

الخطاب الإعلامي ومهارات الاتصال

أ.د. أسامة سيد علي

أستاذ التاريخ الحديث

عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة قناة السويس

الملخص:

الخطاب الإعلامي هو كلام موجه إلى جمهور من المستمعين من أجل الإقناع عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، وهناك أنواع من الخطاب؛ فمنه ما هو إخباري، ومنه ما هو توجيهي، وهناك ما هو تفسيري، كما أن هناك خطابا يحتوي على ذلك كله من العام إلى الخاص، ومن البسيط إلى المركب.

والخطاب الإعلامي صناعة ثقافية تتكاتف على تأسيسها وسائل متعددة لإرسال رسائل معينة إلى المجتمع، ومن هنا يجمع الخطاب الإعلامي بين ثنائيي اللغة التي يُصاغ بها، والمعلومة التي تكتب فيه، وما يحويه من مضامين ثقافية ووسائل تقنية لإرسالها عبر الزمان والمكان.

والخطاب الإعلامي مجموعة من الأنشطة الإعلامية التواصلية بين الجماهير والمتمثلة في التقارير الإخبارية، والمقالات الصحفية، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، وكل إنتاج إعلامي تبثه وسائل الإعلام المختلفة. وهو مادة قابلة للتغيير والتطور حسب الزمان والمكان.

ومن مهام الخطاب الإعلامي بث معلومات جديدة، أو تصحيح فكر معين ناتج عن معلومات قديمة، ويجب أن تكون الأفكار هنا مبنية على أدلة وبراهين مقنعة. وقد يتناول الخطاب الإعلامي قضايا مثارة ساخنة، وهنا لابد أن يكون جذابا ومقبولا ومعلوماته قائمة على المصداقية والشفافية. وقد يتناول موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية، تحتاج إلى تفسير وشرح في المحتوى والمضمون من الدولة إلى المجتمع لتسهيل عملية فهمها، وذلك لتكوين آراء ووجهات نظر تخدم الدولة.

الكلمات المفتاحية:

الخطاب الإعلامي، صناعة ثقافية، أنشطة إعلامية.

الخطاب الإعلامي الذي نقصده في بحثنا هذا هو كلام موجه إلى جمهور من المستمعين من أجل الإقناع عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، لأن غالباً ما يفهم من الخطاب الإعلامي التقليدي إلقاء الكلام ومشاهدة الناس للتأثير عليهم أو استمالتهم.

والخطاب الإعلامي المعروف هو مجموعة من الملفوظات المتناسكة والمنسجمة التي تضم سياقاً معيناً، وغالباً ما يكون لفظ الخطاب والنص عبارة عن لسانيات تتم عن طريق الكلام واللغة، إلا أن النص أشمل وأعم فهو مادة خام يمكن أن تتجسد في خطاب.

وهناك أنواع من الخطاب فمنه ما هو إخباري، ومنه ما هو توجيهي، وهناك ما هو تفسيري، كما أن هناك خطاب يحتوى على ذلك كله من العام إلى الخاص، ومن البسيط إلى المركب، ومرادف الخطاب هنا هو الحديث أو القول.

ومن المعروف أن الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية تتكاتف على تأسيسها وسائل متعددة لإرسال رسائل معينة إلى المجتمع، ومن هنا يجمع الخطاب الإعلامي بين ثناياه اللغة التي تُصاغ به، والمعلومة التي تكتب بها، وما تحويه من مضامين ثقافية ووسائل تقنية لإرسالها عبر الزمان والمكان.

والخطاب الإعلامي يمكن أن نصفه أيضاً بأنه مجموعة من الأنشطة الإعلامية التواصلية بين الجماهير والمتمثلة في التقارير الإخبارية، والمقالات الصحفية، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، وكل إنتاج إعلامي تبثه وسائل الإعلام المختلفة.

والحقيقة التي لا مراء فيها أن الخطاب الإعلامي مادة قابلة للتغيير والتطور على حسب الزمان والمكان ومع هذا التطور وفي النهاية يجب أن يكون الخطاب الإعلامي مطابق للواقع الذي تعيش فيه الدولة، ويجب أن يحظى بقدر من التأثير الاجتماعي، وهو يعتمد على سياسة الدولة التي تتبناها، وفكرها الذي تسير عليه،

فهو جزء لا يتجزأ من المنظومة السياسية للدولة، وغالباً ما يتناول الخطاب الإعلامي القضايا التي تهم الجماهير وتمس احتياجاتهم^(١).

ومن مهام الخطاب الإعلامي قد يكون بث فكر معين عن طريق معلومات جديدة، أو تصحيح فكر معين ناتج عن معلومات قديمة، ويجب أن تكون الأفكار هنا مبنية على دلالة وبراهين لإقناع الجمهور بها.

وقد يتناول الخطاب الإعلامي قضايا مثارة ساخنة، وهنا لابد أن يكون جذاب ومقبول ومعلوماته قائمة على المصداقية والشفافية.

وقد يتناول الخطاب الإعلامي موضوعات تكون سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية، تحتاج إلى تفسير وشرح في المحتوى والمضمون من الدولة إلى المجتمع لتسهيل عملية فهمها، وذلك لتكوين آراء ووجهات نظر تخدم الدولة.

أما الخطاب في القرآن فهو مختلف لأنه كلام من الله سبحانه وتعالى للمكلفين طلباً ونهيًا وترغيبًا وترهيبًا وتذكيراً وإنذاراً للناس.

