

الإعلام العربي في مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين (رؤية مستقبلية)

د. حنان جنيد (*)

مقدمة،

لم يعد خافياً على أحد إدراك أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام في شتى مجالات الحياة المعاصرة، سواء في الجوانب التربوية أو الفكرية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الأمنية، حيث باتت القوة المنسوبة إلى الإعلام والاتصال بغير منازع.

ويواجه الإعلام العربي اليوم تحديات شتى ليقف صامداً في وجه تيارات خارجية شديدة التأثير ونمطية الهيمنة. وهو مطالب بأن يكون فاعلاً ومؤثراً ضمن التيارات الإعلامية، ولا سيما في أيامنا هذه التي نشهد فيها كل يوم دليلاً على أننا نعيش حقاً عصر الاتصالات بكل ما له من فوائد وما فيه من محاذير.

فالإعلام العربي، على الرغم من الجهود المبذولة لتطويره، لا يزال في حاجة إلى الخبرات والبرامج والاستراتيجيات الإعلامية الموحدة والمؤثرة للقيام بالمهام المطلوبة منه، بخاصة في مواجهة محاولات القوى الغربية المستمرة لتشويه صورة العرب والمسلمين، وهو ما يلقي علينا على المعنيين بالإعلام في منطقتنا العربية ينصرف إلى تكريس جهودهم ومنظمتهم للدراسات العلمية، على المستوى العربي، لتقييم حال الإعلام فيه، ووضع تصورات أكثر فاعلية وملاءمة، وصولاً إلى سياسات وبرامج علمية تمكن هذا الإعلام من القيام بدوره ضمن إطار توحيد الجهود الإعلامية العربية، وكى يكون له من القوة التي تمكنه من مواجهة الأخطار المحدقة به، ومن إحداث التأثيرات الإيجابية ضمن المنظومة الإعلامية عربياً وعالمياً.

(*) المدرس بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

واقع الإعلام العربي،

تتاول كثير من الدارسين الإعلام العربي المشترك من زاوية تكاد تكون متقاربة؛ إذ إن دراساتهم في معظمها تقدم وصفاً لواقع المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة وأنشطتها ومواثيقها، وهي تميل في منهجها الوصفي إلى الابتعاد عن التحليل لواقع العملية الإعلامية العربية المشتركة^(١).

ولعل من أولى المشكلات التي تواجه الإعلام العربي المشترك بشكل عام كونه حديث النشأة؛ إذ ترتبط نشأته بتاريخ إنشاء جامعة الدول العربية في ٢٢ مارس عام ١٩٤٥م، الذي أعقبه إنشاء «دائرة للإعلام والنشر» في عام ١٩٤٦م تحت إشراف الأمانة العامة لوضع خطة الدعاية ونشرها على الصعيد الدولي نيابة عن الدول العربية^(٢).

ويعرف البعض الإعلام العربي المشترك بأنه «كل نشاط اتصالي تشترك فيه دولتان عربيتان أو أكثر من الدول العربية أو عدة وسائل اتصالية ملانمة في ظروف معينة، سواء أكان ذلك على مستوى محلي وإقليمي وقومي ودولي»^(٣).

ويرى د. راسم الجمال أن الإعلام العربي المشترك هو «الوظيفة الإعلامية التي تمارسها جامعة الدول العربية باسم، ونيابة عن، وبالإشتراك مع الأقطار العربية، وتحت إشرافها، لصالح الوطن العربي في مجموعه»^(٤).

أما د. السيد عليوة فينظر إلى الإعلام العربي نظرة شاملة ويعرفه بأنه «كل النشاط الإعلامي على امتداد الوطن العربي»^(٥).

وأيا ما كانت التعريفات التي وضعت للإعلام العربي المشترك، فإن هناك اتفاقاً وشبه إجماع بين الدارسين والباحثين والخبراء على أنه يمثل تكاملاً إعلامياً في مجالات العمل العربي المشترك كله، وفي مسعى العرب لبلوغ أهدافهم القومية وإراداتهم العربية الموحدة، كما يتميز بأنه يصدر عن أبنية

سياسية متعددة: قومية وقطرية، وليس عن بناء سياسى موحد، فهو ليس بديلاً أو تكراراً للأنشطة الإعلامية التي تمارسها الأقطار العربية في إطار ساتها القطرية، ولكنه يمارس بالاشتراك مع هذه الأنشطة وبالتسسيق معها في إطار هدف قومي مشترك^(٦).

وهناك خمسة متغيرات حددت وظائف الإعلام العربي المشترك وطورتها؛ هي:

- طبيعة الجامعة العربية بوصفها منظمة قومية إقليمية يحكمها ميثاق قاصر تتمسك الأقطار العربية بحرفية نصوصه في مواجهة بعضها البعض، وفي تعاملها وممارستها أنشطة الإعلام العربي المشترك.

- تطورات النظام العربي وتفاعلات أعضائه ومدى رغبتهم، أو عدم رغبتهم في ممارسة العمل المشترك في إطار الجامعة.

- تطورات الصراع العربي - الإسرائيلي والقضية الفلسطينية.

- مدى فهم العرب وقدرتهم على توظيف الإعلام لدعم قضاياهم ومساندتها.

- التفاعلات الدولية وآثارها في الوطن العربي^(٧).

وتأكيداً لهذه المتغيرات تنوعت القضايا التي استقطبت اهتمام الرأي العام العربي، وما لها من تأثير مباشر في الخطاب العربي السياسي والثقافي والإعلامي؛ إذ تمحورت في الخمسينيات والستينيات حول الوحدة العربية والصراع العربي - الإسرائيلي. وقد برزت في السبعينيات قضايا التنمية الشاملة بوصفها مظهراً من مظاهر التحديات الرئيسية لتلك المرحلة، أما مرحلة الثمانينيات فقد شهدت قائمة جديدة من القضايا التي دارت حول القضايا الديمقراطية والغزو الثقافي الغربي والصهيوني وآثار الحقبة النفطية في القيم والممارسات الثقافية والسياسية، وقد ظلت هذه القضايا قائمة طوال حقبة التسعينيات، وأضيفت إليها قضايا حقوق الإنسان العربي المادية

والمعنوية، والاعتماد الجمعي على الذات في مواجهة العولمة الاقتصادية والثقافية، كما برزت قضية ضرورة بناء قاعدة قوية للعلم والتكنولوجيا على المستوى العربي، في ظل تراوج ثورتى الاتصال والمعلومات، فجاء الخطاب الثقافي مؤكداً وحدة التراث الثقافي العربي، ومؤكداً جوانب التفرد والاختلاف التي تتفاوت من مجتمع عربي إلى آخر^(٨).

ولقد عالجت القمة العربية موضوع الإعلام في أول مؤتمر لها عقدته في يناير سنة ١٩٦٤م الذي وضع الإعلام إلى جانب السياسة والاقتصاد في مقدمة وسائل العمل العربي؛ وذلك للأسباب الآتية:

١ - أن الإعلام العربي يعد قوة مؤثرة في عالمنا المعاصر في ظل ثورة التكنولوجيا الاتصالية، ومن غير الممكن أن تسقط جماعة سياسية ما من حساباتها استخدام وسائل الإعلام الحديثة في التعريف بقضاياها وتقديمها للأطراف الأخرى.

٢ - أن الإعلام يعد قوة مساندة للسياسة الخارجية للدولة أو لمجموعة الدول في منظومة إقليمية كالجماعة العربية. ومن هنا استرعى الإعلام انتباه الزعماء العرب إلى استخدامه وسيلة لتعزيد السياسة العربية المشتركة التي تخص تلك المنظومة، وتعبير عن توافق السياسات الخاصة لكل دولة عربية إزاء قضية أو قضايا معينة.

٣ - أن الإعلام في الديمقراطيات الغربية ذو دور مهم في تشكيل الرأي العام، كما أن له دوراً في تكوين المؤسسات السياسية واستقرارها، وفي عملية صنع القرار وثبات السياسة العامة في الداخل والخارج أو تعديلها^(٩).

وفي ضوء دوافع هذا الاهتمام كان على الأجهزة العربية في نطاق الجامعة أن ترسم استراتيجية للإعلام العربي، تحدد الأهداف والوسائل وأدوات العمل ومناقذه وتخصص الأموال اللازمة التي تغطي نفقات جهاز الإعلام العربي المركزي ومكاتبه الخارجية.

وعلى الرغم من أن الإعلام قد أصبح محورياً دائماً تقريباً على جداول أعمال القمم العربية منذ عام ١٩٦٤م، فإنه لم يتم وضع استراتيجية واضحة لخطة إعلامية تحكم حركة الإعلام العربي منذ ذلك الحين^(١٠).

ولا يقتصر الإعلام العربي المشترك في تنفيذ أهدافه وأنشطته على الأجهزة الإعلامية المختصة التابعة لجامعة الدول العربية - كما يرى البعض - مثل مجلس وزراء الإعلام العرب، واللجنة الدائمة للإعلام العربي، والمكتب الدائم للدعوة العربية، والإدارة العامة للإعلام، ومكاتب الجامعة في الخارج، واللجان الإعلامية ومجالس السفراء العرب، وصندوق الدعوة العربية، والصندوق الخاص للإعلام، فإلى جانب هذه الأجهزة تقوم بهذا الدور أجهزة إعلامية عربية تنتمي إلى أكثر من دولة عربية؛ كاشتراك وزارات الإعلام في قطر أو أكثر في برنامج إعلامي، أو قيام شركات إعلامية مشتركة بين قطر أو أكثر. وتقيم هذه الأجهزة المشتركة ندوات عالمية مشتركة، إضافة إلى مؤسسات الإنتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربي التي تأسست عام ١٩٧٦م، كما قدم لنا مشروع القمر الصناعي العربي (عربسات) نموذجاً للأعمال العربية المشتركة التي تقوم على أهداف عظيمة؛ كتدعيم التعاون العربي، وتعزيز فعالية الإعلام العربي المشترك^(١١).

وعلى الرغم من هذه الجهود فإن واقع الحال يشير إلى فشل المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة أو عجزها عن تادية واجباتها^(١٢)، وهذا مما جعل القرارات العربية في مجال العمل الإعلامي المشترك لا تتجاوز كونها مجرد صيغ بيانية تفتقر، في أغلب الأحيان، إلى مصداقيتها؛ نظراً لأنها لا تجد مجالات لتطبيقها.

(١٠) على سبيل المثال فإن تعرفه استخدام القطاع العربي لخدمات القمر الصناعي العربي (عربسات) رخيصة جداً؛ إذ تبلغ حوالي ٨ دولارات فقط للدقيقة الواحدة للإرسال، و ٤ دولارات للاستقبال، غير أن استخدامه بلغ أدنى درجات الاستخدام من قبل ١٣ دولة عربية، حيث لا يتجاوز استخدامها ٣٢ دقيقة للإرسال، و ١١٥ دقيقة للاستقبال.

فكثير من الجهود الإعلامية المتميزة في مجال العمل الإعلامي العربي المشترك تعاني الآن من الضمور في الموازنات المعتمدة لها، وهذا يؤدي إلى تقليص أنشطتها وشل فعاليتها، على الرغم من إدراك القائمين على الإعلام بأهميته في خدمة القضايا القومية.

وينطبق ذلك أيضاً على مجالات الإعلام العربي كافة على الساحة الدولية، بخاصة الإعلام العربي الإسلامي؛ لما له من أهمية بالغة في إيضاح صورة المسلمين والعرب وماهية الإسلام وعقيدته على نحو صحيح في مواجهة الدعاية الغربية واليهودية المضادة التي تسعى دوماً إلى تقويض صورة العرب وربط الإسلام بكثير من الحقائق المشوهة والزائفة، ومن هنا اكتسب الإعلام الإسلامي^(٥٥) أهمية فائقة نابعة من كونه يهدف إلى الكشف عن مفهومه ورسالته في مواجهة الأيديولوجيات والأفكار المضادة له. والعقيدة الإسلامية بحكم ما لها من العمومية والخلود والعالمية فإنها تتطلب ركيزة إعلامية قوية وفعالة.

وإذا كان ذلك لازماً في كل عصر فهو أشد لزوماً في عصرنا هذا، حيث تتعرض الدعوة الإسلامية والأمة الإسلامية لهجمات شرسة من الشرق والغرب، محاولة جاهدة نزع هذه الدعوة من قلوب أصحابها وسلخهم من مبادئها وقيمها، فتجردهم بذلك من أمضى سلاح وأقوى حصن لهم، فيسهل ابتلاعهم. ولذلك فإن على أمة الإسلام أن تعبئ طاقاتها ومواردها كافة، وعلى الدولة الإسلامية أن تسل سيوفها وأسلحتها دفاعاً عن نفسها. ولا شك في أن سلاح الإعلام من أمضى الأسلحة التي يرفعها فريق من أبناء هذا الدين لمواجهة التيارات الفكرية الوافدة والقيم المرافقة لها، فيكشف عن سلبياتها، ويسلط الضوء عليها، ثم يطرح تراثنا القرآني على النحو الذي

(٥٥) يعرف الإعلام الإسلامي بأنه ذلك الجهد القومي والعمل الذي يستهدف بيان الإسلام وشرح مبادئه ونظمه وإيضاح مزاياه بمختلف الوسائل والأساليب غير العسكرية. للمزيد انظر: فهد عبد العزيز حمد الدعيج: الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، ١٩٨٦م.

القرآني على النحو الذي يستعيد به مكانته ورؤيته للعصر في ضوء هذا التراث .
ففي الوقت الذي علت صيحات اليوم تطالب بالعودة إلى الإسلام عقيدةً
وشريعةً ونظاماً وسلوكاً وثقافةً ، نجد أن موقف العالم الخارجي من قضايا
العرب والمسلمين ينبع من حقد وكراهية بل من استخفاف وسخرية بكل ما
لديهم من قيم وسلوك^(١٢) . وقد ترتب على ذلك انتشار الكثير من القيم والعادات
الغريبة بين كثير من أبناء الأمة الإسلامية ، كما عمد الإعلام الغربي إلى إلصاق
مختلف أنماط السلوك السلبي والأنشطة الإجرامية بالعرب بوجه عام
وبالمسلمين على وجه الخصوص .

وهنا تبرز خطورة رسالة الإعلام العربي عامة والإسلامي خصوصاً في
الكشف عن أبعاد هذا الموقف ، والقضاء بمختلف الوسائل الإعلامية على تلك
التشوهات والافتراءات ، وفي حفز الأفراد والمجتمعات إلى تحقيق التقدم والنمو
الاقتصادي والثقافي على المستويين القومي والعالمي .

تحديات الإعلام العربي:

تتجسد التحديات التي تواجه الإعلام العربي في مجموعة من الظواهر
السلبية يمكن بيانها فيما يأتي :

١ - ازدواجية الإعلام العربي في مخاطبة الرأي العام المحلي والخارجي ،
فالرسالة الإعلامية التي توجهها مؤسسة إعلامية عربية مشتركة يجب ألا
تتناقض مع رسالة إعلامية وجهتها دولة عربية أخرى بخاصة الرسائل ذات
الطبيعة القومية^(١٣) .

٢ - تأثير الدواعي القطرية في الإعلام العربي المشترك؛ إذ لم تستطع الأجهزة
القائمة بالاتصال أن توائم بين الأنشطة العربية المشتركة والممارسات
السياسية الداخلية في المناطق التي تعمل بها ، ولا أن توظف أنشطتها للتأثير
في هذه الممارسات^(١٤) .

٣ - الافتقار إلى سياسة خارجية عربية موحدة، وتنافر السياسات القطرية إزاء قضايا العرب المصيرية، واستمرار صورة الإنسان العربي المعيبة بخاصة في الدول الغربية.

٤ - افتقار الإعلام العربي المشترك إلى التخطيط والدراسة وإعداد الحملات الإعلامية المتتابعة التي تستهدف استقطاب الجمهور والمحافظة عليه^(١٥).

٥ - الإعلام العربي المشترك إعلام غير متخصص؛ إذ يخلط في جمهوره بين الجمهور العام والنخبة^(١٦).

٦ - الإعلام العربي إعلام غير مثابر، فهو يتسم بالموسمية في طرح القضايا وعدم متابعتها، وإقامة الندوات الإعلامية، وعدم الأخذ بتوصياتها.

