

## تطور صناعة البرامج السياسية في التلفزيون الفضائي العربي

د. صفد حسام حمودي الساموك

قسم الإعلام والعلاقات العامة  
مركز جامعة بغداد

### توطئة

بقيت المجتمعات العربية لأوقات طويلة تتعرض لمضامين (إعلام جماهيري) غير متكافئ، جسده هيمنة (القناة التلفزيونية الوطنية الواحدة)، ويذهب باحثون إلى أن هذا (النموذج التواصلي التقليدي) بدأ في الانحلال تدريجياً بسبب المتغيرات المعاصرة، وفي رأسها ما أتاحته التقنيات الحديثة، (فحين وفرت الاندفاع التكنولوجية إمكانية توصيل البث التلفزيوني مباشرة إلى المستقبل، وبدون وسيط، وبدون أية إمكانية إلغاء أو تعطيل أو منع هذا البث، فقدت الأنظمة سيطرتها وسيادتها واحتكارها الإعلامي، وشكل هذا التطور منعطفاً هاماً في الحياة الاتصالية العربية)) (1)، وأخذ المجال الإعلامي العربي الجديد يتشكل ببطء، حتى أصبح فضاء تتصارع في داخله قوى جديدة عديدة ومتباينة (2)، فضلاً عن تلك القوى السابقة التي كانت تسيطر على النموذج التواصلي التقليدي.

إن المجال الإعلامي العربي الجديد لم يبق بعيداً عن التحولات والمتغيرات الشاملة المعاصرة التي أثرت في الإعلام على مستوى العالم، لاسيما مع ظهور الانترنت كمنظومة تواصلية جديدة، وبروز قوى جديدة غير حكومية في هذا المجال، للاستثمار المالي أو للبحث عن وسائل للتأثير السياسي والإيديولوجي، إذ أسهمت تلك المتغيرات في عملية تغيير الأنماط التي كانت سائدة للمضامين الإعلامية على المستوى العربي.. وقد نتج عن تحولات البيئة السياسية والتقنية والإعلامية ما يمكن تسميته (نهاية السيادة الإعلامية)، والتي تعني في أحد جوانبها: انحسار دور الدولة في تنظيم وصول الأفراد إلى المضامين الإعلامية والمساهمة في إنتاجها، وهو ما أدى بالنتيجة إلى تطور المجال الإعلامي العربي المعاصر (3)، وهو ما عاد بأثره البالغ على صناعة البرامج السياسية في

التلفزيون الفضائي العربي، التي تمارس دوراً مهماً في المجتمعات السياسية المعاصرة.. ويجد الباحث أن المجال الإعلامي العربي الجديد، في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة، قد اتسم بعدد من السمات يمكن تحديدها بثلاثة محاور تتمثل في:

#### 1- من جانب الوسائل:

تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الفرد(4).. إذ إن المجال الاتصالي المفتوح أتاح تعدداً أكبر في الوسائل والقنوات والمصادر والأصوات والمحتوى والجمهور، وإن المزيد من المنتجين، ممن ييئون المزيد من المضامين المتنوعة، إلى المزيد من المستقبلين، يحدث بالضرورة المزيد من القنوات.. فأتساع حجم المضامين، وضغط المنافسة، وتوسع رغبات المستقبلين وتزايد احتياجاتهم لا يمكن أن يتكيف -بالنتيجة- مع القنوات التقليدية التي كانت موجودة لوحدها(5)، وقد نتج عن ذلك التحول إلى المشروعات الخاصة، في مجال البث الفضائي العربي، وبروز المنظومة التفاعلية الالكترونية في المجال الإعلامي العربي.

#### 2- من جانب المضامين:

استمرار الحاجة إلى استيراد البرامج من الخارج، ضمن سياق الاتجاه إلى العالمية والمحلية في وقت واحد، وقد نجم عن ذلك التعامل مع القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية المهمة بعدّها سلعة، والمنافسة مع الخدمات العامة، ((وهو ما يوجب ضرورة زيادة الاتجاه إلى المحلية، وكسب مكانة مهمة بين المتلقين المحليين لأنها إستراتيجية مهمة لمواجهة وسائل الاتصال الجديدة غير المحلية)) (6).

#### 3- من جانب الاستراتيجيات:

محاولة التفوق والحصول على المصادقية لاجتذاب المتلقين(7)، لاسيّما بعد إن حملت العديد من المضامين الإعلامية الوافدة قيماً تتنافى مع الهوية العربية، ((لقد تميز التدفق الحر للمعلومات في ظل العولمة - من وجهة نظر البعض - بطبيعة مراوغة ذات إبعاد متناقضة، ذلك أنه لا يؤدي بالضرورة إلى حرية التعبير، بل يظهر دائماً مفهوماً جديد للرقابة في عصر التدفق الالكتروني للمعلومات، يحمي مصالح المتحكمين بالسوق العالمية... إن سقوط الحواجز السياسية والثقافية وكل العوائق الأخرى أمام التدفق الحر للمعلومات والأفكار، لم يحقق -دوماً- التنوع والتعدد في الآراء والأفكار بما يثري الثقافة الإنسانية، وذلك بسبب هيمنة عدد محدود من الشركات العملاقة على النشاط الإعلامي والمعلوماتي في العالم، مما يشكل تهديداً للتنوع الثقافي الذي ميز تاريخ البشرية)) (8).