وغالباً ما يختلف الخطاب الإعلامي على حسب ثقافة الدولة ومدى عمقها داخل المجتمع، ومع اختلاف الثقافات والهويات يختلف الخطاب، لذلك لابد أن يكون الخطاب الإعلامي متنوع على حسب هوية الدولة وثقافة الشعب ومكونات الأفراد^(٢).

والهوية الثقافية للمجتمع هنا هي النواة الحية لشخصية ذلك المجتمع، وهي التي تحدد سلوك المجتمع وتؤدي إلى قراراته وبالتالي هي العنصر المحرك للخطاب الإعلامي، وهي التي تحدد ملامحه وأشكاله.

(١) محيى الدين عبدالحليم، أصول الحوار الإعلامى مع غير المسلمين بين النظرية والتطبيق، بحث منشور بالمؤتمر العام التاسع للجلس الأعلى للشئون الإسلامية تحت عنوان الإسلام والغرب، المنعقد بالقاهرة ١٤١٨هـ/١٩٩٧م، ص ٧٨٤.

(٢) محمود أدهم، فن الخبر، الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٧٩ ص ٩ ومابعد.

ومن الضروري على الخطاب الإعلامي أن يكون معبراً عن طموح الشعب وتطلعاته في مرحلة تاريخية معينة، وهنا يحدث الالتقاء والربط بين الخطاب الإعلامي والتاريخ، وسوف يظل هذا الارتباط بين مفهوم الخطاب الإعلامي والتاريخ ارتباطاً وثيقاً يظهر في جوانب الحياة سواء كانت جوانب سياسية أو دينية، أو اقتصادية، وهو ما ينعكس سلباً أو إيجاباً على المجتمع.

والتاريخ أحداث وقعت في الماضي كوّنت موروثاً ثقافياً في الوقت الحاضر، كونها الإنسان في الزمان والمكان، وتنتقل من جيل إلى جيل من خلال الفكر والعادات والتقاليد، وهي قابلة للتعديل على حسب الظروف ولكن هذا التعديل لا يتم بسهولة إلا من خلال خطاب إعلامي جيد يمكن أن يؤثر على الهوية الثقافية والوطنية.

ولابد أن يكون الخطاب الإعلامي موحداً ومتقناً في التفكير والسلوك داخل الدولة الواحدة، وإلا سيأتي بصورة عكسية لو ظهر مختلفاً في الأبعاد والهوية، وهنا يؤدي إلى التفكك بدلاً من الترابط.

ومن هنا كانت أهمية الخطاب الإعلامي في الدولة على الوسط المجتمعي والشعبي بما يحتويه من قيم وأخلاقيات وعقائد سواء كانت نافعة أو فاسدة.

والآن ومع التطور الهائل في وسائل الاتصال ومع ظهور هذه الثورة الرقمية في ظل مهارات الاتصال الحديثة يمكن تغيير كثير من القيم والسلوكيات الفكرية لدى الشعوب لتحقيق أهداف وغايات الدولة.

ولا يمكن أن ننكر أن الخطاب الإعلامي له تحيزاته سواء كانت مخفية أو معلنة، باطنة أو ظاهرة، وسواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، فالهدف منها نقل ممارسات معينة للجمهور عن طريق وسائل إعلام محددة تفرض طبيعتها لتحقيق استراتيجياتها.

وفي المقابل يمكن أن يتناول الخطاب الإعلامي المشكلات بمنطقية عن طريق عرض أفكار مرتبة ومنظمة وعن طريق اختيار الكلمة الدقيقة الواضحة، ويتم ذلك

عند استخدام نص محدد يحتوي على عدة نقاط أو محاور يسعى للحديث عنها بطريقة جيدة ومشوقة لفظاً ومعنى، في عبارات وجمل سهلة ليسهل فهمها لدى المتلقي، ويتحقق ذلك بالتركيز على الأفكار والحقائق والمعلومات المهمة والأساسية التي يعرفها المتحدث.

ومن هنا كان لابد من وجود الخطاب الإعلامي المشوق الجاذب البعيد عن الغموض لجذب المتلقي، ولابد أيضاً أن يكون الخطاب متنوعاً في الجمل والعبارات والفقرات، بحيث تتضمن كل فقرة فكرة جيدة، ومعلومات جديدة بطريقة مختصرة غير مخلة بالخطاب، وكما يقال "خير الكلام ما قل ودل".

ومع تحديد لغة الخطاب وأسلوبه يتكون الحوار على حسب مستوى ثقافة الجمهور المخاطب، لذلك لابد من تحديد الفئة المستهدفة من الجمهور، مع مراعاة الآداب والأخلاق والذوق العام في لغة الخطاب والبعد عن التسفيه والسب والشتم^(١). ولابد أن يحتوي الخطاب الإعلامي على قضايا تهم الجماهير، وتمس المجتمع ورغباته ومتطلباته وتطلعاته وهو يبيث معلومات جديدة أو من أجل تصحيح معلومات قديمة، وفي كلتا الحالتين تكون المعلومات مبنية على الأدلة والبراهين لإقناع الجمهور.

والخطاب الإعلامي السياسي مثلاً شكل من أشكال الحوار والاتصال يُستخدم من الدولة عندما يكون هناك خلاف سياسي، أو إن شئت فقل صراع سياسي أو عسكري معين، وهنا يتم فرضه فرضاً على الناس بصورة معينة مسموعة أو مكتوبة أو مصورة، لكسب مشروعية معينة مدعومة بالحجج والبراهين المنطقية صحيحة أو غير صحيحة.

(١) سعد ليبب وكرم شليبي، الصحافة الإذاعية، بغداد، دار الحرية للطباعة والنشر ١٩٧٢م، ص ٢٢ وما بعدها.

