برامجي دبي فالحضور الألماني مثلا في انتاج «ترانسيستل» ، مكتف ويأتي في المرتبة الثانية في حين أن كمية الانتاج الأمريكي المعروض في هذا المجال ضعيفة .

٧ - برامج الأطفال :

تمثل برامج الأطفال عشر (١٠٪) ما تعرضه القنوات المختلفة للمحطتين في المتوسط ، جدول ٢) ويلاحظ أن كمية المادة التي يعرضها برنامج أبوظبي ١ أكثر مما يعرض في محطة دبي ، ولعل من أسباب ذلك فترة البث الصباحي لأبوظبي التي تحتوي على عدد كبير من فقرات الأطفال .

- إن المواد المحلية محدودة للغاية في كل من المحطتين حيث أنها تقصر في الغالب على البرنامج الأسبوعي الذي يعرض صباح الجمعة ويتناول عادة من فقرات متنوعة يغلب عليها الطابع الغنائي والمادة الأرشيفية . وتسد محطة أبوظبي جزئيا هذا العجز

النحوية الثقافية البرامج ومصادر ونسب رقم جدول

جدول رقم (٥)
نسبة مصادر برامج الأطفال

الجملة	الرسوم المتحركة				البرامج التعليمية والعلمية للأطفال				نوعية البرامج ومصادرها المخططة
	فرنسية	إيطالية أو كورية	أمريكية	بريطانية	أمريكية	بريطانية	خليجية وعربية	محلية	
٤٩٨ ٪١٠٠	-	٣٩٦ ٪٧٩,٥	٦٠ ٪١٢,٠	٤٣ ٪٤,٨	١٦٢ ٪١٠٠	-	-	٩٠ ٪٥٥,٥	٧٢ ٪٤٢,٤
١٨٠	-	-	-	١٨٠	٥٨	-	٥٨	-	برماج أبوظبي (٢)
٦٧٨ ٪١٠٠	-	٣٩٦ ٪٥٨,٦	٦٠ ٪٤,٣	٢٢٢ ٪٣٢,٧	٢٢٠ ٪١٠٠	-	٥٨ ٪٢٦,٣	٩٠ ٪٤٠,٩	برماج أبوظبي (١)
١٩٩ ٪١٠٠	-	١٥٦ ٪٧٨,٤	٤٣ ٪١١,٦	-	١٠١ ٪١٠٠	-	-	٦٣ ٪٦٤	حملة البرنامجين جبلة البرنامجين
١٧٢ ٪١٠٠	٤٤ ٪٢٥,٠	-	٤٧ ٪٢٧,٣	٨١ ٪٦,٧	١٩٤ ٪١٠٠	١٦٥ ٪٨٥,١	٢٩ ٪١٦,٩	-	برماج دبي (١)
٣٧١ ٪١٠٠	٤٤ ٪١١,٨	١٥٦ ٪٢٢	٩٠ ٪٤٢,٥	٨١ ٪٢١,٨	٢٩٥ ٪١٠٠	١٦٥ ٪٥٥,١	٢٩ ٪٩٩,٨	٦٣ ٪٢١,٣	برماج دبي (٢)
									حملة البرنامجين جبلة البرنامجين

بواسطة مواد مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك. أما محطة دبي التي لا يحق لها عرض هذه المواد فتلجأ لاستيراد بعض البرامج الأردنية مثل «المناهل» والمواد المصرية ويغلب على هذه الأخيرة الطابع التمثيلي والغنائي .. وبالنسبة للصور المتحركة فالمادة المستوردة تمثل كلية ما يعرض على شاشات القنوات الأربع وقد تفوق الانتاج الكوري والياباني بشكل واضح لاسيما على القنوات العربية حيث زادت نسبة على ٧٩٪ في أبوظبي ١ و ٧٨٪ في دبي ٢ (جدول ٥). ولعل سبب هذه النسب المرتفعة هي الاسعار المعقولة لهذه المواد الآسيوية ، ولكنها دبلجت بلغة عربية مبسطة من طرف مؤسسات خليجية أو عربية لاسيما في لبنان والأردن مما سمح بعرضها على القناة العربية^(١) . أما بالنسبة للمواد غير المدبلجة فيطغى عليها الانتاج الأمريكي في كل من أبوظبي ٢ و دبي ٢ ، وتعتمد هذه الأخيرة بشكل متقارب على الانتاج الكرتونى البريطاني والفرنسي . ان كثافة ما نعرضه محطة أبوظبي من أفلام كرتونية ٦٧٨ (٣٧١ مقابل ٣٧١ فقط في دبي)، يجعلها تكرر تلك المواد - لاسيما الرسوم المتحركة الأمريكية - بانتظام الى حد أن الأطفال أنفسهم أصبحوا يفطرون بذلك التكرار .

٨ - البرامج الترفيهية: المنوعات الموسيقية والدراما التلفزيونية والسينمائية :

تمثل هذه المواد - ذات الطابع الترفيهي الواضح - أكبر نسبة من اجمالي بث البرامج الأربعية اذ تتراوح ما بين ٣٦٪ في برنامجي أبوظبي إلى أكثر من ٤٥٪ في برنامجي دبي (جدول ٢) .

أ - المنوعات الموسيقية :

إن اجمالي المواد الموسيقية التي تبثها محطة دبي أعلى من تلك التي تبث في أبوظبي : ٥٨٥ دقيقة ، للأولى مقابل ٤٦٢ دقيقة للثانية ، ولكن اذا دققنا النظر في الاحصاءات المفصلة (جدول ٦) لوجدنا أن أبوظبي ١ تذيع كمية كبيرة من الاغانى والفرقetas الموسيقية العربية مقارنة بتلفزيون دبي . ولكن هذا الأخير يعرض كمية أكبر من المواد الموسيقية الغربية : ١٨٦ دقيقة مقابل ٤٨ دقيقة فقط ، فيبدو أن تلفزيون أبوظبي لا يبدي اي اهتمام بهذه القضية ولا يستعمل الأغانى الغربية الا ملء الفراغات لاسيما قبل نشرات الأخبار - ويلاحظ أن تلك الأغانى نفسها تكرر ولا تحرص على التزود بأخر ما يظهر في السوق من تسجيلات . هل يمكن اعتبار ذلك مؤشراً على عدم رغبة القائمين على هذه المحطة في نشر مثل هذه الصراعات بين الشباب^(٤)؟.

جدول رقم ١
نسب مصادر البرامج الموسيقية والفنانية

الحملة	موسيقى ، غناء ، لوحات راقصة						نوعة البرامج ومصادرها	المطاع الخفيفة المحليّة
	أجنبي	إنجليزي	الحملة	غربي	محلّي	خليجي		
	فرنسي	بريطاني	أمريكي	لبناني	أردني	مصري		
-	-	-	٢٧٥ ٪١٠٠	٥ ٪١٨,٨	٤ ٪٨,٧	١ ٪٢٢,١	٩٧ ٪٣٥,٣	١٢٧ ٪٢٢٣
٨٤	٦	٨	٣٢	١٢	-	-	١٢	برنامـج أبوظبي (١)
٨٤٪٠٠	١١٢,٥٪	١٩,١٪	٣٤ ٪٧٠,٨	٢٨٧ -	٥ -	٢٤ -	٧٣ -	برنامـج أبوظبي (٢)
-	-	-	١٦٨ ٪١٠٠	-	٤ ٪٥,٣	٤ ٪٦,٦	٢٨ ٪٥٤,٣	جمـلة البرامـج البرامـج
١٨٦٪٠٠	-	٦٦٪٣٥,٥	٦٦ ٪١٤,٥	-	-	-	-	برنامـج دبـى (١)
١٨٦	-	٦٦	١٢٠ ١٦٨	-	٩ ٤	٢٨ ٢٦	٥١ ٢٣١	برنامـج دبـى (٢)
								جمـلة البرامـج

ب - الأفلام السينمائية والمسلسلات والتمثيليات التلفزيونية :

إن الملفت للانتباه أن يكون حوالي ثلث (١/٣) إجمالي ما يعرض على الأقل في كل من أبوظبي (٥٪٢٢)، دبي (٢٪٣٧) عبارة عن مواد درامية مختلفة (جدول ٢) وهي نسب مرتفعة بالطبع لمحطات غير تجارية لا تعتمد على دخل الإعلانات بل تمول من طرف السلطات. وتتجدر الاشارة منذ البداية إلى أن الانتاج المحلي - مثلما تم تعريفه آنفا - شبه منعدم في هذا القطاع وكلتا المحطتين تعتمدان على الاستيراد بالدرجة الأولى.

● المواد العربية :

- الأفلام السينمائية: تعرض أبوظبي ١ أكثر من ٣٠٠ دقيقة من الأفلام العربية في الأسبوع، بمعدل ثلاثة أفلام في حين أن دبي تكتفي بفلمين فقط أسبوعياً بمعدل ٢٠٠ دقيقة (جدول ٧)، وكما هو معروف فإن الأفلام المصرية تحكر السوق بدون أية منافسة.

- وفي مجال المسلسلات والتمثيليات التلفزيونية فالإنتاج المصري (سواء تم إنتاج العمل في مصر أو في خارجها) يحتل المرتبة الأولى، متفوقاً بأشواط عديدة أمام المسلسلات اللبنانيّة أو الأردنية وقد تمكنت هذه الأخيرة أن تتفوق على الانتاج اللبناني الذي شل من جراء الحرب الأهلية، كما سدت هذه المسلسلات الأردنية - والبدوية منها بالخصوص - خانة كانت فارغة إذ تمكنت من ارضاء كثير من الأذواق لاسيما شرائح كبار السن من المواطنين والمواطنات في دولة الإمارات الذين يرون أن هذه المسلسلات أقرب لحيطهم الثقافي ونمط عيشهم السابق من تلك المواد الدرامية المصرية التي تتناول في أعلىها مشاكل الحضر في مصر وتنطّلعت شرائح المتّوسطة بالتركيز على قضايا الشقة والسيارة وعقد العمل الخارجي.

تحتل المسلسلات والتمثيليات التلفزيونية المصرية كما ذكرنا آنفاً المرتبة الأولى لمحطة أبوظبي بإجمالي ١٠ ساعات و٢٩ دقيقة أسبوعياً وبمتوسط مسلسين يومياً وتعرض خلال الفترة الصباحية إضافة إلى بعض التمثيليات أو حلقات من مسلسلات تاريخية تعرض خلال الأسبوع. أما محطة دبي ١ فتعرض ٩ ساعات و٢٠ دقيقة من المسلسلات أسبوعياً تمثل المسلسلات المصرية منها ٨٠٪ (جدول رقم ٧).

● المواد الدرامية المستوردة :

- نلاحظ طغيان الأفلام الأمريكية في برنامجي أبوظبي حيث تفوقت من حيث الكم على الأفلام العربية المصرية إذ وصل إجمالي ما بث خلال أسبوع الدراسة إلى ٤٢١ دقيقة

جدول رقم ٧

نسبة ومصادر المواد الدرامية: أفلام ومسلسلات وتمثيليات تلفزيونية

الجملة	مسلسلات وتمثيليات تلفزيونية						أفلام سينمائية						نوعية البرنامج ومصادره المحطة
	الأنجليزية	الفرنسية	بريطانية	أمريكية	لبنانية	أردنية	مصرية	هندية	أمريكية	إنجليزية	أمريكية	أفلام	
٩١٠ ٪٨٠	-	-	-	-	-	٢٨١ ٪٣٠,٨	١١٩ ٪٦٩,١	٥٥٧	-	-	٢٥١ ٪٤٤,٥	٢٠٦ ٪٥٤,٩	برنامج أبوظبي (١)
٧٩٥ ٪٧٠٠	-	١٢٠ ٪١٥,٦	-	٦٧٥ ٪٨٤,٩	-	-	١٧٠	-	-	١٧٠ ٪٨٠٠	-	-	برنامج أبوظبي (٢)
١٧٥٠ ٪٧,٠٣	-	١٢٠ ٪٧,٠٣	-	٦٧٥ ٪٣٩,٥	-	٢٨١ ٪١٦,٤	١٢٩ ٪٣٦,٨	٧٢٧ ٪١٠٠	-	-	٤٢١ ٪٥٧,٦	٢٠١ ٪٤٤,١	جملة البرلمانيين
٧٠٤ ٪٧,٠٠	-	-	-	٥٢ ٪٣,٨	٤٢ ٪١٣	-	٥٦٠ ٪٧٩,٥	٣٧٤ ٪١٠٠	-	-	١٧٣ ٪٤٦,٢	٢٠١ ٪٥٥,٧	برنامج أبوظبي (١)
١١٤٠ ٪٥,٢١	٦٠ ٪٥,٢١	-	٢٤٠ ٪٢١,١٠,٥	٨٤٠ ٪٧٣,٦	-	-	-	٢١٧ ٪١٠٠	٤٠ ٪٦٤,٦	٧٧ ٪٣٥,٤	-	-	برنامج أبوظبي (٢)
١٨٤٣ ٪٧,٣٢,٥	٦٠ ٪٣,٢٥	-	٢٤٠ ٪١٣,٧	٨٨٢ ٪٦,٣,٧	٩٢ ٪٦,٤,٧	-	٥٦٠ ٪١٠٠	٥٩١ ٪١٣	٤٠ ٪٢٣,٢	٧٧ ٪٢٩,٢	٧٠١ ٪٣٢,٧	٧٠١ ٪٣٢,٧	جملة البرلمانيين

(جدول ٧) أما في برنامجي دبي فلوحظ نوع من التنوع إذ إن الأفلام الأمريكية - رغم تصدرها قائمة المواد السينمائية الأجنبية المعروضة بـ ١٧٣ دقيقة - فإنها لم تحكر كل المساحة وترك المجال للأفلام الهندية (١٤٠ دقيقة) والبريطانية (٧٧ دقيقة).

- لكن السيطرة الأمريكية على مستوى المسلسلات والتسلسلات التلفزيونية الأجنبية شبه تامة إذ إنها تمثل حوالي ٤٠٪ مما يعرض من مسلسلات في أبوظبي ٢، بـ ٦٧٥ دقيقة وما يقارب من ٥٠٪ من برنامجي دبي بـ ٨٩٢ دقيقة. بيد أن هناك محاولات للتنوع لاسيما من طرف محطة دبي، حيث أنها تبث مسلسلات بـ ١٠٠٪ بـ ٣٠٪ وألمانية جديدة نسبياً، في حين أن أبوظبي ٢ اعتمدت بـ ٣٠٪ مسلسلات فرنسية قديمة نسبياً ومن الملفت للانتباه أن تلفزيون أبوظبي يحرص في حدود الامكان عرض مسلسلات مترجمة^(*). وهذا يحد من امكانية الاختيار بالطبع ولا يمكنه من عرض المواد الجيدة والمتقدمة.

نلاحظ من كل ما سبق سيطرة شبه تامة للمواد الأمريكية لاسيما في مجال المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية بالنسبة للمحطتين، كما نلاحظ سيطرة البرامج الأجنبية المستوردة الأخرى على قطاعات حيوية مثل البرامج التسجيلية والعلمية وخاصة برامج الأطفال إضافة للسيطرة غير المنظورة على تزويد المحطات بالأخبار التلفزيونية العالمية. وتعتبر بريطانيا كذلك مورداً مهماً للمواد التلفزيونية لاسيما بالنسبة لمحطة دبي إلى جانب البرامج الألمانية. لكن المواد البريطانية تبقى محدودة في محطة ابوظبي وذلك لأسباب سنّعود لها فيما بعد. أمّا على المستوى العربي فيبقى المورد المصري أساسياً لكل المحطات بالنسبة للمواد الناطقة باللغة العربية.

ثالثاً - تدفق البرامج التلفزيونية الأجنبية : تبعية ثقافية أم « تلاعث ثقافات »؟

ان هذا الاستيراد الكبير للمواد التلفزيونية الأجنبية ليس من القضايا المطروحة محلياً على مستوى الدولة، أو على المستوى الخليجي أو العربي فقط، بل هو ظاهرة عالمية متفشية. لقد أصبحت هذه القضية في جدول الأولويات خلال فترة السبعينيات بالنسبة للأغلبية بلدان العالم الثالث، وقد أثارت جدلاً واسعاً، وسنحاول في المحور التالي التعرف في عجلة على الظروف المختلفة حول التدفق الامتزازن للمواد الاعلامية عموماً

(*) ان السطر الموجود تحت بعض الأرقام الواردة في الجدول يعني أنها مادة مترجمة أو « مُدخلجة » والترجمة تكون إما مطبوعة ميكانيكاً على الأشرطة السينمائية أو بطريقة الكترونية على أشرطة الفيديو.

والبرامج التلفزيونية بوجه خاص . تجدر الاشارة منذ البداية إلى أن مناقشة تدفق المواد الثقافية وآثارها ومدلولاتها هو في الواقع امتداد للجدل القائم بخصوص العلاقات الاقتصادية الامتنافية بين البلدان الصناعية من جهة والبلدان النامية من جهة ثانية . ويمكننا القول إن هنا طرحين أساسيين مع بعض التفرعات والروافد - حول هذه القضية التي استقطبت منذ السنتين اهتمام العديد من الدراسين من تخصصات مختلفة بدءاً بعلماء الاقتصاد إلى المهتمين بقضايا الفن والأدب ومروراً بعلماء الاجتماع والاتصال .

فهناك الطرح الأول الذي يرى أن هذا السيل الجارف من المواد الثقافية والتلفزيونية يمثل أكبر خطر على البلدان النامية ومصالحها الاقتصادية وهويتها الثقافية . وهو الجانب المرئي لمؤامرة ضخمة واسعة حبكت خيوطها من طرف أصحاب الشركات الكبرى متعددة الجنسيات الموجودة في المجتمعات الصناعية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية التي تحاول جاهدة تقوية حضورها والدفاع عن مصالحها في مختلف أنحاء العالم بكل الوسائل الممكنة ومنها التأثير على العقول والقيم وأنماط التفكير وذلك بالطبع عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري ، لذا وجب التصدي لها ومقاومتها ، وقد تبنت أغلب البلدان النامية هذه التحليلات وبلورتها في صراعها الذي عرف بالمواجهة بين «بلدان الشمال» و«بلدان الجنوب» .

أما الطرح الثاني فيشمل التيار الليبرالي بمختلف روافده والذي يرى أن تصدير هذا الكم الهائل من البرامج الأمريكية لختلف أنحاء العالم وضع طبيعي جداً ويمكن أن يكون له انعكاسات ايجابية على بلدان العالم الثالث كما ينفي أصحاب هذا الطرح فكرة المؤامرة والتحالفات بين أصحاب المصالح الاقتصادية والمؤسسات الاعلامية بمختلف أنواعها .

١ - مدرسة التبعية والتدفق الاعلامي اللامتوازن : امبريالية ثقافية وغزو فكري :

لقد تناهى شعور بالاحباط وخيبة الأمل خلال السنتين والسبعينات لدى الكثير من المفكرين ولدى العديد من بلدان العالم الثالث بسبب النتائج الضئيلة التي توصلت لها التجارب التي انطلقت من الأفكار التنموية الليبرالية وبالذات فكرة التحديث والتنمية السياسية ودور وسائل الاعلام في هذه العملية التي خصصت لها أدبيات غزيرة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر : راؤ ، بي ، فراي ، كرنر وشرام (١٣) ، فقد انتفع تدريجياً أن المشاكل الهيكلية والتقاضيات أعمق من أن تحل عن طريق بعض المعادلات البسطة التي تجعل من وسائل الاعلام العصا السحرية التي تحل كل القضايا المستعصية . لقد اتجه الاهتمام تدريجياً بعد حصول بلدان العالم الثالث على استقلالها السياسي في

الخمسينيات والستينيات على طبيعة العلاقات الجديدة التي ظهرت بينها وبين البلدان المهيمنة سابقاً والتي اتسمت باللانكافؤ، على جميع المستويات، وقد تمت الاستعنة في ذلك بتحليلات مدرسة التبعية التي بلورت منظورها انطلاقاً من الواقع الاقتصادي والاجتماعي للبلدان أمريكا اللاتينية وبعض البلدان في إفريقيا وأسيا^(١) فقد اعتبروا أن البلدان المصنعة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية تشكل فئة مهيمنة تعرف بالمركز أما الباقي فيمثلون الأطراف ويسمون «بالتحالف الاقتصادي». والتبعية في هذا الإطار تعني عملية إقصام بعض المناطق في النظام الرأسمالي العالمي وما يترتب عليه من انعكاسات سلبية على الهياكل الأساسية لهذه البلدان على المستوى الاقتصادي والثقافي ... وما يميز هذه العلاقة بين المركز والأطراف هو التبادل اللا متكافئ بحيث أن الأطراف تتخصص في إنتاج المواد الخام في حين يحتكر المركز إنتاج المواد الصناعية ويسطير على كل الثروة المالية .. وتعمل بلدان المركز بالطبع على أن تستمر هذه الأوضاع بكل الطرق وتستخدم وسائل الاتصال الجماهيري والمادة الثقافية لتكريس هذه التبعية على المستوى الفكري والوجداني للأطراف التابعة ومن هنا يبرز مفهوم التبعية الثقافية.

حلل بعض المنظرين - ولعل من أبرزهم الأمريكي هيربرت شيلر في كتابه «وسائل الاتصال والإمبراطورية الأمريكية»^(٢) - طرق استخدام الإعلام والثقافة كوسيلة للتوجيه والسيطرة على العقول من طرف «المركب الصناعي - العسكري» الذي يسيطر من خلال الشركات العملاقة ومتعددة الجنسيات على كل الشرائح الاجتماعية في البلدان الصناعية وخاصة في البلدان النامية فمن أهداف وسائل الإعلام - المحتكرة من طرف مجموعات قليلة - في المجتمعات الصناعية القليل، حسب تاييفاريس ونورد ستريج، من التناقضات الموجودة داخل هذه المجتمعات والحد من ظاهرة الاغتراب والعمل على إضفاء صبغة عدم الشرعية على كل ما يقترح من بدائل لهذه المجتمعات الرأسمالية^(٣) أما على المستوى العالمي وفي البلدان التابعة بالذات فتحاول وسائل إعلام «المركز» التي تتمتع بامكانات مادية وتقنيولوجية جبارة التغلغل في هذه الساحة وفرض قيم وآفكار وأنماط وسلوك تتماشى ومصالحها وتتضمن تبعية «الأطراف» على المدى البعيد . فلم يعد بالامكان في أواخر القرن العشرين استعمال القوة العسكرية - كما كان الحال خلال القرن ١٩ أو بداية القرن الحالي - بل يتم اتباع طرق أكثر فاعلية وذلك بتوظيف المادة الثقافية والاعلامية لنقل الأفكار والأنماط الاستهلاكية والسلوكية السائدة في الغرب إلى بلدان العالم الثالث . عن طريق إعادة تشكيل احساسهم واندراهم ومفاهيمهم الجمالية بحيث تتماشى مع متطلبات السوق العالمية وما تقدمه هذه الشركات غير القومية من منتجات .

إن استراتيجية توحيد الأنماط الاستهلاكية والذوقية عن طريق تحطيم الحاجز التي تفصل بين البلدان الغربية التي دخلت مرحلة الاستهلاك الترفي الواسع وما سمي بحقيقة

ما «بعد التصنيع»، وبين الشعوب الفقيرة في العالم الثالث لا يكون الا عن طريق عملية «غسيل دماغ» على أوسع نطاق لتطويع هذه الشعوب واستيعابها فكراً وسلوكاً.
لم يحاول شيلر دراسة موضوع التبعية بشكل إحصائي ومسحي ولا سيما في كتاباته الأخيرة^(١٧) واكتفى بوضع الخطوط العريضة لهذه التبعية الثقافية قائلاً إنه لا يمكن «نكميم» هذه الظاهرة ودراستها بطريقة امبريالية.

بيد أن مجموعة من الدارسين الذين أجروا ابحاثاً في إطار مفهوم التبعية حاولوا اثبات وجود روابط بين هذا التدفق للسلع الثقافية والمخطط الامبريالي العام والقوى الاقتصادية الواقفة وراءه فقام وليس بدراسة تأثير التلفزيون الأمريكي في جنوب القارة الأمريكية مبرزاً أن هذا الحضور يأخذ أشكالاً عديدة منها تصدير البرامج التلفزيونية والملكية المباشرة لوسائل الاعلام وخاصة محطات التلفزيون في هذه البلدان واقتباس النمط التجاري في ملكية وإدارة محطات التلفزيون في بلدان العالم الثالث بكل ما في ذلك من سلبيات تؤثر على العملية التنموية وجعل هذه الاقطاع سوقاً مفتوحة لكل السلع والافكار^(١٨).

٢ - الطرح الليبرالي : تدفق حر «وتلاعث ثقافي»

ان الليبراليين التقليديين يشكون بالطبع في هذه التفسيرات التي يقدمها أصحاب نظرية التبعية الثقافية ويعتبرون انه لا وجود لاي تنسيق مسبق بين «الكارتيلاس» الاقتصادية الضخمة والمؤسسات الاعلامية والثقافية التي تروج للسلع الثقافية الغربية في مختلف أنحاء العالم.

انهم يعتبرون أن قانون Economies of Scale ينطبق على السلع الثقافية عموماً وعلى المادة التلفزيونية بالذات اذ إن زيادة انتاج سلعة معينة سيفخفض سعرها لأن تكاليف انتاج الوحدات الاضافية ضئيل جداً اذا قورن بالمبلغ الذي صرف على النسخة الأصلية؛ فطبع نسخ اضافية لفيلم سينمائي او استنساخ اشرطة كثيرة لمسلسل تلفزيوني لن يكلف الكثير وسيتمكن من ارباح اضافية حتى اذا بيع في الخارج بأزيد الامكان بعد ان يكون قد غطى تكاليفه وجني ارباحاً طائلة في السوق الأمريكية وبقية البلدان الغربية فزيادة الارباح بالنسبة للبييراليين هو الهدف الرئيسي من وراء حرص البعض على انتشار المواد الثقافية الغربية ولا يخفى أية أغراض سياسية او استراتيجية.

كما يؤكدون أن العائد المادي من وراء عمليات التصدير هذه محدود وما فتئ يندهور خلال السنوات الأخيرة فبعدما كان يمثل ١٠٪ من أرباح كبار المنتجين والموزعين الامريكيين تدنت النسبة إلى ٢٥٪ في السبعينيات والثمانينيات وذلك بسبب ظهور منافسين جدد ثم إن بلدان العالم الثالث لا تمثل إلا سوقاً محدودة الامكانيات من الناحية المادية إذ إنها لا تحتوي الا على ٢٥٪ من جمهور المشاهدين في العالم^(١٩).

ويرد كذلك بعض الليبراليين أمثال تونستال ظاهرة الانتشار الثقافي للولايات المتحدة الأمريكية وللغرب عموماً إلى الروابط التاريخية التي كانت موجودة بين أغلب بلدان العالم الثالث كدول مولى عليها والغرب المستعمر وإلى الرواسب الثقافية التي تركها هناك كما يفسر مدى انتشار النمط الإعلامي الأمريكي في العالم بالسبق التاريخي الذي حققه هذا البلد في هذا المجال إذ إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية ظهر وتطور أول الأمر هناك مما سمح للأمريكان بلوحة اجتماعية تلفزيونية درجت على منوالها سائر الأقطار^(٢٠).

ويرى الليبراليون أن لهذا التدفق الامتنازن إيجابيات كثيرة من أهمها الأخذ بيد الثقافات المحلية وأثراؤها ويستشهدون على ذلك بالنظريّة الانثربولوجية «للانتشار الثقافي» Cultural Diffusion التي يزعم أصحابها أن احتكاك الثقافات من مستويات متباينة يكون له أحسن الأثر على الثقافة «الاقل تقدماً» لأنها ستتحقق فيها دماء جديدة وتتمكنها من الارتفاع إلى مستوى أفضل . وتنفذها من وضعها المترهل . ومن هذا المنطلق يعتبرون ان دخول السلع الثقافية الغربية للعالم الثالث سيتمكن هذه البلدان في فترة لاحقة من الاعتماد على نفسها وبلوحة انتاج محلي خاص يمكن أن يصبح عنصراً مؤثراً في السوق التلفزيونية العالمية وذلك بعد اكتساب المهارات الازمة لذلك ويضربون على ذلك أمثلة عديدة منها المكسيك والأرجنتين في أمريكا اللاتينية التي تمكنت من تطوير صناعة تلفزيونية متقدمة فرضت نفسها على كل القارة ودخلت حتى السوق الأمريكية كما يسوقون مثل مصر التي استطاعت أن تصبح في مقدمة البلدان العربية في المجال التلفزيوني .

ويعتقد الليبراليون كذلك أن المواد الثقافية والثقافات عموماً يجب أن تتنافس فيما بينها منها في ذلك مثل السلع التجارية العاديّة في الأسواق الحرة على أن تكون الغلبة للأصلح والأفضل ، ويذعمون أيضاً ما تقدمه وسائل الإعلام الأمريكية يعكس إلى أبعد الحدود الذوق العالمي ولهذا فمن الطبيعي أن يكون الاقبال عليه شديداً من طرف الجماهير في أنحاء العالم المختلفة لأنّه لا توجد فوارق جوهرية بين أدوات الجمهور الأمريكي وأدوات الآخرين^(٢١) .

ولكل هذه الأسباب تؤكد نظرية «الانتشار الثقافي» على ضرورة البقاء على الحدود مفتوحة أمام كل التيارات إذ إن رفض المواد الأجنبية هو مجرد ردود فعل «انفعالية وعاطفية»، هدفها الحقيقي رفض أي تغيير للعادات وأسلوب الحياة التقليدية واي محاولة للتحديث .

لزال الجدل متواصلاً بين التيارات المختلفة ولا ندعى في هذا الإطار الوصول لحلٍّ نهائي لهذا النقاش لكن وجهة النظر الليبرالية تثير بعض التساؤلات ونسنوسق فيما يلي بعض الملاحظات العامة والبدئية حول هذه القضية المتشعبـة والتي ووجهت من طرف

العديد من منتقدي الطرح الليبرالي :

فبخصوص أسطورة « الثقافة المترهلة » التي يمكن الأخذ بيدها ومساعدتها من طرف « الثقافة القوية » عن طريق التدفق الحر للمعلومات ، تجدر الاشارة أنه لا توجد ثقافة قوية بدون قوة آلية الاقتصادية والصناعية والمالية التي وراءها والتي تصنعنها وتزروج لها في الاسواق العالمية لأن الثقافة والاعلام أصبحا الان صناعة ضخمة تتطلب اموالا طائلة وتكنولوجيا متقدمة فالثقافات التي يدعى البعض أنها « متدنية » ليست كما توصف بحجة أن المواد التي تقدمها رديئة او تنقصها الجودة بل لأن ليس وراءها اقتصاد قوي يدعمها ويفتح أمامها الأبواب المغلقة .

ثم كيف يمكن أن نفتح الابواب على مصراعيها أمام هذا السيل الجارف بحجة أن - الثقافات المحلية ستنسفيد وأن الكوادر ا مواطنة ستكتسب خبرات في المستقبل؟ سيكون ذلك تجاهلا صارخا للآثار المدمرة التي يمكن أن تنتج عن هذا « الصراع » غير المتوازن والذي سيؤول بالتأكيد لصالح الأقوى والقضاء على خصوصيات الثقافات المحلية لتصبح متجانسة مع الانماط المكررة والتي تشبه النموذج الاصلي وهو النموذج الغربي والامريكي بالدرجة الأولى .

كما أن الذوق العالمي الذي يزعم البعض أن هذه المواد تعكس ما هو في الواقع الا انعكاساً للذوق المتدني الذي تروج له شركات الانتاج والشبكات التلفزيونية الضخمة التي تعيش بالدرجة الأولى على عائدات الاعلانات والتي تحرض دائما على تقديم ما « يسهل هضمها » من قبل الجماهير العربية التي تسعى لكسبها لأنها أحسن ضمان لاستقطاب مزيد من المعلنين . فالهدف الرئيسي هو استعمال البرنامج المغربي الذي يعتمد الترفيه السهل والمريح للمشاهد لكي لا يهرب إلى المحطة المنافسة . وللحافظة عليه يقوم القائم على المؤسسة بكل التنازلات ، فيصبح العنف والجنس من العوامل المغربية التي يمكن استعمالها بنسب معينة . كما أن ما يقدم للمشاهد هو صورة وردية لعالم غير واقعي ينمی لديه النزعة الهروبية وعدم الاكتئاث بالقضايا العامة التي يعيشها مجتمعه .

رابعاً - الخروج من التبعية التلفزيونية ، الحلول والعقوبات :

هل من حلول لهذا التحدى الحضاري الذي نواجهه كبلدان عربية وكبلدان منتمية للعالم الثالث؟ كيف نواجه تحدي هذا « الصندوق السحري » وتتابعه الذي يقتحم ابوابنا وعقلتنا كل يوم وليلة؟ .

انه من الضروري التخلی عن الموقف الذي يرمي بكل العبء على « الطرف الآخر » والكف عن توجيه التهم والاهتمام بما نقدمه نحن لأنفسنا للخروج من هذه التبعية .
- لعل أهم وأنجح وسيلة لمواجهة هذا التحدى هو الاهتمام بالانتاج المحلي والزيادة من كميته والارتفاع بمستواه .

- وبما أن الاكتفاء الذاتي أصبح شيئاً مستحيل المثال وجب القيام بمجهود صادق على مستوى التعاون الجهوي وعلى مستوى الوطن العربي . فما هي الانجازات وما هي المعوقات في هذا المجال؟

- وبما أن هذا الحل غير كاف أيضاً لتفطية ساعات البث الطويلة وجب التأني والتشدد في عملية الانتقاء للمواد الأجنبية المستوردة ورصد أموال وامكانات توضع تحت نصرف القسم الموكل بشراء هذه البرامج لكي يتمكن من الحصول على الأفضل والأجود .

لا نريد أن نبقى في تناولنا لهذه الجوانب في إطار العموميات والتنظير بل سنحاول الوقوف على الاسباب والعلل وتشخيص أوضاع محظتي أبوظبي ودبي للتوصيل للحلول التي لابد من تطبيقها اذا أردنا فعلاً الخروج من مأزق التبعية والغزو الثقافي .

١ - الانتاج المحلي ومعوقاته :

ان الحل الجذري للتخلص من هذا السيل الجارف للبرامج الأجنبية المستوردة هو الانتاج المحلي . ان هذه القضية التي يجمع كل الاعلاميين على اعتبارها القضية الاساسية لكل جهاز تلفزيوني لم تؤخذ لل考慮 بالاعتبار في المرحلة التأسيسية لهذا الجهاز في أغلب الاقطار العربية وفي بلدان العالم الثالث ككل . فالكل ركز على تجهيزات البث والارسال ولم يول اهتماماً كافياً لهيئات الانتاج ومستلزماته من معدات وكوادر بشرية تتلاءم مع نقل المسئولية التي انيطت به .

فما هي الوضاع بالنسبة لمحطتي التلفزيون في الدولة؟

أ - قضية تدريب الكوادر :

ان عمر التلفزيون قصير في دولة الامارات اذ لم يتجاوز ١٨ عاماً وبحكم عدم توفر مؤسسات تعليمية أو تدريبية متخصصة في تلك الفترة على مستوى الدولة تم استقدام كوادر متواضعة التخصص من البلدان العربية التي لها تجربة سابقة في هذا المجال وخاصة من مصر والاردن وأوكلت لها مهمة تشغيل المحطة على المستوى التقني : فيديو ، مكساج ، تصوير ، صوت ، اضاءة .. لكنه لم يتم الاهتمام بالجانب الانتاجي من اعداد واخراج وكتابة نصوص ..

ان اضواء التلفزيون استقطبت اعداداً كبيرة من المواطنين وقد تم بالفعل توظيف الكثير منهم خاصة في محطة أبوظبي وبنسبة أقل في دبي لاسيما مع التوسع في ساعات البث وافتتاح البرامج الأجنبية في كل من المحطتين فنكمدست خلال تلك الفترة - والتي لم تكن تشكل فيها الامكانيات المادية معوقة - اعداد كبيرة من الموظفين الذين جاءوا من كل صوب وحدب ولم تكن لاغلبهم أية مؤهلات مهنية وليس لديهم أية خلفية عن

العمل التلفزيوني وبمرور الزمن ارتفعوا في الرتب الادارية وأصبحوا يحملون القابا رنانة مثل معد ومخرج بدون أن يكون لهم تصور دقيق لطبيعة هذا العمل وابعاده .. فنجد على سبيل المثال في تلفزيون ابوظبي ٣٦ شخصا مصنفين رسميا في فئة المخرجين . ان ذلك ينطبق أيضا على خريجي الجامعات وحتى طلاب قسم الاعلام بجامعة الامارات الذين لم تتوفر لهم فرصة التدريب العملي الجيد خلال دراستهم بسبب العجز المزمن في اعضاء هيئة التدريس الذي عانى منه القسم منذ تأسيسه والذي لم يتم تجاوزه جزئيا الا منذ فترة وجيزة .

وقد زادت قضية الكفاءات حدة في السنوات الأخيرة وبسبب الضغوط المالية والتوجه نحو التقشف وعدم التمكن من التوظيف بسهولة كما كان في السابق وأصبح لا مناص من ملء الشواغر بالتوظيفات التي سيق توظيفها من قبل إلى حد أنه يشاع انه بامكان سائق المحطة أن يصبح مصورةً تلفزيونيا وأن يكلف المسؤول على جهاز التليسكوب بعمليات الارباح والاعداد ... ان هذا الكم الكبير من الموظفين غير المؤهلين يشكلون عبئا على المؤسسات التي يعملون بها إذ إنهم يشغلون مسميات وظائف بدون أي مردود عملي . لقد حاول البعض ان «يطور نفسه » فكانت الوسائل الوحيدة المتاحة أمامه هي قراءة بعض الكتب المتخصصة أو مشاهدة بعض البرامج الأجنبية واقتباس بعض الافكار منها .

لذا فمن أكثر الواجبات إلحاحاً على محطتي التلفزيون بالدولة تنظيم دورات تدريبية جادة طويلة ومتوسطة حول مواضيع محددة ومحصورة ليتعرف من خلالها المتدرب على الخطوات المختلفة لاعداد برنامج تسجيلي وتنفيذها أو الطريقة العلمية لاستعمال الكاميرا .. ان هذه الدورات التدريبية من أهم الأمور التي يجب أن تركز عليها المحطات اذ بدونها لا يمكن أن تكون هذه الفئة التي دخلت التلفزيون عن طريق « الخطأ » أو « الصدفة » عنصراً منتجاً .

ان هذا التضخم في العناصر غير المنتجة ينعكس بشكل أليم في مجال انتاج البرامج المحلية التي تحتاج طاقات بشرية كبيرة بالنسبة للتصوير والاعداد والاخراج ...

- التصوير : ان البرنامج المحلي بشكله التلفزيوني يحتاج إلى اعداد كبيرة من المصورين الخارجيين للتمكن من استعمال لغة المchorة والابتعاد عن السرد الاذاعي لكن هل يمكن أن يتحقق ذلك حينما لا يتجاوز عدد المصورين الخارجيين في محطة مثل دبي ٧ أشخاص فقط ولا يتجاوز عددهم في محطة أبوظبي هذا الرقم بكثير في اطار وحدة النقل الخارجي التي تديرها شركة خاصة لصالح التلفزيون .

- ثم كيف يمكن أن نتصور من جهة ثانية انعدام قسم الاعداد في محطات الدولة؟ ان المعد «يعتبر الركيزة الاساسية » للبرنامج إذ انه يكون غالبا صاحب فكرة البرنامج ويقوم بكل المهام التحضيرية قبل تنفيذه والمتمثلة في تجميع المادة الأولية سواء كانت مكتوبة أو

أرشيفية أو صحفية أو اجراء المقابلات المبدئية مع بعض الشخصيات التي سيكون لها دور في البرنامج اضافة لزيارته مواقع التصوير والاعداد المادي لمرحلة الانتاج وانطلاقا من كل هذه المعطيات يضع المعد تصورا للنص المبدئي والذي سيحوله فيما بعد بمساعدة المخرج إلى سكريبت نهائي صالح للتنفيذ^(٢٠). ثم إن قضية التخصص مهمة جدا بالنسبة للمعددين: فلا يمكن أن تطلب مثلا من معد منوعات اعداد برنامج اخباري أو تسجيلي ذي طابع سياسي أو اقتصادي لأنه لن تتوفر لديه الخلفية التي تؤهله لمثل هذا العمل ودرجت المحطات الكبرى على اتباع نظام تخصص دقيق في مجال الاعداد وليس من النادر أن ترى أكثر من معد يعملون في البرنامج نفسه.

يوجد بتلفزيون أبوظبي حوالي ١٨ معد برنامج «غير متفرغين» من داخل التلفزيون مع عدد قليل من الخارجيين الذي يعملون بالقطعة ويقصد بغير المتفرغ هنا أن وظيفة الشخص الاساسية ليست الاعداد بل يمكن أن يكلف أو يتقطع للقيام بإعداد عمل معين إذا رغب في ذلك . أما في تلفزيون دبي فيبدو أن هذا المسمى غير موجود ويكون الاعداد مجرد اجتهاد شخصي سيكون البرنامج في ظل هذه الأوضاع هزيلاً وبدون أبعاد جادة وعبارة عن مجموعة من اللقاءات في أغلب الأحيان مرصوصة الواحدة تلو الأخرى .

إن النقص في الكوادر المدربة يشكل ضغطاً شديداً على العناصر المنتجة فعليها إذ إنها مطالبة بتغطية كم كبير من البرامج في أوقات قياسية : فالمخرج يعطى مثلاً في تلفزيون دبي ثلاثة أيام للتصوير وثلاث ساعات للمونتاج وساعة استوديو فقط وهي فترات غير كافية على الاطلاق للحصول على عمل متميز أو جيد على الأقل . ان هذا الضغط المتواصل لا يشجع على الابداع وتقديم الافضل . ونجد أوضاعاً شبيهة في أبوظبي حيث يصعب الحصول على مواعيد مناسبة بالنسبة للاستوديوهات والمصورين الخارجيين والمنياح .

ان النهوض بالبرنامج المحلي (الاخباري ، تسجيلي ، تحقيقات متعددة) لا يمكن ان يتحقق الا بتكوين فرق عمل متجانسة تشمل المعد والمخرج والمصور وفئة المساعدين وبوكل لهذا الفريق برنامج واحد او برامج محددة ويعطى لهم الوقت الكافي ويمكن أن يطالبوا آنذاك بتقديم الجيد . إن نظام مجموعات العمل هذا معمول به في كل المحطات الكبيرة وقد أثبت جدواه وأمكن من خلاله الحصول على برامج راقية ..

ب - ضعف الانتاج الدرامي المحلي : استحالة فنية أم اعتبارات مالية ؟

ان ما ذكرناه آنفاً ينطبق بالدرجة الأولى على البرامج الاخبارية والتسجيلية التي تدخل في صميم تخصص المحطة . لكن ماذا عن البرامج الدرامية التي يتابعها أغلبية الجمهور ؟

ان الانتاج الدرامي المحلي في كل من محطة ابوظبي ودبي يكاد يكون معدوماً فنادراً ما نشاهد عملاً يتناول قضية مستلهمة من الواقع الاجتماعي للدولة وبأدء قدرات مواطنة أو خليجية. إن من أهم الأعذار التي يسوقها المسؤولون في المحطات هو عدم وجود الكادر الفني اللازم لمثل هذه الأعمال من كتاب نص وسيناريyo ومخرجين وأطعم ممثلين إضافة إلى الافتقار للعنصر النسائي، إن هذه المبررات فيها جزء من الصحة إذ إن الدولة كثيئر من البلاد العربية - لا توجد بها تقاليد مسرحية أو سينائية عريقة مثلما هو الحال في مصر لكنه تجدر الملاحظة إلى أن عناصر شابة بدأت تبرز في مجال المسرح وتمكنت أن تفرض نفسها حتى على المستوى العربي وحصلت على جوائز في مهرجانات عربية مرموقة مثل مهرجان قرطاج . لكن العقبة تبقى في قضية النص والسيناريyo والإخراج التي تعتبر أساس كل عمل درامي ولا شك أنه من الصعب تكوين مثل هذه القدرات بعضاً سحرية بيد أنه يمكن التغلب على هذه العقبة بالاستعانة بالطاقات العربية في هذا المجال ولعل تجربة الكويت في هذا الصدد مثال موفق ، فلطالما استعان هذا البلد ولا زال يستعين بوافدين عرب لكتابه مسلسلاته ثم يتم ترجمة الحوار إلى اللهجة المحلية وقد نجحت هذه التجربة فيما نجاح . لكنه يبدو أن السبب الآخر غير المعلن لتحفظ المحطات تجاه الانتاج المحلي يتعلق بالجوانب المالية : فالمحطة التي تنتج أعمالاً درامية غير محلية لا تزيد المخاطرة واقتحام تجربة الانتاج المحلي خوفاً من الخسارة المادية إذ إن مثل هذه الأعمال التي تستخدم اللهجة المحلية تكون محدودة الانتشار بالتأكيد ولا تعرض إلا في المحطات الخليجية على عكس الأعمال التي تستعمل اللغة العربية الفصحى أو اللهجة المصرية . ان منطق الربح والخسارة الذي تتعامل به محطة دبي على سبيل المثال لا يشجع على افراز انتاج محلي جيد . ونعود مرة أخرى لتجربة الكويت لتشير إلى المساعدات الضخمة التي قدمت من طرف وزارة الاعلام في هذا البلد من أجل ارساء قواعد صلبة لصناعة تلفزيونية مستقلة . فقد تكفل التلفزيون ببغطية جزء كبير من تكاليف الانتاج الذي تقوم به شركات خاصة مسداً ١٠٪ من أجور الفنانين و٤٠٪ لصاحب النص إضافة إلى تكلفه بكافة الاحتياجات الفنية المساعدة من استوديوهات واكسسوارات وديكور .. لقد سمح هذا الانفاق السخي الذي استمر حتى ١٩٨٥ بظهور الكثير من مؤسسات الانتاج الخاصة . وحينما ترسخت هذه التقاليد وزادت كثافة الانتاج المحلي توفر هذا الدعم اللا محدود لكي لا ينقلب إلى «استغلال للتلفزيون» فأصبح هذا الأخير يتکفل بتقديم الاستوديوهات والإدارة والامكانات الفنية فقط في حين تدفع شركات الانتاج أجور الفنانين والكتاب ويحتفظ التلفزيون الكويتي مقابل ذلك بنسخة للعمل^(٢٣) ان مثل هذه التجربة الرائدة سمحت للكويت - بقدراته البشرية المحدودة أن «ينتشر» تلفزيوننا على مستوى الوطن العربي وأن يلقى انتاجه استحساناً حتى في دول المغرب العربي رغم استعماله لللهجة العالمية الكويتية .

ان المسؤولين على المحطات في دولة الإمارات لم يهتموا بهذا الجانب وركزوا على العكس من ذلك على انتاج برامج درامية تستهدف جمهورا عربيا واسعا^(*).

فقد ارتأت محطة ابوظبي أنه من الأفضل تمويل اعمال درامية باللغة العربية اشترك فيها العديد من النجوم فكانت مسلسلات مثل «وامعتصمه» و«ابو فراس الحمداني» و«سيف بن ذي يزن»^(**).

لكن هذا الانتاج - الذي وصل في أواخر السبعينيات إلى متوسط مسلسل واحد كل شهر ونصف^(**) - قد توقف بسبب الضائقة المالية وبسبب عدم تمكن التلفزيون من تسويق انتاجه لأن لوائح الداخلية تمنعه من ذلك.

أما تلفزيون دبي ففضل منذ البداية التركيز على المسلسلات المصرية شكلاً ومضموناً ليضمن أوسع تسويق ممكن لها على مستوى الوطن العربي من خلال مؤسسة الخليج للإنتاج الفني ، ان ما قدمته محطة دبي ، على عكس ما حاولت تقديمها أبوظبي ، لم يكن مميراً فنياً : فهي مسلسلات «استهلاكية» لا يصرف عليها الكثير اذ إن متوسط تكلفة الحلقة لا يتجاوز ١٥ الف دولار على اقصى تقدير أي ما يقارب ٧٠٠ الف درهم للمسلسل المكون من ١٣ حلقة .

أما في ابوظبي فقد كانت تكاليف الانتاج العادي تتراوح ما بين ٥٠٠ و ٦٠٠ الف درهم في حين وصلت نفقات البرامج المتميزة إلى ضعف هذا الرقم : مليون و ٢٠٠ الف درهم لكل منها وينطبق ذلك على المسلسلات التاريخية التي تحتاج إلى ديكورات وملابس كثيرة ومعقدة ثم إن العمل الدرامي المتميز يحتاج إلى استعدادات كبيرة ولفترات أطول للإنتاج ، فمسلسل «عصفور النار» على سبيل المثال كان يصور بمعدل ٢٠ ساعة في اليوم لا يستخرج منها الا ١٠ أو ٢٠ دقيقة وكانت بعض المشاهد تعاد عشرين مرة لاختيار افضلها . ان هذه الارقام تقترب من المعدلات الغربية ويسعني بذلك للمخرج والممثلين الوصول إلى مستوى الابداع الفني .

يبعد أن محطة دبي التي تنتج حالياً ما يتراوح بين ١٥٠ و ٢٠٠ ساعة درامية في السنة لا تهتم بهذه الاعتبارات الفنية اذ إنها تحرص بالدرجة الأولى على انتاج مادة لتغطية احتياجات المحطة بأقل تكاليف ممكنة وضمان تسويقها خارجياً بعد ذلك لاسترجاع نفقات الانتاج . بيد ان هذه الحسابات المادية البختة خطيرة للغاية لانها لا تأخذ بعين الاعتبار اذواق الجمهور وتتأثير هذه المواد الدرامية على العقول ، فكل الدراسات على المستوى العالمي والعربي أجمعت الآن على أن المواد الأكثر متابعة من قبل الجمهور هي المواد الدرامية بالدرجة الأولى :

(*) ان كل المعلومات الواردة في هذا المحور الأخير مستقاة من المقابلات التي اجريت مع المسؤولين والعاملين في كلتا المحطتين والذين طلبوا كما أسلفنا عدم ذكر أسمائهم .

- لقد ثبتت دراسة أجريت في مصر سنة ١٩٨١ على شريحة المثقفين أن ٩٢٪ من العينة تفضل مشاهدة البرامج الدرامية في الدرجة الأولى وتأتي الاخبار في الدرجة الثانية^(٢٦) - كما ثبتت دراسة أخرى أجريت في تونس سنة ١٩٨٢ ، أن ٩٧٪ من المبحوثين يتبعون بكثافة هذه البرامج الدرامية وخاصة المسلسلات العربية^(٢٧) كما توصلت دراسة أخرى في خمسة أقطار عربية هي العراق والسودان والمغرب والاردن والكويت إلى أن أكثر من ٨٠٪ يفضلون متابعة هذه البرامج قبل اي شيء آخر^(٢٨) . وجاءت النتائج التي توصلت إليها الدراسة في السعودية سنة ١٩٨٣ ، لتأكيد الاتجاه نفسه إذ إن ٨٩٪ من العينة ترغب في متابعة البرامج الدرامية بكل اشكالها^(٢٩) وانصح كذلك في دراسة اجريتها بمعية أحد الزملاء بدولة الإمارات العربية المتحدة ان نسباً مقاربة من المثقفات يتبعن التلفزيون للتسلية بالدرجة الأولى^(٣٠) .

إن نتائج كل هذه الدراسات لا حسن مؤشر على خطورة مثل هذه المواد وعلى ضرورة الاعتناء بها عناية خاصة لكي يتسم المناخ الثقافي للفرد بأقل نسبة من «التلوث» . إن تحسين مستوى هذه الأعمال العربية ودفع الانتاج المحلي للأمام لهو في الواقع أحسن وسيلة للتمسك بالمشاهدين ومنعهم من «التسرب» للبرامج الأجنبية .

٢ - البرامج الأجنبية المستوردة

لقد أصبحت البرامج الأجنبية السمة الثابتة لكل محطاتنا العربية وكل محطات بلدان العالم الثالث . فما هي أسباب هذا الحضور المكثف؟ انه من البديهي القول إن قلة أو انعدام الانتاج العربي والمحلي هو أحد الاسباب الرئيسية لهذا الوضع لكن هناك أسباباً أخرى تجعل هذه المواد ضرورية بالنسبة لكل مسؤول عن البرمجة في محطتي الدولة : - ان التكلفة الرخيصة نسبياً لهذه البرامج مقارنة بالانتاج المحلي أو الاجنبي هو أحد الاسباب الهامة لهذا الكم الكبير على شاشاتنا . فما هي الاسعار المعتمدة في كل من محطة أبوظبي ومحطة دبي؟ نلاحظ فوارق واضحة بين المحطتين بخصوص التكلفة المالية لهذه البرامج الأجنبية إن الاسعار التي تشتري بها أبوظبي أعلى من تلك التي تتعامل بها دبي :

ففي حين تؤجر المحطة الأولى المسلسل الأمريكي مثل «قضية جريمة» أو «ساميون وساميون» أو «الطائرة العجيبة» والذي تتراوح مدته ما بين ٥٤ و٥٥ دقيقة بمبلغ يتراوح بين ١٠٠٠ و ١١٠٠ دولار أمريكي لعرض واحد تدفع دبي لتلك المادة نفسها حوالي نصف المبلغ فقط اي ما بين ٥٠٠ و ٦٠٠ دولار . ونلاحظ الظاهرة نفسها بخصوص الافلام السينمائية حيث تدفع أبوظبي للفيلم الجيد الذي يمتد عرضه إلى ساعة ونصف مبلغ ٢٧٠٠ دولار كايجار لعرض واحد لفترة ستة شهور في حين أن دبي لا تدفع الا ١٣٠٠ دولار فقط . بيد أن أغلب الافلام الأمريكية من المستوى المتوسط لا

تكلف أبوظبي أكثر من ١٨٠٠ دولار في حين أن الفيلم الهندي الذي توقفت أبوظبي عن عرضه - وتفكر الآن في اعادته للدورة - يكلف ما بين ٥ إلى ٨ الاف درهم . من جهة ثانية تحاول محطة دبي استئجار الافلام بعد حوالي ثلاثة سنوات من عرضها الاول في قاعات السينما لكي ينخفض سعرها . إن اسعار المواد الأجنبية الوحيدة التي تقارب فيها كل من المحطتين هي الافلام التسجيلية والعلمية حيث تدفع بشأنها كل من المحطتين مبالغ تتراوح ما بين ٦٠٠ و ٧٠٠ دولار .

ونلاحظ هذا التفاوت بشكل أوضح بالنسبة للمواد العربية : ففي حين تدفع أبوظبي ما بين ٢٠ إلى ٢٥ الف درهم لشراء الساعة (٦٠ دقيقة) من المسلسل العربي في شكل «عرض أول» لا تدفع دبي سوى ما بين ١٠ ألف و ١٢ ألف درهم وإذا لم تحصل المحطة على حق «العرض الاول» واشترت المسلسل في اطار «العرض المتوفر» (أي أنها لن تكون المحطة الأولى التي تعرض هذه المادة) تدفع أبوظبي من ٨ إلى ١٢ الف درهم في حين لا تدفع دبي سوى ٤ آلاف درهم . وبالنسبة للبرامج الدينية المستوردة من مصر أوالأردن فسعر شراء الساعة من طرف أبوظبي يتراوح ما بين ٨ إلى ١٠ ألف درهم في حين أن دبي تدفع ما بين ٤ إلى ٦ آلاف درهم فقط . وينطبق ذلك أيضا على البرامج ذات الطابع الثقافي والأدبي اذ تدفع أبوظبي ١٠ ألف درهم لشراء الساعة الزمنية في حين لا تدفع دبي سوى ٥ آلاف درهم أما بالنسبة للافلام العربية فتدفع أبوظبي ما بين ١٥ و ٢٠ الفا في حين تدفع دبي متوسطاً قدره ١٠ الاف درهم فقط . أما افلام الابيض والاسود القديمة فتشتريها أبوظبي بسعر يتراوح ما بين ٤ أو ٥ ألف . وتبرز هذه الفروقات بالخصوص بالنسبة لافلام الكرتون المدبلج حيث يتم شراء الساعة من طرف أبوظبي ما بين ٢٤٠٠ و ٤٠٠٠ دولار للساعة في حين تتمكن دبي من شرائها بـ ١٣٠٠ دولار فقط .

يمكنا أن نلاحظ من كل ما ورد أعلاه :

- وجود فروقات في الاسعار التي تعتمدها كل من أبوظبي ودبي في شراء البرامج .
- ان البرامج العربية التي يتم التعامل معها على اساس الساعة الزمنية (٦٠ دقيقة) يتم شراؤها عادة من طرف المحطة في حين يتم تأجير المواد الأجنبية التي تعامل على اساس الساعة التلفزيونية (٤٥ - ٥٠ دقيقة) لفترة معينة ولعرض واحد أو عرضين .
- كما نلاحظ ان هناك فوارق كبيرة بين اسعار البرامج العربية المستوردة والبرامج الأجنبية .

كيف نفس كل هذه الفروقات ؟

- ان التفاوت في الاسعار يعود الى مجموعة من العوامل من أهمها اجمالي السكان ، ونسبة انتشار اجهزة الاستقبال ومدى انتشار بث المحطة جغرافيا وكذلك الامكانيات العامة للدولة .

فالمبالغ التي تدفعها كل من البحرين وعمان تكون عادة اقل مما تدفعه بقية تلفزيونات دول الخليج .

● ولعل من اسباب تفاوت الأسعار التي تعامل بها محطنا دبي وأبوظبي هي الطريقة المباشرة التي تتبعها دبي لشراء المواد التلفزيونية وتفاديه الوسطاء قدر المستطاع كما سرى ذلك لاحقا .

● أما بخصوص قضية الشراء والتاجير ففضل المحطات عادة استئجار المادة الأجنبية لأنها لاتحتاج في أغلب الأحيان لاعادة بثها بسبب غزارة المادة الأجنبية ومدى تنوعها : فبدلا من أن تشتري المسلسل أو الفيلم باسعار باهظة تفضل المحطة دفع مبلغ معقول كل مرة مقابل عرض مواد جديدة لم يسبق أن تابعها المشاهد ويعاد استئجار المادة من جديد إذا اقتضى الأمر إعادة بثها بناء على رغبة الجمهور .

لكن الأمور تختلف بالنسبة للمواد العربية : إن ندرة الانتاج العربي - مقارنة بالكم الهائل للمواد الأجنبية - تجعل المحطة تفضل الاحتفاظ به لاعادة بثه عند الضرورة ملء الفراغات التي يمكن أن تحدث في الدورة لاسيما في حالة ساعات البث الطويلة .

