نماذج تطبيقية
لدراسات و بحوث الإعلام

أ.د.عبدالله بن محمد الرفاعي

بسم الله الرحمن الرحيم

1
علاقة البيئة الإعلامية للقائم بالاتصال باتجاهاته نحو حقوق الإنسان
2
أمريكا والتسويق السياسي للديمقراطية
3
الإعلاميون العرب ومسألة الديمقراطية
4
تكوين وتنمية القدرات الإبداعية في المؤسسات الإعلامية
5
علاقة النخبة الأكاديمية النسائية بوسائل الإعلام
6
اعتماد الشباب على وسائل الإعلام
7
الإعلاميون المسلمون و الحوار مع الآخر

1

الإعلاميون العرب ومسألة الديمقراطية

تعد إشكالية الديمقراطية وعلاقتها بوسائل الإعلام إشكالية عميقة ومتأصلة في الفكر الإعلامي والسياسي على حد سواء. إلا أنه من الملاحظ دائماً تركز الاتجاهات البحثية والأكاديمية في تناول هذه الإشكالية نحو البعد المتعلق بكيفية تفعيل وتقييم دور وسائل الإعلام في نشر قيم الديمقراطية واستيعابها.

في الوقت الذي نرى هذه الدراسات تبتعد عن دراسة القائم بالاتصال واتجاهه نحو الديمقراطية كعنصر رئيس في عملية نشر الوعي الديمقراطي، والقيام بالدور المفترض لوسائل الإعلام في هذا الصدد.

ولا شك أن الأمر لا يتوقف عند هذا الحد فثمة تغيرات راهنة عميقة الأثر ترتبط بهذه الإشكالية على مستوى العالم العربي.

ويأتي على رأس هذه التغيرات حالة الحراك السياسي الذي تشهدها المنطقة، وهذا الحراك قد ازداد وفق الحاجات المحلية المتجددة وبروز المتغيرات الدولية والضغوط العالمية، وتطلع كثير من الشعوب العربية في الاتجاه نحو التعددية والديمقراطية.

لقد صور بعض المعلقين الغربيين العالم العربي على أنه منطقة راكدة سياسياً وأفاق فجأة على فكرة التغيير في أعقاب أحداث 11 سبتمبر. وهذا التصوير غير سليم تماماً. مع الاستثناء، حتى الآن. فقد سعت بعض دول الخليج والدول العربية من أجل الإصلاح السياسي خلال القرن العشرين. ومع عقدي الثمانينيات والتسعينيات، وبينما بدأت الأنظمة تواجه تحديين جديدين هما الانكماش الاقتصادي والحركات الإسلامية السياسية، ظهر تيار ليبرالي يرغب في إضفاء الشرعية، وبدأ العديد من الحكام يتقبلون فكرة الانتخابات والتعددية، ورفعوا بعضاً من سيطرتهم على النشاط الاقتصادي. وبدأت بعض الأشكال الجديدة تظهر في المنطقة خلال تلك السنوات مثل المنظمات المدنية والديمقراطية ومنظمات حقوق الإنسان ومحطات التليفزيون العربية والفضائيات[i].

ولاشك أن ظهور الحركات الإرهابية المتوازي مع أحداث 11 سبتمبر وما بعدها سرع من اعتماد الخيار الديمقراطي - على المستوى المعلن على الأقل - من قبل الأنظمة العربية، كبديل عن ترك الأنظمة السياسية عرضة للتغيير عن طريق العنف.
وعلى مستوى آخر بالغ الأهمية يأتي المشروع الأمريكي لنشر الديمقراطية في العالم العربي مصحوباً بعدد من الجهود السياسية والإعلامية، يأتي هذا كله كعنصر محفز إضافي (إن لم يكن أصبح أساسياً) لحالة الحراك الديمقراطي في المنطقة، مما فتح مجالات جدالية واسعة بين المفكرين بل وحتى في الأوساط الشعبية قبولاً ورفضاً، ولا شك أن هذا المشروع يشكل أحد المتغيرات المهمة في إشكالية الديمقراطية في العالم العربي.
وثالث المتغيرات الرئيسة المحفزة لهذا المشروع هو ظهور وانتشار وتغلغل استخدام وسائط الاتصال الحديثة المتمثلة في الفضائيات والإنترنت، وهو ما جعل حالة الوصاية الإعلامية للدولة أمر غير ممكن مما رفع سقف الطموحات العربية تجاه الحرية والتعددية.
إذ أدت ثورة الإعلام والاتصال إلى بروز فاعلين جدد على الساحة الدولية، وزيادة دور فاعلين كانوا موجودين بالفعل. ويتمثل هؤلاء الفاعلون ليس فقط في الشركات المتعددة الجنسيات والمنظمات غير الحكومية، ولكن أيضا الرأي العام العالمي. وأصبح هؤلاء يلعبون دوراً هاماً في تحديد الأولويات الدولية، وتوجيه سياسات الحكومات الوطنية، بدرجة أكبر بكثير من أي فترة مضت، ولاسيما في القضايا المتعلقة بالحرب والأمن والسلام على الساحة الدولية، وكذلك القضايا الإنسانية.
ورغم أن ثورة الإعلام والاتصالات خلقت ضغوطاً إضافية على المجتمع الدولي للتدخل في الصراعات الإقليمية والداخلية العنيفة، إلا أن هذا التدخل كان يتم في الأغلب وفق الشروط الخاصة بالقوى الدولية المعنية، وبما يتوافق مع مصالحها القومية، وليس حسب الظروف الموضوعية لهذه الصراعات، وهو ما يدفع البعض إلى النظر إلى العولمة باعتبارها محاولة لصنع أو إعادة صنع العالم، في كافة مجالات التجارة والمعلومات والاتصالات والسياسة، من خلال رؤية معينة تحددها مصالح القوى الدولية المهيمنة[ii].
وعلى هذا الأساس تأتي هذه الدراسة لتعالج إشكالية اتجاهات القائمين بالاتصال في العالم العربي نحو الديمقراطية في محاولة لإدراك البعد الإعلامي والفكري للديمقراطية لدى هذه الفئة التي تسهم بدور مهم في تشكل الفكر والوعي العام لدى الجماهير العربية.

وسائل الإعلام ونشر قيم الديمقراطية:

للقيم الديمقراطية دور محوري في انضاج عملية الانتقال إلى الديمقراطية وتوفير شروطها الأساسية. ويتطلب ذلك إنجاز ثلاثة مهام أساسية هي:

- إشاعة الثقافة المدنية الديمقراطية في المجتمع.
- الاهتمام بتربية المواطنين لتمثل هذه الثقافة وقيمها في حياتهم اليومية وفي علاقتهم بالآخرين.
- تدريب المواطنين عملياً على الممارسة الديمقراطية، واكتسابهم خبرة هذه الممارسة من خلال النشاط اليومي الذي يقومون به في مختلف مجالات الحياة. وتعتبر مؤسسات المجتمع المدني الإطار الأمثل للقيام بهذه المهام لأنها تقوم أيضا على القيم الديمقراطية، ولأنها تجتذب إلى عضويتها دائرة واسعة من المواطنين الذين يسعون إلى الاستفادة من خدماتها أو ممارسة نشاط جماعي للدفاع عن مصالحهم، أو لممارسة أنشطة إنسانية متنوعة. فكيف تقوم مؤسسات المجتمع المدني. بهذا الدور، وما هي علاقة المجتمع المدني بالديمقراطية، وما هو دورها المحدد في بناء الديمقراطية؟[iii].
ويعبرScheuer في مقالته النقدية لكتاب Starr حول إبداع الميديا.. الأصول السياسية لوسائل الاتصال الحديثة عن أن علاقة الديمقراطية ووسائل الإعلام علاقة جدلية متشابكة، مؤكداً على ضرورة الاعتراف بحتميات محددة أهمها: عدم القدرة على الفصل المباشر بين الاقتناع بمبادئ الديمقراطية والسعي نحو نشرها، وهو ما يعني أن القائم بالاتصال ينبغي أن يكون على إيمان تام بالديمقراطية ليستطيع الدعوة إليها، كما أكد على ارتباط الديمقراطية بالصحافة الحرة والقوية، واعتبار أن الإعلام ذا دور موازٍ للتعليم في عمليات نشر الوعي الديمقراطي وليس فقط معضداً له، وهو ما يؤكد على ضرورة تضافر جهود التعليم والتربية والإعلام في تأسيس الاتجاهات نحو الديمقراطية [iv].
إشكاليات علاقة وسائل الإعلام بالممارسة الديمقراطية:
من الواضح في أدبيات الدراسات الاتصالية العربية منها والأجنبية وجود أصيل للديمقراطية، وأنه من الواجب على وسائل الإعلام السعي الدؤوب نحو تمكين الديمقراطية في المجتمعات، وذلك عبر كفالة حرية التعبير، وحماية التعددية، والحفاظ على كيان الدولة، ودعم المشاركة السياسية.
وهنا لا يمكن إعادة الحديث من جديد حول هذه الأمور، بل إن ما يعنينا هنا هو التعرف الفعلي على أداء وسائل الإعلام لهذه الوظيفة الموجودة في أغلب الدساتير الوطنية والمواثيق الدولية.
والأمر اللافت للنظر هنا - بعيداً عن المثاليات وبالتركيز على الواقع العملي - وجود حالة متعاظمة من التضارب بين ما هو كائن وما هو واجب، وزيادة الانتقادات حول الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام فعلاً.
وعلى هذا الأساس يمكن تركيز أهم ملامح العلاقة بين وسائل الإعلام والممارسة الديمقراطية في ثلاثة مستويات:
الأول: وسائل الإعلام والممارسة الديمقراطية في المجتمعات الغربية :

تتمحور الإشكالية الكبرى في الفكر الغربي حول المصلحة، والسعي وراء المصلحة يمثل الدافع الرئيس وراء الحراك الاجتماعي في المجتمعات الليبرالية وفق رؤية جون لوك وفلسفته، وهنا تبدو العلاقة بين التطبيق الديمقراطي الأمثل لا تتصارع مع السعي وراء المصلحة كمنطلق أول حيث يرى كيتشام أن المواطنة ذات بعدين أولهما: حافزه المصلحة الذاتية والآخر يدفعه هاجس الصالح العام. وأن نموذج الاهتمام بالصالح العام يتطلب من المواطنين الذين لديهم مصالح خاصة أن يملكوا أيضاً ويعدلوا إدراكاً للصالح العام. وأمر العلاقة بين الاثنين وتغليب أحدهما على الآخر يتعلق بعملية تعليمية مستمرة تحظى فيها وسائل الإعلام بالجانب الأكبر لتنتج المواطن المسئول القادر على التمييز بين أولويات المصلحة الذاتية والعامة[v].

ولا شك أن هذا الأمر لا يمكن أن يتحقق سوى في مناخ إعلامي حر مسئول، وهو ما يجعل نظرية المسؤولية الاجتماعية هي المركز في الدراسات التي تناولت التربية السياسية.

والأمر ذاته تؤكده هيوم حيث ترى أن هناك فارقاً كبيراً بين الصحافة الحرة وصحافة المصالح، فالصحافة الحرة هي التي تضطلع بعدد من المسؤوليات تجاه الفرد والمجتمع وهي:

1. القيام بدور الرقابة على أعمال الحكومة.
2. تسليط الضوء على القضايا الهامة.
3. تثقيف المواطنين.
4. إقامة التواصل بين الناس[vi].

وفي حين تؤكد هيوم على التفرقة بين الصحافة الحرة وصحافة المصالح، يرى بعض الباحثين أن هذه التفرقة نظرية بحتة حيث يرى **Machesney** في كتابه (الميديا الغنية والديمقراطية الفقيرة) أن وسائل الإعلام قد ابتعدت تماماً عن تمكين الديمقراطية والحرية في المجتمعات، بل إنها انحرفت لتكون قوة معادية للديمقراطية في الولايات المتحدة الأمريكية نفسها وعلى مستويات متشابهة في بقية دول العالم. وأشار إلى أن أهم الإشكاليات التي أثرت على انحراف الدعم الإعلامي للديمقراطية تتمثل في: تطور تقنيات الاتصال، ونمو الاحتكارات والاندماجات بين القوى الإعلامية الأمريكية والعالمية، وفساد الأداء الإعلامي الذي بات يزيف الحقائق لمصلحة جماعات معينة، والأمر الأخطر هو سعي وسائل الإعلام في تزييف مفاهيم الديمقراطية ليبدو الفساد والاحتكار والصوت الواحد والسعي وراء المصالح من القيم الديمقراطية وهو أخطر الأمور[vii].

وعلى هذا يمكن القول بوجود مظهرين رئيسين لعلاقات للمصلحة والإعلام والديمقراطية هما:

الأول:

المظهر المفترض، وهو ما تعبر عنه أغلب الدراسات النظرية وتروج له.

الثاني:
المظهر الفعلي، حيث لا يمكن فصل دور وسائل الإعلام في السعي وراء المصلحة في تعديل وتلوين الرسائل الإعلامية لتتفق مع هذه المصلحة، حتى لو أدى ذلك إلى تغليب المصلحة الشخصية على المصلحة العامة، وهو ما يتناقض بشكل مباشر مع المفاهيم الديمقراطية السليمة التي تتأسس على الموضوعية والحوار واحترام الآخر.
وإذا كان Glasser & Craft قد أشارا في دراستهما حول الصحافة العامة والبحث عن المثاليات الديمقراطية إلى أن أحد أهم العوائق أمام قيام وسائل الإعلام بدعم الممارسة الديمقراطية الفعلية يتعلق بوجود حالة من غياب القدرة على التحكم الذاتي لدى الوسيلة الاتصالية ذاتها في الرسائل التي تصدر عنها، وهو ما يعني أن الصحافة الخاصة تخضع لسيطرة جماعات المصالح لذا فهي غير ديمقراطية ومنحازة في الأساس، أما العامة فهي تخضع لتدخلات سياسية وإعلانية وتنظيمية داخلية تحجم من قدراتها على الأداء الأمثل تجاه الديمقراطية، وهو ما يعني أن مبادئ الممارسة الديمقراطية ذاتها حين تنتفي داخل الوسيط الإعلامي فإن هذا يعني أن قدرة هذا الوسيط على القيام بالدور العام نحو الديمقراطية يصير ضعيفاً[viii].
ولا شك أن هذه الإشكالية المتعلقة بالممارسة الديمقراطية بين القائمين بالاتصال داخل الوسيلة الإعلامية، تكون ذات أبعاد خطيرة للغاية في الدول التي تعاني من ضعف الممارسة الديمقراطية العامة، وعلى رأسها الدول العربية ودول العالم الثالث.
الثاني: وسائل الإعلام والممارسة الديمقراطية في الديمقراطيات الحديثة:
تأسست العديد من الديمقراطيات في العام عقب سقوط النظام الشيوعي في أوروبا الشرقية، وغيرها من دول العالم، وإذا كان المشهد الغربي يتسم بقدر من التعقيد حيال الفصل المباشر بين المصلحة والديمقراطية والأداء الإعلامي، فإن التجارب الديمقراطية الوليدة خاصة التي اعتمدت على تطبيق النموذج الغربي عامة، والأمريكي خاصة تمثل حالات جيدة يمكن من خلالها التيقن من نتائج الدراسات الأمريكية والغربية.
ففي دراسة Deppe التي تناولت العلاقة بين الديمقراطية ووسائل الإعلام في روسيا أكدت الدراسة على عدد من النتائج المهمة للغاية وهي:

1. **أن المد الديمقراطي بطبيعته يفتح الباب أمام ظهور كيانات إعلامية متنوعة كماً وكيفاً.**
2. **إن سعي جماعات المصالح بأنواعها الاقتصادية والسياسية نحو السيطرة يجعلها تستخدم وسائل الإعلام بشكل غير ديمقراطي، وهو ما أسفر عن حالة من التراجع في الأداء الديمقراطي، وفي تدعيم الحرية في وسائل الإعلام في روسيا.**

3. إن القوانين لا تكفي في حماية حرية التعبير دون وجود أساس من التربية السياسية السليمة لدى أفراد الشعب.
4. إن التدخل السياسي في الرسالة الإعلامية وحظر بعض الرسائل المتعلقة بالانتخابات والأحداث الإرهابية وأحداث الشيشان مثل قيداً مهماً في حرية الإعلام في ظل نظام إعلامي نشأ على التدخل في الرسائل الإعلامية، وهو ما أسفر بدوره حالة من فقدان الثقة بالتجربة التعددية ككل.
5. أثر الفساد السياسي والاقتصادي بشكل مباشر في دور وسائل الإعلام في دعم تنظيمات المجتمع المدني التي ينبغي أن تقوم بدور مراقبة اجتماعية لأداء وسائل الإعلام[ix].

أما دراسة **Juan** والتي تناولت وسائل الإعلام في سنغافورة فقد أشارت إلى وجود ارتباط قوي بين وسائل الإعلام والدعوة للديمقراطية من جهة، وبين الدعوة للديمقراطية والدعوة إلى العولمة من جهة أكبر، ويرى أن وسائل الإعلام حين تتبنى الدعوة للديمقراطية فإنها غالباً ما تكون مدفوعة بدوافع اقتصادية رأسمالية، ويتساءل: لماذا لا يتم الحديث عن الديمقراطية سوى في الأماكن التي يمكن فيها حصد الأرباح وجني المكاسب؟ ويرى أن المعالجات الإعلامية للديمقراطية في الشرق الأقصى قد تمت بدوافع راسمالية، وأنه كان يتم دائماً التغاضي عن الممارسات غير الديمقراطية عند ضمان الجوانب الاقتصادية، بينما كان يتم استخدام شعارات الديمقراطية كسبيل للولوج والنفاذ داخل الدول والمجتمعات التي تستعصي على الرأسمال الغربي، ويؤكد أن الممارسة الإعلامية في الشرق الأقصى قد تأثرت بشدة بهذا البعد. وأكد أن ذلك لا يمكن أن يكون سبباً في التخلي عن الخيار الديمقراطي العام، وأنه من الواجب على منظمات المجتمع المدني، ووسائل الإعلام باعتبارها جزءاً من هذه المنظمات أن تمارس دوراً رقابياً يتيح لها على الدوام التأكد من أن الديمقراطية لا تدخل ضمن الصفقات الاقتصادية[x].

الثالث:

وسائل الإعلام والممارسة الديمقراطية في فترات التحول والانتقال:

ومنها العالم الثالث والعالم العربي.

تشير دراسة **Hyden** ورفاقه إلى أن ثمة عوامل رئيسة هي الحاكمة في عمليات التحول الديمقراطي في العالم الثالث، وتشير الدراسة إلى أن هذه العوامل هي التي تحدد مستوى عملية الإحلال الديمقراطي والإصلاح السياسي والدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام في هذا الصدد. إذ تشير الدراسة التي تتبعت تاريخياً مستويات التحول الديمقراطي في أفريقيا إلى أن هذه العوامل هي:

1. القوانين المنظمة للممارسة الإعلامية في مراحل التحول.
2. طبيعة ملكية وسائل الإعلام وانتمائها للسلطة الحاكمة.

3. مستوى الوعي الثقافي بضرورة الديمقراطية.
4. المستوى الاقتصادي والاجتماعي العام.

ونقدت الدراسة البحوث الغربية حول الأداء الديمقراطي في دول العالم الثالث حيث أكدت على وجود مستوى واسع للتطبيق الديمقراطي العام الذي قد لا ينطلق من تقليد الأداء الديمقراطي الغربي، وهو ما يسفر عن تحيز مضاد تجاه أي تجربة إصلاحية في العالم الثالث لا تتطابق مع المعطيات الغربية، مشيرة إلى أن وجود مقاومة شعبية ضد النماذج الغربية متهمة إياها بالإمبريالية والنفعية[xi].

وتشير الباحثة أمل جمال إلى أن أزمة الإعلام في العالم العربي تتسم في وجود ثلاث قوى متصارعة ذات مفاهيم مختلفة عن الديمقراطية هذه القوى هي:

القوى الليبرالية (العلمانية).

القوى الإسلامية (بشقيها المتشدد والمنفتح).

القوى القومية العروبية (ذات الاتجاه اليساري غالباً).

وفي دراستها حول وضعية الإعلام والديمقراطية في فلسطين أشارت إلى أن اختلاف مستويات السيطرة على الوسيط الاتصالي، وانعدام المساواة بين الفئات الثلاث في تعاملهم مع وسائل الإعلام هو ما يفرز حالة من البلبلة في المفاهيم، ونتيجة لذلك يصل الجمهور إلى حالة من انعدام الرؤية التي لا تمكنه من اتخاذ القرار السليم، ومساندة الاتجاه المراد وفق الرسائل الاتصالية، وهو ما يجعل أسس تشكيل الوعي الديمقراطي لدى الجمهور الفلسطيني ينبع من مصادر إعلامية غير جماهيرية وعلى رأسها الاتصال الشخصي[xii].

الهوامش:

([1]) Amy Hawthorne: Reform in the Arab World: a New Ferment. Carnegie Papers, Middle East Series No.52, October 2004

([1]) التقرير الاستراتيجي العربي 2004/2003. قسم التفاعلات الدولية (القاهرة: مؤسسة الأهرام، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية) 2005.

http://acpss.ahram.org.eg/ahram/2001/1/1/RARB59.HTM

([1]) وثيقة صادرة عن مؤتمر (قضايا الإصلاح العربي: الرؤية والتنفيذ)، 14 - 12 مارس 2004، مكتبة الأسكندرية، مصر.

([1]) عبد الغفار شكر: مرجع سابق.

(1) فيوليت داغر: حول مفهوم الديمقراطية الحقيقية. Broad band Blogs , Germany 2006
http://hem.bredband.net/dccls/veo1.htm

[1] هيئة الأمم المتحدة: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. إدارة شئون الإعلام ، 2003
http://www.un.org/arabic/aboutun/humanr.htm

[1] المصدر السابق

[1] محمد شريف بسيوني، الوثائق الدولية المعنية بحقوق الإنسان، المجلد الثاني، دار الشروق، القاهرة، 2003.

[1] لمزيد من التفاصيل راجع:

- منصور العريض: الشورى في دولة البحرين. (المنامة: منشورات مجلس الشورى، الطبعة الأولى، 1996) ص 9-61.
- عبدالعزيز بن عثمان التويجري: الديمقراطية في المنظور الإسلامي. (منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم إيسيسكو، 1426-2005).
- فردوس الموسوي: الإسلام والديمقراطية دراسة تحليلية لتعامل الإسلام مع النظام الديمقراطي http://www.cdhrap.net/text/bohoth/32.htm.
- ندوة الشورى والديمقراطية والحكم الرشيد: مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، الرياض، بالتعاون مع مركز دراسة الإسلام والديمقراطية واشنطن، 19-20 ديسمبر 2005.
- صلاح الدين جورشي: ترسيخ الديمقراطية مهمة جديدة للفكر الإسلامي (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مجلة العربي العدد: 465 ، 1997/8/1).
- شبكة الأمة الإسلامية : الشورى والديمقراطية سمات وفروق، 2003/5/30
- http://www.alommah.net/showtopic.php?idtopic=145&catnum=18&subcat=78&PHPSESSID=f523772750efc94766f1b8bc07cd6db2
- عبد الله العارف: أيهما له حق السيادة الشورى أم الديمقراطية. 2001، ملتقى البحرين الإلكتروني http://www.bahrainonline.org/showthread.php?t=1487
- برهان غليون: الشورى والديمقراطية رؤية عصرية. (المؤتمر الأول لمؤسسة الفكر العربي، القاهرة، 21-23 شعبان 1423) http://critique-sociale.blogspot.com/2002/10/blog-post.html

- الشورى وحدود الحرية: مجلة النبأ، العدد 42، فبراير 2000.
- فاخر السلطان: في التباين بين الشورى والديمقراطية. 2005/8/6 http://www.metransparent.com/texts/fakher_al_sultan_between_shura_and_democracy.htm
- محمد عمارة: الشورى الإسلامية والديمقراطية الغربية. (مؤتمر الإسلام والغرب في عالم متغير، مركز الدراسات الإستراتيجية، الخرطوم، 13-2003/12/15)
- صالح بن عبدالله بن حميد: الشورى والديمقراطية رؤية عصرية وتجربة المملكة. (المؤتمر الأول لمؤسسة الفكر العربي، القاهرة ، ، 21-23 شعبان 1423).
- محسن باقر الموسوي: الشورى والديمقراطية (بغداد: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، 2003).
- عامر الأمير: المسلمون بين الشورى والديمقراطية. (مجلة الحوار المتمدن، العدد 1099، 2005/2/4) http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=31101
- شاكر النابلسي: لماذا نصر على الديمقراطية لا الشورى، وما الفرق بين الشورى والديمقراطية. شبكة الإنترنت للإعلام العربي (أمين) 2004/1/19 http://www.amin.org/views/shaker_nabulsi/2004/jan19.html
- رضوان زيادة: سؤال التجديد في الخطاب الإسلامي (بيروت: دار المدار الإسلامي ، 2004)
- شيرين حامد فهمي: الإسلام ليس نسخة من الديمقراطية. إسلام أون لاين 2000/7/9 http://www.islamonline.net/iol-arabic/dowalia/qpolitic-jul-2000/qpolitic9-a.asp
- وسام فؤاد: الشورى والديمقراطية.. مساحات الالتقاء والافتراق. شبكة الأحرار، 2005/11/26 http://www.ala7rar.net/navigator.php?pname=topic&tid=2994&PHPSESSID=cd442738e63a7730ddabe34711b82367
- منشورات مؤتمر نظام الحكم الإسلامي والديمقراطية.. الفروق وإمكانية التعايش (عمان 2004/8/21).
- مشير عمر المصري: المشاركة في الحياة السياسية في ظل أنظمة الحكم المعاصرة (غزة: مركز الشرق للبحوث والدراسات، الطبعة الأولى 2005).

([1]) عبدالغفار شكر: دور المجتمع المدني في بناء الديمقراطية. منشورات لجان إحياء المجتمع المدني في سوريا. 2004/10/27
http://www.mowaten.org/pivot/civil-society/01-05/civil-society-15012005-01.htm
([1]) Jeffrey Scheuer : Democracy and Media . Dissent Magazine , Summer , 2004 .
http://www.dissentmagazine.org/article/?article=356
[1] رالف كيتشام: المواطنية والحكم الديمقراطي الرشيد. قضايا الديمقراطية. مجلة إلكترونية تصدر عن مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، عدد: أسس الديمقراطية، ديسمبر 2005 ، النسخة العربية.
http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1205/ijda/ketcham.htm
[1] إلين هيوم: حرية الصحافة. قضايا الديمقراطية. مجلة إلكترونية تصدر عن مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، عدد: أسس الديمقراطية ديسمبر 2005، النسخة العربية
http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1205/ijda/hume.htm
([1]) Robert Machesney: Rich Media Poor Democracy. Illinois University Press . USA .1999. Review Article on web
http://www.press.uillinois.edu/f99/mcchesney.html
([1]) Theodore L. Glasser, Stephanie Craft : Public Journalism and the Search for Democratic Ideals . Stanford University . 2000
([1]) Kendra M. Deppe: The Media and Democracy in Russis . MA , Naval Postgraduate School , University of Monterey , Canada , June 2005
([1]) Chee Soon Juan: Media in Singapore . The Research Institute for Asia and the Pacific , University of Sydney . 2000
http://www.usyd.edu.au/riap/research/publications/chee.htm
([1]) Goran Hyden, Michael Leslie, and FoIu F. Ogundimu: Media and Democracy in Africa. Uppsala: Nordiska Afrikainstitutet, 2002. published at African Studies Review , April 2004 . p 260

([1]) Amal Jamal : Media Politics and democracy in Palestine .. Political Culture , Phralism and the Palestine authority . Middle east Studies , Sussex Academic Press , London . 2005

[1] مشكلات التحول الديموقراطي في الدول العربية: في حلقة نقاش التحولات الديموقراطية وتأثيرها على هياكل الدول المنعقدة بتاريخ 2005/8/23 (القاهرة: مؤسسة الأهرام، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية).

([1]) مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأميركية: رايس تقول: لا تعارض هناك بين الإسلام والديمقراطية . 2 أبريل 2006 ،
http://usinfo.state.gov/xarchives/display.html?p=washfile-arabic&y=2006&m=April&x=20060402211846xmivotrap0.9895441&t=livefeeds/wfab-latest.html

[1] مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأميركية: رايس: الترويج للديمقراطية والحرية يمثّل الرد على الإرهاب في المدى البعيد. نشرة واشنطن، 29/مارس 2005
http://usinfo.state.gov/ar/Archive/2006/Mar/29-797953.html

[1] ريتشارد هاس (مدير دائرة التخطيط السياسي في وزارة الخارجية الأمريكية): مؤسسات الفكر والرأي وسياسة الولايات المتحدة الأمريكية: وجهة نظر أحد صانعي السياسة. أجندة السياسة الخارجية الأمريكية، نوفمبر 2002.
http://usinfo.state.gov/journals/itps/1102/ijpa/haass.htm

[1] آي إي هوارد: نحو قيام ديمقراطيات دستورية حول العالم: وجهة نظر أميركية. منشورات وزارة الخارجية الأمريكية ، 4 أغسطس 2004
http://usinfo.state.gov/ar/Archive/2004/Aug/03-258806.html

1 حسنين توفيق إبراهيم: الولايات المتحدة الأمريكية وقضية الديمقراطية في الوطن العربي. (القاهرة : مؤسسة الأهرام: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، سلسلة كراسات إستراتيجية، المجلد الثالث عشر ، 2003).

2

تكوين وتنمية القدرات الإبداعية في المؤسسات الإعلامية

تأخذ مؤسسات الأعمال مسألة "الإبداع" بجدية بالغة بدءا من عملية تكوين الأفراد واستقطابهم واختيار الأصلح منهم وإبراز وتعزيز الإبداع لديهم، خصوصاً وأن الإبداع أصبح ضرورة ملحة لحياة المؤسسة في ظل المنافسة الشرسة فهو يحقق لها:

- الحيوية والنمو.
- القدرة على مواجهة المشكلات التي تواجه العمل.
- القدرة على مواجهة التغير السريع في ظروف المنافسة.
- القدرة على الاستفادة من الفرص المتاحة في مجال عملها.

فكلما كانت المؤسسة أكثر إبداعاً في مجال عملها كانت فرصها أكبر في البقاء، فالنمو، وصولاً للمنافسة على صدارة مجالها الإنتاجي(1). ولا شك أن المؤسسة الإعلامية من أكثر المؤسسات احتياجاً للإبداع: لأنها في الأساس مؤسسات إبداعية، ولضخامة رأس المال المستثمر في هذه الصناعة، ولأن المنافسة في المجال الإعلامي أكثر حدة، وشراسة ولأن نشاطها هو الأسرع تغيراً وتطوراً سواء في مجال التقنيات المستخدمة، أو في الرسالة الإعلامية.

إن طبيعة النشاط الإعلامي وكذلك التحديات التي تواجه مؤسسات الأعمال المعاصرة تفرض على المؤسسات الإعلامية مزيداً من الاهتمام بمفهوم الإبداع وتوفير البيئة الملائمة لبروزه، وتنميته من خلال استقطاب واختيار الشخصية المبدعة وتوفير العوامل المحفزة على الإبداع وإزالة العوامل

المعيقة للإبداع ووضع آليات لتنميته، وهذا لن يتأتى إلا بتطوير ثقافة جديدة للمؤسسة (2). ولا ينبغي أن يقف هذا الاهتمام عند الجانب الإداري، بل لا بد أن يتعداه إلى الجانب المهني.

إن نظرة سريعة على محيطنا الإعلامي سوف تبين وقوع قطاعات كبيرة منه تحت خط الرتابة والتقليد لغياب التجديد والابتكار والإبداع.

مصطلحات الدراسة:

من أهم وظائف المديرين تكوين وتنمية الكفاءات، وهذه الوظيفة تتعلق بتحديد نوعية الأفراد المطلوبين في المؤسسة وكيفية استقطاب ما يلزم من كفاءات وكيفية المفاضلة بين المتقدمين لشغل الوظائف لاختيار أكفأهم (3)، ولا شك أن هناك عدداً من العوامل التي تزيد أو تقلل الصعوبات التي تواجهها المؤسسات في الحصول على أفضل العناصر البشرية المتاحة، منها:

- **حدة المنافسة على العناصر المتميزة.**
- **ندرة العناصر المتميزة.**
- **التكلفة العالية لتلك العناصر.**

وهذه تكاد تكون جميعها متوافرة في المؤسسات الإعلامية، فالمنافسة بالغة الحدة والعناصر الإعلامية لا تلبي حاجات السوق المتنامية، وهناك إشكالية أكبر تتمثل في ندرة العناصر الإعلامية المتميزة "المبدعة".

فرضت حدة المنافسة والصراع الإعلامي على المؤسسة الإعلامية ضرورة البحث عن الكفاءات المتميزة، وهو ما يؤكد الحاجة إلى أن تمارس هذه الوظيفة في المؤسسة الإعلامية وفق أسس علمية منهجية. إن إدارة الموارد البشرية أصبحت من أهم وظائف الإدارة؛ لأن "الأفراد يعتبرون أصولاً ثمينة للمؤسسة يمكن استثمارها، وبالتالي ينبغي أن ترتفع قيمتها ولم تعد مجرد تكاليف متغيرة" (4).

منذ بدايات القرن الماضي وحتى اليوم تطور مفهوم إدارة الموارد البشرية، فلم تعد مجرد إدارة لشؤون العاملين تتولى إصدار قرارات التعيين والفصل ومتابعة العاملين والتأكد من مدى التزامهم ببنود عقد العمل المبرم معهم،

بل تطور دورها، فهي اليوم تشارك في تدريب وتطوير العاملين، وزاد كذلك في مجال استقطاب واختيار العاملين إلى أن صار دوراً إستراتيجياً بالغ الأهمية للمؤسسة، فهي التي تضع خطط الموارد البشرية الإستراتيجية للمؤسسة وتحدد الأسس التي على ضوئها يتم الاستقطاب، وتسهم بشكل فاعل في وضع آليات الاختيار وتتابع كذلك الحاجات المستمرة للمؤسسة من العنصر البشري والمتجددة بشكل طبيعي نتيجة للاستقالات أو التقاعد، وكذلك تساعد على توافر العناصر البشرية للحاجات الوظيفية الطارئة، وبلا شك هي المسؤولة عن أهم موارد المؤسسة، حيث تهتم بالأفراد من أجل الحصول على القيمة المضافة منهم، وبالتالي تحقيق القيمة التنافسية للمؤسسة(5).

الهدف الرئيس لإدارة الموارد البشرية تكوين قوة عمل مستقرة وفعالة، والعمل على توافر الاستخدام الأمثل للموارد البشرية، هذا من زاوية المؤسسة، أما من جانب الأفراد فإن لهذه الإدارة وظيفة بالغة الأهمية، فنظراً لاختلاف قدرات ومستويات الأفراد، وأيضاً لاختلاف الوظائف ومتطلباتها، فإن إدارة الموارد البشرية تقوم بعملية التوفيق بين الأفراد والوظائف، بمعنى آخر وضع الرجل المناسب في المكان المناسب (6)، والحفاظ عليه وحثه على مزيد من الأداء والإبداع، وبمعنى آخر فإن إدارة الموارد البشرية وحتى تستطيع تحقيق تلك المعادلة الصعبة، لابد أن تقوم بتحليل الوظائف مروراً بتصميم هيكل الأجور وأنظمة الحوافز ومعايير تقييم الأداء وآليات التطوير والتدريب وصولاً إلى استقطاب الكفاءات واختيار أفضلها.

الاستقطاب:

عندما نريد أن نضع خطة للموارد البشرية التي تتطلبها المنظمة، لا بد من القيام بثلاثة أنواع من التنبؤات. الأول: يتعلق بحجم الاحتياجات من الأفراد. الثاني: يحدد حجم المعروض الخارجي من الكفاءات. والثالث: يحدد حجم العرض الداخلي من الكفاءات البشرية (8).

إن المنظمات الكبيرة تولي عملية الاستقطاب للكفاءات المبدعة سواء من داخل المؤسسة أو من خارجها عناية فائقة وهو ما يتطلب أن يكون لديها

مركـــز معلومـــات متكامـــل، يرصـــد جميـــع الكفـــاءات الإعلاميـــة ومؤهلاتهـــا وقدراتها المختلفة بشكل يمكن استدعاؤها (أي المعلومات) في أي وقت.

ينظـر كثيـر مـن البـاحثين لعمليـة الاسـتقطاب علـى أنهـا تشـكل ركنـاً مـن الأركـان الثلاثـة لعمليـة التوظيـف إضـافة إلـى الاختيـار والتعيـين (8)، ومـع هـذا فـإن نشـاط الاسـتقطاب مهمـل مقارنـة بالنشـاط الخـاص بالاختيـار ونشـاط التعيـين، مـع أن هـذين النشـاطين تتوقـف كفاءتهمـا علـى كفـاءة عمليـة الاسـتقطاب(9)، لـذلك نجـد أن كلفـة التوظيـف فـي تلـك المؤسسـات أعلـى مـن المؤسسـات التـي تمارس نشاط الاستقطاب.

عملية الاستقطاب تركز على:

- تحديد سوق العمل المستهدف.
- البحث عن الكفاءات المطلوبة.
- جذب الكفاءات المطلوبة.

وهو ما يعني أن عملية الاستقطاب تسهم في:

- زيادة فرص نجاح عملية الاختيار، وفعاليتها.
- زيادة فرص استقرار المؤسسة.

مـن المهـم أن يكـون الاسـتقطاب فعـالاً، وهـو مـا يفـرض علـى المؤسسـات العنايـة بعمليـة الاسـتقطاب، والحـرص علـى أن تـتم وفـق الإجـراءات العلميـة السـليمة، ومـن أهمهـا: ربـط أهـداف المنظمـة مـن الاسـتقطاب مـع أهـداف الفـرد المسـتقطب، وإعطـاء عمليـة الاسـتقطاب عنايـة كبيـرة بجعـل الاسـتقطاب مـن وظـائف القيـادات التنفيذيـة الكبيـرة (10)، فهنـاك دراسـات عـدة، أكـدت الأثـر البالغ الذي يتركه القائمون بالاستقطاب على الأفراد المستهدفين(11).

فـي الوقـت الـذي تنغلـق فيـه مؤسسـات علـى ذاتهـا فتحـرم مـن ميـزة التجديـد فـي قواهـا العاملـة، نجـد مؤسسـات أخـرى لا تجيـد النظـر إلـى داخلهـا، فهـي دائمـة التطلـع إلـى الخـارج، وهـذه أيضـاً تقـع فـي إشـكالية قـد تكـون أكثـر خطـورة علـى مسـتقبلها ذاتـه، حيـث إن عـدم الاهتمـام بـالقوى العاملـة داخـل المؤسسـة يهـدد الخبـرات التراكميـة التـي ينبغـي أن تميـز كـل مؤسسـة، ويعـرض مبـدأ الـولاء فـي المؤسسـة للخطـر، فـالأفراد عـادة لا يلتفتـون لمسـائل الـولاء إذا مـا تعـرض أمـنهم الـوظيفي للخطـر أو طمـوحهم الـوظيفي للضـرر، ولاشـك أن شـيوع

الاستقطاب من الداخل من أهم العوامل المشجعة على الولاء، وهو أساس مهم للسلوك الإبداعي للعاملين. (12)

الاختيار:

يعد الاختيار الركن الثاني من أركان عملية التوظيف، التي يجب أن تمارس في جميع الأحوال حتى في حالات ندرة الكفاءات، فالوظيفة- على سبيل المثال- إذا لم يتقدم لها إلا شخص يجب أن يمر بالطرق العلمية المتبعة لتقويم مؤهلاته، ومدى لياقته الذهنية والبدنية، وصلاحيته للوظيفة والأهداف المتوقعة منها، وهو ما يعرف اصطلاحاً بعملية الاختيار.

ويمكن القول إن عملية الاختيار تمثل الوسيلة التي تستطيع من خلالها المنظمات أولاً: تقليص حجم المرشحين، وثانياً: تحديد مدى صلاحية الفرد لشغل الوظيفة أو الوظائف الشاغرة، وثالثاً: قدرة المنظمة على المفاضلة بين الأفراد المختلفين للوصول لصفوة المتقدمين أو المستقطبين، ونعني بذلك الوصول إلى الشخص الذي تتوافر فيه مقومات ومتطلبات الوظيفة أكثر من غيره، ومن أهمها المتطلب الإبداعي (13).

الإبداع:

الإبداع مطلب أساسي للمؤسسة الحديثة، بل أصبح التطلع إليه ضرورة حياة لبقاء المؤسسة ونموها، وبالرغم من هذه الأهمية وشيوع المصطلح، فإنه يعد من أكثر المصطلحات غموضاً لتعدد تعريفاته ولتعدد المصطلحات المرادفة أو المساوية له مثل الابتكار والموهبة والذكاء.

ينطلق الباحث في الإبداع في هذه الدراسة من الحقائق التالية: (14)

- **الإبداع لم يعد رديفاً للعبقرية فقط، إنما هو نتاج قدرات عقلية متوافرة لدى جميع الأسوياء من البشر والإبداع يتطلب وجود الحد الأدنى من الذكاء فلم يعد من المسلم به مقولة الأكثر ذكاء هو الأكثر إبداعاً.**

- **الإبداع، بالرغم من أنه في الأساس قدرة عقلية للأفراد فإنه لا يقف فقط عند حدود الفرد، بل يتعداه إلى الجماعة وإلى المنظمة.**
- **إن المهارات الإبداعية يمكن تعلمها.**
- **الإبداع يتأثر بالبيئة المحيطة بالأفراد والمؤسسات.**
- **الإبداع يمكن تنميته وتعزيزه من خلال البيئة الملائمة ومن خلال التدريب.**
- **الإبداع ثقافة مؤسسية ترتبط بالعملية الإنتاجية للمؤسسة.**

يمكن أن نعرف الإبداع في المؤسسة الإعلامية بأنه قدرة الفرد في المحيط الجماعي على الإنتاج الجديد والأصيل لمادة أو مواد إعلامية من مكون جديد أو قديم سواء كان في المضمون أو في الشكل أو في التوقيت، ومن خلال هذا التعريف نؤكد على أن دراسات الإبداع لم تعد تقف عند حدود التعرف أولئك الأكثر ذكاء وعبقرية، بل تنطلق من البحث عن عدد من السمات الكامنة لدى معظم الناس، وإن كانت بنسب مختلفة يمكن إبرازها وتطويرها ويتمثل أهمها في:

- **الطلاقة (الفكرية واللفظية).**
- **المرونة في التفكير.**
- **الأصالة.**
- **الحساسية للمشكلات.**
- **تركز الانتباه.**

البيئة الإبداعية:

وهي العوامل الداخلية والخارجية التي يتشكل منها مناخ العمل والتي تؤثر سلباً أو إيجاباً على الأداء الفردي والجماعي بما يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في تميز المنتج الإبداعي في الشكل أو المضمون أو في التوقيت، ومن العوامل الداخلية المؤثرة:

- **أساليب الإدارة وحجم التمويل. - أنماط القيادة. - سياسات التقويم والتحفيز. - طموح المؤسسة. - الرضا الوظيفي.**

ومن العوامل الخارجية:

- **الوضع السياسي. - الضوابط الدينية والاجتماعية.**
- **ضوابط وقيود العمل الإعلامي.**

- طبيعة وحدة المنافسة.

البيئة الإبداعية هي ذلك الإطار المشجع أو القاتل للإبداع (15).

الإدارة هي مطالبة بتوفير البيئة الإبداعية وتنميتها، فهناك دراسات كثيرة عن كيفية دعم مناخ العمل الإبداعي والتي من أهمها دراسات (جوردان إيكفال) و(سكوت أيساكين)، وتركز تلك الدراسات الأبعاد التالية (16):

التحدي والاندماج، الحرية، الوقت، دعم الأفكار، حدود الصراع والخلافات، المناظرات، المزاح والمرح، الثقة والانفتاح، المغامرة، فقد أثبتت تلك الدراسات ارتباط تلك العوامل بالإبداع والإنتاج.

الدافعية للإبداع:

يختلف الناس في ترتيب سلم الدافع للإبداع إلا أنهم يتفقون على أن أهمها (17):

- تحقيق الذات. - تحقيق الانتماء. - تحقيق السلامة. - النمو في العمل.
- العائد المادي. -حاجات العمل.

الشخصية الإبداعية:

هناك سمات عدة للشخصية الإبداعية تنطلق من نظرة المعرف لها، ومع هذا يمكن القول إن الشخصية الإبداعية هي التي يتوافر لديها الحد الأدنى من السمات التالية (18):

- القدرة على التخيل. - تقبل النقد البناء. - الثقة بالنفس. - سرعة البديهة.- الاعتمادية. – العلاقات - الاستنباط.- الدقة. - القدرة على الفهم.- التفاؤل. - التعلم.- الإنجاز. - لمثابرة. - التشكك. -التحدي. - المرح.- القدرة على التكيف.- الأصالة في الأفكار. - المرونة والانضباط. - الجدة والتجديد. - الإحساس بالمسئولية.- الاتزان الحركي. - الطلاقة اللفظية. - السعي للكمال.- تعدد الأفكار.- المعاصرة والاستقلالية. - معدل عالٍ من النجاح. - الثقافة.

ويمكن تصنيف تلك السمات على الأسس التالية:

خصائص شخصية. - خصائص اجتماعية. - خصائص معرفية.

وتعد تلك السمات أساساً معتمداً لقياس القدرات الإبداعية للأشخاص لدى العلماء المهتمين بالإبداع والشخصية الإبداعية والتي تحدد درجة تحققها

مستوى الإبداع لدى الفرد، إما أن يكون عالي الإبداع أو متوسط الإبداع أو محدود الإبداع أو منعدم الإبداع.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بمسألة الإبداع انطلاقاً من تكون القوى الإبداعية من خلال الاهتمام باستقطاب أفضل القوى واختيار الأصلح منها وكذلك تعزيز وتدعيم القدرات الإبداعية للعاملين فيها.

أولاً: التعرف على مكونات البيئة الإبداعية والمتغيرات المؤثرة عليها:

- تحديد المحفزات.
- تحديد المعوقات.
- تلمس مستوى الرضا لدى العاملين.

ثانياً: التعرف على الدوافع المناسبة للإبداع لدى القوى الإعلامية والمتغيرات المؤثرة عليها.

ثالثاً: التعرف على المستوى الإبداعي المتوافر لدى القوى الإعلامية والمتغيرات المؤثرة عليها.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

لا توجد دراسات عربية سابقة مباشرة في عنوان الدراسة، إنما هناك عدد محدود من الدراسات التي اقتربت بشكل أو بآخر بمكون من مكونات الدراسة، خصوصاً الرضا الوظيفي وأساليب التحفيز في المؤسسات الإعلامية، ومن هذه الدراسات:

دراسة شعبان شمس (1992) الرضا الوظيفي لدى العاملين بالعلاقات العامة.. دراسة مقارنة بين مصر والسعودية (20). حيث اهتمت الدراسة بتقييم محاور الرضا الوظيفي في أبعادها الثلاثة الرضا الذاتي، والرضا الاجتماعي، والرضا الإداري، واستكشاف العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي عن العمل والمتمثلة في الرضا عن الأجر، الرضا عن محتوى العمل، الرضا عن فرص الترقي، الرضا عن الإشراف (القيادة)، الرضا عن جماعة العمل (الزملاء) الرضا عن ساعات العمل، الرضا عن ظروف العمل، وذلك بالمقارنة بين القطاعين العام والخاص في كل من مصر والسعودية.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن الرضا الوظيفي في المجالات الحكومية أقل من نظيره في المؤسسات الخاصة، أن درجة الرضا الوظيفي في جانبها الاجتماعي منخفضة، أن توافر فرص التجديد والابتكار تزيد من الرضا الوظيفي.

دراسة عبد الله الرفاعي (1996) أسس ومبادئ تقويم وحفز الصحفيين في المملكة العربية السعودية (21)، وقد ركزت الدراسة على أساليب وطرق التقويم والتحفيز المتبعة في المؤسسات الصحفية السعودية، وكان من أهم نتائج الدراسة: غياب المفهوم والممارسة العلمية في عمليات التقويم والتحفيز مما يؤدي إلى حالة من عدم الرضا لدى الصحفي السعودي.

ودراسة حسن مكي(1997) الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الكويتية(22)، وهدفت هذه الدراسة التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى الإعلامي الكويتي، وكان من أهم نتائج الدراسة أن الصحفيين هم الأكثر تعبيراً بمدى رضاهم عن بيئة العمل، وتوصلت الدراسة إلى أن تدني العائد المادي والتقدير الاجتماعي من أهم أسباب ضعف الممارسة الإعلامية.

دراسة بطرس الحلاق(1999)العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية (23)، وقد اهتمت بدراسة العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي وتحديد العلاقة بين الرضا والأداء، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أن الرضا لدى الإعلامي المصري يرتبط بعدة أمور من أهمها:

الشعور بتميز المهنة الإعلامية والشعور بالإنجاز وتحقيق الذات وطبيعة العلاقات داخل محيط العمل ونمط القيادة والشكل الإداري السائد.

دراسة فاطمة حسن آل خليفة وعصام سعد الربيعان 2000 قياس إدراك المدراء للولاء والإبداع في العمل الحكومي في دولة الكويت (24). تناول البحث رصد إدراك المديرين لعلاقة الولاء والإبداع في العمل الحكومي، حيث يتحدد الولاء في علاقة الرئيس بالمرؤوس في ستة جوانب للعمل هي: الاختيار، والتعيين، والترشيح لدرجة مالية أعلى، والترشيح لدورة تدريبية، والاستئذان للخروج من العمل، وتفويض القرار، والترشيح

لمنصب أعلى، ويحاول البحث أن يرصد العوامل الأكثر تأثيراً على المديرين عند اتخاذهم للقرارات المتعلقة بالجوانب المشار إليها.

ويخلص البحث إلى وجود فروق بين المديرين في تحديد العوامل الأكثر تأثيراً على قراراتهم، كما توجد فروق فردية بين هؤلاء المديرين في ممارسة الأعمال الإبداعية في تلك الجوانب الستة.

الدراسات الأجنبية:

المتتبع للدراسات الأجنبية السابقة يجد كماً هائلاً في دراسات الإبداع وتنمية القدرات الإبداعية لدى الطلاب بمن فيهم طلاب الإعلام والاتصال، بينما يرى محدودية الدراسات المتعلقة بتقييم الأبعاد المؤثرة على القدرات الإبداعية لدى القائمين بالاتصال أنفسهم، أو دراسة طبيعة البيئة الاتصالية من حيث كونها مشجعة للإبداع أو لا، من هذه الدراسات المحدودة:

تعد دراسة Charles Whitney & James S. Ettema (1982) (25) أهم الدراسات التي تناولت هذا البعد، وقد جاءت تحت عنوان " الأفراد في مؤسسات الإعلام الجماهيري: إبداع أم قسر" والتي سعت إلى دراسة طبيعة العمل داخل المؤسسات الاتصالية الجماهيرية، والتركيز على مدى الحرية المتاحة للفرد بوصفه قائماً بالاتصال في هذه البيئة ومدى حدوده وقدرته على ممارسة الإبداع.

وقد تناول الكاتب هذه الأبعاد وفق مجموعة من المؤثرات التي عدت أهم المتغيرات الفاعلة في هذا الصدد وهي: الهيكل والبناء التنظيمي للمؤسسة، والتكنولوجيا بوصفها أداة الجمع والمعالجة والإنتاج والبث، نظام التسويق الذي يحمل المادة المنتجة إلى الجمهور، التحيز الإعلامي للمؤسسة وتأثيره على الأداء، تأثير المؤسسة في سلوك القائم بالاتصال وفق نظرية حارس البوابة.

وهذه المتغيرات المهمة التي ركز عليها الكتاب تمت معالجتها في أحد عشر فصلاً تناولت العديد من المؤسسات الموسيقية، ودور النشر، والتمثيل، والتلفزيون التجاري، والسياق التنظيمي للإبداع في محطات التلفزيون العامة، والبرامج غير التقليدية الهادفة للترويج في التلفزيون التجاري من وجهة نظر تنظيمية، وتقييم المنتج التلفزيوني، والإبداع في

وسائل الإعلام المطبوعة، وبناء أخبار الحملات الانتخابية، ورؤية لمستقبل دراسات الاتصال في هذا المجال.

وعلى الرغم من النقد الذي وجه لهذا الكتاب في العديد من الدوريات العلمية(26) التي أرجعت نقدها لعدم قيام الكتاب بإيراد أي حلول للحالة التي درسها وبحثها، فإنه يمكن القول بأن جميع الدراسات التي شملها الكتاب أكدت وجود تأثير قسري للمتغيرات المذكورة وعلى رأسها الهيكل التنظيمي، وطبيعة إدارة وتسيير العمل، وعوامل السوق والمنافسة على الحالة الإبداعية للقائم بالاتصال وتحجيمها، حتى في البيئات الاتصالية التي تعتمد في الأساس على العنصر الإبداعي كالسينما والموسيقى.

بينما تؤكد دراسة Blumler & Spicer (1990) (27) على نقطة مهمة للغاية، وهي تحاول فهم مستقبل الإبداع حيث تأتي تحت عنوان "توقعات الإبداع في السوق التلفزيونية الجديدة.. دلائل من صانعي البرامج" هذه النقطة المهمة هي أن الإبداع يمثل نقطة حرجة للمؤسسات الإعلامية، بمعنى أن الإبداع يتم تشجيعه وصقله ورعايته إذا ما كان العائد منه قابلاً للتحويل إلى عوائد مالية وتقدم في المنافسة، بينما الإبداع في حد ذاته والشخصية المبدعة بالتبعية يكونان دائماً خارج نطاق السيطرة والتحكم والضبط التنظيمي، وهو ما لا يمكن قبوله في بيئة تسعى من أجل المنافسة والربح، وعليه فإن الشخصيات المبدعة غالباً ما يتم وضعها خارج إطار اتخاذ القرار، بينما يتم تفعيلها فقط عند الحاجة إلى تعديل الخطط البرامجية أو مواجهة منافسة شرسة، مع تأكيد ضرورة وضعها تحت إدارة منضبطة وحازمة خلال هذه المرحلة.

دراسة Gryskiewicz nur (1995) (28) الرضا الوظيفي والنمط الإبداعي.. نتائج تطبيقية غير متوقعة. وهي من الدراسات الرائدة التي تناولت علاقة الرضا الوظيفي بالنمط الإبداعي على عينة من المدراء في أوروبا والولايات المتحدة بلغت 8621 مفردة في الولايات المتحدة في مقابل 127 في أوروبا. وقد أظهرت الدراسة نتيجة غير متوقعة حيث أثبتت عدم وجود علاقة مؤكدة بين الرضا الوظيفي والإبداع، وقد استنتجت الدراسة أن ممارسة الإبداع في حد ذاتها تضفي حالة من الإشباع والشعور بالإنجاز لا تتعلق بمدى الرضا الوظيفي المتحقق.

أمـا دراسـة (1995) Daniel. Rubenson Mark A. Runso (29) رؤيـة سـيكو – اقتصـادية للعمـل الإبـداعي فـي الجماعـات والمنظمـات، حيـث سـعت هـذه الدراسـة إلـى تبنـي منظـور مفـاهيمي يحكـم العلاقـة بـين أفـراد الجماعـات والمنظمـات بنـاء علـى الإبـداع، حيـث توصـلت الدراسـة إلـى عـدة معـايير ومفـاهييم وهـي: مفـاهيم ومعـايير تتعلـق بالجماعـة الإبداعيـة وتمثلـت فـي ضـرورة مراعـاة الفـروق الفرديـة فيمـا يتعلـق بالعمـل الإبـداعي، ضـرورة التجـانس بـين أفـراد الجماعـة الإبداعيـة وقيـاس هـذا التجـانس، ومراعـاة فروق الخبرة.

معـايير ومفـاهيم تتعلـق بـالفرد المبـدع وتتمثـل فـي الخبـرة، المرونـة فـي التفكير، القدرة على التفاعل مع الآخرين.