وقد تستخدم السلطة الخطاب الإعلامي لمنح سلطة، أو لنزع سلطة، أو لتأكيد سلطة، ويتم ذلك عن طريق المدح والثناء أو العكس، وهنا يعمل الخطاب الإعلامي على إيجاد رؤية سياسية مختلفة تستند على إيديولوجيا محددة معده مسبقاً.

وفى كل الأحوال يجب أن يعتمد الخطاب الإعلامي على البلاغة لأنه يقوم على التأثير العاطفي على المستمعين والمشاهدين ولا يمكن أن يتم ذلك إلا من خلال أسلوب بلاغي عال، وقد يستخدم الخطاب هنا نظام المحاكاة والكناية والاستعارة من قبل متخذي القرار لإقناع الجماهير.

وهنا يصبح الخطاب الإعلامي مادة سحرية وحالة نفسية تنتشر لتتسرب إلى قلوب الناس بصورة ذهنية وإدراكية تخترق حواجز السمع والبصر^(١).

أهمية الخطاب الإعلامي

مما لا شك فيه أن وسائل الإعلام قد فرضت نفسها على المجتمع الدولي المعاصر، وأصبحت جزءاً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة.

وإنسان اليوم لا يستطيع الحياة دون مواكبة ما يدور حوله من أحداث سواء كانت على الساحة المحلية أو الإقليمية أو العالمية.

وفى حال غياب الاتصال بين الأفراد والجماعات الإنسانية فإن العلاقات بينهم سوف تتجمد ويتوقف التواصل، وينضب معين الحياة.

وحتى لو لم يستمع المرء إلى الخطاب الإعلامي فإن هذه الوسائل سوف تسعى إليه لتقدم له ما يدور حوله من أحداث وما أفرزته الأدمغة البشرية من علوم ومعارف.

ومن هنا فقد أصبح المجتمع الدولي أسيراً لهذه الوسائل، تحاصره في كل وقت وفي كل زمان ومكان؛ فلا يستطيع الفكك منها أو الحياة بدونها، والخطاب

(١) وليم الميزى، الأخبار مصادرها ونشرها، القاهرة، الأنجلو المصرية، ص ٩٤.

الإعلامي بمختلف اللغات يحاول أن يرسم للإنسان طريقاً جديداً لحياته، وأسلوباً معاصراً لنشاطه وعلاقاته.

وتتضاعف مكانة الخطاب الإعلامي المعاصر بعد تلك التقنيات الحديثة في الوسائل الإلكترونية وإمكانياتها الإعلامية سمعية وبصرية، لم تكن لتتاح للأجيال السابقة^(١).

هذه الفنون الحديثة في وسائل الخطاب الإعلامي إذا أحسن العالم توظيفها في الحوار بين الشرق والغرب سوف تسهم إلى حد كبير في التفاهم بين الدول والتسامح بين الأديان، وتحقيق الرفاهية والطمأنينة للبشرية وشعوب العالم جمعاء.

ذلك لأن الوسائل السمعية والبصرية والأقمار الصناعية وأجهزة الاتصال الإلكترونية الحديثة يسّرت التدفق الإعلامي بين الدول، ووسائل هذا الخطاب الإعلامي تنساب الآن بتلقائية ويسر إلى أي مكان في العالم، حتى إن ما يدور في أقصى الشرق أصبح يسمعه ويراه الناس في أقصى الغرب في اللحظة نفسها، وفي وقت وقوع الحدث.

ومن ناحية أخرى فإن تقدم الخطاب الإعلامي الكبير في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مكّن النشاط الإعلامي من أن يجذب إليه الجمهور ويغريه بما يقدمه من أعمال حوارية، وفنون إخبارية وثقافية لفتت انتباه المتلقي، وشدت اهتمامه بطرق الجذب وأساليب الاستمالة وفنون الإقناع، وبما قدمت له من سيل من المعلومات والصور والأفكار.

ومن ناحية ثالثة مكنت ثورة الاتصال المعاصر في وسائل الخطاب الإعلامي من الوصول إلى ملايين البشر في لحظة واحدة، وأصبح الخبر يطوف العالم كله في الوقت نفسه حتى تحوّل العالم إلى قرية كونية واحدة، وغدت الدنيا كلها في متناول بصر الإنسان وسمعه.

(١) وليم الميرى، الأخبار مصادرها ونشرها، ص ٩٤.

ومن ناحية رابعة لم يعد الخطاب الإعلامي يقتصر على شعب دون شعب أو دولة دون أخرى أو فئة معينة على حساب الأخرى، ولكنه أصبح قادراً على التوجه إلى الإنسان حيثما كان.

لذلك كله لم يعد الحديث عن وجود مردود لوسائل الخطاب الإعلامي على الفرد أو المجتمع موضع جدل أو نقاش، ولكن الجدل والنقاش يكمن في أهميته ودوره في التأثير على الجزئيات والكيانات خاصة أو عامة، كثيرة أو قليلة، ولكنها هامة، ومنها تأثيره مثلاً على السلام العالمي في العالم كله، والسلام العالمي الذي نقصده هنا سلام عسكري واقتصادي، وهنا نتساءل هل هذا التأثير إلى الأحسن أو إلى الأسوأ؟.

وهنا تظهر أهمية وسائل الخطاب الإعلامي في تحقيق التفاعل والتناغم والتقارب والانسجام بين الدول والمجتمعات البشرية في العالم من خلال التقنيات والقوالب الإعلامية المؤثرة.

ومع الخطاب الإعلامي يأتي دور الحوار بين كل الدول شرقاً وغرباً، وبين الملل والنحل، مسلم وغير مسلم، وفي مقدمتها وسائل الاتصال التي تسهم في تحقيق الغايات.