● أما بخصوص ارتفاع اسعار المواد العربية فيعود ذلك لمبدأ Economies of Scale الذي اشرنا اليه آنفا والذي يجعل المواد الأجنبية رخيصة الاسعار بسبب توزيعها على مئات ان لم نقلآلاف المحطات في سائر أنحاء العالم قبل أن تصل إلى أبوظبي أو دبي .

أما الانتاج العربي فيقتصر مجال عرضه على المحطات العربية دون غيرها مما يزيد من اصرار المنتج على بيع سلعه للمحطة لكي يتمكن من تغطية نفقاته والحصول على نسبة معقولة من الأرباح .

إن كل هذه المعطيات تجعل من المادة الأجنبية أكثر وفرة من الناحية المالية بالنسبة للمحطات الخليجية لاسيما في الظروف الراهنة التي تتسم بانكماس عام في الموارد المالية . ولعل ذلك يظهر بوضوح بالنسبة لمحطة أبوظبي التي توقفت عن بث الجديد وعدم التفكير في خوض مجال الانتاج ثانية .

● لكن تدني اسعار هذه المواد ليس هو وحده ما يغرى المحطات الحصول عليهما : إن غزارة المادة وتنوعها يمكن أن المشرفين على البرمجة من وضع دوراتهم بكل هدوء واطمئنان دون التخوف من حصول أية «مفاجآت غير سارة» بسبب عدم توفر مواد كان من المفروض أن تصل المحطة ..

● كما أن هذه البرامج والمسلسلات الأجنبية قد وُضعت أصلا لجمهور تلفزيوني عريض في البلاد الغربية فتم وبالتالي تحاشي كل المحظورات مثل الجنس الفاضح او القضايا السياسية او الاجتماعية او العقائدية المثيرة للجدل والتي يمكن أن ينقسم حولها الجمهور .

لذا يطغى على هذه البرامج طابع التسللية «المسطحة»، التي ليس لها اي لون أو طعم أو رائحة.. ان مثل هذه المواد تسهل على الرقيب عمله فتصبح عملية «القصقصة» والمنتج يسيرة لأنها لن تستهدف سوى لقطات قصيرة تتمثل في القبلة أو المشروبات الكحولية بدون أن يؤثر ذلك على سياق العمل وتسلسله.

● إلى جانب كل هذه «الميزات» تتسم المواد الأجنبية بنوعية تميزها عن الأعمال المحلية والعربية بحبكتها الدرامية وبما يستخدم لانتاجها من تكنيك متقدم في الارباح لازال إلى الآن مفقودا في الوطن العربي. فالمشاهد يبهر بهذا التكنيك ويصبح مدمنا على مثل هذه المواد لاسيما وأنها تشهد بمضامينها المشوقة. لذلك يعتبر القائمون على محطات التلفزيون بالدولة أن مثل هذه المواد أصبحت «مطلوبًا جماهيريا» ولا يمكن استبعادها عن الشاشة لأن المشاهد سيلجأ إلى المحطة المجاورة داخل الدولة أو خارجها كما أن بامكانه الاطلاع عليها عن طريق أشرطة الفيديو المتوفرة في كل مكان بأسعار زهيدة.

هل من حلول للمعضلة؟

يبدو أذن ان استيراد المواد الأجنبية في ظل كل هذه المعطيات سابقة الذكر أصبح سرا لا بد منه اذ لم تتمكن حتى البلدان الغربية المتقدمة الافلات منه . لقد دقت البلدان الأوروبية ناقوس الخطر محذرة من هذا الخطر الداهم والمتمثل في هذه المواد التلفزيونية الأمريكية المعلبة وأثارها السلبية على ثقافات الشعوب . فاتخذت مختلف الاجراءات للدفاع ولتشجيع الانتاج التلفزيوني الوطني لاسيما في مجال الدراما ، فوضعت السلطات في كل من فرنسا وبريطانيا سقفا لا يمكن تجاوزه بالنسبة للبرامج المستوردة من اجمالي البث ويتراوح ما بين ٧٠ إلى ٨٠٪ ولعل اعلان بلدان السوق الاوروبية المشتركة سنة ١٩٨٨ «عاماً أوروباً للسينما والتلفزيون» لأحسن دليل على شعور هذه البلدان بفداحة الموقف . فهل من حل بالنسبة للبلدان العربية عموماً وللبلاد الخليجية على وجه التحديد لمواجهة المعضلة؟

هناك ثلاثة مقترحات رئيسية اضافة لزيادة الانتاج المحلي: التقليل من ساعات البث، اختيار أفضل المواد المستوردة وتعزيز التعاون الخليجي والعربي.

● تقليل ساعات البث :

لا حظ البعض أن طول ساعات البث يعتبر من الأسباب الرئيسية التي تدفع بالمبرمجين للجوء لاستيراد المواد التلفزيونية من الخارج . فالتلفزيون يفوق الراديو كوسيلة اعلامية نهمة جدا ولا تكفي ، مهما قدمت لها من برامج . وقد اكتشف واضعو

برامج التلفزيون الاولى هذه الحقيقة منذ البداية وحاولوا ملء الفراغ بعرض الافلام السينمائية القديمة لكن سرعان ما نفذوا الرزاد ... ولتفادي عرض برامج مستوردة ذات مستوى متذليل او اعادة عرض البرامج التي تم عرضها من قبل يقترح البعض التقليل من ساعات البث مما يفسح المجال لانتقاء أفضل البرامج بدون أن يكون هناك ضغط متواصل ملء تلك الساعات الطويلة . الا أن قرار التقليل هذا قرار سياسي واقتصادي خطير وسوف نجد الكثيرين الذين سيرفضون اتخاذه لاسباب عديدة من أهمها أن قراراً كهذا سينعكس أولاً بطريقة سلبية على الاعلانات (ان كانت موجودة) ثم إنه سيفسح المجال للجمهور لمتابعة برامج محطات أخرى داخل البلد أو في البلدان المجاورة . وطبيعة هذه القرارات ستولد بدون شك - لا سيما في البلدان النامية حيث لا تتوفر عادة وسائل بديلة للترفيه - ستولد استياءً وسخطاً كبيرين لا تجرؤ السلطات على اثارتهما ويقول البعض إن قراراً برفع أسعار المواد الغذائية الاساسية أو تجميد الأجور سيكون أيسر وأقل وقعاً في بعض البلدان من الحد من ساعات البث ... زد على ذلك أن بعض البلدان تعتقد أن طول ساعات البث وتغطيتها لأكبر مساحة جغرافية ممكنة خارج الحدود الوطنية مرتبطة إلى حد ما بهيبة الدولة Prestige والتي لا يمكن مساسها بأي حال من الأحوال .

● استيراد الأفضل :

ما هي مصادر البرامج الأجنبية التي تعرض على شاشات المحطات بالدولة وكيف تصل إلى المحطة؟

لقد اتضح لنا من خلال عناوين المواد المقدمة خلال الأسبوع الذي تضمنه التحليل إضافة إلى المعلومات التي استقيناها من الأقسام المتخصصة في المحطتين ، أن شركات الإنتاج الأمريكية الكبرى وبعض المحطات البريطانية العامة والخاصة هي المزود الرئيسي للتلفزيون . ومن أهم الشركات الأمريكية ذكر أم ج MGM وأم سي أي MCA ووالت ديزني Walt Disney وستنثوري فوكس Century Fox .

أما المحطات البريطانية فذكر منها بي بي سي BBC والشركات الخاصة التابعة للتلفزيون التجاري مثل جرانادا Granada وتيمز Thames الى جانب ترانسنتل Transtel الألمانية وسوفيراد Sofirad الفرنسية .

ان ابوظبي لا تتعامل مع هذه الشركات بشكل مباشر بل عن طريق وكلاء ومؤسسات توزيع خاصة تعمل بالدولة ولعل من أهمها وأقدمها «شركة الامارات» إلى جانب «صدفة» و«سفير فيلم» .

وعلى النقيض من ذلك يتفادي تلفزيون دبي التعامل مع الوسطاء ويحدد التفاوض على الاسعار واختيار المواد بصورة مباشرة مع المنتج أو الموزع الرئيسي له في أوروبا

الغربية ولعل ذلك من الاسباب التي تفسر افتتاح مكتب لندن الذي يقوم بكل الاتصالات . وقد أثار ذاك التواجد للتلفزيون دبي الحصول على مواد جديدة نسبياً أنتجت في بريطانيا كما هو واضح في الجدول رقم ٧ . حيث تحتل ببرامج هذا البلد المرتبة الثانية مباشرة بعد الولايات المتحدة الامريكية - وعلى العكس من ذلك ينفرد الانتاج الامريكي باستثنائه ببرامج تلفزيون أبوظبي الاجنبية بعد أن تتم دبلجته أغلب الاحداث في مصر أو لبنان .

لكن هل تكفي هذه القنوات التقليدية للحصول على الأجدود؟

لا بالطبع . إن المعارض التلفزيونية الدولية أصبحت الان من أهم المراكز للتعرف على كل جديد في مجال البرامج ولعل مهرجانات كان ومونت كارلو من أهم النظاهرات التي يتجمع فيها المنتجون لتسويق بضاعتهم وللحصول على آراء واقتراحات زبائن محتملين لمشاريع يستعدون لانتاجها مستقبلا . انه بالامكان من خلال هذه القنوات الافصاح عن رغبات المحطات الخليجية والتأثير على نوعية وتوجه البرنامج التي تخطط تلك المحطات لاعدادها . بيد أن كل من محطتي دبي أو أبوظبي لا تشارك إلا لماماً في هذه النظاهرات على عكس محطات اخرى في المنطقة مثل تلفزيون الكويت^(٢١) ولعل الاعداد لدورة شهر رمضان الكريم هي المناسبة الوحيدة التي ينتقل فيها مسؤولو تلك المحطات للقاهرة لشراء ما تحتاجه ساعات البث الطويلة خلال الموسم الفضيل .

وتبرز هنا أهمية عدم اقتصار التعامل على كبريات شركات الانتاج والتوزيع بل وجوب تنوع المصادر والتنقيب عن الأجدود حتى لدى صغار المنتجين والمحطات المتواضعة . لذا يتحتم وجود قسم خاص أو ادارة منكاملة في كل محطة تتمتع بامكانات مادية وبشرية تتيح للعاملين فيها التنقل في شتى أنحاء العمومرة لاكتشاف المحطات المغمورة التي تنتج مواد متميزة دون أن تملك الامكانيات للتعریف بنفسها أو اعمالها . ان المطلوبة باستحداث ادارة لمشتريات البرامج عوض اللجان التي تجتمع بشكل دوري ومتبعاً مطلب مشروع اذا علمنا أن المادة المستوردة تشكل أكثر من نصف ما يعرض على الشاشة وأن المحطات تصرف مبالغ طائلة لشرائها : فتلفزيون دبي بنفق حوالي ١٨ مليون درهم سنويا كما ينفق تلفزيون أبوظبي الجزء الاعظم من مصروفات التلفزيون الخارجية والتي بلغت ٣٦ مليون درهم^(٢٢) .

● هل يمثل التعاون الخليجي أو العربي حلّ مرضيا؟

لقد اتخد التعاون الخليجي أشكالاً عديدة :

- فهو تعاون ثانوي في بداياته تمثل في تبادل الخبرات والمواد . لكن هذا التعاون لم يكن حلّ مرضيا لأن كل المحطات تعيش الأوضاع نفسها وتواجه المشاكل نفسها .
- وسرعان ما برع تعاون على مستوى المجموعة تمثل في بعث مؤسسة الانتاج

الخليجي المشترك التي تمكنت من تقديم الكثير على مستوى البرامج الارشادية وبرامج الأطفال. لكن المشاكل المالية شلت حركتها لا سيما أنها لم تستلم منذ ثلاث سنوات مساهمات الدول الرئيسية المملوكة لها أي ما يقارب مليونين و٢٠٠ الف دينار كويتي . إن البعض يتحدث الآن عن تحويل تلك المؤسسة من القطاع العام إلى الخاص لكي تتمكن من القيام بمهامها دون حاجة للدعم الرسمي .

لقد طرح البعض كذلك فكرة انشاء مؤسسة للإنتاج العربي المشترك التي يمكن أن تقدم برامج مشتركة أكثر تنوعا بحكم الطاقات البشرية والكوادر التي ستتضمنها من كل أقطار الوطن العربي^(٣٣) .

لكن هذا المشروع يقي حبرا على ورق ولم يتم مناقشه بشكل جدي لعدم توفر الارادة السياسية . ولعل أصدق مؤشر على الاحتياط العام الذي يعيشه التعاون الاعلامي العربي حاليا هو قمرة النائة الذي صرفت عليه مبالغ طائلة دون أن يتم استغلاله بالطريقة المثلث .

ان الانتاج الجيد مكلف : فدقيقة واحدة من البرنامج الارشادي «قف» تكلف ما يقارب ١٠ ألف درهم ، ثم إن البرنامج التسجيلي «أرض الامارات» الذي فاز بجائزة أحسن برنامج محلي في المهرجان الاخير بدبي كلف حسب احد المسؤولين في محطة دبي حوالي ٤٠٠ الف درهم واستغرق اعداده وتنفيذها ما يقرب من عشرة أشهر مجندًا طاقات حوالي ستة اشخاص بشكل غير متواصل ان هذا البرنامج الذي يستغرق عرضه ست ساعات ونصف جيد فنيا وموضوعيا لكنه باهظ التكاليف ولا يمكن للمحطة ذات الامكانيات المتوسطة أن تنتج الكثير من أمثال هذه البرامج لأنها لن تتمكن من تغطية بقية الاحتياجات الضرورية في هذه الحالة فلا يمكن الجمع بين نقيضين : النوعية المتميزة والكمية الغزيرة لذا وجب التفكير بنظام مشابه للنظام المعمول به حاليا في التلفزيون العام الامريكي الذي لا يمول عن طريق إيرادات الاعلانات : فلتقدمي الجيد تنفق هذه المحطات غير التجارية على أن تلتزم كل واحدة بانتاج مجموعة من البرامج ثم يتم تبادلها بطريقة دورية مما يؤمن للجميع رصيدا معقولا من المواد الجادة والعميقة والهادفة في الوقت نفسه .

كلمة أخيرة :

ان الغزو الخفي الذي تتعرض له البلدان خليجية وعربية ونامية من خلال وسائل الاعلام الالكترونية سيزداد مع تطور تكنولوجيا الاتصال والاقمار الصناعية والبث المباشر . فلن يكون للقوانين والمواثيق والضوابط التي تحاول الان السيطرة على هذا التدفق اي تأثير . إن السلاح الوحيد الذي يمكن استخدامه للدفاع عن ثقافتنا وتميزنا تجاه هذا الغزو الالكتروني هو انتاج المادة التلفزيونية الهادفة من ناحية المضمون والمتينة

من ناحية الصنعة و «الטכנيك» بحيث تشد المشاهد ولا تنفره . ان هذه المادة المتميزة ستكون الاداة التي ستقدم من خلالها جرعة التطعيم لكي يواجه الفرد هذا الغزو دون أن يفقد توازنه ويتم ابتلاعه .

ينتظم علينا إذن الا نحسب هذه العملية بمنطق الربح والخسارة لأن الامر يتعلق بمستقبل أجيال ومستقبل أمة . فإذا أردنا الدفاع عن أنفسنا تقافياً وجب علينا القيام بهذا الجهد المادي الذي سيتيح لنا إيجاد البديل الجيد والمقنع .

الهوامش والمراجع

- (١) راجع بهذا الخصوص كتاب : «التلفزيون في الخليج» اصدار جهاز تلفزيون الخليج ، الرياض ، الطبعة الثانية ، ١٩٨٢ ، ص ٤٠ . كما أكد أحد كبار المسؤولين في هذه المحطة نفسها اثناء مهرجان الخليج الثالث للإنتاج التلفزيوني المنعقد في يناير ١٩٨٤ بالكويت أن نسبة البرامج المحلية تتراوح ما بين ٧٠ ، ٧٥٪ راجع مؤتمر تلفزيون الإمارات العربية المتحدة من أبوظبي في «مجلة تلفزيون الخليج» ابريل ١٩٨٤ ص ٣٣ .
- (٢) راجع : حديثاً صحفياً لمراقب عام برامج تلفزيون دبي بمناسبة اعلان دورة محطة دبي الأخيرة لسنة ١٩٨٧م ، صحيفة الخليج الاماراتية بتاريخ ١٠/١/١٩٨٧ .
3. Kaarl NORDENSTRANG and Tapio Varis Television Traffic-A one way street? A Survey and Analysis of the International flow of Television Programme Material. Paris, Reports and Papers on Mass Communication, No. 70 UNESCO, 1974..
4. Tapio VARIS ET: al la Circilation Internationale des Emissions de Television, serie etudes et documents D'information, No. 10C, Paris, UNESCO, 1986.
- (٥) نذكر بعض الدراسات القطرية على سبيل المثال لا الحصر :
- د . عدنى محمد رضا : تدفق البرامج من الخارج في تلفزيون جمهورية مصر العربية مع تحليل مضمون بعض المواد الأجنبية في التلفزيون العربي . رسالة ماجستير ، القاهرة كلية الاعلام بجامعة القاهرة ١٩٧٩ .
- (٦) نذكر بالخصوص مهرجان البرنامج المحلي - الذي اقيم للعام الثاني على التوالي بدبي في يناير ١٩٨٨ باشراف النادي الأهلي - والذي كان فرصة لتوسيع تواصل العديد من الاعلاميين والعاملين في مجال التلفزيون والجمهور . وقد نظم هذا المهرجان بعد توقيف مهرجان الخليج للإنتاج التلفزيوني الذي كان يقام بالكويت .
- (٧) يبدو أن «الصراحة الرائدة» لأحد العاملين في احدى محطات الدولة خلال المهرجان الأول للبرنامج التلفزيوني المحلي الذي اقيم السنة الماضية بدبي افقدته وظيفته بسبب تعرضه بشكل نقدي على للصعوبات التي تواجه العاملين في جهاز التلفزيون .
- (٨) لا يسعنا في هذا الصدد إلا أن نشكر بعض طلاب وطالبات قسم الاعلام بجامعة الامارات المدربين على مساعدتهم لنا في متابعة بعض فترات البث مستعينين في ذلك ببرنامج البث اليومي لكل محطة .
- (٩) ان تحديد مصادر الأخبار والتقارير التلفزيونية يتطلب دراسة منفصلة يمكن أن تكشف من

خلالها مدى اعتماد محطات التلفزيون على هذه الوكالات الكبرى .

(١٠) رغم بقاء فترة الاعلانات في حدود معقولة برزت ظاهرة سلبية في هذا المجال وهي أن محطة أبوظبي دأبت منذ شهور على قطع البرامج وبث الاعلانات داخلها مما يتنافى صراحة مع ميثاق العمل التلفزيوني لدول الخليج الذي ينص في بنده ٣٨ على أن «تقصر اذاعة الاعلانات - في حالة تقرير ادخال نظامها - على الفترات الواقعه بين البرامج ، بشرط ان تكون الفترة منميزة بوصفها فترة اعلانية لا تتدخل مع البرامج كما لا يسمح بقطع البرامج لاذاعة إعلانات إلا أن يأتي ذلك بطريقه طبيعية بين فقرات منقلة نسبيا داخل برنامج واحد وأن يبرز الإعلان بطريقه منميزة » التلفزيون في دول الخليج ، الرياض ، صادر عن جهاز تلفزيون الخليج الطبعة الاولى ١٩٧٩ ص ١٢٨ - ١٢٩ .

(١١) لقد قامت مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك « بدبلجة » العديد من افلام الصور المتحركة التي تعرض حاليا على شاشات أبوظبي أو دبي مثل كيوي المهرج واراغو وعدنان ونحوه « بشار » والحوت الابيض .. ملف خاص عن مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك في « مجلة تلفزيون الخليج » عدد أكتوبر ١٩٨٤ ص ٢٣ ، ٢٤ .

(١٢) يبدو أن هذا التأويل صحيح لأن ادارة محطة أبوظبي قد رفضت منذ فترة وجيزة اعلانا عن مشروبات غازية كانت الشخصية الرئيسية فيه مايكل جاكسون مع بعض المراهقين الخليجين الذين يحاولون تقليده . صحيفة الاتحاد الاماراتية ١١/٢/١٩٨٨ .

13. RAO, Y.V.L: Communication and Developement: A study of two Indian Villages, Minneapolis, University of Minesoa Press, 1963.

- PYE, L.W. Communication and Political Development (ed.) Princeton, Princeton Universty Press, 1963.

- FREY, F.W. "Communication and Development" In I. DE SOLA POOL And W. SCHRAMM, Eds. Handbook of Communiunication, Chicago, Rand Macnally, 1973.

- LEARNER D. AND SCHRAMM. W. Communication and Change in the Developing Countries, (eds.) Honolulu University of Hawaii, EastgWest Center Press, 1967.

(١٤) نذكر من أبرز المنظرين للتبغية في الوطن العربي سمير أمين : النطور اللا منكافى ، بيروت دار الطليعة ١٩٨٥ .

راجع كذلك العرض المركز لنظرية التبغية : د . عبدالخالق عبدالله : التبغية : المصطلح ، الفرضيات والنظريات . مجلة شؤون اجتماعية ، العدد الثالث عشر ، السنة الرابعة ١٩٨٧ ص ص ٤٦ - ٦٢ .

15. SHCILLER, H.I.: MASS Communication and American Empire, New York, Kelly, 1969

16. NORDENSTRENG. K. AND TAPIO VARIS: The Nonhomogeneity of National State and the International Flow of Communication in G. GERBNER et al. (eds.) Communiation Technology and Social Policy New York, John Wiley, 1973.

17. SCHILLER, H.I.: Communication and Cultural Domination, White plains, New Boston, York Internationa Arts and Sciences Press, 1976 - SEHILLER, HI: The Mine Managers, Beason, 1973.

بحوث ودراسات

راجع أيضاً بخصوص التبعية والانسلاب الثقافي:

- د. عواطف عبدالرحمن: قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم ، الكويت ، سلسلة عالم المعرفة رقم ٧٨ ، ١٩٨٤ .

- د. صالح ابو اصبع: وسائل الاعلام العربية والانسلاب الثقافي ، شؤون عربية ، حزيران يونيو ، ١٩٧٣ ص ١٨٤ - ١٩٨٢ .

18. WELLS. A.: Picture Tube Imperialism? The impact of US Television on Latin America, New York, Orbis Books, 1972.

19. CHIN-CHUAN L: Media Imperialism Reconsidered, The Homogenizins of Television Culture, London, Sage pp. 74-79. 1980.

20. TUNSTALL J.: The Media are American: Anglo-American Media in the World, Third edn. London, Constable 1981, pp. 40-42.

21. CHIN-CHUAN L : Media Imperialism... op. Cit. p. 54.

(٢٢) راجع بخصوص هذه القضايا الفنية :

آرثر سوينس : التأليف للتلفزيون ترجمة اسماعيل رسنان ، القاهرة الدار المصرية للتأليف والترجمة ١٩٦٦ .

(٢٣) مجلة تلفزيون الخليج ، يولييو ١٩٨٤ .

(٢٤) راجع: «لحات عن انتاج تلفزيون دولة الامارات العربية المتحدة من ابوظبي اصدر الادارة الثقافية بوزارة الاعلام والثقافة ، المكتبة العصرية بدون تاريخ .

(٢٥) التلفزيون في دول الخليج ، مرجع سابق ، ص ٤٠ .

(٢٦) آراء رجال الفكر والثقافة والاعلام في برامج التلفزيون المصري ، مجلة بحث ، بغداد ، عدد ١٣ كانون الأول ديسمبر ١٩٨٤ ، ص ص ١٤٩ - ١٥٥ .

(٢٧) خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للأذاعة والتلفزيون بتونس المرحلة الثانية مجلة بحث بغداد ، عدد ٩ ، ص ص ٩٥ - ١٠٦ .

(٢٨) خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للأذاعة والتلفزيون ، مجلة بحث ، بغداد ، عدد ٨ ص ص ٢٨ - ٤٤ .

(٢٩) آراء المستمعين والمشاهدين بالبرامج الاذاعية والتلفزيونية في السعودية ، مجلة بحث ، عدد ١٨ ص ١٦٥ .

(٣٠) د. صالح ابو اصبع و. توفيق يعقوب: استخدامات مشاهدة التلفزيون ، دراسة حالة لاستخدام طالبات جامعة الامارات للتلفزيون على ضوء نظرية الاستخدامات والاشياعات . مجلة كلية الآداب ، جامعة الامارات العدد الثاني ١٩٨٦ ، ص ص ١٩٣ - ٢٣٢ .

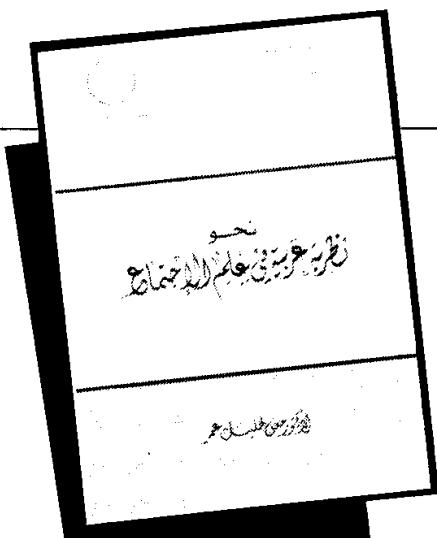
(٣١) ان مدير البرامج بالتلفزيون الكويتي يحضر هذه اللقاءات بشكل دوري. صحيفة الاتحاد الاماراتية ١٢/٢٤ ١٩٨٧ م.

(٣٢) يشمل هذا الرقم أجور الاشتراكات في الاقمار الصناعية .

(٣٣) راجع مجلة البحث ، العدد ١٤ نيسان ابريل ١٩٨٤ م. ص ص ١٣٠ - ١٣٧ .

جمعية الاجتماعين

صدر
الآن عن



الكتاب الثاني من
سلسلة الدراسات الاجتماعية

نحو نظرية عربية في عالم الاجتماع

لدكتور سعيد سباق : من خبراء عصر

من اهم الدراسات وأحدثها في علم الاجتماع العربي
تؤرخ وتحل الإتجاهات الحديثة في التطور في عالم الاجتماع

الكتاب متوفّر في المكتبات

توزيع :

مؤسسة البيان للصحافة والطباعة والنشر

ص.ب : ٢٢١٠ - هاتف : ٤٤٤٤٠٠

دبي - الإمارات العربية المتحدة

دور أجهزة الاعلام المشتركة بدول الخليج العربية في تأصيل الهوية الثقافية *

المقدمة

الدكتور تيسير أبو عرفة**

ان هناك صلة وثيقة بين الثقافة والاعلام تحتم التكامل بين اجهزة كل منهما من أجل صياغة الحياة الثقافية لlama والمحافظة على السمات الاساسية لهويتها الوطنية . خاصة مع التقدم الكبير الذي تشهده وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والدور الذي يمكن أن يتضطلع به هذه الوسائل في صون الذائنة الثقافية في عصر يتسم بالاختلال في التدفق الاعلامي وبالسيطرة الثقافية للدول التي تمتلك التكنولوجيا الاعلامية المتقدمة .

* ورقة قدمت إلى ندوة (الهوية الثقافية وتفاعلها مع الثقافات الأجنبية بالدول الاعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج) - العين ١٥ - ١٦ فبراير ١٩٨٨ .

** قسم الاعلام - جامعة الامارات العربية المتحدة .

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أجهزة الاعلام المشتركة بدول الخليج العربية والدور الذي تقوم به في تأصيل الهوية الثقافية وفي الحفاظ على المقومات الاساسية للهوية الوطنية لشعوب المنطقة بسمانها البارزة التي تعرف بها وبالخصائص المشتركة التي تميزها وتجمع بينها وأهمها الدين الاسلامي واللغة العربية والتاريخ المشترك .. الخ .

وهي الخصائص المشتركة التي انطلقت منها المشاريع السياسية والثقافية التي شهدتها دول المنطقة ، وخاصة قيام مجلس التعاون ، وخطة التنمية الثقافية التي اعلنها وزراء الثقافة والاعلام في دول المجلس ، وهي الخطة التي أكدت على الصلة الوثيقة بين الثقافة والاعلام وتكاملهما من أجل تحقيق الخطة الثقافية وتطبيق مبادئها العامة .

وتحاول الدراسة التعرف على أجهزة الاعلام المشتركة من حيث أهدافها والمهام الموكلة اليها ومشاريعها وانجازاتها وذلك لمعرفة الدور الذي تقوم به في تأصيل الهوية الثقافية من خلال تلك المشاريع والمهام والانجازات .

خاصة وأن دول المنطقة قد أولت عناية كبيرة للتعاون الاعلامي وتطويره ودفعه لكي يتذبذب أشكالاً مختلفة حتى يتمكن الاعلام المشترك من القيام بأعبائه ومهامه .

الهوية العربية الخليجية الخصائص والسمات البارزة المشتركة

نستطيع أن نؤكد أن صيغة (مجلس التعاون لدول الخليج العربية) لم تنتطلق من فراغ . فبالاضافة إلى العوامل السياسية والاقتصادية والأمنية التي تحتم قيام الوحدات المعاصرة ، في عصر يحتم قيام مثل هذه الوحدات ، ويرفض منطق التجزئة ، فإن هناك خصائص كثيرة تميز منطقة الخليج والجزيرة العربية جعلتها تسير بثقة نحو صيغة التعاون والتنسيق والتكامل ، رافضة حالة التجزئة ، في منطقة تتمتع بموقع استراتيجي مهم وثروات حيوية وتعيش في قلب الاحداث الساخنة في عالم اليوم .

وقد أوضحت وثيقة النظام الأساسي لإنشاء مجلس التعاون ، هذه الخصائص التي تربط بين شعوب المنطقة ، حيث جاء فيها: «إدراكا منها لما يربط بينها من علاقات خاصة وسمات مشتركة وأنظمة متشابهة أساسها العقيدة الاسلامية ، وإيمانا بالمسير المشترك ووحدة الهدف التي تجمع بين شعوبها ورغبة في تحقيق التنسيق والتكامل والترابط بينها في جميع الميادين ، واقتناعاً بأن التنسيق والتعاون والتكامل فيما بينها إنما يخدم الاهداف السامية للأمة العربية ، واستهدافاً لتنمية أوجه التعاون وتوثيق عرى الترابط فيما بينها ، واستكمالاً لما بدأه من جهود في مختلف المجالات الحيوية التي تهم شعوبها وتحقق طموحاتها نحو مستقبل أفضل وصولاً إلى وحدة دولها وتمشياً مع ميثاق جامعة الدول العربية الداعي إلى تحقيق تقارب أوثق وروابط أقوى ، وتوجيهها لجهودها

إلى ما فيه دعم وخدمة القضايا العربية والاسلامية وافقت - دول مجلس التعاون - على انشاء مجلس يسمى مجلس التعاون «.

لقد « جاء قيام مجلس التعاون لدول الخليج العربية ترجمة صادقة لحقيقة واضحة لا تقبل الجدل وهي أن منطقتنا كل متصل وأبناءها شعب واحد تجمعه وحدة العقيدة واللغة والأصول والعادات والتاريخ ولهم الأماني نفسها والمصير المشترك نفسه »^(١).

وقد بادرت الدول العربية الخليجية لاعلان هذه الخطوة ادراكاً منها « لما يربط بينها من علاقات خاصة وسمات مشتركة نابعة من عقيدتها المشتركة وتشابه أنظمتها ووحدة تراياها ونمائل تكوينها السياسي والاجتماعي والسكاني وتقاربها الثقافي والحضاري »^(٢).

وأوضحت ورقة العمل الخليجي المشترك التي وافق عليها قادة دول الخليج بتاريخ ٢٦ مايو ١٩٨١ أنه « اذا كانت التحديات تكفي لايجاد تعاون فعال في اي منطقة من العالم فان ظروف منطقة الخليج هي مواتية أكثر ، فنحن هنا نشكل جزءاً من قومية تدين بدين واحد ولنا تراث حضاري مشترك وقيم وعادات مشتركة ، وننظراً لموقتنا الجغرافي السياسي وثروتنا النفطية التي تجعلنا عرضة لللاظماع السياسية الدولية إلى درجة تقرب من الابتزاز وهذا يدفعنا جميعاً إلى الاتجاه للتعاون المشترك »^(٣).

وأشار أمين عام مجلس التعاون إلى « اننا لسنا كتلة مستقلة وإنما راقد هام يصب في النهر العربي . اننا قوة هامة في المجرى الأساسي للسياسة العربية . ونؤمن بأن منظمتنا تقوى وتعزز جامعة الدول العربية » وأضاف : ان منظمتنا تضم دولاً أعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي فهي مهد الاسلام ومهد الرسول صلى الله عليه وسلم في أرض مكة التي تعتبر قبلة كل المسلمين . إن أهمية منطقتنا لا ترجع إلى الاهمية الاقتصادية فقط بل إلى الاهمية الروحية والاستراتيجية والسياسية كذلك »^(٤).

وذكرت (لجنة التخطيط الاقتصادي والاجتماعي) التابعة لوزراء التخطيط في دول التعاون ، أن الاهداف العامة لخطط وبرامج التنمية في الدول الاعضاء تحدد طبقاً لما جاء في النظام الأساسي لدول المجلس والذي يرتكز على المحافظة على القيم الاسلامية والهوية العربية وتقاليدها الاصيلة في الدول الاعضاء وتأكيد أهمية التجانس الاجتماعي فيها بالاستمرار في تطبيق شريعة الله والدفاع عن الدين والوطن والأمن والاستقرار الداخلي^(٥) .

ان هناك خصائص مشتركة كثيرة تجمع بين شعوب هذه المنطقة ، حتمت السعي إلى التعاون وايجاد الصيغة السياسية القائمة الممثلة (بمجلس التعاون) ولعل أهمها : الخصائص الجغرافية والاستراتيجية حيث تتمتع منطقة الخليج والجزيرة العربية بموقع جغرافي واستراتيجي متميز . والخصائص الاقتصادية التي تميزه حيث تتمثل اقتصادياتها واعتمادها على صناعة النفط ومشتقاته بصفة اساسية . والخصوصيات السكانية التي تؤكد على الاصول العربية القديمة لشعوب المنطقة ، وكذلك أنماط الحياة

الاجتماعية التي تعيشها ، والعادات والتقاليد التي تحرض على التمسك بها .
وهنا يمكن القول بأن العناصر الرئيسية والخصائص المشتركة التي تميز شعوب منطقة الخليج ، والتابعة من الحضارة العربية والاسلامية ، شكلت قاعدة مهمة للأسس التي قامت عليها صيغة مجلس التعاون الخليجي .

كما أن العناصر المشتركة للهوية الثقافية الخليجية شكلت الأساس الذي اعتمدت عليه خطة التنمية الثقافية التي اعلنها وزراء الاعلام والثقافة بدول مجلس التعاون عام ١٩٨٦ ، والتي أكدت على أهمية الثقافة ودورها في التنمية وعلى أهمية التنمية الثقافية والتواصل الثقافي بين شعوب دول المجلس . لاسيما وأن اعتبارات كثيرة وقواسم مشتركة عديدة تلح على الهوية الثقافية الواحدة لشعوب المنطقة وتدعوا إلى السعي الحثيث لترسيخها وبلورتها .

وقد تمثلت أهداف الخطة بالنقاط الآتية :

- اغناء شخصية المواطن في دول مجلس التعاون وبناء تكاملاً عنها عن طريق الوعي المتزايد لعقيدته وتراثه وحربته وكرامته وانتمائه وقدرته على مواكبة التطور الانساني .
- تطوير البنى الفكرية بوصف الثقافة ركناً من أركان البناء الحضاري وأساساً من أسس تماسك الأمة .
- التشيع بالهوية الحضارية العربية الاسلامية بوصف الثقافة مستودع الاصالة والكنز الواسع من الخبرات اللازمة .
- تحويل واقع التجزئة الثقافية الراهنة لدى دول مجلس التعاون إلى وحدة ثقافية متكاملة ترسى أسس التوجهات التي تتفق عليها دول المجلس كما يغذي مسيرتها ويبث دعائم استمرارها في الانتاج الثقافي في ابعاده المختلفة من سياسية واجتماعية واقتصادية وتعلمية وإبداعية .
- تنمية العطاء الحضاري قومياً وانسانياً بوصف الثقافة عنصر التأخي ضمن الاقليم الواحد وعنصر التقارب والتعاون مع الحضارات الإنسانية الأخرى .
- التصدي لمحاولات الاستلاب الثقافي بتحصين المنطقة عن طريق جعلها مجتمعاً فاعلاً ومنتجاً ثقافياً ومادياً .
- توطيد المضمون القومي والاسلامي توطيداً ثقافياً وتنموياً شاملًا للأطفال والناشئة والشباب من خلال قطاعات التربية والتعليم والاعداد والانتاج الثقافي بمختلف أشكاله^(١) . كما تضمن المشروع المبادئ الموجهة للخطة وشروط تحقيق الخطة ووسائل تحقيقها . ويمكن القول ، إن السمات البارزة للهوية الثقافية لشعوب دول الخليج العربية ، تظهر بوضوح من خلال هذا المشروع الذي يركز على :
 - تعزيز العقيدة الاسلامية والقيم العربية الاصيلة .
 - التشيع بالهوية الحضارية العربية الاسلامية .

- توطيد المضمون القومي والاسلامي توطيداً ثقافياً تنموياً .
- اعتبار الثقافة العربية اطاراً للتخطيط الثقافي .
- الارتباط بالتراث بصفته لب الذاتية الحضارية .
- الالتزام باللغة العربية الفصحى باعتبارها وعاء الثقافة واداة التواصل .
- معايير العصر وعدم التخلّي عن التراث في الوقت نفسه .

ان هذه الخطة الثقافية تراعي بوضوح المحافظة على الهوية العربية الاسلامية وعلى الذاتية الحضارية النابعة من القيم العربية والاسلامية . وأهدافها : «مستمدّة من التراث والتقاليد والممارسات والمبادئ» التي ترتكز عليها هي ايضاً مستمدّة من واقع المنطقة^(٩) .

كما أن هذه الخطة تلح على دور الثقافة في التنمية ، وعلى أهمية التواصل الثقافي بين أبناء المنطقة في ضوء الاسس المبنية في مشروع التنمية الثقافية ، التي تعتبر التواصل الثقافي عاملاً أساسياً في تحقيق التنمية الثقافية في دول المجلس .

ويشمل التواصل الثقافي ما يخطط له ويقصد من خلال وسائل التنسيق والعمل المشترك فيما بين دولة كما يشمل التواصل الثقافي التلقائي والذي تمليه طبيعة مجتمع دول المجلس بانت茂ئها إلى خلفية ثقافية واحدة في الإطار العربي الإسلامي للثقافة^(١٠) .

ويعني التواصل الثقافي في إطار مجلس التعاون «مد الجسور التي تسهل انتقال التيارات الفكرية والنشاطات الثقافية بين شعوب منطقة الخليج ومفكريها . وما كان التركيز على الجانب الثقافي في محاولة المسؤولين والملقين اقامة تواصل بين شعوب دول مجلس التعاون الا لأن الثقافة جانب هام ، ان لم يكن الأهم ، من جوانب الحياة التي لا تستقيم حياة المرء الا بها»^(١١) .

ونستطيع القول ، ان التواصل الثقافي بين شعوب المنطقة تحتمه اعتبارات هامة ، في مقدمتها الدين الاسلامي واللغة العربية والتاريخ المشترك .

ولم يتيسر لمجتمع من المجتمعات من الروابط التاريخية والعلاقات المشابكة مثل ما تيسّر لجتماع الخليج والجزيرة العربية وبخاصة فيما بين مناطقه المتجاورة حيث تتدخل المصالح والجنسيات وأماكن الاقامة بشكل قوي يفوق قدرة الدولة الحديثة على عزل مجتمعها حسب الجنسية عن المجتمعات الأخرى . لقد توحدت المنطقة ثقافياً ضمن عصور طويلة كان أبرزها العصر الاسلامي بالدين الواحد واللغة الواحدة لتصبح جزءاً من دولة ونarrative واحد هي الدولة العربية الاسلامية^(١٢) .

فإذا علمنا ما بين اللغة العربية والدين الاسلامي من صلة عضوية ادركنا بعد ذلك أهمية هذين العاملين معاً - اللغة والدين - في تحقيق التواصل بين شعوب دول المجلس^(١٣) .

لقد تبيّن لنا أن خطة التنمية الثقافية لدول مجلس التعاون تتلاقى في معظم جوانبها

مع الأهداف والاسس التي وضعتها (لجنة التخطيط الشامل للثقافة العربية) المنبثقة عن (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم) وجاء في تلك الأهداف .

- تنمية وابراز الهوية الحضارية العربية والاسلامية والمحافظة عليها بوصف الثقافة مستودع الاصالة .
- التحرر القومي الشامل بوصف الثقافة عنصر دفاع ورفض للتبعة والاستلاب والتشویه .

- اغناء شخصية المواطن العربي وتأكيد وعيه وكرامته وقدرته على مواكبة التطور الانساني المعاصر والمشاركة فيه^(١٢) .

ان هذه النقاط المتشابهة ، تعبر عن منطلقات واحدة ، نابعة من الهوية الثقافية الواحدة التي تعتبر منطقة الخليج العربي جزءاً منها .

ويشير (الدكتور حليم بركات) إلى وجود ثقافة عربية عامة يمكن وصفها بأنها ثقافة مشتركة ومتعددة في آن معاً ، وذلك في شتى مجالات الحياة اليومية . تستمد الثقافة العامة هذه من اللغة العربية وأدابها ، ومن الدين والعائلة ، وانماط الانتاج المتشابهة ، والتحديات والنظام العام السائد ، ووحدة التجربة التاريخية^(١٣) .

ولكن (الدكتور بركات) يسجل تحفظاً ازاء استخدام مصطلح (الشخصية) في وصف الهوية العربية والهويات المحلية الوطنية . ولا يشفع لمصطلح (الشخصية) أن بعض علماء الاجتماع يحررونه من مدلولاته (الجسمانية) ويعطونه مضموناً اجتماعياً^(١٤) .

ويعتبر مصطلح (الشخصية القومية) الذي يقصد به واضعوه (الهوية الوطنية أو القومية) محور كتابات العديد من الباحثين الاجتماعيين العرب لعل أبرزهم (السيد يسن) في دراسته (الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر) .

يقول (السيد يسن) : «غير أن شرعية الحديث عن سمات الشخصية العربية لا ينبغي أن ينسينا كما أشرنا أكثر من مرة ، أن التاريخ الاجتماعي لكل قطر من الاقطار العربية من شأنه ان يكسب ملامح الشخصية القومية فيه سمات متفردة قد لا توجد في مجتمعات عربية أخرى . وبالرغم من ذلك نستطيع ان ننتمس عدداً محدوداً من السمات تكاد أن تكون قاسماً مشتركاً في مختلف نماذج الشخصية القومية العربية مما يدعم من فكرة وجود شخصية عربية ، يمكن تحديد ملامحها وقسماتها الرئيسية^(١٥) .

فنحن اذن ، أمام هوية ثقافية عربية خليجية لا تنفصل عن الهوية الثقافية للامة العربية ، وتتشكل جزءاً أساسياً منها ، وترتبط معها بكثير من الروابط وتشابهها في كثير من السمات ، خاصة وأن الامة العربية بشعوبها كافة هي وريثة حضارة عربية اسلامية واحدة وناريخ مشترك . مع الاخذ في الاعتبار تلك الفروق التي يفرزها التاريخ الاقتصادي والاجتماعي السياسي لكل بلد من البلدان نتيجة لظروف معينة خاصة بذلك البلد .

ولعل ذلك يفسر لنا القاعدة الواحدة التي انطلقت منها الأهداف والأسس الخاصة بخطي التنشئة الثقافية والتخطيط الثقافي وما الخطة الخاصة بدول مجلس التعاون والخطة الخاصة بمنظمة التربية والثقافة والعلوم التابعة لجامعة الدول العربية.

التكامل بين أجهزة الثقافة وأجهزة الاعلام

ولكي يؤتي التواصل الثقافي بين شعوب دول المنطقة ثماره المرجوه ، فإنه يحتاج إلى الوسائل الاعلامية الكفيلة بالقيام به والقراءة الفاحصة لمشروع التنمية الثقافية تبين لنا أهمية وسائل الاتصال في تحقيق التواصل الثقافي المنشود . فقد بينت الخطة وهي تشرح الوسائل المحققة لها ، أهمية :

- تشجيع الدولة إنشاء المزيد من المرافق الثقافية (أندية - مكتبات - مراكز تراث - مسارح - متاحف - معارض - قاعات - دور نشر - وطباعة وتوزيع .. الخ) وأن يحسن توزيعها بحيث تعم فائدتها لجميع فئات المواطنين .
- الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة كالاقمار الصناعية والتلفزيون الموحد ومراكز المعلومات والتوثيق .
- تركيز التوجّه الثقافي لتحقيق أهداف المجلس والعمل العربي الموحد وذلك من خلال مناهج التعليم ووسائل الاعلام ووسائل الثقافة الأخرى .
- التنسيق بين الدول الأعضاء فيما يتصل بالمشاريع الكبيرة في مجال النشر مثل تحقيق التراث والترجمات والأعمال الموسوعية .
- التنسيق بين أجهزة التعليم والاعلام والثقافة حتى لا تتأثر سلبياً جهود أي منها بجهود الأخرى .
- اعداد الأطر الثقافية في مختلف المجالات مثل الصحافة والاعلام الثقافي والسينما والمسرح والفنون وتهيئة المناخ الملائم لنتاجها وابداعها .
ان هذه النقاط تبين لنا بوضوح الصلة الوثيقة التي تربط بين وسائل الاتصال وشروط الابداع الثقافي والتنمية الثقافية ، وبين صناعة الاتصال وصناعة الثقافة . وكذلك الدور الذي تضطلع به وسائل الاتصال في دعم الانتاج الثقافي وتطويره وتعديمه . وهذا يقودنا إلى شرح العلاقة التي تربط بين أجهزة الثقافة وأجهزة الاعلام . لكي نتعرف على الدور الذي تقوم به أجهزة الاعلام في تأصيل الهوية الثقافية ، والتأكيد على الذاتية الحضارية .

فكلاهما ، اي الثقافة والاعلام : «يرمي إلى المعرفة والاطلاع ويسعى إلى ارضاء طموح الانسان ويتحذ كل منهما الاتصال والاتصال طريقة أساسية لبلوغ هذه الأهداف» «ولا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو ابلاغ اذ لاحظ لأي ثقافة كانت من الوجود اذا لم تؤازرها أجهزة الاعلام كما أنه لا سبيل أمام أجهزة الاعلام للنجاح بدون زاد ثقافي يشد

اهتمام الجمهور إليها ويسعى لها ببلاغ رسالتها في مختلف المجالات . وأجهزة الإعلام هي التي يوكل إليها مساعدة الثقافات على التلاقي وتزويدها بالهواء النقي الذي يقيها شر الاختناق ، وهي في الوقت نفسه مطالبة بوقاية هذه الثقافات من العواصف الهوجاء والتغيرات الهادمة ، «إذ لا تخفي علينا اليوم تلك التحديات والمخاطر التي تحدق بالثقافة ، لا في الدول النامية فقط بل حتى في الدول المصنعة»^(١٦) .

ويمكن اعتبار دور الاتصال بمثابة الناقل الأساسي للثقافة . إن وسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها ، وعلى حفز وتعزيز ونشر الانماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي . وهي تشكل بالنسبة للملايين من الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجمعها أشكال التعبير الخلاق^(١٧) .

ويحدد العالم السياسي هارولد لاسوبل (Laswell) ثلاث وظائف للاتصال هي : مراقبة البيئة ، والترابط بين أجزاء المجتمع المختلفة في الاستجابة للبيئة ، ونقل التراث الثقافي والاجتماعي من جيل إلى جيل . وهو يرى أن التراث الثقافي يعتمد أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر او من أعضاء في الجماعة إلى أعضاء جدد انضموا إليها ، وهو ما يعرف عامة بالنشاط التعليمي^(١٨) .

وقد بين (الدكتور مصطفى المصودي) أن الوظائف الثقافية لأجهزة الإعلام تتمثل بال النقاط الآتية :

- التثقيف وال التربية .
- النهوض بالانتاج الفكري .
- الترفيه .
- إقرار الديمقراطية الثقافية .
- استئثار الامركزية والمشاركة الجماعية .
- الحفاظ على اللغة وتطورها .
- الاسهام في التنمية .
- حماية الهوية الثقافية .

ويقول المصودي فيما يتعلق بوظيفة الإعلام في حماية الهوية الثقافية : «إن هذه الوظيفة تهدف إلى تمكين الثقافات الوطنية من التكامل ومن الإثراء بالاحتياط بغیرها وتمكين الأمة من تعريف الرأي العام العالمي بقيمها الثقافية والاجتماعية وجلب الاحترام والتقدير لها . كما أنه على أجهزة الإعلام صون الذاتية الثقافية من الغزو الفكري الأجنبي ووقاية مقومات أصلتها من مخاطر التغيرات الثقافية الأجنبية التي تشوّه طبيعتها وتضر بمستقبل المجتمع» . «فإن الهوية الثقافية الوطنية كثيراً ما تهددها التغيرات الأجنبية التي تساعدها أجهزة الإعلام على الرواج ، ذلك أن الاعتماد على النماذج المستوردة التي تعكس قيمها وأساليب حياة غربية يعرض الذاتية الثقافية للخطر . وإن التصدي لهذا الغزو

بحوث ودراسات

الثقافي لامر حتمي موكول أولا وبالذات إلى أجهزة الاعلام^(١٩).

ان هذه الاخطار التي تتعرض لها الهوية الثقافية للبلدان النامية ، كانت محور نشاط اللجنة الدولية التي كلفتها اليونسكو بدراسة الاعلام برئاسة (شون ماكيرابيد) وقد اعتبرت هذه اللجنة أن ما تتعرض له هذه الهوية الثقافية هو أشبه بالسيطرة الثقافية من جانب الدول الكبرى المصنعة التي تقدم للدول النامية انماطاً رديئة من الانتاج الثقافي افرزها واقع الاختلال الحاصل في عملية التدفق الاعلامي في اتجاه واحد بين البلدان المصنعة والبلدان النامية .

ان هذا الغزو الثقافي يعتبر اليوم حقيقة واقعة ، يتمثل في ما تستورده البلدان النامية من نتاجات ثقافية تحمل انماطاً اجتماعية وسلوكية معايرة للذات الثقافية لهذه البلدان . ولعل هذا الغزو قد بات أشد ضراوة بعد أن أصبحت الاقمار أو التوابع الصناعية في خدمته .

ويقول (الدكتور محمد عبده يمانى) : «ان الذي يملك التكنولوجيا المتقدمة في مجال الاتصال هو الذي يملك اداة الغزو الثقافي . والغزو الثقافي بهذه الوسائل باللغة التطوير والتأثير أمر تصعب مقاومته ، لأن له القدرة على اختراق الحدود الاقليمية وجدران المنازل لممارسة تأثيره في الادمغة والضمائر ». « ولا يجد من يتصدى له ، لأن التصدي له يحتاج إلى مهارة هائلة ، وتطور تكنولوجى ليس متاحاً للدول التي يغزوها الاستعمار الثقافي وإنما هو طوع بناء الغرفة المستعمرين»^(٢٠) .

ونظراً لخطورة الغزو الثقافي والفكري ، الذي تعتبر وسائل الاتصال أسلحته في الوقت الحاضر ، فإنه يتبعين على الدول النامية القيام بمجابهته بشتى السبل والوسائل من أجل تحصين ذاتيتها الثقافية والحفاظ على مقوماتها الحضارية . ولكن ذلك لا يتأتى بالانبعاث على الذات وبغلق الابواب أمام التيارات الثقافية والفكرية المعاصرة والتعامل معها ، والاستفادة من العناصر الابيجابية فيها ، فان هناك اتصالاً حضارياً وتفاعل فكري يتحتم تشجيعه بين الأمم والشعوب وبين الثقافات المختلفة .

ان هناك فرقاً بين الغزو الفكري والتفاعل الفكري : «الغزو الفكري هو عملية استعمارية عدوانية تسلطية لا شك فيها وهو ما يتوجب علينا أن نحاربه . أما التفاعل الفكري فهو ممارسة حضارية نأخذ فيها من العالم ، أيا كان ونعطيه ، ضمن ضوابط ديننا وأخلاقنا ومجتمعنا وثقافتنا الخاصة»^(٢١) .

كما يختلف الغزو الفكري عن (الاتصال الثقافي) الذي يمكن التفريق بينه وبين الغزو الفكري في النقاط الآتية :

١ - الاكراه والاخضاع في الغزو الفكري . وفي المقابل التلقائية والابيجابية في الاتصال الثقافي .

٢ - خلق الاستعداد للانفصال عن الجذور الثقافية والحضارية الوطنية بل والتنكر

لها واحتقارها في الغزو الفكري . وفي المقابل خلق روح الاننقاء والماضلة في الاتصال التفافي .

٣ - صياغة العقول في الغزو الفكري . وفي المقابل الاضافة واستكمال البناء العقلي في الاتصال الحضاري^(٢٢) .

ان الاتصال التفافي كما نرى ، أمر تختمه طبيعة الحياة الحاضرة ، وتدخل الثقافات والمصالح ويمكن النظر اليه من زاوية دعم الثقافات الوطنية واثرائها ودفعها نحو التحديث والمعاصرة «والثقافة لا تتطور بانغلاقها على نفسها داخل قواعتها ، وانما تتطور بالتبادل الحر مع الثقافات الاخرى والحفاظ على الصلة بكل قوى التقدم الانساني بيد أن التبادل الحر لا بد أن يكون أيضا على قدم المساواة وقائما على اساس الاحترام المتبادل »^(٢٣) .

أجهزة الاعلام المشتركة

أهدافها ودورها في تأصيل الهوية الثقافية

حظى التعاون الاعلامي في دول الخليج العربية باهتمام كبير من جانب قادة هذه الدول ووزراء الاعلام فيها وتمثل هذا الاهتمام بالاجهزه والمؤسسات الاعلامية المشتركة التي تم انشاؤها قبل قيام مجلس التعاون بالإضافة إلى تلك الاجهزه التي أنشئت بعد قيام المجلس ولعل ذلك يشير إلى أهمية التعاون الاعلامي واتصاله الوثيق بالهوية الثقافية لشعوب دول المنطقة وضرورة قيامه بدوره البناء في صون هذه الهوية وحماية مقوماتها وعناصرها .

وقد تحددت الخطوط الرئيسية للإعلام الخليجي منذ البداية في النقاط الآتية :

١ - العمل على خدمة أهداف الخليج ومعالجة قضایاه بالاساليب العلمية الصحيحة ومن خلال التعبير الموضوعي والكلمة الصادقة .

٢ - توجيه العناية للكشف عن الاصول الحضارية والثقافية للمنطقة والتعریف بآداب وفنون وتراث البيئة .

٣ - ابراز عالم النهضة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الخليج وتجسيد مظاهر قوته وازدهاره .

٤ - تنقية صورة الخليج من الشوائب التي بثتها وسائل الاعلام المضادة والتصدي لحملات التشكيك .

٥ - تكثيف العمل على غرس تعاليم الدين الاسلامي القويم والبحث على التمسك بمبادئه ومثله السامية والدعوة إلى نشره^(٢٤) .

اما المؤسسات الاعلامية الخليجية المشتركة فهي :

- جهاز تلفزيون الخليج ومقره الرياض في المملكة العربية السعودية .

- وكالة انباء الخليج ومقرها البحرين .
- مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك ومقرها الكويت .
- مركز التدريب الاعلامي والتلفزيوني ومقره قطر .
- مركز التوثيق الاعلامي ومقره بغداد في العراق .
- مركز التراث الشعبي ومقره قطر .
- مركز الاعلام البترولي ومقره الكويت .

وبالاضافة الى هذه المؤسسات توجد قنوات أخرى للتعاون الاعلامي بين دول المنطقة ومنها (لجنة العلاقات الاعلامية الخليجية الدولية) التي تعنى بتنظيم الندوات الدولية ، وتهتم بنقل الجوانب الحضارية والانسانية للانسان العربي إلى الدول الأجنبية . وكان أبرز نشاطاتها الندوة الدولية التي عقدت في باريس في الفترة من ٣٠ إلى ٣١ اكتوبر ١٩٨٤ تحت شعار (سوء التفاهم في علاقات الاعلام الغربي بالقضايا العربية) . وأكّدت على أهمية قيام علاقات التفهم بين العالم العربي والدول الغربية وأن قيام هذه العلاقات يعتمد على نقل المعلومات الصحيحة والدقّقة بين الجانبين . والتي تقطع الطريق على التشویهات التي تتعرض لها الشخصية العربية في وسائل الاعلام الغربية .

وكانت هذه التشویهات موضع اهتمام مسؤولي الاعلام بدول مجلس التعاون الذين وضعوا عددا من الوثائق لدعم العمل الاعلامي ودفعه باتجاه القدرة على تحمل مسؤولياته سواء بالنسبة للاعلام الداخلي أو الاعلام الخارجي ، ومن هذه الوثائق (ميثاق الشرف الاعلامي) الذي اقرته القمة الخليجية السابعة في ابوظبي والذي يعتبر الاعلام وظيفة اجتماعية وتنموية ويركز على مناقب العمل الاعلامي بدول مجلس التعاون الخليجي باعتبار الاعلام رسالة تنمية وطنية ووظيفة اجتماعية تهدف في الاساس إلى بناء المواطن وتحصينه تجاه التيارات الخارجية المنافية لتراث الدين الاسلامي وتعاليمه . وبمعنى (ميثاق الشرف الاعلامي) مبادئ ، وأسس العمل الاعلامي في منطقة الخليج . فلا يجوز أن يتناهى اعلامنا مع الذوق العربي والاسلامي ومع قيمنا الاخلاقية . وهو يعني ايضا انتفاء الاعلام قادر على شرح مسيرة الجماهير التي يخاطبها واستيعاب الامكانيات المتاحة لها وألا يتحول هذا الاعلام إلى محطات تقوية للغزو الفكري والثقافي المنظم وتذويب الشخصية العربية والاسلامية^(٢٥) .

اما (وثيقة ضوابط الاعلام الخارجي) فانها تهتم بالتنسيق والتوجيه الجماعي فيما يخص الابنراز السياسي مما يسيء لدول المجلس في وسائل الاعلام الخارجي^(٢٦) .

