

الباب التاسع

الواقع والمستقبل والتحديات

obeikandi.com

الإعلام العربي الواقع والتحديات

العالم العربي يجد نفسه وجهاً لوجه أمام التحدي الإعلامي الغربي المزدوج في مواجهة تحديين الأول : هو التقدم المادي والتطور في الغرب في مجال تقنية الاتصال والإعلام من أجهزة حاسب وأقمار صناعية و.. الخ والتحدي الثاني : هو تحدي المعلومات .

وهذان التحديان متكاملان يخدم أحدهما الآخر والإعلام العربي إلى وقت غير بعيد كان يتفرع إلى ثلاثة أنواع من الإعلام وهي : الإعلام المقروء (صحف مجلات- نشرات) وإعلام مسموع (الإذاعات) وإعلام مرئي حكومي وهذا الإعلام كان في مجمله إعلاماً رسمياً تابعاً بل ناطقاً باسم الحكومات العربية وبالرغم من غياب الفقرات الخليعة الفاضحة والاستهلاكية لكنه لم يكن موضوعياً في أخباره ولا محايداً في تحليلاته وكان إعلاماً للسلطة، والحرية فيه كانت محدودة جداً

وفي التسعينيات بدأ الإعلام الفضائي يغزو المنطقة العربية وهو في معظمه لا يتبع الحكومات العربية بشكل مباشر وهذا الإعلام لا يخرج عن نمطين اثنين إما أنه سياسي وإخباري أو ترفيهي غنائي، ومعظم هذه الفضائيات خاصة ذات الطابع الإخباري السياسي تفتقد لاستراتيجية إعلامية واضحة تفيد المواطن العربي للارتقاء بوعيه إلى مستويات متطورة ويغلب على برامجها الطابع الشعبي التحريضي الذي يخاطب

العواطف بدلاً من تقديم برامج تخاطب العقول للانتقال من حالة التخلف والجهل إلى التقدم والرقي ويغلب على الحوارات خاصة السياسية في هذه الفضائيات طابع الانتقاء والتحريض والتكرار والاجترار والصراخ والصياح كما لانجد إلا بشكل نادر جداً فضائيات متخصصة في الشؤون الثقافية والفكرية وهذا هو واقع الإعلام العربي الذي يحتاج إلى نقلة كبرى لها علاقة بما قدمنا له من وجود تحدي رئيسي يواجه هذا الإعلام هو التحدي التقني.

وجوهر التحدي التقني الغربي ومضمونه هو ما يتمخض عن التقدم الإعلامي التقني الغربي من نتائج خطيرة يمكن أن تحدث على الصعيد العالمي جراء هيمنة الدول المتقدمة على عناصر التقنية بشقيها الأجهزة والبرامج الأمر الذي هيا ويهيئ الفرصة للعديد من الشركات المتعددة الجنسية لفرض سيطرتها الإعلامية وخدمة مصالحها ومصالح نظمها، يضاف إلى ذلك عدم وجود معايير دولية تنظم امتلاك التكنولوجيا وتوزيعها، ناهيك عن حالة الفقر والتخلف وضعف التنمية في الدول العربية في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية، نستنتج من ذلك وجود خلل واضح في امتلاك تقنيات الإعلام بين العالمين الغربي والعربي، هذا الخلل له خطورته الكبرى ونتائجه كارثة على الأفكار والثقافات ،حتى أنه ينعكس على نمط الحياة والممارسة اليومية العادية لأي فرد في العالم يقتني ويتلقى الوسيلة

الإعلامية الحديثة والمستوردة من الغرب والموجهة أيضاً من الغرب وجدير بالذكر أن الشركات متعددة الجنسية تسيطر على أجهزة الإرسال والمسجلات وكذلك التلفزيون وأجهزة الراديو والتلكس والهاتف وأجهزة الحاسب المعقدة وتهيمن أكبر خمس عشرة شركة أمريكية في مجال الإلكترونيات على ٧٥% من الإنتاج الصناعي الإلكتروني العالمي في مجال أجهزة الاتصال وتسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على صناعة الدوائر الإلكترونية الاندماجية إذ أنها تنتج بنسبة ٦٠% إلى ٧٠% من إجمالي الإنتاج الدولي في هذا المجال.