وقـد تبلـورت هـذه النتيجـة عنـدما قـام الباحثـان بـإجراء دراسـة مفصـلة بطريقـة المقابلـة مـع 150 مـن صـانعي البـرامج فـي المحطـات التلفزيونيـة الأمريكيـة سـعياً وراء التعـرف علـى طبيعـة ومسـتقبل العمـل الإبـداعي فـي ظـل تصـاعد المنافسـة مـن مـوفري خـدمات الفيـديو المنزلـي الـذين سـوف يسـتقطبون شـرائح كبيـرة مـن المشـاهدين، وفـي ظـل تفتـت الجمـاهير الأمريكيـة مـن مشاهدي التلفزيون.

وبـلا شـك أن هـذه الدراسـة تشـير إلـى أن البيئـات الإبداعيـة فـي العمـل الإعلامـي لا تـزال تخضـع لرؤيـة براجماتيـة تفرضـها الحاجـة للخـروج مـن الأزمات أو لتفعيل المنافسة، أكثر من كونها أداءً عاماً للوسيلة الإعلامية.

وتـأتي دراسـة Davis (2000)، Scase and (30) تحـت عنـوان "إدارة الإبـداع حيويـة العمـل والتنظـيم" لتسـعى وراء كشـف العوامـل والمتغيـرات المحيطـة بعمليـة التعامـل مـع الإبـداع علـى مسـتويات تسـيير العمـل والأبعـاد التنظيمية التي تحكم العمل الإبداعي.

وقـد ركـزت الدراسـة فـي الأسـاس علـى المؤسسـات الإعلاميـة كـالتلفزيون والراديـو والصـحافة والنشـر والإعـلان وصـناعة الموسـيقى، وقـد انتهـت هـذه الدراسـة إلـى أن صـناعة الإبـداع ورعايتـه تعـدان عنصـراً اقتصـادياً مهمـاً، فـي الوقـت الـذي تمـثلان فيـه قـوة ثقافيـة مـؤثرة، وقـد سـعى الباحثـان لاستكشـاف الحـراك التنظيمـي فـي المؤسسـة الإعلاميـة بـدءاً مـن هياكلهـا التنظيميـة، وقـدرتها علـى إفـراد مسـاحة مـن الاسـتقلالية للقـائم بالاتصـال المبـدع للقيـام

بإبداعه، في الوقت الذي تم بحث أسس التحكم والتنسيق والتعاون والتكامل بين أهداف الإدارة والمؤسسة ومخرجات المبدع.

وقد سعى الباحثان إلى الإجابة على تساؤل كان يتم تجاهله ضمن أدبيات علوم الإدارة والسلوك التنظيمي وهو: متى ينبغي استبدال مفاهيم ومبادئ وممارسات الإدارة حين تعيق السلوك الإبداعي، ومتى يتحول العمل الإبداعي من عنصر مؤرق للإدارة إلى عنصر يدر ربحاً اقتصادياً ومكسباً مادياً لها؟

وفي هذا الإطار حاولت الدراسة استكشاف المتغيرات المؤثرة في حدوث هذه العملية التي تحددت في مفهوم الإدارة الإبداعية، والعمليات التنظيمية لها، وكيفية تحول الصناعة الإعلامية إلى صناعة إبداعية وتأثير ذلك على الربح، وأسس تنظيم العمل الإبداعي، وتنمية الثقافة التنظيمية الراعية للإبداع، واتجاهات التنظيم الإبداعي، وتقويم اتجاهات وقيم القائم بالاتصال المبدع، وتقييم التحديات الإبداعية، وبهذا فإن هذه الدراسة قد رسمت الخطوات الواجب إتباعها للانتقال من بيئة غير إبداعية تتسم بالتنظيم والإدارة التقليديين إلى بيئة إبداعية تتخذ من قدراتها الإبداعية منفذاً للربحية والمنافسة.

أما دراسة Becker (2001)، Kosicki and Hollifield (31) التي جاءت تحت عنوان "الثقافة التنظيمية في مقابل الثقافة المهنية في غرف الأخبار: قرارات توظيف مخرجي أخبار التلفزيون ومحرري أخبار الصحف". فقد سعت إلى استكشاف العوامل الكامنة وراء اتخاذ قرارات توظيف القائمين بالاتصال في مجال الأخبار في الصحف مقارنة بالتلفزيون، وقد قسم الباحث هذه العوامل إلى عاملين رئيسين هما ثقافة التنظيم وثقافة الإبداع، حيث تعني ثقافة التنظيم مدى تمكن القائم بالاتصال من الحصول على مؤهلات ودورات، وقدراته اللغوية والاتصالية، والسرعة، وقابليته للعمل تحت ظروف مختلفة، وذلك في مقابل الثقافة المهنية التي تعتمد في الأساس على القدرات الإبداعية والمهارات والمواهب، وغير ذلك من القدرات التي تمكن صاحبها من إنتاج مادة متميزة.

وقد تمت الدراسة بأسلوب الاستقصاء البريدي لعدد 1131 محطة تلفزيون تجارية بالإضافة إلى 1539 صحيفة، وقد تمت مقارنة النتائج بنتائج الدراسات السابقة في هذا المجال.

وقد تبين من نتائج الدراسة أن التلفزيون أكثر تقديراً للبعد المهني من الصحافة، وأن الصحافة تهتم غالباً بسلامة القدرات اللغوية بوصفها أولوية أولى للعاملين فيها، وأن مفهوم البيئة الإبداعية لا يزال بحاجة إلى تطوير، وأن كلاً من الصحافة والتلفزيون لا يزالان يعملان تحت المعايير ذاتها التي كانت متبعة في عمليات الاختيار والتوظيف في الثمانينيات، وهو ما يؤكد تقلص مستوى المهنية في مقابل البعد التنظيمي، وقد أكد الباحثون أن استمرار هذه الحالة بالمستويات ذاتها قد يؤثر بالسلب مستقبلاً على مستوى الرسالة الإعلامية وجودتها.

دراسة Vincent-Pierre ، Jozee Lapierre Giroux(2003)(32) الإبداع وبيئة العمل في سياق مؤسسات التكنولوجيا الفائقة. حيث استهدفت الدراسة التعرف على القدرات الإبداعية وتأثرها ببيئة العمل في هذه المؤسسات التي تعد فيها مصدراً جوهرياً. وقد توصلت الدراسة إلى إبراز نموذج من ستة أبعاد تشير إلى بيئة العمل الإبداعية وهي: 1) الجو العام للعمل 2) التشارك الرأسي من القيادة إلى العامل والعكس 3) الاستقلالية والحرية 4) الاحترام 5) التوازي في المسؤوليات 6)التعاون المشترك بين فريق العمل.

دراسة Stephan Sonnenburg (2004) الإبداع في الاتصال: إطار عمل نظري نحو خلق منتج تعاوني (33)، حيث اهتمت الدراسة بالتأصيل النظري للعمل الإبداعي التشاركي أو التعاوني الذي يقوم عليه مجموعة من الأفراد، وتأصيل دور عمليات الاتصال في خلق هذا المناخ.

وأشارت الدراسة إلى وجود نقص حاد في الأسس النظرية في علم الإبداع، أو علم الاتصال التنظيمي في هذا المجال، وسمعت الدراسة إلى كشف أبعاد هذه العملية بدءاً من قياس فهمها وأساليب قياسها، وقد أظهرت النتائج أن ظاهرة الاتصال في العمل الإبداعي التعاوني تبلورت كقوة دافعة للعمل التشاركي الإبداعي وقد قام الباحث بالسعي عبر تقديم نموذج للعمل التشاركي الإبداعي المبني على الاتصال على ثلاثة أسس:

الأول: التشارك الإبداعي في النشاطات الإبداعية السابقة، حيث تبين وجود اختلاف وخلط في فهم العملية.

الثاني: قياس أبعاد النموذج الذي اقترحته الدراسة المبني على نمط الاتصال، مستوى الأداء، أسلوب العمل، العلاقة بين طبيعة المشكلة وأساليب الحل.

الثالث: الرؤية المستقبلية لتطبيق هذا النموذج البحثي.

أما دراسة Bear، Jay، (2006) Mark (34) فقد جاءت تحت عنوان " بناء وتعزيز ثقافة دعم الابتكار" وقد اعتمدت الدراسة على نتائج الاستقصاء الذي قام به معهد الموارد البشرية HRI في نوفمبر وديسمبر 2005 حاز على 1356 استجابة من الشركات العالمية بأنواعها.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من أن 71.6% من الاستجابات عدت أن الابتكار والإبداع يمثلان أهمية قصوى لأي مؤسسة، فإن تحليل النتائج أثبت وجود قدر كبير من التناقض بين هذا الاتجاه والتطبيق، حيث لم تظهر النتائج وجود أي شكل من أشكال الإجماع على أسلوب تقييم الأفكار الجديدة، أو تحديد الأساليب والخطوات الواجب إتباعها لجعل المؤسسة أكثر إبداعاً، بينما أكد البعض أن العديد من مبادرات التطوير الإبداعي في مؤسساتهم قد فشلت.

كما أكد العديد من المبحوثين أن القدرة على الوصول إلى المبتكر أو الفكرة المبدعة لا تتم وفق أسس ثابتة وإستراتيجيات واضحة واعتيادية، بل تعتمد غالباً على المصادفة.

هذا في الوقت الذي أكدت فيه الشركات الأمريكية أن المستهلك يعد العائق الأول وراء التطوير والابتكار، حيث لا تمتلك المؤسسات القدرة على تغيير طبيعة إنتاجها إذا ما كان إنتاجها الحالي يحقق مكاسب معقولة، وهذا في رأي الباحثين لا يتلاءم مع طبيعة الإنتاج الحديث القائم على التحكم في المنتج لصالح الطبائع المختلفة للمستهلكين.

وقد أكدت الدراسة أن القيادة تلعب الدور الأكثر تأثيراً في عملية الإبداع بدءاً من وضع الإستراتيجيات والأهداف، ووضع نماذج السلوك الإداري المرغوب فيه، والسماح بنسبة من المخاطرة، ومكافأة المبدعين، وتنمية

شعور المشاركة الجماعية عبر فرق العمل، والعمل على توافر الموارد الكافية لرعاية الإبداع، والتحكم في مستويات الحرية الممنوحة للمبدعين وتشجيعهم في الوقت ذاته، وبلا شك فإن هذه تمثل أسلوب القيادة والإدارة الناجحة لرعاية البيئة الإبداعية.

مشكلة الدراسة

المؤسسات الإعلامية تصنف ضمن المؤسسات الإبداعية، أي أن العملية الإنتاجية فيها تتطلب الإبداع المستمر، هذا من زاوية المنتج، وكذلك الأمر إذا نظرنا للمؤسسة الإعلامية من زاوية طبيعة التغيرات في النشاط الإعلامي وسرعتها، وكذلك من زاوية حدة المنافسة وشدتها، كل ذلك يفرض على المؤسسة الإعلامية العناية بالجوانب الإبداعية على عدة مستويات:

الأول: مستوى بيئة العمل الإبداعية.

الثاني: مستوى القدرات الفردية الإبداعية.

الثالث: تنمية وتحفيز الإبداع في المؤسسة.

وهذا يتطلب دراسة:

- محفزات الإبداع لدى العاملين.
- معوقات الإبداع.
- أسباب رفض أو قبول الأفكار الإبداعية.
- مستوى الرضا الوظيفي.
- دافعية الأفراد على الإبداع في المؤسسة الإعلامية.

انطلاقاً من نتائج الدراسات السابقة، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في التعرف على آليات تكوين القوى العاملة المبدعة ودراسة مدى تأثير بيئة العمل على إبداع الإعلامي والتعرف على محفزات ومعوقات ودوافع الإبداع عند الإعلامي، والتعرف على أهم السمات التي تكون الشخصية الإبداعية للإعلاميين، والتعرف على مستوى اهتمام المؤسسة الإعلامية بمسألة الإبداع والبيئة الإبداعية وطرق تنمية الإبداع.

تستهدف التساؤلات والفروض التالية:

- التعرف على أهم مكونات البيئة الإعلامية الداعمة أو المعوقة للإبداع.

- **التعرف على تأثير البيئة الإعلامية على الإبداع الإعلامي.**
- **التعرف على أهم الدوافع للإبداع لدى الإعلاميين.**
- **كشف علاقات التأثير والتأثر المتبادل بين متغيرات الدراسة.**

تساؤلات الدراسة:

(1) ما الخصائص المتعلقة بكيفية تكوين القوى العاملة الإبداعية؟

(2) ما الخصائص الديموجرافية والوظيفية لعينة الدراسة؟

(3) ما خصائص البيئة الإبداعية في المؤسسة الإعلامية؟

(4) ما خصائص الدافعية للإبداع لدى الإعلاميين؟

(5) ما السمات الخاصة بالشخصية الإبداعية لدى الإعلامي السعودي؟

فروض الدراسة:

بنيت فروض الدراسة على عدة مستويات هي:

المستوى الأول: قياس طرق تكوين القوى الإبداعية من خلال التعرف على:

- **آليات استقطاب الكفاءات الإبداعية من داخل أو خارج المؤسسات الإعلامية.**
- **الاختيار بين الكفاءات المستقطبة.**
- **إجراءات وطرق التوظيف المتبعة ومدى مراعاتها للحاجة الإبداعية.**

وقد بني الفرض المتعلق بهذا المستوى على النحو التالي:

المؤسسات الإعلامية عند الاستقطاب والاختيار والتوظيف تعمد لتحديد الاحتياجات الإبداعية، وقياس القدرات الإبداعية، وتقوم برعايتها وتنميتها.

المستوى الثاني: قياس البيئة الإبداعية واشتمل هذا المستوى على:

- **تأثير العمل على التميز والإبداع الإعلامي.**
- **الرضا عن بيئة العمل.**
- **محفزات ومعوقات الإبداع الإعلامي.**
- **قبول أو رفض الأفكار الإبداعية.**

وقد بني الفرض الرئيس المتعلق بهذا المستوى على النحو التالي:

تـؤثر بيئـة العمـل ومكوناتهـا المختلفـة ونـوع الوسـيلة الإعلاميـة فـي الممارسـة الإبداعيـة فـي المؤسسـة الإعلاميـة، وتتـأثر أيضـا بـالمتغيرات الديموجرافيـة والوظيفية للقائم بالاتصال.

المسـتوى الثالـث: قيـاس الدافعيـة للإبـداع لـدى الإعلاميـين مـن خـلال التعـرف على:

- مستوى تحقيق الذات.
- النمو في العمل.
- العائد المادي.
- الإطراء والثناء الشخصي (العائد المعنوي).

وقد بني الفرض المتعلق بهذا المستوى على النحو التالي:

تتـأثر الدافعيـة للإبـداع لـدى الإعلاميـين بـالمتغيرات الديموجرافيـة والوظيفيـة ونـوع الوسـيلة الإعلاميـة وبيئـة العمـل بمـا تتضـمنه مـن عوامـل تحفـز أو تعيـق الإبداع.

المسـتوى الرابـع: قيـاس السـمات التـي تكـون الشخصـية الإبداعيـة للإعلاميـين، ويهـدف هـذا القيـاس إلـى التعـرف علـى مسـتوى الإبـداع فـي أفـراد العينة.

وقد بني الفرض المتعلق بهذا المستوى على النحو التالي:

تختلـف الشخصـية الإبداعيـة عنـد الإعلاميـين بـاختلاف المتغيـرات الديموجرافيـة والوظيفيـة ونـوع الوسـيلة الإعلاميـة، وبيئـة العمـل بمـا تتضـمنه من عوامل تحفز أو تعيق الإبداع.

أدوات الدراسة:

استخدم الباحث في جمع بيانات الدراسة الإجراءات التالية:

أولاً: مسـح لأسـاليب وطـرق الممارسـة الإداريـة فـي المؤسسـات الإعلاميـة عينة الدراسة في مجالات:

1- طرق استقطاب العاملين.
2- طرق اختيار العاملين.

3- طرق وإجراءات التوظيف.
4- أساليب التحفيز المتبعة.
5- المرونة في المؤسسة.

وذلك من خلال:

- جمع المعلومات العامة عن كل مؤسسة ورصد جميع النماذج والإجراءات الخاصة بالتوظيف المتبعة بها.
- أسلوب الملاحظة بالمشاركة حيث أتاحت للباحث صلاته الاحترافية بالقطاع الإعلامي أن يعايش جوانب من الممارسة الإدارية الإعلامية في مواقع المؤسسات عينة الدراسة.
- لقاءات مفتوحة مع عدد من القياديين في تلك المؤسسات.
- اللقاءات المقننة مع عدد من الإعلاميين السعوديين العاملين خصوصاً أصحاب الخبرة من غير الممارسين للنشاط الإداري، فهؤلاء لهم ملاحظات مهمة على شكل ممارسة العمل الإداري ومدى تأثيره بالإدارة الإعلامية في تلك المؤسسات.

ثانياً: اعتماد أسلوب الاستقصاء حيث تم تصميم استمارة خاصة بالعاملين الإعلاميين (القياديين وغير القياديين) من الجنسين، وقد اشتملت الاستمارة إضافة إلى المتغيرات الديموجرافية على المحاور التالية:

1- قياس البيئة الإعلامية، واشتمل هذا المقياس على عدد من المقاييس التي تقيس:

أ) مدى تأثير العمل على تميز العمل الإعلامي.
ب) مدى الرضا عن بيئة العمل.
ج) محفزات ومعوقات الإبداع في بيئة العمل:
- العوامل الإيجابية.
- العوامل السلبية.

د) مدى قبول أو رفض الأفكار الإبداعية.

2- قياس تجميعي للدافعية للإبداع، اشتمل هذا القياس على مجموع الدوافع للإبداع التي سبق تحديدها في مصطلحات الدراسة والتي تعطي أوزانها مجتمعة مؤشراً لمستوى الدافعية الإبداعية لدى عينة الدراسة:

- تحقق الذات في العمل. - الثناء في محيط العائلة. - النمو في العمل. - تقديم شيء للمجتمع. - العائد المادي. - الإنجاز. - الإطراء داخل محيط العمل.

3- قياس تجميعي لسمات الشخصية الإبداعية، (35) واشتمل هذا القياس على أهم السمات (الشخصية والمعرفية والاجتماعية) التي سبق الإشارة إليها في مصطلحات الدراسة والتي تعطي مجتمعة وزناً يمكن الاطمئنان إليه لمستوى الإبداع لدى الإعلاميين.

مفردات قياس الشخصية الإبداعية:

- العبارات التي سبق الإشارة إليها سابقاً في مصطلحات الدراسة وعددها (30) عبارة مضافاً لها عشر عبارات محايدة.

- المقياس مكون من خمس درجات.

- الحد الأدنى للمقياس 30 درجة.

- الحد الأعلى للمقياس 150 درجة.

- مدى القياس: ما بين 120 و150 درجة.

ثبات المقياس:

حيث إنه تم تصميم مقياس تجميعي جاءت أوزان جميع العبارات وفق معامل Alpha الإحصائي أعلى من قيمة معامل Alpha القياسي البالغ 0.8138 وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي لأوزان العبارات التي تقيس الشخصية الإبداعية.

مقياس الدافعية للإبداع:

- العبارات التي سبق الإشارة إليها سابقاً في مصطلحات الدراسة وعددها سبع عبارات مضافاً لها خمس عبارات محايدة.

- المقياس مكون من خمس درجات.

- الحد الأدنى للمقياس سبع درجات.

- الحد الأعلى للمقياس 35 درجة.

- مدى القياس مابين 28 و35 درجة.

ثبات المقياس:

حيث إنه تم تصميم مقياس تجميعي جاءت أوزان جميع العبارات وفق معامل Alpha الإحصائي أعلى من قيمة معامل Alpha القياسي البالغ 0.7955 وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي لأوزان العبارات التي تقيس الدافعية نحو الإبداع

عينة الدراسة:

أجريت الدراسة على النحو التالي:

أولاً: تم اختيار عينة من عشر مؤسسات إعلامية سعودية (محلية ودولية) (36).

ثانياً: تم اختيار عينة عشوائية من الإعلاميين السعوديين العاملين في تلك المؤسسات وتحديداً في مدينة الرياض، ولضمان شمولية تمثيل العينة، تم تصميمها كما يلي:

المؤسسات الإعلامية:

1- اختار الباحث خمس مؤسسات صحفية هي:

- **دار الحياة – مقرها لندن.**
- **مؤسسة اليمامة الصحفية – مقرها الرياض.**
- **مؤسسة عكاظ للصحافة – مقرها جدة.**
- **مؤسسة اليوم للصحافة – مقرها الدمام.**
- **مؤسسة عسير – مقرها أبها.**

2- اختار الباحث خمس مؤسسات إذاعية وتلفزيونية هي:

- **إذاعة المملكة العربية السعودية – مقرها الرياض.**
- **إذاعة mbc FM – مقرها دبي.**
- **القناة الإخبارية التلفزيونية – مقرها الرياض.**
- **قناة تلفزيون mbc – مقرها دبي.**
- **قناة المجد – مقرها الرياض.**

الإعلاميون:

استهدف الباحث الحصول على 200 مفردة بوصفها تمثل نصف العينة المثلى لأي مجتمع مفتوح على المستوى الإحصائي، وعليه فقد تم توزيع 20 استمارة لكل مؤسسة صحفية(37).

الهوامش:

(1) طارق السويدان ومحمد العدلون، مبادئ الإبداع (الكويت: الإبداع الخليجي، 2004) ص ص 29 – 33

- إدورد دي بونو، الإبداع الجاد، تعريب باسمة النوري (الرياض: مكتبة العبيكان، 2005) ص46

(2) مايك فانس وديان ديكون، التفكير خارج الصندوق (الرياض، مكتبة جرير، 2006) ص84.

(3) جاري ويسلر، إدارة الموارد البشرية (الرياض: دار المريخ) ص24.

(4) ميشيل ارمسترونج، تقنيات الإدارة(الرياض:مكتبة جرير، 2004) ص 96.

(5) رجع الباحث إلى:

- يوسف الطائي وآخرون، إدارة الموارد البشرية مدخل إستراتيجي متكامل (عمان: مؤسسة الوراق، 2006) ص ص 55-67

- سمير عبدالوهاب وليلى البرادعي، إدارة الموارد البشرية (القاهرة: مركز دراسات واستشارات الإدارة، 2006).

- ستيفن سترالر، MBA (الرياض:مكتبة جرير، 2005).

(6) أحمد ماهر، إدارة الموارد البشرية(الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004) ص ص21-25.

(7) جاري ويسلر، مرجع سابق، ص 190.

(8) خالد عبد الرحيم الهيتي، إدارة الموارد البشرية (عمان: دار وائل للنشر، 2005) ص ص133-127.

(9) انظر:

- جاري ديسلر، مرجع سابق، ص 167.
- خضير كاظم محمود وياسين كاسب الخرشه، إدارة الموارد البشرية (عمان: دار المسيره، 2007) ص91
- مصطفى شاويش، إدارة الموارد البشرية(عمان:دار الشروق، 2005) ص ص139-152 .

(10) مؤيد سعيد السالم، العلاقة بين تصميم العمل والسلوك الإبداعي للعاملين، مجلة دراسات الجامعة الأردنية، مجلد26، العدد1، ص 10.

(11) A schuler، R.، (1995) "managing human resource" ، 5th ed. puplishing company، N. Y، Wes. P332.

(12) Denis، A، and Griffin، S. R.W " Human Resource management" Houghton Misslin company Boston 2000.

(13) Angline. Cheng، and Brown Alan international، journal of Human Resource management vol.9، No1، 1998. Pp43-149

– محمد فالح صالح، إدارة الموارد البشرية (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004) ص87

(14) انظر:

– طارق السو يدان، مرجع سابق، ص ص 16 – 19.

– رفعت الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية،2005) ص ص 3 –7.

– الكسندر روشكا، الإبداع العام والخاص، سلسلة عالم المعرفة، العدد 144، 1989، ص125.

- آلان رو، الـذكاء الإبـداعي: الإمكانـات والقـدرات، ترجمـة عـادل محمـد الرشـيد (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية،2007) ص5.
- جيـوفري بيتـي، كيـف تنمـي قـدرتك علـى التفكيـر الإبـداعي (عمـان، بيـت الأفكـار الدولية، 1422هـ) ص11.
- محمـد عبـدالغني هـلال، مهـارات التفكير الإبـداعي (القـاهرة: مركـز تطـوير الأداء والتنمية الإدارية،2007) ص ص 51 –57.

(15) انظر:

- علـي السـلمي، إدارة التميـز (القـاهرة: دار غريـب للطباعـة النشـر،2002) ص ص 19 –29.
- زيد الهويدي، الإبداع (العين: دار الكتاب الجامعي،(2004) ص24.
- سهيلة عبـاس، القيـادة الابتكاريـة (عمـان: دار وائـل للنشـر والتوزيـع،2003) ص ص 145 –155.
- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع،2004) ص103 –113.
- جاي كلاكستون وبيل لوكاس، كن مبدعاً (الرياض: مكتبـة جريـر، 2005) ص ص 199 -222.

(16) Charles W. Prather، lisa K، Gundry، Blue print for innovation: How creative processes can make you and your company mor competitive، IMA، 2003، pp 40-60.

(17) انظر:

- جيوفري بيتي، مرجع سابق ص225.
- طارق السويدان، مرجع سابق ص ص 20-22.
- آلان رو، مرجع سابق، ص22.
- جيل لاند فيلد، تحفيز الذات (الرياض: مكتبة جرير،2004) ص4.

(18) انظر:

- مـدحت أبـو النصـر، تنميـة القـدرات الابتكاريـة لـدى الفـرد والمنظمـة (القـاهرة: مجموعة النيل العربية،2004) ص ص 94-100.
- رفعت الفاعوري، مرجع سابق ص ص 79-98.

– زيد الهويدي، مرجع سابق ص ص 36-44.
– سعد الدين خليل عبد الله، تنمية القدرات الإبداعية (دمياط: دولارس للآداب والفنون والإعلام، 2006) ص ص 42-46.
(19) سمير حسين، بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب،1995) ص131.
(20) شعبان أبو زيد شمس (1992) الرضا الوظيفي لدى العاملين بالعلاقات العامة.. دراسة مقارنة بين مصر والسعودية.
(21) عبد الله الرفاعي، أسس ومبادئ تقويم وتحفيز الصحفيين في المملكة العربية السعودية(الرياض: دار المعراج الدولية للنشر، 1996).
(22) إبراهيم حسن مكي، الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الكويتية (جامعة المنصورة: مجلة كلية التربية، العدد(33)، 1997).
(23) بطرس جرجس حلاق، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي (جامعة القاهرة: رسالة دكتوراه غير منشورة،1999).
(24) فاطمة حسن آل خليفة وعصام سعد الربيعان (2000) قياس إدراك المدراء للولاء والإبداع في العمل الحكومي في دولة الكويت: المجلة العربية للعلوم الإدارية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، المجلد 7 العدد 3.
(25) D. Charles Whitney & James S. Ettema (Ed) (1982) Individuals in mass media organizations: Creativity or constraints ،(pp. 145-162). Beverly Hills ،CA: Sage Publishing.
(26) for example:
*G. Ray Funkhouser (Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint review article. The Public Opinion Quarterly ،Vol. 46 ، No.4 (Winter ،1982) ،pp. 601-603.
(27) Jay G. Blumler، Carolyn Martin Spicer (1990) Prospects for Creativity in the New Television Marketplace: Evidence from Program-Makers. Journal of Communication. Volume: 40. Issue: 4. Publication Year: 1990. Page Number: 80.

(28) Nur Gryskiewicz Ph.D. Sylvester Taylor ،John Fleenor Ph.D. (1995) Job Satisfaction and Creativity Style: An Unexpected Empirical Finding ،Creativity and Innovation Management 4 (4) ،258-261.

(29) Daniel L. Rubenson ،Mark A. Runco (1995) The Psychoeconomic View of Creative Work in Groups and Organizations ،Creativity and Innovation Management 4 (4) ،232-241.

(30) Davis ،Howard ،and Sease ،Richard (2000) ***Managing Creativity: The Dynamics of Work and Organization.*** **Buckingham and Philadelphia: Open University Press.**

(31) Lee B. Becker ،C. Ann Hollifield ،Gerald M. Kosicki (2001) Organizational vs. Professional Culture in the Newsroom: Television News Directors' and Newspaper Editors' Hiring Decisions. Journal of Broadcasting & Electronic Media. Volume: 45. Issue: 1. Publication Year: 2001. Page Number: 92+

(32) Jozee Lapierre Vincent-Pierre Giroux (2003) Creativity and work Environment in a High-Tech Context Creativity and Innovation Management 12(1) ،11-23.

(33) Stephan sonnenburg (2004) Creativity in Communication: A Theoretical Framework for Collaborative product Creation Creativity and Innovation Management 13(4) ،254-262.

(34) Donna Bear ،Jay Jamrog، Mark Vickers (2006)

Building and Sustaining a Culture That Supports Innovation ،Human Resource Planning. Volume: 29. Issue: 3. Publication Year: 2006. Page Number: 9+

(35) رجع الباحث إلى عدد من المقاييس المتاحة للشخصية الإبداعية في المراجع التالية:

– زيد هويدي، مرجع سابق، ص ص 36-51، 80-109.

– فتحي جروان، الإبداع (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2002) ص151، ص187، ص219.

– سعد الدين خليل عبد الله، مرجع سابق، ص ص42 –63.

– محمد عبد الغني حسن هلال، مرجع سابق، ص85.

– جيوفري بيتي، مرجع سابق، ص255.

(36) معيار اختيار المؤسسات عينة الدراسة:

– إما أن يكون ترخيصها سعودياً.

– وأن يكون لها مقر رئيس في الرياض.

– وأن يكون تمويلها وملكيتها سعودية.

(37) حسب تقرير الحريات الصحفية في الوطن العربي 2006م الصادر عن الاتحاد العام للصحفيين العرب في القاهرة 2007/5/17م عدد الصحفيين السعوديين المتفرغين المسجلين في هيئة الصحافة السعودية على مستوى المملكة 750 عضواً إضافة إلى 1297صحفياً أعضاء غير متفرغين. تعتبر العينة 130 صحفياً متفرغاً في مدينة الرياض مناسبة جداً على اعتبار أن تقديرات الصحفيين المتفرغين في مدينة الرياض في حدود 200 عضو نجد أن العينة ممثلة بشكل جيد للصحفيين في مدينة الرياض.

مصادر الدراسة ومراجعها:

(أ) المراجع العربية والمعربة:

1. أحمد ماهر، إدارة الموارد البشرية (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004م)

2. إدوارد دي بونـو، الإبـداع الجـاد، ترجمـة باسـمة النـوري (الريـاض: مكتبـة العبيكان، 2005)
3. آلان رو، الـذكاء الإبـداعي:الإمكانات والقـدرات، ترجمـة عـادل محمـود الرشيد (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2007).
4. ألكسندر روشكا، الإبداع العام والخاص، سلسلة عالم المعرفة، العدد 144، 1989.
5. جـاري ويسـلر، إدارة المـوارد البشـرية ترجمـة: محمـد عبـد المتعـال (الريـاض، دار المريخ).
6. جـاي كلاكسـتون وبيـل لوكـاس، كـن مبـدعاً (الريـاض: مكتبـة جريـر، 2005).
7. جيل لاند فيلد، تحفيز الذات (الرياض: مكتبة جرير، 2004).
8. جيـوفري بيثـي: كيـف تنمـي قـدرتك علـى التفكيـر الإبـداعي، ترجمـة سـامي سليمان (عمان: بيت الأفكار الدولية، 1422هـ).
9. خالـد عبـد الـرحيم الهيتـي، إدارة المـوارد البشـرية (عمـان: دار وائـل للنشر، 2005).
10. خضـير كـاظم محمـود وياسـين كاسـب الخرشـه، إدارة المـوارد البشـرية (عمان: دار المسيرة، 2007).
11. رفعت الفـاعوري، إدارة الإبداع التنظيمـي (القـاهرة: المنظمـة العربيـة للتنميـة الإدارية، 2005).
12. زيد هويدي، الإبداع (العين: دار الكتاب العربي، 2004).
13. سـتيفن سـترالر، MBA الطبعـة الأولـى (الريـاض، مكتبـة جرير،2005).
14. سـعد الـدين خليـل عبـد الله، تنميـة القـدرات الإبداعيـة (دميـاط: دولارس للآداب والفنون والإعلام، 2006).
15. سمير حسين، بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، 1995).
16. سـمير محمـد عبـد الوهـاب وليلـى مصـطفى البرادعـي، إدارة المـوارد البشـرية (القـاهرة: مركـز دراسـات واستشـارات الإدارة العامـة، جامعـة القاهرة، 2006م).
17. سـهيلة عبـاس، القيـادة الإبتكاريـة (عمـان: دار وائـل للنشـر والتوزيـع، 2003).

18. طارق السويدان ومحمد العدلون، مبادئ الإبداع (الكويت: الإبداع الخليجي، 2004).
19. علي السلمي، إدارة التميز (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، 2002).
20. فتحي عبد الرحمن جروان، الإبداع (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2002).
21. مايك فانس وديان ديكون، التفكير خارج الصندوق (الرياض: مكتبة جرير، 2006).
22. محمد عبد الغني هلال، مهارات التفكير الإبداعي (القاهرة: مركز تطوير الأداء والتنمية الإدارية، 2007).
23. محمد فالح صالح، إدارة الموارد البشرية (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004).
24. مدحت أبو النصر، تنمية القدرات الإبتكارية لدى الفرد والمنظمة (القاهرة مجموعة النيل العربية، 2004).
25. مصطفى شاويش، إدارة الموارد البشرية، الطبعة الثالثة (عمان: دار الشروق، 2005).
26. مؤيد سعيد السالم، العلاقة بين تصميم العمل والسلوك الإبداعي للعاملين، مجلة دراسات الجماعة الأردنية، مجلد 26، العدد1، ص98.
27. ميشيل أرمسترونج، تقنيات الإدارة، الطبعة الأولى (الرياض: مكتبة جرير، 2004).
28. نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004).
29. يوسف الطائي وآخرون، إدارة الموارد البشرية مدخل إستراتيجي متكامل (عمان: مؤسسة الوراق، 2006)

(ب) المراجع الأجنبية:

1. A Schuler ،R. ،(1995) "managing Human Resource" 5th ed. ،puplishing company ،N. Y ، P332. Wes.

2. **Denis ،A.S. and Griffin ،R.W. " Human Resource management " Houghton Misslin company Boston 2000.**
3. **Cheng. Angline. ،and Brown ،Alan international journal of Human Resource management vol.9 ،No1 ،1998. Pp43-149.**
4. **D. Charles Whitney & James S. Ettema (Ed) (1982) Individuals in mass media organizations: Creativity or constraints ،(pp. 145-162). Beverly Hills ،CA: Sage Publishing.**
5. **Davis ،Howard ،and Sease ،Richard (2000) Managing Creativity: The Dynamics of Work and Organization. Buckingham and Philadelphia: Open University Press.**
6. **.Denis ،A.S. and Griffin ،R.W. " Human Resource management" Houghton Misslin company Boston 2000.**
7. **Donna Bear ،Jay Jamrog ،Mark Vickers (2006) Building and Sustaining a Culture That Supports Innovation ،Human Resource Planning. Volume: 29. Issue: 3. Publication Year: 2006. Page Number: 9+**
8. **G. Ray Funkhouser (Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint review article. The Public Opinion Quarterly ،Vol. 46 ،No.4 (Winter ،1982) ،pp. 601-603.**
9. **Jay G. Blumler، Carolyn Martin Spicer (1990) Prospects for Creativity in the New Television**

Marketplace: Evidence from Program-Makers. Journal of Communication. Volume: 40. Issue: 4. Publication Year: 1990. Page Number: 80.

10. **Lee B. Becker ،C. Ann Hollifield ،Gerald M. Kosicki (2001) Organizational vs. Professional Culture in the Newsroom: Television News Directors' and Newspaper Editors' Hiring Decisions. Journal of Broadcasting & Electronic Media. Volume: 45. Issue: 1. Publication Year: 2001. Page Number: 92+.**

نموذج
3

علاقة البيئة الإعلامية للقائم بالاتصال العربي باتجاهاته نحو حقوق الإنسان
دراسة ميدانية على عينة في ثلاث بيئات إعلامية مختلفة

مقدمة:
تعد قضية حقوق الإنسان من القضايا التي يتصاعد بها الاهتمام على الأصعدة السياسية والإعلامية حتى غدت هذه القضية تخرج من حيز التبني النخبوي في العالم العربي إلى حيز الاهتمام الشعبي. ومن المؤكد أن المنطقة العربية قد عانت من عدد من الانتهاكات المؤثرة في مجال حقوق

الإنسان، خصوصاً فيما يتعلق بحرية التعبير وهو ما جعل القائم بالاتصال العربي من أبرز ضحايا هذه الانتهاكات، وهو الأمر الذي دفع البعض من القائمين بالاتصال إلى البحث عن بيئات إعلامية أفضل. إلا أن الأمر لا يتوقف عند هذا الحد بل إن القائم بالاتصال الذي لم يعان من انتهاكات حقوق الإنسان أو تكيف معها أصبح رقماً مهماً في الحراك المتعلق بحقوق الإنسان في العالم العربي بل أصبح مطالباً بنشر ثقافة حقوق الإنسان عبر الرسائل الاتصالية التي ينتجها، وهو ما يؤكد على أهمية وضرورة قياس مدى إيمانه بهذه القضية.

إن تصاعد الاهتمام بحقوق الإنسان في الوطن العربي كقضية يرجع إلى عدة عوامل أهمها:

1. **تسييس قضية حقوق الإنسان في المجال الدولي، حيث صارت حالة حقوق الإنسان في دولة ما عنصراً للضغط السياسي الدولي على هذه الدولة، وهو ما رفع معدلات الاهتمام بها من قبل وسائل الإعلام من جهة، والدول ذاتها من جهة أخرى.**
2. **بروز تصاعد نشاطات منظمات المجتمع المدني العاملة في مجال حقوق الإنسان في المنطقة العربية.**
3. **تزايد اهتمام المنظمات الدولية ومنظمات المجتمع المدني في مجال حقوق الإنسان بوسائل الإعلام باعتبارها تمثل محوراً أساساً لعمل هذه المؤسسات، وقد تركزت نسبة كبيرة من نشاطات هذه المؤسسات في إقامة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال في مجال نشر ثقافة حقوق الإنسان.**
4. **اهتمام المنظمات الدولية العاملة في مجال حقوق الإنسان - بمنطقة الشرق الأوسط تحديداً- في تقاريرها السنوية الدورية بشأن حالة حقوق الإنسان في العالم، وهو ما سلط الضوء على انتهاكات حقوق الإنسان في المنطقة العربية بشكل كبير.**
5. **دفعت العوامل السابقة الحكومات العربية للاهتمام بقضايا حقوق الإنسان؛ مما جعلها تساهم في إنشاء منظمات حكومية ووزارات أحياناً معنية برصد ومراقبة حالة حقوق الإنسان.**

<u>ولا شك أن تلك العوامل قد ساهمت وبشكل جلي في رفع حالة الاهتمام العام بقضية حقوق الإنسان تحديداً، ومع ذلك لابد من قراءة قضية حقوق الإنسان ضمن إطار أكثر عمقاً مما يطرح أحياناً انطلاقاً من:</u>

1. **أن قضية حقوق الإنسان في حد ذاتها قضية مركبة ذات أبعاد ثقافية وحضارية، وتتعلق بالثقافة، والممارسة، ومدى الحريات، ومدى تطبيق الديمقراطية.**
2. **أن وسائل الإعلام هي الأقدر على نشر ثقافة حقوق الإنسان.**
3. **أن القائم بالاتصال في وسائل الإعلام العربية هو المعني بهذا الدور.**

4. خصوصية القائم بالاتصال على المستوى الذاتي الذي قد يختلف اتجاهه نحو حقوق الإنسان وفق رؤيته الذاتية المبنية على ثقافة، أو معتقد، أو تجربة سابقة، وقد يقع هو ذاته ضحية لانتهاكات حقوق الإنسان.
5. الثقافة المؤسسية المتبناة في مكان العمل، ولا شك أن المؤسسة الإعلامية تتداخل فيها أبعاد الثقافة الداخلية السائدة وعوامل القوة، والسيطرة مع غيرها من عناصر البيئة الخارجية: السياسية، والاقتصادية، والثقافية؛ مما يجعلها تساهم في تأطير رؤية هذا القائم بالاتصال في كثير من الأمور، ومنها مسألة حقوق الإنسان.

إن علاقة البيئة الإعلامية في العالم العربي بطبيعة القضايا التي تطرحها علاقة مؤكدة، فطبيعة السياسات العربية في مجال الاتصال، وطبيعة الممارسات، وطبيعة نظم التحكم، والسيطرة، ومستوى الأداء المهني، وأساليب تأهيل القائم بالاتصال، كل هذه أمور تؤثر في المخرج الاتصالي في كل بيئة اتصالية عربية.

فعلى مستوى السياسات يرى (الجمال 2001) [xiii] أن البيئة الإعلامية العربية تتسم ب :

1. عدم دمج سياسات الاتصال مع خطط التنمية، وهو ما أوجد انفصالاً بين رغبات الأفراد والنظم في التطوير، وقدرة وسائل الإعلام على إشباع هذه الرغبات.
2. عدم القدرة على صياغة أهداف اتصالية طويلة الأمد، وترك هذه السياسات للمستجدات السياسية والاقتصادية.
3. ضعف التخطيط القائم على المعلومات والدراسات السليمة، مما يجعل وسائل الإعلام تعمل في إطار غير ثابت.
4. اتجاه السياسات الإعلامية العربية إلى دعم سلطة النظام القائم وخدمة توجهاته، مع تقلص واضح لوظيفة المراقبة والنقد.
5. انعزال السياسات الاتصالية عن السياسات التعليمية والثقافية.
6. تسعى وسائل الاتصال العربية إلى تأكيد القيم الاجتماعية السائدة دون طرحها للنقد والاختبار، وتبدو متشككة دائماً في أي فكرة جديدة.
7. تتجه سياسات الاتصال إلى الداخل دون تواجد فعلي على الساحة العالمية مما يزيد من حالة التقوقع في الداخل العربي.

وعلى مستويات الملكية، والتحكم، والسيطرة، يمكن رصد وجود سيادة لحالة الملكية الحكومية لوسائل الإعلام، تقابلها حالة من ملكية القطاع الخاص الموالي للنظم السياسية، أو المناهض لها.

حقوق الإنسان وحرية التعبير:

إن علاقة حقوق الإنسان بحرية التعبير علاقة أصيلة ومتجذرة، حيث ضمان وكفالة حق التعبير عن الرأي هو من صميم حقوق الإنسان، هذا في

الوقت الذي لا يمكن أن تباشر فيه المؤسسات الاتصالية، والقائم بالاتصال دورها في نشر ثقافة حقوق الإنسان في غياب ضمانات تكفل حرية التعبير. وثقافة حرية الإعلام هي جزء من ثقافة الديمقراطية، وكذلك ثقافة حقوق الإنسان، فكيف يتسنى لمؤسسة إعلامية تعمل في ظل نظم ديكتاتورية أن تدافع عن حقوق الإنسان وتنشر قيمها.

وعلى مستوى الحرية الإعلامية يشير تقرير منظمة (مراسلون بلا حدود) للعام 2006م إلى أن وضع الحريات الإعلامية في العالم العربي مهين للغاية؛ حيث جاءت الكويت في المرتبة الأولى عربياً، والثالثة والسبعين عالميًا، تلتها الإمارات، ثم قطر (عينة الدراسة) [xiv]

ويوضح الجدول التالي ترتيب أفضل عشر دول عربية من حيث مدى الحرية الممنوحة لوسائل الإعلام فيها:

Rank	Country	Index				
2006		2006	2005	2004	2003	2002
73	Kuwait	17.00	21.25	31.67	31.33	25.50
77	United Arab Emirates	17.50	25.75	50.25	37.00	
80	Qatar	18.00	23.00	32.50	35.00	
97	Morocco	24.83	36.17	43.00	39.67	29.00
107	Lebanon	27.00	28.25	24.38	32.50	19.67
109	Jordan	27.50	24.00	39.13	37.00	33.50
111	Bahrain	28.00	38.75	52.50	35.17	23.00
121	Djibouti	33.00	37.00	55.00	35.50	31.25
126	Algeria	40.00	40.33	43.50	33.00	31.00
133	Egypt	46.25	52.00	43.50	34.25	34.50

وعلى مستوى سجلات انتهاكات حقوق الإنسان في العالم أشار تقرير منظمة العفو الدولية للعام 2006 [xv] إلى أن المنطقة العربية من أكثر المناطق في العالم انتهاكاً لحقوق الإنسان.

وبناءً على ما سبق يتضح أن البيئة الإعلامية العربية تحفل بالعديد من المتغيرات المتداخلة، والفاعلة، والمتناقضة بشكل كبير، وهو ما يفرز الحاجة إلى تعزيز الدراسات التي تتناول تأثير هذه البيئة على معالجة القائم بالاتصال، وتشكيل مفاهيمه، واتجاهاته نحو مختلف القضايا بصفة عامة، وقضية حقوق الإنسان بصفة خاصة.

ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتعالج هذه الإشكالية من بعدين هما:

الأول: أن البيئة الإعلامية للقائم بالاتصال ذات علاقة ما بتشكيل وتعزيز وإتاحة الفرصة لدى القائم بالاتصال في ممارساته لحقوق الإنسان ومعالجته لقضاياها.

الثاني: أن البيئة الإعلامية تؤطر التناول والرؤية والمفاهيم لدى القائم بالاتصال في قيامه بدوره في نشر ثقافة حقوق الإنسان.

العلاقة بين حقوق الإنسان والإعلام:

تتمثل الإشكالية الهامة في العلاقة بين حقوق الإنسان والإعلام في أمرين:

الأول: إشكالية حصول القائم بالاتصال على حقوقه التي يكفلها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والمواثيق الدولية، وهو ما يشير إلى أن الإعلاميين من الفئات التي تعاني من انتهاكات مستمرة لحقوق الإنسان الخاصة بهم. وتتمثل أهم تلك الانتهاكات في الحبس، والاعتقال، والمحاسبة على الرأي، والحرمان من مصادر المعلومات، والاضطهاد، والإجبار على الكشف عن المصادر، وغير ذلك.

الثاني: دور القائم بالاتصال ووسائل الإعلام عامة في نشر قيم حقوق الإنسان في المجتمع باعتبارها تمثل قيماً أخلاقية وإنسانية رفيعة، ويشمل ذلك الدعوة إلى التسامح ونبذ العنف، وقبول الآخر، وكشف انتهاكات حقوق الإنسان بهدف تعبئة الرأي العام تجاه رفض هذه الانتهاكات. ووسائل الاتصال في قيامها بهذا الأمر تقوم بوظيفتها الأصلية في مراقبة البيئة، والتوعية، والإرشاد، وعلى هذا الأساس فإن إشكالية علاقة حقوق الإنسان والإعلام تبدو من أهم الإشكاليات الجديرة بالدراسة.

وفيما يلي تفصيل الأمرين:

حقوق الإنسان في المجال الإعلامي:

والدراسة معنية هنا برصد حقوق الصحفيين والإعلاميين، وهذه الحقوق تشمل عدة أمور من أهمها:

أولاً: كفالة وضمان حرية التعبير.

حيث تؤكد المواثيق الدولية العامة والخاصة احترام حق التعبير عن الرأي، والحق في الاتصال، وسرية المصادر، وحرية وتعددية وسائل الإعلام.

ومن هذه المواثيق الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام 1948م، الذي ينص في مادته 19: أن لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار، وتلقيها، ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود. [xvi]

كما نص العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الصادر في 1966م في مادتيه 19، 20على أن لكل إنسان حق حرية التعبير، بما في ذلك حرية الوصول للمعلومات، وتقييمها، ونقلها بأي شكل سواء كان ذلك في شكل مطبوع، أو مذاع.[xvii]

كذلك وضع العهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الصادر عام 1966م توضيحات تكميلية بشأن حرية التعبير والثقافة والفكر، وأسس القاعدة القانونية للملكية الفكرية، ومنع أية قيود قد تمارسها أية دولة من شأنها حجب أية تقنية حديثة عن مواطنيها وعلى رأسها التقنيات الإعلامية.

كما أشارت تقارير منظمة اليونسكو الصادرة في قراراتها المتعددة إلى كفالة حرية التعبير في إعلانها الصادر في باريس عام 1978م حول المبادئ الأساسية بمساهمة وسائل الإعلام في دعم السلم الدولي؛ وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية، والفصل العنصري، والتحريض على الحرب، وما تلاه من إعلانات وقرارات. أهمها: الاستراتيجية الجديدة للاتصال 1989م، والتي نصت على:

أ. تعزيز نشر المعلومات على نطاق أوسع وعلى نحو أفضل توازناً، دون أي عائق أمام حرية التعبير.

ب. تنمية جميع الوسائل الكفيلة بتعزيز قدرات الاتصال في البلدان النامية لزيادة مشاركتها في عملية الاتصال.

وأكد ما سبق كذلك الإعلانات التالية كإعلان (ويندهوك)، وإعلان (آلما آتا)، وإعلان (صنعاء)، وإعلان (سانتياجو). [xviii]

ثانياً: الحماية من الاضطهاد والتنكيل:

تعزز اهتمام المنظومات الدولية، والمنظمات غير الحكومية المعنية بحقوق الإنسان بقضايا الاضطهاد، والتنكيل بالصحفيين الناتج عن القيود الرقابية، والتشريعية التي تجعل الإعلامي في حالة تهديد مستمر، وضرورة ربط حرية التعبير بالقضاء على الرقابة، والنصوص المقيدة للحريات. وقد جاء في العديد من مذكرات التفاهم الدولية ما يشير إلى ضرورة حماية الصحفيين من الاضطهاد، والتنكيل بهم.

ويشير تقرير حرية الصحافة العالمي الصادر عن منظمة صحفيين بلا حدود أن عام 2005 كان أسوأ الأعوام منذ عام 1995؛ حيث قتل 63

صحفياً، و 5 من الطواقم المعاونة، وأن أكثر من 1300 صحفياً قد تعرضوا لأذى بدني، وأن 1000 صحيفة ومجلة وقناة تليفزيونية تعرضت للرقابة، والحذف، والتشويه للرسالة الإعلامية، وأن اضطهاد الصحفيين في عام 2005 فاق العام 2004 بنسبة 60%. [xix]

كما نص إعلان الرباط الخاص ببناء الثقة والتضامن بين اتحاد الصحفيين الدولي واتحاد الصحفيين العرب الصادر في 12 أبريل 2003. على ما يلي:

- الإصرار على أن يكون كل الصحفيين قادرين على العمل في سلام، وفي ظروف آمنة.
- مطالبة جميع الحكومات بإزالة جميع المعوقات، والعقبات الخاصة بحرية الصحافة، وممارسة حرية التعبير.
- الإيمان بأن الصحفيين في جميع دول العالم ينبغي أن يعملوا معا لبناء تضامن دولي وفق مبادئ التعددية والديمقراطية.
- المعارضة المطلقة لكل أشكال التدخل في أعمال الصحفيين -وخاصة قتلهم وترهيبهم الوحشي- على غرار ما جرى أثناء الحرب التي شنت على العراق.[xx]

ثالثاً: تفعيل برامج تدريب الصحفيين للتعرف على حقوقهم:

تسعى منظمة اليونسكو وغيرها من المنظمات المعنية بالإعلام على إقامة برامج تدريبية للقائمين بالاتصال؛ لتعريفهم بحقوقهم، ودورهم في مجال حقوق الإنسان. حيث يحدد اتحاد الصحفيين الدولي أن أهم الأدوات التي يحتاجها الصحفي هي:

1- حرية الوصول إلى المعلومات.

2- التدريب على كتابة التقارير عن حقوق الإنسان. [xxi]

وهذا ما أكدته أيضاً التوصيات الصادرة عن الندوة العربية حول " الإعلام وحقوق الإنسان " 2003 [xxii].

دور الإعلام في التوعية ونشر قيم حقوق الإنسان:

أولاً: تفعيل وتعزيز نشر قيم التسامح ونبذ العنف:

وهو الأمر الذي نصت عليه العديد من المواثيق الدولية سواء المعنية بحقوق الإنسان أو تلك التي تناولت الأداء الأمثل لوسائل الإعلام في المجتمع، وقد صدرت قرارات من الأمم المتحدة حول التسامح ونبذ العنف.

وقد جاء في إعلان اليونسكو لمبادئ التسامح في مادته الأولى ما يلي:

1ـ أن التسامح يعني الاحترام، والقبول، والتقدير للتنوع الثري لثقافات عالمنا، ولأشكال التعبير، وللصفات الإنسانية لدينا. ويتعزز هذا التسامح بالمعرفة، والانفتاح، والاتصال، وحرية الفكر، والضمير، والمعتقد. إنه الوئام في سياق الاختلاف. وهو ليس واجباً أخلاقياً فحسب، وإنما واجب

سياسي وقانوني أيضاً، وهو الفضيلة التي تيسّر قيام السلام، ويسهم في إحلال ثقافة السلام محل ثقافة الحرب.
2ـ أن التسامح لا يعني المساومة، أو التنازل، أو التساهل. بل التسامح من قبل كل شيء اتخاذ موقف إيجابي فيه إقرار بحق الآخرين في التمتّع بحقوق الإنسان وحرياته الأساسية المعترف بها عالمياً. ولا يجوز بأية حال الاحتجاج بالتسامح لتبرير المساس بهذه القيم الأساسية. والتسامح ممارسة ينبغي أن يأخذها الأفراد والجماعات والدول.
3- أن التسامح مسؤولية تشكل عماد حقوق الإنسان، والتعددية (بما في ذلك التعددية الثقافية)، والديموقراطية، وحكم القانون. وهو ينطوي على نبذ الدوغماتية والاستبداد، ويثبت المعايير التي تنص عليها الصكوك الدولية الخاصة بحقوق الإنسان.
4- ولا تتعارض ممارسة التسامح مع احترام حقوق الإنسان، ولذلك فهي لا تعني تقبل الظلم الاجتماعي، أو تخلي المرء عن معتقداته، أو التهاون بشأنها. بل تعني أن المرء حر في التمسك بمعتقداته، وأنه يقبل أن يتمسك الآخرون بمعتقداتهم. والتسامح يعني الإقرار بأن البشر المختلفين بطبعهم في مظهرهم، وأوضاعهم، ولغاتهم، وسلوكهم، وقيمهم، لهم الحق في العيش بسلام، وفي أن يطابق مظهرهم مخبرهم، وهي تعني أيضاً أن آراء الفرد لا ينبغي أن تفرض على الغير.[xxiii]
وبناءً على هذه الرؤية يمكن القول: إن التسامح لا يمكن قبوله بمعزل عن نبذ العنف سواء كان العنف يؤدي إلى الإرهاب، أو كان عملاً ناتجاً عن التعرض الفائق لوسائط الاتصال التي تقوم في الكثير من ممارساتها بدعم العنف حلا وحيداً للمشكلات، وهو الأمر الذي لا يتفق مع التسامح أو الحفاظ على الكرامة الإنسانية وحقوق الإنسان. وقد جاء قرار الجمعية العامة لليونسكو رقم 4.5 المعتمد في الدورة الثامنة والعشرين، والصادر عام 1995 ليعلن عن مساندة الأنشطة الثقافية، والتربوية التي تضطلع بها الهيئات العامة للإذاعة والتليفزيون، والأوساط المهنية للحد من العنف المعروض في وسائل الإعلام. [xxiv]
وبلا شك فإن نبذ العنف وإعلاء قيم التسامح يؤدي إلى إيجاد حالة من احترام التنوع الثقافي الذي تتصاعد حوله الجدالات بشدة، ويزداد الاهتمام بشأنه باعتباره المحرك الرئيس لاحترام بقية حقوق الإنسان مثل حقوق الأقليات، ونبذ التمييز، وهو الأمر الذي اعتبره تقرير التنمية البشرية العنصر الرئيس في احترام حقوق الإنسان ككل. [xxv]
والدور الإعلامي هنا هو الدور الفعال والمؤثر؛ فالتنوع والتقبل الثقافي لا يمكن أن يتم إلا عبر أدوات ثقافية تأتي على رأسها وسائط الاتصال بأنواعها.