ان هاتين الوثائقين تدخلان في اطار أهمية الاعلام في مجال الأمن القومي الذي أكدت عليه وثيقنا ميثاق الشرف الاعلامي وضوابط الاعلام الخارجي بالنسبة لدول المجلس «ما حملنا على أن نضع اعلامنا في الشكل الذي يتتوافق مع متطلبات الأمن القومي لهذه الدول وحماية الانسان والمجتمعات في هذه الدول من التصدع الذي أنت به

الحضارة الغربية وكذلك مواجهة حملات الافتراء والتضليل التي يتعرض لها الانسان الخليجي والعربي ككل^(٢٧) . فنحن امة هي مهد الفكر والثقافة والعلوم وبنبوع المبادئ والقيم الانسانية الشريفة تعرضت للطعن ونزفت انهارا من الدماء ولم تزل تتمسك ببوبيتها وعقيدتها . وربما يكون أخطر ما تتعرض له هذه الأمة الغزو الثقافي والفكري عن طريق وسائل الاعلام بحكم ما يفرزه النظام الاعلامي الدولي من أرجحية في التقدم لصالح البلدان الأكثر ثراء^(٢٨) .

أولا - جهاز تلفزيون الخليج

يعتبر جهاز تلفزيون الخليج من أهم المؤسسات الاعلامية الخليجية المشتركة وقد تم توقيع اتفاقية انشائه في فبراير عام ١٩٧٧ في مدينة الرياض في المؤتمر الثاني لوزراء اعلام الدول الخليجية وجاء في ديباجة هذه الاتفاقية :

انه بالنظر إلى المقومات العديدة المتوافرة لمزيد من التقارب والتكامل بين دول منطقة الخليج حيث تربط فيما بين شعوبها وحدة الدين والارض والبيئة والثقافة واللغة والتاريخ والمصالح والإرادة المشتركة .

وادراما للمسؤولية الكبرى الاجتماعية والتربوية والثقافية المنوطه بوسائل الاتصال الجماهيري وخاصة في الاسهام في حركة التقدم والنمو ، وكذلك خلق المجتمع الجديد الموحد لشعوب المنطقة^(٢٩) .

فقد اتفقت حكومات دول الخليج الموقعة على هذه الاتفاقية فيما بينها على انشاء جهاز تلفزيون الخليج ، ليتولى تنسيق التعاون بين دول المنطقة وتطوير التلفزيون فيها ، وتنمية تبادل البرامج والمعلومات والخبرات والأشخاص ، واجراء البحوث وتعزيز دور التلفزيون في خدمة التنمية ، وتعزيز أهداف اتحاد اذاعات الدول العربية ودعم أنشطته في هذه المنطقة .

وقام جهاز تلفزيون الخليج بوضع (ميثاق العمل التلفزيوني في دول الخليج) عام ١٩٧٩ ، ويتضمن هذا الميثاق خمسة أبواب رئيسية :

الباب الأول :

في تخطيط البرامج كي تقدم خدمة متوازنة تجمع بين الاعلام والتنقيف والترفيه في اطار الالتزام بمبادئ الدين الاسلامي الحنيف .

وتلتزم الخدمات التلفزيونية بأن تربط برامجها بخطط التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للدولة .

الباب الثاني :

في أخلاقيات البرامج وما يجب أن تلتزم به الخدمات التلفزيونية في كل ما تقدمه

بالحفاظ على القيم الروحية والاجتماعية ، وانماط السلوك النابعة من العقيدة الاسلامية ، التي تعتبر الركيزة الاساسية للتكوين الروحي والثقافي والحضاري للمنطقة .

الباب الثالث :

في اختيار المواد الاجنبية .

الباب الرابع :

في الاخبار والبرامج الاخبارية ... الخ .

ويقوم جهاز تلفزيون الخليج بدورة المنسق بين المؤسسات الاعلامية الخليجية المشتركة . ويؤدي دوراً رئيسياً في موضوع تخطيط البرامج والانتاج التلفزيوني ويشرف على (مهرجان الخليج للإنتاج التلفزيوني) الذي ينعقد في الكويت كل سنتين تحت شعار (من أجل انتاج تلفزيوني افضل) وذلك بهدف :

١ - الاسهام في تدعيم الانتاج التلفزيوني الخليجي وازدهاره والعمل على رفع مستوى بما يحقق له المكانة العربية المرموقة .

٢ - العمل على تطوير الاساليب التلفزيونية في التعبير الفني والأداء التقني ورفع مستوى بتنمية روح التنافس وتشجيع المواهب المبدعة وتأصيل العطاء الذي يستلهم التراث ويستمد مادته من البيئة والواقع الاجتماعي والحضاري .. الخ^(٣٠) .

كما يعقد الجهاز ندوات اعلامية ، في هذه المهرجانات ، يشارك فيها اعلاميون متخصصون من أبناء دول الخليج وغيرها من الدول العربية ، بهدف اثراء العمل الاعلامي والتخطيط البرامجي التلفزيوني في دول المنطقة ، ومن بينها الندوة التي عقدت في الكويت بتاريخ ٢٥ يناير ١٩٨٤ تحت عنوان (المفهوم الاعلامي لتلفزيونات الخليج على ضوء القيم العربية والاسلامية) .

وقد عكست مناقشات الندوة أهمية أن يستلهم الانتاج التلفزيوني في المنطقة ما يزخر به التراث الاسلامي العربي « من معين لا ينضب من الموضوعات والافكار التي يمكن أن تثري الانتاج التلفزيوني الجيد المتميز بعيد عن الاسفاف والضحالة »^(٣١) .

وذكر (أمين عام منظمة اذاعات الدول الإسلامية) : ان علينا أن نعمق الشعور بالاصلية وأن نحرص على الشخصية العربية في بنية ثقافية متكاملة متنامية محددة الملامح حتى لا تتعرض هذه الشخصية وسط تيارات من الثقافة المتباينة إلى اجتياح وذوبان .

لذلك فإن التخطيط الاعلامي عندنا يجب أن يستوعب النظرة التاريخية وأن يستوعب واقع هذه الأمة وبكل معطياته وبكل قيم الاصلية العربية الاسلامية^(٣٢) .

ومن هذه الندوات أيضاً (ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج) التي انعقدت في الرياض في ابريل عام ١٩٨٧ ، وقام بتنظيمها جهاز تلفزيون الخليج وجامعة

الأمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض . وكان من أهداف الندوة ، كما يقول (الدكتور عبدالقادر طاش) رئيس قسم الاعلام بجامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية : أن هدفنا رصد واقع البرامج الدينية ومحاولة الخروج بتصورات ومقترنات عملية في سبيل تطوير أساليب ووسائل واماكنات البرامج الدينية والارتقاء بمستواها ، وذلك من خلال التعاون والحوار العلمي بين العاملين في مجال البرامج الدينية وبعض المتخصصين في الاعلام وعلماء الدين ، وهم الذين يمثلون أطراف هذا الموضوع الهام ، ذلك أن الواقع الحالي للبرامج الدينية لا يمثل ما نطرح اليه ، كون هذه البرامج لا تتمتع بالحيوية والحركة والجاذبية ، فكثير منها يعتمد على الحديث والتوصية المباشرة الذي لا يتقبله الناس وكذلك نلاحظ أن البرامج الدينية حصرت نفسها في اساليب وأشكال تقليدية محدودة ، فان تفاعل الجمهور مع البرامج الدينية أمر مهم ... سواء على شكل حوار أو نقاش أو على شكل خروج إلى أماكن تجمع الناس ومحاورتهم ومعرفة قضياتهم ومشكلاتهم وتوثيق الصلة بينهم وبين علماء الدين ليناقشوا قضاياهم^(٢٢) .

ولا شك أن قيام جهاز تلفزيون الخليج بعقد مثل هذه الندوات ، يعني الالتفات إلى القضايا الاساسية التي تشكل صلب الهوية الثقافية في اعتمادها على التراث العربي الاسلامي وعلى القيم الدينية باعتبارها عاملاً مهماً في حياة شعوب المنطقة وفي العالم العربي والاسلامي بأسره خاصة وأن البرامج الدينية ، كما قال (الدكتور عبدالقادر طاش) تعاني من افتقارها لجاذبية الاخراج والتقطيم التلفزيوني .

وقد وضع (الدكتور ابراهيم امام) عدداً من التصورات والاقتراحات لجعل البرامج الدينية تبدو مشوقة جذابة ، حيث يقول : ومن البرامج الناجحة في التلفزيون تلك التي تعرض المشكلات الاجتماعية بطريقة درامية يعقبها تحليل وتوجيه من أصحاب الرأي وكبار رجال الفكر ويمكن تحويل الاستئلة والمشكلات التي تعرض على البرنامج إلى عروض درامية لتشخيص المشكلة وتقديمها بأسلوب حي جذاب ثم يأتي الحل الاسلامي الصحيح من أحد العلماء بطريقة مشوقة واقعية مع الاشارة إلى العرض الدرامي حتى لا يبدو الحل مقحماً بطريقة غير منطقية . ولا بأس من تقديم بعض البرامج الدينية في شكل مسابقات تدور حول تجويد القرآن الكريم ، وحفظ الأحاديث النبوية الشريفة ، فضلاً عن المعلومات العامة حول السيرة النبوية العطرة وأمجاد التاريخ الاسلامي وأبطال الاسلام وخاصة في صدر الاسلام ، وسيرة الخلفاء الراشدين والصحابة والتابعين ، ولا بأس من منح الهدايا والجوائز للفائزين في المسابقات وتقديمهم للجمهور والتعرف عليهم ، وقد تكون الجوائز رحلات لاداء فريضة الحج أو العمرة ، مع متابعة رحلة الفائزين متابعة تلفزيونية حية تضفي واقعية وجمالاً على البرامج الدينية ، و تستغل خاصية الفورية التلفزيونية^(٢٣) .

وتكمّن خطورة الدور الذي يؤديه التلفزيون في مرحلة التطور التكنولوجي الحديث في

ارتفاع رصيد البرامج التلفزيونية المستوردة في وقت أصبحت فيه البلدان المنظورة هي المصدر الممول الوحيد لها ، وبات موقف البلدان المستوردة ضعيفاً من الناحية الاعلامية لأنها لا تستطيع في ظل امكاناتها المتواضعة تقابلاً ومادياً من ايقاف هذا التدفق الاعلامي الخطير من المعلومات بين البلدان المنظورة والنامية^(٢٥) .

ولعل ذلك يزيد من العبء الواقع على جهاز تلفزيون الخليج وقد اشار وزير الاعلام السعودي ورئيس مجلس إدارة جهاز تلفزيون الخليج إلى ضرورة «أن يركز مخاططه البرامج على تكثيف الانتاج المحلي والاستعاذه عن المواد المستوردة بتأصيل التراث الادبي والفنى الخليجي كلما أمكن ، وتقديمه في قوالب تلفزيونية جذابة» و«اعتقد ان ترسیخ القيم الاسلامية والعربية يجب أن يشكل التزاماً وهدفاً أساسياً يسعى كل تلفزيون عربي إلى تحقيقه بشتى الصور وبمختلف الوسائل ويتضمن ذلك العمل على نشر الدعوة الاسلامية وعرض صورة حقيقة عن الاسلام وعن الحضارة العربية وآثارها وفضلها على تقدم العالم وازدهارها في مختلف الميادين ، وعرض صفحات التاريخ العربي التليد وتنمية الاعتزاز بقيمتنا ومثلنا وغرسها في نفوس الأجيال الجديدة»^(٢٦) .

ثانياً - وكالة أنباء الخليج (واخ)

تم التوقيع على اتفاقية انشاء وكالة أنباء الخليج في يونيو ١٩٧٦ . أما الميلاد الفعلي للوكالة ، التي تتخذ من البحرين مقراً لها ، فكان في ابريل ٧٨ عندما قامت بالبث الاخباري لأول مرة .

وقد جاء في ديباجة اتفاقية انشاء الوكالة : أن حكومات الدول الاعضاء الموقعة على هذه الاتفاقية ، تأكيداً لروح الاخاء الاسلامي العربي وتوثيقاً لما يربط بين شعوب منطقة الخليج العربي من أهمية خاصة من النواحي السياسية والاقتصادية وغيرها . وادرaka لضرورة تعريف الرأي العام العالمي بأسرع الطرق وأيسراً لها بأحداث ومثل ومفاهيم وانجازات وقضايا هذه المنطقة والوطن العربي ورغبة في أن يتم ذلك بيسر وقوة . اتفقت حكومات الدول الاعضاء الموقعة على هذه الاتفاقية على انشاء وكالة أنباء الخليج^(٢٧) .

وأوضحت هذه الاتفاقية أن : الغرض من انشاء الوكالة تجميع الاخبار والمعلومات الاخبارية والتحقيقات والصور في الخليج العربي والخارج من أجل عرض الحقائق ، وتوزيع الماد على مؤسسات الاخبار والافراد بغية تزويدها بأكبر قدر ممكن من الخدمات الاخبارية الكاملة^(٢٨) .

والجدير بالذكر ، أن هناك وكالات وطنية للأنباء تعمل في دول المنطقة ، إلى جانب هذه الوكالة المشتركة ، وهذه الوكالات هي : وكالة الانباء الكويتية (كونا) ، وكالة أنباء

القطريه (قنا)، وكالة الانباء السعودية (واس)، وكالة أبناء الامارات (وام) ووكالة الانباء العمانيه .

ويقول (الدكتور عبدالله الجاسر) مدير عام الاعلام بالامانة العامة لمجلس التعاون : «تعتبر وكالات الانباء بدول المجلس أحد أهم القنوات الاعلامية الاساسية في مسيرة التعاون الاعلامي المشتركة بين الدول الاعضاء، وتكمّن تلك الأهمية في الامال والتطلعات التي تأتي بالتفاعل والاحتكاك والاتصال مع الواقع الجديد منظوره الجماعي المشترك » ويضيف قائلاً : «وفي مجال الاعلام الفكري تسعى الامانة العامة إلى أن يكون لهذه القنوات دور أساسي في نشر الثقافة واتزاء مجالات المعرفة عن طريق اعداد أبحاث متنوعة تهدف إلى ابراز أوجه التنمية التي تعيشها منطقة الخليج »^(٣٩) .

أما (وكالة أبناء الخليج) فتهتم بصياغة الاخبار الخليجية بصفة خاصة والعربية والعالمية ذات الصلة المباشرة بالاحداث التي تشهدتها المنطقة بصفة عامة .

وتقديم الوكالة تقريراً أسبوعياً بعنوان (الخليج في أسبوع) يتناول أبرز التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في دول الخليج العربية وانعكاساتها العربية والدولية . وتصدر (ادارة الاخبار) كذلك نشرة خاصة بجوانب الحركة الثقافية والادبية الخليجية بصفة خاصة والعربية بصفة عامة وذلك في يومي الاثنين والخميس من كل أسبوع .

وكذلك نشرة اقتصادية أسبوعية عن دول المنطقة نظراً لزيادة الاهتمام العالمي بالخدمة الاخبارية الاقتصادية .

ويعني قسم التحقيقات الصحفية والتقارير بصياغة واعداد التقارير والتحقيقات الصحفية المتعلقة بالمناسبات والاعياد الوطنية لدول الخليج العربية ومختلف الاحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعمرانية التي تهم المنطقة .

وقد أكد وكلاء وزارات الاعلام بدول الخليج في اجتماعهم بالرياض في يناير ١٩٨٨ أهمية استمرار العمل في مركز التجميع الاخباري من خلال (وكالة أبناء الخليج) على أن يتولى اعداد الاخبار والتقارير ذات الطابع الثقافي والاجتماعي والتنموي بدول المجلس وتکلیف محرر متفرغ في كل وكالة من وكالات الانباء في الدول الاعضاء باعداد هذه التقارير وتزويد المركز بها^(٤٠) .

وجاء ضمن توصيات الاجتماع الخامس للمدراء العامين لوكالات الانباء في دول الخليج العربية الذي عقد في يناير ١٩٨٨ أهمية «تسهيل عمل وكالة أبناء الخليج ودفع مسيرتها إلى الأمام . وبأن تقوم كل وكالة خليجية بتزويد وكالة أبناء الخليج بكلمة وافرة من التحقيقات الصحفية المتنوعة والمصورة على ان تتولى وكالة أبناء الخليج توزيع هذه التحقيقات إلى الصحف والمجلات العربية والأجنبية»^(٤١) .

ويقول مدير الوكالة (نبيل يعقوب الحمر) : إن الخدمة الاخبارية تهتم بالدرجة الأولى

بالحدث الخليجي وتطلعات انسان المنطقة في التقدم والبناء، وتوظيف ثروات المنطقة في خدمة الأجيال القادمة وتصحيح النظرة المغلوطة لدى الرأي العام العالمي الفائل ان الخليج برميل نفط ونبذ هذه النظرة، وتبين أن مواطن المنطقة انسان واع وطموح يواكب تطلعات العصر ويستخدم التفكير العلمي كأسلوب في الحياة^(٢٠).

وليس من شك في أن (وكالة أنباء الخليج) تحمل عبئاً كبيراً في تغطية أخبار المنطقة ونقلها إلى العالم الخارجي، وهو عبء تفرضه أهمية المنطقة وعملية التشویه التي تتعرض لها دول المنطقة في كثير من الصحف ووكالات الانباء الاجنبية. وتنطبع الوكالة القيام بدور في تصحيح الصورة المشوهة التي ترسمها وسائل الاعلام الاجنبية لانسان هذه المنطقة. خاصة بعد ان دخل النفط ومنظمة (أوبك) كعامل من العوامل التي تتخذ ذريعة لتشويه صورة الانسان العربي في وسائل الاعلام الغربية.

ان هذه الوكالة لكي تنجح في أداء رسالتها تحتاج ، بالإضافة إلى الامكانيات الضخمة ، إلى التنسيق الكامل مع وكالات الانباء الوطنية التي تعمل في دول مجلس التعاون .

ونلاحظ أن الوكالة ، سواء بالنسبة لما جاء في اتفاقية انسائها ، أو بالنسبة لدورها الاعلامي واعية لدورها في تأصيل الهوية الثقافية ولكن بقى عليها أن تؤدي هذا الدور المطلوب منها كما يجب ، في عالم يتصف بالاحتلال الاخباري الواضح والتدفق الاعلامي من جهة واحدة والسيطرة التي تتمتع بها وكالات الانباء العالمية في مجال جمع الانباء ونشرها . الأمر الذي اعطتها « مركزاً شبيهاً بالاحتكار في مجال نشر الاخبار على الصعيد الدولي . ومن ثم يتلقى العالم ٨٠ في المائة من انبائه من لندن وبارييس ونيويورك . ان الاحتلال في تداول الانباء هو فوق كل شيء الفرق بين كمية الانباء المرسلة من جانب العالم الصناعي إلى العالم النامي وبين كمية الانباء المدفقة في الاتجاه العسكري » « ويمكن القول ان وكالات الانباء الرئيسية لا تختص الا بين ١٠ و ٣٠ في المائة من انبائها للعالم النامي كله »^(٢١) . الأمر الذي جعل دول العالم الثالث تشكو من هذه الوضعيه ، غير المتوازنة ، وتنتخص شکوى دول العالم الثالث في هذا الصدد فيما يلي :

١ - أنها لا تحصل على ما تحتاجه من انباء ومعلومات ، وانما تتلقى رسائل اعلامية لا تناسبها .

٢ - أن انباءها ومعلوماتها لا تلقى الاهتمام الكافي من قبل وسائل الاعلام في الدول المتقدمة وغالباً ما تكون محرفة^(٢٢) .

يضاف إلى ذلك ميل وكالات الانباء العالمية إلى التركيز على الاخبار المفجعة كأخبار الحروب والصراعات والعنف والكوارث وتجاهل الاخبار الخاصة بالتطورات الايجابية . وقد ترتب على ذلك تقديم صورة مشوهة وناقصة للكثير من بلدان العالم النامي ، وللبلدان والشعوب العربية والاسلامية التي تتصف الاخبار عنها بقدر كبير من التشويه والتحريف بل والاساءة أيضاً .

ثالثاً - اذاعة صوت التعاون

تعتبر اذاعة (صوت التعاون) احدى انجازات التعاون الاعلامي المشترك بين دول مجلس التعاون. وهي اذاعة متنقلة تتناوب على تقديمها المحطات الاداعية بدول المجلس لمدة ثلاثة أشهر في كل دولة من دول مجلس التعاون، وذلك وفق برنامج محدد تعدد الامانة العامة للمجلس بالتنسيق مع الدول الاعضاء.

وتعتبر اذاعة صوت مجلس التعاون نواة أساسية لربط اذاعي مشترك بين دول المجلس تسعى الامانة العامة إلى وضع أسس ومرتكزات انطلاقاته الحالية والمستقبلية لايجاد صوت خليجي موحد يبرز أهداف وانجازات مجلس التعاون للرأي العام في المنطقة^(١).

وقد اعتمد وكلاء الاعلام بدول المجلس برامجين جديدين هما (أمثال من الخليج) و(قراءة في مكتبة) ليكونا من ضمن الخريطة البرامجية للصوت في العام الحالي (١٩٨٨). ودعوة كل دولة من الدول الاعضاء لانتاج ٢٦ حلقة من كل برنامج مع التأكيد على ترك المجال واسعا أمام الاداعات في الدول الاعضاء لتقديم فقرات أخرى في اذاعة صوت التعاون^(٢).

ان اقتراح مثل هذه البرامج، والاتفاق على تسميتها ومضمونها، يدل على امكانية وضع خريطة برامجية ملائمة لهذه الاداعة، تشرك فيها دول المجلس كافة، وتراعي العناصر الاساسية للهوية الثقافية لشعوب المنطقة خاصة مع ادراك أهمية الاداعة ودورها الاعلامي وقدرتها الفائقة على ايصال الصوت المطلوب في الداخل والخارج.

ونحن نضم صوتنا إلى اللجنة الفنية لصوت مجلس التعاون التي سبق أن أوصت بضرورة تحديد مقر ثابت لاذاعة صوت التعاون بأحدى الدول الاعضاء على أن تتولى بقية الدول بالتعاون مع الامانة العامة للمجلس تقديم الدعم المناسب له.

رابعاً - مركز التوثيق الاعلامي

بدأ مركز التوثيق الاعلامي مباشرةً أعماله في بغداد في منتصف عام ١٩٨١ . وقد سبق انشاءه دراسات جدوى قامت بها منظمة اليونسكو الدولية تناولت أهمية المركز وأهدافه وخدماته وأوجه نشاطه.

إن أهمية التوثيق تزداد بازدياد حجم المعلومات وتعدد لغاتها وأوعية نقلها ، وظهور موضوعات جديدة فيها ، وهكذا تتبين أن التوثيق سمة علمية حضارية من سمات عصرنا الحديث . ويسعى مركز التوثيق إلى تحقيق الأغراض التالية .

- تجميع أكبر قدر ممكن من الانتاج الاعلامي .

- تنظيم وتحليل الوثائق وأوعية نقل المعلومات المجمعة .

- توفير المعلومات التي يحتاجها المخططون والعاملون والباحثون في حقل الاعلام بمنطقة الخليج .
 - الكشف عن الاصول الحضارية والثقافية للمنطقة عن طريق تجميع التراث القومي والشعبي وفنون وأداب البيئة وتوثيقها واحتاجتها للاستخدام في وسائل الاعلام والنشر المختلفة .
 - تعزيز سبل التنسيق والتعاون في مجال انتاج البرامج والمواد الاعلامية وتبادلها في نطاق دول المنطقة .
 - الانفتاح على ثقافات العالم الخارجي وذلك عن طريق تبادل المطبوعات وخدمات الاعلام مع الدول المختلفة والمراكز المشابهة .
 - دعم البنية الاساسية لخدمات المعلومات والمكتبات والتوثيق بالاجهزه الاعلامية .
 - وقام المركز باصدار مجموعات كثيرة من المطبوعات تتضمن الادلة والكتشافات والسلسل التوثيقية وقوائم المؤلفات بالإضافة إلى تصوير المجموعات الصحفية من صحف ومجلات .. الخ .
- كما اعتمد المركز مشروعه لنشر (سلاليدات) عن دول الخليج العربية وتوزيعها على الناشرين في أوروبا لاغراض الاعلام والدعاه ولكي يتسعى لهؤلاء الناشرين الحصول على أية معلومات يرغبون فيها بيسر وسهولة^(٤٧) .

ويقول مدير المركز (عامر قنديطي): إن توثيق المعلومات في الوقت الحاضر يعتبر ظاهرة حضارية، وتقدم الأمم والشعوب يعتمد بشكل كبير على المعلومات المقتنة والمنظمة. وفي كل المجالات يتطلب العمل معلومات منتظمة وعلى هذا الاساس أطلق على العصر الحاضر عصر المعلومات أو عصر تفجر المعلومات، وفي مجال الاعلام يتطلب الامر توفير أكبر قدر من المعلومات في الاذاعة والتلفزيون والصحافة ووكالات الانباء . ويضيف قائلاً : ان المكتبة في المركز تهتم بالمقام الأول بالانتاج الفكري الصادر من منطقة الخليج^(٤٨) .

خامساً - مركز التراث الشعبي

تأسس مركز التراث الشعبي لدول الخليج العربية عام ١٩٨٢ ، ومقره مدينة الدوحة بدولة قطر . ويهدف المركز إلى دراسة أشكال ومضامين التعبير الشعبي ، وكل ما أنتجته الثقافة الشعبية بهذا الجزء من الوطن العربي ، على مر العصور ، ومن منطلق الدراسة الشاملة للتراث الشعبي العربي لعرفة أصوله ومكوناته وخصائصه ، جاء الاهتمام بهذا المؤثر الشعبي لمنطقة الخليج والجزيرة العربية للبحث عن منابع أصالتها وما يكمن في موروثها الشعبي الحي من ثراء بالغ وتعبير صادق عن معاناة أبنائها وابداعاتهم المختلفة ، ولتوفير مادة علمية محلية وأصلية للدراسات الادبية والفنية والاجتماعية في

علوم الانسان في دول الخليج ، وتاريخه وآدابه وفنونه ، وللحفاظ على مواد هذا التراث من الضياع والubit والتلوث والتلويم ، ولتوظيف المناسب منها ورفده بالحياة المعاصرة في شتى المجالات الممكنة^(٤١) .

وقد انطلق حرص دول الخليج على رعاية التراث الشعبي لهذه المنطقة وحمايته ، من رغبة أكيدة في البحث عن منابع الاصالة والتعرف على جوانب ابداعات الاجداد لدراستها وتحليلها وحفظها ذخيرة للاجيال القادمة والعبرة ليست في أن يحقق المركز أهدافه العلمية المحددة فقط ، وإنما أن ينطلق ليؤثر في حركة الثقافة والفكر في المنطقة وأن يضيف إلى الثقافة العربية شيئاً مما كان معموراً من تراث هذه الأمة^(٤٠) .

وينصب جهد المركز على دراسة المؤثرات الشعبية في دول الخليج العربية «ليس لأنها بمثابة الجذور والاصول فحسب ، بل ايضاً لأنها هي الوجه الاصيل والمؤكد للذات العربية العامة ، في الخليج خاصة والعالم العربي عامه»^(٤١) .

لاسيما وأن «المؤثر الشعبي في المنطقة محاصر ومهدد بالانقراض ما لم نسأر إلى جمعه وانقاذه قبل فوات الأوان»^(٤٢) .

ويهتم المركز ، بالإضافة إلى النقاط سابقة الذكر ، بجمع المراجع والمصادر الخاصة بالادب الشعبي من مكتبات العالم ، سواء منه الادب الشعبي العربي أو الادب الشعبي المتعلق بمنطقة الخليج والجزيرة العربية ، ويسعى إلى تدوين أنماط الادب الشعبي المختلفة .

ويصدر المركز مجلة علمية تهتم بالتراث الشعبي والمؤثرات الشعبية لدول الخليج والجزيرة العربية باسم (المؤثرات الشعبية) .

سادساً - مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك

تعد هذه المؤسسة أول مؤسسة خلنجية اعلامية مشتركة . وقد وقعت اتفاقية انشائها في المؤتمر الاول لوزراء اعلام الدول الخليجية في أبوظبي في ٤ يناير ١٩٧٦ وتهدف مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك إلى تحقيق الاغراض التالية :

ا - احياء التاريخ العربي والاسلامي وابرار المثل العليا لدين الاسلام الحنيف والتعريف بأمجاد الاسلام وسير ابطاله وقادته .

ب - احياء التراث الخلنجي وخاصة الفنون الشعبية والعمل على تسجيلها وثائقها لتكون مرجعاً تاريخياً ، ومصدراً للنهوض بمستوى الاداب الخلنجية .

ج - التعريف بكل مناطق الخليج من كل زواياها وجوانبها جغرافياً وسكانياً وسياحياً .

د - الارتفاع بمستوى الانتاج الفني للبرامج الاذاعية والتلفزيونية والقاء الضوء على ما يصدر من أهل الخليج من انتاج أدبي وفني وعلمي .

هـ - كشف البراعم الناشئة في مختلف مجالات الفنون والاداب والعلوم والعمل على تدريبيها واظهار مواهبها وتشجيعها بمختلف الوسائل الاعلامية .

و - اتاحة الفرصة للعاملين في المحطات التلفزيونية والاذاعية في الدول الاعضاء لرفع كفاءاتهم الفنية والمهنية واكتساب خبرات مختلفة ، نتيجة للاحتكاك المستمر بين العناصر المشاركة في أعمال هذا الانتاج .

وتمياز البرامج التي قامت المؤسسة بانتاجها بالطابع التثقيفي والتعليمي والتربوي بالإضافة إلى برامج الخدمة الاجتماعية . وقدمت منذ انشائها برامج اذاعية وتلفزيونية وأفلاما سينمائية تم عرضها على شاشات التلفزة في دول الخليج وفي عدد من الدول العربية الأخرى . وامتاز هذا الانتاج بتتنوعه ليشمل :

أ - الدراما التلفزيونية .

ب - البرامج التوجيهية والعلمية التلفزيونية .

ج - الافلام السينمائية التسجيلية .

د - مسلسلات الاطفال المدبلجة .

هـ - البرامج الاذاعية .

وتتبع المؤسسة في عملها أسلوب التخطيط المسبق والبحوث والدراسات النظرية والميدانية التي تتطلب بالضرورة اشراك عدد لا يأس به من الاختصاصات والخبرات بالإضافة إلى الندوات التقييمية التي تتبع انتاج الحلقة النموذجية من كل برنامج وطرح الاستبيانات على مختلف المهتمين اعلاميا وتربيويا .

ومن أبرز نتاجات المؤسسة برنامج (افتح يا سمسم) الذي صادف نجاحا كبيرا باعتراف كافة المهتمين والمتخصصين ، وقد ساهم في هذا النجاح الاعداد الجيد والدراسات المستفيضة من جانب الخبراء والمتخصصين الذين توصلوا في (ندوة افتح يا سمسم المنعقدة بالكويت في مارس ١٩٧٨) إلى الأمور التالية :

١ - اعتماد اللغة العربية المبسطة التي تلائم ذهنية الطفل العربي لغة للبرنامج .
٢ - وضع منهج للبرنامج مستمد من خصائص البيئة العربية ومن أبرز أهدافه تهيئة الطفل العربي للمدرسة الابتدائية .

٣ - اجراء بحوث ميدانية لغوية وتربيوية ونفسية لاختبار مدى تقبل الطفل العربي لهذا البرنامج واكتشاف عناصر الامتناع والتسلية لديه (٢٠) .

ويخلل (د. علي عيسى عثمان) هذا النجاح لأن كثيرا من هؤلاء العلماء والفنين اشتراكوا تفاعليا في كل خطوة من خطوات انتاجه من الدراسات المبدئية له وتصور مساميه إلى اختيار مسوداته (٢١) .

ويتفق مدير عام المؤسسة (ابراهيم اليوسف) مع هذا الرأي معللا نجاح البرنامج بالخطة السليمة والدراسات المسبقة التي وضعها للانتجاج وكذلك الاهداف المنهجية التي

وضعت من قبل المتخصصين والخبراء في مجالات التربية والتعليم وعلم النفس لتلبية احتياجات الطفل تربوياً وترفيهياً وهو ما كانت تفتقر اليه محطات التلفزيون في المنطقة حيث تعمد بدرجة كبيرة على البرامج المستوردة للأطفال فجاء هذا البرنامج موجهاً للطفل العربي، مراعياً احتياجاته واهتماماته، ومتتفقاً مع خصائصنا البيئية وتقالييدنا العربية، وفي تقديرني أن هذا يعد قاعدة لنجاح أي برنامج اذ ينبغي اجراء التخطيط والدراسات وتنقص احتياجات المشاهد أولاً، ومن ثم انتاج البرامج الملائمة^(٥٥).

يضاف إلى ذلك استخدام البرنامج للغة العربية الفصحى المبسطة السهلة الفهم والنطق وقد جاء هذا بعد اجراء اختبارات لغوية على العديد من الأطفال في اربع مدن عربية هي:

الكويت - عن منطقة الخليج، والقاهرة - وهي أكبر العواصم العربية، وعمان - عن بلاد الشام، وتونس - عن المغرب العربي. وقد قام بالاختبار عدد من المدرسين والاساتذة والمخacin في شؤون التربية. وكان الهدف الأول من ذلك هو تحديد مستوى اللغة الفصحى التي تتناسب وسن الأطفال دون ان يكون هناك تخصيص لبعض اللهجات المحلية أو الدارجة في بيتهما ، بحيث يصعب على الأطفال في البيئات الأخرى فهمها وادراها .

وهذه اللغة الفصحى المبسطة التي استخدمها البرنامج هي محور اهتمام العديد من المتخصصين والمهتمين بالكتابة الابداعية للأطفال ، ويقول (الاستاذ سليمان العيسى) ان اللغة الفصحى لابد منها في الوطن العربي لكن أية فصحى الفصحى المنتقدة ، المغربلة المشعة الموحية ، ومن الممكن أن أقول عن نفسي بعد تجربتي هذه أنتي أصبحت أعرف كيف أتعامل مع الطفل .. ومع اللغة وليس هناك من فكرة في هذه الدنيا من أعمق وأعماق افلاطون إلى ابسط الالعاب الا ويمكن أن تعطيها للطفل فيجب ان نكافح في التلفزيون وفي الراديو وفي صحفة الأطفال وحتى في الالعاب التي يجب أن تتحول إلى وسائل تعليم للأطفال^(٥٦) .

ان استخدام اللغة العربية الفصحى في هذا البرنامج يعطي الفرصة للأطفال للاستفادة من التلفزيون كاداة تعليمية تعينهم على مصاعب التحدث باللغة العربية واستيعابها خاصة في الدول العربية الخليجية التي ترك استخدام المربيات الاجنبيات داخل البيوت فيها آثاراً سلبية عديدة تقف مشكلة اللغة العربية في مقدمتها .

ويشير (الدكتور عصام عبدالجود) إلى أن تعدد اللغات التي يكتسبها الطفل من مختلف المربيات اللائي قمن بتربيته يجعله طفلاً هجينًا يكتسب أكثر من لغة ولا يستطيع التحدث بلغته الأصلية وهي اللغة العربية ، فعملية التعلم مهمة جداً في نمو اللغة عند الطفل ، والطفل يتعلم الاستجابة لاصوات الآخرين الذين يتحدثون اليه وهم بربونه ، وتأثير العلاقة بين الطفل وأمه في نموه اللغوي فإذا كانت العلاقة سوية أدت إلى نمو

سوى واذا كانت مضطربة أدب إلى نمو مضطرب^(٥٧).

بالاضافة إلى الآثار السلبية التي تشهدها منطقة الخليج على اللغة العربية بتأثير العمالة الوافدة، حيث نقرأ في بريد القراء في الصحف الاماراتية على سبيل المثال الكبير من الشكاوى حول الاستخدام الخاطئ للغة العربية على أيدي العناصر الاجنبية الوافدة. وقد قدم (الدكتور حيدر ابراهيم علي) أمثلة للكثير من الكلمات الاجنبية لا تستعمل كلمات عربية بديلة عنها فأصبحت هي الاصل في الاستخدام اليومي والتعامل التجاري. وقال (الدكتور حيدر) ان اللغة العربية افسحت المجال لما يسمى لغة عملية للتخاطب والتعامل اليومي ليس هي العربية ولكنها تحتوي على كلمات عربية ويستعملها العرب مكرهين لفهم الاخرين وقضاء أمورهم فيما يتعلق بالمعاملات وهكذا يتم تذويب اللغة العربية في هجين لغوي يبدو أنه يتغلب عليها تدريجيا ويقدم بانتظام مع ازدياد تأثير العمالة الاجنبية وانتشارها في مجالات الحياة اليومية^(٥٨).

ومن الجدير بالذكر أن أهداف برنامج (افتتح يا سمسـم) تشمل عشرة مجالات هي: المجال المعرفي ، الاجتماعي ، الصحي ، الفكري ، الاقتصادي ، التكنولوجي ، الجمالي ، القومي ، الروحي ، والانساني ، أي أنه برنامج تعليمي متوازن ، وقد خصص نصيب منه للسلوك الاجتماعي والتعاون ، وجـزء للطبيعة والبيئة من حول الطفل ، وجـزء للتعرف بالوطن العربي .

ومن نتاجات المؤسسة ايضا (موسوعة الحضارة العربية الاسلامية) التي تحددت أهدافها بالنقاط الآتية :

أولاً - تقديم معلومات موثقة عن الحضارة العربية الاسلامية تكشف قيمة تلك الحضارة ومكانها الانساني .

ثانياً - الاسهام في تأصيل الهوية العربية الاسلامية لدى أبناء هذا التراث وفي تعميق ثقتهم بالذات ودعم تحركهم الحضاري الراهن .

ثالثاً - القيام بدور اعلامي غير مباشر يكشف دور العرب المسلمين الحضاري لابنائهم وللعالم .

وتنوجه هذه البرامج الى المثقف العربي العادي خاصه وإلى كل مثقف من غير هذه الامة لتكشف أن الحضارة العربية الاسلامية كانت وما زالت :

- حضارة قيم روحية عليا .

- حضارة للانسان بوصفه اكرم مخلوق على الارض .

- احدى الحضارات العالمية الكبرى .

- حضارة أصالة وانشاء وعطاء^(٥٩) .

ومع ذلك ، فان هناك عقبات تقف في طريق المؤسسة أهمها عدم توافر النصوص الجيدة التي تعتمد عليها لانتاج البرامج التربوية والتنفيذية التي درجت على انتاجها ،

والمشكلات الناجمة عن المسلسلات الاجنبية التي تتم ترجمتها إلى اللغة العربية ، فيما يعرف بالبرامج المدبليجة ، وهي البرامج التي قامت بعض الدول الاعضاء برفضها لما تتضمنه من «أفكار تعارض مع المباديء والقيم السائدة في المجتمع الخليجي وخاصة أفلام الكارتون»^(١٠).

وبالرغم من النجاح المضطرب للمؤسسة في انتاج برامج راقية ومفيدة وجذابة يمكن بها من كافة محطات التلفزيون في الخليج دون استثناء ، الا أن نسبة هذه البرامج بالمقارنة بعدد ساعات البث في هذه المحطات لا زالت قليلة ، خاصة وأن عدداً من هذه المحطات بدأت في اذاعة برامجها منفصلين في وقت واحد ، وفي الكويت مثلاً ، نجد أن نسبة البرامج التي تنتجهما مؤسسة الانتاج البرامج المشترك لاتزيد على ٣٪ من مجموع ساعات ارسال البرنامج الاول ، في حين لا تبث هذه البرامج اطلاقاً من البرنامج الثاني^(١١).

ويرأينا أن هذه المؤسسة تعتبر أهم أجهزة الاعلام المشتركة بدول الخليج العربية لأنها تتولى قيادة العنصر الاهم في العملية الاعلامية وهو الانتاج الاعلامي التلفزيوني على وجه الخصوص ، ويشكل دعمها مالياً وفكرياً ضمانة لاستمرارها على طريق النجاح الذي شهدته في السنوات السابقة بالانتاج الذي أشرنا اليه ، لأنها معنية بالانتاج الذي يمكن اخضاعه للضوابط الكفيلة يجعله ينسجم مع خطة التنمية الثقافية ومع كافة العناصر التي تشكل الهوية الثقافية لشعوب المنطقة وتساهم في حماية ذاتيتها الثقافية والحضارية بمقوماتها العربية الاسلامية . وذلك من أجل أن يصمد الانتاج الوطني الخليجي في مواجهة البرامج المستوردة التي تحتل على شاشات تلفزيون دول المنطقة مساحات زمنية كبيرة والتي يتسرّب من خلالها الكثير من الافكار والقيم السلبية التي تتعارض مع هوية المنطقة وقيمها .

الخاتمة

لقد بنت الدراسة أن كافة أجهزة الاعلام المشتركة انطلقت في تحديد أهدافها ومبادرتها من المقومات والعناصر المشتركة للهوية الوطنية لشعوب المنطقة التي تعتبر جزءاً لا يتجزأاً من السمات البارزة التي تميز الهوية (أو الشخصية القومية) العربية . والتي ترتكز على الدين الاسلامي واللغة العربية .. الخ .

وبينت الدراسة أن هذه الاجهزه الاعلامية تهتم بالانتاج التلفزيوني وتطويره من خلال المهرجانات والندوات والاستعانة بالمخترعين ، من أبناء المنطقة والدول العربية الأخرى ، والتنسيق بين تلفزيونات المنطقة كما يفعل جهاز تلفزيون الخليج .

وأوضحت الدراسة المساعي الاهادفة إلى دعم وكالة أنباء الخليج لتمكينها من اداء دورها الاعلامي على الصعيد الاقليمي والقومي العالمي ، وكيفية قيامها بهذا الدور وأهميته في عصر يشهد سيطرة الوکالات العالمية للأنباء على التدفق الاعلامي .

وكذلك الدور الذي يمكن ان تؤديه اذاعة (صوت التعاون) في الاهتمام بالانتاج الاذاعي والاعلامي المشترك بما يخدم شعوب المنطقة ويساهم في تأصيل الهوية الثقافية فيها .

كما عرفتنا الدراسة على الاهداف والانجازات التي يقوم بها كل من (مركز التوثيق الاعلامي) و(مركز التراث الشعبي) في تأصيل الهوية الثقافية والكشف عن الاصول الحضارية للمنطقة .

وبيّنت الدراسة العوامل التي وقفت وراء ناجح برنامج (افتح ياسسم) الذي قامت بانتاجه (مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك) والظروف المحيطة بعمل المؤسسة والعقبات التي تقف في طريقها ، علما بأنها تعتبر من أهم أجهزة الاعلام المشترك بدول الخليج العربية ، نظراً لتصديها لمهمة الانتاج الاذاعي والتلفزيوني ، الذي يفترض فيه مراعاة المقومات الاساسية للهوية الثقافية ، خاصة وان البرنامج المشار اليه ، لقي نجاحاً كبيراً على صعيد الوطن العربي بأسره ، وقد اعتمد اللغة العربية الفصحى في حلقاته ، هذه اللغة التي تتأكد أهمية النهوض بها في مواجهة اللهجات العامية ، ومواجهة الخطر الذي تشكله العمالة الوافدة على اللغة العربية في منطقة الخليج العربي على وجه الخصوص .

ان هناك عقبات كثيرة تقف في طريق (مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك) أهمها المشكلات المالية المرتبطة بتمويل الانتاج البرامجي ، وقلة هذا الانتاج بالقياس إلى ساعات البث الطويلة التي تتميز بها المحطات التلفزيونية بدول المنطقة وهو ما يجعل نتاجات المؤسسة تحتل مساحة زمنية محدودة على شاشات تلفزيونات المنطقة . وقيام بعض الدول الاعضاء بالمؤسسة برفض عرض بعض نتاجاتها خاصة من الافلام والبرامج (المدبلجة) التي تقوم المؤسسة باستيرادها من الخارج وترجمتها والتي تثير أحياناً عاصفة من الاحتجاج عليها .

ومن هذه المشكلات ايضاً غياب نتاجات المؤسسة لفترات طويلة عن شاشات التلفزيون في دول المنطقة فيما عدا البرامج الصحية والمرورية والارشادية ، التي لا تدخل في اطار بحثنا عن تأصيل الهوية الثقافية ، وربما يفسر ذلك الغياب بالمشاريع الطموحة التي تسعى المؤسسة لتحقيقها ويتطلب ذلك سنوات طويلة وميزانيات كبيرة .

ولكن هذه المؤسسة التي قامت بانتاج عمل تلفزيوني جاد هو برنامج (افتح ياسسم) يفترض فيها المحافظة على هذا المستوى من النجاح واستمرار البحث عن الافكار والموضوعات الملائمة للانتاج والقادرة على الوقوف في وجه الانتاج الاجنبي وعدم اتاحة الفرصة لهذا الكم الهائل من البرامج المترجمة ، التي لا يشك بفائدة بعضها بالطبع . و تستطيع المؤسسة أن تقدم الانتاج الاذاعي والتلفزيوني الذي يتناول الصفحات

المضيئه في تاريخنا العربي والاسلامي ، والنصوص الابداعية التي تظهر في المكتبة العربية بين وقت آخر ، دون أن تغفل ما يبيحه الاتصال الثقافي من امكانية الانتقاء من الثقافات المعاصرة الأخرى لانراء الحياة الثقافية والاعلامية بما يتفق وطموحات الانسان العربي في هذه المنطقة من الوطن العربي .

الاقتراحات والتوصيات

ونجد في ختام هذه الدراسة أهمية التقدم بعدد من الاقتراحات والتوصيات التي نعتقد بفائدهها لانراء العمل الاعلامي المشترك والمليادين المتصلة به ، على النحو التالي :

- أهمية دعم مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك لكي تواصل دورها في تقديم الانتاج التنفيسي والتربوي الهادف إلى خدمة أبناء منطقة الخليج بما يتفق والشخصية العربية الاسلامية .

ضرورة الاقتراب من المشاكل الواقعية للشباب من أبناء هذه المنطقة وانتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية التي تعالج مشكلاتهم الحيوية .

- ضرورة الاهتمام ببرامج المرأة في الانتاج الخليجي المشترك بعد أن تعلمت وأصبحت ركنا أساسيا في حياة المجتمعات الخليجية .

- ضرورة الاهتمام بتطوير البرامج الدينية وآخرتها بطريقة جذابة وتطوير أساليب تقديمها ومعالجتها للقضايا المطروحة .

- ضرورة الاهتمام بالاخراج التلفزيوني للبرامج ذات الطابع الشعبي والتراخي من أجل تقديمها بطريقة مشوقة للمشاهدين .

- ضرورة الاهتمام بانتاج البرامج التي تحت على العمل اليدوي وذلك نظرا للنقص الفادح في الابدي العاملة المواطننة في دول المنطقة .

- أهمية التنسيق بين المجالس الوطنية للفنون والاداب وكذلك اتحادات الكتاب في الدول الخليجية ، ودعوتها للمساهمة في تقديم النصوص الملائمة للانتاج الاعلامي والتلفزيوني والمسرحى .

- أهمية تدريس فنون الاعلام والاتصال في المدارس لكي يعرف الناشئة الابيجابيات والسلبيات لهذا العالم الذي يعيشونه ويقضون معظم أوقات فراغهم معه .

- ضرورة الاهتمام بالبحوث الاعلامية التي ترشد خطوات المسؤولين عن أجهزة الاعلام الخليجي المشترك وتعريفهم على واقع العمل الاعلامي ومتطلبات نجاحه وتصحيح مسيرته .

- أهمية التوسيع في تدريس الاعلام بالجامعات الخليجية ، وتنفيذ المشروع الذي سبق طرحه ومناقشته حول انشاء أكاديمية خليجية للفنون الاعلامية .

- أهمية ايجاد مقر ثابت لاذاعة صوت التعاون لكي تؤدي دورها الاعلامي الصحيح وتخلق لها شخصية اذاعية متميزة بحيث يتم اعداد مادتها من جانب اذاعات جميع دول مجلس التعاون .

والله ولي التوفيق ٤٤٤٤٤

الهوامش والمراجع

- ١ - وثائق مجلس التعاون لدول الخليج العربية ، وزارة الاعلام والثقافة ، دولة الامارات العربية المتحدة ، بدون تاريخ ، كلمة الشيخ أحمد بن حامد وزير الاعلام والثقافة في التقديم للوثائق ، ص ١.
- ٢ - كلمة راشد عبدالله وزير الدولة للشؤون الخارجية في افتتاح اجتماع وزراء خارجية التعاون بأبوظبي في ٢٣ / ٥ / ١٩٨١ المرجع السابق ، ص ٢٩.
- ٣ - المرجع السابق ص ٤٠.
- ٤ - من وقائع المؤتمر الصحفي الذي عقد عقب الاجتماع الأول للمجلس الأعلى للتعاون بأبوظبي في ٢٧ / ٥ / ١٩٨١.
- ٥ - وثائق مجلس التعاون ، المرجع السابق ، ص ٢٣١.
- ٦ - مجلة (دراسات الخليج والجزيرة العربية) ، العدد ٤٨ ، السنة ١٢ أكتوبر ١٩٨٦ ، مشروع خطة التنمية الثقافية بدول مجلس التعاون ص ٣٥٠ - ٣١٠ .
- ٧ - مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، المصدر السابق ، كلمة عبدالله بشارة ، الأمين العام لمجلس التعاون ، ص ٣٠٦ .
- ٨ - عبدالعزيز عبدالله الجلال ، (خطة التنمية الثقافية لدول مجلس التعاون : مشروع مقترن ومقاهيم مختلفة) ، التعاون ، العدد السادس ، السنة الثانية ، ابريل ١٩٨٧ ، ص ٢٣ - ٢٤ .
- ٩ - عبدالله العمر (التواصل الثقافي بين دول مجلس التعاون - الواقع - والمطلوب) ، مجلة التعاون ، المصدر السابق ، ص ٤٢ - ٤٣ .
- ١٠ - عبدالعزيز الجلال ، سبق ذكره ص ٢٥ .
- ١١ - عبدالله العمر ، سبق ذكره ، ص ٤٧ .
- ١٢ - مجلة التوثيق الاعلامي ، المجلد ٢ ، العدد الثالث ، السنة الثانية ، ١٩٨٣ ص ٦٦ .
- ١٣ - حليم بركات ، المجتمع العربي المعاصر ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٨٤ ص ٥٠ .
- ١٤ - حليم بركات ، المرجع السابق ص ١١٣ .
- ١٥ - السيد يسن ، الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر ، بيروت ، دار التنوير ، ١٩٨١ ، ص ٦٦ .
- ١٦ - مصطفى المصودي ، النظام الاعلامي الجديد ، الكويت ، عالم المعرفة ، ١٩٨٥ ص ١٩٤ - ١٩٥ .
- ١٧ - شون ماكرايد - أصوات متعددة وعالم واحد ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ١٩٨١ ص ٨٣ .

- ١٨ - شاهيناز طلعت، الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، الانجلو المصرية، ١٩٨٠ ص ٨٠ .
- ١٩ - مصطفى المصودي، سبق ذكره ص ٢٠٠ - ٢٠٥ .
- ٢٠ - محمد عبده يمني، أقمار الفضاء غزو جديد، جهاز تلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية (٩)، ١٩٨٤ ، ص ٤٩ .
- ٢١ - محمد عبده يمني، المراجع السابق، ص ٢١ .
- ٢٢ - محمد سيد محمد، الصحافة بين التاريخ والادب، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٥ ص ١٢٦ .
- ٢٣ - شون ماكيرابيد، سبق ذكره، ص ٨٥ .
- ٢٤ - ابراهيم الدافوقى، الأنظمة الاذاعية في دول الخليج العربي، مجلة التوثيق الاعلامي، العدد الاول، السنة الاولى ١٩٨٢ ، ص ١٧ .
- ٢٥ - مقابلة صحفية مع (عبدالعزيز الرواس) وزير الاعلام العماني، صحيفة الخليج في ١٩٨٦/١١/١٩ .
- ٢٦ - كلمة الدكتور عبدالله الجاسر، في افتتاح اجتماع الوكلاء المساعدين لشؤون الرقابة بالرياض في ديسمبر ١٩٨٦ ، الاتحاد الطبيانية بتاريخ ٨٦/١٢/٢٨ .
- ٢٧ - حديث وزير الاعلام بدولة الامارات العربية المتحدة الشيخ احمد بن حامد لصحيفة الخليج بتاريخ ١٩٨٦/١١/١ .
- ٢٨ - مداخلة الدكتور حارث عبود عباس مدير الاعلام التربوي بوزارة التربية العراقية في ندوة مسؤولية الاعلام ثقافيا التي عقدت في البحرين، ديسمبر ١٩٨٦ ، نقلًا عن صحيفة الاتحاد بتاريخ ١٩٨٢/١٢/١١ ، ص ٦ .
- ٢٩ - مجلة تلفزيون الخليج، العدد الثالث، المجلد الرابع يناير ١٩٨٤ ، ص ٤١ .
- ٣٠ - مجلة تلفزيون الخليج، ابريل ١٩٨٤ ، كلمة (سعود دهلوى) مدير عام جهاز تلفزيون الخليج ص ٤٦ .
- ٣١ - المصدر السابق ص ٤٧ .
- ٣٢ - حديث الدكتور عبدالقادر طاش للاتحاد الاسبوعي بتاريخ ١٩٨٧/١/١٥ .
- ٣٣ - ابراهيم امام، نحو بلاقة تلفزيونية في البرامج الدينية، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية (٤)، ١٩٨٣ ، ص ١٤ - ١٥ .
- ٣٤ - مظفر مندوب، جهاز تلفزيون الخليج ودوره في الحد من ظاهرة التدفق البرامجي من الخارج، التوثيق الاعلامي، المجلد ١ ، العدد الرابع ١٩٨٢ ، ص ٧٣ .
- ٣٥ - مجلة تلفزيون الخليج، العدد الثالث، يناير ١٩٨٤ ، ص ٦ .
- ٣٦ - الامانة العامة لمجلس التعاون، وكالات الانباء في دول مجلس التعاون ، الرياض، ١٩٨٦ ، ص ٦٥ .
- ٣٧ - المرجع السابق ص ٣٨ .
- ٣٨ - كلمة (الدكتور عبدالله الجاسر) في تقديم كتاب (وكالات الانباء في دول مجلس التعاون)، المراجع السابق، ص ٤ .
- ٣٩ - صحيفة الاتحاد الطبيانية بتاريخ ١٩٨٨/١/٢٢ .
- ٤٠ - الاتحاد الطبيانية بتاريخ ١٩٨٨/١/٢٦ .
- ٤١ - مجلة تلفزيون الخليج، العدد الرابع، المجلد الخامس، ابريل ١٩٨٥ ، ص ٣٤ .

- ٤٣ - شون ماكرايد ، سبق ذكره ، ص ٣١٠ - ٣١١ .
- ٤٤ - راسم محمد الجمال ، دراسات في الاعلام الدولي - مشكلة الاختلال الاخباري ، جدة ، دار الشروق ، ١٩٨٥ ، ص ١١٧ .
- ٤٥ - الاتحاد الاسبوعي بتاريخ ١٩٨٧/١/١ .
- ٤٦ - نقل عن الاتحاد بتاريخ ١٩٨٨/١/٢٢ .
- ٤٧ - مجلة تلفزيون الخليج ، يناير ١٩٨٥ ، ص ١٢ .
- ٤٨ - مجلة تلفزيون الخليج ، المصدر السابق ، ص ص ٢٧ ، ٢٩ .
- ٤٩ - محمد رجب النجار ، ندوة التخطيط لجمع وتصنيف ودراسة الادب الشعبي ، الدوحة من ٤ - ٨ نوفمبر ١٩٨٤ ، مجلة العلوم الانسانية ، العدد السابع عشر ، جامعة الكويت ، ١٩٨٥ ، ص ٢٥٥ .
- ٥٠ - التوثيق الاعلامي ، العددان الثالث والرابع ، المجلد الثالث ١٩٨٤ ، كلمة عيسى الكواري وزير الاعلام القطري في افتتاح ندوة الادب الشعبي .
- ٥١ - المصدر السابق ، كلمة محمد عبدالرحمن الخليفي وكيل وزارة الاعلام القطري في افتتاح الندوة المشار اليها آنفاً .
- ٥٢ - نفس المصدر ، كلمة الدكتور سعد عبدالله الصويان في افتتاح ندوة الادب الشعبي .
- ٥٣ - مجلة البحث ، العدد الثاني ، نيسان/ابريل ١٩٧٦ ص ١٩٤ .
- ٥٤ - على عيسى عثمان ، المؤسسات التعليمية غير التقليدية وتهيئة الانسان العربي للعطاء العلمي ، بحوث ندوة (تهيئة الانسان العربي للعطاء العلمي) ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ١٩٨٥ ، ص ٣٢٣ .
- ٥٥ - مجلة تلفزيون الخليج ، العدد الثاني ، المجلد الخامس ، أكتوبر ١٩٨٤ ، ملف عن مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك ، ص ص ١١ - ٢٨ .
- ٥٦ - مجلة البحث ، الندوة العربية الاولى حول برامج الاطفال التلفزيونية ، العدد الثالث عشر ، ديسمبر ١٩٨٤ ، ص ١٢١ .
- ٥٧ - مجلة زهرة الخليج ، العدد ٤٦١ بتاريخ ١٩٨٨/١/٢٣ .
- ٥٨ - حيدر ابراهيم علي ، آثار العمالة الاجنبية على الثقافة العربية ، المستقبل العربي ، العدد ٥٠ ، ابريل ١٩٨٣ ، ص ١١٠ - ١١ .
- ٥٩ - مجلة التوثيق الاعلامي ، العدد الرابع ، المجلد الأول ١٩٨٢ ، تقرير عن مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك ، ص ٨٩ .
- ٦٠ - تقرير صادر عن مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك بعنوان (الإنجازات والنشاطات المحققة) يناير ١٩٨٥ .
- ٦١ - حمدي قنديل ، التبادل التلفزيوني بالأقمار الصناعية ، الرياض ، جهاز تلفزيون الخليج ، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية (١١) ١٩٨٤ ص ٢٦ .

● ● ●

صدر للآن عن جمعية الاجتماعيين

أول كتاب في
”سلسلة الدراسات الاجتماعية“



ظاهرة هناء الأحداث في مجتمع الإمارات

أحمد راشد راشد
أحمد راشد راشد

الكتاب متوفّر في المكتبات

توزيع :

مؤسسة البيان للصحافة والطباعة والنشر

ص.ب : ٢٧١٠ - هاتف : ٤٤٤٤٠٠

دبي - الإمارات العربية المتحدة

بحوث ودراسات

الاعلام العربي المشترك : التحديات وأفاق المستقبل

١ - كلمة أولى :

د . صالح خليل أبو اصبع *

قدمت انتفاضة الشعب العربي الفلسطيني منذ نهاية عام ١٩٨٧ في الأرض المحتلة للعالم أجمع أنموذج المقاومة والتحدي . وغطت أنباء هذه الانتفاضة وكالات الانباء العالمية .. ولتصبح حجارة الأطفال من أبلغ أدوات الاعلام في عالم يحترم عالم القوة وتصبح شجاعة فتیان فلسطين في انتفاضتهم الأخيرة رسالة اتصالية ^(١) في وقت بدأ العالم الغربي يتجاهل الدور الفلسطيني ويضيق الخناق اعلاميا على القضية العربية ، ويظهر التحيز الكامل للإعلام الغربي مع الكيان الصهيوني ، ولا غرو أن نجد صحيفة اميركية مرمونة تكتب عن انتفاضة الأرض المحتلة باعتبارها صوتا فلسطينياً ي يريد أن يسمع ريجان وجورباتشوف في لقاء القمة بينهما بواشنطن أن الشعب الفلسطيني يقاوم الاحتلال الذي يستمر في الضفة والقطاع ^(٢) يقول جوزيف هارش Joseph Harsch «لقد بُرِزَ في الشرق الأوسط اشتغال المقاومة العربية للحكم الإسرائيلي في قطاع غزة والضفة الغربية . إن الانتفاضة في اشتعالها جديدة ومختلفة » ^(٣) .