ولكن يجب أن نعلم هنا أن كل واحدة من وسائل الاتصال لها مقدرة خاصة على استثمار الجانب الحواري والمهاري، وهي تختلف عن الأخرى، بحسب السمات المميزة التي تحكم نشاط كل واحدة من هذه الوسائل، بمعنى أن القدرات الحوارية تختلف من وسيلة إلى أخرى وفقاً للموضوع الذي تعالجه، والجمهور الذي تخاطبه، والمجتمع والبيئة التي تتوجه إليها. وهذا يعني أن نجاح الخطاب الإعلامي يتوقف على حسن اختيار الوسيلة المناسبة في الوقت المناسب والمكان المناسب والظرف المناسب^(١).

(١) أحمد عبد الرحيم السايح، معالم العلاقات الإنسانية في الإسلام، سلسلة دعوة الحق، تصدرها رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، العدد ١٩٨، سنة ١٤٢١هـ / ٢٠٠٢م، صفحات متعددة.

فالوسائل السمعية مثلاً وسيلة اتصال عالمية سهلة وميسورة تستطيع أن تصل إلى الجميع وتستطيع مخاطبة كل الفئات والأعمار والطوائف مهما اختلفت درجات تعليمهم ومستوياتهم الثقافية، وهي أجدر على إجراء التفاعل والحوار مع الناس في كل وقت، وفي أى مكان.

وتتميز هذه الوسائل بقدرتها على جذب المشاهد والاستحواز على اهتمامه من خلال المؤثرات الصوتية التي تسرح بخياله في الحوار والمناقشة، إضافةً إلى رخص ثمنها وسرعة انتشارها، وقدرتها على تحقيق المشاركة الدولية في الاستماع لبرامجها. أما الوسائل البصرية فهي التي تجمع بين الصوت والصورة، والحركة واللون؛ فهي تستحوز على حاستي السمع والبصر عند الانسان، وتلفت انتباه المشاهد وتنقله إلى موقع الحدث بكل أفكاره ومشاعره وانفعالاته بما يخدم مصلحة الدولة.

وهذه الوسائل البصرية تربط المُحاورَ والمتحاور معه، وتقدم له معلومات جديدة سواء في محيط الموضوع المطلوب الحوار فيه، أو بعيداً عنه، لذا فهي توسع مداركه بأسلوب سهل وبطريقة مشوقة.

ووسائل الإعلام المقروءة لها أهميتها أيضاً في أنها يمكن للمتحاورين مراجعتها وقتما يشاءون وفي أي وقت يريدون، وهي تسمح بحرية أكبر في التحليل والتفسير، كما أنها أقدر على مخاطبة الجماهير العالمية من خلال الإصدارات المتخصصة التي تتوجه إلى مختلف الفئات بحسب الطبيعة النوعية لكل واحد منها.

وقد أضافت شبكات التواصل الاجتماعي بعداً جديداً آخر في حقل الاتصال الجماهيري بالحوار، وهي تتميز بسرعة الانتشار والقدرة على الجذب والسهولة في التواصل، وهي تسهم بدورها في تحقيق عالمية المعرفة، وإلغاء عنصرَي الزمان والمكان بصرف النظر عن العقيدة واللون والجنس.

ومن خلال هذا العرض يتبين لنا أن وسائل الخطاب الإعلامي أصبحت تؤدي دوراً على درجة كبيرة من الأهمية للعالم المعاصر وبخاصة في مجال الحوار وتبادل الأفكار والأخبار، وتقديم التحليل والتفسير لهذه المعلومات وتصنيفها من خلال بيان

الصحيح والزائف منها، لذا فهي تقدم صورة عن الآخر بكل موضوعية، وذلك بما يتوافر لها من إمكانيات فنية تساعدها على التعبير الصحيح عن المضمون الفكري الذي تتناوله.

والمهم هنا هو كيفية استثمار معطيات هذه الوسائل في تحقيق التفاهم المتبادل والفهم المشترك بين الدول في الشرق أو الغرب، ومن ناحية أخرى بين الإنسان وبين الآخر، وكل ذلك يأتي انطلاقاً من المكانة الكبيرة التي تحتلها وسائل الخطاب الإعلامي كواحدة من أهم روافد الحوار الذي يساعد على تشكيل الفكر وتصحيح الآراء وبناء المجتمعات لتحقيق الرفاهية والأمان للجميع^(١).

ومن هنا نستطيع أن نقول إن الخطاب الإعلامي الحواري أو حوار الإعلام يصبح المظلة التي تتحمل مسؤولية تحقيق الأمن والسلام السياسي والاقتصادي والاجتماعي في العالم، وإعلاء القيم التي جاءت بها الرسائل السماوية، وعرض الحقائق، وتقديم وجهات النظر، وترسيخ القيم والتعاون بين الدول، وبين الشعوب والأفراد.

بما يعنى أن الخطاب الإعلامي الاتصالي الجماهيري بوسائله، سمعية، أو بصرية، أو مقروءة، أو وسائل اتصال عبر شبكة المعلومات العنكبوتية، أو الفيس بوك، أو الوتس آب، تستطيع الاضطلاع بأدق المهام وأخطر الأدوار في تقديم الحقائق وتصحيح الصورة، وتحقيق التقارب بين الدول وبين الأديان، وبين الأفكار المختلفة، لما تتمتع به من التنوع والتعدد، وسعة الانتشار والقدرة على الوصول إلى الجماهير في أي وقت، وفي أي موضع، وفي أي مكان، بعد أن أصبحت هذه المؤسسات قادرة على أن تؤدي دوراً رئيساً في نشر الأفكار الصحيحة وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بنهضة العالم، وخلق الشخصية الدولية الجديدة الخلاقة وليست الهدامة.