ثانياً: نبذ التحريض على الكراهية:

وهذا الأمر ينطلق بشكل كبير من العنصر السابق؛ فالتحريض على الكراهية هو الذي يؤدي إلى إذكاء روح التطرف والإرهاب، وزعزعة السلم والأمن في الداخل والخارج، وعليه ينبغي على القائم بالاتصال تجنب خطاب الكراهية بشكل كلي، وإنما العرض الموضوعي للحقائق الذي لا يمكن أن يتم إلا في ظل وجود أنظمة اتصالية حرة وفعالة، وتأمين روافد المعلومات للعاملين بوسائل الإعلام.

وقد نص إعلان منظمة اليونسكو الأشهر- الذي أصدره المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة في دورته العشرين، نوفمبر 1978م- بشأن المبادئ الأساسية الخاصة بمساهمة وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية، والفصل العنصري، والتحريض على الحرب، نص في مادتيه: الثانية، والثالثة على الدور المنوط بوسائل الإعلام في الحفاظ على حقوق الإنسان ضد أية انتهاكات، وأن الكثير من هذه الانتهاكات يكون مصدرها خطاب الكراهية الذي تقوم به وسائل الإعلام التي ينبغي أن تتحرى الدقة والموضوعية، وأن تحترم كرامة الشعوب وثوابتها، وأن تقف ضد التحيز والجهل.[xxvi]

لقد أظهرت التجارب السابقة أن خطابات الكراهية التي قد تستخدم في الصحافة، وغيرها من وسائل الإعلام في عدد من القضايا يمكن تلافيها عبر عملية الضبط الذاتي والفعال للصحافة. حيث يستطيع الصحفيون من خلال احترامهم للأنظمة التي وضعها الاتحاد الدولي للصحفيين بخصوص سلوك الصحفيين، وتجنبهم القيام بأي عمل من شأنه إثارة الكراهية، أو التحريض القومي، أو الدعوة إلى الكراهية العرقية والدينية. ولا شك أن احترام هذه الأنظمة سيحول دون استخدام هذه العبارات كذرائع لتدخل السلطات ومراقبتها لوسائل الإعلام، وليس هذا فحسب بل بات تجنب نشر الصحفيين لأي عمل قد يفسر بأنه ضرب من ضروب التحريض والكراهية شرطاً أساساً يجب على الصحفيين احترامه، وتجنب مخالفته.[xxvii]

ثالثاً: الأداء الموضوعي للرسالة الاتصالية:
وهو الركن الأصيل الذي تنبني عليه منظومة الإعلام في تناولها لقضايا حقوق الإنسان، فالفارق بين التحريض على الكراهية وإذكاء المقاومة يكمن في التداول الموضوعي للأخبار والتحليلات وغير ذلك، والتنوع الثقافي لا يمكن أن ينمو في بيئة متحيزة ثقافياً، كما أن انعدام الموضوعية من شأنه أن يفقد الجمهور الثقة في مصداقية وسائل الإعلام الأمر مما يؤدي على المدى المتوسط إلى فقدانها لجمهورها، وانعدام تأثيرها.
البيئة الداعمة لحقوق الإنسان:
ومن العرض السابق يتضح أن هناك العديد من المتطلبات التي يمكن القول بأن توافرها يمكِّن من دعم حقوق الإنسان، ويخلق بالتالي بيئة صالحة داعمة لحقوق الإنسان، سواء بالنسبة للقائمين بالاتصال، أو للجمهور.
وتتمثل أهم ملامح هذه البيئة فيما يلي:

1. **كفالة وضمان حرية التعبير ولوازمها.**
2. **حماية حقوق الصحفيين.**
3. **نشر وترسيخ قيم ومبادئ حقوق الإنسان في المناهج التعليمية.**

الإطار المنهجي للدراسة:
هدف الدراسة:
تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير البيئات الإعلامية المختلفة التي يعمل فيها القائم بالاتصال العربي في تأطير مفاهيمه ورؤاه حول قضية حقوق الإنسان، واستكشاف المتغيرات فاعلة التأثير في اتجاهاته نحو هذه القضية، وتقييم ممارستها على المستوى الفردي، والمؤسسي، والمجتمعي. وذلك بناءً على ارتباط المفاهيم الذاتية للقائم بالاتصال نحو القضايا التي يعالجها، وطبيعة ممارسته لها برؤيته الذاتية للقضية، ورؤية المؤسسة الإعلامية للقضية، ورؤية البيئة الإعلامية المتأثرة بالبناء السياسي، والاقتصادي، والثقافي، والفكري للمجتمع نحو هذه القضية.

أهمية الدراسة ودوافع اختيارها:

1. **حداثة مجال حقوق الإنسان في الدراسات الإعلامية.**
2. **توقف الدراسات العربية التي عالجت هذا الموضوع على البعد النظري دون القياس التطبيقي؛ حيث قامت بعض الدراسات بطرح ما يجب عمله على القائم بالاتصال تجاه قضية حقوق الإنسان.**
3. **اعتمدت الدراسات الأجنبية التي رصدت علاقة الإعلام بحقوق الإنسان على رصد الممارسة العملية لهذه الحقوق، في حين لم تخضع القائم بالاتصال، ورؤيته الذاتية، وطبيعة تأثير البيئة الإعلامية في هذه الرؤية للبحث، وانطلقت من مفاهيم رأتها مفاهيم معيارية على المستوى العالمي.**
4. **لم تقم أي من الدراسات العربية بقياس اتجاهات القائم بالاتصال نحو حقوق الإنسان، فضلاً عن قيامها بدراسة العوامل المؤثرة على هذا الاتجاه. وهو ما يكسب هذه الدراسة أهمية لسد هذا الفراغ العلمي في هذه النقطة.**
5. **عدم قيام الدراسات العربية باعتماد البيئة الإعلامية متغيراً رئيساً في الدراسات، وقياس علاقاتها باتجاهات القائم بالاتصال.**
6. **قابلية النتائج للتعميم على مستويين هما: اكتشاف تأثير البيئة الاتصالية على مفاهيم القائم بالاتصال وممارساته الاتصالية، واكتشاف الاتجاه نحو حقوق الإنسان بوصفها قضية يتصاعد الاهتمام بشأنها كل يوم.**

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير، وتحليل، وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها. [xxviii] **حيث تتم دراسة البيئة الاتصالية التي يعمل فيها القائم بالاتصال العربي، والخصائص العامة للقائم بالاتصال، والتعرف على اتجاهاته نحو حقوق الإنسان، ودراسة العلاقات والمتغيرات والمؤشرات والعوامل ذات الصلة كما هو موضح بفروض الدراسة.**

<u>الإطار النظري والدراسات السابقة:</u>

تعددت الدراسات والمداخل التي تناولت البيئة الإعلامية ذاتها، والعوامل المؤثرة فيها سواء أكانت هذه الدراسات تتركز بشكل كامل على الأبعاد النظرية العامة، أم بالتطبيق على بيئات إعلامية محددة، أو تلك التي

تناولت قضايا محددة كحقوق الإنسان، وطبيعة تناولها في السياق الاتصالي وتفاعلها معه.
كما تعددت النظريات التي تناولت تأثير البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال في تحديد مفاهيمه واتجاهاته، وتتركز في هذه الدراسة على نظريتي التأطير التنظيمي Framing in Organizations، و نظرية حراسة البوابة Gatekeeping.
وسوف يقوم الباحث بعرض أبعاد هذا التأثير على النحو التالي:

1. **تناول النظريات المفسرة لمشكلة البحث، وهي نظرية التأطير ونظرية حراسة البوابة.**
2. **تناول الدراسات التي اهتمت بدراسة البيئة الإعلامية وطبيعة السيطرة عليها بشكل عام.**
3. **تناول الدراسات التي ركزت على طبيعة البيئة الاتصالية العربية تحديداً.**
4. **تناول الدراسات التي ركزت على علاقة حقوق الإنسان بطبيعة الممارسة الإعلامية في عدة دول.**

ويأتي هذا الترتيب بهدف تحقيق أمرين رئيسين:

1. **تحديد البعد النظري المفسر لظاهرة الدراسة، وإيضاح أبعاد تطبيق فرضيات هذه النظريات على ظاهرة الدراسة.**
2. **استعراض الدراسات السابقة بما يساهم في بلورة وتحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق.**

النظريات المفسرة لظاهرة الدراسة:

نظرية التأطير الإعلامي:

تعد نظرية التأطير Framing هي النظرية الأكثر قابلية للتعامل مع ظاهرة الدراسة، ومؤدى هذه النظرية العام هو أن عملية التأطير هي نشاط نقدي يسعى لبناء الحقيقة الاجتماعية. وهذه الحقيقة الاجتماعية ليست مجردة، بل إنها تقوم على وجهة نظر المؤسسات العاملة في مجال صنع الحقيقة ومنظورها لأبعاد القوة الاجتماعية، وسابق خبرتها في التعامل معها. [xxix]

وتقوم هذه المؤسسات بالدور التفسيري اللازم لفهم الحقيقة الاجتماعية، وقد كان النشاط الأبرز لهذه النظرية يدور حول قدرة وسائل الإعلام على دفع الجماهير للتفكير في موضوع معين، وإكسابهم المدخلات التي يفكرون من خلالها، وبالتالي يتم التفكير داخل إطار محدد من قبل المؤسسة الإعلامية.

على أن الدراسات التي تناولت المنظمات، والمؤسسات الإعلامية ذاتها، رأت أن المؤسسة الإعلامية تقوم بحالة من التأطير لمفاهيم القائمين بالاتصال داخلها؛ وأن هذه المؤسسة ذاتها لا تعمل في الفراغ، بل ترتبط بمفاهيم ومتغيرات أعلى وأعم، تبدأ من قواعد تنظيم العمل داخل المؤسسة ذاتها، والسوق الذي تعمل فيه، وتنتهي بالثقافة السائدة في المجتمع. وهو ما أفرز تعديلاً في مجالات البحث في هذا المجال؛ حيث اتجهت بعض الدراسات نحو تنظير هذه الحالة ضمن المؤسسات، وقدرتها على تأطير رؤيتها على العاملين بها.

وهذا البعد الكامن وراء علاقة المؤسسة بالبيئة العاملة في إطارها ركز عليه فيرهيرست , ستار Fairhurst, G. & Star, R [xxx] **كما أكده كل من ديتز وتراسي وسيمسون** [xxxi] **Deetz, S.A., Tracy, S.J. & Simpson, J.L.**

حيث اتفقوا على أن نظرية التأطير المؤسسي ترتبط ارتباطاً مباشراً بالبيئة التي تعمل المؤسسة في إطارها، وأن عناصرها الرئيسة هي ثلاثة عناصر:

1. **اللغة: حيث هي الوسيط الناقل للمعنى، وهي ترتبط بالثقافة، ودلالة اللفظ اللغوي للمفاهيم هي التي تحدد الإطار.**
2. **التفكير: حيث بناء على المفهوم اللغوي ذي الدلالة تتحدد أطر التفكير إيجاباً أوسلباً.**
3. **التدبر *forethough*: وهو يشير إلى القدرة على التنبؤ، وإدراك عواقب التفكير ضمن الإطار الدلالي اللغوي.**

وقد حدد هالاهان Hallahan سبعة مستويات للتأطير ضمن المؤسسات الإعلامية هي:

1. **تأطير الموقف: حيث يتم تأطير الموقف الذي يتم فيه عملية الاتصال.**
2. **تأطير السمات: حيث يتم وضع سمات محددة إيجابية وسلبية حول مفهوم ما، أو موقف ما.**

3. تأطير الخيارات الخطرة: حيث يتم تحديد الخيارات ضمن ما هو خطر وما هو آمن.
4. تأطير الفعل: حيث يتم تأطير خيارات الفعل المتاحة، والمقبولة، والمرفوضة.
5. تأطير القضية: حيث يتم وضع كل قضية تتم معالجتها ضمن إطار للمعالجة الإعلامية قبولاً ورفضاً.
6. تأطير المسئولية: حيث يتم وضع إطار يحدد حدود المسئولية والواجبات ضمن العمل الإعلامي.
7. تأطير الأخبار: وهو وضع إطار لفهم الأخبار على مستوى القائم بالاتصال، ومن ثم نقله إلى الجمهور.[xxxii]

وبتطبيق هذه النظرية على ظاهرة الدراسة يتضح ما يلي:

1. أن القائم بالاتصال يعمل ضمن مؤسسة، هذه المؤسسة تعمل في إطار بيئة اتصالية تتشابك مع عناصر البيئة الاجتماعية الأعلى مثل البيئة التشريعية، والقيمية، والسياسية، والاقتصادية، والفكرية..الخ.
2. أن البيئة الاتصالية تحدد إطاراً لفهم حقوق الإنسان وتكسبها دلالة ما، وأن هذا المفهوم يرتبط بطبيعة التفكير ومستوى مساندة الفكرة، وطبيعة توقع التأثير الاجتماعي لمثل هذه الفكرة.
3. أن أطر المفاهيم تحدد مستويات الممارسة الإعلامية حينما تتناول قضية حقوق الإنسان إيجاباً أو سلباً، مساندة أو رفضاً.
4. أن مستويات الممارسة تدفع نحو تقويم حالة حقوق الإنسان في البيئة الإعلامية ومدى تطبيقها.

نظرية حراسة البوابة:

تشير تلك النظرية إلى العملية التي يتم من خلالها ترشيح، وانتقاء المعلومات والأفكار القابلة للنشر أو البث عبر وسائل الإعلام. [xxxiii]

وقد أسس هذه النظرية كيرت ليفين Kurt Lewin عام 1947 [xxxiv] وخلاصة النظرية أن المعلومات تمر بمجموعة من البوابات المتمثلة في القائم بالاتصال ذاته ورؤيته الذاتية للحدث، ثم المؤسسة الإعلامية عبر عدد من العوامل المؤثرة في تشكيل سياستها تجاه الأحداث، وهو ما ينتج معالجة اتصالية مختلفة بنسبة ما عن الحقيقة. [xxxv]

وعلى الرغم من بساطة هذه النظرية واعتبارها أمراً بديهياً في الإطار النظري الحالي، إلا أن ثمة تغييرات سعت إلى تعميق النظرية، وإكسابها أبعاداً أكثر عمقاً ودلالة، حيث تستعرض ليندا لي كايد Lynda Lee Kaid 2004 [xxxvi] الجهود النظرية لتطوير هذه النظرية وربطها بالسياقات العامة في البيئة الاتصالية الحديثة، وقد توصلت الباحثة إلى أن عملية حراسة البوابة الإعلامية هي نتاج تفاعلي لأربعة عوامل رئيسة هي:

1. الحس والاتجاه الشخصي للقائم بالاتصال.
2. معايير المؤسسة الإعلامية في تقييمها لأداء القائم بالاتصال، وعلاقة القائم بالاتصال بها.
3. الضغوط التي تمارس على المؤسسة وتتدخل في معالجتها الإعلامية للقضايا.
4. التقنيات الحديثة التي تسهل جمع ونقل المعلومات.

وفيما يلي عرض لأهم الاتجاهات البحثية التي عالجت ظاهرة الدراسة على جميع مستوياتها:

<u>دراسات اهتمت بدراسة البيئة الإعلامية وطبيعة السيطرة عليها بشكل عام</u>

حاول هالين ومانسيني (2004)Hallin and Mancini [xxxvii] وضع أسس جديدة توضح طبيعة النظم الاتصالية الحديثة وعوامل السيطرة ومكامن القوى فيها ورَأَيَا أن التطورات السياسية الحديثة قد أفرزت ثلاث نظم رئيسة تركزت في ثلاث نظم ليبرالية هي: النظام الليبرالي العام، وتمثله كندا والولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، النظام الديمقراطي التشاركي حيث للدولة دور في وضع القواعد المؤسسة لعمل وسائل الإعلام بما لا يخل بحريتها وليبراليتها وتمثله دول اسكندنافيا، وشمال أوربا، النظام الاستقطابي التعددي والذي تخضع فيه وسائل الإعلام للأحزاب السياسية ومراكز القوى الاجتماعية، وتمثله كل من فرنسا، وإسبانيا، وإيطاليا، واليونان وهو منتشر في دول البحر المتوسط الأوربية.

وقد حددا مجموعة من المتغيرات الحاكمة للبيئة الاتصالية وهي:

1) مستوى التعليم والتطور التاريخي للبيئة الاتصالية بما يوفر خبرات سابقة قابلة للتعامل مع جميع أنواع المتغيرات
2) السوق الاتصالي: ومدى تأثيره في إنتاج الرسائل الاتصالية وتقييدها
3) التعدد والتنوع السياسي: وهو ما يجعل أغلب القضايا قابلة للنقاش والطرح دون قيود، إضافة؛ لتأثيره في استقطاب الاتجاهات الإعلامية لخدمة أهداف كل جماعة سياسية.
4) دور الدولة: حيث تدخل الدولة في العمل الإعلامي يتحدد وفق أجندة ديمقراطية، أو ليبرالية، ورعاية الدولة لمبادئ الديمقراطية والتنوع وحقوق الإنسان تزيد من فعالية النظام الإعلامي والعكس صحيح
5) مستوى الاحتراف المهني لوسائل الإعلام: حيث القدرة المهنية أولاً، ووجود التقاليد المهنية ثانياً تحددان طبيعة الأداء الاتصالي الكفء من غيره.

دراسة كوران Curran 2002 [xxxviii] وهي التي ركزت في وضع أسس العلاقة بين مصادر القوة في المجتمع وتأثيرها على الأداء الإعلامي بالتركيز على البيئة الإعلامية الغربية؛ وقد حدد أهم المتغيرات الفاعلة في البيئة الاتصالية في سبعة متغيرات هي:

1. المتغير الثقافي: حيث الثقافة المستقرة والمتنوعة والمنفتحة أقدر في التعامل مع كافة القضايا والمفاهيم.
2. متغيرات الأمن الوطني والمتغيرات التأثيرية: حيث تطرح نفسها بوصفها عوامل مؤثرة في ملكية وسيلة الإعلام، وطبيعة إدارتها.
3. متغير الاستقرار الاجتماعي: حيث أداء وسائل الإعلام، وتناوله للقضايا، وطبيعة الملكية، والتنظيم ترتبط بهذا المتغير الذي تفرط بعض الوسائل في استخدامه بهدف تثبيت الأوضاع على ما هي عليه.
4. متغيرات السوق والاقتصاد: وسبق الإشارة إليها.
5. متغيرات العولمة: حيث تغير الهوية الوطنية إلى الهوية المعولمة يفرض أجندة عالمية للقضايا والمفاهيم والمعايير التي تتناولها وسائل الإعلام ضمن السياق المعولم.
6. متغيرات الإعلان: حيث تختلف طبيعة الضغوط الإعلانية على الوسيلة الإعلامية وفق قدراتها المالية، واستقلاليتها، وعوامل المنافسة.
7. المتغير التكنولوجي: وهو الذي يسمح للتغيير أن يصبح أكثر سرعة.

بينما ركزت دراسة بيكر Baker 2001 [xxxix] على أربعة أبعاد رئيسة هي التي تحدد طبيعة المنتج الاتصالي، ومراكز السيطرة عليه، والتحكم فيه، وجميعها تنطلق من أبعاد اقتصادية ذات تخللات غير اقتصادية وهي :

1. أن المنتج الاتصالي منتج يحمل مظاهر المنتجات العامة، ومفهوم المنتج العام من البعد الاقتصادي هو ذلك المنتج الذي لا يتأثر بقيام شخص آخر باستخدامه، وهو في هذا الصدد مثل خدمات الأمن العام، والمياه، والغاز..الخ، وهذا النوع من الخدمات لا يمكن تحمل نفقاته، وبالتالي يكون عرضه للسيطرة الاحتكارية من جانب القوى التي تستطيع تحمل تكلفته وهي إما قوى اقتصادية كبرى، أو حكومات.
2. أن المنتج الاتصالي هو أكثر المنتجات الاقتصادية عرضة للتخللات والتداخلات مع بقية المنتجات الفكرية، والثقافية، والاقتصادية، والحياتية، وهو بذلك يخضع لسيطرة القوى التي تسعى لجعل تناوله لهذه الشئون تناولاً إيجابياً أو سلبياً،مما يجعله أكثر المنتجات قابلية للاستقطاب والتوجيه.
3. أن ربح العملية الاتصالية لا يمكن الحصول عليه من قبل المستهلكين، ولكن يتم من خلال مراكز القوى الاقتصادية أو

السياسية، ومن هنا فإن القائم بالاتصال يبيع الفكرة، أو المفهوم للجماهير، ويتقاضى سعرها من هذه القوى.

4. أن وسائل الاتصال وهي تبيع جمهورها لهذه القوى فإنها تضفي قيمة ما على المنتج، هذه القيمة قد تكون سليمة، أو غير سليمة ولكنها في كل الأحوال تبدو وفق رؤية مراكز القوى.

ووفق هذه الرؤية يمكن القول: إن مراكز القوى المشار إليها تضع معايير مؤسسية تحكم عملية إضفاء القيمة على المنتج الاتصالي ذي الطابع الفكري، فإما تعليها أو تقلص من أهميتها، وفي كل الأحوال فإن مراكز القوى هذه تعمل وفق نظم أعلى تشريعية، وفكرية، وأيديولوجية، وهي في مجموعها تمثل البيئة الاتصالية العامة.

والمنطلق الاقتصادي ذاته هو ما انطلق منه كل من ألكسندر وكارفث وجيرسو وهوليفيلد وأورز (Alexander, Carveth, Greco, Hollifield, Owers 2004)[xl] حيث حددوا عدة أمور اقتصادية تمثل الدورة الاقتصادية للمنتج الاتصالي ومدى تداخلات بقية العناصر المجتمعية فيه وهي:

1. الاستهلاك: حيث تختلف طبيعة استهلاك المنتج الاتصالي عن بقية المنتجات الاقتصادية، ففي حين يؤدي الاستهلاك إلى النقصان، يؤدي الاستهلاك في المجال الإعلامي إلى التطوير والزيادة.
2. الاستثمار: حيث طبيعة الاستثمار الإعلامي مكلفة، وقابلة للاحتكار.
3. الرقابة والتنظيم وتدخل الدولة: حيث المنتج الاتصالي ليس حيادي القيمة بل هو متحيز القيمة، وهو ما يفتح مجالاً للتدخلات السياسية، والتشريعية، والاقتصادية، في محاولة تحييد القيمة المعروضة عبره أو جعلها متحيزة لهذه القوى.
4. الاقتصاديات الدولية: حيث أن وسائل الإعلام الآن تتحرر من قبضة العوائق الدولية المتمثلة في الجمارك وخلافه، لذا فهي أسهل المنتجات في الوصول لأسواقها الخارجية دون تحمل عبء تنظيمات داخلية إضافية.
5. المستهلك: حيث هي سلعة عامة يستخدمها المستهلك وفق احتياجاته، وهذه الاحتياجات قد تنبع من خارج وسائل الإعلام، أو قد تخلقها هذه الوسائل في نفسية المستهلك.
6. المؤسسات: حيث تقوم المؤسسات الإعلامية بوضع إجراءات، وإصدار قرارات تحدد طبيعة المنتج الإعلامي وفق رؤيتها الاقتصادية، وانتماءاتها الفكرية والسياسية.
7. السوق: حيث يغلب على السوق الإعلامي الحرية والمنافسة، وهو ما يستلزم اتخاذ تدابير مؤسسية إضافية لتحمل هذه الأعباء، وتتمثل هذه التدابير في إعادة تشكيل المحتوى الإعلامي.

هذا بالإضافة إلى تعرض الكتاب إلى المواقف الاقتصادية التي تعترض مسيرة المؤسسة الإعلامية مثل العرض والطلب، وتشوه السوق، إضافة إلى تحليلات مفصلة لهيكلة المؤسسات الإعلامية وجميعها يتم معالجته من خلال تطوير المحتوى أو الفكرة أو المنتج الاتصالي.

وقد قام كل من برايس وروزميلوفيتش وفيرهلست (Price, Rozumilowicz, Verhulst 2002)[xli] بدراسة عمليات الإصلاح الإعلامي في عدة دول هي الصين وأوزبكستان وإندونيسيا والبوسنة والأردن وأوغندا والأورجواي. وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي:

1. أن التغير الاجتماعي ينشئ حالة من الحراك نحو التغير السياسي، والتشريعي والاقتصادي.
2. أن المتغيرات التشريعية، والاقتصادية، والاجتماعية، هي التي تؤثر على التغير في المجال الإعلامي.
3. أن طبيعة هذه التغيرات تؤثر في هيكلة المؤسسات الإعلامية، وتحدد لها أدواراً جديدة، وممارسات مختلفة، وأساليب عمل مغايرة.
4. أن التصاق التغير الإعلامي بالتغيرات العالمية في المجال الاتصالي على مستوى إنتاج الرسالة، أو على مستوى الأفكار المطروحة يعزز من كفاءة هذا التغيير.
5. أن ارتباط الإعلام بمنظمات المجتمع المدني يدفع نحو تعزيز القيم الجديدة ويعزز حالة التغيير نحو الأفضل.
6. أن المتغيرات التكنولوجية تعد متغيرات محددة لطبيعة كفاءة العمل الإعلامي على المستوى الإنتاجي، والإبداعي، والتنظيمي.

وعلى الجانب المقابل يطرح رايموند كون وإريك نيفي (Raymond Kuhn, Erik Neveu 2002)[xlii] طبيعة الارتباط والتغير في المؤسسات الإعلامية الصحفية البريطانية وعلاقتها بالمؤسسة السياسية، ويؤكدان أن وسائل الإعلام الصحفية البريطانية في قابليتها الشديدة للاستقطاب السياسي -مع ذكر نماذج لهذه الاستقطابات- من الممكن أن تقوم بدور هدام في المجتمع البريطاني ضد التعددية والديمقراطية، ويؤكدان أن مستويات التعقيد والتشابك في المصالح الاقتصادية، والسياسية بين الصحف السياسية، والجماعات السياسية داخل بريطانيا قد صارت كفيلة بهدم الأسس الديمقراطية في المجتمع البريطاني.

<u>دراسات اهتمت بطبيعة تأثير البيئة الإعلامية العربية على العمل الإعلامي العربي</u>

دراسة رو Rugh 2004 الذي يرى أن نمط الملكية ليس هو المعيار الوحيد للفصل في مراكز القوى المؤثرة في البيئة الاتصالية، وإنما هو الارتباط بطبيعة النظام السياسي، والممارسة السياسية، ومدى توافر

الحريات العامة؛ إذ هي التي تشكل ملامح النظام الإعلامي، ويضع تصنيفاً يوضح رؤيته لعالم الاتصال العربي وعلاقته بالنظم السياسية على النحو الذي يطرحه الجدول التالي:

خريطة النظم الإعلامية العربية [xliii]

أبعاد النظام الإعلامي	نوع النظام			
	التعبوي	الموالي	المتنوع	الانتقالي
الملكية	النظام	خاصة	خاصة	مختلطة
التنوع	غير متنوع	غير متنوع	متنوع	متنوع
المعالجة لرؤية النظام	تأييد مطلق	مؤيدة	مؤيد ومعارض	مؤيد ومعارض
النمط والمعالجة	نشط	جامدة	سلبية	متنوعة
الظروف السياسية				
جماعات الحكم	ثورية	تقليدية	متنوعة	متنوعة
الجدالات العامة	منعدمة	منعدمة	نشطة	نشطة
المعارضة العامة	غير موجودة	غير موجودة	مؤسسة وشرعية	محدودة
الدول الممثلة لهذه النظم وفق أوضاع عام2003				
	سوريا	البحرين	لبنان	الجزائر
	ليبيا	عمان	المغرب	مصر
	السودان	فلسطين	الكويت	الأردن
		قطر	اليمن	تونس
		السعودية	العراق	
		الإمارات		

ويوضح الجدول السابق عدة أمور:

1. أن الباحث قد قسم الأنظمة العربية إلى أنظمة تعبوية: وهي أنظمة تمتلك وسائل الإعلام بشكل احتكاري، وتفتقد التنوع. وممارسات هذه الوسائل تنزع دائماً إلى تأييد النظام بشكل مطلق، وأن هذه الأنظمة هي أنظمة ثورية يختفي فيها الحوار، والجدال السياسي، وتختفي فيها المعارضة، وتمثلها سوريا وليبيا والسودان. وأنظمة موالية أو ولائية، ويسود فيها نمط الملكية الخاص، وتفتقد التنوع في تناولها للأحداث، وتعمل على تأييد النظام السياسي، وتتسم بالرسوخ والثبات، وتسود فيها أنظمة حكم كلاسيكية، وتفتقد وجود جماعات معارضة، وتمثلها البحرين، وعمان، وفلسطين، وقطر، والسعودية، والإمارات. وأنظمة متنوعة يسود فيها نمط الملكية الخاص، وتتسم بالتنوع في عملها الإعلامي، كما تتسم بالسلبية في معالجاتها الإعلامية، وهي تنتمي لأنظمة تتنوع فيها الجدالات العامة، وجماعات المعارضة، وتمثلها لبنان، والمغرب، والكويت،

والـيمن، والعـراق. وأنظمـة انتقاليـة تتنـوع فيهـا أنظمـة الملكيـة، وتتسـم معالجاتهـا بـالتنوع وتتنـوع فيهـا المعالجـات الإعلاميـة بـين مؤيـد ومعـارض، وتنشـط فيهـا الجـدالات السياسـية، وينحسـر فيهـا دور المعارضة للنظام، وتمثلها الجزائر، ومصر، والأردن، وتونس.

وتـأتي محاولـة كمـاليبور ومولانـا Kamalipour, Mowlana 1994 [xliv] فـي وضـع رؤيـة تفصـيلية لحالـة الإعـلام فـي العـالم العربـي، ودول الشـرق الأوسـط، وقيـاس فعاليتهـا، ونمـط ملكيتهـا، ودورهـا فـي عمليـة التنميـة، وهـي رغـم قـدمها النسـبي إلا أنهـا تؤكـد حالـة التفاعـل النشـط فـي العـالم العربـي بـين النظـام السياسـي والاجتمـاعي مـن جهـة، والإعلامـي مـن جهـة أخـرى وتأكيـدها لـدور هـذه الـنظم فـي التـأثير علـى صـياغة الرسـالة الإعلامية.

علـى حـين يؤكـد كـاتيليس Katulis 2005 [xlv] أن العوامـل المعيقـة لتقـدم الإعلام العربي بشكل عام تتمثل في ثلاث مشكلات رئيسة. هي:

1. ضـعف النظـام القضـائي القـادر علـى الفصـل فـي المنازعـات ذات الطـابع الإعلامـي، وهـو مـا يحـدد طبيعـة الممارسـة الإعلاميـة، ويبقيهـا فـي حدود بعيدة عن النقد الجاد والهادف.
2. طبيعـة الـنظم السياسـية، والبيئـة السياسـية التـي تتسـم فـي أغلـب الـدول العربيـة بـالقمع، ورفـض المعارضـة، وهـو مـا يجعـل القـائم بالاتصـال يعمل دائماً تحت التهديد.
3. ضـعف اقتصـاديات السـوق فـي المجـال الإعلامـي؛ وهـو مـا يجعـل أغلـب مصـادر التمويـل مـن جهـات غيـر إعلاميـة بعيـدة عـن المـوارد الطبيعيـة لاقتصـاديات العمـل الإعلامـي، وهـو مـا يجعـل المؤسسـات الإعلاميـة تعمل دائماً تحت وصاية القائم بالتمويل.

كمـا يؤكـد حسـن 2006 [xlvi] أن التقـارير الدوليـة تصـنف حالـة الحريـة فـي العـالم العربـي فـي أوضـاع متـأخرة كثيـراً بـين دول العـالم، وأن العلاقـة بـين المتغيـرات الاقتصـادية، والسياسـية، والاجتماعيـة، والمؤسسـية، والتنظيميـة، والتشـريعية مـن جهـة، ووسـائل الإعـلام فـي العـالم العربـي مـن جهـة أخـرى تبـدو مختلـة إلـى حـد كبيـر، فـلا هـي بالفاعلـة بشـكل مباشـر، ولا هـي بالمتـأثرة مـن النشـاطات الإعلاميـة العربيـة، وهـو مـا يشـير إلـى وضـع شديد التعقيد، وصعب الفهم.

وقد توصل إلى عدة نتائج لعل أهمها ما يلي:

أولا: أن حريـة الصـحافة فـي العـالم العربـي تأخـذ طريقـا معاكسـا لتطـور حريـة الصـحافة فـي الإعـلام الغربـي. حيـث ظهـرت حريـة الصـحافة فـي الغـرب باعتبارهـا نتاجـا طبيعيـا لحريـة التفكيـر والتعبيـر والتـي كانـت تتـزامن مـع ظهـور قـوى اقتصـادية موازيـة لقـوة الحكومـة حتـى أجبـرت تلـك الحكومـات علـى التخلـي عـن سـيطرتها علـى وسـائل الإعـلام باعتبـاره

خيارا طبيعيا لمجتمع تنمو وتتطور أنظمته بشكل متزامن ومتوازن. أما في العالم العربي فقد بدأنا الطريق من نهايته. صحافة تعمل – إن استطاعت - من اجل حرية التفكير والتعبير لتدعم قوة اقتصادية موازية للقوة الاقتصادية الحكومية، وتدعم ظهور كيانات سياسية موازية لنفوذ الحكومة السياسي.

ثانيا: إن قيام وسائل إعلام مستقلة تجد رعاية مستقلة عن الحكومة يتطلب وجود اقتصاد مستقل هو الآخر عن التدخل الحكومي، وهذا غير متحقق بالقدر الكافي في كثير من الدول العربية.

ثالثا: يعانى الإعلام العربي حالة من التجزئة الاقتصادية لقدراته التي تعوقه عن النمو والمنافسة. فصناعة الإعلام في العالم العربي صناعة خاسرة حتى الآن بسبب الملكية الحكومية السائدة التي تفرض -بالإضافة إلى قيود الحرية- إدارة غير اقتصادية لتلك المؤسسات بما يؤثر على كافة جوانب الصناعة من المهنية وحتى القدرة على النمو.

رابعا: إن صناعة الإعلام أصبحت واحدة من الصناعات الرأسمالية التي تتطلب استثمارات عالية نسبيًا في ظل المنافسة العالمية بين الوسائل الإعلامية المختلفة. وتواجه صناعة الإعلام في العالم العربي مشكلات التمويل لسببين رئيسيين:

1- أن هياكل التمويل في صناعة الإعلام العربي بدون استثناء هياكل وطنية سواء أكانت حكومية، أم خاصة، أم مشتركة، على الرغم من أن عددا كبيرا من وسائل الإعلام العربية يعمل على أساس عابر للحدود PAN ARAB ولا تزال ذات ملكية قطرية.

2- أن فرص التضامن المالي في العالم العربي ضعيفة لأسباب سياسية، على الرغم مما يمكن أن يوفره من إنتاج برامجي يقلل من الواردات البرامجية، ويزيد من إمكانيات التضامن بين الصحف العربية في تقديم تغطية إخبارية أكثر تميزا واستقلالية.

خامسا: هناك سيطرة واضحة من القوى المحافظة على الإعلام العربي وهى قوى لا تقل خطورة وأهمية في مجال حرية التعبير عن السيطرة الحكومية.

سادسا: إن النتائج النهائية لحرية الصحافة مرهونة بتطور آخر متزامن ومتوازن في بقية الأنظمة العاملة في المجتمع العربي. فالكشف عن الانحراف والفساد ومراقبة الأداء الحكومي - وهو ما يفترض أن تقوم به الصحافة- يتطلب تغييرا في العلاقة بين السلطات، وتفعيل دور كل منها في إطار من التوازن فيما بينها، أو الاستقلال عن بعضها البعض.

دراسات ركزت على علاقة حقوق الإنسان بطبيعة الممارسة الإعلامية في عدة دول وأقاليم.

وهي دراسات اهتمت بعلاقة وسائل الإعلام بحقوق الإنسان. ومنها على سبيل المثال:

دراسة حقوق الإنسان والصحافة في العالم العربي (2005) [xlvii] وهي الصادرة عن اتحاد الصحفيين الدولي بالتعاون مع الاتحاد الأوربي ، وقد تعرضت هذه الدراسة إلى علاقة وسائل الإعلام بحقوق الإنسان في العالم العربي، وقد تضمنت دراسة حالة كل من السودان، وفلسطين، وعرب 1948 داخل الكيان الصهيوني، وجمهورية لبنان، وسوريا، والأردن، ومصر.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الدول العربية تختلف في حمايتها لحقوق الإنسان عامة، وبخاصة في المجال الإعلامي على درجات متفاوتة بين الاستبداد والقهر، وبين نسبة من الحرية الممنوحة للصحافة، إلا أنها رصدت بشكل واضح ومباشر حالة انتهاكات خطيرة لحقوق الإنسان في جميع هذه الدول كما رصدت تهديدات، وممارسات ضد حرية التعبير باعتبارها من حقوق الإنسان في المجال الإعلامي، وذلك بغض النظر عن مدى حقوق الإنسان الممنوحة في الدساتير، والقوانين الوطنية، ومدى الحرية الإعلامية الممارسة داخل كل دولة.

وهو ما يعني التالي:

1. وجود انفصال بين التشريع والممارسة في مجال حقوق الإنسان، والحريات الإعلامية.
2. معاناة الدول الأكثر حرية في المجال الإعلامي مثل لبنان من ممارسات لاضطهاد الصحفيين واغتيالهم، وهو ما يشير إلى وجود قصور في حمايتهم بشكل واضح.
3. وجود قيود وانتهاكات جسيمة لحقوق الإنسان في جميع الدول المدروسة دون استثناء.
4. غياب الإطار المفاهيمي للربط بين حقوق الإنسان واحترامها كجزء من البناء الديمقراطي المأمول في الدول العربية.
5. محاصرة نشاطات منظمات المجتمع المدني في مجال حقوق الإنسان، وحرية الصحافة.

دراسة تسايجن لي وتشارلز سانتكير Xigen Li and Charles St. Cyr 1998 [xlviii] حيث قام الباحثان بتحليل مضمون صحيفة النيويورك تايمز في تغطياتها لقضايا حقوق الإنسان في الصين، وقد أسفرت الدراسة عن أن التايمز قد وضعت أجندتها الخاصة بمعالجة قضايا حقوق الإنسان بشكل ينفصل عن أجندة مؤسسة الرئاسة الأمريكية في معالجتها لهذه القضايا في بعض الأحيان؛ ففي حين تهتم مؤسسة الرئاسة باتفاقيات التجارة مع الصين تطرح التايمز معالجتها الخاصة بحقوق الإنسان باعتبارها اهتمامًا رئاسيًا، وعلى مدى عشر سنوات تبين وجود حالة من

الشفافية في معالجات التايمز لهذه القضايا بعيداً عن الأجندة السياسية مع وجود حالة من الفصل المهني للتايمز بين هذه القضية، وقضايا السياسة الخارجية الأمريكية.
ولا شك أن هذا الفصل بين السياسة العامة، والسياسة الخاصة للمؤسسة الإعلامية لا يمكن أن يتم إلا في إطار بيئة إعلامية مؤهلة لذلك مثل البيئة الأمريكية.

دراسة ديفيد بارك David J. Park 2002 [xlix] والتي تناولت وسائل الإعلام، والديمقراطية، وحقوق الإنسان في الأرجنتين، والتي تمت من خلال مشروع بحثي في عام 1997، والتي تكامل فيها البعد الميداني المتعلق بدراسة قدرة منظمات المجتمع المدني العاملة في مجال حقوق الإنسان على الوصول للمعلومات في مجالها؛ إضافة إلى دراسة تحليلية لأجندة وسائل الإعلام الأرجنتينية في معالجتها لقضيتي حقوق الإنسان، والديمقراطية. وقد أسفرت الدراسة عن عدد من النتائج المتعلقة بحقوق الإنسان حيث أثبتت الدراسة أن منظمات المجتمع المدني العاملة في مجال حقوق الإنسان لا تتوافر لديها القدرة على الوصول للمعلومات عبر وسائل الإعلام؛ كما أن وسائل الإعلام لم تقم بتغطيات حقيقية في هذا المجال بشكل عام، ولأنشطة هذه المؤسسات بشكل خاص. وقد ركزت الدراسة على أن أهم العوائق أمام نشر ثقافة حقوق الإنسان وتغطياتها عبر وسائل الإعلام، وأن أهم العوامل المؤثرة في وضع أجندة وسائل الإعلام تجاه هذه القضية بالتحديد قد تمثلت في صلات المؤسسة الإعلامية بمراكز القوى الاقتصادية، والسياسية، والملكية الأجنبية لوسائل الإعلام، وعنف النظام تجاه الصحافة الحرة، والعوائق التي وضعتها آليات السوق الحرة أمام تجربة التحول الديمقراطي في الأرجنتين، كل هذه العوامل حجبت تغطيات حقوق الإنسان عن الرأي العام في الأرجنتين.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تحديد مشكلة الدراسة:

وبناءً على فرضيات النظريات السابقة والمعالجات البحثية لها نستطيع تحديد مشكلة الدراسة فيما يلي:

أن البيئة الإعلامية بشكل عام تتداخل فيها العديد من المتغيرات المؤثرة على تأطير المفاهيم والمعالجات الإعلامية لقضية حقوق الإنسان، وان البيئة الإعلامية العربية تحمل في داخلها الكثير من التباينات على مستوى الفهم والممارسة لهذه القضية بالتحديد، وبالتالي فإن مشكلة الدراسة تتحدد في دراسة تأثير البيئات الإعلامية المختلفة في تأطير المفاهيم، والقيود، وطبيعة التقييم حول هذه القضية كمتغيرات رئيسة، إضافة إلى وضع الأبعاد الفردية للقائم بالاتصال العربي قيد الاختبار؛ لدراسة تأثيرها على المتغيرات الرئيسة.

أساليب المعالجة البحثية

وعلى هذا الأساس فإن هذه الدراسة تقوم على معالجة مشكلة الدراسة وفق الخطوات التالية:

1. **وضع عدد من البيئات الإعلامية قيد الاختبار.**
2. **قياس الاتجاه العام نحو حقوق الإنسان لدى القائم بالاتصال في هذه البيئات، ومن ثم استكشاف عناصر التأطير المؤثرة في هذا الاتجاه والتي تتمثل في:**
   - **أ. تحديد الإطار المفاهيمي لحقوق الإنسان في كل بيئة.**
   - **ب. تحديد إطار القيود المعيقة لحقوق الإنسان في بيئات الدراسة.**
   - **ج. تحديد البعد التقويمي لتطبيق مبادئ حقوق الإنسان على ثلاث مستويات هي: داخل المؤسسة، وعلى مستوى المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، وعلى مستوى العالم العربي كله.**
3. **وضع العناصر الديموجرافية والوظيفية قيد الاختبار كعوامل مؤثرة في التأثر بالإطار الموضوع من قبل البيئة الاتصالية من عدمه.**

وعلى هذا الأساس تم وضع تساؤلات وفروض الدراسة التي جاءت كما يلي:

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تستهدف التساؤلات والفروض إلى أمرين هما:

1. **التعرف على ملامح وسمات البيئة الإعلامية، وخصائص وسمات القائم بالاتصال، وقياس مستويات الاتجاه نحو حقوق الإنسان، وهو ما تقوم عليه تساؤلات الدراسة.**
2. **كشف أبعاد علاقات التأثير والتأثر المتبادل بين متغيرات الدراسة، وهو ما تهدف إليه فروض الدراسة على ثلاثة مستويات وهي الموضحة بعد.**

أولاً: تساؤلات الدراسة:

1. **ما خصائص بيئة العمل الإعلامي التي يعمل فيها القائم بالاتصال ؟**
2. **ما الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة ؟**
3. **ما السمات الوظيفية لعينة الدراسة ؟**
4. **ما اتجاهات عينة الدراسة نحو حقوق الإنسان ؟**

ثانياً فروض الدراسة:

بُنيت فروض الدراسة على عدة مستويات، هي:

المستوى الأول: ويقيس علاقات سمات القائم بالاتصال مع البيئة الاتصالية التي يعمل فيها المبحوثون.

ويهدف هذا المستوى إلى كشف العلاقة بين البيئة الاتصالية والقائم بالاتصال على المستوى الديموجرافي، والوظيفي، بمعنى كشف أي البيئات الإعلامية المدروسة أكثر اهتماماً بالشباب، وأي البيئات الإعلامية كانت هي الأكثر توازناً على مستوى توظيف الذكور والإناث، وأيها كانت تشتمل على قائمين باتصال ذوي مستوى معين من الخبرة، وطبيعة التوزيع الوظيفي القيادي وغير القيادي في كل بيئة، وغير ذلك. وقد تمثل هذا الأمر في فرضين رئيسين هما :

الفرض الأول: تختلف المتغيرات الديموجرافية للقائم بالاتصال وفق البيئة الإعلامية التي يعمل بها.

الفرض الثاني: تختلف المتغيرات الوظيفية للقائم بالاتصال وفق البيئة الإعلامية التي يعمل بها.

المستوى الثاني: ويقيس علاقات سمات القائم بالاتصال مع اتجاهاته نحو حقوق الإنسان.

حيث يهدف هذا المستوى إلى التعرف على تأثير المتغيرات الديموجرافية، والوظيفية في تشكيل اتجاهات القائم بالاتصال نحو قضية حقوق الإنسان، فتكشف عن تأثير النوع، والسن، وتأثير المستوى الوظيفي، ونوع الوسيلة التي يعمل بها إلى غير ذلك على اتجاهاته نحو هذه القضية.

وقد تمثل ذلك في فرضين رئيسين هما:

الفرض الثالث: تتأثر اتجاهات القائم بالاتصال نحو قضية حقوق الإنسان وفق متغيراته الديموجرافية.

الفـرض الرابـع: تتـأثر اتجاهـات القـائم بالاتصـال نحـو قضـية حقـوق الإنسـان وفق متغيراته الوظيفية.
المسـتوى الثالـث: ويقـيس علاقـات الأطـر المفاهيميـة، وأطـر القيـود المعيقـة، وأطر التقييم مع البيئة الاتصالية.
حيث يهدف هذا المستوى إلى دراسة تأثير البيئة الاتصالية في تحديد الأطر المختلفة نحو حقوق الإنسان، المتمثلة في مفهوم حقوق الإنسان، والقيود المعيقة لحقوق الإنسان، وتقييم مستويات تطبيق حقوق الإنسان. وقد تمثل هذا في ثلاثة فروض رئيسة هي:
الفـرض الخـامس: تـؤثر البيئـة الاتصـالية فـي تحديـد مفـاهيم القـائم بالاتصـال نحو حقوق الإنسان.
الفـرض السـادس: تختلـف أنـواع القيـود المعيقـة لحقـوق الإنسـان مـن وجهـة نظر القائمين بالاتصال وفق البيئة الاتصالية التي يعملون بها.
الفـرض السـابع: تتـأثر الرؤيـة التقويميـة لمسـتويات تطبيـق حقـوق الإنسـان للقائمين بالاتصال بالبيئة الاتصالية التي يعملون فيها.

أداة الدراسة:

تم اعتماد أسلوب الاستقصاء كأداة بحثية، حيث تم تصميم استمارة شملت متغيرات البحث، وبعد إجراء اختبارات الصدق والثبات تم تطبيقها على عينة الدراسة.

1. **الصدق: حيث تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين الذين أقروا بصلاحيتها للتطبيق، وقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة.** [1]
2. **الثبات: وقد تنوع قياس الثبات بين أمرين هما:**

أ. **ثبات الأداة: حيث تم قياس الثبات بأسلوب إعادة الاختبار على عينة مثلت 10% من مفردات العينة بعد 10 أيام من ملء الاستمارة الأولى، وقد بلغت نسبة الثبات 91.2 وهي نسبة تشير إلى ثبات الاستمارة.**

ب. **ثبات المقياس: حيث تم تصميم مقياس تجميعي لعدد من العبارات التي قاست الاتجاه نحو حقوق الإنسان، وقد جاءت جميع العبارات وفق معامل Alpha الإحصائي أعلى من قيمة معامل Alpha القياسي للمقياس التي بلغت 0.7832 وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي لأوزان العبارات التي تقيس الاتجاه نحو حقوق الإنسان.**

عينة الدراسة:

تحددت عينة الدراسة في القائمين بالاتصال العرب في الوسائل الإعلامية المختلفة (صحافة - إذاعة (راديو وتليفزيون) في ثلاث بيئات إعلامية هي البيئة القطرية، والبيئة الإماراتية، والبيئة البريطانية، وقد تم إجراء الدراسة على عينة بلغت 280 مبحوثاً.

دوافع اختيار العينة:

بما أن الباحث يهدف إلى الوصول لأفضل تمثيل عربي للقائم بالاتصال، فقد أجرى مسحاً استطلاعياً للتعرف على أكثر البيئات الإعلامية التي تضم خليطاً عربياً من القائمين بالاتصال، وقد توصل الباحث إلى أن البيئات الثلاث المذكورة هي أكثر البيئات اشتمالاً على الجنسيات العربية، حيث اشتملت عينة الدراسة على 15 جنسية عربية.

وقد جاء وضع هذا بناء على معيارين هما:

1. **المعيار الأول: ضرورة عدم تأثر المبحوث بطبيعة وظروف الممارسة الاتصالية داخل دولته التي قد تنخفض فيها مستويات احترام حقوق الإنسان، مما قد يؤثر على صدقية المبحوثين أثناء إجراء الدراسة داخل هذه الدول، وهو ما جعل إجراء الدراسة خارج الدول الأكثر انتهاكاً لحقوق الإنسان -حسب التقارير المشار إليها سلفاً في مقدمة الدراسة- أمراً واجباً.**

2. **المعيار الثاني: ويقوم على ضرورة خلو سجل الدولة النسبي من انتهاكات لحقوق الإنسان خاصة فيما يتعلق بضمان حرية التعبير المتمركز في الممارسة الإعلامية.**

ونلاحظ خلو سجل الإمارات العربية المتحدة، وقطر (باستثناء الإشارة إلى بعض القيود المتعلقة بإنشاء الصحف وفق القانون رقم 8 لسنة 1979)، وبريطانيا من أية قيود على حقوق الإنسان العامة، حيث تركزت أهم التحفظات على الدولتين العربيتين في أساليب معاملة العمالة الأجنبية [li]، وارتكزت في بريطانيا على ما يتعلق بإيرلندا الشمالية. [lii]

وقد قام الباحث بتوزيع عدد 150 استمارة لكل دولة، حيث أمضى الباحث أسبوعين في كل دولة لإجراء الدراسة الميدانية، وقد بلغ عدد الاستمارات المسترجعة 323 استمارة فقط، تم استبعاد بعضها لأخطاء في ملء البيانات مما وصل بحجم العينة إلى 280 مفردة.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.11 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية التي جاءت على النحو التالي:

<u>أولاً- المقاييس الوصفية وتشمل:</u>

الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قام الباحث بعرض متغيرات الدراسة في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط. وهو ما يوفر المؤشرات الكمية المطلوبة للتعرف على مجتمع البحث.

<u>ثانياً- تصميم القياس التجميعي:</u>

حيث تم تصميم مقياس من مجموعة من العبارات التي قاست الاتجاه نحو حقوق الإنسان.

<u>ثالثاً- الاختبارات الإحصائية:</u>

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس مدى وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد تنوعت بين متغيرات اسمية Nominal ووزنية Scale ذات المصداقية الأعلى بين الاختبارات الإحصائية. وتمثلت أهم هذه الاختبارات في:

- **اختبار كا^2 Chi^2 Pearson: ويقوم بالكشف عن الفروق بين التكرارات بين متغيرين سواء اشتملت هذه المتغيرات على مجموعتين، أو أكثر من ذلك.**
- **معامل فاي Phi: ويقوم بقياس مدى شدة العلاقة بين متغيرين في الجداول الثنائية 2X2.**

- **معامـل التوافـق Contingency: ويقـوم بقيـاس مـدى شـدة العلاقـة بين متغيرين في الجداول غير الثنائية.**
- **اختبار T.Test لقياس الفروق الوزنية بين مجموعتين فقط.**
- **اختبـار One Way ANOVA F لقيـاس الفـروق الوزنيـة بـين أكثـر من مجموعتين.**

<u>مسـتوى الدلالـة المعتمـد فـي هـذه الدراسـة:</u> اعتمـد الباحـث علـى مسـتوى دلالـة يبلغ 0.05 وذلك لاعتبار فروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

([i]) Amy Hawthorne: Reform in the Arab World: a New Ferment. Carnegie Papers, Middle East Series No.52, October 2004

([ii]) التقرير الاستراتيجي العربي 2004/2003. قسم التفاعلات الدولية (القاهرة: مؤسسة الأهرام، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية) 2005.
http://acpss.ahram.org.eg/ahram/2001/1/1/RARB59.HTM

([iii]) عبدالغفار شكر: دور المجتمع المدني في بناء الديمقراطية. منشورات لجان إحياء المجتمع المدني في سوريا. 2004/10/27
http://www.mowaten.org/pivot/civil-society/01-05/civil-society-15012005-01.htm

([iv]) Jeffrey Scheuer : Democracy and Media . Dissent Magazine , Summer , 2004 .
http://www.dissentmagazine.org/article/?article=356

[v] رالف كيتشام: المواطنية والحكم الديمقراطي الرشيد. قضايا الديمقراطية. مجلة إلكترونية تصدر عن مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، عدد: أسس الديمقراطية، ديسمبر 2005 ، النسخة العربية.
http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1205/ijda/ketcham.htm

[vi] إلين هيوم: حرية الصحافة. قضايا الديمقراطية. مجلة إلكترونية تصدر عن مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، عدد: أسس الديمقراطية ديسمبر 2005، النسخة العربية
http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1205/ijda/hume.htm

(vii) Robert Machesney: Rich Media Poor Democracy. Illinois University Press . USA .1999. Review Article on web http://www.press.uillinois.edu/f99/mcchesney.html

(viii) Theodore L. Glasser, Stephanie Craft : Public Journalism and the Search for Democratic Ideals . Stanford University . 2000

(ix) Kendra M. Deppe: The Media and Democracy in Russis . MA , Naval Postgraduate School , University of Monterey , Canada , June 2005

(x) Chee Soon Juan: Media in Singapore . The Research Institute for Asia and the Pacific , University of Sydney . 2000

http://www.usyd.edu.au/riap/research/publications/chee.htm

(xi) Goran Hyden, Michael Leslie, and Folu F. Ogundimu: Media and Democracy in Africa. Uppsala: Nordiska Afrikainstitutet, 2002. published at African Studies Review , April 2004 . p 260

(xii) Amal Jamal : Media Politics and democracy in Palestine .. Political Culture , Phralism and the Palestine authority . Middle east Studies , Sussex Academic Press , London . 2005

(xiii) راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في العالم العربي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001 ص 43 وما بعدها بتصرف

([xiv]) Reporters without Borders , Worldwide Press Freedom Index 2006. available online http://www.rsf.org/article.php3?id_article=19388

([xv]) منظمة العفو الدولية، تقرير 2006: الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 2006. http://ara.amnesty.org/report2006/2md-summary-ara

([xvi]) United Nations , Universal Declaration of Human Rights available online at: http://www.un.org/rights/50/decla.htm

([xvii]) الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية 2006 http://www.hrinfo.net/docs/undocs/iccpr.shtml

([xviii]) for further details review: www.unesco.org

([xix]) Reporters without Borders , The state of Press Freedom worldwide in 2006. available online at: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=9592

([xx]) اتحاد الصحفيين الدولي، إعلان الرباط، 2003 http://www.ifjmed.net/rabatdec.php

([xxi]) اتحاد الصحفيين الدولي: بالتعاون مع الاتحاد الأوربي، حقوق الإنسان والصحافة في العالم العربي، بروكسل، 2005، ص 7، 8

([xxii]) المنظمة العربية لحقوق الإنسان واتحاد الصحفيين العرب وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي والمفوضية السامية لحقوق الإنسان، التوصيات الصادرة عن ندوة " الإعلام وحقوق الإنسان، 21، 22 يناير 2003.