*جامعة الامارات العربية المتحدة - كلية الآداب - قسم الاعلام .

وتقديم انتفاضة الشعب العربي الفلسطيني فرصة لامتحان الاعلام العربي و تستدعي من الاعلاميين وقفه جادة لمناقشة واقع الاعلام العربي المشترك والتحديات التي تواجهه وبخاصة ان قضية فلسطين هي القضية المركزية لامة العربية و حولها تناثر دوماً أهم القضايا الاعلامية .

انه ملن نافلة القول إن الاعلام في عالم اليوم أصبح الصوت القوي للشعوب للتعبير عن قضاياها ، واصبح كذلك وسيلة الاتصال الدولي بتعزيز التفاهم بين الشعوب . إن للإعلام وظائفه واستخداماته المتعددة ، ومن هذه الوظائف الأخبار والمعلومات والتعليم والتعبئة وخلق الرأي العام والتوفيق والتواصل بين الحكومة والشعب ووظيفة الرقيب العمومي .

وفي الوطن العربي فإن وسائل الاعلام تقع عليها مسؤوليات كبيرة .

وتلعب وسائل الاتصال الجماهيري دوراً تحريضياً لتعبئة الشعب نحو الوحدة الوطنية والالتزام بالقضايا القومية ، والمساهمة في نشاطات التنمية الوطنية ، وكذلك تقوم وسائل الاعلام بدورها في تزويد الجمهور بالمعلومات وبالخدمات وبنشكيل وعي الناس ، وكذلك تلعب كاحدى الوسائل التربوية والعلمية العامة ، إذ بامكانها ادخال قيم جديدة وتعديل اتجاهات الناس وتغيير سلوكهم ، وهي أداة سياسية في مجال العلاقات الدولية لا نقل أثراً عن الناشطين الدبلوماسي والعسكري .

ان هذا كله يستدعي منا وقفة أمام الاعلام العربي المشترك وتفحصاً لمسئولياته في ظل العمل العربي المشترك وفي ظل الحاجة الماسة إلى فعاليات اعلامية مشتركة على المستوى القومي والمستوى الدولي . ولا يوجد نشاط انساني في الوطن العربي تواجهه التحديات مثلما يواجه الاعلام العربي ، فطبيعة الاعلام كنشاط اتصالي من حيث وظائفه وأهدافه وتأثيراته ونتائجها ، تجعل الاعلام العربي أمام مسؤوليات كبيرة تواجه تحديات أكبر وبخاصة اذا انتقل الاعلام إلى مخاطبة الرأي العام الغربي الذي تلوثه آلة الاتصال الجماهيري وتشوه صورة الانسان العربي لديه .

وفي الوطن العربي الذي يعاني من مشكلات عديدة من بينها مشكلة الأممية التي تعتبر من أعلى النسب في العالم إذ «أشارت احصائيات صدرت عن مؤتمر التربية الدولي في جنيف إلى أن ما يزيد على ربع البالغين من سكان العالم يعانون من ضعف القدرة على القراءة والكتابة وأن نسبة الأميين في العالم العربي تفوق أي منطقة أخرى . وأظهرت احصائيات تضمنتها دراسة لمنظمة اليونسكو طرحت أمام وفود المؤتمر أن ما يزيد على نصف البالغين في العالم العربي غير متعلمين ، وبينت الاحصائيات أن ٣٠٪ من النساء العربيات حرمن من التعليم وأن ثلث نساء من بين كل عشر بامكانهن القراءة والكتابة مقارنة مع ٥٨٪ من البالغين من الذكور^(١) .

ويعاني من التخلف في المجالات الاقتصادية والزراعية والتكنولوجية التي تتمثل في

أشكال التبعية ، تجعل بلادنا العربية من أكبر المستوردين لكافه أنواع السلع المصنعة والغذائية ، والمعلوماتية ، بالإضافة إلى المعاناة في المشكلات السياسية الناجمة عن الاحتلال الصهيوني لفلسطين وحرب الخليج ، والحروب العربية - العربية ، والتعرق السياسي الذي يشهد في أيامنا هذه ذروته مما يجعل التضامن العربي في ظل الجامعة العربية موضع تساؤل ؟

٢ - الاعلام العربي المشترك :

ولقد درج كثير من الدارسين إلىتناول الاعلام العربي المشترك من زاوية تكاد تكون متقاربة ، إذ إن معظم دراساتهم - في أغلبها - تقدم توصيفاً لواقع المؤسسات الاعلامية العربية المشتركة وأنشطتها وموانئها ، وهي تمثل في منهجها الوصفي إلى الابتعاد عن التحليل لواقع العملية الاعلامية العربية المشتركة^(٥) .

ولن نقف في دراستنا هذه عن تلك الدراسات ولكننا نعتبر أن التعرض لمثل هذا التوصيف لواقع العمل الاعلامي العربي المشترك ، يشكل خلفية أساسية لتحليل العملية الاعلامية العربية في مستواها المشترك . ولهذا فانتنا سنعمد في دراستنا هذه إلى معالجة هذا الموضوع من خلال ثلاثة محاور رئيسية ، وهي : أ - الواقع . ب - التحديات . ج - آفاق المستقبل .

واقع الاعلام العربي المشترك :

قبل الخوض في واقع الاعلام العربي المشترك فان ذلك يحتاج إلى تحديد مفهوم الاعلام العربي المشترك والذي يعني «كل نشاط اتصالي تشتراك فيه دولتان عربيتان أو أكثر من الدول العربية أو عدة وسائل اتصالية ملائمة في ظروف معينة ، سواء أكان ذلك على مستوى محلي أو إقليمي أو قومي أو دولي » .

وتعرّفنا هذا بفترض مايلي :

١ - وجود متصل عبارة عن مؤسسة أو تعاون بين مؤسستين تمثلان دولتين عربيتين أو أكثر .

٢ - وجود هدف محدد يعي المتصلون أبعاده .

٣ - وجود رسالة تم تصميمها واعدادها وارسالها بأسلوب تعاوني مشترك يتلاءم مع الهدف ويناسب الجمهور المتلقى .

٤ - وجود مستويات متعددة من الجماهير كهدف للعملية الاتصالية سواء أكانت العملية محلية أو إقليمية أو عربية أو دولية .

٥ - استخدام الوسيلة الاتصالية الملائمة .

٦ - تأثير الرسالة .

٧ - الظروف أو البيئة التي تتم فيها العملية الاتصالية .

وبوضح هذا التعريف الذي نقترحه عناصر العملية الاتصالية التي نراها ضرورية لتحقيق اكتمال العملية الاتصالية، وتعريفنا هذا يختلف عن تعريف د. راسم الجمال الذي يرى أن الاعلام العربي المشترك هو :

«الوظيفة الاعلامية التي تمارسها جامعة الدول العربية باسم ، ونيابة عن ، وبالاشتراك مع الاقطار العربية ، تحت اشرافها لصالح الوطن العربي في مجموعه»^(١) .

وندرك أن هذا التعريف يضيق مفهوم الاعلام العربي المشترك ليجعله محصوراً في النشاط الاعلامي لجامعة الدول العربية بما تعانيه من قدرات محدودة ، وهذا التعريف لا يفي العملية الاتصالية حقها من حيث ابراز عناصرها .

ومن خلال تعريفنا المقترن فاننا سوف نقوم بتحليل واقع الاعلام العربي المشترك .

١ - المتصل في الاعلام العربي المشترك :

نقوم أكثر من جهة عربية في ممارسة دور المتصل ، وتلعب جامعة الدولة العربية أهم دور اتصالي عربي مشترك من خلال العديد من الأجهزة المختصة بالعمل الاعلامي المشترك ، وهذه الأجهزة كما أوردها سليم اليافي الأمين العام المساعد لجامعة الدول العربية لشؤون الاعلام تتتمثل فيما يلي :

١ - مجلس وزراء الاعلام العرب :

ويقرر السياسات الاعلامية العربية وخطة التحرك الاعلامي كما يقرر الميزانيات .

٢ - اللجنة الدائمة للاعلام العربي :

وتكون من رؤساء أجهزة الاعلام في الدول الأعضاء أو من ينوب عنهم .. وهي تضع التخطيط العام لسياسة الاعلام العربي ، وتوجيه أعمال المكتب الدائم والادارة المركزية للاعلام .

٣ - المكتب الدائم للدعوة العربية :

ويعتبر ممثلاً للجنة الدائمة ، ويقوم بالتنسيق بين جهاز الاعلام في الجامعة ، ووزارات الاعلام في الدول الاعضاء .

٤ - الادارة العامة للاعلام :

وهي الجهاز المركزي في الامانة العامة المنوط به تنفيذ المشروعات بالاشتراك مع مكاتب الجامعة في الخارج .

٥ - مكاتب الجامعة في الخارج :

وعددتها ٢١ مكتباً موزعة في آسيا وأوروبا وأفريقيا .

٦ - اللجان الاعلامية ومجالس السفراء العرب :

وقد تكونت هذه المجالس ، وعدها مائة بعد حرب رمضان . وهي تتشكل من السفراء العرب في العاصمة الأجنبية ، ويرأسها عميد السلك الدبلوماسي العربي .

٧ - صندوق الدعوة العربية :

وهو صندوق تساهم فيه الدول الاعضاء للصرف وتمويل المشروعات الاعلامية .

٨ - الصندوق الخاص للاعلام :

وهو صندوق قرره مؤتمر القمة العربي السابع في الرباط واعتمد له (٣٠) مليونا من الدولارات ^(٧) .

وبالاضافة إلى أجهزة جامعة الدول العربية يقوم بالاعلام العربي المشترك أحيانا أخرى أجهزة اعلامية عربية من أكثر من دولة عربية ، مثل اشتراك وزارات الاعلام في قطرین أو أكثر في برنامج اعلامي ، أو قيام شركات اعلامية مشتركة بين قطر أو أكثر ، مثل هذه الأجهزة الاعلامية المشتركة تقوم عادة بانشطة مختلفة مثل اقامة ندوات عالمية مشتركة مثل الندوة التي أقيمت بباريس عام ١٩٨٤ بالمشاركة بين دولة الامارات ودولة قطر ، والتينظمتها اللجنة الدولية للعلاقات الاعلامية لدول الخليج العربي ، ومثل الشركة الليبية الكويتية التي أنتجت فيلم الرسالة ، ومثل الشركة الليبية التونسية للنشر المعروفة باسم «الدار العربية للكتاب» ، ومثل المؤسسات ذات التمويل العربي مثل مؤسسة الدراسات الفلسطينية والتي تسمى في نشر الكتب والمجلات التي تخدم القضايا العربية اعلاميا . ومعهد العالم العربي بفرنسا وادارة الاعلام بمنظمة الانطارات العربية المصدرة للبترول وجهاز تلفزيون الخليج وغيرها من المؤسسات العربية المشتركة .

وعلى الرغم مما يمكن أن تقوم به هذه المؤسسات الاتصالية من خدمات على مستوى قومي وبخاصة أن هذه المشاريع تقدم خدمات ذات مستوى جيد من الرسائل الاعلامية .

إن مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربي التي تأسست عام ١٩٧٦م تضم سبع دول باعتبارها مؤسسة اقليمية خلبيبة والتي أنتجت مجموعة من البرامج رفيعة المستوى مثل (افتح ياسمس) وبرنامج (قف)، وبرنامج (الكافش) وبرنامج (سلامتك) وغيرها ... لم تلق برامجها الحماس المتوقع من كثير من البلدان العربية غير المشاركة في الانتاج^(*) .

وقدم لنا مشروع القمر الصناعي نموذجاً للاعمال العربية المشتركة التي تقوم على

(*) لقد عرض برنامج (افتح ياسمس) على التلفزيون المصري بسعر مغر ، فلم تقبل مديرية التلفزيون عرضه ، وعرض على المديرة ان يقدم بالمجان ، ورفضت كذلك ، وكان تفسير مديرية التلفزيون لسبب اعتراضها عن هذا البرنامج الهدف أنها لا تستطيع أن تعرض هذا البرنامج والأطفال يلبسون الذي العربي ولهجتهم لها أثراها على لغة الممثلين .

أهداف عظيمة وتبأ بحماس شديد ، الا أنها ماتفتاً أن يعتريها الفتور ، أنشئت مؤسسة القمر الصناعي العربي للاتصالات (عربسات) عام ١٩٧٦ ، وقد أطلق أول قمر صناعي لها في : ٨ فبراير ١٩٨٥ ، وأطلق القمر الصناعي الثاني في ١٧ يونيو ١٩٨٥ . وكان الأمل في أن يصبح القمر الصناعي أحد الوسائل الرئيسية في تدعيم التعاون الاعلامي العربي وتعزيز فعالية الاعلام العربي المشترك .

وعلى الرغم من أن تعرفة استخدام القطاع العربي رخيصة جداً^(٤) اذ تبلغ ٨ دولارات فقط للدقيقة الواحدة للارسال و ٤ دولارات للاستقبال الا أن استخدام القمر الصناعي يبلغ أدنى درجات الاستخدام إذ إن استخدامه من قبل ١٢ دولة عربية لا يتجاوز ٣٢ دقيقة ارسال و ١١٥ دقيقة استقبال ، ويشكوا مدير عام المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية بأنه على الرغم من وجود القناة العربية الجماعية والتي صممت لالتقاط البرامج التلفزيونية في أي بقعة في الوطن العربي والتي أنشئت بهدف نقل البرامج الثقافية والتربوية والعلمية إلى المواطن في الجهات النائية الا أنه لم يتم الاستفادة من امكانيات هذه القناة^(٥) .

وكما يوفر القمر الصناعي العربي وسيلة هامة في تدعيم الاعلام العربي المشترك في مجال الاتصال الدولي ، حيث كان من المتوقع بقيام الشبكة الفضائية العربية استخدام القمر الصناعي العربي في التبادل الاخباري من خلال الشبكة الاخبارية العربية مما يسهم في سد ثغرة التدفق الاخباري بين الشمال والجنوب^(٦) .

ان فشل المؤسسات الاعلامية العربية المشتركة او عجزها ، او تكبيلها عن تأدبة واجباتها يجعل من القرارات العربية في مجال العمل المشترك ليست بأكثر من صبغ بيانية تفقد في أغلب الأحيان إلى مصداقيتها نظراً لأنها لا تجد مجالات لتطبيقها .

ان مراجعة أي قاريء لنصوص قرارات وتصويبات اللجان العربية الإعلامية المشتركة مثل اللجنة الدائمة للإعلام العربي ، أو مراجعة لقرارات مجلس وزراء الإعلام العرب ، يلحظ فيها كثرة القرارات والتوجهات التي لو طبقت لحققت الكثير من الأهداف^(٧) .

فكثير من الجهود الإعلامية المتميزة في مجال العمل الإعلامي العربي المشترك تعاني الان من الضمور في الميزانية المعتمدة لها ، وهذا يؤدي إلى تقليلها وفشل فعاليتها . وعلى الرغم من ادراك أولي الأمر لأهمية الإعلام ، في خدمة القضایا القومية إلا أن ذلك لم يؤد في واقع الأمر إلى تنفيذ الخطط الإعلامية المقترنة . ذلك أن الخلافات العربية السياسية والإيديولوجية بين الأنظمة العربية مازالت تسيطر على السلوك السياسي والسلوك الإعلامي العربي ويفرض نفسه على أشكال التعاون الإعلامي على المستوى الأقليمي والمستوى القومي والمستوى الدولي .

ان ادراك أهمية الإعلام كوسيلة هامة في تحقيق الأهداف القومية يجب أن يأخذ أولوية لدى القيادات العربية ، فالاعلام من ناحية عملية هو أقل الأدوات تكلفة

لتحقيق المصالح العربية : و اذا كانت السياسة دوما تسعى الى تنفيذ اهدافها محلياً و عربياً و دولياً من خلال قنوات وأدوات مختلفة سواه ، وكانت من خلال القوة الاقتصادية أو الدبلوماسية أو القوة العسكرية فلا شك أن الاعلام يستطيع أن يخدم العمل السياسي بتكلفة أقل من غيرها من الأدوات بشرط أن يعد له اعداداً جيداً و توفر له الموارد اللازمة البشرية والمادية .

٣ - واقع الاعلام العربي والتحديات

لا يغيب عن بالينا أن الاعلام العربي المشترك ، ظل دوماً ينقل معه أمراض الاعلام العربي القطري والذي يتوجه دوماً في مخاطبة الرأي العام المحلي والخارجي بازدواجية ملفقة للانتباه .

وبينما تتوقع من الاعلام العربي الخارجي المشترك أن يكون مكملاً وامتداداً طبيعياً للوظيفة الاتصالية للمؤسسات الاعلامية العربية المشتركة ، ولنشاط الجامعة العربية ومكاتبها الاعلامية في الخارج الا أنه أيضاً يجب أن يكون هذا الاعلام المشترك امتداداً للأنشطة الاعلامية للدول العربية . وهذا يفترض أن الرسالة الاعلامية التي توجهها مؤسسة اعلامية عربية مشتركة يجب ألا تتناقض مع رسالة اعلامية من دولة عربية ما خاصة في الرسائل ذات الطبيعة القومية .

وكثيراً ما يختلط الأمر فيما يتعلق بالرسالة الاعلامية الموجهة للخارج أو للداخل ويتصور البعض أن ضرورة التفريق بين الاعلام الداخلي والاعلام الخارجي يعني أساساً الاختلاف في مضمون الرسالة فحسب .. ومن ثم قد يجد المتابع أن الرسالة التي تبث في الداخل حول مسألة ما .. تناقضها رسالة أخرى حول القضية نفسها تم بنها في الخارج .. إن العالم أصبح قرية كبيرة على رأي ماكلوهان ، وهذا يعني أن هذه الازدواجية في الخطاب الاعلامي ستؤدي إلى فقدان الثقة بأي كلمة عربية تقال داخل الوطن العربي .. حيث يعتبر الاعلام مجرد بيان لغوى للاستهلاك المحلي .

ان التفارق بين الاعلام العربي المحلي والاعلام العربي الخارجي يجب أن يقوم على أساس وجود حقيقة .. بل دائماً هناك حقيقة .. ولكن يجب أن يختلف أسلوب تقديمها .. نظراً لاختلاف الجمهور واختلاف الأهداف المرتبطة بالعملية الاتصالية .

يهدف الاعلام العربي الداخلي في العادة إلى تدعيم علاقة الولاء لدى المواطنين وادماجهم في خطط التنمية الوطنية وتنمية الشعور الوطني . الا أن الاعلام الخارجي يهدف إلى خلق تعاطف لدى الجمهور الأجنبي من خلال علاقة المصلحة وبقظة الضمير الإنساني ، ولهذا فإن التفرقة بين نمطي الاعلام العربي المحلي والاعلام العربي الخارجي ضرورية .

ويتجسد واقع الاعلام العربي المشترك في جملة من الظواهر السلبية تتمثل فيما يلي :

١ - الاعلام العربي المشترك اعلام غير مدروس : ينقصه التخطيط واعداد الحملات الاعلامية المتابعة التي تستطيع استقطاب الجمهور والمحافظة عليه من خلال سياسة النفس الطويل .

٢ - ان الاعلام العربي المشترك اعلام غير متخصص : فهو يخلط في جمهوره بين الجمهور العام وبين النخبة . وبينما يطمح الاعلاميون العرب الوصول إلى الرأي العام ، فإنهم يخاطبون الرأي العام وقادة الرأي باللغة العربية نفسها وبالاسلوب نفسه ، ولا شك أن توجيه الرسائل المتخصصة لجمهور خاص سيزيد من امكانية نجاح العملية الاتصالية .

٣ - الاعلام العربي اعلام غير مثابر : فالاعلام العربي المشترك اعلام موسمي يطرح القضايا ولا يتبعها ، وتنام الندوات الاعلامية ولا يؤخذ بتوصياتها .

٤ - الاعلام العربي اعلام غير ديمقراطي يقوم على مبدأ الخوف : فهو اعلام يركز محليا على الاعلام الأمني وهو اعلام لا يثق باعلاميه ، ولذا يسود تقييد الحريات ، ويلعب الرقيب دورا كبيرا في السيطرة على مضمون الرسالة الاعلامية . ولذا فإن مبدأ حق التعبير الذي أقرته الدساتير العربية وأقره مجلس الجامعة سنة ١٩٧٨م في ميثاق الشرف الاعلامي بمادته الأولى يظل هذا المبدأ حبرا على ورق ، وقد جاء في المادة الأولى من هذا الميثاق .

يقوم الاعلام على حقيقين : حق التعبير وحق الاطلاع ، وهو : يمكن بالتالي في صلب كل نشاط انساني على صعيد المعرفة والثقافة والتربية . ولذلك يتبعن عليه أن يعمل على تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة ، والمثل العليا المتراءكة في التراث البشري ، وأن ينشد الحقيقة المجردة في خدمة الحق والخير ، وأن يسعى إلى شد الأواصر وتعزيز التفاهم والتفاعل والتبادل ماديا ومعنويا في المجتمع العربي والدولي » .

(المادة الأولى : ميثاق الشرف الاعلامي العربي سنة ١٩٧٨م)

٥ - الاعلام العربي المشترك اعلام مبعثر : وعلى الرغم من أن هناك بعض الأنشطة الاعلامية المشتركة الا أن الجهود العربية في المجالات الاعلامية وبخاصة في الاعلام العربي الخارجي هي جهود مبعثرة لا تقدم جهدا واحدا مشتركا فيه نوع من الاتساق والتكامل والتنسيق .

وهذه السلبية كان يمكن تفاديتها لو تم الالتزام بالمادة الثانية من ميثاق الشرف الاعلامي العربي والتي تنص على :

«أن وسائل الاعلام العربي تحرض على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدمه للرأي العام في الداخل والخارج ، وتensem بامكاناتها جميعاً في تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول

العربية ، وتتجنب نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي ، وتمتنع عن توجيه الحملات ذات الطابع الشخصي » .

(المادة الخامسة : ميثاق الشرف الاعلامي سنة ١٩٧٨)

٦ - الاعلام العربي اعلام لا يعتمد مبدأ ايراد الحقائق : فبعض الرسائل الاعلامية العربية المحلية والخارجية رسائل غير صحيحة ولا تعتمد ايراد الحقائق كاملة ، وبعضها يعتمد ايراد نصف الحقيقة بما يشعر المرء أحيانا بتناقض الرسالة الاعلامية العربية وبزيتها .. وعلى الرغم من أن ميثاق العمل الاعلامي العربي ، وجميع نصوص القوانين والمواثيق والاتفاقيات المنظمة للاعلام تطالب بالصدق والالتزام بتقديم الحقيقة خالصة إلى الانسان العربي الا أن هذا ما زال مطلبا بعيد المنال ، وكان الميثاق العربي قد حدد مسؤوليات الاعلام العربي كما يلي :

« تتحمل وسائل الاعلام العربي مسؤولية خاصة تجاه الانسان العربي ، وهي تلتزم بأن تقدم له الحقيقة الخالصة الهادفة إلى خدمة قضياءه ، وأن تعمل على تكامل شخصيته القومية ، وانماطها فكريا وثقافيا واجتماعيا وسياسيا ، اواظهار حقوقه وحرياته الأساسية ، وترسيخ ايمانه بالقيم الروحية والمبادئ ، الخلقية الاصلية ، وعلى تربية الشباب على احترام حقوق الانسان ، والاعتداد بشخصيته القومية ، وتنمية حس الانسان بواجباته تجاه مجتمعه ووطنه وأمنه العربية »

(المادة الثالثة : ميثاق العمل الاعلامي العربي سنة ١٩٧٨)

٧ - الاعلام العربي اعلام نمطي تقليدي : سواء في مخاطبته الجمهور في الداخل أو في مخاطبته للرأي العام الأجنبي ، ولكن يتكسر اسار النمطية فان الاعلام العربي يحتاج إلى ثلاثة شروط أولية ، أولها توفير مناخ الحرية وثانيها توفير الامكانيات المادية ، وثالثها تأمين ظروف الابداع وتسهيل فرص العطاء والابتكار للاعلاميين .

لقد لاحظ الشاذلي القليبي الأمين العام لجامعة الدول العربية هذه المشكلة وذلك في خطابه أمام مجلس وزراء الاعلام العرب يوم ٢/٧/١٩٨٥ م بتونس حينما قال :

«كيف نصنع أمة عربية عصرية متحركة ومتطرفة بمعزل عن هذه الوسائل الجديدة للإعلام والتوعية؟ هل يكفينا في ذلك تكرار قوالب تقليدية اعتدنا اجترارها في المناسبات ، عندما نسير إلى روابط اللغة والتاريخ والحضارة والدين؟ هذه لا شك أنسس هامة . تولف أرضية فريدة قل أن حظيت بمثلها مجموعة من الشعوب في العالم . ولكن لتصبح فاعلة ، لابد من تحريكها في مجالات الحاضر وأفاق المستقبل ، ولا أقدر على اظهار هذه الابعاد الفاعلة من الوسائل السمعية والبصرية التي يختص بها عصرنا والتي لم تحسن لحد الآن مجتمعاتنا العربية استثمارها لصالح تنميتها الداخلية ، ولخدمة أواصر

التضامن والتكافل بينها .^(١٢)

٨ - الاعلام العربي المشترك اعلام فقير : على الرغم من أن معظم الدول العربية النفطية وغير النفطية تتفق أموالا طائلة على مشاريعها الدعائية في الداخل والخارج إلا أنها بخيلة في الإنفاق على المشاريع الإعلامية العربية المشتركة والتي أقرتها الجامعة العربية ومجلس وزراء الاعلام العربي وغيرها ، وتعاني دوماً المشاريع الإعلامية العربية المشتركة من مشكلة التمويل أو العجز في ميزانيتها .

٩ - الاعلام العربي المشترك تعوزه الخبرة : على الرغم من وجود خبرات اعلامية عربية قديرة الا أن المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة تفتقد إلى وجود هذه الخبرات التي تشرف وتتفقد على العمل العربي المشترك محلياً وعربياً . اذ كانت الترشيحات للعمل في المؤسسات العربية المشتركة - ومن ضمنها الجامعة العربية - هي ترشيحات تخضع للجنسية ، وهي تتبع ترشيحات الاقطار ، وهي في الغالب ترشيحات لأهل الثقة أو الحظوة بدلاً من أهل الخبرة والعلم .

٣ - ١ : التحديات من خلال الواقع العربي :

ومع وجود هذه المظاهر فإن هناك العديد من القضايا التي تواجه الإعلامي العربي .. وتشكل بالنسبة له عوامل تحد مهنته الإعلامية ورسالتها .

فعلى المستوى العربي نجد أن أول هذه القضايا يتمثل في الإقليمية حيث تشكل الإقليمية في مواجهة المصالح القومية تحدياً أساسياً يحول دون نجاح العمل الإعلامي العربي المشترك ، ويعيق مسيرة هذا العمل الإعلامي ، ومع وجود الإقليمية وتعزيزها نجد أن العديد من الأمور تؤثر على مسيرة العمل الإعلامي العربي المشترك وتجاهنه ، فعلى سبيل المثال تختلف المواقف العربية من الصراع العربي الإسرائيلي وخاصة فيما يتعلق بقضية التسوية والمؤتمر الدولي للسلام . وكذلك الموقف العربية من حرب الخليج . وكذلك فإن الاعلام العربي يواجه تحديات التنمية ، وإذا كان البعض ينظر إلى أن التنمية يمكن أن تتحقق قطرياً ، الا أن التجارب الانمائية العربية على امتداد نحو ربع قرن أو أكثر أكدت أن التنمية القطرية تنمية عرجاء على الرغم من توفيرها بعض مظاهر الرخاء وتأمين البنية الأساسية - خاصة في المجتمعات النفطية - الا أن التحديات القطرية ظلت عاجزة عن فك ارتباطها الاقتصادي وتبعيتها للغرب ، ولذلك فإن تحقيق أولويات الأمن القومي كالأمن الغذائي ما زال حلماً بعيد المنال بالنسبة للدول العربية . لقد عرج الأمين العام لجامعة الدول العربية على هذه القضايا وأكد على أنها تشكل التحديات الأساسية للإعلام العربي المحلي والخارجي وهذا ما حداه أن يطرح هذه المسؤوليات أمام وزراء العمل لتصبح تساءلاً يحتاج إجابة من صناع القرار الإعلامي

ومنفذيه ، يقول الشاذلي القليبي :

« وهذه القضايا يمكن للاعلام العربي أن يضطلع فيها بمسؤوليات جسام ، إن سلباً أو إيجاباً ، حسب المنحى الذي ينحوه ، وحسب الوعي القومي الذي يظهره ، والنضج الذي يرتقي إليه في ادراك مصالح أمتنا . »

في خصوص حق مجتمعتنا في أن يكون لها اعلام واع وناضج وشمولي ، وفي خصوص مساهمة الاعلام العربي في تطوير مجتمعنا ، باعتبار الاعلام أحد أجهزة التنمية ، وفي خصوص خدمة قضيائنا العربية على الساحة الدولية ، فإنه لنا حقاً أن نتساءل هل أن الاعلام العربي يضطلع برسالته الكاملة في مواجهة هذه التحديات المختلفة ، على الوجه الذي تمليه كل المواقف العربية ؟ »^(١٢) .

٣ - ٢ : التحديات الخارجية :

لا مندوحة من القول بأن الاعلام العربي يواجه تحديات خارجية لا تقل أهمية عن التحديات التي تواجه الاعلاميين العرب على مستوى عربي فالعالم الخارجي عالم ليس مكوناً من الأصدقاء .. إنه عالم تحكمه المصالح وتحكمه كذلك علاقات تاريخية وثقافية أنتجت أنماطاً من الصور المشوهة وال العلاقات المرتابة والسلوك المتعصب والمتحيز ، ولذا فإن الحديث عن التحديات الخارجية للاعلام العربي المشترك تتمثل بثلاث علاقات :

- أ - نحن والغرب .
- ب - نحن وشعوب العالم الثالث .
- ج - نحن والمعسكر الاشتراكي .

٣ - ٢ - ١ - نحن والغرب :

لعل من أهم الأمور التي يمكنها أن تشغل بال المخاططين الاعلاميين العرب عند مخاطبة الرأي العام الغربي تلك الصور المشوهة التي تغمر السوق الاعلامي الغربي ، والصور المتعددة للتضليل الاعلامي الذي تمارسه آليات الاعلام الغربي .

يرى محمد حسنين هيكل أن جذور تشويه صورة العرب في وسائل الاعلام الغربية ترجع في بعضها إلى أسباب تاريخية نتيجة عدم الثقة والخوف المتبادل بين العرب وأوروبا نتيجة نزاعات رئيسية مثل الاسلام والإمبراطورية الرومانية الشرقية ، والصلبيين والصراع على السيطرة على خطوط التجارة ، ونتج عن ذلك علاقات بين العرب والغرب امتازت بحساسيات اقتصادية وعسكرية ودينية وعرقية وثقافية »^(١٣) .

وقد رأى هيكل بأن تشويهات صورة العربي في العالم الغربي قد أسمم العرب في خلقها ، وهي تتمثل فيما يلي :

- ١ - الظواهر السلبية المرافقة لعملية التنمية .

- ٢ - صورة الشيخ البليونير والتصورات الخاطئة لعدد من الأثرياء العرب .
- ٣ - عدم قدرة العرب على فهم القضية والأسلوب الصحيح لتقديم صورة صحيحة عن أنفسهم .^(١٥)

ويمكن للمنتبيع لتشويه الصورة العربية في الخارج أن يرى مجموعة من القضايا التي تشكل مصادر تشويه الصورة العربية في وسائل الاتصال وهي كذلك مصادر التضليل الاعلامي الغربي ضد العرب .

وهذه المصادر لتشويه صورة الشخصية العربية تتمثل فيما يلي :

- ١ - العرب والنفط والثروة النفطية .
- ٢ - العرب وعداؤهم للكيان الصهيوني .
- ٣ - العرب مصدر الإرهاب في العالم .
- ٤ - العرب وتعصيمهم الديني والطائفي .

يقول أريك رولو الصحفي الفرنسي اليهودي الشهير :

«أعترف بالتحيز ذلك أننا معشر الصحافيين متخيرون بطريقة أو بأخرى»^(١٦) .
لقد عمل هذا التحيز دوراً في صنع أشكال متعددة للصورة النمطية للإنسان العربي ، يتحدث جاك شاهين في كتابه عرب التلفزيون (The TV Arab) ، عن أشكال متعددة للصورة النمطية وهي التي يوظفها كتاب التلفزيون الأمريكي في كتابتهم ، وهي غير حقيقة ، وتتمثل بما يلي :

- ١ - أن العرب يشترون أميركا .
- ٢ - أن الأولي مرادفة للعرب .
- ٣ - أن الإيرانيين عرب .
- ٤ - أن جميع العرب مسلمون .
- ٥ - أن العرب يسترقون البيض وحكامهم غير متحضرين .
- ٦ - جميع الفلسطينيين ارهابيون .
- ٧ - النزاع العربي الداخلي .
- ٨ - العرب هم أعداء العالم .^(١٧) .

ومن خلال مراجعة للوسائل الاعلامية الغربية وعلى الأخص الأمريكية يمكننا متابعة عناصر التحديات للإعلام العربي في الخارج وهو هي بعضها :

٣ - ٢ - ١ العرب والنفط والثروة :

اشار جاك شاهين أعلاه بأن الصورة النمطية للعرب في أمريكا أنهم يشترون أميركا ، وأن منظمة الأولي هي منظمة عربية ، وهاتان الصورتان تكملان بعضهما ، وقد أشار وليد خدورى الى أنه «نتيجة النفوذ الهائل لوسائل الاعلام الغربية على شعوبها وبقية

شعوب العالم فان الأمر هنا لم يعد يقتصر فقط على ماهية الصورة التي تنقلها هذه المؤسسات عن العرب ، ولكن ايضا ، ومع مرور الزمن ، أصبح تراكم معلوماتها يشكل خطرا حقيقيا على الأمرين السياسي والاقتصادي ، ويمكن تلمس ذلك بشكل جلي عند نغطية الموضوعات العربية عموما ، والقضية الفلسطينية وشئون النفط والطاقة على وجه الخصوص ^(١٨) .

وأوضح خدورى أنماطا من الحملات المعادية التي شنتها وسائل الاعلام الغربية ضد منظمة الأوبك واقطاراتها والاقطارات العربية بصورة خاصة ويمكن تلخيص عناصر الحملة الاعلامية كما أوردها خدورى في النقاط التالية :

١ - الرابط المباشر ما بين الأوبك والشعارات والرموز السلبية والمقونة في المجتمعات الغربية والتي تساعد على تكوين رأي عام ضدها ، مثل استخدام تعبير الكارتل والمجموعة الاحتكارية .. وتكرار ربط هذه التعبيرات بالأوبك يكرس الصورة لدى الرأى العام وصانعي القرارات بأن هذه المجموعة من الدول هدفها الابتزاز ومصادرة الأموال والموارد بأساليب ملتوية .

٢ - اتهام منظمة الأوبك بأنها وراء التضخم والكساد الاقتصادي في الاقطارات الصناعية الغربية بسبب زيادة اسعار النفط الخام في السبعينيات ولذا قام رجال الاعلام والساسة الغربيون بتضليل الرأي العام حول خطورة دول الأوبك في رفع معدلات التضخم ، وهذا التضليل كان يبحث عن كيش فداء أجنبي للاقاء الازمات الاقتصادية على كاهله وكذلك تعينة الرأى العام الغربي بهدف إلى تنفيذ سياسات اقتصادية واستراتيجية لترشيد الاستهلاك والحفاظ على الطاقة ، وتقليل الاعتماد على النفط .

٣ - توجيه الجمهور الغربي نحو تكوين أوهام خاطئة عن الطاقة مما أدى إلى خلق انطباعات محددة عن النفط وأصحابه ودفع إلى نشوء أنماط جديدة لاستهلاك الطاقة . ومن أبرز الاوهام ترسیخ أن الأوبك هي منظمة عربية وأن العرب هم وحدهم الذين ينتجون النفط وأن أي حدث نفطي ذو علاقة مباشرة بالعرب .

٤ - وضع معالم الشخصية العربية في الادبيات والمؤسسات الغربية في صورة نمطية تشوّه حضارتها وثقافتها .

وهذه الصورة النمطية هي نتيجة حتمية لمحاولة الغرب في ابقاء صورة العربي في صورة نمطية جامدة هي محصلة تراكمية لهجوم قديم موجه ضد العرب ويتم تكرис هذه الصورة بتشبّه العربي بالفقير الوسخ والسلطان السمين وربطه بالحرير والجواري والمتاجرة بالعبيد والارهاب الدولي .

٥ - انحسرت في بداية الثمانينيات نغطية أخبار الأوبك وتغيرت لهجة المخاطبة نتيجة لتغيرات السوق النفطي العالمي .. فبعد أن كانت الأوبك هي المارد أصبحت اقطار الأوبك في حالة فوضى ومحنة دائمة ومنقلة بالديون ، وممزقة وأصبحت وسائل

الاعلام المتزنة ترکز على قرارات منظمة الأوبك التي تتحدى السيادة الوطنية والأمن القومي، أو تضارب مصالح الدول، أو المشاكل التي لا تجد حلولاً، أو التشهير بوزراء المنظمة^(١).

ان المقومات السالفة للحملة الاعلامية الغربية فيما يتعلق بالنفط العربي ومنظمة الأوبك تشكل عناصر أساسية للتحدي المستمر للعلام العربي المشترك في الخارج. وتستمر الحملة الاعلامية الغربية لتجعل من العرب أصحاب ثروات خيالية ينفقونها بلا حساب، وعلى الرغم من أن الثروة العربية كما يرى هيكل ثروة متواضعة اذ إن العائدات النفطية السنوية الاجمالية لمجموع دول الاوبك العربي وغير العربي تصل إلى حوالي ١٧٠ بليون دولار ، وهذا يساوي الدخل القومي لايطاليا بينما لا يكاد دخل الدول العربية سنة بعد سنة بينما تعتمد هولندا على مصادر لا تنضب^(٢). وهذا الرقم حينما كانت أسعار النفط مرتفعة وكمية الانتاج كبيرة . وتضاءل الانتاج والمداخيل كثيرا الان . وفي اطار التشهير بالعرب جرى في الولايات المتحدة سلسلة من المؤامرات السياسية والاعلامية التي حاولت تشویه صورة الانسان العربي ، وهذا ما عرف بـ ABSCAM وهي فضائح ربطت بصورة الشیخ العربي الراشی للسياسيين الاميركيین .. فقد قام عمالء مكتب التحقيقات الفدرالي FBI بالاعتماد على الصورة النمطية للعرب كركيزة يعتمدون عليها لرشوة بعض الساسة الاميركيين متخفين بالزي العربي باعتبارهم شيوخا عربا .

ويقول روزنثال A.M. Rosenthal المدير التنفيذي لجريدة النيويورك تايمز « انه لن يعجبني اذا قام رجال مكتب التحقيقات الفدرالي بعمل "Jews Scam" فقد أختير العرب لأن وسائل الاعلام تفهمهم من بين أشياء أخرى بأنهم يشترون أمريكا ، بينما العرب هم أقل المستثمرين بالقياس إلى الالمان والبريطانيين والكنديين والسويسريين واليابانيين^(٣) .

ولقد كانت شخصية العربي الذي سيسألني أميركا مصدرًا ثريا للرسوم الساخرة ، وعلى سبيل المثال تم توزيع رسم كاريكاتيري مارليت في : ٢٢١ صحيفة أمريكية ، وكان هذا الرسم عبارة عن ثلاث شخصيات عربية أحدهم يعزف ويفغون معًا :

«هذه الأرض أرضك .. هذه الأرض أرضي من كاليفورنيا إلى جزر نيويورك»^(٤).

وكما يقول هارولد بيتي Harold Piety اننا غالباً ما نجد أن الكاريكاتيرات البسيطة والوحقة والقاسية للعالم العربي في الرسوم الساخرة في صفحات المقالات التحريرية . حيث تمثل الكاريكاتيرات حالة خاصة ولكنها تقاسي من طريقة المبالغة للمسألة الرئيسية للمعالجة الامريكية في الصفحة التحريرية للصراع في الشرق الأوسط^(٥).

هذا ولم تنشر وسائل الاعلام الغربية إلى ما تقدمه الدول النفطية من معونات للدول الفقيرة .. سواء أكانت في مجال التعاون العربي - العربي أو العربي - الافريقي أو

العربي - الاسلامي، وبتفحص ما أورده المراغي حول المساعدات التي تجاهلتها وسائل الاعلام الغربي نجد أنه قد بلغ اجمالي المعونات ما بين : ٧٤ - ١٩٧٧ حوالي (٥) مليارات دولار سنوياً، وأخذ الرقم يتضاعف حتى وصل الذروة اذ بلغ (٩٦) مليار دولار عام ١٩٨٠ ثم عادت المساعدات لتصل إلى (٥٥) مليار دولار عام ١٩٨٣م، لقد كانت مساعدات الأوبك تعادل ٣٠٪ من اجمالي المساعدات الدولية واذ كانت تمثل (٧٪) من اجمالي الناتج القومي الكويتي، و(٨٪) من الناتج القومي السعودي، و(١٢٪) من الناتج القومي للامارات، و(١٦٪) من قطر .. وقد اعطت الدول العربية بمنظمة أوبك (٨٥٪) من ناتجها القومي عام ١٩٧٥م . وفي عام ١٩٨٣م تراجعت النسبة إلى (٣٪)^(٢٤)، وهي نسبة لم تبلغ رباعها الدول الغنية مثل أمريكا وبريطانيا وفرنسا وهولندا وغيرها .

٣ - ٢ - ٢ - العرب والكيان الصهيوني :

من التحديات التي تواجه الاعلام العربي المشترك في الخارج ذلك الموقف الغربي المنحاز لاسرائيل . والذي يعتبرها كرسول حضاري وديمقراطي في غابة من التخلف والديكتاتورية ، واسرائيل دولة تمثل الحمل البريء الذي نال من الاضطهاد النازي . وهذه الصورة سائدة إلى اليوم في وسائل الاعلام الغربية ، مستغلة شعراً سيناً لخطبة الانحياز مع اسرائيل ضد الحقوق العربية وحق الشعب الفلسطيني في اقامة دولته الفلسطينية المستقلة . ويقول أحد كتاب جريدة واشنطن بوست «نجحت اسرائيل في علاقاتها العامة على تصوير نفسها على أنها نتاج الديمقراطية في بحر من الكاريكاتيرات والدول المختلفة ، وكذلك كحاجز أمام الشيوعية ، وهذا هو مظهر التعاطف الطبيعي لليهود لا يمكن انكاره في الصحافة الاميركية»^(٢٥) .

الموقف ذاته يتجسد في وسائل الاعلام الغربية الأوربية ، وفي المانيا الغربية تقف الصحافة موقفاً مدعماً للكيان الصهيوني ، وهو يرسخ نفس المفاهيم الخاطئة والصور المشوهة عن العرب في مقابل الصورة المشرقة لاسرائيل ، ويقول د . سامي مسلم : «وقد فارنت صحافة المانيا الغربية على الصعيد السياسي بين الدور الذي تلعبه دول الشرق الأوسط ، ودور الدول الأوروبية ، معتبرة اسرائيل «بلد الديمقراطية» الواقف إلى جانب الغرب ، بينما تقف الاقطان العربية إلى جانب الاتحاد السوفيتي . وقد ذهبت إلى أبعد من هذا في مقارنة للمجايبة بين الاسرائيليين والعرب مع المجايبة بين الالمان والروس ، أي مع السوفيات ، اي مع الشيوعية ، والروس هم أعداء الالمان في حربين عالميتين - حتى وبعد قيام دولة المانيا الاتحادية أيضاً يؤيدون العرب ، أعداء اسرائيل الذين يتعاطف الالمان معهم ويعيذونهم»^(٢٦) .

ولقد استطاعت آلة الدعاية الصهيونية في الغرب أن تقدم مجموعة من الصور التي

لما زالت تشكل تحدياً كبيراً للإعلام العربي في العالم الغربي ، وهذه بعض من التصورات التي استطاعت وسائل الاعلام ترسّيخها والتي تتمثل فيما يلي :

- ١ - تغير صورة اليهودي شيلوك التاجر والمرابي ، وتغير صورته كجبان وغير مقاتل ، وحاولت الدعاية أن ترکز على صورة داود مقابل جولييات (العربي).
- ٢ - ان العربي مقاتل ضعيف وجبان .
- ٣ - الاسرائيلي جندي ممتاز وبطل .
- ٤ - الاسرائيليون هم الذين يؤيدون الغرب ويحملون مصالحهم في المنطقة في مواجهة الخطر السوفياتي .
- ٥ - اقناع الغرب بوجهة النظر الاسرائيلية بأن الفلسطينيين لا يشكلون أمة ولا يحتاجون ولا يستحقون دولة ، ففلسطين أرض بلا شعب .
- ٦ - ان اسرائيل هي الديمقراطية الوحيدة في المنطقة .
- ٧ - ان اسرائيل هي تحقيق لنبوءة الماضي وهي نبوءة أرض الميعاد وربطها بالعقيدة المسيحية والأسس الفلسفية والدينية المشتركة .
- ٨ - ان اسرائيل بلد مسالم في بحر من الأعداء الذين يطمعون في القائمة في البحر ، وهي بلد ضحية من ضحايا العداء للسامية ، ومن ضحايا الهولوكوست في الحرب العالمية الثانية^(٢٧) .

وليس غريباً أن نجد السيناتور هنري جاكسون يقدم تقريره إلى رئيس لجنة التسلیح بمجلس الشيوخ يقول فيه :

«هذه البلد (الولايات المتحدة) واسرائيل اللتان يتهدد أحنتهما بالأزمة الحالية في المنطقة مرتبطتان بقيم مشتركة وروابط ثقافية وتراث أخلاقي وديني مشترك . لقد شاركت الولايات المتحدة بفعالية في المساعدة في خلق دولة اسرائيل ، ومنذ تأسيسها فإن الشعب هذه الأمة الناشئة حاز على اعجاب الغالبية العظمى من الأميركيين لشجاعتهم التي أظهروها في الوقوف بثبات أمام عدوانية جيرانهم»^(٢٨) .

ومثل هذا التصور نجد عند الرئيس ريغان والذي تمثل في خطابه ٦ سبتمبر ١٩٨٤ أمام جمعية بناء بريث الصهيونية^(٢٩) .

وكم لعبت الصهيونية العالمية واعلامها في الغرب على اختلاق أكذوبة الهولوكوست واللعب على وتر العداء للسامية لكل منتقد للصهيونية وللسياسة الاسرائيلية . وما زالت قضية خرافة ابادة ست ملايين يهودي تمثل وسيلة ابتزاز سياسي واعلامي واقتصادي تقوم به آلة الاعلام الصهيونية في الغرب .

وحول خرافة ابادة ستة ملايين يهودي بأفران الغاز خلال الحرب العالمية الثانية قال الدكتور شكري صالح زكي في محاضرة ألقاها بأبوظبي إن ذلك كان أكذوبة تبنّاها الغرب لتبرير تدمير المدن الألمانية وزرع الكيان الصهيوني في فلسطين ، وقد استند

شكري صالح في تفنيد الخرافية إلى كتاب «هل مات ستة ملايين؟ الحقيقة أخيراً» مؤلفه د. ريتشارد هارود الاستاذ بجامعة لندن.

وقد أكد المؤلف على نقطة هامة للغاية وهي أنه ، وعلى الرغم من وقوعآلاف الاطنان من وثائق الحرس المهنلري والبولييس السياسي وأوراق ووثائق وزارات الحرب والداخلية والخارجية والمخابرات السياسية والعسكرية بكلفة تشكيلاتها في ايدي الحلفاء فلم يستطع أحد العثور على وثيقة واحدة تتضمن أمرا بإبادة اليهود أو تتضمن ولو اشارة إلى هذا الموضوع بأي شكل من الأشكال .^(٢٠)

وقد رافق هذا الموقف تحيز وسائل الاعلام مع اسرائيل حيث أصبحت تغطيتها للشرق الأوسط نفعية مختارة يتلقاها على سبيل المثال - الاميركيون بدرجة كبيرة من التقبل اذ أصبحوا ينتقدون بالوسائل الاعلامية بعدما فقدوا اليمان بقادتهم .^(٢١)

وهذا التحيز كما يرى الفرد ليتلنال Liliental يرجع إلى عدة أسباب متنوعة : الضغوط الدينية - العرقية للمجتمع اليهودي القوي واللובי القوى الذي يمارس من خلال الاعلان وطرق أخرى ، وكذلك الاتجاه الغربي العام الذي يجد تعاطفا مع شعب ذي ثقافة غربية مثل الاسرائيليين ، بينما ينظرون في الوقت ذاته بعين الريبة تجاه الشعوب غير الغربية ، والشعور المسيحي الدائم وال الحالي نحو الابادة الجماعية النازية .^(٢٢)

وفي حديث حول السيطرة الصهيونية ينقل لنا اللورد كريستوفر ماهيو حواره مع السناتور الاميركي فولبرايت فيقول :

«خلال السبعينيات تحدثت عن الفلسطينيين في بعض المجتمعات الصعبة في الولايات المتحدة ، وبعد أحد هذه المجتمعات ، جاء الى السناتور فولبرايت ، الذي كان آنذاك رئيس لجنة العلاقات الخارجية في مجلس الشيوخ ، وقال لي «يا ماستر ميهيو ، انتي أوافق على ٨٠٪ مما قلتة ، ولا يهمني أن أقوله أنا نفسي ، ولكنني لا أعرف أيا من زملائي في مجلس الشيوخ من يمكن أن يجرؤ على أن يقول أي جزء من ذلك بالمرة ، سأنته عن الضغوط على أعضاء مجلس الشيوخ . رد بقوله : «ان الناخبين لا يهمون ، الا اذا كانت دائرة الانتخابية في الساحل الشرقي ، ولكن اذا تحدثنا كما تتحدث أنت ، فإن وسائل الاعلام ستتحول ضدنا بشأن كل أوجه نشاطاتنا ، وأعتقد بأنأغلبية زملائي في مجلس الشيوخ يحصلون على نسبة حاسمة من أموال حملاتهم الانتخابية من اللobi اليهودي .^(٢٣)

ولا يخفى على المتابعين مدى الهيمنة الصهيونية على وسائل الاعلام في الولايات المتحدة ، فان عدد العاملين منهم في وسائل الاعلام الاميركية بالنسبة لعدد السكان غير متوازن ، بالإضافة إلى خشية الصحفيين المسيحيين من الاتهام بدعائهم للسامية ، وخوف الشخص اليهودي من فقدان شعبته ، وكما أن جمعيات الضغط اليهودي تلعب دورا في التأثير على الصحفيين ليتبينوا وجهات نظر اسرائيل .^(٢٤)

ولا شك أن هذا الموقف يزيد من عبء المواجهة الإعلامية العربية الخارجية . وعلى الرغم من وجود بعض الأصوات النزية والصادقة والمعاطفة مع القضايا العربية ، إلا أن ضخامة المواجهة تجعلها دوما في موقف ضعيف ، وموقف الدفاع عن النفس . وهذا تكمن أهمية دور الإعلام العربي والساسة العرب في تدعيم موقف هؤلاء الذين يحملون لواء قضائيا .^(٢٥)

وفي مقال عن ميردوخ في مجلة التايم كتبت : «هوليوود تهمس حول محاولة لورد الصحافة بناء شبكة تلفزيونية رابعة» .

وفي هذا المقال أوضحت المجلة كيف أصبح روبرت ميردوخ (وهو يهودي استرالي) أحدث قيسار للفيديو في أمريكا ، حيث اشتري استديوهات فوكس للقرن العشرين للسينما والتلفزيون ، وكذلك اشتري ست محطات تلفزيونية ببليون ونصف بليون دولار من سلسلة متروميديا .^(٢٦) بالإضافة إلى الصحف التي اشتراها في بريطانيا .

٣ - ٢ - العرب والارهاب :

يواجه الإعلام العربي صورة الارهابي في وسائل الاعلام الغربية وأصبحت أسطورة مكافحة الارهاب العربي الموهوم (واستخدام التضليل الإعلامي للجماهير) ذريعة لأنشطة والقرارات السياسية والاقتصادية الأوروبية والأميركية ضد العرب .^(٢٧) ولهذا فإن المستهدف من الحملات الإعلامية والسياسية الأوروبية والأميركية العرب أنفسهم وليس الارهاب ، وهكذا يتم تشويه النضال الفلسطيني ويتم وسم الفلسطيني المقاتل بالإرهاب ولعل من الأمور الملفقة لانتباه بهذا الشأن عدة مواقف :

أولها - الاعتداء الأميركي ضد ليبيا .

ثانيها - الموقف الأوروبي الأميركي من سوريا بعد القضية المعروفة بقضية نزار هنداوي .^(٢٨)

ثالثها - القرار الأميركي بشأن إغفال مكتب منظمة التحرير في واشنطن ، وكذلك إغفال مكاتبها في الأمم المتحدة .

وقد طالب العرب في المحافل الدولية وفي مناسبات عديدة تحديد مفهوم الإرهاب والتفريق بين الإرهاب وبين الكفاح المسلح من أجل التحرير الوطني .^(٢٩) ولكن صوتهم ظل مجرد صوت يضيع صدأه في أروقة المحافل الدولية .

ونجد أن صورة الإنسان الارهابي العربي هي الصورة المفضلة في الوسائل الإعلامية ، وهي كما يقول ادوارد سعيد تكفي لتجعل الإنسان العربي يجذب الانتباه . وهكذا ، فإن كان العربي يحتل مكانا يكفي لجذب الانتباه ، فإنه يحتله كقيمة سلبية . فهو يعاني كمخرب لوجود إسرائيل والغرب ، أو في نظرية أخرى للشيء ذاته ، كعقبة أمكن تجاوزها لخلق إسرائيل عام ١٩٤٨ .^(٣٠)

وتنعزز هذه الصورة بشخصية العربي الذي يمتلك سلاح النفط ليهدم به الحضارة الغربية، وهكذا يأخذ تصوير العربي بامتلاكه النفط بعداً ارهابياً يتحدى الحضارة الإنسانية بكماتها ولذا يصبح مشروعـاً أمام آلة الحرب الأميركيـة والغربية تدخلها في شؤون العرب بل واحتلال منابعـ نفطـهمـ، يقولـ ادوارـد سعيدـ بهذاـ الشأنـ: «إلى جانب عدائـهـ للصهيـونـيةـ، فـانـ العـربـ مـزوـدـ بالـنـفـطـ، وتـلـكـ خـصـيـصـةـ سـلـبـيـةـ أـخـرـىـ، إـذـ إنـ غالـبيـةـ المسـارـدـ المـقـدـمةـ عنـ النـفـطـ العـربـ تـسـاوـيـ بينـ المـقـاطـعـةـ النـفـطـيـةـ فيـ ١٩٧٣ـ - ١٩٧٤ـ (الـتـيـ أـفـادـتـ مـنـهـاـ رـئـيـسـياـ شـرـكـاتـ النـفـطـ الغـرـبـيـةـ وـنـخـبـةـ عـربـيـةـ حـاكـمـةـ صـغـيرـةـ). وـبـيـنـ غـيـابـ ايـ مؤـهـلـاتـ أـخـلـاقـيـةـ عـربـيـةـ لـامـتـلـاكـ مـثـلـ هـذـاـ الـاحـتـيـاطـيـ النـفـطـيـ الـهـائـلـ. وـالـسـؤـالـ الـذـيـ يـطـرـحـ فـيـ الأـعـمـ الأـغـلـبـ، دونـ ايـ مـنـ التـحـسـيـنـاتـ الـاسـتـيـدـالـيـةـ الـلـبـقـةـ الـمـعـنـادـةـ، هوـ لـمـاـذـاـ يـمـتـلـكـ بـشـرـ كـهـؤـلـاءـ العـربـ حقـ اـبـقاءـ العـالـمـ الـمـتـنـطـورـ (الـحرـ، الـديـمـقـراـطـيـ، الـاخـلـاقـيـ)ـ مـهـدـداـ؟ وـمـنـ أـسـلـلـةـ كـهـذـهـ بـنـيـعـ الـاقـتـراـحـ الـمـتـكـرـ بـأـنـ قـوـاتـ الجـيشـ الـبـرـيـ (الـامـيرـكـيـةـ)ـ بـغـزوـ حـقـولـ الـنـفـطـ الـعـربـيـةـ»^(١).

٣ - ٤ : العرب والتّعصب الديني والطائفي :

لا شكـ بأنـ ماـ تـقـدـمـهـ وـسـائـلـ الـاعـلـامـ الـغـرـبـيـةـ مـنـ صـورـ مشـوهـةـ عنـ الـاسـلـامـ وـالـمـسـلـمـينـ يـكـرـسـ صـورـاـ سـلـبـيـةـ لـدـىـ الـاـنـسـانـ الـغـرـبـيـ عنـ شـخـصـيـةـ الـاـنـسـانـ الـعـربـيـ وـالـمـسـلـمـ.

ويرى ادوارد مورتايمـرـ Edward Mortimerـ .

«والـنتـيـجـةـ بـأـنـ الـجـمـهـورـ الـغـرـبـيـ بـدـلاـ مـنـ أـنـ يـبـدـأـ فـيـ الفـهـمـ وـالتـعـاطـفـ مـعـ مـخـلـفـ الشـعـوبـ الـمـسـلـمـةـ، فـاـنـهـ يـبـثـ رـؤـيـةـ لـهـمـ بـأـنـهـمـ هـمـ جـمـيـعـ غـامـضـونـ غـيـرـ عـقـلـانـيـنـ وـسـلـوكـهـمـ مـحـكـومـ بـقـانـونـ أـخـلـاقـيـ بـدـائـيـ وـسـرـّيـ، وـغـيـرـ مـؤـهـلـينـ لـلـمـشـاعـرـ الـأـنـسـانـيـةـ العـادـيـةـ»^(٢). ولـقـدـ انـعـكـسـتـ صـورـةـ التـشـويـهـ لـلـاسـلـامـ وـالـمـسـلـمـينـ - وـالـعـربـ هـمـ خـيـرـ مـنـ يـمـتـلـهـ فـيـ الـآـلـةـ الـاعـلـامـيـةـ الغـرـبـيـةـ - فـيـ درـاسـاتـ الـمـسـتـشـرـقـيـنـ وـدـرـاسـاتـ الـأـكـادـيـمـيـيـنـ .