(١) سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، القاهرة، ١٩٨٨م، ص ٥٢-٥٦ وما بعدها.

ولا يعني ذلك أننا نستغني عن الاتصال الجماهيري المباشر وجهاً لوجه، لأن الاتصال المباشر هو القادر على عرض الحجج المنطقية، وتقديم البراهين العقلية، وله القدرة على الإقناع أكثر من وسائل الاتصال المسموعة والمرئية.

فلا يكفي أن تلجأ الشعوب إلى الشاشة الصغيرة والكبيرة لتحقيق التعاون، بل لابد من الالتحام المباشر لتحقيق الغايات المستهدفة من الحوار.

وأرجو ألا يُفهم ذلك على أنه تقليل من قيمة الخطاب والحوار الإعلامي بوسائله المختلفة، وكل ما نقصده هنا هو التنسيق بين الوسائل المباشرة وغير المباشرة؛ فلا يمكن الاستغناء عن الوسائل الحديثة في التواصل الإعلامي، ولا يمكن الاستغناء عن الوسائل التقليدية القديمة في الاتصال المباشر، فلكل منها دور محدد ومجال معين، ووقت معلوم.

فإذا كان الاتصال المباشر وجهاً لوجه قادراً على الاستمالة والإقناع، فإن الاتصال الإعلامي غير المباشر أكثر قدرة على التبليغ والانتشار في الخطاب الإعلامي^(١).

وفي ضوء هذا كله نحن بحاجة إلى إعادة النظر في الخطاب الإعلامي ليكون حواراً مثمرًا بين الدول، وبين أصحاب الأيديولوجيات المختلفة، لأنه حتى الآن - وللأسف الشديد - توجد العديد من المشكلات التي تواجه الخطاب الإعلامي بين الدول، ويمكن أن نجمل هذه المشكلات في الآتي:

هيمنة النظام الإعلامي العالمي على الحوار:

كما نعلم أن الوكالات الدولية والأنباء العالمية تسيطر عليها دول احتكارية بعينها، تسيطر على وسائل الاتصال المتطورة بعيداً عن تحقيق العدالة في تدفق المعلومات بين الدول، خاصة دول العالم الثالث، وهي التي تشكل أكثر من نصف سكان كوكب الأرض.

^(١) محمود فهمي، الصوت والصورة، سلسلة كتب الفن والحياة، دار النهضة العربية، بدون تاريخ، ص ٤٨.

وقد نتج عن ذلك سيطرة المؤسسات الإعلامية الاحتكارية الدولية الضخمة على جميع قنوات الاتصال في العالم من خلال التحكم في المعلومات والأنباء، مما أدى إلى تشويه صورة العرب والإسلام معاً، من خلال التركيز على المشاكل والأزمات والاضطرابات في الدول الإسلامية، والتركيز على الجوانب السلبية في هذه الدول فتضخمها وتصوغها صياغة غير موضوعية من جانب واحد، وحين تسعى الدول العربية إلى تصحيح صورتها فإنها لا تستطيع تحقيق ذلك بسبب هيمنة النظام العالمي على وسائل الاتصال من ناحية، ومن ناحية أخرى ضعف إمكانيات بعض الدول العربية، ومع تواجد هذه الإمكانيات لدى دول عربية أخرى إلا أنها قليلة الحيلة^(١).

الدول العربية، ودول العالم الثالث بصفة عامة الآن مستهلكة للمعلومات، لا مشاركة في المعلومات، أما الدول الكبرى فهي المحتكرة للمعلومات.

وفى ضوء هذا المناخ المفقّد للعدالة في نظم الاتصال العالمية، فإن الأنشطة الإعلامية التي تحمل رسالة الحق والعدل وتتوجه إلى الفكر الواعي وتنتشر السلام والمحبة بين الناس تتوارى وهي مفقّدة إلى الإمكانيات المادية والوسائل التقنية الحديثة، مما يصبح من الصعب إبلاغ الرأي العام العالمي بالحقائق والمعلومات الصحيحة.

وفى ظل هذا الاختلال والاحتلال الظالم فإن الدول المستضعفة في الشرق، والدول القوية في الغرب على السواء مطالبون بإيجاد حلٍ لهذه المشكلات في الخطاب الإعلامي، وعليها أن تضع نُصب أعينها الاستفادة من المستجدات العلمية ومعطيات العصر.

والواقع الإعلامي الجديد الذي يفرض نفسه، يتطلب إقامة نظام دولي جديد تتحقق فيه العدالة، ويتم فيه تبادل المعلومات بموضوعية وتجرد ونزاهة، وتتاح فيه

^(١) (إحسان عسكر، الخبر ومصادره، ط. القاهرة، سلسلة علم الكتب ص ١٦٢).

الفرصة للرأى العام العالمي لمعرفة الحقيقة والتمييز بين الحق والباطل، لإتاحة الفرصة لعرض الحقائق وفهم جوهر الإنسان.

ولابد من تحقيق تغير جذري في الوضع الحالي الذي يحكم العلاقات الدولية الإعلامية بين الدول المتقدمة في الغرب، والدول النامية في الشرق، بحيث تكون علاقة عادلة تحقق الحد الأدنى لحقوق الإنسان في الاتصال والتعبير عن النفس، بدلاً من هذه العلاقة القائمة، التي تجعل هناك فئة مهيمنة وفئة خاضعة مغلوطة على أمرها^(١).

