



جامعة الجزائر 3  
كلية علوم الإعلام والاتصال  
قسم علوم الإعلام

**دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي  
لدى طلبة الجامعة الأردنية وكالة الأنباء والتلفزيون  
الأردني نموذجاً (2013-2014)**

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الإعلام

إعداد الطالب

**محمد كامل القرعان**

إشراف الأستاذ الدكتور

**الأستاذ الدكتور عزوق الخير**

الموسم الجامعي

2016 - 2015

### جامعة الجزائر 3

#### نموذج التفويض

أنا الموقع أدناه محمد كامل سليمان القرعان، أفوض جامعة الجزائر (3) بتزويد نسخ من رسالتي/أطروحتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبهم حسب التعليمات النافذة في الجامعة.

التوقيع:

التاريخ:

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها (دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى  
طلبة الجامعة الأردنية) (وكالة الأنباء والتلفزيون الأردني نموذجاً) (2013-2014).

<u>أعضاء لجنة المناقشة</u>	<u>الصفة</u>	<u>التوقيع</u>
أ.د. ....	رئيساً مقررًا	.....
أ.د. ....	رئيساً	.....
أ.د. ....	عضواً	.....
د. ....	عضواً	.....
د. ....	عضواً	.....

## الإهداء

إلى من علمني معنى الحياة والتحدي والصبر

إلى من وهبني حبه وحنانه وقلبه

إلى من أمسك بيدي على دروب الحياة

إلى حبيبي وصديقي وأخي . . . والدي الشيخ كامل رحمه الله

وإلى أمي تمام . . . نبع الحنان، والصدر الدافئ

وإلى رفيقة الدرب اولقا . . . وإلى فلذة كبدي . . . فرات، وكامل، ولين، وعبد الله،

وإلى أخواني . . . سهيل، وسهيلة، وفاطمة، وعطاف، ووجدان، وعائشة . . .

## شكر وتقدير

كلمة حب وتقدير ووفاء وإخلاص تحية يملؤها كل معاني الفخر والاعتزاز،  
تحية من القلب إلى القلب... شكراً من كل قلبي للأستاذ الدكتور المشرف عزوق  
الخير... واليك يا من كان له قدم السبق في ركب العلم والتعليم، إيك يا من بذلت،  
ولم تنتظر العطاء، إيك أهدى عبارات الشكر والتقدير، إلى الدكتور كامل  
خورشيد، وإلى الأخ الوفي مخلد الحمائدة، وإلى كل من أسهم في مساعدتي وساعدني،  
وإلى أصدقائي أحبتي... أقولها لكم جميعاً... شكراً.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى السيد محمد الزغل القرعان أبو هيثم،  
والباحث عزام أبو الحمام، وكل من ساندني وقدم الدعم والمساندة لإكمال دراستي  
ببرنامج الدكتوراة في الإعلام.

الباحث

## فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
نموزج التفويض .....	ب
قرار لجنة المناقشة .....	ج
الإهداء .....	د
شكر وتقدير .....	هـ
فهرس المحتويات .....	و
قائمة الجداول .....	ك
قائمة الملاحق .....	ل
الملخص باللغة العربية .....	م
الملخص باللغة الإنجليزية .....	ع
مقدمة عامة .....	1
مقدمة .....	1
إشكالية الدراسة .....	9
أهمية الدراسة .....	10
أهداف الدراسة .....	11
حدود الدراسة .....	11
محددات الدراسة .....	12
منهج الدراسة .....	12
أدوات الدراسة .....	12
مجتمع الدراسة .....	13
عينة الدراسة .....	13
مصطلحات الدراسة .....	13
الإطار النظري للدارسة .....	16
الدراسات السابقة .....	18
التعليق على الدراسات السابقة .....	25
<b>الفصل الأول: مقارنة نظرية لتحديد مفهوم وخصائص ونظريات الوعي السياسي</b>	
مقدمة .....	27
المبحث الأول: التحديدات الاصطلاحية لمفهوم الوعي والوعي السياسي .....	28

الموضوع	الصفحة
المطلب الأول: الوعي	28
المطلب الثاني: الوعي السياسي	33
المبحث الثاني: خصائص ومراحل تكوين الوعي السياسي	36
مقدمة	36
المطلب الأول: خصائص الوعي السياسي	38
المطلب الثاني: مراحل تكوين الوعي السياسي	41
المبحث الثالث: الوعي السياسي في مضمون النظريات العلمية	51
المطلب الأول: نظرية الاستخدامات والإشباعات	51
أسباب اختيار نظرية الاستخدامات والإشباعات إطاراً نظرياً للدراسة	52
المطلب الثاني: نظرية التبعية الإعلامية	53
المبحث الرابع: طبيعة التنمية السياسية	55
مقدمة	55
السلوك السياسي من جانب المواطنين أو القيادات	58
المطلب الأول: أثر وسائل الإعلام على تنمية الأفراد سياسياً	62
المطلب الثاني: نظريات التأثير الإعلامي	63
المطلب الثالث: المشكلات السياسية في المجتمع الأردني	68
الإعلام التنموي	72
التنمية السياسية في الأردن	76
وزارة التنمية السياسية	78
التنشئة السياسية	81
أهمية التنشئة السياسية	82
<b>الفصل الثاني: الإعلام والاتصال خصائصه ومميزاته وأهدافه وتأثيراته</b>	
مقدمة	85
وسائل الإعلام	87
المبحث الأول: الإعلام خصائصه ومميزاته	88
تعريف الإعلام	88
وظائف وسائل الإعلام	93
المطلب الأول: خصائص الإعلام	96

الموضوع	الصفحة
المطلب الثاني: ميزات الاعلام	97
المبحث الثاني: أهداف الإعلام وتأثيراته	98
المبحث الثالث: الإعلام تأثيراته ووسائله	101
المطلب الأول: وظائف وسائل الإعلام	102
المطلب الثاني: مفهوم الاتصال	103
تعريف الاتصال	103
تعريف الإعلام	107
عناصر عملية الاتصال	108
وظائف وسائل الإعلام	112
التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات	113
زيادة الثقافة والمعلومات	114
الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية	115
الترفيه عن الجمهور وتسليته	115
الإعلان والدعاية	116
المطلب الثالث: تطور نظريات الاتصال	117
المطلب الرابع: القائم بالاتصال ونظرية (حارس البوابة)	124
المبحث الرابع: تكنولوجيا وسائل الأعلام وتأثيرها على المجتمعات (نظرية مارشال ماكلوهان)	134
الاتصال الشفهي	139
الاتصال السطري (المطبوع)	140
<b>الفصل الثالث: واقع الإعلام الرسمي الأردني</b>	
مقدمة	147
مفهوم الإعلام لغة	147
أهمية الإعلام	149
أهداف الإعلام الأردني	150
المبحث الأول: الإعلام الأردني خصائصه وميزاته	152
المطلب الأول: نشأة وتطور الصحافة الأردنية	153
الصحافة الأردنية المطبوعة	158
المطلب الثاني: التنشئة السياسية في الإعلام الأردني	164



الموضوع	الصفحة
المطلب الثالث: أهمية التنشئة السياسية في الإعلام الأردني.....	166
الوعي السياسي .....	166
المشاركة السياسية.....	167
المطلب الرابع: نظريات التنمية السياسية التي تمثل دور الإعلام.....	168
النظرية التنموية .....	168
نظرية التبعية الإعلامية .....	170
نظرية الغرس الثقافي .....	172
الإعلام والقيم الوطنية .....	175
المبحث الثاني: مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودور الإعلام فيها.....	182
المطلب الأول: تعريف الانتماء .....	183
المطلب الثاني: الصحافة الأردنية.....	186
المطلب الثالث: الإستراتيجية الأردنية للإعلام وأدواتها.....	187
المطلب الرابع: السياسة الإعلامية الأردنية .....	195
السياسة الإعلامية ودورها في البعد الوطني.....	196
مبادئ ومركزات الإعلام الأردني .....	197
العقيدة ومنظومة المثل العليا والقيم النبيلة.....	198
المطلب الخامس: الإعلام الأردني ودوره في الأمن الداخلي .....	199
أهمية الإعلام الوطني الأردني .....	200
أثر وسائل الإعلام في شخصية الفرد .....	201
دور الإعلام الأردني في التنمية.....	202
دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية.....	203
دور وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية.....	204
دور وسائل الإعلام في التنمية السياسية.....	205
دور الإعلام الوطني في تطوير قطاع الخدمات.....	206
دور الإعلام في التوجيه الوطني .....	209
المبحث الثالث: وكالة الأنباء الأردنية (بترا) .....	211
المقدمة .....	211
الكادر الوظيفي وآلية عمل الوكالة.....	214

الموضوع	الصفحة
خدمات الوكالة .....	215
نظام الوكالة الجديد .....	216
مشكلات العمل الإعلامي الأردني .....	218
التحديات التي تواجه الإعلام الأردني .....	219
المبحث الرابع: التلفزيون الأردني .....	220
مقدمة .....	220
دور الإعلام في تشكيل الرأي العام .....	224
<b>الفصل الرابع: الدراسة المسحية</b>	
التحليل الكمي لمادة الدراسة .....	229
المبحث الثاني: الإجابة عن أسئلة الدراسة .....	230
الإجابة عن السؤال الأول .....	230
الإجابة عن السؤال الثاني .....	231
الإجابة عن السؤال الثالث .....	232
الإجابة عن السؤال الرابع .....	233
الإجابة عن السؤال الخامس .....	234
الإجابة عن السؤال السادس .....	234
الإجابة عن السؤال السابع .....	234
نتائج الدراسة .....	237
توصيات الدراسة .....	241
المصادر والمراجع .....	244
الملاحق .....	261

## قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
229	(1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، المرحلة الدراسية، السنة ومكان السكن) .....
230	(2): عدد إجابات أفراد عينة الدراسة والنسب المئوية والرتبة حول السؤال الأول .....
231	(3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات السؤال الثاني الترتيب مرتبة حسب النسبة .....
232	(4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات السؤال الثالث .....
233	(5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات السؤال الرابع .....
234	(6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات السؤال الثاني .....
235	(7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات الفرضية الأولى .....
236	(8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات المحور الرابع .....

## قائمة الملاحق

الصفحة	الملحق
262 .....	(1): الاستبانة.....
269 .....	(2): أسماء بقائمة المحكمين.....
270 .....	(3): قانون الإعلام المرئي والمسموع المؤقت رقم 71 لسنة 2002.....
279 .....	(4): المحطات الإذاعية والتلفزيونية.....
283 .....	(5): الصحف والمجلات الأردنية.....
287 .....	(6): قانون وكالة الأنباء الأردنية.....
293 .....	(7): قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني.....
298.....	(8): الاستراتيجية الإعلامية 2011 - 2015.....

## المخلص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية (2013-2014)، وتوضيح دور الإعلام الرسمي في تدعيم المشاركة السياسية لدى الطلبة، والتعرف على مدى رضى طلبة الجامعة بما تقدمه وسائل الإعلام الأردنية الرسمية، ومعرفة كيفية قيام هذه الوسائل، بمسؤولية تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، وتحفيزه على المشاركة في الحياة السياسية، والحزبية والعامية.

ومن أجل ذلك ناقشت الدراسة الدور المنوط بالإعلام لتنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في ضوء التحديات المعاصرة، والكشف عن دور الاعلام الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات والشباب، وتقديم تصور مقترح يمكن أن يسهم في تطوير دور الإعلام الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات والشباب، والتعرف على الأنماط البرمجية المفضلة للتلفزيون لدى الجمهور، ومعدل المشاهدة للتلفزيون الوطني.

ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتصميم أداة الدراسة، وهي استبانة اشتملت على (87) فقرة موزعة على سبعة محاور، يمثل كل محور منها الأبعاد المعرفية والترفيهية والاجتماعية، والسياسية، والوجدانية وهي الأبعاد الرئيسة للدراسة، والتي تمثل أسئلة للدراسة.

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعة الأردنية ممن هم في المراحل: الأولى، والثانية، والثالثة، والرابعة، والخامسة، والسادسة إبتداءً من العام الجامعي (2013-2014) وقد تم تطبيق أداة الدراسة على عينة عشوائية طبقية، قوامها (250) طالباً وطالبة منهم (185) ذكورا، و(165) إناثا.

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مشاهدة برامج التلفزيون الأردني قليلة نسبياً؛ لأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يشاهدون البرامج لمدة لا تزيد عن ساعتين يومياً، وأن نشرات الأخبار هي أكثر برامج التلفزيون الأردني مشاهدةً، بمتوسط حسابي بلغ (3.04)، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة برامج المسابقات بمتوسط حسابي بلغ (2.36). وهذا يدل على انشغال شرائح المجتمع الأردني كافةً بمتابعة الأحداث التي تجري في الوطن العربي والعالم من خلال متابعة نشرات الأخبار، وأن برنامج يسعد صباحك هو أكثر البرامج التي تسهم بتلبية احتياجات أفراد عينة الدراسة المعرفية والترفيهية والاجتماعية والوجدانية بمتوسط حسابي بلغ (3.94) وأخيراً جاء برنامج آراء ومواقف من حيث إسهامه في تلبية احتياجات المبحوثين المعرفية والترفيهية بمتوسط حسابي بلغ (3.04).

كما أظهرت الدراسة أن البرامج التي تعزز الهوية الأردنية هي أكثر المواد الإعلامية التي تلبي احتياجات أفراد عينة الدراسة من المعرفة والإطلاع بمتوسط حسابي بلغ (3.64)، وأخيراً جاءت البرامج التي تعرف بالرموز والقيادات الأردنية بمتوسط حسابي بلغ (3.30). كما بلغ نسبة من يتابعون أخبار وكالة الأنباء الأردنية على موقعها الإلكتروني (120) فرداً، بنسبة مئوية بلغت (48%).

وأظهرت نتائج الدراسة أن الأخبار السياسية هي أكثر الموضوعات متابعه في نشرة وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بمتوسط حسابي بلغ (3.82)، وجاء في المرتبة الأخيرة الأخبار الثقافية بمتوسط حسابي بلغ (3.30).

وبناءً على ما تم التوصل إليه من نتائج، أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: أن على وسائل الإعلام الأردنية بذل المزيد من الجهود لا سيما الرسمية لتعزيز قيم المشاركة، وذلك من خلال نشر المواد الصحفية والإعلامية، التي تهدف إلى توعية الشباب في شتى

المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأمنية، وتعميق منظومة القيم القانونية والأخلاقية لدى الشباب، وتدريب العاملين في التلفزيون، ووكالة الأنباء، وبقية وسائل الإعلام الأخرى ، على كيفية تناول الموضوعات التي تهتم الشباب والتركيز على الموضوعات التي تلبي احتياجاتهم المعرفية والوجدانية والمعلوماتية والسياسية والثقافية خاصةً الموضوعات التي حصلت على نسبة متابعة منخفضة؛ كموضوع الهوية الأردنية، والرموز والقيادات الوطنية.

## Abstract

This study aimed to reveal the role of Jordanian official media in shaping the political awareness among Jordanian university students (2013-2014), and clarify role of the official media in support of political participation among the students, and identify the degree of satisfaction of university students about what offer by the Jordanian official media, and know how to do these means of responsibility for shaping the political awareness among young, and motivate his to participate in the political, partisan and public life.

Therefore, the study discussed the role entrusted to the media to development of political awareness among university students in light of contemporary challenges, and detects the role of the official media in the development of political awareness among university students and young, and submission of proposed perception can contribute to development of role the official media in development of political awareness among university students and young, and identify the favorite software patterns for television among the public, and the rate seeing to national television.

To achieve the objectives of the study, the student used the descriptive analytical approach, and designed the study instrument; it was questionnaire included of (87) items, distributed on seven axes, each axis represents cognitive, recreational, social, political, and sentimental dimensions, they were the main dimensions to the study, which represents the questions to study.

The study population consisted of Jordanian university students, who are in stages: first, second, third, fourth, fifth, and sixth, beginning from the academic year (2013-2014), the study instrument was applied on a stratified random sample, (250) males and females students, including (185) male and (165) female.

The results of the study showed that the percentage of seeing the Jordanian TV programs was relatively few; because more than half of the study sample watch programs for a period of not more than two hours daily, and the news is more Jordanian TV programs to watch, with mean (3.04), the competitions programs came in last rank, with mean (2.36). This indicates the preoccupation all segments of Jordanian society with follow-up events that occur in the Arab homeland and the world through follow of news bulletins, the "Good Morning" program is more programs that contribute to meet



the needs of the study sample (cognitive, recreational, social and emotional), with mean (3.94), finally "views and positions" program came in last rank, with mean (3.04).

The study showed that the programs that enhance the Jordanian identity were more media materials that meet the needs of sample study of knowledge, with mean (3.64), finally, the programs that defined symbols and Jordanian leaders in last rank, with mean (3.30), the percentage of those who follow News Jordanian news agency on its website (120) individuals, with percentage (48%).

The results of study showed that the political News were more subjects follow-up to in Jordanian news agency Bulletin (Petra), with mean (3.82), the cultural News was in last rank, with mean (3.30).

Based on the results, the study recommended a number of recommendations; the Jordanian media make more the official efforts to promote participation values, through the publication of press and media materials, which aims to educate youth in various political, economic, social, cultural and security domains, and deepen the system of legal and moral values among the youth, and training workers in the television, the news agency, and the other media on how to deal with subjects of interest to youth, and focus on subjects which meet the cognitive, emotional and informatics, political and cultural needs, especially, subjects that got a low percentage of follow-up; as Jordanian identity, symbols and national leaders.

## مقدمة عامة

### مقدمة

شكّل الشباب الأردني خلال العقدين الماضيين محور اهتمام الهيئات الرسمية والأهلية، واحتلت القضايا التي تعاني منها هذه الفئة الاجتماعية، والتي تزيد نسبتها عن نصف عدد السكان اهتماماً خاصاً على الصعيد الوطني، سواءً ما تعلق منها بالبطالة، أو العنف، أو الزواج، أو المشاركة السياسية، وذلك لأن قضايا الشباب ومشكلاتهم واحتياجاتهم تمثل جزءاً لا يتجزأ من قضايا ومتطلبات المجتمع<sup>(1)</sup>.

وتتضح أهمية الشباب في المجتمع من خلال دورهم في إحداث التغيير؛ لأنهم من أكثر الفئات الاجتماعية تقبلاً للتطور والتغيير، وكما تتضح أيضاً من خلال دورهم في التنمية الاقتصادية؛ لأنهم من أكثر الفئات التي تسهم في دفع عملية عجلة التقدم الاقتصادي، وتتضح كذلك من خلال دورهم في الإصلاح الاجتماعي، إلى جانب الدور السياسي والثقافي والرياضي والعسكري الذي يقومون به<sup>(2)</sup>.

ونظراً لما يمثله الشباب من نسبة مرتفعة من عدد السكان في الأردن، فقد أولت الحكومات الأردنية المتعاقبة هذه الفئة اهتماماً خاصاً بها، فأوجدت المؤسسات والدوائر والهيئات التي تهتم بهم ويتنميتهم فكرياً وجسدياً؛ كالمجلس الأعلى للشباب، وهيئة شباب كلنا الأردن، وغيرها من المؤسسات الهادفة إلى إشراكهم في جميع عمليات التنمية الوطنية، سواءً كان ذلك في المجالات السياسية، أم الاقتصادية، أم التعليمية وغيرها.

(1) الاستراتيجية الوطنية للشباب 2005-2009، ص25.

(2) العرموطي، مازن، السياسة الإعلامية ومفهوم التنمية في الأردن. المؤسسة الصحفية، عمان، 1981، ص86.

ولما كانت وسائل الإعلام في المجتمعات وخاصة النامية منها تلعب دوراً كبيراً في إثارة القضايا المجتمعية، وتبسيطها للأضواء على احتياجات المجتمع ومشكلاته، وإبراز جوانب التطور والتغيير فيه، فإن هذا الدور يزداد قوةً وتأثيراً كلما زاد انتشار وسائل الإعلام، وكلما تطورت تقنياتها، الأمر الذي يضاعف من مسؤولياتها في المساهمة في تطوير هذه المجتمعات، وإحداث التغيير فيها.

ومما لا شك فيه أن الصحافة يمكن أن تقوم بدور مهم في مساعدة الشباب على أداء دورهم الوطني في المجتمع، وذلك عن طريق النصح والإرشاد والتوجيه والمتابعة، وضرب المثل بالقدوة الحسنة.

كما يمكن أن تسهم في طرح مشكلات وقضايا الشباب، وإيجاد الحلول لها، وأن تسهم في نقل الخبرات وتوضيحها وتفسيرها وشرحها بأسلوب سهل مبسط، كي يتعرف عليها الشباب، ويستفيد منها في حياته القادمة<sup>(1)</sup>.

ومنذ نشأة الجماعة الإنسانية، وجّه الفلاسفة والمفكرون جُلّ اهتمامهم إلى دراسة كيفية تنشئة الفرد نفسياً وعقلياً للإسهام في الحياة الاجتماعية والسياسية؛ لأن التحول من التجمعات والكيانات الاجتماعية إلى التكوينات السياسية في مختلف المجتمعات كان يتطلب ضرورة انخراط الفرد في حياة وأهداف مجتمعة، وذلك بالإيمان بتلك الأهداف، وبما تحمله من قيم سياسية عليا. كان الاهتمام قاصراً على تنشئة فئات اجتماعية بعينها، كما أنه أخذ الطابع التأملي الانطباعي؛ لأن التنشئة السياسية الصحيحة تُعدّ شرطاً ضرورياً لإيجابية المواطن في مجال العمل السياسي داخل مجتمعه، إذ أن خبرات التنشئة الاجتماعية تحدد تصرفات واتجاهات الفرد نحو العمل السياسي كما تحدد مدة مشاركته.

---

(1) العرموطي، مازن، مرجع سابق، ص 107.

ويعبر الاهتمام بالتنشئة السياسية عن نفسه في الاهتمام بالبحث عن أساليب دعم الأنظمة السياسية، وضمان استقرارها، وأيضاً محاولة توجيه التغيير السياسي، والتنبؤ بالقوى التي يمكن أن تؤثر في المتغيرات المستقبلية<sup>(1)</sup>.

ويُعدّ الإعلام بأشكاله المختلفة من أهم وسائل التنمية السياسية والمجتمعية وأدواتها، إذ يقع عليه عبء تنشئة المواطن الذي يتفاعل مع الحياة المعاصرة تفاعلاً إيجابياً، كونه يؤثر في تشكيل الاتجاهات والقناعات، وطرق الإدراك من خلال الأخبار والحوادث والبرامج والرسائل الاتصالية التي تربط الفرد بموضوعات، وقضايا مجتمعية.

ويؤدي الإعلام دوراً مهماً في البعدين الحضاري والثقافي لارتباطه بمفهوم الهوية وبمفهوم الذات، وربط الفرد بثقافته<sup>(2)</sup>، إضافةً لذلك فإن الإعلام القائم على مضامين هادفة وعلمية ومدروسة يمكن الأفراد من إدراك المعايير التي يستطيعون من خلالها الحكم على أنماط، ومعايير السلوك المقبولة أو الخاطئة.

ويرى الباحث أن الإعلام الأردني الرسمي بشقيه التلفزيون ووكالة الأنباء، يشكّلان منظومة إعلامية زاخرة بالمعلومات والقيم الخيرية إذا ما أريد لها الموضوعية؛ فأنيط للإعلام مهام ووظائف عديدة، تجمع بين المحافظة على الأصالة والأعراف والتقاليد الاجتماعية المختلفة، وبين مواكبة التقدم ومعطيات الحضارة الحديثة في إطار يحتكم إلى تبني النافع، وترك السلبي منه.

وتأتي عملية "الغربة الإعلامية" لتقدم الرسائل والمعلومات بشكل مدروس في ضوء مبادئ الدين الإسلامي الحنيف، والحضارة العربية الزاهر وطبيعة العادات والتقاليد السائدة التي يصعب مغادرتها.

(1) داوسن، رتشارد، التنشئة السياسية: دراسة تحليلية، ط2، منشورات قاريونس، بنغازي، 1998، ص 39.

(2) همام، طلعت، الإعلام والصحافة مائة سؤال عن الإعلام، ط2، دار الفرقان، عمان، 1987، ص38.

ويستمد الإعلام أهميته وثقته من رضى الجمهور المتلقي، كما إن تطور الإعلام منوطاً بما يتكون لدى المتلقين من فكرة صادقة، وثقة كبيرة، فالثقة والمصادقية عاملان حاسمان في الرضى العام بما يقدم، ومن ثم رغبتهم ودعوتهم؛ لتبني مثل هذا التناول.

ويأتي رضى المجتمع نتيجة نقل الإعلام للقضايا والأحداث والرسائل، وعرضها بشفافية، والصدق والبعد عن أساليب الدعاية التي يُراد بها التضليل، أو بثّ الإشاعات، ورسم صورة يريدها الإعلام أو النسق السياسي لدى المتلقي حسب مواصفات ومقاييس محددة لا تخرج عن إطار مرسوم لموضوع معين يُراد به توجيه الرأي العام، وتوجيهه لصالح هذا الموضوع أو القضية.

وتتمثل نزاهة الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون وصحافة إلكترونية في الطرح، وتبني القضايا المحلية والسياسية للحكومة، والأحزاب المؤيدة والمعارضة، وتبني وجهات نظر النقابات المهنية والمؤسسات الوطنية والهيئات المتنوعة، ومنظمات المجتمع المدني، والاهتمام بالتنشئة السياسية؛ لتحقيق التنمية الشاملة المنشودة<sup>(1)</sup>.

ويؤدي حجب وسائل الإعلام للحقائق إلى التشكيك والتلفيق، وفقدان الثقة بهذه الوسائل، وعدم تلبية فضول الأفراد في الحصول على المعلومة، لا سيما أننا أصبحنا بعصر من يملك المعلومة هو الأقوى سواءً على مستوى الفرد، أو الجماعة، أو الدولة بصرف النظر عن كون هذه المعلومة سياسية، أم اقتصادية، أم ثقافية<sup>(2)</sup>.

كما يدفع حجب المعلومة عن الفرد للحصول عليها من مصادر أخرى خارجية في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا والإنترنت والفضائيات، الأمر الذي يجعل من الفرد فريسة سهلة

---

(1) الفار، محمد، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 54.

(2) خلدون، عبد الله، الإعلام وعلم النفس، دار أسامة للنشر، عمان، 2010، ص 145.

لأفكار والمعتقدات والرسائل المؤجلة، التي توجهها وسائل الإعلام الأخرى، خاصة إذا كان هناك تغريب للمعلومة، أو مخالفة، أو معارضة للمعتقد، أو الأيدلوجية أو الأصالة أو التراث<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث في هذا المجال أن هذا يفرض على الإعلام الأردني بشكل خاص، أن يكون عند حسن ظن المتلقين به، ينقل لهم الحدث أو الخبر بالكلمة المسموعة، أو المقروءة أو المشهد المرئي بكل شفافية، وصدق وموضوعية وحيادية، وجدية<sup>(2)</sup>.

وتؤثر عملية إيصال الرسائل الصادقة والحقيقة من خلال الإعلام الرسمي على اتجاه المجتمع، وذلك بتنشيط نوازع التقمص بواسطة النموذج القدوة، وطرح حالات للمقارنة، والحث المباشر على التغيير للأفضل، وخلق الحوافز لدى متلقي الرسائل الإعلامية، لا سيما في البرامج المخططة بالتنمية.

وتعدّ وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر تشكيل الوعي لدى الفرد، وخاصةً الوعي السياسي والثقافي، ويكون التأثير كبيراً، ولكنه غير مباشر، حيث يكون من خلال عوامل مساعدة ومساندة وسيطة أخرى؛ كالأحزاب، والنقابات، والجامعات، والمدارس، والجماعات الصغيرة المحيطة بالفرد، وقادة الرأي وغيرهم<sup>(3)</sup>.

ويُعدّ تأثير الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية تأثيراً تراكمياً؛ بسبب اعتماده على اكتساب الثقافة، والمعلومات والوعي وبناء المواقف السياسية.

ويرتبط تأثير الإعلام الرسمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب بعدة عناصر؛ أهمها: توافر الأجهزة الإعلامية من صحافة وإذاعة وتلفزيون، ومحتوى المواد الإعلامية المعروضة المتضمنة مواضيع التنشئة السياسية.

---

(1) الحكيم، فواز، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 201.

(2) الفار، محمد، مرجع سابق، ص 147.

(3) باركر، تريس، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، (ترجمة: علي محمد)، القاهرة، مصر، 2006، ص 36.

ويُعرّف الوعي بأنه: "متابعة الفرد للأحداث والثورات السياسية، وإدراك أهمية الفوائد العائدة من الانخراط في السياسة، وقراءة الكتب والموضوعات السياسية، ومتابعة البرامج، وتحليلها، والإلمام بالقضايا المرتبطة بالبلاد، وتكوين فكر ورأي واضح حول هذه الأمور السياسية"<sup>(1)</sup>.  
ويُنظر إلى الوعي بأنه: "المعرفة بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية"<sup>(2)</sup>.

وهناك من يساوي بين الوعي والثقافة السياسية، فالوعي هو تلك الأنماط من المعارف والاتجاهات والقيم التي تتشكل الثقافة السياسية للأفراد من حيث ارتباطها بالسلطة والسياسة.  
وأشار البعض في تناوله لمفهوم الوعي السياسي بان الوعي السياسي مرتبط بمفهوم التربية السياسية، حيث يرى أن الوعي السياسي هو "أحد قيم التربية السياسية الذي من خلاله يصبح الفرد قادراً على رؤية واقع المجتمع وقضاياه من زاوية شاملة، وتحليل وفهم هذه القضايا على المستوى النظري، ثم تحديد الدور الذي يمكن أن يمارسه من خلال إطار فلسفي معين"<sup>(3)</sup>.

ولا يتم تشكيل الوعي السياسي بين عشية وضحاها، بل يبدأ منذ لحظات الطفولة الأولى إلى مرحلة المدرسة والجامعة والنادي، وكل الفئات والجماعات والتيارات التي ينتمي إليها الفرد<sup>(4)</sup>.  
فعملية تكوين الوعي مستمرة من الولادة حتى الممات، وعلى الأحزاب السياسة ووسائل الإعلام أن تقوم بدور فاعل بهذا الشأن، ولكن دور وسائل الإعلام ليس وحيداً، بل هو دور رديف لمنظمات المجتمع المدني، حيث يُعدّ دور وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني دور حاسم في تشكيل الوعي السياسي.

---

(1) باركر، تريس، مرجع سابق، ص23.

(2) المرجع ذاته، ص27.

(3) الصقور، خليل، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر، عمان، 2011، ص55.

(4) العساف، صالح، مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دار الزهراء، الرياض، 1، 2009، ص 234.

واحتلت قضايا الشباب في العقدين الماضيين اهتمام بارز على الصعيد الوطني في الأردن، إيماناً بضرورة إشراكهم في جميع عمليات التنمية الوطنية، وبشتى مجالاتها، وضمن مراحلها المختلفة، لا سيما أن نسبتهم من المجتمع تزيد عن نصف السكان<sup>(1)</sup>.

إن أخطر ما يتعرض له أي بلد في العالم بشكل عام هو غياب الوعي السياسي، أو الفهم الخاطئ للأوضاع الحقيقية للبلاد؛ بسبب لجوء وسائل الإعلام لتوجهاتٍ سياسية معينة تزيد حمل الناس عليها.

وتُعدّ المؤسسات الإعلامية أهم المصادر التي تجسد الوعي السياسي في المجتمع، فإلى جانب دور الإعلام عرض الحقائق والتغطية الإخبارية الروتينية للأحداث، تتأكد أهمية تحليل الوقائع، وعرض الرأي والرأي الآخر<sup>(2)</sup>.

ويبرز دور وسائل الإعلام الرسمية في تحمل مسؤولياتها تجاه هذا الجيل، وذلك من خلال إعداد برامج واقعية، وجادة تنير لهم الطريق وتخطط لمستقبلهم وتعرض قضاياهم ومشكلاتهم المختلفة أمام صاحب القرار، وجعلهم في مقدمة الأولويات والسياسات الحكومية<sup>(3)</sup>.

فيمكن لوسائل الإعلام أن تعمق التماسك في البنيان الاجتماعي، وتوثق الصلات بين الحاكم والرعية، كما تعبّر عن رغبات الناس وتطلعاتهم، وتعزيز الاتصال الداخلي والخارجي، وتسهم في نقل العادات والتقاليد وتعزيز القيم السائدة بالمجتمع، وتعمل على هدم قيم معينة، وبناء قيم جديدة<sup>(4)</sup>.

---

(1) المجلس الأعلى للشباب (2005-2009)، الاستراتيجية الوطنية للشباب، عمان، الأردن، ص 15، 17، 21.

(2) خلدون، عبد الله، الإعلام وعلم النفس، دار أسامة للنشر، عمان، 2010، ص 21، 34.

(3) الحكيم، فواز، مرجع سابق، ص 78، 90.

(4) الحسن، إحسان، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، 2009، ص 33، 85.



ويرى الباحث أن على الأفراد في العصر الحالي فهم دور الإعلام، ويجب أن تبدأ هذه العملية بإدراك أن وسائل الإعلام الجماهيرية تحتل جزءاً رئيساً في الحياة اليومية، بل إن الإعلام أصبح مؤسسة تؤدي دوراً في الأسرة والجامعة والمدرسة والمسجد.

وتؤدي الصحافة الأردنية دوراً كبيراً في مجال زيادة جرعة الثقافة الوطنية ونوعيتها، من خلال وضع الأسس الفكرية للنهوض بالمجتمع الأردني، والمحافظة على القيم الوطنية والإنسانية والوحدة الوطنية، وغرس قيم التسامح والانفتاح<sup>(1)</sup>.

كما يلعب دوراً مهماً في تهيئة الفرص للشباب للمشاركة في التنمية، وتمكينهم وتطوير قدراتهم، وخلق ثقافة الاحترام لأربهم والإنصات لهم على المستويات كافة، وإيجاد الآليات والبرامج المناسبة، لتعزيز الثقافات الإيجابية وتحسين المواطنين لوقف تأثير الثقافات الدخيلة عليهم<sup>(2)</sup>.

وترتبط قوة التأثير وسعة انتشار الصحافة في أوساط الرأي العام بنوع الوسيلة المستخدمة في نقل مضمون الرسالة الاتصالية، وبالأساليب الفنية المتبعة في إعداد المادة الإعلامية الموجهة إلى الرأي العام وتقديمها.

وتقع على وسائل الإعلام المختلفة، بما فيها الصحافة مسؤولية حماية المجتمع واحترام حقوق الإنسان، والمساهمة بتحقيق التنمية، وإرساء مبادئ ممارسة حرية الرأي والتعبير والاستقرار<sup>(3)</sup>.

---

(1) الحكيم، فواز، مرجع سابق، ص 22.

(2) الفار، محمد، مرجع سابق، ص 57.

(3) الحكيم، فواز، مرجع سابق، ص 44.

## إشكالية الدراسة

تبحث هذه الدراسة في إستكشاف وبلورة دور وطني لوسائل الاعلام الاردنية عامة، وتلفزيون الاردن الرسمي ووكالة الانباء الاردنية بترا خاصة، في مدى قيام هاتين الوسيلتين بوظيفة إنماء الوعي السياسي الإيجابي والهادف لدى قطاع الشباب الجامعي الذي هو محور المستقبل وعماد الأمة، ثم أين تقف وسائل الاعلام الاردنية في هذه الساحة الساخنة من الأحداث، وما وجهة نظر الشباب الجامعي في هذا الإعلام؟

وعليه فإنه يمكن أن تتمحور أسئلة الدراسة على الشكل الآتي:

1. ما مدى متابعة الفئة المبحوثة من الدراسة من الشباب الجامعي الاردني لبرامج

التلفزيون الأردني؟

2. ما البرامج التي تشاهدها الفئة المبحوثة في التلفزيون الأردني؟

3. ما برامج التلفزيون الأردني التي تسهم بتلبية احتياجات المشاهدين المعرفية والترفيهية

والاجتماعية والوجدانية من منظور الفئة المبحوثة؟

4. ما المواد الإعلامية التي تلبي احتياجات المشاهدين من المعرفة والإطلاع على ما يتم

حوله من منظور الفئة المبحوثة؟

5. هل تقرأ الفئة المبحوثة وتطلع على ما تنشره وكالة الأنباء الأردنية الرسمية (بترا) في

موقعها الإلكتروني؟

6. هل هناك أهمية لدى فئة الدراسة المبحوثة لأخبار وتقارير وكالة بترا في وسائل

الإعلام الأردنية؟

7. أي الموضوعات تتابع في نشرة وكالة الأنباء الأردنية بترا؟

ومن خلال هذه الأسئلة تتفرع الفرضيات الآتية:

- تسهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية (التلفزيون الأردني ووكالة بتر) في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية.

- تسهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في (أخبارها وبرامجها المرئية والمقروءة) في التأكيد على الحقوق والواجبات لدى طلبة الجامعة الأردنية.

### أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع، ويتلخص ذلك فيما يأتي:

**الأهمية النظرية:** من شأن هذه الدراسة أن تقدم توضيحا لاتجاهات وسائل الإعلام الرسمية، ودورها في تنمية هذه القيمة لدى الشباب والمجتمع بكل طبقاته وأصنافه، وباعتبارها دلالات علمية حول سياسة هذه الوسائل في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية، وأهمية هذا الموضوع كقيمة اجتماعية وسياسية عليا تتجسد فيه مفاهيم الانتماء، والولاء والنماء والتطوير.

كما ستسهم هذه الدراسة في تطوير دور الإعلام الرسمي، ووضع أمام صناع القرار في السياسة الإعلامية والتعليمية والجامعية حقائق وأرقام عن مدى الوعي، والوعي السياسي لدى الطلبة والشباب، وفتح الطريق أمام دراسات متنوعة أخرى تتناول مهام الصحافة الوطنية ووسائل الإعلام الوطنية بشيء من التفصيل من زوايا أخرى.

كما ستقدم تصوراً مقترحاً لتطوير عمل الوكالة والتلفزيون في زيادة اهتمامهما بالشباب.

**الأهمية التطبيقية:** وتتمثل في تقديم نتائج جديدة علمية لمختلف المؤسسات الصحفية حول أساليب وسائل الإعلام الأردني، واتجاهاته في قضايا الشباب ومشكلاتهم.

## **أهداف الدراسة**

هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على الدور المنوط بالإعلام لتنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في ضوء التحديات المعاصرة.
- كشف دور الإعلام الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات والشباب.
- طرح تصور مقترح يمكن أن يسهم في تطوير دور الإعلام الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات، والشباب.
- التعرف على الأنماط البرمجية المفضلة للتلفزيون لدى الجمهور.
- التعرف على معدل المشاهدة التلفزيون الوطني.

## **حدود الدراسة**

تمثلت حدود الدراسة بما يأتي:

- **الحدود التطبيقية:** سيتم إجراء هذه الدراسة على طلبة كليات الجامعة الأردنية خلال العام الدراسي (2013-2014).
- **الحدود الموضوعية:** سيتم تناول الموضوعات الآتية: الأخبار والتقارير والتحقيقات والآراء والمواد والبرامج المنشورة في مؤسستي (وكالة الأنباء والتلفزيون).

## محددات الدراسة

طبقاً لتجانس الفئة المبحوثة نسبياً ، الذين هم من طلبة الجامعة الأردنية ، ولثبات أداة الدراسة والتحقق من إجراءات الصدق في فقراتها، واستناداً الى الفترة الزمنية التي إجريت فيها الدراسة، فإن الباحث يرى أنه يمكن تعميم نتائج ما ستخرج به الدراسة على مجتمع البحث بأكمله. ولكن لا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة على بقية وسائل الإعلام الأخرى، وذلك نظراً لامتلاك هاتين الوسيلتين بالكامل للحكومة، وباعتبارها الناطق الرسمي لها، وتعبيرهما وتسويقهما لسياسات الحكومة وقراراتها وتقييدها بوجهة نظر الحكومة، وطريقة نقلها وتغطيتها للأحداث والفاعليات والمسيرات والمظاهرات.

## منهج الدراسة

يتضح من خلال الموضوع المدروس أن المنهج الذي يليق بالدراسة المنهج الوصفي، باعتباره أكثر مناهج البحث العلمي استخداماً بين العاملين بالإعلام، فهو يزيد من فهم الظواهر الإعلامية والتربوية والتعليمية.

كما يحصل البحث على حقائق عن الظروف القائمة، ويستتبط علاقات مهمة للظواهر الجارية، ويفسر معنى البيانات، ويمدّ القائمين على الإعلام والتعليم بمعلومات عملية جوهرية.

## أدوات الدراسة

استخدمت هذه الدراسة الاستبانة كأداة لقياس دور وكالة الأنباء والتلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لطلبة الجامعة الأردنية في كل من: القانون، والحقوق، والواجبات، والولاء والانتماء، والمشاركة السياسية، والمسؤولية العامة لرصد واقع دور الإعلام الأردني الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية، وتحديد مقترحات لتطوير هذا الواقع.

## مجتمع الدراسة

ركزت الدراسة على طلبة الجامعة الأردنية كونها أقدم جامعة رسمية تأسست عام 1962، وتقع في إقليم الوسط بالعاصمة عمان، وتمتلك فروعاً لها في جنوب الأردن، تحديداً بمدينة العقبة<sup>(1)</sup>.

ويبلغ عدد طلبتها ما يزيد عن (40) ألف طالباً وطالبة، وعدد الكليات فيها (18) كلية علمية وإنسانية وصحية، فيما يبلغ عدد المعاهد والمراكز التابعة لها (19)<sup>(2)</sup>.

## عينة الدراسة

اقتصرت عينة الدراسة على طلبة الجامعة الأردنية الحكومية ممثلين بمختلف التخصصات والكليات والمراحل الدراسية المختلفة.

## مصطلحات الدراسة

اشتملت هذه الدراسة على المصطلحات الآتية:

**الاستبانة:** هي الاستمارة التي تتضمن مجموعة من الأسئلة، أو الفقرات المكتوبة مزودة بإجابتها، أو الآراء المحتملة مع وجود فراغ محدد للإجابة، ويطلب من المجيب عليها الإشارة إلى ما يراه مهماً أو ما يعتقد أنه هو الإجابة الصحيحة<sup>(3)</sup>.

وتُعرف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: أداة الطالب للتعرف على إجابات واستفسارات المبحوث والحاجات الأساسية له، ومحاولة معالجتها بطرق علمية للتوصل إلى حلول ناجعة.

---

(1) الموقع الإلكتروني للجامعة الأردنية.

(2) المرجع ذاته.

(3) العساف، صالح. مرجع سابق، ص 309-311.

**التنشئة الاجتماعية:** هي عملية جوهرية من العمليات الاجتماعية المهمة، وتمثل وظيفة رئيسة من وظائف الأسرة قديماً وحديثاً، ويُقصد بها تحويل الكائن البيولوجي إلى كائن اجتماعي قادر على التفاعل مع بيئته تفاعلاً إيجابياً<sup>(1)</sup>.

وتُعرّف إجرائياً لأغراض الدراسة بأنها: مجموعة العمليات المتداخلة في المجتمع، والمجتمعة من الأسرة والمدرسة والجامعة لتنشئة جيل متماسك بقيم وعادات مجتمعه الإيجابية، ويعي نوعية السلوك المفضل، ومعنى الوجود وغاياتها.

**التلفزيون الحكومي:** يقصد به محطات التلفزة التي تتبع مباشرة لسلطة الحكومة سواءً من حيث الإدارة، أو التمويل، أو التخطيط، أو وضع السياسات التي تعبّر عن نهج الحكومة، فهي لسان حال الحكومة الناطق باسمها، والمعبر عن حالها، كما أنها بمثابة مرآة من وجهين؛ وجه تطل من خلاله الحكومة على الشعب، والآخر ينقل حال الجمهور للأجهزة الحكومية المختلفة، وهي منتشرة في مختلف الدول سواءً المتقدمة منها، أو النامية وبالذات في المراحل الأولى من ظهور التلفاز وانتشاره، فقد كانت الحكومات هي الأقدر على إنشاء محطات التلفزة، وتمويلها وتزويدها بالكوادر المدربة<sup>(2)</sup>.

ويُعرّف إجرائياً بأنه: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

**الإعلام الأردني:** هو نظام إعلامي أردني يشكل ركيزة أساسية؛ لتحقيق التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الشاملة بصورة تتماشى وسياسة الانفتاح الاقتصادي الاجتماعي والثقافي التي ينتهجها الأردن، ويواكب التطورات الحديثة التي يشهدها العالم، ويأخذ بعين الاعتبار

---

(1) الحسن، إحسان، مرجع سابق، ص 311.

(2) باركر، تريس، مرجع سابق، 87.

روح العصر، وخدمة أهداف الدولة الأردنية، والتعبير عن ضمير الوطن، وهوية فئاته وأطيافه كافة، وعكس إرادته وتطلعاته<sup>(1)</sup>.

ويُعرّف إجرائياً لأغراض الدراسة بأنه: المصدر الرسمي الذي يزود المواطن الأردني بالأخبار والمعلومات، والأفكار والآراء والحقيقة.

---

(1) الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)، 2009.



## الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، اللتان تؤكدان على أن الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام جمهور فاعل ونشط، ويأخذ من الإعلام احتياجاته ومعارفه.

وتؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع على أن العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله، تقوم بخلق توقعات لإشباع حاجاته التي تلبّيها وسائل الإعلام.

ويقوم الجمهور المتلقي باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من بين الرسائل الكثيرة التي يريد هو أن يتلقاها، الأمر الذي يؤكد فاعلية الجمهور المتلقي، الذي يقرر بنفسه ماذا سيأخذ من الإعلام، بدلاً من أن يفتح المجال لوسائل الإعلام أن توجهه كما تشاء<sup>(1)</sup>.

ويرى شرام (Shram) أن استخدامات وسائل الإعلام على مستوى جماهيري تتمثل في المساهمة بالشعور بالانتماء للأمة، وتكوين صوتاً معبراً للتخطيط القومي، كما تساعد الأفراد في تعلم المهارات<sup>(2)</sup>، وتهيئهم لتأدية أدوار جديدة تتلائم مع مراحل الخطة القومية، كما أنها تهيئ الأفراد للعب دورهم كأمة بين الأمم<sup>(3)</sup>.

ويقوم نموذج الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الافتراضات، وهي على النحو الآتي<sup>(4)</sup>:

1. أن الجمهور نشط.

---

(1) عقيل، حسين، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، طرابلس، 1990، ص 235.

(2) العزيز، نجاحي، البحوث و الرسائل الجامعية قواعد ومناهج وتقنيات، دار إسهامات في أدبيات المؤسسة، تونس، 1993، ص 137.

(3) المرجع ذاته، ص 98.

(4) عمر، أحمد، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1، جامعة قارون، بنغازي، 2008، ص 147.

2. إن الكثير من استخدامات الوسيلة الإعلامية يمكن إدراكها كهدف.

3. بناءً على ذلك يربط الجمهور الحاجات بالوسيلة التي اختارها.

4. الإشباعات التي يتم تحقيقها يمكن أن ترجع أصولها إلى محتوى الوسيلة الإعلامية، أو إلى التعرض نفسه.

أما نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، فإنها تقوم على ركيزتين أساسيتين، وهما<sup>(1)</sup>:

- **الأهداف:** وذلك لأن الأفراد والجماعات إذا ما أرادوا تحقيق أهدافهم الشخصية أو الاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أفراد، أو جماعات، أو منظمات.

- **المصادر:** إن الأفراد والجماعات يسعون إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، لذلك

فإن وسائل الاعلام عبارة عن نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات لبلوغ أهدافهم.

فالأفراد يقيمون علاقات متعددة اعتماداً على وسائل الإعلام؛ لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، لذلك فإن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق عدد من الأهداف، إلا أن هناك مجموعة من الآثار تتجم عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، تتمثل بالآثار المعرفية التي ترتبط بتكوين الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، والآثار الوجدانية التي ترتبط بالعديد من العمليات الوجدانية؛ كالمشاعر والعواطف، والآثار السلوكية التي تنحصر بالتنشيط والخمول.

واعتماداً على المنطلقات التي جاءت بهما هاتين النظريتين، فقد لجأ الباحث إلى إعداد

استبانة هذه الدراسة، في ضوء المعطيات والمنطلقات لهاتين النظريتين.

---

(1) عمر، أحمد، مرجع سابق، 179.

ويمكن تحديد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو الآتي<sup>(1)</sup>:

1- يقع النظام الإعلامي تحت سيطرة الدولة في إطار مفهومي التنمية والوحدة الوطنية، وتكون

الرقابة صارمة على المضمون المقدم للأفراد.

2- نظام إعلامي موجه من الدولة: تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل

التنمية، وتدعيم الوحدة الوطنية، فتحلّ المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية.

3- نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر

للحكومة، وتستطيع الصحافة في ظلّه أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط

الحكومية.

## الدراسات السابقة

اشتملت هذه الدراسة على مجموعة من الدراسات، أبرزها ما يأتي:

الدراسة الأولى: دراسة العويني (1977) "الراديو والتنمية السياسية".

ركزت الدراسة الكشف عن دور الراديو في عملية التنمية السياسية، والعلاقة ما بين النمو

السريع لوسائل الإعلام، وتزايد حجم المشاركة السياسية، وعلاقة الراديو بالتنشئة السياسية، إضافةً

إلى دور وسائل الإعلام في تعميق الشعور الوطني.

واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون لمهمات البرامج المقدمة في الإذاعة في مجال

التنمية السياسية؛ كالتحديث السياسي، وبناء الديمقراطية، وتعميق الهوية الوطنية.

وخلصت الدراسة إلى وجود دور فعال للراديو في التنمية السياسية خاصةً في الدول النامية

التي ترتفع فيها نسبة الأمية، من خلال تحقيق الوعي الوطني، وتهيئة المناخ اللازم للتنمية، ولعب

دور الوسيط في التخطيط السياسي، ومضاعفة مصادر المعرفة من أجل دفع الجماهير نحو

---

(1) علي، سعيد، الأصول السياسية للتربية، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 14.

المشاركة في التنمية، وأهمية عناصر العملية الاتصالية، وهي القائمون بالاتصال وخصائصهم، ومضمون الرسالة والراديو كوسيلة اتصال والمستقبل وفاعلية الاتصال، بالإضافة إلى الجوانب النفسية للاتصال، والقابلية للتصديق جذب الانتباه.

واستنتجت الدراسة ضرورة وضع أولويات للأهداف وفقاً للمراحل المختلفة، وخصائص الجماهير، بالتركيز على برامج محددة، وربط العملية القادمة والمستقبلية بالأحداث والوقائع والاستفادة من وجود عدد أكبر من المرسلين المؤهلين، والاستفادة أيضاً من البرامج السياسية لوضع الرموز التي تدل على التنمية السياسية في محتواها، وبالنهاية الاستفادة من البحوث السائدة التي تدرس مستقبل الرسائل الإعلامية (المستمعين) من أجل التخطيط للبرامج بفاعلية، ودقة لدعم دور الراديو في التنمية السياسية.

#### الدراسة الثانية: دراسة إبراهيم (1999) "الصحافة والتنمية السياسية".

هدفت الدراسة إلى التعريف بدور الصحافة والتنمية السياسية في ظل التعدد الحزبي في مصر. استخدمت نظرية الصحافة التنموية، وخاصةً في مجال التنمية السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة يمكن لها أن تقوم بدور فاعل في عملية التنمية السياسية إذا ما تم فتح مجالات التعبير عن الرأي لدى الجمهور، ومن خلال محاسبة كل الخارجين عن سلطة وسيادة الدولة، كما ويمكن لها أن تسهم في عملية التنمية السياسية في حال قامت باحترام المواطنين من الشرائح كافة. واستنتجت الدراسة ضرورة وضع أولويات للأهداف وفقاً للمراحل المختلفة وخصائص الجماهير بالتركيز على برامج محددة وربط العملية القادمة والمستقبلية بالأحداث والوقائع، والاستفادة من وجود عدد أكبر من المرسلين المؤهلين والاستفادة أيضاً من البرامج السياسية لوضع الرموز التي تدل على التنمية السياسية في محتواها، وبالتالي الاستفادة من البحوث السائدة التي

تدرس مستقبل الراسائل الإعلانية من أجل التخطيط للبرامج بفاعلية، ودقة لدعم دور الراديو في التنمية السياسية.

**الدراسة الثالثة:** دراسة منصور (2002) "الفضائيات الأجنبية: استخداماتها وتأثيراتها المحتملة على الشباب الأردني".

أشارت الدراسة إلى أن استخدامات الشباب للفضائيات هي استخدامات مرتفعة، وتتجاوز يومين في الأسبوع الواحد، ويبدو أن هذه الاستخدامات تترسخ لتصبح تجربة يومية منتظمة. أما فيما يتعلق بالآثار السلبية المترتبة على استخدامات الشباب للفضائيات، فقد تمثل أهمها بتفكك قيم المجتمع بتسبع نسبته (61%)، وإهمال الأفراد لواجباتهم بتسبع نسبته (60%)، وإدمان الأفراد على المشاهدة بتسبع نسبته (57%)، والمساعدة في نمو ظاهرة التقليد الأعمى بتسبع نسبته (55%)، والتشجيع على زيادة العنف بتسبع نسبته (55%) أيضاً.

**الدراسة الرابعة:** دراسة النجار (2004) "دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية العولمة والهوية الثقافية".

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير الدور الذي تقوم به الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية العولمة والهوية الثقافية.

وقد جاء تصور الباحثين للعولمة على أنها مرادف موضوعي لأمركة العالم عن طريق هيمنة القيم الثقافية الأمريكية. أما ما يتعلق بالقضايا والمشكلات التي تهم الباحثين، وموقع قضية العولمة والهوية الثقافية منها، فقد تصدرت قضايا البطالة والغلاء والفساد، قائمة القضايا والمشكلات التي تدخل في أولويات اهتمام الشباب الجامعي بأوزان مرجحة بلغت قيمة كل منها (1815)، (1461)، (1377) على التوالي، في حين تراجعت قضية العولمة والهوية الثقافية إلى

المرتبة الخامسة بوزن مرجح قيمته (1035)، لأنها لا تمس حياة الأفراد، وتؤثر على معيشتهم بشكل مباشر كما هو الحال في القضايا الثلاث الأولى.

**الدراسة الخامسة:** دراسة أبو شنب (2004) "اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو الأغاني المصورة" الفيديو كليب" وعلاقتها بالهوية الفلسطينية".

هدفت الدراسة إلى التحقق من نوع العلاقة بين الشباب الجامعي والأغاني المصورة، ومدى تأثير ذلك على الواقع الفلسطيني والانتفاضة والحالة السياسية بوجه عام.

وفيما يتعلق بدرجة تأثير الأغاني المصورة على حالة الاهتمام بالانتفاضة بوجه عام وفق رؤية الباحثين، أشارت نتائج الدراسة إلى ما نسبته (54,6%) الأغاني لم تؤثر عليهم، بينما يرى آخرون وبما نسبته (27,7%) أنها تؤثر إلى حد كبير، أما أولئك الذي يرون أنها تؤثر إلى حد ما، فقد بلغت نسبتهم (19,7%). وفي رأي الباحث أن ذلك يعطي الدليل على أن الإقبال على مشاهدة الأغاني المصورة لم يؤثر على حالة الانتماء والتواصل الوطني، وإنما هي تأكيد على حق الشعب في متابعة المستجدات التي تفرزها ثورة الاتصال.

**الدراسة السادسة:** دراسة المجلس الأعلى للإعلام (2005) "تحليل المضمون الهيكلي، الصحف اليومية الأردنية ووكالة الأنباء الأردنية "بترا" (2005/6/15 – 2005/9/15).

هدفت الدراسة إلى تحليل المضمون الهيكلي للصحف الأردنية اليومية، وعددها سبع صحف خلال الفترة الواقعة ما بين 2005/6/15-2005/9/15، وتحليل المضمون الهيكلي لوكالة الأنباء الأردنية "بترا" خلال الفترة نفسها.

استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون الهيكلي، وبلغ مجموع الصفحات التي تم تحليلها (3582) صفحة من جميع الصحف.

وخلصت الدراسة إلى قلة المساحة المخصصة للشأن السياسي المحلي قياساً للشأنين العربي والدولي في الصحف، فقد بلغت نسبة الموضوعات السياسية المحلية تقريباً (24%) مقابل (39%) للموضوعات السياسية العربية، وتقريباً (37%) للموضوعات السياسية الدولية، بينما لوحظ ارتفاع نسبة الشأن الاقتصادي المحلي مقارنة بالشأنين العربي والدولي، وكانت نسبته تقريباً (58%).

**الدراسة السابعة:** دراسة أبو فودة (2006) "دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة".

هدفت الدراسة إلى توضيح دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في غزة، والتعرف على واقع الإعلام التربوي في الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة ومدى مشاركة الطلبة الجامعيين في أنشطة الإعلام التربوي في الجامعات الفلسطينية بغزة، وقدرة الإعلام التربوي على بثّ القيم الوطنية بين الطلبة الجامعيين في الجامعات الفلسطينية بغزة، وامتثال الطلبة الجامعيين للقيم الوطنية التي يبيّنها الإعلام التربوي في الجامعات الفلسطينية بغزة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتصميم أداة الدراسة، وهي استبانة اشتملت على (102) فقرة، موزعة على ثلاثة محاور، يمثل كل محور وسيلة من وسائل الإعلام التربوي في الجامعات (الاحتفالات، الندوات، المجلات)، بحيث تضمّن كل محور من هذه المحاور الأبعاد الأربعة للدراسة، والتي تمثل أسئلة للدراسة.

تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات جامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى، وجامعة القدس المفتوحة، ممن هم في المستوى الأول والمستوى الرابع من العام الجامعي 2005-2006م، والبالغ عددهم (31749) طالباً وطالبة، منهم (17285) طالباً، و(14464) طالبة.

وقد تم تطبيق أداة الدراسة على عينة عشوائية طبقية، قوامها (954) طالباً وطالبة.

وخلصت الدراسة إلى أهمية تشجيع التعاون بين الأطر الطلابية للقيام بأنشطة إعلامية مشتركة، ولا سيما في المناسبات الوطنية، وذلك للحدّ من النزعة الحزبية التي يزداد غلوها في المجتمع الفلسطيني، وأهمية أن تولي الأطر الطلابية من خلال الأنشطة الإعلامية اهتماماً أكبر بالقضايا والموضوعات المتعلقة بالنظام العام وسيادة القانون، وحماية الممتلكات العامة، ودعم المنتجات الوطنية.

**الدراسة الثامنة:** دراسة القاضي (2007) "دور الإعلام في تنمية وعي طلبة الجامعات الأردنية وتشكيل الأجندة والأولويات الخاصة بهم".

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأردنية في تنمية الوعي لدى الشباب الأردني، وتشكيل قائمة القضايا التي يفكرون بها.

وخلصت الدراسة إلى انخفاض نسبة الطلبة الذين يتابعون وسائل الإعلام الأردنية، وميلهم لمتابعة الوسائل المرئية والمسموعة أكثر من المقروءة، وإقبال هؤلاء الطلبة على متابعة الفضائيات العربية والإنترنت أكثر من غيرها من وسائل الاتصال الأخرى.

كما أشارت الدراسة إلى حرص الذكور من الطلبة على متابعة مختلف القضايا الحياتية، ولكنهم يركّزون بشكل أساسي على الموضوعات السياسية والرياضية والشبابية، بينما تركّز الإناث على الأزياء والموضة، وأن الشباب الأردني، لا سيما الإناث يولون اهتماماً كبيراً للقضايا ذات الطابع العربي على حساب القضايا ذات الطابع الدولي، ويظهر هذا الاتجاه لدى طلبة الجامعات الحكومية أكثر منه لدى طلبة الجامعات الخاصة.



**الدراسة التاسعة:** علاونة ونجادات (2011) "قضايا الشباب في الصحف الأردنية اليومية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك".

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة جامعة اليرموك، نحو معالجة الصحف الأردنية اليومية، لقضايا الشباب، وخاصةً قضايا البطالة والزواج والعنف والمشاركة السياسية والهجرة الخارجية والرياضة.

استخدم الباحثان منهج المسح الإعلامي، لعينة قوامها (511) مفردة موزعة على السنوات الدراسية للطلبة في مرحلة البكالوريوس في جامعة اليرموك.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أبرزها:

- تولي الصحف الأردنية اليومية الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية اهتماماً أكثر من الموضوعات والقضايا الشبابية، وأن (51,4%) من الشباب يرون أن المساحات التي تخصصها هذه الصحف لموضوعات الشباب غير كافية.
- أكد الغالبية من الشباب الجامعي أنهم استفادوا من المعلومات الشبابية التي تنشرها هذه الصحف، وأن نسبة كبيرة من الشباب ترى أن الصحف الأردنية اليومية تعبر عن الواقع الحقيقي لقضايا، وموضوعات الشباب.
- يرى الشباب الأردني أن الصحف الأردنية اليومية تولي قضية الرياضة أهمية أكثر من غيرها، تلتها قضية الزواج، ثم البطالة، فالعنف بين الشباب، ثم الهجرة الخارجية، وفي المرتبة الأخيرة قضية المشاركة السياسية للشباب.

الدراسة العاشرة: عبد الله بو جلال (1977) " تأثير وسائل الاعلام على الوعي لدى الافراد.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين مطالعة الصحف والموافقة على عمل المرأة خارج البيت، حيث تبين أن الذين وافقوا على هذه الامر يقرأون الصحف ويشاهدون التلفزيون ويستمعون للاذاعة.

وهي دراسة ميدانية على عينة عشوائية مقدره ب 193 مبحوثا شملت خمس قرلا ببلدية سيدي موسى بالجزائر سنة 1977. خرجت الدراسة بان 72 بالمائة من افراد العينة المبحوثة يشاهدون التلفزيون ويقرأ الصحف 51 بالمائة منها ويتردد على السينما حوالي 28 بالمائة منهم . بينما بلغت نسبة المعارضين 20.71% وهم من الذين يقرأون الصحف. مما يدل على تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والعمل على رفع وعيهم بالبيئة والمحيط الذي يعيشون فيه.

### التعليق على الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة دور الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور، وتعزيز الانتماء الوطني، وبيان دور الإعلام المرئي والمسموع والمقروء في المساعدة على فهم المواطنين لحقوقهم وواجباتهم، وتقدير قيم الشورى، والإخلاص، وحب الوطن، والانتماء الصحيح، واحترام الآخر، والحرية العادلة، ومواجهة الشائعات والتضليل، ومحاربة الانحرافات الفكرية والمنحرفين وفق الطرائق المناسبة لذلك.

كما تناولت دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب، ودور الصحافة في ترسيخ العديد من القيم، ومن أبرز هذه القيم المصادقية، وقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد أهم القيم، وفي تطوير أداة التحليل، وفي كيفية تحليل البيانات واستخراج النتائج.

في حين تناولت الدراسة الحالية التعرف على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الأردنية، خاصة المحصورة بوكالة الأنباء والتلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، ورعاية

مواهبهم، والتعرف على متطلباتهم وتقدير احتياجاتهم وصولاً إلى زيادة وعيهم بضرورة المساهمة والمشاركة في الحياة السياسية الأردنية، وتشكيل الأحزاب والمنظمات والمؤسسات، ولعب دور أكبر في بناء الوطن، وتعزيز منجزاته ومقدراته والمحافظة على مكتسباته.

كما سعت إلى التعرف على دور هذه الوسائل في بثّ القيم التي تتضمن قيم الولاء والانتماء للوطن، والأمن الشامل، وتعزيز القيم السائدة في المجتمع، وتعزيز قيم التسامح والكرامة والأصالة والحداثة، بالإضافة إلى قيم الإرادة والريادية والإنجاز، وتوثيق العلاقة بين النظام القائم والمواطنين، ونشر قيم الحرية والعدالة، والتماسك الاجتماعي، والتضحية والمروءة لدى الشباب الأردني.

وبمراجعة الدراسات السابقة، يتبين أن هذه الدراسات أظهرت الدور المتعاضم الذي تمارسه وسائل الإعلام المختلفة في تغيير وتشكيل وتكوين اتجاهات، ومواقف الأفراد في المجتمع تجاه القضايا التي تهم الشباب.

كما أظهرت هذه الدراسات مدى الحاجة إلى البحث في العلاقة ما بين الصحافة والشباب بصفة عامة، والصحافة والشباب الجامعي بصفة خاصة، حيث يتمثل قطاع الشباب أحد العناصر المهمة والحيوية والفاعلة في المجتمع.

كما بينت هذه الدراسات أيضاً، قلة الأبحاث والدراسات التي تناولت نظرة الشباب الأردني تجاه ما ينشر في الصحف الأردنية من موضوعات تتعلق بمشكلات هذه الفئة من المجتمع الأردني، ومن هنا برزت أهمية البحث بموضوع الدراسة باعتباره يتناول دور الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب نحو معالجة الصحف الأردنية اليومية لقضايا الشباب.

## الفصل الأول

### مقاربة نظرية لتحديد مفهوم وخصائص ونظريات الوعي السياسي

#### مقدمة

لكل فرد شخصية مستقلة، وثقافة مستقلة ووعي مستقل بقضايا الوطن والأوطان الأخرى، إلا أن الوعي السياسي يشكّل حلقة اهتمام هذه الدراسة، لذا سيكون الحديث عنه بشيء من التفصيل بدايةً من تعريف الوعي السياسي، ثم بعض المفاهيم المرتبطة به<sup>(1)</sup>.

والوعي السياسي ليس فقط وعياً بالقضايا السياسية الخاصة بموضوع الساعة فحسب، بل هو أيضاً وعي بكل ما يدور في البلدان الأخرى العربية منها، والأجنبية، بحيث يكون الإنسان مُلمّاً بها. ومن هنا يأتي دور الثقافة السياسية، والتي منها كما ذكر الوعي السياسي والثقافة السياسية، ومع كل محور من تلك المحاور التسعة يكون البدء بتعريف الوعي السياسي كتمهيد للحديث عن باقي المفاهيم المرتبطة به<sup>(2)</sup>.

كما أن الوعي بشكل عام، والوعي السياسي بشكل خاص يمثل الركيزة الأساسية التي يُبنى عليها النظام السياسي والاجتماعي، إذ أن إغفال موضوع الوعي في عملية بناء الدولة ستعني البناء على أسس من الرمال، إذ لن يصمد مثل هذا البناء أمام أية أزمة قد تمر بها الدولة، أو المجتمع مهما كان حجم البناء السياسي أو العمراني، وهناك تجارب تاريخية عديدة يمكن إيرادها

---

(1) حفطي، إحسان، الوعي والمشاركة ودورهما في إنجاح التنمية الحضرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، مصر، 1994، ص 17.

(2) ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دار صادر، المجلد الخامس عشر، 1990، ص 367.

كأمثلة على هذه الحقيقة، وسيضع الباحث هذه الفرضية كأساس لهذه الدراسة عن أهمية الوعي السياسي في بناء الدولة والمجتمع، وكيفية تعميقه ليكون أساساً صلباً للتجربة الديمقراطية<sup>(1)</sup>. ومن هنا يأتي دور الثقافة السياسية، والتي منها كما ذكر، الوعي السياسي وخصائصه ومراحل تكوينه.

## المبحث الأول: التحديدات الاصطلاحية لمفهوم الوعي والوعي السياسي

سيتم توضيح التحديدات الاصطلاحية لمفهوم الوعي، والوعي السياسي من خلال عدة مطالب، وهي على النحو الآتي:

### المطلب الأول: الوعي

يُعرّف الوعي بأنه: "إدراك المرء لذاته، ولما يحيط به إدراكاً مباشراً، وهو أساس كل معرفة"<sup>(2)</sup>، ويمكن إرجاع مظاهر الشعور أو الوعي إلى ثلاثة أقسام:

- الإدراك والمعرفة.
- الوجدان.
- النزوع والإرادة.

ووفقاً لمفهوم الوعي السياسي بشكل عام، يشير الوعي إلى العوامل المرتبطة بالبيئة الإنسانية، ومعرفة الإنسان بتلك البيئة من جميع النواحي معرفة واعية بحيث يستطيع تحليلها، ومعرفة نتائجها.

ويُعرّف علماء النفس الوعي بأنه: "شعور الكائن الحي بنفسه، أو ما يحيط به"، ومع تقدم العلم أخذ مدلول (الوعي) ينمو نحو العمق والتفرع والتوسع، ليدخل العديد من المجالات النفسية

(1) حفطي، إحسان، مرجع سابق، ص 19.

(2) المرجع ذاته، ص 21.

والاجتماعية والفكرية، فقد كُثرت المجالات التي يُضاف إليها الوعي، فهناك الوعي الاجتماعي والوعي الطبقي، والوعي السياسي، الذي سيقترن الباحث بالحديث عنه في هذه الدراسة. وبخصوص الوعي السياسي، فتختلف التعاريف التي عرّفت به هذا المفهوم على حساب الاختلاف الايدولوجيا والبيئي للمجتمعات البشرية، إذ يعطي كل مجتمع تعريفاً خاصاً للوعي السياسي وفقاً لنوعية ذلك المجتمع<sup>(1)</sup>.

وتركز الاشتراكية على العامل الاقتصادي، ودور الطبقات في الإشارة إلى ماهية الوعي السياسي وتعريفه، فقد عرّف لينين (Linin) السياسة بأنها: أكثر التعبير تركيزاً على الاقتصاد. ويلعب الوضع الاقتصادي خاصةً بالنسبة للطبقات التي تشكّل المحور الرئيس في الفكرة الاشتراكية دوراً مهماً في السياسية، إذ يؤكد كار ماركس (Char Marx) وفقاً للعلاقات الاقتصادية، وتأثيرها في السياسة إخفاق الفكرة دوماً بقدر ما كانت مختلفة عن المصلحة، وحمل الاختيار لصحة وواقعية الأفكار السياسية تبعاً للصراع الطبقي، والفعلي الذي يُخاض وفقها<sup>(2)</sup>. وركزت الاشتراكية على الطبقة، كونها تشكّل الوعي السياسي في داخل المجتمعات الإنسانية، فالطبقة وحسب مصلحتها تنظر إلى الأمور، وتحللها من زاوية مصلحة الأفراد التي تشكّل تلك الطبقة الموجه لأفرادها، إلا أن هذه النظرة قد تغيرت في الوقت الراهن حتى بالنسبة لبعض الاتجاهات الاشتراكية<sup>(3)</sup>.