وـيـمـثـلـ بـرـنـارـدـ لوـبـيـسـ اـحـدـ الثـقاـةـ - لـدـىـ الـغـرـبـ - فـيـ التـارـيـخـ الـاسـلـاميـ نـمـوذـجاـ لـعـدـمـ النـزـاهـةـ وـالتـشـويـهـ الـمـغـرـضـ لـلـاسـلـامـ وـلـأـهـلـهـ، وـيـنـقـدـ اـدـوارـدـ سـعـيدـ فـيـ كـتـابـهـ الشـهـيرـ (الـاستـشـرـاقـ)ـ هـذـاـ المـوقـعـ بـقـولـهـ :

«وـغـرـضـ لوـبـيـسـ التـماـحـكيـ، لاـ الـبـحـثـيـ، هوـ أـنـ يـظـهـرـ، هـنـاـ وـفـيـ أـمـاـكـنـ أـخـرـىـ، أـنـ الـاسـلـامـ عـقـائـدـيـةـ لـاـ سـامـيـةـ، لـاـ دـينـ فـقـطـ، وـهـوـ يـوـاجـهـ بـعـضـ الصـعـوبـةـ الـمـنـطـقـيـةـ فـيـ مـحاـولـتـهـ تـأـكـيدـ أـنـ الـاسـلـامـ ظـاهـرـةـ جـمـاهـيرـيـةـ مـخـيـفـةـ وـأـنـهـ فـيـ الـوقـتـ نـفـسـهـ «لـيـسـ شـعـبـيـاـ بـصـورـةـ أـصـيـلـةـ صـادـقـةـ». وـلـكـنـ هـذـهـ الـمـشـكـلـةـ لـاـ تـعـيقـهـ طـوـبـيـاـ. وـكـمـ نـظـهـرـ الصـورـةـ الـمـعـدـولـةـ الـثـانـيـةـ لـلـنـادـرـةـ الـمـتـمـيـزةـ الـتـيـ يـرـوـيـهـاـ، فـاـنـهـ يـتـابـعـ لـيـعـلـنـ أـنـ الـاسـلـامـ ظـاهـرـةـ قـطـيـعـيـةـ أوـ جـمـاهـيرـيـةـ لـاـ عـقـلـانـيـةـ، تـسـيـطـرـ عـلـىـ الـمـسـلـمـينـ بـالـشـبـوبـ الـانـفـعـالـيـ، وـالـغـرـيـزـةـ، وـالـأـحـقـادـ الـجـارـفـةـ. وـالـغـرـضـ مـنـ عـرـضـهـ كـلـهـ أـنـ يـخـيـفـ جـمـهـورـهـ، أـنـ يـجـعـلـهـ يـرـفـضـ أـبـداـ أـنـ يـتـازـلـ عـنـ قـدـرـ

بوصلة للإسلام ، وتبعاً للويس ، فإن الإسلام لا ينطهر ، كما لا ينطهر المسلمين ، بل إنهم كانوا وحسب ، وبينما أن يراقبوا بسبب ذلك الجوهر الصافي فيهم (تبعاً للويس) الذي يشتمل على كراهية عريقة متجلزة للمسيحيين واليهود . ولويس في كل مكان يكبح جماح نفسه ويمنع عن اصدار تقريرات مثيرة كهذه صراحة ، وهو حريص على أن يقول دائماً أن المسلمين طبعاً ليسوا لاساميين بالطريقة التي كانوا النازيون ، غير أن دينهم يمكن بسهولة بالغة أن يسلم نفسه للسامية ، وأنه (في الواقع) قد فعل ذلك . وكذا هي الحال بالإشارة إلى العنصرية العرقية ، والعبودية ، والشروع الأخرى « الغربية » نوعاً^(٤٢) .

وقد انعكست هذه الصورة على الطريقة التي بها يتم تقديم الإسلام في الغرب إذ يقدم الإسلام دوماً على أنه تهديد للغرب وللحضارة الغربية^(٤٣) ، وكما يرى ادوارد سعيد بأنه : « أضحي الإسلام يشبه اجماع (قميص عنمان) لأي شيء لا يعجبنا من أنماط العالم السياسية والاجتماعية والاقتصادية ... وهكذا يقدم الإسلام لليمين على أنه يمثل البربرية ، وبالنسبة لليسار يمثل ديمقراطية العصور الوسطى وبالنسبة للوسط فإنه دخيل بلا طعم »^(٤٤) .

وهذا الموقف من الإسلام وأهله ... يمثل أكبر التحديات التي تواجه العرب واعلامهم في الخارج .

٣ - ٣ : نحن والأصدقاء : شعوب العالم الثالث والمعسكر الشرقي :

لا شك أن العرب يجدون من دول شعوب العالم الثالث ودول المعسكر الشرقي كل العون والتأييد في مختلف القضايا التي تطرحها المجموعة العربية في المحافل الدولية . ونعرف أن دول العالم الثالث وخاصة الدول الأفريقية والإسلامية ، ودول المعسكر الشرقي قطعت علاقاتها مع الكيان الصهيوني ، وكذلك قامت تلك الدول بالاسهام في دخول منظمة التحرير الفلسطينية إلى الأمم المتحدة كمراقب ، ومن خلال دعم تلك الدول استطاعت استصدار القرار التاريخي بشأن اعتبار الصهيونية شكلاً من أشكال العنصرية ، بالإضافة إلى القرارات الأخرى التي أصدرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة بشأن القضية الفلسطينية .

ولا غرو أن النظر إلى هذه المواقف الإيجابية لدول العالم الثالث الأفريقية والاسيوية ودول عدم الانحياز ودول المعسكر الشرقي كلها مواقف تدعم الرسالة الإعلامية العربية المشتركة ولكنها في الوقت ذاته تحمل العرب مسئوليات جمة - فقد يكون من السهل اكتساب الأصدقاء ، ولكن الأصعب أن نحتفظ بهم .

إن العالم مجموعة متداخلة من المصالح والتي تعلو وتتحفظ ، وليس الحق وحده كفيل بالاحتفاظ بالأصدقاء ، إن أصدقاء العرب لهم مصالحهم أيضاً ، وهذه المصالح تستدعي منا النظر في مواقفنا من هؤلاء الأصدقاء بحيث يمكننا تدعيم العلاقات معهم

ليس من خلال المشاعر ، ولكن بارتباط مصالحنا مع مصالحهم . إن إسرائيل تحاول النفاذ الآن إلى إفريقيا كما حاولت التسلل إلى آسيا - على سبيل المثال سيريلانكا - وهذا الدور الجديد لإسرائيل يستلزم من العرب حركة سياسية واقتصادية واعلامية نشطة بحيث تستطيع دعم الأصدقاء وتطوير علاقتنا معهم بدلاً من أن تخسرها دولة اثر دولة . إن خير الأمثلة التي يمكننا الحديث عنها الان هو طبيعة العلاقات العربية - الإفريقية ، وعلى الرغم مما يربط العرب والافارقة من علاقات تاريخية واقتصادية وثقافية^(١) ، الا أن هذه العلاقات تصبح مجالاً رحباً للتخييب اذا لم يحسن تطويرها ولم يتم تطويق محاولات التشويه واسعة الفهم لطبيعة هذه العلاقات .

في كتابه المعنون «علاقات إفريقيا الدولية : دبلوماسية التبعية والتغيير» ، يقدم على مزروعي صورة للاحباطات التي أصابت الأفارقة مع العرب وخاصة في المجال الاقتصادي ، ويقول :

«التضامن لم يكن بدون توترات ، فقد توقيع بعض الأفارقة السود مكافأة خاصة من العرب بعد أن يقطعوا علاقتهم بإسرائيل ، وعندما فشلت تخفيض أسعار النفط بالنسبة للأفارقة كان هناك احباطات . وفي يونيو ١٩٧٤ ، في نيروبي كان هناك اقتراح في المجلس التشعّعي لشرق إفريقيا بحث دول شرق إفريقيا لتحويل مجرى النيل وحيث بعد ذلك يمكنهم بيع الماء للعرب في مقابلة مع براميل النفط»^(٢) .

ويعقب مزروعي بقوله : «إنه ولم يتحقق أحد من المجلس بأن أي محاولة لتحويل نهر النيل ستكون اعلان الحرب على السودان ومصر ، إذ إنه لا يتوقع أن تقبل مصر والسودان أن يموت شعابهما عطشا وجوعاً . هذا بالإضافة إلى أن مصر والسودان المتضررتين ليس لديهما نفط تبيعانه»^(٣) . وإن الأفارقة طالبوا بثمن قطع علاقتهم مع إسرائيل بينما الثمن قام العرب بدفعه سلفاً وذلك من خلال قطع علاقتهم مع جنوب إفريقيا والأنظمة العنصرية فيها ، ودعمهم المتصل لحركات التحرير في إفريقيا^(٤) .

ولا ريب أن ما يطرحه مزروعي يشير إلى أمرتين هامين : أولاهما - أنه من خلال سوء الفهم والنية والجهل معاً يمكن أن ينقلب الأصدقاء إلى أعداء .

ثانيهما - أن تبديد سوء الفهم والنية والجهل يمكن أن يتم من خلال الوعي والنية المخلصة واستخدام المعلومات المتوافرة والحقيقة ، والتي نادراً ما يجيد اعلاميونا استخدامها .

وعلى سبيل المثال - وكما أشرنا سابقاً - فإن الموقف الكيني المذكور يمكن اجلاء فحواه ليس فحسب بالطريقة التي قام بها مزروعي - وهي ناجحة - ولكن بوضع مقارنات لدى اسهامات الدول العربية النفطية في المساعدات للدول الإفريقية ودول العالم الثالث ، وهذه الاصدارات التي لو حسبت بناءً على الدخل القومي الكلي لمجموع الدول

العربية لارتفاع ليصل إلى نسبة مرتفعة جداً لامجال المقارنة مساعدات أمريكا وأوروبا لها . ان الأمر اللازم مواجهته الآن ليس كسب الأصدقاء بمقدار ما نحن بحاجة إلى المحافظة على الأصدقاء . وبخاصة بعد توقيع اتفاقية كامب ديفيد ، وبعد أن أصبحت علاقات أكبر بلد عربي - مصر - مع الكيان الصهيوني رسمية .

ان الاعلام العربي بحاجة إلى مواجهة صريحة لجملة التحديات التي تجاهله في معسكر الأصدقاء كما هي تواجهه في معسكر اللا أصدقاء والأعداء - وهذا ينطوي كذلك على الأصدقاء والمعاطفين مع القضية العربية في المعسكر الغربي أولئك الذين وقفوا في وجه اللوبي الصهيوني ، وقفه شجاعة وصدق .

٤ - آفاق المستقبل

من خلال الواقع ومعطياته تجلو لنا صورة المستقبل للإعلام العربي . فهذا الواقع يتمثل فيما يلي :

١ - اعلام عربي لاثنتين وعشرين دولة تتباذلها المصالح القطرية والاتجاهات المذهبية والسياسية المختلفة .

٢ - اعلام عربي لمؤسسات مشتركة تمثل تلك الدول بشكل اقليمي أو قومي وتعوزها الامكانيات المادية والبشرية والاستراتيجية الواضحة المعالم وبعيدة المدى .^(٥٠)

٣ - اعلام عربي يعاني من أوجه قصور متعددة في مجال التطبيق العلمي .

٤ - تحديات داخلية تواجه المجتمع العربي والانسان العربي على كافة الاصعدة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً واعلامياً .

٥ - تحديات خارجية تواجهنا في معسكر اللا أصدقاء والأعداء في المعسكر الغربي وخاصة في الولايات المتحدة وبريطانيا بالإضافة إلى الصراع الرئيسي مع الكيان الصهيوني .

٦ - تحديات خارجية تواجهنا في معسكر الأصدقاء وحيث تصبح مسؤولية الاحفاظ بهم أصعب من اكتساب أصدقاء جدد لقضاياها .

من خلال هذا الواقع ومعطياته ننظر إلى آفاق المستقبل الذي يتحدد في هدف أساسي يرتبط بمقررات القمة العربية وهو اعتبار الاعلام قوة رديفة للعمل السياسي والاقتصادي . اذ جاء في أول قمة عربية عقدت في يناير ١٩٦٤ اعتبار الاعلام أحد الاسلحه الأساسية لمواجهة الخطر الإسرائيلي ، ويأتي دوره بعد الجوانب السياسية والاقتصادية .^(٥١)

ولكي ينجح الاعلام العربي لتحقيق أهدافه ، فإنه رهين في اقتداره على مجابهة التحديات التي تجاهله . فالتحديات السياسية تحتاج إلى وعي لدى الاعلاميين يدركون به أبعاد الصراع العربي الإسرائيلي وأخطاره ويدركون من هم الأصدقاء

ومن هم الأعداء ويدركون مدى الأخطار التي يفرزها الواقع الإقليمي والصراعات المحلية والإقليمية بالمنطقة، وهذا الوعي اذا لم يرافقه التزام قومي بقضايا الوطن والمواطنين يصبح ترفا فكريا .

وإذا لم تتوافر مناخات الحرية الفكرية والفردية في المجتمع فان ظروف توافر صناعة اعلامية ناجحة يصبح أملا مفقودا ، ذلك أن تقدم المجتمعات يقاس بمدى الحرية الممنوعة للأفراد ، وبمدى تقبل هؤلاء الأفراد لتحمل المسؤولية .

ان محاولة اختيار التحديات أو على الأقل التعامل معها بمنطق يستطيع أن يروضها يستدعي منا التعامل مع عناصر عملية الاتصال بحيث تصبح أكثر فاعلية وقدرة على الاسهام في عملية اتصالية ناجحة .

فنحن بحاجة إلى المتصل (الاعلامي) الخبرير ، الذي يعرف كيف يصمم رسالة ذات تأثير مستخدما امكانيات العلم في تصميم الرسالة ، وهذا المتصل يجب أن تكون لديه مواصفات عديدة من بينها الثقافة مع الالتزام كي يستطيع مواجهة التحديات ، هذا الاعلامي الذي يجب أن تكون لديه المعرفة كذلك بنظرية الاعلام وتأثيراته ، وخبرة في معرفة جمهوره ، وبالاسلوب الأمثل لمخاطبته ومعرفة التقويم الأنسب للوصول اليه .

وأما الرسالة فيجب أن تكون ذات مضمون وشكل قادرin على استثارة الجمهور واستقطابه ، وأما الوسيلة ، فاننا يجب أن ندرك أن لكل وسيلة خصائصها ، فالصحيفة ليست كالكتاب وليس كالتلفزيون . وإذا كان جمهور كل وسيلة قد يتتنوع فان درجة المصداقية ودرجة التأثير لكل وسيلة ستختلف عن الأخرى .

اننا نتوقع من وسائل الاعلام أن تقوم بمجموعة من المهمات التي بناء عليها يتم تحديد مستقبل الاعلام العربي ونجاحه وهي :

- ١ - يمكن أن تقوم بتوسيع دائرة الحوار حول مجموعة من القضايا السياسية .
- ٢ - يمكنها أن تؤثر على الاتجاهات وتمهد إلى تقبل الجماهير لاتجاهات جديدة أو تغيرها ، وإن كان ذلك يستغرق وقتا طويلا .
- ٣ - تغير الآراء والأفكار والمعتقدات .
- ٤ - توسيع آفاق الناس حول مسائل وأناس وثقافات لم يسمع بها الجمهور ولم يقابلوها .

٥ - تركيز انتباه الناس على مسائل محددة وترتيب الاولويات لديهم .
٦ - تغذية أقنية الاتصال الشخصي وتعزيز نفوذها ، وخصوصاً الجاليات العربية ، والطلبة والسياح .

تحقق الوظائف السنت تلك الفاعلية المناسبة لوسائل الاعلام .. وقد أمست الحاجة الى اعلام عربي مؤثر من أولويات العمل العربي المشترك . ولذا فان الاعلام العربي بحاجة إلى أن يلعب الادوار السالفة من أجل هدف واضح محدد وهو كسب الأصدقاء وتحبيب

الاعداء ويتمثل هذا الهدف بمجموعة من العناصر وهي :

أ - تحسين صورة الانسان العربي في الخارج .

ب - تركيز الانتباه على القضايا العربية والتعاطف معها .

ج - خلق اتجاهات رأي عام مناصر لقضاياها .

ولكي تصبح هذه العناصر ممكنة فان تحقيقها كهدف للعملية الاتصالية يتمثل فيما يلي :

أولاً - تحديد الجهات المسئولة عن الاتصال (من هو المتصل؟)

ثانياً - تحديد المشكلات الحقيقة والحيوية التي يجب أن يعرضها الاعلام العربي (ما هي الرسالة؟).

ثالثاً - تحديد الوسائل الملائمة لتوسيع الرسالة من خلالها . (ما هي الوسيلة/الوسائل؟).

رابعاً - تحديد نوعية وخصائص الجمهور الذي يخاطبه المتصل (من هم المتلقون ، والمستقبلون للرسائل؟).

خامساً - فهم الظروف التي تتم بها عملية الاتصال (أي سياق يتم به الاتصال؟) ان التعامل مع اركان العملية الاتصالية يستدعي عملا اعلاميا عربيا مشتركا يتجاوز الواقع الحالى .. ولكي يتحقق ذلك فإنه يستدعي تحقيق بعض الشروط الموضوعية التالية :

١ - قرار سياسي عربي يرافقه ارادة تنفيذية للتنسيق والتخطيط والتنفيذ المشترك للمشاريع الاعلامية العربية المشتركة .

٢ - خطط اعلامية واضحة طويلة المدى وأخرى قصيرة المدى تكون منارة للتوجيه الاعلاميين ومؤشرات لتحقيق الأهداف من خلال حملات اعلامية شاملة .

٣ - توفير التنسيق بين الأجهزة الاعلامية والسياسية العربية محليا وقوميا ودوليا .

٤ - توفير الكوادر الاعلامية المدربة ذات الخبرة والكفاءة ، والمسلحة بالوعي بالقضايا القومية والمشكلات الدولية .

٥ - توفير الميزانيات الملائمة لتمويل المشاريع الاعلامية مما يوفر توظيف أفضل الكوادر الاعلامية ، واستخدام أحدث أنواع التكنولوجيا الاتصالية .

٦ - توفير مناخ الحرية مما يساعد على الابداع ويومن للاعلاميين حرية الوصول إلى المعلومات والاستفادة منها وتوظيفها بدون حرج .

٧ - توفير المعلومات المسبقة لاعداد الحملات والخطط الاعلامية ، وذلك من خلال البحوث والدراسات التي تتناول الظاهرة الاعلامية .

٨ - تحديد اولويات العمل الاعلامي العربي المشترك ، ولا سيما تحديد المشكلات الحقيقة التي يجب مخاطبة الجماهير حولها وخصوصا القضايا التالية :

أ - الصراع العربي الاسرائيلي .

- ب - الحضارة العربية الاسلامية .
 - ج - النفط والثروة العربية .
 - د - الشخصية العربية والصور النمطية المصاحبة لها .
 - ه - قضايا التنمية في الوطن العربي .
 - و - الوحدة العربية .
- ولعل توفير تلك الشروط سيسهم اسهاما عمليا في رفع كفاءة الاعلام العربي وسيزيد من فعاليته .

كلمة أخيرة

أبرزنا في الصفحات السابقة صورة عن واقع الاعلام العربي المشترك وضخامة التحديات التي تواجهه . وقد أضحت الاعلام قوة عقائدية اجتماعية وسياسية واقتصادية ، ولذا فان الاستفادة من قوة الاعلام تحتاج الى مراعاة مجموعة من العناصر وهي ذات صلة قوية بنظريات تأثير وسائل الاعلام ، وهي ترتبط بما أسميه بمبدأ الاصطياد^(٥٢) الذي ينظر الى أن لوسائل الاعلام كقوة كامنة يمكن أن تتحقق فاعليتها القصوى عند مراعاة مجموعة من التغيرات وهي تمثل فيما يلي :

- ١ - مراعاة الزمن ، وهنا يمكننا الحديث عن ثلاثة أنواع من الزمن :
 - أ - المدة التي تستغرقها العملية .
 - ب - التوقيت الذي يتم فيه الاتصال .
- ج - التوافت وهو يعني تزامن الرسالة مع حدث ما أو ظرف مناسب للعملية الاتصالية .
- ٢ - استخدام مبدأ المحاصرة والشمولية : كلما استطاعت وسائل الاعلام محاصرة الجمهور المستهدف فإنها تضيق عليه فرصه الافلات من الرسالة الاعلامية وتزيد امكانية نجاح الرسالة الاعلامية .
- ٣ - الاستكشاف : كلما استطاع الباحث الحصول على معلومات مسبقة عن الجمهور ونوعيته واستخداماته وعاداته الاتصالية كلما استطاع أن يصم رسائل أكثر ملاءمة للجمهور وتقوم البحوث الاعلامية بتحقيق مهمة جمع المعلومات الاستكشافية .
- ٤ - التراكم - والتكرار : تراكم الرسائل الاعلامية لدى الجمهور بأساليب مختلفة تسهم في محاصرة الجمهور وتسهم في تدعيم فهم الرسالة وتنبيتها لدى الجمهور ، وكما أن التكرار للرسالة الواحدة على مرات متعددة يسهم في تحقيق المحاصرة ويزيد من فرصه اطلاع الجمهور على الرسالة وعلى فهمها له .
- ٥ - التدريب : المتصل المدرب كالصياد الماهر المدرب ، ولذلك فان التدريب لتحقيق اتصال أفضل يحقق نتائج أفضل .

- ٦ - الانسجام: اذا قام المتصلون باعداد رسائل يؤمنون بها وتنسجم مع قناعاتهم وانتماءاتهم الفكرية والاجتماعية ستكون فرصة نجاحهم أكثر .
- ٧ - المرونة: ان سرعة التأقلم والمرونة في التعامل مع الجمهور من خلال رجع الصدى الفوري للرسائل يؤدي إلى المساعدة في نجاح العملية الاتصالية .. وكما أن مرونة الصياد في مناورة فريسته تؤدي إلى نجاحه كذلك الحال مع المتصل وجمهوره .
- ٨ - المنافسة: المنافسة عامل هام في جذب الجمهور ، وإذا كان صياد يستطيع أن يجذب إليه صيده بطعم أكثر أو ذي مذاق أفضل من منافسه كذلك فإن المنافسة بين وسائل الاعلام تؤدي إلى أن وسيلة تقوم بجذب جمهور وسيلة أخرى .
- ٩ - نوعية الحافز المثير - والمزدود بالنسبة للمرسل والمتلقي ، فإن نوع الحافز وقوته بالنسبة للمرسل يؤدى إلى التزام منه وحماس في تأدية رسالته . وكذلك فإن نوع الحافز وقوته بالنسبة للمتلقي تؤدي إلى تأثير متوقع ينسجم مع المدى الذي به يستطيع الحافز أن يثير المتقفين . ولذا فإننا نتوقع أن استجابة الجمهور تتأثر بالمدى الذي تتحققه الرسائل الاتصالية من اشباعات للحاجات .
- ١٠ - ان المزيد من الاستخدام الرشيد للتكنولوجيا المتقدمة يؤدى إلى قدر أكبر في الوصول إلى جمهور اكبر .
- ١١ - ان الاتصال المؤسساتي أكثر قدرة في الوصول إلى جمهور كبير من اتصال الافراد فإذا كانت القاعدة :
- بأن الصياد الفرد يعطينـا صـيـدا قـليـلا
وأن الصياديـن الجـمـاعـة يـعـطـونـا صـيـدا كـثـيرـا
كـذـلـكـ فـانـ الـاتـصـالـ عـنـ طـرـيقـ الـمـؤـسـسـاتـ لـهـ قـدـرـةـ كـثـيرـةـ فـيـ الـوصـولـ إـلـىـ جـمـهـورـ كـبـيرـ .
- ومن خلال هذا فإننا نتوقع فيما أفضل للعملية الاتصالية ولذا فإننا نوصي بما يلي :
- أولاً - الاستفادة من الظروف الملائمة للبدء في حملات اعلامية مثل انتفاضة الأرض المحتلة المستمرة منذ ديسمبر ١٩٨٧م وكشف الإرهاب الصهيوني للرأي العام الغربي .
- ثانياً - توخي الدقة في اختيار الشخصيات التي تقوم بتوصيل الرسالة بحيث تكون قادرة على توصيل الرسالة بشكل مقنع للرأي العام الغربي .
- اذ إن التعامل مع وسائل الاعلام الغربية فن . ولعل من الأمور الملفتة للانتباه أن كثيرا من الزعماء العرب حينما يخاطبون الوسائل الاعلامية الأجنبية وخاصة التلفزيون يتحدثون بالانجليزية بلغة غير سلية ولكنّه معوجة مما يعطي انطباعا سيناً عند المشاهد . ولعله من الضروري كذلك أن يتكلم الزعيم العربي بلغته مما يعطي انطباعا بأهميتها والثقة بها .
- يتحدث اللورد كريستوفر ماهيو في كتابه «أوان التغيير» عن تجربته بهذا الخصوص

عن ياسر عرفات ويقول :

لقد عومل ياسر عرفات ، شأنه شأن عبد الناصر ، معاملة غير منصفة من وسائل الاعلام الغربية ، ولكنه بعكس عبد الناصر يجب أن يتحمل هو نفسه جزءاً من الملامة . فعل التلفزيون الغربي سيكون من الأفضل له أن يتحدث بالعربية ، مع مترجم ، وأن يكتف مظهروه الشخصي بصورة أقرب إلى توقعات الغربيين من رجل دولة محب للسلام^(٥٣) .

ثالثاً - اعداد أدلة اعلامية تكون في متناول أيدي العرب في الخارج لتوعيتهم لمواجهة التشويه الاعلامي الغربي وتزييف الحقائق . وهذا النوع من الأدلة يجب أن يعتمد على أسلوب لو سئلت في كذا ، تكون اجابتك كذا .

رابعاً - توظيف الجاليات العربية والاسلامية في شرح القضايا العربية ومناصرتها وكذلك الاهتمام بأبناء تلك الجاليات بتوعيتهم والحاقدون في معسكرات بالوطن الأم .

خامساً - الاهتمام السياح العرب واعتبارهم سفراء لبلادهم من خلال توعيتهم دورهم القومي والانساني حينما يكونون .

سادساً - الوقوف بحزن أمام حملات التشويه مثلما فعلت ايران في مواجهة ايطاليا ، ومثلما فعلت مع استراليا حينما طردت دبلوماسيين استراليين احتجاجاً على برنامج تلفزيوني^(٥٤) .

سابعاً - دعم القوى المناصرة للقضية الفلسطينية من المثقفين والكتاب والصحفيين وخاصة بشراء كتبهم وتوصيلها مجاناً إلى المكتبات الجامعية ، ومكتبات الأحياء في المدن والقرى .

ثامناً - القيام بأسابيع ثقافية عربية مشتركة تبرز الوجه الحضاري والوحدوبي للأمة العربية .

ناسعاً - عقد الندوات والمؤتمرات الدولية التي تشارك في دعم الموقف العربية واجلاء الصورة العربية وتعيم نتائج تلك المؤتمرات مثل الندوة التي عقدت في لندن والأخرى التي عقدت في باريس حول الاعلام الغربي والعرب^(٥٥) ، ومثل المؤتمر الدولي الذي عقد حول الارهاب الدولي والذي أصدر اعلان جنيف حول مسألة الارهاب^(٥٦) .

عاشرأ - المساهمة في المنابر الدولية بصوت موحد يبرز الوجه الوحدوي للأمة العربية في مواقفها من قضاياها وقضايا شعوب العالم .

الهوامش

- (١) بخصوص اعتبار العنف كوسيلة اتصال، أنظر على سبيل المثال:
- Alex Schmid & Janny de Graaf: *Violence As Communication* (London & Beverley Guikks, Sage Publications 1982).
 - 2. *The Christian Scence Monitor* December 21-27, 1987.
 - 3. *Ibid.*
- (٤) جريدة الخليج - الشارقة ١٢/٤ ١٩٨٦م.
- (٥) أنظر على سبيل المثال مايلي:
- عبدالخبير محمود عطا الوظيفة الاتصالية لجامعة الدول العربية . (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم : معهد البحوث والدراسات العربية : ١٩٧٧م).
 - د. محمد على العويني / الاعلام العربي: المؤسسات ، المسمون الوسائل ، الجمهور ، الآخر ، الدعاية المضادة . (القاهرة : عالم الكتب ١٩٧٩م).
 - د. راسم محمد الجمال الاعلام العربي المشترك: دراسات في الاعلام الدولي العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية ١٩٨٥م).
 - سليم اليافي «الاعلام العربي المشترك من خلال جامعة الدول العربية» (المجلة العربية للادارة المجلد : ١ ، العدد : ١ - ١٩٧٧) ص ص ٤ - ١٧.
- (٦) سليم اليافي: مصدر سبق ذكره - ص ٧.
- (٧) انظر اللقاء مع مدير عام المؤسسة العربية للاتصالات - مجلة تلفزيون الخليج ، مجلد ٧ ع ص ٢ - ٣ أكتوبر ١٩٨٦ - يناير ١٩٨٧ .
- (٨) المصدر نفسه .
- (٩) أنظر سعد لبيب (القمر الصناعي العربي وأثاره على العلاقات العربية ، مجلة الاذاعات العربية ، ع ٥ سنة ١٩٨٥ - ص ٥٦ - ٥٨ .
- (١٠) أنظر على سبيل المثال قرارات وتجهيزات مجلس وزراء الاعلام العربي ، مجلة الاذاعات العربية العدد (٥) السنة ١٩٨٥م .
- كذلك أنظر قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دورته العادية الثانية والعشرين مجلة الاذاعات العربية العدد (٤) السنة ١٩٨٧م .
- (١١) الشاذلي القلبي «مسئولييات الاعلام العربي» ، مجلة الاذاعات العربية العدد (٥) السنة ١٩٨٥م ص ١٩ - ٢٠ .
- (١٢) المصدر نفسه ص ص ١٠ - ٢١ .
- (١٣) محمد حسين هيكل «الصورة العربية في وسائل الاعلام الغربية: كيف يمكن تحسينها» في كتاب: «الاعلام الغربي والعرب: أبحاث ومناقشات ندوة الصحافة الدولية لندن ١٩٧٩ . دولة الإمارات العربية المتحدة: وزارة الاعلام والثقافة ، ص ٢٦ .
- (١٤) المصدر نفسه: ص ص ٢٦٥ - ٢٦٦ .
- (١٥) أربك رولو «مفاهيم خاطئة في وسائل الاعلام» الاعلام الغربي والعرب ، (مصدر سبق ذكره) .
17. Jack Shaheen: *The TV Arab*. (Bowling Green, Ohio: Bowling Green State Univ. Popular

- Press; 1984) pp. 13-20
- (١٨) وليد خدورى «الطاقة العربية في الاعلام الغربي» محاضرة في الدورة الرابعة في أساسيات صناعة النفط والغاز للاعلاميين النفطيين - الكويت ص ٣٠ - ١٠/٢٠ - ١١/١٢ ١٩٨٥ م.
- (١٩) وليد خدورى المصدر نفسه (ص ص ٩ - ٢٢).
- (٢٠) هيكل مصدر سابق ذكره (ص ٢٦٢).
- 21 - Jack Shaheen; *Abscam: Arabia phobia in America*. (Washington; American-Arab Anti-Discrimination committee)
- 22 - Ibid.
- 23 - Harold Pieti: "Zionist Bias on American Editorial pages" in *SPLIT VISION: ARAB PORTRAYAL IN THE AMERICAN MEDIA*. Edmund Ghareeb. (ed.) (Washington D.C. Institute of Middle Eastern And African Affairs 1977) p. 145.
- (٢٤) أنظر محمود المراغي، رحلة المعونات في زمن العجز (مجلة العربي العدد ٣٣٠ مايو ١٩٨٦م) ص ص ٥٢ - ٥٣.
- 25 - Edmund Ghareeb Op. cit. p. 12.
- (٢٦) سامي مسلم: صورة العرب في صحفة المانيا الغربية (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية ١٩٨١) ص ٣٠.
- 27 - Michael Suleiman "Perception of the Middle East in American News magazines" in, *Arabs in America: Myths & Realities* Baha. Abu-Laban & Faith Xeadey (eds.) (Wilmette, III, The Medina Univ. press International: 1975) pp. 29-36.
- وكذلك أنظر محمد عبدالعزيز ربيع «توجهات الاعلام الصهيوني على الساحة الاميركية (مجلة العلوم الاجتماعية مجلد ١٥ - ١٩٨٧/٣/١) ص ص ٢٦٥ - ٢٦٨ .
- مجدي حماد (اعداد) الاعلام الصهيوني اطروحات وموافق .
- (تونس - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ١٩٨٦م)
- 28 - Jamil Jeries: *Images and Policies in Senate Debates on Middle Eastern Issues*. 1976, P.11
- (٢٩) محمد عبدالعزيز ربيع المصدر سبق ذكره ص ٢٧٧ .
- (٣٠) جريدة الخليج (الشارقة) ١٩٨٧/٣/٢٣ - كذلك أنظر يوسف الحسن «أوراق من واشنطن» (الخليج) ١٩٨٧/٥/٥ .
- ذلك أنظر (غرف الغاز والافران النازية حقيقة أم خيال)، ترجمة صباح كنعان - جريدة الخليج: ١٩٨٧/٥/١٢ .
- 31 - Alfred Lilienthal; *The Zionist connection: What price peace?* (new York: Middle East Perspective Inc, 1978) p. 271.
- 32 - Ibid. pp. 271-272.
- 34 - Lilenthal Op. cit., p. 272.
- (٣٥) في هذا المجال يكفي أن نشير إلى بعض الأسماء ومن بينها يهود ضد الصهيونية أمثال الكاتب الشهير الفريد ليلنثال ، ومن كتبه المشهورة ثمن اسرائيل ، وأحدثنا كتاب The Zionist connection والحاخام اليهودي الامريكي المير Berger Elmer Berger . وكذلك رجال الكونغرس والمتقون والصحفيون والساسة من جميع أنحاء العالم وخصوصا في المعسكر الغربي ، ويكفي أن نراجع كتاب بول فندلي Paul Findly المععنون «انهم تجرأوا على الكلام They dare to speak out عن They و هو يتحدث عن

- مواجهات شخصيات أميركية مرموقة اللوبي الإسرائيلي في الولايات المتحدة .
- ٣٦ - The Time Magazine 11/11/1985
- (٣٧) أنظر في ذلك جون مارتن، الحكومات الاوروبية وتضليل الرأي العام (جريدة الاتحاد ١٩٨٨/١١/١٥).
- (٣٨) أنظر فؤاد زيدان «مسرحية هنداوي» في حرب النفس الطويل، (جريدة الخليج ١٩٨٦/١١/١٥).
- (٣٩) جريدة البيان (دبي) ٢١/١٠/١٩٨٧ م.
- (٤٠) ادوارد سعيد - الاستشراف، ترجمة كمال أبو ديب (بيروت: مؤسسة الأبحاث العربية ١٩٨١) ص ٢٨٦ .
- (٤١) المصدر السابق نفسه. ص ٢٨٧ .
- ٤٢ - Edward Mortimer, "Islam and the Western Journalism (The Middle East Journal, Vol. 35 Autumn No. 4 1981) p. 475.
- (٤٢) ادوارد سعيد الاستشراف ، سبق ذكره ، ص ٣١٤ - ٣١٥ .
- ٤٤ - Edward W. Said, Covering Islam (N.Y. Pentheion Books; 1981, p. XII.
- ٤٥ - Ibid p. XV.
- (٤٦) أنظر صالح أبو أصبع - الاعلام والتنمية، نموذج مقترن للاتصال العربي الأفريقي (دبي: مؤسسة البيان ١٩٨٥ م).
- ٤٧ - Ali Mazrui; Africa's International Relations: The Diplomacy of Deependancy & Change. (London: Heinemans: West view press 1977, p. 145.
- ٤٨ - Ibid. p. 146.
- ٤٩ - Ibid. pp. 146 - 147.
- (٤٠) أنظر د. محمد مصالحة «الاستراتيجية الاعلامية في مقررات القمة العربية»، (مجلة شئون عربية عدد ٣٧ مارس ١٩٨٤ ص ٩٣)، حيث يرى د. مصالحة أنه لم يتم التوجه نحو وضع استراتيجية للعمل الاعلامي العربي المشترك الا في فبراير عام ١٩٨٢ حيث تم وضع منظلاقات للعمل العربي المشترك على الساحات الدولية، وهذه المنظلاقات مجموعة من مباديء عامة للعمل الاعلامي تتصل باهدافه وموضوعاته ووسائله ومجارات عمله . ص ٩٣ - ٩٤ .
- (٤١) محمد مصالحة - المصدر نفسه ص ٨٣ .
- (٤٢) أنظر في ذلك: صالح أبو أصبع «مبدأ الاصطياد مشروع عربي لنظرية تأثير وسائل الاعلام ، في كتاب الاتصال الجماهيري تحت الطبع.
- ذلك أنظر بحثنا مع د. محمود عجاوي «دور وسائل الاعلام والثقافة الجماهيرية في تأصيل مفهوم العون الذاتي لحو الأمية وتعليم الكبار»، في البحث المقدم لحلقة بحث تأصيل مفهوم العون الذاتي المنعقدة بجامعة الامارات نوفمبر ١٩٨٧ بإشراف جامعة الامارات وجهاز تعليم الكبار .
- (٤٣) جريدة الخليج ٢٢/٣/١٩٨٧ م.
- (٤٤) الخليج ٤/٢٨ ١٩٨٧ م.
- (٤٥) أنظر أعمال ندوة لندن ، أنظر أعمال ندوة باريس .
- (٤٦) أنظر الخليج ٢٣/٣/١٩٨٧ م.

بحوث ودراسات

تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية*

إعداد الدكتور:
عبدالرحيم نور الدين**

أدى التطور المتسارع لوسائل الاتصال الجماهيري خلال النصف الأخير من القرن العشرين، إلى بروز اهتمام متزايد بدراسة التأثيرات الاجتماعية والثقافية المترتبة على استخدام الدول النامية لمصادر الاتصال الغربية، ويدور معظم الجدل الذي ما يزال مستمراً إلى الآن، بان استخدام الدول النامية للبرامج التلفزيونية «والفيديو» والسينمائية والاتصال الغربي المطبوع قد أثر سلبياً في القيم والمعتقدات والمفاهيم التي تمثلثقافة رائدة وحضارة مبدعة لدول العالم الثالث الأمر الذي أضحت يهدد هويتها الثقافية ويعرض كيانها الاجتماعي للخطر الأكيد.

* قدمت هذه الدراسة لندوة الهوية الثقافية وتفاعلها مع الثقافات الأجنبية في دول الخليج العربي ٢٧ - ١٤٠٨/٦ الموافق ١٥ - ٢/١٦ ١٩٨٨ - مدينة العين .

** قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة الامارات .

وتعود الاسباب الحقيقة للتأثيرات السلبية للاتصال الدولي على الهويات الثقافية إلى أن معظم الدول النامية قد انهارت بشكل لا يبلغ مداه التعبير بوسائل الاتصال الالكترونية مع بداية السينمات وانشأت تبعاً لذلك شبكات التلفزيون على نطاق حضري وريفي عريض دون أن يسبق أو يواكب انشاءها لتلك الشبكات تخطيط مسبق للاهداف السياسية والاجتماعية والاقتصادية لتلك الوسيلة البالغة الاثر . الأمر الذي أدى ان يظل التلفزيون وغيره من الوسائل الاتصالية دون توظيف رشيد يحقق اهداف دول العالم الثالث في التنمية الشاملة بشكل ملحوظ .

وقد أدت ظاهرة التراكم العشوائي لوسائل الاتصال في البلدان النامية ، والتي ظلت في الأغلب الاعم دون أن تخضع للتربية الاحتياجات التنموية إلى تراكم في أنماط الثقافات الغربية في تلك البلدان واضحت تلك الثقافات تسير جنباً إلى جنب مع الثقافات الوطنية التي يرعاها الاهلون ويحرضون على اغنانها بالانفتاح الحضاري السمح . وقد أفاقت الدول النامية من ثباتها مؤخراً في سعي حثيث لصيانة مقوماتها الحضارية من الذوبان ومقدراتها السياسية من الضياع .

ونتيجة لكل ذلك فقد انتظمت الساحة الدولية تحركات نشطة من قبل دول عدم الانحياز ودول أمريكا اللاتينية ودول الكاريبي في سبيل الوصول إلى حلول ايجابية تحقق للدول النامية استقلالها الثقافي واستمرارها في الحوار الحضاري دون أن تتعرض ذاتيتها الثقافية للأضمحلال أو التلاشي ، وبنظرية فاحصة لما يجري في الفضاء الدولي فإن أية مفترحات تم التوصل إليها في هذا المضمار - حتى الآن - لا تزال بعيدة عن تحقيق غايات وطموحات الدول النامية لما تنطوي عليه من مثالية في الطرح ، وعدم جدية الدول المعنية في اتخاذ خطوات جادة وسريعة تتناسب والخطى المتتسارعة للاتصال الدولي والنتائج المرتقبة عليه على نطاق كوني عريض .

ولعل من بين الأسباب التي أدت إلى صعوبة الوصول إلى حلول واقعية لظاهرة تأثير الاتصال الدولي للدول الصناعية على الدول النامية تتمثل في أن حوار الحضارات بين المحورين المشار اليهما حوار غير متوازن وغير من堪افي ، كما ونوعاً . ذلك أن التدفق الاتصالي الذي يبني عليه حوار الحضارات أيضاً تدفق غير من堪افي : من الدول المتقدمة التي تمتلك التقنية الرفيعة ، ووسائل الاتصال ذات البنية الراسخة ، وذات الكادر الكفء ، إلى دول فقيرة لا تمتلك التقنية «الملازمة» ولا المؤسسات الاتصالية المعترفة وذات القوى البشرية التي يعوزها التدريب المهني اللائق .

أهداف وأهمية البحث

وعلى صعيد البحث العلمي ، فإن معظم الأبحاث التي تناولت قضايا الاتصال الدولي وتأثيراته على دول العالم الثالث قد نبعت من الغرب ، أو أجراها باحثون غربيون في الدول النامية ، وان دراسة تأثير الاتصال الدولي في الوطن العربي على الهوية الثقافية العربية تتسم بندرة في الطرح والمعالجة العلمية فضلا عن أن معظم الدراسات التي اجريت في هذا المجال وقفت عند حد الاشارة إلى المظاهر السلبية للتدفق الاتصالي الدولي دون اقتراح وسائل وأساليب لتعزيز الهوية الثقافية العربية لمواجهة طوفان الاتصال الدولي العارم . وأن النذر البسيط من هذه الأبحاث التي وقفت في طرح بدائل ملائمة لم تجد قبولاً لدى صناع القرار ، اما لعدم توفر الامكانيات المادية الازمة لتنفيذ نتائج تلك الأبحاث ، واما للتباين السياسي بين الانظمة العربية ، الأمر الذي جعل امكانية الوصول إلى قرار موحد أمراً عسيراً . وتوقف نتائج الابحاث والدراسات التي طرحت في سياق توظيف القمر الصناعي العربي (عربسات) في مجال التضامن العربي ودعم الهوية الثقافية العربية أصدق مثال للحالة الاخيرة .

ان استمرار تدفق المعلومات الدولية ذات المضمون القيمية إلى المنطقة العربية ، واستمرار استيراد واستخدام الدول العربية لتلك المضمون دون تمييز اضحى يشكل بعدها لا يمكن تجاهله بحثياً . كما ان تعقيدات المشكلة وتشعب جوانبها ، واسهام الاليات المختلفة في استفحالها يفرضان مزيدا من الدراسات التي تستقصى أسباب الظاهرة بطرح شمولي وتحليل موضوعي يتحققان أهداف الوطن العربي من التوظيف العلمي الحصيف لوسائل الاتصال لتأدي دورها المنشود في عمليات التغيير السياسي والاجتماعي والاقتصادي .

ويهدف البحث إلى مناقشة وتحليل النقاط التالية :

- تحديد السمات الابيجابية للاتصال الدولي .
- استخلاص المظاهر السلبية للاتصال الدولي .
- تحليل كمي لمدى تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية لدولة الامارات العربية المتحدة من خلال استيراد الافلام السينمائية « والفيديو » ومحاولة تعميم ذلك على التأثيرات النوعية المختملة .
- مناقشة الجهود المحلية والإقليمية والدولية في سياق تحصين الهوية الثقافية من التأثيرات السلبية للتدفق الاتصالي الدولي .
- الوصول إلى مقتراحات محددة لتوظيف وسائل الاتصال لتعزيز الهوية الثقافية العربية .

ويعتبر هذا البحث مهما للاعتبارات التالية :

- أ - ان معالجة هذه الظاهرة من منظور عربي سوف تعمل على اثراء النتارات

- العلمية الاتصالية التي تجري في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء .
- ب - ان مناقشة واستنباط المظاهر الايجابية والسلبية للاتصال الدولي تعتبر اساسية لتبني ادبيات تأثير الاتصال الدولي .
- ج - ان الاحصاءات الكمية والتحليلات الكيفية التي يتعرض لها البحث في دولة الامارات تعتبر مؤشراً اساسياً لمعرفة مقدار واتجاه ونوع المؤشرات التي تتعرض لها الهوية الثقافية ذات الخصائص العربية والاسلامية المرعية .
- د - كما أن المقترنات التي يطرحها البحث سوف تمكن وسائل الاتصال من القيام بدورها الطبيعي في تحقيق الحوار الحضاري الدولي دون أن تتعرض الهوية الثقافية العربية للوأن التشويه أو التلوث الثقافي المريع .

السمات الايجابية للاتصال الدولي

أثر التواصل الدولي عبر وسائل الاتصال الجماهيري معززاً لمسار التواصل الدولي التلقائي المباشر عن طريق الوسائل التقليدية التي لا تزال تشكل جزءاً غير بسيط في تحقيق التعريف بالمجتمعات الأخرى وحضاراتها المتميزة ، ورغمما يكمن في الاتصال الدولي من مظاهر سلبية إلا أنه لا يخلو من الايجابيات التي يمكن ايجازها فيما يلي :

- تحقيق التقارب الدولي :

أن تطور وسائل الاتصال الدولي متمثلة في الاذاعة والتلفزيون ، مشفوعاً بثورة اتصالات الفضاء عبر الاقمار الصناعية قد أدت إلى تقليص العالم بشكل لم يكن متوقعاً ، الأمر الذي دفع الباحثين الاعلاميين إلى أن يطلقوا مسميات عديدة للعالم طبقاً لذلك التقارب :

Global Village القرية الدولية :

ماكلوهان (١٩٦٥)

الجزيرة الالكترونية :

Electronic Island

الكوكب الالكتروني

Electonic Cottage

المدينة الالكترونية الفاضلة :

Electronuc Utopia

ماكفيل (١٩٨١)

ونتيجة لكل ذلك فقد اطلق الباحث شيلر (١٩٨١) إلى أن العالم أصبح عبارة عن

حي الكتروني دولي متشخص Individullized Electronic Global Commune إذن فإن هذه الخاصية قد مكنت سكان المعمورة من تحقيق التقارب الاجتماعي والنفسي ، فالحدث الذي يجري في الأرض المحتلة أو السودان أو المغرب العربي أو الخليج على سبيل المثال قد حقق تقارباً جغرافياً ونفسياً ليس فقط على نطاق الوطن

بحوث ودراسات

العربي ولكن ايضاً في جميع أنحاء المعمورة ويزداد التقارب الاجتماعي وال النفسي كلما ازدادت الروابط الثقافية الإنسانية التي تجمع بين بني البشر .

٢ - مراقبة البيئة الدولية :

ان المتابعة الاعلامية المكثفة التي يحققها الاتصال الدولي بتغطية الأحداث التي تقع في معظم أنحاء العالم ، مقرونة بتدفق المصادر الاعلامية التي تبث على نطاق عريض تمكن المتعارضين لتلك الرسائل من التعرف على ما يجري في الساحة الدولية من اخبار وتحليلات جادة عنها ، ومعالجة المشكلات التاريخية العصرية بمنظور درامي من خلال المواد العلمية والتسلسلات مما يحقق مراقبة المتنقى للبيئة ليست فقط على نطاق محلي أو اقليمي وإنما على نطاق دولي بشكل أوضح .

وقد وثق هذه الخاصية الباحث لازويل (١٩٧١ ص ٩٨) عندما أشار إلى ان الاتصال يحقق مراقبة البيئة عن طريق التنبية إلى المخاطر التي تهدد المجتمع والكشف عن الفرص المتاحة التي تؤثر في الموقف القيمي للمجتمع بشكل عام . إذن فمشاهدة حدث مثل الانتفاضة التي تأججت في فلسطين المحتلة في نهاية عام ١٩٨٧ قد جعلت معظم المتقين للرسائل الاعلامية في هذه القضية يراقبون عن بعد ما يجري في المنطقة ويكونون اتجاهات مختلفة حيالها طبقاً لخلفياتهم الفكرية والاجتماعية . ليس هذا فحسب ، فان الوظيفة الاساسية لمراقبة البيئة في مثل هذا الموضوع انما تعمل إما لتعزيز مواقف الأفراد حيال القضية واما للتغيير اتجاهاتهم حيالها طبقاً للمعلومات التي تلقواها . وفي مجال السينما فان عرض فيلم مثل (عمر المختار) فإنه يتبع مشاهدي الفيلم الوقوف عن كتب للأحداث التاريخية والمواقف البطولية لشعب ناضل واستبسيل في سبيل الدفاع عن السيادة السياسية والثقافية بصورة لم توضّحها كتب التاريخ التي قد لا تتبع الظروف لمعظم مشاهدي الفيلم من التعرف عليها من قبل .

٣ - تعزيز الصالح العام :

ان بث وتلقي المعلومات ذات الطابع الدولي يمكن صناع القرار من اتخاذ القرارات المناسبة ووضع الترتيبات اللازمة لتعزيز الصالح العام وفقاً لمقتضيات الحال الذي يكتتف مشكلة معينة أو يتعلق بموضوع ما . فالأخبار والتحليلات الاقتصادية التي تنشرها وتبثها وسائل الاتصال مثلاً تمكن معظم الدول من اتخاذ التدابير اللازمة للحفاظ على سلامة اقتصادها المحلي مما يعزز المصلحة الفردية والوطنية لقطر من الأقطار .

كما أن بث الافلام التسجيلية الثقافية وكذلك الافلام الدرامية التي تعالج ظاهرة معينة

مثل تهريب المخدرات في بلد ما فانها تساهم مساهمة ايجابية في تعزيز الصالح العام عن طريق كشف الاساليب المستحدثة التي يلجأ إليها مهربو المخدرات للتسلل والتهريب ، مما يوفر فرصاً طيبة للجهات المعنية للكشف عنها وحماية المجتمع من التدهور الاجتماعي .

وفي مضمون العمل الفكري والعلمي والادبي والفنى فان تعزيز الصالح العام يبرز بشكل مزدوج . أولاً - ان نقل المعلومات عبر وسائل الاتصال الدولى في مجال العمل الفكري والفنى يتبع سبلاً جديدة للاقتباس الوعي من الفكر الانساني المبدع الذى يعزز الصالح العام في المجالات التي تتحقق منفعة مشتركة لبني الانسان . ثانياً - ان استقبال المعلومات العلمية والفكرية والفنية عبر وسائل الاتصال الجماهيري تمكّن العلماء والمفكرين والباحثين والمبدعين من استبعاد تلك المعلومات التي لا تتفق مع طبيعة المجتمع ومن ثم تضر بالصالح العام . فعلى سبيل المثال - يمكن لقطر عربى اسلامى ان يستبعد المادة الاعلامية التي تشجع الاجهاض .

٤ - نقل الميراث الثقافي :

يشكل توصيل الميراث الثقافي بعداً اساسياً وميزة جوهيرية من مزايا الاتصال الدولي . وقد أشار لازويل في ابحاثه المبكرة (١٩٤٨) والتي اعيد نشرها (١٩٧١ ص ٧٨) ، الى أن من بين وظائف الاتصال بين المجتمعات هو توصيل الميراث الثقافي من جيل إلى جيل . وقبيل انتشار وتطور وسائل الاتصال الجماهيري اعتمدت المجتمعات البشرية على وسائل وأساليب محدودة الأثر محدودة الانتشار في حفظ التراث الشعبي والثقافة العامة التي تميزها عن غيرها من المجتمعات . وتستطيع الاجيال المعاصرة التعرف على تراثها ومقوماته وطرق تداوله عبر الزمان . والأهم من ذلك إن ثورة المعلومات مصحوبة بالتطور الرائد في مجال الصناعات الثقافية قد مكن معظم المجتمعات من التعرف على ثقافة بعضها البعض . وأصبح من الميسور لها فرض التبادل والتلامُح الحضاري مع المجتمعات سيما في مجال التجارب الثقافية والحضارية المشتركة .

ولم تعد العزلة الثقافية ممكنة في عالم اليوم الذي تمطر فيه الاعلامات الدولية العالم بالوان البرامج المختلفة التي تحمل معارف وقيمًا ومعتقدات مختلفة . وفي الوقت الذي يزداد فيه تبادل أو - بالأحرى - استيراد واستخدام المواد الاعلامية التلفزيونية و «الفيديو» التي تحمل ابعاداً ثقافية تعبّر عن الماضي بالقدر نفسه الذي تعبّر به عن الحاضر والمستقبل ، ورغمما عن اسهام الاتصال في تقويض التغيرات الثقافية بين المجتمعات في نطاق القطر الواحد وعلى المستوى الدولي ، فإن هذه الخاصية الايجابية غالباً ما تنقلب إلى سلبية اذا لم توظف وسائل الاتصال بشكل يحافظ على سيادة الميراث الثقافي القومي من طغيان الاتصال الدولي .

المظاهر السلبية للاتصال الدولي

يعتبر شيلر (١٩٦٩ ص ١٤٧) من أوائل الباحثين الذين نهوا إلى المظاهر السلبية للاتصال الدولي وبخاصة تدفق المعلومات من الولايات المتحدة إلى دول العالم الثالث، حيث أشار شيلر إلى «أن الاتصال الجماهيري الآن أصبح عماد المجتمع الامبريالي الصاعد . فالرسائل التي يتم تصنيعها في الولايات المتحدة تبث اشعاعها عبر المعمورة وتتمثل القاعدة الحيوية لقوتها وتوسعها . أما التصورات العقائدية التي يحمل بها الفقراء فإنها حبيسة في سجون وسائل الاتصال الامريكية . وقد وضعت قدرة الدول النامية على خلق الاتجاهات أو تشكيل الاراء بين شعوبها، حيث ان هذه المهمة أصبحت من اختصاص القوى الاجنبية القادرة . كما ان امكانات ومنافذ الاتصال الدولي كافة يسيطر عليها مجمع اتصالي مركزي مقره الولايات المتحدة الامريكية لا يمكن للشعب الامريكي نفسه أن يفهم كيانه أو يفسر مقوماته ».

وألح شيلر إلى أن التوسيع والتغلغل المذهل للتلفزيون الامريكي في العالم خلال السنتين من حيث المعدات والبرمجة والاعلانات يعتبر جزءاً من الجهد العسكري ، والصناعي الامريكي المركب لاخضاع العالم للسيطرة العسكرية والمراسلة الالكترونية ولنشر الثقافة التجارية الامريكية . وطبقاً لمりئات شيلر فان الدراما المحلية والموسيقى الشعبية للبلدان النامية لم تقو على الصمود أمام الدراما الامريكية والموسيقى والاعلانات التي ينتجها التلفزيون الامريكي ويوزعاها على نطاق العالم . الأمر الذي أوجد كما رأى شيلر ١٩٧٦ تبعية اتصالية وتقنولوجية وثقافية .

وقد طور آلان وليس تلك المفاهيم وطبقها بشكل خاص على دول أمريكا اللاتينية فأوضح ان شبكات التلفزيون في أمريكا اللاتينية قد اعتمدت منذ نشأتها على تمويل الشركات الامريكية وعلى التقنية ، والبرمجة وفوق كل ذلك فقد سيطرت عليها شركات الاعلان في نيويورك . وأشار إلى أن ٨٠٪ من برامج أمريكا اللاتينية تنتج في الولايات المتحدة الأمريكية .

وطبقاً لمنطليقات تنسثال (١٩٧٧ ص ٢٦٣) فان وسائل الاتصال على نطاق العالم تعتبر امريكية . وأشار في هذا السياق إلى أن (وسائل الاتصال عبارة عن السياسة والتجارة والافكار) ويعتبر هذا مزيجاً غريباً بما فيه الكفاية عندما تظل وسائل الاتصال داخل الولايات المتحدة الامريكية ، ولكن باعتبار وسائل الاتصال تمثل عنصراً من عناصر التجارة الخارجية فيصبح المزيج أكثر من عادي . فحينما تسمح الحكومة الامريكية بتصدير الاخبار فانها تصدر كذلك جزءاً من سياستها إلى القطر الآخر . ويصدق ذلك على بقية المنتجات . ان وسائل الاتصال تستخدم لكي تجعل الناس يضحكون أو يجهشون بالبكاء لأنها تحتوي على شحنات شعورية على عكس المنتجات الأخرى .

ويعتبر تنسثال (١٩٨٢ ص ١٣٣ - ١٤٥) متسلقاً في أفكاره حينما اشار إلى

أن الوضع لا يزال كما هو بالنسبة لتأثير وسائل الاتصال الأمريكية على البلدان النامية وإن الوضع قد تغير قليلاً جداً ومع ذلك فإن وسائل الاتصال لا تزال أمريكية. وتتضمن الصفحات التالية عرضاً للمظاهر السلبية للاتصال الدولي من خلال «أهم» الدراسات التي أجرتها الباحثون الإعلاميون في هذا المجال وذات الارتباط المباشر بالتأثير السلبي على «الهوية الثقافية» بشكل خاص أو الثقافات الوطنية بشكل عام.

١ - الامبرالية الاتصالية Media Imperialism

يشير هذا الاصطلاح بشكل خاص إلى الهيمنة الامبرالية التي تتمثل في سعي وسائل الاتصال في الدول الغربية إلى فرض سلطتها وافكارها على دول العالم الثالث التي لا تمتلك التقنية الملائمة ولا الوضع الاقتصادي المريح للتعبير عن افكار ومقدرات الرقعة التي توجد فيها. وقد عرف باريت (١٩٧٧ ص ١١٧) الامبرالية الاتصالية بأنها الاتصال الدولي النشط في عنصرين اساسيين :

أ - التدفق الاتصالي للمعلومات عن طريق شبه واحد من الدول الصناعية إلى الدول النامية بشكل هائل كما ونوعاً .

ب - العملية التأثيرية لتدفق المعلومات الدولي والتي تتحكم فيها الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا والمانيا الغربية والاتحاد السوفيتي على الطيف الاثيري والمطبوعات والافلام .