كما إن التفاعلية التي تشير إلى إمكانية أن يكون للمشركين في عملية الاتصال تأثيراً على أدوار الآخرين، ويكون بوسعهم التفاعل معها.... يكمن خطرهما في إن المضمون الاتصالي المتبادل لا

يخضع لسيطرة الدولة، ويخترق حدودها، فضلاً عن أنه يعمل على إعادة تنشئة المتواصلين على وفق قيم عالمية، تعدو على قيم المواطنة المحلية (9)، وهو ما يتطلب وضع استراتيجيات، تراعي حريات التعبير، مثلما تهتم بحماية المجتمع، وتعالج إشكالية إعلامية عربية ثلاثية الأبعاد تتجسد في (10) :

- قصور الاستشراف المستقبلي.
- ثقل القيود على الحريات.
- سيادة الإعلام الترفيهي.

ويعتقد الباحث أن وضع استراتيجيات معالجة الإشكالية الإعلامية العربية ينبغي لها أن تقف عند ثلاث حقائق.. تتمثل في:

#### - الحقيقة الأولى: شيوع العولمة (11) :

إن ديناميكية العولمة وآليات حراكها في الوطن العربي لا يمكن تجاهلها، بل ينبغي تحليل دوافعها وأهدافها وإدراك كيفية استثمار إيجابياتها والتعامل مع سلبياتها.. فقد أصبح الإعلام بموجب هذه الحقيقة يشغل المجال الرابط بين الفعل السياسي أو الثقافي ورد الفعل الجماهيري.. وإذا كان المتحكمون في العولمة يسعون إلى صياغة ثقافة كونية شاملة تغطي مختلف جوانب النشاط الإنساني، مستهدفين خلق الإنسان العالمي المبرمج، ذي البعد الواحد المؤمن (بإيديولوجية السوق العالمية)، فإن ذلك لا يمكن إن يتحقق إلا بفضل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وشيوع حريات الاتصال، ومن هنا تأتي ضرورة فهم ديناميكية العولمة للتمكن من التعامل معها.

#### - الحقيقة الثانية: الحاجة التكنولوجية:

إن من يمتلك تكنولوجيا المعلومات يمتلك القدرة على مواجهة الآخرين، ومن لا يمتلكها ليس بوسعها أن يبعد نفسه عن تأثيرات الآخرين (12).. ((كما إن احتمال اتساع الفجوة بين الدول العربية والدول الغربية المصنعة للتكنولوجيا سيبقى قائماً، ما دام الواقع العربي يعاني غياب التنسيق في سوق المعلومات العربية، التي يتقاسمها عدة موردين للبرامج والمعلومات، وما دامت الصناعة العربية لم تصل بعد إلى الدرجة التي تمكنها من تصنيع الكومبيوتر كاملاً)) (13)، وقد سجل في هذا المضمار تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الدول العربية مجموعة من العوامل التي أثرت في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، على الرغم من أن الدول العربية تعتبر سوقاً مستهلكة جيدة للتكنولوجيا حالياً منها (14):

- 1- اختلاف المفاهيم والرؤى المتصلة بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، إذ مازالت هذه المفاهيم والرؤى غير موحدة بين الدول العربية.
- 2- ضعف دور المنظمات العربية المتخصصة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

3- نقص مصادر المعلومات العربية.

4- مشاكل اللغة العربية في استخدام هذه التكنولوجيا.

5- هجرة نسب كبيرة من الكفاءات العربية التي تم إيفادها إلى الدول المصنعة للتكنولوجيا.

ومن هنا.. ((تتفق كل المصادر الدولية والأكاديمية على إن العالم العربي هو من بين أقل مناطق العالم من حيث قدراته التكنولوجية، وأضعفها من حيث إسهامه واستفادته من مجتمع المعرفة ومزاياه، التي بدأت الدول الغربية تنتقل إليه منذ حوالي نصف قرن، وثمة دراسات تشير إلى إن أوضاع العرب في هذا المجال لن تتحسن في العقد المقبل)) (15).