ويرى الباحث في الاتجاه الرأسمالي الدور الأكبر، والأنشط للفرد في حياته، وفهم المفاهيم والمصطلحات السياسية، فقد ساعد السوق الحر والصحافة الحرة، وحرية الرأي والتعبير على تشكيل

---

(1) جمعة، سعد، الشباب والمشاركة السياسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص 275.

(2) علي، سعيد، الأصول السياسية للتربية، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 125.

(3) أبو هلاله، محي الدين، الإعلام نشأته وأساليبه ووسائله وما يؤثر فيه، مكتبة الرسالة الحديثة، عمان، 1987، ص 257.

نوع من الوعي السياسي المنتج، والمؤثر على الأصعدة والقضايا كافة التي تحدث في المحيط الغربي، والتي تمثل راعي الفكرة الرأسمالية، إلا أن ذلك لا يعني أن الفكرة الرأسمالية قد شكّلت مجتمعاً إنسانياً مثالياً، فالبعد السلبي في هذه الفكرة يتوضح من خلال إستلاب الإنسان ووعيه وتعامل الآلة مع الإنسان من خلال إهماله عندما يستنفذ طاقاته في العمل، ونرى ذلك بوضوح في مجتمعات الرأسمال.

وقد أشارت الفكرة الإسلامية إلى مسألة الوعي في إطار السياسة الشرعية، وارتبطت كلمة (الوعي) في الفكر الإسلامي بالجمع، والحفظ على النحو الذي نجده في القرآن الكريم (وجمع فأوعى)، وقد كونت وعياً سياسياً لدى المسلمين منذ قيام الدولة الإسلامية في المدينة المنورة، وذلك لارتباط الجانب الديني والدنيوي ببعض.

بدأ العمل على نشر الدعوة الإسلامية، ونشر المفاهيم السياسية التي جاءت بها الإسلام، إلا أن النظرية قد لا تجد التطبيق على أرض الواقع، على الرغم من ادعاء بعض الأنظمة السلطوية على أنها تحمل أفكاراً ديمقراطية.

أن الوعي السياسي في منطقة الشرق الأوسط غالباً ما يكون موجهاً من قبل الأنظمة الحاكمة، ولصالح النخبة الحاكمة.

ويرى الباحث أن الايديولوجيات برز أثرها في تعريف الوعي السياسي، وأن القول بأن دور الايديولوجيا انتهى فيه نوع من الغموض والالتباس.

ما زالت الايديولوجيا ترسم الكثير من الأحداث السياسية في الداخل والخارج، ففي بداية القرن الحالي بدأ نوع جديد من الأثر الايديولوجي في التوعية السياسية، ولا سيما بعد أحداث (11) سبتمبر في الولايات المتحدة، فبالرغم من المقولة الشهيرة للأمريكي (فرنسيس فوكوياما) التي نُشرت

في مجلة ناشيونال انترست (National Interest)، والتي أحدثت ضجة عالمية بعنوان (هل هي نهاية التاريخ؟).

وأشار الكاتب فيها إلى أن نهاية الحرب الباردة لا تمثل طياً لصفحة من تاريخ التطور السياسي للعالم فحسب، بل هي في تصوره نهاية التاريخ بذاته؛ أي نقطة النهاية لتطور البشرية ايدولوجيا، وانتشار الديمقراطية الليبرالية الغربية في العالم كله.

فهذه الفكرة هي ذاتها أيديولوجيا، وهي التي حاولت الولايات المتحدة الأمريكية فرضها على العالم من خلال هيمنتها العسكرية، وإن أحد الأسباب التي تعيق الهيمنة الأمريكية هو البُعد الايدولوجيا، وأن الاختلاف في ثقافات الشعوب يصعب القضاء عليه، على سبيل المثال، اليابان والصين، إذ على الرغم من تطورهما الصناعي إلا أنهما ما زالتا محتفظتين بثقافتهما المحلية على الرغم من تأثير الثقافة الغربية فيهما.

تؤثر هذه الأحداث الفكرية والسياسية على الساحة الدولية والمحلية في مستوى الوعي السياسي لدى الأفراد في الداخل؛ أي في الثقافة المحلية، وكذلك في الخارج أيضاً.

والوعي السياسي معرض للتغيير والتبديل وفقاً للواقع السياسي الديناميكي كونه يجري في حركة دائمة ومستديمة، ففي كل فترة زمنية نجد أفكاراً ومشاريع تطرح على شعوب العالم، وتؤثر في وعيهم السياسي، وهذا ما نجده في الفترة الراهنة، حيث مفاهيم (الحرية، وحقوق الإنسان، الديمقراطية، والإصلاح السياسي في الشرق الأوسط)، وكل ذلك عبر مشاريع تطرحها الدول العظمى، ومنها المشروع الأمريكي للشرق الأوسط الكبير وتداعياته على المنطقة سلباً وإيجاباً<sup>(1)</sup>.

كما تناول علماء النفس الوعي من خلال الوظائف المختلفة للإدراك سواءً أكانت عملية شعورية، أم غير شعورية، ومجالات الإدراك المتعددة والمختلفة باختلاف مدارس علم النفس.

---

(1) حفطي، إحسان، مرجع سابق، ص 77.



## أ. حدود الوعي

كثيراً ما ننسى أن معالجة الفلاسفة والمفكرين لإشكالية الوعي ترتبط بلحظات تاريخية تتعكس فيها هموم ودرجات المعرفة البشرية، ومن هذا المنطلق تختلف تمثيلاتهم لحدود الوعي. مثلاً يشير ماركس (Marx) إلى أن الوعي هو البناء الفوقي الذي تتجلى فيه جميع الأنشطة الإنسانية.

ولا يمكن تمثيل الوعي في معزل عن الأوضاع الاجتماعية، وبالتالي علاقات الإنتاج، فالأفراد يدخلون في علاقات إنتاج معينة خارجة عن إرادتهم، تولد عندهم درجات متنوعة من الوعي.

ويقول ماركس (Mrax): "ليس وعي الناس هو الذي يحدد وجودهم، وإنما وجودهم الاجتماعي هو الذي يحدد وعيهم"<sup>(1)</sup>، إلا أن ماركس لا يعتبر الوعي انعكاساً سلبياً للواقع؛ لأنه يؤمن بوجود علاقة جدلية فيما بينهما، فالوعي يمكنه أن يؤثر في الواقع؛ فإما أن يسهم في تغيير الواقع (الوعي الصحيح)، وإما أن يسهم في تكريسه (الوعي الزائف).

ويرى نيتشه (Nietzsche) أن بالإمكان أن يعيش الإنسان حياته في استقلال عن الوعي تماماً، لما كانت الحياة البشرية معرضة للهلاك بوصفها حياة يوطرها الصراع من أجل البقاء مما يجعل الإنسان مضطراً أن يعبر عن نفسه في كلمات، ومن ثم يكون نمو اللغة، ونمو الوعي متلازمين.

وقد اختلق الإنسان لنفسه أوهاماً أصبحت تؤطر حياته، وأضفى عليها صبغة حقائق تقنن واقعها؛ كالواجب والمسؤولية، والحرية... إلخ، فالحقائق في العمق ليست إلا أوهاماً منسية.

---

(1) العموش، حسين، تطوير دور الجامعات الأردنية تنمية الوعي السياسي لدى طلابها، أطروحة دكتوراة غير منشورة، معهد البحوث، جامعة الدول العربية، 2011، ص46.

أما فرويد (Freud)، فينظر إلى الحياة نظرة مخالفة تماماً، فالحياة الإنسانية عنده أشبه بجبل الجليد (ما يظهر منه أقل بكثير مما هو خفي)؛ ومن ثم نكون مخطئين جداً إذا نسبنا كل سلوكياتنا إلى الوعي؛ لأن كل هذه الأفعال الواعية ستبقى غير متماسكة، وغير قابلة للفهم إذا اضطررنا إلى الزعم بأنه لا بد أن ندرك بواسطة الوعي كل ما يجري فينا، فكثير من السلوكيات لا نفهم إلا إذا أرجعناها إلى الجانب الأساسي من حياتنا النفسية وهو اللاشعور<sup>(1)</sup>.

وكمثل توفيقى نستطيع القول بأن الحياة الإنسانية حياة مركبة، حيث يلعب فيها كل من الوعي واللاشعور دوراً مركزياً. فإذا كان اللاشعور ضرورياً لتفسير كثير من السلوكيات خصوصاً منها المنحرفة والمرضية والشاذة؛ فلا يجب أن ننسى بأن الحياة الإنسانية حرية وإرادة ومسؤولية، إذ يختار الإنسان كثيراً من سلوكياته بكامل الوعي.

### المطلب الثاني: الوعي السياسي

حظي الوعي كمفهوم باهتمام العاملين والمهتمين بالتربية والسياسة، ولهذا يجد الباحث تعريفات متعددة لمفهوم الوعي<sup>(2)</sup>، فالوعي كلمة لاتينية تعني معرفة الأشياء على نحو مستمر. ويعتبر فرنسيس بيكون (Francis Bacon) أول من استخدم هذه الكلمة، أما جون لوك (John Locke) فقد استخدمها في مناقشاته الفلسفية، وكان يقصد بالوعي أن الإنسان واعٍ دائماً بنفسه، وهو مفكر، كما أنه أول من فسر الوعي بأنه الأفكار التي تمر في عقل الإنسان.

ويعني الوعي في اللغة الفهم والإدراك<sup>2</sup>؛ أي إدراك الفرد لنفسه، وللبيئة المحيطة به، وقد جاء في لسان العرب أن كلمة وعي؛ حفظ القلب للشيء، ووعى الشيء والحديث بعينه وعياً ووعاه

---

(1) العطار، سلامة، الوعي من منظور نفسي، مجلة الخضر للتربية والتنمية، السنة السادسة، العدد 16، 1999، ص2.

(2) إبراهيم، لطيفة، دور التعليم في تعزيز الانتماء، دار الكتب، القاهرة، 2000، ص70.

حفظه وفهمه وقبله، فهو واعٍ وفلان أوعى من فلان؛ أي أحفظ وأفهم، والواعي؛ أي الحافظ الكيس والفقير.

وقد تناول العديد من الفلاسفة وعلماء النفس مفهوم الوعي على أساس أنه إدراك من حيث معناه الفلسفي لوظيفة الإدراك، وهي الأفكار العليا المجردة، أما من حيث المعنى النفسي فقد تناوله علماء النفس من خلال الوظائف المختلفة للإدراك سواءً أكان عملية شعورية، أم غير شعورية ومجالات الإدراك المتعددة والمختلفة باختلاف مدارس علم النفس<sup>(1)</sup>.

أما بالنسبة للوعي السياسي فهناك تعريفات كثيرة لهذا المفهوم، حيث يرى البعض أنه "معرفة المواطن بحقوقه السياسية، وواجباته، وبما يجري حوله من أحداث ووقائع، وقدرة هذا المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، بالإضافة إلى تجاوز هذا المواطن للخبرات الجماعية التي ينتمي إليها"<sup>(2)</sup>.

ويرى آخرون أن مفهوم الوعي السياسي يشير إلى مستوى إدراك الشباب للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم، ودورهم في العملية السياسية بما تتضمنه من اتجاهاتهم السياسية، وانتماءاتهم للأحزاب القائمة، وسلوكهم الانتخابي، ويمكن تحديد الوعي السياسي في ثلاث نقاط، وهي<sup>(3)</sup>:

- وعي الفرد بمتطلبات المشاركة في المجال السياسي.
- إدراك الفرد لحقوقه وواجباته في المجال السياسي.
- رؤية الفرد الواضحة بما يحيط به من أجهزة وقيادات وقنوات اتصال في المجال السياسي.

(1) محي الدين، محمود وعشري، سعيد، الاتجاهات السياسية وعلاقتها ببعض المتغيرات الاجتماعية لدى طلاب

جامعة الأزهر، مجلة التربية، العدد 74، أكتوبر، كلية التربية، جامعة الأزهر، 1998، ص 165.

(2) المر، مصطفى والعجمي، محمد، الوعي بالمؤسسات السياسية لدى طلاب جامعة الأزهر، مجلة التربية للعلوم

التربوية والنفسية، العدد 67، نوفمبر، كلية التربية، جامعة الأزهر، 1997، ص 435.

(3) جمعة، سعد، الشباب والمشاركة السياسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص 29.

وهناك تعريف للوعي السياسي يربط بينه وبين عملية التنشئة السياسية والثقافة السياسية، باعتباره مجموع الأفكار والمعلومات المختلفة التي تُكتسب من خلال الثقافة السياسية، وتنتقل للفرد عبر عملية التنشئة السياسية بواسطة المؤسسات الاجتماعية المختلفة<sup>(1)</sup>.

وتُعدّ مرحلة الشباب أولى المراحل التي يبدأ الفرد فيها تكوين شخصية واعية سياسياً، ويبدأ الشاب في عملية النضج المعرفي والسياسي بعد المراهقة واللاوعي الذي مر به في مرحلة الثانوية، وللشباب دور حيوي ونشط في القضايا السياسية، لما تمتاز به تلك الفترة من حماس وحيوية.

إن الوعي السياسي هو التربة الخصبة للمشاركة السياسية، وتُعرّف المشاركة السياسية التي يمارسها الفرد في الأردن بأنها: "مساهمة الأفراد المباشرة، أو غير المباشرة في عملية اتخاذ القرارات في إطار النظام السياسي الأردني"<sup>(2)</sup>.

وتشكّل وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التنشئة السياسية للفرد، ويكون التأثير كبيراً، ولكنه غير مباشر حيث يكون من خلال عوامل وسيطة أخرى؛ كالأحزاب والنقابات، والجماعات الصغيرة المحيطة بالفرد، وقادة الرأي وغيرهم<sup>(3)</sup>.

لدور الإعلام في عملية التنشئة السياسية تأثير تراكمي يعتمد على اكتساب الثقافة والمعلومات، وبناء المواقف والوعي السياسي، فتوفير المعلومات المجتمعية والسياسية من وسائل الإعلام للفرد تُعدّ هدفاً ضرورياً لكي يعي الفرد ما يدور حوله، وزيادة وعيه للتعرف على مجتمعه

---

(1) الحمارنة، مصطفى، مشروع المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، حالة الأردن، دار الأمين للنشر، القاهرة، 1995، ص 157.

(2) أبو هلاله، محي الدين، مرجع سابق، ص 39.

(3) حجاب، محمد، الإعلام والتنمية، ط3، دار الفجر، القاهرة، ط3، 2001، ص 87.

وقضاياه ومشكلاته وضرورة تنمية وعيهم بحقيقة الصراعات السياسية، والأيدلوجيات العالمية والإقليمية<sup>(1)</sup>.

إن الوعي بالدور السياسي الذي يناط بالفرد متمثلاً بأهمية هذا الدور في صناعة القرارات والنتائج المترتبة عليها، والتي تكون ذات صلة مباشرة بهم، كل هذا وغيره يدفع بهم لأن يهتموا بهذا الجانب، وأن يقوموا بتنميته عن طريق المعرفة والإدراك السياسي والتنبيه، والفهم للنفس والعالم الخارجي، والانتماء السياسي لهذا البلد.

## المبحث الثاني: خصائص ومراحل تكوين الوعي السياسي

### مقدمة

يشكّل الوعي السياسي بحدّ ذاته موضوعاً مهماً في الفكر السياسي من حيث تأثيره على الأحداث السياسية ومعطياتها، كما يُعدّ ضرورة حياتية في مجتمعات الشرق الأوسط في الفترة الحالية، فالיום تعيش هذه المجتمعات فترة من الجمود الفكري والمعرفي<sup>(2)</sup>.

على الرغم من وجود الكثير من نظريات الشرق الأوسط، وتحديداً في العالم العربي، إلا أن التطبيق ظلّ أمراً موجوداً في الخيال الشرقي فقط، وظلّ أمراً مرهوناً بعقلية الأفراد في الشرق الأوسط الذي أصبح الاستبداد والطغيان يشكّل جانباً من نفسيّتهم وتعاملهم اليومي.

وأهم العناوين الرئيسة في بلدان المنطقة القهر الفكري، والرأي المخالف، فلم تُعدّ الشعوب تهتم كثيراً بالانفتاح السياسي والمشاركة السياسية، وصنع القرارات السياسية التي تُعدّ من

(1) داوسن، ريتشارد، مرجع سابق، ص 23.

(2) جمعة، سعد، مرجع سابق، ص 46.

موضوعات الوعي السياسي، فالاهتمام اليوم موجه نحو القضايا الثانوية والبسيطة في المشهد الشرق أوسطي<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث بأن اهتمام جيل التغيير - الشباب - موجهاً إلى الكرة والملاعب، والأفلام والكليبات والأغاني، وهنا يجب أن يكون هناك دعوات شبابية بتشكيل الجمعيات والنقابات والنوادي تكون وظيفتها نشر التوعية السياسية بين الأوساط العامة.

كما يجب أن توجه الدعوة للنهوض بواقع الأمة المتردي، الذي تمرّ من مرحلة إلى أخرى من حيث التخلف، والجمود، حتى باتت تنتظر الخارج لإحداث التغيير في الداخل.

ونظراً لأهمية الوعي السياسي، إذا ما توفرت مفاهيمه بصورة علمية وأكاديمية بين المواطنين وتأثيره في القرار السياسي في المجتمع، وتحويل الرأي العام الشعبي إلى قوة ضغط على ممارسات وتصرفات الحكومات والأنظمة.

ويساعد الوعي السياسي الأفراد على تحليل الواقع السياسي المحلي والدولي تحليلاً أكاديمياً بعيداً عن الشعارات، والنظرة العاطفية، فالיום نحن بحاجة إلى نظرة المحلل حول القضايا السياسية التي تحدث في بيئتنا اليومية، ولا نحتاج إلى نظرة المشاهد السطحية التي تفتقر إلى الأسس العلمية والواقعية حول الأحداث السياسية.

وسيتم توضيح ذلك في المطالب الآتية<sup>(2)</sup>:

---

(1) جمعة، سعد، مرجع سابق، ص 45.

(2) التل، سعيد، مقدمة في التربية السياسية لأقطار الوطن العربي، دار اللواء للصحافة والنشر، عمان، 1987، ص44.

## المطلب الأول: خصائص الوعي السياسي

في البدء يجب أن نؤكد على ضرورة التوازن بين الواقع الذي عليه المجتمع، وبين ما نصبوا إليه بعيداً عن التوهمة والطوباوية، إذ أن التحول السياسي الذي ينقل المجتمع من حالة النظام الشمولي المنغلق إلى حالة النظام الديمقراطي المفتوح دون المرور بحالة الاستعداد النفسي والفكري قد يحدث حالة من فقدان التوازن الاجتماعي، وهذا ما لاحظناه مع بداية التغيير، الأمر الذي يجعل الحاجة ماسة إلى إعادة التوازن للمجتمع قبل كل شيء، بإشاعة الأمن والانضباط من ثم البدء بعملية تعميق الوعي السياسي وذلك من خلال ما يأتي:

1. انبثاق الأطر السياسية الفاعلة التي تشكل النظام السياسي بكافة مستوياتها انطلاقاً من أطر

فكرية وأيديولوجية وطنية تهدف بشكل حقيقي بالفعل والقول لبناء نظام ديمقراطي سليم بعيداً عن المصالح الضيقة والأهداف الآنية، الأمر الذي يعزز ثقة المواطن بتلك القوى، وبالتالي تسهل عملية التأثير الإيجابي بينها وبين المواطن.

2. التدرج في توعية أفراد المجتمع، وتعريفهم بحقوقهم، وواجباتهم وترسيخ مفهوم المواطنة بشكلها

الحقيقي بعيداً عن التعصب المذهبي، أو القبلي أو القومي، وبعيداً عن ربط المواطنة بأشخاص أو أحزاب وجعلها وفق المفهوم الحقيقي المتمثل بالالتصاق بالوطن تاريخاً وأرضاً وشعباً وقيماً.

3. تنظيم علاقة المواطن بالدولة من خلال إيجاد قوانين عادلة تحقق المصلحة المشتركة للدولة والفرد.

4. تعميق مبدأ الحوار في حل الخلافات السياسية بعيداً عن التطرف، كون أن التطرف هو من

سمات المجتمع البدائي، وهذا من صلب واجب القوى السياسية المتواجدة على الساحة، والتي

يجب أن تعطي أنموذجاً صالحاً للأفراد، وهنا نستذكر قولاً للإمام الشافعي (رأينا صحيح قابل

للخطأ، ورأي غيرنا خطأ قابل للصواب).

5. إشاعة مفهوم الأغلبية والأقلية بشكله السليم، إذ إن ما روج له بعد التغيير أن الأغلبية والأقلية إنما هي إما مذهبية أو قومية، وبالتالي تصبح أغلبية دائمة وأقلية دائمة، وهذا خطأ جسيم في تطبيق مفهوم الديمقراطية؛ لأن مفهوم الأغلبية والأقلية هو مفهوم سياسي بحت يتبع المنهج الذي تتبناه مجموعة سياسية لإدارة الدولة وهو ليس عقيدة دينية أو مذهبية أو عرقية؛ لأن هذه المفاهيم مفاهيم اجتماعية، لذلك فإن الأغلبية هي مؤقتة ويمكن أن تكون أقلية في دورة انتخابية أخرى وبالعكس وذلك انطلاقاً من طبيعة برامجها السياسية وقناعة المجتمع بها.

6. إشاعة الثقافة والذوق العام وإبراز مفهوم الجمال بكل جوانبه الروحية والأخلاقية والمظهرية في المجتمع، ويكون ذلك بواسطة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية لاسيما المؤسسات التعليمية منها، بدءاً من المراحل الدراسية الأولى صعوداً، وذلك من أجل بناء جيل يمتلك الثقافة والوعي ليسهم في تعميق التجربة الديمقراطية حتى تصبح مع مرور الزمن تجربة ناضجة تحاكي التجارب الديمقراطية العريقة.

7. إشاعة مبدأ العدالة الاقتصادية من خلال حل المشكلات المعيشية للمجتمع؛ كالبطالة والفقر والعدالة في توزيع الثروة، إذ أن تلك المشكلات هي من أبرز معوقات الوعي بشكل عام، والسياسي بشكل خاص.

إن الدولة الديمقراطية، وهي دولة مؤسسات تتطلب قبل كل شيء الاستقرار السياسي، وهذا يتحقق عبر تعميق الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وشعورهم بأن مؤسسات الدولة هي المعبرة عن إراداتهم ورغباتهم، وتستوعب نشاطاتهم وأنهم جزء منها.

وكلما كان الوعي السياسي حاضراً ومتأصلاً، أو متجذراً لدى أغلبية أفراد المجتمع، نرى أن القوة السياسية الفاعلة تجد نفسها مضطرة لإتباع مناهج عقلانية في مشاريعها السياسية، وذلك في



محاولة لإقناع الأفراد بتلك المشاريع، وبالتالي يكون من الصعب بمكان استغلال الجماهير والعزف على المشاعر البدائية كالتحفيز الديني، أو الطائفي، أو القومي، أو المناطقي.

إنه من الواضح أن الانتقال من حالة الأنظمة الشمولية إلى الحالة الديمقراطية لا يكون بشكل آلي وسريع؛ لأن التجارب الديمقراطية تحتاج فسحة من الزمن تطول أو تقصر حسب طبيعة المجتمع ونظامه، فبريطانيا التي تمثل أعرق الديمقراطيات الحديثة احتاجت إلى أكثر من ستة قرون حتى تتضح العملية الديمقراطية فيها، ويتعمق الوعي السياسي لدى أبناء المجتمع البريطاني، وتخلل هذه القرون الطويلة إرهابات وأحداث عنيفة أدت في النهاية إلى استقرار المجتمع سياسياً واجتماعياً واقتصادياً.

فمنذ عام 1215م عندما وقع الملك الإنجليزي ما أطلق عليه بالعهد الأعظم (المناكارتا)، والذي فيه إقرار لتقييد سلطة الملك لصالح ممثلي الشعب، فبدأ المجتمع الإنجليزي رحلة البناء الديمقراطي التي اتخذت اتجاهين؛ الأول سياسي تمثل بالمكاسب التي حصل عليها البرلمان على حساب سلطات الملك، والاتجاه الثاني فكري تمثل بظهور عدد من المفكرين الذين عملوا على إنضاج الفكر الديمقراطي، ومن أبرزهم جون لوك (John Locke) الذي وضع الأسس الفكرية لما أطلق عليه بالثورة الجلية عام 1688م، والتي صدرت خلالها لائحة الحقوق، وفيها تحديد واضح لصلاحيات السلطات التنفيذية والتشريعية<sup>(1)</sup>.

وأشار لوك (Locke) إلى المبادئ الأساسية لحقوق الأفراد الطبيعية، وأن وجود الحكومة هو لحماية هذه الحقوق، وليس التعدي عليها.

---

(1) أبو عرقوب، إبراهيم، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 1993، ص69.

لقد تمكّن الشعب البريطاني من استيعاب وهضم الأفكار الديمقراطية التي أصبحت جزءاً من تكوينه النفسي والفكري ساعده على ذلك وجود سلطات احترمت الأعراف والقواعد الديمقراطية، الأمر الذي جعل المجتمع البريطاني لا يتأثر بالهزات التي تعرضت لها المجتمعات الأوروبية كما حصل في إيطاليا وألمانيا، إذ أن بريطانيا لم يظهر فيها قادة أمثال هتلر أو موسوليني، أو ستالين؛ لأن المناخ الشعبي والواعي والمدرك لا يسمح بظهور مثل هؤلاء القادة الذين يعملون على التلاعب بالمجتمع من خلال الشعارات القومية أو الأيدلوجية.

إن تعمق الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع هو أحد عوامل الاستقرار الاجتماعي والسياسي الذي سينعكس حتماً على تطور العمراني والسياسي.

### **المطلب الثاني: مراحل تكوين الوعي السياسي**

إن الوعي هو محصل عمليات ذهنية وشعورية معقدة، فالتفكير وحده لا يتفرد بتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهناك المبادئ والقيم ومرتكزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية، والظروف التي تكتنف حياة الفرد<sup>(1)</sup>. ويعمل هذا الخليط الهائل من مكونات الوعي على نحو معقد جداً لاكتساب الوعي السياسي حول كل ما يدور في البيئة الإنسانية من أحداث وظروف سياسية متسارعة وديناميكية من وقت لآخر.

إن تراكم مادة كبيرة في دراسة الأساطير والرموز والطقوس الدينية هي الأخرى عملت كمكونات لاكتساب نوع معين من الوعي بالتطورات اللاواعية، وأتاح مستوى النتائج العملية إمكانية استخدامها في دراسة المجتمعات القديمة، وفي دراسة العمليات السياسية في الجوانب المتعلقة بقدرية وغيبية الظواهر الاجتماعية، وبتأثير وسائل الإعلام على الوعي السياسي.

---

(1) الحمارنة، مصطفى، مرجع سابق، ص 123.

وإن أهم السبل والوسائل الكفيلة باكتساب وعي سياسي عقلاني بحيث يكون لديها القابلية على تحليل الأحداث تحليلاً موضوعياً وأكاديمياً تتمثل في مؤسسات التنشئة السياسية والطبيعية السوسيولوجية للمجتمعات البشرية، ومن أجل التعرف على طرق اكتساب الوعي السياسي سيوضح الباحث دور نوعين من مؤسسات التنشئة السياسية؛ الأولى، والأساسية. وسيتم توضيحها على النحو الآتي:

#### - المؤسسات الأولية:

سيتم التركيز على المؤسسات الأولية التي لها الدور البارز في التوعية السياسية للأفراد. وسيتم تقسيمها على النحو الآتي:

##### أ. العائلة:

تُعدّ العائلة (الأسرة) النواة الأولى في تلقي البيئة السياسية، حيث يبدأ الطفل باكتساب الوعي بنفسه ككائن حي له مقومات ذاتية، وكذلك اكتساب الوعي السياسي بالوسط الاجتماعي الذي يحيط به.

والتنشئة السياسية في مرحلة الأسرة هي في الحقيقة محاولة للإدخال في ذهن الطفل للتعرف على الواقع السياسي بشكل بدائي وبسيط من خلال التعرف على رموز السلطة وبعض الأمور المتعلقة بالسياسة، من دون أن يكون لذلك الطفل أي تحفظات مما يجده في الواقع من الأمور السياسية والأحداث والظروف.

فقد أكد عالم الاجتماع الفرنسي دوركايم (Durkheim) على دور الوالدين والأسرة في تنشئة الطفل السياسية، وذلك لأن جميع المكونات الثقافية الأولى تتكون من الأسرة والوالدين، فالعائلة هي البداية الأساسية والأولى للبنية السياسية للطفل، ويتضح هذا في علم النفس السياسي

لدى الأطفال، وهناك أربع مراحل ضرورية في حياة الطفل السياسية أشار إليها دايفيد إيستن (David Easton)، وهي على النحو الآتي:

1- مرحلة التسييس (Politisisation): في هذه المرحلة يشعر الطفل بوجود عالم سياسي ومواقع سياسية في محيطه الاجتماعي.

2- مرحلة الشخصية (Prsonnalisation): حيث يدرك الطفل من خلال تعرفه على بعض الوجوه السياسية، والتي تكون بمثابة نقاط اتصال مع النظام، ونرى هذه المرحلة بصورة واضحة وجليّة في منطقة الشرق الأوسط، حيث يولد الطفل، وحين ينشئ يدرك من الزعيم على السلطة، وقد يصل الطفل إلى سن العشرين أو أكثر من عمره، وهو مع الزعيم نفسه، والأسلوب نفسه في تلك السلطة.

3- مرحلة تصوير وتكوين قيم محددة (Idealistion): عندها ينظر الطفل للسلطة من خلال بعض وجهات النظر التي كونها عنها؛ كأن تكون مقبولة لديه، أو يرفضها شعورياً وتملكه بردود فعل معينة مرضية أو غير مرغوبة فيها.

وبعد هذه المراحل، أو في المراحل اللاحقة يحقق الفرد نوعاً من الاستقلال في آرائه حول الأفكار والمعتقدات الموجودة في محيطه الاجتماعي والسياسي، إلا أن المجتمعات النامية غالباً ما تشهد السلطة الأبوية المطلقة، وذلك بفرض رب الأسرة نوعاً معيناً من المعتقدات في ذهنية الطفل؛ أي أن الأب كيف يفكر، يجب أن يفكر الولد مثله، وهذا الأمر يُعدّ أحد الإفرازات السلبيّة للاستبداد السياسي في المنطقة، وهذا ما يجعل الأب متحفظاً حول المعتقدات السياسية لأفراد أسرته، ومن خلال تقدمه في العمر أي الوصول إلى عمر المدرسة، وعندها تبدأ المرحلة الثانية من التوعية السياسية للطفل.

## ب. المدرسة:

تُعدّ المدرسة عاملاً آخر من عوامل التنشئة السياسية التي تسهم في اكتساب الوعي السياسي ضمن المؤسسة الأولية للتنشئة السياسية. وللمدرسة دور مهم في تنشئة السلوك السياسي للفرد بعد (العائلة)، حيث تمثل دور المدرسة في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائلها وأدواتها المعروفة.

وقد أكد عالم السياسة الأمريكي ماريام (Mariam) على دور المدرسة باعتبار المدرسة النظام التربوي الرسمي التي تقوم بعمليات التدريب المدني، وأن الطلبة يكتسبون أولى عمليات التنشئة من خلال المدرسة، فالمدرسة هي التي تعمق من شعور الأفراد للانتماء إلى المجتمع، وتسهم في بناء شخصية الطفل، وتنقيفه عن طريق فهم العادات والتقاليد، وتجعله عضواً مشاركاً في المجتمع.

وللمناهج الدراسية والكادر العلمي والطلبة أثرهم على اكتساب الوعي السياسي، وإننا نشهد أزمة تخلف المناهج الدراسية فضلاً عن تخلف الكادر العلمي تخلفاً فكرياً وثقافياً، ويتطلب لجعل المدرسة منبراً لتعليم الفرد المفاهيم المدنية جهود مشتركة من قبل الكادر العلمي من المدرسين، وكذلك السلطة السياسية التي ترغب في الانفتاح السياسي.

## ج. الجامعة:

تُعدّ الجامعة أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر والأفكار، وتطويرهما، وكذلك توليدهما، وللجامعة دور حيوي وبارز في حياة المجتمعات البشرية.

وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعّال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادةً ما كانت الجامعات بمثابة قوة ضغط على الحكومة من

خلال تقييد بعض ممارستها السياسية، وتمارس الجامعة دورها الإيجابي إذا ما تم الربط بين المعرفة والإنتاج؛ أي ربط الجامعة بهموم ومشكلات المجتمع والعمل على تثقيف المواطنين، ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية ومراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي السياسي، ونشره بين الطلبة والمجتمع.

ويظهر دور الجامعة في اكتساب الوعي السياسي، من خلال اهتمامات الجامعة بالأحداث والظروف السياسية التي يمر بهما المجتمع، وخاصةً في العلوم الإنسانية. وهناك أمثلة في واقعنا الشرق أوسطي على دور الجامعة في التوعية السياسية والعمل السياسي، منها على سبيل المثال مشاركة طلاب جامعة السودان في تغيير الحكومة، فضلاً عن مشاركة الطلاب الجامعيين في الثورة الإسلامية في إيران.

ويجب أن لا تنفصل عن المجتمع، وإنما يجب عليها أن تتسجم مع المجتمع وتتعرف على المشكلات التي تحدث في الواقع، وتحاول جاهدة إيجاد الحلول الكفيلة لها وفقاً لواقع الناس وهمومهم الحياتية.

هذه بالنسبة للمؤسسات الأولية من حيث دورها في اكتساب الوعي السياسي، وهناك مؤسسات أخرى أساسية لها الدور في اكتساب الوعي والتوعية السياسية للأفراد، ومنها: الأحزاب السياسية، وجماعات الضغط، ووسائل الإعلام، والمؤسسات والجمعيات والأندية والمراكز الشبابية، وهي على النحو الآتي:

#### أ. الأحزاب السياسية:

لا شك في أن للأحزاب السياسية درواً مهماً في الاتجاهات السياسية لدى الأفراد، وبطبيعة الحال فإن دور الأحزاب، مثل المؤسسات الأخرى؛ كالجماعات الضاغطة، ووسائل الإعلام يختلف باختلاف المجتمعات.

ففي المجتمعات المتخلفة ترتبط حياة الأفراد الحزبية إلى حد الاعتماد الكامل، وهذا ما لا نراه في المجتمعات الأخرى، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال نرى الولاء الحزبي مرناً وذلك على وفق مستوى الوعي السياسي لدى الفرد الأمريكي، فلا تتعجب إذا ما تحول خلال فترة وجيزة أحد الجمهوريين إلى الديمقراطيين، أو بالعكس، وذلك التحول لا يؤدي إلى التصفيات الجسدية كما نرى ذلك في المجتمعات المتخلفة.

وغالبا ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية في الفترات الأولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الأحزاب ضئيلاً بالنسبة للتوعية السياسية، وغالباً ما تكون الاتجاهات التي تغرسها الأحزاب في الدول المتقدمة منسجمة مع القيم التي تغرسها العائلة والمدرسة.

وتسعى الأحزاب في البلدان المتخلفة إلى غرس قيم غالباً ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها البالغون في طفولتهم، حيث يقتصر التغيير والتطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات، ففي النظم المتقدمة حيث تقوم مؤسسات أخرى بدور التوعية، فالحزب يضطلع بمسؤولية عقد الاجتماعات، وتنظيم أعياد الاستقلال وأعياد الميلاد.

وتسهم الأحزاب في منطقة الشرق الأوسط بدور بارز في صياغة المفاهيم والأحداث السياسية، وذلك لأن هذه المجتمعات تُعدّ مجتمعات نخبوية؛ أي أن هناك نخبة حاكمة تقود المجتمع نحو فهم معين، وأسلوب معين من السلطة، وتحليل معين للقضايا السياسية التي تحدث في المحيط المحلي والدولي، لذا يُعدّ هذا الدور للأحزاب دوراً سلبياً إلى درجة ما، وذلك لأن هذه الحالة تتيح الاستغلال واحتكار الأفكار في المجتمع.

ويرى الباحث أن للأحزاب الدور البارز، وفي بعض الأحيان الدور المساعد على اكتساب الوعي السياسي تبعاً لاختلاف الأحزاب، واختلاف المجتمعات التي تعمل بها تلك الأحزاب السياسية.

#### ب- جماعات الضغط:

تُعدّ جماعات الضغط المؤسسة الأخرى التي تسهم في اكتساب الوعي السياسي تجاه القضايا التي يمر بها المحيط، أو البيئة الاجتماعية للإنسان، ووعي هذه الجماعات حول قضية معينة واتجاه معين غالباً ما تتسجم القضية أو الاتجاه مع مصالح الأفراد الذين يشكلون جماعات الضغط (اللوبي).

وتُعدّ ظاهرة جماعات الضغط ظاهره قديمة، غير أنها لم تبرز بشكلها المميز في الحياة السياسية إلا قبل بضعة عقود من السنين في الولايات المتحدة الأمريكية، ومنها عُرف هذا الاصطلاح، وشاع في البلدان الأخرى.

وجماعات الضغط عبارة عن مجموعة من الأشخاص تربطهم روابط وعلاقات خاصة ذات صفة دائمة، ومتواترة بحيث تفرض على أعضائها نمطاً معيناً من السلوك الجماعي، وطريقة التأثير لجماعات الضغط على اكتساب الوعي السياسي تظهر من خلال الوظيفة التي تقوم بها الجماعات الضاغطة، ألا وهي التأثير المباشر والتأثير غير المباشر في الحكومات.

ويؤدي ذلك إلى فرض نوع من السلوك والوعي السياسي على الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الجماعات، والتأثير المباشر لجماعات الضغط تتضمن المواقف التي تتخذها تلك الجماعات إزاء القضايا السياسية المطروحة على مختلف المستويات، وذلك بإرسال وفد إلى الحكومة.



كما يجري عمل تلك الجماعات في الخفاء من خلال تمويل الحملات الانتخابية لصالح جماعات الضغط، ودفع تمويل الانتخابات من أجل وصول أحد المؤيدين لمصالح جماعات الضغط إلى دفة (كرسي) الحكم.

وبطبيعة الحال يختلف دور وتأثير جماعات الضغط على تكوين الوعي السياسي باختلاف المجتمعات البشرية كما هو الحال في الأحزاب السياسية، فمثلاً نرى أن الدور الذي تقوم به جماعات الضغط في البلدان الغربية، وخاصةً الولايات المتحدة الأمريكية غالباً ما تكون أدوار مدنية عن طريق فرض بعض الالتزامات الاقتصادية والاجتماعية، أو السياسية على الحكومات عن طريق الشركات، ومؤسسات الإعلام والنقابات، أما في بلدان الشرق الأوسط فلا تزال دور جماعات الضغط غير واضحة.

وإن وجدت تلك الجماعات، فإنها غير فعّالة وتقليدية، فنرى أن جماعات الضغط تقتصر على رؤساء العشائر، أو ما يسمى بالشيخوخ، والحالة العراقية أكبر دليل على ذلك، حيث تلى سقوط بغداد والنظام البعثي ظهور دور أكبر لرؤساء العشائر في العملية السياسية في العراق، وبدأوا يمارسون الضغط على الحكومة الجديدة والنظام الجديد، فضلاً عن محاولة تلك العشائر إلى الانسجام مع المفاهيم العصرية؛ كالديمقراطية وحقوق الإنسان لغرض الحصول على النفوذ في السلطة السياسية.

إن دور جماعات الضغط من حيث تأثيرها في الوعي السياسي يرتبط بالدور الذي تلعبه هذه الجماعات من خلال تأثيرها على العمليات الانتخابية، وصنع القرار السياسي في هذه البلدان، وتعدّ الولايات المتحدة النموذج الحي على ذلك، وإن هذه الجماعات لا تسعى للوصول إلى السلطة، وإنما فقط التأثير في شخوص السلطة بما يخدم مصالح تلك الجماعات المرطية والبعيدة.

## ج- وسائل الإعلام

لقد غزت وسائل الاتصال في عصر الفضائيات وشبكات المعلوماتية العالم ببرامجها وعروضها حتى تحول العالم إلى قرية كونية، بحيث يطلع أهالي الجنوب على أخبار أهالي الشمال بالوقت نفسه، وبسرعة هائلة فاقت التصورات البشرية في بداية القرن الحالي.

وأتاح تدفق الصور والرموز الثقافية على هذا النحو العجيب للناس مقارنات ثقافية غير مسبوقة، فقد صار في العالم كل واحد يستطيع تلمس موقعه، وموقع بلده بين أمم الأرض، مما أدى إلى تداخل ثقافي بين شعوب المعمورة، وهذا ساعد على الإطلاع الواسع والسريع على الأحداث السياسية والظروف الدولية، وتكون بذلك نوع من الوعي السياسي الحالي للأحداث المثيرة على الساحة الدولية، فضلاً عن الوعي السياسي لكل شعب من شعوب المنطقة بالأحداث، والأمور الداخلية المتعلقة بسياسات حكوماتهم.

إن وسائل الإعلام باعتبارها طرق لاكتساب الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها، ومصدر تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة الشمولية تكونت كل وسائل الإعلام بيد الحزب الحاكم، أو السلطة المنفردة بحيث يفرض إرادته على الأفكار العامة، على عكس ما نراه في المجتمعات الديمقراطية، حيث تفرض وسائل الإعلام آرائها وإرادتها على الحكومات وسياساتها.

يشير تود جتلن (Todd Gitlin) إلى مزايا وسائل الإعلام، ومضارها بالنسبة لحركات الاحتجاج الاجتماعية التي تنادي بالتغيير السياسي الجذري.

وهكذا فإن التغطية الإعلامية تؤثر في الأفراد، ويكون لديهم توجهات وآراء حول مختلف المفاهيم والأحداث السياسية، وما دمنا نعيش اليوم عصر المعلوماتية فإن هذا الدور معرض للتطور والتوسع.

كما نجد في عالم اليوم تعدد وتنوع طرق اكتساب الوعي السياسي واتساع المؤثرات التي تسهم في تنمية الوعي السياسي على المستوى الكوني (العالمي) والمحلي، أما كيفية تحقق ذلك وأبعاده سلباً وإيجاباً، فهذا أمر آخر.

فالبُعد السلبي في تشكيل الوعي السياسي غالباً ما نراه في الأنظمة الشمولية التي تعقل فيها الكلمة، وينعدم فيها الرأي، وإن الإعلام موجه لدرجة تؤثر في عقول الأفراد وتوجههم نحو نوع معين من الأفكار والمعتقدات وذلك من خلال الوسائل التي تُمارس من خلالها الحرب النفسية والدعائية الموجهة، وتستغل وسائل الإعلام المرئية والمسموعة لذلك الغرض، لذا فإن أية تظاهرات من قبيل الوعي السياسي يكون مزيفاً أو موجهاً.

ويمارس الإعلام في الوقت الراهن دوراً أكبر من حيث تعدد الوسائل؛ كالشبكة العنكبوتية وتحويل العالم إلى قرية صغيرة؛ لذا أصبح بإمكان الأفراد الذين يعيشون تحت نير الاستبداد من التعرف على العالم الواسع واقتناء الأفكار الحرة من خلال الإنترنت والأقمار الاصطناعية<sup>(1)</sup>.

ولا بد من التمييز بين الأثر الذي يجلبه الإعلام العالمي، والأثر الذي يجلبه الإعلام المحلي، فيؤثر الإعلام العالمي في اكتساب نوع من الوعي السياسي، فالإعلام العالمي اليوم يؤثر بصورة واضحة في تفكير الشعوب نظراً لسرعة التنقل في المعلومات بين الشرق والغرب والشمال والجنوب.

كما يتجلى الأثر الإعلامي بقوة في المجتمعات النامية والمغلقة، كون الأفراد في هذه المجتمعات يقيمون الأحداث السياسية من زاوية ردود الأفعال الآنية والمرحلية دون التفكير في العواقب والآثار التي تفرزها الظروف السياسية المتنوعة.

---

(1) داوسن، رتشارد، مرجع سابق، ص 43.

وتُعدّ الظواهر التي تعبّر عن الوعي السياسي؛ كالمظاهرات والمطالبات بالتغيير ظواهر مرحلية، وتتلاشى في الوقت الذي رسمته الأنظمة الحاكمة في هذه البلدان، وإما الإعلام المحلي فإن أثره ليس بالمستوى المطلوب، وأن مساهمته في توعية الأفراد توعية سياسية يكون مقتصرًا على المفاهيم التي تريد السلطة إيصالها إلى الشارع، أو بشكل آخر ادلجة (فرض فكرة معينة على) الشارع وفق مصالح النخبة الحاكمة، ولكي يمارس الإعلام المحلي دوره لابد من تفاعله مع هموم المواطن، وتعبيره عما يتجه إليه الشارع، أو الرأي العام الشعبي.

### المبحث الثالث: الوعي السياسي في مضمون النظريات العلمية

ركزت النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث، أو الدول النامية على طبيعة الدور الذي يجب أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة والمستقلة، وبرزت في هذا المجال نظرية أساسية، وهي نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تؤكد أن الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام جمهور فاعل ونشط، ويأخذ من الإعلام احتياجاته ومعارفه<sup>(1)</sup>.

### المطلب الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

يقوم نموذج الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الافتراضات، وهي على النحو الآتي<sup>(2)</sup>:

1. إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

(1) الموسى، عصام الإعلام العربي الحديث ومجالات تطويره، مجلة أفكار، العدد 82، 1986، ص 110.

(2) أبو إصبع، صالح، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، عمان، 1995، ص 110.

2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه، وتحدده الفروق الفردية.

3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي أشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، ويدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يميز الباحثين بصورة فعّالة لاستخدامه لوسائل الإعلام.

5. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

ويفترض منهج الاستخدامات والإشباع أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية يأتي بقصد إرضاء مجموعة من الحاجات المتأصلة نفسياً واجتماعياً وبيئياً. وتختلف الحاجات التي يمكن إشباعها بوساطة وسائل الاتصال الجماهيري من شخص لآخر، ذلك أن الأفراد لديهم اتجاهات واهتمامات مختلفة لذلك فهم يقومون باستخدامات مختلفة للوسائل الإعلامية، ويحققون إشباعات مختلفة<sup>(1)</sup>.

### أسباب اختيار نظرية الاستخدامات والإشباعات إطاراً نظرياً للدراسة

يرى أصحاب هذه النظرية وأنصارها أن الأفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل إشباع رغباتهم وحاجاتهم، وبالذات الرغبات الكامنة، لذلك تجدهم يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه، بمعنى أن الذين يعانون من كبت لمشاعرهم الجنسية هم الذين يبحثون عن الوسائل الإعلامية التي تبتّ أفلاماً إباحية، ويتعرضون لها.

---

(1) أبو إصبع، صالح، مرجع سابق، ص 112.

كما لا ينتظر أصحاب هذه النظرية الصدفة التي يعثرون من خلال على هذه الرسائل، بل يسعون هنا وهناك للتعرف على هذه الوسائل، وبالتالي الوسيلة الإعلامية ليست هي التي تدق أبوابهم، وإنما هم الذين يبذلون كل ما في وسعهم للوصول للوسيلة، وإشباع رغباتهم واحتياجاتهم، وقد تكون الحاجة، أو الرغبة لدى المتلقين مشروعة؛ كالرغبة في الزواج، لذلك تراهم يبحثون عن مواقع الزواج عبر الإنترنت، والفضائيات المختلفة<sup>(1)</sup>.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهي على النحو

الآتي:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

### المطلب الثاني: نظرية التبعية الإعلامية

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية، في حقبة ما بعد الاستقلال، كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية، وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية، وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، وزيادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة.

---

(1) الصقور، خليل، مرجع سابق، ص 27-28 .

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيرل وماتلارات وبويد باريت": أن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة؛ مثل خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي.

وفي هذا الإطار، جاءت جهود منظمة اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب الجنوب.

ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد" على طرح تصور شامل يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاتصال والإعلام، حيث أبرز تقريرها ضرورة المبادرة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد عن سياسات الاتصال والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة، والأخذ بالنظام المفتوح في الاتصال الذي يتيح إشراك الجماهير في العملية الاتصالية.

وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة، واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات، إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي.

ونخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام، والسلطة السياسية، ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي.

ويؤخذ علي هذه النظرية مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة، والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية.

فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسات الإعلامية مسؤولية وطنية في المقام الأول، ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية، وتصور الذاتية الثقافية.

وتحتاج نظرية التبعية الإعلامية إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانتهاء الشيوعية، وسقوط القطبية الثنائية، ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجية في عالم الاتصال، والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات.

## المبحث الرابع: طبيعة التنمية السياسية

### مقدمة

من المعلوم أن الاهتمام بموضوع التنمية السياسية، بدأ عالمياً منذ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي صدر عن الأمم المتحدة عام 1948، وما تلاه بعد ذلك من صدور العهدين الدوليين للحقوق المدنية والسياسية، والحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث أصبحت التنمية بالمفهوم السياسي والاقتصادي والاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حقوق الإنسان. والتنمية السياسية بهذا المعنى تعد مطلباً أساسياً لبناء الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية للأفراد<sup>(1)</sup>. ولا بد من التأكيد هنا أن مفهوم التنمية السياسية ارتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم المواطنة، وما تقتضيه من أعمال لحق المشاركة، هذا الحق الذي يعبر عن حقيقة العلاقة بين السلطة والمجتمع، التي تعد أرقى أنواع العلاقة بين القيادة والشعب.

(1) أبو أصعب، صالح : الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار مجدلاوي، ط 5، 2006.



ويمكن النظر إلى مفهوم التنمية السياسية وعلاقتها بسيادة القانون والديمقراطية والأمن والمساواة، حيث تعني التنمية السياسية في هذا الإطار، تأكيد حق المشاركة وتوسيع قاعدته، أي مشاركة المواطنين في شؤون الحكم والإدارة، وتفعيل هذه المشاركة وما يرافقها من تحديث وتطوير للنظم والإجراءات والوسائل التي تكفل تحقيق هذه الأهداف، وهذا يتطلب ضرورة وجود جهاز حكومي قادر على تحمل المسؤولية وتنفيذ السياسات العامة للدولة<sup>(1)</sup>. ولا يمكن الحديث عن وجود تنمية سياسية في ظل حرمان الأفراد والقوى السياسية من أن يكون لها حق تأسيس الصحف والإذاعات ومحطات التلفزة استخدامها كأدوات حضارية في التعبير عن رؤية هذه القوى السياسية، أو الأفراد للتحرك نحو حياة أفضل وبناء عليه؛ فإن التنمية السياسية الناجحة هي التي تعبر عن المضامين الحقيقية للنظام الديمقراطي بكل مكوناته، حيث تعطي مضمونا حقيقيا للانتخابات النيابية والبلدية، وتتعامل مع التعددية الفكرية والسياسية انطلاقا من حق المواطنة، وتفتح المجال واسعا ويجدية أمام القوى السياسية والاجتماعية، لتشارك فعلا وعن قناعة ورضا في بناء المؤسسات الديمقراطية للدولة، وتضطلع بدورها في التنمية الشاملة<sup>(2)</sup>.

كما تقتضي التنمية السياسية، وجود معارضة سياسية ملتزمة بالدستور، وبشروط العملية الديمقراطية وسيادة القانون والنظام، وتستطيع أن تعبر عن وجهة نظرها في الظروف والوسائل المشروعة جميعها، في مناخ من الحرية والتسامح واحترام الرأي الآخر، بحيث يتم التعامل معها على جميع الأصعدة والمستويات، باعتبارها جزءاً من الشرعية الوطنية.

ومما لا شك فيه أن التنمية السياسية بهذه الأبعاد والمضامين، تتضمن التعددية والتنافسية والملكية الخاصة، والتركيز على مبدأ الفصل بين السلطات وغيرها من القيم الديمقراطية والرشد

(1) د.عبدالمعزم المشاط: التنمية السياسية في العالم الثالث، نظريات وقضايا، مؤسسة العين، العين.

(2) د.عبدالله محمد عبدالرحمن: علم الاجتماع السياسي، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.

والعمومية والتجريد، في إطار تحقيق أكبر قدر ممكن لحرية الفرد وتخفيف القيود السلطوية، كما تتضمن مضامين التنمية السياسية تحقيق قيمة الحرية وزيادة مشاركة المواطنين في السلطة السياسية، وتحقيق المساواة بما يحافظ على التوازن داخل الدولة<sup>(1)</sup>. وقد اتجهت الدراسات المعاصرة للتنمية السياسية إلى دراسة مجموعة من المفاهيم الحديثة، لعل من أهمها مفهوم المجتمع المدني، وذلك في إطار الاهتمام بفاعلية مؤسسات هذا المجتمع في مواجهة الدولة، وذلك لحفز عملية التحول الديمقراطي وعرفها (صمويل هانتجتون) بأنها التحول نحو المزيد من المأسسة لمواجهة تصاعد معدلات المشاركة السياسية<sup>(2)</sup>.

هناك من يرى أن التنمية السياسية هي عملية لتدعيم النظم السياسية في دول العالم الثالث بالنهج الديمقراطي الليبرالي الغربي، بما يتضمنه من ممارسات سياسية حديثة تضمن توسيع نطاق المشاركة السياسية وتحسين قدرات النظام السياسي في التجاوب مع حاجات المجتمع، والتعامل مع مشكلاته المتنوعة بكفاءة وفاعلية<sup>(1)</sup>. ويرى آخرون أن التنمية السياسية لا تعدو أن تكون عملية يتم بمقتضاها تحويل المجتمع السياسي من متخلف إلى دولة قومية، أي أن غاية التنمية السياسية - حسب وجهة النظر هذه - هو بناء الدولة القومية<sup>(3)</sup>.

ويرى آخرون أن التنمية السياسية تعني مجموعة المعارف والرؤى والقيم والمعتقدات والاتجاهات والمشاعر السائدة لدى أفراد مجتمع معين، أو جماعة معينة تجاه شؤون الحكم والسياسة.

كما يرى باحثون آخرون أن مفهوم التنمية السياسية يحتوي على طياته جانبين أساسيين،

هما: -القيم والاتجاهات والأفكار السياسية.

(1) د. إسماعيل عبدالفتاح: التنشئة السياسية للطفل، وزارة الإعلام، مصر، 1988.

(2) مرجع سابق

(3) محافظة، 2004.

## السلوك السياسي من جانب المواطنين أو القيادات<sup>(1)</sup>

من خلال ما سبق نجد أن هناك اختلافًا واضحًا بين الباحثين والعلماء السياسيين حول إيجاد تعريف محدد لمصطلح التنمية السياسية. وعلى الرغم من هذا الاختلاف إلا إنه يمكن القول إنه يوجد قواسم مشتركة بين هذه التعريفات. وأبرز هذه القواسم أن مصطلح التنمية السياسية يشير إلى الإرتقاء بالنواحي السياسية سواء لدى المواطنين أو القيادات، كذلك تشير مختلف تعاريف التنمية السياسية إلى تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية الصحيحة التي تساعدهم في المشاركة السياسية الفاعلة في الدولة.

وبناء على ذلك يمكننا أن نعرف التنمية السياسية بأنها العمل على تطوير عقلية الفرد والجماعة والارتقاء بهما إلى المستوى الرفيع الذي يضاهاى ما تتعامل معه الدول المتقدمة من جهة، والعمل على تحديث القيم والمفاهيم السياسية كالديمقراطية، والحرية، والعدالة، والمساواة من جهة أخرى، للنهوض بالفرد والمجتمع وتزويدهما بالمعلومات السياسية الضرورية التي تساعدهم في المشاركة السياسية الفاعلة في المجتمع المحلي والدولي، بما يعود بالفائدة على الدولة والمجتمع ككل.

وللتنمية السياسية مجموعة أهداف تختلف من مجتمع إلى آخر، وتتأثر بالظروف المحيطة بها سواء الداخلية أو الخارجية، وبالظروف التاريخية والثقافية التي مرت بها الدولة والمجتمع، إلا أنه توجد قواسم مشتركة تجمع بين معظم المجتمعات والأنظمة السياسية في العالم، خاصة في الدول النامية. فالتنمية السياسية في أي مجتمع تهدف على نحو أساسي إلى تفعيل دور السلطات الثلاثة (التنفيذية والتشريعية والقضائية) ومبدأ الفصل بينها، وتوافر بيئة سياسية وحيوية ومجتمع مدني نشط تنبثق عنه أحزاب سياسية وتيارات وطنية ذات تمثيل واسع، وتعزيز قيم الإنتماء،

---

(1) وهبان، 2000.

والديمقراطية، والمساواة، والعدالة، والحرية، وتكافؤ الفرص، والمشاركة، وضمان حقوق المرأة، ومشاركة فاعلة للشباب، وانتهاج سياسة الانفتاح، وإشاعة ثقافة سياسية، وبرامج تثقيفية حول المواطنة والحوار، وحرية التعبير والمشاركة السياسية<sup>(1)</sup>. كما أن التنمية السياسية لا يمكن أن تنجح وتتحقق في فترة زمنية قصيرة، وإنما تحتاج إلى الوقت الكافي، وإلى تضافر كافة الجهود الرسمية وغير الرسمية والشعبية من مؤسسات وأفراد، وأن يلتزم الجميع بالعمل تحت مظلة الدستور والقانون، لأن التنمية السياسية في النهاية ليست خيارًا، بل هي ضرورة وطنية، لذلك فإنه يتطلب من الجميع العمل بإخلاص لخلق الظروف الملائمة لإنجاحها<sup>(2)</sup>. ولا بد من توفر مجموعة مؤشرات للتنمية سياسية، أبرزها ما يأتي :

1. مبدأ سيادة القانون، وتكافؤ الفرص، وضمان حرية التعبير، واستقلال القضاء، والحد من تعسف السلطة السياسية، وضمان حقوق المواطنين.
2. وجود مجتمع مدني فاعل يتمتع بقدر من الحرية والاستقلالية.
3. توافر ثقافة سياسية مدنية تقوم على أساس التسامح والحوار واحترام الرأي.
4. مشاركة سياسية ديمقراطية وشفافة في صنع القرار السياسي وفق أسس حديثة.
5. تطور التشريعات وتحديثها بما يتماشى مع المتطلبات الداخلية والخارجية للمجتمع.
6. وجود برلمان مؤسسي يمثل الإرادة الحقيقية للشعب، ويمارس صلاحياته الدستورية في الرقابة على السلطة التنفيذية، والتشريع بكل استقلالية، ويسهم في صنع السياسة العامة للدولة.

---

(1) د. كمال المنوفي: التنشئة السياسية في الفقه السياسي المعاصر، مصر المعاصرة، السنة 56، العدد 355، 1974.

(2) كمال المنوفي: التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت: تحليل مضمون المقررات الدراسية، السياسة الدولية، عدد 91، 1988.

7. وجود نظام سياسي قادر على التكيف من خلال تطوير مؤسساته المختلفة لاستيعاب التغيير الذي يطرأ على المجتمع، وقادر على استخراج الموارد وتوزيعها على أفراد المجتمع بعدالة<sup>(1)</sup>.
8. إطلاق الحريات بين جميع فئات المجتمع الواحد، بعيداً عن الخوف والإرهاب الفكري، وحماية الحريات المسؤولة لأنها عماد الديمقراطية.
9. وجود تعددية سياسية وفكرية ضمن الثوابت التي يقوم عليها المجتمع، دون أن يدعي طرف من الأطراف ملكيته للحقيقة أو حماية المصلحة الوطنية على حساب طرف آخر. فالجميع تهمه المصلحة الوطنية، مع تأكيد القواسم المشتركة لمحددات المصلحة الوطنية، ويمكن الوصول إلى هذه القواسم المشتركة من خلال الحوار بين النخب المثقفة.
10. تحقيق المساواة في الحقوق والواجبات بين جميع المواطنين بصرف النظر عن اختلاف انتماءاتهم أو أجناسهم أو أديانهم أو أعراقهم، وعدم النظر إلى الدولة باعتبارها مصلحة خاصة لكل فرد الحق أن يأخذ منها ما يشاء على حساب الأفراد الآخرين، بل يجب على الجميع أن يتحمل مسؤوليته في الحفاظ على الدولة باعتبارها القاسم المشترك بين الجميع.
11. قيام الأحزاب السياسية القوية والفاعلة والقادرة على إحداث التغيير المرجو من خلال إشراك الأفراد في إقرار السياسة العامة للحزب، ونظرته لمختلف القضايا التي تواجه الدولة. ولا بد - حتى تستطيع الأحزاب السياسية أن تقوم بهذا الدور - من أن تفسح السلطات الرسمية في الدولة وبالذات السلطة التنفيذية المجال للأحزاب، لتتحرك وتعمل في جو من الديمقراطية والحرية وفقاً للقانون والنظام العام.
12. تفعيل دور مؤسسات المجتمع المدني وقطاع الشباب والمرأة في الحياة السياسية، بهدف دمج هذه المؤسسات وهذه الشرائح الواسعة من أبناء المجتمع في تحمل المسؤولية.

---

(1) العزام، عبد المجيد علي: السياسة الخارجية الأردنية، وزارة الثقافة، عمان، 1998.

13 . سن قوانين وتشريعات تحمي حقوق الأفراد، سواء الحقوق والحريات الخاصة، أو الحقوق

والحريات العامة المتعلقة بحرية الإنتساب إلى الأحزاب وحرية الإنتخاب<sup>(1)</sup>.

ولا بد في النهاية من التأكيد أن عملية التنمية السياسية التي تعزز الاستقرار العام والسلم الاجتماعي. ومن أجل تحقيق هذه الغاية وإنجاح مشروع التنمية السياسية في أي دولة في العالم لا بد من العمل بإخلاص سواء من قبل المواطنين أو الحكومات. وهذه ليست مسؤولية الحكومة فقط، بل هي مسؤولية الجميع.

ولو نظرنا إلى واقع التنمية السياسية في الأردن، نجد أن الملك عبد الله الثاني أكد ضرورة النهوض بها، وأنها يجب أن تكون على رأس أولويات الدولة الأردنية، وذلك واضح من خلال كتاب التكليف السامي لحكومة السيد فيصل الفايز في تشرين أول 2003 ، حيث أكد كتاب التكليف انه "... على رأس هذه الأولويات تأتي التنمية السياسية بكل أبعادها،.... وإن الوقت قد حان لتعميم مفهوم التنمية السياسية التي تشارك بها قطاعات المجتمع وقواه السياسية كافة، حيث النزاهة والمساءلة والشفافية. وسيادة القانون والعدالة والمساواة، والمشاركة الفاعلة والحقيقية للمرأة الأردنية والشباب الأردني وتفعيل طاقاتهم، واستثمارها في شتى مناحي الحياة... التنمية السياسية التي تتبثق عنها أحزاب وطنية قوية موحدة.... وحيث الحرية المسؤولة للصحافة التي تخدم الدولة الأردنية وتعبّر عن ضمير الوطن وهويته، وتعكس إرادة الأردن وتطلعات أبنائه، وحيث الإعلام الصادق المسؤول، الإعلام المهني المتمكن والقادر على التغيير والتأثير، لا الإعلام الخائف العاجز المتردد، التنمية السياسية التي تسعى إلى العلم والمعرفة للجميع وتعمل على إظهار هويتنا

---

(1) نبيل السمالوطي: بناء القوة والتنمية السياسية، دراسة في علم الاجتماع السياسي، الطبعة الأولى 1978.

الإسلامية المشرقة والحضارية العريقة الجذور القائمة على التسامح وحرية الفكر والإبداع....".(الموقع الرسمي لجلالة الملك عبد الله الثاني<sup>(1)</sup>):

### المطلب الأول: أثر وسائل الإعلام على تنمية الأفراد سياسياً

يهدف هذا المحور إلى بيان الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام بأشكالها كافة في تنمية التوجهات السياسية للأفراد، ومن ثمَّ نحاول أن نسقط هذه المزايا على الإذاعة والتلفاز الأردني باعتبارهما من وسائل الإعلام، وهل تمكنت هاتان الوسيلتان الإعلاميتان من تحقيق التأثير السياسي المطلوبة أم لا؟

لابد قبل الحديث عن تأثير وسائل الإعلام على التنمية السياسية للأفراد من التأكيد أنه يجب أن تعطى وسائل الإعلام وتتمتع بقدر كبير وسقف عالٍ من الحرية، وهذه الحرية يجب أن تكون مصانة ومثبتة في القانون وفي وجدان النظام السياسي والاجتماعي في الدولة على حد سواء، ومقابل هذه الحرية التي يجب أن يتمتع بها الإعلام ليقوم بدوره على أكمل وجه، يجب أن تكون هذه الحرية مسؤولة وملزمة بالقوانين والأنظمة والعادات والتقاليد والآداب العامة والدين، ولا تتجاوز كل هذه المرجعيات بحجة الحرية؛ فحرية وسائل الإعلام تتوقف عندما تخالف القانون والآداب العامة والدين ولا تقوم برسالتها بشكل موضوعي وعلمي هادف<sup>(2)</sup>.

أما فيما يخص علاقة الإعلام بالتنمية السياسية، فإن هذه العلاقة تعد إحدى أهم الموضوعات التي شغلت وتشغل بال العديد من المفكرين والأكاديميين والسياسيين في العالم. فالإعلام السياسي هو علم قائم بذاته، خصصت له العديد من الجامعات والمعاهد في العديد من دول العالم حيزاً كبيراً من أقسام الإعلام والعلوم السياسية. ويعود تأثير الإعلام على

(1) [http://www.kingabduallah.jo/index.php/ar\\_JO/r \(oyalLetters/view/id/166.html\)](http://www.kingabduallah.jo/index.php/ar_JO/r (oyalLetters/view/id/166.html)

(2) نبيل السمالوطي: بناء القوة والتنمية السياسية، دراسة في علم الاجتماع السياسي، الطبعة الأولى، 1978.

السياسة إلى قرون خلت، حيث يمتد هذا التأثير إلى القرن السادس عشر، عندما بدأ التفكير في كيفية تشكيل الرأي العام.

وبعد ذلك تطورت الأحداث السياسية الدولية بظهور الدولة القومية في أوروبا وبداية النزاعات والخلافات بين الدول الأوروبية، فدفعت هذه الخلافات الدول الأوروبية إلى محاولة استمالة الرأي العام وتشكيل رأي عام مؤيد ومناصر لتوجهات الأنظمة السياسية القائمة في ذلك الوقت.

ولم تجد هذه الأنظمة وسيلة أقوى وأكثر تأثيراً وأسرع انتشاراً من الإعلام بوسائله المختلفة، التي وإن كانت محدودة من حيث النوعية والكمية إلا أنها بالمقارنة مع الطرق التقليدية الأخرى (مثل نقل الأخبار والمعلومات وبناء التحالفات بوساطة الأفراد)، تعد متقدمة وتساعد على نحو كبير في كسب تأييد أكبر عدد ممكن من الرأي العام لكل ما تقوم به الأنظمة السياسية بوقت وجهد وتكاليف أقل<sup>(1)</sup>. وفي بداية القرن العشرين قامت الدول الكبرى بتمرير سياستها الخارجية ومحاولة السيطرة على الدول والشعوب الأخرى بوساطة الإعلام. وخلال الحربين العالميتين، الدول المتحاربة على استخدام الإعلام واستغلاله كثيرا للتأثير على الشعوب الأخرى، وتقوية معنويات شعوبها<sup>(2)</sup>.

## المطلب الثاني: نظريات التأثير الإعلامي

تتركز عمليات تأثير الاعلام في ثلاثة نظريات هي:

### نظرية التأثير القوي

تعد هذه النظرية من أقدم النظريات التي حاولت تقديم تفسير لمسألة تأثير وسائل الإعلام

على الأفراد، حيث سادت في مطلع العشرينيات والثلاثينيات من القرن العشرين.

(1) د. عبدالمنعم المشاط: التنمية السياسية في العالم الثالث، نظريات وقضايا، مؤسسة العين، العين، 1988.

(2) د. نادية حسن سالم: التنشئة السياسية للطفل العربي: دراسة لتحليل مضمون الكتب المدرسية، المستقبل العربي،



ويعتقد دعاة هذا المدخل أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد. إذ إن لديها القدرة على حملهم على تغيير آرائهم واتجاهاتهم الوجيه التي يرغبها القائم بالاتصال.

### نظرية التأثير المعتدل

يعتقد أصحاب هذه النظرية أن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية (رسمية أم غير رسمية، مغلقة، أو مفتوحة، فاترة أو حميمية، صراعية أو تعاونية... الخ) تحدد وتقلل من التأثيرات المباشرة والفورية لوسائل الاتصال على الأفراد؛ فالعلاقات غير الرسمية والمفتوحة السائدة في مجتمع ما، قد تعمل على حماية الأفراد، من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة عليهم، وتقلل من مخاطرها وانعكاساتها السلبية.

وهذا يعني أن غالبية الأفراد لا يحصلون على معلوماتهم بشكل مباشر من هذه الوسائل، وإنما هناك عوامل وسيطة تتوسط بينهم وبينها. كالأُسرة مثلاً، واتحاد النقابات، والجمعيات وقادة الرأي، ... الخ.

ويرى أصحاب هذا المدخل، أن وسائل الاتصال تعد مصدرًا حيويًا ونافعًا في تزويد الأفراد بما يريدونه من معارف، وفي تلبية ما لديهم من حاجات ومتطلبات ؛ لذا، فهم حين يلجؤون إلى هذه الوسائل إنما يكون من أجل تحقيق هذه الحاجات والعمل على إشباعها.

كذلك تبين هذه النظرية انه يجب النظر إلى قوة وسائل الاتصال أو ضعفها، سواء أكان ذلك مباشرًا أم غير مباشر، مقصودًا أم غير مقصود، من خلال العمليات الاختيارية أو الانتقائية التي يقوم بها الفرد للمحتوى المعرفي الذي يتعرض له في هذه الوسائل، إذ تعمل هذه العمليات كعوامل وسيطة في العملية الاتصالية، من شأنها أن تحد من تأثيرات وسائل الاتصال القوية والمباشرة عليه.

كما يرى أصحاب هذه النظرية، أن الأفراد يعرضون أنفسهم بشكل طوعي أو اختياري للوسيلة الاتصالية التي يريدونها، والتي يتوافق محتواها مع ميولهم واهتماماتهم واعتقاداتهم، فالأفراد إنما يدركون الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها في هذه الرسائل، ويفسرون محتوياتها وفقا لأذواقهم ومصالحهم وتوقعاتهم.