إن العالم العربي مدعو اليوم أكثر من أي يوم مضى لتطوير التقنية الإعلامية بإيفاد باحثين وعلماء وخبراء في مجال الإعلام والاتصال إلى الدول المتقدمة لنقل تكنولوجيا الاتصال بدل شرائها إذ أن ما يحدث الآن للأسف شراء التكنولوجيا الغربية بدل نقلها، والنقل هنا لا يعني اقتنائها وإنما تصنيعها، ولابد من الإشارة إلى أن هناك سرعة خيالية في حجم التطور التكنولوجي في الدول الغربية، ولا تساهم في تطوير وتنمية التقنية الإعلامية وغير الإعلامية في العالم العربي أو غيره لعدة أسباب من أهمها : إبقاء هذه الدول في حالة من التبعية الإعلامية وغير الإعلامية وفي حاجة ماسة لاستيراد التكنولوجيا الغربية ليتها لها السيطرة الإعلامية المستمرة تقنياً وفكرياً وثقافياً ولا يمكن للعالم العربي أن يتطور في مجال تقنية الاتصال إذا لم يتعاون فيما بين دوله لإنجاز

التقنية الإعلامية العربية المشتركة وتبادل الخبرات والبحوث والدراسات وزيادة الدعم المالي بما يخدم مسيرة الإعلام في العالم العربي برمته ويمكن الإشارة في هذا المجال إلى القمر الصناعي العربي عربسات الذي تستفيد منه عدة دول عربية وبالرغم من عدم منافسته الإعلامية للأقمار الغربية إلا أنه خطوة في الاتجاه الصحيح أما إنتاج المعرفة العربية في مجال بحوث ودراسات الإعلام والاتصال، فيكاد يكون صفر على حد تعبير الفيلسوف رولان بارت، بالرغم من الوعي المتزايد بأهمية وسائل الإعلام والاتصال ودورها في تطوير وتحديث المجتمعات ولعل هذا ما يشير إليه د. أحمد حمدي بقوله: لا شك أن إنتاج معرفة عربية يعاني الكثير من المشاكل والمعوقات يعود أغلبها إلى التخلف الفكري والحضاري الذي ينخر أوصال الثقافة العربية، إضافة إلى انكماش الحراك الاجتماعي العربي، وتمترسه في حدود السياسي فقط عبر وسائل بدائية الأمر الذي يكشف ويؤكد مظاهر الفشل العديدة للسياسات العربية التي تنطلق من أرضية رخوة لا تستند إلى العلم والمعرفة، بل إلى ردود الأفعال والنزوات الذاتية يحدث كل ذلك في زمن يتجه شئنا أم أبينا بخطوات سريعة نحو عولمة كل شيء خاصة الثقافة والاتصالات، مما يعني زوال الحدود والجغرافيا كما أن الإعلام العربي غالباً لا يعتمد على البحوث والدراسات واستبيان الرأي العام، ولا يستفيد كثيراً من مراكز المعلومات والدراسات، ونادراً ما نجد مركز دراسات أو معلومات عربي

متكامل ومستقل يكفي احتياجات وسائل الإعلام العربية، كما لا ترتبط هذه الوسائل بشبكة معلومات موحدة تقدم المعطيات عن توجهات الرأي العام الداخلي والخارجي وتياراته وآرائه ومن المعلوم أن وضع الاستراتيجيات والسياسات والخطط، يحتاج إلى جهود بحث كبيرة جداً تساعد صاحب القرار على اتخاذ قراره الصائب، ووسائل الإعلام على التزام سياسات مجدية وفعالة لذلك نلاحظ خلافاً أحياناً في سياسات الإعلام العربية، إذ تتعرض للتأثر بردود الفعل والمصادفة والظروف الطارئة مواتية أو معاكسة وكثير من أصحاب القرار في وسائل الإعلام العربية أو من الكوادر التي تدير العملية الإعلامية غير مؤهلين تماماً لهذا العمل فالولاء يسبق الكفاءة في اختيار كثير منهم، وعندما يكون الولاء معياراً أساسياً في انتقاء المشرفين على تنفيذ السياسة الإعلامية، فإن احتمالات الفشل والوقوع في الخطأ تكون كبيرة.