#### - الحقيقة الثالثة: مجتمع المعرفة:

إن تجاهل أطروحة مجتمع المعرفة بوجه عام، وتأثيرات الفضاء المعلوماتي والفجوة الرقمية بوجه خاص في المجال الإعلامي والسياسي والاجتماعي العربي لم يعد خياراً ممكناً، إذ يتعامل علم الاجتماع مع مجتمع المعرفة انطلاقاً من علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ونظم المعلومات وتأثيراتها الاجتماعية في الفرد والأسرة والمجتمع والرأي العام وقوى الضغط المجتمعية، وينظر الفلاسفة إلى مجتمع المعرفة من زاوية قراءتهم لما بعد الحداثة، وكيفية تشكل فكر معرفي افتراضي وشبكة بشرية جديدة، أما فقهاء القانون والعلوم والسياسية فيرون في التقاء تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرار والسيادة وتأثر العلاقات الدولية بثورة المعلومات والاتصالات نوعاً من امتداد السلطة وتشكلها من جديد (16).

#### البرامج السياسية - مدخل

أدرجت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (UNESCO) البرامج السياسية التلفزيونية، ضمن البرامج التي تتضمن النشرات الإخبارية، فضلاً عن البرامج المتعلقة بالشؤون السياسية (17)، ويعتقد الباحث إن النشرات الإخبارية، وإن كانت تحتوي في الغالب على مضامين سياسية، إلا إنها يمكن أن تتناول أحداثاً تتعلق بموضوعات ومجالات غير سياسية، (ثقافية واقتصادية ورياضية واجتماعية وفنية.. وغير ذلك).

ومن هنا، فإن النشرات الإخبارية تعد إحدى أشكال البرامج الإخبارية، فيما ترتبط البرامج السياسية بالمضامين التي تتناول شرح القضايا والموضوعات المتعلقة بالشؤون السياسية، ((ويمكن أن تتناول مشكلة من مشكلات الساعة.. فالبرامج السياسية هي التي تقوم بعرض الحدث وتسعى إلى إيضاح مدى تأثيره في حياة الناس اليومية بصيغة النقب)) (18).

ولأن ((عملية الاتصال الجماهيري هي عملية منظمة ومعقدة، ويزيد من صعوبتها ارتباطها

المباشر بالسياسة، وإن إدراك النظم السياسية منذ القديم لأهمية الاتصال ووسائله دفع لاستئان القوانين التي أتاحت لها مراقبة هذه الوسائل ونتائجها)) (19)، يرى الباحث أن البحث في البرامج السياسية للتقنوات الفضائية العربية، يتطلب الوقوف عند محورين يرتبطان بشكل مباشر بصناعة تلك البرامج هما:

**- حوامل البرامج السياسية.**

- مضامين البرامج السياسية.

**أولاً: حوامل البرامج السياسية:**

ويحددها الباحث في (الوسيلة الإعلامية، وما ترتبط به من ظروف وعوامل ومؤثرات سياسية خارجية، تمارسها الدولة المهيمنة على الإعلام، والقوى المسيطرة في المجال السياسي المحلي.. وأخرى تنظيمية داخلية، ترتبط بالسياسات الإعلامية والإدارية للوسيلة.. فضلاً عن مقدمي تلك البرامج (القائمون بالاتصال)، بوصفهم مصادر ضمن النموذج الاتصالي الدائر، وممن يشكلون الواجهة التي تعبر عن تلك الحوامل أمام الجمهور المتلقي، وصارت شخصيات العديد منهم مرتبطة بهوية البرنامج السياسي الذي يقدمونه، وكذلك المتحدثين من ضيوف البرامج، من حملة الفكر والرأي السياسي.. وغيرهم).

**ثانياً.. مضامين البرامج السياسية:**

وتتمثل في: (المحتوى الإعلامي للبرامج السياسية "الرسالة حاملة المعاني المتضمنة الهدف"، المتعلق بالخطاب الإعلامي الذي تحدده الوسيلة، ضمن إطار الخطاب السياسي العام للدولة، الذي تعبر عنه، أو لا تتقاطع معه في أقصى تقدير، أو موقف الوسيلة الذاتي من حدث أو قضية سياسية بعينها، التي تعرض للتداول والبحث والنقاش والترويج في هذه البرامج).

إن (حوامل) و (مضامين) البرامج السياسية للتقنوات الفضائية، تعد من أبرز العناصر المؤثرة في تلك البرامج، وهي تعمل مجتمعة على تحديد أهدافها واتجاهاتها واختيار قضاياها وموضوعاتها وعرضها للنقاش، وتتأثر بدورها، مثلما تؤثر هي، في مجموعة من العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة بها والمتعاملة معها.