هذا إضافة إلى أنهم يتذكرون وعلى نحو انتقائي ما يحبونه أو يرغبونه، ويتجنبون تذكر أو استرجاع ما لا يحبون أو يرغبون من محتويات هذه الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها. وهكذا توصلت هذه النظرية، إلى أن وسائل الاتصال لا تؤثر تأثيراً مباشراً على الأفراد، ولكنها تعمل من خلال ما أسموه بالعمليات الاختيارية أو العوامل الوسيطة.

فما يتعلمه الأفراد من وسائل الاتصال لا يؤدي بالضرورة إلى تغيير اتجاهاتهم، وإذا ما أدى إلى ذلك في حالات معينة ومحدودة، فإنه قد لا يؤدي إلى تغيير في سلوكياتهم وتصرفاتهم. فالتأثير، في الواقع، يخضع، لاعتبارات كثيرة أهمها، ظروف الفرد الذاتية وطبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع.

لا يبالغ أصحاب هذه النظرية في تصوير قدرة وسائل الاتصال، ولا يقللون من شأن هذه القوة ولا ينفوها. ويقولون إن تأثير وسائل الإعلام يكون قوياً عندما تحدد جدول أعمالها لجمهورها الذي يحدد لهم الأهم، والمهم، والأقل أهمية، وغير المهم من تلك الموضوعات، وذلك عبر فترات زمنية طويلة وبشكل مكثف. وبناء على ذلك فإن وسائل الإعلام إذا قامت بتوجيه جمهورها نحو قضايا بعينها، وفترات زمنية طويلة وعلى نحو مكثف، فإن ذلك سينعكس على قوة تأثير الوسيلة الإعلامية على الجمهور، ومن ثمّ نتفهم وتغرس فيهم قيماً ثقافية معينة. والعكس صحيح<sup>(1)</sup>.

---

(1) سليم ناصر بركات: علم الاجتماع السياسي، جامعة دمشق، سوريا، 1991.

## نظرية التأثير المحدود

من خلال ما سبق يمكن القول إن أكثر النظريات مناسبة لدراسة تأثير الإذاعة والتلفاز باعتبارهما من وسائل الإعلام في التنمية السياسية هي نظرية التأثير المحدود، وذلك لأنه لا يمكن أن تتكون لدى المواطن ثقافة سياسية إيجابية من خلال متابعة نشرات الأخبار، التي تقدم معلومات جامدة.

وهذه المعلومات إذا لم يتم تفكيكها وتوضيح النواحي الإيجابية والسلبية فيها للمواطنين من خلال الخبراء وقادة الرأي والسياسيين والأحزاب والنقابات والأسر، باعتبارهما الجهة الوسيطة التي تحدثت عنها. هذه النظرية، سوف تؤثر هذه المعلومات على نحو سلبي على مقومات المجتمع والدولة ككل.

أما فيما يتعلق بنوعية التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام على أفراد المجتمع، فتتحدد في ثلاثة أبعاد، هي:

1. التأثير المعرفي: ويكون من خلال التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية المحيطة. فوسائل الإعلام تعد مصدرا مهماً من مصادر الحصول على المعلومات المتعلقة بقضية سياسية معينة، تزيد من الوعي والمعرفة السياسية وقضايا المجتمع، فوسائل الإعلام تستطيع أن تؤثر في التوجهات المعرفية للأفراد، وتستطيع أن تشكل أولوياتهم واهتماماتهم وتوجهها.

2. التأثير الوجداني: وذلك من خلال تشكيل الاتجاهات والمواقف. فعندما يتعرض الفرد بشكل مستمر لوسائل الإعلام فإن ذلك يزيد من اهتمامه بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه إلى البحث عن المعلومات التي تشبع فضوله. ومن أبرز التأثيرات العاطفية قضية

الشعور بالولاء أو الاغتراب أو الفتور العاطفي تجاه المشاركة السياسية والتصويت الانتخابي أو الشعور بالإيجابية نحو النظام السياسي أو العكس.

3. التأثير السلوكي: وتقوم على دراسة العلاقة بين التعرض المستمر لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في مختلف النشاطات السياسية سواء الانتخاب أو الترشح أو إبداء الآراء السياسية عندما يطلب من الفرد ذلك.

ويعد هذا الجانب من أهم أبعاد وسائل الإعلام وتأثيراتها في عملية التنشئة السياسية، فهذا ينشط السلوك السياسي أو الإجتماعي للأفراد مثل: المشاركة السياسية في الأنشطة السياسية والإهتمام بالقضايا والشؤون العامة كنوع من الفاعلية السياسية، ويقابل تنشيط السلوك السياسي الخمول السياسي مثل العزوف عن المشاركة السياسية وعدم المشاركة في الأنشطة السياسية الاجتماعية التي تفيد المجتمع وعدم القيام بالتصويت في الانتخابات أو الترشح<sup>(1)</sup>.

ولعلّ هذه التأثيرات والأبعاد تزيد من أهمية ومسؤولية وسائل الإعلام في التنشئة والتثقيف السياسي بالديمقراطية والقضايا التي تركز عليها مسيرة الديمقراطية في المجتمع، والتي يجب ألا تكتفي بمجرد تثقيف المواطن سياسياً، أو تعزيز ولائه للنظام أو لاتجاه سياسي معين، أو حثه على المشاركة في العملية السياسية فقط، بل يجب أن تدفعه لاتخاذ دور ايجابي وفاعل في الحياة السياسية وفي عمليات صنع وتشكيل القرار السياسي بوجه عام، وهذه الفاعلية والمشاركة الفعلية في الحياة السياسية وصنع القرارات السياسية تمثل ضرباً من ضروب التأثير بوسائل الإعلام ومدى تأثيرها على السلوك السياسي للمواطنين.

---

(1) د. عبدالله محمد عبدالرحمن، علم الاجتماع السياسي: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.

ويتوقف نجاح وسائل الإعلام في قيامها بوظيفة التنمية السياسية وخدمة أهداف التنمية

الأخرى على توفير الحد الأدنى من الشروط الآتية:

1- تحقيق مبدأ تدفق المعلومات في الاتجاهين - صعوداً ونزولاً- بالشكل الذي يضمن المزيد من

التفاعل الجماهيري والمشاركة الجماهيرية في مختلف مراحل العملية الإعلامية.

2- القضاء على ظاهرتي المركزية والبيروقراطية الإعلامية، وتحرير الطاقات في سبيل الإبداع

والابتكار.

3- السعي نحو مبدأ حق الجماهير في الإعلام، وتحقيق الضمانات القانونية الملزمة لممارسة هذا

الحق<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثالث: المشكلات السياسية في المجتمع الأردني

بداية يجب التذكير بأن الأردن أستنف عام 1989 مرحلة التحول الديمقراطي بعد فترة

إنقطاع دامت حوالي ثلاثة عقود. وقد دشّن الأردن بعد عام 1989 مجموعة من التحولات

والتغيرات على الصعيدين السياسي والإعلامي، سواء في مجال القوانين والتشريعات أو في مجال

الحياة البرلمانية والحزبية والحرية الإعلامية. وعلى الرغم من مضي أكثر من عشرين عامًا على

هذا التحول، فقد شهد مجموعة من القوانين والتشريعات، بالإضافة إلى ظهور محطات إعلامية

عربية مهمة وفاعلة خصوصاً في الميدان ، السياسي، مثل: محطة الجزيرة التي ظهرت عام

1996 ومحطة العربية عام 2003 ، وغيرها من المحطات العربية والإقليمية والدولية، إلا أن

وسائل الإعلام الأردنية المختلفة لم ترق إلى مستوى طموح المواطنين ولا المسؤولين الأردنيين الذين

وصفوه "بالإعلام المرعوب" أو "الإعلام المشوش" أو "الإعلام المرتبك".

(1) عزي، عبد الرحمن: دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية،

بيروت، 2003.

وقد انعكس ذلك على تدني نسبة مشاهدة ومتابعة الأردنيين لوسائل الإعلام الأردنية، الذي انعكس بدوره على تدني ثقافتهم ووعيهم السياسي ومن ثم انخفاض مشاركتهم في مختلف الأنشطة السياسية على الساحة الأردنية، سواء في الانتخابات النيابية أو الانتساب للأحزاب السياسية مثلاً<sup>(1)</sup>. وسوف يتم التطرق لبيان أهم جوانب هاتين المشكلتين اللتين يعاني منهما المجتمع الأردني سواء الانتخابات النيابية أو الانتساب للأحزاب السياسية، والوقوف على أبرز جوانب هاتين المشكلتين وحجمهما في المجتمع الأردني. وفي نظرة سريعة لأهم جوانب هاتين المشكلتين يلحظ ما يأتي:

الجانب الأول: انخفاض نسبة المشاركة في الانتخابات النيابية سواء في الترشح أو التصويت.

الجانب الثاني: تدني نسبة الانتساب للأحزاب السياسية.

وسيتم تناول كل جانب على حدة.

الجانب الأول: تدني نسبة المشاركة في الانتخابات النيابية سواء الترشح أم التصويت

تعد المشاركة في الانتخابات النيابية من متطلبات المجتمع الديمقراطي، التي تعطي الحق لجميع المواطنين للمشاركة في اختيار ممثليهم في مجلس النواب لتحقيق مصالحهم والدفاع عن حقوقهم. وحتى يستطيع المواطن اختيار ممثله في السلطة التشريعية بالشكل المناسب، فإن عليه التصويت بشكل مباشر في الانتخابات. وفي حال إجماع المواطن عن أداء هذا الدور فإن ذلك يفسر في كثير من الأحيان بضعف وتدني ثقافته السياسية، والذي يؤدي إلى إفراز مجلس نواب

---

(1) رتشارد داوسن وآخرون: التنشئة السياسية: دراسة تحليلية، ترجمة: مصطفى عبدالله خشيم، محمد المغربي، جامعة قاريونس، ليبيا، 1998.

ضعيف لا يلبي الطموحات المرجوة منه<sup>(1)</sup>. وقد شهدت المملكة الأردنية الهاشمية منذ عودة الحياة الديمقراطية عام 1989 ستة مجالس نيابية هي: الحادي عشر، والثاني عشر، والثالث عشر، والرابع عشر، والخامس عشر، والسادس عشر والحالي السابع عشر. ويلحظ على هذه المجالس الستة، وجود عزوف واضح من قبل المواطنين عن المشاركة بشكل فاعل فيها سواء في الترشح أو في الاقتراع.

عندما نتحدث عن التنمية فإنه يخطر لدينا أنواع كثيرة من مجالات التنمية كالتنمية الاقتصادية، والتنمية الاجتماعية، والتنمية البشرية، ولكن مفهوم التنمية الحقيقي والشامل أعمق من أن نختزله في مجال تنمية محددة، ولو أن تحقيق مجال واحد من مجالات التنمية أو أكثر يؤدي بالضرورة دوراً مهماً في تحقيق التنمية الشاملة ولأن المجتمع الإنساني يختلف بحاجاته واهتماماته ومجالاته، فقد كان لابد لأي فرد أو مجتمع أو حتى دولة أن تركز على جوانب مختلفة من جوانب التنمية، فالتنمية الاقتصادية للدول والأفراد المعنيين بالإقتصاد والتنمية الاجتماعية للأسر والأفراد والجماعات المهمة بها، أما التنمية السياسية فإنها تعني كل المجتمعات والأفراد والدول، ذلك أنه من دون تنمية سياسية لا يمكن أن تتحقق معظم مجالات التنمية ولا يمكن لأي مجتمع أن يزدهر ويتطور إلا إذا كان يعيش حالة حقيقية من الديمقراطية والمشاركة السياسية ويملك الوعي السياسي الحقيقي لمعرفة حقوقه وواجباته المنوط بها سعياً لتحقيق كافة مجالات التنمية الأخرى.

وبصرف النظر عن حداثة هذا المفهوم فإنه يؤدي إلى الوصول نحو حالة التنمية الإنسانية الشاملة بلا أدنى شك.

---

(1) ريتشارد داوسن وآخرون: التنشئة السياسية: دراسة تحليلية، ترجمة: مصطفى عبدالله خشيم، محمد المغربي، جامعة قاريونس، ليبيا، 1998.

ويعد مفهوم التنمية السياسية مفهوماً حديثاً من الناحية التاريخية حيث لم يظهر إلا في وقت قريب عقب الحرب العالمية الثانية في الدول الغربية، وبقي متأخراً لدى دول العالم الثالث حتى مرحلة ما بعد الإستقلال<sup>(1)</sup>. وأما في الوطن العربي فقد كانت النظم السياسية الرسمية قلما تهتم بموضوعات الديمقراطية والتنمية السياسية وغيرها، في حين كان الشارع العربي قليل الرغبة في التضحية من أجل الظفر بحقوقه ومكاسبه السياسية مما أدى إلى تأخير ملحوظ لعملية التنمية السياسية من الجهات الرسمية والشعوب العربية<sup>(2)</sup>. أما في الأردن فقد طرح مفهوم التنمية السياسية لأول مرة بشكل واضح في عهد الملك عبدالله الثاني وبالتحديد في كتاب التكليف السامي لحكومة فيصل الفايز بتاريخ 23 تشرين الأول لعام 2003، وأعقب ذلك مباشرة تأسيس وزارة التنمية السياسية بمبادرة ملكية، من أجل التأكيد على سعي الإرادة السياسية الملكية لإشراك جميع فعاليات وقطاعات المجتمع في (عملية التنمية السياسية وتسريعاً لخطا الديمقراطية)<sup>(3)</sup>.

وبما أن الصحافة كانت وما تزال السلطة الرابعة والرقابية وأداة التواصل بين صناعات القرار والمواطنين وأن حرية الصحافة أساس المبادئ الديمقراطية في أي مجتمع بحيث تشارك الصحافة الحرة بتشكيل الرأي العام تجاه قضية من القضايا السياسية وغيرها. فقد كان لها أثر كبير في الحياة السياسية بشتى أنواعها ومن ضمنها موضوع التنمية السياسية فمنذ أن نشأت فكرة التنمية السياسية والصحافة الأردنية تهتم وتشجع التنمية السياسية وتقرّد صفحات حول مواضيعها المثارة كالإصلاح السياسي وقوانين الأحزاب ومجالس النواب وغيرها. فوسائل الإعلام هي في الحقيقة مرآة تعكس تنوع الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والإعلام في الدول الديمقراطية أوسع مجالاً

---

(1) الحوراني، هاني وآخرون: الإعلام وحرية الصحافة في الأردن، مركز الأردن الجديد للدراسات، دار السندباد للنشر، عمان، الأردن، 1998.

(2) أبو عرجة، تيسير، الإعلام العربي ووسائله ورسائله وقضاياها، دار مجدلاوي للنشر، 2009، ط 1.

(3) أبو أصبع، صالح: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار مجدلاوي، ط 5، 2006.



للحريات بتعدد مصادره ومؤسساته. أما في الدول الشمولية فهو أحد أجهزة الدولة الذي يوجه بحسب قناعات<sup>(1)</sup>.

والإعلام في الأردن يقوم بدور مهم وحاسم في مجالات التنقيف والتوعية وإدامة الحوار من أجل تفعيل دور المواطن في بناء صروح التنمية ودعوة المواطنين إلى المشاركة في صنع القرار من خلال حسر الهوية بين المواطن والمسؤول وبناء حوار مؤسس على الثقة. والشراكة التفاعلية وبعيداً عن الأجندة الضيقة المتخندقة. والمتتبع للإعلام والتنمية السياسية يرى أن الإثنتين يكملان بعضهما بعضاً فلا يمكن تحقيق تنمية سياسية حقيقية في ضوء غياب الإعلام ، ذلك أن الإعلام هو الوسيلة الأسهل لتوصيل الأفكار والقناعات إلى المواطنين، وبالمقابل أيضا لا يمكن أن يتحقق الإعلام الهادف من دون تنمية سياسية تدفع إلى معرفة الحقوق والواجبات وتسعى دائما على خط واحد هي ووسائل الإعلام المختلفة وعلى رأسها الصحافة إلى خدمة الوطن والإنسان في شتى الميادين.

## الإعلام التنموي

يرى (ماكفيل، 2005، ص 61) "أن الصحافة التنموية هي المفهوم الذي يحاول التعامل مع الاحتياجات والإمكانات والآمال الصحفية التي صاحبت ظهور الدول". وأن الصحافة التنموية هي التي ألزمت نفسها بأن تتولى المسؤوليات والأوليات والغايات والأهداف التي تضعها الحكومات ويرى أيضا بأن على وسائل الإعلام وخاصة وسائل الإعلام المحلية والتي تساهم بشكل مناسب لإنجاح المقاصد والأهداف الوطنية لا سيما في الدول النامية التي هي بأمس الحاجة للإعلام التنموي.

---

<sup>(1)</sup> الحوراني، هاني وآخرون: الإعلام وحرية الصحافة في الأردن، مركز الأردن الجديد للدراسات، دار السندباد للنشر، عمان، الأردن، 1998.

وبينما يرى الموسى<sup>(1)</sup> أن الإعلام التنموي لا يقصد به ذلك الإعلام الذي يهتم بالمسائل الاقتصادية ورفع مستويات الدخل لدى المواطنين بل ذلك الإعلام الذي يطال كل جوانب الحياة وأشكال التنمية بما في ذلك التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية من أجل تغيير أنماطها نحو الأفضل بقصد إحداث تنمية شاملة على المستويات.

ظهر مفهوم الإعلام التنموي بعد الحرب العالمية الثانية حيث انتبه الباحثون إلى أهمية الدور الذي كانت تقوم به وسائل الإعلام أثناء الحرب فحاولوا من خلال ذلك استغلال تلك الوسائل الاستغلال الأمثل من أجل تحقيق عملية التنمية بشكل سريع وفاعل نحو البناء والتوعية والتطور. وعقدت الكثير من المؤتمرات والاجتماعات العالمية التي دعت إلى ضرورة إدماج سياسة الاتصال التي تبنتها منظمة اليونسكو من أجل إقامة نظام إعلامي دولي جديد لمواجهة الاختراق الثقافي عام 1976 حيث شارك فيه العديد من الخبراء الإعلاميين من دول عدم الانحياز في تونس تمخض عنها فيما بعد تقرير ((ماكبرايد)) الذي رأى أن الإعلام من أهم الأسباب التي تؤدي إلى التنمية وخاصة السياسية حيث تكفل المشاركة السياسية وتحدد الاختيارات السياسية أيضا<sup>(2)</sup>.

يركز ((ماكبرايد)) في تقريره على أهمية خلق علاقات تنموية وبنوية حديثة بين المواطنين ووسائل الإعلام المختلفة مثل تحقيق مبدأ "ديمقراطية الاتصال" الداعي إلى شراكة حقيقة من المواطنين في وسائل الاتصال والمساهمة في تهيئة الفرص التنموية تمهيدا لإحداث تغييرات في المجتمعات. ففي شمال أمريكا وأوروبا مثلا هناك دعم حكومي على شكل منح مالية تدفع للصحف ذات التنوع السياسي من أجل ضمان استمرارها وعدم توقفها. بينما تقوم الدول المانحة بدعم الصحف في الدول التي عايشت حالات الأنظمة الاستبدادية من أجل الترويج للتعددية السياسية

---

(1) ابو عرجة، تيسير، الإعلام العربي ووسائله ورسائله وقضاياها، دار مجدلاوي للنشر، 2009، ط1.

(2) إبراهيم، 1999، ص 165.

والوصول بالصحافة إلى فكرة السلطة الرابعة أي مراقبة الإعلام للحكومة. والإعلام التنموي الحقيقي لا يقف عند حد ما وينتهي، بل يقوم بصناعة الأحداث والأخبار التي من شأنها أن تسهم بتقديم الشعوب نحو الأمام، ويسهم الإعلام التنموي أيضا بتحريك العقول وتغيير الاتجاهات السلبية نحو الأفضل ويعزز الانتماءات الوطنية ويرفع من القيم والمعتقدات والثقافات الصحيحة إضافة إلى دوره في التصدي إلى الدعايات المغرضة الهادفة إلى التخلف والانكماش والجمود. ويرى<sup>(1)</sup> أن وسائل الإعلام العربية عاجزة عن القيام بدورها التنموي بسبب طابعها السلطوي، إذ أنها أصبحت أداة دعائية في يد النظم العربية هدفها حشد الجماهير وتعبئتها من أجل المعارك الداخلية والعربية.

ويرى أيضا بأن على وسائل الإعلام العربية أن تقوم بدورها في التنمية ومن خلال الالتفات إلى القضايا التنموية مع ربطها بمصلحة المواطنين ومصائهم إضافة إلى حشدهم واستقطاب دعمهم من أجل مشاركتهم وأخذ دورهم في مجال التنمية<sup>(2)</sup>. فيما يرى أن فكرة الاهتمام بالإعلام التنموي تكاد تكون مغيبة عن الساحة الإعلامية العربية وأن مجالات الإعلام التنموي تكاد تكون محصورة في حين أن الساحة الإعلامية الغربية تعج بالاهتمام بالموضوعات الإعلامية التنموية وهذا ما يجعل الهوة الإعلامية التنموية تتسع لحساب الإعلام الغربي. وعلى الرغم من تزايد الاهتمام بموضوعات الإعلام التنموي مؤخرا في الدول العربية إلا أنه لا يرقى إلى الحد المطلوب منه فيبقى اهتمامات الإعلام في الدول العربية بموضوعات عادية كالتوعية المرورية والإرشاد الزراعي والتوعية الصحية، ويتم إغفال النظر عن ضرورة وجود عملية ديمقراطية تطبق في مجال الاتصال ويرى أن المتطلبات الأساسية للإعلام التنموي هي توسيع دائرة المشاركة السياسية لدى أفراد المجتمع في مناقشة ووضع السياسات وصنع القرار السياسي. ومن الصعب توظيف الإعلام

---

(1) أبو زيد ، 2007، ص 154.

(2) الجمال، 2001، ص 191.

في دعم التنمية في أجواء غير ديمقراطية، وخاصة في ظل غياب التنظيمات السياسية الشعبية. أما (الدليمي، 2009) فيرى أن الإعلام التنموي على الصعيد السياسي لا يمكن له أن يتم إلا في ظل وجود الحالة الديمقراطية التي تسيطر على السلطة من جهة وعلى الشعب من جهة أخرى وعلى القائم بالاتصال من جهة أخرى.

فمن خلال الديمقراطية يمكن أن تسنح الفرصة لأصحاب الآراء المختلفة، بالتعبير عن ذاتها والمطالبة بحقوقها طالما تقوم هذه الآراء على أساس المواطنة الصحيحة ودون التحريض على الكراهية والاستبداد بالآخرين. وبالعكس فإن انعدام الديمقراطية في العملية الإعلامية يؤدي إلى فشل ذريع في القدرة على إحداث التغييرات المرجوة والبقاء في حالة الاستبداء ورفض الآخر وتلاشي حقوق الإنسان.

والإعلام التنموي لا يتحقق بمجرد وجود الديمقراطية فحسب وإنما يحتاج إلى رؤية واضحة واستراتيجية إعلامية محكمة ويحتاج أيضا إلى استخدام أدوات البحث العلمي كالاستقراء والتحليل لرفع القدرة الإعلامية على كشف المشاكل وإبداء الحلول اللازمة وتطويع التكنولوجيا الإعلامية بهدف الاستفادة من قاعدة المعلومات والتحليلات الإعلامية السابقة ووضعها ضمن الاستراتيجيات الإعلامية اللاحقة.

ويصل أخيرا إلى تعريف الإعلام التنموي على الصعيد السياسي بأنه نشاط شامل مخطط ومعتمد الاتجاهات والأبعاد موجه إلى الجماهير بغية دفعهم نحو المشاركة الإيجابية في عملية التنمية السياسية وتوسيع دائرة الحوار السياسي والمشاركة السياسية ضمن ثوابت وطنية واحترام حقوق الإنسان.

وبناء على ما تقدم فإن الإعلام التنموي لا بد له لكي يتحقق من ارتباط مباشر بعملية التنمية السياسية بحيث تكفل الحرية الصحافة من جهة وتؤدي وسائل الإعلام دورها التنموي من

جهة وتحترم الرأي العام من جهة أخرى، ويجب أن تراعي الصحف من خلال المقالات فيها التركيز على التنمية وحث القراء على تبني كافة أشكال العمل السياسي وتوفير خطط وأجندة إعلامية تنموية لرفد المقالات السياسية التنموية بكافة متطلبات العمل الإعلامي.

## التنمية السياسية في الأردن

بعد تاريخ 26 نيسان 1989 بداية مرحلة جديدة من مراحل الحياة السياسية وتعزيز النهج الديمقراطي والتعددية السياسية وإطلاق العنان للحريات العامة والإعلام من خلال القرار الذي توجه به الملك الراحل الحسين بن طلال إلى السلطة التنفيذية من أجل استئناف الحياة النيابية والديمقراطية بدأ الأردن عملية التحول الديمقراطي في عهد الملك الراحل الحسين عام 1989 كنتيجة للعديد من الظروف الوطنية والدولية حيث بدأت هذه العملية من خلال تتابع سلسلة من الأحداث بدأت في معان جنوب الأردن وهي ما يعرف بـ (هبة نيسان) حيث خضعت بعدها الأردن إلى برنامج تصحيح اقتصادي مفروض من صندوق النقد الدولي بدأت العديد من منظمات المجتمع المدني بالتحرك والاندماج والتطلع إلى المزيد من الحرية والحقوق والممارسات الحرة<sup>(1)</sup>.

وكانت عملية التحول الديمقراطي في البداية تتحرك بوتيرة بطيئة حتى تهيأت الظروف المناسبة لتطوير العملية الديمقراطية التي مازالت في طور النمو، ولكن العديد من المراقبين يؤكدون على أن عملية التنمية السياسية في الأردن ستكون عملية واعدة، رغم أنها بحاجة إلى المزيد من الجهود<sup>(2)</sup>. فجاءت الانتخابات النيابية في شهر تشرين الثاني من العام نفسه بعد 22 عاما من الأحكام العرفية والتي تمخض عنها انتخاب مجلس النواب الحادي عشر جمع معظم شرائح المجتمع الأردني واستطاع أن يزرع الارتياح بين صفوف المواطنين وخاصة في ظل النزاهة التي

---

(1) المطبوعات والنشر، 1996.

(2) Hatamleh, 2007, p 98- 99.

تمتعت بها هذه الانتخابات حتى أن أغلبية المقاعد كانت من حصة جماعة الإخوان. المسلمون المعارضة ومن خلال المجلس النيابي الحادي عشر بدأ العمل على توسيع قاعدة الحريات العامة وإطلاق المساجين السياسيين وإعادة مراقبة أعمال السلطة التنفيذية إضافة إلى محاربة الفساد والتعبير عن الآراء المختلفة دون خوف وصدر بعد ذلك الميثاق الوطني الأردني عام 1991 ففتحت الآفاق مجددا لنمو التعددية السياسية وبدا أن الحريات العامة وعلى رأسها حرية الصحافة والإعلام أخذت نصيبها من المرحلة الديمقراطية وتمكن الصحفيون من تسوية مشاكلهم واستئناف حريتهم الصحفية مع وجود تأكيدات ملكية على ضرورة حرية الصحافة في إطار المسؤولية والمشاركة الشعبية ، فكانت بذلك مرحلة حقيقية في مجال<sup>(1)</sup>.

وفي عام 2003 ظهر مفهوم التنمية السياسية بطريقة أكثر وضوحا عندما صرح الملك عبدالله الثاني ابن الحسين بها في كتاب التكليف السامي لحكومة فيصل الفايز لتكون التنمية السياسية على رأس أولويات العمل الحكومي فقال :- "وعلى رأس هذه الأولويات تأتي التنمية السياسية بكل أبعادها فبعد أن نعمنا بنعمة الأمن والاستقرار بحمد الله وقطعنا شوطا مهما على طريق تجذير الديمقراطية فعلا لا قولاً فإن الوقت قد حان لتعميم مفهوم التنمية السياسية التي يشارك بها كافة قطاعات المجتمع وقواه السياسية"<sup>(2)</sup>.

كما حث الملك عبدالله الثاني من خلال كتاب التكليف أيضا على ضرورة مشاركة المرأة الأردنية والشباب الأردني وتفعيل طاقاتهم وإلى ظهور أحزاب وطنية قوية وموحدة تساهم في عملية الديمقراطية.

---

(1) الحريات العامة، الموسى، 1998.

(2) كتاب التكليف السامي لحكومة فيصل الفايز، 2003.

ويعد الاهتمام الملكي الأردني بمثل هذا الموضوع دليلاً على أهميته خاصة وأن كتب التكليف السامي تعد مرجعيات مهمة بالنسبة لأي حكومة، وأن موضوع التنمية السياسية تتوسط أهم المواضيع التي تعني المجتمع الأردني شأنها شأن القضايا الاقتصادية والاجتماعية والعسكرية وغيره.

وخاصة إذا تمت برهنة ذلك بإنشاء جهة خاصة تشتغل بهذا الموضوع ألا وهي وزارة التنمية السياسية التي أنشئت بمبادرة ملكية سامية ترجمة لكافة التوجهات والتوصيات وانطلاقاً من مبادئ الديمقراطية التي تركز عليها المملكة الأردنية الهاشمية.

### وزارة التنمية السياسية

تعد وزارة التنمية السياسية إحدى الوزارات الحديثة في الأردن والتي لا يتجاوز عمرها منذ تأسيسها قرابة 11 أعوام، وظهرت هذه الوزارة لأول مرة في حكومة فيصل الفايز في 22 تشرين الأول لعام 2003، عندما طرحت في كتاب التكليف السامي في خطاب الملك عبد الله الثاني على أنها من الأولويات الملكية حيث قال: "... وعلى رأس هذه الأولويات تأتي التنمية السياسية بكل أبعادها فبعد أن نعمنا بنعمة الأمن والاستقرار بحمد الله وقطعنا شوطاً مهماً على طريق تجذير الديمقراطية فعلاً لا قولاً، فإن الوقت قد حان لتعميم مفهوم التنمية السياسية التي يشارك بها كافة قطاعات المجتمع وقواه السياسية حيث النزاهة والمساءلة والشفافية وحيث سيادة القانون والعدالة والمساواة، وحيث مشاركة فاعلة وحقيقية للمرأة الأردنية والشباب الأردني وتفعيل طاقاتهم واستثمارها في شتى مناحي الحياة، فنحن ندرك أن لا تنمية شاملة بدون استثمار طاقات الشباب وبدون أن تأخذ المرأة مكانتها الطبيعية وحقوقها كاملة في المجتمع.. التنمية السياسية التي تنبثق عنها أحزاب

وطنية قوية موحدة باختلافها لتحقيق الأردن أولاً وعزته ومنعته دائماً... وحيث الديمقراطية التي تقوم على الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر .... (1).

وتتطلق وزارة التنمية السياسية من خلال رؤيتها بتحقيق حالة التنمية السياسية بما تتضمنه من تربية وطنية وثقافة دستورية وثقافة ديمقراطية، وتطوير الحياة الحزبية ومعرفة بالحقوق المدنية والسياسية وما يقابلها من التزامات، وتحفيز الشباب والمرأة.

ومؤسسات المجتمع المدني على القيام بدورهم وواجبهم تجاه الوطن والمواطن في إطار المشاركة الوطنية، وإرساء الأردن كنموذج لمجتمع مدني معاصر، متسامح، منفتح، ومتماسك يقوم على التعددية والتنوع، ووفق قيم العدالة والمساواة والشفافية والنزاهة وتكافؤ الفرص وسيادة القانون، وصولاً إلى تعزيز مشاركة المواطن في صنع القرار وتنفيذه (2).

وتقوم وزارة التنمية السياسية لتحقيق هذه الرؤية بعملها من خلال الحلقات النقاشية والمؤتمرات، وورش العمل، الحوارات الوطنية، والملتقيات والمنتديات. إضافة إلى الحملات الإعلامية والنشرات التوعوية والاستطلاعات والاستبانات والإحصائيات والدراسات المتتالية. والاستفادة من الخبرات والتجارب الأخرى وبناء قاعدة للبيانات الخاصة ببرامج الوزارة.

بعد تأثير وسائل الإعلام على الشباب من أهم القضايا التي تشغل الباحثين اليوم، حيث تختلف هذه الوسائل في درجة تأثيرها بين ايجابي وسلبي وتختلف كذلك طرق وأساليب التأثير فمنها المباشر ومنها غير المباشر. ويمثل الشباب في كل مجتمع ثروة بشرية منتجة، تركز عليها برامج التنمية والتحديث بشكل كبير.

(1) كتاب التكليف السامي لحكومة فيصل الفايز، 2003.

(2) استراتيجية وزارة التنمية السياسية، الموقع الإلكتروني.



تتناول الدراسة قضايا تخص الشباب بحثاً في مشاكل المجتمع التي تترك آثارها عليهم، ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام كميّاً وكيفياً تضاعفت الوظائف المرتقبة من الإعلام، كما زاد إعتقاد الأفراد على وسائل الإعلام لتلبية كثير من احتياجاتهم، وتضاعف الوقت الذي يقضيه الفرد في التعامل مع الوسيلة الإعلامية حتى صارت جزءاً من حياته أياً كانت خصائصه أو قدراته أو مستواه الاقتصادي والاجتماعي ولاشك أن تأثير تلك الوسائل قد يكون كبيراً على الشباب، مما جعل دراسة هذا الموضوع من القضايا الأساسية في العصر الحديث.

لاشك أن الإعلام الأردني التلفزيوني ولاسيما الخاص هو من الوسائل التي تؤثر وتتأثر بمشاهديها، فهذه الدراسة تحاول معرفة مدى متابعة الشباب الأردني لوسائل إعلامهم المرئية، ومدى التأثير الذي تتركه فيهم بهدف معرفة حجم المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها تلك المؤسسات في بناء جيل واعٍ وقادر على الاضطلاع بالمسؤوليات الملقاة على عاتقه، لأن الشباب تركز عليهم مهمة بناء المستقبل.

انعكس التطور التكنولوجي الذي أصاب حياة الإنسان المختلفة، وقد أدى التطور إلى ظهور محطات تلفزيونية يملكها شخص أو أشخاص أو شركة معينة أو ائتلاف من الشركات، لكن الأمر يستلزم أن تكون مثل هذه المحطات تتواءم مع طبيعة الحياة الموجودة في الدولة وأن تخدم أنماطاً فكرية معينة، ولا تتعارض مع سياسات الدولة العامة.

إن تطور الأعمال مرتبط بشكل وثيق بالمجتمعات التي تعمل بها وذلك لما توفره المجتمعات من متطلبات الأعمال الأساسية، لذلك يبدو وجود مجتمعات أعمال متطورة مرتبط بشكل كبير بوجود أعمال متطورة فيها والعكس صحيح تماماً، ولذلك فموضوع الدور الاجتماعي للمنظمة المتمثل بالمسؤولية الاجتماعية يعد من المواضيع التي أثارت جدلاً كبيراً في أوساط الأعمال سواء على المستوى المجتمعي أو في الأوساط العملية أو الأكاديمية.

ويكاد لا يخفى على أحد أن المحطات التلفزيونية الخاصة هي عبارة عن منظمات خاصة، وأن النظرة الحديثة في الإدارة أدت إلى وجود أنماط من المسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تنمو فيه.

### التنشئة السياسية

ظهر هذا المصطلح في عام 1959، في كتاب حمل عنوان (التنشئة السياسية) لمؤلفه هربوت هايمان. ولقد عرفها بأنها (اكتساب المواطن الاتجاهات والقيم السياسية التي يحملها معه حينما يجند في مختلف الأدوار الاجتماعية)<sup>(1)</sup>.

ويعرفها جرينستين في دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية بأنها (التلقين الرسمي وغير الرسمي . المخطط وغير المخطط للمعلومات والقيم والممارسات السياسية وخصائص الشخصية ذات الدلالة السياسية، وذلك في كل مرحلة من مراحل الحياة عن طريق المؤسسات المختلفة في المجتمع)<sup>(2)</sup>.

كما تُعرف التنشئة السياسية بأنها (محاولة لتدريب الناس على أن يفعلوا ما يتطلبه النظام: أي اكتساب المعايير والقيم والمهارات المرغوبة والمفيدة في هذا المجتمع).

وهناك العديد من التعريفات للتنشئة السياسية ولكن أردنا تلك الأمثلة لغرض التوضيح لا الحصر ويمكن لنا أن نستنتج أن التنشئة السياسية هي تنمية معايير وقيم محددة من قبل النظام السياسي في عقول مواطنيه وذلك باستخدام وسائل مختلفة، وهذه الوسائل يلجأ إليها المواطن طوال فترة حياته وتعمل على ترسيخ تلك القيم والمعايير حتى يتقبل عمل النظام من جهة، ويستمر النظام بالبقاء والاستمرار من جهة أخرى.

(1) رتشارد داوسن وآخرون: التنشئة السياسية: دراسة تحليلية، ترجمة: مصطفى عبدالله خشيم، محمد المغربي، جامعة قارون، ليبيا، 1998.

(2) سليم ناصر بركات: علم الاجتماع السياسي، جامعة دمشق، سوريا، 1991.

ولتوضيح علاقة التنشئة السياسية بالثقافة السياسية، فإن الثقافة السياسية هي مجموعة من القيم والأفكار والمعتقدات السياسية التي توجد في مجتمع ما، وتميزه عن غيره من المجتمعات<sup>(1)</sup>. وترتبط الثقافة بالتنشئة ارتباطاً عضوياً فالأولى هي المحيط العام أو النسق الذي تتفاعل فيه التنشئة، وتستمد منه مضمونها الاجتماعي والسياسي<sup>(2)</sup>.

تتعدد الثقافات السياسية في المجتمعات، فبعضها يقوم على المشاركة وبعضها الآخر يقوم على أساس الطاعة، وكل النظم السياسية تعمل على تثبيت الثقافة التي تضمن له البقاء والاستمرارية وفي حال كان النظام يرغب في تغيير الثقافة السائدة فبطبيعة الحال سيعمد إلى تغيير التنشئة السياسية التي غدت تلك الثقافة.

### أهمية التنشئة السياسية

تعتبر التنشئة السياسية من أهم وظائف النظام السياسي، ويجند موارده وخبراته ورموزه من أجل تحقيق تنشئة سياسية تضمن له الولاء وتمنحه الشرعية.

ورغم حداثة مصطلح التنشئة السياسية إلا أن الحضارات القديمة أولتها الكثير من الاهتمام، فيشير أفلاطون إلى ضرورة رعاية من سيتولى الحكم رعاية خاصة تهتم بتهديبهم وزرع الصفات الحسنة فيهم وأبعادهم عم ما يزرع الخوف لديهم<sup>(3)</sup>، أيضاً ركز كونفوشيوس في فلسفته على أهمية أن يتمرن من سيئول إليه الحكم على حسن المعاملة للناس وقيادتهم وفقاً لمبادئ العادلة، وأن

---

(1) د. عبدالله محمد عبدالرحمن: علم الاجتماع السياسي: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.

(2) د.عبدالمعزم المشاط: التنمية السياسية في العالم الثالث: نظريات وقضايا، مؤسسة العين، العين، 1988.

(3) د.علي الدين هلال وآخرون: تحرير د.كمال المنوفي، التنشئة السياسية في مصر، مركز البحوث والدراسات السياسية، مصر، 1994.

يبتدى ذلك في أسرته، فإن نجح في ذلك ببيته استطاع أن يقود المجتمع ويحقق العدالة والطمأنينة للجميع<sup>(1)</sup>.

ويعرض أرسطو في كتابه السياسة أهمية التربية السياسية مشيراً إلى أنه من ضمن واجبات الحاكم الاهتمام بتربية الأحداث، والدولة التي تهمل ذلك تضر بسياساتها، ولكل نظام أخلاق معينة، فالأخلاق الشعبية تنشئ حكماً شعبياً والأخلاق الأوليغاركية تنشئ حكم الأقلية وتصونه<sup>(2)</sup>. ولقد تسأل القادة السياسيون عن كيفية تنمية الحفاظ على الإحساس بالولاء للدولة بين المواطنين، كما أنهم حاولوا ترسيخ شرعية نظمهم والحفاظ على ثقة الأفراد فيهم كقيادات سياسية لهذه النظم وفي سبيل ذلك قام القادة السياسيون استغلال وتوظيف الرموز والمناصب والسياسيات لضمان التأييد لهم ولخلفائهم.

اهتمام العلماء السياسيون بإيجاد السبل من أجل تنشئة وتربية حكام يتميزون بالنزاهة والعدل، واهتمام القادة السياسيون في وضع سياسيات تعمق من الولاء للنظام السياسي أدى إلى إبراز أهمية التنشئة السياسية رغم أنها لم تكن موجودة اصطلاحاً في المجتمعات القديمة التي اهتمت بها.

يشير كلاً من إيستون وروبرت هيس على أهميه التنشئة السياسية، فلقد اعتبرا أن كل التدابير التي يستخدمها النظام لضمان استمرارية غير كافية، أن لم يعمل على تعليم جيله الناشئ سياسياً بكل ما تعنيه هذه المفاهيم من معاني، وعلى النظام أن يسعى لنقل بعض تراثه السياسي

(1) د. فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، لبنان، 198.

(2) د. محمد حسنين العجمي: الإدارة المدرسية، دار الفكر العربي، ط1، 2001م.

إلى أعضاء المجتمع، أو أن يعمل على خلق تراث جديد لهم حتى يتمكن النظام الذي يشهد مرحلة تحول جيد من توقع التأييد مستقبلها<sup>(1)</sup>.

فالتنشئة السياسية تكمن أهميتها في أنها وسيلة لدعم وتأييد النظام السياسي وتتم من خلالها خلق قيم ومعايير لدى المواطنين تجاه نظام سياسي معين، حيث أن ذلك التأييد ضروري لضمان استمرار النظام، أضف إلى ذلك أن التنشئة السياسية تلعب دوراً في خلق ثقافة سياسية قد تزيد من قيم المشاركة والتعاون أو تعزز من الاعتزاز بالوطن وقد يخلق هذا نتائج ايجابية في المجتمع، ولكن قد يرغب النظام في خلق قيم تعزز الولاء له ترفع من أهمية المواطن ولكن تزدري بقية الشعوب، وهذا ما حدث في القرن الماضي في ألمانيا النازية ، فأدى إلى نتائج مدمرة لألمانيا والعالم.

---

(1) د. عبدالباسط عبد المعطي: التعليم وتزيف الوعي: دراسة في استطلاع مضمون بعض المقررات الدراسية، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 12، عدد4، شتاء 1984، ص 55.

## الفصل الثاني

### الإعلام والاتصال خصائصه ومميزاته وأهدافه وتأثيراته

#### مقدمة

في ظل تطور الإعلام، وبالأخص التقدم التقني الكبير التي شهدته وسائل الاتصال المعروفة (المقروءة، والمسموعة، والمرئية)، وتأثيرها في حياة الأفراد اليومية، ومحاولة الأفراد استثمارها بشكل واسع، لغرض الاستفادة منها في توسيع الفهم الثقافي والاجتماعي، ونشر القيم الوطنية في المجتمع.

وقد أصبح للقنوات الإعلامية دوراً فعالاً في نقل الكثير من المعلومات والآراء، والأفكار ونشرها، وأصبحت جزءاً رئيساً من ثقافة الفرد في المجتمع.

كما تُعدّ الصحافة وسيلة إعلامية مهمة، وتلقّب بالسلطة الرابعة؛ لأهميتها وأهمية دورها في المجتمع، والتي يجب أن تتمتع فيه بالاستقلالية، وعدم التدخل في شؤونها، وتحجيم دورها على أن يكون حالها حال السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية والسلطة القضائية.

وتعني الاستقلالية عدم الهيمنة والضغط عليها، كما تُعدّ الصحافة بمثابة منابر ومصادر مهمة، تهدف إلى طرح ومعالجة قضايا ثقافية وفكرية، وبشكل فعّال في بلورة وعي المتلقي، والمتتبع لمجمل القضايا.

ويرى بعض الباحثين أن علم الاتصال لا يزال في طور النمو، وهذه سمة لأغلب العلوم الإنسانية، وكما هو الحال بالنسبة لكثير من المصطلحات المستحدثة في العلوم الاجتماعية والإنسانية والمستمدة أساساً من العلوم الطبيعية فإن العلماء لم يتفقوا حتى الآن على نسق واحد للكلمة، ولذا فقد يكفي هنا أن نقول إن "الاتصال" هو العملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات

بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هذا المجتمع وطبيعة تكوينه، وتبادل المعلومات والآراء والأفكار، والتجارب فيما بينهم.

والواقع أن ثمة اجتماعاً بين العلماء على اعتبار الاتصال عملية أساسية في حياة المجتمع، وإن كل ما يتصل بانتقال الأفكار والمعلومات من فرد لآخر، أو من جماعة لأخرى يدخل ضمن هذه العملية، سواءً أكانت هذه الأفكار والمعلومات ذات طبيعة اجتماعية، أم ثقافية، أم علمية، وسواءً أكانت تتصل بأنفسهم أو بالبيئة (العالم الخارجي) التي يعيشون فيها، أو حتى بتجربة الفرد نفسه مع نفسه.

وتكون عملية الاتصال في هذه الحالة باطنية أو داخلية تماماً، بحيث يتم الاتصال بين الفرد وذاته كما هو الحال حين يقلب الفرد في ذهنه أفكار وآراءه الخاصة، وحين يدرس ذاته ويضعها موضع التحليل والنقد والمحاسبة المؤاخذة. كما أن كل عناصر الثقافة التي يمكن نقلها- أو توصيلها- من فرد لآخر تؤلف مادة الاتصال. وفي إطار هذا الوصف تأتي هذه الدراسة محاولة لجمع ألوان من الطيف الإعلامي الاتصالي، وتقديمها بشكل متناسق تكون بالنتيجة محصلة جامعة لمجموعة موضوعات تنتمي لأصول واحدة، وإن تعددت مسمياتها.

أتجه الفكر العالمي إلى ضرورة وجود منظومة إعلامية واجتماعية واقتصادية، وأوجدت تلك الفكرة من أجل الحصول على معلومات تفصيلية عما يدور حولنا في العالم المحيط، وعلى النطاق العالمي، وكان لا بد من وجود أنظمة متطورة تهدف بشكل أساسي للحصول على بيانات الأفراد والجماعات على حدٍ سواء، ولهذا السبب كانت الحاجة لإعلام عالمي يشرح وجهات النظر، ويفسر الظواهر الطبيعية التي تحدث حولنا، ولا نجد لها أي تفسير.

فعند الحديث بشكل معلن ومفهوم، فلا بد أن نأخذ بعين الاعتبار أن الإعلام جعل الحياة بشكل عام أسهل بكثير مما يظنه البعض، فتخيل حياتك مثلاً بدون وسائل إعلام، كيف ستصلك

الأخبار، وكيف ستعرف ماذا يحدث حولك في البيئة المحيطة بك، فالعالم كله سيصبح ضبابياً، ولا يوجد رؤية واضحة تحدد المفهوم الرئيس للتعاملات الخارجية مع الأفراد والمنظمات.

ولعل اللافت الوحيد في موضوع الإعلام ووسائله، أنه لا يوجد سبيل آخر للحصول على بيانات محددة للأحداث والإشكاليات التي تدور على مسافات بعيدة عنا، ونحمد الله أننا في عصرنا الحالي نملك مفهوم الوسائل الإعلامية التي هيأت الأفراد، ومكّنتهم من الوصول للمعلومات، وحتى التواصل الاجتماعي، بدون أي معناه، أو مشكلات مادية وغيرها.

## وسائل الإعلام

تُعرّف وسائل الإعلام بأنها: عبارة عن منظومة متكاملة، تساعدك بشكل أو بآخر للحصول على البيانات والأخبار، من الأفراد والجماعات المحيطة بك، ويهدف الإعلام إلى تقريب وجهات النظر، وتحويل المكان البعيد إلى مكان قريب، وتنقسم وسائل الإعلام إلى قسمين رئيسيين، وهما:

- **وسائل إعلام مرئية:** وهي الوسائل التي من خلالها يمكننا مشاهدة الأحداث والظواهر المحيطة بنا، وتساعدنا في الحصول على البيانات، والمعلومات بنفس الحاجة التي توفرها باقي الوسائل، وتختلف هذه الوسيلة عن غيرها، بأنها تضعك بمجريات الأحداث، وتجعل كل شيء يبدو قريباً من وجهة نظرك، ووجهة نظر القائمين عليه. وتعدّ هذه الوسيلة الأفضل، ورخيصة الثمن، وتتوفر في التلفاز، والإنترنت، والحاسوب وغيرها، وحتى اليوم أصبحت الهواتف الذكية توفر لك خاصية الإعلام المرئي، بسبب خواص الصوت والصورة المتوفرة فيها.

- **وسائل الإعلام المسموعة:** وهي نوع آخر من وسائل الإعلام، انتشرت مع بداية الحياة الاجتماعية، ومكّنت الحاضرين من تتبع الأخبار عن طريق السماع، وهي وسيلة قديمة



جداً، وما زالت متداولة حتى اليوم، ومن أهم الأجهزة التي استخدمت هذه الخاصية، هي الراديو.

## المبحث الأول: الإعلام خصائصه وميزاته

### تعريف الإعلام

يُعرّف الإعلام بأنه: عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو إطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبثّ الثقافة والوعي بين صفوفه<sup>(1)</sup>.

ويرى "جاك أول" أن الإعلام بطبيعته أمين كل الأمانة، وواضح كل الوضوح، ومجرد من الزخرفة والتميق، وعلى هذا يكون الإعلام موضوعياً، وغايته صالح المجموع دون محاولة التأثير فيهم عن طريق الكذب، أو المبالغة، أو التهويل.

وتتحدد على هذا الأساس وظيفة الإعلام بوسائله المختلفة في النقل أو التعبير، لا التغيير أو الخلق، وعلى الرغم من أن المادة الخام للإعلام تتكون من الحقائق والأحداث، فإن وسائل الإعلام لا تخلق تلك الظواهر بل تنقلها إلى الآخرين.

ويرى الباحث من هذا الباب أن الإعلام يعني نشر الأخبار والمعلومات الصادقة والآراء على الجماهير خدمةً للمصلحة العامة.

---

(1) الدليمي، عبد الرزاق، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، عمان، 2011، ص1-10.

## أولاً: تعريف الإعلام

### أ. تعريف الإعلام لغةً

مصدر من أعلم يعلم؛ أي أخبر يخبر. وجاء في لسان العرب: علم وتفقه؛ أي تعلم وتفقه وتعالمه الجميع؛ أي علموه، ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمته إياه، وقوله عز وجل: "وما يعلمان من أحد حتى يقولوا إنما نحن فتننة فلا تكفر"<sup>(1)</sup>.

وورد في القاموس المحيط: علمه كسمعه علماً وعرفه وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم جمعها علماء ، وعلام كجهال وعلمه العلم وتعلّماً وعلماً واعلمه إياه فتعلمه<sup>(2)</sup>.

### ب. تعريف الإعلام اصطلاحاً

هو عملية نقل الخبر، أو وجهة النظر أو كليهما من طرف إلى طرف آخر<sup>(3)</sup>.

ويشمل هذا التعريف كل صور الإعلام المتداولة في وسائل الإعلام المختلفة، ولتوضيح

التعريف لابد من ذكر صور الإعلام المتداولة، وهي على النحو الآتي:

1- نقل خبر بدون هدف من ورائه باستثناء الرغبة في نقله، واستجابةً لرغبة المستمع، وهذه

الصورة هي الدارجة في التعاملات العادية، وهي نادرة في وسائل الإعلام الحديثة.

2- نقل خبر حدث فعلاً، وتوظيفه لخدمة جهة معينة من خلال تحليله بما يتناسب وتوجهات تلك

الجهة، أو إضافة أحداث وشخصيات غير واقعية للخبر، أو إظهاره في توقيت معين أو

إظهاره مع خبر أو مجموعة أخبار لفرض نتيجة تحليلية لا شعورية على المتلقي، وهذه

الصورة موجودة في كثير من وسائل الإعلام الحديثة بصورة ملفتة للنظر.

---

(1) ابن منظور، مرجع سابق، ص 897.

(2) المرجع ذاته، ص 85.

(3) المرجع ذاته، ص 871.

ويُعرّف أيضاً بأنه: نقل وجهة نظر إلى المتلقي ومحاولة إقناعه بها من خلال عدة أساليب، أهمها اختيار الآلية المناسبة للطرح والتوقيت المناسب أيضاً، واختيار المؤثرات المناسبة لتقبل وجهة النظر، كما في بعض وسائل الإعلام المرئية، ومحاولة حشد التأييد - ولو الكاذب- لوجهة النظر تلك، أو محاولة تغيير واقع موجود، وفرض واقع جديد، من خلال الضغط الإعلامي المكثف المؤيد لوجود الواقع المفتعل.

ويعرّفه سمير حسين بأنه: جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بالحقائق كافة والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عند القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية<sup>3</sup>، ويعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه: تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة.

### ثانياً: مفهوم مصطلح الإعلام

إن كلمة إعلام - أعلم- تعني أساساً الإخبار وتقديم المعلومات، ويتضح من عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار، ومعلومات، وأفكار، وآراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل؛ أي حديث من طرف واحد، وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأخبار والآراء، فهو في الوقت نفسه يشمل أية إشارات أو أصوات، وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة.

وبذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقاً أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض إنها صائبة، حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم، والمجتمع الذي يعيشون فيه".

كما يعني المصطلح "تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للأفراد، والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم، وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور".

وبشكل عام، يمكننا القول بأن الإعلام يتضمن عملية تبليغ وقائع، أو جعل المستعلم يحصل على علم بواقعه، أو وقائع وصول الخبر إليه، كما يتضمن جملة وسائط ووسائل تفصح عن صيغ وأشكال للتعبير متعددة، بفضلها يتم التبليغ ونشر الخبر.

وأشار فرنان تيرو (Fernan Tero) إلى العناصر التي تتم من خلالها عملية الإعلام من خلال تعريفه للعالم الذي يقول فيه: الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بوساطة ألفاظ، أو أصوات، أو صور، وبصفة عامة بوساطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور. ومن الملاحظ بأن كثيراً ما يستخدم مفهوم الاتصال مكان مفهوم الإعلام، ويحدث العكس أيضاً في مرات عديدة. ويرى البعض أن مفهوم الإعلام يقتضي وجود الاتصال بشكل عام، في حين أن المفهوم الثاني لا يقتضي وجود الثاني.

فالاتصال لا يؤدي بالضرورة إلى الإعلام، فعند أداء طقوس معينة، أو حين يفجر الكل في غمرة من الضحك الصاخب فإن الجميع يشعر بشعور مشترك، وبالانتماء إلى إطار مجتمعي واحد، دون أن يرتبط هذا الشعور بمضمون معرفي ما؛ أي وجود معلومة<sup>(1)</sup>.

ويرى الفلاسفة أن قيمة المعلومة وقياسها يكون ضمن حقل معرفي، في حين أن الاتصال يجد مضمونه ضمن الفعل والتنظيم، فالتواصل لا يحتاج بالضرورة إلى مضمون إعلامي لكي يحدث، فهو يتم ضمن نسيج من العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، حيث نجده يحدث حتى بين الأم ورضيعها الذي لم ينطق بعد، فهذه العلاقات تحقق توصالاً وشعوراً مشتركاً بلغة صامتة يتجاوز مداها لغة الحروف والإشارات.

---

(1) حمزة، عبد اللطيف الإعلام، تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص 23.

وهذا يعني أن الاتصال أعم من مفهوم الإعلام، الذي يكون بتبليغ مضمون رسالة ما.

## مفهوم الاتصال

أ. تعريف الاتصال لغةً: جاء في لسان العرب لابن منظور<sup>(1)</sup> الاتصال والوصلة: ما اتصل بالشيء، قال الليث: كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة؛ أي اتصال وذريعة ووصلت الشيء وصلا وصلة والوصل ضد الهجران. والوصل خلاف الفصل وقوله في التنزيل "ولقد وصلنا لهم القول".

ب. تعريف الاتصال اصطلاحاً: جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية أن الاتصال هو انتقال المعلومات أو الأفكار، أو الاتجاهات، أو العواطف من شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهل يمكننا من نقل معارفنا ويسر التفاهم بين الأفراد.

وعرّفه إبراهيم إمام بأنه: العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.

## ثالثاً: التعريف العام للإعلام

الإعلام: هو التعريف بقضايا العصر وبمشكلاته، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة<sup>(2)</sup>.

(1) ابن منظور، مرجع سابق، ص432.

(2) الفيروز آبادي، القاموس المحيط، المؤسسة العربية، بيروت، ط2، ص155.

ويعرّف اوتوجروت (Autogrot) الإعلام بأنه: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميلوها واتجاهاتها في الوقت نفسه.

ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والتضليل وأساليب إثارة الغرائز.

كما يعتمد الإعلام على الخدع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز، وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه إلى غرائزهم لا إلى عقولهم.

أما التعريف العلمي للإعلام العام، فيجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق، والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال. وبناءً عليه يمكن تعريف الإعلام بأنه: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواءً الموضوعي، أم غير المعبر، وسواءً كان التعبير لعقول الجماهير أو لغرائزهم.

## وظائف وسائل الإعلام

يلعب الإعلام بوسائله المختلفة (المرئية، والمسموعة، والمقروءة) دوراً بارزاً في تعزيز الوعي السياسي، وفي تدعيم قيم المشاركة السياسية لدى الأفراد، من خلال المعلومات والأفكار والتوجهات السياسية المنقولة لهم عبر مختلف البرامج المعروضة<sup>(1)</sup>.

إن ما يحدث من تنمية سياسية شاملة تساعد في تشكيل قاعدة من العلم والمعرفة، تعمل على تغيير سلوك الأفراد الواعين للسير على النهج الصحيح، ورا دعاً لهم في الوقت نفسه للابتعاد

(1) حسين، سمير، الإعلام والاتصال بالجماهير، عالم الكتاب، القاهرة، 1983، ص22.

عن الصيغ والأساليب التي لا تتفق مع مصالح المجتمع وأهدافه، وتتبع مسؤولية الإذاعة والتلفاز من دورهما، وذلك باعتبارهما من أدوات التغيير والتنقيف السياسي، والوسائل القادرة على تشكيل الوعي السياسي وترشيده، ومن خلال إدامة التواصل على الصعيدين السياسي الداخلي والسياسي الخارجي، وفي نقل صورة التجربة الحضارية والإنسانية للعالم.

وحتى يتحقق ذلك، فإنه لا بد من الانفتاح والاحتكاك الإعلامي مع الشعوب والحضارات الأخرى، مما يسهم بالتالي في تشكيل مناخ متكامل حول الإنسان، لما يدور حوله من أحداث وتطورات، فيستطيع بالتالي صياغة وجهة نظره بناءً على المناخ المتكامل الذي تشهده.

إن أحد أهداف هذه الحالة إعلامياً هو الوصول إلى المرحلة التي يسهم فيها الإعلام بنشر القيم بأسلوب إعلامي، انطلاقاً من مبدأ حق الأفراد في الإطلاع على المعلومات الضرورية لحياتهم، والتي تساعد في توعيتهم.

إن قيام الوكالة والتلفاز بهذه المهمة ضرورة أساسية لنجاح العمل الإعلامي، خصوصاً أن هاتين الوسيلتين أصبحتا تمتلكان تقنيات ووسائل تكنولوجية حديثة، تساعد بشكل كبير في القيام بهذه المهمة، وفي إيصال المعلومات بسرعة عالية.

وتمارس الإذاعة والتلفاز دور المدرسة الشعبية، التي تقوم بإحداث تربية موازية للتنقيف الشعبي من خلال شدّ لحمة المجتمعات، وتعزيز قيم التسامح، والسلوك القويم، ونشر القيم الديمقراطية، وتحويل التنوع في الآراء والاجتهادات، داخل المجتمع إلى رصيد غني للوحدة الوطنية وإشاعة التفاهم والتلاحم داخل المجتمع الواحد.

وإن أي باحث متأنّي للوظيفة الإعلامية للإذاعة والتلفاز سواءً في الأردن، أم في أية دولة في العالم سيلحظ هذه الوظائف والمسؤوليات الأساسية الملقاة على عاتق الإعلام، سواءً الرسمي، أم الحكومي، أم الخاص.

وتتحقق هذه الوظائف على أرض الواقع في الأردن من خلال تركيز الإذاعة، والتلفاز الأردني على أربع أولويات أساسية، وهي: الجمهور الداخلي، فالجمهور الداخلي يُعدّ الأولوية الأولى، وعلى رأس قائمة متطلبات وظيفة الإعلام.

الأولوية الثانية بالنسبة للإعلام الأردني في المنطقة العربية، وذلك انطلاقاً من الدور المحوري للأردن في المنطقة العربية سواءً دوره السياسي في ما يخص القضية الفلسطينية والمشكلة العراقية، أم الدور الاقتصادي المتعلق بالتجارة والسياحة والنقل والتعاون الفني والتقني والقوى البشرية.

أما الأولوية الثالثة؛ فهي الإقليم، وذلك من خلال الإيصال مع الدول المجاورة للدول العربية في آسيا وإفريقيا (تركيا، وإيران، والكيان الصهيوني - تركيا، ووايران، وإسرائيل)، أما آخر أولويات الإعلام الأردني فهو العالم، فالأردن يرتبط مع مجموعة من دول العالم المؤثرة التي تربطه معها علاقات سياسية وتجارية مهمة، مثل: الولايات المتحدة، والاتحاد الأوروبي، هذا بالإضافة إلى علاقة الأردن مع المنظمات الدولية السياسية المالية والفنية، مثل: الأمم المتحدة والبرلمان الأوروبي ومنظمة التجارة العالمية وصندوق النقد الدولي ونادي باريس<sup>(1)</sup>.

وتُعدّ هذه الأولويات الأربع هي مجال تحرك الإعلامي الرسمي الأردني وعمله، والتي يجب أن يركز عليها بالترتيب والأولوية نفسها، وأن يعطي المواطن الأردني صورة واضحة وحقيقية عن مجمل تحركات الأردن العربية والإقليمية والدولية، بما يغنيه عن الوسائل الإعلامية الأخرى<sup>(2)</sup>.

---

(1) حمزة، عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 23.

(2) مطاوع، الخارجية بحثاً عن المعلومات، 2007، ص 12.



ويُعدّ دور الإعلام في المجتمع مهم جداً إلى درجة خصصت الحكومة أقساماً ودوائر، ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية.

أما خارجياً، فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية، ولم يقتصر اهتمام وسائل الحكومات بوسائل الإعلام، بل إن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها، وليس أدلّ على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم من أن الدولة ذات الإعلام القوي تُعدّ قوية وقادرة.

لقد أصبح الإعلام رئيساً في بقاء بعض الدول، وخاصةً تلك التي وُجدت في إحدى دعائمها الرئيسة الأولى وقدمته على باقي دعائم الدولة، وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير، وفاعلة سلباً وإيجاباً.

### المطلب الأول: خصائص الإعلام

هناك مجموعة من الخصائص يتميز بها الإعلام<sup>(1)</sup>، وهي ما يأتي:

1. الإعلام نشاط اتصالي تتحسب عليه كافة أوجه ومقومات النشاط الاتصالي، ومكوناته

الأساسية، وهي:

أ- مصدر المعلومات.

ب- الرسالة الإعلامية.

ج- الوسائل الإعلامية: التي تنقل هذه الرسائل، وجماهير المتلقين والمستقبلين للمادة

الإعلامية وترجيح الأثر الإعلامي.

(1) حمزة، عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 24.

2. يتسم الإعلام بالدقة والصدق والصراحة، وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البثّ المسموع، أو المرئي أو المكتوب بالأحداث الواقعية.
3. يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.
4. تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً، وتقدمت المدينة، وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

### المطلب الثاني: ميزات الاعلام

- هناك مجموعة من الميزات يتميز بها الإعلام، وهي على النحو الآتي<sup>(1)</sup>:
- أولاً: الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.
- ثانياً: التجرد من الذاتية، والتخلي بالموضوعية في عرض الحقائق.
- ثالثاً: الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.
- رابعاً: التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام، والثقة فيما يقدم من تقارير إعلامية.
- وهذا يعني أن الإعلام الذي لا يقوم أساساً على الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام، وأن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية التي تملئها عليه أهواؤه على المعلومات التي يزود بها الجمهور وتكون هذه المعلومات حسب ما يراه يفقده صفته كرجل إعلام<sup>(2)</sup>.
- خامساً: الإنصاف والتوازن، وتجنب التحريف، أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق.
- سادساً: التمييز بوضوح بين ما هو خبر، وما هو رأي أو استنتاج، ونشير هنا إلى هذا المبدأ الذي يُعدّ من المبادئ المقدسة ويتصل بعدم خلط الخبر بالرأي.

(1) أبو إصبع، صالح، مرجع سابق، ص44.

(2) خضور، أديب، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، نشر مؤلف الكاتب، دمشق، ط1، ص67.

سابعاً: حق المواطن العادي في المعرفة.

ثامناً: إذا لم يأتِ الإعلام معبراً تعبيراً صادقاً وأميناً عن تراث الأمة وعادات وتقاليدها الجماهير التي يتوجه إليها، وأن لا يناسب ثقافات وتفكير هذه الجماهير وروح هذه الأمة، فإن هذا الإعلام سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا تستطيع الجماهير فهمه أو التجاوب معه<sup>(1)</sup>. فالإعلام يجب أن يقوم على الوضوح والصراحة ودقة الأخبار، وتزويد الجماهير أكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة<sup>(2)</sup>.

### المبحث الثاني: أهداف الإعلام وتأثيراته

تتمثل أهداف الإعلام في المجتمع بما يأتي<sup>(3)</sup>:

- 1- تزويد الأفراد بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة.
  - 2- توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف، وإقناعهم بأن يسلكوا سلوكاً معيناً، ولا يتم إقناع الجمهور بالرسالة الإعلامية إلا بتزويده بالمعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وغير ذلك.
- والهدف من الإعلام هو أن تكون هناك فكرة معينة مطلوب توصيلها إلى المرسل إليه، وهو إما فرد، أو جماعة أو شعب، فإذا نتج عن هذه الفكرة أن اتبع المرسل إليه السلوك الذي تريده الفكرة فإن رجل الإعلام قد نجح في تحقيق غرضه، والإعلام هو حيز الزاوية لقيام هذا المجتمع، حيث إن الوظيفة الرئيسة للإعلام هي مباشرة جمع المعلومات الموضوعية الدقيقة وإذاعتها مباشرة،

(1) العرموطي، مازن، مرجع سابق، ص 79.

(2) الحمامي، محمد، الإعلام التربوي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2002، ص 36.

(3) المرجع ذاته، ص 37.

وفي الحقيقة أن خير وسيلة لتحقيق أهداف حرية الإعلام هي إتاحة مختلف مصادر الأنباء، والآراء لكل فرد<sup>(1)</sup>.

وتتلخص أهمية الإعلام في النقاط الآتية:

- كونه الأداة الأبرز في عملية الاتصال بال جماهير.
- يتضمن الإعلام النشر وتقديم المعلومات الصحيحة والحقائق الموضحة والأخبار الصادقة والموضوعات الدقيقة، والوقائع المحددة، والأفكار المنطقية والآراء الراجعة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام.
- يُعدّ دوراً مهماً يرتبط أساساً بتلبية حاجات الجماهير المتنوعة من جهة، وتحقيق التفاهة حول فكر وأهداف وبرامج التنظيم من الدور الفاعل الذي يلعبه الإعلام في التغيير والتطوير الاجتماعي، فعن طريق التنقيف كوظيفة أساسية يكتسب الأفراد ويطورون كل ما يرتبط بثقافتهم من عادات وتقاليد، وحتى استخدام اللغة والأدوات الثقافية الأخرى وأنماط السلوك وأساليب العيش والحياة.
- الدور الكبير الذي يقدمه الإعلام في مجال الثقافة والتربية والتعليم، مما يفسح المجال للتعرف على (الإعلام التربوي)، ودور الإعلام وأدواته الحديثة في العملية التربوية، وفي الثقافة الجماهيرية، فإذا كان الإعلام هو الأداة الناقلة للمعلومات، فهو أيضاً شريك حقيقي كذلك في العملية التربوية، مما أصبح يعرف اليوم بالتعليم الإلكتروني وتوظيف تكنولوجيا المعلومات لصالح التعليم والتربية.

---

(1) الجمعية العامة للأمم المتحدة، التقرير السنوي للأمين العام، ملحق رقم 1، الدورة الرابعة والعشرون نيويورك،

وتتلخص أهداف الإعلام بما يأتي:

1. نقل وتوصيل المعلومات للآخرين: تهدف وسائل الإعلام إلى نقل المعلومات العلمية والأدبية والاجتماعية والسياسية التي تحدث في العالم، ومما زاد في سهولة نقل المعلومات من جهة لأخرى توفر الأقمار الصناعية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة المتطورة، ويشير عالم الاجتماع تشارلز رايت ميلز في كتابه (The power Elite) إلى أن جزءاً بسيطاً من معرفتنا عن العالم توصلنا إليه بأنفسنا وخبراتنا الشخصية، أما الجزء الأكبر من التصورات والمعلومات فإننا توصلنا إليه عن طريق وسائل الإعلام، والاتصال الجماهيري.
2. التأثير في آراء وأفكار الآخرين وتشكيلها: ومن الأهداف التي تسعى إليها وسائل الإعلام التأثير في آراء وأفكار الأفراد، وتشكيل هذه الآراء والأفكار سواءً الدينية منها، أم السياسية، أم الاجتماعية، أم غير ذلك، وكذلك فإنها تستخدم للتأثير التجاري لترويج سلع معينة.
3. الترفيه والتسلية: تساعد وسائل الإعلام في تحقيق الترفيه والتسلية لأفراد المجتمع سواءً بما هو مكتوب في الصحف والمجلات وغيرها، أو ما هو مُشاهد على المسارح، أو في دور السينما، أو التلفزيون أو ما هو مسموع من المذياع وغيره.
4. الإعلان والدعاية: تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة، أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة، أو وضع التزام موضع التنفيذ...إلخ<sup>(1)</sup>.

---

(1) كنعان، علي، مدخل إلى الصحافة والإعلام، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 1-20.

ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وسينما وأحياناً إذاعة، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات، وصناعات وإكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام.

### المبحث الثالث: الإعلام تأثيراته ووسائله

يُعرّف الإعلام بأنه: عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة، وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمةً للصالح العام، ويقصد بوسائل الإعلام المؤسسات الحكومية أو الخاصة التي تزود الجماهير بالأخبار والمعلومات والحقائق، وتهتم بالنواحي التربوية كهدف لتكيف الفرد مع الجماعة المحلية<sup>(1)</sup>.

وتتعدد وتنوع وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وهي على النحو الآتي:

- **الوسائل الشفوية:** وهي التي تعتمد على الكلمة الشفهية في إيصال رسائلها إلى المتلقين، ومن أبرزها: الخطب والمحاضرات، والندوات.

- **الوسائل المكتوبة:** والتي تعتمد في وصولها إلى المتلقين والمستقبلين لها، ومن أبرزها: الكتب، والصحف، والمجلات، والإعلانات الجدارية.

- **الوسائل السمعية البصرية:** والتي توصل رسائلها إلى متلقيها عن طريق الصوت فقط، أو الصورة والصوت معاً، ومن أبرزها: الإذاعة المسموعة (الراديو)، والتلفزيون، والسينما، والمسرح والإنترنت. ونجد أن الوسائل الرئيسية هي الصحافة المكتوبة، والإذاعة المسموعة، والتلفزيون والإنترنت<sup>(2)</sup>.

(1) الحكيم، فواز، مرجع سابق، ص 256.

(2) عيساني، رحيمة، مدخل إلى عالم الاعلام والاتصال (المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية)، ط1، 2008، ص 58.

## المطلب الأول: وظائف وسائل الإعلام

لم يقتصر اهتمام وسائل الحكومات بوسائل الإعلام، بل إن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها، وتخدم أهدافها، وتساعد في ازدهارها، وليس أدلّ على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم من أن الدولة ذات الإعلام القوي تُعدّ قوية وقادرة، فقد أصبح الإعلام رئيساً في بقاء بعض الدول، وخاصةً تلك التي وجدت في إحدى دعائمها الرئيسة الأولى وقدمته على باقي دعائم الدولة<sup>(1)</sup>. وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً وإيجاباً. وتتخلص وظائف الإعلام في خمسة وظائف رئيسة، وهي:

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.

ثانياً: زيادة الثقافة والمعلومات.

ثالثاً: تنمية العلاقات البينية وزيادة التماسك الاجتماعي.

رابعاً: الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

خامساً: الإعلان والدعاية.

هذه هي الوظائف الاجتماعية لوسائل الاعلام، وإن جرى حصرها في خمس وظائف، لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضاً لوسائل الإعلام تتدرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة<sup>(2)</sup>.

وتلقتي بوظائف التنقيف أيضاً البرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق، وأعم وأشمل،

(1) إمام، إبراهيم، الإعلام والاتصال بالجماهير، دار المعارف، القاهرة، 1971، ص158.

(2) كنعان، علي، مرجع سابق، ص1-20.

إلى درجة القول معها أن الفرد يولد وينمو قليلاً حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف، وتوجيه وترفيه، وإعلان وغير ذلك، وأحياناً تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتتحرف بها أو تشوهها.

## العلاقة بين الإعلام والاتصال

هناك عدة فروق ما بين الإعلام والاتصال، تتمثل بما يأتي:

- 1- الاتصال أشمل وأعم من الإعلام.
  - 2- يُعدّ الإعلام هدفاً من أهداف الاتصال.
  - 3- كل عملية إعلامية "إعلام في بدايته أو في صورته البدائية" عبارة عن اتصال.
- نستخلص مما سبق أن إلقاء الضوء على دراسة الإعلام والاتصال والبحث فيهما أمر لا بد منه لإبراز الدور العظيم الذي قاما به لإخراج المجتمع من الظلمات، والربط بين أفرادهِ وجعله قرية كونية صغيرة تربطها الشبكات فهما العصب المحرك للمجتمع.

## المطلب الثاني: مفهوم الاتصال

### أولاً: تعريف الاتصال

يعود أصل كلمة COMMUNICATION في اللغات الأوروبية- والتي اقتبست أو ترجمت إلى اللغات الأخرى وشاعت في العالم- إلى جذور الكلمة اللاتينية COMMUNIS التي تعني "الشيء المشترك"، ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة COMMUNE التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعة المدنية" بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا، قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي والأيديولوجي فيما عرف بـ "كومونة باريس" في القرن الثامن عشر؛ أما الفعل اللاتيني لجذر الكلمة COMMUNICARE فمعناه



"يذيع أو يشيع" ومن هذا الفعل اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت COMMUNIQUE الذي يعني "بلاغ رسمي" أو بيان أو توضيح حكومي<sup>(1)</sup>.

ويمكن وصف الاتصال بأنه سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها، بل أن بعض الباحثين يرى ( أن الاتصال هو الحياة نفسها)، وعلى الرغم من أن الجنس البشري لا ينفرد وحده بهذه الظاهرة، حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية، بيد أن الاتصال بين البشر شهد تنوعاً في أساليبه، وتطوراً مذهلاً في المراحل التاريخية المتأخرة<sup>(2)</sup>.

ومع تعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال (Communication) (فأننا يمكن أن نعتمد تعريفاً مبسطاً وشاملاً للاتصال هو: (أن الاتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معني مجرد أو واقع معين)، والاتصال عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقل (Transmission) إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع، أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية، ولذا فإنه يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبيث للمعنى، وتوجيه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين. وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن، وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها<sup>(3)</sup>:

---

(1) الصايغ، فائز: الإعلام ومرجل العولمة، الاهالي للنشر والتوزيع، دمشق، 2003

(2) الجابري، محمد عابد: العولمة والهوية الثقافية- مجلة المستقبل العربي، العدد(228).

(3) عبد الرحمن، عواطف: الإعلام والعولمة البديلة، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2006.

الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء المباشرة، والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت .

وقد تعددت المفاهيم التي طرحت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، ويتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء الباحثون في الاعتبار، عند النظر إلى هذه العملية، فعلى المستوى العلمي البحثي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال :

### المدخل الأول:

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي إلى أحداث اثر معين على متلقي الرسالة.

### المدخل الثاني:

يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة .  
والمدخل الأول يهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال، ويدرس كل مرحلة على حدة، وهدفها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل .

أما التعريف الثاني فهو تعريف بناءي أو تركيبى، حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مجموعات رئيسية :

أ- الموضوع : إشارته ورموزه .

ب- قاريء الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته، والإشارات والرموز التي يستخدمها .

ج- الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع .

وفي ضوء المدخل الأول عرف بعض الباحثين الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من مرسل إلى مستقبل بشكل هادف، ومن نماذج هذه التعريفات<sup>(1)</sup>:

1- الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية، والتي غالباً ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية .

2- الاتصال هو نقل أو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو لآخرين، من خلال رموز معينة.

3- الاتصال يعرف على أنه عملية تحدد الوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين، ويكون من الضروري اعتباره تطبيقاً لثلاثة عناصر:

أولاً: العملية.

ثانياً: الوسيلة.

---

(1) عزي، عبد الرحمن : دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003

ثالثاً: الهدف .

4- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة،فكرة، أو خبرة،أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا فيما بينهما.

وفي ضوء المدخل الثاني الذي ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني يعرف بعض الباحثين الاتصال كعملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، حيث أن كلاً من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد، بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي، ومن نماذج هذه التعريفات<sup>(1)</sup>:

1- الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين: أحدهما مرسل يبدأ الحوار، وما لم يكمل المستقبل الحوار، لا يتحقق الاتصال، ويقتصر الأمر على توجيه الآراء أو المعلومات، من جانب واحد فقط، دون معرفة نوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل .

2- الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة (متطابقة) بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار الرسالة من جانب، والشخص الذي يستقبلها من جانب آخر .

## تعريف الإعلام:

الإعلام جزء من الاتصال، فالإتصال أعم وأشمل، ويمكن تعريف الإعلام بأنه: تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها

(1) عزي، عبد الرحمن: دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز ، مرجع سابق.

وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها .

إن لابد من وجود شخص أو هيئة أو فئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها، ويكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات وبين ميدان نشرها أو بثها .

### ثانياً: عناصر عملية الاتصال

أن النظر إلى الاتصال كعملية مشاركة، يعني أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقي (المستقبل)، كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي، بما يحدد تأثير الاتصال؛ من جهة أخرى فإن كلا من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو الرسائل، ويعكس هذا الحديث ليس فقط مدى معرفة كل منها بالموضوع أو الرسالة، ولكن أيضا يتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات، وكذلك بانتماءاته الاجتماعية الثقافية، مما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء، ويحدد أيضا مدى تأثيره بهذه المعلومات والآراء<sup>(1)</sup>.

في هذا الإطار المركز تطورت النماذج التي تشرح وتفسر عملية الاتصال بعناصرها المختلفة، حيث ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن تلك العناصر هي: المرسل والرسالة والمستقبل، ولكن الدراسات التي أجريت منذ الأربعينيات، من القرن الماضي، بينت مدى قصور ذلك النموذج، وحطمت النظرية القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور .

(1) محمد، محفوظ، تكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005، ص22

لقد ظهرت العديد من النماذج والتي تطورت من الطبيعة الثنائية إلى الطبيعة الدائرية،

والتي على ضوءها تتكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية هي :

1- المصدر .

2- الرسالة .

3- الوسيلة .

4- المتلقي (المستقبل) .

5- رجع الصدى أو رد الفعل .

6- التأثير .

وفيما يلي نبذة موجزة عن هذه العناصر :

### 1 - المصدر أو المرسل (SOURCE):

ويقصد به منشيء الرسالة، وقد يكون المصدر فردا أو مجموعة من الأفراد وقد يكون

مؤسسة أو شركة، وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال، غير أن ما يجدر التنويه إليه

هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال، فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين

من موقع الأحداث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور، في هذه

الحالة وجدنا بعض دراسات الاتصال يذهب إلى أن كل من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة

قائم بالاتصال، وأن اختلف الدور، بينما يذهب نوع آخر من الدراسات إلى أن القائم بالاتصال هو

قارئ النشرة فقط، أي أنه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في

الرسالة بصورة أو بأخرى، فأن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي.

## 2- الرسالة (MESSAGE):

وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها، فالمصطلحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلاً، تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه، أما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل، والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون، أو إذا استخدم إيماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم .

من جهة أخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد، حيث أن المعلومات إذا كانت قليلة فأنها قد لا تجيب على تساؤلات المتلقي، ولا تحيطه علماً كافياً بموضوع الرسالة، الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه، أما المعلومات الكثيرة فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يقدر جهازه الإدراكي على الربط بينها .

## 3- الوسيلة أو القناة (CHANNEL):

وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال، فهي في الاتصال الجماهيري تكون

الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات تكون الميكروفون، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضا قد تكون الأداة مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو، أما في الاتصال المباشر فأن الوسيلة لا تكون ميكانيكية (صناعية) وإنما تكون طبيعية، أي وجها لوجه.

#### 4- المتلقي أو المستقبل (RECEIVER)

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال، ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دورا مهما في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور، ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائيا للرسالة الإعلامية، فهو قد يرفضها أو يستجيب لها، إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته، وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها.

#### 5- رجوع الصدى أو رد الفعل (FEED BACK)

يتخذ رد الفعل اتجاهها عكسيا في عملية الاتصال، وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل، وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها، وقد أصبح رد الفعل مهما في تقويم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها.

#### 6- التأثير (EFFECTIVE)

التأثير مسالة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها، وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئا وليس فوريا، كما يعتقد



البعض، وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتاً وليس دائماً، ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال. وتتم عملية التأثير على خطوتين، الأولى هي تغيير التفكير، والخطوة الثانية هي تغيير السلوك .

### ثالثاً: وظائف وسائل الإعلام

أصبح دور وسائل الإعلام في المجتمع مهم وخطير جداً، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية .

أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية .

ولم يقتصر اهتمام الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها .

وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة .

وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً أو إيجاباً؛ فما هي

وظائف تلك الوسائل؟

للإعلام خمس وظائف رئيسية هي:

- 1- الوظيفة الإخبارية.
- 2- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.
- 3- زيادة الثقافة والمعلومات.
- 4- تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي.
- 5- لترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ .
- 6- الإعلان والدعاية .

وفيما يأتي نوضح هذه الوظائف بنوع من التفصيل :

**الوظيفة الإخبارية:** تعني قيام وسائل الإعلام الجماهيرية بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وذلك لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به، ومعرفة الحوادث الجارية من حوله، ويكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، لكي تحظى باحترام الجمهور .

### **التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:**

من المتعارف عليه أن المدرسة تتولى مهمة التوجيه، بعد العائلة، باعتبار أن الباحث يقضي قسما مهما من حياته فيها؛ لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد .

من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، خاصة وأن المجتمع ليس كله طلاباً، ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو الاستمرار في الدرس والتحصيل .

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلاً أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية .

### **زيادة الثقافة والمعلومات:**

التثقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام، وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومبرمج ومقصود .

والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له . بدون أن يكون هو المقصود بالذات . معلومات وأفكار وصور وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الباحث في ساحة ملعب جامعه فيفاجأ بجريدة حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء .

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

### **الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية:**

ويعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتميبتها .

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية فأنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد وزيجات، وأخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة، وليست صفحة الولادات والوفيات والشكر بصفحة عابرة وغير مهمة في الصحف، بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير . وهناك أمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة أو الفن أو المجتمع أو الأدب.

### **الترفيه عن الجمهور وتسليته:**

تقوم وسائل الإعلام فيما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه؛ مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون . وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحا وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها، وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجه يمكن عن

طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام<sup>(1)</sup>.

## الإعلان والدعاية:

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقوق العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ... الخ. ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام.

هذه هي الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وهي وأن جرى حصرها في ست وظائف، لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضا لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام، إنما تلتنق بوظيفة التنقيف، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأشمل، إلى درجة يمكن القول معها أن الفرد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تنقيف وتوجيه وترفيه وإعلان وغير ذلك، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتتحرف بها أو تشوهها.

---

(1) محمد، محفوظ، تكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005

## المطلب الثالث: تطور نظريات الاتصال

بذلت عدة محاولات علمية لتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصرها، وما يهمننا التأكيد عليه، في حدود هذه الدراسة، أن أغلب - إن لم نقل جميع- الدراسات التي تناولت موضوع الاتصال الجماهيري أكدت على أهمية الوسيلة الاتصالية ودورها المؤثر والرئيسي في عملية الاتصال الجماهيرية .

وفي هذا الصدد يمكن أن نشير إلى نموذج (ديفيد برلو) الذي يرى أن هناك أربعة عناصر تكون العملية الاتصالية وتشمل: المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل. ومن النماذج المهمة التي أسهمت في بناء نظريات الاتصال النموذج الذي قدمه (ولبر شرام ) في عام 1974 ف طوره في عام 1971 ف وفي هذا النموذج يقدم شرام العناصر الأساسية على النحو التالي :

أ. المصدر أو صاحب الفكرة .

ب. التعبير عن الفكرة ووضعها في شيفرة (Code) وصياغتها في رموز لتكوين الرسالة.

ت. المستقبل الذي يتلقى ويفك رموزها .

ث. الاستجابة أو الهدف ورجع الصدى الذي قد يصل أو لا يصل إلى المرسل أو صاحب الفكرة .

ويعتمد شرام في هذا النموذج على أفكار الباحثين شانون وويفر، وبخاصة فيما يتعلق برجع الصدى والتشويش، ويضيف من خلال نموذجه النظام الوظيفي لعملية الاتصال، كما قدم من خلال هذا النموذج مفاهيم مهمة مثل الإطار الدلالي والخبرة المشتركة وأهميتها في عملية الاتصال، وإلى ذلك، نجد أن المؤرخ والكاتب الإنجليزي ويلز ( H.G. Wells ) يبين إن تطور التاريخ الإنساني هو ظاهرة اجتماعية واحدة تدفع بالإنسان إلى الاتصال بأخيه الإنسان، في مكان آخر أو مجتمع آخر،

وهو بذلك ينظر إلى قصة التطور التاريخي البشري على أنها قصة تطور عملية الاتصال، ويقسمها إلى خمس مراحل وهي : الكلام، الكتابة، اختراع الطباعة، المرحلة العالمية، وأخيراً مرحلة الإذاعة والاتصال الإلكتروني، وفي هذه المرحلة الأخيرة لتطور الاتصال أصبح للوسائل الإلكترونية دوراً مهماً في حياة المجتمع، واستطاع الإنسان نقل أفكاره ومشاعره ومعلوماته عبر الحواجز الجغرافية المحدودة باستخدام أجهزة المذياع ثم التلفزيون، وأخيراً شبكة الإنترنت .

ولعل نظرية مارشال ماكلوهان التي ظهرت قبل نحو أربعين عاماً، ما تزال حتى اليوم أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، حيث يرى ماكلوهان (أن الوسيلة هي الرسالة) ويوضح أن مضمون وسائل الأعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تقنيات الوسائل الإعلامية فالموضوعات، والجمهور التي توجه له مضمونها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الأعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال .

ويبين ماكلوهان أن وسائل الأعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة، أو امتداد للإنسان، تشكل ظروفها وتؤثر على الطريقة التي يفكر بها الناس ويعلمون وفقاً لها .

وعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس - في رأيه - التاريخ الإنساني وهي:

(أ) المرحلة الشفوية: أي مرحلة ما قبل التعلم، أي المرحلة القبلية .

(ب) مرحلة كتابة النسخ: التي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام .

(ت) عصر الطباعة: من سنة 1500 ف إلى سنة 1900 ف تقريباً .

(ث) عصر وسائل الأعلام الإلكترونية من سنة 1900 م تقريباً حتى الوقت الحاضر .

إن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل .

ومن أهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال، أنه يقسم هذه الوسائل إلى (وسائل باردة) و (وسائل ساخنة) ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا إيجابيا في المشاركة والمعاشية والاندماج فيها، أما الوسائل الساخنة، فهي تلك الوسائل الجاهزة المحددة نهائياً، فلا تحتاج من المشاهدة أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة أو معاشية، فالكتابة والتلفون والتلفزيون ووسائل باردة، أما الطباعة والإذاعة والسينما فهي وسائل ساخنة. وإذا لم يكن بوسع المرء أن يتفق مع كل ما جاء به ماكلوهان من أفكار يسميها هو اختبارات أكثر منها نظريات، وإذا لم تكن (الوسيلة هي الرسالة) فمن الواضح أنها أخطر من مجرد أداة لزيادة عدد الجماهير من القراء والمستمعين والمشاهدين، وإذا كان من الصعب إيجاد دليل قوى لا ثبات هذه الأفكار أو رفضها، فأنها على الأقل تجعلنا نتساءل عما إذا كانت وسائل الإعلام لها القدرة على تغيير الإنسان .

وفي الوقت الذي يشير فيه ماكلوهان إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية ساعدت في انكماش الكرة الأرضية وتقلصها في الزمان والمكان، حتى أصبحت توصف بـ (القرية العالمية Global Village) وبالتالي زاد وعي الإنسان بمسؤوليته إلى درجة قصوى، فإنه يرى أيضاً، أن هذه الحالة الجديدة أدت إلى ما يمكن تسميته بـ(عصر القلق) لأن الثورة الإلكترونية الفورية الجديدة تجبر الفرد على الالتزام والمشاركة بعمق، وبغض النظر عن وجهة النظر التي يتبناها، فوجهة النظر الخاصة الجزئية مهما كان مقصدها لن تغير في عصر الكهرباء والإلكترون الآلي الفوري، وربما يكون هذا الرأي وغيره يمثل الأرضية التي نبع منها مفهوم (العولمة) الذي أصبح يتردد في السنوات الأخيرة، وكان أحد الباحثين قد اسماه من قبل بـ (لحظنة التواصل الحضاري الإعلامي).



سوف نتعرض لنظرية ماكلوهان بالتفصيل في المطلب الرابع وإلى جانب ذلك فإن أفكار ماكلوهان أصبحت في السنوات الأخيرة، موضع انتقاد أو تعديل أو تشكيك من قبل بعض الباحثين، وفي هذا الصدد يرى (ريتشارد بلاك) أن (القرية العالمية) التي زعم ماكلوهان وجودها، لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر.

ويوضح أن التطور التقني الذي استند إليه ماكلوهان عند وصفه للقرية العالمية استمر في مزيد من التطور، بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا فالعلم الآن أقرب ما يكون إلى البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون ولكن كل منهم يعيش في عزلة، ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية نفسها .

ويمكن أن يوصف هذا التطور بأنه تحول من (التجميع) إلى (التفتيت) أو اللامركزية، حيث أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة المتمثلة في الأقمار الاصطناعية والحاسبات الإلكترونية ووصلات (المايكروويف) والألياف الضوئية عددا كبيرا من خدمات الاتصال خلال الاتصال العقدين الماضيين، مثل التلفزيون الكابلي التفاعلي، والتلفزيوني منخفض القوة و(الفيديو كاسيت) (الفيديويوسك) وأجهزة التسجيل الموسيقي المتطورة، وخدمات (الفديوتكس) و(التلتيكس) والاتصال المباشر بقواعد البيانات والهواتف النقالة والبريد الإلكتروني، التي اندمجت في شبكة الاتصالات المعروفة بـ (الإنترنت)، وجمعها وسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية، وقد نتج عن هذه التقنية الجديدة تقلص أعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية وخدمات الإذاعة المسموعة والتلفزيون التي تعمل بنظام البث الهوائي التقليدي .

لقد ظل الاتجاه الرئيسي لوسائل الاتصال الجماهيرية، حتى ما قبل عشرين عاما، يميل إلى توحيد الجماهير Massification بمعنى نقل الرسائل الاتصالية نفسها إلى قطاعات جماهيرية واسعة، أو توحيد الرسائل وتعدد الجماهير المستقبلية لهذه الرسائل .

أما الاتجاه الجديد للاتصال وتدفق المعلومات على الصعيد العالمي، فقد بدأ يتجه نحو لا مركزية الاتصال، بمعنى تقديم رسائل متعددة تلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتخصصة، وتتخذ هذه اللامركزية للرسائل لمظهرين :

المظهر الأول: يتحكم فيه المرسل .

والمظهر الثاني: يتحكم فيه المستقبل .

ويمكن إتاحة كل منهما عن طريق الربط بالحاسبات الإلكترونية لتوفر خدمات مختلفة من الاتصال وتبادل المعلومات، تبدأ من الصحافة المطبوعة أو نقل النصوص المكتوبة، وتمتد إلى شكل البرامج التلفزيونية والأفلام السينمائية، ويمكن نقل هذه المعلومات عبر مسافات شاسعة وبسرعة فائقة، عن طريق استخدام الاتصال الكابلي والأقمار الاصطناعية .

ويرى الباحث الفن توفلر: أن البنية الأساسية الإلكترونية في أقطار الاقتصاد المتقدم سوف

تتميز بستة سمات تمثل مفاتيح المستقبل هي:

أ) التفاعلية Interactivity.

ب) قابلية التحرك أو الحركة Mobility.

ت) قابلية التحويل Convertibility.

ث) التوصيلية Connectivity.

ج) الشبوع والانتشار Ubiquity.

ح) التوبيل Globalization.

ويوضح توفلر لقد كانت الأثار التجانسية لوسائل الأعلام الجماعي في ذروة قوتها عندما لم تكن هناك سوى قنوات قليلة ووسائل إعلامية قليلة، ومن ثم قلة من فرص الاختيار أمام المستمعين أو المشاهدين أما في المستقبل فأن الوضع العكس هو الذي يسود ومع أن محتوى كل برنامج على حدة قد يكون جيدا أو رديئا إلا أن أهم (محتوى) جديد على الإطلاق يتمثل في وجود التنوع نفسه.

أن التحول من فرص الاختيار الأقل إلى الفرص الأكثر تعددا في مجال الأعلام لا يحمل مدلولات ثقافية فحسب بل سياسية أيضا، وتواجه حكومات الدول ذات التقنية المتقدمة مستقبلا ستتعرض فيه شعوبها إلى وابل متصل من الرسائل المتعددة المتعارضة المخصصة، الثقافية منها والسياسية والتجارية، بدلا من رسالة واحدة ترددها قلة من الشبكات الإعلامية العملاقة في صوت واحد<sup>(1)</sup>.

أن (سياسة التعبئة الجماعية) و(هندسة الموافقة) كليهما تصبحان الآن أصعب بكثير في محيط وسائل الأعلام الجديد، واتساع مجال الاختيار الإعلامي أمام المستمعين والنظارة هو حد ذاته شيء ديمقراطي لزوما فإنه يمثل مشكلة للسياسيين الذين يقدمون لأتباعهم محيطا لا اختيار فيه.

ويمكن القول أن التطورات التقنية الكبيرة في مجال الاتصال الجماهيري، وتعدد قنوات الاتصال والمعلومات أدى إلى ما يمكن تسميته بـ(عصر الشاشة) فالوسائل المطبوعة والمقروءة

(1) محمد، محفوظ، تكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005

والمسموعة والمرئية أصبحت مندمجة في شاشة التلفزيون أو الحاسوب (الكومبيوتر) الشخصي، حيث يستطيع المتلقي قراءة كتاب أو صحيفة أو مجلة ومشاهدة مسرحية أو فلم خطاب سياسي، على هذه الشاشة، وفي اغلب الأحيان، بصورة فردية، كما أنه يستطيع إلى حد بعيد الاختيار من بين بدائل عديدة في الوقت نفسه .

وتفترض الاتجاهات الحالية والمستقبلية لتطور وسائل الاتصال نمو أحد تصورات ثلاثة لوضع الاتصال خلال القرن الحادي والعشرين، وتشمل هذه التصورات ما يلي:

1. تكريس اللامركزية في الإرسال والاستقبال: وينبني هذا التصور على ظهور خدمات الاتصال الجديدة، التي توجه رسائل متخصصة تلبي الميول والنزعات الفريدة، مثل التلفزيون (الكابلي) التفاعلي و(الفيديو تكس) و(الفيديو كاسيت) وهناك إقبال متزايد من جانب الأفراد على امتلاك هذه الوسائل، الاستعاضة بها عن الاتصال المباشر مع أفراد آخرين وتتمثل مظاهر التفتت في فئات المستقبلين، في ميل الأفراد إلى الانعزال، كما أن وسائل الاتصال الجديدة تمنح الأفراد القدرة على خلق بيئة الاتصال التي تناسبهم، وادي ظهور هذه الوسائل الجديدة إلى تناقص المعرفة التي يحصل عليها عن طريق التعرض العشوائي لمواد الاتصال، وتناقص الاتصال الجدلي بين الجماعات والطبقات ليحل محله اتصال متزايد داخل كل جماعة أو فئة.

2. تكريس الهيمنة والاندماج لوسائل الاتصال ويقوم هذا التصور على اتجاه وسائل الاتصال الجماهيري إلى التركيز في كيانات ضخمة وملكية مشتركة ومتعددة الجنسية، وهناك أسباب عديدة لزيادة الاتجاه نحو الهيمنة والاندماج منها: قوانين الضرائب، والحاجة إلى

خبرات ضخمة والرغبة في تحقيق الاستمرار المالي والوقاية ضد مخاطر المستقبل والقضاء على الشركات المنافسة .

3. التوافق بين التقنية القديمة والحديثة، ويستند هذا التصور إلى أن تقدم التقنية الجديدة يسد جوانب النقص في التقنية القديمة وتلبية الحاجات الفردية، مع عدم إهمال الإحساس بالمشاركة العامة والأهداف القومية، في إطار عملية مستمرة من الاستكشاف العقلي والمناظرات المفيدة التي تتيح تبادل الخبرات وتدعم الديمقراطية المعلومات.

### المطلب الرابع: القائم بالاتصال ونظرية (حارس البوابة)

أولاً: دراسات القائم بالاتصال (المرسل)

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو محطة الإذاعة أو محطة التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يومياً، بل وفي كل دقيقة، قرارات مهمة وخطيرة. ونظراً لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز أو المناصب التي تتخذ فعلاً تلك القرارات، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية، والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال .

والواقع أنه من الصعب علينا أن نفسر السبب في إهمال الباحثين حتى وقت قريب لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الإعلامية ودراسة القائمين بالاتصال. وعلينا أن نعترف، عند تحديد تأثير الرسالة الإعلامية، بأن القائم بالاتصال لا يقل أهمية من مضمون الرسالة. ليس معنى هذا أن

الباحثين لم يكتبوا عن رجال الأعلام القدامى، فالواقع أن تاريخ الصحافة حافل بتاريخ حياة أعلام الصحافة.

كذلك تقوم الجامعات بتدريس ما يحدث داخل الجريدة أو أسلوب عملها لطلبة الصحافة، ولكن الذي نقصده هنا القيام بتحليل وسائل الأعلام كمؤسسات لها وظيفة اجتماعية ودراسة دور ومركز العامل بالجريدة، أي الصحفي، والظروف أو العوامل التي تؤثر على اختيار مضمون الصحف؛ فالأخبار هي ما يصنعه الصحفيون، ولكن كيف يصنع أولئك الصحفيون الأخبار؟!.. وما هي الالتزامات (المهنية) أو (الأخلاقية) التي يفرضها الصحفي على نفسه، وما هي طبيعة السيطرة البيروقراطية التي تفرض نفسها عليه من قبل المؤسسة التي يعمل في إطارها؟ والواقع أن أول دراسة تتناول بالشرح قطاعا من القائمين بالاتصال بالمعنى الذي نقصده، هي دراسة روستن التي ظهرت في الولايات المتحدة تحت عنوان ((مراسلي واشنطن)) سنة 1937 وتعتبر دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي. ولكن في سنة 1941 نشرت مجلة (الصحافة) ربع السنوية التي تصدر في ولاية أيوا بالولايات المتحدة دراسة مهمة عن العاملين بجريدة ملواكي، وكان من الممكن أن تفتح هذه الدراسة الباب لإجراء دراسات مماثلة عن المؤسسات الإعلامية الأخرى، ولكن مضت فترة طويلة دون أن تظهر أبحاث تتناول بالدراسة القائمين بالاتصال ومؤسساتهم، حتى نشر الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت دراسته ((حارس البوابة وانتقاء الأخبار)) التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال المهم.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، الأمريكي الجنسية (كورت لوين) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية (حارس البوابة) الإعلامية، فدراسات لوين تعتبر من أفضل الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة<sup>(1)</sup>.

يقول لوين: أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام، ازدادت المواقع التي يصبح فيها متاحاً لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لهذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح نفوذهم كبيراً في انتقال المعلومات. إن دراسة (حارس البوابة) هي في الواقع دراسة تجريبية ومنتظمة لسلوك أولئك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة، على مصير القاصص الإخبارية.

ولكن من هم حراس البوابة GEET KEEPARS؟.. أنهم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة، في نقطة ما، أو مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأنباء.

وقد أُجريت في الخمسينيات، من القرن العشرين، سلسلة من الدراسات المهمة ركزت على الجوانب الأساسية لعملية (حراسة البوابة) دون أن تستخدم بالضرورة هذا الاصطلاح، وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً لأساليب السيطرة أو التحكم التنظيمي والاجتماعي في حجرة الأخبار،

---

(1) محمد، محفوظ، تكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005

والإدراك المتناقض لدور ومركز أو وضع العاملين بالجريدة ومصادر أخبارهم، والعوامل التي تؤثر على اختيار المحررين وعرضهم للأخبار، قام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال وارن بريد جادBreed ، روى كارترCarter، وستاركStark، وجيبر Gieber وروبرت جاد Judd ووايتWhite ، وكن مكرورى Macrorie وغيرهم .

ونشر الباحث الأمريكي شارنلي ميتشل في سنة 1951 دراسة عن حجرات الأخبار الإذاعية والأفراد الذين يعملون بها، كما نشر الباحث سابين دراسة عن كتاب الافتتاحات في ولاية أوريجون. وقدم لورنس دراسة عن محرري كنساس. وقد لخص الباحث الأمريكي ولتر جيبر في مقالته ((الأخبار هي ما يجعلها الصحفيون أخباراً)) نتائج الأبحاث الأساسية التي أجريت على حراس البوابة، كما قام سنة 1956 بعمل دراسة عن محرري الأنباء الخارجية في 16 جريدة يومية بولاية وسكونسن، تستقبل أنباء وكالة أسوشيتدبرس فقط<sup>(1)</sup> .

وقد أظهرت دراسات جيبر أنه إذا كان المحرر يختار عينة ممثلة مما يصله من أنباء يمكن أن نقول أنه قد وُفق في أداء عمله، وقال أنه يمكن، عن طريق ملاحظة الأسلوب الذي يختار بمقتضاه المحرر أنباءً لفترة لا تزيد عن أيام قليلة أن نتنبأ بما قد يختاره في يوم آخر، وكان الأمر المشترك بين جميع محرري الأنباء،الذين لاحظهم جيبر، هو أن الضغوط التي يفرضها الواقع البيروقراطي، والعمل في حجرة الأخبار يعتبر من أقوى العوامل تأثيراً، فمحرر الأنباء الخارجية يعمل دائماً حساباً للضغوط الميكانيكية في عملة أكثر مما تشغله المعاني الاجتماعية ووقع الأخبار، باختصار، كانت ظروف إخراج الصحيفة والروتين البيروقراطي والعلاقات الشخصية في داخل حجرة الأخبار تؤثر أساساً على عمل ذلك المحرر.وقد أظهرت دراسات جيبر حقيقتين تبعثان على القلق:

(1) الصادق، رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004.



أولاً: أن محرر الأنباء الخارجية كأن في سلوكه الاتصالي سلبيًا ولا يلعب دورًا فعالًا كقائم بالاتصال، فهو لا يدرس بشكل انتقادي الأنباء التي تصله برقيا. وهناك بعض الدلائل التي تشير إلى أن محرر الأنباء الخارجية كصحفي يعمل ملازماً لمكتبه، وقد تختلف دوافعه عن المخبر الذي ينتقل من مكان إلى آخر، لكي يجمع الأخبار، ويؤثر هذا بالتالي على ما يختاره ذلك المحرر من أنباء، وربما كان محرر الأنباء الخارجية كسولاً، أو أصبح كسولاً لأن رؤسائه لا يشجعونه على أن يصبح أكثر نشاطاً، وبشكل عام فهذا المحرر لا يختار برقيات بشكل يظهر أنه يقيم ما يقدمه بشكل نقدي<sup>(1)</sup>.

ثانياً: أن محرر الأنباء الخارجية، كقائم بالاتصال، ليس لديه إدراك حقيقي لطبيعة جمهوره، ولهذا فهو لا يتصل بذلك الجمهور في واقع الأمر، وإذا كانت المهمة الأساسية للصحيفة هي تقديم تقرير هادف عن الظروف المحيطة، من أجل خدمة القارئ، فيمكن أن نقول أن هذه المهمة كانت تؤدي فقط بالصدفة<sup>(2)</sup>.

فالصحيفة لم تعد تدرك أن هدفها الحقيقي هو (خدمة) جمهور معين أو الجمهور بشكل عام، وذلك لأن المجموعة التي تقوم بجمع الأخبار والنظام البيروقراطي كثيراً ما تحدد الأهداف، أو تحدد ما يظهر في تلك الجريدة، لهذا يرى جيبير أنه بدون دراسة القوى الاجتماعية التي تؤثر على عملية جمع الأخبار لا نستطيع أن نفهم حقيقة تلك الأخبار .

ومن أعمق الدراسات التي أجريت على القائمين بالاتصال والقوى الاجتماعية التي تؤثر على العاملين في الصحف، الدراسة التي قدمها وارين بريد سنة 1955م، فقد وجد بريد أن هناك

---

(1) عيسى، محمد عبدالشفيق (1999)، رؤية إلى المستقبل العربي في العولمة والتحول المجتمعية في الوطن العربي، القاهرة: مكتبة مدبولي.

(2) الويس، مبر: الرقابة على الصحافة في النظاميين الرأسمال والاشتراكي، مطبوعه الشام، القاهرة، مصر 1968

أدلة تشير إلى وجود عملية تأثير يسيطر أو يهيمن بمقتضاها مضمون الصحف الكبيرة- أو المحطات الإذاعية والتلفزيونية حالياً- ذات المركز المرموق (صحف الصفوة) تؤثر على الطريقة التي تعالج بها الصحف الصغيرة، الأخبار والموضوعات المهمة، (أي أن الكبير يبتلع الصغير كما يقال في عالم البحار)، ولا شك أن هذا يحرم وسائل الإعلام الجماهيرية من التغيير والتنوع وتعدد الآراء الذي يساعد على تكوين رأي عام واع .

وقد استخدم بريد في دراسة أخرى التحليل الوظيفي ليظهر كيف تدفن أو تحذف الصحف الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي أو تهجمه، أو تهدد إيمان القارئ بالاتصال بذلك النظام الاجتماعي والثقافي، ويقول بريد أن سياسة الناشر هي التي تطبق في العادة في أي جريدة، بالرغم من مظاهر الموضوعية في اختيار الأخبار، بالإضافة إلى ذلك فالجزء الذي يناله الإعلامي في الجريدة مصدره ليس القراء الذين يعتبرون عملاءه، ولكن مصدره زملاؤه من العاملين معه ورؤسائه، لذلك يعيد المحرر في الجريدة تحديد وتشكيل قيمه بحيث تحقق له أكبر منفعة، ومن هذه الدراسة استنتج بريد أن الظروف الثقافية التي تحيط بالصحفي في حجرة الأخبار لا تؤدي إلى نتائج تفي بالاحتياجات الأوسع للديمقراطية.

وقد استخدم الباحث الأمريكي المشهور سوانسون أساليب الملاحظة المباشرة والاستفسار ليحصل على معلومات عن معتقدات العاملين في جريدة يومية صغيرة وخصائصهم الشخصية، كذلك درس بروس وستلي أيضاً محرري الأخبار الخارجية في صحف ولاية وسكونسن باستخدام سلم (قياس القيم) الذي قارن به القيم التي يعتنقها أولئك المحررون والتي تؤثر على اختيارهم للأخبار .

وتعتبر دراسة بروس وستلي ومالكوم ماكلين عن القائمين بالاتصال، والتفرقة بين أدوار الاتصال المختلفة، من الدراسات المهمة في هذا المجال، والملاحظ أنه يوجد في كل هذه الدراسات عنصر واحد مشترك، وهو أنها تركز الاهتمام على التفاعل بين الأنماط والأخلاقيات الصحفية المثالية والأساليب الاجتماعية والتنظيمية المقررة في المجتمع الأكبر، في ظروف متنوعة، وأوضاع مختلفة، ولهذه الدراسات فوائد كثيرة لوسائل الإعلام والمهنيين لأنها تساعد على الوصول إلى أحكام أكثر نكاء عن العاملين بالوسيلة الإعلامية، في الإطار الاجتماعي المباشر، كما تبرز كثيراً من الأسئلة المهمة التي يجب أن نتوصل إلى إجابات عليها .

### ثانياً: نظرية (حارس البوابة) الإعلامية

تمر الرسالة بمراحل عديدة، وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقاً لاصطلاحات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها .

وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المباشر المواجهي، من فرد إلى آخر، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة ومعقدة جداً، لأن المعلومات التي تدخل شبكة اتصال معقدة مثل الجريدة، أو محطة الإذاعة أو التلفزيون، عليها أن تمر بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة، فالحدث الذي يحدث في العراق مثلاً، يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القاريء في أمريكا أو أوروبا أو الشرق الأوسط، ونجد قدر المعلومات التي تخرج من بعض تلك الحلقات أو الأنظمة أكثر مما يدخل فيها، لذلك يسميها (شانون) أجهزة تقوية، فأجهزة التقوية أي وسائل الإعلام تستطيع أن تصنع (في نفس الوقت) عدداً كبيراً جداً من الرسائل المتطابقة، مثل نسخ الصحف، وتوصلها للجمهور، كما توجد في هذا النوع من السلاسل شبكات

معينة من الأنظمة داخل الأنظمة، فوسائل الإعلام نفسها هي شبكات من الأنظمة المتصلة بطرق معقدة، بحيث تقوم بوظيفة فك الرموز أو الشيفرة والتفسير وتخزين المعلومات، ثم وضعها مرة أخرى في رموز، وهي الوظيفة التي يؤديها كل القائمين بالاتصال، كذلك فإن الفرد الذي يتلقى رسائل وسائل الإعلام هو جزء من شبكة علاقات موجودة داخل الجماعة، ويعاون أسلوب عمل هذه الشبكة واقع المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة المتعلمين ودرجة التصنيع، حيث يزداد اعتماده على سلاسل وسائل الإعلام، أما المجتمع الذي تنخفض فيه نسبة المتعلمين ودرجة التصنيع (البدائي) فتنتقل فيه غالبية المعلومات عن طريق سلاسل الاتصال الشخصي .

ومن الأمور الجديدة بالملاحظة أنه في المجتمعات التي تخضع فيها وسائل الإعلام للسيطرة القومية يبدأ الأفراد في التشكيك في صدق ما تنشره وسائل الاتصال الجماهيرية، لذلك تصبح سلاسل الاتصال الشخصي المواجهي، من فرد إلى فرد، مهمة جداً، وطويلة جداً، وتتطور بجوار سلاسل وسائل الإعلام الجماهيرية، وفي هذه الحالة نجد أن سلاسل الاتصال الشخصي، التي تنقل الإشاعات والأقاويل والمعلومات الخفية، بجميع أنواعها - من فرد إلى فرد - تقوم بالرقابة على وسائل الإعلام، وتكملة نواحي النقص فيها .

ويجب أن نعرف كيف تعمل سلاسل الاتصال، وكيف تنتقل المعلومات في جميع أنحاء المجتمع، فمن الحقائق الأساسية التي أشار إليها العالم (كورت لوين) أن هناك، في كل حلقة، ضمن السلسلة، فرد ما، يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها، سينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية، بنفس الشكل الذي جاءت به، أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات. وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث تصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار، فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية، ومنها إلى الجمهور .

يقول لوين أن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو المجلة أو في وسائل الإعلام الإلكترونية، وقد سمي لوين هذه المراحل ((بوابات)) وقال أن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها، وقد أشار لوين إلى فهم وظيفة ((البوابة)) يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها (حارس البوابة).

بمعنى آخر، هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، ويتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقونها أمام أي رسالة تأتي إليهم، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر، على سبيل المثال، يستطيع أي فرد أن يقرر ما إذا كان سيكرر أو يردد إشاعة معينة أو لا يرددها، ونحن نعلم أن الإشاعات حينما تنتقل من فم إلى فم تطرأ عليها - في الغالب - بعض التغييرات وتتلون بالاهتمامات الخاصة للفرد الذي يقوم بنقلها أو بمعلوماته، وحينما تطول السلسلة، نجد أن بعض المعلومات التي تخرج من نهايتها لا تشبه المعلومات التي دخلتها في البداية، إلا في نواح قليلة، فإذا أخذنا في الاعتبار ما يحدث في السلاسل التي تحمل الأخبار حول العالم، وتتبعنا خبراً من الأخبار ينتقل، على سبيل المثال، من اليابان أو الهند إلى مدينة في إحدى ولايات أمريكا، نلاحظ أنه يمر بمراحل كثيرة.. أول حارس بوابة في هذه الحالة هو الفرد الذي يلاحظ الحدث وقت وقوعه، ولنفترض أن الذي حدث كارثة طبيعية، هذا الفرد ينتقي - بلا شعور - أشياء معينة يلاحظها، ولا يلاحظ أشياء أخرى، أي يرى أشياء ويغفل أشياء أخرى، وقد يتحدث ويشير إلى نواحي ويهمل نواحي أخرى. بعد حارس البوابة الأول هذا يأتي حارس البوابة الثاني، وهو المخبر الصحفي الذي يحصل على الخبر من شاهد العيان، (أي الفرد الذي شاهد الحدث نفسه)، وقد يتصل الصحفي بأكثر من شاهد عيان لكي يكون فكرة كاملة عن الحادث، وفي جميع الحالات، يقوم المخبر هو

الآخر، بانتقاء أو اختيار الحقائق التي سينقلها، والحقائق التي سيهملها، فهو الذي سيقدر الجوانب التي سيختارها ويحدد مدى الأهمية التي سيعطيها للحدث .

بعد ذلك يسلم المخبر الخبر إلى مكتب وكالة الأنباء التي يتبعها، وفي الوكالة يقوم محرر آخر باتخاذ قرار معين، عن تلك القصة الإخبارية، فيقرر ما إذا كان سيختارها من مئات الأنباء لكي ينقلها تلغرافياً إلى المشتركين في الوكالة أم يختصرها أم يضيف إليها أم يغيرها أم ينقلها كما هي، وبعد ذلك يأتي دور محرر الأخبار الخارجية الذي يتلقى البرقيات في الجريدة، ويقرر مدى الأهمية التي سيعطيها للقصة الإخبارية، وبالتالي المساحة التي يجب أن تخصص لها، فالمشكلة أن هناك باستمرار أخباراً أكثر مما يمكن إرسالها، وأخباراً أكثر مما يمكن نشرها، لذلك لابد في النهاية من الاختيار بين المواد الكثيرة التي تصل الوكالة أو الصحيفة أو الإذاعة، فهذه الوسائل تصلها أنباء ليس فقط من وكالات الأنباء بل من محررين في جميع أنحاء العالم، ومن صحف أخرى، ومن محطات إذاعة وتلفزيون عديدة، وحراس البوابة في جميع تلك المراحل، على طول السلسلة، يسمحون لنسبة محدودة من آلاف المواد الإعلامية التي تصلهم، بالانتقال إلى المراحل التالية، وفي النهاية يختار المحرر في الجريدة عشرات الأخبار فقط لينقلها إلى قرائه، فكل قرار يتخذ بتوصيل أو نقل شيء هو قرار كبت أو إخفاء شيء آخر، وما يخرج أو يُحجب هو نتيجة لعديد من الضغوط المتنافسة، علينا أن نحددها ونوضحها حتى نفهم كيف تقوم وسائل الإعلام بعملها .

من الواضح أن حارس البوابة الذي يقول (نعم ) أو (لا) بشأن الرسائل التي تصله، على طول السلسلة، يلعب دوراً مهماً في الاتصال الاجتماعي، وبعض حراس البوابة أهم من غيرهم، فنجد أن نسبة كبيرة جداً من السلاسل تركز الضوء على بعض الأفراد في المجتمع، ممن يمكن أن يكون لهم (نفوذ) أو (قادة الرأي) أو (الصفوة) الذين يتميزون عن الآخرين بأنهم يقرؤون أكثر

ويطلعون على وسائل الإعلام أكثر، ولهم اتصالات شخصية أوسع من الآخرين، وهو أمر له أهمية خاصة لأن هؤلاء الأفراد يتمتعون باحترام كبير، ويعتبر أولئك الأفراد بدورهم (حراس بوابة) .

وفي السلاسل الإخبارية، فإن المحرر في وكالة الأنباء والمحرر في الجريدة يتلقيان أكبر عدد من البرقيات الإخبارية، وهما مسئولان عن اتخاذ أكبر عدد من القرارات، ولهذا يصبح لأمانة ذلك المحرر وموضوعيته ومستوياته الإخبارية والمهنية، أهمية خاصة، كذلك بالنسبة لقادة الرأي، فإن اتساع معرفتهم وتنمية قدراتهم لها أهمية كبيرة، لأن لهم دوراً مهماً في تحديد ما يعرفه الرأي العام .

## المبحث الرابع: تكنولوجيا وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات (نظرية مارشال ماكلوهان)

تُعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام، من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومبتكر هذه النظرية (مارشال ماكلوهان) كان يعمل أستاذاً للغة الإنجليزية بجامعة تورنتو بكندا، ويعتبر من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين<sup>(1)</sup>.

وبشكل عام، يمكن القول أن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام من

حيث :

1- أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم .

2- أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي .

---

(1) The Mechanical Bride. : Folklore of Industrial Man, (1951).

إذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها، والهدف من ذلك الاستخدام. وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي بدأت تغير وجه المجتمع كله، شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها، بصرف النظر عن مضمونها .

يقول مارشال ماكلوهان أن (مضمون) وسائل الأعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها. فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الأعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، فحينما ينظر ماكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفا نستطيع أن نسميه (بالحتمية التكنولوجية Technological Determinism) فبينما كان كارل ماركس يؤمن بالحتمية الاقتصادية، وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانباً أساسياً من جوانب حياته، وبينما كان فرويد يؤمن بأن الجنس يلعب دوراً أساسياً في حياة الفرد والمجتمع، يؤمن ماكلوهان بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات .

نجد ماكلوهان شديد الإعجاب بعمل المؤرخين أمثال الدكتور وايت White Jr صاحب كتاب (التكنولوجيا الوسيطة والتغير الاجتماعي)، الذي ظهر سنة 1962 وفيه يذكر المؤلف أن الاختراعات الثلاثة التي خلقت العصور الوسيطة هي الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه Stirrup وحدوة الحصان Nailed Horseshoe ، والسرج Horse Collar.. فبواسطة الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه استطاع الجندي أن يلبس درعاً يركب به الحصان الحربي؛ وبواسطة الحدوة والأربطة التي تربط الحصان بالعربة Harness توافرت وسيلة أكثر فاعلية لحرث



الأرض، مما جعل النظام الإقطاعي الزراعي يظهر، وهذا النظام هو الذي دفع التكاليف التي تطلبها درع الجندي .

وقد تابع ماكلوهان هذه الفكرة بشكل أكثر تعمقاً ليعرف أهميتها التكنولوجية، مما جعله يطور فكرة محددة عن الصلة بين وجود الاتصال الحديث في المجتمع والتغيرات الاجتماعية التي تحدث في ذلك المجتمع، ويقول ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضاً في الحساسيات الإنسانية. والنظام الاجتماعي في رأيه يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل. وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. فاختراع اللغة المنطوقة هو الذي ميّز بين الإنسان والحيوان، ومكّن البشر من إقامة المجتمعات والنظم الاجتماعية وجعل التطور الاجتماعي ممكناً، وبدون اختراع الكتابة ما كان التحضر ممكناً، بالرغم من أن اختراع الكتابة ليس الشرط المسبق الوحيد للحضارة، فالإنسان يجب أن يأكل قبل أن يستطيع الكتابة إلا أنه بفضل الكتابة، تم خلق شكل جديد للحياة الاجتماعية وأصبح الإنسان على وعي بالوقت، وأصبح التنظيم الاجتماعي يمتد إلى الخلف، (أي إلى الماضي)، وإلى الأمام، (أي إلى المستقبل)، بطريقة لا يمكن أن توجد في مجتمع شفهي صرف. فالحروف الهجائية هي تكنولوجيا يستوعبها الطفل الصغير بشكل لا شعوري تاماً، (بالاستيعاب التدريجي)، والكلمات ومعانيها تُعد الطفل لكي يفكر ويعمل بطرق معينة بشكل آلي، فالحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع طورت وشجعت عملية التجزئة وعملية التخصص والابتعاد بين البشر، بينما عملت تكنولوجيا الكهرباء على تقوية وتشجيع الاشتراك والتوحيد<sup>(1)</sup> .

---

(1) The Gutenberg Galaxy : The Making of Typographic Man (1962) ; Under Standing Media : The Extensions of Man (1964) ; The Medium is The Message : An Inventory of Effects (1967).

ويقول ماكلوهان أن وسائل الأعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة أو امتداد للإنسان، تشكل ظروفاً جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها أي أن (الوسيلة امتداد للإنسان، فالملابس والمسكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا التلفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد آذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي مساوية لامتداد الوعي). وسائل الأعلام الجديدة - كامتداد لحواسنا - كما توفر زمنا وإمكانيات تشكل أيضاً تهديدا في الوقت نفسه، لأنه في الوقت الذي تمتد فيه يد الإنسان، وما يمكن أن يصل إليه بحواسه في وجوده، تستطيع تلك الوسائل أيضاً أن تجعل يد المجتمع تصل إليه لكي تستغله وتسيطر عليه، ولكي نمنع احتمال التهديد يؤكد ماكلوهان أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الأعلام لأنه ((بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلب تماما على نفوذها أو قدرتها الحتمية)).

وفي الواقع، بدلا من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون من الأدق أن نقول أن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل، قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم، وأنه لا يجب اعتبار التغيير التكنولوجي حتمياً أو لا مفر منه، ذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغيير يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده بدلاً من الوقوف في وجهه .

ويعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس في رأيه تطور التاريخ الإنساني :

1. المرحلة الشفوية كلية، مرحلة ما قبل التعلم، أي المرحلة القبلية Totally Oral .

Preliterate, Tribalism

2. مرحلة كتابة النسخ Codification by Script: التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.

3. عصر الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا.

4. عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900 تقريبا، حتى الوقت الحالي.

وطبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل. هذا الأسلوب في دراسة التطور الإنساني، ليس أسلوبا جديدا أو مبتكرا تماما. فيشير ماكلوهان إلى أنه مدين لمؤلفات عديدة برأيه هذا، ومن بين المؤلفات التي ساعدت ماكلوهان على تطوير نظريته المبتكرة :

- E.H. Gombrich , Art and Illusion (1960).
- H.A. Annis, The Bias of Communication (1951).
- Siegfried Giedion, Mechanization Takes Command (1948).
- H.J. Chaytor , From Script to Print (1945); and Lewis Mumford.
- Techniques and Civilization (1934)

وباختصار يدعي ماكلوهان أن التغيير الأساسي في التطور الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل، كأن من الاتصال (الشفهي) إلى الاتصال (السطري) ثم إلى الاتصال (الشفهي) مرة أخرى. ولكن بينما استغرق التغيير من الشفهي إلى السطري قروناً، تم الرجوع أو التحول مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد.

## الاتصال الشفهي

وفقاً لما يقول ماكلوهان، فإن الناس يتكيفون مع الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمس (السمع والبصر واللمس والشم والتذوق) مع بعضها البعض، وكل اختراع تكنولوجي جديد يعمل على تغيير التوازن بين الحواس، فقبل اختراع جوتنبرج للحروف المتحركة في القرن الخامس عشر كان التوازن القلبي القديم يسيطر على حواس الناس، حيث كانت حاسة السمع هي المسيطرة .

فالإنسان في عصر ما قبل التعلم كان يعيش في عالم به أشياء كثيرة في الوقت نفسه، في عالم الأذن حيث يفرض الواقع نفسه على الفرد من جميع النواحي، ولم يكن لهذا الزمن حدود ولا اتجاه ولا أفق، وعاش الإنسان في ظلام عقله في عالم العاطفة معتمداً على الإلهام البدائي أو الخوف، وكان الزمن والمسافة يتم إدراكهما سمعياً، وكان الشعر الذي يغنى من أكبر أدوات التحضر، وكان الاتصال الشفهي هو الرابطة مع الماضي، وكانت المعاني ذات المستويات المتعددة هي الطابع العام، وهي معاني كانت قريبة جداً من الواقع، فالكلمات لا تشير إلى أشياء، بل هي أشياء، وكلمة الإنسان ملزمة، وذاكرة الإنسان قوية جداً (بالمستويات الحديثة) والصور الذهنية التي تصاحب أفكاره سمعية، فهو يستخدم كل حواسه، ولكن في حدود الصوت، ونظراً لأن الناس في ظل هذا النظام كانوا يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من أناس آخرين، فقد اقترب الناس من بعضهم البعض، في شكل قبلي، وقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون لهم بشكل عام، لأن تلك هي المعلومات الوحيدة المتوافرة لهم، (فالاستماع كان يعني الإيمان)).

وقد أثر أسلوب الاتصال على الناس وجعلهم عاطفيين أكثر، وذلك لأن الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من الكلمة المكتوبة، فهي تحمل عاطفة بالإضافة إلى المعنى، وكانت طريقة تنعيم الكلمات تنقل الغضب أو الموافقة أو الرعب أو السرور أو التهكم، الخ. وكان رد فعل الرجل القبلي - الذي يعتمد على حاسة الاستماع - على المعلومات يتسم بقدر أكبر من العاطفة، فكان من السهل مضايقته بالإشاعات، كما أن عواطفه كانت تكمن دائماً قريبة من السطح، لكن ريشة الكتابة وضعت نهاية للكلام وساعدت في تطوير الهندسة وبناء المدن، وجعلت الطرق البرية والجيوش والبيروقراطية من الأمور الممكنة، وكانت الكتابة هي الأداة أو الوسيلة الأساسية التي جعلت دورة الحضارة تبدأ، فكانت خطوة إلى الأمام من الظلام إلى نور العقل. فاليد التي قامت بملء صفحات جلد الماعز بالكتابة هي نفسها التي قامت ببناء المدن. وتعلم الإنسان رسم ما يقوله (الحديث) ولغة العيون كما تعلم كيف يلون الفكر ويجعل له بناء أو كيان. فالحروف الهجائية جعلت عالم الأذن السحري يستسلم لعالم العين المحايد .

### الاتصال السطري (المطبوع)

باختصار، يمكننا أن نقول أن مجتمعات ما قبل التعلم كانت تحتفظ بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة، ولكن تغيّر أسلوب تخزين المعرفة حينما أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلتّ العين محل الأذن كوسيلة الحس الأساسية، التي يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، وسهل الكلام البشري الذي (تجمّد زمنياً) الآن بفضل الحروف الهجائية، إقامة إدارات بيروقراطية قوية، واتجاهات قبلية .

ولمدة تزيد عن ثلاثة آلاف سنة تشكل التاريخ الغربي بظهور الحروف الهجائية الصوتية، وهي وسيلة تعتمد على العين فقط لفهمها، والحروف الهجائية تقوم على بناء الأجزاء أو القطع

المجزأة، ليس لها في حد ذاتها معنى دلالي، والتي يجب أن توضع مع بعضها في أسطر، وفي ترتيب معين ليصبح لها معنى، وقد روجت وشجعت استخدام تلك الحروف عادة إدراك كل الظروف المحيطة على أساس المساحة والزمن، على أساس توحيد مستمر (م.س.ت.م.ر) ومرتبطة (م.ر.ت.ب.ط). فالسطر مجال مستمر .

يقول ماكلوهان أن تطور الصحافة المطبوعة في القرن الخامس عشر بفضل اختراع جوتنبرج للحروف المتحركة، كان أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً على الإنسان، فالمطبوع جعل الإنسان يتخلص من القبيلة، فمن خلال الحروف الهجائية تمكن من ضغط الواقع وتقديمه من خلال مرشح الحروف الهجائية، وأصبح الواقع يأتي إلينا قطرة قطرة في الوقت الواحد، فالواقع يأتي مجزئاً، ويأتي بتسلسل فهو مجزأً على طول خط مستقيم، وهو تحليلي، وهو مختصر ويقتصر على حاسة واحدة، وعلى وجهة نظر موحدة، ويمكن تكرارها .

كما يقول ماكلوهان: العين لا تستطيع أن تختار ما تراه، ولا تستطيع أن ترجو الأذن أن تتوقف عن الاستماع، فأجسامنا أينما وجدت تشعر، سواء بإرادتنا أو الرغم منا، وكأن على الفرد لكي يشرح رد فعله البسيط على طلوع الفجر مثلاً، الذي قد يستغرق خمس ثوان، أن يضعه في كلمات وفي جملة بعد جملة، لكي يستطيع أن يقول لشخص آخر ما الذي يعنيه طلوع الفجر بالنسبة له، وقد أكمل اختراع جوتنبرج ثورة الحروف الهجائية، فأسرعت الكتب بعملية فك الشيفرة التي نسميها قراءة، وتعددت النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفردية لأنه شجع - كوسيلة أو أداة شخصية للتعليم - المبادرة والاعتماد على الذات، ولكن عزل المطبوع البشر فأصبحوا يدرسون وحدهم، ويكتبون وحدهم، وأصبحت لهم وجهات نظر شخصية، عبّروا بها عن أنفسهم للجمهور الجديد الذي خلقه المطبوع، وأصبح التعليم الموحد ممكناً .

وبفضل الصحافة المطبوعة حدث تغير جذري، فبدأ الأفراد يعتمدون في الحصول على معلوماتهم أساساً على الرؤية، أي على الكلمة المطبوعة، لذلك أصبحت حاسة الأبصار هي الحاسة المسيطرة، بدلا من الاعتماد على الاستماع، أي على الكلمة المنطوقة. وحول المطبوع الأصوات إلى رموز مجردة، إلى حروف، وأصبح المطبوع يعتبر تقدماً منتظماً للتجريد، وللرموز البصرية، وساعد المطبوع على تطوير عادة عمل فئات، أي وضع كل شيء بنظام في فئات (المهن) و(الأسعار) و(المكاتب) و(التخصصات)). وأدى المطبوع في النهاية إلى خلق الاقتصاد الحديث، والبيروقراطية، والجيش الحديث والقومية نفسها .

ويقول ماكلوهان في كتابه عالم جوتنبرج (The Gutenberg Galaxy) الذي صدر في سنة 1962 أن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة ساعد على تشكيل ثقافة أوروبا الغربية، في الفترة ما بين سنة 1500 وسنة 1900م، فقد شجع الإنتاج الجماهيري للمواد المطبوعة على انتشار القومية، لأنه سمح بانتشار المعلومات بشكل أكبر وأسرع عما تسمح به الوسائل المكتوبة باليد، كذلك أثرت الأشكال السطرية Linear Forms للمطبوع على الموسيقى وجعلتها تتخلى عن التكوين القائم على التكرار، وقد ساعد المطبوع أيضاً على إعادة تشكيل حساسية الرجل الغربي، بينما اعتبر الرجل الغربي الخبرة كقطاعات فردية، وكمجموعة من المكونات المنفصلة، كان الإنسان في عصر النهضة ينظر إلى الحياة - كما ينظر إلى المطبوع - كشيء مستمر . كذلك جعل المطبوع انتشار البروتستانتية ممكناً، لأن الكتاب المطبوع بتمكينه الناس من التفكير وحدهم، شجع الكشف الفردي .

وفي النهاية، يقول ماكلوهان أن ((جميع الأشكال الميكانيكية برزت من الحروف المتحركة، فالحروف نموذج لكل الآلات))، هذه الثورة التي حدثت بفضل المطبوع فصلت (القلب عن العقل) و(العلم عن الفنون) مما أدى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري .

## العودة إلى الاتصال الشفهي:

يسمي ماكلوهان المرحلة التي نعشيتها حالياً عصر (الدوائر الإلكترونية)، كما تتمثل بشكل خاص في التليفزيون والكمبيوتر، فالإلكترونيات، بتوسيعها وتقليدها لعمل العقل البشري، وضعت نهاية لأسلوب تجريد الواقع، وأعدت القبلية للفرد مرة أخرى، مما أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق .

يقول ماكلوهان أن الأنماط الكهربائية للاتصال، مثل التلغراف والراديو والتليفزيون والسينما والتليفون والعقول الإلكترونية، تشكل هي الأخرى الحضارة في القرن العشرين وما بعده، وبينما شاهد إنسان عصر النهضة الطباعة، وهي شيء واحد، في الوقت الواحد، في تسلسل متوال، مثل سطر من الحروف، فإن الإنسان الحديث يجرب قوى كثيرة للاتصال، في نفس الوقت، وأصبحت عادة قراءة الكتاب، تختلف عن الطريقة التي ننظر بها إلى الجريدة، ففي حالة الجريدة لا نبدأ بقصة واحدة نقرأها كلها ثم نبدأ قصة أخرى، ولكن تنتقل أعيننا في الصفحات لتستوعب مجموعة غير مستمرة من العناوين والعناوين الفرعية، والفقرات التي تقدم الموضوعات، والصور، الإعلانات. ويقول ماكلوهان " أن الناس لا يقرؤون الجريدة فعلاً، بل يدخلونها كل صباح مثلما يأخذون حماماً ساخناً"، والمساهمة أو الاشتراك كلمة أساسية في هذه الحالة، لأنه يجعل الجريدة من المطبوعات التي تستخدم كوسيلة (شفهية) وليست سطرية، فالصفحة الأولى في الجريدة تعرضك في نفس الوقت للأخبار عن كل الموضوعات في كل أنحاء العالم، والقصص في الجريدة الحديثة مطبوعة، ولكن قد تم استنساخها بواسطة التلغراف، والقارئ، كما يقول ماكلوهان، لا يعرف سوى القليل جداً عن الجريدة بذكاء أو بحاسة نقدية، فهذا ليس الهدف من وجودها، فالجريدة موجودة للإحساس بالاشتراك، بالمساهمة في شيء، يستخدمها الفرد بشكل كلي يقفز فيها كأنها



حمام سباحة، ويقول ماكلوهان أنه حينما يزيد اشتراك الفرد في شيء يقل فهمه له، ولكنه يعني ((الفهم)) وفقا لوجهة النظر السطرية القديمة، أن يكون الإنسان مبتعدا أو منطقياً .

وفقا لماكلوهان فإن العالم الذي كنا نعيش فيه قبل عصر الكهرباء كان عالماً مجرداً ومتخصصاً ومجزأً جداً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عملية التجزئة والتخصص والابتعاد، نجد أن تكنولوجيا الكهرباء تقوي وتشجع التوحيد والاشتراك، حتى فكرة الوظائف، هي نتيجة لتكنولوجيا المطبوع، وتحيزاته، فلم تكن هناك (وظائف) في العصور القديمة والعصور الوسطى، بل كانت هناك فقط أدوار. الوظائف جاءت مع المطبوع والتنظيم البشري المتخصص جداً، فهي نمط حديث إلى حد ما للعمل، ظهر في القرن الخامس عشر، واستمر حتى اليوم، ويرجع السبب في وجود الوظائف إلى أنه كأن هناك تقدم مطرد لتجزئة مراحل العمل التي تقوم على (الميكنة) و(التخصص). وسائل الإعلام الإلكترونية بدأت تغييراً كبيراً في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميها ماكلوهان (نسب استخدام الحواس Sensory

Ratios) اللوحة أو المكتبة نشاهدها من خلال حاسة واحدة وهي الرؤية. أما السينما والتلفزيون فتجذبنا ليس بواسطة المشاهدة، لكن أيضاً بالاستماع. وتعديل وسائل الإعلام الظروف المحيطة بنا لأنها تجعل نسب استخدام حواسنا تتغير في عملية الإدراك، امتداد أي حاسة يعدل الطريقة التي نفكر ونعمل بمقتضاها، كما يعدل امتداد تلك الحواس الطريقة التي ندرك بها العالم. حينما تتغير تلك النسب يتغير الإنسان، ووسائل الإعلام الجديدة تحيط بنا وتتطلب منا مساهمة، ويرى ماكلوهان أن استخدام الحواس بهذا الوجود الجديد الذي يعتمد على استغلال الفرد لحواس كثيرة يرجع بنا إلى تأكيد الرجل البدائي على اللمس التي يعتبرها أداة الحس الأولى (لأنها تتكون من تلاقي الحواس) .

ومن الناحية السياسية، يرى ماكلوهان أن وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى (قرية

عالمية ) Global Village تتصل في إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة، كذلك تقوي تلك

الوسائل الجديدة العودة (للقبلية) في الحياة الإنسانية، فعالمنا أصبح عالماً من نوع جديد، توقف فيه الزمن واختفت فيه (المساحة) لهذا بدأنا مرة أخرى في بناء شعور بدائي ومشاعر قبلية، كانت قد فصلتنا عنها قرون قليلة من التعليم. علينا الآن أن ننقل تأكيد انتباهنا من الفعل إلى رد الفعل، ويجب أن نعرف الآن مسبقاً نتائج أي سياسة أو أي عمل، حيث أن النتائج تحدث أو يتم تجربتها بدون تأخير، وبسبب سرعة الكهرباء لم نعد نستطيع أن ننتظر ونرى، ولم تعد الوسائل البصرية المجردة في عالم الاتصال الكهربائي السريع صالحة لفهم العالم، فهي بطيئة جداً مما يقلل من فاعليتها، ولسوء الحظ نواجه هذا الظرف الجديد بعقلية قديمة، فالمعروف أن الكهرباء تجعل الأفراد يشتركون في المعلومات بسرعة كبيرة جداً، فقد أجبرنا عالمنا من خلال الوسائل الكهربائية على أن نبتعد عن عادة تصنيف المعلومات، وجعلنا نعتمد أكثر على أدراك النمط أو الشكل الكلي. لم يعد في الإمكان أن نبنى شيئاً في تسلسل، لأن الاتصال الفوري يجعل كل العوامل الموجودة في الظروف المحيطة تتفاعل، كما يجعل التجربة تتواجد في حالة تفاعل نشط. وبينما عمل المطبوع على (تفجير) أو تحطيم أو تقسيم المجتمع إلى فئات، تعمل وسائل الأعلام الإلكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى للوحدة القبلية، وتجعلهم يقترنون مرة أخرى من بعضهم البعض، فقد عادت حاسة الاستماع مرة أخرى إلى السيطرة، وأصبح الناس يحصلون على معلوماتهم أساساً بالاستماع إليها .

وهناك اختلاف كبير بالطبع، فالرجل الذي لا يستطيع أن يقرأ سيحصل على كل المعلومات عما حدث في الماضي، وما يحدث من الأمور التي لا يستطيع أن يراها، عن طريق السمع، سيجعل هذا عالمه أكثر انتشاراً وأكثر تنوعاً وتغيراً من الرجل المتعلم الذي يستخدم عينونه أكثر، في عملية القراءة، لأنه عن طريق الأذن لا يستطيع التركيز، ولكن يمكن للعين أن تركز في عملية القراءة، التي يمكن أن نعرفها بأنها استخدام العينين لتعلم الأشياء التي لا نستطيع أن نراها .

والاختلاف بين المجتمعات المتعلمة ومجتمعات ما قبل التعلم هائلة فالإنتاج على نطاق واسع لم يبدأ بالثورة الصناعية، ولكن بأول صفحة مطبوعة سحبها جوتنبرج من المطبعة، فقد أصبح في الإمكان للمرة الأولى، إنتاج المواد الإعلامية على نطاق واسع بحيث لا يستطيع الإنسان أن يفرق واحدة عن الأخرى وكان لكل الوحدات المنتجة، أي الطباعات، نفس القيمة،ك ن ذلك إنجازاً كبيراً بعد سنوات طويلة كان يتم فيها عمل شيء واحد، في الوقت الواحد، وكانت كل سلعة تختلف بعض الشيء عن السلعة الأخرى .