٧ - الإعلام العربي المشترك يفتقر إلى التنسيق والتكامل وتوحيد الجهود العربية الخارجية^(١٧).

٨ - يتسم الإعلام العربي بالتقليدية، سواء في مخاطبته الجمهور في الداخل أو في مخاطبته الرأي العام الأجنبي^(١٨).

٩ - الإعلام العربي المشترك مفتقر إلى الخبرة والإمكانات المادية والفنية؛ إذ تعاني المشاريع الإعلامية العربية المشتركة من مشكلة التمويل أو العجز في ميزانيتها^(١٩).

وإذا كانت هذه المجموعة من المظاهر السلبية تشكل تحديات تواجه الإعلام العربي بوصفها مهنة ورسالة، فإن هناك مجموعة أخرى من التحديات التي تحول دون تعزيز فعاليته، سواء على المستوى العربي أو الخارجي^(٢٠)، والتي تتمثل فيما يأتي:

١ - على المستوى العربي :

- تتمثل أولى هذه التحديات في الإقليمية التي تقف في مواجهة المصالح القومية بوصفها تحدياً أساسياً يحول دون نجاح العمل الإعلامي العربي

المشترك ، ويعوق مسيرته .

- اختلاف المواقف العربية من الصراع العربي - الإسرائيلي .

- تحديات التنمية وتحقيق أولويات الأمن القومي على المستوى القطري ،
ويتمثل ذلك في الأمن الغذائي والأمن المائي .

٢ - على المستوى الخارجى:

- الصور المشوهة للعرب التى تغمر السوق الإعلامية الغربية والصور
المتنوعة للتضليل الإعلامى الذى تمارسه آليات الإعلام الغربى والتى أسهمت
فى صنع أشكال متعددة للصورة النمطية للإنسان العربى (٥) . هذا إضافة
إلى آلة الدعاية الصهيونية فى الغرب وتقديمتها مجموعة من الصور التى لا
تزال تشكل تحدياً كبيراً أمام الإعلام العربى فى العالم الغربى .

- كذلك يواجه الإعلام العربى صورة العربى الإرهابى فى وسائل الإعلام
الغربية التى ازداد تكتيفها والتركيز عليها بشدة فى ربطها بالإسلام
والمسلمين منذ أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م ، وتداعياتها . ولا شك فى أن ذلك
كله قد أدى إلى تكريس صور سلبية لدى الإنسان الغربى عن شخصية
الإنسان العربى والمسلم .

والنتيجة كما يذهب إدوارد مورتيمر (٦) ، أن الجمهور الغربى بدلاً من أن
يتعاطف مع مختلف الشعوب المسلمة ، فإنه يزداد يقيناً بأنهم غير عقلانيين ،
همجيون ، سلوكهم بدائى ، وليس لديهم مشاعر . وقد انعكس ذلك أيضاً على
الطريقة التى يقدّم بها الإسلام فى الغرب؛ إذ يُصوّر على أنه يمثل تهديداً للغرب
والحضارة الغربية (٧) .

ويمكن إيجاز واقع الإعلام العربى المعاصر فى النقاط الآتية:

١ - تذبذب الإعلام العربى ، وعدم وجود رؤية إعلامية عربية مشتركة نتيجة

(٥) للمزيد انظر: صالح أبو أصعب: تحديات الإعلام العربى ، ص ٩٧ .

اختلاف المصالح والاتجاهات على المستوى الإقليمي .

٢ - افتقار مؤسسات الإعلام العربي إلى الإمكانيات المادية والبشرية والاستراتيجيات المحددة الأهداف والمعلم .

٣ - وجود مجموعة من التحديات العربية ، على المستوى الداخلي ، تواجه الإعلام العربي المعاصر؛ وتتجلى تداعياتها على الساحة الإعلامية ، يمكن رصدها على النحو الآتي (٢٣) :

أولاً: التحديات المهنية، وتتمثل فيما يأتي:

- تشهد المجتمعات العربية تناقضاً حاداً بين الأوضاع الإعلامية الراهنة وتساعد الاحتياجات الاجتماعية والثقافية المتنامية لدى الشرائح الاجتماعية المختلفة . فقد أكدت المتابعة الاستقرائية للممارسات الإعلامية والسياسية في العالم العربي أن الحكومات لا تضع الجمهور على قائمة اهتماماتها إلا في الحالات الحرجة والأزمات السياسية والقومية ، كما يلاحظ أن الخريطة الإعلامية العربية الراهنة تعكس المواقع الهامشية التي يشغلها جمهور المتلقين؛ حيث تتعامل معهم وسائل الإعلام العربية بوصفهم مستهلكين وليسوا مشاركين ، استناداً إلى رؤية تقليدية للإعلام تركز على الطابع الإقناعي الدعائي .

- عدم تمتع الإعلاميين العرب ، بخاصة الصحفيين ، بحقوقهم الاتصالية؛ إذ إنهم يواجهون عدداً من المخاطر النفسية والسياسية والاقتصادية أثناء ممارسة المهنة ، تتمثل - في حدها الأدنى - في أشكال الرقابة التي تمارسها الحكومات ، إضافة إلى الضغوط والقيود التي تبالغ الحكومات العربية في استخدامها لتحجيم الأدوار التي يقومون بها ، وهو ما يؤثر بصورة سلبية - في أغلب الأحيان - في بيئة العمل الإعلامي بصفة عامة .

- عدم توازن التدفق الإعلامي بين الدول العربية على المستويين القطري

والإقليمي من ناحية، وبينها وبين العالم الخارجى من ناحية أخرى^(٢٤).

- عجز الإعلاميين العرب، خصوصاً الصحفيين، عن مواكبة عصر المعلومات فى ممارساتهم الصحفية، التى تتمثل فى غلبة الطابع الدعائى الانفعالى التقليدى على أسلوب الخطاب الصحفى.

ثانياً: التحديات التكنولوجية فى مجال الاتصال، وتتمثل فى الجوانب الآتية:

- هيمنة تكنولوجيا الاتصال على مجمل الأنشطة الإعلامية ذات الطابع الجماهيرى، والتدخل المتعدد الصور والأبعاد فى صنع السياسة الإعلامية والاتصالية من قبل شبكات المصالح الدولية والمحلية التى تحتكر إنتاج التكنولوجيا الاتصالية وتسويقها.

- ارتباط البث المباشر فى العالم العربى، الذى بدأ مع إطلاق القمر الصناعى عربسات فى عام ١٩٨٥م بكثير من الإشكاليات والمخاطر التى يمكن أن تهدد منظومة القيم العربية التراثية والمعاصرة، من خلال البرامج التليفزيونية الوافدة عن طريق البث المباشر، خصوصاً فى ظل عدم الالتزام بالمواثيق الدولية التى تنص على ضرورة التزام مقدمى البرامج المبتوثة عن طريق الأقمار الصناعية باحترام الطابع المميز للثقافات، ويثير ذلك قضية الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية المختلفة، لكل شعب.

- اعتماد العالم العربى بشكل أساسى على الخامات الاتصالية المستوردة من دول الشمال الصناعية المتقدمة، إضافة إلى القروض والمنح الأجنبية التى تستعين بها بعض المؤسسات الإعلامية العربية على تحديث تجهيزاتها التكنولوجية، وهذا مما سيؤثر فى النمو الذاتى المستقل لهذه المؤسسات، ويخلق نوعاً من التبعية المزدوجة لنظم الحكم أولاً، ثم للدول التى تمنح القروض والمساعدات^(٢٥).

ثالثاً: التحديات الثقافية

تتركز هذه التحديات في اجتياح الثقافة الأمريكية العالم المعاصر بما فيه أوروبا، إضافة إلى أن الجزء الجنوبي من العالم وفي قلبه العالم العربي مُستهدفاً في المقام الأول، بل يمثل الساحة الرئيسية لأشكال الاختراق الأنجلو أمريكي والفرنسي كلها، مع عجز النخب الثقافية في الوطن العربي عن صياغة مشروع ثقافي حضاري مستقل في مواجهة المشروع الثقافي الاستعماري الوافد^(٢٦).

إن الاختراق الثقافي أصبح يمثل أحدث آليات الهيمنة العالمية المعاصرة التي تسعى إلى تكريس منظومة معينة من القيم الوافدة التي تتفاعل داخل قيم المجتمعات العربية، وتعمل على تفتيتها وإحلال القيم الأمريكية ذات الطابع الاستهلاكي محلها، وهو ما يكشف لنا عن السبب الجوهرى للاتجاه الذي يسود الغرب في الوقت الراهن، الذي يركز طاقاته كلها لإحكام السيطرة على العالم العربي، من خلال الحملات العدائية التي تشنها الدوائر السياسية والثقافية الغربية ضد الإعلام، لا بوصفه مجرد دين بل بوصفه التراث الوجداني الذي يشكل قوة هائلة لتعبئة الجماهير ضد الهيمنة الثقافية والاقتصادية التي يمارسها الغرب^(٢٧).

إن القضية أمام الإعلام العربي لم تعد مقصورة على مواجهة الاستعمار الصهيوني لفلسطين والنكاتف للتصدي للصراع الأزلي العربي - الإسرائيلي، بل لقد تطور الوضع إلى صراع للحضارات والأيدولوجيات، صراع للسبق التكنولوجي والتحديث العلمي، صراع ثقافي ومعلوماتي تتجلى أبرز صورته في محاولات الغرب المستمرة لتثويه صورة العرب والمسلمين.

ومما يضاعف من تعقيد المواجهة استغلال الدعاية والإعلام الغربي لأزمات واقع حقيقي عربي، وربطها بأيدولوجية وفكر وثقافة معينة تسعى لترويجها تحقيقاً لمصالحها، وهذا مما جعلنا نشير تساؤلاً مهماً مؤداه: هل ما يحدث بالفعل

من جانب وسائل الإعلام الغربية هو تشويه حقيقى متعمد لواقعا العربى ومجتمعاتنا وثقافتنا، أم هو إبراز لتشوهات وصور سلبية موجودة بالفعل فى هذا الواقع علينا أولاً، عرباً ومسلمين، أن نواجهها قبل أن نسعى إلى مواجهة محاولات الآخر لإبرازها؟

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات العربية التى تناولت قضايا الإعلام فى العالم العربى، غير أنها اقتصرت، فى مجال الإعلام العربى بوجه عام، والإعلام العربى المشترك بوجه خاص، على دراسة أبعاد وقضايا معينة، نسردها على النحو الآتى:

١ - الدراسة التى قدمها راسم محمد الجمال حول الإعلام العربى المشترك^(٢٨):
وهى دراسة استكشافية وصفية، تستهدف بيان أهمية الإعلام العربى المشترك من خلال جامعة الدول العربية بالنسبة للوجود القومى العربى وللتنظيم القومى العربى، ودوره فى معالجة قضايا العرب القومية، ومفاهيمه وطبيعته وحدوده وعلاقاته بالإعلام القطرى للأقطار العربية، وأجهزة تخطيطه وعمليات رسم سياساته وصنع قراراته، والمتغيرات التى تحكمه، وقدرات جهازه القائم بالاتصال، وإيجابياته وسلبياته ورسالته وأنشطته الاتصالية، وجماهيره المستهدفة. وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها^(٢٩):

- أن الإعلام العربى المشترك قناة ناقلة ومعبرة عن الواقع العربى بمكوناته ومدخلاته القطرية والقومية ومتغيراته المؤثرة فيه والتفاعلات السلبية والإيجابية، فهو أحد مخرجات الواقع العربى ومعطياته.

- الافتقار إلى سياسة عربية خارجية موحدة، وهذا مما أدى إلى أن يصدر الإعلام العربى المشترك عن بنى سياسية متعددة قومية وقطرية، لكل منها تفسيراته ومفاهيمه ومنطلقاته التى على الرغم من تعدد تكتيكاتها ومضامينها

التي تخدم مصالح قطرية خالصة. فإنها تطرح أمام الرأي العام إعلماً عربياً مفككاً، مع التركيز على الداخل وإهمال العالم الخارجى.

- أن حل مشكلة الإعلام العربى المشترك يكمن أساساً فى جدية نظرة العرب إلى الجامعة العربية، بوصفها تنظيمًا قومياً معبراً عن وجود قومية عربى وإدراكهم دور الإعلام الدولى فى دعم قضاياهم القومية.

٢- الدراسة التى قدمها صالح أبو أصبع حول تحديات الإعلام العربى المشترك^(٣٠): وهى دراسة تحليلية نقدية، يقدم من خلالها الباحث رؤية استشرافية لواقع التحديات الحالية للإعلام العربى المشترك وامتداداتها المستقبلية، حيث استهدفت الدراسة رصد جملة التحديات التى تواجه الوطن العربى فى حقل الاتصال الجماهيرى فى الألفية الثالثة. وقد ناقشت الدراسة مجموعة التحديات التى تواجه الإعلام العربى الراهن محلياً وعالمياً، وفى مقدمتها الصور المتنوعة للتضليل الإعلامى الذى تمارسه آليات الإعلام الغربى.

كما أوردت الدراسة مجموعة من مصادر تشويه صورة الشخصية العربية فى وسائل الإعلام الغربية. وأشارت فى توصياتها إلى ضرورة الإفادة من الظروف الملائمة للبدء فى حملات إعلامية مكثفة للرأى العام الغربى، والعناية باختيار الثامنين بالاتصال مع الإعلام الغربى، وإعداد الأدلة الإعلامية لتكون فى متناول أيدي العرب فى الخارج لمواجهة التشويه الإعلامى الغربى، مع توظيف الجاليات العربية والإسلامية لشرح القضايا العربية ومناصرتها، وعقد لقاءات ثقافية عربية مشتركة تبرز الوجه الحضارى الوجدوى للأمة العربية.

٣- الدراسة التى قدمتها فريال مهنا حول الإعلام الفضائى العربى ووقائع العولمة^(٣١): وهى دراسة نظرية وتطبيقية على الشركات الوطنية بمدينة الرياض. وقد ناقشت هذه الدراسة قضايا الإعلام العربى، ومنها رؤية

الإعلام الفضائي العربي لوقائع العولمة والفضائيات العربية وتحديات القرن القادمة.

وأشارت الباحثة في دراستها فيما يخص الإعلام الفضائي العربي، الذي يبتث بلغات أجنبية، وتوجه برامجه لجمهور أجنبي إلى أن المنظومات الفكرية التي تحكمه تعوق إمكان تحقيقه لحضور عالمي إيجابي قابل للتكيف والتأثير في الحدود الدنيا، ويرجع ذلك إلى أسباب مختلفة؛ من بينها أن هذا الإعلام سواء أكان إعلاماً قطرياً أم قومياً أم دينياً أم علمانياً، فإنه نسخ مكررة للإعلام المحلي؛ إذ يستخدم بلغات أجنبية خطاباً سياسياً وفكرياً ذاتياً قَبلياً ومغفلاً، تسيطر عليه مفردات ومصطلحات وإيقاعات ومشاهدٌ وصورٌ عقيمة لم يعد لها أي أثر في اللوحة الإعلامية الراهنة، كما أن الإعلام التليفزيوني العربي برمته يفتقر إلى أبسط مقومات الحرية والموضوعية والتوازن والشفافية، وهذا مما يجعله غير قادر على أن يمثل مصدراً مستقلاً من مصادر المجتمعات التي ينتمي إليها، وغير مؤهل - من ثم - لأن يفرض احترامه وسلطته ومصداقيته، وأن يشكل مرجعية جديدة لأي إعلامي دولي، ولذلك فإن لجوء الإعلام الغربي بصورة متعمدة أو غير متعمدة إلى مصادر داخلية وخارجية غير دقيقة أو غير مطلقة أو معادية تشوه ببراعة ومقدرة مهنية عالية صورة العرب والمسلمين، لا يمكن أن تُحْمَلْ مسئوليتها للغرب المغرض والعنصري.