وعلى الرغم من أن الباحث لا يفترض بتحديد تلك العناصر: إن المتلقي مازال سلبيًا غير فاعل في النموذج الاتصالي العربي، إلا أنه يعتقد أن هذه العناصر مازالت الأقوى أثراً في معادلة (الإرسال - التلقي) في المجال الإعلامي العربي التقليدي، لاسيما فيما يتعلق بالمضامين السياسية، المرتبطة بشكل وبآخر، بالهوية السياسية للدولة العربية، ممثلة بالنظم السياسية النافذة فيها بشكل خاص، التي مازالت تمارس سيطرتها ورقابتها على الإعلام الفضائي. وقد عمل الباحث، بمعرض

بحثه في عناصر ومقومات وعوامل صناعة البرامج السياسية في التلفزيون الفضائي العربي وتحديد دور كل منها، على إتباع التقسيمات التالية:

### 1- الوسيلة الإعلامية:

تكمن جدلية موضوعية البرامج السياسية في القنوات الفضائية، وحجم أو طبيعة الأدوار التي يمكن أن تقوم بها في حدود المجتمع، من أن هذه القنوات لا تقوم أساساً بدور محايد (مجرد وسيط) في الصراع الفكري والسياسي.. بل هي أداة عضوية للجماعات المختلفة، تعكس في تعبيرها (الإعلامي - السياسي) نمطاً ومجالاً محدداً لفرض السيطرة (20).. ((أن الإعلام أساساً وجوهرياً هو فعالية فكرية، تتفاعل مع الواقع الموضوعي بشقيه الطبيعي والاجتماعي، بهدف تشخيصه وفهم قوانينه ومعالجة معطياته وتطوره، إلا إن تلك الفاعلية تتم وفق هذه القوانين، وتبعاً للمنظور الخاص للوسيلة الإعلامية، لتوليد معلومات وأفكار قادرة على أن تصل إلى الجماهير الواسعة والتأثير عليها ودفعها للسلوك، والعمل في هذا الواقع بشكل يتفق مع رؤية ومصالح القوى التي تمتلك هذه الوسيلة.. لذا فإن الإعلام لا يقدم الواقع فوتوغرافياً، وإنما يقدم رؤيته لهذا الواقع)) (21)، وهو يتفق مع ما يمكن أن تقوم به البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية، من مهمات وأدوار سياسية.

لقد ساعد عاملان في زيادة دور الإعلام كفاعل سياسي وإيديولوجي، يظهر آثاره عن طريق تعبيرات متعددة (منها البرامج السياسية في القنوات الفضائية)، في الواقع المعاصر، هما (22):

- حجم الانتشار وسعة التعرض، وهو الأمر الذي يؤكد إن الكتلة الأكبر من السكان أصبحت تتلقى المضامين الإعلامية، ضمن برنامجها الروتيني اليومي.. وتتبع المقدرة السياسية والإيديولوجية للإعلام، من قدرته على أن يقول الشيء نفسه لملايين البشر، في الوقت ذاته.

- أما العامل الآخر، فيتعلق بطابع كفي يرتب الظروف السياسية المختصة بصناعة الصحافة، وبما يجعل دورها يتركز ضمن تلك الحدود في التوسط في عملية تقديم الآراء والأفكار، انطلاقاً من رؤية محددة، وطبقاً لتوجهات المسيطر على تلك الصناعة، ومن ثم تصبح توجهات كل وسيلة إعلامية تعبيراً عن وظيفة قائمة في الواقع ولها تعبيراتها المحددة.

### 2- مقدم البرنامج (القائم بالاتصال):

ليس ثمة خلاف حول تأثير توجهات وسياسات الوسيلة الإعلامية على مقدمي البرامج السياسية، بوصفهم قائمون بالاتصال، وعلى رؤيتهم الأحداث والواقع وتفسيرهم لهما.. إن هذا التأثير ليس نتاج علاقة العمل بين الطرفين فقط، بل يكون نتيجة لآليات الانتماء والعمل والعلاقات والتنظيم داخل المؤسسة (القناة الفضائية العربية)، التي تطبع الفرد في النهاية بطابع المؤسسة وأهدافها وسياساتها.. بل إن هذه الآليات يمكن أن تصل إلى مستوى من الضبط يجعله يحدد ما يجب أن يتناوله

مقدم البرنامج في برنامجه التلفزيوني السياسي، أو ما عليه أن يتجنبه من أفكار أو موضوعات أو تفسير للوقائع والأحداث والقضايا السياسية (23).

لقد شكّل هذا المنطلق دافعاً لتشكيك بعض الباحثين في تأكيد الوظائف الديمقراطية، التي يمكن أن تضطلع بها البرامج السياسية في القنوات الفضائية بالمجتمعات العربية، لاسيّما في الدول التي تسيطر نظمها الحاكمة بشكل كامل على وسائل الإعلام، وفي إمكانات عرض الأبعاد الحقيقية للقضايا السياسية المطروحة في الواقع عن طريق هذه البرامج كما هي، على الرغم من الحاجة الماسة للمجتمعات العربية إلى هذه الوظائف، وفي هذه المرحلة بالذات.. وأسندوا ما ذهبوا إليه في ذلك إلى: ((إن الديمقراطية هنا، تصبح ديمقراطية من يملك، وبالتالي من يوجه، والتعددية الإعلامية (التنوع) تصبح مقتصرة على هؤلاء الذين يملكون.. إن هذه الوسائل أو المصادر المتعددة والمتنوعة تتحرك في نفس الواقع، وتخدم مصالح جماعات تنتمي إلى نفس الحقل، وهكذا يتحول التنوع والتضخم للمعلومات إلى عملية إخراج لمعلومات واحدة، في أشكال مختلفة.. فالمعلومة واحدة، إلا أن أشكال إخراجها متعددة، وبموجب ذلك يمكن القول: إن حرية الإعلام والاتصال -ضمن هذا الإطار- لا تتجاوز في نهاية الأمر حرية التصرف في الأشكال التعبيرية)) (24).