والاعلام العربي المشترك مصطلح ورد في ادبيات جامعة الدول العربية ويشير الى المؤسسات والمنشورات والبرامج والخطط ،التي ترعاها جامعة الدول العربية وتتعلق بالاعلام واستراتيجية العربية هي خطة عربية اعلامية عامة ،وتصور واضح متكامل وهذا التصور يعكس الطموح الاعلامي العربي في عصر البث المباشر وثورة الاتصالات ويعرف الاعلام العربي المشترك بانه الوظيفة الاعلامية التي تمارسها جامعة الدول العربية باسم ونيابة عن وبالاشتراك مع الأقطار العربية

،وتحت اشرافها لصالح الوطن العربى فى مجموعه وقد بنى هذا التعريف على مجموعة من الاعتبارات التى تشكل وتحكم الجامعة العربية كمنظمة قومية اقليمية والاعلام كوظيفة تمارسها الجامعة العربية ،ومن هذه الاعتبارات ان كل الانشطة الاعلامية التى تمارسها الجامعة تدخل فى نطاق الاعلام العربى المشترك بغض النظر عن محتواها ويرتبط بهذا الاعتبار آخر يتعلق بحدود الاعلام العربى المشترك فهو محدد ومقيد بالاعتبارات التى تحدد حركة العمل العربى المشترك فى مجالاته كافة ،ومقيدة بطبيعة الجامعة وبنظام التصويت فيها الذى يقوم على قاعدة الاجماع ،وهو فى هذه الحالة لايسطيع ان يعبر عما اتفقت عليه أغلبية هذه الأقطار بالنسبة لقضية ما وإلا اعتبر منحازاً لرأى أقطار عربية فى مواجهة أقطار عربية أخرى.

تطوير الإعلام العربى

إن صفة الشمول فى الإعلام الحديث ليست فى الموضوعات الخاصة بوطن ما أو مجتمع ما وحده بل تجاوزت المجتمعات مادة ووسيلة وأصبح الإعلام متجهاً إلى المرسل إليه حصراً ضمن حدوده وإلى أبعد من ذلك وإذا كانت العولمة تعرف فى نظر الكثيرين على أنها التحول إلى العالمية والبعد عن الانغلاق وإلى الاحتكاك مع الثقافات الاجتماعية الأخرى والعمل على الاندماج فى إطار المجتمع العالمى وعدم التخوف

من ذلك والذي تمثل في منطق الحقيقة الواحدة وسيطرة هذا المنطق بعدما أحدث ذلك تناقضاً بين الانتماء للقيم المحلية وضرورة الانفتاح على العالم الجديد.

إن تطور المجتمعات اليوم يتطلب تدخلاً نشطاً من جانب الأمة العربية إذ إن الإعلام العربي الراهن هو وضع عربي من حيث المسمى والهوية فقط فهو متأرجح في ظل عوامل المتغيرات الدولية والخارجية في مجمل الأقطار العربية فهناك الكثير من المخاوف وحالة الحصار الذاتي التي تضعها أو تفرضها قائمة من الممنوعات التي تبرز التساؤلات التالية :

- كيف يمكن للإعلام العربي معالجة غير مشاكل المجتمع السطحية إذا لم تتوفر له الحرية؟ .

- كيف يمكن للإعلام العربي البعد عن الحدود المحصورة الضيقة والأطر الخاصة التي لها ظلال كابوسية نفسها الرابضة على أنفاس الإعلام العربي .

- أين نجد الإعلام العربي من خريطة التحولات العالمية .

إن المتتبع للإعلام العربي اليوم يرى انه يزخر بكثير من الاختلافات وأوجه التفاوت على جميع المستويات القطرية والقومية ليأتي الخطاب السياسي والثقافي والإعلامي وقد ابتعد عن الخصوصية والتفرد وانصب

على العموميات والشعارات مما يرسخ إعلام الدولة الذي أثر تأثيراً كبيراً في نوعية المضامين الإعلامية وبدا الإعلام العربي أمام العالم كإعلام مفكك غير قادر على خدمة القضايا العربية وفي تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٣ حدد سمات الإعلام العربي الرسمي على الشكل التالي :

السلطوي: حيث تقتحم السلطة الخطاب الإعلامي وتفرض عليه موضوعاته وتوجهاته وقيمه و تفاصيله واختياراته وتوقيته بل إن جل هذا الإعلام مكرس لنشاط المسؤول ولقاءاته وتصريحاته التقليدية الخالية حتى من أي محتوى.

الأحادي: إذ يقوم الخطاب الإعلامي العربي الرسمي في الغالب بتغيب الآخر واستبعاده من المثل في المشهد العام الرأي العام .

الرسمي : إذ تقف النسبة الأكبر من المؤسسات الإعلامية العربية في حيرة من أمرها أمام بعض أو معظم الأحداث والمواقف السياسية الطارئة بانتظار التعليمات ويمكن أن يتجاهل أحداثاً ذات أهمية مما يؤدي إلى فقدان الثقة واللجوء إلى وسائل الإعلام الأخرى.