([xxiii]) UNESCO , Declaration of Principles on Tolerance , Proclaimed and signed by the Member States of UNESCO on 16 November 1995 , available online at: http://www.unesco.org/tolerance/declaeng.htm

([xxiv]) اليونسكو، النصوص الأساسية في مجال الاتصال، منشورات منظمة اليونسكو، بدون تاريخ، ص 71، 72

([xxv]) صندوق الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية 2004، النسخة العربية، بيروت، مطبعة كركي ص 15 وما بعدها

(xxvi) اليونسكو، إعلان بشأن المبادئ الأساسية الخاصة بمساهمة وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية والفصل العنصري والتحريض على الحرب، أصدره المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة في دورته العشرين، يوم 28 تشرين الثاني/نوفمبر 1978، منشورات جامعة مينسوتا، 2006 http://www1.umn.edu/humanrts/arab/b018.html

([xxvii]) اتحاد الصحفيين الدولي، بالتعاون مع الاتحاد الأوربي، حقوق الإنسان والصحافة في العالم العربي. مرجع سابق ص21

([xxviii]) سمير حسين، بحوث الإعلام، الطبعة الثانية القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص 131

([xxix]) Kirk Hallahan , Seven Models of Framing: Implications for Public Relations, Journal of Public Relations Research. Volume: 11. Issue: 3. 1999. P 207.

([xxx]) Fairhurst, G. & Star, R. , The art of Framing , San Francisco , Jossey-Bass. 1996

(xxxi) Deetz, S.A., Tracy, S.J. & Simpson, J.L., Leading organizations. Through Transition , London , Sage Publications , 2000, P 67

(xxxii) Kirk Hallahan , op , cit , p 209-223

(xxxiii) White, David Manning , "The 'Gatekeeper': A Case Study In the Selection of News, In: Lewis A. Dexter / David M. White (Hrsg.): People, Society and Mass Communications , London Sage publications , 1964. p 160 - 172. " P 162

(xxxiv) Lewin, Kurt, Frontiers in Group Dynamics, Human Relations, v. 1, no. 2, 1947, p. 145.

(xxxv) For further Details review:

- Michael B. Salwen, Don W. Stacks , An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates , 1996, p 79-90
- Snider, P.B. , 'Mr.Gates; revisited: A 1966 version of the 1949 case study, Journalism Quarterly 44 (3) , 1967 , p 419-427.
- Berkowitz, D. , Refining the gatekeeping metaphor for local television news, Journal of Broadcasting & Electronic Media 34 (1) , 1990 , p 55-68.

- Willis, Jim, Editors, readers and news judgement, Editor and Publisher, v. 120, no. 6, (February 7, 1987). p. 14-15
- Dimmick, John, The gate-keeper: An uncertainty theory, Journalism Monographs, no. 37, 1974.

(xxxvi) Lynda Lee Kaid , Handbook of Political Communication Research, Mahwah, NJ , Lawrence Erlbaum Associates, 2004 , p293-305

(xxxvii) Daniel C. Hallin , Paolo Mancini , Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics , Cambridge University Press , 2004

(xxxviii) James Curran , Media and Power , London: Routledge. , 2002

(xxxix) C. Edwin Baker , Media, Markets and Democracy , Cambridge , Cambridge University Press. 2001, p 8 - 15

(xl) Alison Alexander, Rod Carveth, Albert N. Greco, C. Ann Hollifield, James Owers (editors) Media Economics: Theory and Practice , Mahwah, NJ. Lawrence Erlbaum Associates , 2004 , p 3 – 43)

(xli) Monroe E. Price , Beata Rozumilowicz , Stefaan G. Verhulst , Media Reform Democratizing the Media, Democratizing the State , London , Routledge, 2002 , p 254 - 268

([xlii]) Raymond Kuhn, Erik Neveu (Editors), Political Journalism: New Challenges, New Practices , London: Routledge, 2002

([xliii]) William A. Rugh , Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics, Westport, CT , Praeger, 2004 , p 253

([xliv]) Yahya R. Kamalipour, Hamid Mowlana (editors) Mass Media in the Middle East: A Comprehensive Handbook, Greenwood Press., Westport, CT., 1994

([xlv]) Brian Katulis , Three Keys to the Cowed Arab Media , Mar 2005 available online at:
http://www.americanprogress.org/issues/2005/05/b701607.html

([xlvi]) حمدي حسن، هياكل الملكية وتأثيرها على حرية الصحافة. ورقة مقدمة إلى ورشة العمل العربية الإقليمية حول تأثير هياكل الملكية وتداول المعلومات على حرية الصحافة في العالم العربي الغردقة 14-16 ديسمبر 2006

([xlvii]) اتحاد الصحفيين الدولي بالتعاون مع الاتحاد الأوربي، حقوق الإنسان والصحافة في العالم العربي، مرجع سابق

([xlviii]) Xigen Li and Charles St. Cyr , human Rights in China: A Pawn of A Political Agenda? A Content Analysis of The New York Times (1987-1996) Michigan State University , 1998

(xlix) David J. Park , Media, Democracy, and Human Rights in Argentina Journal of Communication Inquiry, Vol. 26, No. 3, 2002 , p 237-260)

([i]) تم عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الإعلام بجامعات (الملك سعود، والإمام محمد بن سعود ، والشارقة، والأزهر، والقاهرة، ومصر الدولية)

([ii]) يمكن مراجعة التقارير الخاصة بالدول العربية ضمن فهرس حقوق الإنسان في الدول العربية التابع للبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة

قطر

http://www.arabhumanrights.org/countries/humanrights.asp?cid=15

الإمارات العربية

http://www.arabhumanrights.org/countries/humanrights.asp?cid=2

([iii]) لوحظ خلو تقرير منظمة مراسلون بلا حدود لعام 2007 من الدولتين العربيتين والتركيز على معاملة بريطانيا لبعض الانتهاكات في ايرلندا الشمالية.يمكن مراجعة نص التقرير

http://www.rsf.org/IMG/pdf/rapport_ar.pdf

مراجع الدراسة

أولاً المراجع العربية والمعربة:

1. اتحاد الصحفيين الدولي: بالتعاون مع الاتحاد الأوربي، حقوق الإنسان والصحافة في العالم العربي، بروكسل، 2005.
2. اتحاد الصحفيين الدولي، إعلان الرباط، 2003

http://www.ifjmed.net/rabatdec.php

3. الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية 2006

http://www.hrinfo.net/docs/undocs/iccpr.shtml

4. المنظمة العربية لحقوق الإنسان واتحاد الصحفيين العرب وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي والمفوضية السامية لحقوق الإنسان، التوصيات الصادرة عن ندوة " الإعلام وحقوق الإنسان، 21، 22 يناير 2003.
5. اليونسكو، إعلان بشأن المبادئ الأساسية الخاصة بمساهمة وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية والفصل العنصري والتحريض علي الحرب، أصدره المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة في دورته العشرين، يوم 28 تشرين الثاني/نوفمبر 1978، منشورات جامعة مينسوتا، 2006
http://www1.umn.edu/humanrts/arab/b018.html
6. اليونسكو، النصوص الأساسية في مجال الاتصال، منشورات منظمة اليونسكو، بدون تاريخ.
7. حمدي حسن، هياكل الملكية وتأثيرها على حرية الصحافة. ورقة مقدمة إلى ورشة العمل العربية الإقليمية حول تأثير هياكل الملكية وتداول المعلومات على حرية الصحافة في العالم العربي الغردقة 14-16 ديسمبر 2006.
8. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في العالم العربي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001.
9. سمير حسين، بحوث الإعلام، الطبعة الثانية القاهرة، عالم الكتب، 1995.
10. صندوق الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية 2004، النسخة العربية، بيروت، مطبعة كركي.
11. منظمة العفو الدولية، تقرير 2006: الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 2006.
http://ara.amnesty.org/report2006/2md-summary-ara

ثانياً: المراجع الأجنبية:

12. Alison Alexander, Rod Carveth, Albert N. Greco, C. Ann Hollifield, James Owers (editors) Media

Economics: Theory and Practice , Mahwah, NJ. Lawrence Erlbaum Associates , 2004.

13. Berkowitz, D. , Refining the gatekeeping metaphor for local television news, Journal of Broadcasting & Electronic Media 34 (1) , 1990.

14. Brian Katulis , Three Keys to the Cowed Arab Media , Mar 2005 available online at: http://www.americanprogress.org/issues/2005/05/b701607.html

15. C. Edwin Baker , Media, Markets and Democracy , Cambridge , Cambridge University Press. 2001.

16. Daniel C. Hallin , Paolo Mancini , Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics , Cambridge University Press , 2004

17. David J. Park , Media, Democracy, and Human Rights in Argentina Journal of Communication Inquiry, Vol. 26, No. 3, 2002.

18. Deetz, S.A., Tracy, S.J. & Simpson, J.L., Leading organizations. Through Transition , London , Sage Publications , 2000.

19. Dimmick, John, The gate-keeper: An uncertainty theory, Journalism Monographs, no. 37, 1974.

20. Fairhurst, G. & Star, R. , The art of Framing , San Francisco , Jossey-Bass. 1996

21. James Curran , Media and Power , London: Routledge. , 2002

22. Kirk Hallahan , Seven Models of Framing: Implications for Public Relations, Journal of Public Relations Research. Volume: 11. Issue: 3. 1999.

23. Lewin, Kurt, Frontiers in Group Dynamics, Human Relations, v. 1, no. 2, 1947.

24. Lynda Lee Kaid , Handbook of Political Communication Research, Mahwah, NJ , Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

25. Michael B. Salwen, Don W. Stacks , An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates , 1996.

26. Monroe E. Price , Beata Rozumilowicz , Stefaan G. Verhulst , Media Reform Democratizing the Media, Democratizing the State , London , Routledge, 2002.

27. Raymond Kuhn, Erik Neveu (Editors), Political Journalism: New Challenges, New Practices , London: Routledge, 2002

28. Reporters without Borders , The state of Press Freedom worldwide in 2006. available online at: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=9592

29. Reporters without Borders , Worldwide Press Freedom Index 2006. available online http://www.rsf.org/article.php3?id_article=19388

30. Snider, P.B. , 'Mr.Gates; revisited: A 1966 version of the 1949 case study, Journalism Quarterly 44 (3) , 1967.

31. UNESCO , Declaration of Principles on Tolerance , Proclaimed and signed by the Member States of UNESCO on 16 November 1995 , available online at: http://www.unesco.org/tolerance/declaeng.htm

32. United Nations , Universal Declaration of Human Rights available online at: http://www.un.org/rights/50/decla.htm

33. White, David Manning , "The 'Gatekeeper': A Case Study In the Selection of News, In: Lewis A. Dexter / David M. White (Hrsg.): People, Society and Mass Communications , London Sage publications , 1964.

34. William A. Rugh , Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics, Westport, CT , Praeger, 2004 ,

35. Willis, Jim, Editors, readers and news judgement, Editor and Publisher, v. 120, no. 6, (February 7, 1987).

36. Xigen Li and Charles St. Cyr , human Rights in China: A Pawn of A Political Agenda? A Content Analysis of The New York Times (1987-1996) Michigan State University , 1998

37. Yahya R. Kamalipour, Hamid Mowlana (editors) Mass Media in the Middle East: A Comprehensive Handbook, Greenwood Press., Westport, CT., 1994

نموذج
4
أمريكا والتسويق السياسي للديمقراطية
دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي الأمريكي الرسمي في الشرق الأوسط

التسويق السياسي أحد الأسس التي تعتمدها النظم والأحزاب السياسية والمرشحين السياسيين لتسويق شخصياتهم وبرامجهم ومبادئهم السياسية، وهو يعتمد على مجموعة من الاتصالات المتكاملة لتحقيق هذا الغرض.

وتمثل وسائل الاتصال الجماهيري العنصر الأساسي الذي يتم الاعتماد عليه لتحقيق مثل هذا الغرض، خصوصاً على مستوى النظم السياسية حين ترغب في تسويق مبادئها وأفكارها سواء على المستويين الداخلي أو الخارجي.

الولايات المتحدة الأمريكية هي أكبر الدول ترسيخاً لفكرة التسويق السياسي، وباعتبارها القوة العظمى الأكبر في العالم، فإنها تسعى لتنويع قنوات الاتصال الخارجية في محاولة لتسويق أفكارها ومشروعاتها.

و قضية الديمقراطية هي القضية الأهم في الأجندة المعلنة للسياسة الأمريكية، ويأتي اهتمام الولايات المتحدة بنشر الديمقراطية على اعتبار أن النصر الذي تحقق في الحرب الباردة كان مرجعه الرئيس إلى الاعتماد على الديمقراطية في مواجهة الأنظمة الشمولية، وعلى هذا الأساس فقد شكلت الديمقراطية الإطار الشرعي لسيطرة الولايات المتحدة على العالم، وبات أي مشروع سياسي خارجي يتطلب الاعتماد على قاعدة أساسية من المبادئ والسياسات والإستراتيجيات التي تستلهم الديمقراطية سواء على مستوى الادعاء أو الفعل الحقيقي.

وبالتالي فإن الديمقراطية شكلت محوراً رئيساً تتبناه الولايات المتحدة في خطابها الاتصالي الرسمي وغير الرسمي في إطار السعي لتحقيق أهدافها على المستوى العالمي.

وقد ركزت الولايات المتحدة على الشرق الأوسط منذ أمد بعيد على اعتباره يمثل أهمية إستراتيجية للولايات المتحدة الأمريكية تتمثل في الموقع الجغرافي الذي يتحكم في طرق المواصلات الرئيسة حول العالم، وهي أهمية جيوسياسية دائمة ومستمرة، كما يتمثل في أنه المورد الرئيس للطاقة في العالم المتمثلة في النفط، والتي تمثل بالنسبة للولايات المتحدة مصدراً لا يمكن الاستغناء عنه، إضافة إلى أن منطقة الشرق الأوسط مثلت المنطقة القائدة للاتجاهات المناهضة للولايات المتحدة في العالم بعد انقضاء فترة الحرب الباردة والتي اتخذت أشكالاً عديدة وصلت إلى ذروتها في أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م.

وهو ما دفع الولايات المتحدة لتبني مشروعات في منطقة الشرق الأوسط تبرر وتسيِّر سياساتها خاصة بعد احتلال كل من العراق وأفغانستان، وتمثلت أهم هذه المشروعات في مشروع الإصلاح السياسي أو ما اصطلح على تسميته (بالدمقرطة)، ومشروع الحرب على الإرهاب، ومشروع الشرق الأوسط الكبير، ومشروع حقوق الإنسان، ومشروع السلام. وتمحورت جميع هذه المشروعات حول فكرة أساسية هي تبني الديمقراطية ومبادئها وآليات تنفيذها.

ولقد اعتمدت الولايات المتحدة على تسويق هذه الأفكار على النشاطات الاتصالية الرسمية وغير الرسمية، وهو ما خلق اهتماماً جلياً بفكرة الديمقراطية في المنطقة بل يمكن القول إن هذه النشاطات الاتصالية مترافقة مع الضغوط السياسية فرضت نفسها على دول الشرق الأوسط على مستوى الشعوب والحكومات ووسائل الاتصال حتى صارت قضية الديمقراطية مسألة جدلية ومحور اهتمام دول الشرق الأوسط.

وإذا كانت وسائل الاتصال الأمريكية غير الرسمية قد تتسم معالجاتها للديمقراطية ببعض الاختلاف نتيجة للاستقطابات السياسية والفكرية والحزبية، فإن الإعلام

الأمريكي الرسمي قد تبنى خطاباً متسقاً للديمقراطية بهدف نشرها والترويج لها على مستوى الشرق الأوسط، ويتمثل الإعلام الرسمي الأمريكي في شقين:

1. الشق الصادر عن هيئة الاستعلامات الأمريكية ويضم: قناة الحرة التليفزيونية، وإذاعة صوت أمريكا الشاملة راديو سوا الناطق باللغة العربية، وهو يمثل خطاباً رسمياً في إطار غير معلن، ويتخذ أشكالاً غير مباشرة في الترويج للسياسة الأمريكية، ويدعي اتسامه بالمعالجة الموضوعية للمحتوى الاتصالي.
2. الشق الصادر عن وزارة الخارجية الأمريكية والذي يمثل الخطاب الرسمي الصريح والمعلن للإدارة الأمريكية، والذي يصدر عنه العديد من الإصدارات المكتوبة . غالباً . ويتم توجيهه للعالم عبر السفارات الأمريكية، ومكاتب الاتصال بوزارة الخارجية، وعبر شبكة الإنترنت، وتعد نشرة واشنطن أهم الإصدارات الموجهة بالعربية وهي نشرة يومية كانت توجه في الأساس إلى السفارات العربية في الولايات المتحدة الأمريكية إضافة إلى قيام السفارات الأمريكية بتوزيعها على المؤسسات الإعلامية والرسمية في الدول العربية، حتى صارت ذات مدى أوسع عند ظهورها على شبكة الإنترنت على موقع وزارة الخارجية الأمريكية.

الخطاب الإعلامي الرسمي الأمريكي حين يتناول الديمقراطية ويسعى للترويج لها يقوم على مستويين رئيسين:

الأول: المستوى المعياري:

وهو المبادئ التي يتم الإعلان عنها كأطر مرجعية لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية.

الثاني: مستوى الممارسة أو التطبيق:

والذي يتجلى في التعبير اليومي للخطاب الإعلامي الرسمي عن ممارسات الإدارة الأمريكية.

وعلى هذا تأتي هذه الدراسة لتحاول تحليل الخطاب الإعلامي الرسمي الأمريكي على مستوى التطبيق وقياس مصداقيته واتساقه مع المستوى المعياري لاستكشاف مدى الاتفاق والاختلاف بين المستويين، ولتقييم أساليب التسويق السياسي الأمريكي في خطابها الإعلامي الرسمي.

تهدف هذه الدراسة إلى إخضاع الخطاب الإعلامي الرسمي الأمريكي للدراسة على كل من المستوى المعياري الذي يمثل الإطار المرجعي للسياسة الأمريكية ومستوى الممارسة أو التطبيق والذي يمثل الإطار الفعلي لتطبيق المبادئ والإستراتيجيات الواردة في المستوى المعياري لاستكشاف مدى تماسك أساليب التسويق السياسي الذي تتبعها الولايات المتحدة في خطابها الإعلامي بالتطبيق على قضية الديمقراطية في الشرق الأوسط، بهدف التعرف على الفروق بين المبادئ التي تعلنها وتتبناها الإدارة الأمريكية فيما يخص الديمقراطية، والسلوك الفعلي الذي يتم التعبير عنه في النشرة الإعلامية الرسمية الصادرة عن وزارة الخارجية الأمريكية المسماة نشرة واشنطن.

لذلك تم تحديد متغيرات الدراسة في بعدين رئيسين هما:

1. الأبعاد المتعلقة بطبيعة صناعة محتوى الرسالة الاتصالية الرسمية الأمريكية.
2. الأبعاد المعبرة عن السلوك الأمريكي تجاه القضايا محل الدراسة.

من خلال اختبار العلاقات بين متغيرات الدولة، والقضية، والشخصية المستهدفة مع كل من:

أ – درجة الاتفاق مع المبادئ الديمقراطية المعلنة في الرسالة الأمريكية.

ب – المشروع الذي تتبناه الإدارة الأمريكية.

ج – مستوى تحرك الإدارة الأمريكية تجاه القضية.

وكذلك اختبار العلاقة بين كل من المتغيرات الثلاث سالفة الذكر.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها مما يلي:

1. ندرة البحوث والدراسات التي عالجت الإعلام الأمريكي الرسمي الصرف المتمثل في إصدارات وزارة الخارجية.
2. إن المشروع الأمريكي للديمقراطية في الشرق الأوسط قد حاز على نسبة عالية من التشكك في المحيط العربي العام، وهو ما يستدعي إخضاع الخطاب الإعلامي الأمريكي للدراسة المتعمقة للكشف عما إذا كانت بواعث التشكك في محلها أم لا.
3. إن الكشف عن التناقضات والاختلافات أو الاتساقات بين المستويين المعياري ومستوى الممارسة للخطاب الإعلامي الرسمي الأمريكي يحدد فعالية أساليب التسويق السياسي الأمريكي للديمقراطية، مما يمكن معه إرساء البعد التقييمي لهذا الخطاب.

التسويق السياسي

تطور مفهوم التسويق السياسي عبر العقود الأخيرة وفيما يلي أهم التعريفات: حيث يرى (Gronroos 1990 In O'Shaughnessy, N. 2001) [iii] أنه يعني: السعي نحو تأسيس، والتعامل مع، وتعزيز العلاقة مع الجمهور المستهدف (المستهلكين) على مدى طويل، والذي يمكن من خلاله تحقيق المنفعة لمجتمع ما، بما ينتج في النهاية تلاقي المصالح لكل من الساسة كأفراد، والمؤسسات السياسية، والجمهور. بينما يعرفه (Clemente, M. N. (1992)[iii] بأنه تسويق الأفكار والآراء المتعلقة بالقضايا العامة السياسية والتي يتم تعميمها لإقناع الجماهير باتخاذ سلوك سياسي ما.

ويرى (O'Cass 1996) [iii] بأنه يعني تحليل وتخطيط وتنفيذ، والتحكم في البرامج السياسية والانتخابية وذلك عبر تصميم وبناء والتعامل مع حالة تبادل المنفعة بين الساسة والجمهور بغرض تحقيق أهداف سياسية مشتركة.

أما (lock & Harris 1996) [iii] فيعرفانها بأنها تلك النشاطات المعنية بالإستراتيجيات، والأساليب التي يمكن من خلالها تحقيق الوعي بهذه الإستراتيجيات وإكسابها الأثر على مستوى بناء الاتجاهات، وخلق الوعي، وتحديد

درجة استجابة الجمهور المستهدف، ومدى إشعاره بالتقاء تلك النشاطات مع رغباته.

ويمثل هذا التعريف الأخير أقرب التعريفات لحالة الدراسة، حيث إن الخطاب الإعلامي الرسمي الأمريكي يستهدف وضع الاستراتيجيات وإرساء المبادئ الديمقراطية على المستوى المعياري، ويقوم بتوجيهها عبر ممارسات إعلامية محددة تتمثل في نشرة واشنطن على مستوى الممارسة بهدف تحقيق الوعي وبناء الاتجاه وإشعار المواطن في الشرق الأوسط بالتقاء هذه النشاطات مع رغباته وآماله.

آليات التسويق السياسي وأبعاده:

يحدد (Hughes & Dann, 2007) [lii] الآليات والعمليات المتضمنة في عمليات التسويق السياسي والتي تحددت في مجموعتين رئيستين من العمليات هما:

- إنه يمثل مجموعة من العمليات التي تستهدف خلق وتوصيل القيمة للمستهلكين.

وعليه فإن خلق القيمة يعد عملية أساسية تتحد حولها النشاطات الاتصالية لتنتج أثرها، ولا يجب أن تكون هذه القيمة ثابتة وراسخة وحسب، ولكن ينبغي أن ترتبط هذه القيمة بشعور المستهلك بقابليتها للتطبيق والارتباط بحياته على المستوى العملي، وعليه فإن اعتماد الديمقراطية من قبل الولايات المتحدة الأمريكية كان يستهدف عدة مراحل وفق هذه الرؤية:

1. ترسيخ المفهوم الديمقراطي.
2. إكساب القيمة على المفهوم.
3. التأكيد على قدرة الولايات المتحدة على الضغط لتحقيق هذا المفهوم في شكل ممارسة فعلية لجماهير الشرق الأوسط.

- يمثل مجموعة من العمليات التي تستهدف إدارة العلاقة على أساس المنفعة بين الساسة (أفراداً ومؤسسات) والمستهلكين[liii].

وعليه فإنه ينبغي ربط قيمة الديمقراطية على أساس قابليتها لتحقيق منفعة مباشرة وجوهرية لجماهير الشرق الأوسط، كما ينبغي أن تكون إدارة العلاقة بين الولايات المتحدة والشرق الأوسط قائمة على المنفعة المباشرة لكلا الطرفين. وقد قامت الولايات المتحدة بهذا الأمر على النحو التالي:

1- ربط الديمقراطية بمشروعات ذات منفعة محددة وشملت:

أ0 منفعة اقتصادية: كمشروع الشرق الأوسط الكبير.

ب0منفعة سياسية: كالإصلاح السياسي.

ج0 منفعة أمنية: كالحرب على الإرهاب والسلام.

د. منفعة اجتماعية: كحقوق الإنسان والمرأة والأقليات.

1. ربط تطبيق هذه المشروعات بحوافز اقتصادية أو عدم تطبيقها بعقوبات اقتصادية أو أساليب قسر سياسية بأنواعها.

وهكذا يتضح أن الولايات المتحدة قد اتبعت أساليب التسويق السياسي على أعلى مستوى ممكن من الحرفية والتنظيم الناتجة عن خبراتها السابقة في هذا المجال، ولكن تظل هذه الأساليب ناجعة وفعالة على المستوى النظري حتى الآن.

البعد المعياري:

الديمقراطية في الخطاب الإعلامي الأمريكي الرسمي

تحددت الديمقراطية في الخطاب الإعلامي الأمريكي الرسمي المنشور في موقع وزارة الخارجية الأمريكية على مستويين هما:

أولاً: أسس عامة تتعلق بمفهوم الديمقراطية ذاته، حيث ترى الولايات المتحدة أن كل نظام يخرج عن هذه الأسس العامة يعد نظاماً غير ديمقراطي وهي: [lii]

1. حكومة ممثلة عن طريق الاقتراع المباشر من جموع المواطنين.
2. الديمقراطية مؤسسة للحرية وحامية لها.

3. تحول الديمقراطية دون ظهور أنظمة الحكم المركزية، في مقابل تشجيع إنشاء ومنح سلطات واسعة لحكومات إقليمية ومحلية.
4. حماية حقوق الإنسان وعلى رأسها حرية التعبير والاعتقاد والمساواة وحق إقامة تنظيمات اجتماعية.
5. تتأسس الديمقراطية على الانتخابات الحرة التي تتمتع بوجود منافسة حقيقية ومتوازنة بين قوى متكافئة.
6. مسؤولية الأفراد في المشاركة ودعم النظام الديمقراطي.
7. الالتزام بقيم التسامح وانتهاج الحلول الوسط.

ثانياً: مبادئ الديمقراطية وآلياتها التفصيلية:

تتحدد المبادئ العامة للديمقراطية وآلياتها التفصيلية في العناصر التالية:

1. حاكمية الدستور وقلة احتمالات تغييره، وتضمينه المبادئ الرئيسة للديمقراطية والحرية على أساس الفصل بين السلطات.
2. الفيدرالية.
3. تدرج آليات سن القوانين من المجالس المحلية ومجالس الولايات حتى المجالس القومية.
4. استقلال القضاء والرقابة على تنفيذ الدستور.
5. تمكين الرئيس من ممارسة سلطات موازية لسلطات المجالس النيابية والقضائية، بما يغاير النموذج الديمقراطي البرلماني.
6. حرية وسائل الإعلام، والتأكيد على دورها الرقابي.
7. حق الشعب في المشاركة في النشاطات السيادية (المحلفين في النظام القضائي، جلسات المشاركة والاستماع العامة في المجالس النيابية، التقرير الرئاسي الأسبوعي).
8. تمكين جماعات المصالح من العمل بحرية بين الجماهير، والتأكيد على الدور السياسي لمنظمات المجتمع المدني.
9. السيطرة المدنية على المؤسسات العسكرية[iii].

المبادئ والآليات التفصيلية كما وردت بموقع وزارة الخارجية الأمريكية:

الدستورية:

ينبغي أن يتم صنع القوانين ضمن أُطر معينة؛ فلا بد أن تكون هناك أساليب موافقاً عليها لوضع القوانين ولتعديلها، وهناك بعض المجالات، كحقوق الأفراد تحديداً، ينبغي أن تكون في منأى عن أهواء حكم الأكثرية. الدستور هو قانون، ولكنه في الوقت نفسه أكثر من ذلك بكثير. إنه الوثيقة الأساسية للحكم، هي التي تحدد صلاحيات مختلف سلطات الحكم، كما ترسم حدود السلطة. من أبرز مميزات الحكم الدستوري أن هذا الإطار الأساسي لا يجوز تعديله بسهولة وفقاً لرغبات الأكثرية. فمثل هذا الأمر يتطلّب رضا المحكومين المعبّر عنه بصورة جلّية وواضحة. ففي الولايات المتحدة، تم تعديل الدستور 27 مرة فقط منذ العام 1787 وقد جعل واضعو الدستور عملية تعديله صعبة، لكنها غير مستحيلة. معظم التعديلات التي طاولت الدستور الأميركي زادت من الديمقراطية بتوسيعها مدى الحقوق الفردية وإلغائها للفوارق التي كانت قائمة بين الناس على أساس العرق أو الجنس. لم يتم تناول أيّاً من هذه التعديلات بخفة، وعندما تمّ تبنّيها، كانت كلها قد حظيت بتأييد أكثرية كبيرة من الشعب.

*** الانتخابات الديمقراطية:**

مهما كان تصميم نظام الحكم جيداً، لا يمكن اعتباره ديمقراطياً إلاّ إذا كان المسؤولون الذين يقودون نظام الحكم ذاك منتخبين بحرية من قبل المواطنين وبطريقة تُعتبر حرة ومنصفة للجميع. قد تختلف آليات الانتخابات بين بلد وآخر، ولكن الأمور الجوهرية تبقى واحدة لكل المجتمعات الديمقراطية، وهي: تمكّن كل المواطنين ذوي الأهلية من الاقتراع، وحماية الناس من ممارسة أي نفوذ عليهم لدى ممارستهم حق الاقتراع، وفرز وعدّ الأصوات بطريقة تتسم بالصراحة والصدق. وبما أن عملية التصويت تتعرّض دائماً، وعلى نطاق واسع، لأخطاء، وربما لتزوير، ينبغي بذل ما يمكن من الجهود لتحاشي حصول ذلك قدر الإمكان، وهكذا، إذا حصلت مشكلة في هذا المجال أو كانت النتائج متقاربة جداً، كما حصل في

الانتخابات الرئاسية الأميركية عام 2000، سيدرك الناس أنه رغم مثل هذه الصعوبات يُمكن للنتائج أن تظل مقبولة وملزمة لهم.

* الفدرالية.. حكومات الولايات.. والحكومات المحلية:

الولايات المتحدة فريدة في نظام حكمها الفدرالي، حيث تتشارك في قدرة وممارسة الحكم والسلطة حكومة قومية، مع حكومات للولايات، وحكومات محلية. وفي حال لم يلائم هذا النموذج دولاً أخرى، تبقى فيه دروس يمكن الاستفادة منها. فبقدر ما تكون الحكومة بعيدة عن الشعب، بقدر ما تقل فعاليتها، وبقدر ما تقل الثقة بها. لكن وجود حكومات للولايات وحكومات محلية، يسمح للأميركيين رؤية بعض مسؤوليهم المنتخبين عن كثب. ويمكنهم ربط السياسات والبرامج مباشرة بالرجال والنساء الذين وضعوها والذين يطبقونها. إضافةً إلى ذلك، تجعل لا مركزية السلطة من الأصعب بكثير تولي السلطة بطريقة غير مشروعة. إن المبدأ القائل بوجوب أن تتميز السلطات والمسؤوليات في الأنظمة الديمقراطية بصفة اللامركزية قد لا يهم كثيراً في البلدان الصغيرة المتجانسة السكان نسبياً، ولكنه يمكن أن يكون عنصر وقاية مهماً في البلدان الكبيرة المتنوعة السكان.

* سن القوانين:

يسجّل التاريخ أن البشر بدأوا بسنّ قوانين رسمية منذ خمسة آلاف سنة. ولكن تتباين بشدة الأساليب التي تعتمدها المجتمعات المختلفة في وضع الأنظمة التي تعيش في ظلها، وذلك بدءاً من فرض مشيئة ملوك يتصرّفون كآلهة إلى تصويت الأكثرية لاجتماعات أهالي القرى. في الولايات المتحدة، يتم وضع القوانين على مستويات عدة، بدءاً من المجالس المحلية في البلدات والقرى، إلى الهيئات التشريعية في الولايات، وإلى كونغرس الولايات المتحدة. ولكن في كل من هذه المستويات، يكون للمواطنين إسهام كبير، إما مباشرة أو بصورة غير مباشرة. فهيئات صنع القوانين تعرف أنها مسؤولة أمام ناخبيها، وأنها إذا لم تشرّع بما فيه

مصلحة الشعب، فإنها ستواجه الهزيمة في الانتخابات المقبلة. الأمر الأهم في صنع القوانين بطريقة ديمقراطية ليس الآلية التي يتم فيها، ولا المكان الذي يحصل فيه، لكن الشعور بالخضوع إلى محاسبة المواطنين وضرورة تلبية رغبات الشعب.

*القضاء المستقل:

ذكر ألكسندر هاملتون في مقالات كتبها في مجلة الفدرالي عامي 1788 و1789 أن المحاكم، التي لا تسيطر لا على القوات العسكرية ولا على الإنفاق، هي "السلطة الأقل خطراً" بين سلطات الحكم. رغم هذا، يمكن للمحاكم أن تكون شديدة التأثير في الأنظمة الديمقراطية، وتُعتبر بطرق عدّة الوسيلة التي يتم بواسطتها تفسير التقييدات الدستورية وتطبيقها. بوسع المحاكم في الولايات المتحدة، أن تُعلن بطلان قرارات أو قوانين تصدر عن الكونغرس وعن الهيئات التشريعية في الولايات باعتبارها مخالفة للدستور، كما في وسعها منع تطبيق إجراءات يتخذها الرئيس على نفس الأساس أيضاً .المدافع الأكبر عن حقوق الناس في الولايات المتحدة هو النظام القضائي؛ وهذا ممكن لأن معظم القضاة يُعيّنون في مناصبهم لمدى الحياة، وبذلك يمكنهم التركيز على الأمور القانونية دون أن تصرفهم الأمور السياسية عن ذلك. في حين أن المحاكم الدستورية ليست كلها متماثلة، ينبغي أن تكون هناك هيئة لها سلطة تحديد ما يقوله الدستور، وتحديد متى تتجاوز سلطات الحكم المختلفة صلاحياتها.

* صلاحيات الرئاسة:

لا بد أن يكون لكل المجتمعات العصرية رئيس تنفيذي قادر على القيام بمسؤوليات الحكم، بدءاً من الإدارة البسيطة لبرنامج ما، وحتى قيادة القوات المسلحة للدفاع عن الوطن أيام الحرب. لكن يجب التنبه إلى وجوب إعطاء مثل هذا المسؤول ما يكفي من الصلاحيات للقيام بمهامه، وفي الوقت نفسه، الحد من سلطته كي لا يصبح دكتاتوراً. يرسم الدستور في الولايات المتحدة، حدوداً واضحة لصلاحيات الرئيس. وفي حين يُشكّل منصبه أحد أقوى المناصب في العالم، فإن قوته تنبع من رضى المحكومين ومن قدرة شاغل البيت الأبيض على العمل بانسجام مع سلطتي

الحكم الأخريين. الأمر المهم، هنا أيضاً، ليس كيفية تنظيم عمل الرئاسة، ولكنه القيود المفروضة على ذلك المنصب بموجب مبادئ متّبعة مثل مبدأ "الفصل بين السلطات". في الحكم الديمقراطي، على الرئيس أن يحكم مُعتمداً على مهاراته السياسية، ليقيم إطار عمل للتعاون مع السلطة التشريعية، ولكن في المقام الأول مع الشعب نفسه. في نفس الوقت، يجب أن يشعر المواطنون بالثقة من أن القيود الدستورية تضمن أن يكون الرئيس، أو رئيس الوزراء، خادماً للشعب لا سيّده.

دور وسائل الإعلام الحرة:

ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بحق الناس في المعرفة هو وسائل الإعلام الحرة، أي الصحف وشبكات الإذاعة والتلفزيون، التي يمكنها التقصّي عن أعمال الحكم ونشر أخبارها دون خشية من الملاحقة. كان القانون العام البريطاني يعتبر أي انتقاد للملك (وتبعاً لذلك الحكومة بكاملها) جريمة تُعرف بجريمة تشهير للتحريض على الفتنة. ألغت الولايات المتحدة هذه الجريمة، وأرست مكانها نظرية خاصة بالصحافة أفادت الديمقراطية كثيراً. في دولة تكثر فيها تعقيدات الحياة، قد لا يكون في وسع مواطن ما أن يترك عمله للذهاب إلى إحدى المحاكم وحضور المحاكمات، أو لحضور مناقشات الهيئات التشريعية، أو التقصّي عن كيفية عمل برنامج حكومي مُعيّن. ولكن الصحافة تعمل بمثابة وكيل عن المواطن، بحيث تنقل إليه بواسطة وسائل الإعلام المنشورة، والمرئية، والمسموعة ما تتبيّنه من هذه الأمور كي يصبح بإمكانه التصرف وفق ما حصل عليه من معلومات. في الأنظمة الديمقراطية، يعتمد المواطنون على وسائل الإعلام للتخلّص من الفساد، وكشف سوء تطبيق العدالة، أو عدم كفاءة وفعالية عمل جهاز حكومي معيّن. لا يمكن لأي بلد أن يكون حراً دون وسائل إعلام حرة، ويعتبر إسكات صوت وسائل الإعلام من دلائل قيام حكم دكتاتوري.

* دور جماعات المصالح:

خلال القرن الثامن عشر، وجزء لا بأس به من القرن التاسع عشر، كان صنع القوانين بمثابة حوار بين الناخبين وممثليهم المنتخبين في الكونغرس، أو في

حكومات الولايات والحكومات المحلية. وحيث كان عدد السكان قليلاً، والبرامج الحكومية محدودة، والاتصالات بسيطة، لم يكن المواطنون بحاجة إلى مؤسسات أو منظمات وسيطة لمساعدتهم على إيصال آرائهم إلى من يريدون. ولكن في القرن العشرين، أصبحت المجتمعات أكثر تعقيداً، كما أصبح دور الحكومة أكثر اتساعاً. هناك اليوم الكثير من القضايا التي يريد الناخبون التحدث عنها، ومن أجل إسماع أصواتهم في صدد قضايا معيّنة، ينشئ المواطنون مجموعات لوبي، ومجموعات تدافع عن مصالح عامة أو خاصة وتعمل على تحقيقها، ومنظمات غير حكومية تُكرّس نفسها للعمل في سبيل قضية مُعيّنة. هناك الكثير من الانتقاد داخل البلاد لهذه الناحية من الديمقراطية الأميركية، ويدّعي البعض أن تلك المجموعات من أصحاب المصالح التي لديها الكثير من المال يمكنها إسماع صوتها بصورة أفضل مما تستطيعه مجموعات مصالح أخرى محدودة الموارد. بعض هذا الانتقاد محق، ولكن الواقع هو أن هناك مئات من هذه المجموعات تساعد في توعية الناس وصانعي السياسة عن أمور معينة، وبذلك تساعد الكثير من الناس ممن لا تتوفر لديهم الموارد لتعريف آرائهم للمشرّعين في عصر يسوده التعقيد. الآن، وقد وصلنا عصر الإنترنت، سيزداد عدد هذه الأصوات، وستساعد هذه المنظمات غير الحكومية على تحسين وتركيز مصالح المواطن بطريقة فعّالة.

*حق الشعب في أن يعرف:

قبل هذا القرن، إذا أراد الناس أن يعرفوا كيف تعمل حكوماتهم، كانوا يتوجهون إلى مقر الاجتماعات للإصغاء إلى المناظرات والمناقشات. أما اليوم، فهناك بيروقراطيات ضخمة معقّدة، وقوانين وأنظمة يقع بعضها في مئات الصفحات، وعملية تشريعية، حتى ولو كانت خاضعة للمحاسبة من قبل الشعب، قد تكون مبهمة ليسمح لأكثرية الناس بفهمها. في النظام الديمقراطي، على أعمال الحكم أن تكون شفافة قدر الإمكان، أي أن المداولات والقرارات يجب أن تكون مُتاحة لتدقيق الناس. من الواضح أنه لا يجوز أن تكون كل أعمال الحكومة علنية، ولكن للمواطنين الحق في معرفة كيف تُصرف أموال الضرائب التي تجبى منهم، وما إذا

كانت المحاكم تتمتع بالكفاءة والفعالية، وما إذا كان المسؤولون المنتخبون يتصرفون بمسؤولية. إن كيفية توفير مثل هذه المعلومات تختلف بين حكومة وأخرى، ولكن ما من حكم ديمقراطي بوسعه العمل بسرية تامة.

حماية حقوق الأقليات:

إذا كانت "الديمقراطية" تعني حكم الأكثرية، تبقى كيفية معاملة الأقليات من أهم مشاكلها. لا نعني بتعبير "الأقليات" الناس الذين صوتوا ضد الحزب الفائز أو الجهة الفائزة في الانتخابات، بل أولئك الذين يختلفون بصورة جليّة عن الأكثرية بسبب العرق، أو الدين، أو الأصل الإثني. المشكلة الكبرى في الولايات المتحدة هي مشكلة العرق؛ فلم يتم تحرير العبيد السود إلا بحرب أهلية دموية، ومن ثم لم يتوصل الملونون إلى ممارسة حقوقهم الدستورية بحرية إلا بعد انقضاء قرن من الزمن على ذلك. ما زالت قضية المساواة العرقية من القضايا التي تحاول الولايات المتحدة جاهدة معالجتها حتى اليوم. ولكن هذا الأمر يُمثّل جزءاً من الطبيعة المتطورة للديمقراطية بدءاً من العمل في سبيل جعل المجتمع أكثر شمولاً، وفي سبيل منح أولئك الذين يختلفون عن الأكثرية، لا الحماية من الاضطهاد فحسب، بل أيضاً الفرصة للمشاركة في حياة المجتمع كمواطنين كاملي المواطنية ومتساوين مع غيرهم. وهناك العديد من الأمثلة عن الدول التي عاملت، أو تُعامل، مواطنيها بطريقة دموية ورهيبة، والمحرقة النازية لليهود ليست سوى الصورة الأوضح عن ذلك. ولكن ما من مجتمع يمكنه أن يطمح لأن يُسمي نفسه مجتمعاً ديمقراطياً إذا كان يستثني بصورة منتظمة جماعات معيّنة من سكانه من الحماية الكاملة للقوانين.

*السيطرة المدنية على المؤسسة العسكرية:

في الأزمنة القديمة، كانت المسؤولية الرئيسية للقائد تتمثل في قيادة القوات العسكرية لمجتمعه، إما للدفاع عن ذلك المجتمع أو لإخضاع مجتمع آخر. وغالباً، ما كانت شعبية القائد العسكري الناجح تقوده إلى السعي نحو السيطرة على الحكم بالقوة؛ ومن يسيطر على القوات العسكرية يمكنه بسهولة إزاحة الآخرين جانباً. لقد

شهدنا في الزمن المعاصر، ولمرّات عديدة جداً، عقيداً أو جنرالاً في القوات المسلحة يستخدم سطوة هذه القوات للقيام بانقلاب يطيح الحكم المدني. أما في النظام الديمقراطي، فينبغي ألا تكون القوات العسكرية خاضعة لسيطرة السلطات المدنية فحسب، بل ينبغي أن تكون لديها أيضاً ثقافة تؤكد أن دور القوات المسلحة هو خدمة المجتمع لا حكمه. يصبح هذا الأمر أسهل تحقيقاً عندما يكون الجيش جيش مواطنين، أي عندما يكون أفراده من كل فئات المجتمع ينخرطون فيه لمدة مُعينة يعودون بعدها إلى الحياة المدنية. ولكن المبدأ يبقى هو نفسه: يجب أن تكون القوات العسكرية خاضعة للسلطة المدنية؛ ومهمتها هي حماية الديمقراطية لا الحكم.

يمكننا استنتاج بعض الأفكار الرئيسية من هذه المقالات. أولها وأهمها، هو أن الشعب هو المصدر الأساسي لجميع السلطات. ودستور الولايات المتحدة يعلن ذلك بوضوح في أول كلماته: "نحن شعب الولايات المتحدة.. نضع ونُنشئ هذا الدستور". كل سلطات الحكم يجب أن تنبع من الشعب، ويجب أن تكون مقبولة منه بأنها سلطات مشروعة. هذه المشروعية تتحقق بطرق متنّوعة، منها عمليات صنع القوانين والانتخابات الحرة النزيهة.

هناك مبدأ عام ثانٍ هو وجوب مبدأ الفصل بين السلطات الذي يهدف لمنع ازدياد قوة جزء من الحكم لدرجة تمكّنه من تقويض إرادة الشعب. ومع أن منصب الرئيس يُعتبر دائماً أقوى منصب في الحكومة الأميركية، فإن الدستور يحدّ من صلاحيات الرئيس ويفرض عليه أن يعمل بالتعاون مع السلطتين الأخريين ومع القوة التي تشكّلها أصوات الناخبين. ومع أنه يبدو أن السيطرة المدنية على القوات العسكرية تعطي الكثير من السلطة للرئيس، فإن الثقافة التي تستند إليها القوات العسكرية في المجتمع الديمقراطي تحول دون إساءة استخدام تلك القوة. كما أن المحاكم تضع حدوداً، لا لأعمال السلطة التنفيذية فحسب، بل لأعمال السلطة التشريعية أيضاً. في النظام الديمقراطي، يجب أن يكون الحكم متوازناً، ويجب أن تُقدّر كل أجزاء الحكم الحكمة من ذلك التوازن وضرورته.

ثالثاً، وجوب احترام حقوق الأفراد والأقليات، وعدم جواز استخدام الأكثرية لقوتها كي تحرم أي إنسان من حرياته الأساسية. قد يكون هذا الأمر صعباً في أي نظام ديمقراطي في أغلب الأحيان، خاصةً إذا كان سكان المجتمع المعني متنوعي الانتماءات (العرقية، والإثنية، والدينية) وتختلف آراؤهم في صدد مواضيع هامة. ولكن ما أن تحرم الحكومة فئة معينة من الناس من حقوقها، فإن حقوق كل الناس تُصبح في خطر.

كل هذه الأفكار تتضمنها أوراق الديمقراطية، وكل من مواضيعها يؤيد هذه المبادئ العامة. إن إرادة الشعب تتحقق عن طريق إجراء انتخابات حرة ونزيهة، وبواسطة إنشاء القوانين، وقيام صحافة حرة تتقصى أعمال الحكومة، وتأمين حق الناس في معرفة ما تقوم به الحكومة. تعبّر إرادة الشعب عن نفسها من خلال مجموعات أصحاب المصالح، ولو كانت هذه المجموعات غير متوازنة قليلاً. إن الفصل بين السلطات في الولايات المتحدة هو أمر يفرضه الدستور، وهو وثيقة أساسية يقدّسها الشعب الأميركي تقريباً. كما أنه أمر يتبيّن من القيود المفروضة على الحكم، والسيطرة المدنية على القوات العسكرية، والحكم الفدرالي. تكون جميع حقوق الأقليات مضمونة من خلال العديد من السبل، وأهمها القضاء المستقل.

لكن هل يمكن اعتماد هذه المبادئ في ثقافات أخرى؟ ليس هناك من جواب بسيط لهذا السؤال، لأن نجاح أي نظام حكم يعتمد على الكثير من المزايا المتداخلة. خلال المرحلة الاستيطانية من التاريخ الأميركي، لم يكن في وسع الحكم الإمبريالي في لندن أن يمارس سيطرة مُحكمة على مستوطناته الأميركية البعيدة، ولهذا انتقلت السلطة إلى الهيئات التشريعية المحلية. أدى هذا بدوره إلى قيام نظام فدرالي تضمن أحكامه دستور عكس الوضع التاريخي الخاص لشعب الولايات المتحدة في ذلك الوقت. إن التجاوزات التي كانت تُنسب إلى الملك البريطاني أدت إلى فرض قيود على السلطة التنفيذية، في حين كوّنت تجربة مليشيا المواطنين أساس مبدأ السيطرة المدنية على القوات العسكرية.

أما ضمان حقوق الأفراد فتبيّن أنه كان أمراً أشد صعوبة، ولكن لدى تطور الديمقراطية في الولايات المتحدة، توسع نطاق حقوق الناس من حقوق محصورة بالبيض من الرجال أصحاب الأملاك إلى حقوق تشمل الرجال والنساء من كل الأعراق، والألوان، والمعتقدات. والتنّوع، الذي كان يُعتبر في الأصل مشكلة للحكومة، أصبح أحد أعظم مكامن قوة الديمقراطية. بسبب وجود هذا التنوع الكبير من الناس والأديان والثقافات في البلدان الديمقراطية الكبرى، فإن أي محاولة لفرض نمط واحد من الحياة كان سوف يؤدي إلى كارثة. وبدلاً من مكافحة التنوّع، جعل الشعب الأميركي هذه الميزة حجر الزاوية لإيمانهم الديمقراطي.[iii]

هوامش الدراسة

[lii] O'Shaughnessy, N. (2001) "The marketing of political marketing", *European Journal of Marketing*, 35 (9/10), 1047-1057.

(lii) Clemente, M. N. (1992) "The Marketing Glossary" Amacon, New York, NY

(lii) O'Cass, A. (1996a,) "Political Marketing and the marketing concept", European Journal of Marketing, 30 (10/11) 21-31.

And : O'Cass (1996b), "Political Marketing: marketing, politics and ethical issues", in Riquier, C.

(lii) Lock, A. and Harris, P. (1996), "Political Marketing – vive la difference", European Journal of Marketing, 30 (10/11) 21-31.

([lii]) Andrew Hughes, Stephen Dann, (2007) "Political Marketing 2006: Direct Benefit, Value and Managing the Voter Relationship " The Australian National University .

([lii]) Ibid

([lii]) مكتب برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية: ما هي الديمقراطية 2005 .
http://usinfo.state.gov/arabic/principles/1what.pdf

([lii]) ملفين يوروفسكي: المبادئ الأساسية للديمقراطية. سلسلة أوراق الديمقراطية، منشورات وزارة الخارجية الأمريكية ، 2003
http://usinfo.state.gov/arabic/democracy/dmocrcy1.htm

([lii]) المرجع السابق نفسه.

نموذج
5
علاقة النخبة الأكاديمية النسائية السعودية
بوسائل الإعلام

تلعب النخب بأنواعها دوراً كبيراً ومهماً في عمليات التغيير الاجتماعي استناداً إلى قدرتها الفريدة على اتخاذ القرار والتأثير في محيطها الاجتماعي، وسواء كانت هذه النخب سياسية أو اقتصادية أو أكاديمية أو دينية فإنها تمارس قدراً مهماً من التأثير عبر تشكيل وتعديل اتجاهات من يخضعون تحت تأثيرها.

وعلاقة النخب بوسائل الإعلام علاقة أصيلة متفاعلة، إذ تحدد بعض أنواع النخب أجندة وسائل الاتصال، كما تستعين وسائل الاتصال بهذه النخب في إكساب رسائلها الاتصالية مستوى من المصداقية والتأثير، وفي الوقت ذاته تقوم النخب بمعالجة الرسائل الاتصالية المبثوثة عبر وسائل الإعلام عبر مناظير نقدية لتقوم بإعادة بثها على الجماهير الخاضعة تحت سيطرتها بما يعزز من تأثير الرسالة الإعلامية أو يحد من هذا التأثير.

مثلت علاقة النخب بوسائل الإعلام إشكالية جديرة بالدراسة على المستويين العربي والأجنبي استناداً إلى أهمية النخب كقادة رأي من جهة، وقدرة النخب على تقييم الأداء الاتصالي بما يسمح بالتالي من تعديل وتوجيه وتخطيط الأداء الاتصالي في المؤسسات الإعلامية.

وتأتي هذه الدراسة لتتناول جانباً مهماً في دراسات النخب حيث تركز على النخبة الأكاديمية النسائية في المجتمع السعودي وإخضاع علاقتها بوسائل الإعلام السعودية للدراسة.

مفهوم النخبة:

المعني اللفظي: يعرف معجم لسان العرب النخبة بأنها:من مادة نخب: وانتخب الشيء: اختاره، والنُخْبَة: ما اختاره منه، ونُخْبَة القوم، ونُخَبَتُهُم: خيارهم، وقال الأصمعي: يقال هم نُخَبَةُ القوم بضم النون وفتح الخاء. قال أبو منصور وغيره: يقال نُخْبَة، بإسكان الخاء، واللغة الجيدة ما اختاره الأصمعي. ويقال: جاء في نُخَبِ أصحابه إي في خيارهم[lii].

المعنى الاصطلاحي: وتعرف الموسوعة البريطانية النخبة Elite بأنها: الشريحة الأفضل في كل طبقة، أو أنها جزء يتسم بالتفوق الاجتماعي داخل مجتمع ما ووفق معاييره، أو أنها مجموعة من الأشخاص الذين حازوا قدراً من القوة والتاثير بفضل مكانتهم الاجتماعية أو مستوياتهم التعليمية[liii].

كما يعرفها قاموس webster بأنها المجموعة المنتقاة التي تعد بمثابة أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات[liii].

بينما يعرفها قاموس Wiki بأنها: مجموعة خاصة أو طبقة اجتماعية من الناس لها السطوة الفكرية أو الاجتماعية أو الاقتصادية على مجتمع ما[lii].

ويعرفها أحد الباحثين العرب بأنها: هي مجموعة الأفراد ذوي المكانة من المهتمين بالثقافة وصناعة الفكر من الكتاب والأدباء والفنانين والفلاسفة والعلماء من أصحاب الرؤية الشاملة لقضايا المجتمع، والذين يعبرون بوعيهم وثقافتهم عن ضمير الأمة تجاه أهم القضايا بهدف التأثير على السلطة وتشكيل قيم واتجاهات أفراد المجتمع[liii].

كما يعرفها باحث آخر من منظور إعلامي بأنها: مجموعة مثقفة وواعية من أفراد الرأي العام تتميز بالاطلاع والخبرات وحسن التصرف، حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة مما يكسبها أهمية كبيرة في المجتمع[liii].

وعلى هذا الأساس فإن النخبة تمثل مجموعة من الأفراد الذين تتوافر لديهم القدرة على القيادة والتوجيه واتخاذ القرار، وعليه فإنهم يضطلعون بدور تجاه مجتمعاتهم في تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف.

علاقة النخبة بوسائل الاتصال:

لما كانت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تعد هي الرافد الرئيس والمكوّن للرأي العام وتشكيل الوعي، وتأطير الاتجاهات، فإن علاقة هذه النخبة بوسائل الاتصال تعد عاملاً مهماً ومؤثراً في تحديد اتجاهات الجماهير بشكل عام على اعتبار أن هذه النخبة تمثل قادة الرأي.

وبشكل عام يمكن القول إن دراسة علاقة النخب بوسائل الإعلام تتمحور في أمرين:

الأول: طبيعة الاستخدام وعادات التعرض والتفاعل مع وسائل الإعلام، حيث إن وسائل الإعلام تقوم بتفعيل وظيفة نشر الوعي العام بقضايا المجتمع، وبالتالي فإن اطلاع النخب على ما تقدمه وسائل الإعلام والتفاعل معها يستثير بدوره حالة من تكامل الأدوار في تحقيق الوظائف الإعلامية بما يتفق وأهداف المجتمع. بينما اتساع الفجوة بين ما تقدمه وسائل الإعلام، وما تقوم به النخب من نشاطات

اتصالية يؤدي بالمجتمع إلى وجود حالة من التناقض في الرؤى وهو ما يفرز بالتالي حالة من حالات الخلل الوظيفي في تحقيق أهداف الاتصال في المجتمع.

الثاني: تقييم الأداء: فبلا شك أن عادات التعرض والاستخدام تتأثر بمستوى تحقق إشباعات تعرض النخب لهذه الوسائل من جهة ومستوى تفاعلهم معها من جهة أخرى، وبالتالي فإن الرؤية التقويمية من جانب النخب لأداء وسائل الإعلام يؤدي بالضرورة إلى أن نضع أيدينا على جوانب الخلل الوظيفي في مجال الاتصال، ويوضح مستويات هذا الخلل الوظيفي ومكامنه، بما يسمح للمخططين الإعلاميين بوضع الخطط والاستراتيجيات الكفيلة بتقريب وجهات النظر وتحقيق التكامل الاتصالي المرجو من الوسائل الإعلامية.

اتجاهات العلاقة:

النخبة كمصدر لمعلومات وسائل الاتصال:

حيث أشارت دراسة Herman 2003 [lii] التي تناولت إعادة قراءة وبحث نماذج الدعاية في التسعينيات، وطبقت على أزمة حرب تحرير الكويت 1991، وحرب حلف شمال الأطلنطي على يوجوسلافيا 1999، وقد أكدت الدراسة أن محتوى الرسائل التي تبثها وسائل الاتصال ارتبطت بوجود تأثيرات متزايدة ومتصاعدة للنخب السياسية الحاكمة وجماعات المصالح والضغط بأشكالها المختلفة، وأن هذه التأثيرات حددت شكل المضمون ومحتواه ووجهته في كثير من الأحيان مما يمكن معه القول إن الخطاب الإعلامي الأمريكي قد تشكل وفق رؤى هذه النخب الحاكمة[lii].