٤ - الدراسة التي قدمتها عواطف عبد الرحمن حول قضايا الإعلام المعاصر في الوطن العربي^(٣٢): وهي دراسة نظرية ناقشت دور الإعلام العربي في مواجهة الاختراق الثقافي والتبعية الإعلامية والمتغيرات المرتبطة بالإعلام العربي المعاصر من حيث بيئة العمل الإعلامي والسياسات الإعلامية وتأثير الحقبة النفطية والإعلام العربي المشترك وعلاقة الإعلام العربي بالواقع

الدولى والتحديات العصرية التى تواجهه . وقد أكدت الدراسة أن التفوق الغربى فى مجال تكنولوجيا الاتصال قد أدى إلى ما يسمى «عولمة الثقافة والإعلام» فى إطار ما يسمى «القرية الإعلامية الاتصالية»، وأن ذلك يستهدف طمس التمايزات الثقافية التى تتسم بها مجتمعات الجنوب وفى قلبها الوطن العربى، بسبب تفوق العامل التكنولوجى، وأن محاولات العولمة الثقافية والإعلامية فى إطار التفوق الساحق لدول الشمال فى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد أسفرت عن فقدان الإعلام العربى مزاياه وخصوصيته . كما طرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات على الإعلاميين العرب للإجابة عنها، حتى يمكن إدراك نسبة الرؤى والمناهج العلمية والثقافية والفكرية على الساحة الإعلامية العربية .

كذلك تعرضت الباحثة لمجموعة أخرى من الدراسات تناولت - على اختلاف مناهجها وأدواتها البحثية - جوانب متعددة تتصل ببعض الموضوعات المتعلقة جزئياً بالإعلام العربى، وذلك على النحو الآتى:

- الدراسة التى قدمها حسين أبو شنب حول دور التليفزيون فى خلق ثقافة عربية متوازنة فى الخليج^(٣٣) .

- دراسة انشراح الشال حول الأقمار الصناعية والإعلام الدولى^(٣٤) .

- دراسة عبد الوهاب الكحيلى حول أخلاقيات الإعلام العربى^(٣٥) .

- دراسة ميرهان الطوانى حول دور اتحاد الإذاعات العربية فى التعاون الإعلامى العربى^(٣٦) .

- دراسة أيمن حبيب حول التعاون الإعلامى وتطوير الخدمة التليفزيونية فى دول مجلس التعاون الخليجى^(٣٧) .

- دراسة بركات عبد العزيز محمد حول المعالجة الإعلامية لقضايا العالم العربى^(٣٨) .

- دراسة هالة محمد بغدادى حول دور التليفزيون المصرى فى التبادل الإخبارى العربى (٣٩) .

- دراسة فالح حسن عبد الأمير حول النشاط الإعلامى لجامعة الدول العربية فى أفريقيا (٤٠) .

- دراسة عبد الرحمن عبد الله زميل حول الإعلام العربى فى الولايات المتحدة الأمريكية (٤١) .

وقد خلصت الباحثة من استعراضها مجموعة الدراسات السابقة، إضافة إلى الأدبيات المنشورة، إلى ما يأتى :

- قلة الدراسات العربية التى تناولت بطريقة مباشرة الإعلام العربى بوجه عام، فى حين تعددت الدراسات التى تناولت دور بعض وسائل الإعلام بخاصة التليفزيون والصحافة على مستوى التدفق الإعلامى فى الوطن العربى .

- ندرة الدراسات التى أجريت حول فعالية دور الإعلام العربى فى مواجهة الدعاية المضادة للعرب والمسلمين، حيث تركزت أبحاث الصورة، فى هذا النطاق فى دراسة صورة العرب لدى المواطن الغربى بشكل أساسى .

- تركزت أغلبية الدراسات التى تناولت دور الإعلام العربى بوجه خاص فى دراسة الإعلام العربى المشترك من خلال جهاز جامعة الدول العربية، فى حين عكفت بعض الدراسات على تناول دور الاتحادات الإعلامية فى الوطن العربى؛ كاتحاد الإذاعات العربية والخدمات التليفزيونية لدى مجلس التعاون الخليجى .

(٥) تعد دراسة چاك شاهين الدراسة الأمريكية الوحيدة حتى الآن التى تناولت بالتحليل كافة الأفلام السينمائية التى أنتجتها مدينة هوليوود عن العرب منذ مطلع القرن العشرين حتى بداية الألفية الثالثة (١٨٩٦-٢٠٠١) .

ولذا اهتمت هذه الدراسة باختبار مدى فعالية الإعلام العربي في مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين ، بغية التوصل إلى وضع رؤية مستقبلية لفعاليات الإعلام العربي في مواجهة الآلية الغربية .

وعلى مستوى الدراسات الأجنبية ، فإن دراسة جاك شاهين^(٤٢) تعد من الدراسات الغربية الحديثة النادرة التي تناولت مختلف أوجه التشويه والصور النمطية للعرب والمسلمين في مضامين الأفلام الأمريكية^(٤٠) .

وقد استغرقت الدراسة المشار إليها ما يزيد عن عشرين عاماً (١٩٨٠م - ٢٠٠١م) ، استخدم الباحث خلالها المنهج التحليلي لمضمون خوالي (٩٠٠) فيلم سينمائي تمثل الأفلام التسجيلية والروائية الأمريكية والغربية التي أنتجتها هوليوود ، خصوصاً أنها تتناول عوامل التشويه في صورة العرب والمسلمين من وجهة نظر غربية في المدة الواقعة بين عامي ١٨٩٦ و ٢٠٠١م . ونظراً لأهمية هذه الدراسة وحدثاتها وشمولها ، فقد عمدت الباحثة إلى تلخيصها على النحو الآتي:

- عكف الباحث على دراسة الإنتاج الفيلمي لهوليوود وتحليله على وجه الخصوص ، لكونها ، أي هوليوود ، رائدة السينما العالمية ، إضافة إلى دورها الفعال في التأثير في اتجاهات الجمهور الأمريكي ووجدانه وخبراته ، كما أنها تعد المصدر الرئيسي للصور الدعائية على المستوى العالمي التي يمكن أن تسهم في تدمير بعض المواطنين أو عزلهم ، بل يمكن أن تدحض كل فرص إقامة علاقة ديمقراطية سوية مع جنسيات وفئات عدة من الجماهير ، كما حدث بالنسبة للشعوب العربية^(٤٣) .

وعلى الرغم من أن دراسة الباحث قد تناولت بالتحليل مختلف الصور النمطية السلبية والمشوهة التي تضمنتها الأفلام الأمريكية على مدار قرن من الزمان حتى أصبحت جزءاً لا يتجزأ من صورة العرب في وجدان الشعب

الأمريكي بصفة خاصة، والشعوب الغربية بصفة عامة، فإن الباحث قد عمل في هذه الدراسة من جهة نظر نقدية، حيث خصص جزءاً منها للحديث عن الصورة الحقيقية للعرب والشعوب العربية (Real Arabs) ^(٤٤)، وكيف تتناقض مع ما طوره صناع السينما الأمريكية من صور نمطية مغلوبة ومشوهة ومبالغ فيها عن العرب. ويوضح الباحث كيف أدت هذه الصورة النمطية، التي يعاد تكرارها بكثافة في مختلف المضامين الروائية، إلى ظهور آثار سلبية شديدة على المشاهدين في عالم اليوم مقارنة بالأعوام الماضية.

ويشير الباحث إلى أن صناع الفيلم الأمريكي لم يقوموا وحدهم بخلق الصورة النمطية المأخوذة عن العرب الآن في المجتمع الأمريكي والغربي، بل الحقيقة أنهم ورثوها عن المجتمع الأوربي الذي قام خلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر باستعمار المنطقة العربية، وما أعقب ذلك من تقديم صورة مشوهة عن هذه المجتمعات العربية المستعمرة. فقدموا بداية صوراً لمجتمعات بدائية تغمرها مناطق صحراوية منعزلة، وقصور يعيث فيها الفساد، كما قدموا صورة العربي المسلم على أنه شيخ هزيل، يتسم بالخمول ذا لحية كثيفة. وتوالت الصور العربية السلبية بعد ذلك مع بدايات القرن العشرين فظهر العرب فيها وهم يركبون الجمال ويعيشون في خيام ويلهون بالسيوف ويقاتل بعضهم البعض بعنف ويتجاهلون نساءهم، كما أنهم يتصفون بالخسة والنذالة. ويوضح الباحث كيف أن هوليوود قد تناولت الشعوب العربية بمنتهى القسوة والخشونة، وأظهرتهم في صورة لا تكشف عن خصائصهم وعاداتهم وقيمهم، وهو ما يظهر واضحاً في فيلم عودة المومياء (The Mummy Returns) الذي أنتج في سنة ٢٠٠١م، وهو من أحدث ما أنتجته هوليوود من أفلام سينمائية عن العرب.

ويؤكد الباحث أن الإسلام، بوصفه ديناً، لم يسلم من المعالجة غير العادلة من قبل صناع الفيلم الأمريكي، حيث دأبوا على ربط الإسلام بسيادة الرجال

والحرب المقدسة، وأعمال العنف والإرهاب، مع تصوير العرب المسلمين بوصفهم غرباء دخلاء وأعداء للشعب الأمريكي يتسمون بالشهوانية، كما صُوِّر الشيوخ المسلمون على أنهم شيوخ بترول يتعمدون الاستعانة بالأسلحة النووية، إضافة إلى استخدام المسلمين الدائم للأسلحة والبنادق ضد المدنيين العزل. فصورة العرب - كما يشير الباحث ومع اختلاف الصور السلبية التي يعمد صناع السينما إلى تصويرها - هي دائماً صورة العربي الشرير (evil)، فالعرب هم أعداء الشعب الأمريكي منذ أكثر من مائة عام كما قدمتهم هوليوود^(٤٥). ويرجع الباحث جانباً كبيراً من هذه الصور النمطية عن العرب والمسلمين إلى الدعاية اليهودية وسيطرة اليهود على صناعة السينما في هوليوود^(٤٦).

وهكذا قدم الباحث تحليلاً لمضمون الأفلام التي تناولتها الدراسة وفقاً للصور النمطية السلبية التي عرضنا لها، حيث صنّفها الباحث وفقاً للمصطلحات الآتية:

١ - الأوغاد Vilains .

٢ - الشيوخ Sheikhs .

٣ - النساء Maidens .

٤ - المصريون Egyptians .

٥ - الفلسطينيون Palestinians .

ويخلص الباحث إلى أن هذه المصطلحات قد قدمتها هوليوود بوصفها مداخلات في أكثر من ٢٥٠ فيلماً سينمائياً، من بينها ما يزيد عن ١٢٠ فيلماً تم إنتاجه في العدة بين ١٩٨٠ و٢٠٠٠م، وهي كلها مداخلات معادية للعرب Anti-Arab ولشعوب الشرق الأوسط التي تم تصويرها على أنها شعوب شريرة "Bad Poeples". ويشير الباحث في تحليله لأسباب هذا التمييز السلبي لصورة العرب إلى أنه يرتبط بأحداث سياسية وعسكرية تزايدت حدتها مع قيام

دولة إسرائيل في أواخر الأربعينيات، ومع الحروب العربية الإسرائيلية منذ عام ١٩٤٨م حتى عام ١٩٧٣م، وقطع العرب البترول عن الغرب، كما سادت هذه الصور النمطية خلال الثمانينيات والتسعينيات مع غزو إسرائيل للبنان، واحتجاز الرهائن الأمريكيين (٥٢ رهينة) في طهران لمدة ٤٤٤ يوماً، وهو ما أدى إلى حدوث خلط لدى معظم الشعب الأمريكي (٧٠٪) بين الإيرانيين والعرب، وعد إيران دولة عربية. كما زادت حدة السلبية لنمطى صورة العرب والمسلمين على وجه الخصوص خلال التسعينيات مع اندلاع حرب الخليج ثم مع الانتفاضة الفلسطينية، وبلغ الأمر ذروته لدى الأمريكيين بسقوط برجى مركز التجارة العالمي في ١١ سبتمبر سنة ٢٠٠١م، وهو الأمر الذي دفع الإعلام الأمريكي إلى تصوير كل العرب على أنهم إرهابيون، حتى إن أولئك الأمريكيين الذين ينتمون إلى أصل عربي لم يسلموا من هذا التعميط. ويخلص الباحث إلى أنه بهذه الصور النمطية المخربة لصورة العرب والمحطمة لكل أصول الحقيقة، قد تم التأثير في الشعب الأمريكي وفي الرأي العام والسياسة العالمية، حتى إن الإدارة الأمريكية تجد صعوبة بالغة في قبول أية شعوب عربية على أنها شعوب صديقة لأمريكا^(٤٧).

ويدعو الباحث في نهاية دراسته صناع الأفلام الغربية بوجه عام، والأمريكية بوجه خاص، إلى تقديم العرب مثلما يقدمون أية شعوب أخرى في أفلامهم بدون مبالغة أو تزييف أو تشويه لحقائهم وواقعهم.

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تحدد مشكلة البحث في دراسة دور الإعلام العربي في مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين، ووضع رؤية مستقبلية لفعاليات الإعلام العربي المعاصر وأهدافه واستراتيجياته، وما ينبغى أن يقوم به لتصحيح الصور النمطية المشوهة التي وضعتها الآلية الغربية للعرب والمسلمين، على نحو يعوق مخاطبة الرأي العام الأجنبي واستمالاته للوقوف إلى جانب القضايا العربية.

وعلى ذلك تستهدف الدراسة استجلاء الأبعاد الآتية:

- ماهية العمل الإعلامي المعاصر .

- أهم التحديات والمشكلات التي تواجه الإعلام العربي على المستويين القومي والعالمى .

- فعاليات الإعلام العربي وما يمكن أن يسهم به لمواجهة عناصر التشويه لصورة العرب والمسلمين .

- وضع رؤية مستقبلية لدور الإعلام العربي لمواجهة التحديات والمشكلات التي تعوق تحقيقه أهدافه القومية والعربية .

أهمية الدراسة:

تعرف الصورة القومية بأنها محصلة محددات تاريخية وثقافية وسياسية واجتماعية، وهذه المحددات غير منفصلة عن العلاقات الواقعية، وإنما هي انعكاس للواقع ولتلك العلاقات، وهي وسيلة لتغييره^(٤٨).

فالصورة القومية تعنى كيفية تصور شعب ما لسماوات شعب آخر، فهي ليست مجرد انعكاسات فردية، وإنما هي خلاصة للخبرة الإنسانية فى كل مرحلة من مراحل التاريخ. ولذا فكل مرحلة من هذه المراحل التاريخية صورة تلخص معارفه وتبلور قيمه الاجتماعية نحو نفسه ونحو الشعوب الأخرى.

وإذا كان مفهوم الصورة القومية يستخدم ليشير إلى الكيفية التي يتصور بها شعب ما شعباً آخر من خلال مجموعة من السمات أو التصنيفات التي تصبغ الشعب موضوع الصورة، فإن هناك مشكلة يثيرها ما يطلق عليه «الصورة الإعلامية»؛ أى الصورة التي تقدمها وسائل الاتصال حول دولة ما، وتتمثل هذه المشكلة فى صعوبة القول بالتطابق بين الصورة القومية والصورة الإعلامية عن شعب معين. ويؤكد ذلك أن هناك قطاعات عدة جماهيرية تلجأ إلى

الاحتجاج ضد ما تقدمه وسائل الاتصال من تصورات حول شعب ما ، أو قضايا معينة خاصة به (٤٩) .

ويرتبط ذلك بمشكلة هذا البحث ، ويلقى بظلاله على أهميته؛ حيث تعالت الأصوات العربية ، خصوصا في الآونة الأخيرة بعد أحداث ١١ سبتمبر ، منادية بضرورة التصدي لمواجهة الحملة الإعلامية الشرسة التي يقودها الإعلام الغربي ضد العرب والمسلمين سلوكاً وقيماً وثقافة وديناً .

وتزداد أهمية هذا البحث في ظل الظروف الاتصالية المتطورة التي يمر بها العالم بوجه عام، والعالم العربي بوجه خاص، والتي دفعت إلى السطح ما يعرف بظاهرة عالمية الاتصال (٥٠)، حيث أصبحت هذه الظاهرة واقعاً إعلامياً وسياسياً واجتماعياً يجب التعامل معه والإعداد الجيد للتصدي لتبعاته ومظاهره، ويأتي في مقدمة هذا الإعداد وضع الرؤى المستقبلية والاستراتيجيات والسياسات الإعلامية التي تستهدف مواجهة عوامل الدعاية الخارجية وقواها، وتواجه التدفق الهائل للإعلام الغربي وما يحمله من مضامين فكرية وثقافية مشوهة لواقعنا ومعضدة لقوى الغرب، وهو ما يستدعي استنفار الهمم، ودعم العرب لوحدتهم القومية، والتنسيق فيما بينهم لإيصال رسالتهم وأصواتهم بصورة صحيحة إلى شتى بلدان العالم .