ارتفاع تكلفة التكنولوجيا الإعلامية لدى الدول النامية:

لقد فرضت تكنولوجيا الاتصال نفسها بقوة على العصر الذي نعيش فيه بصورة واضحة وأصبح العالم بفضل هذا التطور يعيش في بقعة محدودة في ظل الزمان والمكان متزامنة مع ثورة قامت تسمى ثورة المعلومات.

وكل هذه التقنيات تحتاج إلى تكلفة مادية وبحثية وتطبيقية وعلمية لا تتوافر لدى كثير من الدول النامية التي تعاني من الفقر، وهذا العجز الذي تعاني منه الدول النامية لا تستطيع معه اللحاق بركب التقدم، مما ينعكس على فرص الحوار الإعلامي بين الشرق والغرب.

وهنا تكمن الأزمة التي تواجهها وسائل الخطاب الإعلامي الفقيرة في الدول النامية، حيث ظلت معظم هذه الوسائل تعتمد على الطرق البديلة البالية، والذي من المستحيل معه التجاوب مع التقنيات الحديثة في عالم الاتصالات التي توفر كمًّا وفيرًا ومتنوعاً من المعارف في الكم والكيف.

عدم توافر المعلومات والكوادر المتمرسية في الخطاب الإعلامي:

من عوامل نجاح أو فشل الخطاب الإعلامي بين الدول في الشرق والغرب توافر المهارات الإعلامية، ولكن للأسف الشديد هناك غيبة في المعلومات وعدم معرفة طبيعة ثقافة معظم الدول، ونظريات الاتصال هنا وهناك، مما يؤدي إلى

(١) فوزية فهم، التلفزيون فن، دار المعارف، يونيو ١٩٨١م، ص ٤١، ٤٢، ٤٣، ٤٤.

تعاظم لغة الحوار والنقاش بين الدول من أجل تحقيق الغايات المستهدفة حتى لو توافرت لها الوسائل المتقدمة والامكانيات المادية الكبيرة فهي تنقصر إلى خبراء في فن الحوار الخطابى لتحقيق التفاهم المشترك بين الأطراف المتحاوره.

وهذا يتطلب عناصر مؤهلة تأهيلاً علمياً صحيحاً، للحصول على المعلومة الصحيحة التى تؤدي إلى التأثير الفعال.

ونحن في حاجة إلى إعلاميين يعرفون لغة العصر، وفنون الاتصال والقدرة على الإقناع، ويستطيعون مخاطبة العالم بفئاته ومختلف دياناته المتعددة، وثقافته المتنوعة، ويلتزمون بالموضوعية والتجرد في عرض البيانات، ومعالجة القضايا لإعطاء مردود إيجابى في تقارب الحضارات، والتوازن بين الدول في الشرق والغرب^(١).

وعلى كل من يتصدى للخطاب الإعلامي، وبخاصة فى مجال الأديان والسياسة والاقتصاد، أن يدرك أن هذا العمل ينذر بردود فعل عكسية وبآثار سلبية، لأن هؤلاء الإعلاميين يستطيعون أن يكسبوا بسلوكهم وموضوعاتهم أكثر مما يكسب الوعاظ بالخطب، لأن الناس ينظرون إليهم بلا تحيز باعتبارهم نماذج حية أمامهم، لذا يجب أن يكون هؤلاء أمثلة عليا للفهم والاستقامة والعلم وعدم التحيز، وجميعها من أهم مكونات الخطاب الإعلامي لأنها تنعكس على الفكرة التي يدعو الحوار إليها، وتروج إلى الجهة التي يمثلها، وهنا يؤدي عدم العلم والتحيز إلى خسارة معنوية ومادية تضر أكثر مما تنفع.

عدم توافر حرية الحوار وحق الاتصال:

على الرغم من أن الأديان أعطت للإنسان الحق الكامل فى التفكير والتعبير عن الرأي فيما يقع تحت بصره من ظواهر ويعبر عنه بمختلف الوسائل المتاحة والمشروعة، وأن يجهر بما انتهى إليه رأيه حتى لو كان مخالفاً للآخر دون خوف،

(١) عبد الحميد الحديدي، الأخبار فى التلفزيون، مجلة الفن الإذاعي العدد ٦٥ سنة ١٩٧٤م، ص ٥٠.

وعلى الرغم من عدم وجود قيد على الحرية ولا كبت للرأى ولا إجبار على السكوت فى مبادئ ومنظمات حقوق الإنسان، فلكل إنسان الحق فى التعبير عن رأيه وأن يتحدث بما يشاء وكيف يشاء، كما أن الأديان لا تمنع الآخرين من تبني ما يعتقدون من أراء وأفكار.

وعلى الرغم من كل ذلك، إلا أنه حتى الآن هناك قيود على حرية التفكير والتعبير، وبخاصة عندما يتعرض الأمر للتعبير عن الواقع الأليم لبعض الدول فى الإعلام المسموع أو المرئى، وعلى الرغم من أن هذه حقوق ثابتة، فإنها غير موجودة، حتى وصل الأمر إلى تشويه الحقائق، وإرغام الناس على الكلام فى موضوعات تافهة فرضت عليهم فرضاً؛ فلا خير فى كلمة ينطق بها اللسان ويكفر بها القلب، فذلك هو النفاق الذى يُعد أشد من الكفر، وتلك هي الازدواجية التي تؤدي إلى موارد الهلاك.