وقد حدد باريت (١٩٧٧ ص ص ١١٩ - ١٢٩) اشكال الامبرالية الاتصالية في أربعة مجالات :

أ - شكل الوسيلة الاتصالية :

استطاعت بريطانيا وفرنسا والمانيا الغربية والولايات المتحدة في المقام الأول من تشكيل وسائل الاتصال وتسييرها لخدمة اهدافها الاستراتيجية . وتحقق لها هذا التشكيل من خلال المقدرة الاقتصادية والقدرات التكنولوجية الرفيعة . ولذا فإن وكالات الانباء العالمية ذات الكفاءة المتقدمة والطفرة الاتصالية التي حققتها هذه البلدان في مجال الصحافة والاذاعة وانتاج البرامج التلفزيونية والسينمائية قد خلقت ما يسمى «بالتبعة التكنولوجية». وقد أصبحت الدول النامية تلهث وراء الدول المتقدمة لاسيمما الولايات المتحدة املاً في الحصول على التقنية المتقدمة للارتفاع بوسائل اتصالها وتعزيز مضامين برامجها الاعلامية .

ب - مجموعة الترتيبات الصناعية :

تعلق هذه الخاصية بجهود الدول المتقدمة باعداد وتنسيق الترتيبات الصناعية فيما يخص تمويل وانتاج عرض المواد الاعلامية واعدادها للتصدير للدول الأخرى . ويرى

باريت ان البنية الصناعية والتمويل يلعبان دوراً بارزاً في مضمون الامبريالية الاتصالية فعلى سبيل المثال تجد ان شبكات التلفزيون في دول الكاريبي قد تم انشاؤها بدعم من الولايات المتحدة وبريطانيا . وتبعاً لذلك فان تطور هذه المحطات رهين بالقدر الذي تسمح به الدول الصناعية المذكورة بتصدير التقنية المناسبة لتلك البلدان .

ج - الممارسة القيمية :

يشير هذا المفهوم إلى الركائز الصريحة وبنيات وسائل الاتصال والمعايير السلوكية التي تضعها الدول الغربية لانجاح رسالتها في المجتمعات التي توجد فيها . فمثلاً حينما تسلك وسائل الاتصال في الدول الصناعية سلوكاً قيمياً فيما يتعلق بالمقاييس الادافية مثل ، «الحرية» و«الموضوعية» و«الحيادية» ، فاننا نجد أن بعض الدول النامية أصبحت تسلك السلوك القيمي الغربي نفسه مما يعكس القيم الاتصالية الامبريالية ويشهو المضمون القيمي المحلي .

د - المضمون الاتصالي ورواج السوق :

يمثل المضمون الاتصالي ورواج السوق الصناعي لوسائل الاتصال الغربية أهم أشكال الامبريالية الاتصالية ، ويشير هذا الشكل إلى تحكم الدول المتقدمة في سوق انتاج وتوزيع الافلام واشرطة الفيديو والصحف والمجلات والاسطوانات والاخبار في الدول النامية . وتشير الابحاث الاعلامية إلى أن شركات التلفزيون تعتمد بصورة مباشرة في مواردها المالية على تصدير وتوزيع انتاجها في السوق الخارجي . وفي هذا السياق فإن دول أمريكا اللاتينية على سبيل المثال تستورد ما يتراوح بين ١٠٪ إلى ٨٠٪ من مواردها التلفزيونية من الولايات المتحدة الأمريكية مما يؤكّد علاقة التبعية التي سبقت الاشارة اليها .

ولعل من ابرز مياسم التغلغل الاتصالي ظاهرة المراسلين الاجانب ، فحتى عهد قريب لم يكن للولايات المتحدة مراسلون من أبناء القارة الافريقية لتفطية أنباء الدول الافريقية . كما أن هيئة الاذاعة البريطانية ووكالة الاعلام الأمريكية تتميزان باستقلال تام فيما يختص بجمع وتحرير الاخبار على نطاق العالم .

ويعتبر شن شوان لي من الباحثين الذين اجروا دراسات ميدانية معمقة حول الامبريالية الاتصالية التي لخصها في أربعة اندماط اساسية :

أ - تصدير البرامج التلفزيونية إلى الدول الأجنبية .

ب - الملكية الاجنبية لوسائل الاتصال المحلية والتحكم فيها .

تحويل المعايير الاذاعية الاجنبية وتغذيتها بالاعلان التجاري على حساب الصالح العام .

- د - غزو العالم عن طريق فرض الرؤى الامبرialisية على القيم المحلية السائدة .
ورغم ان انماط الامبرialisية الاتصالية التي حددتها شوان لي لا تختلف كثيراً عن اشكال الامبرialisية الاتصالية التي حددتها باريت ، إلا أن شن لي قد استشهد بالدراسة التي اجراها نورد سترينج وفارس والتي تتعلق باستيراد خمس وثمانين دولة نامية للبرامج التلفزيونية الغربية وتبيّن من الدراسة ١٩٨٠ ص ص ٧١ - ٧٧ أن :
- ان اثنى عشرة دولة تستورد ٥٠٪ من برامجها من الولايات المتحدة الامريكية وهذه الدول هي : البرازيل ، هونج كونج ، فنزويلا ، ماليزيا ، الفلبين ، تايلاند ، الكويت ، المملكة العربية السعودية ، الأردن ، اسرائيل ، الجزائر ، ونيجيريا .
- ان عشر دول تستورد ٦٠٪ من برامجها من دول اخرى وبصفة اساسية من الولايات المتحدة وهي : بيرو ، الدومونيكان ، بوليفيا ، ارغواي ، افغانستان ، العراق ، لبنان ، تركيا ، اليمن ، وكينيا .
- ان تسع دول تستورد ٧٠٪ من برامجها وهي : اكوادور ، بنما ، شيلي ، ترينيداد ، توباغو جامايكا - بورتوريكو ، مورسيش ، زامبيا ، والسنغال .
- ان مجموعة من الدول الصغيرة تستورد ٨٠٪ من برامجها التلفزيونية من الدول الغربية ، وتلك الدول هي : قطر ، جواتيمالا ، دبي ، وكورستاريكا .
- كما أوضحت الدراسة ان دولاً عديدة مثل الهند وسوريا ، وتابوان ، وتونس تحاول جاهدة ان تحقق الاكتفاء الذاتي البرامجي المحلي .

٢ - الامبرialisية الثقافية Cultural Imperialism

وبينما وجد مفهوم الامبرialisية الاتصالية قبولاً لدى قاعدة عريضة من الباحثين نجد أن مجموعة أخرى قد تبنت نموذجاً شاملًا لدراسة وتشخيص تأثير الاتصال الدولي على البلدان النامية . واعتبروا أن مفهوم الامبرialisية الاتصالية محدود في إطاره ومعناه لتفسير الظاهرة موضع الاهتمام . واقتصر هؤلاء تبعاً لذلك مفهوم الامبرialisية الثقافية لشموله لكل التأثيرات الاتصالية والثقافية التي يتضمنها الاتصال الدولي . فقد عرف جولدوبين (١٩٧٧) ص (٢٩١) الامبرialisية الاتصالية بأنها : «المكون المعياري للعلاقات التبعية البنوية بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات النامية والتي تتضمن تأثير الاتصال الدولي على النظام التعليمي والثقافي » .

وفي الاتجاه نفسه فقد عرف شيلر (١٩٧٦ ص ٩) الامبرialisية الثقافية بأنها العمليات الكلية التي يتم بمقتضاها تحدث المجتمعات النامية على غرار الانظمة العالمية الغربية ، المتقدمة بشكل يتناغم ويستجيب للموروثات الغربية المهيمنة على المضمون الاتصالي ، وتماشياً مع هذين التعريفين فإن دعوة الامبرialisية الثقافية يعتبرون الامبرialisية الاتصالية جزءاً من الامبرialisية الثقافية لأن وسائل الاتصال الغربية تعمل على جذب

وربط مواطني الدول النامية بالمضمون الاعلامي والقيم الرأسمالية السائدة .

٣ - الاستعمار الالكتروني Electronic Colonialism

يرجع استخدام هذا المفهوم لأول مرة إلى الباحث توماس ماكفيل . وفي نطاق سعيه لتحديد أبعاد الاستعمار الالكتروني اشار ماكفيل (١٩٨٠ ص ١٨ - ١٩) انه على مر التاريخ كانت هناك ثلاثة اتجاهات في مجال بناء الامبراطوريات اولها : الغزو العسكري إبان الحقبة الاغريقية الرومانية . وثانيها : الحروب المسيحية أو ما يعرف بحركات الصليبيين في العصور الوسطى . وثالثها : السيطرة التي خلفتها الثورة الصناعية في القرن السابع عشر وامتدت اثارها حتى النصف الأول من القرن العشرين . ويعرف هذا الاتجاه أو هذه المرحلة بالاستعمار التجاري الذي نبع من رغبة الدول الصناعية في الحصول على المواد الخام وايجاد اسوق خارجية لمنتجاتها . ومن ثم اصبحت افريقيا وآسيا وامريكا اللاتينية اهدافاً مركزة للغزو الغربي .

ويضيف ماكفيل إلى ان النصف الأخير من القرن العشرين قد شهد تحولات سياسية واستراتيجية مصحوبة بثورة الاتصال والتي لعبت فيها وسائل الاتصال دوراً حيوياً في تثبيت النفوذ السلطوي . الأمر الذي سهل دخول السيطرة الاستعمارية الغربية مرة أخرى إلى البلدان النامية من خلال الفيض الاتصالي المهيمن ليحل الاستعمار الالكتروني مكان الاستعمار التجاري .

ويعرف ماكفيل (١٩٨٠ - ص ٢٠) الاستعمار الالكتروني بأنه : « علاقة التبعية التي تأسست باستيراد المعدات الاتصالية والمنتجات الأجنبية الرفيعة وبصحتها المهندسون والفنيون والمنتجات الاتصالية وما تتضمنه من بروتوكولات والتي توجد وتوسّس مجموعة من المعايير والتوقعات الاجنبية والتي من الممكن أن تعمل بدرجات مختلفة على تغيير الثقافات المحلية وعمليات التنمية الاجتماعية . فهذه النشاطات الاتصالية تتتنوع من الكتب الهزلية . إلى الاقمار الصناعية ، ومن الحاسوبات الآلية إلى أجهزة الليزر إلى جانب المنتجات الأكبر تقليدية من البرامج الإذاعية والمسرح وشاشة الفيديو إلى الخدمات السلكية والبرامج التلفزيونية وتمثل جميع هذه المجالات حقولاً رحباً للنشاطات الاتصالية والتي تعمل على تكوين وترتيب وتنسيق البرامج المحتمل ارسالها واستقبالها وهنا يكمن العائق » .

وانتقد ماكفيل (١٩٨٠ ص ٢٤٨) الجهد الدولي الرامي إلى ايجاد حلول جذرية لمشكلة الاستعمار الالكتروني وأشار بالتحديد إلى النظام الدولي الجديد للإعلام باعتباره يمثل فقط قوة سياسية وخطابية . ويرى ماكفيل ان الحل الوحيد لتخلص « المستعمرات الالكترونية الغربية » هو تبني مفهوم الاتصال التنموي باعتباره بديلاً للمفهوم الغربي للإعلام الحر .

٤ - التزامن الثقافي Cultural Synchronization

انتقد هملينك (١٩٨٣ ص ٥ - ٦) نموذج الامبريوالية الثقافية باعتباره غير شامل ولا يعبر بعمق عن حجم المشكلة، واقتصر ما اسماه التزامن الثقافي ، والذي تتضمن عملياته ايدصال التنمية الثقافية من الاقطار المتحضره بصورة استعمالية إلى الاقطار المستقبلة وان حركة المنتجات الثقافية تسير بكتافة في اتجاه واحد وتت忤ذ منوالاً تزامنياً . حيث تقدم المناطق المتحضره انموذجاً ثقافياً مختلفاً يتزامن مع وجود ثقافة البلدان المضيفة . وان العملية الكلية للمخترعات المحلية والابداعات الثقافية سوف تتعرض للتشويه أو التحطيم والدمار النهائي . كما أن الابعاد الانسانية التي تطورت عبر القرون سوف تخفي بمعدلات مطردة .

ويضيف هملينك انه اذا امكن تعريف الاستقلال الثقافي بأنه مقدرة القطر لاتخاذ قرار لاخضاع موارده الذاتية للاستخدام المتساوي للبيئة ، فإن التزامن الثقافي يشكل خطراً على ذلك الاستقلال ، ويركز هملينك بشكل اساسي على التزامن الثقافي الدولي الذي يصنع القرارات ويستخدم تلك الموارد مصحوبة بالاساليب المنظورة والرموز والانماط الاجتماعية دون اعتبار للخصوصية المحلية وباعتبار اساسي لملفعة واحتياجات المناطق المتقدمة . لذا فإن الاستخدام العشوائي للتقنية الاجنبية سوف يحقق تأثيرات ثقافية سلبية بالغة النفوذ . ويشير هملينك ايضاً إلى أن التدفق الاتصالي الدولي قد اصبح الحامل الرئيسي للتزامن الثقافي متعدد الجنسيات .

ويلفت هملينك (١٩٨٣ ص ٦) الانظار إلى أن التأثير الثقافي عبر الصناعات الاتصالية لا يحدث دوماً بطريق مباشر لأن معظم سكان الدول النامية نادراً ما يتعرضون لوسائل الاتصال الالكترونية والمطبوعة : فالتلفزيون والصحف ، والافلام والكتب لا تزال لا تتوفر لدى الغالبية من السكان في افريقيا والشرق الاوسط وامريكا اللاتينية . وان النخبة المتحضره والطبقات الوسطى هي التي تتعرض بكتافة لتأثير وسائل الاتصال الامريكية على مستوى الاتصال المحلي . وتنشياً مع ذلك ، فعند قبول النخبة الحاكمة للنموذج المستورد فان افعالهم سوف تكون حاسمة في البيئة الاقتصادية والثقافية لبقية السكان .

ويستعرض هملينك (ص ١٠) الاشكال والمضامين للتزامن الثقافي والتي تتضمن ليس فقط في مجال الاخبار والبرامج الترويحية وانما تشمل ايضاً المواد التعليمية وكتب الاطفال الهرلية ، ومجلات المرأة ، واسطوانات الموسيقى ، وأنظمة الحاسوبات الآلية ، وانظمة الاقمار الصناعية ، والانسجة البصرية .

ولعل الاسهام الحقيقي للباحث هملينك (ص ١٠٠) يكمن في الكيفية التي قدم بها مقترنات محددة لما اسماه عملية الانفصال الثقافي (Cultural Dissociation) والتي تتضمن

المجلات الخامسة التالية:

- ١ - إنها العملية التي يختار عن طريقها القطر الانفصال عن العلاقات الدولية التي تعرّض التنمية المستقلة للخطر .
- ٢ - إنها عملية نشطة ضد نقلية الأنظمة الثقافية الأجنبية ، ولتصميم نظم ثقافية تناسب بيئة القطر المعنى .
- ٣ - إنها مجموعة من الاستراتيجيات التي تقف ضد وتعارض ابعاد التزامن الثقافي ، ويجب أن تشمل تلك الاستراتيجيات اتجاهها عكسياً للتوجهات التي يشملها التزامن الثقافي .
- ٤ - يعتبر المفتاح الأساسي للانفصال الثقافي هو السياسات الاتصالية الوطنية والتي تخلق وترسي نمطاً جديداً للعلاقات الاتصالية الدولية .
- ٥ - يتطلب الانفصال الثقافي اربعة مكونات حاسمة في مجال السياسات الاتصالية الوطنية والتي يمكن عن طريقها ايقاف التزامن الثقافي .
 - أ - التعريف المستقل لاحتياجات القطر الأساسية .
 - ب - صياغة المبادئ الاتصالية المبنية على تلك الاحتياجات .
 - ج - ترجمة تلك المبادئ إلى تحطيط حاسم .
 - د - تعبئة الموارد المحلية .

٥ - الاغتراب الثقافي: Cultural Illeation

أدت ظاهرة التزامن الثقافي الدولي بين وجود ثقافة محلية تمثل أسلوب الحياة ونمط العيش لمواطني الدول النامية ، وثقافة وافدة مختلفة تبنيها وتزروج لها وسائل الاتصال الغربية ، إلى بروز ظاهرة الاغتراب الثقافي التي تعتبر من أخطر المظاهر السلبية للاتصال الدولي ، ولعل ظاهرة الاغتراب الثقافي تبلور النتائج المترتبة على كل المظاهر السلبية للاتصال الدولي التي سبقت الاشارة إليها .

ويفضل بعض الباحثين استخدام الاستلاب الثقافي ليشير لمفهوم «الاغتراب الثقافي» ويرى أبو أصبع (١٩٨٢ ص ١٢٣) ان كلمة (الانسلاب) تعتبر أكثر صحة من الاستلاب لأن «الأولى تشخص حالة المغزو المنسلي ، بينما الثانية تشخص حالة الغازي المستلب وطبعي انتا معنيون بحالتنا نحن المغزوين»

وبينما يعتبر أبو أصبع (ص ١٧٤) الثقافة الغربية من أهم العوامل التي تؤدي إلى الانسلاب ، لكنه يشير إلى ضرورة اعتبار المناخ السياسي والاجتماعي الذي يعيش فيه المواطن العربي بحسبه يخلق جواً لحالة الانسلاب ويدفع إليها . كما ان نجاح الغزو

الثقافي الغربي يتعزز من خلال عوامل داخلية سياسية واجتماعية ونفسية، ويستخدم الباحث كاميليري (١٩٨٣ - ص ٢٦) مفهومي الاستلاب والاغتراب بمعنى واحد، ويرى أن ماركس هو أول من طور نظرية عامة عن الاستلاب في سياق كلامه عن قيام الدولة الحديثة فالاستلاب لدى ماركس هو نوع من الاغتراب الذاتي، أي أنه الوضع الاجتماعي الذي يكون فيه الإنسان مستلباً من الطبيعة ومستلباً من نفسه (من فعاليته الخاصة) مستلباً من وجوده النوعي (من عضويته في الجنس البشري) مستلباً من الآخرين.

وأشار ماكيرايد ورفاقه (١٩٨١ ص ٣٣٨) في تقريره الأكثر رواجاً إلى أن انتشار وسائل الاتصال في العقود الأخيرة، واسهامها في نقل العالم الخارجي إلى ملايين الناس الذين كانوا يعيشون من قبل في مجتمعات منعزلة قد تولد عنه شاغلان هامان: أولاً - ان تطوير وسائل الاتصال الجماهيري يمثل حاجة فنية واجتماعية، إلا أنه قد يشكل في نفس الوقت تهديداً لنوعية الثقافة وقيمها، ثانياً - ان فتح الابواب على مصراعيها لتجارب وانطباعات جديدة من طريق وسائل الاتصال قد يؤدي في بعض الاحيان إلى اغتراب الناس عن حضارتهم.

وأشار تقرير ماكيرايد (ص ص ٣٣٨ - ٣٣٩) إلى حالة الاغتراب الراهن الذي يسود في معظم بلدان العالم النامية نتيجة لتوجّل وسائل الاتصال في حياتهم: «فإدخال وسائل اعلام جديدة، وخاصة التلفزيون في المجتمعات التقليدية كثيراً ما أدى إلى زعزعة عادات ترجع إلى مئات السنين وممارسات حضارية كرسها الزمن واساليب بسيطة وامان اجتماعية وانماط اقتصادية وغالباً ما يصاحب فوائد الاتصالات الحديثة التي تنشر معلومات ومواد ترفيهية غير مألوفة ومشوقة وممتعة، واردة من مراكز حضرية، وكثيراً ما تكون مصادرها أجنبية تأثيرات سلبية يمكن ان تشيع الاضطرابات بدرجة كبيرة في النظم القائمة. وفي الحالات المتطرفة استطاعت وسائل الاعلام الحديثة ان تطاً التقاليد وتشوه الانماط الاقتصادية والاجتماعية التي ترجع إلى مئات السنين، وفضلاً عن ذلك فإن معظم المجتمعات قد غدت فيها بعض آثار الماضي مصدرًا للأسى والضرر بل ومنافية للفلسفة والممارسة الاجتماعية التي يقبلها الناس اليوم ومن ثم ينبغي تغييرها إذا كان للتقدم الإنساني ان يتحقق.

تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية «حالة دولة الإمارات العربية المتحدة»

- مقومات الهوية الثقافية العربية :

تقترب دراسة الهوية الثقافية بشكل عام بالجهود التي ارسى قواعدها الانثربولوجيون في مجال دراسة الشخصية القومية. ويقول عاطف وصفي (١٩٧٧م ص ١٦٦) إن دراسة الشخصية القومية تعنى دراسة أكثر سمات الشخصية شيوعاً في أي مجتمع، وبوضوح وصفي (ص ٤٦) العلاقة بين الثقافة والشخصية بقوله: «برغم الاختلاف الواضح بين المفهومين، الثقافة والشخصية نلاحظ أن العلاقة بينهما ضرورية وجوهية، فبدون الثقافة لا توجد الشخصية، وبدون الشخصية لا توجد ثقافة، وذلك لأن الثقافة هي مجموعة من أنماط السلوك التي تميز مجتمعاً ما، وإذا حللتانا انماط السلوك نجد أنها أكثر الحالات تكراراً لسلوك معين وهذا السلوك المعين صادر عن فرد معين أي من شخصية معينة».

ويؤكد محى الدين صابر (١٩٨٧م ص ٦١) المفهوم بشكل أكثر تفصيلاً: «إن الشخصية العربية، هي قوام الوجود التاريخي للأمة العربية، التي تتجسد فيها قيمها الروحية والاجتماعية، وغایاتها ومتلها، تقاليدها، وأعرافها، منجزاتها الحضارية، والتي تستيطن قدرتها في صناعة الحياة الاجتماعية، وفي تقدم المجتمع، عن طريق التجاوز والابداع، وفي عبارة قصيرة هي بطاقتها الحضارية في التاريخ». ويسرد صابر مقومات الشخصية العربية التي تشمل: «قيمها الروحية، ونظمها اللغوي، ونسقها الفكري، وزراعتها العالمية. فحول لغتها، نمت حضارتها وبها بلغت رسالتها الروحية، وقامت على مسؤوليتها الثقافية العلمية، والتي تتمثل في تراثها الحي الممدود وراء العصور، في صورة فريدة، لا تكاد أمة تمتلك مثله لا في حجمه، ولا في نوعه، ولا في تنوعه، ولا في تأثيره على التاريخ أو المعرفة الإنسانية».

وحول الصلة بين الشخصية العربية والثقافة العربية يقول صابر (ص ٦٢) «شخصية شعب ما تعبير عن شامل، عن ثقافته بكل ما تشمل عليه من مقومات، وفي إطار هذه المسلمة الأولية تقوم الصلة بين الثقافة العربية والشخصية العربية، وهو أمر وارد بالنسبة للثقافات والشخصيات القومية، وفي المجتمع الإنساني».

وفي طرحها للهوية الثقافية العربية حددت الخطة الشاملة للثقافة العربية الجزء الأول (ص ص ٥٣ - ٥٨) خصائص الهوية الثقافية العربية في أربعة مجالات أساسية:

أ - من الناحية السياسية :

تكريم الإنسان بوصفه إنساناً، والشوري كأسلوب للحكم، والعدل، ورفض الظلم،

والحرية، والمساواة، والسماحة الفكرية والاجتماعية والمسؤولية عن العمل.

ب - من الناحية الاجتماعية :

احترام الاسرة باعتبارها نواة ، والبناء الاجتماعي ، وايثار المروءة والغفو اساس في العلاقات الاجتماعية ، والتكامل الاجتماعي والرعاية وتوفير الاحتياجات الانسانية الاساسية نبذ الانانية الفردية بوصفها رذيلة من الرذائل ، والعدل الاجتماعي بتحريم الربا ، وانكار استغلال الانسان ، والمسؤولية الاجتماعية العامة للجامعة من خلال تنظيم الحرف .

ج - من الناحية الاقتصادية :

تقدير العمل النافع والانتاج باعتبارهما قيمتان اساسيتان في الاسلام مبدأ وتطبيقا ، والاستثمار الانتاجي ومنع الاكتناز والاحتياط ، ومسؤولية الدولة عن أعمال النفع العام والمصلحة العامة ، وان الثروات العامة ملك للأمة انما تديرها مصلحة الجميع .

د - من الناحية الفكرية الثقافية :

رفض الأمية وتكرير العلم طلبا وحملها ونشرها وتراثا ، الدعوة للابداع والتفكير في آلاء الله وفي الطبيعة واسرارها وفي الذات الانسانية خلقا وسلوكا ، والبحث عن المعرفة والحكمة من أي وعاء خرجت .

وركزت الخطة (ص ٦٠) على أن أهم ما يحكم الهوية الثقافية العربية أمران :
أ - «التوازن الذي يعيشه الانسان العربي بين المادة والروح خلال نظرية متميزة لوقع الانسان ، في الكون ، انها توازنية الاسلام وقيمه . والمرء منا يعطي الدنيا ، أو هو مأمور ان يعطي الدنيا - حقها كما يعطي الآخرة بدورها حقها ، فلسنا روحين بشكل مطلق (مقابل ما يدعى من ان الغرب مادي) ولسنا ماديين حتى تعمى فيها العيون عن الحياة الروحية » .

ب - الانفتاح الربح : « فهي ليست هوية قومية - مغلقة ، فقد اسهمت فيها المناطق المختلفة والاجيال العديدة . وهي هوية شمولية لتيارات مختلفة واتجاهات متنوعة واختبارات تؤلف ، فيما بينها جميعا نظرة أصلية للانسان ولمنزلته ودوره في الخليفة . وهي إلى هذا وذاك هوية منظورة تتمثل حصيلة التجارب انسانية عبر عهود طويلة من التاريخ وعلى حيز واسع من الأرض » .

وتعتبر المقومات التي سبقت الاشارة اليها في هذا الفصل الدعامات الاساسية التي ترتكز عليها الهوية الثقافية العربية . وعلى الرغم من أن دولة الإمارات العربية المتحدة لديها خصوصيتها وبطاقتها الثقافية المستقلة ، الا أن هويتها انما تتبع وتستمر وتزدهر في ظل الهوية الثقافية العربية الاسلامية .

بحوث ودراسات

وتعتبر المناقشة التالية اساسية لمعرفة مدى استيراد الدولة لبرامج التلفزيون واشرطة الفيديو الغربية وانعكاساتها الايجابية والسلبية على الهوية الثقافية العربية في المنطقة .

تأثير المواد الإعلامية الغربية :

وفي مجال مناقشة استيراد دولة الإمارات العربية المتحدة للبرامج التلفزيونية على الهوية الثقافية العربية في دولة الإمارات ، أجرى الباحث دراسة أولية (استطلاعية) عن طريق المقابلات وتوجه بجملة تساؤلات للمسؤولين في كل من تلفزيون أبوظبي وتلفزيون دبي ، (يفضل المسؤولان عدم ذكر اسميهما) وعلى الرغم من ان المقابلتين تمتا في وقتين مختلفين (١٩٨٨/١/٣) و(١٩٨٨/١/١٧) فقد رأى الباحث أن تتم المناقشة بصورة موحدة لتيسير عملية المقارنة بين الجهازين وتوجهات المسؤولين فيما .

حجم البرامج التلفزيونية المستوردة في عام ١٩٨٧ :

- تلفزيون أبوظبي :

بلغ عدد المواد التلفزيونية التي تم استيرادها واستخدامها في تلفزيون أبوظبي كاملاً :

- الافلام	٢٤٠	فيلماً
- المسلسلات	١٢٩٦	حلقة
- البرامج التسجيلية	٨١٦	حلقة
- برامج الأطفال	٣٣٦	حلقة

وبلغت نسبة الافلام ٩٠٪ تقريباً من الولايات المتحدة و ١٠٪ من فرنسا . كما بلغت نسبة عرض المسلسلات ٩٢٪ من الولايات المتحدة و ٤٪ من فرنسا . وبلغت نسبة عرض برامج الأطفال ١٠٠٪ من أمريكا كما بلغت نسبة عرض الافلام التسجيلية ٨٨٪ من الولايات المتحدة و ١٢٪ من فرنسا ، وبلغت نسبة عرض المسلسلات الأجنبية ٩٢٪ من الولايات المتحدة و ٤٪ من فرنسا ، والبرامج التسجيلية ٩٣٪ من الولايات المتحدة و ٥٪ من فرنسا .

أما برامج الأطفال فقد شكلت نسبة عرضها ١٠٠٪ من الولايات المتحدة الامريكية .

- تلفزيون دبي :

بلغت المواد التلفزيونية التي تم عرضها في تلفزيون دبي على النحو التالي :

- الافلام	٣٣٦	فيلماً
- المسلسلات	١٢٠٠	حلقة
- البرامج التسجيلية	٩٦٠	حلقة
- برامج الأطفال	١١٥٢	حلقة

وبلغت نسبة الأفلام التي تم عرضها ٩٠٪ من الولايات المتحدة و ١٠٪ فرنسية وإنجليزية وإيطالية والمسلسلات ٦٠٪ من الولايات المتحدة، و ٣٠٪ من بريطانيا، والبرامج التسجيلية ٧٠٪ من بريطانيا، و ٣٠٪ من الولايات المتحدة، أما برامج الأطفال فكانت متوازية بنسبة ٥٠٪ لكل من بريطانيا والولايات المتحدة.

الشركات المنتجة والدول المصدرة :

- تلفزيون أبوظبي :

الشركة	الدولة
MCA	الولايات المتحدة
MGM	الولايات المتحدة
World Vision	الولايات المتحدة
BBC	بريطانيا
TRANSTEL	المانيا الغربية

- تلفزيون دبي :

الشركة	الدولة
MGM	الولايات المتحدة
FOX	الولايات المتحدة
WARNER BROTHERS	الولايات المتحدة
COLUMBIA	الولايات المتحدة
BBC	بريطانيا

سياسة الشراء أو الاستئجار :

- تلفزيون أبوظبي :

يتبع تلفزيون أبوظبي طريقة الاستئجار في جميع الاعمال التي يستوردها وتبلغ قيمة استئجار الفيلم المميز جدا ٤٢٠٠ دولار للعرض لعدة مرات خلال خمس سنوات . والفيلم المميز ٢٧٠٠ دولار لعرض واحد ، أما الأفلام العادي فتبلغ قيمة عرضها لمرة واحدة ١٨٠٠ دولار . وتبلغ قيمة الحلقة من المسلسل (ساعة واحدة) ١١٠٠ دولار - وعرض لمرة واحدة .

- تلفزيون دبي :

يتبع تلفزيون دبي طريقة شراء حق العرض لمرتين او ثلاثة مرات وتتراوح قيمة

الفيلم المميز جدا من ٥٥٠ إلى ٨٥٠ دولارا للساعة الواحدة ويعرض مرتين في السنة . وتبلغ قيمة الحلقة من المسلسل ٥٠٠ درهم لعرض واحد .

أسس اختيار البرامج :

- تلفزيون أبوظبي :

توجد لدى تلفزيون أبوظبي لجنة لاختيار المواد التلفزيونية . حيث تشاهد اللجنة كل ما يرد إليها من برامج ، فإذا رأت اللجنة أن المادة لا تتعارض مع المبادئ العامة تجيز العمل وتحيله إلى جهاز الرقابة ، ويقوم جهاز الرقابة بدوره بمراجعة البرامج المجازة وإذا اعترض الجهاز على أي مادة تلفزيونية غير ملائمة يحيلها إلى اللجنة مع بيان أسباب الرفض . وفي هذه الحالة تعتمد اللجنة رأي جهاز الرقابة .

- تلفزيون دبي :

لا يعتمد تلفزيون دبي على اللجان في تقييم المادة التلفزيونية . والعمل الأساسي يقوم به مراقبو البرامج أو أي من المسؤولين في الإدارات المختلفة لأن الخط بين المسموح والمحظور واضح .

البرامج الأجنبية والهوية الثقافية :

- تلفزيون أبوظبي :

يحاول تلفزيون أبوظبي من خلال عرض البرامج الغربية ان يفتح مدارك الناس على المجتمعات المتقدمة لأنها تحتوي على قصص إنسانية ، وتقدم علمي رفيع ، وثقافات متعددة . كما ان الانتاج الغربي يتميز بتقنيات الانتاج الرفيعة والخارج الرائع .

أما في مجال دور التلفزيون في تعزيز الهوية الثقافية العربية في الدولة فان تلفزيون أبوظبي يعمل على تأكيد القيم الإنسانية ، وتقدير العلم ، وتحري الدقة في سرد الروايات التاريخية ، وتحري الدقة في اختيار الألفاظ التي تعبّر عن المجتمع في الزمان الذي حدثت فيه وقائع العمل الدرامي ، وتحري الدقة في اختيار الملابس التي تناسب المجتمع وتعبر عن فنائه .

ومن ناحية أخرى فإن التلفزيون لم يوظف بشكل جيد في هذا المجال لأن هذا يرجع إلى عدم اعطائه حقه . ولا توجد لديه سياسات مكتوبة للبرامج . وان ساعات الارسال الكبيرة لا تساعد على الاختيار الجيد . فالعاملون في التلفزيون يتعرضون لضغوط كثيرة . ولدى تلفزيون أبوظبي الان مساع للإنتاج الخاص لكي نتمكن من ابراز قيم معينة لأن الانتاج التجاري لا يحقق هذه الغاية ومع ذلك «تظل قدرتنا محدودة ومقيدة

بالميزانية المخصصة للبرامج». وقد اظهرنا جودة في الانتاج الخاص من خلال انتاج المسلسل المحلي «العزبن عبدالسلام».

- تلفزيون دبي:

ان البرامج التلفزيونية التي يتم عرضها في دبي تحتوي على قدر كبير من الايجابية لأن صناعة الافلام تعتبر لغة قوية . فهي تعرف المشاهدين بحضارة الغرب والتي تحتوي في بعض الاحيان على مضامين انسانية ومعالجة قضايا الخير والشر . وإنها بذلك تمكّن المشاهدين من التعرف على حضارة الغرب وكيف انفهم للتعامل معها في ضوء القيم المرعية .

أما عن الجوانب السلبية فتوجد سلبيات ولكن التلفزيون لا يعتبر المسؤول الأول عنها . وربما تكون المسئولية ملقاة على التربية والاسرة خاصة فيما يتعلق ببرامج الاطفال . ومع ذلك فإن تأثير التلفزيون في مجال تفشي العنف مبالغ فيه لأن النشرة الاخبارية تحتوي على عنف حقيقي وغير «ممثل» كما في البرامج التلفزيونية . وإذا سلمنا بأن التلفزيون يؤدي إلى العنف فمن غير الممكن أن ينزل الناس إلى الشارع للقتال بعد مشاهدتهم لحلقات المصارعة الحرة . على حد قول المسؤول الذي أجريت معه المقابلة .
وإضافة إلى ذلك فإن التلفزيون يعتبر جزءاً من المجتمع . «ولا اعتقاد أن الهوية الثقافية تمس لو كان عند الناس الاستعداد لعدم المساس بها» وقد استطاع التلفزيون الاصمام في تعزيز الهوية الثقافية العربية من خلال برامجه الدينية والثقافية والاجتماعية من خلال الاختيار الجيد والرقابة الناضجة للمواد التلفزيونية الغربية .

قواعد اختيار وعرض البرامج :

- تلفزيون أبوظبي:

يهتمي تلفزيون أبوظبي بالمبادئ التالية التي حددتها الأمر الاداري لعام ١٩٨٠ ، وطبقاً لذلك الامر يحظر عرض ما يلي:

- ١ - ما يتعارض مع العقيدة الاسلامية أو يؤدي إلى ابراز ما يثير الشك او البلاهة حولها (التبشير في المجتمعات الاسلامية - الترويج للماركسية أو التعاطف معها أو مع غيرها من الافكار الهدامة).
- ٢ - ما يتعارض مع مسلمات الشريعة الاسلامية أو يتولى عرض الممارسات المحرمة بشكل يروج لها أو يرغب فيها أو يجعلها معنادة مألفة .
(الخمر ومجالسها - العلاقات غير المشروعية بين الجنسين - الخيانات الزوجية - الاطفال غير الشرعيين .. الخ).
- ٣ - ما يسخر بالدين أو يهزا برجاته أو يعرض بتعاليمه أو يشيع عادات اجتماعية

منافية له .

(الصداقة الآتية بين الشباب من الجنسين كما في المجتمعات الغربية .. الشعوذة والخرافات .. الخ) .

٤ - ما يبرز افكار وثنية او صلبيّة او الحادّية بشكل يدعو إلى التعاطف معها .
(نقدّيس الاضرحة - الصّلبان - عبادة الصور . الخ) .

٥ - ما يبرز بالصوت والصورة حدثاً مخلاً بالآداب او خليعاً او داعياً إلى فتنه .
(أفلام العري - القبلات المحرمة اعتبارياً - الممارسات غير المشروعة او المخلة بالآداب .
الالفاظ النابية عن الذوق العام أو المنافية للحياء . الخ) .

٦ - ما يبرز بطولات تقوم على أساس قيم باطلة أو أساليب مرفوضة ديناً وخلقًا .
(بطولات اللصوص وعصابات الجريمة ومحترفي الرزيلة - اللص الشريف - الموس
الفضلة . الخ) .

٧ - ما يقوم على العنف ويشجع أساليب العراق الدموية وخاصة بين الشباب . (أفلام
العنف الدموي - عصابات الربع - المافيا . الخ) .

٨ - ما يسيء إلى العلاقات الأخوية مع الدول العربية والإسلامية والصديقة او شعوب
تلك الدول .

٩ - ما يحط من شأن العربي أو المسلم بين أي من شعوب العالم أو يصوره في
صورة تناول من كرامته أو تلحق به الهوان .

١٠ - ما يرفع من شأن العدو الإسرائيلي والصهيونية العالمية أو يدعو إلى التعاطف
معها أو يبرز افكارها وشعاراتها . سواء كان هذا بشكل مباشر أو غير مباشر .

- تلفزيون دبي :

لا توجد قواعد مكتوبة ولكن توجد مبادئ اساسية يتم طرحها لجميع الاقسام
المعنية . ولا تختلف تلك المبادئ عن المبادئ العامة السالفة الذكر التي يهتمي بها
تلفزيون أبوظبي .

معوقات الانتاج المحلي وكيفية التغلب عليها :

- تلفزيون أبوظبي :

يمكن حصر معوقات الانتاج المحلي فيما يلي :

- التكلفة العالية للإنتاج الجيد .

- نقص الكفاءات في مجال كتابة النص المحلي ، بما في ذلك الكتاب والأدباء .

- ان ٢٠٪ من الممثلين غير متفرغين .

- عدم وجود ميزانية مستقلة .

- ان معظم الممثلين يقيمون في امارات الدولة المختلفة مما يصعب جمعهم لاداء العمل الجيد .

وقد حاول تلفزيون أبوظبي التغلب على هذه المعوقات من خلال شراء نصوص من البلاد العربية (مصر وسوريا) واستقطاب كتاب وتحويل كتاباتهم إلى انتاج محلي . وأن يتم التصوير في امارات أخرى بدل أبوظبي . ويتبيّن من المقابلة ان تلفزيون أبوظبي يعاني من البيروقراطية في وزارة الاعلام ومن عدم توفير الميزانية اللائقة .

- تلفزيون دبي :

يعاني تلفزيون دبي من بعض معوقات الانتاج المحلي :

- التعامل مع كتاب غير محترفين باعتبارتهم ليسوا كتاب سيناريو .
- ضعف الافكار البرامجية .

- قلة الكوادر المختلف العاملة في هذا المجال .

- محدودية الثقافة لدى العاملين في هذه المجالات .

وفي اطار الحلول فان تلفزيون دبي يرى ضرورة التدريب الفني ، وتدريب المحاسبين وغيرهم على العمل الاعلامي حتى يفهموا طبيعته واهميته بحيث لا يقيم العمل بالمادة وانما بالمضمون وبعد الانساني الذي يتحققه . ويجب ايضا الاهتمام بالمسرح لأن المسرح هو المدخل الحقيقي لأى عمل درامي ، وتدريب كوارده على كتابة نصوص تلفزيونية سليمة .

وتبيّن من المقابلة ان ميزانية تلفزيون دبي تمثل ضعف ميزانية تلفزيون أبوظبي . ومع ذلك تحول الميزانية دون بلوغ أية طموحات أو أهداف لتحسين الاداء في التلفزيون .

التغذية العكسية :

- تلفزيون أبوظبي :

لا توجد ادارة للبحوث ، ويستخدم التلفزيون الطرق العادلة للحصول على التغذية العكسية والتعرف على آراء المشاهدين حول المواد التي يقدمها التلفزيون .

- تلفزيون دبي :

لا توجد ادارة بحث بهذا المعنى ، ويحصل تلفزيون دبي على التغذية العكسية من شركات الاعلان ، والاتصال الشخصي ، والرسائل البريدية ، والهاتف وما ينشر في الصحف . وأهم من ذلك المهرجانات التي يقيمها التلفزيون كل عام . ويتضمن كل مهرجان اجراء بحث للتعرف على آراء المشاهدين حول البرامج التي يقدمها التلفزيون في كل من أبوظبي ودبي .

- نتائج أولية :

ويمكن استخلاص النتائج التالية في ضوء تحليل البيانات السابقة :

- ١ - ان معظم المواد التلفزيونية التي يتم استيرادها في كل من تلفزيون أبوظبي ودبي من الولايات المتحدة وتشكل نسبة عالية للغاية ، تليها بريطانيا وفرنسا . وهذا ينسجم مع الطرح الوارد في الفصل الأول لهذا البحث .
- ٢ - ان كلا منها يعني من مشكلات مادية تفوق اقتحام ميدان الانتاج المحلي بجدية لتعزيز الهوية الثقافية العربية .
- ٣ - بينما يعني تلفزيون أبوظبي من البيروقراطية في الاجراءات المالية فان تلفزيون دبي لا توجد فيه بيروقراطية تحد او تؤخر الاداء .
- ٤ - يشترك تلفزيون أبوظبي وتلفزيون دبي في المشكلات التي تعوق الانتاج المحلي مثل عدم وجود النص الملائم وقلة التدريب للبرامجيين .
- ٥ - على الرغم من وجود قواعد رقابية سليمة في كلا الجهازين الا أن المتبقي بعد ان مضامين البرامج التي تبثها القنوات الاجنبية في أبوظبي ودبي قد لا تنسجم بدرجة عالية مع تلك القواعد .
- ٦ - وفي حين ان تلفزيون أبوظبي يستورد برامج الاطفال بنسبة ١٠٠٪ من الولايات المتحدة ، فان تلفزيون دبي يوازي في الاستيراد من كل من الولايات المتحدة وبريطانيا ، والسبب على حد قول المسؤول «أن برامج الاطفال الامريكية تحتوي على عنف بينما البرامج البريطانية فيها هدوء وطبيعة وتشمل قصصا انسانية معبرة » .
- ٧ - وبالنسبة للتكلفة فإنه يلاحظ ان البرامج المستوردة في تلفزيون أبوظبي تعتبر اعلى سعرا من تلك التي يتم استيرادها في تلفزيون دبي ، وربما يرجع السبب الى وجود بعض الوسطاء الذين قد يتعامل معهم تلفزيون أبوظبي .
- ٨ - تبين عدم وجود سياسات اتصالية تحكم الاداء الاعلامي في هذه المجالات . وفي مجال تأثير الافلام الفيديوية الغربية اجرى الباحث لقاءات مع المسؤولين في ادارة الرقابة بوزارة الاعلام والثقافة (بتاريخ ١٣ / ١٩٨٨) لمعرفة كمية الافلام الغربية التي تم دخولها الدولة ، وحجم الافلام المحظورة او المصادر وتلك التي أجرى عليها «موئنخ » لعام ١٩٨٧ . ولم تكتمل الاحصاءات التي اجرتها الادارة لذلك . بينما توفرت معلومات عن عام ١٩٨٦ ، وقد تمكن الحصول على المعلومات التالية :
قامت ادارة الرقابة خلال عام ١٩٨٦ بمراقبة ١٠ آلاف شريط اجنبي ، فيديو وافرج عن ٧٧٥٠ شريطاً ، وتم موئنخ لعدد ١٨٠٠ شريط ، وتمت مصادرة عدد ١٣٠ شريطاً (٤٥٠ نسخة) شريط .

وعن اسباب المصادر اوضحت ادارة الرقابة ان الافلام التي تمت مصادرتها تلك التي تعارض مع الدين الاسلامي الحنيف ، والتي تسيء للعرب والمسلمين وتنجذب عليهم

وتشوه حضارتهم ، وتلك التي تروج لافكار هدامة وخرافات وعنف وتنميء إلى الناشئة .
واحکاماً للرقابة وحرضاً على عدم دخول الافلام التي تشوه الهوية الثقافية العربية في الدولة ، يقوم قسم الرقابة بالتفتيش شبه اليومي على محلات الفيديو (وكذلك اشرطة الكاسيت) ودور السينما وجميع المحلات التي تعامل مع المصنفات الفنية وعمل المحاضر للمخالفين ، وتقوم الادارة المركزية بالوزارة بانذار المخالف وتوجيهه .

ورغماً عن صرامة هذه الضوابط الا أنه من المحتمل ان تسرب بعض الاشرطة الفيديوية التي تؤثر سلباً على الهوية الثقافية العربية اما عبر القادمين من الخارج او عبر حدود احدى الدول المجاورة .

واستكمالاً لحصر مجالات تأثير الاتصال الغربي على الهوية الثقافية اجرى الباحث مقابلة مع الاستاذ عبدالوهاب الرضوان مدير الادارة الثقافية بوزارة الاعلام والثقافة بتاريخ (١٩٨٨/١٢) الذي أوضح ان الادارة تتطلع بدورها في مجال المسرح والفنون الشعبية والنشاطات الثقافية المتنوعة التي تنصب في مجال تعزيز الهوية الثقافية العربية . وان الادارة تهتم في هذا المجال بالاهداف العامة للوزارة وخططة التنمية الثقافية لدول الخليج العربية ، والعقد العالمي للتنمية .

وعن الموقمات التي تعرّض سبيلاً لدور الاعلام في تعزيز الهوية الثقافية العربية قال :
ان المشكلة الاساسية التي تواجهنا باعتبارنا دولة آخدة بباب التطور ان الاعلام «عشوائي» وغير «مبرمج» وغير «مدرس» ولابد ان يتضطلع الاعلام من منطلقات محددة لتعزيز الاتحاد ودعم الهوية وان كثيراً من الاداء الاعلامي في هذه المجالات يضر اكثر مما ينفع . ولابد ان نهتم بصياغة الجيل والنشئة لأنهم الاساس وان نركز على اساس المقومات الثقافية والحضارية ولابد من وجود الضبط والتخصيص لاصلاح «الخلل» .

أعراض بعض التحديات والتأثيرات المحتللة

في سياق حصر مجالات تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية لابد من الاشارة إلى أن بعض الباحثين يعزّون عن قياس تأثير الوسائل الاتصالية في هذا المجال ، فعلى سبيل المثال يرى شيلر (١٩٧٩ ص ٣٠) انه من العقم محاولة قياس تأثير الوسيلة الاعلامية أو الرسائل الاتصالية لأن كل منها تساهم بطريقتها الخاصة للعملية التنظيمية ، وكلاهما تدعم الآخر ويضيف شيلر ان النتائج المترتبة على مخرجات الشكرات الاتصالية غير الوطنية لا يمكن قياسها ، وانه يمكن ملاحظتها باعتبارها تصور نمطاً للحياة .

وانطلاقاً من هذه الفرضية فإن الباحث لا يجزم بان الاتصال الدولي قد حقق تأثيرات محددة في الهوية الثقافية العربية نتيجة لقياس تلك التأثيرات . وانما يكتفي الباحث

بالإشارة إلى التأثيرات المحتملة عن طريق الملاحظة، وتلك التي تشكل تحدياً للتأصيل الهوية الثقافية العربية.

ان من أهم الأبعاد التي يمكن استشفافها وملحوظتها في مجال تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية هو أنها خلقت أو أوجدت ثقافة صنمية ذات بعد واحد هي الثقافة التي تروج لها وسائل الاتصال والتي اسهمت بشكل محسوس في تخدير العقل والعاطفة، وأدت إلى حدوث موجة منتصاعدة للأوهام التي تكرسها وسائل الاتصال من خلال مرئيات وأحلام المخرجين والمنتجين ممزوجة باستخدام التقنية المهيبة التي تستميل العقول وتشدد الخيال لما هو غير مألوف وغير مننساق مع الطبيعة الإنسانية والبيئة الإنسانية المعاشرة.

وانه لمن المبالغة ان ينحى باللائمة على وسائل الاتصال وحدها في التغييرات الاجتماعية في الهوية الثقافية، ولعل جانباً معتبراً من التأثيرات المحتملة في هذا المجال تعزى إلى الاختناك مع الثقافات الأخرى عن طريق رحلات الاصطياف التي تم في كل عام لزيارة البلدان الغربية ذات الثقافة المختلفة. ومع ذلك تظل وسائل الاتصال الالكترونية تمثل الجانب الاكبر من التغييرات على الهوية الثقافية ويمكن الاشارة باختصار إلى احتمالات تأثير وسائل الاتصال الدولية على الهوية الثقافية العربية في النقاط التالية :

- ان المضامين الاعلامية التي تروج لها المواد التلفزيونية الغربية واسرطة الفيديو والافلام السينمائية وكذلك اسطوانات الموسيقى الصالحة قد أصبحت تهدد التماสک الاسرى واهتزاء العلاقات الاسرية التي رعاها المجتمع عبر السنين . وضعفت تباعاً لذلك صلة الآباء بالابناء ، فصار احترام الابناء للآباء رهينا بمقدار ما يقدمه الوالد لابنه من سيارة ذات مواصفات خاصة ، أو كاميرا تصور الحاضر والمستقبل .

- ان الطيف الاعلامي الغربي قد يساهم في سلبية المواطن ازاء القضايا الفكرية والمجتمعية ، فأصبح التلفزيون هو الذي يوجه حياة الافراد وينقل لهم نمط الثقافة والفكر والفن الذي يشيع نهمهم في هذه المجالات الأمر الذي أوجد نزعة هروب من الواقع المعاش .

وقد صور كاميلري (١٩٨٣ ص ١٠١٠) هذه الحالة ابلغ تصوير حينما أشار إلى حالة الخواء الاخلاقي الذي أوجد أزمة وجданية قاسية وهروباً من الواقع على أوسع مدى ويشيف كاميلري مفسراً هذه الحالة : (فالطالب الذي ينصرف إلى المخدرات الملهوسة ، ورب العائلة الذي يلهو ساعات طويلة دون انقطاع في عالم التلفزيون الخيالي ، والهبيبي الذي يهجر اضطراب الحياة المدنية وفسادها سعياً وراء فردوس في احضان الطبيعة التي لم يتلها العطب ، وابن عشرة الاعوام الذي يثور فجأة فيحيطه التواذن والسيارات والمتスクع الذي ينشد ملاداً في عالم الكحول وكذلك ربة البيت المنسلبة ،

والموظف المجهد اللذان ينشدان الخلاص على سرير المحلول النفسي ، كل هؤلاء هم ضحايا الجو السائد المفعوم بالقلق وعدم الأمان والاضطراب العصبي ، الذي يولد لديهم غضبا عارما يؤدي إلى عجزهم وانسحابهم من مواجهة مستقبل لا يفهمونه ولا يستطيعون السيطرة عليه .

ان هذه المظاهر المفرغة التي صورها كاميللاري تعبّر بصدق عن حالة الاغتراب في الغرب . والتي ينقلها الاعلام الغربي إلى عالمنا الاكثر اتزانا ولكن مع عرض هذه المشكلات المدمرة للوجود الانساني فان احتمال تأثيرها على الهوية الثقافية العربية لا يمكن ان يستبعد .

- روج الاعلام الغربي من خلال البرامج التلفزيونية والفيديو المختلطة الى نقش ظاهرة خداع الاماني . فالصناعات الثقافية تعمل على خداع المثقفين وشحد خيالهم بالاماني الفارغة والحلم الاجوف . ويشير ادورنو وهورفماير (١٩٧٧) ص ٣٦٦ - ٣٧١) إلى ان الصناعات الثقافية اصبحت تمجد التسامي الجمالي والغراء المبتذل عن طريق الانتاج الميكانيكي للجمال ، واصبحت البهجة والمسرة طبقا لما يقدم من مواد « حمام دواء » ويستمر الترفية بدون انقطاع لاغراق المثقفين في خضم من الترفية القاتل ، وتصبح القيم في مزاحمة البهجة نوعا من « السذاجة » لأن الترفية يقضى على مظاهر الضياع والبؤس ، وساد منطق الصورة على منطق الحقيقة تمشيا مع سيادة منطق التكنولوجيا على منطق الحياة الواقعية . وان وسائل الاتصال الجماهيرية في ترويجها للثقافة الجماهيرية قد نزعـت حرية التفكير من الافراد وحولـت حق التفكير المؤسسات الاجتماعية والمؤسسات الاعلامية المهنية على السوق الاعلامي .

- ساهم الاعلام الغربي في تشویه المعتقدات الدينية الاسلامية المرعية من خلال الطرح والمعالجة المستمرتين اللذين يروجان للقيم الغربية وانماط السلوك الدخلية - مثال ذلك ان الانسان يمكن اعادة انتاجه ، وان الفضيلة اخذت تتقهقر امام بعض انماط الصدقة الآتمة والزواج غير المعلن والذي لا يرتبط بعقد شرعي ، وأن الانسان يميل إلى العنف بالفطرة لحل المشكلات ، وان الانسان يمكن أن يتحكم في مصيره .

- ساهمت وسائل الاتصال الدولي الغربية في بعد الانسان العربي عن التراث . وتضاءل تبعا لذلك الاهتمام بالتراث الحي او التراث الذي يجب احياؤه في سبيل حفاظ الدولة على مقوماتها الحضارية .

- ساعدت الافلام والمسلسلات الغربية على تحويل قيم الكرم والاقدام والشهامة والمرءة إلى انماط متحجرة لا تنسم بروح العصر ولا منطق الحياة الجديدة .

- ساهمت آليات الاتصال الغربي ومضمونها الاعلامي في التشكيك بالمبادئ

بحوث ودراسات

الاسلامية المرعية عن طريق الطرح المتكرر للقضايا التي تعالج المستقبل و«الغيب» وأن الغيب - كما ورد في فيلم الرجل الذي رأى الغد - عبارة عن «سلسلة من الاحتمالات التي يمكن التنبؤ بها».

- وفي مجال الاطفال فان الرسوم المتحركة ساهمت في تدمير النشأة السوية للطفلة البريئة عن طريق تقديم برامج خيالية وغير واقعية ومبنية على الاساطير التي تمجد العنف وتضفي طابعاً براقاً على الوان المأكل المحرم، والملابس الذي لا وجود له في البيئة، ويشكك في مبادئ الوحدانية والقيم الدينية العليا.

- استطاع الاعلام الغربي من ان يخلق وعياً زائفاً لدى المرأة في الوطن العربي من خلالها تمجيده للمساواة غير المؤسسة بين الرجل والمرأة وقوامة المرأة على الرجل، وتفضي الجدل الذي غالباً ما تنتصر فيه المرأة.

- استطاع الاعلام الغربي من خلال افساح المجال له في البيئة المحلية ان يهدد الهوية الثقافية العربية بالضياع والانكماس من خلال نقل، وربما تبني انماط الحياة الغربية في المأكل والمشرب ومواضيع الملابس غير الملائمة متمثلة في الجينز المضرر والمهترئ، احياناً، وتصفيقات الشعر العجيبة للجنسين، والمساحيق واصناف ادوات التجميل غير العادية فقط لرواج السوق التجاري للشركات المسيطرة التي جعلت من الانسان العربي مستهلكاً بالدرجة الاولى، وليس هذا فحسب وإنما استطاع الاعلان الدولي ان يشوّه التراث من خلال استغلاله لترويج السلع.

وقد اشار كاميللري (١٩٨٢ ص ٢٢٨) إلى أن الانسان أصبح سهل الانقياد نتيجة للاعلام الهدام والاعلان الجائز: «... وبهذا فان التصميم النمودجي للإعلان المثير للاعجاب والاستهلاك بالجملة قد نجحا في تعطيل خيال الناس والحط من قدر الاخلاق ومن القيم العقلية والجمالية والغاية التجريبية ليحل محلها اعتقاد مخدر، وفي استبدال الاتصال الحقيقي بطريقه وحيدة من نشر المعلومات الموجهة والرامزة . وهكذا يكون اختلال التوازن الاجتماعي - النفسي الحاصل شديداً الى حد ان التمييز بين التقدم والتفسخ بين الوهم والحقيقة ، بين الصواب فقد الصواب ، بين الاستواء والانحراف يتضاءل ادراكه تقريراً في حين ان الانسان يكافح ليحتفظ بتوازنه في عالم مجرد من كل استقرار نفسي كما يبدو».

- واخيراً فان الاعلام الغربي قد نجح في ان يخترق رداء الهوية الثقافية العربية . ويسعى بكل الاساليب لتحويلها إلى هوية مبتسرة وتحمل في احسانها بذور فنائها اذا قدر للتزامن الثقافي بين الثقافة العربية ، والثقافة التي يروج لها الاتصال الدولي ان يستمر .

جهود تأصيل الهوية

ان تحليل الجهود المبذولة للقضاء على ، أو الحد من تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية في دولة الإمارات يجب أن يبحث في اطار شاشة أوسع للجهود التي بذلتها ، ليس فقط دولة الإمارات وإنما ايضا المساعي التي بذلت على النطاقين الاقليمي والدولي على حد سواء . ويرجع ذلك للتدخل الحتمي للمنطلقات المحلية وارتباطها بما هو مؤثر وفاعل في الوطن العربي وعلى امتداد العالم . ذلك إن تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية يرتبط بشكل مباشر بتأثير الاتصال الدولي على الهويات الثقافية في مختلف انحاء العمورة . وإن اية محاولة لتحليل الظاهرة بمنظور محلي تعتبر قاصرة وضامرة عن تحقيق الأهداف المنشودة .

أولا - الجهود الدولية :

بذل منظمة اليونسكو جهوداً معتبرة في محاولات جادة لايجاد تدابير عملية وحلول واقعية للقضاء على المظاهر السلبية للاتصال الدولي بين الشعوب . ومحاولات حتى الدول المتقدمة والدول النامية لاتباع خط اعلامي يحقق للدول المتقدمة حقها في التواصل الدولي وللدول النامية سيادتها الثقافية . وتدرج الجهود الدولية المبذولة في هذا المضمار في محوريين اساسيين (أ) جهود لجنة ماكرايد . (ب) العقد الدولي للتنمية الثقافية . ويقتصر الباحث في التحليل على هذين المحوريين لاتصالهما المباشر بموضوع البحث ولشمولهما لمعظم البسائل المطروحة عبر تاريخ طرح اشكالية تأثير الاتصال الدولي على الهويات الثقافية .