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن عدد من التساؤلات على النحو الآتي:

- ١ - ما واقع الإعلام العربي المعاصر؟
- ٢ - ما المنجزات المتحققة للعمل الإعلامي العربي على الصعيدين القومي والدولي؟
- ٣ - ما المشكلات التي تعوق مسيرة العمل الإعلامي العربي في مواجهة عوامل الدعاية الخارجية؟

٤ - ما نقاط القوة والضعف في برامج الإعلام العربي الحالي وأنشطته؟

٥ - ما أفضل السبل للإعلام العربي لتصحيح صورة العرب والمسلمين؟

٦ - ما أفضل الوسائل الإعلامية التي يمكن توظيفها لتصحيح الصورة؟

٧ - ما أنسب الأساليب التي يمكن أن تقود إلى تطوير أداء الإعلام العربي؟

٨ - ما الرؤى المستقبلية لتفعيل دور الإعلام العربي لمواجهة تشويه صورة

العرب والمسلمين؟

الإطار النظري للدراسة:

من بين المداخل النظرية التي تستعين بها الدراسة مدخل الغرس أو الإنماء الثقافي Cultivation Theory الذي يعد تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات^(٥١). وتربط هذه النظرية بين كثافة التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وبخاصة مشاهدة التلفزيون واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الواقعي أو الحقيقي.

ويرى المنظرون للإنماء أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثراً قوية في إدراك الناس للعالم الخارجي، وبخاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لأوقات طويلة ومنتظمة. ومن ثم فإن الصور الذهنية السائدة لدى جماعة ما تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية. ويؤكد الباحثون بصفة خاصة قوة تأثير التلفزيون ودوره في تنمية هذه الصور الذهنية لكي تشكل دوراً مهماً في حياة معظم الناس، وبخاصة في الدول المتقدمة؛ مثل الولايات المتحدة الأمريكية، فالمشاهدة المكثفة للتلفزيون تساعد على تنمية الصور الذهنية المتسقة التي تجعل المشاهد يعتقد أن

ما يراه على شاشة التليفزيون ما هو إلا صورة مطابقة للعالم الحقيقي^(٥٢).

كذلك يرتبط هذا البحث بنظرية التفاعلية الرمزية، على أساس أن الصور الذهنية ما هي إلا أدراك للواقع كما تقدمه وسائل الإعلام، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون، وتضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية، ويبني الأفراد معاني مشتركة عن الواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يقرأونه أو يسمعونه أو يشاهدونه، ويساعد هذا النموذج على فهم التأثيرات غير المباشرة البعيدة المدى لوسائل الإعلام، سواء أكان ذلك على مستوى الأفراد أم المجتمعات^(٥٣). وهو ما ينطبق على الصورة الذهنية التي يكونها الأفراد عن العالم المحيط بهم، نتيجة لما يتعرضون له من محتوى إعلامي ينقل هذا العالم ويفسره لهم.

ووفقاً لنظرية الخطة التصورية لمعاني الواقع^(٥٤)، فإن وسائل الاتصال الجماهيرية تعمل على التركيز على بعض الموضوعات والقضايا، لا كونها تعكس الواقع الاجتماعي، وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للمسيطرين على هذه الوسائل، كما أنها لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي، وإنما تنمي Cultivate عالماً يبدو حقيقياً للمتلقين. وقد يتقبل المتلقون هذا الواقع الإعلامي لأنهم غير مدركين للعمليات التي تتم لخلق هذا الواقع، وإنما يشعرون بأنهم يتعرضون للتسلية والترفيه. ونتيجة لتراكم التعرض لوسائل الإعلام يبدو العالم الذي صنعه تلك الوسائل حقيقياً في أذهانهم، وقد لا يستطيع بعض الناس أن يميز بين هذا العالم المصطنع عن طريق وسائل الإعلام والعالم الواقعي.

الإجراءات المنهجية:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهتم بالدرجة الأولى برصد خصائص ظاهرة ما وتحليلها، للحصول على البيانات والمعلومات الدقيقة عنها وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من خبراء الإعلام

العربي من العاملين بلجنة الإعلام الخارجى بجامعة الدول العربية، والعاملين بقسم الإعلام الخارجى بالهيئة العامة للاستعلامات، إضافة إلى عينة من الدعاة والعلماء بكليات الدعوة وأصول الدين بجامعة الأزهر.

مجتمع الدراسة والعينة،

يبلغ إجمالى عدد مفردات عينة الدراسة حوالى (٧٥) مفردة موزعة على النحو الآتى:

- (٤٠) مفردة تمثل خبراء الإعلام العربى والعاملين بمكاتب الإعلام الخارجى بالهيئة العامة للاستعلامات.

- (١٥) مفردة من خبراء الإعلام بإدارة الإعلام الخارجى بجامعة الدول العربية.

- (٢٠) مفردة تمثل الدعاة والعلماء بكليات أصول الدين والدعوة بجامعة الأزهر.

- وقد وقع اختيار الباحثة على جامعة الدول العربية بوصفها أولى منظمة إقليمية تمثل الأقطار العربية كافة، كما تعد رمزاً قومياً لطموح الشعوب العربية نحو وحدتها، كما أن الإعلام العربى المشترك يمثل الوظيفة الإعلامية الرئيسية التى تمارسها جامعة الدول العربية باسم الأقطار العربية وتحت إشرافها لصالح الوطن العربى فى مجموعه.

- كما تم اختيار الهيئة العامة للاستعلامات نظراً لما تمثله بوصفها أولى وكالة رسمية للإعلام والعلاقات العامة فى مصر، حيث تسعى منذ إنشائها عام ١٩٥٤م إلى بناء الصورة القومية وتدعيمها لدى المجتمع الخارجى، إضافة إلى أنشطتها المتعددة فى مجال الإعلام بوجه عام والإعلام الخارجى بوجه خاص، من خلال مكاتبها الخارجية المنتشرة فى جميع بلدان العالم (٤٢) مكتباً) التى تقوم بمهام إعلامية عدة من أهمها^(٥٥):

- رصد المرود الإعلامى لأهم الأحداث والقضايا الداخلية والخارجية.

- متابعة وسائل الإعلام فى مختلف الدول ورصد صورة مصر فى أجهزة الإعلام الخارجى (٥).

هذا إضافة إلى الأنشطة الإعلامية والصحفية المتعددة الأخرى التى تقوم بها الهيئة لنشر الصورة الصحيحة عن المجتمع المصرى، والتصدى لمحاربة عناصر تشويهها .

- وقد وقع الاختيار على جامعة الأزهر تماشياً مع أهداف الدراسة، ولما لجامعة الأزهر من مكانة دينية على المستوى العالمى، بخاصة فى مجال نشر الدعوة الإسلامية، وإرسال البعثات من علماء الدين والدعوة بالخارج لتفسير الدين ونشر الفقه، والتصدى لمحاولات تشويه صورة الإسلام والمسلمين، كما أنهم، بحكم تخصصهم، قادرون على إيضاح البعد الدينى لإشكالية الإعلام العربى فى تصديه لحمولات التشويه الخارجية لصورة العرب والمسلمين، وطرح الرؤى المستقبلية لكيفية تطوير هذا الجانب الدينى للإعلام العربى الدولى.

منهج البحث:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التى تستهدف دراسة ظاهرة معينة هى «الإعلام العربى فى مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين». وقد استخدمت منهج المسح، وفى إطاره استخدم أسلوب المسح الميدانى على عينة من علماء الدين والدعاة وخبراء الإعلام العربى الخارجى.

أسلوب جمع البيانات:

استخدمت صحيفة استبيان، وطُبقت على عينة من علماء الدين والدعاة

(٥) طُور مؤخراً أداء الهيئة العامة للاستعلامات على الصعيد الخارجى من خلال مد خدمة الإنترنت لعدد ٤٠ مكتباً إعلامياً، فضلاً عن استقبال البث المباشر لوكالة أنباء الشرق الأوسط عن طريق الأقمار الصناعية والإنترنت، والإعداد لربط مكاتب الإعلام الخارجى بالمركز الرئيسى للهيئة بشبكة كوفنفرانس لتغطية الأحداث المهمة فور وقوعها وبثها على الهواء مباشرة. للمزيد انظر الكتاب السنوى: الهيئة العامة للاستعلامات، مرجع سابق، نوفمبر ٢٠٠١ م.

وخبراء الإعلام العربي الخارجى لتعرف واقع حال الإعلام العربى فى مواجهة عناصر التشويه لصورة العرب والمسلمين، ومحاولة طرح رؤية مستقبلية لتطوير دور الإعلام العربى وتفعيله فى هذا المجال.

وقد صُممت صحيفة الاستبيان فى ضوء أهداف الدراسة والتساؤلات المطروحة لها فى ضوء إطارها النظرى. وقد قام مجموعة من خبراء الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة بتحكيم الاستمارة، كما أجرى اختبار قبلى على صحيفة الاستبيان طبق على عينة عشوائية قوامها ١٠٪ من مفردات العينة بواقع (١٠) مفردات، ثم نتيجة لهذا الاختبار حذف سؤال واحد فقط نظراً لتكراره فى التساؤلات، كما أغلق سؤال آخر مفتوح بعد التوصل إلى بدائل الإجابة المحتملة.

وقد تمثلت الصعوبات التى واجهت الباحثة فى تطبيقها الميدانى للدراسة فيما يأتى:

- نظراً للظروف التى يمر بها الوطن العربى حالياً، وانشغال الرأى العام العربى ووسائل الإعلام محلياً وعربياً ودولياً بمتابعة أحداث قمة بيروت (مارس ٢٠٠٢م)، فضلاً عن تفاقم الأحداث على صعيد القضية الفلسطينية، فقد كان من الصعوبة إجراء المقابلات الخاصة بخبراء الإعلام الخارجى بجامعة الدول العربية، وقد ترتب على ذلك استغراق البحث الميدانى وقتاً أطول، كما تم تخفيض عدد مفردات العينة بخاصة ما يتصل بجامعة الدول العربية إلى (١٥) مفردة فقط)، وذلك بعد استبعاد خمس مفردات لم تتمكن الباحثة من مقابلتهم للحصول على إجاباتهم، وهو ما ينطبق على الهيئة العامة للاستعلامات التى تطلبت مزيداً من الجهد للحصول على موافقة السيد رئيس الهيئة لإجراء البحث، ونظراً لكبر حجم العينة عن مثيلاتها من الفئات الأخرى، فقد تطلب وقتاً أطول مما هو محدد لاستيفاء الاستبيانات الخاصة بهذه الفئة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

استخدمت الدراسة البرنامج الإحصائي SPSS Version 8.0 لرصد التكرارات، والجداول المزدوجة والارتباطات والانحراف المعياري بين متغيرات الدراسة الأساسية، كما تم تحليل الأسئلة المفتوحة في استبيان الدراسة تحليلاً كمياً، وقد تحددت في سؤالين رئيسيين حول أسباب معدلات رضاء المبحوثين عن المستوى الحالي لبرامج الإعلام العربي الخارجي، وأهم المقترحات والآراء لتطوير الإعلام العربي الخارجي في مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين؛ وذلك لرصد هذه المقترحات والرؤى المستقبلية وصولاً إلى صوغ استراتيجية مستقبلية لتطوير الإعلام العربي الخارجي في مجال تصحيح صورة العرب والمسلمين .

• نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: خصائص عينة الدراسة

يمكن رصد سمات عينة الدراسة وخصائصها في الجوانب الآتية:

١ - عدد سنوات الخبرة في المجال الإعلامي:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة في المجال الإعلامي

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
		ك	%	ك	%	ك	%	
٦,٧	٥	٢٥	٥	—	—	—	—	أقل من ٥ سنوات
١٨,٧	١٤	٢٥	٥	١٣,٣	٢	١٧,٥	٧	من ٥ - ١٠ سنوات
٧٤,٦	٥٦	٥٠	١٠	٨٦,٧	١٣	٨٥,٢	٣٣	أكثر من ١٠ سنوات
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع

تم تطبيق الدراسة على العاملين بمكاتب الإعلام الخارجى بكل من الهيئة العامة للاستعلامات وجامعة الدول العربية، إضافة إلى علماء الدعوة وأصول الدين بجامعة الأزهر. وقد دلت نتائج الدراسة، جدول رقم (١)، على ارتفاع عدد سنوات الخبرة لدى الأغلبية من فئات عينة البحث؛ حيث بلغت حوالى (٦٤,٦%) لأكثر من ١٠ سنوات فى مجال العمل الإعلامى، فى حين انخفضت النسبة على نحو ملحوظ لعدد سنوات الخبرة الأقل ١٨,٧% من ٥-١٠ سنوات و ٦,٧% لأقل من ٥ سنوات.



٢- الخبرة السابقة في مجال العمل الإعلامي:

جدول رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للخبرة السابقة في مجالات العمل الإعلامي

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	مجالات الخبرة السابقة
٥٧	٧٨,١	٧	٣٨,٩	١٢	٨٠	٣٨	٩٥	- متابعة ما ينشر أو يعرض أو يذاع من مواد إعلامية خارجية.
٥٠	٦٨,٥	٩	٥٠	١٠	٦٦,٧	٣١	٧٧,٥	- إعداد المواد الإعلامية المختلفة.
٣٤	٤٦,٦	—	—	٩	٦٠	٢٥	٦٢,٥	- تنسيق العمل الإعلامي مع الأجهزة والمكاتب الإعلامية خارجياً.
٣١	٤٢,٥	—	—	٦	٤٠	٢٥	٦٢,٥	- إعداد التقارير الدورية عن النشاط الإعلامي لجهة العمل.
٢٨	٣٨,٤	٧	٣٨,٩	١١	٧٣,٣	١٠	٢٥	- عقد الندوات والمؤتمرات في المجال الإعلامي.
٢٦	٣٥,٦	١٠	٥٥,٦	٤	٢٦,٧	١٢	٣٠	- إعداد الرسائل الإعلامية التي تشر في الصحف والمجلات.
٢٦	٣٥,٦	—	—	٨	٥٣,٣	١٨	٤٥	- تنسيق العمل الإعلامي مع الأجهزة والمكاتب الإعلامية محلياً.
١٨	٢٤,٧	٤	٢٢,٢	٤	٢٦,٧	١٠	٢٥	- إعداد البحوث عن القضايا الإعلامية واتجاهات الرأي العام العالمي.
١٧	٢٣,٣	١	٥,٦	٧	٤٦,٧	٩	٢٢,٥	- إعداد البرامج الإعلامية.
١٤	١٩,٢	١	٥,٦	٢	١٣,٣	١١	٢٧,٥	- تقويم استراتيجيات العمل الإعلامي.
١٠	١٣,٧	—	—	٥	٣٣,٣	٥	١٢,٥	- التعاون والتنسيق مع الاتحادات المهنية العربية والدولية الإعلامية.
٦	٨,٢	٢	١١,١	١	٦,٧	٣	٧,٥	- إعداد الأخبار والنشرات لوسائل الإعلام المرئية.
٥	٦,٨	١	٥,٦	١	٦,٧	٣	٧,٥	- إعداد الأخبار والنشرات لوسائل الإعلام المسموعة.

تتوعد مجالات الخبرة السابقة لفئات عينة الدراسة، وجاءت في مقدمتها متابعة ما ينشر أو يعرض أو يذاع من مواد إعلامية خارجية (١، ٧٨٪)، يليها إعداد المواد الإعلامية المختلفة (٥، ٦٨٪)، وتنسيق العمل الإعلامي مع الأجهزة والمكاتب الإعلامية خارجيا، ثم إعداد التقارير الدورية عن النشاط الإعلامي لجهة العمل (٥، ٤٢٪)، وقد احتل إعداد الأخبار والنشرات سواء لوسائل الإعلام المرئية (٢، ٨٪)، أو وسائل الإعلام المسموعة (٨، ٦٪) المراتب الأخيرة من مجالات الخبرة السابقة في العمل الإعلامي لفئات العينة.