هذه المعوقات لو تم تلافيها فإنه من الممكن أن تنتهياً أفضل الفرص لخطاب إعلامي مثمر تتم فيه انسيابية المعلومات بين الدول فقيرة وغنية، ضعيفة وقوية، فى الشرق أو فى الغرب، وفيها يتم تبادل الأفكار وعرض وجهات النظر والرؤى المختلفة دون تطاول أو تجاوز أو قهر لحرية الآخرين فى النقاش المثمر والاجتهاد المفيد، مع الالتزام بالثوابت والأصول اللازمة فى القول والتعبير.

الأسس المنهجية للخطاب الإعلامي

وفى هذا السياق نقول إن الخطاب الإعلامي لابد أن يحكمه منهج واضح يستند على مجموعة من الأساليب التي يمكن أن نجملها فى عدة نقاط منها:

وضوح الفكرة وبساطة المعنى:

لابد أن يستند الخطاب الإعلامي بين الدول على فكرة بساطة اللفظ فى اللغة، ووضوح المعنى فى الموضوع والمضمون، والاستخدام الجيد للمقدرة العقلية والملكات

الذهنية المستند على يسر العبارات ووضوح الكلمات التي تخاطب فطرة الإنسان، وتتعامل مع ظروفه وتلبي رغباته، وتعالج قضاياها وترد على تساؤلاته.

وهنا يأتي دور وضوح اللغة الذي يؤدي إلى وضوح الفكرة، وكلاهما -اللغة والفكرة- يؤديان إلى ترابط الموضوع في تناسق وانسجام بين ما يتضمنه من حقائق وواقع الحياة.

فكلما تم عرض المشكلات والقضايا بلغة سليمة وبطريقة مبسطة سهلة الفهم، أصبح من السهل حلها، وعند هذا الحد يأتي دور المعنيين باللغات والترجمة في أجهزة الإعلام، في استخدام فقه اللغة وفن الحوار، وبخاصة في الموقف المناسب، والوقت المناسب، والمكان المناسب، لتقديم الحقيقة المجردة إلى الإنسان، عربي أو أجنبي، مسلم أو غير مسلم، ولابد أن يتم ذلك بأسلوب سهل وعبارات واضحة تؤثر في نفوس الجماهير وعقولهم^(١).

استخدام منطق العقل والحجة بالعدل:

لقد جعل الله سبحانه وتعالى منطق العقل حكماً عاماً في الإنسان، والعقل هو الذى يميز الإنسان عن باقى المخلوقات، وبالعقل ترتقي الإنسانية بالعلم، فيعمل الإنسان الخير لأنه يعرف أنه خير ويترك الشر لأنه يفهم سوء عاقبته.

والخطاب الإعلامي ومهارات الاتصال تساعد على الحوار مع الآخر، وفيه لابد أن يحترم الخطاب العقل الإنساني، مقدراً الفكر البشري، مع ضرورة وضع الحجج العقلية والأساليب المنطقية على رأس أسس التفاهم والنقاش والحوار المفيد. وتشير الأدلة والبراهين إلى أن جميع الأديان قامت على المنطق، وتستند على البرهان في مخاطبة الناس جميعاً مسلمين وغير مسلمين.

(١) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط٢، مكتبة الأنجلو، القاهرة ١٩٧٥م، ص ١١.

ومن هنا أمر الله سبحانه وتعالى بالمحافظة على العقل لعظم شأنه، وضرورة الحاجة إليه؛ لأن ضياع العقل هو ضياع للإنسان، ولأن الإخلال به يؤدي إلى التخبط والضلال.

والخطاب الإعلامي وتطوير مهارات الاتصال مع الآخر يجب أن نستبعد فيه أسلوب الإثارة والهيمنة التي تسود الآن، لأن هذا الأسلوب يتنافى مع العقل والطبيعة البشرية، والسبيل الوحيد للحوار مع الآخر لا بد أن يقوم على الأدلة العقلية والحجج المنطقية العادلة.

الحوار بالكلمة الطيبة والأسلوب الحسن:

والخطاب الإعلامي والحوار بالكلمة الطيبة يأتي في مقدمة طرق التفاهم مع الآخر، لأن هذه الكلمة هي التي تحمل للناس الخير، وتأخذهم إلى طريق الحق والصواب، ولا تُسيء إلى أحد، ولا تُعنف أحداً، ولا تقف مع أحد على حساب أحد، وهي الكلمة الرقيقة التي تلمس القلوب فتترك لها، وتخاطب النفوس فتهدئ لها، وتفرح بها الإنسانية، وهي البلمس الشافي، وهي تداوي الجروح وتخفف الآلام.

والكلمة الطيبة القائمة على الحق والعدل تؤدي إلى المساواة والتسامح في الحوار، والرفق في المعاملة، والرحمة والصبر على الآخر، مهما كان لونه أو دينه أو جنسه.

وهنا تتجلى لنا أهمية الكلمة الطيبة في الحوار مع الآخر، والذي يجب أن تأخذ به وسائل الخطاب الإعلامي في فلسفة التعامل مع الآخر من خلال المنهج والأسلوب والخطاب.

التدرج المرحلي في الحوار الإعلامي:

من أهم الوسائل المناسبة في الحوار مع الآخر التدرج، والتدرج هنا يعني أيضاً استخدام سبل المساحة في التفاهم مع العقائد الأخرى، كما يجب أن يبدأ الحوار

بالعوامل المتفق عليها ويتدرج بعد ذلك حتى يصل إلى القضايا الخلافية، وهذا ما يجب أن يعتمد عليه الخطاب الإعلامي في وسائل الاتصال وفي الحوار مع الآخر. والتدرج يساعد على بيان القيم البناءة بين الدول مهما اختلفت الديانات والعقائد، والخطاب الإعلامي الآن يجب أن يقوم على تصحيح الصورة الذهنية التي تروج لها وسائل الإعلام المغرضة لتشويه صورة دول بعينها تدافع عن حقها في الوجود، ويؤكد التدرج في الحوار على المبادئ النبيلة التي تحت عليها الأديان لتحقيق العدل والتكافل والتضامن والخير للناس جميعاً^(١).