والفكرة ذاتها أصلها كل من Heering and Robinson (2002) [lii] في دراستهما التي تتبعت التراث العلمي النظري والإمبريقي في دراسة تحليلية من المستوى الثاني لتثبت تأثير النخب بأنواعها ولاسيما النخب السياسية في تحديد أولويات اهتمام وسائل الاتصال وتحديد أجندتها خاصة فيما يتعلق بقضايا السياسة الخارجية، كما ثبت تأثيرها الكبير في تحديد اتجاهات المعالجة نحو التأييد أو الرفض للقضايا المثارة بالفعل على الرأي العام، ودفعها لوسائل الإعلام

لتبني وجهات نظر محددة تخدم أهداف هذه النخبة ومصالحها، وهو ما رآه الباحثان مسألة تشير إلى أن حرية الإعلام الأمريكي ما هي إلا أسطورة.

ولا شك أن النخب السياسية تحديداً تتدخل بشكل كبير في توجيه وسائل الإعلام على مستوى الدول المتقدمة والنامية، بينما يتفاوت تأثير النخب الاقتصادية وفق المناخ الاقتصادي وتداخل هذه النخب مع صانعي القرار، لاسيما أن النخب الاقتصادية في الدول المتقدمة تمتلك أغلب وسائل الاتصال بما يسمح لها بالتدخل في صياغة المضمون الاتصالي لخدمة الأهداف الاقتصادية لها.

على أن النخب الأكاديمية وإن كانت لا تحظى بمثل هذه السطوة أو التأثير، فإنها تتسم بسمة لا تتوافر للنخبتين السابقتين ألا وهي أن رسائلها الاتصالية ينظر إليها على أنها حقيقة علمية لا تقبل الجدال أو الشك، بينما يتلقى المتلقي رسائل النخب الاقتصادية والسياسية في إطار من الحذر من نوايا كل منهما ومدى مصداقيته، ونظرة واحدة لما تمثله النخب الأكاديمية الدينية على سبيل المثال في العالم العربي يتضح الأمر فيه بجلاء أكبر، حيث يرى كل متلق أن كل ما يقال هو من صحيح الدين وما حظي بإجماع العلماء عليه وفي أوقات كثيرة لا يكون الأمر أكبر من أن يتعدى اجتهاداً شخصياً لهذا الباحث الأكاديمي.

النخبة كناقل نقدي لرسائل وسائل الاتصال:

حيث يشير Domke 2000 [lii] في دراسته التاريخية التي تناولت بحث الخطاب السياسي لأعضاء الكونجرس إلى أن النخب الأمريكية قد تعاملت مع وسائل الإعلام ورسائلها باعتبارها تمثل مصدراً للمعلومات التي يمكن على أساسها تشكيل الخطاب السياسي وتوظيفه لتحقيق أهداف النخبة السياسية، وهو الأمر الذي يفرز في المقابل مع التغطيات المقابلة لأحاديث النخبة حالة من التفاعل الديناميكي بين طروحات وسائل الإعلام وطروحات النخب، وهو ما يعزز تأثير استخدام الرسائل التي تطرحها وسائل الاتصال في الخطاب النخبوي من جهة، ويزيد من فاعليته ومصداقيته من جهة أخرى، ويصل في النهاية إلى علاقة تفاعلية مؤكدة بين النخب بأنواعها وبين المحتوى الذي تقدمه وسائل الاتصال.

العلاقة التفاعلية بين النخب ووسائل الاتصال:

حيث يشير هشام عطية 1998 [lii] في دراسته التي تناولت علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينيات إلى أن علاقة النخب بوسائل الإعلام هي علاقة تفاعلية ثنائية الاتجاه، ففي حين تعطي النخب السياسية أولوية كبرى للصحافة في تلبية احتياجاتها المعرفية والتوجيهية مقارنة بغيرها من وسائل الإعلام، واتسام الصحافة بالموضوعية في التناول والنقد للقضايا السياسية وتنوع الآراء وفق وجهة نظر هذه النخب؛ فإن هذه النخب تمارس في المقابل عملية تأثير مرتدة من قبل مجموعات النخب ذات التأثير على أدوار وأداء الصحافة المصرية عبر آليات السيطرة والتحكم والتوجيه والتدخل في سياسات التحرير في الصحف التي يرتبطون بها تنظيمياً أو التي يستطيعون التدخل في شؤونها، وذلك بهدف تحقيق مستوى من المعالجة على صعيد الكم والكيف يحقق أهدافهم ويبرز أدوارهم السياسية ويحجم خصومهم ووجهات نظرهم.

حيث تشير دراسة Callaghan & Schnell 2001[liii] إلى أن هناك علاقة نظامية بين الأطر التي يعرض فيها النخب للقضايا وتناول وسائل الإعلام لها، والأطر التي تعرض بها وسائل الإعلام القضايا وتناول الخطاب السياسي النخبوي لها، فقد قامت الدراسة لتبحث قضية حيازة الأسلحة فيما بين عامي 1988، 1996، وتبين من خلال الدراسة أن هذه القضية قد تم تناولها في وسائل الإعلام وفق الأطر التي وضعتها فيها النخبة السياسية حين ناقشت مشروع القانون المتعلق بها، على حين أن وسائل الإعلام فيما بعد طورت أطراً جديدة استخدمتها النخب السياسية عند إعادة عرض القانون مرة أخرى، وهو ما يؤكد وجود علاقة تفاعلية بناءة بين أساليب عرض وتأطير كل من وسائل الإعلام والنخب للقضايا.

وهذا الأمر يشير إلى نقطة مهمة وهي أن وسائل الإعلام في سعيها لاكتساب المصداقية تستعين برؤى النخب، والنخب في سعيهم للإقناع يستعينون برؤى وسائل الإعلام.

خصوصية النخبة الأكاديمية:

تتسم النخبة الأكاديمية بأنها . في الغالب . لا تتوافر لديها فرصة الوصول لمركز النخبة المسيطرة، بل هي نخبة(قائدة) تبرر أو تعارض اتجاهات النخبة المسيطرة وتصير عنصراً فاعلاً في تأييدها أو مواجهتها على المستوى الأعم، كما أن دورها على المستوى الأخص يزيد أو يقلص من فاعلية برامج التنمية والتقدم الاجتماعيين وفق مدى تفاعلها مع وسائل التعبير المتمثلة في الاتصال الشخصي مع الطلاب والباحثين وأيضاً وسائل الإعلام باعتبارها أدوات اتصال جماهيرية.

والنخب الأكاديمية تعد نخباً تتسم بالعلم، وبالتالي فإن مصداقيتها لدى الرأي العام أكبر من النخب السياسية والاقتصادية في أي مجتمع يقدر العلم، وهذه النخب علاوة على اتسامها بالمكانة الاجتماعية التي تسمح لها بالتأثير في المحيط الاجتماعي العام، فإن تأثيرها في محيطها الأكاديمي الخاص أشد وقعاً، خاصة إذا وضع في الاعتبار طبيعة الجمهور الذي يتعرض لرسائل هذه النخبة وهو جمهور الشباب في مجال التعليم العالي، وهي فئة تتسم بالتجانس وقابليتها الشديدة لتغيير الاتجاهات وتعديلها وتشكيلها، وبالتالي فإن تأثير هذه الرسائل تعد كذلك أكبر من رسائل النخب الاقتصادية والسياسية التي تخاطب جماهير غير متجانسة وتختلف اختلافاً كبيراً في قابليتها للتأثر بمضمون الرسائل الاتصالية.

وإذا جاز هذا الأمر وفق الأسباب المطروحة سلفاً فإن النخب الأكاديمية النسائية في مجتمع مثل المملكة العربية السعودية تمثل أهمية أكبر وأعمق، حيث تشير دراسة Domke , et., al 2000 [iii] رسائل الصفوة ودلائل المصدر: التحرك فيما وراء التحزب. والتي استهدفت التعرف على مستويات العمليات المعرفية لدى الجمهور إذا ما كان المصدر يمثل فرداً نخبوياً، والتي استخدم الباحث الأسلوب التجريبي لقياس تمثيل المعلومات لدى الجمهور في سياق عرض مجموعة من الرسائل الصادرة عن النخب والواردة في وسائل الإعلام، تشير إلى أن شعور الفرد بالانتماء للجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد النخبوي تؤثر تأثيراً مباشراً في الشعور بصدقية المعلومات وبالتالي إدراكها وتذكرها، وقد تمثلت هذه

الجماعات في الجماعات العرقية والدينية والسياسية (غير العامة) والنوع حيث الفرد أكثر نزعاً نحو تقبل الأفكار الواردة من نفس النوع عن الأفكار الواردة من النوع الآخر.

النخبة الأكاديمية ومكانتها في المجتمع:

تشير إحدى الدراسات المصرية إلى أن النخبة الأكاديمية في مصر تبلغ 40% من النخبة المركزية الحاكمة في البلاد [iii] على حين تشير دراسة سعودية إلى أن النخب العلمية ليست ضمن النخب المؤثرة، ولا تتدخل في صناعة القرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي في البلاد[iii].

ويشير عدد من الباحثين السعوديين إلى أن العوامل الرئيسة في تحديد النخب في المملكة تتمحور حول العائلة والقبلية والمناطقية، في الوقت الذي يؤكد فيه أحد الباحثين على ظهور نخب جديدة في المملكة تمحورت حول ثلاثة أبعاد حيث استطاع المجتمع السعودي أن يفرز نخبًا كان وراءها بالأساس متغير التعليم، ومتغير النفط والإرادة السياسية. وتشير أهم نتائج هذه الدراسة إلى أن هذه النخب لم تفلح في أن تكون ريادية، بل هي عامل يغذي أحيانًا الثنائيات القديمة ونزعات التفاخر الإقليمي أو المناطقي، والمفاضلة بين البدو والحضر، مع ما للاستتباعات الخطيرة التي غذاها النفط: كالسلوك الاستهلاكي، والبذخ التفاخري وعلاقات السمسرة والمحسوبية من أثر حاسم، غير أن العقد الأخير، بما تضمنه من ضغط حرب الخليج وتبعاتها الاقتصادية والمالية، وما يحدث في دول الجوار من تحولات قد يدفعان هذه النخب إلي مراجعة مقولاتها وسلوكها[iii].

ولا شك أن ابتعاد النخبة الأكاديمية عن النخبة المركزية يضعها ضمن النخب الثانوية، والأصح أن يكون مكانها ضمن النخب الوسيطة التي تؤثر بشكل مباشر ومهم في الحراك الاجتماعي السعودي، وهو ما لا ينفي تنامي تأثيرها وتصاعد دورها في المجتمع.

وفي المقابل يبدو وضع المرأة السعودية في تحسن متصاعد من حيث فرص التعليم والعمل على الرغم من المشكلات والعوائق الكبيرة التي تحد من التخصصات

المتاحة أمام الفتاة السعودية في مجال التعليم [lii]، والعوائق التي تقف أمام عمل المرأة في المجتمع السعودية [lii]. وفي هذا الإطار فإن دور النخبة الأكاديمية النسائية في تحقيق عملية التنمية الاجتماعية يصير أكثر فعالية حيث تتقلص فرص التواصل والتفاعل الاجتماعي المؤسسي أمام الفتاة السعودية باستثناء المجال الأكاديمي الذي تعد فيه النخبة النسائية من قادة الرأي الذين يشكلون تأثيراً مباشراً على المستويات العقلية والوجدانية والسلوكية للفتاة السعودية، كما أن النخبة الأكاديمية النسائية وفق انتمائها للنخبة الأكاديمية وخصائصها تضطلع بدور اجتماعي عبر التفاعل مع وسائل الإعلام المختلفة بما يسرع من خطوات تنمية وضع المرأة في المملكة من جهة، والتنمية المجتمعية الشاملة من جهة أعم.

نظريات النخب:

حظيت النخب بأنواعها باهتمام العديد من الدراسات الاجتماعية والإعلامية على حد سواء، وهو ما يجعل تتبع التراث النظري والدراسات السابقة التي ارتبطت بكل من النخبة وعلاقتها بوسائل الإعلام تأتي في محاور رئيسة هي:

1. تحديد النظريات المفسرة لطبيعة التكوين النخبوي وحركة النخب في المجتمع.
2. تحديد النظريات القابلة للتطبيق في إطار تحديد العلاقة بين النخب ووسائل الإعلام.

أولاً: النظريات المفسرة للنخب:

كان أهم من بدأ التحدث عن النخب وعلاقتها بالنظام الاجتماعي هو العالم الإيطالي Pareto [lii] والذي بدا مسانداً للنظام الفاشي في إيطاليا، وقد تطور مفهومه للنخبة عبر عدد من الكتابات التي ظهر أولها عام 1916 في كتابه مقالة في العلم الاجتماعي العام، ثم تطورت نظريته حول تداول النخب والتي تم تضمينها مع الكتاب الأول في النسخة الإنجليزية لإسهاماته المسماة "العقل والمجتمع"[lii].

على أنه لم يكن أول من تحدث عن النخب إذ سبقه العالم الإيطالي Mosca في تطوير رؤية نظرية نحو النخبة بدءاً من كتابه نظرية الحكم وحتى كتابه الشهير تاريخ العلم السياسي [lii]، وشكلا معاً ما يمكن أن نطلق عليه النظرية الإيطالية للنخبة، والتي شكلت مع النظرية الأمريكية التي أرساها Mills عام 1956 في كتابه الشهير نخبة السلطة [liii] والتي تناولت بعمق علاقة النخب بوسائل الاتصال، ما عرف فيما بعد بالنظرية التقليدية للنخبة.

النظرية التقليدية للنخبة:

اهتم Pareto وMosca بالطبقة الحاكمة، واستندوا إلى مناظير اقتصادية وسياسية وسيكولوجية. إذ يلاحظ في إسهامات باريتو أنه انتقى مفهوم النخبة من عالم الاقتصاد والتجارة حيث التمايز بين السلع الجيدة والرديئة، ليؤكد فيما بعد على البعد السيكولوجي الذي يرى أن ثمة سمات شخصية وذاتية هي التي تجعل شخصاً ما ضمن النخبة، وقلل هنا من الأهمية المفرطة التي وضعها ماركس للوضعية الاجتماعية كسبيل للقيادة. فالشخصية القيادية والكاريزمية تستطيع الوصول إلى القيادة دون أن يكون هذا مرجعه لعوامل اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية.

بينما يرى موسكا أن النخبة هي الأقلية السياسية المسيطرة على الأغلبية وأن فهم طبيعة الحراك الاجتماعي في أي مجتمع يستلزم بالضرورة فهم طبيعة النخبة الحاكمة والمسيطرة على السياسة إن كانت دينية أو عسكرية أو اقتصادية.

وعلى الرغم من أن رؤية باريتو قد تقلصت إبان هزيمة إيطاليا في الحرب العالمية الثانية بدأ عالم الاجتماع الألماني Karl Mannheim في إيراد رؤية أكثر تعقيداً حول النخبة وتشكلها، حيث يرى في كتابه الإنسان والمجتمع في عصر إعادة البناء الصادر عام 1940 [liii] أن حركة الاقتصاد المستمرة والمعقدة تفرز حاجة متزايدة لدى النظام الاقتصادي لكفاءات إدارية، هذه الكفاءات هي التي تستطيع التحكم بأدوات الإنتاج، وهو ما يستتبع السيطرة على الاقتصاد الذي يعد المحرك الأول لأي نظام رأسمالي.

وهذه الرؤية الاقتصادية لم تكن كافية من وجهة نظر Mills حيث أكد في كتابه نخبة السلطة عام 1956 السابق الإشارة إليه، إلى أن النخبة الأمريكية السياسية ليست سياسية فقط، بل هي ترتبط ارتباطاً عضوياً بالاقتصاد والمكانة الاجتماعية، كما أنها تشكل حولها مجموعة من النخب الثقافية والفنية، وهي تعمد في سبيلها لتشكيل النخب والتأثير على الجماهير بامتلاك وتوجيه والسيطرة على وسائل الإعلام الجماهيرية، وهو ما يجعل النظام الرأسمالي عبارة عن إيهام الجماهير بوجود ظاهرة للرأي العام في الوقت الذي تكون الخيارات المتاحة أمام الرأي العام قد حددتها النخبة، وعلى الجماهير تبنيها.

نظرية التداول النخبوي:

وقد شكلت النظرية التقليدية للنخب ما اصطلح على تسميته بنظرية التداول النخبوي Circulation of Elites [iii] وتقضي هذه النظرية أن النخب بعد فترة من السيطرة تفقد القدرة على الاتصال بمن حولها من النخب الناشئة، وتتسم بالجمود النسبي، وهو ما يجعلها تسقط عبر مرور مدى زمني ما أو بسبب تغيرات ثورية أو عنيفة لتحل محلها النخب الناشئة، وأن هذا الأمر يتكرر باستمرار، وأن الدافع الرئيس وراء ثبات مجموعة نخبوية هو قدرتها على تجديد نفسها ورؤاها واحتواء النخب الصاعدة.

النظرية التعددية للنخب:

وهي تلك النظرية التي بدأت منذ منتصف الستينيات لتؤكد على وجود هرمية نخبوية، وأن هذه النخب الهرمية على المستوى الرأسي تتصارع فيما بينها على المستوى الأفقي بينها وبين النخب المساوية لها، وحين تتفوق تنتقل إلى الطبقة الأعلى [iii] وقد سعت Keller إلى استكشاف العلاقات بين النخب المختلفة من منظور وظيفي حيث رأت أن النخبة السياسية تمثل نخبة تحقيق الهدف، بينما النخبة الأكاديمية والاقتصادية والعسكرية تمثل نخبة تحقيق وظيفة التكيف الاجتماعي، أما نخب الفلاسفة ورجال الدين فهي نخبة تحقيق وظائف الاندماج

والتكامل، بينما النخبة الفنية والرياضية تحقق وظيفة الوحدة النفسية والعاطفية للمجتمع[lii].

ثانياً: النظريات الخاصة في علاقة النخب بوسائل الإعلام:

نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

مثلت تلك النظرية الحالة الوسطى بين دراسات التأثير المباشر للرسالة الاتصالية ودراسات الوظفية الفردية، وحاولت هذه النظرية التأكيد على أهمية الاتصال الشخصي كعنصر متمم لتحقيق تأثير الرسالة الاتصالية الجماهيرية، وترتكز هذه النظرية التي طورها لازرسفيلد على أن المعلومات تنتقل من وسائل الإعلام إلى الجمهور عبر مرحلتين:

الأولى: من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي والذين يتميزون بنخبويتهم.

الثانية: من قادة الرأي إلى الجمهور بعد أن يضفون على الرسالة الاتصالية أبعاد رؤاهم الذاتية وقناعاتهم الشخصية كسبيل لخلق اتجاه مشابه لاتجاهاتهم ضمن الجماهير في ظل وجود حالة من الثقة المتبادلة بين الطرفين، حيث تلعب أدوار مثل المكانة الاجتماعية، التعليم، السن أدواراً مهمة في تحديد مكانة قائد الرأي في لعملية الاتصالية[liii].

ومما لا شك فيه أن قادة الرأي لديهم القدرة على تكوين وتعديل وتغيير اتجاهات الجمهور وفق ما يمتلكونه من أدوات تأثير تتمثل في مصداقيتهم ومكانتهم لدى الرأي العام. وبتطبيق هذه النظرية على مشكلة الدراسة يتضح أن النخبة الأكاديمية النسائية ذات تأثير على جمهورها المتمثل في الطالبات، وأن هذه النخبة حين تنقل مضمون الرسائل الإعلامية فإنها تصبغها باتجاهاتها الذاتية مستغلة الدور والمكانة الاجتماعيين وعوامل المصداقية والثقة للوصول إلى تكوين أو تعديل أو تغيير اتجاهات الطالبات، وهو ما يجعل دراسة طبيعة استخدام وتقييم هذه النخبة لوسائل الاتصال السعودية أمراً مهماً إذ يحدد بالتالي طبيعة ومستوى التأثير المتوقع على الطالبات كبعد تالٍ وحتمي.

مدخل الاستخدامات والإشباعات:

وهو مدخل نظري يتأسس على الوظيفية الفردية [lii] والتي تفترض أن الأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق حاجاتهم الاتصالية عبر نماذج نفسية واجتماعية معقدة. وقد طور النموذج بلوملر وكاتز عام 1974 محددين أن علاقة الفرد بوسائل الإعلام تتداخل فيها العديد من المتغيرات التي تشكل في النهاية نموذجاً وتتمثل عناصر هذا النموذج في:

1. الأصول النفسية والاجتماعية للجمهور اعتماداً المتغيرات الديموجرافية والفروق الفردية.
2. مستوى نشاط الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام.
3. أنماط وعادات التعرض لوسائل الإعلام.
4. دوافع التعرض لوسائل الإعلام باعتبارها إشباعات متوقعة.
5. الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام.

وبناء على نتيجة العمليات السابقة تتحدد درجة توقع الإشباع وبالتالي أنماط التعرض وعاداته، وهو ما يشكل في النهاية علاقة واضحة بين الفرد ووسائل الإعلام [lii].

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تمثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي طورها ديفلير وروكيتش [lii] تطويراً لمدخل الاستخدامات والإشباعات، حيث سعى الباحثان إلى التغلب على الانتقادات التي وجهت لمدخل الاستخدامات والإشباعات والتي تركزت على فرديته الشديدة، فحاولا إكساب هذا البعد الفردي أبعاداً تتعلق بالنظامين الاجتماعي والاتصالي.

لذا فقد اهتم الباحثان بعاملين رئيسين رأيا أنهما يحددان كذلك مستويات استخدام وسائل الإعلام، كما يحددان طبيعة العلاقة مع الوسيلة الإعلامية وهما:

1. النظام الإعلامي: وقدرته على توفير بدائل وظيفية، حيث رأيا أن العلاقة بالوسيلة الإعلامية لا تكون حيادية إلا في ظل وجود بدائل اتصالية أخرى تقوم بتحقيق الوظيفة ذاتها، مما يجعل العلاقة بالوسيلة علاقة طوعية وليست إجبارية.

2. النظام الاجتماعي: ويعني مدى اتساق الأداء الإعلامي مع معطيات النظام الاجتماعي، وهو ما يمثل البعد التقييمي لأداء وسائل الاتصال وفق تحقيق وظيفتها الاجتماعية.
3. زاد الباحثان في مسألة تحقق الإشباعات تصنيفاً جديداً تمحور حول دراسة طبيعة التأثير الناتج عن عملية الاعتماد على وسائل الإعلام وقسماها إلى تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية[iii].

وبالتوفيق بين نظريتي الاستخدامات والإشباعات والاعتماد على وسائل الإعلام، يمكن تحديد محاور الدراسة في شقين رئيسين هما:

1. التعرف على طبيعة الاستخدام ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل مع الوسائل الإعلامية، وعوائق هذا التفاعل، ومدى توافر البدائل الاتصالية.
2. التعرف على البعد التقويمي لأداء وسائل الاتصال السعودية لمعرفة مدى قدرتها على عرض وتقديم رسائل اتصالية تساعد في تحقيق الوظائف الاجتماعية المنتظرة من وسائل الإعلام على اختلافها.
3. الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي تناولت علاقة النخبة(الصفوة) بوسائل الإعلام إلى محورين رئيسين هما:

المحور الأول: الدراسات المعنية بدراسة طبيعة استخدام الصفوة لوسائل الاتصال واعتمادها على هذه الوسائل، والعوامل المؤثرة في عمليتي الاستخدام والاعتماد.

ومن هذه الدراسات:

دراسة عادل عبد الغفار (1995) استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتليفزيون المحلي والدولي [iii] حيث قام الباحث بإخضاع 150 مفردة من الصفوة في المجالات السياسية والفكرية للبحث بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد توصلت الدراسة إلى أن عوامل مثل الحيدة والمصداقية والثقة والسرعة تلعب دوراً هاماً في تعرض الصفوة للقنوات والمحطات الدولية في مقابل القنوات والمحطات

الوطنية، وهو ما يشير إلى أن النخب تزداد لديهم تقدير القيم المصاحبة للعمل الإعلامي وتعد عاملاً جاذباً في التعرض بخلاف الجمهور العام الذي تنخفض لديه هذه العوامل، والذي قد ينجذب لمواد إعلامية دون النظر إلى مثل هذه القيم بدافع الاعتياد أو الإبهار.

دراسة Al-Habib Saleh 1995 [iii] إدراك النخب الأردنية والسعودية لخدمات الراديو المحلي والدولي.

حيث استهدفت الدراسة مقارنة إدراك النخب العربية بالمقارنة بين الأردن والسعودية لما يقدمه الراديو المحلي الوطني، وخدمات الراديو الدولية المتمثلة في إذاعات صوت أمريكا ومونت كارلو وهيئة الإذاعة البريطانية، وقد تمت الدراسة على عينة متساوية بلغت 150 مفردة في كل دولة.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الأردنيين أكثر تعرضاً لخدمات الراديو عامة من السعوديين، كما تبين أن النخب الأردنية كذلك أعلى في تعرضها للخدمات المحلية من النخب السعودية، وأن شعورها بمصداقية هذه الخدمات يفوق النخب السعودية.

وفي المقابل اتضح أن النخب السعودية أعلى تعرضاً للراديو الدولي على مستوى المحطات عينة الدراسة، ويأتي على رأسها هيئة الإذاعة البريطانية في ظل ارتفاع معدلات مصداقيتها لدى السعوديين، بينما تبين أن النخب الأردنية يفضلون إذاعة مونت كارلو عن مثيلتيها، وجاءت صوت أمريكا كأقل المحطات استماعاً في البلدين.

دراسة سوزان القليني (1998) مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات [iii] حيث انطلقت الباحثة من فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للتعرف على مستوى وكثافة اعتماد الصفوة المصرية الأكاديمية والسياسية والإعلامية على التليفزيون المصري في وقت الأزمات في مقابل البدائل الاتصالية الأخرى كالصحف والإذاعات والشبكات الفضائية العربية والأجنبية، وإجراء المقارنات بين هذه النوعيات من النخب وبين البدائل الاتصالية المتوافرة لديهم،

وذلك بالتطبيق على حادث الأقصر، وقد خلصت الدراسة إلى أن النخبة السياسية كانت هي أكثر الفئات تنوعاً في مصادر المعرفة والأكثر اعتماداً على البدائل الاتصالية المحلية والدولية، بينما كانت أضعفها النخبة الأكاديمية. كما كانت النخبة الأكاديمية هي أكثر النخب ثقة في التليفزيون المصري الوطني بخلاف النخبة السياسية التي كانت معدلات ثقتها متدنية جداً، كما اتضح أن التليفزيون الوطني كان هو المبادر لبث الحادث وتكوين البعد المعرفي الأول عنه، وقد شكل هذا محفزاً نحو الاستزادة من المصادر الإعلامية الأخرى الوطنية والدولية مما عمق البعد المعرفي ووجهه، كما اتضح أن عمق التغطية وشمولها ومصداقية الوسيلة تلعب الدور الأساسي في التأثير وهي تأتي في مرحلة لاحقة لمعرفة الحدث، وقد تفوقت فيها وسائل الإعلام الأجنبية، وقد عزز هذه النتيجة أن طبيعة التأثيرات الناتجة عن التعرض لرسائل التليفزيون المصري كانت وجدانية ثم سلوكية ثم معرفية، وهو ما يشير إلى فشل التليفزيون المصري في القيام بالوظيفة المعرفية العقلانية على وجه مناسب.

دراسة جمال عبد العظيم أحمد 2001 [lii] دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي.. دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000 في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة في تفعيل المشاركة السياسية لدى قادة الرأي باعتبارهم يمثلون نخبة مجتمعية تنقل أفكارها ورؤاها إلى الجماهير. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 260 مفردة.

وقد أسفرت الدراسة عن أن معدلات الاعتماد على الصحف كمصدر للمعرفة السياسية يزيد من إيجابية عملية المشاركة السياسية والتفاعل مع الأحداث السياسية في المجتمع لدى قادة الرأي وإن كانت بمعدلات ارتباط تتسم بالضعف النسبي، كما اتضح أن الدافع وراء تصاعد استخدام قادة الرأي لوسائل الإعلام تجاه القضية موضوع الدراسة هو رغبتهم في العمل من أجل الصالح العام. واتضح كذلك أن الاعتماد على الصحف كمصدر للمعلومات السياسية يرتبط بشكل إيجابي

مع المعرفة السياسية لدى المبحوثين، وهو ما يشير إلى أن الصحف تمثل مصدراً معلوماتياً ملائماً ومناسباً للحصول على المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة.

دراسة محمد عبد الغني 2002 [lii] حيث استهدفت الدراسة تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات للتعرف على مصادر معلومات النخبة المصرية كهدف أول، وعلاقتهم بالصحافة المصرية والعربية والدولية كهدف تال. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة توزعت بين النخب السياسية والأكاديمية والاقتصادية والثقافية والفنية.

وقد أسفرت الدراسة عن احتلال الصحافة القومية المصرية المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية تلاها التليفزيون المصري ثم الفضائيات العربية، كما تراجعت مكانة كل من الصحف الحزبية والعربية والدولية كمصادر للمعلومات لدى النخب المصرية بأنواعها.

دراسة وليد فتح الله بركات 2003 [liii]تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية.

حيث استهدفت الدراسة رصد تعرض الصفوة المصرية لهذه النوعية من البرامج وتقييمه لها. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة من الصفوة الأكاديمية موزعين على أربع جامعات هي جامعة القاهرة، الأزهر، المنيا، 6 أكتوبر.

وتوصلت الدراسة إلى أن هذه النوعية من البرامج تأتي في المرتبة الرابعة من حيث قوالب البرامج المفضلة لدى العينة، كما اتضح أن التليفزيون المصري بقنواته الأرضية والمتخصصة والفضائية والخاصة جاء في مقدمة القنوات العربية التي يشاهدها المبحوثون، يليه قناة الجزيرة. وقد تبن وجود تأثير لنوع الجامعة، والدراسة في الخارج للحصول على الدكتوراه في مستويات المشاهدة، وفي تقييم هذه البرامج من حيث موضوعاتها ومساحة الحرية فيها.

المحور الثاني: الدراسات المعنية بدراسة تقييم النخبة (الصفوة) لأداء وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة في هذا التقييم.

ومن هذه الدراسات:

دراسة هويدا مصطفى 2001 [lii] حول استطلاع رأي عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000. حيث استهدفت الدراسة التعرف على البعد التقييمي للنخبة السياسية والإعلامية نحو أداء وسائل الإعلام وتغطياتها لأحداث انتخابات مجلس الشعب المصري للعام 2000.

وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج كان من أهمها، أن أغلب العينة على الرغم من نخبويتها كانت ضعيفة التعرض للمواد الإعلامية التي قامت بتغطية الانتخابات وذلك بسبب عدم ملاءمة توقيتات الإذاعة كسبب رئيس، كما اتضح أن 90% من العينة قد أفادوا بعدم كفاية الوقت المتاح لكل حزب لعرض برنامجه الانتخابي في ظل وجود حالة من افتقاد التوازن بين الأحزاب في التواجد على شاشة التليفزيون، كما تبين أن هذه التغطيات لم تنجح في إبراز وجوه حزبية جديدة أو تفعيل الاهتمام الجماهيري بنشاط الأحزاب المختلفة، وبشكل عام فقد اتضح أن المعالجة التليفزيونية للانتخابات فضلاً عن اتسامها بعدم الملاءمة في التوقيتات وأساليب العرض، فقد اتسمت بالجفاف وانعدام التوازن وضعف المصداقية.

دراسة عادل عبد الرازق ضيف 2002 [liii] رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على رأي النخبة تجاه قدرات الإعلام في تحسين الصورة الذهنية للعرب والمسلمين في الخارج، وتقييم الدور الإعلامي الحالي والمستقبلي في هذا الإطار، وقد تمت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة من الأكاديميين والإعلاميين والنخب التكنوقراطية، وتوصلت الدراسة إلى أن نوعية النخبة تؤثر في رؤيتهم حول مسؤولية الغرب تجاه تشويه صورة العرب والمسلمين، كما اختلفت وجهات نظرهم في قضية صراع الحضارات وكيفية التعامل معها، وقدرة الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج، وتحدد الدور التقييمي في ضرورة أن تقوم وسائل

الإعلام بدورها في إطار من التوازن والموضوعية في عرض وجهات النظر جميعها دون التركيز على وجهة نظر أحادية.

دراسة هويدا مصطفى 2002 [lii] اتجاهات الصفوة المصرية نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها.. دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة استخدامات الصفوة المصرية لوسائل الإعلام المختلفة في استقاء المعلومات عن أحداث 11 سبتمبر، وتأثير اعتمادهم على هذه الوسائل في تشكيل اتجاهاتهم ومواقفهم إزاء الأحداث، والتعرف على البعد التقييمي لأداء وسائل الإعلام المصرية في تناولها ومعالجاتها تجاه هذه الأحداث، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 72 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفوة المصرية تعتمد بنسبة عالية على وسائل الإعلام المصرية في متابعتها لهذه الأحداث، كما تبين أن الصفوة يرون أن المعالجة الإعلامية المصرية تأثرت بالمعالجات العربية والغربية للأحداث، وعلى الرغم من هذا فقد تبين على المستوى التقييمي ضعف الثقة في أداء وسائل الإعلام المصرية وما تبثه من معلومات وأخبار وتحليلات عن الأحداث إضافة إلى ضعف العقلانية والحيادية والتوازن في هذه المعالجات، كما اتضح ضعف عمق التناول في عرض المعلومات والأخبار، وغياب الأطر التفسيرية لهذه الأحداث، كما اتضح أن معيار الموضوعية قد ارتبط بمعدلات الاعتماد على الوسائل الإعلامية المصرية بشكل طردي.

دراسة أحمد عثمان وسامي النجار 2002 [liii] اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في الصحف وقنوات التليفزيون الغربية.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية نحو الصورة الإعلامية للإنسان العربي في الصحف وقنوات التليفزيون الغربية، وأجريت الدراسة على ثلاثة أنواع من الصفوة المصرية هي الصفوة الإعلامية، والصفوة السياسية، والصفوة الأكاديمية، وبلغت عينة الدراسة 150 مفردة.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن وجود اتجاهات رافضة قوية للصورة الإعلامية للإنسان العربي في وسائل الإعلام الأجنبية، كما اتضح أن هذه الاتجاهات لا تتأثر بكثافة التعرض لهذه الوسائل، وهو ما يشير إلى رسوخها، كما تبين عدم تأثر الصورة الإعلامية للإنسان العربي بنوع الصفوة التي ينتمي إليها المبحوثون مما يؤكد وجود اتساق بين المكونات المعرفية والوجدانية والإدراكية للمبحوثين، إضافة إلى وجود اتجاه ثابت وراسخ نحو تحيز وعدم موضوعية وسائل الإعلام الأجنبية في تعاملها مع الشخصية العربية في رسائلها الإعلامية.

دراسة إيمان فاروق 2003[lii] اعتماد النخبة المصرية على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات..دراسة مقارنة بين الوسائل المصرية والدولية.

حيث قامت الباحثة بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بهدف التعرف على تأثير الاعتماد على الوسائل الإعلامية الدولية وقت الأزمات على معدلات اعتمادهم الكمية والكيفية على وسائل الإعلام المحلية، وقد أجريت الدراسة على عينة بلغت 120 مفردة من النخب السياسية والأكاديمية والاقتصادية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الدولية كانت هي الأكثر فعالية وقدرة على تغطية أخبار الأزمات والكوارث، وأن تقدير عنصر الفورية في نقل الحدث كان مرتفعاً للغاية بها في مقابل وسائل الإعلام المحلية، وهو ما رفع معدلات الاعتماد عليها، وقد توصلت الدراسة إلى إثبات الفرضية الرئيسة وهي وجود علاقة عكسية بين الاعتماد على الوسائل الأجنبية في مقابل الوسائل الوطنية إزاء أخبار الأزمات والكوارث، وحظيت هيئة الإذاعة البريطانية على أعلى مرتبة تلتها قناة الجزيرة ثم شبكة CNN الأمريكية.

دراسة سهام نصار 2003 [liii] تأثير المصداقية على علاقة النخبة بالصحافة المصرية.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على تقييم النخبة لعنصر المصداقية في الصحافة المصرية، وقياس تأثير هذا التقييم على علاقة النخبة بالصحف، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة من النخب السياسية والفكرية والاقتصادية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مفهوم المصداقية يرتبط بعدة عوامل مهمة هي سمعة الصحيفة، ودرجة الاعتماد عليها، إضافة إلى عوامل تتعلق بمعالجة الرسالة الإعلامية المتمثلة في الشمولية، والحداثة، والاهتمام بمصلحة الجماهير، والتنوع، والتحيز، والمبالغة والتهويل.

وقد تبين أن الصحف القومية كانت أعلى في مصداقيتها فيما يتعلق بثراء المادة وشموليتها واهتمامها بمصالح الجماهير، بينما كانت الصحف الحزبية أكثر مصداقية في عرض الاتجاهات المتنوعة، في مقابل اتسام معالجاتها بالتحيز في عرض المعلومات والانتقاء المخل، بينما اتسمت الصحف الخاصة بالتهويل والمبالغة، واكتسبت مصداقيتها عبر مصداقية من يكتبون فيها. وبشكل عام جاءت الصحف القومية كأعلى الصحف في معدلات التعرض لها والاعتماد عليها.

دراسة خالد صلاح الدين 2004 [lii] اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع.

حيث تستهدف الدراسة رصد وقياس اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات الإخبارية العربية (النيل للأخبار والجزيرة والعربية) للصراعات والأزمات التي تمس الأنظمة والشعوب والمقدرات العربية على المستوى العام والفرعي بالتطبيق على أزمة العراق وأزمة الجدار العازل في فلسطين. وقد ركزت الدراسة على البعد التقويمي المتعلق بالتعامل المهني مع المادة الإخبارية وأطر صياغتها، وعلاقتها بالبيئات المحيطة، إضافة إلى البعد التقويمي المتعلق بالقيم الإخبارية المتمثلة في التوازن والموضوعية والحياد والمصداقية والالتزام بالخصوصية الثقافية العربية، ووعي القائم بالاتصال بهذه المتغيرات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن القنوات الإخبارية قد وظفت الهوية العربية بوصفها مرجعية رئيسية حال إدارتها للأزمات من وجهة نظر النخبة، كما تبين على مستوى القضايا الفرعية المتعلقة بالأزمة العراقية والجدار العازل أن النخبة قد رأت أن القنوات العربية الثلاث قد دأبت على توظيف نمط الصراع المصيري في إدارة الأزمة العراقية في مقابل نمط الصراع الثانوي بالنسبة لأزمة الجدار العازل. كما

رأى أفراد النخبة المصرية أن القنوات الثلاث قد وظفت نمط نظرية المؤامرة في معالجاتها الإعلامية نحو الأزمات العربية على مستوييها العام والفرعي.

دراسة حنان سليم 2005 [lii] اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية.

وقد استهدفت الباحثة التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية الأكاديمية والإعلامية والسياسية نحو واقع ومستقبل قنوات النيل للأخبار، والجزيرة، والعربية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة موزعة بالتساوي على أنواع الصفوة الثلاث.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن عدة أمور مهمة هي:

1. وجود اتجاه إيجابي لدى الصفوة المصرية نحو مكونات الأداء الإعلامي للقنوات الثلاث، حيث احتلت قناة الجزيرة المرتبة الأولى من حيث الفورية، والجرأة، والمصداقية، والدقة، والتوازن، والحياد، والموضوعية، بينما مثلت أعلى درجات المبالغة والتهويل. وقد تلتها في القيم الإيجابية قناة العربية ثم النيل للأخبار التي تبين فيها ضعف الفورية والموضوعية والجرأة.
2. عكست النتائج كذلك تجاهل قناة الجزيرة للإيجابيات وتركيزها على الموضوعات السلبية بسمت انفعالي، بينما جاءت معالجات العربية والنيل للأخبار أكثر نمطية وثباتاً.
3. تبين أن قناة النيل للأخبار هي الأكثر خضوعاً للضغوط والتوجهات السياسية للحكومة المصرية.
4. رأت العينة أن قناتي الجزيرة والعربية هما الأكثر قدرة على منافسة الخدمات الإخبارية الأجنبية.
5. على الجانب المستقبلي رأت عينة الدراسة ضرورة تصعيد سقف الالتزام المهني بجودة المعالجة، وضرورة التأكيد على الهوية العربية، إضافة إلى ضرورة الاهتمام بتوثيق الأحداث بشكل ممنهج، وضرورة أن تعمل القنوات العربية على تصحيح صورة الإنسان العربي، ودعم التقاليد والقيم العربية.

تحديد مشكلة الدراسة:

وبناء على فرضيات النظريات السالفة والمعالجات البحثية السابقة تحددت مشكلة الدراسة فيما يلي:

أن النخب تمثل قادة رأي تؤثر في محيطها الاجتماعي وتشكل اتجاهاته، وأن علاقتها بوسائل الإعلام تحدد بالتالي طبيعة هذا التأثير. وعليه فقد تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على علاقة النخبة الأكاديمية النسائية بوسائل الإعلام السعودية وتقييمها لأدائها الاتصالي كمتغيرات رئيسة والتعرف على العلاقات التبادلية بين هذه المتغيرات، إضافة إلى دراسة المتغيرات ذات الصلة ووضعها قيد الاختبار كالمتغيرات الديموجرافية والوظيفية ودراسة تأثيرها على علاقة هذه النخبة بوسائل الاتصال.

أساليب المعالجة البحثية:

وعلى هذا الأساس فإن هذه الدراسة تقوم على معالجة مشكلة الدراسة وفق الخطوات التالية:

1. **التعرف على المتغيرات الديموجرافية والوظيفية لعينة الدراسة.**
2. **التعرف على سمات العلاقة بوسائل الاتصال السعودية عبر تحديد استخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لهذه الوسائل والإشباعات المتحققة منها ومستويات التفاعل معها.**
3. **اختبار علاقة المتغيرات الديموجرافية والوظيفية بالاستخدامات والإشباعات ومستويات التفاعل.**
4. **اختبار علاقة تقييمات أداء الإعلام السعودي بكل من الاستخدامات والإشباعات ومستويات التفاعل.**

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولاً تساؤلات الدراسة:

تستهدف تساؤلات الدراسة التعرف على طبيعة الخصائص الديموجرافية والوظيفية لعينة الدراسة، وطبيعة استخداماتها لوسائل الاتصال السعودية:

أولاً: ما خصائص عينة الدراسة الديموجرافية والوظيفية؟ وتشمل

من حيث نوع التخصص الأكاديمي.

- **من حيث الدرجة العلمية.**
- **من حيث السن.**
- **من حيث الحالة الاجتماعية.**

ثانياً: ما استخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لوسائل الإعلام السعودية وطبيعتها ؟ وتشمل:

أ . مصادر المعرفة الإعلامية.

ب . كثافة التعرض.

ج. نوع الإشباعات المتحققة.

د. مستوى تحقق الإشباعات.

هـ نوع التفاعل مع وسائل الإعلام.

و. مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام.

ز. عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام.

ثالثاً: اختبار فروض الدراسة:

تستهدف فروض الدراسة التعرف على العلاقة بين المتغيرات الديموجرافية والوظيفية ومستويات التعرض والإشباعات والتفاعل، والأبعاد التقييمية لأداء وسائل الإعلام السعودية.

وقد تم بناء الفروض الرئيسة على ثلاثة مستويات، تفرع عنها عشرة فروض فرعية على النحو التالي:

<u>الفرض الرئيس الأول:</u>

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والوظيفية واستخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لوسائل الإعلام السعودية والإشباعات المتحققة منها.

الفرض الفرعي الأول:

يؤثر التخصص الأكاديمي في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

الفرض الفرعي الثاني:

تؤثر الدرجة العلمية في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

الفرض الفرعي الثالث:

تؤثر الحالة الاجتماعية في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

الفرض الفرعي الرابع:

يؤثر السن في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

الفرض الرئيس الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل.

الفرض الفرعي الخامس:

يتأثر مستوى تحقق الإشباعات بكثافة التعرض.

الفرض الفرعي السادس:

يتأثر مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام بكثافة التعرض.

الفرض الفرعي السابع:

يتأثر مستوى التفاعل بمستوى تحقق الإشباعات.

الفرض الرئيس الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل، وبين الأبعاد التقييمية لوسائل الإعلام السعودية.

الفرض الفرعي الثامن:

تتأثر التقييمات المتعلقة بتوازن التغطية الإعلامية بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل.

الفرض الفرعي التاسع:

تتأثر التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل.

الفرض الفرعي العاشر:

تتأثر التقييمات المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية (المصداقية، الدقة، المبالغة، الجرأة) بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل.

أداة الدراسة:

تم اعتماد أسلوب الاستقصاء كأداة بحثية، حيث تم تصميم استمارة شملت متغيرات البحث، وبعد إجراء اختبارات الصدق والثبات تم تطبيقها على عينة الدراسة.

1. **الصدق: حيث تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين الذين أقروا بصلاحيتها للتطبيق، وقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة[lii].**
2. **الثبات: وقد تنوع قياس الثبات بين أمرين هما:**

أ – ثبات الأداة: حيث تم قياس الثبات بأسلوب إعادة الاختبار على عينة مثلت 11.8% من مفردات العينة بواقع عشر مفردات بعد أسبوعين من ملء الاستمارة الأولى، وقد بلغت نسبة الثبات 93.2% وهي نسبة تشير إلى ثبات الاستمارة.

ب – ثبات المقياس: حيث تم تصميم عدد من المقاييس التجميعية شملت مقياساً لمستوى التعرض، ومقياساً لمستوى تحقق الإشباعات، ومقياساً لمستوى التفاعل، وقد جاءت جميع المفردات الداخلية للمقاييس وفق معامل Alpha الإحصائي أعلى من قيمة معامل

Alpha القياسي لكل مقياس حيث تراوحت نسب الثبات المعياري بين 0.8133 و 0.9268 وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي بين المفردات الداخلية لكل مقياس.

عينة الدراسة:

تحددت عينة الدراسة في النخبة الأكاديمية النسائية من الحاصلات على الدكتوراه المقيمات في منطقة الرياض بالمملكة.

وتشير الإحصاءات الرسمية [iii] إلى أن مجموع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية من حملة الدكتوراه من الإناث في مدينة الرياض يبلغن 384 مفردة يتوزعن على ثلاث جامعات هي:

- **جامعة الملك سعود (199).**
- **جامعة الرياض للبنات (كليات التربية سابقاً) (169).**
- **جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (16).**

وقد استهدف الباحث الوصول إلى عينة قوامها 25% وفق التمثيل النسبي لكل جامعة، وعليه فقد تم توزيع الاستمارات بهدف الحصول على 96 استمارة، إلا أنه قد تم استبعاد بعض الاستمارات لوجود خلل في البيانات الشخصية ولعدم استكمال بعض الأسئلة مما وصل بمجموع الاستمارات القابلة للتطبيق 85 مفردة بنسبة 22.14 % وهي نسبة تتيح قابلية لتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.11 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية التي جاءت على النحو التالي:

<u>أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:</u>

الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قام الباحث بعرض متغيرات الدراسة في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط. وهو ما يوفر المؤشرات الكمية المطلوبة للتعرف على مجتمع البحث.

متوسط الوزن المرجح: ويستهدف التعرف على القيم الوزنية لمفردات كل مقياس بهدف التعرف على ترتيب تمثيل كل منها لدى عينة الدراسة.

ثانياً: تصميم المقاييس التجميعية:

حيث تم تصميم عدد من المقاييس التي شملت مقياس التعرض، ومقياس تحقق الإشباعات ومقياس التفاعل مع وسائل الإعلام.

ثالثاً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس مدى وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد تمثلت في المتغيرات الوزنية Scale ذات المصداقية الأعلى بين الاختبارات الإحصائية وتمثلت أهم هذه الاختبارات في:

- **اختبار T.Test لقياس الفروق الوزنية بين مجموعتين فقط.**
- **اختبار F One Way ANOVA لقياس الفروق الوزنية بين أكثر من مجموعتين.**

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 وذلك لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

مصادر الدراسة ومراجعها

أولاً:المراجع العربية:

1. **أحمد أحمد عثمان وسامي السعيد النجار: اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في الصحف وقنوات التليفزيون الغربية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة المنعقد تحت عنوان " الإعلام وتحسين صورة العرب والمسلمين، مايو 2002) ص 457-504.**
2. **إيمان فاروق الصياد: اعتماد النخبة المصرية على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات..دراسة مقارنة بين الوسائل المصرية والدولية (ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال، 2003).**

3. جمال عبد العظيم أحمد: دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي.. دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000 في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام. (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير – مارس 2001) ص 161-227.
4. حنان أحمد سليم: اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، تحت عنوان " مستقبل وسائل الإعلام العربية " في الفترة من 2-5 مايو 2005) ص 127-185.
5. خالد صلاح الدين حسن على: اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي العاشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة تحت عنوان " الإعلام لمعاصر والهوية العربية، في الفترة من 4-6 مايو 2004) ص ص 943 – 1027.
6. سهام نصار: تأثير المصداقية على علاقة النخبة بالصحافة المصرية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة تحت عنوان " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق " مايو 2003) ص 1385-1467.
7. سوزان القليني (1998) مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 1998) ص ص 33-64.
8. عبد الله بن محمد الر فاعي: اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية الوطنية والمستحدثات الاتصالية.. دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض.

9. محمد شحات الخطيب: المرأة حقوقها وواجباتها وعلاقة التعليم بذلك. (بحث مقدم إلى مؤتمر " حقوق وواجبات المرأة السعودية المنعقد بالمدينة المنورة في الفترة من 12-حتى 14-6-2004) ص 39-44.
10. محمد عبد الغني علام: النخبة المصرية والصحافة.. دراسة ميدانية في الاستخدامات والاتجاهات (ماجستير، غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام) 2002.
11. مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات.. وزارة التخطيط
http://www.cds.gov.sa/statistic/cdsonnet/DemographicMap/scripts/calculator/calc.asp
12. هويدا مصطفى: استطلاع رأي عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000 (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير – مارس 2001) ص 123-159.
13. هويدا مصطفى اتجاهات الصفوة المصرية نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها.. دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر – ديسمبر 2002) ص 53 - 108
14. وزارة التعليم العالي ,إحصاءات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية,العدد الثامن والعشرون, الرياض 1425 -1426.
15. وليد فتح الله بركات: تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير – ديسمبر 2003) ص 49-75.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

16. Al- Habib Saleh Abdallah (1996) The perception of jordanian and Saudi Elites on National and International Radio Services. (Ph.D , Gaylord college of journalism and mass communication , University of Oklahoma.

17. available online at http://www.chomsky.info/onchomsky/200310--.pdf

18. Ball-Rokeach, S.J., & DeFleur, M.L. (1976). A dependency model or mass-media effects. *Communication Research, 3,* 3-21.

19. Ball-Rokeach, S.J., Power, G.J., Guthrie, K.K., & Waring, H.R. (1990). Value-framing abortion in the United States: An application of media system dependency theory. *International Journal of Public Opinion Research, 2,* 249-273.

20. Book Rags: Vilfredo Pareto available online at http://www.bookrags.com/biography/vilfredo-frederico-damaso-pareto-wom/

21. Bottomore, T. B. *Elites and Society.* London, 1964.

22. C. Wright Mills: The Power Elite.(Oxford: Oxford University Press. 2000.)

23. Callaghan, K and Schnell, F. (2001). Assess ding the Democratic Debate: How the News Media

Frame Elite Policy Discourse. *Political Communication, Vol 18 ,) p 183-212*

24. Chomsky, Noam (1986) *Pirates & Emperors*, New York: Claremont Research and Publications.

25. Chomsky, Noam (1989) *Necessary Illusions*, Boston: South End Press.

26. Chomsky, Noam (1991) *Deterring Democracy*, London: Verso.

27. Coser, Lewis A. 1977. *Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context*. 2d ed. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers , p p 396-400

28. David Domke, Taso Lagos, Mark LaPointe, Melissa Meade, and Mike Xenos. "Elite messages and source cues: Moving beyond partisanship ," *Political Communication* (October 2000) 17: 395-402.

29. David Domke. "Strategic elites, the press, and race relations," *Journal of Communication* (winter 2000) Vol 50, No., (1) p 134-136

30. Denis Mcquail (1983) Mass communication Theory: An Introduction , (London: sage) p 71

31. Encyclopedia Britannica: Elite. available online at http://www.britannica.com/dictionary?book=Dictionary&va=elite&query=elite

32. Etzioni-Halevy Eva. 1997. "Elites and the Working Class." Pp. 310-25 in Eva Etzioni-Halevy , ed., *Classes and Elites in Democracy and Democratization*. New York: Garland.

33. Eugene Ehrlich: Webster's Dictionary (NY: Harper Collins Publishers , 1993) p 176

34. Griffin, E. (2000). A first look at communication theory.4th ed. (Boston, MA: McGraw-Hill). P 310 and 364

35. Herman, E. S. (2003). The Propaganda Model: A Retrospective. *Against All Reason*, 1: 1-14. Available online at: http://www.human-nature.com/reason/01/herman.html

36. Herman, Edward (1982) *The Real Terror Network*, Boston: South End Press.

37. Herman, Edward (1999) *The Myth of the Liberal Media*, New York: Peter Lang Publishing.

38. Herman, Edward, and Chomsky, Noam (1988) *Manufacturing Consent*, New York: Pantheon Books.

39. Herman, Edward, and McChesney, Robert (1997) *The Global Media*, London: Cassell.

40. Herring, E. and P. Robinson (2002). *Too polemical or too critical for the*

41. *mainstream? Chomsky on media-elite relations*. Annual Conference of

42. Mannheim, K. (1940) *Man and Society in an Age of Reconstruction*. London: Routledge.

43. Meisel, James H. *The Myth of the Ruling Class: Gaetano Mosca and the Elite.* Ann Arbor: University of Michigan, 1958.

44. Schiller , Herbert (1975) The Mind Managers , NY , Beacon Pr.

45. Schiller , Herbert (1992) Mass Communications and American Empire (Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries) 2nd Edition , Westview Press.

46. Suzanne Keller (1968), „Elites" in David Sills (ed.): *International Encyclopedia of the Social Sciences.* Vol.5. London: Macmillan, 26–9.

47. the Political Studies Association, University of Aberdeen

48. Timothy Glander: Origins of Mass Communications Research during the American Cold War: Educational Effects and Contemporary Implications. (Mahwah, NJ , Lawrence Erlbaum Associates. 2000) p p 107–108

49. Vilfredo Pareto [1935] *The Mind and Society,* ed. Arthur Livingston trans. Andrew Bongiomo (NewYork: Harcourt, Brace & Co.), Vols. III and IV, Sections 2026–9 and Sections 2233–6.

50. Wikitionary: Elite available online at http://en.wiktionary.org/wiki/elite

نموذج
6

اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام
بين القديم والحديث

تشغل المستحدثات الاتصالية جانباً مهماً من الدراسات الاتصالية، ففي ظل تنامي ثورة المعلومات، وفي ظل تنامي القدرات المتاحة للوسائط الإعلامية الحديثة المستندة على التقنيات الرقمية في الإنتاج والتوزيع والاستقبال، وفي ظل الفضاء الإعلامي المفتوح، صار أمام المتلقي عشرات الخيارات المستحدثة التي استطاعت الخروج به من الحيز التقليدي لوسائل الاتصال.

ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل إن هذه الوسائل المستحدثة قد استحدثت بدورها وظائف ومضامين جديدة صارت ذات جاذبية حقيقية للمتلقي بحيث

استطاعت إلى حد كبير تمكين نفسها ضمن البيئة الاتصالية، وحجز مكانها ضمن أولويات التلقي الإعلامي.