على هذا الأساس فان عناصر السياسة الإعلامية للصحافة العربية هي أحد أهم الجوانب الأساسية فيما يعرف بالتنمية الفكرية للمجتمع

والوقوف فى وجه الانحراف وتقديم المضمون الإعلامى الهادف الذى يؤدي إلى تأصيل السلوك القويم فى نفوس الجماهير مع توضيح انعكاسات سلوك الأفراد أو الجماعات على النظام الاجتماعى بعدما أصبح هناك حاجة ملحة لأن تقوم أجهزة الإعلام بمقاومة إعلامية لذوى السلوك المنحرف وعدم التستر على الفساد والمفسدين وضرورة توضيح الحقوق والواجبات والالتزامات والمسؤوليات التى يتعين على الأفراد والجماعات أن يعوها ويدركوها جيداً فلا بد فى المرحلة الراهنة من تعزيز دور الإعلام العربى وتوسيع دائرته ليشمل التطور التكنولوجى لتحسين الأداء فى مختلف فروع الإعلام ليستطيع بالتالى الدفاع عن حقوق الأمة من مجموع ما تتعرض له مثل: البطالة وتفتيت الأسرة وقضايا التطبيع مع العدو الصهيونى وغيرها مما يساهم فى تحولات اجتماعية حياتية اقتصادياً سياسياً وثقافياً.

أهم المصادر والمراجع:

- ١ - الإعلام والاتصال بالجماهير؛ د. إبراهيم إمام، دار الأنجلو، القاهرة.
- ٢ - الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي- د. مرعي مذكور.
- ٣ - تاريخ الطبري.
- ٤ - سنن البخارى وأبوداؤود ومسلم وابن ماجه .
- ٥ - الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية- د. عبدالقادر طاش.
- ٦ - البث المباشر التحدي الجديد- عبدالرحمن عسيري.
- ٧ - الإعلام والدعاية، عبداللطيف حمزة.
- ٨ - مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم - سيد محمد الشنقيطي.
- ٩ - الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية- محيي الدين عبدالحليم.
- ١٠ - الدعوة الإسلامية: مفهومها وحاجة المجتمعات إليها- محمد خير رمضان يوسف.
- ١١ - أصول الإعلام الإسلامي وأأسسه- سيد محمد الشنقيطي.
- ١٢ - الإعلام موقف- محمود سفر.
- ١٣ - أبنائنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام- منى حداد يكن.
- ١٤ - اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي. إجلال خليفة.
- ١٥ - الإذاعة الإسلامية. يحيى بسيوني مصطفى
- ١٦ - الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي. عبدالوهاب كحيل
- ١٧ - أصول الإعلام الإسلامي. إبراهيم إمام

- ١٨ - أصول الإعلام الحديث وتطبيقاته. إبراهيم محمد سرسيق.
- ١٩ - الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي. سيد محمد الشنقيطي
- ٢٠ - أضواء على الإعلام في صدر الإسلام. محمد عجاج الخطيب.
- ٢١ - الإعلام الإسلامي. عبدالعزيز صقر .
- ٢٢ - الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق. محمد علي العويني.
- ٢٣ - الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية. إبراهيم إمام.
- ٢٤ - الإعلام الإسلامي: مفاهيم وتجارب. زهير الأعرجي.
- ٢٥ - الإعلام الإسلامي: منطلقات وأهداف. محمد المنتصر الريسوني.
- ٢٦ - الإعلام السياسي والإسلام- موسى زيد الكيلاني.
- ٢٧ - الإعلام الشيعي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية. يوسف محيي الدين أبو هلاله.
- ٢٨ - الإعلام في ديار الإسلام: بداية ورسالة. يوسف محيي الدين أبو هلاله.
- ٢٩ - الإعلام في صدر الإسلام. عبداللطيف حمزة.
- ٣٠ - الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبليغ الدعوة الإسلامية. محمد محمود متولي.
- ٣١ - الإعلام في القرآن الكريم- محمد عبدالقادر حاتم .
- ٣٢ - الإعلام في المجتمع الإسلامي. حامد عبدالواحد.

٣٣ - الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه. يوسف محيي الدين أبو هلاله.

٣٤ - الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها. محمد إبراهيم نصر.