أ - لجنة ماكرايد :

نبه تقرير لجنة ماكرايد (١٩٨١ ص ٣٦) إلى أهمية الحفاظ على الذاتية الثقافية للمجتمعات الإنسانية . وأشار التقرير في هذا الخصوص إلى «أن تهيئة الظروف التي تケفل المحافظة على الذاتية الثقافية لكل مجتمع أمر ضروري لتمكنه من اقامة علاقة منتنافسة وخلقة مع الثقافات الأخرى . كما أنه من الضروري ايضا اصلاح الاوضاع القائمة في كثير من البلدان المتقدمة والنامية التي تعاني من السيطرة الثقافية » . وتضمن تقرير اللجنة (ص ص ٢٣٦ - ٢٣٧) ثلاث توصيات اساسية في مجال دعم الذاتية الثقافية .

- وضع سياسات ثقافية قومية تؤكد الذاتية الثقافية والقدرة الابداعية وتشرك وسائل الاعلام في هذه المهام . وينبغي ان تتضمن هذه السياسات خطوطاً توجيهية لضمان تنمية الثقافة القومية وفي الوقت نفسه تشجيع الالام بالثقافات الأخرى . ذلك ان كل ثقافة تؤكد ذاتيتها عن طريق اتصالها بالثقافات الأخرى .

- ينبغي ان تتضمن سياسات الاتصال والسياسات الثقافية للفنانين المبدعين ولشئى الفئات الشعبية امكانية اسماع اصواتهم عبر وسائل الاعلام . وينبغي دراسة اوجه الاستخدام التجديدية للسينما والتلفزيون والاذاعة من جانب اناس ينتمون إلى ثقافات مختلفة . فمثل هذه التجارب تشكل اساسا لاستمرار الحوار الثقافي الذي يمكن دعمه عن طريق اتفاقات تعقد بين مختلف البلدان وعن طريق المؤازرة الدولية .

- وضع خطوط توجيهية بشأن محتويات الاعلان وما تشجعه من قيم وموافق ، بما يتفق مع المعايير والمارسات القومية . وينبغي ان تتواءم هذه الخطوط التوجيهية مع سياسات التنمية القومية والجهود الرامية إلى صون الذاتية الثقافية . وينبغي توجيه اهتمام خاص لما تحدثه تلك الاعلانات من اثر على الاطفال والياقون . ويمكن ان تنشأ لهذا الغرض اجهزة مختلفة مثل : مكاتب الشكاوى او لجان الاشراف التي تمثل جمهور المستهلكين حتى توفر للجمهور فرصة مقاومة الاعلانات التي يعتقد أنها غير مناسبة .

ب - العقد العالمي للتنمية الثقافية :

أصدرت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) (١٩٨٦) العقد العالمي للتنمية الثقافية والذي يفترض أن يكون قد بدأ العمل بمقتضاه اعتبارا من اول يناير ١٩٨٨ ، ويستمر العمل بموجبه حتى نهاية عام ١٩٩٢ ، ويتضمن برنامج العمل الخاص بالعقد العالمي للتنمية الثقافية (ص ٦) اربعة أهداف اساسية :

- مراعاة البعد الثقافي للتنمية .

- تأكيد الذاتيات الثقافية .

- زيادة المشاركة في الحياة الثقافية .

- النهوض بالتعاون الثقافي الدولي .

ومن أهمية الاهداف الاربعة السابقة الاشارة اليها ، فان العرض سوف يرتكز على الهدفين المتعلدين بتأكيد الذاتيات الثقافية والنهوض بالتعاون الثقافي الدولي:

فقد اشارت مذكرة العقد الاجتماعي للتنمية الثقافية (ص ص ١٥ - ١٦) في عرضها لمسألة «تأكيد الذاتيات الثقافية واغناوها» إلى انه «من الخصائص الاساسية لتطور المجتمعات في الوقت الحالى الحرص على صون ذاتيتها الثقافية وتلافي الانتقاص من بعض قيمها ، وذلك في مواجهة ما يحيط بها من اخطار تتمثل في توحيد نمط الانفاق وطرائق المعيشة التي تتعرض لها تحت تأثير النماذج الخارجية التي تحظى من جهة أخرى بدعاية كثيرة ما تكون منمسة بالغالاة . ويفترن هذا الحرص بالصعوبة التي تعانها بعض الشعوب . لأسباب تاريخية أو سياسية أو اقتصادية - في حمل الغير على الاعتراف بشخصيتها» .

وتؤسساً على ذلك . فقد حددت المذكرة (ص ص ١٧ - ١٨) الاتجاهات

والأنشطة ذات الاولوية والتي تشمل: صون التراث الثقافي وأحياءه ، والتحول الابداعي للثقافات وايجاد توازن بين عوامل التغيير ومقتضيات الاستمرارية ، وصون القيم الروحية والاجتماعية والانسانية الضرورية لتفتح شخصيته الفرد وتماسك المجتمعات . وحصر الممتلكات الثقافية ، وصون القيم الثقافية وتحديدها . كما اشارت المذكرة إلى ان التحولات التي احدثها التقدم التكنولوجي والتدفق المسرع للمنتجات والرسائل الاعلامية قد احدثت تأثيرات كبيرة على المستويات المحلية . مثل: الانقسام بين التقليد والحداثة وبين القيم الذاتية والنماذج الخارجية .

وما ترتبت عنها في النتائج المأساوية الوخيمة مثل اضعاف الانتماء والاطراء على مجموعة من التقاليد المتحجرة .

وقد حددت المذكرة (ص ١٩) عددا من التوصيات اهمها : حفز الدراسات والبحوث وضرورة ادماج القيم الثقافية في تنمية الشعوب وضرورة تلازم التنمية المادية والتنمية الروحية ، وتنفيذ مشروعات تقوم على الانظمة الاخلاقية والتقليدية .

وفي مجال تعزيز التعاون الثقافي الدولي ركز العقد (ص ٢٤) على أن : «تعزيز التسامح المتبادل والتفاهم الدولي ييسر قبول الخصوصيات الثقافية والقيم التي يمثلها ويضمن تقدم المعرف وازدهارها ملكة الابداع لدى الناس والشعوب واقتسام المعرف والخبرات ووسائل العمل لصالح التنمية الثقافية» . ولعل من أهم التصويبات التي اكد عليها العقد (ص ٢٥ - ٢٦) مايلي - تذليل العقبات التي تعرّض التقدير المتبادل بين الثقافات ، وتبادل اللقاءات بين المفكرين والكتاب والموهبين ، وتنقيح كتب التاريخ ، وان تضطلع اجهزة الاعلام التدريب بتحقيق التفاهم الافضل بين الشعوب ، وأن تقوم المدارس بتوعية الاطفال على فهم مغزى الثقافات ، واتخاذ تدابير أكثر تحديداً لتخفيض التعريفات البريدية للمواد الثقافية .

ثانياً - الجهود القومية :

و ضمن التحرك القومي لايجاد بدائل و توصيات فاعلة لتحديد المسار الثقافي والحفظ على الهوية القومية من مهدّدات الاتصال الدولي ، بذلك جامعة الدول العربي ممثلة في جهود وتحركات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم جهوداً ايجابية في هذا المجال . وتتمحور هذه الجهود في نشطتين اساسين: الخطة الشاملة للثقافة العربية والنظام العربي الجديد للإعلام والاتصال .

أ - الخطة الشاملة للثقافة العربية :

تطرق المجلدان اللذان حوتهمما الخطة لجميع مجالات الثقافة العربية مقوماتها وخصائصها ووسائل تعميمها والحفاظ عليها من المؤثرات الخارجية . وأشارت الخطة في استهلالها للمجلد الثاني (١٩٨٦ ص ٧) إلى أن الخطة تهدف إلى اعادة النظر «في

المسارات القطرية الحالية للتنمية الثقافية والعمل على تصحيح توجهاتها وتأكيد ترابطها ووحدتها .

والمحت الخطة (ص ص ١٦٦ - ١٨٥) إلى الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل الاتصال، ودور التلفزيون، والإبداع الثقافي، وضرورة الاستفادة من القمر الصناعي العربي، والتنقيف العلمي باعتباره عملية تربوية مستمرة، والثقافة بوصفها عملية انسانية. كما حددت الخطة مجالات التكامل الثقافي العربي، والحوار والتعاون مع الثقافات العالمية. وشددت على ضرورة الحفاظ على الهوية الثقافية العربية في وجه التقنية العالمية المتقدمة في الميدان الثقافي (الاقمار الصناعية العالمية، السينما، برامج التلفزيون) .

وتعرضت الخطة (ص ص ١٩٢ - ١٩٤) إلى ما اطلقت عليه الأمن الثقافي (مقومات الغزو) - طبيعته، خصائصه، وجذوره، واسكيالياته، وأدواته وأهدافه .

وتضمنت الخطة عدداً من التوصيات أهمها ما يلي :

- ضرورة الوعي بوجود الغزو وحجمه التحقيقي، وأنه لا يمكن مواجهة الغزو بمؤسسات مغروبة سلفاً في معاييرها ومناهجها وقيمها المعيارية فيجب أولاً تحرير المؤسسات الثقافية واعادة بنائها الفكري على أساس إيماني قومي متين .

- لابد من كسر احتكار مؤسسات التأثير وملكية الوسائل (من معرفية وتقنولوجية) التي تعطى تقافة الغرب السيطرة ، وعلى نطاق جماعي .

- ضرورة توجيه المثقفين للقضايا الأساسية والحقيقة .

- في الموقف الثقافي أيضاً استراتيجية وكتلتك. ولابد من اقامة تخطيط متكامل في ذلك . واقامة الجبهات في هذا الصدد واردة . والاتفاق على خطط مشتركة امر ضروري .

- ليس بالمقبول ولا بالامكان بناء السدود : لا يمكن اقامة مشروع تنموي من خلال افتراض الحماية الكاملة للتجربة الذاتية : ويجب الحذر من اقامة مؤسسات للدفاع أو نظم الرقابة لأنها سلاح ذو حدين .

- يجب مكافحة الغزو في شكله الارقى : وذلك بابراز وتأكيد المفاهيم الكبرى : التوجيهية :

أ - مفهوم الانتماء الحضاري .

ب - مفهوم الاستقلالية مقابل التبعية .

ج - مفهوم الأمن الثقافي القومي في الوعي العام .

د - مفهوم الصراع المصري مع الصهيونية (وخطر عمليات التطبيع) .

هـ - ديمقراطية الثقافة وانها حق لأوسع الجماهير .

- الثقافة والآلة والتقنية الان لا تنفصمان فلابد من حيازة الثانية لاستغلال الاولى .

- وتضمنت الخطة عدداً آخر من التوصيات مثل : مكافحة التزمت والحد من هجرة

الكتابات ، وتشكيل لجنة عربية للدفاع عن الحريات الديمقراطية ، والاهتمام باللغة العربية ، ومقاومة الاستلاب الثقافي الصهيوني .

ب - النظام العربي الجديد للإعلام والاتصال :

شكلت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في دورة انعقاد مؤتمرها في دورته السادسة للعام ١٩٨٣/٨٢ ، لجنة برئاسة الدكتور مصطفى المصمودي وعضوية احد عشر باحثا وخبيرا عربيا لبحث القضايا المتعلقة بالاعلام والاتصال في الوطن العربي . وصدر تقرير اللجنة عام ١٩٨٧ . واشتمل تقرير اللجنة على كافة القضايا المتعلقة بوضع نظام اعلامي جديد للاعلام لمواجهة التحديات المحلية والعالمية المتعلقة بالتطورات التي انظمت وسائل الاتصال .

وتنطوي تقرير اللجنة (ص ٧) إلى الغزو الثقافي والاعلامي الذي تتعرض له الدول العربية التي اغرتتها في «قيم اجتماعية وثقافية غير ملائمة» وإلى الاحساس بالاغتراب والهروب والسلبية . وأشار التقرير إلى مخاطر الاغتراب : «والاغتراب تعبر عن عدم الرضا وعن «الرفض» للمجتمع وثقافته ، وجوهره «الشعور بالفقدان» واشده «فقدان الذات» مما يخلق عند الفرد شعوراً بالبؤس فلا يستطيع أن ينمّي بحرية طاقته الفسيولوجية أو العقلية ، ويستحيل إلى شخص منهوك القوى جسمانياً متمزق عقلياً ، ويرتبط بهذا شعور بالوحدة والخوف وعدم الاحساس بتكميل شخصيته ..»

وفي مجال حوار الحضارات نوه التقرير (ص ٨٠) «على ان الحفاظ على الهوية الثقافية العربية لا ينبغي أهمية الانفتاح على المواد الثقافية الاجنبية الجيدة دعما للتواصل بين الثقافة العربية وغيرها من الثقافات وللاطلاع على انجازات الثقافات الاجنبية لاثراء الثقافة العربية وذلك كله في اطار من التوازن والحفاظ على الذاتية الثقافية » .

وتوصلت اللجنة إلى ما ينادي الثمانين توصية (ص ص ١٩٠ - ٢٠٨) في مجالات: السياسات الاعلامية العربية ، وحق الاتصال ، والتكافل والتعاون على النطاق العربي ، والتنمية الشاملة والثقافة والتربية والعلوم ، والمعلومات والمعلوماتية والصناعات الاعلامية والاتصالية ، والتجهيزات والتقنيات والتشغيل والتدريب والتأهيل ، والتعاون الدولي ، ولعل أهم التوصيات التي تتعلق باشكالية الهوية الثقافية مايلي :

- الدعوة إلى قيام تنسيق وتكامل بين وسائل الاعلام ووسائل الثقافة في كل قطر وعلى نطاق الوطن العربي ، بحيث تكمل وسائل الاعلام المهام الثقافية المطروحة ، وأن يراعي تخطيط مركزي لهذا التكامل ، تجنبًا لازدواجية العمل ، ووصولاً لتعزيز الذاتية الثقافية (ص ٢٠٢ ..)

- العمل على نشر الثقافة المشتركة العربية الاسلامية وتأكيد قيمتها الروحية والفكرية ،

وتجدد التراث الاسلامي ونشره ، وتعزيز التضامن مع الدول الاسلامية لدعم تراثنا المشترك ، ومقاومة مخاطر الغزو الثقافي الذي نواجهه . (ص ٢٠٨) .

ثالثاً - الجهود الاقليمية والقطرية :

يقتصر التحليل في مجال مناقشة الجهود الاقليمية والقطرية للحد من مظاهر تأثير الاتصال الدولي على الهوية الثقافية العربية على مشروع خطة التنمية الثقافية في دول مجلس التعاون . وينطلق المشروع من مفهوم العلاقة بين الخطة الشاملة للثقافة العربية وأى خطة محلية أخرى أو اقليمية فهو يتفق معها وينسجم مع اطارها ويغنى بها - حسب ما جاء في استهلال المشروع (ص ١) ونسبة لهذا التلاقي والانسجام مع الخطة الشاملة للثقافة العربية فان الباحث سوف يكتفي بطرح اهداف الخطة :

أهداف الخطة :

- ١ - اغناء شخصية المواطن في دول مجلس التعاون وبناء تكاملها عن طريق الوعي المتزايد لعقيدته وتراثه وحربته وكرامته وانت茂انه وقدرته على مواكبة التطور الانساني .
- ٢ - تطوير البنى الفكرية بوصف الثقافة ركن من اركان البناء الحضاري واساسا من أسس تماسك الامة .
- ٣ - التشيع بالهوية الحضارية العربية الاسلامية بوصف الثقافة مستودع الاصالة والكنز الواسع من الخبرات الالازمة .
- ٤ - تحول واقع التجربة الثقافية الراهنة في دول مجلس التعاون إلى وحدة ثقافية متكاملة ترسى اسسها التوجهات التي تتفق عليها دول المجلس ، كما يغذي مسيرتها ويبثت دعائم استمرارها الانتاج الثقافي في ابعاده المختلفة من سياسية واجتماعية واقتصادية وتعلیمية واعلامية وابداعية .
- ٥ - تنمية العطاء الحضاري قوميا وانشائيا بوصف الثقافة عنصر التأخي ضمن الاقليم الواحد وعنصر التقارب والتعاون مع الحضارات الانسانية الاخرى .
- ٦ - التصدي لمحاولات الاستلاب الثقافي بتحصين المنطقة عن طريق جعلها مجتمعا فاعلا ومنتجا ثقافيا وماديا .
- ٧ - توطيد المضمون القومي والاسلامي توطيدا ثقافيا وتنمويا شاملـا للاطفال والناشئة والشباب من خلال قطاعات التربية والتعليم والاعداد والانتاج الثقافي بمختلف اشكاله .

وبالنظر إلى جميع هذه الجهود الدولية والقومية والاقليمية والقطرية فانها تمثل جهودا رائدة في مجال دعم الهوية الثقافية العربية . ولكن المشكلة تكمن في عدم جدية صناع القرار في اخضاع هذه التوصيات إلى قرارات عملية والأهم من ذلك ، ان المؤسسات

المشار إليها تمتلك فقط الضوابط الادبية في حالة عدم تنفيذ المشاريع والخطط . الأمر الذي يجعل معظم هذه التوصيات حبيسة الاضافير لعدم وجود الضوابط المادية الحاسمة .

مقترنات البحث

١ - حيث ان الاداء الاعلامي في دولة الامارات العربية المتحدة لا يعتمد على التخطيط العلمي واتساقا مع توصية لجنة ماكيرايد (١٩٨١ ص ٢٥٦) التي تنص على «لا ينظر بعد اليوم إلى الاتصال على أنه خدمة عارضة أو لا يترك نظوره للصدفة» لذا ينبغي ان تعمل الدول على اخضاع الاتصال للتخطيط الرشيد والحصيف ، وأن يبدأ ذلك الجهد بصياغة سياسات اتصالية واضحة المعالم ترسم المسار لجميع وسائل الاتصال وعلى الأخص التلفزيون لكي يؤدي دوره بفاعلية في تأصيل الهوية الثقافية العربية والاضطلاع بمهام الاسهام في الاسراع بعمليات التنمية المادية والروحية .

٢ - وبما أن الدراسة قد كشفت شح الموارد المالية المخصصة للبرامج التلفزيونية ووجود البيروقراطية والروتين الاداريين اللذين يقان في طريق الاداء الاعلامي السريع والفاعل ، فلابد من تخصيص ميزانية مستقلة وكافية لتمكين التلفزيون من التخطيط لاستيراد التقنية الملائمة ولاستغلالها في تمين الانتاج المحلي كما ونوعا الأمر الذي يدعم الهوية الثقافية العربية في المنطقة وتحصينها ضد غزارة الانتاج الغربي الذي كاد أن يطمس معالمها الفريدة .

٣ - ان كفاءة الاداء وفاعليته يرتبطان بشكل مباشر بكفاءة القوى البشرية العاملة في الحقل الاعلامي ، ولذا يجب التخطيط لتدريب القطاعات البشرية ذات الصلة المباشرة بعمليات الانتاج والبث والبرمجة والرقابة وكتابة النصوص والتمثيل وبدون الاهتمام بهذه المجالات ذات الطابع الابداعي تصبح كل الجهود المبذولة عديمة الجدوى .

٤ - وحيث ان القواعد والمعايير التي تسترشد بها وزارة الثقافة والاعلام في الدولة في اختيار المصنفات الفنية التي تبث في التلفزيون ، أو تحكم اختيار اشرطة الفيديو ، للحفاظ على المقومات الثقافية ، فإن المتتبع يلاحظ خروجا عليها في بعض الأحيان وعدم الالتزام بها في الاختيار ، ولذا فإنه من الضروري اعتبار تلك القواعد التبراس الأوحد للانتقاء والاختبار وان يتم الالتزام الحاسم بها في ضوء التحديات التي ربما تغرس بذور الاغتراب الثقافي .

٥ - ونسبة لكتافة عرض المواد التلفزيونية الغربية ، ونسبة لأن المواد الامريكية التي يتم عرضها تشكل نسبة عالية ، فإنه من الضروري ان يتم الاقلال من بث الانتاج الغربي وايجاد صيغة تحقق التوازن في العرض من المواد الاعلامية للحضارات المختلفة . كما ينبغي مراجعة عرض المواد التلفزيونية من البلاد العربية الأخرى والتي تتسم بالسطحية

وعدم الملاءمة مع الواقع المحلي وانها غالباً ما تشکك في أو تقوض معايير الهوية الثقافية العربية .

٦ - مراجعة المادة الإعلامية التي تبث في القنوات المختصة (للواحدين الأجانب) لأن الجودة النسبية للبرامج التي تبثها القنوات تعتبر حافزاً لهروب الجماهير العربية من القنوات الرئيسية اللتين يتسم مضمونهما الإعلامي «بالعادية» .

٧ - يعتبر الانتاج المشترك الضمان الوحيد للحفاظ على الهوية الثقافية العربية من الذوبان والانكماس . ولابد من دعم مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك والتي برهنت خلال تاريخها القصير على مقدرة فائقة في الانتاج الجيد والمميز وفي هذا الإطار فإن معظم الدراسات التي اجريت قد نادت بضرورة الانتاج المشترك مثال ذلك جيهان رشتي (١٩٨٤) ، ذكريبا باشا وحسين الطبجي (١٩٨٦) وماجي الحلواني (١٩٨٧) .

٨ - وحيث أن تأصيل الهوية الثقافية العربية وتعزيزها يعتبر مسؤولية قومية ، فلا بد من توظيف القمر الصناعي العربي لبث برامج ذات مضمون قومي رائد للوفاء بهذه الغاية .

٩ - ايجاد صيغة معينة لحفظ الكتاب والادباء لتوفير النصوص الازمة لدعم مسار التلفزيون بالانتاج الجيد والمضمون الهدف . وتوفير ضمانات الحرية التي تتحقق للكتاب طرح ومعالجة المشكلات المجتمعية ذات الارتباط بموضوع الذاتية الثقافية دون توجس في ضوء الاسس التي تحافظ على البناء السياسي والاجتماعي .

١٠ - ان عمليات تحصين الهوية الثقافية لا تقع على وزارة الاعلام أو وسائل الاتصال الجماهيري وحدها ، فالمؤسسات التربوية والدينية والأسرة معنية هي الأخرى بالقيام بأدوار محددة . ولذا يجب أن تعنى المؤسسات التربوية ، والمساجد بgres الفيم المرعية واغناء شخصية المواطن بالقيم الاسلامية ومبادئ التفتح الحضاري . كما ان مسؤولية الاسرة تتراكم في هذا الخصوص .

١١ - وحيث ان تأثير التغيرات البيئية والاقتصادية في الشخصية القومية للمجتمع لا يتم الا عن طريق احداث تغيير في اسلوب تربية الطفل عاطف وصفي (١٩٧٧) ص ٥٦) فإنه من المهم ان تكرس الجهود للاهتمام بانتاج برامج الاطفال التي تغرس فيهم منذ المهد الاساس المتنين والقدرات القومية ، والمقومات الحضارية والمقصدات الدينية ، وحتى عند استخدام المواد الاعلامية الغربية فيجب توخي الحرص في اختيارها وتحريرها من الوان العنف والدجل والخيال المريض والفكر الملوث .

مراجع البحث

أولاً - المراجع العربية:

- الامانة العامة - مجلس التعاون لدول الخليج العربي ، مشروع خطة التنمية الثقافية في دول مجلس التعاون .
- المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم ، العقد العالمي للتنمية الثقافية ، مشروع برنامج عمل مقدم من المدير العام لليونسكو ، ١٩٨٦ م.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الاعلام العربي حاضراً ومستقبلاً ، نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال - تونس : ١٩٨٧ .
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الخطة الشاملة للثقافة العربية (المجلد الأول) الكويت ١٩٨٦ م.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الخطة الشاملة . للثقافة العربية (المجلد الثاني) الكويت : ١٩٨٦ م.
- جوزيف كاميلاري ، أزمة الحضارة ، ترجمة فؤاد الخوري - دمشق منشورات وزارة الثقافة والارشاد القومي ، ١٩٨٣ .
- جيهان رشتي ، «من أجل نظام اعلامي دولي جديد» الندوة الدبلوماسية الثانية عشرة ، دولة الإمارات العربية المتحدة - وزارة الخارجية : ١٩٨٤ م.
- ذكرياء عبدالحميد باشا ، وحسين حمد الطبجي ، الصناعات والمنتجات الثقافية: الواقع العربي والتصورات المستقبلية - مجلة العلوم الاجتماعية المجلد ١٤ العدد ٣ ، ١٩٨٦ .
- محى الدين صابر ، من قضايا الثقافة العربية المعاصرة ، الطبعة الثانية ، بيروت المكتبة العصرية : ١٩٨٧ م.
- ماجي الحلاني ، الوطن العربي أمام تحديات البث المباشر ، تلفزيون الخليج ، المجلد السابع العدد ٢ ، ٣ ، ١٩٨٧ م.
- عاطف وصفي ، الثقافة والشخصية - القاهرة : دار المعارف ١٩٧٧ .
- وزارة الاعلام والثقافة ، لائحة الجوانب المتنوعة في المصنفات الفنية التي تذاع بالتلذذ على التلفزيون - ١٩٨٢ م.
- صالح أبو أصبع ، وسائل الاعلام الغربية والانسلاخ الثقافي ، شؤون عربية - العدد ١٧ ، ١٩٨٢ م.

ثانياً - المراجع الأجنبية:

Adorno, Theodor, and Horkheimer, Max. "The Cultural Industry: Enlightenment as mass deception." In James Curren, At al (eds).

- Mass Communication and Society. Bererly Hill: Cal. Sage Publications 1979.
- Boyd-Barrett, Oliver. "Media Umperialism: Toward an International Framework for the analysis of media systems." In James Curran At al (eds.) Mass Comunication and society. Beverly Hills, Cla: Sage Publicaiton, 1979.
- Golding, Peter. "Media Professionalism in the Third world: The Transfer of an Ideology." In JAMES Curran At al (eds.) Mass Comunication and Society. Beverly Hill Cal. Sage Publications. 1977.
- Hamlink, Cees J. Cultural Autonomy in Global Communications. New York: Longman 1983.
- Lasswell, Harold. The Structure and Function of Communication in Society." In Wilbur Schrum and Donald F. Roberts (eds.) The Process and Effects of Mass Communication. Urbana Ull University of Illinois Press 1971.
- Lee, Chin-Chuan. Media Imperialism Reconisdered. Beverly Hill Cal. Sage Publications. 1980.
- McPhail, Thomas L. Electronic Colonialism. Beverly Hills, Cal. Sage Publiscations, 1961.
- Schiller, H.I. Mass Communication and American Empire. New York: Kelly, 1969.
- , Communication and Cultural Domination. White Plaing N.Y.: International Arts and Science, 1976.
- , Who Knows information in the age of the fortune 500. Norwood, NJ: Ablex Publishing corporation, 1981.
- , "Transnational media and national development." In Kaarle Nordenstreng. and H. Schiller (eds.) National sovereignty and internationa communication. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation 1979.
- Tunstall, Jeremy. The media are in American NY: Columbia University press 1977.
- , "The media are (still) American" in, L. Erwin Atwood, At al (eds.) International perspective on News. Carbondale, I11: Southern Illinois University press, 1982.
- Wells, Alan. Picture-Tube Imperialism? The Impact of U.S. Television on Latin-America Maryknal, B.Y.: Orbis Books 1972.

مِنْدَعُوكِمْجَلَة

شُؤون اجتِماعية

الباحثين والمثقفين إلى المكتبة في المحاورة والمحضوعات العامة للتالية

- ★ محور التنمية (ويتناول التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية نظرياً وتطبيقياً)
 - ★ محور الأدب والمجتمع (على أن يتضمن دراسات محلية في النتاجات الأدبية المحلية، والأدب الاجتماعي).
 - ★ محور الثقافة (يشتمل على قضايا الفكر العربية، والحياة الثقافية في الإمارات، وهموم الثقافة العربية).
 - ★ محور النفط والتغير الاجتماعي (ويشمل عملية التغير الاجتماعي وأثر النفط عليها دراسات حول المنطقة).
 - ★ القانون والمجتمع (على أن يتضمن دراسات محلية للقوانين وأثرها على المجتمع).
 - ★ البناء المؤسسي الإداري (ويشمل على بناء المؤسسات وطرق الادارة الحديثة وتطوير الخدمات الإدارية).
 - ★ العمل الاجتماعي (ويشمل على قضايا العمل الاجتماعي والعمل التطوعي والتعاوني).

ترسل الدراسات والابحاث باسم رئيس تحرير مجلة شؤون اجتماعية

جمعية الاجتاعيين - الشارقة - ص. ب : ٣٧٤٥

الامارات العربية المتحدة

آراء وأفكار

دور الاعلام في تحقيق التعاون الدولي

د . جيهان رشتي

ال الحديث عن دور الاعلام في تحقيق التعاون الدولي يعتبر موضوعاً معقداً وينطوي على العديد من المتغيرات . قد يتطلب مناقشة دور المؤسسات الاعلامية الدولية في توفير المعلومات والمصمون الترفيهي الذي يلعب دوراً اساسياً في التقارب او التباعد بين الدول ؛ وقد يتم مناقشته من واقع قرارات المنظمات الدولية حول التدفق الحر للمعلومات واساليب معالجة الاعلام الذي يحضر على الحرب وقلب نظام الحكم ؛ وقد يمكن تناوله من وجهة نظر المضمون الاعلامي المتصل بالمرأة والاقليات العرقية والدينية والعنصرية في مختلف الدول . الموضوع كبير ومنعدد الجوانب وقد رأينا ان نتحدث عن ثلاثة موضوعات اساسية هي :

- ١ - تأثير التطور الذي حدث على طبيعة الأمم المتحدة نتيجة لانضمام عدد كبير من الدول النامية إليها، وتحول اهتمامها إلى التنمية والمطالبة بنظام اقتصادي دولي جديد وما تبعه من المطالبة بنظام إعلامي دولي جديد .
- ٢ - التعاون الدولي والنتائج التي ترتب على التدفق الحر للمعلومات التي أدت إلى عدم الاستماع إلى الضعف مما أساء للعلاقات الدولية ،
- ٣ - الإعلام الدولي الذي يعمل على الإساءة إلى العلاقات الدولية .
وستنتحدث عن تلك الموضوعات في الصفحات التالية ونقترح الأساليب التي يمكن اتباعها لتحقيق مزيد من التعاون الدولي .

- ١ - التطور الذي حدث في الأمم المتحدة وتأثيره على الإعلام الدولي :
حينما أنشئت الأمم المتحدة في عام ١٩٤٥ نظر إليها كإطار ومحفل للنشاط السياسي يعاون على منع تصاعد الأزمات المحلية ، وتحولها إلى صراع مسلح بين الدول الأعضاء .
والمفروض أن توجه الأمم نشاطها نحو تحقيق أهداف حيوية منها :
 - ١ - المحافظة على السلام والأمن الدولي .
 - ٢ - تطوير علاقات صداقة بين الدول تقوم على احترام مبادئ المساواة ، في الحقوق وحق تقرير المصير للشعوب .
 - ٣ - التعاون في حل المشكلات الدولية التي لها طبيعة اقتصادية واجتماعية وثقافية وإنسانية وتطوير احترام حقوق البشر والحربيات الأساسية للجميع .
 - ٤ - ان تصبح مركزاً لتحقيق التألف بين أعمال الدول في تحقيق الأهداف المشتركة .ولكن خلال الأربعين عاماً الماضية نظورت طبيعة المنظمة الدولية بشكل لم يكن متوقعاً . فقد نمت الأمم المتحدة في الحجم والأهمية وتطورت مهامها بشكل أبعد مما كان يتصوره مؤسسوها . ففي السنوات الأخيرة زاد التأكيد على أهمية التعاون في مختلف المجالات وليس فقط في المجال السياسي ، وزاد الاهتمام بالعلاقات بين القضايا السياسية والاقتصادية . لذلك تحول التأكيد في أعمال الأمم المتحدة في السنتين والسبعينيات إلى حد كبير من المجال السياسي إلى قضايا التنمية والاقتصاد والتقدم الاجتماعي وحقوق البشر والاتصال ، اعترفت المنظمة بالعلاقات المتباينة بين نزع السلاح والتنمية وذلك تحت رعاية الجمعية العامة للأمم المتحدة . والواقع أن ازدياد التأكيد على قضايا التنمية داخل الأمم المتحدة يرجع إلى حد كبير إلى التطورات السياسية التي طرأت على العالم في الخمسينيات والستينيات . فقد أدى تفكك النظام الاستعماري إلى تضاعف عدد الدول المستقلة التي انضم غالبيتها مباشرة بعد استقلالها للمنظمة الدولية . نتيجة لهذا ، زاد عدد الدول في الأمم المتحدة ثلاثة أضعاف حتى وصل إلى ١٥٨ عضواً . وكما كان متوقعاً ، فاق عدد الدول النامية عدد الدول الصناعية بمعدل يزيد عن اثنين إلى

واحد . لذلك لا يثير الدهشة تحول الاهتمام الى مشكلات التنمية وعلاقة التبعية الاقتصادية والاعلامية بين الدول في اطار النظام السياسي والاقتصادي الدولي^(١) ويمكن ربط الاهتمام المتزايد بالمهام الثقافية لوسائل الاعلام بغير اطار القلق الدولي واهتمامات دول العالم الثالث . فمن الناحية الدولية يبدو ان كفاح الدول النامية من اجل تحقيق الاستقلال خلال الخمسينيات والستينيات تحول في السبعينيات إلى المواجهة الاقتصادية بين الشمال والجنوب ، وإلى الصراع الثقافي والاعلامي الذي بدأ في الظهور على السطح خلال السنوات القليلة الماضية . اهتمت الدول الأعضاء في المنظمة الدولية بتحليل العلاقات بين الدول المتقدمة والدول النامية ، ودراسة المشكلات التنموية للعالم الثالث على ضوء تلك العلاقات . النتيجة الرئيسية التي تم التوصل إليها هي ان دول العالم الثالث تشغله مكانة ثانوية في الانظمة الاقتصادية والسياسية الدولية . وهذه الانظمة الدولية تقوم أساساً باشباع احتياجات الدول المتقدمة ، وتحتفظ الدول المتقدمة بمكانتها المسيطرة وتتم على حساب الاحتياجات اللوم من اتساع الهوة بين العالم المتقدم والعالم النامي إلى الدول الصناعية وكثفت حدة النقاش في المنظمة الدولية حول قضية التبعية الاقتصادية والثقافية والاعلامية في محاولة متعمدة لتحويل الحوار حول التنمية ضد الغرب واعتبار الاحتياط السائد لدى المثقفين في الدول الغربية ووسائل الاعلام الغربية مما يحدث في دول العالم الثالث هو نتيجة تراكمية لتعمد الاعلام الغربي تقديم الوضع الاقتصادي في دول العالم الثالث في صورة سلبية تفترض فشل التنمية في دول العالم الثالث . وبذلك تدعت العلاقة بين النظام الاقتصادي الدولي الجديد (منذ مايو عام ١٩٧٤) والنظام الاعلامي الدولي الجديد (١٩٧٦) ونظر إلى النظمتين كتعبير عن البحث عن مصدر للقوة لخلق نظام يجعل مفهوم التنمية واقعاً قادراً على الاستمرار^(٢) . واعتبر نجاح النظام الاقتصادي الجديد مرتبطاً بوجود انظمة معلومات نظرتها الواقع والحداث الجارية مختلفة بشكل جذري عن نظرة ومارسات شبكات الاتصال الدولية القائمة قام هذا الاسلوب الجديد على افتراض ان النظام الاجتماعي والسياسي الدولي هو الذي يحدد بشكل قاطع مسار التنمية داخل كل دولة . لذلك تمت المطالبة بنظام اعلامي جديد كأساس للنظام الاقتصادي الجديد^(٣) . شغل هذا التطور اعمال المنظمة الدولية التي تحولت للتركيز على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية إلى جانب الاعتبارات السياسية . وكان لهذا التحول ابعاد هامة على الاعلام ودوره في اقرار السلام وتحقيق التعاون الدولي .

التعاون الدولي ومبدأ التدفق الحر للمعلومات :

هناك افتراض اساسي أن الاعلام قادر على تحقيق التعاون والتقارب الدولي من خلال توفير الحقائق والمعلومات مع ما يتطلبه ذلك من تفسير وخلفية تعاون على فهم

تلك الحقائق ، كانت تلك هي الفكرة الأساسية التي قام عليها مبدأ حرية المعلومات كحق اساسي للإنسان وكأساس لكل الحريات التي تلتزم بها الأمم المتحدة . وقد نصت المادة التاسعة عشرة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان انه لكل فرد الحق في التمتع بحرية الرأي والتعبير . وينطوي هذا الحق على حرية اعتناق الآراء بدون تدخل ، والحق في البحث عن المعلومات والآفكار واستقبالها ونقلها من خلال اي وسيلة من وسائل الاعلام وبصرف النظر عن الحدود . يتفق هذا النص مع فكرة «التدفق الحر للمعلومات» وحق كل فرد او مجموعة من الأفراد في جمع المعلومات وتوزيعها بدون عوائق . وبفترض هذا الحق ان انتهاء الحقوق البشرية والحرية بما من النتائج التي تترتب على الجهل البشري^(٤) .

وقد أصبح مبدأ التدفق الحر للمعلومات ملزماً للدول الأعضاء في الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة واساساً من اسس دستور اليونسكو وإعلام حقوق الإنسان . وقد تأثر الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بنظرة القرن التاسع عشر للبرازيلية للعالم وبمفهوم حرية العمل والحرية الاقتصادية اعطت دورها للفرد في إطار ذلك المفهوم البرازيلي الفرصة للعمل ولكنها لم تتحمل النقاط المؤمنة على ذلك العمل^(٥) . فحتى اواخر القرن الثامن عشر ، حينما بدأ الاهتمام بمبدأ حقوق الإنسان كان الأفراد يتحركون بسرعة لا تزيد عن سرعة الجواب ، ولم يكن هناك اجتماع اوسع في نطاقه من قدرات الصوت البشري ، ولم تكن تكنولوجيا الطباعة تزيد مما اكتشه جوتنبرج بكثير في تلك الفترة لم يكسر الاهتمام القضية ملكية وسائل الاعلام او امكانيات التوزيع وعلى هذا الاساس لم تشر المادة التاسعة عشرة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان إلى كيفية ممارسة الحق في نقل المعلومات .

فقد وجد في الممارسة أن وسائل الاعلام ومصادر المعلومات الأساسية في العالم التابعة لدول قليلة متقدمة ، بكل ما تمثله من استثمار اصبح لها دور مسيطرو وتحكم في تشكيل الرأي العام ، ومن كل جوانب الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية ليس فقط من دولها ولكن في غالبية دول العالم لهذا أصبح قضية ملكية امكانيات التوزيع ، وحق الوصول والسيطرة اهمية كبيرة جدا . فقد خلقت القوة الاقتصادية وتقدم صناعة الاتصال في الدول الكبرى ، ويشكل خاص الولايات المتحدة ، سيطرة جديدة كانت تتفق مع علاقات النفوذ الفعلي بين الدول . فالدول المتقدمة التي كانت لها الريادة والسبق في هذا المجال ، وتتوفر لديها الامكانيات والخبرة في وقت مبكر ، اصبحت في وضع مسيطراً . لذلك زاد النفوذ الدولي لمؤسسات الاتصال فيها وتحكمت في إعلام الدول الأقل تقدماً الأمر الذي جعل الدول النامية عاجزة عن الاستغناء عن المضمون الاعلامي المستمد من عدد بسيط من الدول المتقدمة . فتحول الاعلام إلى صناعة ضخمة جعل مصادر قليلة تحكم فيه . وبهذا ، الذي تتمتع بالحرية كان الأقوى ، وقل شأن الضعيف بالرغم مما سمي بالحرية .

وأصبحت حرية التعبير وحرية انتقال المعلومات هي في الممارسة حرية الاقوى والأكثر ثراء وتجربة^(١).

ولهذا اثير قدر كبير من النقاش في اطار مؤتمرات اليونسكو ابتداء من عام ١٩٧٤ لاعادة تفسير المادة التاسعة عشرة وتم كشف جوانب النص فيها على اساس أن الجهة الكاملة في تبادل المعلومات بين الدول غير المتساوية من القوة الاقتصادية والتكنولوجية ليس من مصلحة المجتمعات الضعيف ، وانه يجب اتخاذ بعض الاجراءات لجعل انتقال المعلومات اكثر توازنا .

ولكن ما علاقة ذلك بقضية العلاقة بين الاعلام وتحقيق التعاون الدولي . لا شك أن الدول التي يسير إعلامها في اتجاه واحد ولا تستمع إلى ما تقوله الجماهير في الدول الأقل قوة تتخذ قرارات سياسية غير سليمة وتسيء فهم الاحداث . هذا النوع من الاعلام قادر على تقديم الشعوب في صور غير واقعية وتأكيد التحييز . كما ان نظرية تكوين أضيق في تفسير الاحداث . فعدم قدرة الولايات المتحدة على الاستماع إلى اصوات ايرانية غير تلك الناطقة بالانجليزية ساهم في انهيار الاتصال بشكل غير عادي في كل من الولايات المتحدة وإيران . ومن المحتمل أن سوء تفسير الاحداث في العديد من دول العالم الثالث يرجع إلى عدم الاستماع إلى ما تقوله شعوب تلك الدول وعدم فهم نفسيات تلك الشعوب وبالتالي يتم الحكم عليها بمنظار أو رؤية غربية^(٢) . ولذلك من الضروري التعامل مع الاعلام الدولي بمنهج واسلوب جديد وبرؤية جديدة وفقاً لمعايير مختلفة . لن تتحقق ذلك وتم معالجة ما يقع من أحداث من الدول النامية بنظرية انسانية وبفهم اكبر لظروف شعوب تلك الدول وما تمر به من معوقات . فان ذلك سيؤدي إلى اعلام يقرب بين شعوب العالم المتقدم والعالم النامي ، وبين شعوب الدول النامية نفسها .

ينقلنا هذا إلى الموضوع التالي وهو استغلال الاعلام في اضعاف التعاون الدولي من خلال التدخل في الشئون الداخلية للدول او التحرير على قلب نظام الحكم والاساءة لسمعة الشعوب والقادة والحض على الكراهية وال الحرب والتفرقة العنصرية .

الاعلام الذي يسعى للإساءة إلى العلاقات الدولية :

شهد العالم خلال الفترة ما بين نهاية الحرب العالمية الثانية وحتى عام ١٩٨٣ (١٣٢) صراعاً مسلحاً في العالم . وخلال الفترة ما بين عام ١٩٤٥ وعام ١٩٧٦ ، اي خلال ٢٢ سنة ، (١٢٠) قتالاً بين (٧١) دولة ، شاركت فيها قوات مسلحة من ٨٢ دولة . زاد اجمالي سنوات تلك الحروب عن ٣٦٩ سنة ، وكان متوسط كل صراع ثلاث سنوات . وقد بلغ اجمالي عدد الايام التي ساد خلالها السلام ولم ينشب اثناءها قتال في اي مكان في العالم خلال الاعوام الـ ٣٦٩ تلك (٢٦) يوماً فقط . ادت تلك الحروب الى (١٢٠) وفاة ما يزيد عن (٢٥) مليون فرد^(٤) غالبية تلك الحروب

والاشتباكات حدثت في دول العالم الثالث في آسيا وافريقيا وامريكا اللاتينية ، باستثناء الحرب الاهلية في اليونان (١٩٤٦ - ١٩٤٩) والصراع في شمال ايرلندا (١٩٦٩ - ٢٠٠٠) والتدخل العسكري في المجر (١٩٥٧) وتشيكوسلوفاكيا (١٩٦٨).

بالنسبة للدول المتقدمة حلت الحرب الباردة محل المواجهة المباشرة وال الحرب الباردة هي اساسا حرب دعائية لا تخدم الاسلوب السلمي التعاوني من معالجة الاتصال الدولي . فخلال الفترة ما بين عام ١٩٤٧ وحتى اوائل الثمانينيات حدثت عدة تطورات اساسية في الحرب الباردة . فقد تطورت سياسة الولايات المتحدة من سياسة ضرب حصار على الاتحاد السوفييتي وتطبيق سياسة الاحتواء من خلال دعم الانظمة الراسمالية الموالية لأمريكا (مشروع مارشال ، والنقطة الرابعة) ، والاحلاف العسكرية (الناتو ، وحلف جنوب شرق آسيا) - خلال الفترة ما بين عام ١٩٤٧ وعام ١٩٥٣ إلى سياسة التحرير في عهد ايزنهاور ، ثم سياسة التغلغل السلمي في عهد كينيدي وجونسون ونيكسون ، ثم عادت مرة اخرى إلى سياسة التشدد والعداء للسوفيت . فقد تحول مفهوم الحرب الباردة الذي قام في اواخر الأربعينيات و اوائل الخمسينيات في عهد ترومان على سياسة الاحتواءات إلى سياسة التحرير في عهد ايزنهاور . وكان الهدف ارجاع الانظمة الشيوعية الى حدودها عام ١٩٣٩ وتشجيع الثورة في اوروبا الشرقية ، ادى ذلك الى تدعيم جهاز الحرب النفسية الامريكية وتطوير الاذاعات الموجهة من العسكر الغربي لاوروبا الشرقية والاتحاد السوفييتي . ولكن تميز عهد كينيدي بتبني سياسة «التغلغل السلمي » وتحسين العلاقات مع الاتحاد السوفييتي والصين والاهتمام بالعالم الثالث وزيادة المعونة المقدمة اليه . وتدعم ذلك الاتجاه في عهد جونسون ونيكسون ، وتم تجنب الاستعمالات التي تهدف لقلب نظام الحكم في الدول الشيوعية ، ولكن في عهد ريجان زادت مرة اخرى حدة الحرب الباردة وتم تكثيف الدعاية الهجومية ، وقد واجه الاتحاد السوفييتي كل هذا بإجراءات مماثلة وعمل على تكثيف حربه النفسية وبذلك استمرت الحرب الباردة .

في اوائل الثمانينيات كان الاتحاد السوفييتي يبث أكثر من الفي ساعة اسبوعيا من برامج الراديو للخارج . وكانت دول اوروبا الشرقية تبث حوالي (١٥٠٠) ساعة اسبوعيا ، والصين الشعبية تبث ١٣٧٥ ساعة اسبوعيا . أما الولايات المتحدة فكانت تبث ١٩٤٥ ساعة اسبوعيا ، والمانيا الغربية ٧٨٥ ساعة والمملكة المتحدة ٧٤٤ ، ولكن بشكل عام استمرت في الثمانينيات الحرب الساخنة والصراعسلح في دول العالم الثالث وبشكل خاص منطقة الشرق الاوسط وافريقيا وامريكا اللاتينية .

يدفعنا هذا لطرح سؤال اساسي : ما هي الالاليب التي يمكن اتباعها للتعامل مع الاعلام الذي يحرض على قلب نظام الحكم ، ويحرض على الحرب ، ويساند التمييز العنصري ، ويعمل على زيادة الشقاق وتکثيف حدة الصراع . صدرت من الجمعية العامة

للام المتحدة العديد من القرارات ابتداء من ٣ نوفمبر عام ١٩٤٧ متصلة بالإجراءات التي يجب ان تتخذ ضد الدعاية التي تحرض على الحرب . دعت تلك القرارات الى احترام حرية التعبير ولكنها أدانت كل اشكال الدعاية التي تعمل على تهديد السلام او التحرير على العداون .

القضية الاساسية هي تحديد المسئولية التي يجب ان يتحلى بها الاعلام عبر الوطن ، وتحديد العوامل الرئيسية التي تجعل الاعلام وسيلة لزيادة التقارب والتفاهم وتخفيف حدة الصراع . فاذا اخذنا الطبيعة الامرکزية للمجتمع الدولي نجد أن الالتزام بالمبادئ وانماط الدولة المتصلة باستخدام الدعاية هي الى حد كبير ارادية او ناطوعية ولكن في بعض الظروف يتم اللجوء الى اجراءات أنانية وغير جديرة بالثقة للانتقام او تحقيق منافع ذاتية . وفي هذه الاحوال يتم تفسير القوانين بشكل يحقق صالح كل دولة وتجنب الدول كبرتها وصغرتها المقترنات التي تهدف لفرض قيود فعالة على الاتصال الدولي لأن تلك الدول تعتبر الدعاية سلاحاً فعالاً لتحقيق النفوذ والقوة^(١) . في بالنسبة للدول الصغيرة قد تكون الحرب الايديولوجية هي السلاح الوحيد المتوافر لديها لقصور قدراتها العسكرية والاقتصادية والدبلوماسية وبالنسبة للدول الكبرى الدعاية سلاح فعال لتحقيق السيطرة . فالاتحاد السوفييتي يعتمد بشدة على الدعاية لنشر الشيوعية ، ويستخدم الدول الغربية بدورها الدعاية لاضعاف العسكر الاشتراكي وكسب التأييد لمواقفها ووجهات نظرها . يقال دائماً ان موسكو تساند وضع قواعد مناهضة للدعاية التي تحض على الحرب ولكنها تساند استخدام الدعاية في «محاربة الاستعمار» او لتحقيق «التحرر» . الدول الغربية تساند كمبدأ اتخاذ اجراءات ضد الدعاية المعادية ، ولكنها تقاوم فرض سيطرة سواء قانونية او ادارية ، لخوفها ان يؤدي ذلك الى انتهاك مبادئ حرية التعبير وحرية الصحافة . وهنا تظهر مشكلة التفرقة الفعالة بين ما هو المقصود بمفاهيم التعليم والاعلام والدعاية ، وتحديد الحدود الفاصلة بين الاقناع والقهر ، وبين التعليق العادل والاساءة غير المسموح بها . ما هي المؤسسات التي تتولى تحديد ما هو الموجود بكل مفهوم من تلك المفاهيم . وبالرغم من أن الامم المتحدة والوكالات التابعة لها تتعنت بقدرات كبيرة في هذا المجال ، الا انها لم تنجح حتى الان في تحقيق تقدم كبير . فما ندعى انه احكام مقبولة تعبر عن اوضاع اجتماعية وسياسية في دولة ما ، سترفضه دولة اخرى بشدة وتعتبره تضليلًا واساءة للسمعة . ذلك هو التحدى الخطير الذي يواجه المنظمات الدولية . ولكن نحن نعتقد انه من خلال القاء الضوء على المبادئ التي تحكم الاتصال الدولي ، ومن خلال مناقشة الممارسات السائدة والقاء الضوء عليها فإنه يمكن التقليل من مخاطر الدعاية واستخدام الاعلام في تحقيق مزيد من التفاهم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان ومكافحة العنصرية والفصل العنصري والتحرر على الحرب وسوف نستعرض في الصفحتين التاليتين ذلك النوع من الاعلام الذي يسيء للعلاقات الدولية .

هناك أنواع كثيرة من الدعاية تضعف التعاون الدولي منها :

- ١ - الدعاية التي تسعى لقلب نظام الحكم في دولة أخرى .
- ٢ - الدعاية التي تسيء إلى السمعة .
- ٣ - الدعاية التي تحرض على الحرب .
- ٤ - الدعاية الدولية الصادرة من أفراد أو مؤسسات اعلامية مستقلة التي تقوم بكل أوجه النشاط تلك .

أولاً - الدعاية التي تسعى لقلب نظام الحكم :

تسعى الدعاية التي تعمل على قلب نظام الحكم عادة لنشر عدم الرضا والخوف والاحتجاجات من الدول المستهدفة . وقد تسعى لفصل منطقة في الدولة بدعوى تحريرها . على سبيل المثال يقول البعض ان الدعاية الامريكية شجعت المجر على التحرر من السيطرة السوفيتية ، وهناك الدعاية التي تسعى لإضعاف الشعب او تقسيمه تمهدًا لغزوه . هذا النوع من الدعاية الذي يسعى للتمزيق تمهدًا لقلب النظام يعتبر غير شرعي لأنّه ينتهك مبدأ مقدساً في القانون الدولي وهو حق الدولة في الاستقلال والسيادة ، ويعتبر من اعمال الحرب لأنه قد يؤدي إلى الانتقام والعنف وحتى لنشوب الحرب نفسها . فقد يؤدي الهجوم الدعائي إلى اضعاف الدولة المستهدفة بحيث يحاول العدو مهاجمتها خاصة ان كان العدو يساند المتمردين وقد اعتبرت الأمم المتحدة في قرارها حول السلام من خلال الافعال (عام ١٩٥٠) الاعمال التي تؤدي إلى إشعال الصراع المدني في دولة أجنبية نمط من أنماط العدوان وجريمة ضد السلام وأمن البشر . ولكن قد تجد الدولة المعنية العديد من المبررات لهذا النوع من الاتصال لأن تدعى ان وسائل الاعلام التي توجه الهجوم حرة لا تخضع لسيطرة الدولة . ولكن القانون الدولي واضح في أنه يحظر توجيه رسائل تحض على قلب النظام في دول أخرى . على سبيل المثال ، في محاكمة مجرمي الحرب في نورمبرج ، انهم العديد من القادة النازيين بتوجيه استعمالات تحض على قلب النظام إلى النشيكين والنساويين ، وقد اعتبرت المحكمة هذا التحرير مناقضاً للقانون الدولي . كذلك ادانت العديد من القرارات التي تم التصويت عليها في الأمم المتحدة ومنظمة الدول الامريكية الحرب النفسية الايديولوجية التي تهدف لقلب النظام ، واعتبرتها غير قانونية وتشكل تهديداً للسلام .

ويتبّع لنا من استعراض القانون الدولي العادي وكتابات رجال الدعاية والمعاهدات المتصلة بهذا الامر ومارسات محاكمات نورمبرج ، اتفاق القوانين الدولية على القوانين الوطنية في اعتبار ان المشاركة في الدعاية التي تهدف لقلب نظام الحكم مع دولة اخرى مخالفة للقانون الدولي .

ثانياً - الدعاية التي تسيء إلى السمعة :

الفئة الثانية للعلام المعادي هي الدعاية التي تسيء إلى السمعة ، التي توجه هجوماً ينطوي على احتقار او اهانة ، او التي تقلل من شأن دولة أجنبية او مؤسساتها او قادتها او شعبيها . ويدخل تحت هذه الفئة توجيه الرسائل الاعلامية التي تسيء إلى дипломاسيين العاملين في الدولة وهو من الامور التي تعتبر انتهاكا خطيراً . وكثيراً ما يحدث تداخل بين الدعاية التي تسيء إلى السمعة والدعاية التي تسعى لقلب نظام الحكم ، والتي تدعو للحرب . فالمعلوم ان اثارة الشعب في دولة أخرى للتمرد ضد الحكم ، او تحريض الشعب دولة باستعمالات ايديولوجية على الثورة ، قد يحدث من خلال نشر او اذاعة تقارير مزيفة عن سلوك الحاكم او رئيس الوزراء او القادة بشكل عام . ويحضر القانون الدولي بشكل واضح على كبار المسؤولين من الدولة اداء تعليقات مسيئة او مهينة لشخص حاكم دولة أخرى ، لأن مثل هذه التعليقات الموجهة حتى من قادة أقل شأناً ، او صحف مستقلة او اذاعات ، تكون محل احتجاج دبلوماسي . من الناحية التقليدية ، حينما يتم انتهاك هذا النمط تجأ الدولة إلى تقديم اعتذار رسمي . ويقوم هذا القانون على مبادئ عامة لها مثيل في القوانين الوطنية المتصلة بالقذف والاساءة للسمعة ، والقذف الموجه للجماعة .

وخطر الدعاية التي تسيء إلى سمعة القادة او дипломاسيين في دول اخرى يرجع الى انها قد تؤدي الى صراع وقد تشكل تهديدا شديدا للسلام ، وتلتزم بعض القوانين المحلية بهذا المبدأ ، فتدين الهجوم اللغظى على القادة الاجانب في دولة مشتركة في صراع مع دولة أخرى . وتقليديا لابد للحاكم من احترام الحكم الآخرين ، كذلك من حق الدبلوماسيين المقيمين في دولة ان ينعموا بمكانة خاصة وفقا للقانون الوطني والدولي ، بما في ذلك الحق في طلب الحماية لشخصه وما يملكه . ليس فقط لأن الدبلوماسي يمثل حاكمه ، ولكن لأنه بدون هذه المكانة الخاصة لن يتمكن من اداء مهامه كدبلوماسي بشكل فعال ، وتمكنه هذه المكانة بشكل عام على اساس المعاملة بالمثل .

ويعتمد مراعاة هذه القواعد بشدة على طبيعة العلاقات بين الاطراف ، والوضع الدولي العام فنادرا ما تظهر هذه المشكلة بين الدول التي تربطها علاقات صداقة ، وان اساء فرد متخصص إلى زعيم أجنبي ، فإن افضل اسلوب لمعالجة الامر هو بتجاهله . ولكن ان انطوت المعلومات المسيئة على حقائق غير صادقة ، وإن اعتبرت خطيرة ، يمكن انهاء الحادثة من خلال تقديم اعتذار ملائم او نشر تصحيح . وهنا تظهر فرصة ممتازة لاستخدام حق الرد الدولي .

وعادة يعكس تبادل الاتهامات والاتهانات سوء العلاقات بين الأطراف المعنية - على سبيل المثال العلاقات بين الصين والاتحاد السوفييتي أو العلاقات بين بعض الدول العربية . ان قلت حدة المشاعر العدائية وعلى سبيل المثال ، من خلال تسوية نزاع كامن ،

قد تخف الحملة وتختفي وقد يتعقد الوضع ان كانت هناك ظروف غير انسانية من دولة ما او انتهاك خطير لحقوق البشر ، في مقل هذه الحالة ، يكون هناك مبرر لنشر او اذاعة تقارير تنطوي على نقد خاصة ان ثبت ان كل الاساليب الاخرى ، الوطنية او الدولية غير مجده في تحقيق الاصلاحات الضرورية .

وقد كرس قدر كبير من التفكير والجهد ، الرسمي وغير الرسمي ، لقضية نشر تقارير تنطوي على اساءة للسمعة ، خاصة التقارير الزائفة من جانب الصحافة المستقلة والاذاعة في الدولة . ويختلف الشرق والغرب في طريقة معالجة مثل هذه الموضوعات . فالشرق يؤيد السيطرة واستخدام القوانين الشديدة ، والغرب يعارض مثل تلك العقوبات لأنها لا تتفق مع المباديء التقليدية لحرية التعبير والصحافة . ولكن الجميع يوافقون على ضرورة منع نشر الاخبار الزائفة وان اختلفا بشدة حول أفضل الاساليب لتحقيق هذا الهدف . وقد قدم كل طرف في الخلاف مقترنات متناقضه ، فالروس يؤيدون فرض السيطرة ، والبريطانيون يجدون ان افضل علاج لمواجهة الدعاية هو مزيد من الدعاية . وبالرغم من الانتهاكات العديدة للانماط التقليدية ، والحيرة حول القواعد الموجدة ، مازال الهجوم الذي ينطوي على اساءة لسمعة الشعوب الاجنبية وقادتها والمسؤولين فيها والافراد ذوي المكانة العامة مستمراً ، و يؤدي الى توجيه احتجاجات دبلوماسية وقدر كبير من تلك الاحتجاجات تساندها ادعاءات بارتكاب اعمال تنطوي على انتهاك للقانون الدولي .