لكن الأهم من ذلك هو الظرف المحيط الذي فرضته وسيلة الأعلام المطبوعة: كلمة بعد أخرى، وجملة بعد أخرى، وفقرة بعد أخرى، وشيء واحد في الوقت الواحد، في خط منطقي متصل.وقد كأن تأثير هذا التفكير السطري عميقاً، وأثر على كل جانب من جوانب المجتمع المتعلم .

من ناحية أخرى، فإن المجتمع الذي يعتمد على حاسة الاستماع Ear-Oriented أكثر، لن يعمل أو يستجيب بهذا الأسلوب (شيء واحد في الوقت الواحد) ولكنه سيميل إلى استقبال خبرات كثيرة، في نفس الوقت، والتعبير عنها، وربما يفسر هذا مقدرة المراهقين على الاستماع إلى الراديو المرتفع الصوت والمذاكرة في نفس الوقت، .وربما يفسر هذا السر في اختلاف المراهقين حالياً عن المراهقين قبل ذلك، فهذا الجيل هو الجيل الأول أو الثاني لعصر الإلكترونيات، ويختلف أفرادهم عن سبقوهم، لأن الوسيلة التي تسيطر على الظروف المحيطة بهم ليست المطبوع، أي الشيء الواحد في الوقت الواحد، وشيء بعد آخر، كما كان الوضع لمدة خمسمائة عام مضت، فبفضل التلفزيون الذي يقدم كل شيء مرة واحدة ويغطي كل شيء، أصبح الإنسان ينظر إلى الأمور بنظرة شمولية،أو كلية، ولهذا أصبح الطفل في المجتمع الحديث الذي يتدرب على معرفة الظروف المحيطة به.

## الفصل الثالث

### واقع الإعلام الرسمي الأردني

#### مقدمة

منحت التكنولوجيا بُعداً جديداً للإعلام، وقد أدى تطورها إلى إفراز العديد من أدوات ووسائل الإعلام، وإعطائها دفعة قوية في نقل الأحداث، وتوسيع نطاق المتلقين للرسائل الإعلامية، وتذويب الحدود بين الدول مما جعلها تأخذ طابعاً كونياً يتخطى حدود الدولة، والوصول إلى المجتمعات في كل مكان لمتابعة ما يجري من أحداث على جميع الصُّعد المحلية والدولية، مما يتطلب وضع الضوابط والمعايير الموضوعية التي تراعي ظروف المجتمعات ومزاج الرأي العام<sup>(1)</sup>.

#### مفهوم الإعلام لغة

كلمة الإعلام مشتقة من (أعلم)؛ أي زوده بالمعلومات، وفي اللغة مصدر الفعل (أعلم)، وعلم؛ أي شعر به و(أعلم)؛ أي أخبره، كما يعني الإعلام في اللغة التبليغ، أما في اللغة الأوروبية يعني شكل، أو أعطى الشيء وهياًه، وقد تطور فأصبح يدل على الأخبار، أو الإيضاح، أو التبليغ أو التعليم، أو الإعلام<sup>(2)</sup>.

#### مفهوم الإعلام اصطلاحاً

تم تعريف الإعلام بعدة تعريفات، حيث تم تعريفه بأنه: "تزويد الأفراد بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات؛ بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير

(1) ابن منظور، مرجع سابق، ص 936، 937.

(2) إمام، إبراهيم، مرجع سابق، ص 5.

واتجاهاتهم، وميولهم، ويعني ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك.

أما الإعلام الدولي، فيعرف بأنه: ذلك الإعلام الموجّه الذي يخترق الحدود الدولية ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقه جغرافية مستهدفة لتحقيق أحد أمرين، وهما<sup>(1)</sup>:

أ. تعريف الشعوب بالعالم عن الواقع الثقافي والفكري والحضاري للدولة مع تفسير وجهات نظرها السياسية بالنسبة للمشكلات، والقضايا الدولية والإقليمية والمحلية ومساندة سياستها الخارجية.

ب. تقديم خدمة إخبارية وثقافية غير دعائية لتزويد الرأي العام بالأخبار والمعلومات الصادقة التي تشغل فكره وتثير اهتمامه.

استناداً لما سبق، يرى الباحث أن الإعلام هو نقل المعلومات والثقافات الفكرية من خلال وسائله، وأدواته بتقديم الخبر الصادق للناس غير المتحيز، وذلك من أجل معرفة ما يدور حولهم لتكوين آراء صائبة ليكّون لديهم القدرة على المشاركة بعملية صنع القرار.

وأصبح الإعلام يشكّل مصدراً رئيساً لتزويد الناس بالمعلومات والقضايا الوطنية والدولية التي تخضع للنقاش والتداول بين المجتمعات؛ لتمكينهما من إبداء الرأي والمشاركة والاطلاع على الثقافات المختلفة.

## وظائف الإعلام

لولا الاتصال لما تمازجت الحضارات والمجتمعات، لذلك فإن الإعلام يقوم على الاتصال، وهو جزء منه؛ لأن الاتصال يشمل الإعلام والدعاية، والإعلان، ويمكن القول أن للإعلام وظائف

---

(1) الفيروز أبادي، مرجع سابق، ص155.

رئيسة، وهي التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، وزيادة الثقافة والمعلومات، وتنمية العلاقات البيئية، وزيادة التعاون الاجتماعي، والترفيه وقضاء أوقات الفراغ، والإعلان والدعاية<sup>(1)</sup>.

وأصبحت وسائل الإعلام كمؤسسات اجتماعية تمارس دوراً كاملاً في حياة أفراد المجتمع من خلال إدخال كل ما هو جديد، كما تسعى إلى التعبير عن الواقع إن أحسن استخدامها، وأن تقديم المعلومات الكاملة الصحيحة الشاملة عن الأحداث، والتخلي بالأمانة في نقلها والبحث الدؤوب عن الحقيقة وتعميقها يؤدي بالجمهور إلى اتخاذ القرار، ويساعد الحكومة وصناع القرار لتحقيق فهم القضايا ومشكلات المجتمع.

## أهمية الإعلام

إنّ ازدياد حجم المعلومات ومصادرها، وضيق وقت الأفراد واتساع أعمالهم أظهر قيمة الإعلام وحاجة الناس إليه، من أجل فهم كل ما يدور حولهم، والتفاعل مع البيئة والمجتمع بشكل أفضل، وتكمن أهمية الإعلام بما يأتي<sup>(2)</sup>:

- أ. تزويد الفرد بكل ما هو جديد، وكل ما يحتاج إليه.
- ب. المساهمة في الحياة السياسية باعتبار الإعلام السلطة الرابعة، حيث يُعدّ شريكاً في عملية التنمية السياسية، وتعزيز الثقافة البرلمانية في المجتمع من خلال وسائله.
- ج. توجيه الرأي العام، وتكوينه في القضايا والمسائل السياسية والوطنية.
- د. نشر الاتجاهات والآراء عن طريق استغلال الإدراك المحدود للأفراد.
- هـ. إيجاد وتكوين الصورة الذهنية التي تخدم الإعلاميين محلياً ودولياً.
- و. المساهمة في نشر حقوق الأفراد المعوقين، وإبراز أدوارهم في المجتمع.

(1) حمزة، عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 23.

(2) حسين، سمير، مرجع سابق، ص 102.

ز. استخدام وسائل الإعلام كأدوات للتوعية والتثقيف، والتعليم والتنمية بشتى أشكالها سواءً السياسية، أو الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو الفكرية.

## أهداف الإعلام الأردني

يهدف الإعلام الأردني إلى تحقيق الأهداف الآتية<sup>(1)</sup>:

- أ. التعبير بوضوح عن ثوابت وقيم الدولة الأردنية، ومصالحها وأهدافها، وتطلعاتها.
  - ب. تقديم إعلام أردني معاصر، يقوم على التعددية، والاستقلالية، والتنافسية، والمهنية والحرية المسؤولة.
  - ج. تقديم صورة صادقة وموضوعية عن واقع الدولة الأردنية للمجتمع الأردني، وللعالم الخارجي.
  - د. المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة والشاملة من خلال القيام بوظائف الاتصال، والإعلام والتعبير عن أولويات المجتمع وحاجاته.
  - هـ. تقديم أنموذجاً أردنياً يمكن القياس عليه للإعلام الجديد في دول العالم التي تشهد تنمية اقتصادية وسياسية، واجتماعية واسعة.
  - و. توفير قنوات الاتصال والتواصل مع العالم، وربط المجتمع الأردني بالتحولات والمتغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم من حوله.
- ويلعب الإعلام بوسائله المختلفة المرئية والمسموعة والمقروءة دوراً بارزاً في تعزيز الوعي السياسي، وفي تدعيم قيم المشاركة السياسية لدى الأفراد، وذلك من خلال المعلومات والأفكار والتوجهات السياسية المنقولة لهم عبر مختلف البرامج المعروضة.
- وتساعد التنمية السياسية الشاملة في تشكيل قاعدة من العلم والمعرفة، وتغيير سلوك الأفراد الواعين للسير على النهج الصحيح، ورا دعاً لهم في الوقت نفسه للابتعاد عن الصيغ والأساليب

(1) حمزة، عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 27.

التي لا تتفق مع مصالح المجتمع، وأهدافه، وتتبع مسؤولية الإذاعة والتلفاز من دورهما، كونهما من أدوات التغيير والتثقيف السياسي، والوسائل القادرة على تشكيل الوعي السياسي وترشيده، ومن خلال إدامة التواصل على الصعيدين السياسي الداخلي والسياسي الخارجي، وفي نقل صورة التجربة الحضارية والإنسانية للعالم<sup>(1)</sup>.

ولتحقيق ذلك، لا بد من الانفتاح والاحتكاك الإعلامي مع الشعوب والحضارات الأخرى، مما يسهم بالتالي في تشكيل مناخ متكامل حول الإنسان، لما يدور حوله من أحداث وتطورات، فيستطيع بالتالي صياغة وجهة نظره بناءً على المناخ المتكامل الذي تشهده.

إن أحد أهداف هذه الحالة إعلامياً، هو الوصول إلى المرحلة التي يسهم فيها الإعلام بنشر القيم بأسلوب إعلامي، انطلاقاً من مبدأ حق الأفراد في الإطلاع على المعلومات الضرورية لحياتهم، والتي تساعد في توعيتهم.

وأن قيام الوكالة والتلفاز بهذه المهمة ضرورة أساسية لنجاح العمل الإعلامي، خصوصاً أن هاتين الوسيلتين أصبحتا تمتلكان تقنيات ووسائل تكنولوجية حديثة، تساعد بشكل كبير في القيام بهذه المهمة، وفي إيصال المعلومات بسرعة عالية.

وتمارس الإذاعة والتلفاز دور المدرسة الشعبية، التي تقوم بإحداث تربية موازية للتثقيف الشعبي من خلال شدّ لحمة المجتمعات وتعزيز قيم التسامح، والسلوك القويم، ونشر القيم الديمقراطية وتحويل التنوع في الآراء والاجتهادات داخل المجتمع إلى رصيد غني للوحدة الوطنية، وإشاعة التفاهم والتلاحم داخل المجتمع الواحد وعليه.

وتتحقق هذه الوظائف على أرض الواقع في الأردن من خلال تركيز الإذاعة والتلفاز

الأردني على أربع أولويات أساسية، وهي:

---

(1) البديوي، أحمد، مرجع سابق، ص28.



- الأولوية الأولى: الجمهور الداخلي، يُعد الجمهور الداخلي الأولوية الأولى، وعلى رأس قائمة متطلبات وظيفة الإعلام.

- الأولوية الثانية بالنسبة للإعلام الأردني في المنطقة العربية، وذلك انطلاقاً من الدور المحوري للأردن في المنطقة العربية سواءً دوره السياسي فيما يخص القضية الفلسطينية والمشكلة العراقية، أم الدور الاقتصادي المتعلق بالتجارة والسياحة والنقل والتعاون الفني والتقني والقوى البشرية.

- الأولوية الثالثة: الإقليم، وذلك من خلال الإيصال مع الدول المجاورة للدول العربية في آسيا وإفريقيا.

- الأولوية الرابعة: العالم.

ويرتبط الأردن مع مجموعة من دول العالم المؤثرة التي تربطه معها علاقات سياسية وتجارية مهمة؛ مثل: الولايات المتحدة، والاتحاد الأوروبي، هذا بالإضافة إلى علاقة الأردن مع المنظمات الدولية السياسية المالية والفنية؛ مثل: الأمم المتحدة والبرلمان الأوروبي، ومنظمة التجارة العالمية وصندوق النقد الدولي ونادي باريس، وتُعدّ هذه الأولويات الأربع هي مجال تحرك الإعلامي الرسمي الأردني وعمله، الذي يجب أن يركز عليه بالترتيب والأولوية نفسها، وأن يعطي المواطن الأردني صورة واضحة وحقيقية عن مجمل تحركات الأردن العربية، والإقليمية والدولية، بما يغنيه عن الوسائل الإعلامية الأخرى.

### **المبحث الأول: الإعلام الأردني خصائصه وميزاته**

خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان، وخلق معه غريزة حب الاستطلاع، والبحث والتطلع لمعرفة كل ما هو جديد في الحياة من أجل الاطمئنان إلى البيئة التي يعيش فيها داخلياً وخارجياً، ومنذ وُجد الإنسان، وعرف اللغة والكلام نشأت عنده الحاجة لأن يقول للآخرين ما يعمل، وما يفكر

فيه، ويعرف عنهم كذلك ما يعملونه، وما يفكرون فيه، فكان لا بد من إيجاد وسيلة للتعبير عن آرائه وآماله.

وفي هذا المبحث، سنتحدث عن الإعلام الأردني في ثلاثة اتجاهات رئيسية، وهي: نشأة وتطور الصحافة الأردنية، والتطرق لخطة الإعلام الأردني، والتنشئة السياسية في الإعلام الأردني، ودورها في تكوين الوعي والمشاركة السياسية.

### المطلب الأول: نشأة وتطور الصحافة الأردنية

ترجع نشأة تاريخ الصحافة الأردنية إلى عام (1920)، وذلك عندما ظهرت صحيفة (الحق يعلو) في معان كأول صحيفة أردنية في 28/2/1921، وصحيفة (الشرق العربي) كأول صحيفة رسمية بعمان 1/12/1923<sup>(1)</sup>.

والصحافة الأردنية على امتداد عمر الأردن مثلها مثل أي صحافة في أي بلد بعضها استمر صدوره، وبعضها لم يكتب له الاستمرار لظروف سياسية ومالية واجتماعية وغيرها، وبعضها كان متوسط العمر. وهنا يمكن تقسيم مراحل الصحافة الأردنية إلى ثلاث مراحل، وهي على النحو الآتي:

#### أولاً: الفترة بين (1921 - 1946)

أولت القيادة الهاشمية منذ عهد الإمارة، ولغاية الآن في عهد جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين عناية واهتماماً كبيراً في الصحافة الأردنية من حيث إصدار القوانين والتشريعات، التي تحمي حرية الصحافة، وتؤكد حق الصحفيين في الحصول على المعلومة، والالتقاء بالصحفيين وإطلاعهم على شتى الموضوعات التي تتعلق بقضايا الوطن والأمة والعالم.

(1) دائرة المطبوعات والنشر، الصحافة الأردنية: نشأتها وتطورها، دار لبنان، بيروت، ط1، 1981.

ويأتي ذلك انطلاقاً من إيمانها بأن الصحافة من مستلزمات الدولة، وأحد أسلحتها، وأذرعها المهمة لبقائها والدفاع عنها باعتبارها ضرورية لوجودها، وتطورها ونمائها، وكونها أداة تنقيف وتوعية، وتكوين للرأي العام، وتخدم القضايا الوطنية في مجالات الفكر والسياسة، والاقتصاد وتطور الانفتاح على العالم.

كما كان للصحافة الأردنية دور كبير في مرحلة استقلال الأردن، وإعلان المملكة الأردنية الهاشمية عام (1946)؛ إذ تميزت هذه المرحلة بالصعوبة والتحديات ومواجهة دولة العدوان الإسرائيلي التي أوجدها الاستعمار الإنجليزي من خلال وعد بلفور (1917)، وأيضاً فهي مرحلة حساسة واكبت انتهاء الحرب العالمية الثانية، وعقد المعاهدات بين الدول المشتركة<sup>(1)</sup>.

وكان اهتمام الإعلام في هذه المرحلة موجهاً إلى رفع صوت الأردن، والأمة العربية والإسلامية، وإبراز حقها في وطنها وتبنيها للقضية العربية (فلسطين) من خلال غرس قيم الوفاء والانتماء والتضحية من أجل قضايا الأمة العربية في التحرر والسيادة<sup>(2)</sup>.

### ثانياً: الفترة بين (1950 - 1967)

في هذه المرحلة فرض تحدٍ آخر على الصحافة الأردنية لمواجهة الأخطار المحدقة بمصير الأمة بعد نكبة عام (1948).

وتميزت هذه المرحلة بنزوح العديد من الصحف الفلسطينية إلى المملكة الأردنية الهاشمية في الضفة الشرقية، ومزّت الصحافة الأردنية في هذه الفترة بأحداث وتحديات مختلفة؛ أهمها: وحدة الضفتين ما بين الأردن والضفة الغربية، وتولي جلالة الملك الحسين بن طلال رحمه الله سلطاته

(1) دائرة المطبوعات والنشر، مرجع سابق.

(2) أبو هلاله، محي الدين، مرجع سابق، ص 67.

الدستورية، وتعريب قيادة الجيش العربي الأردني، وإلغاء المعاهدة البريطانية - الأردنية، ومواجهة العدوان الثلاثي على مصر، وهزيمة العرب في حرب حزيران عام (1967).

وكانت الصحافة الأردنية حينها صحافة موجهة ومدافعة عن كل تلك القضايا بأمانة وإخلاص، وحزم بالرغم من الإمكانيات البسيطة التي كانت تمتلكها.

### ثالثاً: الفترة بين (1967 - 1993)

إن لجلالة المغفور له بإذن الله تعالى الملك الحسين بن طلال جهوداً واضحة في تطوير الأردن وتنميته، ظهر في كل مناحي الحياة الأردنية، ومنها الحياة الصحفية، وهنا أخذت الصحافة بالظهور كصحافة متخصصة في مجالات الاقتصاد والسياسة، بهدف تطوير مفاهيم تناولتها، من أجل بناء حياة أفضل للمواطن الأردني<sup>(1)</sup>.

وصُنفت الصحف الأردنية إلى ثلاثة أصناف خلال المراحل الثلاث السابقة الذكر، وهي:

أ- صحف سياسية تعتمد طابع الاجتماع، والجوانب الأدبية؛ كصحيفة الرأي.

ب- صحف متخصصة تصدرها جهات رسمية، أو هيئات عامة؛ كصحيفة الشعب.

ج- صحف، ومجلات مدرسية.

ولقد قامت الصحافة الأردنية بدورها في التنشئة السياسية في المراحل الأولى بشكل أكثر وضوحاً من الوقت الحالي، فكانت تؤدي الدور التعبوي للمعنويات، والتعبئة الجماهيرية من أجل المواجهة مع الكيان الصهيوني بطرائق الترغيب، وزرع القيم الدينية والعقائدية المتمثلة بالجهاد والذود والدفاع عن الأردن، والقيم الإسلامية والعربية الأصيلة أيضاً.

وبعد حرب حزيران والسنوات الثلاث التي تلتها بدأ الأردن يعيد بناء نفسه، فأرسى قواعد

ثابتة تميزت بالحدثة والتطور والأصالة والعراقة.

---

(1) دائرة المطبوعات والنشر، مرجع سابق.

ومن أهم الصحف الأردنية البارزة في هذه الفترة كانت صحف الرأي والدستور والشعب، ووصل عدد الصحف والمجلات التي صدرت في الأردن من عام (1920)، وحتى عام 1987 (420) صحيفة ومجلة، ودورية تبحث في مختلف الاتجاهات والنزعات، والألوان والموضوعات<sup>(1)</sup>.

#### رابعاً: الفترة بين (1993 - 1997)

يمكن وصف الفترة بين الأعوام 1993 - 1997 كالفترة المزدهرة للصحافة الأردنية، ولقد أدى ظهور الصحف الخاصة بكثرة التحدي الذي أتاحه نشر مواضيع كانت تعتبر محرمة على الأفراد، والمنافسة العالية بين الصحف المملوكة للحكومة والصحف الجديدة الخاصة إلى حثّ الصحفيين المحليين والدوليين لمراقبة بفضولية وبأمل صناعة الصحافة في صراعها بين الحريات والتقاليد.

ولقد استخدمت الصحف الخاصة هامش الحرية الذي أتاحه قانون المطبوعات الجديد، ليس فقط في مجال النشر بل أيضاً في معالجة مواضيع حساسة كانت الصحف الحكومية تحاول تجنبها<sup>(2)</sup>.

ولعبت الصحافة الخاصة - التي تُعدّ مثيرة للجدل - دوراً محورياً في كشف الآراء المختلفة الموجودة بين القوى السياسية المختلفة، وساعدت على تحريك الجدل حول الأفكار التقليدية التي كانت تعتبر من المناطق المحرّمة في الساحة الأردنية بشكل خاص، والمجتمع العربي بشكل عام. ولقد تمّ التحدث بدون تحفظات عن العلاقة الأردنية- الفلسطينية، وتطبيع العلاقات مع إسرائيل، بالإضافة إلى مواضيع مهمة لم تستطع الصحافة التطرق إليها منذ عقود، وكان دورها في الكشف عن حالات الفساد للمجتمع أكبر من المتوقع.

(1) أبو هلاله، محي الدين، مرجع سابق، ص 145.

(2) الكيلاني، سائدة، حرية الصحافة في الأردن، الجزء الأول، ورقة مقدمة إلى مؤسسة الأرشيف العربي للطبع، الأردن، 2001، ص 11.

ولم تتوان الصحافة الخاصة عن نشر مقالات على صدر الصفحة الأولى عن تورط  
محتمل للمسؤولين الكبار والصغار في قضايا الفساد.

ولأن الصحافة الخاصة كانت قد حُرمت إلى حد كبير من إعلانات الحكومة، وحتى القطاع  
الخاص، فقد اعتمدت بشكل أساسي على عائداتها من المبيعات.

ودأبت الصحافة الخاصة لزيادة حجم المبيعات، على كشف قصص لم تكن تنشر في  
الصحف الموالية للحكومة، وكان الفساد إحدى هذه القصص المثيرة، وكان هناك الموضوعات  
المتعلقة بالدين والعادات والتقاليد؛ مثل: تعدد الزوجات، والعشائرية التي كان الناس يتوقون للقراءة  
عنها، ومعرفة المزيد عنها، بالإضافة إلى أن البيانات التي تصدرها المعارضة أصبحت تنتشر  
بسهولة في الصحافة<sup>(1)</sup>.

وللمرة الأولى أصبحت فرصة للأردنيين للتعرف على وجهات نظر متعددة عن مواضيع  
تهم حياتهم، وبينما كانت الصحف الحكومية والصحف الموالية للحكومة تنشر وجهة النظر الرسمية  
والقليل من آراء المعارضة، كانت الصحافة تتنافس على إظهار بيانات وآراء الأصوات المستقلة  
والمعارضة بالكامل.

#### خامساً: الفترة بين (1997 - 2000)

إلا أن هذه الطفرة التي تمتعت بها الحريات الصحفية ما لبثت أن انتهت، فقد قادت  
الحكومة حملات مكثفة ضد الصحافة الخاصة، واتهمتها بتشويه صورة الأردن، والمساس بأمنها  
القومي والتداول على الأخلاق العامة.

وشهدت الصحافة النكسة الأولى في الحقبة الديمقراطية في أيار من العام 1997، عندما  
فرضت حكومة عبد السلام المجالي قانون المطبوعات المؤقت الذي طبق نظام رقابة صارماً، وأدى

---

(1) دائرة المطبوعات والنشر، مرجع سابق، ص151.

إلى تعليق (13) صحيفة، ومع أن محكمة العدل العليا نقضت القانون، وأقرت بعدم دستوريته بعد أقل من سنة أعادت الحكومة تقديم القانون إلى البرلمان، وصدرت الإدارة الملكية بالصادقة عليه في 1 أيلول من العام 1998 وسط موجة عارمة من الانتقادات والاعتراضات على المستويين المحلي والدولي<sup>(1)</sup>.

ومع قدوم الملك عبد الله الثاني للحكم في شباط من العام 1999، أصبح هناك توجه لتعديل قانون المطبوعات ليتماشى مع الإصلاحات الاقتصادية التي كانت الحكومة ترسم لها. ومرة أخرى، كان القانون الذي أقر أقل بكثير من التوقعات؛ فلم تتغير أي من المواد الأساسية التي تفرض الرقابة وتمسح بتدخل الحكومة، وباستثناء بعض التعديلات الطفيفة، فقد كان قانون المطبوعات لعام 1999 في جوهره، وروحه ونصه، القوانين السابقة نفسها<sup>(2)</sup>.

### الصحافة الأردنية المطبوعة

يعرّف المعجم الوسيط الصحافة بأنها: "مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة"، والنسبة إليها صحافي. وتُعدّ الصحافة مفهوم ما أقرب للدلالة على الصحافة؛ كعلم ودراسة وكتابة صحفية ونظرية؛ ولذلك يستخدم بمعانٍ متعددة منها النشاط، أو العمل الفكري الأدبي للصحفيين، كما يستخدم للدلالة على مجموعة الصحف الدورية، أو جميع الصحف ووكالات الأنباء، والقسم التحريري في الإذاعة والتلفزيون<sup>(3)</sup>.

(1) الكيلاني، سائدة، مرجع سابق، ص36

(2) دائرة المطبوعات والنشر، مرجع سابق، ص167.

(3) غالي، وجد، المعجم الوسيط، مكتبة، بيروت، لبنان، 1993، ص59.

أما المقصود بالمطبوعة، فهي الصحيفة التي غالباً ما تكون يومية، تتضمن مواد تقتصر أو تدور، وتتعلق أساساً بالوقائع، والأحداث الراهنة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والرياضية... إلخ.

ويعرّف المعجم الوسيط الصحيفة بأنها: "صحيفة يومية تنشر أخباراً ومقالات، وهي مجموعة من الصفحات تصدر يومياً، أو في مواعيد منتظمة، تتضمن أخباراً في السياسة والاجتماع والاقتصاد والثقافة، وما يتصل بذلك، فمجموعة منها تصدر في مواعيد منتظمة وتحمل في طياتها مادة خبرية وثقافية في السياسة والاجتماع والاقتصاد والعلم والثقافة والفنون والرياضة، والذي يعمل بهذه المهنة يُسمى صحفياً وصحافياً، والصحيفة نشرة مخصصة لتقديم الأخبار والتعليق عليها<sup>(1)</sup>.

ويمكن تعريفها بأنها: المهنة التي تقوم على جمع الأخبار وتحليلها، والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالباً ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية، أو المحلية، أو الثقافية، أو الرياضية، أو الاجتماعية وغيرها<sup>(2)</sup>.

وتُعد الصحف وسيلة ممتازة لمتابعة الأحداث الجارية، وتؤدي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام؛ لأنها تمتاز على الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة بأنها تغطي مزيداً من الأنباء وبتفاصيل أكبر، والصحيفة عمل من أعمال الحضارة والتقدم، فليست مهمتها نقل الأخبار والأحداث فقط، بل تتضمن أبواب عن الفن والرياضة، والتسلية والأبواب التجارية بأشكالها كافة، وهي تحرص على أن تلبى حاجة كل إنسان، لذلك يزداد الاهتمام بها يوماً بعد يوم، ويقبل الأفراد عليها في أي وقت من نهار أو ليل.

(1) موسى، عصام، مرجع سابق، ص126.

(2) عبد الرحمن، عبد الله، مرجع سابق، ص59.



وتجمع بحوث الاتصال والإعلام على الدور المهم الذي يؤديه الإعلام في تشكيل الوعي الثقافي، ونشر القيم في المجتمع نظراً للإمكانيات المتاحة أمامه لتوصيل الرسالة للرأي العام بفئاته المختلفة. وفي ظل تميز العصر الحاضر بكثافة العناصر الثقافية، وسرعة انتشارها، وتداخلها وشدة تأثيرها إلى درجة لا يمكن معها مجاراتها ومتابعتها، إلا إن الإعلام يمكنه أن يساعد على ضبط هذه التأثيرات، وترشيدها وبلورتها في إطار يخدم الأهداف الوطنية المنشودة.

ويختص الإعلام بدور بارز في تعزيز المفاهيم المتعلقة بحب الوطن، والاعتزاز به والدفاع عنه وتعظيم المكتسبات الوطنية، والمحافظة على الأمن الشامل والإنجازات، والإرث الثقافي والحضاري للمجتمعات، وحمايتها من الثقافات والعادات والتقاليد الغريبة عنها.

تتبلور حقيقة الإعلام في المجتمعات من خلال تأكيدها، وتجسيدها للقيم المرتبطة بحقوق الأفراد، ومزاوجتها ما بين الأصالة والحداثة، وتأكيداً حق الجميع في التعليم والصحة والمشاركة الاجتماعية والسياسية، وصنع القرار، وشغل المناصب العامة في الدولة والدفع بها إلى الأمام باعتبارها وسائط ثقافية وترفيهية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام.

كما يمكن للإعلام أن يعدّل الاتجاهات نحو التبنّي الإيجابي لمجموعة من القيم التي تدعم قضايا الوطن الرئيسة؛ كالأمن الوطني، وتحافظ على هويته وتدعم قضايا المجتمع الأساسية فيه؛ كالعدل والحق والمساواة بين جميع الأفراد بالحصول على العمل والتعليم، والخدمات الصحية، وطرح المشكلات والظواهر السلبية المسيئة للوطن والأمة، والوقوف عند أسبابها، وتقديم البدائل الإيجابية لها، وتبني مفاهيم جديدة من خلال تهيئة مناخ عام مؤيد ومتفهم لأهمية هذه القضايا بأبعادها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المختلفة<sup>(1)</sup>.

---

(1) سويّف، مصطفى، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1975، ص48

وتؤدي الصحف دورها في التعريف بعمل المؤسسات والدوائر المختلفة؛ مثل: الإدارات العاملة في مكافحة المخدرات، أو نشاطات المؤسسات التعليمية والدينية في مجال التوعية، كما تعرض ندوات ومناقشات حول مواضيع كثيرة منها المخدرات، مما يرفع من نسبة الوعي بها، والتذكير بمخاطرها فصحافتنا اليوم بنشرها أخبار القبض على عصابات التهريب، وبطريقة مشوقة تعزز الصورة الإيجابية لأجهزة الأمن، مما يشجع المواطن على التعاون<sup>(1)</sup>.

كما أن نشر أخبار تفيد بإيقاع القصاص من مهربي المخدرات في مكان بارز من صفحاتها يعزز فكرة الردع القوي، ويذكر بالإجراءات الرسمية المتخذة من قبل الدولة في مواجهة هذه المشكلة.

وتستطيع وسائل الإعلام غرس القيم بطرائق غير مباشرة، وتكوين القيم الشخصية المرغوبة من خلال صنع النماذج كأمثلة يُحتذى بها، كذكر أمثلة ونماذج من التاريخ لأهم ورجال وقادة ومجتمعات، وأفراد اتصفت بهذه القيم، وكانت سبباً في نجاحها وازدهارها، وقوتها وتفوقها ونمائها.

ويرى الباحث أنه يجب أن تمارس وسائل الإعلام بعد عملية نشر القيم مرحلة أخرى، ألا وهي مرحلة التعزيز، والتي يتم فيها تعزيز هذه القيم بصيغة إيجابية.

ويقع على عاتق وسائل الإعلام مسؤولية كبيرة بوصفها من أهم المحطات التي تكوّن القيم الوطنية للمجتمعات، وتنميتها والمحافظة عليها؛ لأنها أصبحت ضرورة حياتية يتم بها تماسك البنیان الاجتماعي، وتوثيق الصلات بين الحاكم والرعية، والتعبير عن رغبات الأفراد وتطلعاتهم، وبخاصة في ظل تحول العالم إلى قرية صغيرة؛ مما ساعد في التعرف والاطلاع على قيم الشعوب الأخرى

---

(1) المجلس الأعلى للإعلام، نظرة في الإعلام الأردني في مطلع القرن، ص 80.

بحيث أصبح الفرد عرضةً، وهدف لبعض تلك الرسائل التي قد ترمي إلى زعزعة ثقة الفرد بدولته وأمته، وقيمها وتقاليدها الدينية والاجتماعية والثقافية عبر ما تنقله من قيم مختلفة<sup>(1)</sup>.

أن للإعلام أثراً ملموساً في صناعة التغيير المنشود في الرؤى والمفاهيم، والتطبيقات الرئيسية في المجتمع، وقليل من الوسائل الإعلامية تهتم بنشر تلك القيم في المجتمع على الرغم من الأهمية القصوى لها في تشكيل الذات.

ومن أبرز القضايا المعاصرة التي تُعنى بها الوسائل الإعلامية تثقيف الأفراد بسبل فهم الأمور وتقديرها، وسبل التعايش مع الآخرين، واستيعاب مقتضيات العصر الحديث، وآليات التفاعل مع العولمة، وتعبئة الشباب لمواجهة الأحداث الجارية الطارئة وغير الطارئة، وتمكينهم من المهارات التي تعينهم على مواجهة عوضاً عن الخوف والاستسلام أو الانعزال والرفض، أو التبرير، أو إسقاط المشكلات علي الغير<sup>(2)</sup>.

وتوفر الوسائل الإعلامية مساحة كبيرة من الفرص المواتية؛ لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعانيها المجتمع؛ كمشكلة الأمية الحضارية، والأمية التكنولوجية، والأمية السياسية، والتوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخرين، وعدم الألفة، والتحيّز والاستغراق في المحلية.

ويساعد الإعلام على تكوين نموذج القدوة الحسنة لدى المجتمع، وامتلاك حسن تقدير الإنجازات، والتحمل والصبر، وتعزيز مفاهيم اجتماعية وصحية بالغة الأهمية لديهم، كما يمكنه تقديمها بصور وألوان شتى، وتستخدم فيها وسائط عديدة؛ كالصحافة المطبوعة، بهدف إفراس أفراد في المجتمع على أن يكونوا أعضاء فاعلين في مجتمعهم يملكون اتجاهات إيجابية نحو الأفراد

---

(1) عاكشة، محمود، خطاب السلطة الإعلامية، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2005، ص 45-57.

(2) أبو إصبع، صالح، مرجع سابق، ص 141-142.

ونحو الأشياء، ونحو العمل ونحو الإنتاج، ونحو الإبداع والتميز، ومشاركين فاعلين في علاج مشكلات مجتمعهم، وقادرين على تحقيق شروط المواطنة السليمة في تصرفاتهم وسلوكياتهم برمتها<sup>(1)</sup>.

وتُعدّ الصحف مصنّفات أدبية، فتحظى بالحماية القانونية المقررة، لقواعد حماية الملكية الأدبية والفنية، فتشمل العديد من المقالات ذات الموضوعات المختلفة، والأخبار المتنوعة، وينطوي ذلك تحت عنوان الإعلام؛ كأبواب المال، والاقتصاد، والأسواق الرياضية، والصحف، والتي قد تكون يومية، أو أسبوعية، أو شهرية أو ربع سنوية، أو نصف سنوية، أو سنوية.

ويقوم الإعلام في المجتمع المعاصر بدور كبير في تنشئة الأفراد، وبخاصة أن تأثيره يصل إلى قطاعات واسعة وعريضة من شرائح المجتمع، وساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان والمكان، وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، مما يؤدي إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان، وتيسير عملية تبادل الخبرات البشرية.

إن تمكّن الدول المتقدمة من التحكم بوسائل الإعلام الدولي، وامتلاكها لوكالات الأنباء، وشبكات التلفزة والإذاعات العالمية، والصحف والمجلات، والإنترنت، والأقمار الصناعية، جعل هذه الوسائل سلاحاً خطيراً لديها، وفرض ذلك على الدول النامية والدول الفقيرة تحدياً كبيراً للتحرر من التبعية الإعلامية، وكيفية مقاومته<sup>(2)</sup>.

وأصبح من الضروري أمام هذا الدور الإعلامي المؤثر في التفكير، والقيم والتقاليد والسلوك والثقافة، والعواطف أن تتكاتف الجهود بين التربويين والإعلاميين، والأكاديميين والسياسيين وغيرهم؛ لتعزيز مسيرة الإعلام وتطوير دوره، وفاعليته في المجتمع المعاصر.

(1) أبو إصبع، صالح، استراتيجيات الاتصال، ط1، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 2005، ص 37-38.

(2) عكاشه، محمود، مرجع سابق، ص 45-57.

## المطلب الثاني: التنشئة السياسية في الإعلام الأردني

يشكل الإعلام الأردني من صحافة، وإعلام، وتلفزيون توليفة إعلامية، تزخر بالمعلومات والقيم والمعطيات، التي تشكل مادة الحوار سواءً كان محلياً، أو خارجياً على فرض أن ما يقدمه الإعلام الأردني بشكل خاص هو حديث الساعة سواءً كان سياسياً، أو اقتصادياً، أو عسكرياً، أو تقنياً<sup>(1)</sup>...إلخ.

فالإعلام الأردني موكل إليه مهمات ووظائف جمّة، تجمع بين المحافظة على الأصالة والعرف، وبين مجارة التقدم والحضارة الغربية في إطار ومنهج معين يحتكم إلى أخذ النافع، وترك السلبي منه، فتأتي عملية الغرلة الإعلامية الأردنية لتقدم لنا الرسائل والمعلومات سواءً كانت مرئية، أو مسموعة أو مقروءة في ضوء ونسق ديننا، وحضارتنا، وعاداتنا، وتقاليدينا<sup>(2)</sup>.

إلا أن الإعلام يستمد أهميته من رضا المتلقي، وثقته به، وهنا يجب أن نفرق بين الإعلام الشعبي، والإعلام الرسمي، فالإعلام وجد لخدمة النظام بشقيه حاكمين ومحكومين. إن عطاء الإعلام وتطوره منوط بما يتكون لدى الأفراد المتلقين من فكرة صادقة، وثقة كبيرة إلى حد ما بالإعلان، فالثقة والمصادقية عاملاً حاسماً في الرضى الشعبي بما يُطرح، ومن ثم رغبتهم ودعوتهم؛ لتبني مثل هذا الطرح.

إن الرضى الذي يتكون نتيجة نقل الإعلام للقضايا والأحداث والرسائل بشفافية، وصدق والبُعد كل البعد عن الدعاية التي يُراد بها التضليل والإشاعة، وبالتالي رسم صورة يريدتها الإعلام، أو النسق السياسي لدى المتلقي حسب مواصفات ومقاييس معينة لا تخرج عن إطار مرسوم لموضوع معين يُراد به تجنيد الرأي العام، وتجييره لصالح هذا الموضوع أو القضية.

(1) التل، سعيد، مقدمة في التربية السياسية لأقطار الوطن العربي، دار اللواء للصحافة والنشر، عمّان، 1987، ص39.

(2) الدليمي، جميد، التخطيط الإعلامي، ط1، دار الشروق والتوزيع، عمان، 1998، ص 97.

وتتجسد نزاهة الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون في الطرح، وتبني القضايا المحلية والسياسية من حكومة وأحزاب وجمعيات ونقابات ومؤسسات وهيئات، ومنظمات مجتمعية والاهتمام بالتنشئة السياسية؛ لتحقيق التنمية الشاملة المنشودة، واهتم الإعلام الأردني بالعامل الاقتصادي لدوره في تكوين الأنساق الاجتماعية، والسياسية والثقافية، وإيلاء موضوع الفقر والبطالة الاهتمام الكبير كون المجتمع الأردني مجتمعاً شاباً<sup>(1)</sup>.

إن قيام وسائل الإعلام بالتشكيك والتلفيق، وحجب الحقائق يؤدي إلى فقدان الثقة بهذه الوسائل، وعدم تلبية فضول الأفراد في الحصول على المعلومة، وبخاصة أننا بعصر أصبح من يملك المعلومة هو الأقوى سواءً على مستوى الفرد، أو الجماعة، أو الدولة بصرف النظر عن كون هذه المعلومة سياسية، أو اقتصادية، أو ثقافية<sup>(2)</sup>.

كما يدفع حجب المعلومة عن الفرد للحصول عليها من مصادر أخرى خارجية في ظل ثورة المعلومات، والتكنولوجيا، والإنترنت، والفضائيات، الأمر الذي يجعل من الفرد فريسة سهلة للأفكار والمعتقدات والرسائل، التي توجهها وسائل الإعلام الأخرى، خاصةً إذا كان هناك تغريب للمعلومة، أو مخالفة، أو معارضة للمعتقد، أو الأيدلوجية أو الأصالة أو التراث في هذا البلد.

فيجب أن يكون الإعلام عند حسن ظن المتلقين به، ينقل لهم الحدث، أو الخبر بالكلمة المسموعة، أو المقروءة أو المشهد المرئي بكل شفافية، وصدق وموضوعية وحيادية، وجدية من أجل كسب رضى الأفراد عنه، ونفادي توجيه أصابع الاتهام إليه من قبل الجهات المعنية.

وتؤثر إيصال الرسائل الصادقة والحقيقة إلى المستقبل عن طريق الصحافة المطبوعة، أو المرئية أو المسموعة عليه، عن طريق تنشيط نوازع التقمص بواسطة القدوة، وطرح حالات للمقارنة

(1) خلدون عبد الله، مرجع سابق، ص 28.

(2) الفار، محمد، مرجع سابق، ص 109.

والحثّ المباشر على التغيير للأفضل، وخلق الحوافز لدى متلقي الرسائل الإعلامية، وبخاصة في البرامج المخططة بالتنمية إضافة إلى الإيمان بقضية ما<sup>(1)</sup>.

ومن هنا يرى الباحث فإن وسائل الإعلام مطالبة بمراعاة تعاليم الدين الإسلامي، الوسطية، والسماحة، والعادات والتقاليد والقيم، والأصالة والتراث الأردني بصورة يفخر بها كل أردني، ويسعى للحفاظ عليها ونشرها وصيانتها من القيم الغربية عن المجتمعات، وحماية الأفراد من معالم هذه الحضارة في المأكل والمشرب والملبس، وفي المعاملة والاستفادة من الحضارات الأخرى بطريقة إيجابية ومفيدة ونافعة<sup>(2)</sup>.

### المطلب الثالث: أهمية التنشئة السياسية في الإعلام الأردني

في هذا الإطار، سنتحدث عن التنشئة السياسية في الإعلام الأردني من اتجاهين؛ الوعي السياسي، والمشاركة السياسية.

#### أولاً: الوعي السياسي

تمثل وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التنشئة السياسية للفرد، ويكون التأثير كبيراً، ولكنه غير مباشر حيث يكون من خلال عوامل وسيطة أخرى؛ مثل: الأحزاب والنقابات، والجماعات الصغيرة المحيطة بالفرد، وقادة الرأي وغيرهم. إن دور الإعلام في عملية التنشئة السياسية هو تأثير تراكمي يعتمد على اكتساب الثقافة والمعلومات السياسية، والوعي السياسي وبناء المواقف السياسية.

(1) المجلس الأعلى للإعلام، مرجع سابق، ص 90.

(2) الحكيم، فواز، مرجع سابق، ص 189.

فوسائل الإعلام مدعوة لأن توفر المعلومات المجتمعية والسياسية لهذا الفرد حتى يعي ما يدور حوله، وتتمّي لديه الوعي بضرورة التعرف على مجتمعه وقضاياه ومشكلاته مع ضرورة تنمية وعيهم بحقيقة الصراعات السياسية، والأيدلوجيات العالمية والإقليمية.

إن الوعي بالدور السياسي الذي يناط بالفرد متمثلاً بأهمية هذا الدور في صناعة القرارات والنتائج المترتبة عليها، والتي تكون ذات صلة مباشرة بهم كل هذا وغيره يدفع بهم لأن يهتموا بهذا الجانب، وأن ينمّوه عن طريق المعرفة والإدراك السياسي والتتبع، والفهم للنفس والعالم الخارجي والانتماء السياسي لهذا البلد.

### ثانياً: المشاركة السياسية

يشكّل الوعي السياسي التربة الخصبة للمشاركة السياسية، وتعرّف المشاركة السياسية التي يمارسها الفرد في الأردن بأنها: "مساهمة الأفراد المباشرة، أو غير المباشرة في عملية اتخاذ القرارات في إطار النظام السياسي الأردني"<sup>(1)</sup>.

وباعتبار الأردن بلداً ديمقراطياً فإن المشاركة السياسية عادةً ترتبط بالنظم الديمقراطية، فالتصويت والترشيح، والعضوية بالأحزاب والنقابات والجمعيات والهيئات، والأندية هي من أبرز مشاركة الأفراد الأردنيين سياسياً.

إذاً فأهمية التنشئة السياسية في الإعلام مرتبطة بعدة عناصر، وهي: توافر الأجهزة الإعلامية من صحافة وإذاعة وتلفزيون، ومحتوى المواد الإعلامية المعروضة، والمتضمنة مواضيع التنشئة السياسية، والفرد الذي تكون لديه الرغبة بتنشئة نفسه سياسياً.

---

(1) جمعة، سعد، مرجع سابق، ص 39.



## المطلب الرابع: نظريات التنمية السياسية التي تمثل دور الإعلام

إن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث، أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الدور الذي يجب أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة والمستقلة، وتبرز في هذا الإطار نظريتان أساسيتان، وهما<sup>(1)</sup>:

### أولاً: النظرية التنموية

يُعرّف ليونارد سوسمان (Leonard Sussman) صحافة التنمية بأنها: "تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية وتحقيق الوحدة الوطنية".

وتتطلب صحافة التنمية من الصحفي كما يقول ناريندر أجاروالا (Narendra Aggarwal) أن يتفحص بعين ناقدة، وبقِيَم ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية، ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين آثارها على الأفراد في تصريحات المسؤولين، وبين آثارها الفعلية، ويلاحظ الباحث هنا التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة في خدمة التنمية، وبين الدور الرقابي للصحافة في ظل السيطرة الحكومية، وتراجع النقد، وتقوم وسائل الإعلام وفق هذه النظرية بتحويل أخبار التنمية إلى مهمات وسائل دعاية سياسية للحكومة وقيادتها<sup>(2)</sup>.

وتتلخص مهمات وسائل الإعلام وفق هذه النظرية في النقاط الآتية:

- تشكيل اتجاهات الشعب.

(1) خضور، أديب، مرجع سابق، ص122.

(2) حجاب، محمد، الإعلام والتنمية، ط3، دار الفجر، القاهرة، 2001، ص36.

- مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة قد قامت بالفعل على أداء التزاماتها على الوجه الأكمل.

- انتهاج سياسات تقررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوطنية.

- تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية مما يضفي الشرعية على السلطة السياسية، ويدعم مركزها.

- الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي من خلال تجنب الصراعات السياسية والاجتماعية، وإحباط أصوات التشردم والتفرقة، والتخفيف من التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة.

- المساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية.

- إبراز الإيجابيات، وتجاهل السلبيات، وتقليل حجم النقد إلى حجه الأدنى.

وتأسيساً على ذلك، تبرز قضية سوء استخدام صحافة التنمية خاصةً في إطار الاحتكار الحكومي للصحف، حيث تتحول طاقات الصحف لخدمة هدف تدعيم مركز السلطة السياسية وتصبح أهداف التنمية الوطنية ذات أهمية ضئيلة.

وتتحول حرية الصحافة كما يشير "جراهام مايتون" لتبدو نوعاً من الترف الفكري في نظر المتحمسين لمفهوم صحافة التنمية، ويوضح فاروق أبو زيد أنه في الدول العربية التي أدعت ضرورة توجيه الصحافة لخدمة التنمية والقضايا القومية انتهى الأمر بتوظيف الصحف لتدعيم النظام السياسي الحاكم، والترويج لأفكاره والدفاع عن سياساته<sup>(1)</sup>.

---

(1) جابر، سامية، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث بالنظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 67.

الأمر الذي يؤكد الضرورة على صياغة نظريات جديدة من إنتاج مفكري العالم الثالث، بحيث تخاطب الواقع بمفهومه وتعقيداته المتشابكة، وهكذا فلم تلب هذه النظرية واقع الأنظمة الاتصالية في دول العالم الثالث.

### ثانياً: نظرية التبعية الإعلامية

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية، في حقبة ما بعد الاستقلال، كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية، وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، وزيادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة<sup>(1)</sup>.

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر وماتلارات وبويد باريت": أن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة؛ مثل: خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي، والغزو الثقافي.

وفي هذا الإطار جاءت جهود منظمة اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب الجنوب.

ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد" على طرح تصور شامل يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاتصال والإعلام، حيث أبرز تقريرها ضرورة المبادرة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد

---

(1) حجاب، محمد، مرجع سابق، ص156.

عن سياسات الاتصال، والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة، والأخذ بالنظام المفتوح في الاتصال الذي يتيح إشراك الجماهير في العملية الاتصالية.

وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة، ومضللة، ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة، واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات، إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي<sup>(1)</sup>.

نخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية، ودورها في إطار التبعية الإعلامية، والغزو الثقافي.

إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية، وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية، وبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسات الإعلامية مسؤولة وطنية في المقام الأول، ويفترض فيها أن تعكس الإرادة.

وتصون الشعبية الذاتية الثقافية، وأياً كان الأمر، فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانهيار الشيوعية، وسقوط القطبية الثنائية، ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سُمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجية في عالم الاتصال، والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات، ويمكن تحديد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو الآتي:

---

(1) الرابعة، غازي، الرأي العام والعلاقات العامة، دار البشير، عمان، 1988، ص 16-17.

1- نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة في إطار مفهومي التنمية والوحدة الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون.

2- نظام إعلامي موجه من الدولة: تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية.

3- نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة، وتستطيع الصحافة في ظلّه أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية.

### ثالثاً: نظرية الغرس الثقافي

#### - مفهوم الغرس

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام، خاصة التلفزيون، حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية، والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي<sup>(1)</sup>.

ولا تُعدّ عملية الغرس تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة، أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية، أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

(1) الهادي، حمد، أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 1990، ص 65.

## - مفهوم نظرية الغرس الثقافي

ترجع أصول هذه النظرية الى العالم الامريكي جورج جرينر عندما درس تأثير وسائل الإتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية<sup>(1)</sup>.

تعلقت هذه النظرية بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف والجريمة في المضامين التلفزيونية، وتطورت ونتج عنها أن الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تتغرس فيه قيم، وتصورات تجعله يتبناها، ويظن أنها فعلاً ما يحدث بالواقع، وبالتالي تتغرس فيه لاشعورياً، فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره ونظرته حسب ما يتلقاه من التلفزيون، ومغايرة تماماً للواقع، ويتقبل المتلقي ما يبث له على أنه تعبير حقيقي للواقع، كونه غير واعٍ بعملية صنع هذا الواقع، بل إن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز<sup>(2)</sup>.

كما تُعدّ هذه النظرية من النظريات الاجتماعية التي تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين، وكان هذا في الستينيات والسبعينيات، ووضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيس هو جورج جيرنر (George Gerbner)، ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الأفراد في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع هذا، وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين.

وتُعدّ نظرية الغرس (Cultivation Theory) تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة والدور التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة

---

(1) خورشيد، مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، ط2، دار المسيرة، عمان، ص145.

(2) عقيل، حسين، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، طرابلس، 1990، ص 82.

وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصاً للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة<sup>(1)</sup>.

لذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض لمشاهدة التلفزيون بصفة خاصة، واكتساب المعاني والأفكار والمعتقدات والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الواقعي، أو الحقيقي.

وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية، ووجهة النظر المنقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة، والتأثير في هذا المجال ليس تأثيراً مباشراً، حيث يقوم أولاً على التعلم، ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين.

#### مفهوم الاتجاه السائد

يُقصد بالاتجاه السائد التجانس بين الأفراد ذوي درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون كقناة ثقافية حديثة، والصور التي يراها<sup>(2)</sup>.

ويمكن الكشف عن التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل، وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبير (Heavy Views)، وبالتالي فإن الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات، والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة، ويتوحد معها

(1) الهادي، حمد، مرجع سابق، ص 45.

(2) محمد، عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، دار عالم الكتاب، 1993، ص 36.

كثيفو المشاهدة، ولا تظهر بينهم الفروق كبيرة في اكتساب هذه الصور، أو الأفكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية، أو السياسية.

ويشير الاتجاه السائد إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق أو الاختلافات تقل أو تختفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة، ويشير أيضاً إلى الاتساق بين الاتجاهات والسلوكيات التي يمكن أن يقوم بتأثير التلفزيون أكثر من وسائل، أو عوامل مؤثرة أخرى<sup>(1)</sup>.

### مفهوم الصدى أو الرنين

يُقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى<sup>(2)</sup>.

وركز جيربندر (Gerbner) في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية، ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية، ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى.

### الإعلام والقيم الوطنية

أخذ موضوع القيم اهتماماً كبيراً من قبل الكثير من الفلاسفة والمفكرين منذ ولادة الفكر الإنساني، ولعل من أهم العوامل التي حتمت ضرورة دراسة القيم دراسة علمية الثورة العلمية والتكنولوجية، وغيرها من عوامل التغيير الثقافي؛ مما دعا إلى إعادة تشكيل الكثير من المعارف،

---

(1) العزيز، ناجحي، البحوث والرسائل الجامعية قواعد ومناهج و تقنيات، دار إسهامات في أدبيات المؤسسة، تونس، 1993، ص 29.

(2) الهادي، حمد، مرجع سابق، ص 68.



والمفاهيم عن الحياة، الأمر الذي أدى إلى التذبذب، وعدم استقرار في القيم المكتسبة والموروثة، وعدم مقدرة عدد كبير من أفراد المجتمع، وبخاصة الشباب على التمييز الواضح بين ما هو صواب وخطأ.

وأدى هذا بالتالي إلى نشوء أزمة قيم كان لها أثر كبير في دفع الشباب إلى التمرد والثورة، من هنا فإن دراسة القيم تُعدّ ضرورية ولازمة على المستويين الجماعي والفردى.

فعلى المستوى الفردى نجد أن الفرد بحاجة ماسة إلى نسق قيمي يعمل بمثابة موجه لسلوكه وطاقاته، أما على المستوى الجماعى فإن ذلك يبدو في حاجة إلى تنظيم اجتماعى، ونسق للقيم يتضمن أهداف المجتمع ومثله العليا.

وللقيم منزلة رفيعة في كل مناحي الحياة وجوانبها، فالأديان تركّز جُلّ اهتمامها عليها، وكذا المجالات المختلفة للموضوعات البحثية من فلسفة وفن وعلوم، ولأنها كذلك يمكن اعتبارها الأساس في تشكيل حياة المجتمع، وحراسة الأنظمة، وحماية البناء الاجتماعى من التدهور والانهياء، وتمثّل القيم الحلقة الوسطى التي تربط بين العقيدة والنظم الاجتماعية والسياسية، كما أنها بالوقت نفسه تمثل أحد المصادر الدائمة للحركة الإنسانية.

وللوقوف على مفهوم القيم بصورة واضحة، نستعرض بعض التعريفات المختلفة للمفهوم من قبل العلماء الذين كتبوا بالقيم، وتعرّف<sup>(1)</sup> القيم بأنها: عبارة عن معايير وجدانية وفكرية يعتقد بها الأفراد، وبموجبها يتعاملون مع الأشياء بالقبول، أو الرفض.

كما وتعرّف القيم بأنها: عبارة عن تنظيمات معقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأفراد، أو الأشياء أو المعاني سواء أكان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات متفاوتة صريحاً، أم

---

(1) أبو جادوه، صالح، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان، 1998، ص157.

ضمنياً، وإن من الممكن التصور أن هذه التقديرات على أساس أنها امتداد يبدأ بالتقبل، ويمر بالتوقف وينتهي بالرفض.

ويعرّف روكيتش (Rokeach) القيم بأنها: معتقد أو اعتقاد يحظى بالدوام، ويعبر عن تفضيل شخصي، أو اجتماعي لغاية من غايات الوجود بدلاً من نمط سلوكي، أو غاية أخرى مختلفة<sup>(1)</sup>.

وتعرّف القيم بأنها: المعتقدات حول الأمور، والغايات، وأشكال السلوك المفضلة لدى الأفراد توجه مشاعرهم وتفكيرهم، ومواقفهم وتصرفاتهم، واختياراتهم، وتنظم علاقاتهم بالواقع والمؤسسات، والآخرين وأنفسهم والمكان والزمان، وتوسع مواقفهم، وتحدد هوياتهم، ومعنى وجودهم؛ أي تتصل بنوعية السلوك المفضل بمعنى الوجود وغاياته<sup>(2)</sup>.

وقد أفلحت القيم في استقطاب اهتمام الباحثين والعلماء على اختلاف انتماءاتهم العلمية والأيدلوجية، وما زال هذا الاهتمام يتعاظم يوماً بعد يوم كلما اشتدت الحاجة إلى الكشف عن طبيعة القيم وملامحها، ودورها كمتغير له أهميته في كل مناحي الحياة الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية، ويجب تحليله في كل مجالات الحياة.

وتسهم القيم في توجيه سلوك الأفراد، وأحكامهم واتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب فيه من أشكال السلوك في ضوء ما يضعه المجتمع من قواعد ومعايير، وقد تتجاوز الأهداف المباشرة للسلوك إلى تحديد الغايات المثلى في الحياة.

---

(1) النل، سعيد، مرجع سابق، ص 29.

(2) Rokeach, Milton, The nature of human values, Free Press, New York, 1973.

وتُعدّ القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية، والاجتماعية والثقافية، وهي تمسّ العلاقات الإنسانية بجميع صورها وأشكالها؛ لأنها ضرورة اجتماعية، ولأنها معايير وأهداف لا بد أن نجدها في كل مجتمع منظمّ سواءً أكان متأخراً، أم متقدماً. كما تتغلغل القيم في الأفراد بشكل دافع واتجاهات وتطلعات، وتظهر في السلوك الظاهري الشعوري واللاشعوري، وفي المواقف التي تتطلب ارتباط هؤلاء الأفراد، إذ تعبّر القيم عن نفسها في قوانين وبرامج التنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية.

كما تشكّل القيم المعايير التي تجعل الفعل صواباً أو خطأً، فالقيم تعمل كتبريرات، أو ترشيدات، وأكثر من ذلك، فإن القيم هي المدّعة للأنظمة الاجتماعية تحدد وتحفظ البناء الاجتماعي من خلال ما تمده به من تماسك، وانتظام، وتستمر القيم خلال التاريخ، ومن ثم فإنها تمنح الجميع هويتهم الوطنية، وتحافظ عليها، وهي القاعدة العامة لأفعال الجمعية، وهي مصادر التغيير الاجتماعي.

وتُعدّ القيم أيضاً عنصراً رئيساً في تشكيل ثقافة أي مجتمع، فهي المثل العليا للأفراد والمجتمع، وتقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم، فهي تعبّر عن البيئة أحسن تعبير، وتُعدّ مرتكزات أساسية تقوم عليها عملية التفاعل الاجتماعي، إذ إنها تُعدّ جانباً مهماً من جوانب البنية الفوقية للمجتمع.

وتتوقف قوة المجتمع وتماسكه إلى حدّ كبير على وحدة القيم، فكلما زادت وحدة القيم داخل المجتمع زاد تماسكه، وارتباطه، وكلما قلّ ارتباطها زاد التفكك الاجتماعي<sup>(1)</sup>، فهي على حدّ تعبير روكيش (Rokeach) أحد المؤشرات المهمة لنوعية الحياة، ومستوى الرقي، أو التحضّر في أي مجتمع من المجتمعات.

(1) خليفة، نوح، دور الصحف المحلية في دعم الهوية الوطنية البحرينية، رسالة ماجستير منشورة، 2009، ص 23.

وتتظّم قيم الفرد والمجتمع في منظومة قيمية شاملة، بحيث تمثّل كل قيمة عنصراً من عناصر هذه المنظومة، وتتفاعل هذه العناصر معاً لتؤدي وظيفة معينة للفرد، كما ترتبط فيما بينها بإطار هرمي ينظّمها وفق أهميتها من الأقل إلى الأكثر، ومن خلال المنظومة القيمية يمكن التنبؤ بالسلوك الفردي والجماعي.

ونظراً لأهمية القيم في بناء المجتمعات، فإنه من الضروري غرس هذه القيم عند الناشئة وتعويدهم ممارستها في شتى جوانب حياتهم المستقبلية، وذلك من أجل الرقي بالأمة، وتحقيق الإنجازات المختلفة التي تجعلها في مقدمة الأمم، وللقيم دورها المهم في توجيه ميول الأفراد واهتماماتهم نحو أيديولوجية سياسية، أو دينية أو اجتماعية.

ويقع البناء القيمي للأفراد على عاتق المؤسسات التربوية، فالفرد يتعلم في أثناء مراحل الدراسة القيم الصالحة وترسيخها في سلوكه.

وتتبلور هذه النماذج والأنماط في صيغ مجردة تشكّل ما يسمى قيم المجتمع، وإنما تنتقل هذه القيم إلى أفراد المجتمع الجدد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تهدف إلى خلق ما يُسمى بالشخصية المنتمية، والموالية للمجتمع.

وكلما كان الإطار القيمي لمجتمع من المجتمعات يضم مجموعة من القيم الخلقية التي لها وزنها واعتبارها فإن مسار الحياة فيه يتسم بالرقى والنهوض، وتتبع القيم من التفاعل الاجتماعي في المجتمع وفق تصرفات أفرادها التي تحمل عناصر ثقافته الخاصة<sup>(1)</sup>.

نظراً لأهمية القيم أخذ المربون على عاتقهم مسؤولية تعليمها وتطويرها، وإكسابها للمتعلمين، وإتاحة الفرصة لهم لاختيارها اختياراً حراً بعد معرفة نتائج هذا الاختبار، ومن ثم الإعلان عنها والتمسك بها، بالإضافة إلى أن التربية في جوهرها عملية قيمية سواء عبّرت عن

---

(1) خليفة، نوح، مرجع سابق، ص 24.

نفسها في صورة واضحة، أو صورة ضمنية، وتسعى المؤسسة التعليمية إلى بناء القيم في كل مجالاتها، وعلى ضوء ذلك تقوم المؤسسة التعليمية؛ لتعكس صورة الواقع المعاش والمستقبل المنشود، حيث تعتبر الفرص المتكافئة بين الأفراد قيمة، ويُعدّ العمل المنتج النافع اجتماعياً قيمة أيضاً.

وتعد القيم قضية التربية، حيث إن التربية في حدّ ذاتها عملية قيمية، فالقيم تحدد الفلسفات والأهداف والعمليات التربوية، وتحكم سلوك الفرد، وهي موجودة في كل خطوة، وفي كل مرحلة من مراحل التربية، ودونها تتحول التربية إلى فوضى تنعكس على العلاقات الإنسانية، ويمكن أن يُعزى ذلك إلى غياب الالتزام بنسق قيمي يحدد سلوك الأفراد، واتجاهاتهم.

لذلك فإن من الضروري الانتقال من مستوى التنظير إلى مستوى التطبيق في المجالات كافة، كما أن غرسها في الناشئة أصبح أمراً مهماً تقوم به الكثير من المؤسسات المسؤولة عن تربية الطفل<sup>(1)</sup>.

إن ما يبرز أهمية القيم هو أن الأفراد يشعرون بالالتزام الخلقي نحو أوضاع معينة، ويحاولون الوصول إليها والإبقاء عليها، فيسير الأفراد بحسب ما تمليه عليهم قيمهم، وعندما تلتقي قيم الفرد مع رغباته ينتفي عنه الصراع بين ما يعتقد في ضرورته، وما يشعر بالرغبة فيه أو النزوع عنه.

وتصبح دراسة القيم ضرورة من الضرورات اللازمة للتربية الإعلامية التي يجب عليها بمؤسساتها وطرائقها النظامية، وغير النظامية السعي نحو مناقشتها، وتدعيمها لدى الأفراد والجماعات؛ لأنها تُعدّ مجهوداً قيمياً يستهدف تحليل القيم وغرسها<sup>(2)</sup>.

---

(1) أبو جادوه، صالح، مرجع سابق، ص 159.

(2) الزهراني، أحمد، دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007، ص 28.

وتؤدي القيم أيضاً دوراً في تحديد طبيعة شكل العلاقة بين المعلم والمتعلم، فنسق القيم الذي يتبناه المعلم يُعدّ مصدراً في عملية التخاطب يؤثر في مستوى أدائه، ودرجة تفاعله، لذلك يوصى بضرورة توافر عدد من القيم الأساسية عند المعلم، ومنها: الصدق، وتقبل النقد، واتباع الأسلوب الديمقراطي، والاحترام، والابتعاد عن الرذيلة والنفاق وغيرها.

كما أن للقيم أهمية بالغة في وضع المناهج الدراسية حيث يتحقق خلال هذه المناهج التوازن الذي يستهدفه المجتمع في تكوين شبابه في النواحي الوجدانية والثقافية، ويؤدي فقدان هذه التوازن بين هذه القيم، والتحصيل الدراسي إلى خلق جيل مضطرب يعاني التناقض بين ما يحصله من علوم، وبين حقيقة الاتجاهات والقيم؛ لذا يجب أن تركز التربية من الناحية القيمية على تكوين توجه إيجابي نحو القيم المستهدفة<sup>(1)</sup>.

إن تعليم وإكساب القيم لدى الأفراد واجبة في نظم الإعلام، والتعليم العربية لكنها غائبة في كل محاولات التطور التي تضطلع بها وزارة التربية والتعليم في بعض البلاد العربية، وأن برامج التنمية وبرامج تطوير التعلم إذا لم تؤسس على أعمال مقصودة تهدف إلى تنمية القيم لدى الأفراد، فإنها سوف تكون عبئاً لا جدوى منه، على اعتبار أن القيم هي الموجهات الأساسية لكل ما يحرزه المعلمون في مجالات التعلم والتعليم مع مراعاة أن لا يتحول تعليم القيم في المؤسسات إلى دروس للمحفوظات والأناشيد يلقنها المعلمون للطلاب، ثم يختبرون قدراتهم باعتبار أن القيم هي فكر عقلائي يجب أن يتحول في عقول المتعلمين ووجدانهم إلى حوافز لأعمال مرئية ومثمرة في سلوك المتعلمين<sup>(2)</sup>.

---

(1) علي، سعيد، مرجع سابق، ص 62.

(2) مكاوي، حسن، مرجع سابق، ص 43.

## المبحث الثاني: مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودور الإعلام فيها

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في إكساب الجماهير اتجاهات وقيماً جديدة، أو تعديل من اتجاهاتهم وقيمهم القديمة مع مراعاة أن ذلك يتم من خلال حسن اختيار المادة الإعلامية، وملاءمتها الجمهور المستقبل على أن تقدم في ظروف مناسبة<sup>(1)</sup>.

كما تلعب وسائل الإعلام أيضاً دوراً مهماً في تنشئة الأفراد، وتنمية شخصياتهم، والتأثير بهم وتوجيه سلوكهم، وبتّ قيم اجتماعية فيهم، وعلى هذا يجب أن تكون وسائل الإعلام في خدمة المجتمع؛ نظراً لأنها تُعدّ بمثابة مدرسة تشارك المدرسة التقليدية في تعديل السلوك للأفراد، الأمر الذي ينعكس على أسلوب معيشتهم بصورة أفضل.

وفي الوقت الذي تؤثر فيه وسائل الاعلام المختلفة بالرأي العام وتكوينه، فانها تتأثر به أيضاً، وتتابع أحداثه أولاً بأول، فأهم ما تقوم به وسائل الإعلام في هذا المجال انها تؤدي اهم الادوار من خلال احتكاكها بمختلف اوساط الجمهور ومن ثمة تقوم هذه الوسائل بتعبئة الرأي العام أو تعديله أو تكييفه أو تطويعه<sup>(2)</sup>.

ويرى الباحث في هذا المجال أن دور وسائل الإعلام تعاضم بشكل كبير، وفي ضوء ذلك يذهب الكثير إلى أن التغيير الثقافي ما هو إلا ثمرة من ثمرات وسائل الإعلام في تكوين شخصية الفرد وتطبيعته اجتماعياً.

كما تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية أن الكثير من الدول تعتمد على هذه الوسائل لتوجيه ولاء الأفراد وانتمائهم لما فيها من جاذبية، وأهمية في حياة الناس، وأدوار اجتماعية؛ كالقيادة

(1) النل، سعيد، مرجع سابق، ص 88.

(2) خورشيد، مراد، مدخل إلى الرأي العام، ط3، دار المسيرة، عمان، ص111.

والتبعية، وكذلك دور النصح للجماعة، أو دور واسطة الخير، وتقوم جماعة الأقران بتصحيح التطرف، أو الانحراف في السلوك بين أعضائها<sup>(1)</sup>.

ولمصادقية الإعلام الأثر الأكبر في انتشاره وثقة الجمهور به، فهو وسيلة لتقديم المعلومات، وتوظيف الأفكار وإثارة الحوار، وقياس الرأي العام وتحقيق التواصل الاجتماعي، والتفاعل بين مختلف أنحاء الوطن، ففي أوقات الطوارئ والأزمات، تظهر قيمة المعلومة الصحيحة، وأثرها في حياة الأفراد وسلامتهم، فعندما يعتاد الأفراد متابعة وسائلهم الإعلامية؛ للحصول على الحقيقة، أو لنقل الحقيقة إليهم يتعزز دور الإعلام كمدافع عن مهنة الخدمة العامة عندها يصبح الإعلام جسراً للتواصل، والتفاهم بين قاعدته العريضة وبين قيادته.