ولا شك أن الشباب بكل ما لديه من تحرر ناتج عن عدم التقيد بعادات تعرض محصورة ضمن وسائل إعلام تقليدية ومحددة، وبعد حوالي أكثر من عشر سنوات على استقرار الوسائل الاتصالية المستحدثة المتمثلة في الإنترنت، والفضائيات الإذاعية والتلفزيونية، كل ذلك جعله العنصر الأكثر قرباً من هذه الوسائل الإعلامية المستحدثة من جهة، والأكثر استخداماً لما تستحدثه هذه الوسائل من وظائف ومضامين جديدة وذلك على النحو الذي سيتضح ضمن أدبيات هذه الرسالة.

وهؤلاء الشباب هم أنفسهم أكثر العناصر تأثراً بالمستحدث، حيث نجد نسبة كبيرة من الدراسات تحذر دائماً من الطابع الاستهوائي لهذه المستحدثات وما يمكن أن تحمله من تأثيرات سلبية على هؤلاء الشباب.

كما أن إشكالية التأثير والتأثر المتبادل في الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية في مقابل الوسائل المستحدثة وما تحمله من وظائف ومضامين جديدة إشكالية باتت تشغل حيزاً كبيراً من أدبيات الرسالة الاتصالية، حيث صارت هناك قناعة تامة بأن المستحدثات الاتصالية تؤثر على المستويات الكمية والكيفية في التعرض للوسائل الإعلامية التقليدية والوطنية، وهو الأمر الذي صار من الضروري كشف أبعاده الكيفية دون التوقف فقط عند إثبات التأثير الكمي لهذا التأثير.

ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتحاول معالجة هذه الإشكاليات الاتصالية بالتطبيق على الشباب السعودي.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام الوطنية ومستوى استخدامه للمستحدثات الاتصالية، والعوامل المؤثرة في هذه العملية مثل نوع ودرجة تحقق الإشباعات الوظيفية بناء على مستوى الاعتماد والاستخدام، إضافة إلى تحديد المتغيرات الديموجرافية المؤثرة في عمليتي الاعتماد والاستخدام للوسائط التقليدية والمستحدثة.

ويمكن تفصيل هدف مشكلة الدراسة وفق المحددات التالية:

1. **التعرف على مستوى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية السعودية بجميع أشكالها المطبوعة، والمسموعة، والمرئية.**
2. **التعرف على أنواع الإشباعات المتوقعة ومستوى تحققها وفق مستوى الاعتماد على الوسائل التقليدية.**
3. **التعرف على أنواع المستحدثات الاتصالية التي يستخدمها الشباب السعودي والتي انقسمت إلى وسائل اتصال مستحدثة شملت (الصحافة الإلكترونية، الإذاعات الفضائية، القنوات الفضائية التلفزيونية) ومستحدثات وظيفية ذات علاقة بوظائف جديدة وتمثلت في الألعاب الإلكترونية ورسائل المحمول) ومستحدثات ذات علاقة بالمضمون الإعلامي (تلفزيون الواقع).**
4. **التعرف على أنواع الإشباعات المتوقعة ومستوى تحققها وفق مستوى الاعتماد على الوسائل الاتصالية المستحدثة.**
5. **قياس العلاقة بين العوامل الديموجرافية للمبحوثين ومستويات الاعتماد على الوسائل التقليدية الوطنية واستخدام المستحدثات الاتصالية.**
6. **قياس العلاقة بين الإشباعات المتحققة وفق مستوى الاعتماد على الوسائل التقليدية الوطنية ومستوى استخدام المستحدثات الاتصالية.**
7. **قياس العلاقة بين مستوى الاعتماد على الوسائل التقليدية الوطنية ومستوى استخدام المستحدثات الاتصالية.**

أسلوب المعالجة البحثية:

قسم الباحث المتغيرات التي تشملها مشكلة الدراسة إلى عدة مستويات هي: أولاً: مستوى وسائل الاتصال: وتشمل الصحافة والراديو والتلفزيون في شكلها التقليدي، والصحافة الإلكترونية والإذاعة الفضائية والتلفزيون الفضائي بوصفها مستحدثات اتصالية.

ثانياً: تم قياس مستويات الاعتماد وعلاقتها بنوع الإشباعات ومدى تحققها لكل هذه الوسائل منفردة ومجتمعة، عبر تصميم مقياس تجميعي لمستوى الاعتماد والاستخدام للوسائل الإعلامية التقليدية والمستحدثة.

ثالثاً: تم قياس المستحدثات الاتصالية المتعلقة بالوظائف الجديدة والمضامين المستحدثة التي تمثلت في عينة الدراسة في الألعاب الإلكترونية، ورسائل المحمول، وتلفزيون الواقع وفق معدلات الاعتماد عليها، ونظراً لأن هذه المستحدثات تتعلق بأبعاد محددة تتمحور أغلبها حول البعد الترفيهي، لذا لم يكن من المجدي قياسها وفق الإشباعات، ولكن كانت المسألة الأهم هي قياس مستوى استخدامها وفق مستوى الاعتماد على كل من الوسائل الإعلامية التقليدية والمستحدثة.

رابعاً: تم دمج جميع المستحدثات الاتصالية المتعلقة بالوسيلة والوظيفة والمضمون لإجراء الاختبارات التي تستهدف كشف العلاقة بينها وبين المتغيرات الديموجرافية والعلاقة بمستوى الاعتماد على الوسائل التقليدية، كما تم دمج جميع الوسائل التقليدية لإجراء الاختبارات ذاتها عليها للوقوف على أبعاد الظاهرة والعناصر المكونة لها والمؤثرة فيها.

أهمية الدراسة ودوافع اختيارها:

1. **تركز اهتمام الدراسات العربية والأجنبية على قياس تأثير الإنترنت تحديداً على التعرض لوسائل الاتصال التقليدية دون بقية المستحدثات الاتصالية**[lii].

2. تركز اهتمام الدراسات العربية والأجنبية على قياس العلاقة بين الإنترنت والوسائل التقليدية دون النظر إلى طبيعة الوسائل التقليدية وطنية كانت أم غير وطنية.
3. غياب دراسة المستحدثات الاتصالية الحديثة مثل الألعاب الإلكترونية ورسائل المحمول وتلفزيون الواقع وقياس مدى تواجدها وعلاقتها بعمليات الاعتماد على الوسائل التقليدية والمستحدثة.
4. ضرورة القياس التعميمي لكشف أبعاد العلاقة بين مستويات الاعتماد والاستخدام للتقليد والمستحدث وهو ما لم يتوافر في الدراسات السابقة على حد علم الباحث.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

ما درجة اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية؟

ما درجة استخدام الشباب السعودي للمستحدثات الاتصالية واعتماده عليها؟

الصياغة الإحصائية لفروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الوسائل التقليدية ونوع الإشباعات الوظيفية ومستوى تحققها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المستحدثات الاتصالية ونوع الإشباعات الوظيفية ومستوى تحققها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المستحدثات الاتصالية المتعلقة بالوظيفة والمضمون ومستوى الاعتماد على الوسائل التقليدية والوسائل المستحدثة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الوسائل التقليدية والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المستحدثات الاتصالية والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين.

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الوسائل التقليدية ومستوى استخدام المستحدثات الاتصالية.**

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها [lii]،كما تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي عبر مسح مجتمع الدراسة من الشباب يتم عليها قياس المتغيرات المؤدية للإجابة عن التساؤلات واختبارات الفروض.

أداة الدراسة:

تم اعتماد أسلوب الاستقصاء أداة بحثية، حيث تم تصميم استمارة شملت متغيرات البحث، وبعد إجراء اختبارات الصدق والثبات تم تطبيقها على عينة الدراسة.

1- الصدق: حيث تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين الذين أقروا بصلاحيتها للتطبيق وقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة. [lii]

وقد كان معيار اختيار مفردات البحث يتم وفق محدد رئيس هو:

" أن يكون المبحوث ممن يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية الوطنية والمستحدثات الاتصالية معاً دون الاقتصار على واحدة منها".

وقد تمت الدراسة على مرحلتين هما:

- **أولاً: الجامعات: حيث تم اختيار الكليات بطريقة عشوائية، ثم الأقسام، والفرق الدراسية بطريقة عشوائية بسيطة، ثم الانتقال لتطبيق الدراسة على كل من انطبق عليه معيار البحث.**

- **ثانياً: خارج الجامعات حيث واجه الباحث مشكلة تتمثل في عدم وجود أماكن تجمعات للشباب من الإناث في مقابل وجود أماكن تجمعات للشباب من الذكور يسهل من خلالها القيام بالدراسة وفق الأسلوب السابق ذاته، وعليه قد قام الباحث بالتالي:**
  - **أماكن تجمعات الذكور: تم تقسيم مناطق مدينة الرياض، ثم اختيار عدد من الأحياء وفق أسلوب عشوائي، وتطبيق الدراسة على الشباب وفق معيار البحث.**
  - **الإناث: تم الاعتماد على شبكة العلاقات الاجتماعية لجامعي البيانات مع ملاحظة تغطية مناطق الرياض جميعها للحصول على هذا الجزء من عينة الإناث.**

وقد راعى الباحث الاتفاق بين تمثيل الإناث والذكور في العينة، واستهدف الحصول على 400 مفردة بوصفها تمثل العينة المثلى لأي مجتمع مفتوح على المستوى الإحصائي، وعليه فقد تم توزيع 500 استمارة على جامعي البيانات على أن توزع بالتساوي بين الذكور والإناث وداخل وخارج الجامعة، وجاءت الاستمارات المستردة على النحو التالي:

170 مفردة فقط في عينة الإناث التي جاءت جميعها مطابقة تماماً لمعايير البحث وخلت تماماً من الأخطاء نتيجة إجراءها في حالة وجود مباشر لجامع البيانات مع المبحوثات.

202 مفردة في عينة الذكور تم استبعاد 29 استمارة منها لأخطاء في ملء البيانات، بحيث صار مجموعها 173 مفردة، وعليه فقد بلغ مجموع مفردات البحث (343) مفردة.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.11 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية التي جاءت على النحو التالي:

أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

- **الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قام البحث بعرض متغيرات الدراسة في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط، وهو ما يوفر المؤشرات الكمية المطلوبة للتعرف على متغيرات الدراسة.**
- **متوسط الوزن المرجح: وذلك لقياس معدلات الاعتماد على الصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية، عبر قياس المتوسط الحسابي لمستويات الاعتماد على كل مفردة من مفردات الوسائل السابقة مقارنة بالأخرى.**

ثانياً: تصميم المقياس التجميعي:

حيث تم تصميم مقياس تجميعي لكل من مستويات الاعتماد على الوسائل التقليدية والوسائل المستحدثة، ومقياس تجميعي للمستحدثات الاتصالية بكاملها، وذلك للتمكن من إجراء اختبارات مباشرة لقياس معدلات الاعتماد والاستخدام ومقارنتها وصولاً إلى إنتاج نتائج قابلة للتعميم.

ثالثاً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس مدى وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد تنوعت بين متغيرات ترتيبية Ordinal ووزنية Scale ذات المصداقية الأعلى بين الاختبارات الإحصائية وتمثلت أهم هذه الاختبارات في:

- **اختبار Kruskal–Wallis Test لقياس الفروق الترتيبية بين أكثر من مجموعة.**
- **اختبار T– Test لقياس الفروق الوزنية بين مجموعتين فقط.**
- **اختبار One Way AVONA (F) لقياس الفروق الوزنية بين أكثر من مجموعتين.**

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 وذلك لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

الإطار النظري للدراسة:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام النظرية الأكثر حداثة بين النظريات التي استهدفت التعرف على تأثير وسائط الاتصال الجماهيري ضمن ما يعرف بالمدخل الوظيفي لوسائل الإعلام.

حيث اتجهت الدراسات الوظيفية إلى التركيز على الجمهور منذ بداية الستينيات، وجاءت أهم نظرياتها في السبعينيات متمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تعد حجر الزاوية في دراسات جمهور وسائط الاتصال، ثم تلتها بسنوات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتتأسس على فرضياتها وتضيف عليها وتتفادى النقد الذي وجه إليها.

<u>تاريخ النظرية وأبعادها الأولى:</u>

تنتمي هذه النظرية إلى المدخل الوظيفي في نظريات الاتصال، وهو المدخل الذي نشأ وتطور على يد هارولد لاسويل Laswell وتشارلز رايت Charles Wright[lii] وقد بني هذا المدخل على فرضية رئيسة هي أن وسائل الاتصال تقوم بأدوار محددة في المجتمع، وأنها ترتبط بالسياق الاجتماعي، وأن النظام الاتصالي نظام متبادل الاعتمادية مع بقية النظم السياسية والاقتصادية والثقافية، وقد تحددت خمس وظائف رئيسة يقوم بها الاتصال وهي: مراقبة البيئة، التماسك الاجتماعي، نقل الميراث الثقافي، الترفيه، والتعبئة أو الحشد.

وقد حاز المدخل الوظيفي على اهتمام الكثير من الباحثين ممن أسهموا في تطويره كروبرت ميرتون ولازرسفيلد، وكاتز، وبلومر، وقد سعوا جميعاً لتطويره ليصير قابلاً للتعامل مع المتغيرات الاتصالية الحديثة، ومرتكزاً في دراساته على أسس إمبريقية[lii].

وقد تحول اهتمام الدراسات الوظيفية فيما بعد من التركيز على تقييم أداء المؤسسات إلى التركيز على الفرد فيما أسماه ماكويل Mcquail بالوظيفية الفردية[lii]، التي تفترض أن وسائل الإعلام تحقق الوظائف العامة للمجتمع من خلال الاستقبال الطوعي الذي يقرره الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام، وهذا الاستقبال

ينشأ من نماذج معقدة من الحاجات الإنسانية وما يشبعها، وهذا يعني أن المجتمع لا يمكن أن تتحقق وظائفه إلا من خلال تلبية وظائف الفرد.

لذا فقد تحولت النظرية الوظيفية إلى العمل على الجمهور، وتمثلت أهم نظرياتها في نظرية الاستخدامات والإشباعات التي صاغها بلوملر وكاتز عام 1974م [lii] والتي تتلخص فيما يلي:

1. أن جمهور وسائل الإعلام ليس جمهوراً سلبياً وإنما نشط.
2. أن الجمهور لديه حاجات يسعى إلى تحقيقها عبر وسائل الإعلام.
3. هذه الحاجات تتشكل وتختلف وفق الأصول الاجتماعية والنفسية للأفراد.
4. تثير الحاجات توقعات من وسائل الإعلام.
5. تتنافس وسائل الإعلام في تلبيتها لهذه الحاجات.
6. يزداد تعرض الجمهور للوسيلة التي تشبع حاجاته ويقل تعرضه للوسيلة التي لا تشبع هذه الحاجات كلياً أو نسبياً.
7. تتحدد درجة توقع الإشباع وفق ما تحققه الناشئة من تجارب سابقة. [lii]

وقد انتقدت نظرية الاستخدامات والإشباعات بناءً على تركيزها المفرط على الجمهور مع إهمال المحتوى، وتجاهل البيئة الاتصالية العامة ومكانتها داخل النظام الاجتماعي، وهو ما دفع البعض إلى عدِّها نظرية متميزة جداً على مستوى كشف الظواهر الاتصالية المتعلقة بالاستخدام لدى الجمهور وليس ربط الاستخدام بالمنظومات الأخرى داخل العملية الاتصالية وداخل المجتمع.

هذا التطور سالف الذكر هو ما دفع ديفلير وروكيتش إلى تطوير نظرية جديدة تتأسس على أبعاد الاستخدامات والإشباعات الرئيسة، وتضيف عليها المتغيرات المرتبطة بالوسيلة الاتصالية وبالمجتمع، وتحاول استجلاء هذه العلاقة ذات الأبعاد التركيبية المعقدة.

المفهوم العام للنظرية:

نشأت النظرية عام 1976 على يد ديفلير وروكيتش حيث دمجت بين عدة مناظر بحثية هي: النظريات الاجتماعية مع النظريات النفسية السلوكية، دمج نظريات النظم مع الاستخدام، ودمج نظرية الاستخدامات والإشباعات وبحوت التأثير مع نظريات النظم والنظريات الاجتماعية.

والفرضية الأصلية للنظرية هي: " أن هناك علاقة بين كل من الفرد ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي العام، وأن الفرد حين يتعرض لوسائل الإعلام فهو يسعى إلى الاختيار بين بدائل وظيفية يحددها له النظام الاجتماعي، وأن إشباع الوسائل لاحتياجاته ينشأ في الأساس على عاملين مهمين هما: الأول: فعالية الوسيلة الإعلامية في إشباع هذه الحاجات، الثاني: مدى قبول النظام الاجتماعي لنوع الإشباعات التي يحتاجها الفرد، وأسلوب تحقيقها عبر وسائل الإعلام، هذه العوامل هي التي تؤثر في النهاية في اعتماد الفرد على وسيلة إعلامية معينة في إشباع حاجاته، وهي كذلك التي تحدد سبب تحول الفرد من الاعتماد على وسيلة ما إلى بديلها الوظيفي وفق مدى ونسبة تحقق الإشباع في هذا البديل

والتي لا بد أن تزيد عن الوسيلة الأصلية. [iii]

تفاصيل النظرية وأسسها:

تتأسس النظرية على عدة عناصر رئيسة هي:

النظام الاجتماعي: **وهو الذي يحدد مدى إتاحة الوسائل الإعلامية وتنوعها، بمعنى أن قياس الاعتماد لا يمكن أن يتم في ظل بيئة اجتماعية لا تتيح سوى وسيلة إعلامية حكومية واحدة كما كان الحال قبل ظهور المستحدثات الاتصالية المتمثلة في الفضائيات والإنترنت وغيرها، حيث تنتفي هذه البدائل الوظيفية التي يتحدد على أساسها مستوى الاعتماد، كما يحدد النظام الاجتماعي بدوره نوع الإشباعات المقبولة اجتماعياً.**

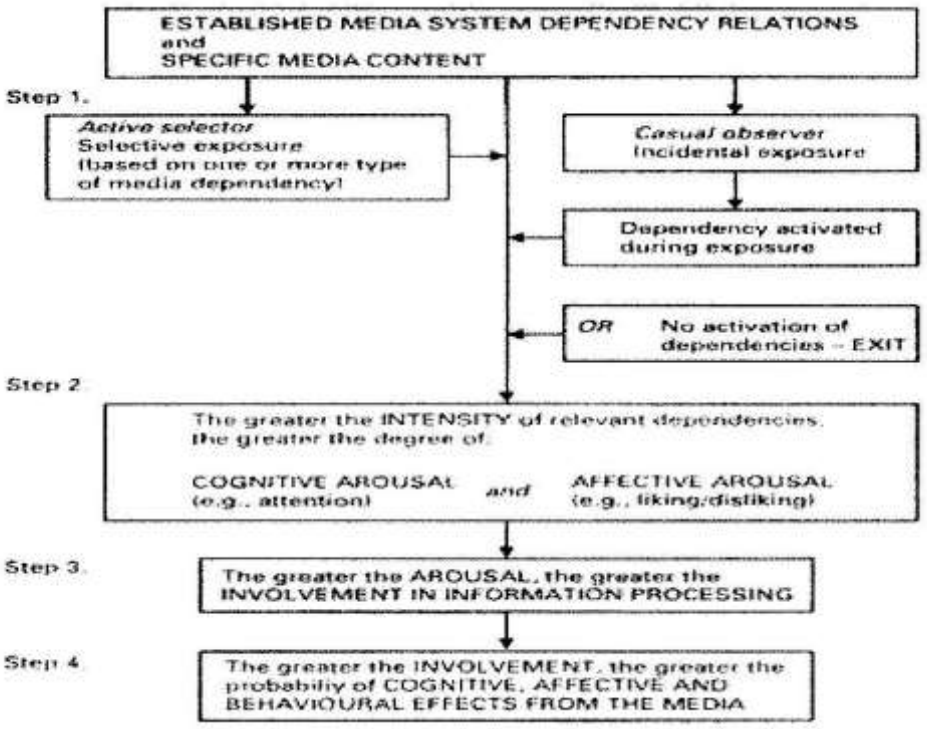
النظام الاتصالي: **وهو الذي يحدد وفق طبيعة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وهو الذي يحدد أساليب التدفق الاتصالي من المصدر إلى الجمهور،**

ويؤسس العادات الاتصالية التي تختلف من مجتمع إلى آخر، فالمجتمعات البدائية لا يزداد اعتمادها على الاتصال الشخصي في مقابل الاتصال الجماهيري مثلاً، وهذا النظام الاتصالي تتحدد فعاليته وفق أمرين هما: مستوى تحقيق الإشباعات للجماهير، ومستوى ملائمته للنظام الاجتماعي وخدمته له.

الجمهور: **وهو الذي يحدد الإشباعات المتوقعة، ودرجة تحققها، ويتحول بين وسائل الاتصال المتنوعة سعياً وراء أكثر بدائلها قدرة في إشباع حاجاته الاتصالية، والتي يتم على أساسها نشوء واستقرار الاعتماد، أو تغيره.** [iii]

طبيعة التأثير: **حيث تتنوع التأثيرات بين معرفية وسلوكية ووجدانية وجميعها تمثل المخرج النهائي للعلمية التي يتحدد على أساسها استقرار وثبات النظام الاجتماعي والاتصالي أو اهتزازه وضعفه.**

ويوضح الشكل التالي طبيعة وخطوات عملية الاعتماد:



1. *الخطوة الأولى:* الاختيار الانتقائي للتعرض لمحتويات الوسائل الاتصالية المتعددة، وتعمل في هذا الإطار عدد من المتغيرات منها طبيعة التعرض إذا كان يتم عبر الملاحظة السببية أو التعرض بالمصادفة ومستوى تفعيل حالة الاعتماد عبر عمليات التعرض والتي لا بد أن تتم حتى تكتمل العملية أو تتوقف.

2. *الخطوة الثانية:* كلما زادت كثافة وتركيز المستخدم زادت حالة الإثارة المعرفية أو الإثارة الوجدانية.

3. كلما زادت حالة الإثارة زاد التورط في عملية معالجة المعلومات.

4. كلما زاد التورط زادت احتمالات التأثر المعرفي والوجداني والسلوكي عبر رسائل هذه الوسائل الاتصالية.

وبهذا يتضح أن قدرة وفعالية الوسيلة الاتصالية في الإثارة المعرفية والوجدانية والسلوكية عبر تحقيق إشباعات الفرد بأعلى مستوى من الكفاءة هي التي تحدد بالتالي مستوى اعتماده على وسيلة اتصالية أو انتقاله لبدائل وظيفية تحقق هذه الإشباعات وفق هذا المستوى من الإثارة.

الاعتماد والبدائل الوظيفية:

سبقت الإشارة إلى أن نظرية الاعتماد لا تتم إلا في وجود عدد من البدائل الوظيفية التي تستطيع تحقيق الإشباع ذاته للجمهور، والبدائل الوظيفية تتأثر هي الأخرى بطبيعة النظام الاجتماعي والاتصالي حيث أنها هي التي تحدد مدى إتاحة هذه البدائل أو منعها.

إلا أن ثمة دراسات قد ركزت في أبعاد أكثر عمقاً في دراسة طبيعة علاقة الاعتماد بالبدائل الوظيفية وركزت تحديداً على التفرقة بين نوع الإشباعات المتوقعة والبدائل الوظيفية المتاحة، حيث أكدت على أن الإشباعات الترفيهية والهروبية تتأثر بنوع الوسيلة وقدرتها الذاتية وخصائصها، فالفرد يسعى إلى تحقيق الإشباعات الترفيهية عبر التلفزيون والسينما أكثر من الراديو والصحف، وهذا ليس راجعاً لقدرة هذه الوسائل على القيام بالإشباع فقط ولكنه يرجع لخصائص الوسيلة ذاتها التي تتيح

في التلفزيون والسينما حالة المشاهدة والاسترخاء أكثر من الصحف التي تتطلب تركيزاً ذهنياً، والراديو الذي لا يقدم الصورة التي تدعم حالة الترفيه.

بينما الإشباعات المعرفية يعتمد فيها الجمهور على الكفاءة الذاتية للرسالة الاتصالية حيث قد يسعى الفرد إلى استخدام الراديو إذا ما تضمن معلومات لا يتضمنها التلفزيون دون النظر إلى الفروق الجوهرية بين سمات وخصائص الوسيلة.

كما أن طبيعة الظروف النفسية والاجتماعية المحيطة بالفرد حيال سعيه لإشباع حاجة اتصالية ما قد تحدد بدورها البديل الوظيفي الأنسب وفق كل حالة. [iii]

تأثير الإعلام الحديث على الإعلام القديم:

وقد ركزت عدة دراسات على وجود تأثير مباشر لاستخدام وسائل الإعلام التقليدية، وقد تنوعت هذه التأثيرات بين تأثيرات كمية وكيفية.

وقد أشارت العديد من الدراسات التي تناولت تأثير الإنترنت بتطبيقاتها المتعددة على استخدام وسائل الاتصال التقليدية التي تنوعت بين دراسات تركزت على التأثير العام للإنترنت على الجمهور العام في مسألة التعرض للوسائل التقليدية ومثلتها دراسة (حماد 2003) [iii]،ودراسات تركزت على تأثير الإنترنت على تعرض الشباب لوسائل الاتصال التقليدية ومنها دراسة (الطرابيشي 1999) في مصر[iii] (Ebersole 2000) في الولايات المتحدة[iii] (Krishnatary & Kulshresta 2002) في الهند[iii]، (Weeler 2003) في الكويت[iii] (عزي 2004) دراسة مقارنة في الخليج [iii] في سياق دراستهم لاستخدامات الإنترنت بأن الإنترنت يؤثر تأثيراً مباشراً على وسائل الاتصال التقليدية كماً وكيفاً.

كما أشارت بعض الدراسات المعنية بتأثير التعرض للصحف الإلكترونية على قراءة الصحف الورقية إلى الأمر ذاته وهو ما أكدته دراستا (Alsherif & Gunter 2000) [lii] ودراسة (بيت المال 2003) [lii].

كما كانت هناك دراسات متخصصة في قياس التأثير المباشر بين الإنترنت والتعرض للوسائط التقليدية ضمنت في عدد خاص لمجلة IT & Society في عددها الصادر في خريف 2002. [lii]

التأثير الكمي: أثبتت الدراسات السابقة جميعها أن هناك تأثيراً كمياً ينتج عن التعرض للمستحدث الاتصالي يتمثل في تقلص التعرض للوسائل الاتصالية التقليدية على مستوى استخدام الإنترنت تحديداً.

التأثير الكيفي: أثبتت دراسة (حمادي 2003) أن الإنترنت تمثل مكاناً متميزاً لدى مستخدمها في القيام بالوظائف الإخبارية والترفيهية بما يفوق الوسائط التقليدية، كما أثبتت الدراسة أن معدلات الثقة ودرجة المصداقية في أخبار الشبكة مرتفعة، وهو ما اتفق مع نتيجة دراسة (الطرابيشي، 1999) وهو الأمر الذي أرجعه (عزي 2004) إلى البعد التفاعلي الذي يحدد الإشباع الوظيفي، ولا شك أن هذه الدراسات ونتائجها ثبتت الفرضية النظرية التي سبق الإشارة إليها في أن عمليتي الاستخدام والاعتماد ترتبطان بشكل مباشر بمستوى تحقيق إشباعات وظيفية، حيث يشير (حماد،2003) إلى أن قدرة المستحدث الاتصالي على إزاحة الوسائل التقليدية ترجع إلى بعدين رئيسين هما:

1- وجود سمات خاصة بالمستحدث لا يمكن توافرها في الوسيط التقليدي.
2- قدرة المستحدث على القيام بإشباع الوظائف التقليدية بشكل أفضل كماً وكيفاً.

الشباب الأكثر استخداماً للمستحدث:

أغلب الدراسات أكدت أن فئة الشباب هي أكثر الفئات استعداداً وقبولاً فعلياً للمستحدث الاتصالي، ومنها الدراسة المهمة التي أصدرتها جمعية الصحف الأمريكية ومجتمع محرري الصحف الأمريكيين في يناير 2007 تشير إلى أن معدلات استخدام الوسائل الاتصالية التقليدية والمستحدثة وفق الفئات العمرية. [lii]

حيث تشير هذه الدراسة إلى أن فئة الشباب هي الأعلى دائماً في استخدام الرسائل عبر المحمول، وفي استخدام الخدمات الترفيهية عبر الإنترنت، وفي ممارسة الألعاب الإلكترونية، وأنها الأكثر اعتماداً على المستحدثات الاتصالية لتلبية احتياجاتها الاتصالية، في الوقت الذي جاءت فيه نسب الاعتماد على التلفزيون بهدف الترفيه متقاربة مع غيرها من الفئات العمرية، بينما تأكد انصراف الشباب عن التعرض للصحف التقليدية بفروق مرتفعة جداً عن الفئات العمرية الأكبر حيث بلغت معدلات القراءة 23% لفئة 18-29 في مقابل 25% لفئة 50-64، كما تبين كذلك تقلص قراءة المجلات من 33% عام 1994 إلى 25% عام 2004، كما تبين كذلك أن الفئات العمرية الأكبر هي الأكثر ثباتاً في استخدام خدمات الراديو حيث بلغت 47% في مقابل 28% لفئة 18-29 عاماً.

وكل هذه المؤشرات تؤكد أن فئة الشباب هي الفئة الأجدر بالدراسة لدى التطرق إلى عمليات استخدام المستحدثات والاعتماد على كل من وسائل الإعلام التقليدية والمستحدثات الاتصالية ومقارنة التأثير المتبادل بين الأمرين.

ومما سبق قام الباحث بتقسيم المستحدثات الاتصالية التي يتعرض لها الشباب السعودي والتي تم إخضاعها للدراسة إلى عدة أقسام هي:

- مستحدثات تتعلق بالوسيلة:

وتشمل الصحافة الإلكترونية والإذاعات الفضائية والقنوات الفضائية.

- مستحدثات تتعلق بالوظيفة:

وتشمل الألعاب الإلكترونية ورسائل المحمول.

- مستحدثات تتعلق بالمحتوى الإعلامي:

تم اختيار نمط تلفزيون الواقع.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية:

1. أحمد سمير حماد: استخدامات الجمهور المصري لشبكة الإنترنت. دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الجمهور العام والقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الإلكترونية (ماجستير، غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية بالقاهرة، جامعة الأزهر، 2003).
2. جيهان يسري: استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها (مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن، يناير 1998).
3. حمزة بيت المال: تصفح الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية: المنتدى الإعلامي الأول، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2003.
4. سمير حسين: بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1995).
5. عبد الرحمن عزي: الإنترنت والشباب: بعض الافتراضات القيمية 2004. http://www.goecities/dr.azzi/internshab.html
6. محمد الوفائي: مناهج البحث في الدراسات الإجتماعية والإعلامية(القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية ,ط1)
7. ميرفت الطرابيشي: العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد السادس، يوليو 1999.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

8. Alan Neustadtl, John P. Robinson Media Use Deference Between Internet Users And Nonusers In The General Social Survey Journal Of IT&SOCIETY, Volume 1, Issue 2, Fall 2002.

9. Alexander, E. R., L. E. Penley, and I. E. Jernigan (1991). The effects of individual difference on managerial media choice. Management Communication Quarterly 5.

10. Alshehri, F& Gunter, B (2002) The market for electronic newspapers in the Arab work: London Aslip proceedings.No. 1, Emerald, 2000

11. Anderson, R., & Ross, V. (1998) Question of communication: A practical introduction to theory (2nd ed.) New York: St Martin's Press.

12. Cragan J. F., & Shields, D.C. (1998) Understanding communication theory: The communicative forces for human action. Boston, MA: Allyn & Bacon.

13. Deporah L. Wheeler: The Internet and Youth Subculture in Kuwait. Journal of Computer Mediated communication. Vol 8, No 2 Jan 2003.

14. Ebadi, Y and J Utterback (1984) The effect of communication on technological innovation. Management Science 48.

15. Grantham, C. E. and J. J. Vaske (1985) Perdicting the usage of an advanced communication technology. Behavior and Information Technology 4 (4).

16. Griffin, E. (1997) A first look at communication theory (3rd ed.) New York: McGraw-Hill.

17. Infante, D. A.,. Rancer A, S., & Womack, D. F. (1997) Building communication theory (3rd ed) Prospect Heights, IL: Waveland Press.

18. Jeffery Cole, John P. Robinson: Internet Use, Mass Media And Other Activity In The Ucla Data Journal Of IT&SOCIETY, Volume 1, Issue 2, Fall 2002.

19. Lazarasfeld, P.F, Berelson, B. & Gaudet, H.: The people's choice : How the voter makes up his mind in a presidential campaign (New York: Columbia University Press. 1944).

20. Leonard-Barton, D. (1998) Implementation characteristics of organizational innovations: Limits and opportunities for management strategies. Communication Research 15 (5), 603-631.

21. Lerner, D. The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East (New York: Free Press, 1958).

22. Littlejohn, S. W. (1999) Theories of human communication (6th ed) Belmont CA: Wadsworth.

23. Markus, M. L. (1987, October). Toward a " critical mass " theory of interactive media: Universal access,. Communication Research 14 (5).

24. Markus, M. L. (1990). Toward a critical mass theory of interactive media: Universal access, interdependence and diffusion. In J. Fulk and C. Steinfield (Eds.), Organization and communication Technology Nwebury Park, CA: Sage Publications.

25. Miles, I. (1992). When mediation is the massage: How suppliers envisage new markets. In M. Lea (Ed.), Contexts of computer-mediated communication. New York: Harvester Wheatsheaf.

26. Newspaper Association of America & America Society of Newspaper Editors (2007) Media Usage: A Generational perspective. Available online hptt://www.growingaudience.org/downloads/GA_gen_studyV2.pdf

27. Norman H Nie, Lutz Erbing: Internet And Mass Media: A Perliminary Report. Journal Of IT&SOCIETY, Volume 1, Issue 2, Fall 2002 .

28. Pradeep Krishnatary, Abhijita Kulshrestha: Internet Use Among Youth. Mudra Institute of Communications, Ahmedabad, 2002.

29. Rogers, E. M. (1986) Communication Technology: The new media in society. New York: Free Press.

30. Rogers, Everett M. (1962) Diffiusion of Innovation. The Free Press New York.

31. Rogers, Everett M. (1976) " New Product Adoption and Diffusion, " Journal of Consumer Research.

32. Rogers, Everett M., Solo Robert A (1972) Inducing Technological Change for Economic Growth and Development Michigan State University Press.

33. Ryan. B. and Gross, N. 1943. The diffusion of hybrid seed corn in two communities: Rural Sociology, 8 (1).

34. Samuel Ebersole: Uses and Gratifications of the Web among Student. Journal of Computer-Mediated-Communication, Vol., 6, No 1 Septemper 2000.

35. West R., & Turner, L. H. (2000) Introduction communication theory: Analysis and application. Mountain View, CA: Mayfield.

36. Wikipedia.org: http:// en.wikipedia.org/wiki/Image:Scurvebellcurve.png

37. Wood, J, T. (1997) communication theory in action: An introduction: Belmont CA: Wadsworth.

38. Laswell, H (1948). The structure and function of communication and society: The The communication of ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies.

39. Wright, W. R. (1960). Functional analysis and mass communication. Public Opinion Quarterly>

40. ()Infante, D. A., Rancer, A. S., & Womack, D. F. (1997). Building communication theory (3rd ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press

41. Denis Mcquail (1983) Mass communication Theory: An Introduction, (London: sage) .

42. Blumler J.G. & Katz, E. (1974). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage.

43. Anderson, R., & Ross, V. (1998). Questions of communication: A practical introduction to theory. 2nd ed.. (New York: St. Martin's Press.) Swanson, D.L. (1987). Gratification seeking, media exposure, and audience interpretations: Some direction for research. Journal of Broadcast and Electronic Media, Griffin, E. (2000). A first look at communication theory .4th ed. (Boston, MA: McGraw-Hill).

44. West, R., & Turner, L. H. (2000). Introducing communication theory:

45. Analysis and application. Mountain View, CA: Mayfield .

46. Littlejohn, S. W. (1999). Theories of human communication (6th ed). Belmont,

47. CA: Wadsworth.

48. Source: DeFluer & Ball Rokeach (1989) op., cit.

نموذج
7
الإعلاميون المسلمون و الحوار مع الآخر
الحوار مع الغرب نموذجا
دراسة لاتجاهات القائم بالاتصال في 19 دولة إسلامية

مقدمة :

بالرغم من أن قضية الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي لا تعد جديدة في فكرتها أو الممارسات المرتبطة بها ، الا إن مبعث الاهتمام المتصاعد بها في السنوات الأخيرة جاء نتيجة لتشابك العديد من الظروف العالمية التي أعادت طرح هذه القضية من مناظير جديدة حملت إسهامات مباشرة علمية وبحثية ، وسياسية ودينية ، وثقافية وحضارية .

ولعل بواعث الطرح الجديد لعملية الحوار يكمن في أمرين رئيسين هما :

1. انتهاء الحرب الباردة مما عزز من الرؤى المستقبلية التي سعت لاستكشاف العالم بعيداً عن الاستقطابية الثنائية للمعسكرين الشرقي

والغربي ، وقد حملت هذه الرؤى إسهامات كثيرة حول إشكالية صراع الحضارات على النحو الذي طرحه هنتنجتون من أن العدو القادم هو الحضارتين الإسلامية والكونفوشية الصينية ، أو ما طرحه فوكوياما حول نهاية التاريخ ، واعتبار أن انتصار المعسكر الغربي يعني سيادته الثقافية القائمة على الديمقراطية والليبرالية . [iii] وهذه الطروحات استقبلت بحفاوة بالغة في مناقشاتها على كافة الأصعدة السياسية والثقافية والدينية، ومثلت أساساً فكرياً للموجة الجديدة من الإسهامات الفكرية في مجال الحوار الثقافي بين العالمين الغربي والإسلامي .

2. أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 التي مثلت تطبيقاً عملياً مستفزاً لحالة الصراع الحضاري السالف ذكرها ، وبعيداً عن تداعياتها العسكرية والسياسية فقد أسست لحالة من الاستنفار الفكري حول قضية الحوار بين الحضارتين الغربية والإسلامية ، كما أنها نقلت هذه القضية بجانبيها المتمثلين في الحوار أو الصراع من دائرة الاهتمام النخبوي إلى دائرة الاهتمام الشعبي ، وهو ما فتح المجال على مصراعيه لوسائل الاتصال في خوض غمار هذه الإشكالية معززة بتقنياتها الجديدة المتمثلة في توسع القنوات الفضائية ، وازدهار الإنترنت ، وشيوع الشبكات الاجتماعية ، لتسهم على نحو غير مسبوق في هذه القضية ، وتمنحها أبعاداً جديدة تماماً .

على أن قضية الحوار في هذا الإطار الجديد لم تمنح ذاتها فرصة للتعرف على جوهر قضية الحوار ، بل إنها استعادت وللأسف ذات المفاهيم والتصورات الخاطئة السابقة ، ولم تتحرر من إشكالية الخطاب النخبوي المستقطب في الحوار الديني كمحور ثقافي ، والحوار الحكومي كمحور سياسي اقتصادي ، وهكذا صارت الإشكالية أن إدارة الحوار صارت تتم في بيئة جديدة ، وبين جمهور جديد ، وبآليات جديدة ، واهتمام عالمي غير مسبوق ، لكنها في الوقت ذاتها تقوم على

أسس قديمة مبنية على الاسترداد التاريخي لأصول وجوهر حالة الصراع الثقافي بين العالمين الغربي والإسلامي ، وهذا الواقع أسفر عن ضرورة مباشرة لإعادة النظر في هذه القضية على نحو جديد .

لا تسعى هذه الدراسة إلى إعادة بناء الفهم الواضح للقضية على هذه الأسس الجديدة قدر ما تهتم برصد الممارسة الإعلامية التي عالجت هذه القضية من منظور التأجيج الشعبي للمشاعر وإعادة طرح الاتهامات التاريخية المتبادلة ، هذه الممارسة التي نقلت حيز القضية إلى الشعوب ، هي نفسها المسئولة عن إعادة تصحيح المسار ، والسعي نحو إيجاد حالة من الحوار القائم على التفاهم المتبادل وصولاً إلى تحقيق التعاون البناء بين العالمين الإسلامي والغربي .

ولا شك أن المؤسسات الاتصالية التي تقوم على جهود منظمة ومخططة في تناول هذه القضية هي التي يقع عليها هذا العبء الأكبر ، وهذه المؤسسات تنطلق من أسس فكرية تحكم القائمين عليها والعاملين بها ، ولهذا فإن دراسة القائم بالاتصال باعتباره صانع الرسالة الإعلامية الحقيقي والمؤثر في شكلها النهائي , هي الأكثر جدارة بالنظر والاعتبار لا سيما إذا ما أجريت الدراسة على نطاق واسع يراعي تنوع المشارب الثقافية والفكرية في دول عديدة للخروج من احتمالية التأثر المباشر والوحيد بالاتجاه السائد في دولة ما حول هذه القضية .

إن الدراسات التطبيقية التي سعت لتناول هذه الظاهرة بعيداً عن التوقف عند حدود التنظير الفكري أو التأصيل العلمي ضعيفة للغاية خاصة في العالم الإسلامي ، وهذا أمر ليس بجديد في سياق هذه النوعية من الإشكاليات على وجه التحديد .

إذ أنه بالنظر إلى الجهود السابقة في عملية الحوار لا يكاد المتتبع الفاحص أن يجد لها أثراً في الدراسات التطبيقية خاصة على الصعيد الإعلامي .

فمنذ رعاية المملكة العربية السعودية للحوار مع الفاتيكان في مارس 1972 ، والتي استمرت منذ هذا الوقت حتى اليوم في جهود ولقاءات منظمة نشأ عنها المنتدى الإسلامي العالمي للحوار ورغم إنشاء لجنة الاتصال الإسلامي الكاثوليكي

في عام 1995 ، إلا أن انعكاس هذه النشاطات في التناول الإعلامي أو البحثي ظلت ضعيفة للغاية .

ورغم توازي هذه النشاطات مع نشاطات أخرى كتأسيس لجنة الحوار الإسلامي المسيحي في الأزهر بمصر بالتعاون مع الكنيسة الأسقفية في بريطانيا ، أو لجنة الحوار بين الأديان بالمجلس الأعلى للشئون الإسلامية التابع لوزارة الأوقاف المصرية ، أو اللجنة الدائمة لحوار الأديان بمجمع البحوث الإسلامية بالأزهر ، أو لجنة الحوار الإسلامي المسيحي برابطة العالم الإسلامي ، فإن جل هذه النشاطات لم تحظ بالتداول الإعلامي الكافي على صعيد التغطية الإعلامية أو الدراسة العلمية المفصلة .

وعلى الجانب الآخر فإن جهود الحوار تمثلت في ثلاثة أشكال رئيسة هي :

1. **الحوار الديني الذي رعاه الفاتيكان بتأسيس المجلس البابوي لحوار الأديان منذ عام 1964 .**
2. **الحوار الاقتصادي السياسي : والذي تمثل في الحوار العربي الأوربي الذي تعزز كمحاولة نظامية للفهم والتعاون بعد حرب 1973 حيث بدأت المبادرة الأوربية للحوار أعمالها منذ عام 1974 في شكل لقاءات نظامية سنوية في الدول العربية بهدف التعاون الاقتصادي والسياسي .** [iii]
3. **الحوار الثقافي والحضاري : والذي تمثل في دعوات الأمير تشارلز ولي عهد بريطانيا إلى فهم الإسلام كحضارة وثقافة ذات رؤية كلية للإنسانية .**

<u>تطور الاهتمام الإعلامي بمبادرات الحوار :</u>

بيد أن أبرز المبادرات التي استقطبت اهتمام وسائل الإعلام في معالجتها لقضية الحوار تمثلت في حدثين رئيسين هما :

- **مبادرة الملك عبد الله للحوار : والتي بدأت بدعوة جلالته للحوار بين الأديان السماوية الثلاث عقب زيارته التاريخية للفاتيكان عام 2007 والتي دعا**

فيها لتكاتف الأديان الثلاث ضد الإلحاد ، والتي تعززت بمجموعة من المؤتمرات الدولية تحت رعاية المملكة .

- مبادرة الرئيس أوباما للحوار : والتي عبر عنها في زيارته التاريخية للقاهرة 2009 حين خاطب العالم الإسلامي داعياً إلى فتح صفحة جديدة من العلاقات بين العالمين الإسلامي والولايات المتحدة مؤكداً على ضرورة الحوار بين الحضارتين ، ومشدداً على الروابط الثقافية والإنسانية المشتركة بين العالمين الغربي والإسلامي .

إن هذا الاهتمام الإعلامي غير المسبوق بهاتين المبادرتين يدل على تصاعد مطلوب في الطرح الإعلامي لقضية الحوار ينقلها من الحيز النخبوي إلى الحيز الشعبي ، ولكن على أساس الفهم المشترك ، وتطبيق آليات الحوار البناء بعيداً عن التداول الشعبي للصور النمطية بين الثقافتين .

مدخل إلى مشكلة الدراسة :

تعد قضية الحوار بين الحضارات والثقافات هي المظهر الرئيس لحالة الاتصال الثقافي التي تتعزز الإسهامات البحثية المرتبطة بها يوماً بعد يوم ، والواقع يشير إلى أن الجهود الاتصالية التي كانت تتم بين الثقافات والدول تتغير باطراد ، إذ تتحول من حالة مخططة ونشاطات موجهة تستهدف التأثير على الآخر ، إلى حالة منظمة ونشاطات تشاركية تعزز حالة التفاهم المشترك ، وهذه الحقيقة تفرز بالتبعية مجموعة من الإشكاليات الرئيسة ومن أهمها :

1. أن حالة الاتصال الثقافي قد أصبحت ذات اتجاهين تتمثل في عمليات الحوار المؤدية إلى الفهم المشترك .
2. أنها حالة طوعية لا تقوم في حقيقتها على استهداف التأثير في الآخر ، بقدر ما تقوم على الإقناع القاضي بضرورة التعاون المشترك .
3. أن الجهود القائمة في هذا المجال تضطلع بها منظمات وهيئات دولية ومدنية بديلاً عن الحكومات والدول .

4. أن مدار هذه النشاطات والمحفز لها يتمثل في وسائل الاتصال بكافة أشكالها التقليدية والحديثة .
5. أن دافعية التشارك الثقافي والحوار الحضاري مسألة جوهرية في هذا الإطار .

وعلى هذا يمكن القول أن حالة الحوار بين العالم الإسلامي والثقافات الأخرى ، لا سيما الثقافة الغربية ينبغي أن يعاد تقييمها من عدة أوجه وهي :

1. اتساق حالة الحوار القائمة حالياً بمعطيات ومحددات الاتصال الثقافي كعلم .
2. تنوع النشاطات القائمة على الحوار والفهم المتبادل وتنوع الجهات العاملة في إطارها .
3. نتائج حالة الحوار على الصعيد العملي .
4. معوقات حالة الحوار الفكرية والثقافية والحضارية .
5. دافعية القائم بالاتصال وتقييمه الذاتي لحالة الحوار مع الآخر .
6. العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في اتجاهاته نحو الحوار .

وعليه تأتي هذه الدراسة في جانبين أحدهما نظري والآخر إمبريقي :

الجانب النظري فيعرض إلى أهمية الحوار ، ومستوياته وإشكالياته ، والعوامل المؤثرة في فعاليته ، والأبعاد الذاتية والغيرية المعيقة لعملية الحوار بين العالم الإسلامي والآخر ، والأبعاد النظرية المتعلقة بممارسة عملية الحوار مع الغرب متمثلة في نظرية فعالية الاتصال الثقافي ، ودراسة وضعية القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة على دافعيته في عملية الحوار ، بالإضافة إلى التطرق نحو الجهود التي سعت لتمكين حالة الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي.

في حين تركز الدراسة الإمبريقية الميدانية على دراسة العوامل المؤثرة على دافعية واقتناع القائم بالاتصال بحالة الحوار مع الغرب ، وذلك بالتطبيق على 1016 مفردة من القائمين بالاتصال المسلمين في (19) دولة توزعت على ثلاث قارات هي أفريقيا وآسيا وأوربا.

الدراسات السابقة :

نعرض فيما يلي لمجموعة من الدراسات التي تناولت حالة الحوار الإسلامي الغربي وفق مجموعة من المناظير البحثية ، وقد قام الباحث بعرضها على سبيل استكشاف الاتجاهات البحثية التي تطرقت لمعالجة هذه القضية ، وقد أمكن تقسيمها إلى ثلاثة اتجاهات رئيسة هي الدراسات التي تناولت الحوار الإسلامي الغربي من منظور حقوقي ، ومن منظور سياسي ، ومن منظور ديني ثقافي حضاري ، على أن التطرق إلى الدراسات التي تتناول البعد الأعلى المتعلق بالاتصال الثقافي يعد ضرورة بحثية للوصول إلى تكوين رؤية مفهومة لممارسة فكرة الاتصال الثقافي التي تعد الفكرة الجامعة لجميع نشاطات الحوار بين الإسلام والغرب ، وقد جاء ت هذه الدراسات على النحو التالي :

<u>دراسات تناولت الاتصال الثقافي من واقع التنظير والممارسة :</u>

وقد تناولت هذه الدراسات مجموعة من الأطر و المفاهيم ، وتقييماً لبعض الممارسات التي تتم بين مجموعة من الثقافات كنشاطات اتصال ثقافي .

حيث يستعرض Milton (1998) المناظير الحالية لظاهرة الاتصال الثقافي ، مؤكداً على مجموعة من النظريات والتقسيمات والاعتبارات والمعايير التي يمكن على أساسها فهم هذه الظاهرة على نحو واضح وجلي . حيث يتطرق إلى مفهوم الاتصال الثقافي باعتباره يمثل حالة تستهدف السعي لفهم الاختلافات الناشئة عن سلوكيات مجموعة من الأفراد أو الجماعات استناداً إلى ثقافتهم . موضحاً أن هدف الاتصال الثقافي هو إيجاد ديناميكية واضحة للتعامل مع هذه الاختلافات . وفي هذا الإطار فقد قسم الثقافات إلى ثقافات عليا تتسم بالموضوعية والاختلاف والتنوع ، وثقافات دنيا تتسم بالذاتية والتفرد . كما أكد أن العائق الرئيس أمام الاتصال الثقافي يتمثل في الصورة النمطية والتعميم الذي يتم تناول ثقافة ما في

إطار ثقافة أخرى ، موضحاً أن أهم عناصر عملية الاتصال الثقافي تتمثل في اللغة ، ونسبية الخبرة الثقافية ، والنسبية الإدراكية ، والسلوك داخل وخارج الثقافة الأصلية ، ونمط الاتصال المستخدم ، ومعيارية القيم ، والقدرة على التكيف الثقافي للأفراد . [iii]

بينما حدد Barna (1997) ستة عوائق رئيسة للاتصال الثقافي وهي :

1. افتراض التشابه : حيث أن الثقافات التي تفترض وجود قاعدة ممتدة للتشابهات الثقافية بين الثقافات المختلفة استناداً إلى أن جميع الثقافات هي ثقافات إنسانية غالباً ما تقع فريسة للإحباطات المتوالية ، حيث أولى الخطوات هي فهم الاختلافات بين الثقافات لا فهم القواعد والأطر المتشابهة والمشتركة .
2. اللغة : حيث اللغة وأساليب التعبير اللفظية هي أداة التعامل الرئيسة بين البشر ، وهذه اللغة تتسم بتحيزها الثقافي في التراكيب والمعاني ، وبالتالي فإن السعي نحو فهم الآخر دونما التمكن اللغوي والفهم الواسع لطبيعة الاستخدامات اللغوية هي مجال واسع لتحقيق سوء الفهم المتبادل بين الثقافات .
3. أنماط التعبير غير اللفظية : فكل سلوك غير لفظي أو إشارة أو فعل يطرح عند من يدركه مدلولاً ثقافياً ، واختلاف هذه المدلولات هو ما يعزز الصور النمطية بديلاً عن الفهم الواعي والمدقق .
4. الفهم المسبق والصورة النمطية : حيث أن نتائج الاحتكاكات الثقافية السابقة غالباً ما تؤدي إلى تعميق الصورة النمطية لكل ثقافة ، بحيث تعيق هذه الصور الإدراك الموضوعي للثقافات الأخرى .
5. النزوع نحو التقييم الثقافي : حيث أن الغالب في عمليات الاتصال الثقافي هو نزوع كل ثقافة نحو تقييم الثقافة الأخرى من منظورها الثقافي ، وهو ما يؤدي إلى اعتبار الاختلافات الثقافية عوائق في طريق التعاون والتبادل

الثقافي ، وذلك بديلاً عن احترام الاختلافات وتوظيفها لتحقيق التكامل الثقافي .

6. التوتر والانزعاج والضغط : حيث أن إدرة عمليات الاتصال الثقافي في سياق التنافس واعتبارات النصر والهزيمة ، يوجد مع أي حالة احتكاك ثقافي حالة من التوتر التي تورث جموداً مركباً في فعالية هذا الاتصال . [lii]

ولم تتوقف الدراسات فقط عند حدود التنظير والتقييم ووضع المفاهيم ، بل إن العديد من الدراسات قد قامت على نحو واضح ومباشر بالتطبيقات الإمبريقية لدراسة الفرضيات النظرية ، وتطبيق الأبعاد المفاهيمية للاتصال الثقافي .

حيث عالج Redmond , Bunyi (1993) فكرة العلاقة بين فعالية الاتصال الثقافي والضغط الثقافي المشار إليه كعائق في دراسة Berna على عينة من الطلاب الدوليين في جامعات الغرب الأوسط بالولايات المتحدة الأمريكية ، وقد أظهرت النتائج أن الضغوط الثقافية قد أسفرت عن حالة من التكيف الاجتماعي مع الحياة الأمريكية كأبرز أشكال التكيف ، وأن الضغوط الثاقفية قد أسفرت عن قابلية الطلاب الدوليين في التعاطي مع طبيعة الحياة الأمريكية بسهولة ، بيد أن التقبل الثقافي الكامل على المستوى الفكري لم يتحقق بالدرجة ذاتها ، ومثلت الثقافة الأصلية المرجعية الرئيسة للأفكار والقيم . [lii]

ومن الدراسات التي تناولت على نحو واضح ومباشر ظاهرة الاتصال الثقافي بين العالمين الغربي والإسلامي من واقع الممارسة والتقييم ، تأتي دراسة Cohen (1987)[lii] والتي تناول فيها مشكلات الاتصال الثقافي في العلاقات الثقافية بين مصر والولايات المتحدة ، والتي قام فيها بدراسة ميدانية مع مجموعة من خبراء السياسة والدبلوماسية في البلدين بالإضافة لمجموعة من المشاركين المستقلين من المراقبين والمحللين ، والتي توصل في نتائجها أن العلاقات المصرية الأمريكية اتسمت بالتناقض الشديد صعوداً وهبوطاً عبر الفترة من 1955 وحتى 1985 ، حيث اتسمت أحياناً بالوضوح في مقابل عدم الشفافية ، وبارتباطها بأشخاص في

مقابل ارتباطها بمؤسسات ، وبالسمت الرسمي في مقابل السمت غير الرسمي ، والتقبل الثقافي في مقابل العداء الثقافي ، مؤكداً في النهاية أن التذبذب الشديد في طبيعة هذه العلاقات يؤكد أن الاتصال الثقافي بين الثقافات الأعلى والأدنى لا يتم على نحو ناجح . [iii]

وقد قامت دراسة Dick, Robinson (1997) على دراسة المناظير الإسلامية في مقابل المناظير العالمية للقيم في سبيل سعيها لوضع أسس للاتصال الثقافي القائم على القيم بين العالم الإسلامي والمجتمع العالمي ، وقد قام الباحثان باستعراض القيم المعروضة في وسائل الإعلام السنية والشيعية ، وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج الهامة في هذا الإطار ، حيث أكدا أن القيم الإسلامية في إطارها التقليدي تقوم على الجمعية والمساواة والقدرية والتناقل الشفهي للقيمة ، بينما يمكن إدراك تأثيرات الاستعمار الغربي في تغيير القيم الإسلامية وتقريبها نحو القيم العالمية ، وذلك باستثناء القدرة على فصل المؤسسات الدينية عن المؤسسات الرسمية ، إلا أنه وبشكل عام فإن مساحة الفراغ بين القيم الإسلامية والعالمية ضئيلة للغاية ، ويمكن لنشاطات الاتصال الثقافي أن تفرز نتائجها الواضحة إذا ماتمت بناء على مجموعة من الميادئ التي تتمثل في الانفتاح، والتقمص الوجداني ، والمساواة . [iii]

وقد قامت Feghali 1997 بدراسة أنماط الاتصال الثقافي العربي ، منطلقة من الإقرار بحاجة العالم للتعرف على أنماط الاتصال الثقافي في كل ثقافة للتعرف على خصوصيتها وطبيعة ممارساتها لهذا النمط الاتصالي ، وقد ركزت الدراسة على مجموعة من هذه الأنماط المنتشرة في العالم العربي ، بدءاً من تحديد القيم الثقافية المتضمنة في عمليات الاتصال ، والسمات اللفظية واللغوية وغير اللفظية في عمليات الاتصال الثقافي العربي مفردة قائمة مطولة من هذه الأنماط الشفهية والاجتماعية والجماهيرية ، مؤكدة على قدرة هذه الأنماط على التعاطي مع أنماط الاتصال الثقافي في العالم . [iii]

بينما قام (2001) Zaharna بدراسة الدبلوماسية العامة التي تقوم بها الولايات المتحدة الأمريكية في العالمين العربي والإسلامي من واقع التحليل الاتصالي الثقافي مؤكداً على وجود الكثير من عوائق الفهم التي أعاقت التواصل الفعال مع العالمين العربي والإسلامي وعلى رأسها : 1) أحادية الخطاب الأمريكي وانعدام التشاركية 2) سيادة عدم الفهم للقيم والثقافة العربية والإسلامية 3) ظهور المسئولين الأمريكيين ونشاطاتهم الاتصالية على نحو يوحي بفرض القرار الأمريكي على العالم العربي والإسلامي 4) اقتصار النشاطات الاتصالية على القادة والزعماء والمؤسسات الوطنية . [iii]

<u>دراسات تناولت الحوار الإسلامي الغربي من منظور حقوقي:</u>

وقد تناولت هذه الدراسات قضية الحوار من منظور قابلية حقوق الإنسان العامة أن تكون مصدراً للتنافر أو التعايش الحضاري بين العالمين الغربي والإسلامي ، وأوردت هذه الدراسات مجموعة من نقاط الاختلاف والاتفاق في الرؤية الحقوقية للثقافتين الإسلامية والغربية .