٢- مجالات العمل الإعلامي العالي:

جدول رقم (٣)

توصيف عينة الدراسة وفقاً لمجال العمل الإعلامي العالي

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
		ك	%	ك	%	ك	%	
٧٤,٧	٥٦	٣٥	٧	٦٦,٧	١٠	٩٧,٥	٣٩	- متابعة المواد الإعلامية الأجنبية عن مصر والعالم العربي.
٣٧,٣	٢٨	٣٥	٧	٨٦,٧	١٣	٢٠	٨	- إعداد الدراسات والبحوث عن القضايا الإعلامية الخارجية واتجاهات الرأي العام العالمي نحو مصر.
٢٢,٧	١٧	—	—	٢٦,٧	٤	٣٢,٥	١٣	- تنسيق الاتصال مع الجهات الإعلامية الخارجية.
١٧,٣	١٣	١٠	٢	٣٣,٣	٥	١٥	٦	- إعداد البرامج الإعلامية الموجهة عن مصر.
١٢	٩	٤٠	٨	—	—	٢,٥	١	- إعداد البرامج الإعلامية المحلية.

احتلت متابعة المواد الإعلامية الأجنبية عن مصر والعالم العربي المرتبة الأولى (٧٤,٧٪) في مجالات العمل الإعلامي الحالي لفئات عينة الدراسة، يليها إعداد الدراسات والبحوث عن القضايا الإعلامية الخارجية واتجاهات الرأي العام العالمي نحو مصر (٣٧,٣٪)، ثم تتسقى الاتصال مع الجهات الإعلامية الخارجية (٢٢,٧٪)، في حين احتل إعداد البرامج الإعلامية المحلية (١٢٪) المرتبة الأخيرة في مجال العمل الإعلامي الحالي لفئات العينة.

وتشير هذه النتائج إلى ارتفاع مستويات الخبرة في مجال العمل الإعلامي بوجه عام، ومجال العمل الإعلامي الخارجي بوجه خاص، بالنسبة لمختلف فئات عينة الدراسة، وإن كان ذلك ينطبق بوجه خاص على خبراء الإعلام من العاملين بالهيئة العامة للاستعلامات وجامعة الدول العربية، نظراً لاتساق مجالات الخبرة سواء السابقة أو الحالية مع طبيعة عملهم ومتطلباته بتلك الجهات، حيث انتدب معظمهم للعمل بمكاتب الإعلام الخارجية في كثير من دول العالم، في حين يختلف الأمر نسبياً لدى فئة علماء الدعوة وأصول الدين، حيث تتركز خبرتهم في البعد الديني للعمل الإعلامي وما يتطلبه طبيعة عملهم من القيام بالبعثات التي ترسلها جامعة الأزهر للدعوة إلى الإسلام وشرح أصول الدين في عدد من البلدان في العالم.

ثانياً: الاتجاهات نحو واقع الإعلام العربي الحالي

جدول رقم (٤)

مدى وجود قصور في عملية انتقاء برامج الإعلام العربي الخارجي ومضامينه واعدادها من وجهة نظر عينة الدراسة

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	مدى وجود قصور	
٩٨,٧	٧٤	١٠٠	٢٠	٩٣,٣	١٤	١٠٠	٤٠	نعم	
١,٣	١	—	—	٦,٧	١	—	—	لا	
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع	

يوضح الجدول السابق رقم (٤) مدى وجود قصور في عملية انتقاء برامج الإعلام العربي الخارجى ومضامينه وإعدادها، حيث بلغت النسبة حوالى ٩٨,٧% بين خبراء الإعلام الخارجى وعلماء الدعوة.

وقد تجلت أوجه القصور التى يعانى منها الإعلام العربى الخارجى فى نقص كفاءة الكوادر المتخصصة فى مخاطبة الجمهور العربى (٧٥,٧%)، ونقص المخصصات المالية اللازمة لإعداد برامج إعلامية خارجية متكاملة (٥٢,٧%)، إضافة إلى ضيق نطاق الموضوعات التى يتناولها الإعلام العربى الخارجى (٥٢,٧%)، فى حين احتل قصور الإمكانيات الفنية المتعلقة بالأجهزة وتكنولوجيا الاتصال المرتبة الأخيرة بنسبة (٣٢,٤%).

جدول رقم (٥)

الأهمية النسبية لأوجه القصور فى إعداد برامج الإعلام العربى

الخارجى ومضامينه من وجهة نظر خبراء الإعلام والدعوة

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أوجه القصور
٧٥,٧	٥٦	٥٥	١١	٩٢,٩	١٣	٨٠	٣٢	١ - نقص كفاءة الكوادر المتخصصة فى مخاطبة الجمهور العربى.
٥٢,٧	٣٩	٤٥	٩	٨٥,٧	١٢	٤٥	١٨	٢ - نقص المخصصات المالية اللازمة لإعداد برامج إعلامية خارجية متكاملة.
٥٢,٧	٣٩	٥٥	١١	٢١,٤	٣	٦٢,٥	٢٥	٣ - ضيق نطاق الموضوعات التى يتناولها الإعلام العربى الخارجى.
٣٢,٤	٢٤	٣٠	٦	٢٨,٦	٤	٣٥	١٤	٤ - قصور الإمكانيات الفنية المتعلقة بالأجهزة وتكنولوجيا الاتصال.

تتفق هذه النتائج مع ما أشار إليه الباحثون والكتاب حول واقع الإعلام العربي، حيث أصبح الإعلام بدأ دائماً دائماً في جدول أعمال القمم العربية منذ عام ١٩٦٤م، ولكن لم يتم - منذ ذلك الوقت حتى الآن - رسم أو وضع خطة إعلامية تحكم حركة الإعلام العربي^(٥٦). كما أن كثيراً من الجهود الإعلامية المتميزة للإعلام العربي المشترك تعاني الآن من الضمور في الموازنات المعتمدة لها؛ وهو ما يقلص من أنشطتها ويشل من فعاليتها^(٥٧).

ويؤكد ذلك أيضاً د. تيسير أبو عرجة^(٥٨)؛ حيث يقدم عدداً من الملاحظات النقدية للإعلام العربي الدولي؛ من أهمها ضعف مستوى الكوادر الإعلامية وعدم إلمامها بالحد الأدنى اللازم لمزاولة الوظيفة الإعلامية العربية، وعدم ثبات الأهداف السياسية الرئيسية للمجموعة العربية في نطاق مؤسسات العمل القومي وفي مؤتمراتها؛ وهو ما انعكس على الموضوعات المطروحة للإعلام الخارجي وعدم قدرته على المرونة والحركية والسرعة في المواجهة المطلوبة، إضافة إلى مشكلة التمويل والعجز الدائم نحو تغطية كافية لمتطلبات العمل الإعلامي الدائمة والطارئة؛ على نحو أدى إلى خفض برامج البعثات الخارجية وتقليص إنفاقها إلى أدنى حد ممكن^(٥٩).

كذلك يشير د. راسم الجمال إلى الاختلال القائم في تدفق المضامين التليفزيونية العربية؛ حيث لا يشمل التدفق التليفزيوني الإخباري العربي كل الأقطار العربية، إضافة إلى الاختلال في مضمون الأنباء العربية ما بين الأنباء السياسية والرسمية (التي تمثل النسبة الكبرى) والأنباء المتعلقة بالمسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتنمية عموماً^(٦٠).

جدول رقم (٦)

آراء عينة الدراسة حول مدى وجود موضوعات
يجب ألا تعالج في الإعلام العربي الخارجى

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	الآراء
		%	ك	%	ك	%	ك		
٨٨	٦٦	٩٠	١٨	٨٦,٧	١٣	٨٧,٥	٣٥	نعم لا	
١٢	٩	١٠	٢	١٣,٣	٢	١٢,٥	٥		
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع	

تشير نتائج الدراسة إلى وجود موضوعات حالية يجب ألا يتناولها الإعلام العربى الخارجى؛ حيث بلغت نسبة المؤيدين لوجود مثل هذه الموضوعات حوالى ٨٨% من إجمالى عينة الدراسة، وقد تركزت هذه الموضوعات - كما يوضح الجدول رقم (٧) - فى حوادث العنف التى تقع فى الوطن العربى (٥٣,٣%)، يليها الموضوعات المفرطة فى محليتها (٥٠,٧%)، ثم الموضوعات التى تتناول قضايا سلبية فى الوطن العربى (٤٩,٣%)، والأنشطة الرسمية لأعضاء الحكومة وكبار رجال الدولة (٤٨%)، وهو ما يتسق مع ما سبقته الإشارة إليه من أن الأنباء السياسية والرسمية تمثل النسبة الكبرى من مضامين الإعلام العربى الموجهة.

جدول رقم (٧)

الأهمية النسبية للموضوعات التي لا يجذب عرضها
في برامج الإعلام الخارجى من وجهة نظر عينة الدراسة

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الموضوعات
٥٣,٣	٤٠	٦٠	١٢	٤٦,٧	٧	٥٢,٥	٢١	١ - الجرائم وحوادث العنف التي تقع في أنوطن العربى .
٥٠,٧	٣٨	٤٥	٩	٦٠	٩	٥٠	٢٠	٢ - الموضوعات المفردة في محلقتها .
٤٩,٣	٣٧	٥٥	١١	٢٠	٣	٥٧,٥	٢٣	٣ - الموضوعات التي تتناول قضايا سلبية في الوطن العربى .
٤٨	٣٦	٣٥	٧	٧٣,٣	١١	٤٥	١٨	٤ - الأنشطة الرسمية لأعضاء الحكومة وكبار رجال الدولة .

جدول رقم (٨)

معدل الرضا النسبى لفئات عينة الدراسة عن المستوى الحالى

لبرامج الإعلام العربى الخارجى

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	معدل الرضا
٢,٧	٢	٥	١	٦,٧	١	—	—	راض جداً
٦١,٣	٤٦	٥٠	١٠	٧٣,٣	١١	٦٢,٥	٢٥	راض إلى حد ما
٣٦	٢٧	٤٥	٩	٢٠	٣	٣٧,٥	١٥	غير راض على الإطلاق
١٠٠	٧٥	٢٦,٧	٢٠	٢٠	١٥	٥٣,٣	٤٠	المجموع

على الرغم من الاتجاه الغالب لدى خبراء الإعلام الخارجى وعلماء الدعوة حول القول بوجود قصور فى برامج الإعلام العربى الخارجى ومضامينه؛ فإن النتائج قد أوضحت الارتفاع النسبى لمعدل الرضاء عن المستوى الحالى لبرامج الإعلام العربى الخارجى، حيث بلغت نسبة فئة راض إلى حد ما (٣١,٣%)، مقابل (٣٦%) لعدم الرضاء المطلق، وانخفض معدل الرضاء التام حيث بلغ حوالى (٢,٧%) لفئة راض جداً.

وتفسير ذلك - كما أوضحتته فئات عينة الدراسة - أنهم بحكم عملهم فى هذه الإدارات، وتولى مسئولية إعداد برامج الإعلام الخارجى، يقومون الآن ببذل مجهودات كبرى لتطوير هذه البرامج فى حدود الإمكانيات المتوافرة لهم، وفى ظل التطور الذى تشهده الهيئة العامة للاستعلامات على مستوى استراتيجية العمل الإعلامى الخارجى، وما تشهده جامعة الدول العربية الآن من نشاط متزايد على مستوى الإعلام الخارجى، بخاصة بعد تولى السيد/ عمرو موسى الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، وما تلا ذلك من تغييرات على مستوى العمل الداخلى للجامعة وأهدافها وسياساتها وتكثيف نشاطها على مستوى العمل الإعلامى الخارجى بوجه خاص؛ ومن ثم فإن معدل رضاء خبراء الإعلام الخارجى عن المستوى الحالى لتلك البرامج يكشف رضاءهم النسبى عما يقومون به من أنشطة ومجهودات حالية، وذلك على الرغم من وجود بعض أوجه القصور التى أشاروا إليها سابقاً، وتبذل الآن المحاولات الجادة للتغلب عليها.

ثالثاً: النتائج الخاصة بمظاهر تشويه صورة العرب والمسلمين:

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود اتفاق (٩٧,٣%) بين أغلب خبراء الإعلام الخارجي وعلماء الدعوة على وجود عوامل تشويه في الصورة الحالية للعرب والمسلمين.

جدول رقم (٩)

آراء عينة الدراسة حول مدى وجود عوامل تشويه

في الصورة الحالية للعرب والمسلمين

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	الآراء
		%	ك	%	ك	%	ك		
٩٧,٣	٧٣	١٠٠	٢٠	٨٦,٧	١٣	١٠٠	٤٠	نعم لا	
٢,٧	٢	—	—	١٣,٣	٢	—	—		
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع	

يوضح الجدول رقم (١٠) أن تشويه صورة الشخصية العربية والمسلمة يأتي في مقدمة أوجه التشويه لصورة العرب والمسلمين الحالية (٩٦%)، يليها تشويه صورة العقائد الدينية (٧٦%)، ثم التشويه في صورة الشعوب العربية، في حين احتل التشويه لممارسات فردية المرتبة الأخيرة لأوجه التشويه.

وتتسق هذه النتائج مع نتائج كثير من الدراسات التي أجريت حول صورة الشخصية العربية في وسائل الإعلام الغربية، ومنها دراسة (السيد يس) الذي أكد فيها سيادة الاتجاه المعادي للعرب والمؤيد لإسرائيل في وسائل الإعلام الغربية^(٦١). كذلك تؤكد هذه النتائج ما انتهت إليه دراسة چاك شاهين التي أشار فيها إلى الصورة المعادية للعرب والمسلمين في جميع مضامين الأفلام

الأمريكية، منذ بدء إنتاجها بهوليوود عام ١٨٩٦م حتى عام ٢٠٠١م^(١٠)، وكذلك دراسته حول الصور المعادية للعرب في برامج الترفيه التلفزيونية^(١٢)، التي أكد فيها كيف تُعامل الأمة العربية والحضارة العربية باحتقار على أيدي معظم كتاب هوليوود ومخرجيها؛ وهو ما أدى إلى تشجيع كثير من الأمريكيين بانطباعات ومشاعر معادية للعرب مُستَمَدَّة من التواتر المكثف من التشويه المتعمد في البرامج التلفزيونية. كما تعاملت سينما هوليوود مع العربي والمسلم على أنهما من الأشرار، ومن ثم فهما من الأعداء، وحاولت منذ البداية أن تُسَخَّرَ منهما وتلصق بهما مجموعة من الأحكام الجاهزة التي تؤدي إلى التنفير والاحتقار بوصفهما يمثلان الشر بجميع أشكاله.

جدول رقم (١٠)

الأهمية النسبية لأوجه التشويه في الصورة الحالية للعرب والمسلمين

من وجهة نظر فئات عينة الدراسة

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
		ك	%	ك	%	ك	%	
٩٦	٧٢	١٠٠	٢٠	٩٣,٣	١٤	٩٥	٣٨	١ - التشويه في صورة الشخصية العربية والمسلمين
٧٦	٥٧	٨٠	١٦	٦٠	٩	٨٠	٣٢	٢ - التشويه في صورة العقائد الدينية
٤٨	٣٦	٣٠	٦	٨٠	١٢	٤٠	١٨	٣ - التشويه في صورة الشعوب العربية
٣٦	٢٧	٨٠	١٦	—	—	٢٧,٥	١١	٤ - التشويه لجماعات معينة تنتمي إلى العالم العربي والإسلامي
٢٨	٢١	٥	١	٦٠	٩	٢٧,٥	١١	٥ - التشويه في صورة الأنظمة العربية
٨	٦	٥	١	—	—	١٢,٥	٥	٦ - التشويه لممارسات فردية

(*) انظر الدراسات السابقة في سياق البحث.