### المطلب الأول: تعريف الانتماء

الانتماء لغةً: أصلها من النماء بمعنى الزيادة والعلو والارتقاء، ويُقال انتمى فلان إلى فلان إذا ارتفع إليه في النسب<sup>(2)</sup>، وفي المنجد: انتمى فلان إلى أبيه أي انتسب واعتز<sup>(3)</sup>، أما في اللغة الإنجليزية فقد اتفق كل من قاموس المورد<sup>(4)</sup>، وقاموس لونغ مان (Long Man)، على أن كلمة (Belongingness) مشتقة من الفعل (Belong)، بمعنى ينتمي، أو ذو علاقة وثيقة.

وهناك مفاهيم قريبة من الانتماء، استخدمها الباحثون لكي يعبروا بها عن الانتماء، مثل كلمة ولاء وإخلاص (Allegiance)، كما وردت ولاء بالإنجليزية (Loyalty)؛ لئيراد بها الانتماء أيضاً، وعبر بعضهم بكلمة الاندماج (Amalgamation)؛ لئيراد بها الانتماء في بعض الكتابات، وترجم بعضهم الانتماء أنه يساوي الكلمة الإنجليزية (Relatedness).

(1) أبو جادوه، صالح، مرجع سابق، ص 161.

(2) الاصفهاني، الراغب، المفردات في غريب القرآن، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2002، ص 89.

(3) شيوخو، 1994، ص 78.

(4) البعلبكي، 1971، ص 112.



وجاء معنى الانتماء في المعجم الشامل لمصطلحات علم النفس من وجهة معرفية أن الانتماء: "هو اتجاه يستشعره الفرد من خلال اندماجه في جماعة ما، وتوحيده بها، وأنه أصبح جزءاً مقبولاً منها، وله مكانته المميزة، ووضعه الآمن فيها، ولقد تبين أن مفهوم الانتماء هو المصطلح الأقوى، والمعبر عن مفهوم الانتماء أكثر من كون الأخير يعني الانتماء للجماعة دون التوحد والاندماج معها"<sup>(1)</sup>.

والانتماء اصطلاحاً: هو الانتساب الحقيقي للدين والوطن فكراً وعملاً، ويكون الانتماء للدين بالالتزام بتعليماته والثبات على منهجه، أما بالنسبة للوطن فهو تجسيد للتضحية من أجله، وهي تلك النابعة بالشعور بالحب له<sup>(2)</sup>.

أما الانتماء سيكولوجياً: فقد تجاوز مدلوله اللغوي والاصطلاحي، ليصبح مفهوماً إنسانياً ذو بُعدين؛ نفسي واجتماعي، حيث يشعر المرء بافتقاره للعزلة ويعتريه القلق والضيق، وتتنابه المشكلات النفسية التي لها تأثيرها على وحدة المجتمع وتماسكه<sup>(3)</sup>.

وقد تباينت وجهات نظر العلماء في تعريف الانتماء ويمكن تلخيصها في ثلاثة تصنيفات،

وهي:

الصنف الأول: فقد نظروا إلى الانتماء على أنه إحساس، أو شعور أو رغبة، كما أن

الانتماء إحساس لدى الفرد بأنه متوحد مع الجماعة، ومقبول فيها، وله مكانة آمنة بها، ويشير إلى

أن الانتماء عبارة عن إحساس تجاه أمر معين، أو جهة معينة، يبعث على الولاء والفخر بالانتساب

---

(1) أبراش، إبراهيم، علم الاجتماع السياسي، ط1، دار الشروق، عمان، 1998.

(2) أبو جادوه، صالح، مرجع سابق، ص 162.

(3) Krumsvik, A, What is the Role of Online Newspapers?, Nordicom Review, 2006, 27 (2), 285-297, p 287.

إليها لما يولده ذلك الانتساب في قلبه من معاني العزة والشرف وفي وجدانه من مشاعر الفخر والاعتزاز<sup>(1)</sup>.

ويعرف الانتماء بأنه: "شعور أو اتجاه إيجابي يصل في شدته إلى درجة من التوحد مع الجماعة بحيث يتمسك بها، ويذود بها عنها، حيث أن الجماعة هي مصدر تحقيق إشباع حاجات أفرادها، أو خفض التوتر الناتج عن عدم تلبيةها، وهو الأمر الذي يترتب عليه تدعيم انتمائه لهذه المجموعة"<sup>(2)</sup>.

كما أن الانتماء هو شعور الفرد بأنه: "جزء أساسي من جماعة يرتبط بها ويتوحد بها، وبالتالي شعوره بالمسؤولية تجاهها مع توفر المقومات الأساسية للمجتمع، أو تلك الجماعة، وكذلك شعوره بأنه ذو خصائص مع شخص آخر أو جماعة أو عقيدة، أي أن الانتماء رغبة إنسانية إذا لم تتم وتتطور لدى الفرد فقد ينمو بدلاً منها شعور بالاغتراب وعدم الانتماء"<sup>(3)</sup>.

الصنف الثاني: فقد رأوا أن الانتماء حاجة إنسانية؛ حيث أشاروا إلى أن المرء بحاجة إلى أن يشعر بأنه فرد من مجموعة تربطه بهم مصالح مشتركة، وتدفعه إلى أن يأخذ ويعطي ويلتمس منهم الحماية والمساعدة، كما أنه بحاجة إلى أن يشعر بأنه يستطيع أن يمدّ غيره بهذه الأشياء في بعض الأحيان، وتنمو هذه الحاجة مع الطفل في الشهور الأولى من سنين عمره، فالألفة التي تحققها المحبة داخل الأسرة تنقلب إلى ولاء لهذا المجتمع الصغير، ثم تنتقل حاجة الانتماء إلى الجماعات الأخرى التي يجد فيها الطفل إشباع حاجاته الانفعالية.

---

(1) الصقور، خليل، مرجع سابق، ص29.

(2) جمعة، سعد، مرجع سابق، ص124.

(3) داوسن، ريتشارد، مرجع سابق، ص178.

ويعرّف الانتماء للوطن بأنه: "إحساس الفرد بأنه جزء من أمة يشاركها اجتماعياً وثقافياً، واقتصادياً وسياسياً، ويحميها من أي تهديد لبنائها"<sup>(1)</sup>.

كما ويذكر أن الانتماء للوطن شحنة عقلية وجدانية كامنة بداخل الفرد تظهر في المواقف ذات العلاقة بالوطن على مستويات ومجالات مختلفة، يمكن الوصول إليها من خلال مجموعة من الظواهر السلوكية الصادرة عن الفرد، بحيث تكون تلك الظواهر معبرة عن مواقف الفرد، ورؤيته بالشكل الذي يتعرض له من مواقف سواء عبّر عنها بشكل إيجابي، أو بشكل سلبي<sup>(2)</sup>.

وقد توصلت دراسة ريببكا (Rebecca, 1997) إلى أن بث الانتماء الوطني في نفوس الطلبة يجب أن يكون الحروف الأبجدية الأولى في تعليمهم باعتبارهم مواطنين لهم حقوق، وعليهم واجبات، ثم يأتي بعد ذلك تعليمهم مهارات الحياة.

نلاحظ من خلال العرض السابق لمفهوم الانتماء أنه تم النظر إليه على أنه حاجة، أو رغبة إنسانية أو إحساس وشعور، وقد نظر إليه بعضهم الآخر على أنه شحنة عقلية وجدانية أو اتجاه إيجابي، وعلى الرغم من اختلاف الآراء حول مفهوم الانتماء كونه حاجة أو اتجاه، إلا أن التعريفات جميعها تؤكد صعوبة أن يعيش الفرد دون انتماء.

## المطلب الثاني: الصحافة الأردنية

لقد مرّت الصحافة الأردنية بأطوار عديدة رغم حداثة نشأتها، وحققت شوطاً من التقدم في الأسلوب، وفي فنون الطباعة، وسأيرت النهضة الصحفية، وارتفعت بمستوى المهنة إلى درجة معقولة، ذلك أن الصحافة رسالة الملتزمين بالمجتمع، ومرآة الرأي العام في أحلامه وطموحاته في

(1) الزهراني، أحمد، مرجع سابق، ص167

(2) اللقاني، أحمد، المناهج بين النظرية والتطبيق، الطبعة الرابعة، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص201.

حركاته وسكناته، وفي أعماله ومبتكراته، وإبداعه، تحارب الظلم وصولاً إلى العدالة، وتقارع الاستبداد طريقاً إلى المساواة، وهي مهنة أمينة وموضوعية، وشريفة ونبيلة<sup>(1)</sup>.

إن التقلبات التي مرّت بها الصحافة الأردنية بين القوة واللين، وبين الارتفاع والانخفاض حملت بين ثناياها تاريخ بلد عريق له من القدم والأصالة، وله من الحداثة التطور السريع والنهضة الواسعة الشاملة في المجالات الحياتية للإنسان<sup>(2)</sup>.

ويُعدّ عام (1920) المنطلق الأول للوعي الفكري المترجم إلى على صفحات المجلات والصحف، فعندما تأسست حكومة شرقي الأردن في 11/4/1920، والأردن يشهد تطوراً ملحوظاً في مختلف جوانب الحياة، وانعكس ذلك جلياً في ظهور الأعداد المتزايدة من الصحف والمجلات، وبالتالي اهتمام الدولة الأردنية بهذا المجال وذلك بإحداث أنظمة وقوانين تواكب التطور وتدعمه. وترجع نشأة تاريخ الصحافة الأردنية إلى عام (1920)، وذلك عندما ظهرت صحيفة (الحق يعلو) في معان كأول صحيفة أردنية في 28/2/1921، وصحيفة (الشرق العربي) كأول صحيفة رسمية بعمان 1/12/1923<sup>(3)</sup>.

### المطلب الثالث: الإستراتيجية الأردنية للإعلام وأدواتها

سنتحدث في هذا البند عن جانبين مهمين في حياة الإعلام الأردني؛ وهما: تشريعات الإعلام الأردني، والسياسة الإعلامية.

#### أولاً: تشريعات الإعلام الأردني

عمل جلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين منذ تسلّم سلطاته الدستورية على الدعوة إلى حرية التعبير، والرأي والاستماع إلى الرأي الآخر على أن تقابل هذه الحرية بالمسؤولية الكاملة تجاه

(1) عبيدات، محمد، مسيرة الصحافة الأردنية 1920-2000//الأردن، 2003.

(2) شريم، أميمة، الصحافة الأردنية وعلاقتها بقوانين المطبوعات والنشر 1920-1983، ط1، عمان، 1983، ص155.

(3) المرجع ذاته، ص159.

كل ما يُنشر، مما جعل الخطة الإعلامية تقوم على جملة من المفاهيم الأساسية المتعلقة بدور الإعلام والتفهم لخصوصية المجتمع الأردني، وقد ارتكزت التشريعات الإعلامية والسياسة الإعلامية على الدستور، والرؤية الملكية والميثاق الوطني لتكفل حقوق المواطنين وحرية التعبير، ويمكن إجمال ذلك بما يأتي<sup>(1)</sup>:

أ. **الدستور الأردني**: صدر الدستور الأردني عام (1952)، ويُعدّ ركيزة من ركائز أي مجتمع،

وقد ركز الدستور الأردني على طرح التشريعات المتعلقة بوسائل الإعلام، بالإضافة إلى

التعبير عن حرية المجتمع، وقد نصّت المادة (15) من الدستور الأردني على كفالة الدولة

لحرية الرأي والتعبير والقول، وهي على النحو الآتي:

- تكفل الدولة حرية الرأي، ولكل أردني أن يعبر بحرية عن رأيه بالقول والكتابة والتصوير

وسائر وسائل التعبير بشرط أن لا يتجاوز حدود القانون.

- الصحافة والطباعة حرتان ضمن حدود القانون.

- لا يجوز تعطيل الصحف، ولا إلغاء امتيازها إلا وفق أحكام القانون.

- يجوز في حالة إعلان الأحكام العرفية، أو الطوارئ أن يفرض القانون على الصحف

والنشرات والمؤلفات والإذاعة رقابة محدودة في الأمور التي تتصل بالسلامة العامة،

وأغراض الدفاع المدني.

ب. **الرؤية الملكية**: نتيجة للاستقرار وازدياد الوعي السياسي لدى المواطنين، وما شهده الأردن

من تحولات اقتصادية واجتماعية، ولزيادة الأداء العام الشعبي، والمشاركة الشعبية في اتخاذ

القرار السياسي، فقد كان من رؤى جلالة الملك بناء نظام إعلامي حديث يحقق التنمية

السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية لمواكبة التطورات الحديثة التي يشهدها العالم

---

(1) دائرة المطبوعات والنشر، خمسون عاماً من الإرادة الحرة والبناء، وزارة الاعلام الأردنية، 1996، ص93.

في ظل التقدم التكنولوجي، وتعدد أدوات الإعلام، فقد قامت توجيهات جلالتة على عدة مرتكزات أهمها ما يأتي<sup>(1)</sup>:

(1) بناء إعلام الدولة الحديثة المبني على ما يأتي:

(أ) تشجيع التعددية، واحترام الرأي، والرأي الآخر، وذلك من خلال عرض وجهات النظر

المختلفة في مناخ من الاستقلالية والحرية المسؤولة.

(ب) التعبير عن الوطن بكافة فئاته، وأطيافه وعكس إرادته وتطلعاته.

(ج) ممارسة أداء إعلامي ليقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية المسؤولة.

(2) دعم استقلالية مؤسسات الإعلام وإداراتها وذلك من خلال ما يأتي:

(أ) استقلالية إدارة المؤسسات الإعلامية.

(ب) استقلالية القرارات الإعلامية المؤسسية.

(ج) فتح المجال أمام القطاع الخاص للمشاركة في ملكية وسائل الإعلام.

(د) تمكين هذه المؤسسات من لعب دورها الرقابي في المجتمع في مناخ من الحرية المسؤولة

والاستقلالية والمهنية المتطورة.

(3) الارتقاء بالبُعد المهني للعمل الإعلامي، والعمل بمهنية عالية وذلك من خلال ما يأتي:

(أ) تطوير ميثاق الشرف الإعلامي.

(ب) توجيه وتطوير العمل المهني من خلال التدريب والتأهيل والتخصص.

(ج) مراجعة القوانين الإعلامية والصحفية والاستثمارية الخاصة بالصحافة والإعلام.

(د) الأخذ بالمتغيرات التقنية والفنية التي يشهدها العصر.

---

<sup>(1)</sup> المادة 73 الفقرة 4، بموجب تعديلات على الدستور تم نشرها في الجريدة الرسمية، العدد 2605 بتاريخ 7 شباط

ج. **الميثاق الوطني**: سعت القيادة السياسية في الأردن إلى تعميق وترسيخ مبدأ الديمقراطية،

وقد قرّر جلاله المغفور له جلاله الملك حسين رحمه الله عام (1989) استئناف الحياة

النيابية بهدف توسيع دائرة الحوار بين أصحاب الرأي، والقادة السياسيين من خلال مجلس

النواب، بالإضافة إلى تشكيل لجنة ملكية لصياغة ميثاق وطني يرسى قواعد العمل الوطني

مستنداً إلى الثوابت الدستورية، والتراث السياسي والوطني، وقد تم صياغة العديد من

الجوانب من ضمنها الإعلام، ونظراً للتقدم العلمي والتكنولوجي المتسارع، ودوره الرئيس في

تكوين المعرفة وترسيخ النهج الديمقراطي فقد تضمّن الميثاق الوطني ما يأتي<sup>(1)</sup>:

(1) أن تقوم رسالة الإعلام الأردني على مبادئ الحرية، والمسؤولية الوطنية، واحترام

الحقيقة، وقيم الأمة العربية والإسلامية.

(2) أن تُعدّ حرية الرأي، والفكر، والتعبير، والاطلاع حقاً للمواطنين كما هي حق للصحافة

وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال الوطنية، وهي حرية ضمنها الدستور، ولا يجوز

الانتقاص منها أو انتهاكها.

(3) أن تسهم المؤسسات الأردنية والأهلية في تأهيل الأطر القادرة على تأدية رسالة

إعلامية بموضوعية وبلا تحيز.

(4) أن يكون للمواطن الحق في التماس الحقيقة والمعرفة والمعلومات من خلال مصادر

البحث، والنشر المشروعة داخل البلاد وخارجها، ولا يجوز أن تحول الرقابة عن

المصنفات الإعلامية دون ممارسته لهذا الحق.

---

(1) نصار، تركي، تاريخ الإعلام الأردني، ط1، مطبعة البهجة، عمان، 1992، ص172.

(5) أن يكون للمواطنين الأردنيين والتنظيمات السياسية والاجتماعية الحق في استخدام

وسائل الإعلام، والاتصال الوطنية للتعبير عن الرأي والإبداع الثقافي والفكري والفني

والعلمي، وعلى الدولة أن تضع السياسات الملائمة لممارسة هذا الحق.

(6) أن تكون وسائل الإعلام والاتصال قنوات لإيصال صورة الوطن، وثقافته وحضارته

إلى العالم، وأداة لنقل المعرفة الجديدة، والتطور العلمي والحضاري إلى المواطن، مما

يتطلب تنمية الكفاءات الوطنية والاستعانة بالخبرات القادرة على تحقيق هذه الغاية.

(7) أن تسهم وسائل الإعلام في تكوين المواطن المنتمي لوطنه، وأمتة المعترف بثرائه

الأردني العربي والإسلامي، وبما يحقق التكامل بين دور البيت والمدرسة، ودور

العبادة في تطوير وعي المواطنين ومعارفهم واتجاهاتهم، وبما يسهم في الحفاظ على

السلام الاجتماعي، وصون الوحدة الوطنية، وتجنب التأثيرات الضارة لنشاط الإعلام

المعادي.

(8) أن تحرص وسائل الإعلام جميعها على تهيئة المناخ الحر اللازم لنمو المجتمع

الأردني بالمعرفة المستنيرة، والخبر الصادق.

(9) أن تعزز السياسة العامة لوسائل الإعلام الأردني احترام عقل الإنسان، وذكائه،

وحرية وحقه في التعبير، وتهيئة المناخ الملائم لتشجيع الإمكانيات الخلاقة والطاقت

المبدعة.

(10) أن تضمن الدولة حق الأفراد والجماعات والمؤسسات الأردنية، وحريةهم في امتلاك

الصحف وإصدارها وفقاً لمبادئ الدستور، وأن تسن التشريعات اللازمة لضبط مصادر

تمويل هذه الصحف بحيث تضمن حمايتها من أي تأثير خارجي.



(11) تُعدّ حرية تداول المعلومات والأخبار جزءاً لا يتجزأ من حرية الصحافة والإعلام، وعلى الدولة أن تضمن حرية الوصول إلى المعلومات في الحدود التي لا تضرّ بأمن البلاد، ومصالحها العليا، وأن تضع التشريعات اللازمة لحماية الصحفيين والإعلاميين في أدائهم لواجباتهم، وتوفير الأمن المادي والنفسي لهم.

(12) تُعدّ وسائل الاتصال الجماهيرية مؤسسات وطنية ملتزمة لا يجوز استخدامها، أو استغلالها للترويج لفلسفة حزب، أو تنظيم سياسي بعينه أو للدعاية لحكومة ما بأشخاصها، ويجب أن يشارك المواطنون الأردنيون في توجيه البرامج العامة لهذه المؤسسات من خلال مجالس تنشأ لهذا الغرض.

بعد عرض مواد الدستور الأردني، والذي يركّز على طرح التشريعات لوسائل الإعلام والرؤية الملكية، والتي جاءت منسجمة مع متطلبات الدولة الأردنية وتطوير الإعلام الوطني، ووضع السياسات التي تكفل ذلك في ظل النهج الديمقراطي الذي شهدته الساحة الأردنية منذ عام (1989)، وبما يضمن التنمية الشاملة لكافة قطاعات الدولة، ومؤسساتها، بالإضافة إلى مواد الميثاق الوطني الذي اعتبر حرية الرأي والفكر والتعبير والإطلاع حق من حقوق المواطن، إلا أنه ما زال يُلاحظ أن الإعلام الأردني ما زال غير قادر على التحرك بفاعلية، وعلى نطاق أوسع، وذلك لعدم وجود تكامل واندماج بين الإعلام والمجتمع.

## وزارة الاعلام (سابقاً)

جاءت فكرة إلغائها عام 2001<sup>(1)</sup> للبدء بإعادة هيكلة الإعلام الأردني، فقد كانت الوزارة جزء من الحكومة حيث استمرت السيطرة على مؤسسات الإعلام الرسمي لفترة دامت ما يقارب من أربعة عقود، وضعت خلالها التشريعات وقوانين المطبوعات والنشر من خلال دائرة المطبوعات

(1) المجلس الأعلى للإعلام، نظرة في الاعلام الأردني في مطلع القرن، ص 80.

والتي كانت ذراع وعضو أساس في تنظيم الوزارة، واحد اذرعها التشريعية الرئيسية، لذلك مثلت هذه الوزارة أهم رموز الهيمنة الحكومية على مؤسسات الإعلام، وقد كانت خطة وزارة الاعلام تقوم على جملة من المفاهيم الأساسية المتعلقة بدور الاعلام في المجتمع، وعلى التصور المهني، والدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام، من منطلق التفهم لخصوصية المجتمع الأردني، وحق الناس في الاطلاع على المعلومات الضرورية لحياتهم من خلال وسائل الاعلام كما كانت وزارة الإعلام تمارس الإعلام الشمولي الأمر الذي أدى إلى تأخر الإعلام في الأردن، أما الآن فنحن بحاجة إلى إعادة صياغة التشريعات الإعلامية وترك الإعلام يعمل في فضاء رحب وقد كان إلغاءها مؤشراً ايجابياً على نوايا الحكومة على تطوير الإعلام، أسوة بالدول الديمقراطية التي لا يوجد بها وزارات إعلام إلا انه وبعد تأسيس المجلس الأعلى للإعلام وإلغائه بات السؤال هل ستعود وزارة الإعلام.

### المجلس الأعلى للإعلام (سابقاً)

تم تشكيله بإرادة ملكيه عام 2001<sup>(1)</sup> على اثر إلغاء وزارة الاعلام ويتمتع المجلس بشخصيه اعتباريه غير تنفيذيه ذات استقلال مالي وتعتبر فلسفة تشكيل المجلس بداية الطريق لإعادة هيكلة مؤسسات الإعلام الأردني وذلك من اجل مواكبة ثورة الاتصالات والمعلومات والتسارع الكبير الذي يشهده الإعلام وفي ظل تطور العمل الإعلامي العالمي، والانتقال من إعلام الحكومة إلى إعلام الدولة، فقد حاول المجلس لعدة سنوات أن يرسم ملامح وحدود السياسات الإعلامية وأن ينظم عمل الأجهزة الإعلامية، وقد اسند للمجلس مهام وواجبات تم التطرق لها في المبحث الاول من هذا الفصل وقد كانت تلبي متطلبات الإعلام الأردني إذا ما تم تطبيقها، لاسيما وان الحكومة تسيطر على مقاليد الأمور لامتلاكها الحق في سن التشريعات واحتفاظها بحق تعيين القيادات وأعضاء مجالس الإدارة لهذه المؤسسات، وحقها في تنظيم قطاع الإعلام من خلال

(1) المجلس الأعلى للإعلام، مرجع سابق، ص 80.

إصدار التراخيص، ومن هنا يمكن القول أن عملية تطوير الإعلام وإعادة هيكلة مؤسساته الرسمية ومنحها الاستقلالية ترتبط بشكل مباشر بالإرادة السياسية ومصادقية الحكومة.

من خلال ما سبق يمكن القول أن فكرة إنشاء المجلس الأعلى للإعلام جاءت للإسهام في تقدم المهنة وتنظيمها وليؤسس إعلام دوله ووطن وتنظيم عمل الأجهزة الإعلامية كل ذلك يجعلنا تسأل مره أخرى عن إلغاء المجلس الأعلى للإعلام وإلغاء وزارة الإعلام ولا بد من معرفة الأسباب الكامنة خلف إلغاء هذه المؤسسات الإعلامية وبقاء الأردن بدون مظلة إعلامية مع أن من أهم أسباب نجاح الدولة هو وجود إعلام واضح وخصوصاً في الأوقات التي تتطلب إظهار دور الدولة في الدفاع عن قضاياها الوطنية، إلا أن الحكومة ترغب ببسط سيطرتها بشكل كامل على الإعلام الرسمي ليعمل ضمن مظلتها ولمصلحتها.

## المركز الأردني للإعلام

أنشئ عام 2004<sup>(1)</sup> يرأسه مدير عام يتبع وزير الدولة الناطق الرسمي باسم الحكومة، جاءت فكرة إنشائه ليمثل حلقة الوصل ما بين الحكومة ومحيطها الوطني والإقليمي والدولي ويمارس دوره كشريك في العملية الإعلامية، بالإضافة إلى تقديم الخبرة والمشورة لوححدات الإعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، كما يساعد في إيصال رسائلها إلى الجمهور في الداخل والخارج، ويعتبر بمثابة إعلام للحكومة بينما ترتقي المؤسسات الإعلامية الأخرى إلى مفهوم إعلام الدولة، يساعد الحكومة في إيصال رسائلها إلى الجمهور في الداخل والخارج، ويعبر عن موقفها ويعرف ببرامجها وخططها وقراراتها، ويوفر للمواطنين المعلومات عن سياسات الحكومة ومشاريعها للإطلاع عليها، وتمتد رسالة المركز إلى التعريف بالأردن سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً إلى جانب التعريف بمفاهيم الدولة الأردنية.

(1) المجلس الأعلى للإعلام، العلاقات العامة والإعلام الحكومي/المركز الأردني للإعلام، عمان، أيلول 2003

## المطلب الرابع: السياسة الإعلامية الأردنية

### - السياسة الإعلامية ودورها في البعد الإقليمي والدولي

يشكّل البُعد القومي ركيزة أساسية في النظام الأردني، ويقع على الإعلام الأردني عبء إبراز الصورة المشرفة للإنسان العربي، وحضارة الأمة العربية، بالإضافة إلى مساهمتها في بناء الحضارة الإنسانية، وينمّ ذلك من خلال التعاون مع الدول الأخرى، وخصوصاً الدول الإقليمية، والإسلامية، وخاصةً في مجال مقاومة الهيمنة الاقتصادية والفكرية الثقافية، وإبراز القضية الفلسطينية، مما يتطلب مراعاة العمل الإعلامي ضمن الميادين الآتية:

أ. العمل على نشر الثقافة العربية الإسلامية، وتأكيد قيمها الروحية والفكرية الإنسانية لمواجهة

الصورة السلبية للعرب والإسلام.

ب. تعزيز التضامن العربي الإسلامي، والمساهمة بفاعلية في المؤسسات الإعلامية والثقافية

المشتركة لدعم وتطوير التراث المشترك.

ج. تعزيز التضامن العربي، والمساهمة في المؤسسات الإعلامية، وتعزيز الشعور بالمصير

المشترك في ظل العولمة والتكتلات الإقليمية الكبيرة.

د. تعزيز التعاون مع الدول النامية، وفهم أوضاعها الاقتصادية والثقافية والسياسية، وإيصال

الثقافة العربية إلى شعوبها.

هـ. تعزيز التعاون مع شعوب العالم على أساس الاحترام المتبادل والمساواة والعدل والسلام.

و. التأكيد على أهمية ممارسة وسائل الإعلام الأردنية في سياق تنسيقي، ومتعاون مع النظام

العربي للإعلام، بالإضافة إلى الإعلام العالمي.

ز. العمل على توفير مصادر التمويل الكافية من المؤسسات الدولية لتحقيق هدف تنمية

الإعلام الأردني.

## - السياسة الإعلامية ودورها في البعد الوطني

تعتمد السياسة الإعلامية وفقاً للمفهوم والخصائص والأطر على الوصف أكثر من التحليل، فالسياسة الإعلامية تتبنى أهداف سياسات أخرى، وتعمل في نطاقها، لذلك فإن مهمة السياسة الإعلامية، ومجال تنفيذها في المجال الاجتماعي، والثقافي والاقتصادي، والسياسي يتطلب الاندماج والتكامل مع السياسات الأخرى.

وإن العلاقة مع التخطيط علاقة مباشرة؛ لأن التخطيط يعتمد على تكوين الصيغ الواضحة للموضوعات، وليس من نوع العلاقات العابرة، أو التي يمكن تجاوزها بسهولة وبساطة، وهي الصيغة الوحيدة التي يستطيع الإعلامي التعبير بواسطتها عن مضامين سياسته، ويتميز مفهوم السياسة الإعلامية بالواقعية والشمول، ويُعدّ أكثر تعبيراً عن العملية الإعلامية، وبعيداً عن التعسف والتزمت النظري لالتزامها بالخط الاستراتيجي العام، والعمل ضمن نطاقه، كما يقرّ عملياً توجيه سلوك الأنظمة الإعلامية، وتتناول السياسة الإعلامية ما يأتي<sup>(1)</sup>:

- أ. النشاط الإعلامي (العملية الإعلامية).
- ب. طبيعة الرسالة الإعلامية.
- ج. صيغ التدخل المباشر أو غير المباشر في التأثير على السلوك.
- د. النتائج المتوخاة من عملية التأثير.
- هـ. علاقة الإعلام بالحقول الاجتماعية الأخرى.
- و. صيغ التوازن، والتوافق بين الإعلام والأنشطة الرسمية، وغير الرسمية.

---

(1) الدليمي، جميد، مرجع سابق، ص 83.

كما أن ثوابت السياسة الإعلامية الأردنية تنطلق من خلال عدد من المبادئ والأسس أهمها الشرعية التاريخية والدينية للقيادة الهاشمية، والهوية الإسلامية المنتمين إليها جنباً إلى جنب مع مبدأ الأردن أولاً، فالمصلحة الوطنية هي العليا، وفوق كل اعتبار.

ويأتي الهاجس الوطني أولاً وعلى مختلف الصُعد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية والتقنية، كما انتهجت السياسة الإعلامية سياسة الانفتاح الإعلامي على كافة شرائح المجتمع الأردني ومؤسسات المجتمع المدني من خلال إجراء حوارات، وعقد ندوات، ومقابلات حول مجمل القضايا التي تهتمّ المواطن، إلا أنه يمكن القول أن هذه البرامج ما زالت تركز على إجراء مقابلات مع الموظفين الحكوميين، ولا تركز على الرأي، والرأي الآخر رغم أن إجراء المقابلات التي تشتمل مثل هذه المواجهة تؤدي إلى تحفيز الرأي العام، وتحقيق الأمن الوطني المنشود.

### مبادئ ومرتكزات الإعلام الأردني

انطلاقاً من مبادئ الدستور الأردني والميثاق الوطني والقوانين الإعلامية لتنظم وسائل الإعلام فقد اقر المجلس الأعلى للإعلام سياسات الإعلام والاتصال وارتكز على المبادئ والثوابت التالية<sup>(1)</sup>:

- أ. الإيمان بالله والانتماء للوطن والولاء للملك والتمسك بقيم الإسلام والعروبة.
- ب. الالتزام بمبادئ الثورة العربية الكبرى والرسالة الهاشمية وتوعية المواطنين بتراثهم ودورها الحضاري.
- ج. الالتزام بإحكام الدستور والاسترشاد بمبادئ الميثاق الوطني في ضمان حرية التعبير عن الرأي وتعزيز النهج الديمقراطي والتعددية السياسية.

<sup>(1)</sup> [www.jaf.mil.jo](http://www.jaf.mil.jo) شبكة المعلومات.

د. تعزيز مبادئ العدل والمساواة وسيادة القانون.

هـ. توفير المناخ للإبداع الفكري والفني والعلمي.

و. احترام عقل الإنسان وكرامته وعدم المس بحريته أو الإساءة لحياته الخاصة والحرص على

المصداقية في إظهار الحقيقة.

ز. تأكيد حرية تداول المعلومات ونقل الأخبار بما لا يمس أمن الوطن ومصالحه العليا وفقاً

لأحكام القوانين المعمول بها.

ح. تنمية الحس الوطني والإنساني لدى المواطن وتوعيته بحقوقه وواجباته.

### العقيدة ومنظومة المثل العليا والقيم النبيلة

يقوم الإعلام الأردني في المجتمع المعاصر بدور كبير في تنشئة الأفراد، وبخاصة أن

تأثيره يصل إلى قطاعات واسعة وعريضة من شرائح المجتمع الأردني، وقد ساعد على ذلك سرعة

اختصاره للزمان والمكان، وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، مما يؤدي إلى زيادة

الرصيد الثقافي للإنسان، وان نصيب الجيل الحالي من تأثيرات وسائل الإعلام في تكوين ثقافته

وتحديد أنماط سلوكه وإكسابه المفاهيم والقيم والعادات والاتجاهات<sup>(2)</sup> قد تزايد كثيراً في ظل تقدم

تقنية الاتصالات والمعلومات لذا فإن السياسة الإعلامية العسكرية الأردنية انطلقت من امتداد لفكرة

الثورة العربية الكبرى والمشروع النهضوي العربي بكافة أبعاده ويستتير بفكر جلاله القائد ويتسم

بالشفافية والوضوح /والمصداقية وان الانتماء هو للأمة العربية بهويتها الإسلامية وان الانفتاح على

الآخرين لا يعني التخلي عنها وان إدامتها تأتي في إطار أن من لا هوية له لا وجود له.

---

(3) محمد خلف الرقاد، مرجع سابق، ص100.

## المطلب الخامس: الإعلام الأردني ودوره في الأمن الداخلي

أكد جلالة الملك عبد الله الثاني في العديد من التوجيهات على صون الحريات الإعلامية وحمايتها، وتأكيد الدائم على أهمية بناء إعلام معاصر يقوم على الحرية المسؤولة والمهنية العالية واحترام الرأي والرأي الآخر، كما كان للسلطتين التنفيذية والتشريعية تحركهما الايجابي في اتجاه تعزيز الحريات الإعلامية وخاصة صدور قانون رقم (27) لسنة 2007 قانون معدل لقانون المطبوعات والنشر وقانون ضمان حق الحصول على المعلومات رقم (47) لسنة 2007<sup>(1)</sup>.

فالمجتمع الأردني يعيش بتأثيرات وسائل الإعلام المختلفة في تكوين ثقافته وتحديد أنماط سلوكه وإكسابه المفاهيم والقيم والعادات والاتجاهات في ظل تقدم تقنية الاتصالات والمعلومات وازدحام الفضاء بالأقمار الصناعية التي تبث برامجها طوال الليل والنهار مما يتطلب توظيف وسائل الإعلام لخدمة وحماية المواطنين من الاختراقات وصونه من الإشاعات من خلال تقديم الخبر الصادق.

وتعتبر العلاقة بين الاعلام والأمن الوطني علاقة تكاملية وهذا يتطلب من الإعلام الرسمي والأردني أن يقوم بدور كبير في تنشئة الأفراد من خلال البرامج والحوارات الهادفة وبخاصة أن تأثيره يصل إلى قطاعات واسعة وعريضة من شرائح المجتمع نتيجة لسرعة وسائل الإعلام على اختصار الزمان والمكان وسرعة التجاوب مع المستجدات العلمية والتكنولوجية والذي يؤدي إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان وتيسير عمليات تبادل الخبرات البشرية، وتتوافر في وسائل الإعلام عدة مميزات لا يتمتع به غيرها فهي تقدم خبرات ثقافية متنوعة وتنقل إلى الأفراد خبرات ليست في مجال تفاعلاتهم البيئية والاجتماعية المباشرة وتتعرض للكثير من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية مما يساهم في تحقيق الأمن الوطني.

(1) شبكة المعلومات، [www.annabaa.org/nbanews](http://www.annabaa.org/nbanews).



إن وسائل وأدوات الإعلام الحقيقية تتفاعل مع الأحداث والرأي العام بصورة صادقة كما ان المؤسسات الإعلامية الناجحة هي الوحيدة القادرة على تحصين الفرد والمجتمع ضد الغزو الإعلامي الخارجي الذي يستهدف الرأي العام وهذا يتطلب من وسائل الإعلام تفعيل الدور الرقابي لكشف الحقائق مع تجنب السعي إلى تحقيق الربح المادي بالإضافة إلى تفعيل استراتيجية إعلامية قادرة على التصدي للتحديات التي تفرضها وسائل الإعلام الأخرى.

## أهمية الإعلام الوطني الأردني

تبرز أهمية الإعلام الوطني الأردني في التوعية للمجتمع من خلال تعزيز الثقة والتعاون وترسيخ القيم الوطنية وحشد الطاقات والإمكانات لمواجهة التحديات وحملات التشويش المغرضة التي تتعرض لها الدولة جراء تمسكها بثوابتها الوطنية والقومية وقد أكد جلالة الملك عبدالله الثاني على أهمية بناء الحرية المسؤولة للصحافة دون حدود لتمكينها وتعزيز دورها في التعبير عن ضمير الوطن وطموحات أبنائه في إطار يستند إلى الدقة والموضوعية والمهنية وأن الإعلام سيبقى راسخاً كسلطة رابعة تتوخى الوقوف من جميع المؤسسات والأفراد وتكشف الحقيقة وتحذر من الأخطاء بالإضافة إلى أن صيانة حرياته أمر محفوظ في الأردن لارتباطه بحدود حرية الرأي الآخر والالتزام بقواعد الأخلاق والمهنية والترفع عن أساليب اغتيال الشخصية والتجريح والتمسك بالموضوعية والشفافية ونبذ كل ما من شأنه المساس بالوحدة الوطنية<sup>(1)</sup>.

أن العالم يواجه تحديات كبيرة وظروف إقليمية ودولية دقيقة في ظل العولمة والنظام العالمي الجديد مما جعل الأردن يعاني من هذه التحديات، وقد أدى ذلك إلى حدوث فجوة ما بين الدول المتقدمة والدول النامية ومن هذه التحديات هذه المرحلة الأزمة المالية التي يتعرض لها العالم والأحداث في كثير من الدول المجاورة ومدى تأثيرها على المجتمعات في الدول ومنها الأردن، ومن

---

(1) شبكة المعلومات، [www.kuna.net](http://www.kuna.net)

هنا يبرز دور أدوات ووسائل الإعلام في دعم القضايا الوطنية والمساهمة في إبراز ووضع الآليات اللازمة للتصدي لكافة المشاكل والصعوبات.

يرى الباحث أن العلاقة وثيقة بين الإعلام والأمن الوطني، خاصة وأن الإعلام كان ينظر إليه في الماضي علي أنه نوع من الترفيه والتسلية، ولكن اليوم ومع النظرة الفاحصة والدقيقة فقد ثبت أن علاقة الإعلام بالأمن الوطني علاقة تكامل وترابط واتحاد، كعلاقة الروح بالجسد، والحق بالقوة فالإعلام يقوم اليوم بدور محوري ومنتام في تشكيل عقل وفكر وثقافة ووجدان وأحاسيس وعاطفة الإنسان، ويمارس بكل حنكة ولطف ورقة التأثير في سلوكه وعاداته سواء في داخل أسرته أو مع المجتمع الخارجي، وبالتالي تغيير الكثير من المفاهيم والأفكار والمعتقدات الخاطئة، بل وتمهيد الطريق وحشد الطاقات بالرضا والإقناع من أجل إحداث النتائج والوصول إلي تحقيق الأمن الوطني .

### أثر وسائل الإعلام في شخصية الفرد

تعتبر وسائل الإعلام من أقوى الوسائل والأدوات التي تسهم في تشكيل شخصية الفرد الاجتماعية ومن هنا نجد أن وسائل الإعلام تكون مساعداً في تثقيف الجيل الناشئ مما يتطلب أن يفهم دورها من خلال معرفة استخدام أدوات ووسائل الإعلام لان الإعلام بات أكثر خطورة من أي سلاح مدمر للشعوب وذلك من خلال تأثيره على العقل البشري وتلاعبه بالعواطف ومساهمته باقتلاع جذور الهوية والانتماء، ومن آثار وسائل الإعلام في شخصية الفرد ما يلي:

أ. إنها تؤثر في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور والطريقة التي يفكرون بها وفي سلوكهم

نحو عالمهم الذي يعيشون فيه<sup>(1)</sup>.

ب. الأسرع في نقل البناء الثقافي والقيمي.

---

(1) غازي الربابعة، مرجع سابق، ص57.

- ج. التأثير في تشكيل شخصية الطفل وسلوكه عند بلوغه سن الرشد.
- د. تهديد الهوية الوطنية، إن وسائل الإعلام بظل العولمة تعتمد على تجاوز الحدود السياسية وتجاوز الثقافات والهويات القومية وإضعاف سلطة الدولة الوطنية<sup>(1)</sup>.
- هـ. الغزو الثقافي، وهو من أخطر ما يهدد شخصية الفرد حيث يقوم بتشويه القيم التي اكتسبها الفرد<sup>(2)</sup>.

و. تقديم المعرفة بصورة لا تتفق مع المنهج الشرعي وعرضها بما يسوق لقبولها<sup>(3)</sup>.

من هنا فإن الباحث يرى أن وسائل الإعلام الأردنية يقع عليها الدور الأكبر في تكوين نمط السلوك الفردي كون الاعلام أصبح هو القوة المهيمنة على سلوك الفرد، فالإعلام يساهم في تكوين الفكر السياسي والسلوك والأفكار والإثارة وعامل من عوامل الإجرام مما يؤثر في تكوين شخصية الفرد الذي هو جزء من المجتمع و بالتالي تحقيق الأمن الوطني إلا أن الإعلام الأردني لازال أداة بيد السلطة من خلال التشريعات التي تكفل لها ذلك من اجل خدمتها وتبرير قراراتها وبالتالي إقناع الرأي العام بها، وهذا يتطلب التوفيق بين حرية الإعلام وبين المصلحة العليا للدولة لتجنب التصادم بينهما.

### دور الإعلام الأردني في التنمية

هناك علاقة وطيدة بين التنمية و دور وتطور وسائل الإعلام حيث أن تطور وسائل الإعلام لم يقتصر على قوة البث وقوة الاستقبال فقط وإنما ترك آثار واسعة على البنى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية<sup>(4)</sup> وقد لعبت دوراً هاماً في المجتمع من خلال تغير ظروف الحياة

(1) شبكة المعلومات [www.onefd.edu.dz](http://www.onefd.edu.dz)

(2) شبكة المعلومات [www.onefd.edu.dz](http://www.onefd.edu.dz)

(3) شبكة المعلومات [www.onefd.edu.dz](http://www.onefd.edu.dz)

(4) حميد جاعد الدليمي، علم اجتماع الإعلام، مصدر سابق، ص 114.

الاجتماعية اليومية وإحداث تغييرات في حياتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وبناء العلاقات والتفاعل الاجتماعي بفعل التقنيات الحديثة والتغيرات التي يتعرض لها الإعلام بمعنى أدق اخذ الإعلام يلعب دوراً مركزياً في إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية والأنماط السلوكية والبيئة المعرفية للأفراد والجماعات على حدّ سواء<sup>(1)</sup>.

### دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية

إن التخطيط الإعلامي التنموي يعتمد على أسس وأطر واسعة وعريضة التخطيط أو من خلال برمجة أنشطة وسائل الإعلام المختلفة<sup>(2)</sup> بهدف المساهمة في التعبير الاجتماعي والفردى ضمن إطار عملية التنمية بوضع خطط لدعم الحملات الإعلامية، وتستخدم الحكومة الأعلام التنموي لغرض تنمية الشعور بالهوية القومية وإعلام الناس بأهداف التنمية وبرامجها مع التأكيد على التخطيط العائلي وتتركز جهود التنمية الاجتماعية الأردنية على المجالات التالية<sup>(3)</sup>:

أ. تحقيق العدالة الاجتماعية لجميع مناطق المملكة الأردنية الهاشمية بما يضمن إحداث توازن الخدمات الاجتماعية والاقتصادية.

ب. تطوير مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البادية باستغلال ثرواتها الطبيعية.

ج. تطوير وتعميم الخدمات الصحية ورفع كفاءتها.

د. توسيع وتطوير الخدمات التعليمية بحيث يحقق محو الأمية محوً كاملاً.

هـ. توسيع خدمات الاتصالات المختلفة والتي ترتبط بالدور التنموي الذي سيلعبه الأردن على

المستوى العربي.

و. توفير السكن المناسب للمواطنين كافة وخاصة ذوي الدخل المحدود.

(1) نفس المرجع، ص115.

(2) حميد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي، مصدر سابق، ص53.

(3) صالح أبو أصبع، مرجع سابق، ص139.

تتمثل الخطة الإعلامية الأردنية بتعزيز الوحدة الوطنية وتعميق معاني الاعتزاز الوطني وعرض الجذور الحضارية والانجازات والمساهمات في المسيرة الإنسانية بالإضافة إلى تعزيز الأيمان بالله وحب الناس وخدمة المجتمع<sup>(1)</sup> بالإضافة إلى تعزيز القيم الاجتماعية في المجتمع ونقد القيم السلبية ونشر الثقافة بين المواطنين وتتركز جهود أجهزة الإعلام على إقناع المواطنين بالتخلي عن السلوك والتصرفات المرتبطة بتأثيرات الإعلام المغرضة والفساد مستنده بتأثيرها على ما يلي :

أ. مصلحة الوطن العليا والانتماء لهذا الوطن.

ب. وحدانية الولاء إلى الوطن.

ج. المواطنة الصالحة.

د. الفضائل الإنسانية.

هـ. الثواب والعقاب.

### دور وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية

إن التجارة والصناعة يمثلان الركيزة الأساسية للعملية التنموية الأمر الذي يوضح مدى أهمية وسائل الإعلام حيث تعتبر من أهم المحفزات للنمو الاقتصادي في المجتمع فهي تعطي زخماً إيجابياً له دور مهم في تفعيل الأدوات اللازمة للنمو الاقتصادي ويتم هذا عادة عن طريق رفع الثقافة الاستثمارية لشريحة واسعة من الأفراد بالبرامج والأخبار والتحليلات والمقابلات<sup>(2)</sup> كما تعد وسيلة فاعلة لطرح هموم رجال الأعمال والمشكلات والعقبات التي يعانونها لأنه كلما ازداد زخم التغطيات الإعلامية للإحداث الاقتصادية المختلفة فأن ذلك يسهم في دفع عجلة النمو الاقتصادي

(1) صالح أبو أصعب، مرجع سابق، ص140.

(2) شبكة المعلومات، [www.aleqat.com](http://www.aleqat.com)

وربما يظهر ذلك عندما تتوسع المطبوعات الصحافية في تغطية كل ما له علاقة بالشأن الاقتصادي وأولته اهتماماً خاصاً.

إن أهمية وسائل الإعلام تأتي من خلال بث الشعور بالمسؤولية الوطنية والاجتماعية لدى القراء والمشاهدين ورجال الأعمال ومنشأتهم والمسؤولين الحكوميين فبدون هذا لن نتقدم عجلة النمو الاقتصادي ولن نستطيع التغلب على العقبات التي يواجهها العمل الاقتصادي.

يرى الباحث إن وسائل الإعلام المختلفة من أهم محفزات النمو الاقتصادي في المجتمعات على الرغم من كونها محفزاً غير مباشر، فهي تعطي زخماً إيجابياً له دور مهم في تفعيل الأدوات اللازمة للنمو الاقتصادي، وهذا عادة ما يتم عن طريق رفع الثقافة الاستثمارية لشريحة واسعة من الأفراد بالبرامج والأخبار والتحليلات والمقابلات، وأيضاً تعد وسيلة فاعلة لطرح هموم رجال الأعمال ومتطلباتهم والمشكلات والعقبات التي يعانونها، وتفتح قناة اتصال غير مباشرة بينهم وبين الجهات الحكومية ذات العلاقة، كما أنها تلعب دور المراقب المستقل في متابعتها إنجازات وإخفاقات الجهات الحكومية الراعية والمشرفة على النشاط الاقتصادي، وكلما ازداد زخم التغطيات الإعلامية للأحداث الاقتصادية المختلفة أسهم ذلك في دفع عجلة النمو الاقتصادي، وهذا الدور المهم لوسائل الإعلام ربما يتضح جلياً من خلال توجيهات جلالة الملك عبدالله الثاني لدفع مسيرة التنمية من خلال وسائل الاعلام.

### دور وسائل الإعلام في التنمية السياسية

تساهم وسائل الإعلام في تعزيز الوعي السياسي والقيم السياسية والمشاركة السياسية بالإضافة إلى توعية الناس لما يدور حولهم من أحداث فالإعلام الذي يرافق التنمية السياسية عادة يواجه تحديات صعبة، ففي احد الدراسات عن دور الاعلام الأردني والتنمية السياسية أفاد 47% من العينة الدراسية أن مشروع التنمية السياسية لم يحظ بما يكفي من الاهتمام الإعلامي كما

أظهرت الدراسة أن التواصل بين الاعلام الرسمي وبين الأحزاب السياسية نادر وأن الاعلام غير الرسمي أكثر جرأة من الاعلام الرسمي<sup>(1)</sup>، فالإعلام يلعب دوراً هاماً في الإدارة السياسية والحزم الحكومي في اتخاذ القرارات والإجراءات الكفيلة لمكافحة الفساد ، كما يعمل على ما يلي<sup>(2)</sup>:

أ. تمكين المجتمع وخاصة المرأة بالمشاركة في كافة المجالات السياسية وتوسيع وتفعيل المشاركة السياسية والاهتمام بالشؤون السياسية .

ب. نشر ورفع الوعي بحق حرية الاختيار السياسي والمشاركة السياسية الفاعلة لكل مواطن.

ج. العمل على خلق الانطباع الشعبي الايجابي اتجاه المشاركة السياسية.

د. رصد وتقييم التنمية السياسية بأبعادها الشاملة.

يرى الباحث استناداً لما سبق أن مصداقية وجرأة الإعلام الأردني الرسمي في مجال نشر ثقافة الديمقراطية اقل بكثير من الإعلام غير الرسمي كما إن التواصل ما بين الاعلام الرسمي وبين الأحزاب السياسية نادر ويكاد لا يذكر مما يتطلب من الاعلام الرسمي أن يسعى إلى وضع استراتيجية من اجل تطوير وتنمية وتنظيم وسائل الحوار الوطني ما بين الاعلام الرسمي والأحزاب السياسية.

## دور الإعلام الوطني في تطوير قطاع الخدمات

يقع على عاتق المؤسسات الإعلامية الوطنية واجباً هاماً في مجال تطوير القطاعات الخدمية كونها من أوسع القطاعات في الدولة وتهتم كافة المواطنين وتؤثر تأثيراً مباشراً على الحياة العامة للمواطنين، ولتحقيق ذلك فقد انتهجت المؤسسات الإعلامية سياسات إعلامية تأخذ الأمور بكافة دقاتها وتحدد نقاط القوة والضعف في كافة المؤسسات وتدعمها وتبين أهم المعوقات وتسلط

(1) نشرة التنمية السياسية، عدد خاص، تشرين ثاني 2008، ص10.

(2) شبكة المعلومات [www.onefd.edu.dz](http://www.onefd.edu.dz)

الضوء عليها للحد من سلبياتها وضمن أسس مدروسة لكي تقوم هذه المؤسسات بأدوارها المطلوبة بشكل فاعل بحيث تسهم في تلبية حاجة المواطن الأردني بكافة شرائحها ومن ابرز هذه القطاعات ما يلي :

أ. **الشؤون الصحية:** للإعلام دور بارز في مجال الصحة من حيث التثقيف الصحي والثقافة الصحية ونشر الوعي بين المواطنين عن الأمراض السارية وكيفية الوقاية منها، يتطلب ذلك من وسائل الإعلام المختلفة (المقرؤة، المسموعة، المرئية) إعطاء الناحية الصحية اهتماما كبيرا في نشر الوعي والثقافة الصحية من خلال البرامج التي تتعلق بالأسرة والعناية بالطفل لتجنب الأمراض السارية وتوعية المواطن للاهتمام بحملات التطعيم ومكافحة تلوث البيئة والتي تنعكس بمجملها على حياة المواطنين مما يساعد على خلق مجتمع سليم معافى قادر على الإنتاج وبالتالي التقليل من الإنفاق على التأمين الصحي ولما له تأثير على الاقتصاد الوطني والأمن الوطني الأردني.

ب. **شؤون الثقافة والمعرفة:** لعبت الثورة التكنولوجية دوراً هاماً في اكتساح الثقافة الأجنبية للمجتمعات وتفاعل الجميع مع هذه الثقافات وخاصة شبكة الانترنت التي ساعدت كثيراً على الغزو الثقافي وتهديد الثقافات الوطنية مما يتطلب من الاعلام الوطني وضع السياسات المتعددة في المجالات الثقافية والمعرفية لكافة الأعمار وشرائح المجتمع وذلك من خلال البرامج الثقافية والحوارات والندوات العلمية الهادفة التي تلاقي قبولا عند القراء وأصحاب الفكر والرأي، وذلك للمحافظة على الهوية الوطنية وخلق أجيال بعيدة عن الجريمة والانحرافات والتي تؤثر على المجتمع وأمن واستقرار الدولة والتأثير على الأمن الوطني .



ج. صناعة السياحة: أصبحت السياحة تشكل شريان الاقتصاد الأردني وهي من القطاعات المؤهلة للنهوض بالاقتصاد الوطني وقد ركز الميثاق الوطني الأردني على اعتماد قطاع السياحة كصناعة تصديرية و مصدراً من مصادر الثروة الوطنية<sup>(1)</sup> مما يتطلب من الاعلام الوطني الأردني وضع سياسات إعلامية في مجال التسويق وترويج السياحة داخليا وخارجيا حيث تعتبر وسائل الإعلام من الوسائل للتسويق السياحي للدول وذلك من خلال إبراز الصورة الحضارية والأماكن السياحية والأثرية وموقع البتراء كأحد عجائب الدنيا السبعة وأماكن الراحة والاستجمام والبحر الميت وميزاته والتركيز على السياحة العلاجية وإصدار الكتب والنشرات يبين فيها أهم المعالم السياحية والتعريف عليها من خلال الوسائل المختلفة للإعلام مع شرح مفصل عنها وبيان أهميتها التاريخية لإعطاء انطباع جيد عنها، حيث تعتبر صناعة السياحة والترويج لها رافداً من روافد الاقتصاد الوطني ومساهمته في تخفيف أعباء الدولة الاقتصادية وأثارها على الأمن الوطني.

د. دور الإعلام في المجال الزراعي والثروة الحيوانية: نظراً لأهمية الزراعة فقد أولت وسائل الاعلام المختلفة قطاع الزراعة اهتماماً كبيراً كون جزء من المجتمع الأردني يعتمد اعتماداً كبيراً في دخلة على الزراعة ويعتبر الأردن بلد زراعي حيث يساعد تباين التضاريس والمناخ على تنوع الزراعة خصوصاً في مناطق الأغوار الشمالية والوسطى والجنوبية والمناطق الشمالية وجزء من المناطق الجنوبية ومناطق وسط الأردن وقابلة لزراعة معظم الخضراوات وأشجار الفاكهة وتقدم وسائل الاعلام برامج تنموية في هذا المجال لتثقيف المزارعين وإرشادهم للنمط الزراعي وكذلك تطوير فكر المزارعين المهتمين بتربية الماشية والأبقار والدواجن ومساعدتهم وتقديم وسائل النصح و الإرشاد للمحافظة على الثروة الحيوانية

---

(1) الميثاق الوطني الأردني، مرجع سابق، ص40.

لأهميتها في هذا البلد وإسهامها في دعم الاقتصاد الوطني والتخفيف من البطالة في الأيدي العاملة.

## دور الإعلام في التوجيه الوطني

يمتاز الإعلام الأردني بخصوصيته المنبثقة من ثوابته الوطنية والقومية والإسلامية في التعامل مع الأحداث والمستجدات على الساحة المحلية والإقليمية والدولية وهي الجهة الرئيسية الذي تقوم بهذا الدور من خلال الوظائف التالية بفترتي السلم والحرب وكما يلي<sup>(1)</sup>:

أ. تتبع الأحداث والتطورات زمني السلم والحرب على المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية وتعريف المجتمع والقوات المسلحة بالحقائق المجردة والعمل على رفع المعنويات وتأكيد الانتماء.

ب. التصدي إعلامياً للأجهزة المضادة والحملات النفسية المعادية التي قد تكون من شأنها التأثير على الروح المعنوية وأداء القوات المسلحة وتحصين الفرد ضد الحرب النفسية.

ج. خلق الحافز على تطوير أداء القوات المسلحة.

د. المساهمة في تحقيق مبدأ الردع ومنع وقوع الحرب من خلال الإعلام عن قدرة القوات المسلحة على التصدي بمنتهى القوة لأي محاولات للاعتداء على أمن وسلامة الوطن.

هـ. التنسيق بين وسائل الإعلام الرسمي ووسائل الإعلام العسكري إذا لزم الأمر والكتابة في الصحافة المحلية لاسيما عند تعرض الأمن الوطني للمساس به<sup>(2)</sup>.

(1) شبكة المعلومات [www.onefd.edu.dz](http://www.onefd.edu.dz)

(2) محمد خلف الرقاد، مرجع سابق، ص 110.

**في أوقات السلم:** يمكن القول أن علاقة الإعلام بالأمن الوطني في أوقات السلم علاقة تكاملية وخروج أي منهما عن الآخر سيضر بمصالح الدولة إذ يناط بالإعلام القيام بما يلي في ظروف السلم:

أ. ضرورة الموازنة ما بين الحرية والديمقراطية والأمن الوطني والابتعاد عن كل ما يثير العنصرية أو الطائفية.

ب. ترسيخ قيم المواطنة والانتماء والمحافظة على الهوية الوطنية.

ج. العمل على غرس الحس الأمني لكافة أطياف المجتمع.

د. إدامة العلاقة ما بين المجتمع والقيادة السياسية من خلال إيصال الخطب والتوجيهات لكافة أبناء المجتمع.

هـ. التخفيف من آثار الجريمة من خلال البرامج الهادفة.

و. مساندة المشاريع الوطنية والاقتصادية من خلال الحملات الدعائية.

**في أوقات الحرب:** يعتبر الإعلام من العناصر الرئيسية في أوقات الحرب حيث يعتبر سلاح في دعم القوات المسلحة وإظهار دور القوات المسلحة وبيان الحقائق للمجتمع خلال سير المعركة وحمايتهم من الحرب النفسية وبظهر وظائف وسائل الإعلام من خلال ما يلي<sup>(1)</sup>:

أ. ترسيخ مبدأ الأنتماء والتوعية الوطنية.

ب. رفع الروح المعنوية بين أفراد القوات المسلحة.

ج. تشجيع الشباب على الالتحاق بصفوف القوات المسلحة للمشاركة في الدفاع عن الوطن.

د. إبراز دور القوات المسلحة ومساهمتها في الدفاع عن الوطن.

---

(1) محمد عايد أبو عواد، محمد خلف الرقاد، مرجع سابق، ص ص 91-92.

هـ. تنمية إرادة القتال والروح التعرضية بين منتسبي القوات المسلحة وتحقيق التلاحم والتعاون بين القوات المسلحة والمواطنين.

## المبحث الثالث: وكالة الأنباء الأردنية (بترا)

### المقدمة

تقوم وكالة الأنباء الأردنية "بترا" كمؤسسة إعلامية بالتغطية الإخبارية للوطن بجميع قطاعاته، وهي تقدم خدماتها لجميع المؤسسات الصحفية والإعلامية المحلية والخارجية، وبدون تقاضي أجور نقدية؛ أي بشكل مجاني مع الوعي لمسؤولياتها الوطنية والمهنية، وتتضمن استراتيجيتها المهام الآتية<sup>(1)</sup>:

أ. نقل الحقيقة بدقة وسرعة، وموضوعية، مع التأكيد على أن الإعلام وسيلة، وحق الشعب في أن يعلم هذه الحقيقة وفق احترام مبادئ الدستور، والقوانين، والأسس الأخلاقية المتعلقة بالصحافة.

ب. نقل الأخبار المتعلقة بالأنشطة والإنجازات أينما كانت، وبدون تحيز لجميع قطاعات الوطن باحترام العقل، وكرامة الإنسان بما لا يمس المصلحة العامة للوطن مع توعية المواطن بما يدور حوله في العالم، والقضايا التي تهمة وتؤثر في تشكيل الرأي العام، وتشكيل صورة صحيحة عن مجتمعه، والعالم حوله.

ج. تعتبر الوكالة أن نقل الأخبار عنصر أساسي لتعميق الديمقراطية، وتوسيع العدالة في المجتمع، وأن الإعلام أحد أساسيات حقوق الإنسان في المجتمعات الحرة.

د. التصدي للمعلومات المضللة والمحرّفة، والأخبار المضرة بمعنويات الشعب، والأسس الدينية والاجتماعية والأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع، واحترام العدالة وقوانينها وقرارات المحاكم،

(1) الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الأردنية بترا (www.petra.gvo.jo)

وعدم الإساءة لحياة الأفراد الخاصة، مع التمييز بين الرأي الشخصي، والخبر، والتأكيد على الحيادية في هذا المجال.

هـ. نشر الأخبار الدقيقة والموضوعية مع التدقيق في المعلومات قبل نشرها، والتأكد من موثوقيتها وصحتها.

و. التأكيد على احترام الأديان والقيم الإنسانية والعقائد في المجتمعات كافة، واحترام التشريعات والقوانين الدولية، والقيم التي تحكم العلاقات الدولية مع تحصين المواطن ضد أي أفكار وافدة مستوردة تغاير الدين الحنيف، أو العادات، أو المبادئ، أو الأخلاق، وتبني الأفكار التي تضمنتها رسالة عمان.

ز. الولاء للوطن وضمان حرية التعبير، وتعزيز النهج الديمقراطي، والتعددية السياسية مع احترام القوانين.

ح. عدم التمييز عند نقل الأخبار بين المواطنين لانتماءاتهم الحزبية، أو الدينية، أو الاجتماعية، واحترام الإنسان.

ط. العمل كفريق واحد لترجمة هذه الاستراتيجية، وتحقيق هدفها في بثّ الخبر الصادق من وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية؛ ليصل إلى كافة المواطنين، ونقل هموم المواطن واحتياجاته لأصحاب القرار، وترجمة إنجازات وقرارات السلطات، والهيئات وإبراز صورة الوطن وإنجازاته والتطورات التي تحققت في مختلف المجالات والعمل على ضمان أن تكون تلك الرؤية، والرسالة الإعلامية في الاتجاه الصحيح من خلال المتابعة الحثيثة والمتواصلة المتواصلة والدائمة.

وقد عرّف الأردن الصحافة المكتوبة عام (1920) عندما دخل المغفور له الأمير عبد الله

بن الحسين قادماً من الحجاز بهدف إقامة الدولة العربية، وبقيت الصحافة مقصورة على إصدار

بعض الصحف والمجلات التي كان استمرار صدورها يخضع لعوامل عدة، منها قوانين المطبوعات والأوضاع السياسية، ووجود الانتداب البريطاني وعدم توفر التمويل الكافي لاستمرارها<sup>(1)</sup>.

وخلال الفترة من عام (1946)، وحتى عام (1959)، دخل نوع آخر من الصحافة، وهي الناطقة، حيث تم إنشاء إذاعة القدس، وإذاعة المملكة الأردنية الهاشمية، التي بدأت تتولى إذاعة الأخبار الرسمية، وتبرز من خلالها دور الدولة على مختلف الأصعدة.

ولم يتحقق هذا الدور بشكل كامل، حيث ارتأت الدولة أن يكون لديها الجهاز الذي تصبّ فيه مختلف نشاطاتها، وتكون الجهة الوحيدة المخولة بإبراز هذه النشاطات، ووضعها في قوالب إخبارية؛ أي مختلف فنون الخبر؛ كالتحقيق الصحفي، واللقاء والمقابلة... الخ - وتسيط الأضواء على المنجزات العامة، ومنجزات القطاع الخاص.

وتلبيةً لحاجة الدولة لمثل هذا الجهاز فقد تأسس القسم الإخباري في دائرة المطبوعات عام (1965) كنواة لوكالة الأنباء الأردنية، والذي بدأ عمله بإصدار نشرة مطبوعة تتضمن أهم أخبار الدولة الرسمية، والنشاطات العامة والخاصة في مختلف الميادين، وبعد أربع سنوات، صدرت الإرادة الملكية السامية بتاريخ 1969/7/16 بتأسيس وكالة الأنباء الأردنية كدائرة مستقلة بعد أن أثبتت كفاءة بالعمل، خاصةً أن الصحف والإذاعة والتلفزيون اعتمدت عليها كمصدر رسمي أساسي لأخبار الدولة، والعديد من المؤسسات.

ومنذ ذلك التاريخ انطلقت مسيرة الوكالة وأخذت أولاً بأول تؤكد حاجة وسائل الإعلام الأخرى (كالصحف والإذاعة والتلفزيون) إلى أخبارها، خاصةً أنها تحتكر معظم الأخبار الرسمية.

---

(1) عبيدات، شفيق، وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في أربعين عاماً (1969-2009)، 2009، ص 17-18.

وتعرّف اختصاراً بـ بتر، أما بالإنجليزية فتعرّف بـ (Jordan News Agency)، وتم تأسيسها بموجب الإرادة الملكية السامية بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام الأردنية بتاريخ 16 يوليو 1969.

تبتّ بتر النشرات اليومية عبر خطوط الاتصال المباشرة مع وسائل الإعلام في الأردن، والإرسال عبر الإنترنت من خلال البريد الإلكتروني والـ FTP، والبثّ الفضائي من خلال وكالة أنباء الـ (يو بي أي.2) (UPI).

شهدت وكالة الأنباء الأردنية منذ تأسيسها تطورات مهمة على الصعيدين التقني والعمل الصحفي، وحجم نشرات الأخبار التي تبتّ عبر قنواتها الإخبارية، واستجابةً لرغبة الدولة بإيجاد وسيلة إعلامية تترجم إنجازات الوطن، وتعكس صورة الأردن في الخارج صدرت الإرادة الملكية السامية بتاريخ 16-7-1969 بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام لتحقيق غايات الأردن عن طريق تغطية الأنباء، وبتّها إلى الداخل والخارج بالوسائل الفنية المناسبة والتعبير عن ضمير الوطن وتطلعات أبنائه، وترجمة الرؤى الملكية في إيجاد إعلام دولة يسهم في تقديم خدمات صحفية، وإعلامية تخدم الوطن والمواطن.

### الكادر الوظيفي وآلية عمل الوكالة

بدأت الوكالة عند التأسيس بكادر وظيفي متواضع بلغ آنذاك (32) موظفاً، منهم (18) صحفياً يقدمون الخدمات الإخبارية عن طريق نشرة أخبار تُطبع باللغتين العربية والإنجليزية مساء كل يوم، وتوزع على وسائل الإعلام والصحافة والسفارات العربية والأجنبية، وبعض الوزارات والمؤسسات الحكومية، وزادت الوكالة فترات دوامها إلى (18) ساعة يومياً بما في ذلك أيام الجمع والعطل الرسمية، وتعمل على مدار الساعة في الأوقات التي تستدعي ذلك، وتستخدم في عملها اللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية.

وعلى مدى العقود الماضية تطور الكادر الوظيفي حتى وصل إلى (238) موظفاً حالياً، منهم (165) صحفياً أعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين التي كانت الوكالة من مؤسسيها، وهي عضواً فاعلاً في اتحاد وكالات الأنباء العربية، ومجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز. وتعتمد الوكالة مراسلين صحفيين في القاهرة، وباريس، وكوبنهاجن، ونيويورك، وواشنطن، وطوكيو، وبون، وغزة، ورام الله، وأبو ظبي، والدوحة والبحرين، وموسكو، ولندن، والكويت، وكوالالمبور، وبكين، وصنعا، وبوخارست، والبحرين، ودبي.

### خدمات الوكالة

للوكالة خدمات عديدة، من أبرزها ما يأتي:

#### - الخدمات الإخبارية

تقدم الوكالة خدماتها الإخبارية باللغتين العربية والإنجليزية عبر شبكتها العامة، ويكون معدل النشرة العربية (70 - 90) خبراً يومياً، والنشرة الإنجليزية من (20 - 30) خبراً يومياً، وهذه الأرقام تخضع لحجم الفعاليات والأحداث في الداخل والخارج.

كما تنقل الوكالة نشرتها باللغتين العربية والإنجليزية إلكترونياً إلى موقعها على شبكة الإنترنت الذي يتراوح عدد زواره ما بين (3- 4) ملايين زائراً شهرياً، ووصل في أحد الأشهر عام (2004) إلى سبعة ملايين زائر، بالإضافة إلى خدمات صور الأحداث والفعاليات اليومية عبر موقعها على شبكة الإنترنت، وتبث خدماتها إلى (22) مشتركاً بطرق التوصيل المباشر، ومنها:

أ. الصحف اليومية.

ب. مؤسسة الإذاعة والتلفزيون.

ج. بعض المؤسسات الحكومية.

د. مكاتب وكالات الأنباء العربية والأجنبية في عمان.



هـ. الوكالات التي ترتبط معها باتفاقيات مثل وكالة الأنباء القطرية، ووكالة الأنباء اليمنية،

ووكالة الأنباء السورية.

وتقدم الوكالة خدماتها التقنية من خلال خط اتصال مباشر مع الوكالة عن طريق شركة الاتصالات مع توفير برنامج استعراض للأخبار، حيث يزود كل مشترك بالمعلومات، والاسم والرقم السري المطلوب، ويطلب من المشترك أن يرتبط بشبكة الإنترنت، وتوفير جهاز كمبيوتر وبرنامج استعراض الأخبار، ومن خلال الأقمار الاصطناعية وموقعها على شبكة الإنترنت، إضافة إلى موقع اتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا).

#### - نظام الوكالة الجديد

بعد إلغاء منصب وزير الإعلام عام (2003) أصبحت وكالة الأنباء الأردنية في حزيران عام (2004) دائرة مستقلة تعمل بموجب نظام خاص منح الوكالة استقلالية مهنية وإدارية، وحدد صلاحيات مجلس الوكالة وصلاحيات المدير العام، وقبل صدور النظام كانت الوكالة تقدم خدماتها مجاناً، إلا أن النظام منحها بيع بعض خدماتها للمشاركين الراغبين بهذه الخدمات.

وحددت الوكالة بموجب النظام مجالات بيع الخدمات بما يأتي:

- مخزون المادة الأرشيفية من صور وأخبار ووثائق >

- الخدمات الصحفية الخاصة التي تطلبها مؤسسات محلية أو خارجية.

- خدمات الوحدة التلفزيونية وتأجير معداتها.

- موقع بترا على شبكة الإنترنت.

- التدريب المهني الصحافي والتقني الفني.

- نشرة الأخبار الخاصة.

- الإعلان على موقع الإنترنت.