ويذهب د. محمد عبد الحميد إلى أبعد من ذلك، في معرض تقييمه واقع مؤسسات الإعلام في الدول العربية، وطبيعة علاقتها بالقائم في الاتصال، حين يقول: ((إن المؤسسة الإعلامية وآليات التنظيم فيها لن تؤثران على القائم بالاتصال من خلال آليات السيطرة والضبط فقط، ولكنهما ستقدمان له الحقائق الخاصة بال جماهير وتوقعاتها جاهزة، للإفادة منها في التخطيط للبرامج أو المحتوى الإعلامي وتنفيذه، وبالتالي سوف نجد القائم بالاتصال مقتنعاً بالاتساق الكامل مع أهداف المؤسسة، (وليس مجبراً عليها)... مما يجعله يشعر بحالة التوازن التي تدعم توجهه نحو هذه المؤسسة وسياساتها... وسوف نتوقع بناءً على ذلك، اتساقاً كاملاً بين المؤسسة وبين القائم بالاتصال، يتجسد في المحتوى الإعلامي (البرنامج السياسي) الذي يعكس الفكر والاتجاه الخاص بالمؤسسة، وأصحاب المصلحة في وجودها واستمرارها)) (25).

### 3- المتحدثون (ضيوف البرنامج):

يشكل المتحدثون في البرامج السياسية، ممن تنتم استضافتهم عنصراً مهماً فيها، فغالباً ما تعمل البرامج السياسية على استضافة متحدثين، بوصفهم معلقين أو محللين سياسيين أو مختصين ومعنيين في مجال ما، لعرض وجهات نظرهم أمام المتلقين إزاء الأحداث والقضايا السياسية المهمة، وتقديم تفسيراتهم وتحليلاتهم للوقائع السياسية، ويتم على الأرجح استضافة المتحدثين الذين تتسجم توجهاتهم مع توجهات وسياسة القناة الفضائية الإعلامية.

وعلى الرغم من العوائد الايجابية التي وفرها ظهور متحدثين مختصين أو مهتمين في مجالات أو قضايا سياسية معينة تهم الجمهور، تقوم بعض القنوات الفضائية العربية، باستضافة بعض المتحدثين، ممن خرجوا عن المعايير الحقيقية للمهنة الصحفية، والأسس الواقعية لحريات التعبير، في أثناء تناولهم قضايا معينة في تلك البرامج، بقصد إضفاء عنصر الإثارة الصحفية، على مضامينها التلفزيونية، ((وقد أبرزت الفضائيات العربية ما يمكن تسميته بنمط (المناضلين التلفزيونيين) الذي يصلون ويجولون على الشاشة، وكأنهم محمولون على أكتاف الجماهير)) (26).

ولأن تجربة القنوات الفضائية العربية مع حريات الرأي والتعبير والحوار المفتوح عبر الهواء مازالت جديدة، فقد تحولت بعض البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية إلى منابر لإعلان المنازعات والخصومات والمهاترات بين الأطراف المختلفة، ووصلت في حالات معينة إلى تبادل الشتائم والألفاظ النابية بين المتحدثين فيها، في ظاهرة قبلت بنقد شديد حُدد في: ((إن المشكلة لدى بعض الفضائيات وبرامجها السياسية تكمن في كيفية الانتقال من مفهوم المساجلة والمضاربة الإيديولوجية إلى مفهوم المناظرة الفكرية... فالحوار يعرف عندنا حتى الآن على أنه: مفهوم المساجلة التي يتقاطب فيها رأيان متنابدان متراشقان حول نفسيهما، وكأنهما في خندقين عسكريين متجابهين.. بينما لم نصل إلى مستوى مفهوم المناظرة، مع أنه أقوى في موروثنا، وشكل أحد مؤسسات المشروع الثقافي العربي الإسلامي في العصر الوسيط، ونحن اليوم نراجع عن هذا المفهوم ونعود إلى ثقافة تشوبها العصبية (27) والتي ينادي فيها كل طرف الطرف الآخر، ويعد نفسه الطرف الصحيح، إلا إن الغريب إن بعض المساجلات التي تقدمها بعض الفضائيات تجد لها شعبية كبيرة وجمهوراً يتابعها)) (28).