التوسع في الإصلاحات الأكاديمية المتطورة:

ونحن في مسرح الثقافات والتقاء الحضارات لا يمكن أن نتغاضى عن التوسع الكاديمي الحضاري في الخطاب الإعلامي ودعّمه بمبادئ ومهارات اتصال يمكن أن توحدنا أكثر من أن تفرقنا.

وجميع الديانات ومبادئ حقوق الإنسان تقدم لنا عناصر حقيقية للقوة الأخلاقية والروحية والسياسية التي من الضروري أن توجه لتساهم في تطور البشرية لا لتهدمها.

وبهذه الطريقة بنى جميعاً مجتمعاً إنسانياً عالمياً أكثر انساجماً واستقراراً، وهنا يمكن أن نبدأ الطريق للحوار الحضاري مع الآخر، وهو ضروري، ومن المطلوب حتماً في ذلك الوقت.

ولعل هذا ما يدفعنا إلى ضرورة إدخال إصلاحات أكاديمية في مهارات اتصالنا، وكذلك في نظمنا التعليمية، ومنها على سبيل المثال فرض مقرر للتسامح يعرض لتاريخ الأديان في العالم ويُعرض على وسائل الإعلام العالمية، نرسخ فيه ضرورة المعرفة الإنسانية في التقاء الحضارات، ولابد أن يشارك في إعداد هذا المقرر علماء الأديان في العالم كله.

(١) إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، طبع ١، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٠م، ص ٦٨-٧٧.

وهذا ليس حلمًا من الأحلام ولا ضرباً من الخيال؛ فعلى وسائل الخطاب الإعلامي الحديث ضرورة مواجهة الجهالة الدينية الموجودة الآن، حيث يوجد في العالم حتى الآن عدم معرفة حقيقية للأديان السماوية خاصة بعد انتشار ظاهرة المادية والعلمانية السائدة في العالم، لذلك لابد من إصلاح الحوار، وإعادة النظر في الحقائق المطلقة مع تجنب تشويه الأديان أو تشويه دين على حساب دين، بدراسة العوامل التي تجمعنا، والعوامل التي تفرقنا، والتي تحرك الحروب بين الدول فهي العدو الحقيقي للإنسان.

ولأسف برامجنا الإعلامية حتى الآن ربت الإنسان على الشهوات وعدم الاهتمام بالإنسان والأديان، حيث ألغت هذه الجوانب وركزت على منهج اللذة أو القوة والسيطرة، حتى تسمت المجتمعات وأصبحت سيرة الأنبياء عند بعض الدول نموذجاً للإرهاب وعند بعض المجتمعات الأخرى نموذجاً للخرافات والأساطير.

وحتى نقرب الصورة نضرب لهذا مثلاً، فكثير من برامجنا الإعلامية تتحدث عن موسى عليه السلام من وجهة نظر واحدة، وهي معجزاته في عبور البحر، وتحويل العصا إلى حية، دون التعرض للثورة التي أحدثها ضد فرعون ومحاربه لهذا الطاغية الذي قال أنا ربكم الأعلى.

كذلك ينظرون إلى إبراهيم على أنه نجا من الحرق، دون الحديث عن تحديه للإمبراطورية الظالمة من النمرود وأعوانه. وعندما يتناولون السيد المسيح عليه السلام الذي حارب الإمبراطورية الرومانية، يتناولون معجزاته فقط، وكذلك عندما يتناولون الرسول صلى الله عليه وسلم الذي أقام دولة وسط الظلم متحدية طواغيت العالم نجدهم يركزون على مأكله وملبسه في الفروع من دون الأصول.

وقس على ذلك الكثير والكثير الذي لا يتسع المقام لذكره الآن، ولكن كل ما أود التركيز عليه هو أنه لابد من تطوير الخطاب الإعلامي ومهارات الاتصال لتحسين الحوار مع الآخر كاستراتيجية للمزج الحضاري، ذلك لأننا حتى الآن، على

الرغم من التقدم فى مجال التكنولوجيا ووسائل الاتصال، لازال عندنا سوء فهم بين الدول، وتلك حقيقة محزنة ومخزية.

ومن المفترض أن تكون فرص العدل والسلام أكبر فى البشرية وسط الحروب الدائرة فى العالم، والتي ستؤدي إلى انقسام العالم، وهو ما سينتج عنه من تدمير وخراب للبشرية جمعاء.

ونحن نرى كل يوم المعاناة المروعة للشعوب في أرجاء العالم من جراء الحروب الوحشية التي تساهم في إبقاء المخاوف والكراهية، والتي يمارسها قادة متعصبون، ورؤساء مجردون من الضمير.

ونحن نرى أن العالم الآن ينجرِف إلى حقبة جديدة من الخطر والانقسام، مع وجود دولة واحدة، دولة لا تعرف حقوق الشعوب والمجتمعات والأديان، ولا تستطيع أن تتعايش إلا فى عالم وحشى مملوء بالماديات.

وهذا كله يسوف يؤدي إلى الانحطاط ومنه إلى الهاوية، على الرغم من محاولات التقارب بين الدول في النظرة التوحيدية والاشتراك في كثير من القيم المعرفية وقيم العدل القائمة على الخطاب الإعلامي الصحيح وهذا ما نرجوه.