جدول رقم (١١)

آراء عينة الدراسة في مجال ارتباط صورة العرب والمسلمين
في الإعلام الغربي بأحداث سياسية معينة عالمياً وعربياً

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
		ك	%	ك	%	ك	%	
٤٦,٧	٣٥	٢٠	٤	٨٦,٧	١٣	٤٥	١٨	- يرتبط التشويه بأحداث معينة على المستويين العربي والعالمي.
٣٤,٧	٢٦	٦٥	١٣	٦,٧	١	٣٠	١٢	- التشويه ثابت دائماً في الخطاب الإعلامي الغربي.
١٨,٧	١٤	١٥	٣	٦,٧	١	٢٥	١٠	- يرتبط التشويه بالأجندة الإعلامية لوسائل الإعلام الغربية.
١٠٠	٧٥	٢٦,٧	٢٠	٢٠	١٥	٥٣,٣	٤٠	المجموع

حول مدى ارتباط التشويه في صورة العرب والمسلمين في الإعلام الغربي بأحداث سياسية معينة عالمياً وعربياً، أكدت نتائج الدراسة أن هذا التشويه يرتبط بأحداث معينة على المستويين العربي والعالمي (٤٦,٧٪)، في حين يعده حوالي ٣٤,٧٪ عنصراً ثابتاً في الخطاب الإعلامي الغربي، كما يرى حوالي (١٨,٧٪) أن التشويه يرتبط بالأجندة الإعلامية لوسائل الإعلام الغربية، وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي أشار إليها جاك شاهين في دراسته، حيث أوضح -التمهيط السلبي لصورة العرب - إلى ارتباطه بأحداث سياسية وعسكرية مهمة بدأت تظهر بوضوح مع قيام دولة إسرائيل في أواخر الأربعينيات مروراً بأحداث ومواجهات عدة مرت بالعرب والدول الغربية حتى انهيار برجي مركز التجارة العالمي بنيويورك عام ٢٠٠١م، ويؤكد ذلك أيضاً السيد

في كتابه «الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر»، ولكنه يشير إلى أن هذه الصورة المشوهة للعرب لها جذور تاريخية ترتبط بالواجهات المتعددة بين العرب والغرب على مر التاريخ، منذ ظهور الإسلام وبدء الفتوحات الإسلامية حتى المرحلة الراهنة (١٣).

ويرتبط ذلك - كما تؤكد دراسة ستيفنسون وشو (Stevenson & Show) (١٤) - بكيفية هيمنة دول الشمال على الاتصال العالمي، حيث يقوم الغرب بتحديد أخبار العالم وتحريفها، وتشويه قيم العالم الثالث واستبعادها بخاصة غير الغربية منها، كما أن القدر الضئيل والمعلومات التي تنفذ من العالم الثالث إلى نظام الأخبار العالمي هي أخبار سلبية تؤكد أوجه التمزق في العالم الثالث (١٥).

جدول رقم (١٢)

الآراء النسبية لعينة الدراسة حول مدى وجود تفاوت في تشويه

صورة العرب والمسلمين بين أنماط الإعلام الغربي

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	
		ك	%	ك	%	ك	%	الآراء	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	نعم	
٥٢	٦٩,٣	١٢	٦٠	٦	٤٠	٣٤	٨٥	نعم	
٢٣	٣٠,٧	٨	٤٠	٩	٦٠	٦	١٥	لا	
٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	١٠٠	المجموع	

حول مدى وجود تفاوت بين أنماط الإعلام الغربي في مجال تشويه صورة العرب والمسلمين، أشارت نتائج الدراسة - كما يوضحها الجدول رقم (١٢) - إلى اتجاه النسبة الغالبة (٦٩,٣%) من خبراء الإعلام الخارجي وعلماء الدعوة (١٥) للمزيد أيضاً انظر: د. مصطفى الفقى: العرب الأصل والصورة، دار الشروق، القاهرة، ط ١،

٢٠٠٢م.

نحو تأكيد وجود تفاوت بين أنماط الإعلام الغربي فيما يتعلق بتشويه صورة العرب والمسلمين.

جدول رقم (١٢)

الآراء النسبية لعينة الدراسة حول أوجه تفاوت أنماط الإعلام الغربي

في تشويه صورة العرب والمسلمين

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة أوجه التفاوت
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٣,٣	٤٠	٤٥	٩	٤٠	٦	٦٢,٥	٢٥	- أسلوب الخطاب الإعلامي
٣٢	٢٤	٣٠	٦	٣٣,٣	٥	٣٢,٥	١٣	- شكل الخطاب الإعلامي
١٤,٧	١١	٢٥	٥	٣٦,٧	٤	٥	٢	- مضمون الخطاب الإعلامي
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع

يتركز هذا التفاوت وفقاً لأغلب عينة الدراسة في أسلوب الخطاب الإعلامي (٥٣,٣%)، ويلى ذلك شكل الخطاب الإعلامي (٣٢%)، حيث يتراوح أسلوب الخطاب الإعلامي الغربي ما بين المبالغة في التشويه والتحريف لصورة العرب والمسلمين على نحو مباشر، إلى تعدد المغالطة والإساءة غير المباشرة كالتلاعب بالألفاظ والمصطلحات وإسقاط بعض القيم وألوان السلوك العدواني والمنحرف على كلمات: العرب والمسلمين والإسلام وغيرها من المصطلحات التي يستخدمها الغرب في خطابهم الإعلامي عن الدول العربية والشرق أوسطية.

كذلك يلاحظ - وكما تؤكد الدراسات التي أجريت في هذا المجال - تنوع الأشكال والقوالب الإعلامية التي يستخدمها ويقدمها الغرب في خطابه عن العالم العربي والإسلامي، ما بين البرامج الترفيهية والمسلسلات التلفزيونية

والكتب التاريخية التي تتحدث عن التاريخ العربي والإسلامي، وإن كان التركيز الأكبر في التأثير على الجماهير الغربية يتم من خلال صناعة السينما، بخاصة الأمريكية التي أنتجت حتى الآن ما يزيد على ٩٠٠ فيلم ينطوون على تشويه وإساءة وتحريف لصورة العرب والمسلمين^(٦٥). ويؤكد ذلك أيضاً نتائج الدراسة الخاصة بأنماط الإعلام الأجنبي (جدول رقم ١٤)، التي تعمل على تشويه صورة العرب والمسلمين من حيث مضامينها، حيث أشارت النسبة الغالبة (٨٦,٧١٪) إلى تركيزه في الإعلام الأمريكي، في حين تضاءلت بشكل ملحوظ الأهمية النسبية لسائر الأنماط الإعلامية الأجنبية، وإن كان نمط الإعلام الإسرائيلي قد احتل المرتبة الثانية بنسبة ٩,٣٪. وترجع ضآلة هذه النسبة إلى اتجاه كثيرين نحو رؤية عدم وجود فروق تذكر بين الإعلام الصهيوني والإعلام الأمريكي، نظراً إلى هيمنة الدعاية الصهيونية على الإعلام الأمريكي في أغلب الأحوال، بخاصة فيما يتعلق بالخطاب الإعلامي الموجه للعرب والمسلمين. وفي هذا الصدد يرى دكتور هشام شرابي أن الدعاية الصهيونية المعادية للعرب تأتي ضمن أهم مصادر التشويه للصورة العربية. كذلك يشير الدكتور إدوارد سعيد إلى أنه لا توجد حقبة في التاريخ الأوربي والتاريخ الأمريكي تم فيها دراسة الإسلام خارج الإطار الذي رسمته الأهواء والمصالح السياسية، كما أن ما حدث مع ثقافة العالم العربي الإسلامي لم يحدث مع ثقافة أي عالم آخر؛ وهذا مما جعل المسلمين والعرب في نظر الأمريكيين ليسوا سوى مصادر للنفط والإرهاب المحتمل^(٦٥).

ويتفق ذلك مع ما ذهب إليه إدمون غريب من أن القوى الموالية لإسرائيل والمتغلغلة في الإعلام الأمريكي على أعلى مستوياته، إضافة إلى الجهل بتاريخ الصراع العربي - الإسرائيلي وأصوله، تعد من أسباب فشل وسائل الإعلام الأمريكية في تقويم شئون الشرق الأوسط بإنصاف وموضوعية^(٦٦).

(٦٥) للاستزادة انظر دراسة جاك شاهين، والدراسات السابقة في سياق البحث.

جدول رقم (١٤)

الأهمية النسبية لأنماط الإعلام الأجنبي التي تعمل على تشويه صورة العرب
والمسلمين في مضامينها من وجهة نظر خبراء الإعلام والدعوة

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	
								أنماط	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٨٦,٧	٦٥	٩٥	١٩	٦٠	٩	٩٢,٥	٣٧	الإعلام الأمريكي	
٩,٣	٧	٥	١	٣٦,٧	٤	٥	٢	الإعلام الإسرائيلي	
٢,٧	٢	—	—	٦,٧	١	٢,٥	١	الإعلام الإنجليزي	
١,٣	١	—	—	٦,٧	١	—	—	الإعلام الروسي	
١٠٠	٧٥	٢٦,٧	٢٠	٢٠	١٥	٥٣,٣	٤٠	المجموع	

تشير نتائج الدراسة إلى اتفاق أغلب خبراء الإعلام العربي الخارجي وعلماء الدعوة على أن ما يحدث من تشويه في الإعلام الأجنبي لصورة العرب والمسلمين يعد مخالفاً للحقيقة، فهو تشويه للواقع العربي والإسلامي (٧٦%) في حين يرى (٢٤%) أن هذا يعد في جانب منه إبرازاً لتشوهات وسلبيات حقيقية توجد في مجتمعاتنا العربية والإسلامية، ويرجع ذلك - كما يوضح إدمون غريب^(٦٧) - إلى الخلافات المستمرة بين الدول العربية التي تعطي صورة سلبية عن الوطن العربي، وإلى فشل العرب في فهم وسائل الإعلام الأمريكية وكيفية التعامل معها ومعرفة أهمية الإعلام والعلاقات العامة، إضافة إلى ما أكدته نتائج هذه الدراسة^(٥) من أن جرائم وحوادث العنف التي تقع في الوطن العربي من الموضوعات التي يتناولها الإعلام العربي الخارجي، والتي وفقاً لرأي الخبراء يجب التخلي عنها، والتركيز على قضايا وموضوعات أخرى تهم المجتمعات الغربية وتنقل صورة العرب والمسلمين بموضوعية وصدق.

(٥) انظر نتائج الدراسة الميدانية، جدول رقم (٧).

جدول رقم (١٥)

الآراء النسبية لفئات عينة الدراسة حول ما يقوم به
الإعلام الأجنبي من تشويه لصورة العرب والمسلمين

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة الآراء
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦	٥٧	١٠٠	٢٠	١٣,٣	٢	٨٧,٥	٣٥	- تشويه للواقع العربي والإسلامي
٢٤	١٨	-	-	٨٦,٧	١٣	١٢,٥	٥	- إبراز لتشوهات وسلبات حقيقية
١٠٠	٧٥	٢٦,٧	٢٠	٢٠	١٥	٥٣,٣	٤٠	المجموع

وإذا كان هذا هو واقع الإعلام العربي الخارجى الحالى وتلك هي الصورة السائدة عن العرب والمسلمين في الإعلام الغربي، ومن ثم في المجتمعات الغربية؛ فإن عجلة التطوير لتغيير تلك الصورة المشوهة تبدأ بإدراك صورة الذات أولاً. وفي هذا الصدد أشارت نتائج الدراسة (جدول ١٦) إلى أن الدعاية المضادة للعرب والمسلمين تأتي في الترتيب التالي للأهمية النسبية للقضايا التي تشغل الرأي العام العربي حالياً، في حين تأتي القضية الفلسطينية في المرتبة الأولى، ويتسق ذلك منطقياً مع مجريات الظروف المحيطة بالقضية الفلسطينية التي أصبحت أكثر بروزاً مع بدء الانتفاضة (٢٠٠١م) ودخول القضية الآن إلى منعطف خطير يهدد منطقة الشرق الأوسط بأكملها، كما يشير الاتجاه الغالب إلى وضع الغزو الأمريكي لأفغانستان في المرتبة الثالثة، ويلي ذلك قضايا العولمة في المرتبة الرابعة، وإن كانت قضايا العولمة ترتبط أيضاً بالهيمنة الغربية على وسائل الإعلام وما يشار إليه من تأثير هذا الصراع الحضارى، وأن الهجوم الكاسح للعولمة سوف يؤدي إلى التثبيت بالثقافة العربية القومية وهويتها؛ فعولمة الإعلام والاتصال - كما يراها بعض الباحثين - ونظراً لضعف الإعلام العربي، يشكل تهديداً للتعددية الثقافية وطمساً للهويات الثقافية للشعوب، بخاصة أن الثقافة

العربية تعاني ازدواجية ، نتيجة احتكاكها مع الثقافة الغربية بتقنياتها وعلومها وقيمها الحضارية^(٦٨) . وفي ذلك أيضاً تثبيت للقيم المشوهة التي يتناقلها الإعلام الغربي عن العرب والمسلمين .

جدول رقم (١٦)

الترتيب النسبي للقضايا التي تشغل الرأي العام العربي حالياً
من وجهة نظر خبراء الإعلام الخارجى وعلماء الدعوة^(٥)

علماء الدعوة	خبراء جامعة الدول	خبراء الهيئة	فئات العينة
			الأنماط
١	١	١	- القضية الفلسطينية
٢	٢	٢	- الدعاية المضادة للعرب والمسلمين .
٣	٣	٣	- الغزو الأمريكى لأفغانستان
٤	٤	٤	- قضايا العولمة

رابعاً، الرؤية المستقبلية للإعلام العربى الخارجى

١- توضح نتائج الدراسة أن المواجهة المباشرة (٨١,٣%) هي أفضل الطرق لبدء الإعلام العربى فى تصحيح صورة العرب والمسلمين ، على أن يتم ذلك وفقاً لخطة إعلامية استراتيجية للإعلام العربى يتم تنفيذها مرحلياً فى مدى زمنى يتراوح بين ٥ و١٠ سنوات (٨٠%) ، حيث أثبتت الدراسات والسوابق العملية أن تغيير الصورة الذهنية أمر غاية فى التعقد والصعوبة ، ويحتاج إلى تراكم الجهود الاتصالية والأنشطة المبذولة على مدار مدة زمنية طويلة نسبياً حتى يمكن تغيير أو تعديل بعض جوانب التشويه فى هذه الصورة ، ويزداد الأمر صعوبة وفقاً لنظرية الإنماء الثقافى ونظرية التفاعلية

(٥) تم حساب الترتيب للقضايا التي تشغل الرأي العام باستخدام المجموع المرجح للأوزان .

الرمزية^(٦٩)؛ وذلك لأن الواقع المدرك للعالم الخارجى لدى الجماهير يتم تكوينه على أثر تعرض تلك الجماهير لمضامين الوسائل الإعلامية لفترات طويلة ومنتظمة، وبتكرار عرض أنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية؛ وهو ما يحتم أن تكون المواجهة لتلك الرسائل مواجهة مباشرة ومتراكمة وطويلة المدى وفقاً لخطة محددة الأهداف والمراحل والمضامين والوسائل الاتصالية.