#### 4- المحتوى البرامجي (الرسالة حاملة الهدف):

تمارس البرامج السياسية تأثيرها عن طريق الرسائل التي تنقلها إلى الجماهير المستهدفة، ((فالمهمة المركزية للرسالة الإعلامية هي ليس فقط أن توجد وترسل، وإنما أن تصل لتؤثر.. وذلك نظراً لأن الإعلام ممارسة غائية)) (29)، وتحاول تلك الرسائل إحداث التأثير لدى الجمهور المتلقي لتحقيق عدد من الأهداف، منها كسب أكبر قدر من التأييد عن طريق تقديم المعلومات وشرحها، وعرض الآراء والاستمالة العقلية والوجدانية لتبني فكرة سياسية معينة، ومن ثم سلوكيات معينة (30). وبشكل عام.. توصي الأدبيات الحديثة للإعلام بأن توظف مثل هذه الأهداف عن طريق الأسلوبين المباشر وغير المباشر في رسائل إعلامية بالبرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية لأهميتها، من خلال قوالب وأشكال برامجية يجب أن تراعي المحتوى المراد إيصاله للجمهور، والهدف الذي تبتغي تحقيقه بالنتيجة.. وبحسب ما هو مبين (31):



- إن المعلومات المهمة أو الشارحة يمكن أن تقدم بشكل مباشر في إطار البرامج العامة أو المتخصصة معاً، إلا أنه يفضل إن يكون ذلك عن طريق المتخصصين، وعلى شكل ندوة أو حوار أو تحقيق تلفزيوني، (وهو ما يشير إلى أهمية عنصر المتحدثين في البرامج السياسية للقنوات الفضائية).
- الاهتمام ببرامج المشاركة الجماهيرية، سواء بالحضور المباشر أو عن طريق الاتصال التفاعلي، في محاولة لإضفاء عنصر الاهتمام بالمتلقين وعدم افتراضهم سلبيين في حال تلقي المضامين الإعلامية.
- الاهتمام بالدرا ما لتقديم النماذج الايجابية أو السلبية لتجارب الغير وتقديمها أمثلة حية للجمهور.

- إلى جانب أهمية البرامج التلفزيونية لعرض وتداول القضايا المهمة، تأتي أهمية الأخذ بالتقنيات القصيرة بين البرامج في حالة الحملات المكثفة التي يراد عن طريقها تركيز الانتباه على فكرة أو أسلوب معين أو تقديم معلومة سريعة للجمهور.
- إن القياس النظري لفاعلية البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية يرتبط مبدئياً بمدى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات (32):

- 1- ما الهدف من البرنامج؟.
- 2- من هو الجمهور المستهدف من البرنامج؟.
- 3- ما القضايا التي تهم الجمهور فيه؟.
- 4- ما الشكل و الأسلوب الأمثل لعرض هذه القضايا؟.
- 5- ما المدة المناسبة للبرنامج؟.
- 6- من هم الضيوف الذي يصلحون لاستضافتهم في هذا البرنامج؟.

#### **وتدفع تلك المعطيات إلى الاستنتاج بان:**

- البرامج السياسية هي إحدى تعبيرات الخطاب الإعلامي، الذي ينوه بالاتجاه السياسي للوسيلة الإعلامية، أو المرجع السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي الذي يدير أو يشرف أو يرفع أو يؤثر في تلك الوسيلة.. ومن هنا يمكن القول إن من سمات هذا الخطاب، ضمن حدود البرامج السياسية هي:
- أن انتاج الخطاب الاعلامي وتحديد مضامينه يتأثر بالقوى والمؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما يتأثر بالحقائق الاجتماعية الراسخة في وجدان الجمهور، وتنظيم العمل في وسائل الإعلام، وبالبنية الثقافية والفكرية للقائم بالاتصال واتجاهاته (33)، ومن ثم فإن محتوى البرامج السياسية يعبر عن تلك القوى والعوامل والبنى مجتمعة، ويمكن أن يكون أبرز أدوات قياسها.
  - إن ما يعزز هذا الاستنتاج ويركز على أهميته تأكيد الأبحاث التي جرت بهذا الصدد على أن

عملية إنتاج محتوى الخطاب الإعلامي ونشره وإذاعته وظيفية مكرسة لدعم المراكز والأفكار والقوى السائدة وتثبيت الوضع الراهن، وهذا ما يؤكد تبعية وسائل الإعلام لهذه المراكز أو القوى المسيطرة والمهيمنة في المجتمع(34).