٣٥ - الإعلام والبيت المسلم. فهمي قطب الدين النجار.

٣٦ - الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية. يوسف محيي الدين أبو هلاله.

٣٧ - الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية. فهد عبدالعزيز حمد الدعيج.

٣٨ - بحوث في الإعلام الإسلامي: توجيهات إسلامية لمقاومة الشائعات، لنشر أخبار الجريمة، لنشر أخبار الجنس. محمد فريد محمود عزت.

٣٩ - البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل. سيد محمد الشنقيطي.

٤٠ - التصور الموضوعي لدراسة الإعلام الإسلامي- سيد محمد الشنقيطي.

٤١ - التليفزيون الإسلامي ودوره في التنمية- يحيى بسيوني مصطفى، عادل الصيرفي.

٤٢ - الجانب الإعلامي في خطب الرسول ص - محمد إبراهيم محمد إبراهيم.

- ٤٣- الجوانب الإعلامية في حياة الرسول ص العامة في مكة.
عبدالوهاب كحيل.
- ٤٤- حكم الإسلام في وسائل الإعلام. عبدالله ناصح علوان.
- ٤٥- دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية. محمد
فريد محمود عزت.
- ٤٦- الدعوة الإسلامية والإعلام الديني. عبدالله شحاتة.
- ٤٧- دور الإعلام الإسلامي في بناء الإنسان المثالي. محمد كامل الخجا.
- ٤٨- الرأي العام الإسلامي وقوى التحريك. زهري الأعرجي.
- ٤٩- الرأي العام في الإسلام. محيي الدين عبدالحليم. -
- ٥٠- الرأي العام في الإسلام. محمد عبدالرؤوف بهنسي.
- ٥١- رحلة الضياع للإعلام العربي المعاصر. يوسف العظم..
- ٥٢- السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية. زياد أبو غنيمة.
- ٥٣- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية. زهير الأعرجي.
- ٥٤- الصحافة في ضوء الإسلام. مصطفى إبراهيم الدميري.
- ٥٥- الصحافة المسمومة. أنور الجندي.
- ٥٦- صفات مقدّمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون. محمد
خير رمضان يوسف.
- ٥٧- ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية. يوسف محمد قاسم.
- ٥٨- عاطفة الحب بين الإسلام ووسائل الإعلام. عبدالرحمن واصل.

- ٥٩- مقومات نجاح الصحافة الإسلامية. منير حجاب.
- ٦٠- العلاقات العامة والخاصة في الإسلام. يوسف محمد عبدالمقصود.
- ٦١- الفلم القرآني. عبدالرحمن الباني.
- ٦٢- القدوة الحسنة وأثرها في الإعلام بالإسلام. عبدالله سعد الضياف.
- ٦٣- مبادئ الإعلام الإسلامي. منير حجاب.
- ٦٤- المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي. عمارة نجيب.
- ٦٥- المسؤولية الإعلامية في الإسلام. محمد سيد محمد. - القاهرة:
- ٦٦- من عمق الروح وصلب الفكر: دراسات في الأدب والتاريخ والإعلام الإسلامي.
- ٦٧- من قضايا الإعلام في القرآن. رمضان لاوند.
- ٦٨- منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية. سليم عبدالله حجازي.
- ٦٩- موازين الإعلام في القرآن الكريم. عز الدين بليق.
- ٧٠- نحو إعلام إسلامي. كامل البوهي. - القاهرة:
- ٧١- نحو بلاغة تليفزيونية في البرامج الدينية. إبراهيم إمام.
- ٧٢- النظرة الإسلامية للإعلام: محاولة منهجية. محمد كمال الدين إمام.
- ٧٣- نظريات الإعلام الإسلامي: المبادئ والتطبيق. منير حجاب. - الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

- ٧٤- النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية. فؤاد سيد عبدالرحمن الرفاعي.
- ٧٥- وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام. أسامة يوسف شهاب.
- ٧٦- وسائل الإعلام المطبوعة في دعوة الإخوان المسلمين. محمد فتحي علي شعير.
- ٧٧- وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة. محمد موفق الغلايين.
- ٧٨- الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر. إجلال خليفة.
- ٧٩- الوظيفة الإعلامية للشعر الإسلامي المعاصر في قضية فلسطين. محمد منير الجنباز.
- ٨٠- الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي. علي رضوان أحمد الأسطل.