حيث جاءت دراسة (2000) Moosa [iii] لتركز على قضية حرية التفكير والإبداع والبحث العلمي في العالم الإسلامي مقارنة بالعالم الغربي ، وأشارت إلى أن القيود الدينية تلعب دوراً رئيسياً في تقييد حرية الفكر في العالم الإسلامي ، وعلى الرغم من أن الباحث استشهد أن المنظومة الحقيقية المعيارية في التكوين الثقافي الثابت للإسلام ذات طابع متحرر ، إلا أنه أكد أن ممارسات تقييد حريات التفكير والإبداع في الواقع تزيد عن المستوى الطبيعي ، مرجعاً هذا الأمر إلى تزايد نفوذ المؤسسات ذات الطابع الأصولي ، مؤكداً أن ثمة العديد من النماذج على هذه الممارسات التي شوهت الرؤية الغربية لفكرة احترام حقوق التعبير في العالم الإسلامي .

بينما ركزت دراسة Daniela , Bruce M. (2004) على حقوق المرأة باعتبارها دليلاً على عدم القدرة على التزاوج القيمي بين العالمين العربي والإسلامي ، وربطت هذه الدراسة بين أوضاع المرأة في العالم الإسلامي وبين وجود الأنظمة

السلطوية مؤكدة على وجود علاقة ارتباطية قوية بين القيود المفروضة على حرية المرأة وبين مدى سلطوية هذه الأنظمة ، ولكنها في الوقت ذاته أكدت على أن ثمة اتجاهات متصاعدة نحو منح المرأة حقوقها في العالمين العربي والإسلامي ، وأن هذا الحراك مبعثه هو السعي التدريجي لتطبيق قيم الديمقراطية والليبرالية ، مؤكدة على أن العالم الإسلامي الآن يتبع نفس خطى العالم المسيحي الكاثوليكي في التطور الديمقراطي الذي أدى في النهاية إلى منح المرأة حقوقها على نحو يقترب من الكمال . [lii]

وهذه الإشكالية ذاتها هي ما تطرقت إليها دراسة Sechzer (2004) حيث وضعت القيم الغربية لحالة المرأة باعتبارها سنداً مرجعياً لتقييم وضعية المرأة في المجتمعات الإسلامية ، مؤكدة على أن الحداثة في المجتمعات الإسلامية مسألة منافية للتقاليد المتعارف عليها في هذه المجتمعات ، واستخدمت أسلوب التتبع التاريخي لإثبات علاقة وضعية المرأة بالحداثة والتقدم في المجتمعات الإسلامية ، مشيرة إلى أن العلاقة المتعارضة بين اتباع التقاليد الإسلامية وبين الحداثة المجتمعية هي ما تشكل العائق الأكبر نحو القبول المشترك بين الإسلام والعالم الغربي. [liii]

وهذه الرؤية عارضت على نحو واضح ما أسفرت عنه دراسة al-Hibri (2000) والتي سعت لاستكشاف وضعية المرأة في تسع دول إسلامية حيث توصلت الدراسة إلى أن ثمة تقدم ملحوظ في أوضاع المرأة على سبيل تمكينها واحترام حقوقها ، وأن هذه المحاولات تتم على نحو توفيقي بين القيم الاجتماعية السائدة في العالم الإسلامي ، وبين التطورات التي يفرضها التقدم التكنولوجي والانفتاح الثقافي على العالم الغربي ، حيث ارتأت الباحثة أن الاحتكاك الثقافي بين العالمين الإسلامي والغربي ممكن ومثمر ، وأنه يدفع بالتقدم البشري نحو احترام حقوق الإنسان في الدول المبحوثة . [liii]

في حين يقدم Price 2002 رؤية تحاملية مشيراً أن الحكومات القائمة على أساس فكري ديني تعني بالتبعية المباشرة تمييز أبناء هذا الدين ضد بقية الأديان

أو المختلفين معها فكرياً ، بل إنها تمارس نوعاً من القهر ضد كل من يخالفها الرأي ، مؤكداً أن هذا الواقع المنتشر في العالم الإسلامي يعزز من انتهاك حقوق الإنسان على نحو واسع ، وقد قام بإجراء دراسة في 23 دولة إسلامية منطلقاً من الفكرة التي تتردد أن النظام الإسلامي يقوم على احترام حقوق الإنسان ، وقد توصل إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الحكومات الإسلامية ذات الخلفية الدينية وتطبيق واحترام حقوق الإنسان . [iii]

وقد تطرق Naim 2000 إلى مسألة مهمة إذ سعى للمقارنة بين أوضاع حقوق الإنسان وعلاقتها بالهوية الإسلامية في كل من فرنسا وأوزبكستان حيث تمثل فرنسا دولة عريقة في تطبيق حقوق الإنسان بينما تمثل أوزبكستان دولة ذات طابع انتقالي ، مشيراً إلى أن التعبير عن الهوية الإسلامية في الدولتين رغم كونه من الحقوق الإنسانية الرئيسة إلا أنه يجابه بقيود شديدة في كلتا الدولتين ، ومؤكداً أن مسألة التمييز متواجدة في الدول الإسلامية وغير الإسلامية على السواء في تعاملها ضد الهوية الإسلامية ، داعياً في النهاية إلى صياغة نموذج عالمي تنفيذي قابل للتطبيق لحقوق الإنسان باعتباره السبيل الوحيد لإنعاش التلاقح الحضاري بين العالمين الغربي والإسلامي ، حيث التمييز والاحتقار هو العنصر الأكثر تعزيزاً لفكرة عدم المساواة والظلم الأمر الذي يقلص من فعالية أي نشاطات مشتركة .[iii]

<u>دراسات تناولت الحوار الإسلامي الغربي من منظور سياسي:</u>

وقد ركزت هذه الدراسات على التأزم السياسي بين العالمين الإسلامي والغربي وعلاقتها بنشوء وتطور حالة عدم الفهم التي أسفرت عن حالة من العداء أحياناً بينهما ، متطرقة في هذا الإطار لظاهرة الإرهاب وقضية الصراع ومظاهرة السياسية والعسكرية والاقتصادية .

حيث جاءت دراسة Peterson (2002) لتحدد مجموعة من الأسس التي ينبغي اتباعها للقضاء على الإرهاب ، وذلك من منظور إصلاحي شامل في العالم الإسلامي ، حيث أكدت هذه الدراسة على دور الدبلوماسية العامة كقوة رئيسة في

مكافحة الإرهاب على المستوى العالمي ، وقد أكد الباحث في هذه الدراسة على أن السبيل الوحيد لدرء مخاطر الإرهاب والقضاء عليه يكمن في إقناع العالم الإسلامي بضرورة الحوار والتقارب مع العالم الغربي ، وأن هذا الأمر لا يتحقق من دون نشاطات اتصالية مكثفة تقوم على التقريب بين القيم الإسلامية ونظيرتها العالمية ، مؤكداً على فعالية الدبلوماسية العامة في تأسيس نشاطات ومؤسسات تقوم على التنسيق المتبادل بين الجهات الإسلامية والغربية . [iii]

بينما يرى Fish 2002 أن الطبيعة السلطوية للأنظمة في العالم الإسلامي تشكل العائق الأبرز أمام تعزيز التعاون والحوار مع الغرب ، موضحاً أن الديمقراطية تعد الثابت الرئيس في النظم السياسية الغربية ، والتي لا يمكنه التنازل عنها ، مستعرضاً مجموعة من النماذج السلطوية في العالم الإسلامي ، ومؤكداً أن التحول الديمقراطي في العالم الإسلامي هو السبيل الوحيد لبناء قاعدة ثابتة للتعاون مع العالم الغربي . [iii]

ويتطرق Salvatore 2006 إلى قضية هامة للغاية حيث يدرس العلماني الأوربية من حيث مستويات قوتها وسلطتها وارتباط هذين الأمرين بتصاعد الوجود الإسلامي في أوربا ، وقد استخدم منهجاً تتبعياً للعلمانية الأوربية منذ عصر النهضة حتى الآن ، مشيراً إلى أن تصاعد ظهور جماعات اقتصادية أو سياسية أو ثقافية كان دائماً من معززات انفتاح الثقافة العلمانية الأوربية على الآخرين ، وعزز هذا التنوع دائماً من فرص الحكومات الليبرالية في الفوز بالحكم ، بينما كانت الحالة مختلفة إزاء المد الإسلامي في الغرب ، فالتصاعد المتنامي لهذا الوجود لا سيما على مستوى انتشار مظاهر اللباس الإسلامي والعادات الإسلامية عزز في المقابل من حالات التقييد والضغط ، وأسفر عن وصول حكومات راديكالية إلى الحكم ، بل واتجهت بعض البلدان إلى اتخاذ إجراءات تعسفية ضد هذا الظهور الإسلامي ، مؤكداً أن حالة التقبل العلماني الأوربي للإسلام حالة مختلفة تماماً عن التجارب الأوربية السابقة ، مشيراً أن هذا الأمر لا يمكن تفسيره إلا في سياق استدعاء حالة العداء التاريخي بين أوربا والعالم الإسلامي . [iii]

دراسات تناولت الحوار الإسلامي الغربي من منظور ديني أو ثقافي حضاري:

وهي الدراسات التي سعت وراء تقصي الأسس الفكرية التي تحدد أطر الحوار أو الصراع بين الإسلام والآخر ، متطرقة إلى التاريخ والدين والعادات والتقاليد..الخ ، ولكن دون التركيز على قضية محددة بعينها كحقوق الأقليات أو المرأة أو الديمقراطية .

حيث تأتي دراسة Zechenter (1997) لتطرح تصوراً متميزاً حول فكرة الثقافة العالمية التي تمنح لأفرادها الحرية والتنوع والتعددية ، وتحافظ على حقوق الإنسان ، وتنفي التمييز بين البشر ، وترى الباحثة أن إشكاليات النسبية الثقافية ، والتعددية الثقافية ، وممارسات ما بعد الحداثة لم تقم بدورها الفعال في تحقيق وتعزيز هذه الثقافة العالمية ، مؤكدة على أن العلاقة بين الإسلام والعالم الغربي تمثل أقصى درجات هذا الفشل ، حيث لا تزال قيم الثقافة العالمية غائبة في العالم الإسلامي في ظل هيمنة الثقافة الدينية التي تحمي خصوصية المجتمعات الإسلامية ، في الوقت الذي تقابل فيه الثقافة الإسلامية على وجه التحديد بالحظر والتقييد والمنع والتشكك في ممارساتها في المجتمعات الغربية ، وبالتالي فإن تمسك كل طرف بثقافته الذاتية ، وعدم سعيه نحو قبول ثقافة الآخر هو ما يقوض مفهوم الثقافة الإنسانية العامة المشتركة على وجه التحديد . [lii]

وقد عالجت Turam 2004 فكرة بناء الثقة بين الإسلام والعلمانية مركزاً على التجربة التركية التي قامت بصياغة منهج حواري متميز بين حكومة ذات خلفية إسلامية ، ودولة ذات نظام علماني ، مشيراً إلى أن هذه التجربة يمكن النظر إليها باعتبارها نموذجاً لصياغة حالة حوارية تقوم على بناء الثقة المتبادلة بين الإسلام والغرب العلماني ، موضحاً أن التعايش بين الإسلام والعلمانية أمر ممكن شريطة بناء الثقة بين الطرفين . [liii]

وقد قامت Ghorbani et, al 2004 بدراسة مهمة للغاية في سبيل تمكين علم الاجتماع من تعزيز الحوار بين الثقافتين الإسلامية والغربية ، وقد قامت الدراسة

على اساس المقارنة بين السمات الثقافية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وإيران ، مرتكزة على قول فوكوياما أن الشعور بالنرجسية هو شعور فردي وجمعي على السواء ، وأن هذا الشعور يتأتى من الإحساس بالنصر والغلبة ، وأن هذا الإحساس هو الذي يولد حالة الغرور وعدم القدرة على تقبل الآخر ، وقد اشتملت الدراسة على رؤية مطولة لفكرة النرجسية الفردية والجمعية ، ودراسة القيم الفردية والمجتمعية والدينية في كلتا البلدين بالتطبيق على مجموعة من الطلاب الجامعيين في كلتا البلدين ، وتوصلت الدراسة في النهاية إلى أن كلتا البلدين يتزايد فيهما هذا الشعور بالنرجسية والأفضلية والتعالي على الآخرين ، وهي العوائق الرئيسة أمام تعزيز حالة الحوار الثقافي مع أي كيان آخر ، مؤكدين بالتبعية على قدرة علم الاجتماع على تحديد مشكلات الحوار الثقافي واستكشاف خباياه وعوائقه الخفية . (lii)

ملاحظات على الدراسات السابقة :

1. شيوع المعالجات أحادية الرؤية التي تصف عوائق الحوار من منظور غيري في الغالب الأعم بعيداً عن النقد الذاتي .
2. أن الدراسات ذات الطابع الحقوقي هي الدراسات الأكثر شيوعاً في العالم الغربي وهي تركز على ممارسات في العالم الإسلامي يتم تقييمها من منظور غربي محض دونما السعي وراء الفهم الأعمق للشخصية الإسلامية .
3. أن هذه الدراسات سعت في أغلبها إلى النظر إلى الحكومات والأنظمة الإسلامية بعيداً عن الشعوب الإسلامية ، معتبرة أن حكومات العالم الإسلامي معبرة دائماً عن شعوبها وهو أمر غير قابل للتعميم في الواقع.
4. أن الدراسات التي قام بها مسلمون تقوم على اتخاذ وضعية الدفاع والتبرير أكثر من تقديم رؤى موضوعية وطروحات ثقافية جادة .
5. أن أغلب الدراسات سعت إلى التشخيص دون إيجاد الحلول .

6. أن البعد الإعلامي على مستوى التطبيق والممارسة غائب في أغلب الدراسات التي تناولت قضية الحوار رغم كونها قضية اتصالية بالأساس .

هدف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى بناء رؤية واضحة لاتجاهات القائم بالاتصال في دول العالم الإسلامي نحو قضية الحوار مع الغرب ، وتحديد العوامل المؤثرة في اتجاهاته باعتباره المنتج للرسالة الإعلامية ، وذلك في إطار السعي نحو إيجاد رؤية واضحة تمكن الباحثين مستقبلاً من وضع إطار عمل واضح ومحدد لإدارة عمليات الاتصال الثقافي بين العالم الإسلامي والآخر على وجه العموم .

تحديد مشكلة الدراسة :

تحددت مشكلة الدراسة في تقصي العوامل المؤثرة في اتجاهات القائم بالاتصال في دول العالم الإسلامي نحو قضية الحوار مع الغرب ، ونوعية هذه العوامل ، ودرجة ارتباطها ببعضها البعض ، وعلاقتها بنوع الدولة وطبيعتها وجغرافيتها وسمتها الثقافي ، بالإضافة إلى تضمين المتغيرات الديموغرافية والوظيفية للقائم بالاتصال ودورها في تحديد هذه العوامل وتشكيل هذه الاتجاهات .

أهمية هذه الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة في مجموعة من العناصر التالية :

1. أنها دراسة موسعة أجريت على عينة قوامها (1016) مفردة في (19) دولة إسلامية في ثلاث قارات من العالم ، مما يجعل نتائجها أكثر واقعية وقبولاً للتعميم .
2. أنها تخرج بقضية الحوار من إطارها الفكري العام إلى واقعها التطبيقي المتمثل في إدراك اتجاهات صانعي الرسائل الاتصالية نحو هذه القضية .

3. أنها تسعى للتأكيد على أن قضية الحوار مع الآخر هي قضية ثقافية بالأساس وليست دينية أو سياسية فقط .
4. أنها تسعى للتأكيد على أن قضية الحوار مع الآخر ينبغي أن تتم في إطار شعبي جماهيري بعيداً عن الحوار النخبوي .
5. أنها تساهم في مجال دراسات الاتصال الثقافي النادرة في المكتبة العربية .

فروض الدراسة وتساؤلاتها :

تشتمل الدراسة على مجموعة من الفروض والتساؤلات جاءت على النحو التالي :

أولاً : تساؤلات الدراسة :

1. ما خصائص عينة الدراسة من حيث جنسيتهم ، وإطارهم الثقافي العام ، وموقعهم الجغرافي ؟
2. ما الخصائص الوظيفية للقائم بالاتصال في العالم الإسلامي من حيث مستوياتهم الوظيفية ، وسنوات خبرتهم ، ونوعية الوسائل الإعلامية التي يعملون بها ؟
3. ما الخصائص الفردية لعينة الدراسة من حيث النوع والعمر والمستوى الاقتصادي الاجتماعي ؟
4. ما مستوى اقتناع العينة بضرورة الحوار مع الآخر ؟
5. ما مستوى ممارسة العينة لنشاطات اتصالية مع الغرب ؟
6. ما مستويات التقييد ونوعيات القيود التي تواجهها عملية الحوار مع الغرب ؟
7. ما مستوى إدراك القائم بالاتصال لأهمية الدور الإعلامي في عملية الحوار ؟
8. ما مستوى تقييم العينة للسمات السلبية إزاء عملية الحوار مع الغرب ؟

ثانياً فروض الدراسة :

اشتملت الدراسة على مجموعة من الفروض الرئيسة التي اشتملت على فروض فرعية وجاءت على النحو التالي :

- **الفرض الرئيس الأول :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والمتغيرات العامة .**
  - **الفرض الفرعي الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس وجنسية المبحوث.**
  - **الفرض الفرعي الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والإطار الثقافي العام للمبحوث.**
  - **الفرض الفرعي الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والإطار الجغرافي للمبحوث .**

- **الفرض الرئيس الثاني :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والمتغيرات الوظيفية**
- **الفرض الفرعي الرابع :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والمستوى الوظيفي .**
- **الفرض الفرعي الخامس :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس ونوع الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها .**
- **الفرض الفرعي السادس :**

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس وعدد سنوات الخبرة في المجال الإعلامي .**
- **الفرض الرئيس الثالث :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والمتغيرات الديموغرافية .**
  - **الفرض الفرعي السابع :**
  - **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والنوع .**
  - **الفرض الفرعي الثامن :**
  - **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والعمر .**
  - **الفرض الفرعي التاسع :**
  - **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة الخمس والمستوى الاقتصاديللعينة.**
- **الفرض الرئيس الرابع :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات الاقتناع بضرورة الحوار وكل من مستويات الممارسة ، مستويات التقييد ، مستويات الدور الإعلامي ، مستويات تقييم السلبيات .**

- **الفرض الرئيس الخامس :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات الممارسة وكل من : مستويات التقييد ، مستويات الدور الإعلامي ، مستويات تقييم السلبيات .**
- **الفرض الرئيس السادس :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التقييد وكل من مستويات الدور الإعلامي ، مستويات تقييم السلبيات .**

- **الفرض الرئيس السابع :**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات الدور الإعلامي ومستويات تقييم السلبيات .**

نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها . [iii] **كما تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي عبر مسح مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في العالم الإسلامي بحيث يتم قياس المتغيرات المؤدية للإجابة عن التساؤلات واختبارات الفروض .**

أداة الدراسة :

تم اعتماد أسلوب الاستقصاء كأداة بحثية، حيث تم تصميم استمارة شملت متغيرات الدراسة، وبعد إجراء اختبارات الصدق والثبات تم تطبيقها على عينة الدراسة .

عينة الدراسة :

مثلت دراسة (19) دولة إسلامية مهمة جسيمة ، حيث تحدد مجتمع البحث في القائمين بالاتصال الذين يحملون جنسية إسلامية ويعملون على نحو دائم في المؤسسات الإعلامية ، وقد سعى الباحث للوصول إلى أفضل نسبة لتمثيل كل دولة وفق حجم العاملين بها وحجم وسائلها الإعلامية قدر الإمكان ، وقد راعى

الباحث التنوع في وسائل الإعلام قدر الإمكان ، وقد بلغت نسبة استجابات العينة (1122) استجابة ، وبعد استبعاد بعض الاستمارات التي لم تلائم معايير قبول الاستمارات بلغت العينة (1016) مفردة ، وقد أجريت الدراسة على مدى زمني بلغ سنتين وثلاثة اشهر بدأت من نوفمبر 2007 وانتهت بنهاية يناير 2010.

التحليل الإحصائي للبيانات :

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.17 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر ، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية التي جاءت على النحو التالي :

أولاً : المقاييس الوصفية وتشمل :

- **الجداول والتوزيعات التكرارية : حيث قام الباحث بعرض متغيرات الدراسة في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط . وهو ما يوفر المؤشرات الكمية المطلوبة للتعرف على متغيرات الدراسة .**
- **متوسط الوزن المرجح : وذلك لقياس متوسطات الاتجاه نحو مقاييس الدراسة الخمس .**

ثانياً : تصميم القياس التجميعي :

حيث تم تصميم خمسة مقاييس اشتمل كل منها على مجموعة من العبارات

ثالثاً : الاختبارات الإحصائية :

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس مدى وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد تمثلت في المتغيرات الوزنية Scale ذات المصداقية الأعلى بين الاختبارات الإحصائية وتمثلت أهم هذه الاختبارات في :

- **اختبار T.Test لقياس الفروق الوزنية بين مجموعتين فقط.**
- **اختبار F One Way ANOVA لقياس الفروق الوزنية بين أكثر من مجموعتين .**

<u>مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة</u> : اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 وذلك لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه .

الإطار النظري للدراسة :

أهمية دور الاتصال في الحوار

تبرز أهمية دور الاتصال في دعم عملية الحوار وهي أهمية ذات طبيعة خاصة تحتمها المتغيرات الدولية من جهة ، وتحتمها السعي للحفاظ على المصالح المشتركة بين العالمين العربي والغربي ، ويعزز الدافع لها قول الله تعالى في كتابه العزيز " يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم "

ومن هنا وعلى هذا الأساس يكون الحوار مع الغرب ضرورة حتمية دينية وسياسية واقتصادية، والواقع يؤكد أن هذه الضرورات إذا ما تم الاستناد إليها على نحو منفصل بعيدا عن الدور الاتصالي خصوصا الجماهيري لا تؤدي دورها المنوط بها ، فما جدوى أن يكون الحوار لبواعث دينية مع آخر لا يؤمن بهذا الدين ، وما جدوى أن يكون الحوار لبواعث اقتصادية أو سياسية في ظل رفض العامة من أمتنا أو من الآخر لفكرة التعامل الاقتصادي والسياسي لأسباب تاريخية وإشكاليات عامة ومستمرة حتى يومنا هذا سيأتي تفصيلها لاحقاً .

ما يود الباحث التأكيد عليه ههنا هو أن الإشكالية الحقيقية في عملية الحوار مع الغرب هي إشكالية ثقافية بالأساس ، فالثقافة التي تعد الإطار الجامع للمنظومات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، والتي تستمد من الدين والعادات والتقاليد والتاريخ ؛ هذه الثقافة هي التي تعكس كافة هذه المنظومات وتحركها ، وبالتالي فإن تعزيز ثقافة الحوار هو ما يؤدي بالتبعية إلى تفعيل الحوار بكافة مظاهره .

وفي حين أن الثقافة قد تشير إلى ما هو ثابت كالدين وما هو متغير كالعادات الاجتماعية، فإن المعول عليه على المستوى الإعلامي ليس التهوين من شأن الثوابت والمقدسات من أجل تفعيل عملية حوار مع الغرب لأي باعث كان ، ولكن من أجل الحفاظ عليها واستقرار نظمها ، في حين أن ما تحتويه الثقافة من أطر مسبقة وصور نمطية وأمور غير حقيقية تصور دائماً على أنها تمثل السمت

الثقافي الواضح لحضارة أو ثقافة بعينها ؛ فإن هذا هو الدور المنوط بالاتصال من أجل تعديله وتغييره حتى يتسنى التفاعل الحضاري الثقافي المثمر بين الحضارات .

إن أبرز ما يواجه إشكالية الحوار على المستوى الاتصالي , يمكن تصنيفه وفق إطارين رئيسين هما :

البعد الذاتي للحوار :

والذي يشير إلى الوضع الحالي لفكرة الاتصال الثقافي المتمثل في عملية الحوار مع الغرب في العالم الإسلامي ، وهذا البعد يشمل العديد من الأبعاد الفرعية التي تتضمن ، محفزات عملية الاتصال ومعوقاته ، والعناصر المؤثرة في تبني فكرة الحوار ، والرؤية الذاتية للقائم بالاتصال نحو فاعلية وجدوى الحوار ، ومستوى تطبيق الحوار ذاته كمنهج اتصالي على مستوى المؤسسة الاتصالية أو الدولة أو الشعوب .

البعد الغيري للحوار :

وهو ذلك البعد المرتبط على نحو مباشر بالآخر من حيث قناعاته بعملية الحوار وممارسته لها في علاقاته بالعالم الإسلامي .

وعلى هذا فإن هذا الجزء النظري يتكون من ثلاثة أبعاد رئيسة هي :

- **إشكاليات الحوار :**
  - **إشكاليات الحوار العامة**
  - **إشكاليات الحوار مع الغرب (رؤية ذاتية)**
  - **إشكاليات الحوار المنظور الغربي .**
- **دور الإعلام في بناء وتعزيز ثقافة الحوار :**
  - **الاتصال الثقافي ومحددات عملية الحوار**
    - **فعالية الاتصال الثقافي**

- **العوامل المرتبطة بالقائم بالاتصال باعتباره منتجاً للرسالة الاتصالية الثقافية**
  - **النظريات والمداخل الفكرية المرتبطة بدور الإعلام الثقافي**
  - **أنواع العوامل المؤثرة ومستوياتها**

إشكاليات الحوار العامة :

تشكل عملية الحوار بذاتها محلاً للجدل على الصعيدين الإسلامي والغربي على السواء ، والأمر بمجمله يتوقف على رؤية كلية تشير إلى القاعدة الحاكمة لعملية الحوار ذاتها ، ففي حين أن خطاب الصراع قد يكون مهيمناً لا سيما خلال الأزمات ، فإن خطاب التعاون والتكامل يفرض ذاته كذلك على المشهد الاتصالي الثقافي بين الغرب والإسلام ، والواضح أن ثمة إشكاليات مرتبطة بالحوار يجمع عليها كل طرف ، ويتهم الآخر بالاتهامات ذاتها وتتمثل أهم هذه الإشكاليات فيما يلي :

<u>استراتيجية أم تكتيك</u>:

إن قضية كون عملية الحوار عملية استراتيجية أم تكتيكية هي أمر يقلق كافة المهتمين بعملية الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي ، ففي حين يعزو البعض عملية الحوار كأداة لإدارة الصراع بين الإسلام والغرب ، وفي حين يراها آخرون تشكل أداة فاعلة للتخلص من فكر صراع الحضارات ، فإن البعض يرى أن فكرة الصراع بشقيها المذكورين لا تشكل أساساً للحوار البناء بل إن الحوار لابد أن ينبني على أسس واضحة تعمد إلى تفعيل فكرة التكامل والتعاون البناء الذي تتجلى فيه فكرة العولمة المفترضة .

وعلى هذا الأساس فإن التفكير في كون الحوار أداة استراتيجية يشير إلى عدم توقف عملية الحوار نتيجة لأي أحداث عارضة في الوقت الذي لا يزال يصمم فيه

الكثير من الباحثين على أن عملية الحوار إنما هي عملية تكتيكية يتم تفعيلها في أوقات الأزمات أو عند نشوء مصالح مشتركة بين العالمين الإسلامي والغربي .

حيث يرى Asadulla 2009 [lii] أن السائد في الخطاب المتعلق بالحوار مع الغرب هو البعد المؤقت ، والذي يرتبط بمجموعة من الكيانات المؤسسية دون الخروج من إطارها إلى الإطار الثقافي العام على المستويين الإسلامي والغربي ، ويرى أن ثمة أمرين يمكنهما تحويل نشاط الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي إلى نشاط مستديم ومستمر وهما : 1) التعاون : حيث ينبغي أن تقوم العلاقة بين الإسلام والغرب على التعاون السياسي والاقتصادي والتخلي عن أساليب القهر والقسر المتبعة في السياسات الغربية تجاه العالم الإسلامي 2) الاتصال : حيث ينبغي أن تتأسس عمليات الحوار على أطر اتصالية ذات طابع جماهيري ومستقر . ويشير إلى نتيجة هامة ورئيسة مؤداها أن النشاطات الاتصالية التي تعيق عملية الحوار مردها الرئيس إلى الممارسات الإعلامية الغربية التي تتأسس معالجاتها الإعلامية على الانطباعات الذاتية والصور النمطية ، في الوقت الذي يرى فيه أن الاتصال المستمر والمستقر لا ينبني إلا في إطار دعم البحوث العلمية والدلائل الواقعية كمصادر للتعبير عن الآخر .

<u>وقتي أم مستمر متغير أم مستقر :</u>

تنبع هذه الإشكالية كذلك من منبع الفكرة السالفة ذاتها ، فالمراقبون لنشاطات الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي يرون أن هذه النشاطات يتم تفعيلها في بعض الأوقات في حين أنها تتوقف في كثير من الأحيان لتشير إلى حالة متقطعة لا يمكن التعويل عليها في بناء حوار جاد وفعال ، حيث يشير Bowker 2007 [liii] في كتابه الهام إلى أن علاقة المعسكرين الشرقي والغربي بالعالم الإسلامي إبان الحرب الباردة اتسمت بحالة نشطة من السعي للتحالف مع العالم الإسلامي وتمكين أسس الحوار والتعاون الاستراتيجي بين بلدان العالم الإسلامي وكلا المعسكرين ، وتعددت مظاهر الحوار من الحوار الديني إلى التحالف السياسي والعسكري ، إلى الترويج القيمي للمعاني المشتركة بين الاشتراكية والإسلام من

جهة ، والديمقراطية وحقوق الإنسان من جهة أخرى ، وقد تمت هذه الأنشطة جميعها على الرغم من قصر المدة البينية بين هذا العصر وعصور الاستعمار الغربي للعالم الإسلامي ، إلا أن العالم الإسلامي صار يعاني حالة من التجاهل والتشكك عند نهاية الحرب الباردة ، وتوقفت مظاهر الحوار وتم استبدالها باتفاقيات أمنية وعسكرية وسعي لتمكين الهيمنة الأمريكية في العالم الإسلامي ، بل إن هنتجتون رشح العالم الإسلامي ليكون هو العدو الجديد في تحول دراماتيكي لعلاقة المسلمين بالغرب التي دعمت عبر سنوات الحرب الباردة في شكل حوار وتحالف وتعاون بناء ، الأمر الذي يؤكد في النهاية أن حالة الحوار التي تبناها الغرب وسعى خلالها للتحالف مع العالم الإسلامي ضد الوجود السوفيتي تحولت في النهاية لحالة عداء وسعي للهيمنة ما يدعم فرضية أن الحوار الغربي الإسلامي كان حواراً وقتياً لم يتسم بالاستقرار والديمومة .

كذلك فإن الواقع يشير إلى أن الاهتمام الغربي بعمليات الحوار يزداد وينقص تبعاً للأحداث السياسية والعسكرية التي تمس كلا الطرفين ، وهو ما يعزز بالتبعية الشعور العام بأن عملية الحوار لا تشير على علاقة قائمة ومستقرة قدر ما تشير إلى علاقة عابرة وغير مؤكدة .

ولعل ما تبع أحداث الحادي عشر من سبتمبر على المستويات العسكرية والسياسية والاقتصادية والعلمية والأكاديمية والإعلامية من اهتمام مزدوج بعملية الحوار ، والسعي لفهم الآخر وفهم دوافع سلوكه هو ما يؤكد على هذه الفرضية ، وهو ما تؤكده عشرات بل مئات الدراسات التي تمت لتؤسس المفاهيم التي ينبغي أن يقوم الحوار على أساسها ، وقد أفاض Geaves 2004 [lii] في عرض النظريات التي تسعى لفهم طبيعة الحوار وتمكين الأسس السليمة التي يقوم عليها بعد هذه الأحداث فيعرض رؤية Lindbeck التي تشير إلى أن أساس عملية الحوار بين الغرب والإسلام رجعها الرئيس هو العلاقة بين الدين ومكانته الروحية في مقابل الليبرالية الديمقراطية ، وأن هذا الإطار في الحوار هو ما يمكن من الفهم والتوجيه ، في حين يرى Geaves أن هذه الرؤية في حد ذاتها تضع قيوداً على

الفهم ومن ثم أسس الحوار ، فالواقع أن وضع العالم الإسلامي لا يمكن أن يفهم منه من الذي يمثل القيمة الروحية الدينية الأصيلة في الإسلام ومن لا يمثلها ، كما أن فكرة فصل المصلحة السياسية والعسكرية عن الإطار الليبرالي الغربي الديمقراطي مسألة مستعصية كذلك .

ولا شك أن هذه الرؤية تستثير إشكالية تعود بنا إلى نقطة الصفر حيث ينحصر الحوار في المؤسسات ذات الطابع الأكاديمي ولا يتحول إلى حوار شعوب أو ثقافات أو حضارات.

إشكاليات الحوار مع الآخر رؤية ذاتية :

ثمة حقائق ينبغي إدراكها أولاً قبل الخوض في رؤية العالم الإسلامي لعملية الحوار مع الآخر وفاعليتها وهذه الحقائق هي التي تشكل من وجهة نظر الباحث عناصر حاكمة في هذه المسألة وإن قل الاهتمام بها من أغلب الباحثين لا سيما من عالج منهم قضية الحوار باعتبارها قضية كلية مرتبطة بالمبدأ والإستراتيجية ، و هي :

1. **أن العالم الإسلامي لا يشكل وحدة واحدة متجانسة، فالدول الإسلامية تختلف أنظمتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وان هذا الاختلاف في البيئة والأوضاع يورث بالتبعية اختلافاً في الرؤى والمفاهيم، ومن ثم فإن من الخطأ العلمي معالجة قضية الحوار بمعزل عن هذه الاختلافات.**
2. **أن طرح عمليات الحوار لا ينبغي أن يتم في سياق ديني قدر ما ينبغي أن يتم في سياق حضاري ثقافي ، حيث أن العالم الإسلامي في النهاية يكتسب**

وحدته دائماً من وحدة حضارته وثقافته ، بينما المرجعيات الدينية تتعدد ، والمذاهب الإسلامية تتصارع ، والكل يدعي أنه صاحب المنهج السليم دون الآخرين .

3. أن الدول الإسلامية لا تحتك بالعالم الغربي احتكاكاً متساوياً بما يؤكد وجود اتجاه واضح وجامع في هذه الدول نحو العالم الغربي ، ومن ثم فإن الدول الأكثر قرباً جغرافياً والأكثر احتكاكاً ثقافياً ، والأكثر ارتباطاً بالغرب سواء كان ذلك على خلفية استعمار طويل أو مصالح مشتركة لا ترى عملية الحوار بالرؤية ذاتها التي تراها المجتمعات الأقل احتكاكاً بالغرب .
4. أن العالم الغربي كذلك لا يشكل وحدة واحدة فأوربا تنظر إلى الإسلام باعتباره يهدد كيانها ووجودها على المستوى الديموجرافي قبل المستوى الثقافي ، في حين لا نرى هذه المشكلة متجسدة في الولايات المتحدة بالقدر ذاته ، ومن ثم فإن أولويات وأهداف الحوار مع العالم الإسلامي تتباين كذلك مع تباين هذه الدول .
5. أن التقارب والحوار الإسلامي المسيحي لا يحظى بتقدير كاف في تدعيم عملية الحوار في العالم الغربي الذي يرى نفسه علمانياً ليبرالياً ديمقراطياً ، كذلك فإن الحساسيات التي تنشأ من هذه العملية في العالم الإسلامي تعيث عمليات الحوار الثقافي الحضاري أكثر مما تفيد ، ومن ثم يجب فصل حوار الأديان عن حوار الحضارات .

6. أن الحوار المحبذ في الإسلام هو حوار عالمي ، ومن ثم لا ينبغي أن يتحدد في الحوار مع الدول الأوربية والأمريكية فقط ، ولكن ينبغي أن تنشط عمليات الحوار مع بقية دول العالم ، وهذه الفكرة تتقاطع مع الرؤية القاصرة في العالم الإسلامي التي تنظر إلى أمريكا اللاتينية وشرق أوربا باعتبارهما كيانات غربية في حين أن الحقيقة لا تدعم هذه الرؤية .

وعلى هذا فإن هذه القواعد إذا ما وضعت في الحسبان عند التطرق لعمليات الاتصال الثقافي ومتابعة عمليات الحوار فإنها قد تغير من الأفكار والأهداف وأساليب العمل التي تحكم عملية الحوار برمتها .

وعلى صعيد الرؤية الذاتية السائدة في العالم الإسلامي لعملية الحوار يمكن القول بأنها تتسم بعدة سمات رئيسة تتضح فيما يلي:

أولاً : الشعور بعدم التوازن:

إن العلاقة بين العالمين الغربي والإسلامي لا زالت تصطبغ بفكرة رئيسة هي تشكك العالم الإسلامي في نوايا الغرب نظرًا للخلفية الاستعمارية من جهة ، وشعور العالم الإسلامي بوقوف الغرب ضد مصالحه وحقوقه المشروعة ، على أن مرجعية هذا الشعور لا يتأتى فقط من الخلفيات التاريخية أو المواقف السياسية بل إن الواقع الذي يؤكد أن العالم الإسلامي يتسم بالضعف الثقافي أمام ثقافة طاغية مهيمنة تكتسب أدوات القوة والهيمنة والقسر كل يوم .

ويرى بن دريدي 2009 أن كفة الحوار بين الطرفين غير متعادلة حيث أن الطرف الإسلامي (بنخبه وجماهيره) تتعامل مع الحوار مع الغرب من منطلق "الضعف" بمعنى الانبهار الحضاري بالآخر.على العكس من ذلك فإن التطور الهائل للغرب مكنه من اختيار آليات الحوار من حيث الزمان والمكان والهدف والوسيلة.

وتظهر أولى المعوقات التي ترهن التواصل بين الطرفين في الوضعية السوسيو-تاريخية والحضارية للطرفين.فالعرب والمسلمون يعيشون حالة وهن كبيرة دامت للعديد من القرون، في مقابل تفوق كبير للحضارة الغربية وتطورها المتنامي. كما أن خلفية الحضارة الغربية عن المجتمعات "الأخرى" قد تجد لها أصلا في تصور الحضارة الرومانية للشعوب التي تتماس معها. إذ ترسخ تلك الحضارة تصوراً ينطلق من مبدأ تطبيق الحوار على المستوى الداخلي وتطبيق العنف والحرب على المستوى الخارجي.

كما أن وسيلة الحوار التي يتم تبنيها إلى حد الآن تدل على عدم فاعليتها، فالحوار النخبوي لم يستطع أن يحل إشكاليات العلاقة بين الطرفين ، كما أن وسائل

الاتصال المستعملة تبقى بدائية مقارنة بالتطور التكنولوجي الكبير الذي شهدته تلك الوسائل.

إذ لا يمكن التحدث عن حوار وأطراف الحوار تمتلك شحنات عاطفية إقصائية مدمرة لبعضها البعض، وحتى الدعوات "الانسانوية الثقافية الكونية" التي تفترض احترام التنوع الثقافي الإنساني والخصوصيات التي تمتلكها الثقافات المتنوعة، لم تستطع أن تؤثر في مسار الأحداث العالمية. [lii]

والأمر ذاته يؤكده Asadulla حيث يرى أن ما يعيق عملية الحوار على الجانب الإسلامي هو شعور العالم الإسلامي بالضعف إزاء الغرب صاحب الحضارة المسيطرة، وما ينتج عنه من دلالات تؤكد هذه الحقيقة والمرتبطة بالهيمنة العسكرية والثقافية والسياسية على العالم الإسلامي [lii]

<u>ثانياً : التشكك الدائم والمستمر في النوايا:</u>

ويعد هذا العنصر متلازماً مع العنصر السابق تلازماً كبيراً فالشعور بالضعف يولد شعوراً بالخوف حيث يفتقد العالم الإسلامي لأدوات السيطرة والهيمنة وإدارة الصراع ، وحتى لا يتحقق هذا الخوف عبر المواجهات السياسية والعسكرية التي أثبتت تفوق الغرب الفعلي فإن البديل الوحيد والسليم هو الحذر ، هذا الحذر الذي يولد منهجية فكرية متشككة دائماً في طروحات الحوار وفيمن يقوم عليه من الجانبين ، فحين يدعو الغرب للحوار فإن العالم الإسلامي يرون أن هذا الحوار يمثل تكتيكاً من أجل تحقيق استراتيجية واحدة لدى الغرب هي استراتيجية السيطرة والإقصاء ، وحين يدعو العالم الإسلامي للحوار نرى أن المتحمسين للحوار يواجهون دائماً بتشكك مستمر من الشعوب هذا التشكك الذي يتراوح بين الاتهامات بالتفاؤل الزائد مروراً بدعوات العمالة وصولاً إلى الخيانة .

ويرى الخطيب 2008 أن الحوار يقوم على انتقال الأفكار ويحدد في بحثه شرطين لانتقال الافكار:

الأول: التفاعل الإيجابي الناجز الذي ينطلق في تعامله مع الثقافات الأخرى من خلال مرتكزات تشكل حقيقة الهوية والمرجعية العقدية، وهذا المنهج يعني التعبير عن الخصوصية والذاتية لكل مجتمع.

والثاني: الاستلاب الفكري والانصهار الثقافي، والذي يعني الترويج لثقافة مغايرة في إطار من الإحساس بالدونية؛ في الوقت الذي يغيب في هذا المنهج ثقافة الذات والفكر المعبر عن هوية المتلقي، ويصفه الخطيب بأنه "التيار التغريبي" والموجود في ساحة الفكر العربي والإسلامي الحديث والمعاصر، وفي ميادين الاجتماع والسياسة وغيرها.

ويحاول الخطيب تحميل الغرب ما وصل إليه العقل المسلم من استلاب فكري يظهر في خطابه، لأن الغرب على حد قوله قام باختزال الحضارة البشرية كلها في إطار التاريخ الأوروبي، فالحضارة ولدت على يد الإغريق، وانتشرت بفضل الرومان، وانتكست في العصور الوسطى، ثم بدأت منذ عصر النهضة في الرواج والتطور.

ويصنف الواقع الفكري الإسلامي أمام النهضة الغربية في طريقة التعامل معها إلى صنفين أساسيين؛ الأول: التيار التغريبي أو "الاستلابي" وهو الذي أوجد المأزق الحضاري للأمة المتمثل في التبعية الثقافية والفكرية لمفاهيم وتصورات الغرب وذلك بحكم "الهزيمة الحضارية".

والثاني الاتجاه التوفيقي: وقد اختلفت درجات التوفيق، بين ما هو إسلامي وغربي، من الدمج والتكيف والمواءمة، إلى الانزلاق المنهجي في إطار الخيار الاستلابي أمام ثقافة الغرب، وجاءت حركة الإصلاح التوفيقي لتمثل الأسلوب الآخر في التقليد الإسلامي لمجابهة التحدي فقد اتضح أن التحدي في جوهره حضاري، وليس بعسكري أو ديني أو سياسي.

ويشير الخطيب إلى مجموعة من العوامل داخل النظام المعرفي الإسلامي ساعدت على تحقيق "التثاقف الحضاري" بين الإسلام والحضارات الأخرى بصورة أكثر

إيجابية وتفاعلية منها: حرية الاعتقاد، الإيمان بفكرة التنوع داخل الوحدة، التسامح والتعايش، الوحدة الإنسانية، دعوة الإسلام الملحة للتلازم بين العقل والإيمان، وجعل الأول طريقا للثاني.

والواقع المعاصر يشير إلى أن حركة التعامل مع الفكر الغربي تنقسم إلى ثلاث مراحل؛ الأولى: مرحلة الصدمة، والانبهار والاستلاب، والثانية تجاوز مرحلة الانبهار إلى مرحلة المقارنة والالتقاء بين الثقافتين الإسلامية والغربية، والمرحلة الثالثة: مرحلة الصحوة الإسلامية وهي مرحلة الوعي بالذات أو اكتشاف الذات، وهذه الأخيرة هي ما يؤكد عليها الخطيب ويعتبرها طريقا للنهضة الإسلامية، وذلك لأن جوهر الأزمة التي يعيشها العالم الإسلامي أنه مفتقد لذاتيته الثقافية وموروثه الفكري [iii]

وعلى الرغم من عدم اتفاق الباحث مع هذه الرؤية بشكل كامل إلا أنها تؤكد أن التشكك في نوايا الحوار أياً كان مبعثه قد تحول إلى أيديولوجية فكرية تؤطر التوجهات الإسلامية ومساحات الفعل الإسلامي المتعلقة بالحوار ، وهذا الشعور بالنفي والإقصاء وعدم الاعتراف بالإسهام الحضاري للمسلمين هو ما يؤجج هذا الشعور بانعدام جدوى الحوار .

<u>ثالثاً : عدم ظهور بوادر لتحسين الصورة النمطية للمسلمين في الغرب :</u>

إن الساعين إلى إجراء حوار بناء ومثمر مع الغرب غالباً ما تعترضهم فكرة عدم القدرة على تبرير تفاؤلهم بنتائج هذا الحوار ، إذ أن من المهم على الصعيد الاتصالي تحقيق الإقناع بالفكرة قبل تحقيق الإقناع بنتائج الممارسة ، وبالتالي فإن هؤلاء المتحمسون للحوار تواجههم غالباً حالة من اللامبالاة من الجانب الغربي من جهة ، ومن جهة أخرى يواجهون بحالة مستمرة من سعي الغرب للتأكيد على الصورة النمطية المرفوضة من قبل المسلمين عن ذاتهم ، وبلا شك أن هذه الصورة النمطية متكررة وتكاد تكون من ثوابت الإعلام والفكر الغربيين ، ويعزز موقف الرافضين للحوار من المسلمين إطلاعهم المستمر على النتاج

الثقافي والإعلامي الغربي الذي يعزز هذه الصورة بما يدمر مساعي إقناعهم بجدوى الحوار مع الغرب .

ولا يتوقف الأمر عند هذه المسألة فالصورة النمطية للمسلمين تعزز حالة قيامهم بتنميط صور ذهنية للغرب في المقابل لتتحول المسألة في النهاية إلى حرب إعلامية يتم فيها تسويق الصور النمطية على أنها حقائق ، مما يعزز حالة الكراهية المتبادلة بين الطرفين ويؤكد بالتالي على حالة الصراع الحضاري التي تدمر أي جهد حواري بين الطرفين .

حيث يرى بن دريدي أن تشابك مجموعة من الظروف والأحداث والتأصيلات "الفكرية" المؤدلجة وظهور شحنة عاطفية من الخوف وحب الانتقام والبحث عن كبش فداء وتصور الآخر المختلف عقديا وفكريا وإيديولوجيا عن الغرب بأنه "بربري" و"شرير" و"إرهابي" ومتخلف ومهدد للحضارة الغربية ، والاعتقاد بوجود عالم يفكر بدلا عن العالم كله، وتصور الوجود بأنه مقسم بين من يملك الحقيقة كل الحقيقة وآخر يعيش على هامش التاريخ أو ما قبل التاريخ على حسب تعبير فوكوياما، كلها أنتجت تلك الأفكار النمطية المتعسفة التي تتعارض مع كل تفتح ذهني يقود إلى الحوار. [iii]

إشكاليات الحوار رؤية غربية

يبدو مشهد الحوار على الجانب الآخر كذلك واضحاً يشير إلى مجموعة معروفة من التحفظات الشعبية والأكاديمية والفلسفية حول دعم حالة الحوار مع العالم الإسلامي أحياناً وحول جدواها من الأساس ، وتنحصر معوقات الحوار من المنظور الغربي في ثلاث أسباب رئيسة هي :

<u>أولاً : الصراع الحضاري وتاريخه :</u>

غالباً ما يتم طرح حالة الصراع بين الغرب والعالم الإسلامي في الأدبيات الغربية باعتباره صراعاً بين الحداثة الغربية بما تحملها من قيم، وبين الجمود الإسلامي ، وهذه الرؤية المسبقة للصراع هي التي تحدد بالتبعية الاتجاه نحو الحوار وفاعليته

، هذا في الوقت الذي لا يمكن فيه نفي أثر الخلفيات التاريخية للصراع الحضاري بين العالمين الإسلامي والغربي .

إذ تشير Stepanyants 2007 إلى أن الجواب المطروح دائماً إزاء إمكانية الحوار مع العالم الإسلامي هو الرفض ، بل إن مؤتمر الفلاسفة السنوي المنعقد في هونولولو أجمع الحاضرين به على صعوبة بل استحالة الحوار مع الإسلام لأبعاد يرونها مرتبطة بالفكر الإسلامي وطبيعة الحياة في العالم الإسلامي ، فالمسلمون يعرضون أنفسهم باعتبارهم المخلصون لهذا العالم من الظلم والقهر والاستعباد ، ويرون في الإسلام كدين أنه الحل النهائي لكل مشكلات العالم ، وهذه الرؤية الحضارية التي تنفي الآخر تمثل رؤية اقصائية لكل الجهود والإنجازات البشرية الحضارية في العالم ، لا سيما إذا ما توازت مع الواقع المؤلم للمجتمعات الإسلامية الذي يؤكد أن ما يدعيه الخطاب الإسلامي من تحقيق العدل والكرامة الإنسانية غير متحقق ، وهو ما يعني بالتبعية أن العالم الإسلامي يستخدم أساليب دعائية لبث خطاب الكراهية مع الحضارات الأخرى الأمر الذي يجعله يستخدم استراتيجيات إعلامية دعائية تعضد تفرده بالخلاص الإنساني [iii]

ويحاول Mazuri 1999 أن يقارن بين القيم الثقافية الحضارية الإسلامية والغربية في عصر العولمة ، فيرى أن مستويات التقارب الحضاري ومعطياتها متوفرة إلى حد كبير بين الحضارتين الإسلامية والغربية ، حيث يرى أن التاريخ الإسلامي لا سيما الحقبة العباسية مثلت أهم مستويات التحضر الإسلامي على الصعيدين الفكري والثقافي والانفتاح على الثقافات العالمية الأخرى ، إلا أنه يرى أن الأزمة الكبرى هو انفصال الواقع الإسلامي الحالي عن هذه الوضعية التاريخية ، ففي حين تأخر المسلمون عن هذا المستوى فأصبحوا أقل ثقافة وأقل انفتاحاً وأقل تقبلاً للآخر ، سعى الغرب إلى تبني قيم الانفتاح ونبذ الكراهية وإعلاء قيمة العلم ، وأن الإشكالية الجوهرية بالنسبة للمسلمين لا تتمثل في تبني القيم الغربية قدر السعي نحو إحياء قيم الحضارة الإسلامية ذاته في عصور ازدهارها ، ويؤكد الباحث أن الفرص التي تمنحها العولمة للتشارك الثقافي والحضاري كفيلة بتقريب

المساحات بين العالمين الإسلامي والغربي شريطة سعي المسلمين نحو إحياء حضارتهم الزاهرة . [lii]

إن ما أورده Mazuri كذلك يمثل حقيقة ينبغي على العالم الإسلامي التعامل معها وإدراكها في الواقع ، إلا أن ما ينبغي التركيز عليه كذلك أن العالم الغربي في حقب تاريخية معينة سعى إلى الصراع الحضاري أكثر من سعيه للتشارك الحضاري ففي حين تفاعلت حضارة العباسيين مع الحضارة الهندية والصينية والفارسية ، فإن الغرب في الوقت ذاته سعى لمحاربة الدولة العباسية في حقبة الحروب الصليبية دون أن يسعى إلى التشارك والتواصل الحضاري والإنساني ، ولعل فكرة الصراع مع المسلمين باعتبارهم قوة هددت مكانة الدولة البيزنطية ، وطردتها من مستعمراتها ، وغزت أوربا اكتسبت زخماً إضافيا في حقبة الفتوحات الإسلامية الثانية إبان الدولة العثمانية ، وهو ما أكد حقيقة تاريخية هي أن العلاقة بين الإسلام والغرب هي علاقة صراع دون أن تكون حضارة تشارك واتصال ، وفي الحقب الزمنية التالية فإن العالم الغربي سعى لتفكيك الدولة العثمانية واحتل أراضي العالم الإسلامي ، وهو ما نقل مساحات الصراع العسكري إلى مساحات الصراع الحضاري والثقافي الذي لم ينته بزوال الاستعمار في القرن العشرين ، بل إن العالم الغربي سعى إلى دعم عمليات الاحتلال والسيطرة على العالم الإسلامي بعد الحرب الباردة كذلك حيث لا توجد دول محتلة في العالم إلا الدول الإسلامية بدءاً من فلسطين مروراً بالعراق وأفغانستان .[liii]

ويرى الباحث أن ثمة فرصة تاريخية بدت في العقد الأخير من القرن العشرين كانت كفيلة ببدء حالة جديدة من نبذ فكرة الصراع إلى التعاون والحوار إلا أنها لم تستثمر من الطرفين على نحو جيد وهي التدخل الغربي في يوغوسلافيا السابقة ، وبغض النظر عن تأخر هذا التدخل وكيفيته ، فإن المرة الأولى التي تدخل فيها الغرب عسكرياً لنصرة الحق الإسلامي في البوسنة وكوسوفا كان حقيق أن يبدأ مرحلة جديدة من التعاون بدلاً من الصراع ، إلا أن أحداث 11 سبتمبر وغزو

أفغانستان والعراق قد محيا أية فرصة من أجل تحويل فلسفة الصراع إلى فلسفة الحوار .

ثانياً : العنف والإرهاب :

يستند الغرب دائماً إلى أن الثقافة الإسلامية هي ثقافة عنيفة ذات طابع إرهابي ، وهذا الخطاب الذي يحظى بشعبية لا بأس بها في أدبيات الإعلام الغربي يعد هو العائق الأساسي أمام الاقتناع بجدوى الحوار مع العالم الإسلامي فيقصره داخل المؤسسات الأكاديمية والنخبوية بحيث لا يتجاوزها ليصير استراتيجية ذات طابع شعبي تعكس مطالب جماهيرية بضرورة الفهم والحوار مع العالم الإسلامي .