إن توظيف العناصر التي أثرت وتأثرت في اتجاهات البرنامج السياسية للقنوات الفضائية العربية بالشكل الصحيح تزيد من أهمية تلك البرامج والحاجة إليها في المجتمعات العربية، في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة، والحاجة إلى موقف ورأي عربيين منها، يقدمان إلى الجمهور، ويضعانه على مسافة حقيقية من الأحداث التي تدور من حوله ويعيش تحت تأثيرها على المستوى العربي والعالمي.. لذا ترتبط أهمية البرامج التلفزيونية السياسية للقنوات الفضائية العربية الحقيقية اليوم بفاعلية القضايا التي نتناولها فيما يخص الجمهور، وهو ما سيجعل منها برامج جماهيرية، تعالج القضايا السياسية التي تهم المجتمع، وليست برامج (صفوة سياسية)(35).

كما إن احتكار السلطات لمعظم وسائل الإعلام والرقابة الصارمة التي فرضتها على المنابر الإعلامية وحرية الرأي في أغلب البلدان العربية، والتي انعكست بأثرها على البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية، صارت عوامل حدثت تدريجياً من قدرات الإعلام العربي سياسياً، وقُلصت من حجم المشاركة والرأي الآخر فيه، وحولته إلى تنظيم رأسي وحيد الاتجاه والمرجعية، يخضع لإدارة وممارسة شديدة المركزية، تفترض التعامل مع الرسائل الإعلامية بوصفها جزءاً من الدعاية السياسية، وليس بعدها إحدى مكونات البنية الإعلامية المسؤولة عن رصد الرأي العام والاتجاهات الفكرية والسياسية والاجتماعية وقياس مستويات المعرفة والابتكار في المجتمع(36).

وما يزيد من أهمية البرامج السياسية في التلفزيون الفضائي فيما يخص المثقفي، هو ((بروز أهمية العلاقة ما بين الاتصال وعلم السياسية عبر الممارسات الإعلامية وطبيعة وظائف الاتصال، فالوظيفة السياسية للاتصال تقف في مقدمة المهام التي تتولى وسائل الإعلام القيام بها، ووسائل الاتصال تمثل أدوات للتعبير عن السيادة وممارستها في المجتمع المعاصر، التي يجب أن تتكيف معها بقية مؤسسات المجتمع، لنقوم بمهمة تمثيل وجهة نظر الرأي العام في مواجهة الحكومة فهي تشكل الرأي العام من خلال القضايا التي تهتمه ونقوم بإعلام الحكومة من اتجاهات الرأي العام، وقد نظر إلى هذه الوظيفة باعتبارها العنصر الفعال في العملية الديمقراطية(37).

لقد أدخل ذلك الإعلام العربي بمضامينه كلها في محنة حقيقية منذ سبعينات القرن الماضي، تجلّت في جملة من التشوهات طالت أجدته وأداءه المهني واللغوي، ومن ثمّ مصداقيته أمام الجمهور، وامتدت ملامحها إلى القنوات الفضائية، ((فصحيح إن الارتباط بالفضاء والانترنت، قد فرض على المؤسسات الإعلامية الرسمية إعادة بناء وتأهيل ذاتي في السنوات العشر الأخيرة، إلا إنها خطوات لم

تتمكن بعد في القضاء كلياً على تشوهات عقدين وأكثر من الزمن)) (38)، الأمر الذي يتطلب تقسيماً شاملاً لدور الإعلام الفضائي المعاصر.. وفيما يتعلق بأهمية البرامج السياسية في هذا المجال، ينبغي أن يجري تفعيلها واقعياً لتحقيق الوظائف الديمقراطية للإعلام، عن طريق توافر مجموعة من العوامل، التي يجب أن تكون سمة عامة في السياسة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية، والتي يمكن تحديد أهمها في الحق في الاتصال لكل فرد، وعدم اقتصار البرامج السياسية على متحدثين بعينهم، وإتاحة المعلومات دون قيود... والتوقف عن محاولات التعتيم التي لم تعد تفيد، وإتاحة الفرصة للمواطن العادي للمشاركة الفاعلة في تلك البرامج، ومن ثم تنمية قدراته في الانتقاء والاختيار والحوار، وتلبية الحاجات الفعلية للجمهور، وطرح الأولويات والقضايا الحقيقية للمجتمع، دون محاولة تحويل انتباهه إلى قضايا ثانوية أو غير مهمة، فضلاً عن عدم السعي لفرض الاقتناعات، بل إتاحة الفرصة للحوار والرأي الآخر، على أساس من التعدد والتنوع الحقيقيين

#### المصادر والهوامش

- 1- د. أدیب خضور، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، ط2، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2008، ص52.
- 2- د. الصادق أحمادي، المجال الإعلامي العربي - إرهابات نموذج تواصل جديد، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد (335)، 2007، ص14.
- 3- صفد حسام حمودي الساموك، قضايا الإصلاح السياسي في القنوات الفضائية العربية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2010، 164.
- 4- د. حسن عماد مكاوي ومحمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص312-313.
- 5- د. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية - دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص68.
- 6- د. محرز حسن غالي، صناعة الصحافة في العالم - تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص145.
- 7- كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علا أحمد، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2006، ص65.
- 8- فاطمة القليني ومحمد شومان، الدعاية والإعلان بعد 11 سبتمبر، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2005، ص196.
- 9- د. راسم الجمال وخيرت معوض، التسويق السياسي والإعلام - الإصلاح السياسي في مصر، القاهرة، الدار المصرية