## مراحل تطور الوكالة تقنياً

- 1- بدأت الوكالة بتوزيع نشرتها للمشاركين داخلياً بوساطة أنظمة توزيع تغذية خطوط الاتصال، وأجهزة التلبرنتر الميكانيكية التي تطورت إلى أجهزة إلكترونية.
- 2- في عام (1976) بدأت الوكالة ببثّ نشرتها للعالم الخارجي بوساطة أجهزة إرسال تعمل على الموجات القصيرة (vhf)، وتغطي العالم العربي وأوروبا بمعدل (6) ساعات يومياً.
- 3- في عام (1992) أدخلت الوكالة نظام الحاسوب في عملها ليشمل طباعة، واستقبال وبثّ الأخبار إضافة إلى أرشفة الأخبار الموثقة.
- 4- في عام (1994) طوّرت الوكالة نظام الأرشيف بإضافة قاعدة بيانات (Oracle)، وأجهزة تخزينية ذات سعة عالية.
- 5- في عام (1995) بدأت الوكالة ببثّ نشرتها عبر الأقمار الاصطناعية ليتسنى إرسالها إلى جميع أرجاء العالم، وذلك من خلال اتفاقية أبرمتها مع وكالة أنباء (u.p.i).
- 6- في عام (1997) نفذت الوكالة، وبدعم من منظمة اليونسكو نظام الأرشفة الإلكترونية للصور الفوتوغرافية الذي ساعد الوكالة على تخزين أكثر من (100) ألف صورة من أصل نصف مليون صورة، وفي السنة نفسها أدخلت الوكالة إلى عملها وحدة تصوير، ومونتاج تلفزيوني، وبناء أستوديو تسجيل، وفي مطلع عام 2005 تم تطوير هذه الوحدة من خلال بناء أستوديو بأحدث تقنيات التسجيل.
- 7- في مطلع عام (1998) ارتبطت الوكالة بشبكة الانترنت بوساطة خط اتصال مباشر، وأطلقت أول موقع لها على الشبكة لبثّ الأخبار والصور، وأجرت تحديثات على هذا الموقع ليتلاءم والتطورات التكنولوجية والمعلوماتية الحديثة.

8- في عام (1999) وضمن الاستعدادات للتغلب على مشكلة ال2000 أدخلت الوكالة نسخة جديدة من نظام الأخبار المستخدم (Nepras)، ودمج أنظمة أرشفة المعلومات، والصور والوثائق في نظام واحد.

9- في عام (2001) أدخلت الوكالة برنامجاً يساعد مكاتبها في المحافظات ومراسيلها في الخارج للدخول إلى نظام نبراس عبر الإنترنت، وإنشاء أخبارهم ومتابعتها، إضافةً إلى متابعة أخبار الوكالة والوكالات الأخرى التي تستقبلها الوكالة.

10- في عام (2004) طورت الوكالة برامجها المتعلقة بتحديث الأخبار والصور على موقعها ليتم بصورة آلية إضافةً إلى إدخال نظام رصد إلكتروني يقوم بتسجيل النشرات الإخبارية وتخزينها إلكترونياً، ثم تفرغها واستخدامها في نشرات الوكالة.

11- تستخدم الوكالة حالياً شبكة داخلية يرتبط بها جهازا سيرفر يعملان بنظام التشغيل (Windows 2003).

12- في بداية العام (2006) أدخلت الوكالة نظام أخبار جديد (FileWorx) بدلاً من نظام نبراس، وهو يدعم تقنية (XML).

### مشكلات العمل الإعلامي الأردني

يواجه الإعلام الأردني جملة من المشكلات في العمل الإعلامي، يمكن إجمالها بما

يأتي<sup>(1)</sup>:

أ. نقص الكوادر الفنية المتخصصة وتسرب الكفاءات، وضعف التدريب والتأهيل.

---

(1) المجلس الأعلى للإعلام (2005). تحليل المضمون الهيكلي الصحف اليومية الأردنية وكالة الأنباء الأردنية "بترا" (2005/6/15 - 2005/9/15)، عمان.

ب. انخفاض مستوى الإنتاج المحلي وتراجعهم أمام سيطرة البرامج المستوردة على الرغم من غلبة طابع التسلية، والضحالة على معظمها.

ج. ضعف التنسيق بين الأجهزة الإعلامية من جهة والمؤسسات، والوزارات والدوائر الحكومية من جهة أخرى.

د. عدم توفير المعلومات الدقيقة لدى المؤسسات عن نشاطاتها.

هـ. عدم معرفة بعض المسؤولين أو الجهات من خارج الأسرة الإعلامية بطبيعة، وطريقة عمل وإمكانات أجهزة الإعلام.

### التحديات التي تواجه الإعلام الأردني

تواجه الاستراتيجية الإعلامية جملة من التحديات يمكن عرضها على النحو الآتي:

أ. التحديات السياسية العالمية والإقليمية والداخلية من نزاعات ومشكلات داخلية مثل القضية الفلسطينية، والأزمة العراقية، والإرهاب .

ب. تحدي المنافسة العالمية في ظل محدودية الموارد.

ج. الظروف الاجتماعية للشعب من خلال مستوى التعليم، والثقافة للمواطن، وتأثير الفقر والبطالة على امتلاك وسائل التكنولوجيا.

د. التحدي المهني، وذلك بتنسيق الصلاحيات ما بين المجلس الأعلى للإعلام (سابقاً)، ونقابة الصحفيين، ودورهم في الالتزام في آداب وسلوكات المهنة، وحرية وسائل الإعلام.

هـ. محدودية القدرة على مواكبة التطور في تكنولوجيا المعلومات نظراً للحاجة إلى الكلفة المالية العالية.

من هنا يمكن القول أن تجاوب الإعلام الأردني مع حل المشكلات والتحديات ضعيفاً

أحياناً، ولا يتناسب مع ما يجري رغم إلغاء وزارة الإعلام، وإنشاء المجلس الأعلى للإعلام وإلغائه،

فالإعلام الأردني ما زال بحاجة إلى التطوير والتحديث والابتكار، بحيث يستطيع أن يخاطب المجتمعات بفئاتها المتباينة، وثقافتها المتعددة كونه هو المشكل الأول لأولويات المجتمع.

إن دور الإعلام حالياً أصبح يقتصر على نقل المعلومات ذات الصبغة الإخبارية والاجتماعية والثقافية، ولا يهتم إلا قليلاً بتطوير مجتمع معلوماتي وبصيغة أخرى يمكن القول أن جهود الاستفادة من وسائل الإعلام محدودة، وقد كان هذا أوضح ما يكون في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة أكثر منه في وسائل الإعلام المقروءة، ولهذا الأمر أهميته، إذ من المعروف أن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية أوسع انتشاراً، وأكثر تأثيراً.

## المبحث الرابع: التلفزيون الأردني

### مقدمة

تُعدّ وسائل الاتصال الجماهيرية من أهم العوامل المؤثرة في عملية التعبئة باعتبارها تؤدي دوراً مهماً تشكيل الرأي العام والحشد للجماعات حول آراء وأفكار واتجاهات معينة، وأهم طريقة إرسال في هذه الوسائل هو التلفزيون؛ لأنه يتميز عن غيره من باقي وسائل الإعلام، بأنه الأوسع من حيث الانتشار والتأثير والتوثيق لخاصيته التركيبية، من صوت وحركة ومونتاจ وموسيقا وتزامنية؛ بمعنى قدرته على دخول بيوت ملايين البشر في وقت واحد.

ونجد أن هناك مجموعة من الآراء المتضادة التي تختلف في دور التلفزيون وأثره في الأفراد والمجتمع، فمنها من يراه من أهم الوسائل الاتصالية التي حققت انتشار واسعاً تبعاً لخصائص الصوت والحركة واللون والآنية، ومنها ما تراه بمنظور السلبية من خلال عرضه لبرامج مختلفة، وتأثيرها غير الإيجابي على الشباب بالأخص، وبعثه بمدرسة الجريمة، وهناك من رأى أن له دوراً في المجالات الحياتية كافة.

ويُعدّ عام (1968) العام الحاسم في تاريخ الاتصال الجماهيري المرئي في الأردن، فقد تم أول بثّ تلفزيوني حينما ألقى جلالة الملك حسين بن طلال رحمه الله خطاباً افتتاحاً، فيعمل الإعلام المرئي حينها ليكون المنارة الجديدة للحق، والهدى، ويثري الفكر والمعرفة، وينبوعاً للعلم. ولقد مرّ التلفزيون في عثرات موضوعية وذاتية أفقدت جاذبيته لدى المشاهد الأردني، وخلقت حالة من الخصومية بينهما، نتيجة عدة أسباب ومسببات، وأبعدت النخب عن متابعته بحيث أصبح دوره ضئيلاً إذا ما قورن بالشاشات الوطنية الأخرى.

ويُعدّ الإعلام الأردني هو الأداة الرئيسة لنقل الأخبار والتوجيهات السياسية من القيادة السياسية، والحكومة إلى كافة أطراف المجتمع مما يؤثر بشكل مباشر في تشكيل وتكوين الرأي العام، وذلك من خلال الرسائل الإعلامية الصادقة التي توفر المعلومات للفرد، وتضع أمامه الخيارات المناسبة لمنحه الفرصة ليتسنى له المشاركة في الحوار، كما يشكّل الإعلام أفضل الأدوات للتعبير عن آمال وطموحات وتطلعات أبناء المجتمع في تحقيق الإصلاحات المختلفة في الدولة، ومتابعة ورصد اتجاهات وتوجهات وآراء أبناء المجتمع، ونشرها وإطلاع أصحاب القرار عليها بكل وضوح، والابتعاد عن المجاملات والغموض.

ويُعدّ الإعلام الوطني مرآة عاكسة لنشاطات الدولة وهو وسيلة أساسية لتعزيز مبدأ الانتماء الوطني لدى الأفراد في المجتمع من خلال استخدام جميع وسائل الإعلام المتاحة، والتي تحرص على نقل فعاليات ونشاطات الدولة داخلياً وخارجياً<sup>(1)</sup>.

وتحقيقاً لرؤى الوطن ومنجزاته، وعكس صورة الأردن الحقيقية وتلبية لمتطلبات العصر، انطلق التلفزيون الأردني بتاريخ 27 أبريل عام 1968 عندما أعطى الملك الحسين بن طلال رحمه الله إشارة البدء لانطلاق البثّ ليكون الأردن من الدول الرائدة في البثّ التلفزيوني.

---

(1) الساري، فؤاد، وسائل الاعلام، النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص198.

ومنذ ذلك الوقت أصبحت الشاشة صورة الأردن، وصوته إلى أبناء الأمة ومنبراً للصوت الحر المعبر عن رسالته القومية، وأداة اتصال وتواصل مع الدول المجاورة خاصة مع إخواننا بالضفة الغربية، وقطاع غزة<sup>(1)</sup>.

وقال جلاله المغفور له الملك الحسين في خطاب الافتتاح: "إنه لمن دواعي سروري وغبطني أن أتحدث إليكم في هذه اللحظات التي ينطلق فيها التلفزيون الأردني ليكون منارة جديدة للحق والهدى وينبوعاً ثرياً للفكر والعرفان".

وكان التلفزيون منذ بدايات التأسيس الدور الريادي في المنطقة سواءً من حيث التميز في برامجه، أو أخباره، أو سعة انتشاره، واستطاع على مدى العقود الأربعة الماضية أن يحقق العديد من الإنجازات على مختلف الصعد.

ففي مطلع السبعينات، أصبح البث على قناتين أحدهما باللغة العربية (البرنامج العام)، والأخرى بلغات أجنبية (القناة الثانية أو القناة 6)، وكانت أول قناة عربية في العالم العربي تبث باللغات الأجنبية، كما أصبح منذ ذلك الحين وفي حالة متفردة في العالم العربي، يقدم نشرات الأخبار بأربع لغات، وهي: اللغة العربية، والإنجليزية، والفرنسية، والعبرية. كما كان سباقاً على جميع الهيئات التلفزيونية العربية في البث التلفزيوني الملون، مما مكّنه أن يصبح مركزاً لاستقطاب الدراما المصرية والسورية، بالإضافة إلى الدراما الأردنية.

كما كان أول مرناة (تلفزيون) يأخذ دور الريادة في المنطقة، حيث ارتبط في عام 1972 بمنظومة السواتل (الأقمار الصناعية) عن طريق المحطة الفضائية في منطقة البقعة، مما مكّنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية الكبرى؛ مثل هبوط الإنسان على القمر والمباريات الرياضية المهمة والدورات الرياضية العالمية؛ مثل كأس العالم، ودورات الألعاب الأولمبية.

(1) حنا، فاضل، التلفزيون ماله وما عليه، ط1، ناشرون مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 2002، ص 58.

وفي عقدي السبعينات والثمانينات استطاع (التلفزيون) النهوض بالدراما الأردنية، وفرض الإنتاج التلفزيوني الأردني نفسه بقوة على خريطة الإنتاج العربي، حيث أصبح منافساً قوياً للإنتاج الدرامي العربي، كما أصبح محل ثقة وتقدير المشاهد الأردني والعربي على حدٍ سواء، وفي مطلع التسعينيات.

وفي ظل الثورة التقنية الهائلة التي شهدتها العالم في ذلك الحين، أصبحت دائرة الأخبار في التلفزيون الأردني أول دائرة أخبار في الوطن العربي تدخل نظام الحاسوب في معالجة، وتحرير الأخبار، كما تم عام 1993 إنشاء قناة الفضائية الأردنية ليصل البث المباشر منذ ذلك الحين إلى المنازل مباشرة، وليخرج المرناة (التلفزيون) من إطاره الإقليمي إلى الإطار العربي والعالمى الأوسع بما يقدمه من برامج وأخبار ومنوعات ومسلسلات درامية.

وأدار المحطة الفضائية الأردنية الإعلامى عدنان الزعبي قبل أن تندمج مع القناة الأرضية ليصبحا قناة واحدة.

وأصبحت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بعد اندماجهما عام 1985 بمثابة معهد إعلامى يرفد الهيئات التلفزيونية العربية والمحطات الفضائية بالكوادر البشرية والفنية التي أثبتت جدارتها، وكفاءتها ومهنتها العالية.

وفي عام (1993) أيضاً تم إنشاء القناة الثالثة لتكون قناة للشباب ونقل الأحداث والمناسبات الخاصة، وجلسات البرلمان الأردني قبل أن تتحول إلى قناة للأفلام الأجنبية وبرامج للأطفال بشراكة مع القطاع الخاص، ويُسجل للتلفزيون الأردني أنه صاحب أكبر مكتبة أرشيف في (التلفزيونات) العربية.



## دور الإعلام في تشكيل الرأي العام

هناك أنواع من الرأي العام نجملها فيما يلي:

أ. الرأي العام حسب النطاق الجغرافي<sup>(1)</sup>: ويشمل الرأي العام المحلي والعالمى وهو تعبير عن رأي الشعوب بالداخل والخارج وليس رأي الحكومات.

ب. الرأي العام حسب المدة الزمنية:

(1) الرأي العام اليومي: وهو الذي يتأثر بمجريات الأمور اليومية كما يتأثر بما تنشره

وسائل الإعلام المختلفة والشائعات والمصالح ويختلف من يوم لآخر<sup>(2)</sup> ومثل هذا

الرأي فهو غير ثابت بل متقلب غالباً حسب الأحداث.

(2) الرأي العام المؤقت: هذا النوع يرتبط بفترات زمنية وهو الرأي الذي يتشكل حول

الحوادث الطارئة فيكون رأي عام نتيجة التعاطف أو الشعور بالخطر إلا انه تنعدم

آثاره عند زوال الخطر ولا يصبح للرأي العام المؤقت وجود<sup>(3)</sup>.

(3) الرأي العام الدائم: وهذا الرأي العام الذي يمتاز بالثبات ويدوم لفترة طويلة<sup>(4)</sup>

ويتصف هذا النوع بالاستقرار بالإضافة إلى تأثره بالعوامل الحضارية.

ج. الرأي العام حسب درجة وضوحه<sup>(5)</sup>: يشمل الرأي العام الواقعي ويظهر من خلال

أحاديث وتعليقات الرأي العام وبما تنشره الصحف ووسائل الإعلام، أما الكامن فيتزامن مع

وجود مشكلة تتطلب اتخاذ موقف معين ولكن الناس رغم إحساسهم بهذه المشكلة إلا أن

(1) غازي اسماعيل الربابعة، الرأي العام والعلاقات العامة، عمان، دار البشير، 1988، ص ص16-17.

(2) مرجع سابق، ص18.

(3) عبد الله زلطة، الرأي العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002، ص16.

(4) غازي الربابعة، مرجع سابق، ص19.

(5) نفس المرجع، ص19.

رأيهم لم يتحدد بعد ويكون الموقف سلبياً ويتسم هذا النوع بالبرود الفكري بالإضافة إلى سيطرة الخوف والرهبنة.

د. حسب درجة صراحته: ويشمل الرأي العام الصريح وهو يعبر عن آراء الناس وتوجهاتهم ويتزامن مع وجود الحرية في التعبير، أما الرأي العام المستتر فيتزامن مع الخوف من عواقب التعبير.

هـ. حسب درجة تأثيره وتأثره<sup>(1)</sup>:

(1) الرأي العام القائد: يمثل رأي صفوة المجتمع من القادة والعلماء والساسة والمفكرين يقومون بتثقيف وإرشاد الناس إلى الشيء الصحيح، وهم لا يتأثرون بوسائل الإعلام ولكن يؤثرون بها من خلال أفكارهم وآراءهم الواعية.

(2) الرأي العام المثقف: رأي المتعلمين والمثقفين في المجتمع ويتأثرون بوسائل الإعلام بنسب متفاوتة ويؤثرون بمن هم أقل منهم درجة.

(3) الرأي العام المنقاد: رأي الغالبية من المجتمع ويتأثرون بوسائل الإعلام المختلفة دون بذل أي جهد فكري وبالتالي فهم يتقبلون الشائعات والدعايات.

وقد أصبح الإعلام لغة عصرية وحضارية ولا يمكن الاستغناء عنه أو تجاهله مما يتطلب فهمه واستيعابه من خلال امتلاك مقوماته وعناصره ومواكبة التطورات التي تشهدها وسائله المختلفة، وقد أصبحت وسائل الإعلام كمؤسسات اجتماعية تمارس دورها من خلال إدخال كل ما هو جديد ونقل المعلومات بشكل كامل وصحيح حتى تتمكن من التصدي للغزو الفكري والثقافي الذي أصبح يشكل خطورة لا يمكن تجاهله في التأثير على المجتمع مما يتطلب مقاومته من خلال توفير نفس الوسائل والأدوات واستخدامها بأسلوب علمي مع إعطائها الحرية الكافية لتمارس دورها

(1) غازي الربابعة، مرجع سابق، ص20.

بشكل صحيح دون المساس بأمن الوطن حتى تستطيع حماية القيم والثقافة وتحصين أبناء المجتمع ضد التلوث الفكري والثقافي.

رغم تعدد وسائل الإعلام الأردنية إلا انه مازال يقتصر دوره على نقل المعلومات ذات الصبغة الإخبارية والاجتماعية والثقافية ولا يهتم إلا قليلاً بتطوير مجتمع معلوماتي وبصيغة أخرى يمكن القول ان جهود الاستفادة من وسائل الإعلام محدودة، ويتضح ذلك في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة أكثر منه في وسائل الإعلام المقروءة ولهذا الأمر أهميته، إذ من المعروف أن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية أوسع انتشاراً وأكثر تأثيراً.

جاءت فكرة إنشاء المجلس الأعلى للإعلام بعد إلغاء وزارة الإعلام من أجل المساهمة في تقدم المهنة وتنظيمها وليؤسس إعلام دولة ووطن بالإضافة إلى تنظيم عمل الأجهزة الإعلامية إلا انه تم إلغاء هذا المجلس مما يعني أن إعلامنا الأردني أصبح بدون مظلة إعلامية مع أن من أهم أسباب نجاح الدولة هو وجود إعلام واضح وخصوصاً في الأوقات التي تتطلب إظهار دور الدولة في الدفاع عن قضاياها الوطنية فأهمية الاعلام لا تكمن في اقتناؤه ومجاراة الآخرين في استخدامه وإنما بتسخيره لخدمة القضايا الوطنية.

الإعلام الأردني هو الأداة الرئيسة لنقل الأخبار والتوجيهات السياسية من القيادة السياسية والحكومة إلى كافة أطراف المجتمع مما يؤثر بشكل مباشر في تشكيل وتكوين الرأي العام وذلك من خلال الرسائل الإعلامية الصادقة التي توفر المعلومات للفرد وتضع أمامه الخيارات المناسبة لمنحه الفرصة ليتسنى له المشاركة في الحوار، كما يشكل الإعلام أفضل الأدوات للتعبير عن آمال وطموحات وتطلعات أبناء المجتمع في تحقيق الإصلاحات المختلفة في الدولة ومتابعة ورصد اتجاهات وتوجهات وآراء أبناء المجتمع ونشرها وإطلاع أصحاب القرار عليها بكل وضوح، والابتعاد عن المجاملات والغموض.

أصبحت شبكة المعلومات تمثل وسيلة فعالة للحصول على المعلومة وأصبح العالم قرية كونه في ظل ثورة المعلومات والاتصالات مما يسهم في نقل المعلومات بطريقة سريعة ومباشرة ومما يؤثر على قيم وثقافات المجتمع كونه يجتاز كل الحدود ويصل إلى كافة أطراف المجتمع وهذا يتطلب وجود إعلام وطني قوي لديه المقدرة على صد هذه الاختراقات وتوعية المواطنين وتنقيفهم وتحصينهم ضد هذه المخاطر.

الإعلام العسكري مرآة عاكسة لنشاطات القوات المسلحة وهو وسيلة أساسية لتعزيز مبدأ الانتماء الوطني لدى منتسبي القوات المسلحة وأفراد المجتمع من خلال استخدام كافة وسائل الاعلام المتاحة والتي تحرص على نقل فعاليات ونشاطات التشكيلات والوحدات العسكرية إلا أنه لازال محصور بمنتسبي القوات المسلحة ولم يصل إلى مستوى الإعلام الرسمي.

الإعلام الوطني الأردني يتميز بالواقعية والوسطية والاعتدال فهو يعبر عن ثوابت الدولة الأردنية وأولوياتها الوطنية كما يساهم بتعزيز الانتماء والحريات المحدودة فالسياسة الإعلامية تعتمد على مرتكزات وهي بمجملها تهدف إلى بناء نظام إعلامي يسعى إلى تحقيق الأمن الوطني دون التركيز على قبول الرأي والرأي الآخر.

الإعلام الأردني كغيره من وسائل الاعلام في دول العالم يواجه تحديات كبيرة نتيجة تأثره بالتحويلات العالمية والإقليمية مما يتطلب مجابهة هذه التحديات ودعم الرسالة الإعلامية من قبل أعلى المستويات لتستطيع القيام بأدوارها وتأييد رسالتها الإعلامية تجاه القضايا الوطنية والقومية بكل كفاءة مما يتطلب التركيز على الإعلام المعلوماتي والابتعاد عن إعلام الدعاية وذلك من اجل كسب ثقة المواطن الأردني وعدم إعطائه المبرر من اجل البحث عن المعلومة من مصادر أخرى.

لقد جاء الدستور الأردني والرؤية الملكية بالإضافة إلى الميثاق الوطني على طرح التشريعات لوسائل الإعلام لإعطاءها حرية الرأي والفكر والتعبير لتتسجم مع متطلبات الدولة

الأردنية في ظل النهج الديمقراطي وبما يضمن التنمية الشاملة لكافة قطاعات الدولة إلا أننا نلاحظ ان الاعلام الأردني لازال غير قادر على التحرك لعدم وجود تكامل واندماج بين الإعلام والمجتمع.

## الفصل الرابع

### الدراسة المسحية

#### التحليل الكمي لمادة الدراسة

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف على دور الاعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية خلال الفترة 2013، ولغاية 2014. وتسهيلاً لعرض نتائج الدراسة، فقد تم تصنيفها وفقاً لأسئلة الدراسة، بحيث تمت الإجابة عن كل سؤال على حده، وفيما يأتي عرضاً لهذه النتائج والبيانات الإحصائية المتعلقة بها.

#### المبحث الأول: خصائص عينة الدراسة

##### جدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، المرحلة الدراسية-)

السنة، ومكان السكن)

المتغير	المستوى	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكور	185	74
	إناث	65	26
	المجموع	250	100%
المرحلة الدراسية (السنة)	أولى	43	17.2
	ثانية	20	8
	ثالثة	57	22.8
	رابعة	81	32.4
	خامسة	20	8
	سادسة	19	7.6
	دراسات عليا	10	4
	المجموع	250	100%
	مكان السكن	مدينة	148
قرية		50	20
بادية		15	6
مخيم		37	14.8
المجموع		250	100%

يُلاحظ من الجدول (1) فيما يتعلق بالنوع الاجتماعي، أن عدد الطلبة المبحوثين من فئة الذكور شكّل ما نسبته (74%)، في حين جاءت نسبة الإناث (26%).

وفيما يتعلق بالمرحلة الدراسية (السنة)، فقد شكّل عدد الطلبة في السنة الدراسية الرابعة أعلى نسبة، وهي (32.4%)، وأخيراً جاءت نسبة الطلبة في مرحلة الدراسات العليا في المرتبة الأخيرة، إذ بلغت (4%).

أما فيما يتعلق بمكان السكن، فكانت أعلى نسبة لصالح الطلبة الذين يسكنون في المدن، حيث بلغت نسبتهم (59.2%)، يليها نسبة الطلبة الذين يسكنون القرى إذ بلغت (20%)، يليها نسبة الطلبة الذين يسكنون المخيمات، والتي بلغت (14.8%)، وأخيراً جاءت نسبة الطلبة الذين يسكنون البادية والتي بلغت (6%).

## المبحث الثاني: الإجابة عن أسئلة الدراسة

### المحور الأول: التلفزيون

الإجابة عن السؤال الأول: ما مدى متابعتك لبرامج التلفزيون الأردني؟

#### جدول (2)

عدد إجابات أفراد عينة الدراسة والنسب المئوية والرتبة حول السؤال الأول

الرتبة	النسبة	العدد	الفئة
2	28%	70	أقل من ساعة
1	30%	75	من ساعة إلى ساعتين
3	22%	55	أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات
5	2%	5	أكثر من أربع ساعات
4	18%	45	لا أشاهد

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (2) أن (28%) من أفراد عينة الدراسة يتابعون

برامج التلفزيون الأردني لمدة تقل عن ساعة يومياً، في حين أن (30%) منهم يتابعون البرامج

نفسها لمدة تتراوح ما بين ساعة إلى ساعتين يومياً، بينما (22%) من أفراد العينة يتابعون برامج التلفزيون الأردني لمدة أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات، كذلك فإن نسبة من يتابعون البرامج لمدة تزيد عن أربع ساعات هي (2%) وأخيراً فإن (18%) من أفراد عينة الدراسة لا يشاهدون أي من برامج التلفزيون الأردني على الإطلاق، وهذا يدل على أن نسبة مشاهدة برامج التلفزيون الأردني قليلة نسبياً، ذلك لأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يشاهدون البرامج لمدة لا تزيد عن ساعتين يومياً.

الإجابة عن السؤال الثاني: ما هي البرامج التي تشاهدها في التلفزيون الأردني (أكثر من إجابة) ؟

### جدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات السؤال الثاني الترتيب مرتبة حسب النسبة

الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع البرامج
5	2.54	1.54	برامج حوارية (سياسية، اقتصادية، ثقافية)
2	2.86	1.53	برامج دينية
7	2.48	1.51	برامج رياضية
3	2.80	1.69	أفلام
1	3.04	1.55	نشرات الأخبار
6	2.52	1.47	مسلسلات
8	2.42	1.52	أغاني
4	2.55	1.56	أفلام كرتون
9	2.36	1.45	مسابقات

يظهر من الجدول (3) أنّ نشرة الأخبار هي أكثر برامج التلفزيون الأردني مشاهدة بمتوسط حسابي بلغ (3.04)، في حين جاءت البرامج الدينية بالمرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (2.86)، ثم الأفلام بمتوسط حسابي بلغ (2.80)، أما في المرتبة الأخيرة، فقد جاءت برامج



المسابقات، بمتوسط حسابي بلغ (2.36). وهذا يدل على انشغال كافة شرائح المجتمع الأردني

بمتابعة الأحداث التي تجري في الوطن العربي والعالم من خلال متابعة نشرات الأخبار.

الإجابة عن السؤال الثالث: ما هي برامج التلفزيون الأردني التي تسهم بتلبية احتياجات

المشاهدين المعرفية والترفيهية والاجتماعية والوجدانية!

#### جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول

#### خيارات السؤال الثالث

الترتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع البرامج
1	3.94	1.167	يسعد صباحك
5	3.47	1.215	حوار مع كبار
16	3.20	1.212	ملف
19	3.16	1.155	يوم جديد
15	3.22	0.995	المجلة الرياضية
2	3.58	0.991	عمانيات
14	3.30	1.147	رئيس تحرير
7	3.44	1.214	صحتين وعافية
11	3.34	1.205	النشرات الإخبارية
6	3.46	1.373	صحتك بالدنيا
18	3.17	1.240	يحدث اليوم
8	3.42	1.310	وصايا من نور (ديني)
13	3.31	1.219	نبض (صحي)
4	3.52	1.313	ستون دقيقة
12	3.32	1.168	سهرة الخميس
17	3.18	1.100	يا طير
9	3.41	1.310	اسألوا أهل الذكر
3	63.5	1.179	النشرة الجوية (حالة الطقس)
20	3.08	1.175	تحت الضوء
21	3.04	1.194	برنامج آراء ومواقف
10	3.38	1.307	عين على القدس

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4) أنّ برنامج يسعد صباحك هو أكثر برامج

التلفزيون الأردني التي تسهم بتلبية احتياجات أفراد عينة الدراسة المعرفية والترفيهية والاجتماعية

والوجدانية، بمتوسط حسابي بلغ (3.94)، تلاه برنامج عمانيات بمتوسط حسابي (3.58)، ثم برنامج النشرة الجوية (حالة الطقس)، بمتوسط حسابي بلغ (63.5)، وأخيراً جاء برنامج آراء ومواقف من حيث إسهامه في تلبية احتياجات المبحوثين المعرفية والترفيهية بمتوسط حسابي بلغ (3.04).

الإجابة عن السؤال الرابع: ما هي المواد الإعلامية التي تلبي احتياجات المشاهدين من المعرفة والاطلاع على ما يتم حولهم؟

#### جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات السؤال الرابع

الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع البرامج
6	3.40	1.428	برامج المشاركة والتنشئة السياسية
5	3.42	1.230	البرامج التي تحثّ على الولاء والانتماء
3	3.49	1.249	البرامج التي تعزز الهوية الأردنية
1	3.64	1.191	البرامج التي تعزز الوحدة الوطنية
4	3.48	1.265	البرامج التي تدعم المبادرات الطلابية
7	3.30	1.281	البرامج التي تعرف بالرموز والقيادات الأردنية
2	3.54	1.402	البرامج التي تعرض المناسبات الوطنية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (5) أنّ البرامج التي تعزز الهوية الأردنية هي أكثر المواد الإعلامية التي تلبي احتياجات أفراد عينة الدراسة من المعرفة، والإطلاع على ما يتم حولهم، بمتوسط حسابي بلغ (3.64)، تلاه البرامج التي تعرض المناسبات الوطنية، بمتوسط حسابي بلغ (3.54)، ثم البرامج التي تعزز الهوية الأردنية، بمتوسط حسابي بلغ (3.49). وأخيراً جاءت البرامج التي تعرف بالرموز والقيادات الأردنية بمتوسط حسابي بلغ (3.30).

## المحور الثاني: وكالة الأنباء الأردنية الرسمية (بترا)

الإجابة عن السؤال الخامس: هل تقرأ ما تنشره وكالة الأنباء الأردنية الرسمية (بترا) في موقعها الإلكتروني؟

بلغ عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بنعم (120) فرداً بنسبة مئوية بلغت (48%)، فيما بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بلا 52%.

الإجابة عن السؤال السادس: هل يلفت انتباهك أخبار وتقارير وكالة بترا في وسائل الإعلام الأردنية؟

بلغ عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بنعم (157) فرداً بنسبة مئوية بلغت (62.8%)، فيما بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بلا (37.2%).

الإجابة عن السؤال السابع: أي الموضوعات تتابع في نشرة وكالة الأنباء الأردنية بترا؟

### جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول

#### خيارات السؤال السابع

الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع البرامج
1	3.82	1.432	الأخبار السياسية
5	3.50	1.233	الأخبار الفنية
4	3.60	1.195	الأخبار الاقتصادية
7	3.30	1.182	الأخبار الثقافية
2	3.78	1.263	الأخبار الرياضية
6	3.46	1.265	التقارير الصحفية المتنوعة
3	3.64	1.366	تحقيقات صحفية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (6) أنّ الأخبار السياسية هي أكثر الموضوعات

متابعة في نشرة وكالة الأنباء الأردنية بترا، بمتوسط حسابي بلغ (3.82)، تلاه الأخبار الرياضية

بمتوسط حسابي بلغ (3.78)، ثم التحقيقات الصحفية بمتوسط حسابي بلغ (3.64)، وجاء في

المرتبة الأخيرة الأخبار الثقافية، بمتوسط حسابي بلغ (3.30)

**المحور الثالث:** تسهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية (التلفزيون الأردني ووكالة بترا) في تشكيل

الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية من خلال:

### جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول  
خيارات الفرضية الأولى

الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع البرامج
12	3.10	1.693	تعريف الشباب بأهم القضايا المحلية
6	3.20	1.432	تعريف الشباب بأهم القضايا الإقليمية
1	3.52	1.232	التعريف بالسياسات الدولية وقضاياها
3	3.50	1.295	تزويد الشباب بالمعلومات الصحيحة والحقائق
2	3.51	1.388	التشجيع على الانخراط بالعمل السياسي
7	3.18	1.380	دفع الشباب للانخراط في الأحزاب السياسية والبرلمانات الشبابية
4	3.38	1.576	تساهم في تطور الحياة السياسية الأردنية
5	3.22	1.456	التشجيع على المشاركة في الانتخابات البلدية
9	3.14	1.399	التشجيع على المشاركة في الانتخابات البرلمانية
8	3.15	1.616	أن أمن واستقرار الأردن فوق كل اعتبار
13	2.94	1.434	حرية القيام بشعائر الأديان والعقائد طبقاً للعادات المرعية في المملكة
10	3.12	1.593	مكافحة الفساد والمفسدين والكشف عن حالات الفساد في مؤسسات
14	2.91	1.524	الالتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات المعمول بها في الدستور
11	3.11	1.631	الدعوة للمحافظة على المنجزات والمكتسبات والأملاك العامة الأردنية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (7) أنّ التعريف بالسياسات الدولية وقضاياها هي

أكثر البرامج التي تساهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية (التلفزيون الأردني ووكالة بترا) من خلالها

في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية بمتوسط حسابي بلغ (3.52)، تلاه التشجيع على الانخراط بالعمل السياسي بمتوسط حسابي بلغ (3.51). وأخيراً جاءت الالتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات المعمول بها في الدستور الأردني بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.91).

**المحور الرابع:** تسهم وسائل الاعلام الأردنية الرسمية في (أخبارها وبرامجها المرئية والمقروءة) في التأكيد على الحقوق والواجبات لدى طلبة الجامعة الأردنية من خلال:

### جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتصورات أفراد عينة الدراسة حول خيارات المحور الرابع

الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع البرامج
6	3.98	1.545	الأردنيون أمام القانون سواء
9	3.84	1.299	التأكيد على حق الشباب في العمل والتعليم
3	4.06	1.185	الدفاع عن الوطن وأرضه ووحدة شعبه
1	4.20	1.124	الحصول على الحياة الكريمة
14	3.10	1.182	المشاركة بالأعمال التطوعية المختلفة
13	3.35	1.444	التركيز على القضايا والمشاكل الاقتصادية للمواطن
2	4.12	1.394	حق المساواة بين (المرأة ، الرجل)
8	3.92	1.352	الاعتزاز بالهوية الوطنية الجامعة
11	3.66	1.379	الاعتزاز بأن الأردن جزء من أمته الإسلامية والعربية الإنسانية
5	4.02	1.504	بثّ الروح المعنوية العالية
12	3.58	1.553	تكفل الدولة حرية الرأي بشرط أن لا يتجاوز حدود القانون
7	3.96	1.511	الأمة مصدر السلطات
10	3.78	1.515	الملك وحقوقه
4	4.04	1.538	الإسلام دين الدولة واللغة العربية لغتها الرسمية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (8) أنّ الحصول على الحياة الكريمة هي أكثر الحقوق والواجبات لدى طلبة الجامعة الأردنية التي تسهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في أخبارها وبرامجها المرئية والمقروءة في التأكيد عليها، بمتوسط حسابي بلغ (4.20)، تلاه حق

المساواة بين (المرأة، الرجل) بمتوسط حسابي بلغ (4.12). وأخيراً جاءت المشاركة بالأعمال التطوعية المختلفة بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.10).

## نتائج الدراسة

1. أظهرت نتائج الدراسة أن (18%) من أفراد عينة الدراسة لا يشاهدون أي من برامج

التلفزيون الأردني على الإطلاق، وهذا يدل على أن نسبة مشاهدة برامج التلفزيون الأردني

قليلة نسبياً، ذلك لأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يشاهدون البرامج لمدة لا تزيد عن

ساعتين يومياً.

2. كما أظهرت نتائج الدراسة أنّ نشرات الأخبار هي أكثر برامج التلفزيون الأردني مشاهدةً

بمتوسط حسابي بلغ (3.04)، في حين جاءت البرامج الدينية بالمرتبة الثانية بمتوسط

حسابي بلغ (2.86)، ثم الأفلام بمتوسط حسابي بلغ (2.80). أما في المرتبة الأخيرة فقد

جاءت برامج المسابقات بمتوسط حسابي بلغ (2.36). وهذا يدل على انشغال كافة شرائح

المجتمع الأردني بمتابعة الأحداث التي تجري في الوطن العربي، والعالم من خلال متابعة

نشرات الأخبار.

وهذا يتفق مع دراسة مكارم (2009) "دور وسائل الاعلام في تكوين الوعي السياسي لدى

الشباب الجامعي"، والتي أظهرت أهمية دور وسائل الاعلام في تكوين الوعي السياسي، ومعرفة

طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والشباب الجامعي، وما يتم تحقيقه من خلال اعتماد الشباب

على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً لاستقاء المعلومات السياسية.

كما تتوافق نتائج الدراسة مع دراسة عبد الله بو جلال التي تؤكد تأثير وسائل الاعلام على

الافراد في خمس قرى جزائرية على الوعي لدى الافراد والتي بينت وجود علاقة بين مشاهدة

التلفزيون وقراءة الصحف على الموافقة على عمل المرأة الجزائرية خارج البيت.

ومن الطبيعي أن نشرات الأخبار عادةً ما تتضمن الجديد والفوري والحديث من الوقائع والأحداث الجارية، باعتبارها وسيلة مناسبة لربط المشاهد بالأحداث، لا سيما أن نشرات التلفزيون تتميز عن باقي الوسائل الإعلامية بالربط ما بين الصورة، وبين الصوت والحدث مما يكون وقع الخبر وتأثيره أكبر من أية وسيلة أخرى.

3. كما أظهرت نتائج الدراسة أنّ برنامج "يسعد صباحك" هو أكثر برامج التلفزيون الأردني التي تسهم بتلبية احتياجات أفراد عينة الدراسة المعرفية، والترفيهية، والاجتماعية، والوجدانية بمتوسط حسابي بلغ (3.94)، تلاه برنامج "عمانيات"، بمتوسط حسابي (3.58)، ثم برنامج النشرة الجوية (حالة الطقس) بمتوسط حسابي بلغ (3.56)، وأخيراً جاء برنامج آراء ومواقف من حيث إسهامه في تلبية احتياجات المبحوثين المعرفية والترفيهية بمتوسط حسابي بلغ (3.04).

ويتفق هذا مع دراسة القاضي (2007) "دور الاعلام في تنمية وعي طلبة الجامعات الأردنية وتشكيل الأجندة الخاصة بهم"، والتي أكدت على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأردنية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الأردني، وتشكيل قائمة القضايا التي يفكرون فيها. كما أكدت دراسة القاضي حرص الذكور على متابعة مختلف القضايا الحياتية، ولكنهم يركزون على الموضوعات السياسية، والشبابية، والرياضية، بينما يولون الإناث اهتماماً كبيراً للأزياء والموضة، بينما يولون جميعهم القضايا ذات الطابع العربي على الدولي.

4. كما أظهرت نتائج الدراسة أنّ البرامج التي تعزز الهوية الأردنية هي أكثر المواد الإعلامية التي تلبى احتياجات أفراد عينة الدراسة من المعرفة والإطلاع على ما يتم حولهم بمتوسط حسابي بلغ (3.64)، تلاه البرامج التي تعرض المناسبات الوطنية بمتوسط حسابي بلغ

(3.54)، ثم البرامج التي تعزز الهوية الأردنية بمتوسط حسابي بلغ (3.49). وأخيراً جاءت البرامج التي تعرّف بالرموز والقيادات الأردنية بمتوسط حسابي بلغ (3.30). وهذا يتفق مع دراسة إبراهيم (1999) "الصحافة والتنمية السياسية"، حيث أكدت الدراسة أن للراديو دور فاعل في التنمية السياسية من خلال تحقيق الوعي الوطني، وتهيئة المناخ اللازم للتنمية السياسية.

5. فيما يتعلق بالإجابة على السؤال "هل تقرأ ما تنشره وكالة الأنباء الأردنية الرسمية (بترا) في موقعها الإلكتروني؟" بلغ عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بنعم (120) فرداً بنسبة مئوية بلغت (48%)، فيما بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بلا فكانت (52%).

6. أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالإجابة عن السؤال السادس "هل بلغت انتباهك أخبار وتقارير وكالة بترا في وسائل الإعلام الأردنية؟" أن عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بنعم بلغ (157) فرداً بنسبة مئوية بلغت (62.8%)، فيما بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بلا فكانت (37.2%).

7. فيما يتعلق بالإجابة عن السؤال السابع "أي الموضوعات تتابع في نشرة وكالة الأنباء الأردنية بترا؟" فقد أظهرت نتائج الدراسة أنّ الأخبار السياسية هي أكثر الموضوعات متابعة في نشرة الوكالة بمتوسط حسابي بلغ (3.82)، تلاه الأخبار الرياضية بمتوسط حسابي بلغ (3.78)، ثم التحقيقات الصحفية بمتوسط حسابي بلغ (3.64)، وجاء في المرتبة الأخيرة الأخبار الثقافية بمتوسط حسابي بلغ (3.30).

وهذا يختلف مع دراسة المجلس الأعلى للإعلام (2005) "تحليل المضمون الهيكلي، الصحف اليومية والأردنية، ووكالة الأنباء الأردنية "بترا" (2005/9/15-2005/6/15)



وخلصت الدراسة إلى قلة المساحة المخصصة للشأن السياسي المحلي قياساً للشأنين العرب والدولي.

8. أظهرت نتائج الدراسة أنّ التعريف بالسياسات الدولية وقضاياها هي أكثر البرامج التي تسهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية (التلفزيون الأردني ووكالة بترا) من خلالها في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية، بمتوسط حسابي بلغ (3.52)، تلاه التشجيع على الانخراط بالعمل السياسي بمتوسط حسابي بلغ (3.51). وأخيراً جاءت الالتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات المعمول بها في الدستور الأردني بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي بلغ (2.91).

9. أظهرت نتائج الدراسة أنّ الحصول على الحياة الكريمة هي أكثر الحقوق والواجبات لدى طلبة الجامعة الأردنية التي تسهم وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في أخبارها، وبرامجها المرئية والمقروءة في التأكيد عليها بمتوسط حسابي بلغ (4.20)، تلاه حق المساواة بين (المرأة، الرجل) بمتوسط حسابي بلغ (4.12). وأخيراً جاءت المشاركة بالأعمال التطوعية المختلفة بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.10).

وهذا يتفق مع دراسة أبو فودة (2006) "دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة"، والتي أكدت إيلاء الإعلام الأطر الطلابية اهتماماً أكبر بالقضايا والموضوعات المتعلقة بالنظام العام، وسيادة القانون، وحماية الممتلكات العامة ودعم المنتجات الوطنية.

10. أن التركيز على ترسيخ العديد من القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية ينسجم مع أهداف وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في أخبارها، لا سيما السعي نحو تعزيز مفهوم الحقوق والواجبات لدى الطلبة، وحق المساواة بين الجنسين والمشاركة بالأعمال التطوعية المختلفة

مع التأكيد على أن الإعلام وسيلة لحق المواطنين في أن يعلم هذه الحقيقة وفق احترام مبادئ الدستور والقوانين والأسس الأخلاقية ونقل الأخبار المتعلقة بالنشاطات، والإنجازات وبدون تحيز لجميع قطاعات الوطن باحترام العقل وكرامة الإنسان، وحرية التعبير وحرية الرأي بما لا يمسّ المصلحة العامة للوطن مع توعية المواطن بما يدور حوله في العالم والقضايا التي تهمة وتؤثر في تشكيل الرأي العام، وتشكيل صورة صحيحة عن وطنه والعالم.

### توصيات الدراسة

في ضوء نتائج الدراسة، يوصي الباحث بما يأتي:

1. بذل المزيد من الجهود من قبل وسائل الإعلام لا سيما الرسمية لتعزيز قيم المشاركة، وذلك من خلال نشر المواد الصحفية والإعلامية التي تهدف إلى توعية الشباب في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأمنية وتعميق منظومة القيم لدى الشباب.

2. تدريب العاملين في التلفزيون الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية "بترا" على كيفية تناول الموضوعات التي تهتمّ الشباب الأردني والتركيز على الموضوعات التي تلبي احتياجاتهم لا سيما تلك الموضوعات التي حصلت على نسبة متابعة منخفضة كموضوع الهوية الأردنية والرموز، والقيادات الوطنية.

3. التركيز على الموضوعات، والمواد الإعلامية والإخبارية في كلا الوسيّلتين التي تُعدّ نابعة من الالتزام بقضايا مهمة في مسيرة الوطن ومسيرة نمو المجتمع الأردني من حيث الطرح، أو من حيث تناول القضايا التي تسهم في تعميق تلك المفاهيم المتعلقة بسيادة القانون وتكافؤ الفرص والمشاركة السياسية والأعمال التطوعية.

4. إعادة النظر بسياسة المؤسساتان المتعلقة بالاهتمام بالقضايا الشبابية، وفتح المجال أكثر للمشاركة الشبابية من خلال إعداد برامج حوارية يكون الشريك الرئيس فيها الشباب الأردني.
5. يوصي البحث بإجراء دراسات معمقة حول أهمية نشرات الأخبار باعتبارها المادة التي ظهرت بشكل رئيس.
6. يوصي الباحث الباحثين الآخرين بإجراء مسوحات إعلامية تتناول دور وسائل الإعلام تجاه وعي المجتمع لمعالجة عزوف الأفراد عن المشاركة في الحياة العامة للدولة.
7. يوصي الباحث المسؤولين عن خدمات الإعلام والاتصال في المملكة بإيلاء عناية خاصة بتنمية قدرات العاملين في المؤسسات الإعلامية وطريقة تعاملهم مع الرسائل الإعلامية الموجهة لفئة الشباب.
8. إيلاء الموضوعات والقضايا الشبابية الأهمية التي تستحقها، وأن لا يكون الاهتمام بالقضايا السياسية والاقتصادية على حساب غيرها من الموضوعات الأخرى، لا سيما الشبابية منها.
9. إيجاد صفحات متخصصة لقضايا الشباب يتم عرضها بشكل دوري.
10. الاستمرار في إصدار الملاحق الشبابية بشكل دوري، وعدم اقتصارها على صحيفة واحدة أو اثنتين.
11. زيادة الاهتمام بكافة الأشكال والفنون التحريرية، وإعطاء التقارير الصحفية التي تعالج القضايا الشبابية أهمية أكثر مما هي عليه الآن.
12. أن تعمل الصحف على إجراء الدراسات والبحوث المتعلقة باحتياجات الشباب ومتطلباتهم، لمعرفة هذه الاحتياجات والمتطلبات، ومعالجتها عبر صفحاتها، مما يزيد من تواصلها ويجعلها على صلة دائمة مع هذه الشريحة الاجتماعية.

13. إعطاء وسائل الإعلام الحرية التي تمتلكها للمساهمة في مسيرة الإصلاح والتحديث في المجتمع من خلال تحديد مساهمات الحكومة المباشرة، أو غير المباشرة في ملكية وسائل الإعلام.
14. تشجيع تعدد الهيئات والمؤسسات الإعلامية، وتأكيد استقلالها، وتهيئة البيئة الجاذبة للاستثمار، واستقطاب القطاع الخاص في مختلف الأنظمة والمجالات الإعلامية.
15. العمل على إيجاد هيئة عامة تشرف على جميع المؤسسات الإعلامية، والعمل تحت مظلة واحدة ومرجعية واحدة لتفادي التضارب والازدواجية في نقل الخبر.
16. التخطيط للبرامج المختلفة في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة من خلال وضع استراتيجيات تعتمد على الدراسات والأبحاث.

## المصادر والمراجع

### أولاً: المصادر العربية

#### - الكتب

- أبادي، مجد الدين. (1933). القاموس المحيط. ط3، مصر: المطبعة المصرية.
- أبراش، إبراهيم. (1998). علم الاجتماع السياسي. ط1، عمان: دار الشروق.
- أبو إصبع، صالح. (1999). الاتصال الجماهيري. عمان: دار الشروق.
- أبو أصبع، صالح. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي، ط 5.
- أبو جادوه، صالح. (1998). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- ابو رستم، رستم وأبو جمعة، أحمد. (2005). الدعاية والإعلان. عمان: دار المعترف للنشر والتوزيع.
- أبو عرجة، تيسير. (2009). الإعلام العربي وسائله ورسائله وقضاياها. عمان: دار مجدلاوي للنشر.
- أبو عرقوب، إبراهيم. (1993). الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. ط1، عمان: دار مجدلاوي.
- أبو هلاله، محي الدين. (1987). الإعلام نشأته وأساليبه ووسائله وما يؤثر فيه. ط1، عمان: مكتبة الرسالة الحديثة.
- الأبياري، فتحي. (1985). الإعلام الدولي والدعاية. ط2، عمان: دار المعرفة الجامعية.
- أحمد فؤاد رسلان. (1986). نظرية الصراع الدولي، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

- إسماعيل عبدالفتاح. (1988). التنشئة السياسية للطفل، وزارة الإعلام، مصر.
- الأصفهاني، الراغب. (2002). المفردات في غريب القرآن. بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- باركر، تريس. (2006). التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية. (ترجمة: علي محمد صلاح)، القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- التل، سعيد. (1987). مقدمة في التربية السياسية لأقطار الوطن العربي. عمّان: دار اللواء للصحافة والنشر.
- جابر، سامية. (1990). الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث بالنظرية والتطبيق. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- جمعة، سعد. (1984). الشباب والمشاركة السياسية. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- جون دكت. (2000). علم النفس الاجتماعي، ترجمة: د.عبدالمجيد صفوت، القاهرة: دار الفكر العربي.
- حافظ، صلاح الدين. (1993). حرية الصحافة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، مصر.
- حامد، أحمد. (2005). التنشئة الاجتماعية الخاصة. عمان: العالم العربي.
- حجاب، محمد. (2001). الإعلام والتنمية. ط3، القاهرة: دار الفجر.
- حسن شحاته شعفان. (1956). كونفوشيوس: النبي الصيني، القاهرة: مكتبة نهضة.
- الحسن، إحسان. (2009). موسوعة علم الاجتماع. القاهرة: الدار العربية للموسوعات.
- حسنين، شفيق. (2006). الإعلام الإلكتروني. رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة.

- حسين، سمير. (1983). تحليل المضمون تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته. القاهرة: عالم الكتب.
- حسين، سمير. (1995). بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب، ط2.
- الحكيم، فواز. (2011). سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الحمارنة، مصطفى. (1995). مشروع المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، حالة الأردن. القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع.
- الحمادي، أحمد. (2002). الإعلام التربوي. القاهرة : مركز الكتاب للنشر.
- حنا، فاضل. (2002). التلفزيون ماله وما عليه. ط1، بيروت: ناشرون مؤسسة الرسالة.
- الحوراني، هاني وآخرون. (1998). الإعلام وحرية الصحافة في الأردن. عمان: مركز الأردن الجديد للدراسات، دار السندباد للنشر.
- خضور، أديب. (2008). مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة. ط1، دمشق: نشر مؤلف الكاتب.
- خورشيد، مراد. (2014). مدخل إلى الرأي العام. ط2، عمان: دار المسيرة.
- خورشيد، مراد. (2014). الاتصال الجماهيري والإعلام. ط2، عمان: دار المسيرة.
- داوسن، ريتشارد. (1998). النتشئة السياسية: دراسة تحليلية. ط2، بنغازي: منشورات قاريونس.
- دائرة المطبوعات والنشر. (1981). الصحافة الأردنية: نشأتها وتطورها، ط1، بيروت: لبنان الدار العربية للموسوعات.

- رتشارد داوسن وآخرون. (1998). التنشئة السياسية: دراسة تحليلية، ترجمة: مصطفى عبدالله خشيم، محمد المغربي، جامعة قارونس، ليبيا.
- رسلان، عثمان. (1971). الإعلام ونظرياته في العصر الحديث. ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- رشتي، جيهان. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. ط2، القاهرة: دار الفكر العربي.
- روو، وليم ايه. (1979). ترجمة موسى الكيلاني، الصحافة العربية الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، مركز الكتب الأردني، عمان، ط2.
- الساري، فؤاد. (2011). وسائل الاعلام، النشأة والتطور. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- سليم ناصر بركات. (1991). علم الاجتماع السياسي، جامعة دمشق، سوريا.
- سميسم، حميدة. (2002). الرأي العام وطرق قياسه. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- سويف، مصطفى. (1975). مقدمة لعلم النفس الاجتماعي. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
- شريم، أميمة. (1983). الصحافة الأردنية وعلاقتها بقوانين المطبوعات والنشر 1920-1983. ط1، عمان.
- الصادق، رابح. (2004). الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، العين: دار الكتاب الجامعي.
- الصايغ، فائز. (2003). الإعلام ومرجل العولمة. دمشق: الأهالي للنشر والتوزيع.



- الصقور، خليل. (2011). الإعلام والتنشئة الاجتماعية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عامر رشيد مبيض. (2000). موسوعة الثقافة السياسية الاجتماعية الاقتصادية العسكرية مصطلحات ومفاهيم، حمص: دار المعارف.
- عبد الرحمن، عبد الله. (2000). سوسيولوجيا الاتصال والإعلام. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- عبد الرحمن، عواطف وسالم، نادية وعبد المجيد، ليلي. (1983). تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الرحمن، عواطف. (2006). الإعلام والعولمة البديلة. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ط1.
- عبد الله، خلدون. (2010). الإعلام وعلم النفس. عمان: دار أسامة للنشر.
- عبدالله محمد عبدالرحمن. (2001). علم الاجتماع السياسي: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، بيروت: دار النهضة العربية.
- عبدالمنعم المشاط. (1988). التممية السياسية في العالم الثالث: نظريات وقضايا، مؤسسة العين، العين.
- عبيدات، شفيق. (2003). مسيرة الصحافة الأردنية 1920-2000 // الأردن.
- العرموطي، مازن. (1981). السياسة الإعلامية ومفهوم التنمية في الأردن. عمان: المؤسسة الصحفية.
- عز الدين، إبراهيم، أعمال ندوة الإعلام وحرية الصحافة في الأردن، مركز الأردن الجديد للدراسات، دار السندباد للنشر، عمان، الأردن 1998.

- عز الدين، إبراهيم. (1998). ندوة الإعلام وحرية الصحافة في الأردن، عمان: دار سندباد للنشر.
- العزيز، نجاحي. (1993). البحوث والرسائل الجامعية قواعد ومناهج وتقنيات. تونس: دار إسهامات في أدبيات المؤسسة.
- العساف، صالح. (2009). المدخل إلى: البحث في العلوم السلوكية. ط1، الرياض: دار الزهراء.
- عقيل، حسين. (1990). فلسفة مناهج البحث العلمي. طرابلس: مكتبة مديولي.
- علي الدين هلال وآخرون، تحرير د.كمال المنوفي. (1994). الانتشئة السياسية في مصر، مركز البحوث والدراسات السياسية. مصر.
- علي، سعيد. (1997). الأصول السياسية للتربية. القاهرة: عالم الكتب.
- عمر، أحمد. (2008). البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه. ط1، بنغازي: جامعة قاريونس.
- عمر، سامان فوزي. (2007). المسؤولية المدنية للصحفي. السليمانية: دار وائل للنشر والتوزيع.
- عيسى، محمد عبدالشفيق. (1999). رؤية إلى المستقبل العربي في: العولمة والتحولت المجتمعية في الوطن العربي. القاهرة: مكتبة مديولي.
- غالي، وجد. (1993). المعجم الوسيط. بيروت: مكتبة لبنان.
- غليون، برهان، وأميين سمير. (2000). ثقافة العولمة وعولمة الثقافة. دمشق: دار الفكر.
- الفار، محمد. (2010). المعجم الإعلامي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- الفرحان، إسحاق. (1983). التربية الإسلامية بين الأصالة والمعاصرة. عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع.
- فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، بيروت: دار النهضة العربية، 1980.
- اللقاني، أحمد. (1995). المناهج بين النظرية والتطبيق. ط4، القاهرة: عالم الكتب.
- محمد حسنين العجمي. (2001). الإدارة المدرسية. القاهرة: دار الفكر العربي، ط1.
- محمد، عبد الحميد والسيد بهنسي. (2004). تأثيرات الصورة الصحفية.. النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد، عبد الحميد. (1993). دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. القاهرة: دار عالم الكتاب.
- محمد، محفوظ. (2005). تكنولوجيا الاتصال. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- مكاوي، جهان. (1981). حرية الفرد وحرية الصحافة، الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة، مصر.
- مكاوي، حسن. (2005). الإعلام ومعالجة الأزمات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مهنا، محمد. (1997). مدخل إلى الاعلام العرب في عالم متغير. أسبوط: المكتب الجامعي الحديث.
- الموسوي، محمد. (د.ن). نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري. عمان: دار الكندي.
- نجم، طه عبد العاطي. (2004). الصحافة والحريات السياسية - دراسة في التوجهات الأيديولوجية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- الهادي، محمد. (1990). أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية. ط1، القاهرة: المكتبة الأكاديمية.

- هيجوت، ريتشارد. (1998). العولمة والأقلمة- اتجاهان جديان في السياسات العالمية. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الكتاب رقم 52، أبو ظبي.
- الويس، مبدر. (1968). الرقابة على الصحافة في النظاميين الرأسمال والاشتراكي. مطبعة الشام، القاهرة، مصر.

- يعقوب، عبد الحليم موسى. (2003). حرية التعبير الصحفي في ظل الأنظمة السياسية العربية. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

#### - رسائل جامعية

- أبو حجية، علي. (2004). الرقابة على دستورية القوانين في الأردن، أطروحة دكتوراه.
- أبو فوده، محمد. (2006). دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة غزة، فلسطين.
- بدر، ميس. (2009). صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية/ تحليل مضمون. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- خصاونه، مصطفى. (2001). العلاقة بين السلطة التنفيذية والتشريعية في الأردن. رسالة ماجستير، 2001.
- خليفة، نوح. (2009). دور الصحف المحلية في دعم الهوية الوطنية البحرينية. رسالة ماجستير منشورة.
- الزهراني، أحمد. (2007). دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الشوابكة، محمد عبد الله. (2006). رقابة الامتناع على دستورية القوانين. أطروحة دكتوراه.

- صالح، سلوى محمد. (1992). دور الإعلام والإعلاميين في مواجهة أخطار العولمة في المملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية.
- طه، أميرة. (2001). دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.
- العموش، حسين. (2011). تطوير دور الجامعات الأردنية في تنمية الوعي السياسي لدى طلابها. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر.
- القرعان، محمد. (2010). الصحافة الأردنية اليومية ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع، صحيفتنا الرأي والغد نموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الكسواني، حنان. (2007). دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- مفيز الدين، عبد المجيد محمد. (1991). الكفايات اللازمة للإعلام المصري للقيام بدوره في عصر العولمة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر.
- النهر، ناجي. (2008). صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية. رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- **المؤتمرات والمنشورات**
  - جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية. (2006). منهاج مادة التربية الوطنية.
  - الجرف، ريماء سعد. (2004). ماذا يقرأ شبابنا في عصر العولمة، ندوة العولمة وأولويات التربية.

- حسين، العبد الكريم. (2007). المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام. ورقة

بحثية مقدمة إلى المؤتمر الأول للتربية الإعلامية، الرياض المملكة العربية السعودية.

- سعيد، محمد السيد. (1993). حرية الصحافة من منظور حقوق الإنسان - دراسة مقارنة

الصحافة في الديمقراطيات الأوروبية وغير الأوروبية. مركز القاهرة لحقوق الإنسان.

- شقير، يحيى. (2001). الحرية الصحفية في الأردن، مطابع الدستور.

- عبيدات، محمد. (2008). إطالة على الهوية والثقافة الوطنية الأردنية. المؤتمر الأول

حول الهوية والثقافة الوطنية ودورها في عملية الإصلاح الشامل، مركز الثريا للدراسات -

عمان.

- الكيلاني، سائدة (2001). حرية الصحافة في الأردن، ورقة مقدمة إلى مؤسسة الأرشيف

العربي للطبع، الأردن.

- مكتبة المتحف الوطني. ولاية الطيبة في العهد العثماني وثائق عثمانية. تاريخ ابن خلدون،

جزء 4، استنبول.

- موسى، سليمان. (1990). إمارة شرقي الأردن: نشأتها وتطورها في ربع قرن. لجنة تاريخ

الأردن، ط 1، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، وثائق عثمانية.

- وزارة التربية والتعليم. القضية الفلسطينية، ط 1، عمان - المملكة الأردنية الهاشمية.

- وزارة التربية والتعليم. كتاب الثقافة العامة للصف الثاني الثانوي، عمان، المملكة الأردنية

الهاشمية.

- الأبحاث والدوريات

- بو جلال، عبد الله. (1977). تأثير وسائل الاعلام على الوعي لدى الافراد.

- الجابري، محمد عابد. (1998). العولمة والهوية الثقافية. مجلة المستقبل العربي، العدد (228).
- جلال، محمد نعمان. (2000). العولمة بين الخصائص القومية والمقتضيات الدولية. القاهرة، مجلة السياسة الدولية، عدد 145، يوليو.
- حجاب، عزت. (1992). وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر. المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 9.
- د. محمود احمد مرسي. (1978). المستقبل العربي. عدد 100، مجلد 10.
- د. نادية حسن سالم. (1983). التنشئة السياسية للطفل العربي: دراسة لتحليل مضمون الكتب المدرسية. المستقبل العربي، عدد 51، ص 54.
- زيادات، عادل. العلاقة بين الأحزاب والتشريعات والقوانين في الأردن (1989-1995). مجلة أبحاث اليرموك، اريد، الأردن العدد الثاني، مجلد 13.
- عبد الرحمن، عواطف. (1994). الحق في الاتصال بين الجمهور والقائمين بالاتصال. مجلة عالم الفكر، 23 (1+2).
- عبد الله، إسماعيل صبري. (1997). الكوكبة الرأسمالية العالمية في مرحلة ما بعد الإمبريالية. مجلة الطريق، العدد 4 تموز/ آب 1997.
- عبدالباسط عبد المعطي. (1984). التعليم وتزيف الوعي: دراسة في استطلاع مضمون بعض المقررات الدراسية. مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 12، عدد 4، ص 55.
- العربي، عثمان. (1996). النظريات الإعلامية المعيارية ماذا بعد نظريات الصحافة الأربع. حويات كلية الآداب الحولية 16، الرسالة 112 (الكويت مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت 1996).

- العظم، صادق جلال. (1997). ما هي العولمة؟، مجلة الطريق، العدد 4، تموز/آب 1997.

- علاونة، حاتم ونجادات، علي. (2011). قضايا الشباب في الصحف الأردنية اليومية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، الجامعة الأردنية، 4 (2).

- كمال المنوفي. (1974). التنشئة السياسية في الفقه السياسي المعاصر. مصر المعاصرة، السنة 56، العدد 355.

- كمال المنوفي. (1988). التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت: تحليل مضمون المقررات الدراسية. السياسة الدولية، عدد 91.

- مراد، بركات. (2001). ظاهرة العولمة "رؤية نقدية"، سلسلة كتاب الأمة، العدد 86، الدوحة.

- موسى، عصام. (1991). الصحافة في قوانين المطبوعات والنشر (1953-1989). أبحاث اليرموك سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد السابع العدد الثاني.

- وافي، على عبد الواحد. (1968). الحرية في الإسلام. دار المعارف، سلسلة اقرأ، رقم 304.

#### - الصحف والمجلات

- الخطيب، محمد. (2007). دور الصحافة على المدرسة. الرياض.

- الدناني، عبد الملك. (2010). دور الصحافة في تشكيل الرأي العام.

- صحيفة الدستور الأردنية، سلسلة ذكريات الأردن.

- مجلة الأقصى، القوات المسلحة الأردنية.

- المجلس الأعلى للإعلام. (2005). تحليل المضمون الهيكلي الصحف اليومية الأردنية وكالة

الأخبار الأردنية "بترا" ( 2005/6/15 - 2005/9/15). عمان.

- موسى، عيسى (2004). معالجة الصحف المصرية لقضايا الفساد، p://aljazeera.net.



- الدستور: صحيفة يومية عربية أردنية سياسية تصدر عن الشركة الأردنية للطباعة والنشر.
- الرأي: صحيفة يومية عربية أردنية سياسية تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية عمان الأردن.
- العرب اليوم: صحيفة يومية عربية أردنية سياسية تصدر عن شركة الطابعون العرب.
- المشرق الإعلامي: صحيفة نصف شهرية عربية أردنية.
- فصيلة الصحافة: تصدر في الولايات المتحد الأمريكية.
- مجلة الشرطة: مجلة شهرية تصدر عن مؤسسة الأمن العام.
- مجلة نقابة المحامين: تصدر عن نقابة المحامين الأردنيين.
- هريو، رئيس الجمعية الوطنية الفرنسية: كلمة ألقاها في مؤتمر بمدينة ليون الفرنسية سنة 1948.

#### - وثائق ومجلات

- الدستور الأردني، المادة 64.67.68.34.73.
- عايش، محمد: "قوانين المطبوعات الأردنية 1993-2000 ومدى انسجامها مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان"، مركز عمان للدراسات حقوق الإنسان، 2003.
- عزام، سالم: الأمين العام للمجلس الإسلامي الدولي البيان العالمي عن حقوق الإنسان في الإسلام، باريس 21 ذو القعدة 1401 هجري.
- كناكزية، وليد: الأحكام القضائية في قضايا المطبوعات والنشر، 2003.
- المادة 73 الفقرة 4، بموجب تعديلات على الدستور تم نشرها في الجريدة الرسمية، العدد 2605 بتاريخ 7 شباط 1976.

- المادة 73 الفقرة 5، بموجب تعديلات على الدستور تم نشرها في الجريدة الرسمية، العدد 3201 بتاريخ 9 كانون الثاني 1984.
- المادة 74، بموجب تعديلات على الدستور تم نشرها في الجريدة الرسمية العدد 1179 بتاريخ 1954، والعدد 1380 بتاريخ 4 أيار 1958.
- المادة 78، بموجب تعديل على الدستور نشر في الجريدة الرسمية، العدد 1179 بتاريخ نيسان 1954، وبموجب تعديل على الدستور نشر في الجريدة الرسمية، العدد 1243 بتاريخ 16 تشرين الأول 1955.
- مانسفيلد اللورد: حرية الصحافة، مطبعة الحرية، باريس، مجلد 2، 1968.
- المجلس الأعلى للإعلام: مقياس الحرية الصحفية في الأردن (2005/1/1 - 2005/12/31 /2005)، عمان، الأردن 2006.
- المجلس الأعلى للشباب (2005-2009). الاستراتيجية الوطنية للشباب. عمان، الأردن.
- النظام الداخلي لمجلس النواب، المادة 114. 126-122. 127 - 130.131-134.
- وثيقة الشرف العسكري للقوات المسلحة الأردنية، 2009/12/5
- اليونسكو، المدير العام لليونسكو، تقرير 18 لسنة 1974 ضمن الوثيقة 18 مادة 5 قطاع الإعلام.

#### - مواقع إلكترونية

- الموقع الإلكتروني لجامعة أم القرى، الرياض، السعودية.
- موقع وزارة التنمية السياسية [www.mopd.gov.jo](http://www.mopd.gov.jo)
- المركز الأردني للإعلام [www.jordan.jo](http://www.jordan.jo)
- عمان نت 20 أيلول 2004.

- (موقع شبكة الأورو - متوسطة لحقوق الإنسان).

- Arabic . islamicweb. Com./Books/ albani.asq.

- <http://www.amal-yemen.com/vb/showthread>.

- [http:// www.jrtv.jo](http://www.jrtv.jo)

- <http://www.petra.gov.jo>

- <https://uqu.edu.sa>

### - مقالات ومنشورات إضافية:

- قرار محكمة العدل العليا قرارها رقم 1997/226 تاريخ 1998/1/26.

- قرار محكمة بداية جزاء عمان رقم 2006/876.

- الصحافة الأردنية، نشأتها وتطورها، منشورات وزارة الإعلام دائرة المطبوعات والنشر، الأردن، 1975.

- د. نفيس مدانات، مقال، مجلة الشرطة، العدد 285، نيسان 2003.

- طاهر العدوان، مقال العرب اليوم، العدد 4195 الاثنين 22 كانون أول 2008 .

- قرار رقم 59 لسنة 18 قضائية دستورية صادر عن المحكمة الدستورية العليا - مصر.

- قرار محكمة بداية جزاء عمان رقم 2002/876 تاريخ 2002/10/30.

- قرار محكمة استئناف عمان رقم 2003/60 تاريخ 2003/2/17.

- قرار محكمة تمييز حقوق رقم 302/1963 تاريخ 1963/1/1، مجلة نقابة المحامين، 1963.