ولعل سلسلة التفجيرات الإرهابية ضد العالم الغربي ومصالحه على نحو ما حدث في دورة ألعاب ميونخ الأوليمبية مروراً بتفجير سفارتي الولايات المتحدة في كينيا وتنزانيا وانتهاء بأحداث 11 سبتمبر وتفجيرات لندن ومدريد، كلها عززت الشعور لدى العالم الغربي بعدم جدوى الحوار ودعمت المطالبة بالمواجهات العسكرية والملاحقات الأمنية للمسلمين . [lii]

إذ يرى Senghass 2002 أن ما أجج حلبة الصراع الحضاري بين العالمين الإسلامي والغربي هو وضعية العالم الإسلامي الفكرية المعتمدة على التفرد Monolithic وهو ما تزامن مع وجود صراعات جيوثقافية بالأساس حيث تسعى مراكز القوى في العالم الإسلامي لبسط سيطرتها الفكرية على المحيط الجغرافي لها مثل تركيا ومصر وإيران في الوقت الذي تقوم فيه العديد من الدول بتشجيع الجماعات الأصولية للقيام بدورها على المستوى الشعبي العام لتدعيم وتأسيس فكر نبذ الآخر ، وهذه الجماعات هي التي تقوم بالعمليات الإرهابية التي تنسحب آثارها على العلاقات بين العالم الإسلامي والعالم الغربي التي من المفترض أن تقودها الدول ذات القوة الفكرية والحضارية في العالم الإسلامي كالسعودية وباكستان ومصر وإيران وتركيا ، وبالتالي فإن أفعال المنظمات الأصولية صارت هي التي تفرض رؤيتها وواقعها على الجهود ذات الطابع المنظم للحوار مع مراكز القوى الإسلامية مما يجعل الحوار غير مضمون النتائج . [liii]

وبلا شك فإن هذه الرؤية التحليلية تشير إلى أن الحوار مع العالم الإسلامي يختلف باختلاف مرجعيات الدول المركزية في العالم الإسلامي ورؤيتها الثقافية ومصالحها الذاتية ، ورغم ما يحتوي الحوار مع هذه الدول من صعوبات تكمن في السعي لوضع أجندة محددة للحوار ، وبدلاً من دعم الجهود في هذا الإطار ، فإن الجماعات الإرهابية هي التي تحدد في الواقع اتجاه الحوار ، حيث أن عملياتها المستمرة تدعم فكرة عدم الرغبة في الحوار لدى الطرف الغربي كما أنها تتناقض مع مصالحه الذاتية . أي أن الدافع الرئيس للحوار لدى العالم الغربي مدعاه الرئيس يتمثل في تقليص الكراهية التي تتمثل في عمليات إرهابية ، وهذا الدافع لا يمكن تحققه من خلال الحوار مع الدول الإسلامية ، فبالتالي لا جدوى من هذا الحوار من الأساس ، إذ أن ما ينتج عنه من نتائج لا يسفر أثراً في الواقع الفعلي ولا يخفف تهديد الجماعات الإرهابية ، وهو ما يجعل الحوار يتوقف عند نقطة البداية بدلاً من تطويره للوصول لحوار جمعي يضم مراكز التأثير في العالم الإسلامي ويقرب الواقع الثقافي بين الحضارتين .

<u>ثالثاً : الديمقراطية وحقوق الإنسان :</u>

في الوقت الذي يعد فيه الصراع الحضاري بعداً تاريخياً قد يمكن الاعتماد عليه باعتباره فلسفة استراتيجية لمنع فكرة الحوار ، كذلك الاعتماد على الإرهاب كاستراتيجية شعبية لمنع أية محاولات حوارية من الظهور ، فإن الادعاءات المرتبطة بابتعاد الثقافة الإسلامية والممارسات التي تقوم بها الدول الإسلامية في انتهاك حقوق الإنسان وتمكين الفكر الأوتوقراطي بديلاً عن الديمقراطية هي التي يتم الاعتماد عليها دوماً على المستوى النخبوي في تقليص الاهتمام وتفتير العزائم ضد عملية الحوار أو نجاعتها في حل المشكلات المستعصية بين العالمين الغربي والإسلامي .

وفي حين أن الواقع يؤكد أن معدلات تبني الديمقراطية في العالم الإسلامي ضعيفة للغاية الأمر الذي يجعلنا نقر بصحة الدعاوى المرتبطة بهذا الأمر دون تهويل ،

فإن واقع انتهاك حقوق الإنسان ومحاربة الأقليات وقهر المرأة لا يمكن قبوله لا سيما في الإطار العام الذي تطرحه الأدبيات الغربية عند تناولها لهذه المسألة . [lii]

حيث تشير Jagger 2005 [lii] إلى أن الثقافة السائدة في العالم الغربي عن العالم الإسلامي أنه عنصري مناهض لحقوق الإنسان السياسية والمدنية ، وأن احتفاء الغرب بالمضطهدين في العالم الإسلامي جعل الخطاب السائد يميل نحو التحامل الغربي على العالم الإسلامي والثقافة الإسلامية ، وأن الإبراز الإعلامي لهذه الممارسات دون غيرها يعزز بالتبعية فكرة صراع الحضارات ويؤسس الصورة النمطية العامة المرتبطة بأن الإسلام دين عسكري .

هذا في الوقت الذي يؤكد فيه Barber 1992 في مقال مهم اسماه "الجهاد مقابل عالم ماك" Jihad VS. McWorld [lii] والذي حظي باحتفاء بالغ في الأوساط الفكرية والشعبية الأمريكية أن الإشكالية الرئيسة في الصراع بين العالمين الغربي والإسلامي هي في التناقضات الجوهرية بين الثقافتين حيث يدعي أن العالم الغربي يتسم بالعولمة في مقابل القبلية الإسلامية ، التطور مقابل التقليدية ، الديمقراطية في مقابل الأوتوقراطية ، الانفتاح الفكري مقابل التزمت الديني ، التحرر الاقتصادي مقابل الاحتكار والفساد ، احترام حقوق الإنسان مقابل انتهاكها.

وعلى الرغم من هذه الرؤية شديدة التحيز إلا أنه في نهاية مقاله يرى أن الغرب الساعي دائماً إلى السيطرة على مقدرات العالم السياسية والاقتصادية والفكرية والاجتماعية كذلك العالم الإسلامي الموسوم بالقبلية والتزمت الديني وانتهاك حقوق الإنسان كلاهما لا يصح أن يكون عنصراً فاعلاً في دعم الديمقراطية الحقيقية التي تهدف إلى ارتقاء البشرية .

وان السبيل إلى الديمقراطية الحقيقية هي تفعيل المؤسسات المدنية ذات الأبعاد والمرجعيات المختلفة التي بإمكانها تخليص العلم من سيطرة هاتين الثقافتين .

ولا شك أن هذه الرؤية وإن كان مدعاها هو ما تلخص في السطور الأخيرة إلا أنها تميط اللثام على الفكرة السائدة عن العالم الإسلامي في الذهن الغربي حيث هو

مجتمع عنيف فاسد قبلي متزمت دينياً ، وبلا جدال فإن صورة العالم الإسلامي على هذا النمط تقلص من الاقتناع بأهمية الحوار وضرورته .

دور الإعلام في بناء وتعزيز ثقافة الحوار:

لا شك أن الحوار يمثل ثقافة ، هذه الثقافة لا سبيل لها للوصول واقتناع الجماهير بها سوى النشاطات الاتصالية ، حيث يمثل الإعلام العنصر الرئيس في إدارة عمليات الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي ، والواقع يؤكد أن النشاطات الإعلامية كانت صاحبة الدور الرئيس حتى الآن في إعاقة عملية الحوار وترويج بواعث رفضها وهدمها ، حيث يشير Sullivan 2005 [lii] إلى أن القوى المتطرفة في العالم الإسلامي تمثل جماعات صغيرة لا يمكن اعتبارها ممثلة لعموم العالم الإسلامي ، وأن وسائل الإعلام المنتمية والمستقطبة من قبل المحافظين المسيحيين المؤمنين بفكرة الحروب الصليبية هي التي دعمت كافة الرسائل التي تتضمن رفض الحوار وقامت بتنميط صورة المسلمين والعرب على النحو الذي يبدو معه الحوار وكأنه ترفاً فكرياً .

هذا الاعتراف الخطير يقودنا لتحليل وضعية الإعلام في الإشكاليات المرتبطة بعملية الحوار ؛ فالثابت فيما سبق أن الإعلام اتسم بدور سلبي في كلا الجانبين ضد فكرة الحوار أو تعزيز إمكاناتها ، لذا فإن ما ينبغي التركيز عليه هو التفكير في تحويل النشاط الإعلامي إلى نشاط محفز ومعزز لعملية الحوار ، بحيث ينتقل خطاب الحوار من السياق النخبوي إلى السياق العام .

والأمر هنا يتطلب منا التأكيد على أمرين :

الأول : هو بيان طبيعة الاتصال الثقافي ودوره في تحديد عملية الحوار وتأطيرها.

الثاني : بيان العوامل المرتبطة بالقائم بالاتصال باعتباره منتج الرسالة الاتصالية إزاء عملية الحوار .

أولاً : الاتصال الثقافي ومحددات عملية الحوار .

يقوم الاتصال الثقافي المعاصر على أسس فلسفية تحدد الأطر العامة لعملية الحوار بين الثقافات، حيث تمثل هذه الأطر العامة المحددات الرئيسة التي ينبغي أن تحيط بأي عملية حوار لضمان نجاحها .

ويحدد Senghass 2002 [lii] الاختلافات التي حكمت فلسفة الاتصال الثقافي وصولاً إلى العصر الحديث حيث يؤكد أن الأسس الفلسفية لعملية الحوار ينبغي أن تقوم على إدراك مجموعة من الحقائق المتمثلة فيما يلي :

1. إدراك التغير الفكري ونتائج الممارسة في عالم يعاد بناؤه : حيث تتغير الأفكار المتعلقة بالأوضاع السياسية والاقتصادية حول العالم ، وهي ما تصبغ الأبعاد الاجتماعية بأفكار جديدة هذه الأفكار تتم إعادة صياغتها في قوالب سياسية لتدعم القيم الجديدة للمجتمع ، وتقوم بعملية إدارة الحياة بكافة جوانبها بالتبعية . ولا شك أن هذه التغيرات تزيد من عوامل التغيير المستمر على المستويات العقلية الذهنية والمستويات البنيوية للفكر ، وهو ما يزيد بالتبعة من الحاجة للمشاركة السياسية لمسايرة هذه التغيرات للحفاظ على الحقوق الموجودة وتدعيم فرص الوصول لحقوق أعلى ، وهو ما يجعل العملية دائرية ويرمي بالكرة في ملعب السياسة من جديد .
2. إدراك الأبعاد الحضارية للذات والآخر في ظل المتغيرات العالمية الجديدة : والتي تشمل إدراك اتجاه المجتمعات نحو التحضر والحداثة في التفكير والممارسة ، وزيادة دور وسائل الإعلام في التعبئة والحشد الاجتماعيين ، وإدراك عمليات الانتقال والتحول الحضاري ، واستيعاب المتغيرات المؤسسة لحركات التطور والتغيير ، وإدراك عمليات التفاعل بين هذه العناصر جميعها .
3. إدراك تراجع الحتمية الثقافية : وهي العنصر الأهم حيث احتكار الحقيقة أصبح مرفوضاً ، وبالتالي فإن الاقتناع بأن ثقافة ما هي التي تحتكر الحقيقة دون غيرها أمر مرفوض في واقع العالم المعاصر .

4. الاعتماد على الأبعاد العلمية في إدراك الذات والآخر بما يعزز من قيام الحوار على أسس منطقية وفلسفية سليمة .

ولا شك أن إدراك هذه الأمور على نحو قاطع واعتبارها محددات تؤطر عملية الحوار وتضبط مسيرتها هو السبيل المناسب لإنجاح عمليات الحوار والاتصال الثقافي بين الحضارات .

فعالية الاتصال الثقافي :

لا يعمل الاتصال الثقافي في فراغ دون إدراك الأسس التي يقوم عليها هذا الحوار والمعايير التي تحدد نجاحه وفعاليته من عدمها ، فالواقع أن ثمة نشاطات اتصالية ثقافية مستمرة بين العالمين الغربي والإسلامي ، إلا أن البعد التقويمي لهذه النشاطات يظهر غالباً فشلها وعدم نجاحها ، وهو ما يستدعي التعرف على الأسس التي تنبني عليها فعالية الاتصال الثقافي .

وتعرف فعالية الاتصال الثقافي بأنها : القدرة على تسهيل ومباشرة النشاطات الاتصالية الثقافية بما ينتج عنه تحقيق نتائج مرضية وتقييمات إيجابية لحالة التفاعل ذاتها وبين المتفاعلين أنفسهم . [iii]

ويرى حماد 2006 [ii] أن ثمة فارق جوهري بين تأثير الاتصال الثقافي وفعاليته ، حيث التأثير قد يكون إيجابياً أو سلبياً بينما الفعالية تشير إلى مستوى تحقق هدف القائم بالاتصال من عملية الاتصال ، وأن نسبة كبيرة من التفاعلات الثقافية تنتج آثاراً لكن الفارق بين المستهدف والمتحقق قد يكون كبيراً بل أحياناً ما يكون عكسياً كذلك .

ويرى أن نظريات فعالية الاتصال الثقافي حددت ثلاثة عوامل رئيسة تحكم تحقق الفعالية من عدمها وهي :

1) المعرفة 2) الدافعية 3) المهارة الاتصالية

وواقع ممارسة الحوار عبر نشاطات الاتصال الثقافي تؤكد أن توافر العناصر الثلاث يمثل أمراً صعباً للغاية .

فمن حيث المعرفة فإن نشاطات الحوار المتبادل بين العالمين الغربي والإسلامي يعتريها سوء الفهم المتبادل ، وسوء الفهم هذا مرده الرئيس إلى الجهل بحقيقة وواقع الذات والآخر ، وما تم ذكره سلفاً عن معوقات الحوار بين العالمين الإسلامي والغربي يؤكدان أن حالة سوء الفهم مستعصية للغاية نتيجة للتراكمات الثقافية والحضارية التي تدعم تثبيط حالة الحوار بدلاً من تعزيزها ، أما من تتوافر لديهم المعرفة فإنهم يمثلون النخبة لذا كان من الطبيعي أن ينحصر الحوار الغربي الإسلامي في أوساط النخب دونما انطلاق إلى مستويات شعبية ومجتمعية وأممية .

ومن حيث الدافعية فيبدو أن دافعية الحوار لمن توافرت لديهم المعرفة دافعية ضعيفة ، وهذه الدافعية غالباً ما ترتبط بدواع سياسية واقتصادية قصيرة الأمد ، ومع غياب الدافعية لدى الدول والمؤسسات في تعزيز عملية الحوار وجعلها تتسم بأبعاد استراتيجية مستمرة مستقرة فإن هذا يقلص بالتبعية حتى من حالات الحوار النخبوي ، ويجعل حماس من يتصدى من وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال لفكرة الاتصال الثقافي يفتر ويضعف على نحو كبير .

أما من حيث المهارة فإن انحصار عمليات الحوار في إطار النخبة والمؤسسات الدينية والجهات الأكاديمية يجعل هذه النشاطات غير منظمة ومخططة على مستوى اتصالي احترافي يكفل نجاحها ، حيث أن عمليات الاتصال الثقافي ينبغي أن يتصدى لها الإعلاميون المدربون المؤهلون على إدارة مثل هذه العمليات ، ومع غياب المهارة يغيب الاستغلال الأمثل للفرص المتاحة لتعزيز حالة الحور ونقلها لمستويات متقدمة ، ويزيد بالتبعية من حالة الفردية وضعف القدرة على تسويق منجزات الحوار عن حدثت.

بينما يضيف Samovar, Porter, McDaniel 2009 عنصرين آخرين هما القدرة على الشعور والتقمص الوجداني ، وشخصية القائم بالاتصال وكاريزميته ،

ويرون أن هذه العناصر الخمس هي التي تحدد قدرة النشاطات الاتصالية على تحقيق أهدافها على نحو واضح ومباشر . [lii]

بينما يؤكد Greene, Burleson 2003 على أن فعالية الاتصال الثقافي تقوم في الأساس على الممارسة الفردية إذ تتمحور حول القائم بالاتصال وقدراته ومستوى قناعاته وفهمه العميق للطرف الآخر ، وقدرته على التقمص الوجداني لمواقف الطرف الآخر ، وعليه فإن العنصر الرئيس في هذه العملية هو القائم بالاتصال كفرد . [lii]

بينما يحدد Starota 2008 , Chen نموذجاً إطارياً عاماً لفعالية الاتصال الثقافي حيث يحددون أبعاد هذه العملية في ثلاثة مناظير هي : 1) المنظور الشعوري Affective 2) المنظور المعرفي Cognitive 3) المنظور السلوكي Behavioral وأن تعاضد هذه الجوانب الثلاث هي التي تحدد درجة فعالية الاتصال الثقافي . [lii]

وعلى هذا فإن الوقع يؤكد أن فعالية عمليات الاتصال الثقافي من المنظور الاتصالي المحض ضعيفة إلى حد كبير ، وتكاد تكون جهود الحوار غير مجدية إذ تتم في إطار غير ممنهج اتصالياً ولا يعمل على ترويج وتسويق الحوار كفكرة اجتماعية أو استراتيجية ثقافية .

عوائق الفهم المتبادل :

تطرح Novinger 2001 رؤية شاملة لمعوقات الفهم بين الثقافات إذ ترى أن محاولة الاتصال الثقافي مع الآخر تبدأ في الأساس بدرجة من الوعي القائم على إدراك مساحات الاختلافات الثقافية ، حيث هذه الاختلافات الثقافية هي التي تحدد بالتبعية مساحة الاتفاق التي يمكن أن يبدأ الاتصال الثقافي على أساسها ، وبالتالي فإن الأدراك المستمر للاختلافات الثقافية هو ما يمكن على أساسه تحديد أولويات الاتصال وأبعاده وممارساته ، وقد قامت بالاستناد إلى مجموعة من

الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية والاتصالية للعوائق الرئيسة التي تحجب عملية الفهم وحددتها في عدة عناصر رئيسة تنقسم إلى قسمين هما :

أولاً : عوائق الفهم المشكَّلة ثقافياً :

وتشمل :

1. **الفهم المسبق**
2. **الفهم الفردي في مقابل الفهم الجمعي**
3. **التراكم والتراتب**
4. **التاريخ والخبرة الذاتية**
5. **الرموز الأساسية**
6. **القوة**
7. **الأدوار**
8. **القواعد**
9. **التنظيم الاجتماعي**
10. **نماذج التفكير**
11. **القيم**
12. **الانفتاح الدولي**

ثانياً : العوائق الشخصية المتضمنة في الإطار الثقافي العام وتشمل :

1. **الشك وعدم اليقين**
2. **الاتجاه**
3. **التكيف**
4. **المركزية العرقية** [iii]

والواقع أن هذه الرؤية مهمة في تحديد عوائق الفهم ، حيث الواضح أن النسبة الكبرى من عوائق الفهم بين العالم الإسلامي والآخر تتمحور كما ذكر سلفاً حول فكرة القوة ، والتاريخ ، وتراكم خبرات الصراع المشترك ، واختلاف الأطر القيمية العامة المشكلة لكلتا الثقافتين ، وذلك على المستوى الثقافي العام ، وعلى

المستوى الثقافي الشخصي نرى سيادة التشكك في نوايا الآخر ، واختلاف الاتجاهات والدافعية نحو الحوار ، والتمركز العميق حول الذات وأحقيتها في السيادة والتفوق .

ثانياً : العوامل المرتبطة بالقائم بالاتصال

إذا كان القائم بالاتصال يمثل المفردة الرئيسة لهذا البحث من حيث كونه صانع الرسالة الاتصالية إلا أن الوقوف فقط عند حدود القائم بالاتصال وتكوينه المهني ودرجة احترافيته ودافعيته ومعرفته ومهارته في إدراك وممارسة أبعاد الاتصال الثقافي تعد أمراً قاصراً للغاية لا يتناسب مع أهمية هذه القضية ؛ إذ أن ثمة عوامل كثيرة تحدد كل من المعرفة والدافعية والمهارة ، وهي ما يمكن إجماله في بعد نظري يتمثل في نظرية حراسة البوابة الإعلامية من جهة ، وإعادة تحليل العوامل التي تقف وراء كل من المعرفة والدافعية والمهارة وهو ما يتناوله الباحث فيما يلي :

دافعية القائم بالاتصال نحو الحوار :

يحدد Spitzberg (2008) [lii] محددات دافعية القائم بالاتصال في عدة مسلمات هي :

1. **أن زيادة الدافعية يعني زيادة الفعالية ، حيث أن دافعية القائم بالاتصال نحو الاتصال الثقافي والحوار تحدد رغباته وسلوكياته التي تعمل في إطار موحد ومتكامل سعياً نحو إنجاح عملية الاتصال الثقافي بأكثر فعالية ممكنة ، وهذا يشمل :**
   - **أن ثقة القائم بالاتصال في قدراته على إنجاز عمليات الاتصال الثقافي يزيد من دافعيته نحو الاتصال . وهو ما يعني أن تأثير الممارسات الاتصالية السابقة ينعكس على تقديره لذاته في إنجاز المهام الاتصالية .**
   - **أن اقتناع القائم بالاتصال بكفاءة وتأثير ونتيجة الاتصال الثقافي يزيد من دافعيته للاتصال . حيث أن إيمانه بقدرته على إنجاز مجموعة من السلوكيات الاتصالية ذات الجدوى والنفع المباشر ،**

وإيمانه بأن نشاطاته الاتصالية تحدث تأثيراً نحو التفاهم ، واقتناعه بأن مجهوداته تسفر عن النتائج التي استهدفها يزيد بالتالي من دافعيته نحو مباشرة نشاطات الاتصال الثقافي .

- أن قدرة القائم بالاتصال على التصرف في المواقف المختلفة تزيد من دافعيته نحو الاتصال الثقافى ، حيث أن الاتصال الثقافي عملية متعددة السياقات ، ومختلفة الأبعاد ، وبالتالي فإن سمات القائم بالاتصال الشخصية وقدرته على الأداء في هذه السياقات يزيد من دافعيته .
- أن عوائد الاتصال المتوقعة ومقارنتها بالجهود والتكلفة المبذولة يزيد من دافعية القائم بالاتصال ، وهو ما يعني أن توقع العوائد الثقافية المستهدفة من عملية الاتصال هي المحك الرئيس في مباشرة عمليات الاتصال الثقافي ، إذ لا اتصال بلا عائد متوقع ، وتوقع العوائد يرتبط بالخبرات السابقة وتقييم عوائدها المتحققة .

وعلى هذا يمكن القول بأن ولوج القائم بالاتصال إلى عملية الاتصال الثقافي من الأساس يرتبط بقدراته الذاتية ، وتقديره للجهود المبذولة ، وتقييمه للتجارب السابقة ، وإيمانه بقدرته على تحقيق عوائد تفوق ما يبذله من جهود .

والواقع أن نسبة كبيرة من الجهود الاتصالية في عملية الحوار بين العالم الإسلامي والآخر لم تكن فعالة بنسبة كبيرة ، إذ لم يستطع كلا الطرفين أن يؤسس واقعاً تأثيرياً يمكن قياسه وتلمسه على نحو واضح وبين ، وهو بالتالي ما عرقل دافعية القائم بالاتصال نحو مباشرة جهود الحوار من جديد أو استئناف جهود حوار توقفت قبل ذلك .

والأمر المهم في هذا الإطار هو ضرورة إكساب هذه الجهود أي قدر من النجاح ، بحيث يولد هذا النجاح دافعية نحو استمرارية الفعل الاتصالي الثقافي من جديد ، ففشل أو تعثر ، أو نخبوية النتائج تعني وأد عمليات الحوار الفعالة التي ينبغي أن تتعزز في سياقات جماهيرية يقوم عليها القائم بالاتصال ، بدلاً من أن تتوقف عند

حدود التأثيرات النخبوية التي لا تترجم إلى حالة فهم واضحة ومباشرة ومستمرة ومتصاعدة .

على أن دافعية القائم بالاتصال وحدها لا تشكل العنصر الوحيد في مشكلة الدراسة رغم تبوءها لصدارة هذه العناصر ، إذ أن ثمة عوامل رئيسة أخرى تحددها علاقة القائم بالاتصال بالمؤسسة الإعلامية التي تتشكل من بعدين رئيسين أولهما : تحكم المؤسسة الإعلامية في المضمون (نظرية حراسة البوابة) التي تقوم على وضع مجموعة من الأولويات (نظرية وضع الأجندة) ، وعلاقة القائم بالاتصال بطبيعة الخطاب السائد في وسائل الإعلام (نظرية التأطير) والتكوين النفسي الاجتماعي الثقافي للقائم بالاتصال وتأثيراته على الاتجاه نحو تعزيز وتفعيل حالة الحوار(نظرية النخبة).

علاقة القائم بالاتصال بالمؤسسة الإعلامية:

نظرية حراسة البوابة الإعلامية :

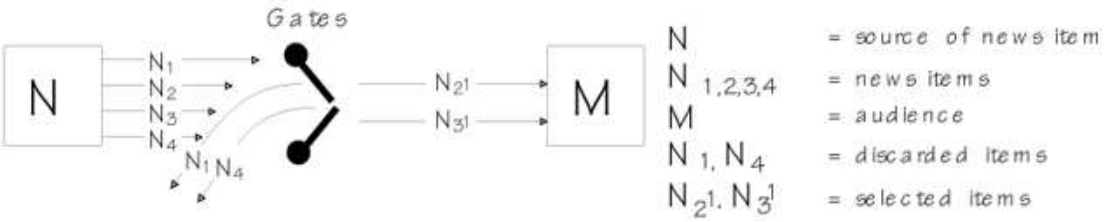
تشير تلك النظرية إلى العملية التي يتم من خلالها ترشيح، وانتقاء المعلومات والأفكار القابلة للنشر أو البث عبر وسائل الإعلام. [lii]

وقد أسس هذه النظرية كيرت ليفين Kurt Lewin عام 1947 [lii] وخلاصة النظرية أن المعلومات تمر بمجموعة من البوابات المتمثلة في القائم بالاتصال ذاته ورؤيته الذاتية للحدث، ثم المؤسسة الإعلامية عبر عدد من العوامل المؤثرة في تشكيل سياستها تجاه الأحداث، وهو ما ينتج معالجة اتصالية مختلفة بنسبة ما عن الحقيقة. [lii]

وعلى الرغم من بساطة هذه النظرية واعتبارها أمراً بديهياً في الإطار النظري الحالي، إلا أن ثمة تغييرات سعت إلى تعميق النظرية، وإكسابها أبعاداً أكثر عمقاً ودلالة، حيث تستعرض ليندا لي كايد Lynda Lee Kaid 2004 [lii] الجهود النظرية لتطوير هذه النظرية وربطها بالسياقات العامة في البيئة الاتصالية الحديثة، وقد توصلت الباحثة إلى أن عملية حراسة البوابة الإعلامية هي نتاج تفاعلي لأربعة عوامل رئيسة هي:

1. الحس والاتجاه الشخصي للقائم بالاتصال.
2. معايير المؤسسة الإعلامية في تقييمها لأداء القائم بالاتصال، وعلاقة القائم بالاتصال بها.
3. الضغوط التي تمارس على المؤسسة وتتدخل في معالجتها الإعلامية للقضايا.
4. التقنيات الحديثة التي تسهل جمع ونقل المعلومات.

ويوضح الشكل الحالي طبيعة عمل النظرية



المصدر White , Op., Cit

نظرية وضع الأجندة

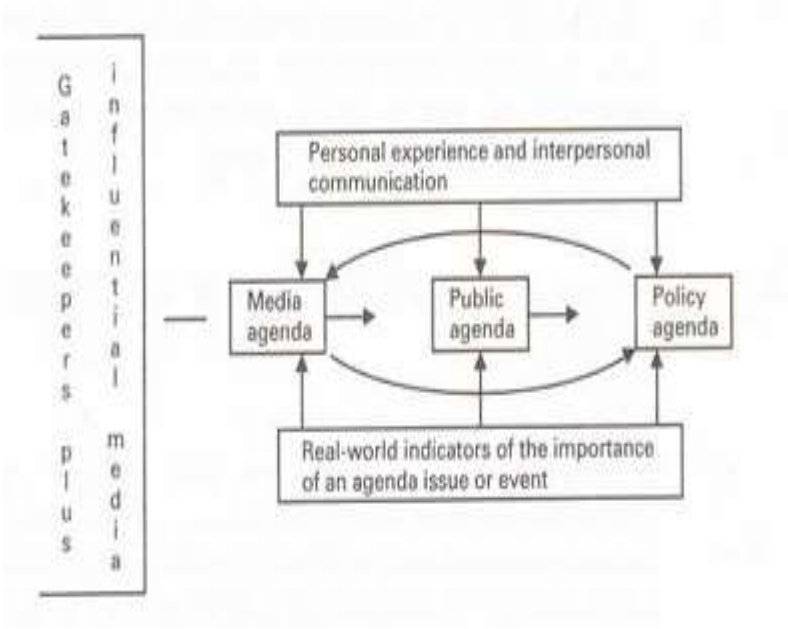
تقوم نظرية وضع الأجندة استناداً إلى افتراض رئيس هو أن المؤسسة الإعلامية تقوم بانتقاء الأخبار وترتيبها وإعطاء بعضها أهمية عن غيرها استناداً إلى توقعاتها بأهمية هذه الموضوعات للجمهور . إلا أن هذه النظرية لا تتوقف عند هذا الطرح المبسط بل إنها تعكس في حقيقة الأمر قدرة وسائل الاتصال على نقل أجندتها الإعلامية إلى أجندة الجمهور العامة ، حيث أن انتقاء الأخبار وتركيز القائمين بالاتصال على مواد بعينها بهدف التأثير في إدراك الجمهور لأهمية قضايا محددة هو الجوهر الحقيقي لهذه النظرية . [iii]

ويعد McCombs هو المؤسس الفعلي لهذه النظرية التي تعرض لها العديد من المنظرين من أسلافه ممن أكدوا على قوة وسائل الإعلام في تحديد أولويات الجمهو وعلى رأسهم Lippman ، وقد ازدهرت هذه النظرية في سبعينيات القرن الماضي وتقوم على مجموعة من الفروض الرئيسة هي : [iii]

1. أن الإعلام لا يعكس الواقع كما هو بل يقوم في الواقع على انتقاء بعض أحداثه والتركيز عليها بهدف تشكيل الوعي العام .

2. أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا محددة تكسبها أهمية متصاعدة لدى الجمهور تختلف عن مستوى أهميتها الواقعية .
3. أن هذه الأجندة توضع بناء على معايير متشابكة تحددها السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية وتتأثر فيها بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية على صعيد المؤسسة والمجتمع .
4. أن وضع الأجندة عملية دائرية تقوم على ربط استجابات الجمهور بالأجندات المستقبلية .
5. أن المجتمع بحاجة إلى من يوجهه نحو القضايا التي ينبغي عليه التركيز عليها وصولاً إلى تحقيق التماسك الفكري والمعرفي للمجتمع .

ويوضح الشكل التالي طبيعة عمل النظرية :



Source: McQuail & Windahl (1993)[lii]

وفيما يخص إطار هذه الدراسة يمكن القول أن القائم بالاتصال يتحرك في ممارساته الاتصالية الثقافية وفق مجموعة من المعايير وضمن أطر من القيود التي تحدد ما ينبغي التركيز عليه وما ينبغي إهماله ، وفي حين أنه يملك القدرة على طرح أجندات وأحداث محددة للتركيز عليها فإن القرار النهائي لطرح هذه

الأجندات بيد المؤسسة الإعلامية والتي تقوم بتوجيه عمله وفق مجموعة من القيود والمعايير .

وفي حين أن هذه النظرية تؤكد على قدرة القائم بالاتصال على الإعلاء من اهتمام الجمهور بقضية الحوار مع الآخر في العموم ، وتؤكد على قابلية تحول هذه القضية إلى قضية شعبية جماهيرية لتخرج من أطرها النخبوية ، فإن تلازم هذه الجهود مع إرادة المؤسسة الإعلامية في منح هذه القضية أولوية في أجندتها الإعلامية يصير هو العنصر الحاسم في هذه المسألة ، حيث المؤسسة الإعلامية تحدد أجندتها وفق تصوراتها التي ترصد عدم اهتمام الجمهور بهذه القضية ، هذا التصور الذي لا يزال مرتبطاً بممارسات سالفة لا تتسق في الواقع مع التوجهات الحالية المهتمة بهذه القضية .

ولعل هذا هو ما يقودنا إلى الممارسات السالفة التي أطرت قضية الحوار بين الإسلام والآخر باعتبارها قضية نخبوية ، تنحصر في البعد الديني أو المصالح السياسية التي تقوم عليها الحكومات ، مع تعزيز التشكك الدائم في حالة الحوار وجدواها ، فضلاً عن تداول الصور النمطية باعتبارها وسيلة رئيسة لتعزيز هذه التصورات . وبالتالي فإنه يكون من الواجب التطرق لنظرية التأطير باعتبارها تكشف عن سلوكيات القائم بالاتصال في تحديد زاوية الرؤية التي يرى الجمهور من خلالها الأحداث التي تنتقيها وسائل الإعلام ، وبالتالي لا تتوقف المسألة عند اختيار القضية ووضعها ضمن الأولويات ، بل تصل إلى إمداد الجمهور بالزوايا والمناظير التي ينبغي أن يرى القضية عبرها ومن خلالها .

نظرية التأطير :

تقوم نظرية التأطير Framing Theory على فرضية رئيسة مؤداها أن وسائل الاتصال حين تنقل الحدث فإنها تحدد الزاوية التي ينبغي أن يدرك الجمهور الحدث عبرها .

وتقوم هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات الرئيسة هي : [lii]

1. أن كل حدث له مجموعة من الزوايا التي تحدد طبيعة إدراكه .

2. أن وسائل الإعلام تركز على زاوية واحدة يتم تصديرها للجمهور بهدف تشكيل الاتجاه أو الوعي نحو الحدث .
3. أن هذا الإطار يتم التحكم به وفق الاتجاهات الفكرية للوسيلة الإعلامية .
4. أن هذه الأطر تتشكل في إطار مجموعة من الاعتبارات والقيود تماثل نظرية وضع الأجندة .
5. أن الأطر قد تكون واضحة ومدركة في ذاتها ، لكن عمليات الإدراك والوعي الذاتي من قبل الجماهير لا تدركها في حقيقة الأمر سعياً وراء اتساق الرسالة الاتصالية .
6. أن غالبية الأطر المركبة تكون مضللة وغير واقعية وسلبية .

وهكذا يمكن القول أن التعامل مع قضية الحوار مسألة مركبة تماماً ، فهي تتم وفق أطر تشكل الوعي والإدراك الذاتي للجمهور ، ووفق أجندة لوسائل الإعلام تحددها اعتبارات سياسية واقتصادية وإعلانية واجتماعية ودينية ، ووفق مرشحات للرسائل الاتصالية التي تشكل بوابات تتم معالجة المادة الإعلامية عبرها .

وبناء على ما سبق يطرح الباحث فيما يلي رؤيته للعوامل الدقيقة التي يراها تؤثر على نحو مباشر في إدارة عمليات الاتصال الثقافي ممثلة في الحوار بين العالمين الغربي والإسلامي والتي يمكن عبرها تلمس مستويات الدافعية والمعرفة والمهارة ، وفي الوقت ذاته تعكس فرضيات النظريات سالفة الذكر وهي:

1) العوامل الذاتية الراسخة :

حيث ثمة عوامل ترتبط بالثوابت الفكرية والأسس المرجعية لدى القائم بالاتصال مثل الدين والاتجاهات الأيديولوجية والتنشئة الاجتماعية ، كل هذه العوامل تمثل عوامل راسخة لا يمكن للقائم بالاتصال تجاوزها أو القفز عليها سعياً وراء الحوار ، هذه العوامل هي التي تحدد مستويات قبوله لفكرة الحوار مع الغرب في الأصل من عدمها ، فمن يرى أن عداوته للغرب تمثل التزاماً دينياً لا يسعه سوى أن يرفض ممارسة عملية الحوار من الأساس .

وير بن دريدي أن فكرة الحوار تمثل ثقافة مجتمعية قبل أن تكون فكرة شخصية، فقد يكون الشخص مؤمنا بفكرة الحوار والمناقشة ولكن أنماط التنشئة الاجتماعية التي تربى عليها ومحيطه الاجتماعي الذي يحيا فيه قد يقودانه إلى تبديل قناعاته ومبادئه .كما إن فكرة الحوار على الرغم من جاذبيتها وبريقها اللامع الذي يعبر عن مستويات عليا من التحضر والمدنية، تبقى فكرة مجردة وخيالية إن لم تطبق في داخل الدول العربية ذاتها، وإن لم تجد لنفسها قوة تسندها وفكرة تقودها في حوارها مع الغرب.[iii]

2) العوامل الذاتية المتغيرة (مستوى الاقتناع) :

وهي تلك العوامل المرتبطة بالرؤية الذاتية للقائم بالاتصال لجدوى عملية الحوار ، وقد تحكم هذه الرؤية قناعاته الفكرية الدائمة أو مستوى ممارسته الذاتية لعملية الحوار ، والقائم بالاتصال في هذه الحالة يخضع للمؤثرات الجمعية السائدة في المجتمع ، فيرى أن الغرب لا يقتنع بالحوار ولا يدعمه ، كما يرى أموراً مثل عدم التوازن في القوى ، وتكرار الغرب للصور النمطية عن المسلمين ، وفي حين أن هذه الأمور قد تكون معيقة لعملية الحوار في مظهرها ، إلا أن هذه القناعات قابلة للتغيير والتبديل عند وجود مؤشرات ملائمة تشجع حالة الاتصال الثقافي بين الحضارتين ، وبالتالي فإن مستويات الاقتناع تتغير وتتبدل وفق معطيات الواقع كذلك فإن قناعة القائم بالاتصال بأن الحوار نخبوي أو لا يرتبط بالشعوب أو يتم من أجل تنفيذ أجندات غربية أو تقوم عليه مؤسسات مشكوك في هويتها كل هذه عوامل تستثير اقتناعه بعدم جدوى الحوار بينما تقليصها يؤدي بالتالي إلى تبديل القناعات والاتجاهات وتحويلها لنشاط ثقافي حواري مستقر .

3) العوامل المرتبطة باتجاه المؤسسة والمجتمع :

قد يكون القائم بالاتصال منفتحاً متقبلاً لعملية الحوار على مستواه الشخصي في حين أن المؤسسة التي يعمل بها ترفض الحوار أو المجتمع الذي يقيم فيه أو ينتمي إليه ينظر إلى الحوار نظرة رافضة أو غير مكترثة ،

وباعتبار وضعية القائم بالاتصال كمعبر عن اتجاهات الرأي العام ، وكمعبر عن قيم واتجاهات وثقافة الوطن الذي ينتمي إليه ، أو باعتباره خاضعاً على المستوى الوظيفي لمؤسسة إعلامية لا تولي الحوار أهمية أو ترفضه ، فإنه لا يرى في النهاية سبيلاً لتحويل اهتمامه الذاتي بعملية الحوار إلى ممارسة اتصالية على أرض الواقع مما يجهض عمليات الاتصال الثقافي تماماً لتتحول إلى قناعات شخصية لا علاقة لها بوضعيته ومسئولياته كقائم بالاتصال .

4) العوامل المرتبطة بالممارسة الفعلية الذاتية والمؤسسية والمجتمعية لعملية الحوار:

تؤثر التجربة في الاتجاه والممارسة ، هذه حقيقة لا يمكن إنكارها ، وبالتالي فقد يكون القائم بالاتصال مؤمناً بعملية الحوار وينتمي لمؤسسة تسمح له بممارسة هذا الحوار إلا أن هذه الممارسة التي قام بها قد تفشل لأسباب ما ، مما يقلص من دافعيته لتكرار التجربة ، كما أن قيام المؤسسة أو المجتمع الذي ينتمي إليه القائم بالاتصال بتجارب مشابهة يدعم لديه الشعور بعدم الرغبة في خوض التجربة من الأساس وهو ما يؤثر في عزيمته للمبادرة بتجربة جديدة ، كذلك فإن ضعف مهارة القائم بالاتصال في إجراء عمليات الاتصال الثقافي أو ضعف خبرة المؤسسات في هذا الصدد تورث بالتبعية حالة من الشعور بالعجز عن الاستمرار في المحاولة وتدفعه لعدم تكرارها .

5) العوامل المرتبطة بشخصية الدولة التي ينتمي إليها القائم بالاتصال :

لكل دولة شخصيتها الثقافية وتراثها الفكري والحضاري وعلاقاتها الخاصة بالغرب ، هذه العوامل تفرض نفسها على ممارسة القائم بالاتصال لتجربة

الحوار بشكل كلي ، فالدول التي ترتبط ثقافياً ولغوياً وجغرافياً بالغرب تؤسس قناعات وطنية تتعلق بالاتجاه نحو الغرب سلباً أو إيجاباً ، هذا الاتجاه الذي يتأسس على تجارب فعلية وممارسات واقعية ومدى زمني وتاريخي طويل ، بينما الدول ضعيفة الاحتكاك تكون أكثر تأثراً بالصور النمطية والذهنية في علاقتها مع الغرب ، هذه الصور التي لا تدعمها التجربة الواقعية تؤكد ضعف المعرفة التي قد يغيب معها القدرة على تأسيس دافعية واضحة حتى إن توافرت المهارات والقدرات الاحترافية في تأسيس ومباشرة عملية الحوار .

ورغم أن دراسة الواقع الحالي تثير حالة من التشاؤم النسبي إلا أن هذه النظريات ذاتها تؤكد على أنه إذا ما توافرت إرادة حقيقية لدى القائم بالاتصال والمؤسسة الإعلامية في تسويق قضية الحوار على المستوى الشعبي فإن هذه الجهود يمكن أن تتكلل بالنجاح .

[lii] انظر : عبد العزيز قاسم (محرر) (2007) نهاية التاريخ تحت مجهر الفكر العربي (الرياض : العبيكان)

[lii] لمزيد من التفاصيل انظر : عبد الله علي العليان (2004) حوار الحضارات في القرن الحادي والعشرين: رؤية إسلامية للحوار. (مسقط : فكر للنشر ، ط1) ص ص 208-210

[lii] Bennett, Milton, J. (1998). Intercultural communication: A current perspective. In Milton J. Bennett (Ed.),Basic concepts of intercultural communication: Selected readings. Yarmouth, ME: Intercultural Press. Pp xiii, 272

lii Laray M. Barna(1997) Stumbling Blocks in Intercultural Communication. In Samovar, Larry A. and

Porter, Richard E.: Intercultural Communication – A Reader (8th ed.). Wadsworth, CA, USA.

[lii] Mark V. Redmond, Judith M. Bunyi (1993) The relationship of intercultural communication competence with stress and the handling of stress as reported by international students. International Journal of Intercultural Relations, Vol. 17, Issue 2, Spring 1993, PP 235-254

[lii] Raymond Cohen(1987) Problems of intercultural communication in Egyptian-American diplomatic relations. International Journal of Intercultural Relations Volume 11, Issue 1, 1987, Pages 29-47

[liii] يتحفظ الباحث على هذه الدراسة ونتائجها لعدة اعتبارات أهمهما أن هذا الباحث الصهيوني الذي ينتمي إلى الجامعة العبرية بالقدس المحتلة ، استند إلى أن تذبذب العلاقات نتيجة للانتماء الثقافة المصرية للثقافات الدنيا في مقابل انتماء الأمريكية للثقافات العليا ، في الوقت الذي تجاهل فيه تأثير المتغيرات السياسية التي شابت العلاقة بين الولايات المتحدة ومصر طيلة هذه الفترة ، من مقاومة الاستعمار ، وأزمة تمويل السد العالي ، وتزعم مصر لحركة عدم الانحياز ، والتعاون المصري السوفيتي ، ومساندة الولايات المتحدة لإسرائيل ، ثم تحول الدبلوماسية المصرية إلى الولايات المتحدة بعد حرب 1973 ورعاية الولايات المتحدة لمحادثات السلام ، والتعاون الاستراتيجي مع الولايات المتحدة في عدة مجالات ، وهو ما يشير إلى أن التبذب في العلاقات كان قائماً على ابعاد سياسية واضحة معروفة للجميع ، ولا يمكن قصره على البعاد الثقافية ، واختلاف مستوى الثقافة بين أمريكا ومصر، ولعل هذه الدراسة تشير إلى أن التحيزات الثقافية قد تتم في إطار البحث العلمي كذلك ، بحيث يصير البحث العلمي أداة للتمييز الثقافي بين البلدان .

[lii] Robert C. Dick, Brenda M. Robinson (1997) Islamic World View and Global Values vis-a-vis Effective Intercultural Communication. Paper presented at the Biennial World Communication Association Conference (14th, San Jose, Costa Rica, July 1997)

[lii] Ellen Feghali (1997) Arab cultural communication patterns. International Journal of Intercultural Relations. Vol. 21, Issue 3, August 1997, PP 345-378

[lii] R. S. Zaharna (2001) American Public Diplomacy in the Arab and Muslim World: A Strategic Communication Analysis," Policy Report, *Foreign Policy in Focus*, November 2001

[lii] Ebrahim Moosa (2000) The Dilemma of Islamic Rights Schemes . Journal of Law and Religion , Vol. 15 , Issue 1/2 , pp 185-215

[lii] Donno, Daniela., Russett, Bruce M. Islam, Authoritarianism, and Female and Empowerment: What Are the Linkages? (World Politics - Volume 56, Number 4, July 2004, pp. 582-607)

[lii] Jeri Altneu Sechzer , Islam and Woman: Where Tradition Meets Modernity": History and Interpretations of Islamic Women's Status. (SEX ROLES, Volume 51, Numbers 5-6, pp263-272

[lii] Aziza Yahia al-Hibri , Muslim Women's Rights in the Global Village: Challenges and Opportunities . . Journal of Law and Religion , Vol. 15 , Issue 1/2 , pp 37-66

lii Daniel Price , Islam and Human Rights: A Case of Deceptive First Appearances. Journal for the Scientific Study of Religion, Volume 41, Issue 2, , June 2002, pp 213–225

lii Abd Allah Ahmad Naim , Human Rights and Islamic Identity in France and Uzbekistan: Mediation of the Local and Global. Human Rights Quarterly - Volume 22, Number 4, November 2000, pp. 906-941

[lii] Peter G. Peterson , Public Diplomacy and the War on Terrorism. Foreign Affairs, Vol. 81, No. 5 (Sep. - Oct., 2002), pp. 74-94

[lii] M. Steven Fish, *Islam and Authoritarianism.* World Politics - Volume 55, Number 1, October 2002, pp. 4-37

lii Armando Salvatore, Power and Authority within European Secularity: From the Enlightenment Critique of Religion to the Contemporary Presence of Islam. The Muslim World,
Volume 96, Issue 4, , October 2006, p p 543–561

[lii] Elizabeth M. Zechenter , In the Name of Culture: Cultural Relativism and the Abuse of the Individual. Journal of Anthropological Research, Vol. 53, No. 3, Universal Human Rights versus Cultural Relativity (Autumn, 1997), pp. 319-347

liii Berna Turam, Beyond Misplaced Trust and Unhealthy Distrust: Healthy Reservation between Islam and the Secular State" Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Hilton San Francisco & Renaissance Parc 55 Hotel, San Francisco, CA,

liii Nima Ghorbani, P. J. Watson, Stephen W. Krauss, Mark N. Bing and H. Kristl Davison, Social science as dialogue: narcissism, individualist and collectivist values, and religious interest in iran and the united states. CURRENT PSYCHOLOGY , Volume 23, Number 2, 111-123

([liii]) سمير حسين : بحوث الإعلام . (القاهرة : عالم الكتب ، ط2 ، 1995) ص 131

[lii] Abubakr Asadulla ,(2009) Islam Vs. West:Fact Or Fiction?: A Brief Historical, Political, Theological,

Philosophical, and Psychological Perspective (NY : Iuniverse Inc) p p 189- 192

[lii] Mike Bowker (2007) Russia, America and Islamic world (Hampshire : Ashgate Publishing Ltd)

[lii] Ron Geaves (2004) Islam and the West post 9/11 (Hampshire : Ashgate Publishing Ltd) p 69+

[lii] فوزي بن دريدي (2009) الحوار مع الغرب فرص التفاهم وفرص الاختلاف (مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام)
http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=547

[lii] Asadulla op., cit., 191

[lii] منى أبو الفضل وآخرون (2008) الحوار مع الغرب.. آلياته - أهدافه - دوافعه (دمشق : دار الفكر ، ط1)

[lii] فوزي بن دريدي مرجع سابق

[lii] Marietta Stepanyants Is Dialogue between Western and Islamic Civilizations possible , In Zhao Dunhua , George F. McLean (Editors) Dialogue of philosophies , religious and civilizations in the era of globalization . (Cultural Heritage and contemporary change , series 3 Asia , Vol. 25) p p 229-231

[lii] Ali A. Mazrui , Globalization and Cross-Cultural Values: The Politics of Identity and Judgment.(Arab Studies Quarterly. Volume: 21. Issue: 3.(Association of Arab-American University Graduates and Institute of Arab Studies; Gale Group) p97+

[lii] For further details about conflict between Islamic and western civilization review :

- Kai Hafez (editor) (2000) The Islamic World and the West : An Introduction to Political cultures and international relations . Translated by Mary Ann Kenny (Boston : Brill)

[lii] For further details review :

- David Benkenhorn et., al (2005) The Islam/West debate: documents from a global debate on terrorism, U.S. policy, and the Middle East (Maryland: Rowman and littlefield publishers)

[lii] Dieter Senghaas , (2002) The Clash within Civilizations: Coming to Terms with Cultural Conflicts. – (London: Routledge.)p89.

[lii] For further Details review :

- M. A. Muqtedar Khan (2006) Islamic democratic discourse: theory, debates, and philosophical perspectives (Lanham US : Lexington books)
- Bassam Tibi (2001) Islam between culture and politics . (NY: Palgrave)
- Bryan S. Turner(2003)Islam, state and politics vol2 of critical concepts in sociology (NY: Routledge)

[lii] Alison M. Jaggar ,(2005) "Saving Amina": Global Justice for Women and Intercultural Dialogue. (Ethics & International Affairs. Volume: 19. Issue: 3.) p55+.

[lii] Benjamin Barber, "Jihad Vs. McWorld," Atlantic Monthly (March 1992), pp. 53-63
Available online on
http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1992/03/jihad-vs-mcworld/3882/

lii Antony T. Sullivan (2005) Conservative Ecumenism : Politically Incorrect Meditations on Islam and the West . In Roger Boase (editor) Islam and global dialogue: religious pluralism and the pursuit of peace. (Hampshire : Ashgate Publishing Ltd) p 139, 140 , 149

[lii] Dieter Senghass ., Op., cit p p 13-23

lii Fred E. Jandt (2009) An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community. (Sage) p 52

[lii] أحمد سمير حماد : من الإعلام الدولي إلى الاتصال الثقافي (ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الخطاب الإسلامي بين الثوابت الدينية والمتغيرات الدولية المنعقد بجامعة الأزهر في الفترة من 13- 16 نوفمبر 2006) ص6-7

[lii] Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel (2009) Communication Between Cultures. (Wadthworth) pp 384-386

[lii] John O. Greene, Brant Raney Burleson (2003) Handbook of communication and social interaction skills. (Routledge) pp 963-941

liii Guo-Ming Chen , William J. Starosta (2008) Intercultural Communication Competence : A Synthesis. In Molefi K. Asante, Yoshitaka Miike, Jing Yin (Eds) The global intercultural communication reader. (Routledge) pp 215-229

(liii) Tracy Novinger (2001) Intercultural communication: a practical guide. (University of Texas Press) pp 27-28

liii Brian H. Spitzberg (2008) A Model of Intercultural Communication Competence. In Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel (Eds) Intercultural Communication: A Reader. (Boston :Wadsworth Cengage Learning) p 383-384

(lii) White, David Manning , "The 'Gatekeeper': A Case Study In the Selection of News, In: Lewis A. Dexter / David M. White (Hrsg.): People, Society and Mass Communications , London Sage publications , 1964. p 160 - 172. " P 162

(lii) Lewin, Kurt, Frontiers in Group Dynamics, Human Relations, v. 1, no. 2, 1947, p. 145.

(lii) For further Details review:

- Michael B. Salwen, Don W. Stacks , An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates , 1996, p 79-90

- Snider, P.B. , 'Mr.Gates; revisited: A 1966 version of the 1949 case study, Journalism Quarterly 44 (3) , 1967 , p 419-427.
- Berkowitz, D. , Refining the gatekeeping metaphor for local television news, Journal of Broadcasting & Electronic Media 34 (1) , 1990 , p 55-68.
- Willis, Jim, Editors, readers and news judgement, Editor and Publisher, v. 120, no. 6, (February 7, 1987). p. 14-15
- Dimmick, John, The gate-keeper: An uncertainty theory, Journalism Monographs, no. 37, 1974.

([lii]) Lynda Lee Kaid , Handbook of Political Communication Research, Mahwah, NJ , Lawrence Erlbaum Associates, 2004 , p293-305

[lii] Mccombs, M. (2004). *Setting the Agenda: the mass media and public opinion*. Malden, (MA, Blackwell Publishing Inc.) p 1.

[lii] For further Details review:

- McCombs, M.E. & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *POQ, 36*; 176-187.
- McCombs, M.E. (1982). The Agenda-Setting Approach. In: Nimmo, D. & Sanders, K. (Eds.) *Handbook of Political Communication.* Beverly Hills, CA.: Sage.

- McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly, 36 (Summer)*, 176-187.
- McCombs, M.E., & Weaver, D. (1973). *Voters' Need for Orientation and Use of Mass Communication*. Presented at the annual conference of the International Communication Association. Montreal, Canada.
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L., & Weaver, D.L. (1997). *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, N.J. Lawrence Erlbaum.
- Rogers, E.M., Hart, W. B., & Dearing, J.W. (1997). A paradigmatic history of agenda-setting research. In Iyengar, S. & Reeves, R. (Eds.) *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America (225-236)*. Thousand Oak, CA: Sage.

[lii] McQuail, D. & Windahl, S. (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communication.* London: Longman.

[lii] For further Details Review :

- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and

television news. *Journal of Communication, 50*, 93-109.

- Jim A. Kuypers, *Bush's War: Media Bias and Justifications for War in a Terrorist Age* , Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2009.
- Overview of agenda setting research in *Journal of Communication* (1993). Symposium: agenda setting revisited. *43(2)*, 58-127.
- Deetz, S.A., Tracy, S.J. & Simpson, J.L. (2000). *Leading organizations. Through Transition.* London, Thousand Oaks: Sage.
- Fairhurst, G. & Star, R. (1996). *The art of Framing*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Snow, D. A., and Benford, R. D. (1988). "Ideology, frame resonance, and participant mobilization". *International Social Movement Research*, 1, 197–217

[lii] فوزي بن دريدي مرجع سابق

Mapping the Global Muslim :PEW research center [lii] *) (*

A Report on the Size and Distribution of the .Population

World's Muslim Population August 2009 available online

:at

http//:pewforum.org/Muslim/Mapping-the-Global-Muslim-Population.aspx

([lii]) لمزيد من التفاصيل راجع :

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء 2009 : تقرير مشاركة المرأة في الحياة العامة ، ص ص 163-175 متوفر على الويب
  http://www.msrintranet.capmas.gov.eg/ows-doc.5MED/womanman/htms/img2
- مروة كريدية : هموم الصحافيات الإماراتيات ورشة عمل حول التمييز ضد المرأة في العمل الإعلامي ، متوفر على الويب
  http://marwa.kreidieh.blogunited.org/?p=304
- محاسن الإمام : الإبداع الإعلامي وهم الحاضر وطموح المستقبل . ورقة عمل مقدمة لمهرجان النساء المبدعات (سوسة : تونس ، الفترة من 13-15 ابريل 2005) متوفر على الويب
  http://www.ayamm.org/org/arabic/Mahasen%D@R20htm.