جدول رقم (١٧)

الآراء النسبية لصفات عينة الدراسة بشأن ما يقوم به الإعلام الأجنبى
نحو صورة العرب والمسلمين

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة الآراء
		%	ك	%	ك	%	ك	
٨١,٣	٦١	٨٠	١٦	١٠٠	١٥	٧٥	٣٠	- المواجهة المباشرة
١٨,٧	١٤	٢٠	٤	—	—	٢٥	١٠	- المواجهة غير المباشرة فى أرض محايدة
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع

مَعَهْدُ البَحْثِ الدِّيْنِيَّاتِ العَرَبِيَّةِ
INSTITUTE OF ARABIC ISLAMIC STUDIES
مركز أبحاث الجامعات العربية

جدول رقم (١٨)

الآراء النسبية لفئات عينة الدراسة حول المدى الزمني لخطّة الحركة
الإعلامية على مستوى الإعلام الغربي الخارجى لتصحيح
صورة العرب والمسلمين

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	الآراء
		%	ك	%	ك	%	ك		
٨٠	٦٠	٧٠	١٤	٨٠	١٢	٨٥	٣٤	من ٥ - ١٠ سنوات	
١٧,٣	١٣	٢٠	٤	٢٠	٢	١٥	٦	من ١٠ - ١٥ سنة	
٢,٧	٢	١٠	٢	—	—	—	—	من ٢٠ سنة فأكثر	
١٠٠	٧٥	٣٦,٧	٢٠	٢٠	١٥	٥٣,٣	٤٠	المجموع	

جدول رقم (١٩)

الأهمية النسبية للوسائل الاتصالية التى يمكن أن توظف فى المواجهة لتصحيح الصورة
وفقاً لأفضليتها من وجهة نظر خبراء الإعلام الخارجى وعلماء الدعوة^(٥)

علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة	الوسائل الاتصالية
		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري		
١,٤٨	٤,١٠	٠,٨٨	٣,٩٣	١,١٥	٤,٣٧	١ - القنوات التليفزيونية الفضائية.	
١,٢١	٣,٧٥	٠,٣٥	٤,٨٧	٠,٤٩	٤,٧٥	٢ - الإنترنت.	
١,٠٥	٣,٥٥	٠,٩٩	٣,٨٧	٠,٨٨	٤,٠٥	٣ - الصحافة.	
١,٥٠	٣,٤٥	٠,٨٣	٤,٤٧	١,٥٠	٣,٨٣	٤ - الاتصال الشخصى.	
١,٢٧	٣,٣٥	١,١٩	٤,٤٧	١,٢٦	٣,٤٠	٥ - الكتب.	
١,٤١	٢,٧٥	٠,٨٦	٣,٨٠	٠,٧٠	٤,٦٥	٦ - المكاتب الإعلامية بالخارج.	
١,٥٢	٢,٩٠	١,٠٥	٣,٣٣	١,٤٣	٣,٢٧	٧ - المراسلون.	
١,٣٦	٢,٤٥	١,٢٢	١,٧٣	١,٥٨	٢,٦٠	٨ - التليفزيون المحلى.	

(٥) تم حساب المتوسط المرجح باستخدام أسلوب الترجيح بالنقاط لكل فئة من فئات عينة الدراسة.

٢ - تشير نتائج الدراسة إلى تنوع الوسائل الاتصالية التي يمكن الاستعانة بها في المواجهة لتصحيح صورة العرب والمسلمين، وتأتي القنوات التليفزيونية الفضائية، بخاصة الموجهة إلى الدول الغربية في مقدمة هذه الوسائل، بمتوسط مرجح بالنسبة لخبراء الهيئة العامة للاستعلامات (٤,٣٧) وبالنسبة لخبراء جامعة الدول العربية (٣,٩٣) و (٤,١٠) بالنسبة لعلماء الدعوة وأصول الدين، وهذا يشير إلى أن التليفزيون يعد من أفضل الوسائل الاتصالية التي يمكن توظيفها لتصحيح عناصر التشويه في صورة العرب والمسلمين، وهو ما يتسق مع الدراسات الخاصة بنموذج الغرس الثقافي التي تربط بين كثافة التعرض لمحتوى وسائل الإعلام المرئية بخاصة التليفزيون، واكتساب الأفراد المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية عن كل ما يحيط بهم في العالم من حولهم، كما تؤكد د. جيهان رشتي أن تغيير الصورة الذهنية للعرب يمكن تحقيقه من خلال قناة عربية فضائية لا يظهر فيها الطابع الدعائي ولا تكون حواراتها مستأنسة؛ قناة تناقش قضايا الساعة بسرعة، وتطرح القضايا التي تشغل ذهن المواطن الأمريكي، وتستضيف الصفوة المثقفة المستتيرة الغربية ليكون لها مصداقية مع المشاهد الغربي (٥).

كذلك توضح النتائج أن الإنترنت والصحافة تأتيان في المرتبة التالية للأهمية النسبية المرجحة بوصفهما من أفضل الوسائل الاتصالية التي يمكن توظيفها لتصحيح صورة العرب والمسلمين؛ فالصحافة - بوصفها سلطة رابعة تراقب وتقوم بكشف الأخطار - يمكن من خلالها اكتساب جمهور أكبر من القراء قد يتفوق على الزائرين لمواقع الإنترنت، وذلك إذا ما تم توجيه الخطاب الإعلامي به بلغة الجمهور المستقبل، ووفقاً لأخلاقيات العمل الصحفي وقيم المجتمع

(٥) نحن والآخرون، كيف نغير صورة العربي والمسلم في ذهن الغرب؟ حوار مع د. جيهان رشتي، الأهرام،

١٧ مارس ٢٠٠٢ م.

الموجهة إليه، وهو ما يعنى إمكان توجيه صحافة خاصة إلى الجمهور الغربى أو الاستعانة بالصحافة القومية الرائدة فى تلك المجتمعات؛ وهو ما يتطلب المصادقية فى الخطابين السياسى والثقافى لدينا، حتى نستطيع أن نخاطب العالم بلغته التى لا تعنى المعنى المباشر للكلمة فحسب ولكن تتجاوز ذلك إلى العقلية ونوعية التفكير، وتقديم وجهات نظر تتفق مع روح العصر وأساليبه وأدواته، فمازلنا نتحدث بروح «المنولوج» فى حين أن أسلوب التفكير المشترك أصبح هو التعبير الجديد المقبول لدى كل الأطراف (٧٠).

كما تشير النتائج إلى أن الاتصال الشخصى يحتل أهمية نسبية بمتوسطات مرجحة (٣,٨٣) بالنسبة لخبراء الهيئة العامة، و(٤,٤٧) بالنسبة لخبراء جامعة الدول، و(٣,٤٥) بالنسبة لعلماء الدعوة وأصول الدين؛ ويرجع ذلك إلى ما لوسائل الاتصال الشخصى من أهمية كبرى، بخاصة من خلال الندوات والمناظرات الثقافية والفكرية التى تخاطب العقل الغربى وتفند الحقائق بالأدلة والبراهين، وهو ما يحتل أهمية كبرى خاصة بالنسبة للحقائق الدينية المشوهة عن الإسلام والمسلمين، ولا يعنى ذلك الاكتفاء بوسيلة إعلامية معينة دون الأخرى، بل أن يتم العمل وفقاً لخطة إعلامية متكاملة، تتم بمنطلقات وأهداف واحدة فى مختلف الوسائل والقنوات الاتصالية التى ثبتت فعاليتها فى المواجهة المباشرة، لدحض أوجه التشويه فى صورة العرب والمسلمين.

٣ - حول معايير اختيار موضوعات الإعلام العربى الخارجى جاء معيار التركيز على المعلومات الصحيحة عن صفات العرب والمسلمين (٧,٧٠%) فى المرتبة الأولى، ويلى ذلك تصحيح الخطاب الإعلامى الموجه للصورة المشوهة عن بعض الحقائق فى الوطن العربى (٧,٥٨%)، وأن يكون هذا الخطاب الموجه مهماً لعدد كبير من جمهور الدولة الموجه إليها (٣٦%)؛ وهو ما يتسق مع ما سبقت الإشارة إليه فى نتائج الدراسة من حيث أهمية مخاطبة العقل الغربى طبقاً للمناهج والأساليب التى يقبلها ويتفهما، ووفقاً للقيم الإعلامية السائدة فى تلك المجتمعات.

جدول رقم (٢٠)

الأهمية النسبية لمعايير اختيار موضوعات الإعلام العربي الخارجى
من وجهة نظر عينة الدراسة

الإجمالى		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧٠,٧	٥٣	٨٠	١٦	٧٣,٣	١١	٦٥	٢٦	١ - أن يحتوى على المعلومات الصحيحة عن صفات العرب والمسلمين.
٥٨,٧	٤٤	٦٠	١٢	٢٦,٧	٤	٧٠	٢٨	٢ - أن يصحح الصورة المشوهة عن بعض الحقائق فى الوطن العربى.
٣٦	٢٧	١٥	٣	٨٦,٧	١٣	٢٧,٥	١١	٣ - أن يكون مهما لعدد كبير من جمهور الدولة التى يعرض أو يذاع بها برامج موجهة.
٢١,٣	١٦	٢٥	٥	٢٠	٣	٢٠	٨	٤ - أن يكون مرتبطاً بالقضايا العربية ويبرز دور الوطن العربى فى معالجتها.
١٣,٣	١٠	٢٥	٥	٦,٧	١	١٠	٤	٥ - أن يغطى أوجه النشاط والإنجازات العربية على كافة المستويات.
٨	٦	—	—	—	—	١٥	٦	٦ - أن يسهم فى اجتذاب جمهور المتلقى لزيارة مصر والوطن العربى.

٤ - بالنسبة إلى الجماهير المستهدفة من التحرك الإعلامي العربي الخارجي لتصحيح الصورة، أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية توجيه الخطاب الإعلامي العربي الخارجي إلى جميع فئات الجمهور العربي (٧٦٪)، مع التوزيع في القوالب والبرامج الموجهة، على نحو يتناسب مع طبيعة كل فئة من تلك الفئات، كما جاءت فئة الشباب في المرتبة التالية بنسبة ٢٢,٧٪، ولا يعنى ذلك عدم أهمية فئة الشباب، بل لأنها متضمنة فيما تشمله الفئة الأولى (جميع فئات الجمهور). كذلك أشارت النسبة الغالبة من خبراء الإعلام الخارجي وعلماء الدعوة - ممن أجابوا بالتحرك الإعلامي العربي الخارجي لجميع فئات الجمهور - إلى أهمية التركيز على الشباب ضمن هذه الفئات، لما يمثله من ركيزة رئيسية في عملية صنع القرار العربي في المستقبل. كما تشير الدراسات إلى أن فئة الشباب من أهم الجماهير المستهدفة من المضامين الدعائية الغربية المضادة للعرب، ويظهر ذلك واضحاً من كم الأفلام الغربية، بخاصة الأمريكية الموجهة إلى الشباب التي تسبب إلى العرب والمسلمين (٧١).

جدول رقم (٢١)

الأهمية النسبية لفئات الجمهور المستهدف من التحرك الإعلامي العربي الخارجي لتصحيح الصورة من وجهة نظر خبراء الإعلام وعلماء الدعوة

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	
٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	فئات الجمهور
٧٦	٥٧	٦٠	١٢	٧٣,٣	١١	٨٥	٣٤	جميع فئات الجمهور
٢٢,٧	١٧	٤٠	٨	٢٦,٧	٤	١٢,٥	٥	الشباب
١,٣	١	—	—	—	—	٢,٥	١	كبار السن
١٠٠	٧٥	٢٦,٧	٢٠	٢٠	١٥	٥٣,٣	٤٠	المجموع

٥ - حول أهم المقترحات التي أدلى بها خبراء الإعلام العربي الخارجي وعلماء الدعوة حول تطوير البرامج الإعلامية العربية الموجهة لتصحيح الصورة، جاءت في مقدمة هذه المقترحات تأهيل الكوادر البشرية وتدريبها (٦٥,٣%) على العمل الإعلامي الخارجي، وعقد الندوات واللقاءات الإعلامية بقيادة الرأي في المجتمعات الغربية (٥٤,٧%)، وتخصيص مساحة للإعلام العربي الموجه على القنوات الفضائية العربية (٥٢%)، وكذلك إعداد الموضوعات الخاصة ذات الصلة بصورة العرب والمسلمين (٤٠%)، في حين انخفضت الأهمية النسبية لتطوير الشكل الفني والمعالجة الإعلامية للخطاب العربي الموجه (٣٣,٣%)، واحتل التنسيق والتبادل الإخباري بين الدول العربية والغربية (٢٨%)، وتوسيع نطاق الموضوعات الموجهة (٢٥,٣%)، والاهتمام بتنفيذ توصيات لجان الإعلام العربي المشترك (٦,٧%) المراتب الأخيرة من حيث أهميتها النسبية.

جدول رقم (٢٢)

مقترحات عينة الدراسة حول تطوير البرامج الإعلامية العربية
الموجهة لتصحيح الصورة

الإجمالي		علماء الدعوة		خبراء جامعة الدول		خبراء الهيئة		فئات العينة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الآراء
٦٥,٣	٤٩	٦٥	١٣	٦٦,٧	١٠	٦٥	٢٦	١- تأهيل وتدريب الكوادر البشرية وتدريبها.
٥٤,٧	٤١	٣٥	٧	٧٣,٣	١١	٥٧,٥	٢٣	٢- عقد ندوات ولقاءات إعلامية بقيادة الرأي في المجتمعات الغربية.
٥٢	٣٩	٧٥	١٥	٦,٧	١	٥٧,٥	٢٣	٣- تخصيص مساحة للإعلام العربي الموجه على القنوات الفضائية العربية.
٤٠	٣٠	٧٠	١٤	٣٣,٣	٥	٢٧,٥	١١	٤- إعداد موضوعات خاصة ذات صلة بصورة العرب والمسلمين.
٣٣,٣	٢٥	١٥	٣	٢٦,٧	٤	٤٥	١٨	٥- تطوير الشكل الفني والمعالجة الإعلامية.
٢٨	٢١	٥	١	٦٠	٩	٢٧,٥	١١	٦- التنسيق والتبادل الإخباري بين الدول العربية والغربية.
٢٥,٣	١٩	٣٠	٦	١٣,٣	٢	٢٧,٥	١١	٧- توسيع نطاق الموضوعات التي يمكن طرحها عن العرب والمسلمين.
٦,٧	٥	٥	١	٢٠	٣	٢,٥	١	٨- الاهتمام بتنفيذ توصيات لجان الإعلام العربي المشترك.
١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٤٠	المجموع

وتتسق هذه المقترحات مع ما سبقت الإشارة إليه (٥) حول أوجه القصور في برامج الإعلام العربي الخارجى الحالية ومضامينه، حيث جاء نقص كفاءة الكوادر المتخصصة فى مخاطبة الجمهور الغربى فى مقدمة أوجه القصور، يليها نقص المخصصات والاعتمادات المالية اللازمة لإعداد برامج إعلامية خارجية متكاملة، كما احتل قصور الإمكانيات الفنية المرتبة الأخيرة فى أهميته النسبية.

وبذلك تتحدد الرؤية المستقبلية لتطوير برامج الإعلام العربى الموجه، وكما أشارت إليها نتائج الدراسة فى العناصر التالية التى يوضحها الجدول رقم (٢٣).



(٥) انظر جدول رقم (٥) فى سياق نتائج الدراسة الميدانية.

جدول رقم (٢٢)

عناصر الاستراتيجية المستقبلية المطروحة لتطوير الإعلام العربي الموجه لتصحيح صورة العرب والمسلمين

الاستراتيجية الإعلامية العربية الموجهة				مناصر	الأهداف
المعايير والمركزات	الوسائل الاتصالية	الجمهور المستهدف	الأسلوب	المدى الزمني	
<ul style="list-style-type: none"> - الحقائق والمعلومات الصحيحة عن صفات العرب والمسلمين. - تصحيح الصورة المشوهة لبعض الحقائق في الوطن العربي. - التوجه إلى القنوات العريضة من جمهور الدولة التي يفترض أن تذاق بها البرامج الموجهة. - ربط البرامج الموجهة بالقضايا العربية وإيضاح دور الوطن العربي في معالجتها. - التركيز على أوجه النشاط التمويهي والإنجازات العربية على كفاءات المستويات. 	<ul style="list-style-type: none"> - القنوات التلفزيونية الموجهة. - الإنترنت. - الصحافة. - الاتصال الشخصي. - المطبوعات. - الوسائل الاتصالية المتخصصة. - إنشاء وكالة أنباء عربية وقنوات فضائية متخصصة. 	<ul style="list-style-type: none"> - جميع فئات الجمهور. - الشباب. - الأبطال. - جماعات الضغط. - قادة الرأي والفكر. - النساء. - كبار السن. 	<ul style="list-style-type: none"> - المواجهة المباشرة من خلال مخاطبة العقل الغربي طبقاً للمناهج والأساليب التي يفهمها. - الالتزام بضوابط الإعلام الغربي والأمريكي وقبولهما. - تنفيذ الحقائق المشوهة بخاصة الدينونة بالأدلة والحجج المنطقية والبراهين. 	<ul style="list-style-type: none"> - خطة لولاية المدى بتحديد تنفيذها بين خمسة إلى عشر سنوات، لتغيير صورة العرب والمسلمين. - الالتزام بضوابط الإعلام الإسلامي الدولي ودحض المفاهيم السلبية المرتبطة بالإسلام كالإرهاب والعنف، وغير ذلك. - ترسيخ آلية فعالة للاتصال والتشاور العربي - الغربي لتصبح عناصر الصورة المشوهة. - الاتفاق على آلية للعمل والتنسيق بين المؤسسة العاملة في حقل الإعلام العربي الخارجي وهـ لا إلى رؤية موحدة للمواجهة. 	<ul style="list-style-type: none"> ١- تحسين صورة العرب لدى الغرب والمجتمع الأمريكي. ٢- القضاء على أوجه اسويه في صورة العرب والمسلمين. ٣- تطوير نقاط الخطاب الإعلامي العربي الخارجي. ٤- توسيع آفاق الإعلام الإسلامي الدولي ودحض المفاهيم السلبية المرتبطة بالإسلام كالإرهاب والعنف، وغير ذلك. ٥- ترسيخ آلية فعالة للاتصال والتشاور العربي - الغربي لتصبح عناصر الصورة المشوهة. ٦- الاتفاق على آلية للعمل والتنسيق بين المؤسسة العاملة في حقل الإعلام العربي الخارجي وهـ لا إلى رؤية موحدة للمواجهة.