ثالثاً - الدعاية التي تحض على الحرب :

تشير الدعاية التي تحض على الحرب الى المحاولات المباشرة التي تتم في بعض الاوقات بشكل منظم ومنسق من جانب مؤسسات لها طبيعة ايديولوجية لتشكيل عقول الجماهير في دولة معينة ، لتوجيه الصراع المسلح غير الوطني ، او لتوجيه اساليب اخرى من القهر العنيف . وتتضمن تلك الضغوط دعاية معدة لاقناع المنشقين ، وتحريض النوار على قلب نظام الحكم القائم الذي تنعم دولة القائم بالاتصال من الناحية الفنية ، بعلاقات سلام معه وقد ناقشنا هذا من قبل ونحن نتحدث عن الدعاية التي تحض على قلب نظام الحكم .

«الحث على الحرب» أو «العدوان غير المباشر» ثبت من اشكال عديدة تتدخل مع بعضها في بعض الاحوال . أولاً : قد يتم دفع المواطنين في الداخل باستمارات عاطفية ووطنية ، على شن حرب عدوانية ، او تأييد حرب مستمرة فعلاً ، يحدث هذا في الدول المتورطة في حالة حرب مع عدو له مثل القتال بين ايران والعراق . ثانياً : قد يوجه التحرير الى شعب اجنبي وإلى قادته لمساندة حرب في دولة اخرى . ثالثاً : قد تسعى حملة الدعاية لخلق الشقاق وقلب النظام وقد تقوم بها دولة اجنبية في محاولة لاحاديث حيرة وتمزق من الدولة المستهدفة بالغزو لإضعافها .

وتنصب التفرقة اساساً على شخصية القائم بالاتصال الذي يوجه الاتصال وقد تكون

الحكومة نفسها، أو حزب سياسي للحكومة بعض السيطرة عليه، وقد تكون وسيلة اعلامية تنعم باستقلال كامل عن الحكومة. بالنسبة للحالتين الاولى والثانية مسئولية الدول عن الاتصال العدائي واضحة. ولكن واجب الدولة بالنسبة للصحافة او الاداعية المستقلة محل خلاف في وجهات النظر فالتحريض على الحرب يشكل تهديدا للسلام، وتضطر الدولة المستهدفة لاتخاذ اجراءات للدفاع عن نفسها. وتعتبر الدعاية التي تحض على الحرب غير شرعية بسبب المبدأ القانوني العام الذي اعترفت به كل الدول وهو ان التحريض على ارتكاب جريمة يعتبر في حد ذاته جريمة.

وحيث ان الحرب العدوانية غير شرعية فالتحريض بالدعاهية لارتكاب جريمة يشكل هو ايضا انتهاكا للقانون الدولي. وقد اشارت عصبة الامم المتحدة في تعريف العدوان الى ارتكاب جريمة المصدر على الحرب بالدعاهية. ففي عهد عصبة الامم، أعلن المشروع المبدئي للمؤتمر العام لتحسين اساليب منع الحرب الى أن «هناك حالات تأخذ الدعاية العدوانية ضد دولة أجنبية أشكالاً عدائية وتشكل تهديداً وخطراً حقيقياً على السلام». وقد اوصت لجنة قانونية في عام ١٩٣٢ بشدة بمحظر دعاية الحرب. وفي عام ١٩٣٦ اذمت احدى مواد قرارات مؤتمر عقد حول استخدام الاداعية في قضية السلام، الاطراف «بضمان الا يشكل بث تلك الدول الاداعي تحريضاً على الحرب او تحريضاً على اعمال يتحمل ان تؤدي الى الحرب». ولم توقع سوى دول قليلة على هذه المعاهدة. وفي ٢ ابريل عام ١٩٣٨ طالبت عصبة الامم الدول الاعضاء بالامتناع عن اي بث اذاعي له طبيعة تثير ا عملا لا تتفق مع النظام الدولي والأمن لأي طرف، وأشارت الى ان على الدول الاشراف على البث الاداعي النابع من اراضيها حتى لا يشكل تهديداً على الحرب او على اعمال قد تؤدي الى نشوب حرب^(١).

وقد بذلكت الامم المتحدة جهوداً كبيرة تتفق مع هذا النمط من الفكر. فقد ادانت الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام ١٩٤٧ «كل اشكال الدعاية من اي دولة ، تهدف أو يحتمل أن تؤدي إلى تشجيع اي تهديد للسلام وانتهاك السلام»، أو ارتكاب عمل عنيد وادانت الغالبية العظمى من الدول في مؤتمر الأمم المتحدة حول حرية المعلومات والصحافة في عام ١٩٤٨، بشدة كل دعاية تحض على الحرب. واعيد تأكيد ذلك في عام ١٩٥٠ بقرار صدر من الأمم المتحدة متصلة باتفاق حول الحقوق المدنية والسياسية في الزام الاطراف بمحظر كل دعاية تحض على الحرب، أو اي مساندة للكراهية الوطنية والعنصرية والدينية تشكل تحريضا على التفرقة او العداء او العنف هذه ادلة كثيرة على قلق المجتمع الدولي من المخاطر التي تترتب على الاتصال الذي يحضر على العدوان.

رابعاً - الدعاية الصادرة من مؤسسات اعلامية مستقلة :

حينما ترتكب الحكومات او وكالاتها ا عملا دعائياً دولياً لها طابع عدواني، فهناك

العديد من الاجراءات التي يمكن اتخاذها اما من خلال اجراءات دبلوماسية او من خلال المنظمات الدولية كما اشرنا في العرض السابق ولكن المشكلة تظهر حينما يقوم بالدعاهية الدولية العدوانية افراد او رعايا مستقلون من خلال وسائل الاعلام . فالصحف والاذاعة التي تخضع لسيطرة القطاع الخاص ، والافراد الذين يسيرون الى سمعة دول أجنبية او إلى قادتها او مؤسساتها ويعملون على تطوير حركات ثورية في الدول الأخرى ، من خلال ما يكتبهن او يقولونه ، تطبق القانون الدولي عليهم يعتبر من الامور التي تختلف حولها وجهات النظر ، على سبيل المثال ، مساندة الصحافة الامريكية للثورة في ايرلندا ، او حتى حد الشعب الايرلندي على الحرب . بشكل عام ، بيد ان الحكومات تميل في غياب معاهدة إلى إنكار مسؤوليتها عن اعمال الافراد ، الا في ظروف استثنائية جدا ولكن بينما الوضع القانوني للاطراف المعنية غير واضحة تماما الا أن التزاماتهم المعنية واضحة بشكل مؤكّد ، فالقدر الهائل من سوء الوضع الدولي - ويشكل خاص ثبات الكليشيهات الطوبية الأدّد وصورها المنطبعة التي تسيء إلى سمعة الشعوب الأجنبية ، وخلق مشاعر الكراهيّة او التفوق الوطني على الغير يمكن ان ترجع إلى وسائل الاعلام الخاصة . وقد تعرضت كتب المدارس بشكل خاص لانتقاد قوى لتأثيرها السيء في هذا المجال والمطلوب هو التفكير في اساليب لمعالجة هذه الوضاع وتحقيق الاصلاحات المطلوبة بدلا من اصدار تعليمات جديدة او قوانين افضل . وتبذل اليونسكو جهودا كبيرة في هذا المضمار من خلال اجراء الدراسات ، والبحوث لتحقيق تغيير طويل المدى . كذلك وتبذل الحكومات ، وحتى وسائل الاعلام نفسها في بعض الدول جهودا لتصحيح تلك الوضاع^(١١) ففي اواخر السبعينيات وضعـت المنظمات الدولية قوانين السلوك او مجموعة من الموانئ الصحفية او مواثيق السلوك أثارت قدرأً كبيراً من الاختلاف في وجهات النظر (نظر اليها البعض على أنها محاولة لفرض الفكر الرقابي) على التقليد الالبرالية للاتصال الجماهيري .

وهناك مدرستان للتفكير لا تتفقان مع بعضهما في معالجة جهود الافراد المستقلين الذين يسعون لقلب نظام الحكم في الدول الأخرى من خلال الدعاية ، مدرسة «المسئولة العربيّة» ومدرسة «السيطرة الضيقة» ولكن تتفق المدرستان على ان الدولة غير مسؤولة ان صدرت الدعاية التي تسعى لقلب نظام الحكم من مواطنها على أساس انها لا تزيد عن مجرد المساندة المعنية للثورة الاجنبية وتتفق المدرستان ايضا في ان الدولة تصبح مسؤولة ان ثبت اقدام المواطنين فيها باعمال علنية تعاون بشكل مباشر على العصيان الاجنبي . يجب أن تمارس الدول الباقطة لنزع شن عمل عسكري من اراضيها ضد دولة أخرى . وعلى هذا الأساس ان عاونت مجموعة في دولة «أ» علانية عصاة في دولة «ب» ، يكون لدى الدولة «ب» اسس متينة للاحتجاج ، وقد تتوقع ان تعدل الدولة «أ» الدستور او القوانين إن شنت صحفها حملات لمساندة تلك المجموعة . على سبيل المثال ،

ان طالبت بمنطوعين او تبرعات مالية لمساعدة الدولة «ب» وقد ظهر قدر كبير من الخلاف حول نشاط اللاجئين السياسيين في الدول التي يلجأون إليها. فاللاجئون السياسيون يحتمل ان يتحركوا او يتآمروا ضد النظام الجديد في وطنهم، ولذلك تفرض الدولة المضيفة حظراً على نشاط اللاجئين فيها ، وكانت تلجم احياناً إلى طردهم . في هذه الحالة قد يكون من الصعب رسم خط فاصل بين مجرد المساعدة المعنوية والمعاونة النشطة . وستتوقف السياسة التي تتبناها دولة معينة تستضيف اللاجئين ، حالاً اولئك اللاجئين على وضعها الخاص في الاطار الدولي الاعتيادي الاساسي هو ما اذا كانت تلك الدولة راغبة في الاحتفاظ بعلاقات سلمية في الدولة المعرضة ، فالدولة الضعيفة المعرضة دائماً للخطر ، ستميل لكي تتجنب الاختلافات إلى اتخاذ اجراءات حازمة بينما قد تتحمل الدول القوية ، خاصة تلك التي تسير على التقاليد البرالية كل المشكلات التي تترتب على دعاية اللاجئين ، مع ما يترتب عليها من نتائج باستثناء تلك الزائدة عن الحد .

اذا عدنا مرة اخرى إلى موضوع الدعاية التي تسيء إلى السمعة ، التي يقوم بها افراد ، والهجوم الدعائي على الدبلوماسيين المقيمين بحدهاته اعتبار من الناحية التقليدية عملاً غير قانوني وادى إلى احتجاجات دبلوماسية والمطالبة بعلاج او تصحيح ملائم ، أما من خلال الاعتذار او حتى عقاب المخالف . نبع هذا التقليد من الواجب الصحيح والاساسي في توفير الحماية لكل الدبلوماسيين المعتمدين . ايضاً تمنح نسبة كبيرة من الدول الحماية للملوك ورؤساء الدول الأجانب من القذف والاساءة للسمعة . ولكن سوء تم تطوير قاعدة حازمة في القانون الدولي ام لا فهذا أمر تختلف حوله وجهات النظر . الشيء نفسه ينطبق على التعليقات الصادرة من افراد ، وتشكل اساءة إلى الدولة نفسها أو إلى دستورها وسياساتها ، بالرغم من ان تلك التعليقات قد تشكل خطاً شديداً على العلاقات السلمية بين الدولتين . ويلاحظ الفرد مرونة كبيرة في اتجاهات الحكومة حول هذا الموضوع ، وتتخذ بعض الحكومات اجراءات قوية ، من خلال السلطة التنفيذية او المحاكم او كليهما ، لتنقیل ظهور مثل هذا النوع من الاتصال الذي قد يدخل الدولة في صراع دولي تختلف حوله وجهات النظر . والجدير بالاشارة ان هناك العديد من اساليب العلاج لمواجهة هذا الوضع ، قد تضم الدولة التي بها القائم بالاتصال المسوء ، على أن تستنفذ الدولة المستهدفة بالاساءة ، قبل أن تطالب الحكومة بتصحيح الوضع ، كل اساليب العلاج المتوفرة ، على سبيل المثال ، من خلال رفع الأمر إلى القضاء . وقد عبرت حتى الولايات المتحدة ، وهي من أكثر الدول برالية في هذا المجال ، في أكثر من مناسبة عن اسفها من ابداء ملاحظات ، سواء مكتوبة او منطقية ، تعتبرها الدول الأجنبية محل اعتراض . ولكن رفضت الولايات المتحدة بشكل يتنسم بالثبات ، قبول اي اقتراح بعقد معاهدة او اتفاقية ، يحتمل ان تؤدي إلى اضعاف الحق في حرية التعبير .

اما بالنسبة للدعایة التي تحرض على الحرب ، فيقول بعض المفكرين ان الدول ملتزمة باتخاذ الاجراءات الدفاعية الضرورية لضمان الا تدخل الدولة في حرب عدوانية ، وانه وفقاً لهذا المبدأ فالدولة ملزمة بالتدخل لكبت الدعاية التي تدعو للحرب .. وتقضى القوانين الداخلية في أكثر من ٢٥ دولة بالحق في محاكمة الأفراد الذين يحثون الدولة على شن الحرب ضد دولة أجنبية . ويقول بعض المفكرين ان قيام الفرد بدعایة الحرب يشكل جريمة وفقاً للقانون الدولي ، مقاربة للقرصنة ، يمكن بمقتضها لاي دولة ان تمارس حقها القانوني . ولكن يجب ان نعترف بأنه من النادر بدء حرب دعایة فعالة بشن الحرب بدون مشاركة الدولة . فعادة يكون المشاركون فيها جزءاً من النظام . ولكن ان حدث في اي صراع ان وجدت صحيفة مستقلة او محطة اذاعية مذنبة ، قد تحاكم على شنها حملة طويلة تتسم بالثبات ، لإثارة الأمة ، قادة وشعوبها ، على شن تلك الحرب ، بالطبع ستلام الحكومة على عدم ممارستها اليقظة الالزمة حيال تلك الوسائل ، وربما على تشجيعها للقائمين بالاتصال الذين يدعى استقلالهم ، ووجدوا مذنبين بالدعوة لشن الحرب .

ما الذي يمكن أن نفعله بالاعلام :

بعد هذا الاستعراض لأشكال الاتصال الدولي وهيمته مراكز قليلة عليه مما ادى الى اعادة النظر في المادة التاسعة عشرة من الاعلان العالمي لحقوق الانسان والمطالبة باتصال يسير في اتجاهين حتى تستمع الدول المتقدمة لصوت الدول النامية والتعامل مع تلك الدول بتفهم وبنظرية انسانية . وبعد أن استعرضنا انواع الاتصال او الدعاية التي تسيء للعلاقات الدولية ، وبشكل خاص الدعاية التي تحض على شن الحروب وقلب نظام الحكم والتي تنتطوي على اساءة للسمعة بقى ان نقترن ما الذي يمكن أن نفعله لاستخدام الاتصال في تحقيق التعاون الدولي .

الواقع ان اول شيء يجب التركيز عليه هو ضرورة ان نستمع لبعضنا البعض . فإذا استمعت شعوب الدول المتصارعة لتفسيرات وأراء بعضها البعض حول القضايا محور الصراع فان هذا سيؤدي حتماً لتخفيض حدة الصراع ، وسيتعاونون في الوصول إلى تفهم أكبر للمواقف وحلول وسط من خلال التفاوض وبذلك نتجنب مشاعر الكراهية العميقه التي تسود بين الدول المتصارعة نتيجة لنقص الاتصال . ونتجنب دول العالم وصول الصراع لمرحلة الاشتباك المسلح . هذا ما اثبتته الابحاث العلمية حول الصراع بين الهند وباكستان ، والصراع العربي الإسرائيلي والصراع في مناطق أخرى .

ثانياً - اهتمت الأمم المتحدة ومنظمة اليونسكو بإجراء الدراسات حول وضع المرأة والاقليات العرقية والدينية واللغوية ، وكبار السن والشباب والاطفال في الاعلام ، وقد اظهرت تلك الدراسات ان وسائل الاعلام ، من خلال المضمون الترفيهي والاعلاني ،

تعمل على تكوين صور منطقية محرفة عن تلك الاقليات . امثال ذلك الدراسات تضع مرأة أمام صانعى القرار في كل دولة وامام المهنيين العاملين في مجال الاتصال والكتاب لتوفير صورة اكثراً صدقاً وتوازناً عن احوال تلك الاقليات وربما تقديم تلك الاقليات في القالب والصورة التي يسعى المجتمع الدولي والوطني إلى تثبيته ، لاشك ان رفع الظلم عن الاقليات يكفل السلام داخل المجتمع الواحد ويؤدي الى تحقيق مزيد من العدالة .

ثالثاً - لابد من اعادة تأكيد موقف القانون الدولي والقوانين الوطنية من الاعلام الذي يحضر على الكراهية ويسعى لقلب نظام الحكم وينطوي على اساءة للسمعة ويحضر على الحرب سواء كان اعلاماً رسمياً او اعلاماً يخضع لسيطرة القطاع الخاص . فقد شهدنا في العقود الاخيرة عدم التزام غير عادي من جانب الدول والاعلام الخاص في مختلف انحاء العالم بمراعاة استخدام الاعلام في زيادة التقارب والتفاهم مما يعكس عدم اعتراف بمبدأ عدم التدخل في الشئون الداخلية للدول الاخرى واحترام حق الدول في ان تختار بحرية انظمتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، وحقها في تحديد قوانينها وتنظيماتها . لا شك ان لهذا نتائج هامة على نظرية وممارسة الاتصال الجماهيري لأنها تؤثر على العلاقات بين الدول الصديقة والمعادية . وستزيد هذه المشكلة اكثراً في عصر البث المباشر بالقمر الصناعي ، على سبيل المثال ، بث اذاعات بالقمر الصناعي بشكل مباشر من دولة إلى شعب دولة أخرى هو عمل ينطوي على عدم احترام حق الدولة الاخيرة ، في ان تختار بحرية وتطور انظمتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية (ولو ان هذا العمل مقبول على اساس التدفق الحر للمعلومات بين الدول) . سيزيد مثل هذا النوع من الاتصال بشكل كبير جداً في اواخر الثمانينيات ونحن نأمل الا يكون وسيلة لزيادة الخلاف والتباين ، بل يستغل في تحقيق التقارب والفهم الأكبر لأحوال الشعوب الأخرى نحن نعلم تماماً انه بمزيد من الفهم والاتصال يمكن تخفيض التوتر وزيادة التعاطف مع الشعوب النامية والاقليات ، فالمجتمع الدولي أصبح يتسم بالتنوع المتزايد ، ولم يعد في الامكان تصنيف او تجميع الدول في فئات عريضة مثل الشرق والغرب ، والشمال والجنوب ، والمتقدم والنامي ، والتعامل معها على أساس هذا الأسلوب في التصنيف . لابد أن يعكس الاعلام هذا التعدد ويعمل على تقليل الفجوة بين الدول والشعوب لقد ادى اتساع النشاط الاعلامي الدولي إلى ازدياد جمهور الاتصال بحيث أصبح يتضمن كل المواطنين وليس فقط الحكام والقادة والطبقات المثقفة كما كان الوضع في الماضي . الان جميع الطبقات في حاجة إلى مهارات ومعرفة للتكييف بشكل ملائم على الضغوط المحيطة والفرص المتاحة . العبء يقع على الاعلام والمؤسسات التعليمية لتهيئة الفرد للمجتمع العالمي الذي يبرز . لذلك لابد من تحقيق مزيد من الوعي بطبيعة الاعلام الدولي والعمل على جعله اكثراً مسؤولة .

References

- (1) Hilkka Pietiala, "International Cooperation" in Noeman J; Graves, O., James Dunlop, and Judith V. Torney - **Pueta Teaching for International Understanding, Peace and Human Rights** (UNESCO, Paris, 1984) p. 137.
- (2) Anthony Smith, **The geopolitics of Information: How Western Culture Dominates the World** (N.Y.: Oxford Univ. Press, 1980) pp. 28-29.
- (3) Fred Fejes, "Media Imperialism: An Assessment." In D. Charles Whitney, Ellen Nastella, and Sven Windahl, **Mass Communication Review Yearbook**, Vol. 3 (Beverly Hills, Sage Publications, 1982) pp. 349-352.
- (4) Humphery Tonkin, "A Right to International Communication?" In George Gerbner and Marsja Siegfert (eds). **World Communication: A Handbook** (N.Y. Longman, 1984) pp. 71-73.
- (5) Bernard Rubin, "International Film and Television Propaganda," in Alan Wells (Ed.) **Mass Communication: A World Vipes** (Palo Alco, Mayfield Publishing Company, 1974) p. 232.
- (6) Peter Gallyry, "Keeping News Flow Free," **World Press Review**, August, 1983, p 33.
- (7) John M. Eger, "Information Predicates for International Regulation," In George Gerbner and Marsha Siegfert (Eds.) **World Communications: A Handbook** CN.Y. Longman 1984) p. 73.
- (8) UNESCO, **Yearbook on Peace and Conflict Studies, 1982** (UNESCO) Paris, 1984) p. 4.
- (9) John B. Whitton, "Hostile International Propaganda and International Law," in Kaarl Nordenstreng and Herbert I. Schillor, **National Sovereignty and International COmmunication** (New Jersey, Norwood, Ablex Publishing, 1979) p. 217.
- (10) Hilding Eek, "Principles Governing the use of Mass Media as Defined by the United Nations and UNESCO," in Kaarle Nordensteing annd Herbeet Schiller, **National Sovereignty and International Communication: A Reader.** (N.J. Norwood, Ablex Publishing, 1979) p. 173.
- (11) Whillon (1979) Opcit pp. 226-227.



برامج الأطفال في تلفزيون الإمارات العربية المتحدة

دراسة تحليلية وميدانية
«ملخص رسالة دكتوراه»

اشراف: أ. د. منى سعيد الحديدي

اداره : د . فوزیه عبدالله آل علی

ينتصر التليفزيون وسائل الإعلام من حيث الانتشار في المجتمعات، ومن حيث جذب المشاهدين إليه، خصوصاً الناشئة، كما أنه يؤثر في تنشئة الطفولة واعدادها الاعداد التربوي الذي لابد منه. لذلك كان مما تتطلع إليه الدراسة بحث البرامج الخاصة بالأطفال، تلك البرامج التي يبيّنها ذلك الجهاز السحرى.

مشكلة البحث:

حددت الباحثة مشكلة البحث في إطار دراسة تحليلية وميدانية لبرامج الأطفال في ارسالين بيتهما تليفزيون أبوظبي ودبي في دولة الإمارات العربية المتحدة بصفة عامة ، بما تتضمنه للطفل من معلومات وقيم بصفة خاصة .

عينة الدراسة :

أ - عينة الدراسة التحليلية :

حددت عينة دراسة تحليل المضمون في الحلقات المذاعة من برامج الأطفال في تليفزيون أبوظبي ، دبي ، عن طريق أسلوب الأسبوع الصناعي لهذه البرامج خلال الفترة من يونيو ١٩٨٥ إلى آخر سبتمبر ١٩٨٥ . وهي تستغرق دورة تليفزيونية واحدة . وحددت ثلاثة عناصر لدراستها داخل تحليل مضمون هذه البرامج للتعرف على نوعيتها ، على كل من المعلومات والقيم الإيجابية والسلبية التي تحتوي عليها .

ب - عينة الدراسة الميدانية :

حددت عينة الدراسة الميدانية للأطفال بالعينة الطبقية العشوائية المنظمة ، لمجموعة من الأطفال بلغ عددها ٤٤٠ طفلاً و طفلة ، بنسبة (٢٠٪) من مجتمع الدراسة . و اختيروا من المدارس الابتدائية للصفوف الثلاثة الأخيرة وللأعمار ما بين ٩ - ١٢ ، ومن منطقتي العين و دبي (بين حضر وريف) لأنهما تمثلان القطاع الشمالي والقطاع الغربي لدولة الإمارات العربية المتحدة ، وباعتبارهما أكثر المناطق حيازة لوسائل الإعلام . لكتافة السكان بهما ، ولأنهما ذو جناحين من حضر وريف .

جملة العاملين ببرامج الأطفال في تليفزيون أبوظبي و دبي فاعتبروا جميعاً عينة متكاملة ، بلغ عددهم ١٥ عاملًا فهم ٨ في تليفزيون أبوظبي ، ٧ في تلفزيون دبي .

التساؤلات التي يهدف البحث إلى الحصول على الإجابة عنها :

(١) تساؤلات تحليل دراسة المضمون :

- أ - توصيف برامج الأطفال وكان على أساس التوصيف جهات محددة وهي :
- أسماء برامج الأطفال ، عددها ، موعد تقديمها ، الحلقات المذاعة بها .

ب - المعلومات التي احتوت عليها برامج الأطفال من خلال فتني ماذا قبل ؟ كيف قبل ؟

ج - القيم الإيجابية والقيم السلبية التي احتوت عليها برامج الأطفال : من خلال فتني ماذا قبل ؟ وكيف قبل ؟

(٢) تساؤلات الدراسة الميدانية في شأن الأطفال :

استهدفت الدراسة الميدانية التي أجرتها الباحثة على عينة التلاميذ في الصفوف الثلاثة الأخيرة للمرحلة الابتدائية الإجابة على التساؤلات الآتية :

- أ - تساؤلات عن خصائص مشاهدة الأطفال لبرامج التلفزيون المذاعة .

ب - تساؤلات عن خصائص مشاهدة برامج الأطفال :

- الأفراد الذين يشاهدون مع أفراد العينة برامج الأطفال .
 - التلفزيون المفضل لمشاهدة برامج الأطفال ، أسباب ذلك التفضيل .
 - جنسية برامج الأطفال المفضلة .
 - مدى الاستفادة وأوجهها في برامج الأطفال .
 - المعلومات والقيم التي عرفها الأطفال عن طريق تلك البرامج .
- جـ - تساؤلات الدراسة الميدانية في شأن العاملين ببرامج الأطفال في تليفزيون أبوظبي ، دبي :
- المؤهلات العلمية والعملية والاجتماعية للعاملين .
 - مدى التخطيط لبرامج الأطفال والأخذ بالمراحل العمرية عند التخطيط .
 - أهداف برامج الأطفال .
 - مدى اجراء دراسات ميدانية على برامج الأطفال ، مدى الاستفادة منها .
 - مدى الاستعانة بالخبراء والتربويين في التخطيط لبرامج الأطفال .

نوع البحث ومنهجه :

يندرج هذا البحث تحت فئة البحوث الوصفية ، ومن ثم استهدفت الدراسة التوصيف لبرامج الأطفال التي يقدمها تليفزيون أبوظبي ودبي ، والتعرف على المعلومات والقيم الايجابية والسلبية المقدمة هي التزام الأطفال لمشاهدتها ، وماذا يفضلون منها ، وأي الأوقات المفضلة لمشاهدتها ، كذلك حرص البحث على استطلاع آراء العاملين ببرامج الأطفال حتى يتضمن الوقوف على درجة اسهامه في تخطيط تلك البرامج واستخدمت الباحثة وصولاً إلى هذا الهدف منهج المسح ، واتبع في اطار هذا المنهج نوعان من المسح :

- أ - تحليل المضمون .
- ب - مسح جمهور وسائل الاعلام .
- ج - منهج العلاقات المتبادلة .

أدوات وأساليب جمع البيانات :

استخدمت الباحثة عدة أدوات وأساليب لجمع البيانات ، هي :

- أ - صحيقة تحليل المضمون .
- ب - صحيقة الاستقصاء بالمقابلة .
- ج - المقابلة غير المقتنة .

د - المصادر غير الميدانية شملت : الدراسات السابقة والبيانات الاحصائية والرسمية .

تقسيم البحث :

وتحددت جوانب هذا البحث - بعد فصل التمهيد - في ثلاثة أبواب تدرج تحتها ثمانية فصول ويبين دفتى كل فصل ما يتعلق به من المباحث والمطالب وتنتمي هذه الابواب والفصول في الآتي :

الفصل التمهيدي : الاطار المنهجي للدراسة :

ويشمل هذا الفصل على خمسة مباحث ، هي :

- المبحث الأول : مشكلة البحث ومصادر الاستدلال عليها .
- المبحث الثاني : التساؤلات التي كانت موضع الاستجواب .
- المبحث الثالث : نوع البحث والمناهج المستخدمة فيه .
- المبحث الرابع : مصاعب البحث ، حدوده ، ما يثيره من بحوث مستقبلية .

الباب الأول : الاطار النظري للدراسة :

الفصل الأول : مرحلة الطفولة المتأخرة واحتياجاتها الانشائية .

الفصل الثاني : الخدمات التي تقدم للطفولة في دولة الامارات العربية المتحدة .

الفصل الثالث : الاذاعة المرئية في دولة الامارات العربية المتحدة ، ونشأة برامج الأطفال فيها ، وأهميتها للطفل .

الباب الثاني : نتائج الدراسة التحليلية والميدانية :

٦٠ الفصل الرابع : الخطوات المنهجية للدراسة التحليلية والدراستين الميدانيتين .

الفصل الخامس : نتائج الدراسة التحليلية لبرامج الأطفال التلفزيونية .

الفصل السادس : نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالأطفال .

الفصل السادس : نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالعاملين ببرامج الأطفال في تليفزيون أبوظبي ودبي .

الخاتمة

أولاً : خلاصة البحث .

ثانياً : مقتراحات البحث .

مراجع الدراسة

أولاً : المراجع العربية للدراسة .

ثانياً : المراجع الأجنبية للدراسة

نتائج الدراسة والقول في ذلك ذو اتجاهات أربعة :

الاتجاه الأول : نتائج الدراسة التحليلية لبرامج الأطفال :

- عدد برامج الأطفال المذاعة في تلفزيون أبوظبي ودبي خلال فترة الدراسة التحليلية ٣٦ برنامجاً، بنسبة (٥٠٪) لكل منهما .

- عدد الحلقات في تلفزيون أبوظبي ودبي خلال فترة الدراسة التحليلية ٨٩ حلقة بواقع ٤٦ حلقة، بنسبة (٥١٪) لتلفزيون أبوظبي ، في مقابل ٤٣ حلقة، بنسبة (٤٨٪) لتلفزيون دبي .

- الوقت الذي استغرقه البرامج ١٦٦١ دقيقة أي نحو ٢٨ ساعة و ٨ دقائق ، موزعة بين التلفزيونين بنسبة (٥٨٪) لأبوظبي ، في مقابل (٤١٪) لدبي .

- دورية الحلقات المذاعة في برامج الأطفال :

(٨٨٪) أسبوعية ، (١١٪) يومية عدا يوم الجمعة لتلفزيون أبوظبي ، مقابل (١١٪) أسبوعية ، (١١٪) يومية عدا يوم الجمعة لتلفزيون دبي .

- أعلى الأيام نسبة من حيث عدد الحلقات :

الثلاثاء بنسبة (٢٠٪)، السبت (١٧٪)، الأربعاء (٩٪)، الجمعة (٧٪)، الخميس (٦٪).

- أكثر الفترات عرضاً للحلقات في برامج الأطفال :

الساعة ٤ - ٥ ، بنسبة (٥٦٪)، الساعة ٥ - ٦ بنسبة (٣٨٪)، الساعة ١٠ - ١١ ، بنسبة (١١٪).

- مقدمو برامج الأطفال :

الرسوم المتحركة ، بنسبة (٦٥٪)، الأطفال (٣٧٪) والممثلون بنسبة (٤٪).

- المعلومات المذاعة في حلقات برامج الأطفال بلغت ١٩١ معلومة في التلفزيون وأهمها ترويحية بنسبة (١٥٪)، علمية بنسبة (١٥٪)، لغوية بنسبة (١٢٪) الحيوان ، بنسبة (٨٪).

- المعلومات المذاعة في حلقات برامج الأطفال من الدول الأجنبية ذات الانتاج الأجنبي المدخل (٤٠٪) الدول العربية (٣٦٪)، الدول الخليجية عدا دولة الإمارات ، بنسبة (٢٠٪)، دولة الإمارات (المحلية) نسبتها (٦٢٪).

- الوقت الذي استغرقه المعلومات في برامج الأطفال :

٢٣٥ دقيقة ، بنسبة (٢١٪) لكلا التلفزيونين .

- القيم الايجابية في برامج الأطفال ١٦ قيمة، أهمها ، بنسبة (١٨٪) للتعاون ، (١٦٪) للشجاعة (٩٪) للشفقة .

- القيم السلبية في برامج الأطفال ٩ قيم، أهمها بنسبة (٩١٪) للعنف، (٣٪٨) للخداع، (٦٪٥،٦) للظلم، (٦٪٥،٦) للكرة.
- وقت القيم السلبية في تلفزيون أبوظبي بنسبة (١١٪١)، في مقابل (٤٪١٢) لتلفزيون دبي.

الشعبة الثانية : نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالأطفال :

أ - الخصائص العامة لمشاهدة برامج التلفزيون :

- امتلاك جميع أفراد العينة لأجهزة التلفزيون.
- مشاهدة البرامج بين أفراد العينة، في ثلات فئات أحياناً نسبة (٤٪٢٤)، دائمًا بنسبة (٣٦٪١)، نادراً بنسبة (٦٪٥٠).

ولقد كان لخصوصية مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة ، وارتفاع مستوى المعيشة، وامتلاك ما يقرب من اربعة أخماس العينة لأجهزة الفيديو دور واضح في الوزن النسبي لكل فئة من فئات المشاهدين .

- أكثر فترات المشاهدة ، فترة العصر بنسبة (٤١٪٨٣)، تليها المساء (٩٪٤٠)، الظهيرة (٧٪٩)، الصباحية والسهرة (٢٪٩٥)، (٣٪٢٠) على التوالي .
- زمن المشاهدة ساعتان وأقل من ثلاثة ساعات ، بنسبة (٤٪٧١).
- مشاهدة الأطفال لبرامج في الوقت الذي يفضلونه ، بنسبة (٣٪٢٣) في مقابل (٧٪٤٤) في الوقت الذي يفضله الأهل .

- تشاهد العينة أربعة عشر برنامجاً وجاء تفضيل برامج الأطفال في التلفزيون على الاستماع إليها من الراديو ، وذلك بسبب اجتماع الصوت والصورة ، الجذب والتشويق .

- الأيام المفضلة لمشاهدة برامج الأطفال يوم الجمعة ، بنسبة (٠٪٧٠)، وتلاته يوم الخميس ، بنسبة (٣٪٣٦)، السبت (٢٪٣٦)، الاثنين (٣٪٥٢).

- ظفرت الرسوم المتحركة بأعلى نسبة بين مفردات العينة في التفضيل وذلك ، بنسبة (٣٪٨١)، تلتها القصص والحكايات بنسبة (٢٪٥٢)، المسرحيات (٤٪٦٤)، الفوازير والمسابقات (٩٪٣٦)، ثم المعلومات (١٪٣٠)، الاغاني والعروائين (٥٪٠٧)، (٩٪٥٥).

- حاز تفضيل برامج الأطفال العربية بنسبة (٥٪٤٠)، الأجنبية ، بنسبة (١٪١٨)، التسوية بهما بنسبة (٤٪٥٤).

- جاءت اجابات الأطفال في شأن الاستفادة من برامج الأطفال ، أحياناً بنسبة (٩٪٥٤)، دائماً بنسبة (٦٪٣٦)، عدم الاستفادة بنسبة (٥٪٥٥)، وتحددت أوجه الاستفادة بنسبة (١٠٪٣٩) للتشجيع على النشاط والعمل ، (٤٪٦٤) زيادة المعلومات ، (٨٪٣٨) تعليم اللغة الصحيحة ، (٨٪٥٨) للتسلية .

- فيما يتعلق بالامداد بالمعلومات، جاءت اجابات القيمة بنسبة (٩٥٪٧٧)، بالإيجاب (٥٠٪٢٢) بالسلب. وأعلى نسب بين المعلومات هي: الفضاء بنسبة (٤٥٪٩٤)، الطبيعة (٤١٪٩٥)، الجغرافيا (٣٩٪٧)، الحيوان (٤١٪٦)، النبات (٨٠٪٤).
- وفيما يتعلق بامداد البرامج بالقيم الايجابية جاءت اجابات الأطفال بنسبة (٧٥٪)، بالإيجاب، (٥٪٢٥) بالسلب.
- بلغ عدد القيم ١٧ قيمة وأعلى نسبة بلغت (٨٢٪٢١) للصدق، (١١٪٣٠) للشجاعة (٨١٪١٧) للطاعة، (١٨٪١٦) للأمانة.
- وفيما يختص بالمصادر الاعلامية الأخرى التي يمكن أن تكون مصدراً للمعلومات والقيم، تبين أن المجالات تأتي في المقدمة (٤٥٪٩٠)، في جملة من سلّوا، الفيديو (٨٦٪٨٨)، الكتب المدرسية (٦٨٪٨٥)، الصحف (٧٢٪٨٢)، السينما فلا يشاهدها سوى (٣٢٪١٩).
- أما فيما يخص امتلاك أجهزة الأعلام، تبين أن جميع مفردات العينة تملك أجهزة تلفزيون (٩١٪١٠٠)، (٩٠٪٩١) تملك أجهزة راديو، (٨٢٪٧٢) تملك أجهزة فيديو، (٥٥٪٦٤) تملك مكتبة.

الشعبة الرابعة: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالعاملين :

- ١ - قرابة نصف العينة المبحوثة في العاملين يحملون مؤهلاً جامعياً، بنسبة (٦٦٪٤٦)، أكثر من نصفهم يحمل مؤهلاً دون الجامعي بنسبة (٣٤٪٥٣).
- ٢ - فقدان التفريغ والتخصص للعاملين ببرامج الأطفال، بنسبة (٨٠٪٢٠).
- ٣ - التدني الشديد في عدد العاملين الذين تلقوا دورات تدريبية، بنسبة (٢٠٪٢٠) ومدة تلك الدورات قصيرة، بين شهر وستة أشهر، وميدانها مسرح الطفل، الذين لم يتلقوا الدورات منهم (٨٠٪٧٣).
- ٤ - (٧٣٪٣٣) من العاملين ببرامج الأطفال يرون أن هناك تخطيطاً في برامج الأطفال، في مقابل (٦٧٪٦٧) لا يرون ذلك.
- ٥ - (٦٧٪٨٦) من العاملين ببرامج الأطفال يرون أن برامج الأطفال تأخذ المراحل العمرية في الاعتبار، عند التخطيط لها في مقابل (٣٣٪٣٣) يرون عكس ذلك.
- ٦ - لا يستعين تلفزيون أبوظبي بخبراء تربويين في التخطيط لبرامج الأطفال، ولا يستفيد مما لهؤلاء من بحوث أو دراسات، أيا كانت وهذا على عكس الحال في تلفزيون دبي، إذ قرر ما يزيد على أربعة أخماس العاملين ببرامج الأطفال أن هناك استعانة بالخبراء والتربويين واستفادة من البحوث والدراسات السابقة.
- ٧ - أربعة أخماس العاملين ببرامج الأطفال يرون أن هناك أهدافاً لبرامج الأطفال

ومنها (١) التوجيه والارشاد . (٢) ان تكون ببرامج الاطفال مصدراً للمعلومات .

الشعبة الرابعة : الخاتمة ، والتوصيات ، والمقترنات :

لما كان كل شيء يبدأ بالانسان وينتهي به ، فقد بدأت الباحثة بعرض التوصيات والمقترنات في المجال الخاص بالقوى البشرية والعاملين بالتلذذيون ومن ثم تطرق الى التوصيات والمقترنات الخاصة ببرامج الاطفال .

أولاً - التوصيات والمقترنات الخاصة بالعاملين ببرامج الاطفال في تلفزيون أبوظبي ودبي :

١ - ضرورة اختيار العاملين في برامج الاطفال من العناصر البشرية المؤهلة تأهلاً علمياً متخصصاً ، ومن ذوى المؤهلات الجامعية .

٢ - ضرورة التفرغ لبرامج الاطفال ، اضافة إلى التخصص في فرع واحد من فروع برامج الاطفال ، أي الاعداد أو التقديم أو الاشراف أو الآخراع .

٣ - ضرورة العمل على تأهيل العاملين ببرامج الاطفال بدورات تدريبية عالية المستوى ولدد متوسطة وطويلة .

٤ - ضرورة مشاركة العاملين في برامج (الاطفال بصفة مستمرة ، في المؤتمرات الاقليمية والدولية التي تعقد في هذا الخصوص) .

٥ - ضرورة المتابعة المستمرة والحاصلة من المسؤولين في التلفزيون لما يعرضه من برامج الاطفال .

ثانياً - المقترنات الخاصة ببرامج الاطفال في تلفزيون أبوظبي ودبي :

١ - ضرورة اعداد برامج تحقق الأهداف المنشودة في عرض برامج الاطفال ، بحيث تكون هذه البرامج موصلًا جيداً لما يراد ترسیخه والتزود به لكي يزدهر الأمر في جيل جديد رشيد .

٢ - ضرورة المتابعة الميدانية لبرامج الاطفال لمعرفة تأثير تلك البرامج على الاطفال والارتفاع بهم إلى المستوى المنشود .

٣ - ضرورة الالتزام بكتلية برامج الاطفال في يومي الجمعة والخميس ، وخاصة في فترة العصر ، وتوزيع البرامج على أن يكون للبقية الأيام نصيب من عرضها .

٤ - ضرورة العمل على زيادة إنتاج برامج الاطفال المحلية .

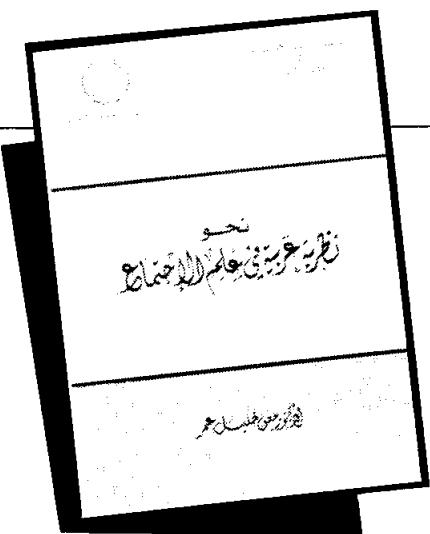
٥ - ضرورة وجود رقابة على برامج الاطفال التي تعرض من قبل المسؤولين في وزارة الاعلام وخصوصاً أن الدراسة الميدانية أظهرت أن (٧٣٪/٨٢٪) من أفراد العينة يملكون اجهزة فيديو ، ويقضون وقت فراغهم في مشاهدة الفيديو بنسبة (٦٨٪/٨٨٪) .

٦ - ضرورة العدول عن التركيز على مجالات محددة من المعلومات والقيم وذلك

- بالعمل على تنوعها من خلال برامج الأطفال .
- ٩ - ضرورة زيادة وقت المعلومات والقيم المعروضة في برامج الأطفال .
- ١٠ - ضرورة الحد من عرض الانتاج الأجنبي المدبلج وذلك لما اظهرته الدراسة التحليلية لمضمون الأطفال من أن معظم القيم السلبية التي ضمنتها تلك البرامج .
- ١١ - ضرورة عرض برامج الأطفال عامة على المسؤولين من ذوى الخبرة والتأهيل التربوي العالى والخبرة البعيدة المدى لكي تحتوى البرامج على ما يكفل تنشئة الطفل تنشئة سليمة قوية ولتجنب ما عسى أن تنتظروا عليه بعض البرامج من معلومات غير صحيحة أو قيم غير رشيدة .
- ١٢ - ضرورة التنسيق بين تلفزيون أبوظبى ودبى فى التخطيط لأمرىن : الأول التخطيط لنوعية البرامج التى تعرض فى كل من التلفزيونين ، وذلك لتحقيق التكامل لا التنافس الذى يفوت الغرض من عرض البرامج فى التلفزيون لفائدة الجيل الصاعد فى دولة الإمارات ، والأمر الآخر التخطيط للأيام والمواعيد التى تعرض فيها تلك البرامج على نحو يتحقق به التكامل لا التنافس الذى لا يحقق انتفاع العامة بما يعرضه التلفزيونان معاً ، وذلك لاتاحة فرص الاستفادة بالبرامج لمن يرغبون فى مشاهدة ما يعرضه التلفزيونان بوجه عام .
- والباحثة - وقد استخلصت هذه التوصيات والمقررات من واقع الدراسات الميدانية والتحليلية - تسترجى أنظار القيادة الثقافية فى دولة الإمارات بصفة عامة والهيئات المشرفة على تلفزيونات دولة الإمارات بصفة خاصة ، إلى هذه التوصيات والمقررات لكي تكون نصب أعينها أولاً فى أن توضع موضع البحث بروح الرغبة فى السمو بمستوى برامج الأطفال التلفزيونية بما يتلاءم مع أهداف الدولة الرفيعة فى اعداد الجيل الطالع ، ذلك الجيل الذى يتمخض عنه رجال الغد وقادة المستقبل فى دولة الإمارات الناهضة . وحسب الباحثة فيما تطمح اليه ، أن يكون فى هذه التوصيات والمقررات أن يخرج ما يمكن الخروج به إلى حيز التنفيذ حتى يكون لتلك الدراسة العلمية والنظرية من الأنور والابحاجية ما يك足ى الجهد الذى بُذل فيها لوجه العلم والوطن .

جمعية الأجتماعيين

صدر
الآن عن



كتاب الثاني من
سلسلة الدراسات الاجتماعية

نحو نظرية عربية في عام الاجتماع

لدكتور حسان الخطيب : من تأليف دكتور

من أهم الدراسات وأحدثها في علم الاجتماع العربي
تؤرخ وتحل الإتجاهات الحديثة في التنظير في علم الاجتماع

الكتاب متوفّر في المكتبات

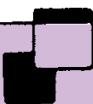
توزيع :

مؤسسة البيان للصحافة والطباعة والنشر

ص.ب : ٢٧١٠ - هاتف : ٤٤٤٤٠٠

دبي - الإمارات العربية المتحدة

عروض الكتب



الاعلام العربي حاضرًا ومستقبلًا

نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال

تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ١٩٨٧
تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام ، والاتصال في
الوطن العربي ، ٢١٦ صفحة .

عرض :
محمد محمد مهني

منذ نحو ٢٠ عاماً بدأت تتبور في الافق دعوة لنظام دولي جديد في الإعلام .. وأخذت تلك الدعوة تتکسب عاماً بعد عام مزيداً من أصوات التأثير مروراً بدول مجموعة عدم الانحياز .. وصولاً إلى منظمة اليونسكو التابعة للأمم المتحدة التي أخذت على عانقها أنقال هذه الدعوة فشكلت لجنة الحكماء برئاسة شين ماكرايد لدراسة مشكلات النظام الحالي للإعلام الدولي من أجل وضع نصوص لنظام جديد .

منذ نحو ٢٠ عاماً بدأت تتبادر في الافق دعوة لنظام دولي جديد في الإعلام.. وأخذت تلك الدعوة تكتسب عاماً بعد عام مزيداً من أصوات التأثير مروراً بدول مجموعة عدم الانحياز .. وصولاً إلى منظمة اليونسكو التابعة للأمم المتحدة التي أخذت على عاتقها أنقال هذه الدعوة فشكلت لجنة الحكماء برئاسة شين ماكرايد لدراسة مشكلات النظام الحالي للإعلام الدولي من أجل وضع تصور لنظام جديد.

وبعد سنوات من صدور تقرير لجنة ماكرايد «عالم واحد... وأصوات متعددة» اهتمت المنظمة العربية للتربية والثقافة والاتصال بدراسة مشكلات الإعلام العربي من أجل وضع أساس لنظام إعلامي جديد على صعيد الوطن العربي يدعم حق المواطن العربي في الاتصال ويكفل تكوين رأي عام يدعم خطط التنمية وتطور قدرات الإنسان العربي عملياً وفكرياً .. ومن هذا المنطلق تشكلت اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي برئاسة مصطفى المصمودي وزير الإعلام التونسي الأسبق وعضو لجنة ماكرايد .. واشترك في عضوية اللجنة العربية تسعة من المفكرين والاعلاميين يمثلون عدداً من الاقطارات العربية وكان من نتاج هذه اللجنة .. بل ثمرة أعمالها هذا التقرير الذي نعرض له .. وهو تقرير يشكل علامة بارزة في دراسة قضايا الإعلام والاتصال على صعيد الوطن العربي وتحليلها والبحث عن أساليب لمعالجتها قومياً وعالمياً بل وقطرياً سعياً وراء إقامة نظام عربي جديد للاتصال كما ذكر الدكتور محبي الدين صابر المدير العام للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - في إطار تصديره لهذا التقرير .. أو هذا الكتاب المعروض.

ويشمل هذا التقرير ثمانية أبواب وملحقاً واحداً بالإضافة إلى تصدير له بقلم الدكتور محبي الدين صابر وتوطئة بقلم الدكتور مصطفى المصمودي.

ويسبق عرض الأبواب الثمانية بباب تمهيدي يتضمن وصفاً كمياً وكيفياً لواقع الإعلام العربي حالياً في مختلف المجالات بما في ذلك الصحافة ووكالات الانتاج والوسائل السمعية والبصرية والوسائل التقليدية والتدريب والتعليم الأكاديمي وشبكات الاتصال والمواصلات والصناعات الإعلامية والتوزيع والنشر وبحوث الإعلام والتوثيق كما يتضمن هذا الباب تقييمات كيفياً للتدفق الإعلامي في الوطن العربي والعلاقة بين القطاعين العام والخاص، في هذا المجال ومشكلات اللغة والتبعية الإعلامية، وأوضح التقرير أن هناك تفاوتاً واختلافاً داخل المنطقة العربية من حيث التجهيز الإعلامي ووسائله المتعددة مثل الصحف وأجهزة الطباعة والراديو والتلفزيون والهاتف . ملخص قد تصل نسبته من ١ إلى ١٠٠ في بعض الحالات ما بين بلد عربي وأخر »ص ١٤«.

ويشير التقرير أيضاً إلى تشكيل اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي وأهدافها وأهم اختياراتها وظروف عملها والخطوط العامة للتقرير الذي أصدرته ، وكما يقول رئيس اللجنة في تقديمها لهذا التقرير «انه قد ظهر لنا ان الاقطار

العربية رغم ما تنس به من فوارق فهي مؤهلة أكثر من غيرها لتبني أنظمة وسياسات اعلامية متقاربة ، وان هذا التقارب يسمح بتصور نظام اعلامي عربي مشترك لمواجهة العديد من الصعوبات على المستوى القومي «ص ٢١».

ويتضمن الباب التمهيدي في إطار استعراضه الكمي للواقع الإعلامي العربي احصائيات هامة برسوم بيانية حول انتاج ورق الصحف ، وورق الطباعة ، والصحافة اليومية في أنحاء العالم بما فيه العالم العربي وعناوين الكتب الصادرة والنسخ المستخرجة وعدد أجهزة الارسال الاداعي والتلفزيوني وانتاج الأفلام الطويلة .. الخ .

ومع هذا التحليل الكمي يتناول هذا الباب عرضاً كيفياً للأوضاع الإعلامية العربية الراهنة من اربعة جوانب هي : التدفق الإعلامي : من الخارج إلى المنطقة العربية وبالعكس وداخل المنطقة العربية نفسها .

- الانتاج الإعلامي بين القطاعين العام والخاص .
- اللغة العربية والعمل الإعلامي .
- التبعية الإعلامية .

ويتناول الباب الأول الإطار الفلسفى والسياسي والقانونى للنشاط الإعلامى . ومن حيث الإطار السياسي يتضمن هذا الباب قضايا رئيسية تمس السياسات الإعلامية وهي حق الاتصال وديمقراطية الاتصال والاعلام ، وخصائص السياسات الإعلامية على المستوى القطري والتخطيط ومفهوم السياسة الإعلامية العربية على المستوى القومي ، ويضع التقرير في هذا الصدد عدداً من التوصيات الهامة لعلاج المشكلات الراهنة للسياسات الإعلامية «ص ٧٠ - ٧٤».

وفي الإطار القانوني او ما يمكن تسميته بإطار التشريعات الإعلامية فقد اوضح التقرير حدود وطبيعة التنظيم المهني وحماية الإعلاميين وضمان حررتهم كما أوضح نظام محتوى الرسالة الإعلامية وحرية الصحافة وانظمة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي .

وفي الإطار الفلسفى ركز التقرير على موضوع الهوية الثقافية العربية ومقوماتها الأساسية من لغة ومعتقدات وعادات وتراث .. الخ ص ٧٨ - ٨٠ .

أما قضايا الإعلام والتنمية في الأقطار العربية فهي موضوعات الباب الثاني من التقرير والذي تضمن مدخلاً وتلثة أبعاد لهذه القضايا هي البعد الفكري «التربية والثقافة والعلوم» والبعد الاجتماعي والثقافي «الصناعة - الزراعة - التجارة - العمل - السكان» والبعد الإنساني «الرأتا - الطفولة - الشباب - الرياضة - المعوقون - والمسنون» .

وقد اشار التقرير بوضوح إلى نقص الحيز الذي تخصصه وسائل الإعلام بشكل عام للتنمية سواء في مجال شرح خططها أو عرضها أو اساليب تنفيذها وتقديمها .. الخ ص ٩٤ - ٩٥ .

وتحدد الباب الثالث عن اقتصاديات الاعلام من حيث مفهوم اقتصاد الاعلام وأهميته في إطار المجتمع الاعلامي - والصناعات الاعلامية والصناعات ذات العلاقة بالاتصال ، والتجارة الاعلامية «الاعلان - التعرفة» - والمشاكل الرئيسية والمقترحات .

وأكّد هذا الباب على ضعف دور اقتصاديات الاعلام والاتصال في الاقتصاد العربي وندرة البحث العلمي والتطبيقي وضآلته تخصصاته والتبعيات السلبية للاستيراد وازدياد الدور الاقتصادي السليبي للإعلانات والاخطر التي تهدّد الامن الثقافي العربي وقد وضع التقرير ثمانية مقترحات لعلاج مصادر هذا الخلل .

وفي الباب الرابع تناول التقرير الجوانب التقنية لوسائل الاتصال في خمس نقاط هي :

- الوضع الراهن لتقنيات وسائل الاتصال في الدول العربية .
- اثر ادخال التكنولوجيا الحديثة على وسائل الاتصال .
- مشكلات الطيف الكهرومغناطيسي وترددات الراديو .
- شراء المعدات وصيانتها .
- تدريب القوى البشرية في المجال التقني .

واستعرض الباب الخامس وعنوانه «الاعلام والمعلوماتية» عدداً من الموضوعات هي مجتمع المعلومات وتقييم الاوضاع العربية في مجال المعلومات وخصائص تكنولوجيا المعلومات .

وأكّد تقرير المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في هذا الباب على ضرورة قيام كل الدول العربية بوضع أنظمة معلومات على أساس أن المعلومات سلعة تؤخذ بعين الاعتبار في أي خطة تنمية وضرورة التنسيق بين الأنظمة العربية في هذا المجال والاستفادة القصوى من شبكة الاتصالات الفضائية العربية «ص ١٥٦» .

ونظراً لأهمية الاتصالات الفضائية العربية فقد خصص لها التقرير باباً كاملاً هو الباب الثالث حيث تناول بتركيز موضوعات هي :

- الشبكات الفضائية للاتصالات .
- تداول المواد التلفزيونية بالأقمار الصناعية .
- أقمار الإذاعة المباشرة .
- الموقف من الإذاعات الفضائية الأجنبية .
- الاستقبال الجماعي في القمر العربي .
- عربسات طموحاته ومشكلاته .

وتناول الباب السابع وقبل الأخير التعاون الاعلامي سواء كان عربياً .. أم عربياً افريقياً .. أم تعافنا في إطار الدول الاسلامية أو غير المنحازة أو حتى الدول المتقدمة أو في إطار المنظمات الدولية .

كما استعرض هذا الباب المواجهة العربية مع الاعلام الصهيوني والجوانب المتعددة

للاعلام العربي وفي الخارج مؤكدا على ضرورة تنسيق العمل داخل المنظمات العربية وداعيا إلى إنشاء وكالة انباء عربية موحدة .

واشتمل الباب الثامن والأخير على دعوة لنظام عربي جديد للإعلام والاتصال .. وأوضح التقرير مفهوم هذا النظام وأهدافه كما يراها الاعلاميون العرب ووسائل بلوغ هذه الاهداف في مجالات السياسة الاعلامية والحق في الاتصال والتكافل والتعاون على المستوى العربي ... الخ ويتضمن هذا الباب ٧٩ توصية توجهت بها اللجنة العربية لدراسة قضايا الاعلام والاتصال إلى الحكومات العربية والوزارات المعنية من اجل علاج أوجه القصور والخلل الراهن في المجال الاتصالي ووصولاً إلى نظام جديد للإعلام على نطاق الوطن العربي . كما توجهت هذه اللجنة بمجموعة اخرى من التوصيات إلى المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم من أهمها ان تأخذ المنظمة زمام المبادرة في اقرار برنامج عربي لدعم وسائل الاعلام والاتصال في الدول العربية الأكثر احتياجاً عملاً لفكرة قومية المعرفة - وان تضع المنظمة هذا التقرير موضوع دراسة المختصين في المعاهد والجامعات والمؤسسات الاعلامية العربية .

ورغم ان التقرير اعتمد في بعض نقاطه على احصائيات محدودة عن الواقع الاعلامي العربي بل وتجاوزها في اغلب الاحوال .. إلا أنه يمثل إطاراً مرجعياً يتمس بالشمولية لواقع النظم الاعلامية في الوطن العربي والمشكلات الراهنة التي تقييد انتشار العمل الاعلامي سواء على صعيد الاقطار العربية منفردة أو مجتمعة كما أن هذا التقرير بتوصياته المتعددة يمثل أساساً يمكن ان ترتكز عليه الدعوة إلى نظام عربي جديد للإعلام والاتصال حيث انه من الصعوبة عملياً بمكان ما تصور امكانية تطبيق دعوة منظمة اليونسكو ومجموعة دول عدم الانحياز إلى اقامة نظام جديد للإعلام على المستوى الدولي .

Journal of Social Affairs

No. 20 — Vol 5 Winter 1989

**A Quarterly Journal Published by the
Sociological Association of the U.A.E.
SHARJAH BOX 3745.**

Annual Subscription

Individual :	U. A. E	Dhs 25
	Arab Countries	\$ 10
	Elsewhere	\$ 15
 Institutions :	 U. A. E	 Dhs 100
	Elsewhere	\$ 40