- الليمانية، 2005، ص106.
- 10- د. محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص114.
- 11- د. ثامر كامل محمد، مجلة العلوم السياسية، (العدد 37-2008)، م.س.ذ، ص227.
- 12- المصدر نفسه، ص228.
- 13- د. مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة- الدور والتحديات الجديدة، بيروت، الدار الجامعية، 1999، ص132.
- 14- المصدر نفسه، ص133-134.
- 15- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص178.
- 16- د. ثامر كامل محمد، م.س.ذ، ص229.
- 17- UNESCO, International Flow Of Television, Paris, 1985, P:15.
- 18- خضر عباس صالح، البرامج السياسية في الإذاعات الدولية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، 1999، ص172.
- 19- عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، عمان، مكتبة الكتابي للنشر والتوزيع، 2003، ص25.
- 20- د. شريف درويش اللبان ود. هشام عطية عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008، ص146.
- 21- المصدر نفسه، ص3.
- 22- المصدر نفسه، ص146.
- 23- د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص377.
- 24- د. أديب خضور، صورة العرب في الإعلام الغربي، دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2002، ص60-61.
- 25- د. محمد عبد الحميد، م.س.ذ، ص376.
- 26- العرب والإعلام الفضائي، ندوة مركز دراسات الوحدة العربية حول الإعلام العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004، ص201، نقلاً عن: علي الجابري، م.س.ذ، ص124.
- 27- تعرف العصبية بأنها: رابطة اجتماعية - سيكولوجية، شعورية ولا شعورية معاً، تربط أفراد جماعة ما، وقائمة على القرابة ربطاً مستمراً، يشهد عندما يكون هناك خطر يهدد أولئك الأفراد: كأفراد أو كجماعة)).. وينظر إليها أيضاً بأنها: ((حالة ذهنية عاطفية تظهر في العلاقات والسلوكيات التي تنسب بها مجموعة من البشر في حالة البدوة التي تأخذ بيدها إلى الملك أو السلطة، وتبرز مرة أخرى كنتيجة للصراعات التي تظهر في المدينة أو الدولة، ولها أطوار تمر بها ومطاف تنتهي إليه)).. وقد جرت محاولات ترجمت العصبية إلى روح الطائفة عند غوتيه، أو بروح الجماعة عند ديسلان، أو حتى التضامن الاجتماعي.. وان كان العديد متحفظاً بمفهوم العصبية لتعذر إيجاد ما يقابلها في اللغات الأخرى.. للمزيد ينظر: د. عبد الرحمن العزي، م.س.ذ، ص60-61.

- 28- العرب والإعلام الفضائي، م.س.ذ، ص200.
- 29- د. أديب خضور، الإعلام والأزمات، دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 1999، ص41.
- 30- د. منى سعيد الحديدي و د. سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص146.
- 31- المصدر نفسه، ص146-147.
- 32- د. محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص8.
- 33- د. محمد عبد الحميد، م.س.ذ، ص383.
- 34- المصدر نفسه، ص384.
- 35- يشمل مفهوم (الصفوة السياسية): الحائزين على القوة السياسية في دولة ما، كما تنطوي أيضا على القيادة والتشكيلات الاجتماعية التي يأتي القادة منها عادة، وهي صفوة قوة تعكس في بنيتها توجهات ومطامح باقي الطبقات التي تخدمها وترعى مصالحها، ولعل أهمية القيادة السياسية جعل منها محورا للصراع والتنافس بين الأفراد والجماعات والشعوب والقوميات والأمم، ومن هنا تصدرت الصفوة السياسية كل أنماط الصفوات الأخرى (الصفوات: الكلاسيكية، والتكنوقراطية، والكاريزمية، والدينية، والإيديولوجية، والحاكمة، وصفوة المجتمعات الريفية) .. فيما تضم النخبة السياسية: أعضاء الحكومة والقادة العسكريين، وفي بعض الحالات العائلات ذات النفوذ السياسي، سواء الارستقراطية منها أو من الأسرة المالكة، كما يمكن أن تضم قادة المؤسسات الاقتصادية القوية الفاعلة في المجال السياسي.
- 36- د. محمد عبد الحميد، م.س.ذ، ص383.
- 37- تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان، دار مجدلاوي للنشر، 2000، ص281.
- 38- د. تهامة الجندي، الإعلام العربي - قلق الهوية وحوار الحضارات، دمشق، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، 2005، ص162.