- (٥) وفيما يلي أهم المقترحات العملية لتنفيذ عملية التطوير المستقبلي للإعلام العربي الخارجى فى مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين:
- تأهيل الكوادر البشرية وتدريبها على الخطاب الإعلامى العربى الموجه .
 - عقد الندوات واللقاءات الإعلامية بقيادة الرأى فى المجتمعات الغربية ، والاستعانة بهم بوصفهم قوة ضاغطة للتأثير فى الرأى العام الغربى .
 - إنشاء مكاتب متخصصة للدعاية والإعلام والعلاقات العامة ، تتحدد مهمتها فى مواجهة الشائعات وعوامل التشويه .
 - إنشاء قنوات فضائية عربية مستقلة بغرض مواجهة الدعاية المضادة .
 - إنشاء قناة تليفزيونية فضائية متخصصة لإيضاح منهج الإسلام الصحيح وآراء الدين الإسلامى فى القضايا المعاصرة ، والرد على استفسارات الجمهور الغربى .
 - إنشاء صحيفة دينية يومية إلكترونية باللغة الإنجليزية ، من خلال إعداد موقع محدد لها على الإنترنت يشرف عليها متخصصون من الأزهر الشريف وخبراء الإعلام العربى الخارجى .
 - الاستعانة بقنوات الإعلام المحلية الغربية مع التركيز على المضامين والرسائل غير المباشر لإقناع المشاهدين والتأثير فيهم .
 - تكثيف وسائل الاتصال الشخصى ، مع الاستعانة بالخبرات والمكاتب الاستشارية الغربية - بوصفها أدوات رئيسية لمواجهة التشويه فى صورة العرب والمسلمين .
 - إعداد البرامج الموجهة التى يتم تخصيصها عن الحضارة الإسلامية وصورة العرب الحقيقية وإنجازاتهم ، والاستعانة بالمكاتب الإعلامية الخارجية والقنوات الفضائية لبحثها ونشرها فى المجتمعات الغربية .

- العمل على رفع المستوى الفنى للبرامج الإعلامية العربية الخارجية، على نحو يتلائم مع تقدم المستوى الإعلامى والتكنولوجى الغربى.

- العمل على وضع اتفاقية عربية ملزمة لمختلف وسائل الإعلام العربى والتكنولوجى الغربى.

- العمل على وضع اتفاقية عربية ملزمة لمختلف وسائل الإعلام العربى تنص صراحة على عدم الإسهام المباشر أو غير المباشر فى أى برامج تسعى إلى صورة العرب والإسلام، مع الاتفاق على توحيد الرؤية العربية الخارجية المشتركة، لتفعيل دور الإعلام العربى فى مواجهة الدعاية المضادة للعرب والمسلمين.



خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إيجازها فيما يأتي:

١ - أشارت نتائج الدراسة إلى وجود قصور في عملية انتقاء برامج الإعلام العربي ومضامينه وإعدادها على المستوى الخارجي. وقد تركزت أهم أوجه القصور في نقص كفاءة الكوادر المتخصصة لمخاطبة الجمهور الغربي، ونقص المخصصات المالية اللازمة لإعداد برامج إعلامية خارجية متكاملة، إضافة إلى ضيق نطاق الموضوعات التي يتناولها الإعلام العربي الخارجي.

٢ - يركز الإعلام العربي الحالي على عدد من الموضوعات التي لا يحبذ تناولها على المستوى الخارجي؛ كالجرائم وحوادث العنف التي تقع في الوطن العربي، والموضوعات المفرطة في محلقتها التي تتناول القضايا السلبية في العالم العربي، والأنشطة الرسمية لأعضاء الحكومة وكبار رجال الدولة.

٣ - الاتفاق العام بين أغلب خبراء الإعلام الخارجي وعلماء الدعوة وأصول الدين على وجود عوامل تشويه في الصورة الحالية للعرب والمسلمين، يأتي في مقدمتها التشويه بصورة الشخصية العربية والمسلمة والعقائد الدينية والشعوب العربية بوجه عام، كما يمتد التشويه إلى جماعات معينة تنتمي إلى العالم العربي والإسلامي.

٤ - يرتبط التشويه في صورة العرب والمسلمين بأحداث سياسية معينة على المستويين العالمي والعربي، مع ثبات التشويه على نحو مستمر في الخطاب الإعلامي الغربي.

٥ - تتفاوت مجالات التشويه في صورة العرب والمسلمين في أنماط الإعلام الغربي بخاصة على مستوى أسلوب الخطاب الإعلامي الغربي الموجه عن العرب وشكله.

٦ - الاتفاق العام على أن نمط الإعلام الأمريكي يأتي في مقدمة الأنماط الإعلامية على المستوى العالمي المشوهة لصورة العرب والمسلمين.

- ٧ - اتجاه النسبة الغالبة إلى عد التشويه في الإعلام الأجنبي لصورة العرب والمسلمين مخالفا للحقائق وتشويهاً للواقع العربي والإسلامي .
- ٨ - تأتي القضية الفلسطينية والدعاية المضادة للعرب والمسلمين في مقدمة القضايا التي تشغل الرأي العام العربي حالياً .
- ٩ - الاتفاق العام على أن أسلوب المواجهة المباشرة هو أفضل الطرق لبدء الإعلام العربي في تصحيح صورة العرب والمسلمين ، وذلك وفق خطة استراتيجية يتحدد مداها الزمني بين ٥ و ١٠ سنوات .
- ١٠ - تتنوع الوسائل الاتصالية التي يمكن الاستعانة بها في المواجهة لتصحيح صورة العرب والمسلمين ، ويأتي في مقدمة أهم هذه الوسائل القنوات التليفزيونية الفضائية الموجهة ، والإنترنت والصحافة؛ سواء الموجهة أو الغربية ، إضافة إلى وسائل الاتصال الشخصي وقنواته .
- ١١ - الاتجاه نحو تحديد معايير ومرتكزات محددة للخطاب الإعلامي العربي الخارجي لمواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين ، تتركز في الحقائق والمعلومات الصحيحة عن صفات الشخصية العربية والمسلمة ، وتصحيح جوانب الصور المشوهة عن بعض الحقائق في الوطن العربي ، وربط القضايا العربية والدولية المثارة بجوانب اهتمام الجمهور المستهدف ، وإيضاح دور الوطن العربي في معالجتها .
- ١٢ - أهمية تركيز الخطاب الإعلامي العربي الموجه إلى جميع فئات الجمهور الغربي بخاصة فئة الشباب ، مع التنوع في القوالب والبرامج المقدمة ، على نحو يتلائم مع طبيعة كل فئة مستهدفة .
- ١٣ - وتشير نتائج الدراسة إلى أن تأهيل الكوادر البشرية وتدريبها ، وعقد الندوات واللقاءات الإعلامية بقيادة الرأي في المجتمعات الغربية وتخصيص مساحة للإعلام العربي الموجه في القنوات الفضائية العربية ، مع إعداد موضوعات متخصصة باللغات الأجنبية تختص بصورة العرب والمسلمين ، ومعالجة الشكل الفني للقوالب الإعلامية الموجهة - كل ذلك يعد من أهم أوجه التطوير اللازمة للبرامج الإعلامية العربية الموجهة لتصحيح صورة العرب والمسلمين .

الهوامش

- ١ - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي؛ دراسات الإعلام - المصداقية - الحرية - التنمية والهيمنة الثقافية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ١٩٩٩م، ص ٨٥ .
- ٢ - للمزيد انظر: تيسير أبو عرجة: الإعلام العربي - تحديات الحاضر والمستقبل، عمان، ١٩٩٦م .
- ٣ - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ٨٥ .
- ٤ - راسم محمد الجمال: الإعلام العربي المشترك، دراسة في الإعلام الدولي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط١، ١٩٨٥م، ص ١٧ .
- ٥ - السيد عليوة: استراتيجية الإعلام العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ط١، ١٩٧٨م، ص ٢١٧ .
- ٦ - راسم محمد الجمال: الإعلام العربي المشترك، مرجع سابق، ص ٢٤ .
- ٧ - المرجع السابق، ص ٢٤ .
- ٨ - عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربي وقضايا العولمة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط١، ص ٥٠-٥١ .
- ٩ - محمد مصالحة: دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، بغداد، ١٩٨٤م، ص ١٥ .
- ١٠ - المرجع السابق، ص ١٦ .
- ١١ - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ٨٨-٨٩ .
- ١٢ - فهد عبد العزيز محمد الدعيج: الأمن والإعلام في الدول الإسلامية، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ص ٢١٦-٢١٧ .
- ١٣ - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ٩٠ .
- ١٤ - راسم محمد الجمال: الإعلام العربي المشترك، مرجع سابق، ص ٩٧ .

- ١٥ - المرجع السابق، ص ٩٨ .
- ١٦ - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ٩١ .
- ١٧ - المرجع السابق، ص ٩١ .
- ١٨ - المرجع السابق، ص ٩٢ .
- ١٩ - المرجع السابق، ص ٩٣ .
- ٢٠ - المرجع السابق، ص ٩٤ .
- ٢١ - المرجع السابق، ص ص ٩٤-٩٥ .
- 22 - Edward Mortimer, "Islam and the Western Journalism, in the Middle East Journal. vol. 35, Autumn, no. 4, 1981, p. 475.
- ٢٣ - عواطف عبد الرحمن: قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٧م، ص ٢٣ .
- ٢٤ - المرجع السابق، ص ٢٦ .
- ٢٥ - المرجع السابق، ص ٣١ .
- ٢٦ - المرجع السابق، ص ٣٤ .
- ٢٧ - المرجع السابق، ص ٣٨ .
- ٢٨ - راسم محمد الجمال: الإعلام العربي المشترك، مرجع سابق .
- ٢٩ - المرجع السابق، ص ص ١٤٩-١٤١ .
- ٣٠ - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ص ١١٨-٨١ .
- ٣١ - فريال مهنا: الإعلام الفضائي العربي ووقائع العولمة (دراسة نظرية وتطبيقية على الشركات الوطنية، بمدينة الرياض)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السابع، القاهرة، ٢٠٠٠م، ص ص ٧٦-٥٣ .
- ٣٢ - عواطف عبد الرحمن: قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي، مرجع سابق .
- ٣٣ - حسين أبو شنب: دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٢م .

- ٣٤ - انشراح الشال: الأعمار الصناعية والإعلام الدولي، ملحق رقم (١٤) - فى الأعمار الصناعية والتنمية، مكتبة النهضة، القاهرة، ١٩٨٨ م .
- ٣٥ - عبد الوهاب الكحيلى: «أخلاقيات الإعلام العربى»، مجلة الفن الإذاعى، عدد ١١٦، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ١٩٨٨ م .
- ٣٦ - ميرهان الحلوانى: دور اتحاد الإذاعات العربية فى التعاون الإعلامى العربى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨ م .
- ٣٧ - أيمن حبيب: التعاون الإعلامى وتطوير الخدمة التليفزيونية فى دول مجلس التعاون الخليجى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨ م .
- ٣٨ - بركات عبد العزيز محمد: المعالجة الإعلامية لقضايا العالم العربى، دراسة تطبيقية على المواد الإخبارية فى إذاعات مصر والسعودية وسوريا، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨ م .
- ٣٩ - هالة محمد البغدادي: دور التليفزيون المصرى فى التبادل الإخبارى العربى، دراسة للبرامج الإخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٤ م .
- ٤٠ - فالح حسن عبد الأمير: النشاط الإعلامى لجامعة الدول العربية فى أفريقيا - من حرب ٦٧ إلى حرب أكتوبر ١٩٧٣، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٩ م .
- ٤١ - عبد الرحمن عبد الله زميل: الإعلام العربى فى الولايات المتحدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، الولايات المتحدة الأمريكية، ١٩٧٣ م .
- ٤٢ - ميرهان الحلوانى: دور اتحاد الإذاعات العربية فى مجال التعاون الإعلامى العربى، مرجع سابق .

43- Jack G. Shaheen, Reel Bad Arabs, How Hollywood Vilifies People, First Edition, Canada: Olive Branch Prees, pp. 1-37 .

44 - Ibid, pp. 2-6

45- Ibid, p. 15 .

46- Ibid, p. 17.

47 - Ibid, p. 29.

٤٨ - نادية سالم: صورة العرب والإسرائيليين في الولايات المتحدة الأمريكية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة، ١٩٧٨م، ص ٩ .

٤٩ - حماد إبراهيم حامد: صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة المصرية اليومية، دراسة مقارنة بين حقبتى الستينيات والسبعينيات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٦م، ص ١٤ .

٥٠ - سعيد لبيب: عالمية الاتصال في الوطن العربي والمتغيرات العالمية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ط ١، ١٩٩١م، ص ١٩١ .

٥١ - محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢، ٢٠٠٠م، ص ٣٦٢ .

٥٢ - حسن عماد مكاوى: «تحليل الإنماء، مفهومه ومنهجه، وتطبيقاته، وقضاياها الحالية»، مجلة بحوث الاتصال، العدد العاشر، ديسمبر ١٩٩٣م .

٥٣ - حسن عماد مكاوى ولىلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ١٥١ .

٥٤ - المرجع السابق، ص ص ١٦٣-١٦٥ .

٥٥ - الهيئة العامة للاستعلامات، الكتاب السنوى - مصر ٢٠٠١م، القاهرة، نوفمبر ٢٠٠١م، ص ص ٢٩٠-٢٩٢ .

٥٦ - محمد مصالحة: دراسات في الإعلام العربى، مرجع سابق، ص ١٦ .

٥٧ - صالح أبو أصيب: تحديات الإعلام العربى، مرجع سابق، ص ٨٩ .

٥٨ - تيسير أبو عرجة: الإعلام العربى؛ تحديات الحاضر والمستقبل، دار مجدلاوى للنشر والتوزيع، الأردن، ١٩٩٦م، ص ٣٧ .

٥٩ - المرجع السابق، ص ٣٤ .

- ٦٠ - المرجع السابق، ص ص ٣٥-٣٦ .
- ٦١ - تيسير أبو عرجة: مرجع سابق، ص ١١٣ .
- ٦٢ - انظر الدراسات السابقة في سياق البحث .
- ٦٣ - تيسير أبو عرجة: المرجع السابق، ص ١١٥ .
- ٦٤ - السيد يس: الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر، دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت، ط١، ١٩٨١م، ص ص ٧٠-٧٣ .
- 65 -Stevenson, Robert L. and Donald Show (ed.), Foreign News. & the New World Information Order, NY.: State University Press, 1984 .
- ٦٦ - تيسير أبو عرجة: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ١١٣ .
- ٦٧ - المرجع السابق، ص ١١٤ .
- ٦٨ - الهيئة العامة للاستعلامات: العولمة وتداعياتها على الأمن القومي العربي، سلسلة دراسات مستقبلية، القاهرة، ديسمبر ٢٠٠١م، ص ص ٥٥-٥٦ .
- ٦٩ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٦٢ .
- ٧٠ - مصطفى الفقى: العرب الأصل والصورة، مرجع سابق، ص ص ١٨٢-١٨٣ .
- ٧١ - للمزيد انظر :
- Jack G. Shaheen, Reel Bad Arabs, 10 Edition, op. cit., p. 2001 .