- الأمم المتحدة: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان: مستوى مشترك لكافة الشعوب والأمم ط15

الأمم المتحدة 1962/12/10 المادة الثانية.

- بشير، صلاح الدين: المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية، العدد(88) سبتمبر 1997  
المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان، فقرة 41.

- عزي، عبد الرحمن: دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة  
العربية، بيروت، 2003.

#### ثانياً: المصادر الأجنبية

- Baran, S. & Dennis, K. (1995). Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future. Wadsworth Publishing. Belmont, California.
- Canadian Center of Science and Education. (2012). The British Resident in Transjordan and the Financial Administration in the Emirate Transjordan 1921-1928. Journal of Politics and Law; 5(4), ISSN 1913-904
- Fagan, M. & Frankle, T (2006). Trust and honesty in the Real Word, A Case Study Companion to Trust and Honesty. America's Business Culture at a Crossroad Study.
- Greene, M. (2003). Press Freedom on the Internet. paper presented to World Press Freedom Committee.
- Herman, T. (2006). For the press, responsibility is balancing act. Boston. Com News, online available on: <http://www.boston.com/news>
- Krumsvik, A. (2006). What is the Role of Online Newspapers?, Nordicom Review, 27 (2), 285-297
- Rawnsley, G. ( 2007). The Media and Democracy in China and Taiwan. Taiwan Journal of Democracy. 3, 63-78.
- Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York: Free Press.

- Terrill, W. (2008). Jordanian National Security and the Future of Middle East Stability. report presented to U.S. Government.
- The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man (1962); Under Standing Media: The Extensions of Man (1964); The Medium is The Message: An Inventory of Effects (1967).

# الملاحق

## ملحق (1) الاستبانة

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان (دور الاعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية)، وذلك استكمالاً للحصول على درجة الدكتوراه في الصحافة والإعلام من جامعة الجزائر (3) بإشراف الأستاذ الدكتور عزوق الخير.

تهدف الاستبانة إلى الكشف عن الدور الذي يؤديه التلفزيون الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية في هذا المجال، لذا أرجو منكم التكرم بالإطلاع على الإستبانة المرفقة، آملاً التفضل بالإجابة على فقراتها، بحسب مقتضى الحال لديكم، علماً بأن هذه الاستبانة ستستخدم لأغراض جمع البيانات فقط، ولا توظف المعلومات إلا للغرض العلمي الخاص بهذه الأطروحة.

شاكرين حسن تعاونكم

الباحث

محمد كامل القرعان

## المعلومات العامة

الجزء الأول: المتغيرات الديموغرافية

النوع الاجتماعي:  أنثى  ذكر

الكلية:

التخصص:

المرحلة الدراسية (السنة):  أولى  ثانية  ثالثة  رابعة

خامسة  سادسة  دراسات عليا

مكان السكن:  مدينة  قرية  بادية  مخيم



## الجزء الثاني: أنماط المشاهدة والمتابعة

ضع إشارة (✓) في المربع المناسب:

### المحور الأول: التلفزيون الأردني:

1- ما مدى متابعتك لبرامج التلفزيون الأردني؟

أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين	أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات	أكثر من أربع ساعات	لا أشاهد

2- ماذا تشاهد في التلفزيون الأردني؟ أكثر من إجابة

الرقم	الفقرة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
1	برامج حوارية (سياسية اقتصادية، ثقافية)					
2	برامج دينية					
3	برامج رياضية					
4	أفلام					
5	نشرات الأخبار					
6	مسلسلات					
7	أغاني					
8	حوار					
8	أفلام كرتون					
9	مسابقات					

3- تسهم برامج التلفزيون الأردني الآتية بتلبية احتياجاتي المعرفية والترفيهية والاجتماعية

والوجدانية:

الرقم	البرنامج	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يسعد صباحك					
2	حوار مع كبار					
3	ملف					
4	يوم جديد					
5	المجلة الرياضية					

الرقم	البرنامج	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
6	عمانيات					
7	رئيس تحرير					
8	صحتين وعافية					
9	النشرات الإخبارية					
10	صحتك بالدنيا					
11	يحدث اليوم					
12	وصايا من نور (ديني)					
13	نبض (صحي)					
14	ستون دقيقة					
15	سهرة الخميس					
16	يا طير					
17	اسألوا أهل الذكر					
18	النشرة الجوية (حالة الطقس)					
19	تحت الضوء					
20	برنامج آراء ومواقف					
21	عين على القدس					

4- من المواد الإعلامية الآتية، أيها تلمي احتياجك من المعرفة والاطلاع على ما يتم حولك،

ضع إشارة (✓) في المربع المناسب.

الرقم	الفقرة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
1	برامج المشاركة والتنشئة السياسية.					
2	البرامج التي تحت على الولاء والانتماء.					
3	البرامج التي تعزز الهوية الأردنية.					
4	البرامج التي تعزز الوحدة الوطنية.					
5	البرامج التي تدعم المبادرات الطلابية.					
6	البرامج التي تعرف بالرموز والقيادات الأردنية.					
7	البرامج التي تعرض المناسبات الوطنية.					

## المحور الثاني: وكالة الأنباء الأردنية (بترا):

5- هل تقرأ ما تنشره وكالة الأنباء الأردنية الرسمية (بترا) في موقعها الإلكتروني؟

نعم  لا

6- هل يلفت انتباهك أخبار وتقارير وكالة بترا في وسائل الإعلام الأردنية؟ إذا كانت إجابتك (نعم)

فأرجو وضع إجابة (✓) في المربع المناسب، وإذا (لا) فأرجو الانتقال إلى المحور الثالث:

نعم  لا

-7

أي الموضوعات تتابع في نشرة وكالة الأنباء الأردنية بترا؟						
الرقم	الموضوع	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
1	الأخبار السياسية					
2	الأخبار الفنية					
3	الأخبار الاقتصادية					
4	الأخبار الثقافية					
5	الأخبار الرياضية					
6	التقارير الصحفية المتنوعة					
7	تحقيقات صحفية					

المحور الثالث: تسهم وسائل الاعلام الأردنية الرسمية (التلفزيون الأردني ووكالة بترا) في تشكيل

الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية من خلال:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
1.	تعريف الشباب بأهم القضايا المحلية.					
2.	تعريف الشباب بأهم القضايا الإقليمية.					
3.	التعريف بالسياسات الدولية وقضاياها.					
4.	تزويد الشباب بالمعلومات الصحيحة والحقائق.					
5.	التشجيع على الانخراط بالعمل السياسي.					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
6.	دفع الشباب للانخراط في الأحزاب السياسية والبرلمانات الشبابية.					
7.	تساهم في تطور الحياة السياسية الأردنية.					
8.	التشجيع على المشاركة في الانتخابات البلدية.					
9.	التشجيع على المشاركة في الانتخابات البرلمانية					
10.	أن أمن واستقرار الأردن فوق كل اعتبار.					
11.	حرية القيام بشعائر الأديان والعقائد طبقاً للعادات المرعية في المملكة.					
12.	مكافحة الفساد والمفسدين والكشف عن حالات الفساد في مؤسسات الدولة.					
13.	الالتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات المعمول بها في الدستور الأردني.					
14.	الدعوة للمحافظة على المنجزات والمكتسبات والأملك العامة الأردنية.					

**المحور الرابع:** تسهم وسائل الاعلام الأردنية الرسمية في (أخبارها وبرامجها المرئية والمقروءة) في

التأكيد على الحقوق والواجبات لدى طلبة الجامعة الأردنية من خلال:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	الأردنيون أمام القانون سواء.					
2	التأكيد على حق الشباب في العمل والتعليم.					
3	الدفاع عن الوطن وأرضه ووحدة شعبه.					
4	الحصول على الحياة الكريمة.					
5	المشاركة بالأعمال التطوعية المختلفة.					
6	التركيز على القضايا والمشاكل الاقتصادية للمواطن.					
7	حق المساواة بين (المرأة ، الرجل).					
8	الاعتزاز بالهوية الوطنية الجامعة.					
9	الاعتزاز بأن الأردن جزء من أمته الإسلامية والعربية الإنسانية.					
10	بثّ الروح المعنوية العالية.					

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	الرقم
					تكفل الدولة حرية الرأي بشرط أن لا يتجاوز حدود القانون.	11
					الأمة مصدر السلطات.	12
					الملك وحقوقه.	13
					الإسلام دين الدولة واللغة العربية لغتها الرسمية.	14

## ملحق (2)

### أسماء بقائمة المحكمين

اسم المحكم	الرتبة	التخصص	مكان العمل	رقم الهاتف أو الإيميل
عزت حجاب الكبيسي	أستاذ مشارك	صحافة وإعلام	جامعة اليرموك	0797557749
كامل خورشيد مراد	أستاذ مشارك	صحافة وإعلام	جامعة الشرق الأوسط	0779900011
إبراهيم أبو عرقوب	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الزرقاء	0069253821100
على عقله انجادات	أستاذ مشارك	صحافة وإعلام	جامعة الإمام /الرياض	00966583442622
إبراهيم فؤاد خصاونة	أستاذ مساعد	صحافة	جامعة البترا	0777114180

### ملحق (3)

#### قانون الإعلام المرئي والمسموع المؤقت رقم 71 لسنة 2002

المنشور على الصفحة 5941 من عدد الجريدة الرسمية رقم 4576 تاريخ 2002/12/16

#### المادة 1

1. يسمى هذا القانون (قانون الاعلام المرئي والمسموع لسنة 2002) ويعمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

#### المادة 2

1. يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا القانون المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك:

الوزير	: وزير الاعلام.
الهيئة	: هيئة الاعلام المرئي المنشأة بموجب أحكام القانون.
المدير	: مدير عام الهيئة.
الشخص	: الشخص الطبيعي أو الاعتباري.
البرامج	: الخدمات الإذاعية أو التلفزيونية أو أي جزء منها يبيئها المرخص له للجمهور.
إعادة البث	: إعادة بث الأعمال والبرامج الإذاعية أو التلفزيونية، كلها أو بعضها بلا تغيير لاستقبالها الجمهور.
التردد	: حزمة الموجات الكهرومغناطيسية التي تبث في الفضاء والتي تستخدم في أعمال البث أو إعادة البث.
رخصة البث	: الإذن للمرخص لانتشاء محطة للبث وتشغيلها بمقتضى عقد أو اتفاقية تنظم العلاقة بينهما.

المرخص له : الشخص الذي حصل على رخصة البث وفقاً لأحكام هذا القانون.

اتفاقية الترخيص : العقد أو الاتفاقية الموقعة بين الهيئة والمرخص له التي تنظم العلاقة

بينهما وتحدد حقوق.

### المادة 3

1. الهيئة ومهامها:

أ . تنشأ هيئة تسمى (هيئة الاعلام المرئي والمسموع) تتمتع بشخصية اعتبارية ذات استقلال

مالي وإداري.

ب. ترتبط الهيئة مالياً وإدارياً بالوزير .

ج. يكون مقر الهيئة في عمان ولها إنشاء فروع أو فتح مكاتب داخل المملكة وخارجها.

### المادة 4

1. تتولى الهيئة المهام التالية:

أ . تنمية قطاع الإعلام المرئي والمسموع في المملكة، وتنظيمه والعمل على خلق بيئة

استثمارية فيه.

ب. دراسة طلبات الترخيص.

ج. مراقبة أعمال الجهات المرخص لها.

د . إجازة المصنفات ومنح الرخص اللازمة لمحلات تداولها، وأماكن عرضها وفقاً لأحكام هذا

القانون، والأنظمة الصادرة بمقتضاه.

هـ. اعتماد مكاتب مراسلي محطات الإذاعة والتلفزيون بموجب نظام خاصة يصدر لهذه

الغاية.



و. ترخيص الأجهزة والوسائل التقنية المستخدمة لأعمال البث الإذاعي والتلفزيوني بالتنسيق مع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات.

## المادة 5

1. تلتزم الهيئة بالأسس التي تقرها هيئة تنظيم قطاع الاتصالات المتعلقة بما يأتي:

أ. تخصيص وترخيص الترددات اللازمة لأعمال البث في المملكة أو خارجها.

ب. تطبيق القواعد الفنية الخاصة بالأجهزة والمعدات المستخدمة في محطات البث بما يتفق مع المعايير المعتمدة من الهيئات والجهات الدولية، وبما يراعي التزامات المملكة الدولية في هذا الشأن.

ج. منح تصاريح إدخال الأجهزة والمعدات الفنية اللازمة لأعمال البث أو إعادة البث ومراقبة استخدامها في هذه الأغراض.

د. استخدام التردد المخصص ومراقبة التزام المرخص له بالنطاق الجغرافي المسموح به لممارسة أعمال البث أو إعادة البث.

هـ. ترخيص شبكات الاتصالات المعرفة بقانون الاتصالات المعمول به اللازمة للجهة المتقدمة بطلب الترخيص.

## المادة 6

1. تتألف الهيئة من:

أ. المدير .

ب. الجهاز التنفيذي.

2. يعين المدير بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب من الوزير على أن يتضمن القرار

تحديد راتبه وسائر حقوقه المالية وتنتهي خدماته بالطريقة ذاتها.

3. يؤدي المدير أمام الوزير قبل مباشرة مهامه القسم التالي:
- (اقسم بالله العظيم أن أكون مخلصاً للملك والوطن، وأن احترم القوانين والأنظمة المعمول بها، وأن أقوم بالمهام والواجبات الموكولة إليّ بشرف وأمانة وإخلاص).
4. المدير هو رئيس الجهاز التنفيذي للهيئة ويمثلها أمام الغير وله تفويض بعض صلاحيته لأي من موظفي الهيئة على أن يكون التفويض خطياً ومحدداً.
5. يتكون الجهاز التنفيذي للهيئة من موظفين ومستخدمين يتم تعيينهم، وتحديد شروط استخدامهم ورواتبهم وعلاواتهم ومكافآتهم وحقوقهم، وتحديد واجباتهم، وسائر الأمور الأخرى بموجب نظام يصدر لهذه الغاية.

## المادة 7

1. يشترط فيمن يعين مديراً للهيئة أن يكون:
- أ. أردني الجنسية.
- ب. حاصلاً على الشهادة الجامعية الأولى كحد أدنى.
- ج. من ذوي الكفاءة والخبرة في حقل الإعلام.
- د. غير محكوم بجناية أو بجنحة مخلة بالشرف والأمانة.

## المادة 8

1. يكون المدير مسؤولاً أمام الوزير عن سير أعمال الهيئة، وتناط به المهام، والواجبات التالية:
- أ. متابعة تنفيذ السياسة العامة للإعلام والخطط الوطنية المقررة بشأنها.
- ب. إدارة الهيئة والإشراف على شؤونها.
- ج. التنسيق مع الجهات ذات العلاقة في قيام الهيئة بمهامها.

- د . التوصية للوزير بشأن منح رخص البث أو تجديدها أو تعديلها أو إلغائها وفقاً لأحكام هذا القانون، والأنظمة الصادرة بمقتضاه وبما يتفق مع الخطط الوطنية المقررة للأعلام.
- هـ . إبرام العقود والاتفاقيات المبرمة من الهيئة مع الغير بما في ذلك اتفاقيات الترخيص.
- و . إجازة المصنفات، سواءً المنتجة منها محلياً، أو المستوردة من الخارج بهدف التداول، ومنح الرخص اللازمة لتداولها ولمحلات عرضها.
- ز . إعداد مشروع موازنة الهيئة، وحساباتها الختامية وتقديمها إلى الوزير تمهيداً لعرضهما على مجلس الوزراء للمصادقة عليهما.
- ح . اقتراح بدل الخدمات التي تقدمها الهيئة لإقرارها من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب الوزير .
- ط . اتخاذ الإجراءات المناسبة لإلزام المرخص لهم بالتقيد بشروط الترخيص، ومراعاة السياسة العامة للإعلام المرئي والمسموع.
- ي . النظر في الشكاوى المقدمة إليه من الجمهور على المرخص لهم، واتخاذ الإجراءات المناسبة بشأنها.
- ك . النظر في الشكاوى المقدمة من مرخص له على مرخص له آخر أو من مرخص له في قطاع الإعلام المرئي والمسموع على مرخص له آخر في قطاع الاتصالات أو العكس، واتخاذ الإجراءات اللازمة، وإصدار القرارات المناسبة بشأنها، وذلك بالتنسيق مع الجهات المختصة، ويُسْتثنى من ذلك المنازعات المالية.
- ل . إصدار تعليمات البرامج والإعلانات والدعاية التجارية.
- م . القيام بأي أعمال أو مهام يكلفه الوزير بها مما لها علاقة بتنفيذ أحكام هذا القانون.

## المادة 9

1. لا يجوز أن يكون للمدير أو أي من موظفي الهيئة التنفيذيين الرئيسيين، أو لأزواجهم أو أقاربهم حتى الدرجة الثانية منفعة مباشرة، أو غير مباشرة في أي استثمار في قطاع الإعلام المرئي والمسموع طيلة مدة عمله في الهيئة.

2. على المدير قبل مباشرة عمله أن يقدم تصريحاً خطياً للوزير بعدم وجود أية منفعة له، أو لزوجه، أو لأقاربه حتى الدرجة الثانية في قطاع الإعلام المرئي والمسموع، وعليه أن يبلغ الوزير عن أية منفعة من ذلك القبيل نشأت، أو قد تنشأ خلال مدة عمله، وذلك تحت طائلة المسؤولية القانونية، وعلى موظفي الهيئة التنفيذيين الرئيسيين تقديم مثل هذا التصريح أو التبليغ إلى المدير.

3. إذا خالف المدير أو أي من موظفي الهيئة التنفيذيين الرئيسيين أحكام الفقرتين (أ و ب) من هذه المادة، فيلاحق بجريمة استثمار الوظيفة، أو إساءة الائتمان، ويكون ملزماً برد جميع المنافع التي حصل عليها من جراء تلك المخالفة، بالإضافة إلى إلزامه بتعويض الضرر الذي لحق بأي شخص نتيجة ذلك.

## المادة 10

1. موارد الهيئة تتكون الموارد المالية للهيئة مما يلي:

أ. المبالغ السنوية المخصصة لها في الموازنة العامة.

ب. التبرعات والهبات والمنح، وأي موارد أخرى تحصل عليها الهيئة بموافقة مجلس الوزراء.

## المادة 11

1. يكون للهيئة موازنتها المستقلة، ويتم إقرارها والمصادقة على حساباتها الختامية من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب الوزير.

2. تبدأ السنة المالية للهيئة في اليوم الأول من شهر كانون الثاني، وتنتهي في اليوم الحادي والثلاثين من شهر كانون الأول من السنة ذاتها على أن تبدأ السنة المالية الأولى من تاريخ إنشاء الهيئة، وتنتهي في الحادي والثلاثين من شهر كانون الأول من السنة ذاتها.

### **المادة 12**

1. تعتبر كل من العوائد التي تتأتى للهيئة من بدل الخدمات التي تقدمها والرسوم التي تستوفيها لقاء تقديم طلبات الترخيص وتجديد الرخص، أو تعديلها والغرامات التي تفرض بمقتضى أحكام هذا القانون إيراد للخزينة العامة.

### **المادة 13**

1. تتمتع الهيئة بالإعفاءات والتسهيلات المقررة للوزارات والدوائر الحكومية.  
2. تخضع حسابات الهيئة لرقابة ديوان المحاسبة وللهيئة تعيين مدقق حسابات قانوني عند الضرورة.

### **المادة 14**

1. تعتبر أموال الهيئة وحقوقها لدى الغير أموالاً عامة يتم تحصيلها وفقاً لأحكام قانون تحصيل الأموال الأميرية الساري المفعول، ولهذه الغاية يمارس المدير أو من يفوضه خطياً بذلك جميع الصلاحيات المخولة للحاكم الإداري، ولجنة تحصيل الأموال الأميرية المنصوص عليها في القانون المذكور.

### **المادة 15**

2. يحظر على أي شخص، أن يمارس أعمال البث ما لم يكن حاصلاً على رخصة بث صادرة وفقاً لأحكام هذا القانون.

## المادة 16

1. يقتصر حق تقديم طلب الحصول على رخصة البثّ على الشخص الاعتباري.
2. يقدم طلب الحصول على رخصة البثّ للهيئة وفقاً للنموذج الذي تعدّه لهذه الغاية.
3. يرفع المدير توصياته إلى الوزير بالموافقة على الطلب المستكمل للبيانات المطلوبة، أو رفضه وذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تسلمه للتوصية.

## المادة 17

1. يشترط فيمن يتقدم للحصول على رخصة بثّ ما يلي:
  - أ. أن لا يكون قد صدر بحقه حكم بالإفلاس، أو حكم بإفلاس أحد الشركاء، أو المساهمين الرئيسيين فيه.
  - ب. تقديم كفالة حسن تنفيذ وفقاً لشروط منح الرخصة.

## المادة 18

1. رخص البثّ:
  - أ. لمجلس الوزراء بناءً على تنسيب الوزير المستند إلى توصية المدير الموافقة على منح رخص البثّ، أو تجديدها، أو تعديلها، أو إلغائها وفقاً لأحكام هذا القانون، والأنظمة الصادرة بمقتضاه، وبما يتفق مع الخطط الوطنية المقررة للإعلام.
  - ب. لمجلس الوزراء الحق في رفض منح رخص البثّ لأي جهة كانت دون بيان الأسباب.
  - ج. تعتبر رخصة البثّ شخصية ولا يجوز للمرخص له التنازل عنها، أو عن أي جزء منها إلا بموافقة مجلس الوزراء، وبناءً على تنسيب من الوزير.

## المادة 19

1. تلتزم الهيئة قبل رفع التنسيب بشأن طلب الرخصة بالحصول على موافقة هيئة تنظيم قطاع الاتصالات فيما يتعلق بالأمور الداخلة ضمن اختصاصها وبصورة خاصة تراخيص الترددات.

**ملحق (4)**  
**المحطات الإذاعية والتلفزيونية**

التردد	المحطة	اسم الشركة	الرقم
92.0	Mood	النوارس لوسائل الإعلان	1.
102.5	Beat	النوارس لوسائل الإعلان	2.
99.6	Play	الحديثة للإعلام	3.
105.1	صوت عمان	الحديثة للإعلام	4.
94 - 102.1 - 104.2	فن	مديرية التوجيه المعنوي القوات المسلحة الأردنية	5.
97,1	أهلين	الدقة للبيث الإذاعي والتلفزيوني	6.
99,9	روتانا	الكون للبيث الإذاعي	7.
95,3	مزاج	الإذاعي الأهلية للبيث	8.
92,4	صوت المجتمع	ديفيد كتاب وشريكه	9.
93,7	نجوم	الإعلام الدولية لخدمات	10.
101,5	صوت الغد	الأردن الدولية للبيث الإذاعي	11.
105,5 - 91,1	ميلودي	الأردن الدولية للبيث الإذاعي	12.
104,7	حياة	السلام للإعلام المسموع	13.
88,5	صوت المدينة	البداد للصحافة والإعلام	14.
90,3	معان	جامعة الحسين بن طلال	15.
89,5	أمن	مديرية الأمن العام	16.
98,7 - 91,5 - 93,1	إذاعة القرآن الكريم	وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية	17.
100,7 - 100,3	وطن	الروائع للبيث الإذاعي والتلفزيوني	18.
105.7	يرموك	جامعة اليرموك	19.



## المحطات الإذاعية

### المحطات الإذاعية العاملة/ مؤسسة الإذاعة والتلفزيون

التردد	اسم المحطة	اسم المؤسسة
99.0 105.0 97.4 103.8	FM عمان	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون
88.0	البرنامج العام	
96.3 90.9 103.8 99.7	إنجليزي	
90,0	فرنسي	

### محطات إعادة البث الإذاعية

التردد	اسم المحطة	اسم الشركة	الرقم
98.1 107.4	صوت أمريكا SAWA	BBG	.1
103.1 89.1	BBC	BBC	.2
97.4 106.2	RMC	RMC	.3
106,7	MBC	MBC	.4

## محطات البث الفضائي التي تبث أو سوف تقوم بالبث عن طريق المدينة الإعلامية

الرقم	اسم الشركة	اسم المحطة
1.	فيلكا للإعلام والبث الفضائي	Stock TV
2.	نورمينا للإعلام	نورمينا
3.	جيل للبث والإنتاج	جيل
4.	ارابكو للصناعة و التجارة	Seven Stars
5.	النجاح الإعلامية	Smart Way TV
6.	شركة أساس للخدمات الإعلامية	ب بيئتي
7.	الشركة الأردنية للراديو والتلفزيون	ميلودي أفلام
8.	أفضل تقنية للبث الفضائي	Supertech
9.	شركة التنمية للإعلام والتسويق	ARAB TV
10.	شركة قناة جدة الأولى للبث الفضائي	قناة جدة
11.	شركة قناة صور الفضائية للبث الفضائي	Escape Music Channel
12.	شركة الأفضلية للتسويق المحدودة	غنوة
13.	شركة الأفضلية للتسويق المحدودة	مرسال غنوة
14.	شركة اغانينا للإعلام	أغانينا
15.	الشركة البابلية للإنتاج والبث التلفزيوني	البابلية

## محطات البث الفضائي التي تقوم بالبث خارج المدينة الإعلامية

الرقم	اسم الشركة	اسم المحطة
1.	وطن الفضائية للبث	WTV
2.	قناة المجد الفضائية	شدا
3.	الأردنية المتحدة للبث التلفزيوني	ATV
4.	شركة نون للتجارة والخدمات	تلفزيون بغداد
5.	شركة الرشيد الإعلامية	الرشيد

## محطات البث التلفزيوني

اسم المحطة	اسم الشركة	الرقم
ATV	الأردنية المتحدة للبث التلفزيوني	.1

## التلفزيوني الكيبل

اسم المحطة	اسم الشركة	الرقم
	شركة الكيبل التلفزيوني	.1

**ملحق (5)**  
**الصحف والمجلات الأردنية**

**الصحف اليومية**

-	صحيفة الرأي	عربية يومية سياسية
-	صحيفة الدستور	أردنية يومية مستقلة
-	صحيفة العرب اليوم	أردنية يومية مستقلة
-	صحيفة الغد	أردنية يومية مستقلة
-	صحيفة الأنباط	أردنية يومية مستقلة
-	صحيفة الديار	أردنية يومية مستقلة
-	صحيفة الجوردان تايمز	أردنية يومية مستقلة تصدر باللغة الإنجليزية

**الصحف الأسبوعية**

-	صحيفة شيجان	أسبوعية سياسية اجتماعية مستقلة
-	صحيفة الحياة	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة اللواء	أسبوعية شاملة مستقلة
-	صحيفة المحور	أسبوعية سياسية مستقلة
-	صحيفة الحقيقة الدولية	أسبوعية دولية شاملة مستقلة تصدر باللغتين العربية والإنجليزية
-	صحيفة الكلمة	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة الحرية	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة الحدث	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة الشاهد	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة الجزيرة	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة المواجهة	أسبوعية سياسية شاملة

-	صحيفة الإخبارية	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة الأهالي	أسبوعية سياسية تصدر عن حزب الشعب الديمقراطي الأردني "حشد"
-	صحيفة البلاد	أسبوعية سياسية مستقلة
-	صحيفة الممیزة	أسبوعية نسائية
-	صحيفة المجد	سياسية عربية قومية
-	صحيفة الهدف	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة حوادث الساعة	أسبوعية سياسية مستقلة
-	صحيفة السبيل	أسبوعية سياسية مستقلة
-	صحيفة البیداء	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة المقصد	أسبوعية شاملة مستقلة
-	صحيفة الجماهير	أسبوعية سياسية يصدرها الحزب الشيوعي الأردني
-	صحيفة الأردن	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة الوطن	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة ذا ستار	أسبوعية تصدر باللغة الإنجليزية
-	صحيفة المرأة	أسبوعية سياسية إعلانية شاملة
-	صحيفة الأوطان	أسبوعية مجانية إعلانية شاملة
-	صحيفة الوحدة	أسبوعية سياسية ثقافية
-	صحيفة المشهد الأسبوعي	أسبوعية مستقلة
-	صحيفة أسرار المجتمع	أسبوعية إعلامية إعلانية اجتماعية
-	صحيفة الوطن	أسبوعية سياسية شاملة
-	صحيفة صوت الأمة	أسبوعية برلمانية مستقلة
-	صحيفة النشمية	نسائية متخصصة

صحيفة الشورى البرلمانية الأسبوعية	أسبوعية برلمانية متخصصة	-
جريدة المنبر النقابي	أسبوعية نقابية متخصصة	-
صحيفة الوطن الاقتصادي	أسبوعية اقتصادية متخصصة	-
صحيفة محليات جرش	أسبوعية محلية	-
صحيفة السجل	أسبوعية سياسية مستقلة	-

### المجلات

مجلة شرقيات	-
مجلة ليالينا	-
مجلة المشاهير الشهرية	-
مجلة أنت	-
مجلة العربية	-
مجلة المستور الشهرية	-
مجلة جوردان لاند	-
مجلة أمانينا الاجتماعية	-
مجلة السادة الاقتصادية	-
مجلة Luxury	-
مجلة بوابة الشرق الأوسط	-
مجلة مرياح شهرية تعنى بأمور الزواج	-
مجلة الأريج شهرية اجتماعية متخصصة	-
مجلة شام شهرية	-
مجلة أقلام	-
مجلة أفكار	-

مجلة أهلاً	-
living well مجلة	-

## ملحق (6) قانون وكالة الأنباء الأردنية

### المادة (1):

يسمى هذا القانون (قانون وكالة الأنباء الأردنية لسنة 2009)، ويعمل به بعد مرور ثلاثين يوماً من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

### المادة (2):

يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا القانون المعاني المخصصة لها أدناه، ما لم تدل القرينة على غير ذلك:

الوزير: رئيس الوزراء أو الوزير الذي يسميه.

الوكالة: وكالة الأنباء الأردنية المنشأة وفق أحكام هذا القانون.

المجلس: مجلس إدارة الوكالة.

الرئيس: رئيس المجلس.

المدير العام: مدير عام الوكالة.

### المادة (3):

أ. تنشأ بموجب أحكام هذا القانون مؤسسة تسمى (وكالة الأنباء الأردنية)، ويرمز لها بكلمة (بترا) تتمتع بشخصية اعتبارية ذات استقلال مالي وإداري، ولها بهذه الصفة تملك الأموال المنقولة وغير المنقولة، والقيام بجميع التصرفات القانونية اللازمة لتحقيق أهدافها بما في ذلك إبرام العقود وقبول المساعدات والتبرعات ولها حق التقاضي وينوب عنها في الإجراءات القضائية المحامي العام المدني أو أي محامٍ توكله لهذه الغاية.



ب. ترتبط الوكالة بالوزير.

ج. يكون مركز الوكالة في عمان، ولها فتح مكاتب داخل المملكة بقرار من المدير العام وخارجها

بقرار من المجلس.

#### المادة (4):

تهدف الوكالة إلى تغطية الأحداث والقضايا والأنشطة المختلفة، ومتابعتها على المستوى الوطني والعربي والدولي وبصورة خاصة ذات الصلة بالمملكة، والإسهام في تعزيز المهنية الإعلامية والصحفية في المملكة، ومواكبة التطورات والمتغيرات المهنية والتقنية في مجال الاتصال والمعلومات، ولها في سبيل تحقيق هذه الأهداف القيام بالمهام والصلاحيات التالية:

أ- تقديم الخدمات الإخبارية والمواد والمعالجات الصحفية التي يتم جمعها وإعدادها من مختلف المصادر داخل المملكة، وخارجها وبثها وتوزيعها.

ب- تبادل الخدمات والتسهيلات المهنية والتقنية مع وكالات الأنباء العربية والعالمية.

ج- إعداد الدراسات والبحوث والنشرات المتخصصة واستطلاعات الرأي والخدمات الإخبارية المصورة.

د- تأهيل العاملين في الوكالة وتدريبهم.

هـ- العمل على تنمية الموارد المالية للوكالة وتعزيزها من خلال تقديم وتسويق وبيع الخدمات الإخبارية والمصورة والفنية والتدريبية.

و- إستيفاء الاشتراكات والأجور من المستفيدين من خدمات الوكالة.

## المادة (5):

- أ- يشكّل المجلس من سبعة أعضاء على أن يكون أحدهم المدير العام، ويتم تعيين الأعضاء الستة بمن فيهم الرئيس من ذوي الخبرة والاختصاص بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب رئيس الوزراء لمدة سنتين قابلة للتجديد، ويسمى من بينهم رئيساً للمجلس.
- ب- على الرغم مما ورد في الفقرة (أ) من هذه المادة يجوز لرئيس الوزراء أن يسمي أحد الوزراء رئيساً للمجلس، على أن لا يتقاضى أي مكافأة مقابل ذلك.
- ج- يكون المدير العام نائباً للرئيس، ويتولى مهامه وصلاحياته عند غيابه.
- د- مع مراعاة أحكام الفقرة (ب) من هذه المادة، تحدد مكافأة الرئيس وأعضاء المجلس بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب رئيس الوزراء.

## المادة (6):

- يجتمع المجلس بدعوة من الرئيس مرة كل شهر، وكلما دعت الحاجة ويكون اجتماعه قانونياً بحضور خمسة من أعضائه على الأقل على أن يكون الرئيس، أو نائبه من بينهم ويتخذ قراراته بأكثرية أصوات أعضائه.

## المادة (7):

يتولى المجلس المهام والصلاحيات التالية:

- أ- وضع استراتيجية عمل الوكالة وإقرار الخطط والبرامج اللازمة لتنفيذها.
- ب- إقرار أسس ومعايير جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وبنّائها في إطار القواعد المهنية وأخلاقيات المهنة الواردة في ميثاق الشرف الصحفي.
- ج- إقرار برامج عمل الوكالة محلياً وعربياً ودولياً، واعتماد مراسلين للوكالة في خارج المملكة بناءً على تنسيب المدير العام.

د- تحديد مقدار الاشتراكات والأجور والبدلات التي تستوفىها الوكالة مقابل تقديم وبيع خدماتها المختلفة بما في ذلك تزويد الأنباء وتحرير المواد الإخبارية، وأي أنشطة أخرى تقوم بها بناءً على تنسيب المدير العام وأسس الإعفاء من هذه الاشتراكات والأجور والبدلات.

هـ- إقرار جدول تشكيلات الوظائف، والهيكل التنظيمي في الوكالة.

و- إقرار مشروع الموازنة السنوية للوكالة، ورفعها إلى مجلس الوزراء للموافقة عليه وإحالاته إلى مجلس الأمة لإقراره.

ز- إقرار التقرير السنوي والبيانات المالية الختامية عن أعمال الوكالة ورفعها إلى مجلس الوزراء للمصادقة عليهما.

ح- تعيين محاسب قانوني يتولى تدقيق حسابات الوكالة وتحديد أتعابه.

ط- أي مهام أخرى يكلفه بها الوزير.

#### المادة (8):

أ- يعين المدير العام بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب الوزير، على أن يقترن القرار بالإرادة الملكية السامية، وتنتهي خدماته بقرار من مجلس الوزراء.

ب- يمثل المدير العام الوكالة لدى الغير.

#### المادة (9):

يتولى المدير العام المهام والصلاحيات التالية:

أ- متابعة تنفيذ استراتيجية عمل الوكالة والخطط والبرامج المقررة لتطبيقها.

ب- إدارة أعمال الوكالة الإدارية والمالية والفنية ومتابعة تنفيذها والتنسيق بين أجهزتها المختلفة.

ج- إعداد أسس ومعايير جمع الأخبار وتحريرها وتحليلها والتعليق عليها وبنائها ورفعها إلى

المجلس.

- د- إعداد الخطط والبرامج المتعلقة بأعمال الوكالة، واقتراح سبل تطويرها ورفعها إلى المجلس.
- هـ- تقديم التقارير التي يطلبها المجلس عن أعمال الوكالة وأنشطتها المختلفة، واقتراح سبل تطويرها.
- و- إعداد جدول تشكيلات الوظائف والهيكل التنظيمي في الوكالة ورفعها إلى المجلس.
- ز- إعداد الخطة اللازمة لتأمين الإمكانات البشرية اللازمة لقيام الوكالة بمهامها ورفعها إلى المجلس.
- ح- الإشراف على موظفي ومستخدمي الوكالة وإدارة جميع أجهزتها.
- ط- إعداد الموازنة السنوية للوكالة ورفعها إلى المجلس.
- ي- إعداد التقرير السنوي والبيانات المالية الختامية عن أعمال الوكالة ورفعها إلى المجلس.
- ك- أي أمور أخرى يكلفه بها المجلس.

#### المادة (10):

- تتكون الموارد المالية للوكالة من:
- أ- ما يرصد لها في الموازنة العامة.
- ب- الاشتراكات والأجور والبدلات التي تتقاضاها وفق أحكام هذا القانون والعوائد المتأتية لها من موجوداتها.
- ج- التبرعات والمنح والمساعدات التي ترد إليها شريطة موافقة مجلس الوزراء عليها.

#### المادة (11):

- تبدأ السنة المالية للوكالة في اليوم الأول من شهر كانون الثاني من كل سنة وتنتهي في اليوم الحادي والثلاثين من شهر كانون الأول من السنة ذاتها، أما السنة المالية الأولى فتبدأ من تاريخ سريان أحكام هذا القانون وتنتهي في اليوم الحادي والثلاثين من شهر كانون الأول من تلك السنة.

## المادة (12):

أ- تخضع حسابات الوكالة للتدقيق من قبل ديوان المحاسبة.

ب- تعتبر أموال الوكالة أموالاً عامة يتم تحصيلها وفقاً لأحكام قانون تحصيل الأموال الأميرية النافذ، ولهذه الغاية يمارس المدير العام صلاحية الحاكم الإداري ولجنة تحصيل الأموال الأميرية المنصوص عليها في ذلك القانون.

ج- تتمتع الوكالة بجميع الإعفاءات والتسهيلات التي تتمتع بها الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية العامة.

## المادة (13):

تعتبر الوكالة الخلف القانوني والواقعي لوكالة الأنباء الأردنية المنشأة بموجب نظام وكالة الأنباء الأردنية رقم (94) لسنة 2004 وتؤول إليها جميع موجوداتها وحقوقها وأموالها المنقولة وغير المنقولة وتحمل جميع الالتزامات المترتبة عليها وينقل إليها جميع موظفيها ومستخدميها حكماً وتعتبر خدماتهم لديها استمراراً لخدماتهم السابقة ويستمررون في تقاضي أي علاوة ممنوحة لهم بموجب ذلك النظام أو قرارات مجلس الوزراء لحين صدور نظام الموظفين الخاص بالوكالة.

## المادة (14):

يصدر مجلس الوزراء الأنظمة اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون بما في ذلك نظام الموظفين والنظام المالي ونظام اللوازم.

## المادة (15):

رئيس الوزراء والوزراء مكلفون بتنفيذ أحكام هذا القانون.

## ملحق (7)

### قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني

#### المادة (1)

يسمى هذا القانون (قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية لسنة 2000) ويعمل به اعتباراً من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

#### المادة (2)

يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا القانون المعاني المخصصة لها أدناه، ما لم تدل القرينة على غير ذلك:

- المؤسسة: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

- المجلس: مجلس إدارة المؤسسة.

- الرئيس: رئيس المجلس.

- المدير العام: المدير العام للمؤسسة.

#### المادة (3)

أ- تنشأ بمقتضى هذا القانون مؤسسة عامة تسمى (مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية) تتمتع بالشخصية الاعتبارية ذات الاستقلال المالي والإداري، ولها أن تقوم بهذه الصفة بجميع التصرفات القانونية وإبرام العقود، وتملك الأموال المنقولة، وغير المنقولة واستثمارها وقبول الهبات والإعانات والتبرعات وعقد القروض والقيام بالإجراءات القانونية والقضائية، ولها أن تتيب عنها لهذه الغاية المحامي العام المدني، أو أي محامٍ آخر.

ب - يكون مركز المؤسسة في عمان ويجوز لها أن تفتح فروعاً ومكاتب لها في أي مكان داخل المملكة، وخارجها بقرار من المجلس بناء على توصية المدير العام.

#### المادة (4)

تعتبر المؤسسة الخلف القانوني والواقعي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون وتنتقل إليها جميع الحقوق والأموال العائدة إلى المؤسسة كما تتحمل الالتزامات التي ترتبت عليها.

#### المادة (5)

تتولى المؤسسة وفقاً للسياسة الإعلامية المقررة والخطط الوطنية الإعلامية للدولة القيام بما يلي:  
أ- إنشاء محطات التلفزيون ومحطات الإذاعة وتطويرها بما في ذلك تزويدها بالأجهزة والمعدات والخبرات الفنية.

ب- بث وإذاعة المواد والبرامج الإذاعية والتلفزيونية.

ج- عقد الاتفاقيات والقيام بالأعمال والإجراءات المتعلقة بأعمالها.

د- أي أعمال أخرى ترتبط بمهام المؤسسة.

#### المادة (6)

أ- يتكون المجلس من تسعة أعضاء وعلى النحو التالي:-

الرئيس، ويعين بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب رئيس الوزراء على أن يقترن القرار بالإرادة الملكية السامية، وتنتهي خدماته أو يُعفى منها بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب رئيس الوزراء.

المدير العام.

سبعة أشخاص من ذوي الكفاءة والخبرة يعينون بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب رئيس الوزراء لمدة سنتين قابلة للتجديد.

ب- ينتخب المجلس من بين أعضائه نائباً للرئيس يتولى مهامه وصلاحياته عند غيابه.

ج- يحدد راتب الرئيس وحقوقه أو مكافآته ومكافآت الأعضاء، وسائر حقوقهم المالية بقرار من مجلس الوزراء بناءً على تنسيب رئيس الوزراء.

د- على الرغم مما ورد في الفقرتين (أ) و (ج) من هذه المادة، لرئيس الوزراء تسمية احد الوزراء رئيسا للمجلس على أن لا يتقاضى أي راتب أو مكافأة مقابل ذلك.

#### المادة (7):

أ - يعقد المجلس اجتماعاته بدعوة من رئيسه مرة كل شهر على الأقل، وله أن يعقد جلساته غير عادية بناءً على طلب مقدم من ثلث عدد أعضاء المجلس على الأقل يبينون فيه أسباب عقد الاجتماع، والأمور التي ستبحث فيه دون غيرها.

ب - يكون اجتماع المجلس قانونياً إذا حضره أغلبية أعضاء المجلس على أن يكون الرئيس أو نائبه في حالة غياب الرئيس واحدا منهم، ويتخذ قراراته بالإجماع أو بأكثرية أصوات الحاضرين، وعند تساوي الأصوات يرجح الجانب الذي صوت معه رئيس الاجتماع.

#### المادة (8)

يتولى المجلس الإشراف على أعمال المؤسسة وتناط به لهذا الغرض جميع الصلاحيات والمهام اللازمة بما في ذلك:

أ- وضع الخطط اللازمة لتمكين المؤسسة من تنفيذ أعمالها بما يتفق مع السياسة الإعلامية والخطط الوطنية المقررة .

ب - إقرار الهيكل التنظيمي للمؤسسة والوصف الوظيفي وشروط أشغال الوظائف وتحديد مهامها والشؤون المتعلقة بموظفي الفئة الأولى، والموظفين بعقود وذلك وفقاً لنظام يصدر لهذه الغاية.

ج- تحديد الأجور، وبدل الخدمات التي تقدمها المؤسسة بما في ذلك الأنشطة التجارية والإعلانية.



د- الموافقة على مشروع الموازنة العامة للمؤسسة والحسابات الختامية لها، ورفعها إلى مجلس الوزراء لإقرارهما.

هـ- تحديد البنوك المتعامل معها وتحديد المفوضين بالتوقيع على الحوالات والمستندات المالية.  
و- تحديد أسس استثمار أموال المؤسسة وإقرار الاتفاقيات والعقود ومذكرات التفاهم التي يتم إبرامها مع الغير وتسمية الأعضاء المفوضين بالتوقيع نيابة عنها.

ز- إقرار الخطة العامة لبرامج المؤسسة ودوراتها البرمجية.

### المادة (9)

تتكون مصادر تمويل المؤسسة مما يلي:

- أ. أجور الإعلان بمختلف أنواعه.
- ب. أجور الخدمات المختلفة التي تقدمها المؤسسة من إنتاجية وهندسية وإدارية وغيرها في مجال التسويق البرامج والإخباري أو أي نشاطات أخرى.
- ج. عوائد إنتاج وتسويق البرامج والمسلسلات التلفزيونية والإذاعية والمواد الإعلامية المختلفة.
- د. ريع استثمار أموال المؤسسة وعائداتها.
- هـ. الهبات والمساعدات التي تقدم إليها شريطة موافقة مجلس الوزراء عليها.

### المادة (10)

يعين المدير العام ويحدد راتبه وسائر حقوقه المالية بقرار من مجلس الوزراء على أن يقترن القرار بالإرادة الملكية السامية وتنتهي خدماته بقرار من مجلس الوزراء.

### المادة (11)

يتولى المدير العام الإشراف على تنفيذ أعمال المؤسسة الإدارية والمالية والفنية والتنسيق بين أجهزتها ويرتبط مباشرة بالرئيس، ويكون مسؤولاً أمام المجلس عن تنفيذ خطط المؤسسة وعن حسن سير العمل فيها.

## المادة (12)

يتولى ديوان المحاسبة تدقيق حسابات المؤسسة وللمجلس بالإضافة إلى ذلك تعيين أحد مدققي الحسابات القانونيين للقيام بهذه الأعمال وتحديد بدل أتعابه.

## المادة (13)

تعتبر أموال المؤسسة وحقوقها كأموال الخزينة العامة، وحقوقها وتحصل بموجب قانون تحصيل الأموال الأميرية المعمول به، وتحقيقاً لهذا العرض يتولى المدير العام صلاحيات الحاكم الإداري ولجنة تحصيل الأموال الأميرية المنصوص عليها في ذلك القانون.

## المادة (14)

أ- لمجلس الوزراء إصدار الأنظمة اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون بما في ذلك الأنظمة الخاصة بالأمور المالية والإدارية والأشغال واللوازم والاستثمارات في المؤسسة ورسوم اقتناء ممن يقتني أجهزة التلفزيون.

ب- إلى أن تصدر الأنظمة المنصوص عليها في الفقرة (أ) من هذه المادة يستمر العمل بالأنظمة المعمول بها في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بما لا يتعارض مع أحكام هذا القانون.

## المادة (15)

يلغى قانون (مؤسسة الإذاعة والتلفزيون) رقم (43) لسنة 1985 كما يلغى أي نص في أي تشريع آخر يتعارض مع أحكام هذا القانون.

## المادة (16)

رئيس الوزراء والوزراء مكلفون بتنفيذ أحكام هذا القانون.

## ملحق (8)

### الإستراتيجية الإعلامية

2015 - 2011

#### تمهيد

في إطار مسيرة الإصلاح الشامل التي يواصل الأردن قطع الخطوات فيها، وعلى أساس أن الإعلام بشقيه الرسمي والخاص الذي ينضوي تحت مظلة الإعلام الوطني جزء ومكون أساسي من عملية الإصلاح من جهة، وهو المنبر الذي من خلاله كذلك يتم الإعداد والترويج لمسيرة الإصلاح، فقد وجّه جلاله الملك عبد الله الثاني المعظم في (22) آذار الماضي رسالة ملكية للحكومة جاء فيها بما يخص موضوع تطوير الإعلام: "أما الإعلام الوطني بسائر أشكاله؛ المطبوع والمرئي والمسموع والالكتروني، فلا بد له، وقد آمنا بحريته، من التعبير بمهنية رفيعة ومسؤولية وطنية عن هذا البلد الذي لا تهدأ محاولاته للتقدم، ولا يتراجع عن أحلامه وأشواقه وهو يسير نحو الحرية والحياة الكريمة. وقد شهدنا تراجعاً في الإعلام الرسمي، أسهم في عدم إيصال رسالة الدولة الأردنية وصوت المواطن بالشكل الذي يليق. إننا في الأردن وطن حرية وإبداع، يقبل الرأي الآخر ويحترم التعددية والعدالة وسيادة القانون. وهنا أوجه الحكومة لإعداد استراتيجية للإعلام تقوم على قاعدتي الحرية والمسؤولية، وتأخذ بعين الاعتبار متغيرات العصر من أدوات جديدة للاتصال".

وقام رئيس الحكومة الدكتور معروف البخيت بالرد على الرسالة الملكية السامية، وبما يخص موضوع الإعلام وجاء في الرد: "كما وتتعهد الحكومة، يا سيدي، بتطوير وإعادة تأهيل الإعلام الرسمي الأردني، بكافة منابره ومؤسّساته، ليستعيد مكانته الرائدة، منبراً للرأي والرأي الآخر، وحاضنة للإبداع، ووكيلاً للمجتمع، في كشف مواطن الخلل أو التقصير، وبحيث يقوم بدوره

الرئيس في خدمة أهداف الإعلام الأردني، وحمل رسالته. وعلى هذا الأساس، فقد بدأت الحكومة، بالفعل، إعداد إستراتيجيتها الإعلامية، التي ستتواصل على أساس تطويرها والبناء عليها مع الجهات ذات العلاقة في القطاعين العام والخاص".

## المقدمة

جاء التوجيه الملكي السامي للحكومة، بإعداد إستراتيجية للإعلام الوطني بمختلف أشكاله؛ المرئي، والمقروء، والمسموع، والإلكتروني، تقوم على قاعدتي الحرية والمسؤولية، وتأخذ بعين الاعتبار متغيرات العصر من أدوات جديدة للاتصال، تأكيداً لدور الإعلام المتقدم وتكريساً لشراكة كافة القطاعات المعنية والمتصلة في صياغة ملامح الإعلام الوطني المطلوب، وبالبناء على المنجز الإعلامي الأردني، وما حققه خلال العقود الماضية، من نقلات مهمّة، عبّرت، بجلاء، عن إرادة عليا، آمنت بالكلمة وسيلة للحوار، وباحترام الرأي والرأي الآخر، وبالإعلام الحرّ المسؤول كشريك وكوكيل أيضاً للمجتمع.

وبناء على ما سبق، فقد أخذت حوارات وجهود إعداد الإستراتيجية الوطنية للإعلام، بعين الأولوية والاعتبار؛ ضرورات الإصلاح الإعلامي، وتنمية هذا القطاع الحيوي وتعريف المفاهيم المتصلة بدوره وجوهر رسالته، ومتطلبات انطلاقه؛ بما يتواءم مع مشروع الإصلاح السياسي، ويحقق ركيزة أساسية في مسيرة التنمية والإصلاح الشامل.

وفي ضوء ثورة الإعلام وتعدّد وتنوّع وسائله ومنابره، ومع كلّ ما طرأ من تغييرات كبرى، معظمها جذريّ، في عناصر العملية الإعلامية ومحدّداتها، وبروز الإعلام الجديد؛ وتراجع المفاهيم والأدوات التقليدية؛ تتأكد، اليوم ضرورات التفاعل الإيجابي مع كلّ متغيرات العصر، وأدواته الجديدة في الاتصال، وانتهاج تقاليد من البحث العلمي والنقصي المعلوماتي، ليكون الإعلام

الأردني بحق؛ إعلاماً مهنيًا واحترافياً، وشريكاً استراتيجياً فاعلاً على كل المستويات، وقادراً على دعم أهداف التنمية الوطنية الشاملة، وصون مكتسباتها.

وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تعزيز البيئة المواتمة لإيجاد إعلام أردني مستقل ومستنير يقوم على الأسس الآتية:

- بيئة تشريعية مواتية توازن بين الحرية والمسؤولية.

- مهنية عالية للإعلاميين تقوم على التدريب الموضوعي المستدام.

- التنظيم الذاتي للمهنة والالتزام بأخلاقياتها.

إنّ الإعلام المهنيّ الحرّ، والمتمثل في إيجاد معاني المسؤولية الاجتماعية ومتطلباتها، هو قوة فاعلة، وحاسمة، وهو المؤهل بأخذ دوره المتقدّم، لرفع كلّ القضايا إلى مستوى النقاش العامّ، وهو الأقدر على نشر معاني ومُثُل التربية الوطنية، والقيم المدنية، وتعزيز ثقافة الحوار وأدواته، استناداً إلى الحق الدستوري في التعبير عن الرأي، واحترام التنوّع وصون الحرّيّات.

كما ويسهم الإعلام الوطنيّ، بوصفه أحد أهمّ أركان الدولة الديمقراطية الحديثة، إسهاماً مباشراً وفاعلاً، في التوعية، والتنقيف، وإدامة الحوار كآلية لبناء الموقف، بالثقة، والشراكة، والتفاعلية المحققة للأهداف العامّة والمصالح العليا للدولة. وهو ما يتطلب تعزيز دوره، وتطوير بيئته المهنية ومعايير أدائه الأخلاقية، وتقاليده الديمقراطية والتعددية المتوافق عليها.

إنّ هذه الإستراتيجية هي حصيلة حوارات ولقاءات عديدة، وشاملة، مع مجمل المؤسسات والفعاليات المتنوّعة في القطاعين العام والخاص، ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالعملية الإعلامية. وقد التقت اللجنة أعضاء لجنة التوجيه الوطني في مجلس النواب، نقيب وأعضاء مجلس نقابة الصحفيين، رؤساء تحرير الصحف اليومية، نقيب وأعضاء مجلس نقابة الفنانين،

مدير عام ومدراء المديريات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون ومدير عام وكالة الأنباء الأردنية، ومدراء الإذاعات المحلية والفضائيات الخاصة، عمداء كليات الإعلام في الجامعات الأردنية، ومعهد الإعلام الأردني، ومركز حماية وحرية الصحفيين، القضاة والقانونيين المعنيين بالشأن الإعلامي، ممثلين عن المدن الإعلامية، اتحاد المنتجين، رابطة الكتاب، أصحاب المواقع الإلكترونية، رئيس وأعضاء جمعية الدعاية والإعلان الأردنية، ممثلين عن مؤسسات المجتمع المدني المعنية بالحرريات والقطاع الإعلامي، خبراء في المجال الإعلامي والثقافي بحيث رُوِيَ أن تغطي الإستراتيجية كلّ مراحل الإعداد الإعلامي، و مجالات وقنوات الاتصال ونقل رسالة وقيم الدولة.

وانطلاقاً من الوعي بحقيقة أنّ الرسالة الإعلامية أحد أهم مكونات الإصلاح السياسي الشامل، الذي هو نهج استراتيجي، وتعبير عن الإرادة السياسيّة العليا، وضرورة تفضيها مسيرة التطور والتحديث في الدولة الأردنية، ومتطلبات بناء المستقبل؛ وفي ضوء ما تقدّم توضع الإستراتيجية المبادئ التالية:

- الانطلاق في التخطيط الإعلامي من التزام الأردن بالحرريات الإعلامية والقيم المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي.

- تطوير خطاب الدولة الإعلامي، لكي يعكس حقيقة التحوّلات التي تشهدها الدولة والمجتمع، والتي تؤسس لأنموذج أردني متقدم في المنطقة من خلال عرضه للإنجازات التنموية والإصلاحات الوائقة، والتحوّل الديمقراطي المنشود من قبل القيادة والشعب على حدّ سواء.

- تطوير مهنية أداء وسائل الإعلام من خلال جودة المحتوى الإعلامي في مؤسسات القطاعين العام والخاص من جهة، ومساندة قطاع الإعلام نحو المزيد من التنظيم الذاتي من جهة أخرى.

- تنمية قطاع الصناعة الإعلامية الأردنية من خلال تنمية قطاع الإنتاج الإعلامي والدرامي، واستعادة دور الأردن ومكانته في هذا المجال، وفتح الأبواب أمام جذب قطاعات فرعية للاستثمار في الصناعات الإعلامية المتمثلة في المطبوعات والنشر، والمحتوى الإعلامي العربي على شبكة الإنترنت، حيث تتوفر للأردن خاصّة فرصة التحول لمركز إقليمي رائد في هذا المجال.

- إبراز المسؤولية الاجتماعية، وألوية الثقافة كسلوك وهوية في الأداء الإعلامي، ورفع التباين في قضايا الخلاف والاختلاف بين الجماعات والأفراد إلى مستوى النقاش، بمرجعياته القانونية والثقافية، بكل شفافية ووضوح يرقى إلى إرثها الذي يمتاز بالغنى والتنوع الخلاق.

إنّ الاحتراف الإعلامي الملتمزم والمهنية العالية شرطان أساسيان لصناعة الإعلام، الذي اجتاحت حياتنا المعاصرة في الدولة الوطنية، وفي الإقليم، وفي العالم الأوسع، وغدا حاسماً في تشكيل رأي عام، يمثّل بدوره قوة فاعلة ذات أثر ملموس في حياة الناس اليومية، ويعضد الخدمات العامة، ويراعي التقاليد والمبادئ الأخلاقية ويقوّي الروح المعنوية.

ومن أجل أن يصبح الإعلام إعلامَ وطن ودولة؛ فإنّ المطلوب وبالدرجة الأولى تمكين الإعلام وتحفيزه ودعمه، وتوفير كافة شروط العمل المستقلّ المهنيّ وأدواته الفاعلة ضمن بيئة تشريعيةً عصريةً داعمة وضامنة وناظمة للعملية الإعلامية، ليرتقي إعلامنا الوطني، بمكوّناته كافة إلى مصاف وسائل الإعلام العالمية؛ أداءً، وسمعة، وتميّزاً، وبناء علاقات ثقة مع المواقع الإلكترونية الإخبارية. وهذا يتطلب الاهتمام الجادّ بمؤسسات الإعلام كافة من حيث تفعيل دورها، وتطوير أدائها ووضع آليات عمل جديدة تسهم في تنظيم القطاع الإعلامي، وتطوير المهارات الإعلامية مع الأخذ بعين الاعتبار كل المتغيرات التي تمسّ هذا القطاع ومؤسساته والعاملين في كافة مجالاته؛ السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتعليمية، والتشريعية، والتكنولوجية وعلى

أعلى المستويات المحليّة والدوليّة، وتوفير شروط العمل المهنيّ الحرّ والمستقلّ، بما يكفل استعادة الثقة في مصداقيّة الخطاب الرسمي، وفق معايير الشفافية والمساءلة، وبما يشمل إحداث تغيير نوعيّ في مضامين الإعلام الرسمي وأساليب تقديمه، وتحفيز الإعلام الاستقصائي، وتدريب وتأهيل الإعلاميين في هذا المجال، وفق مقتضيات وضرورات التدريب والتحديث.

إنّ تبني هذه الخطة للإستراتيجية الإعلامية، بما تشتمل عليه من آليات محدّدة لبناء القدرات الإعلامية المؤسسية، وما تتضمن من تحديد المعوقات والثغرات التي يعاني منها القطاع الإعلامي الأردني، واقتراح الآليات الدافعة لتطويره، ضمن مواثيق شرف العمل الإعلامي في المؤسسات المختصّة، حسب إمكانياتها وخصوصياتها؛ إضافة إلى أهمية وجود مجلس للشكاوى يتوفر على إمكانية معالجة القضايا الخلافية، من شأنه أن يضمن استمرارية العمل المؤسسي المحقق للأهداف والنتائج بالشكل الأمثل، ما يؤكد شراكة ومسؤوليّة جميع أطراف العملية الإعلامية في النهوض بهذا القطاع المهمّ، لخدمة رسالة الدولة الأردنية، والتعبير عن قيم الدولة وقوّتها، وصوت مواطنيها، بالشكل الذي يليق بهذا الوطن ومنجزه ونهضته.

### الإطار المرجعي للاستراتيجية

يستند الإطار المرجعي في بناء إستراتيجية إعلامية معاصرة إلى بنية دستورية وتشريعية قوية و متماسكة وإرادة سياسية واضحة ومحددة نحو تحديث هذا القطاع وبنية مؤسسية مستقرة. وهذا الإطار يؤهل الأردن للبدء بمسار إصلاح الإعلام ومواجهة التحدي الذي واجهته معظم الدول في مرحلة التحولات الديمقراطية في التوازن بين الحريات والحقوق.



وعليه، فإن الاستراتيجية الإعلامية الأردنية تستند إلى المرجعيات الآتية:

أولاً: الدستور الأردني: تنص المادة 15 من الدستور الأردني على:

تكفل الدولة حرية الرأي، ولكل أردني أن يعرب بحرية عن رأيه بالقول والكتابة والتصوير وسائر وسائل التعبير بشرط أن لا يتجاوز حدود القانون.  
الصحافة والطباعة حرتان ضمن حقوق القانون.

ثانياً: الميثاق الوطني: ينص الميثاق الوطني على اعتبار "حرية الفكر والرأي والتعبير والاطلاع حقاً للمواطن، كما هي حق للصحافة، وهي حرية ضمنها الدستور، ولا يجوز الانتقاص منها أو انتهاكها". كما يُعدُّ "حرية تداول المعلومات والأخبار جزءاً لا يتجزأ من حرية الصحافة والإعلام، وعلى الدولة أن تضمن حرية الوصول إلى المعلومات في الحدود التي لا تضر بأمن البلاد ومصالحها العليا".

ثالثاً: الرؤية الملكية للإعلام: تُستمد من وثيقة "الإعلام الأردني... رؤية ملكية" الصادرة عام 2003م، والتي تعد من الوثائق الأساسية التي يُعتمد عليها في تطوير وتحديث الإعلام الأردني، وأهم عناصرها:

- بناء نظام إعلامي أردني حديث يشكل ركيزة لتحقيق التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويعزز سياسة الانفتاح الاقتصادي والاجتماعي والثقافي التي ينتهجها الأردن، وبما يواكب التطورات العالمية.
- بناء إعلام الدولة الحديثة من خلال تشجيع التعددية واحترام الرأي والرأي الآخر والتعبير عن الوطن بكافة فئاته.

- دعم استقلال مؤسسات الإعلام وإدارتها، من خلال حماية استقلالية إدارات المؤسسات الإعلامية وقراراتها، وفتح المجال أمام القطاع الخاص للمشاركة في ملكية وسائل الإعلام، وتمكين هذه الوسائل من القيام بدورها الرقابي.

- الارتقاء بالمهنية الإعلامية من خلال التدريب والتأهيل والتخصص ومراجعة القوانين الإعلامية وتطوير مواثيق الشرف الإعلامي والأخذ بالمتغيرات التكنولوجية التي يشهدها العصر

**رابعاً: منظومة التشريعات:** مجموعة القوانين الناظمة للإعلام في الأردن. علماً بأن بعض هذه التشريعات بحاجة إلى تعديلات بما يتوافق مع المعايير الدولية والممارسات الفضلى، بحيث تصبح هذه التشريعات أدوات تحفيز للارتقاء بالأداء الإعلامي شكلاً ومضموناً.

**خامساً: المواثيق والمعاهدات الدولية في مجال الاتصال والإعلام وحقوق الإنسان،** التي صادقت عليها المملكة الأردنية الهاشمية. وعلى سبيل المثال لا الحصر (ميثاق الأمم المتحدة، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية... الخ).

### الإطار النظري للإستراتيجية

تسارعت تطورات مهمة في مجال الإعلام خاصة من النواحي التكنولوجية، التي زادت من أعداد قنوات البث الإذاعي والتلفزيوني وشبكات الإعلام المجتمعي، بما يفرض تحديات عديدة أمام وسائل الإعلام التقليدية والتي أصبح لزاماً عليها تطوير طرق المنافسة.

تطلق الإستراتيجية الإعلامية من الرؤية الوطنية الأردنية، القائمة على مساندة حق المعرفة وقيام وسائل الإعلام بدورها التنويري والإصلاحي ووظيفتها في الرقابة وتكريس ثقافة الحوار والتعدد، ومحاربة التطرف والجهل، ومساندة التنمية والتغيير الاجتماعي والثقافي الإيجابي، في هذا الوقت الذي تلتقي فيه إرادة القيادة السياسية الوطنية وإرادة الشعب الأردني في الدفع نحو إصلاح حقيقي تهيئ له وسائل الإعلام وتسانده.

## تحليل واقع الإعلام الأردني

ثمّة شعور عام يعبر عن عدم الرضا عن واقع الإعلام الأردني في هذه المرحلة بشكل عام، كما تؤكد وجهات نظر عديدة تراجع أداء الإعلام الرسمي وقدرته على التأثير، وهو ما يتمثل في ضعف قدراته التنافسية وتراجع الثقة بأدائه، في وقت تزداد فيه حاجة الدولة والمجتمع لتفعيل نظام إعلامي قوي يواكب التحولات المعاصرة ويستعيد القدرة على تقديم رسالة الأردن القومية والإنسانية.

تتمثل المشكلة الرئيسية في الإعلام الرسمي في هذه المرحلة، في عدم قدرة وسائله على الوصول إلى الجماهير المستهدفة، وإيصال رسالة الدولة لها وتفسيرها؛ ما خلق حالة من تراجع الثقة والبحث عن وسائل إعلام بديلة، نتيجة لحالة الجمود وعدم القدرة على التجديد في المضمون والأداء، وبالتالي ضعف المنافسة ومواكبة التحولات المعاصرة في الأداء الإعلامي وفي التطبيقات التكنولوجية المعاصرة.

أما الإعلام الخاص، فقد ازدهر بشكل واضح خلال سنوات العقد الأخير بفضل البيئة التشريعية والسياسية التي وفرتها الدولة الأردنية، إلا أنه ما زال يعاني مشكلات بنيوية وأخرى مرتبطة بالأداء، أهمها الحاجة إلى تطوير المهنية والمزيد من التنظيم الذاتي والمزيد من تمثيل قيم المسؤولية الاجتماعية.

إن تشخيص واقع الإعلام الأردني في هذه المرحلة يحتاج إلى فحص البيئة الداخلية من خلال تحليل نقاط الضعف والقوة وتحليل البيئة الخارجية التي يعمل فيها النظام الإعلامي، والتي تتضمن بيان الفرص التي يمكن استغلالها فضلاً عن التحديات التي تشكل عائقاً خارجياً على النظام الإعلامي التعامل معها وتجاوزها.

## تعزيز البيئة الإعلامية

سيتم تضمين الخطط التنفيذية للإستراتيجية مجموعة من الرؤى الخاصة بسياسات التنمية الإعلامية. وهي سياسات تقوم على بناء الثقة، وبناء الهوية الإعلامية، وتنمية المهنة، وتنمية الصناعة الإعلامية، و تطوير التشريعات، وتحديث الأطر المؤسسية، وتنمية الموارد البشرية، وتنمية التنافسية الإعلامية الإيجابية، وتنمية البحث العلمي؛ وتدعيم دوره والعمل على التنمية الإعلامية المجتمعية.

### الرؤية

إعلام أردنيّ معاصرٌ ومستقلٌ، قائمٌ على الحرية المسؤولة، والتعددية والمهنية، يُعبّر عن قيم الدولة الأردنية ومصالح مواطنيها.

### الرسالة

تنمية الإعلام الأردني في القطاعين العام والخاص، لتمكينه من التعبير بمهنية وحرية مسؤولة عن المجتمع والدولة.

### الأهداف الإستراتيجية

#### الهدف الإستراتيجي العام:

توفير بيئة ملائمة قانونياً وسياسياً وإدارياً لتنمية قطاع الإعلام الأردني، وجعله إعلاماً معاصراً يحقق قيمة مضافة لعناصر قوة الدولة والمجتمع.

#### الأهداف الفرعية:

- تعزيز الثوابت والقيم التي تتمتع بها الدولة الأردنية والتعبير عن مصالح شعبها وأهدافه وتطلعاته، وإيصال رسالة الدولة وصوت المواطن بأعلى درجات المسؤولية والمهنية والمصداقية.

- تعزيز النهج الديمقراطي في أساليب العمل الإعلامي، لإثراء الحياة السياسية، من خلال الحوار، وتقبل الرأي الآخر، وتشجيع التعددية الحزبية، والثقافية، والاجتماعية، مع بث الوعي بمواد الدستور، ومبادئ حقوق الإنسان، والمواثيق الإنسانية التي التزم بها الأردن كما وردت في المواثيق والمعاهدات الدولية.

- توفير وتعزيز استقلالية وسائل الإعلام الرسمية والخاصة وحمايتها.

- توفير بيئة قانونية، وسياسية، واجتماعية، وعلمية حاضنة، لتنمية تعددية وسائل الإعلام في الأردن.

- توفير الشروط القانونية والسياسية اللازمة لتعزيز الحريات الإعلامية وحرية التعبير وحماية جميع أشكال حرية التعبير الإعلامي ضمن معايير المسؤولية.

- ضمان الحق في الوصول إلى المعلومات من مصادرها الحكومية ومن القطاع الخاص، وتسهيل تدفق المعلومات من مؤسسات الدولة لوسائل الإعلام والجمهور والتعريف بهذا الحق والتشجيع على ممارسته، لأن المصدقية تؤثر إيجابياً في المحتوى الإعلامي، كما تؤثر في سلوك أفراد المجتمع وثقافته، خاصة وأنهم يتأثرون بالحقائق والمحتوى الإعلامي الصادق والموضوعي القائم على المعلومات والتحقيقات الاستقصائية.

- تنمية المهنية الإعلامية ودعم بناء القدرات الوطنية في مجالات الإعلام وفنونه، من خلال تطوير العمل المؤسسي في التدريب والتأهيل الإعلامي، وتطوير التعليم الجامعي النظري والتطبيقي في تخصصات وحقول الإعلام.

- التأكيد على أهمية وجود وبناء مؤسسات إعلامية مستقلة (غير مرعوبة) للقيام بدورها الرقابي كقوة فاعلة تسهم في تنظيم الحياة السياسية، والتعبير عن القيم المشتركة بين أبناء الشعب بجميع فئاته، وتعزيز مفاهيم الحرية والمساواة، ورعاية المصلحة العامة، ومعالجة

مظاهر العنف المجتمعي الطارئة على الأردن وشعبه، بوصفها تهديداً لأمن المجتمع أولاً، وللديمقراطية ثانياً، وإنَّ عملية بناء المجتمع المدني تُعدُّ الركيزة الأقوى في مستقبل الوطن والدولة.

- تمكين وسائل الإعلام الرسمي والخاص من القيام بدورها الرقابي وذلك بالحد من التدخلات الرسمية غير المنهجية في عمل الإعلام، والالتزام بمعايير الشفافية ورفع كفاءة وسائل الإعلام في الاستقصاء وحماية الحقيقة، لأن غياب ثقة الجمهور باستقلالية وحرية الإعلام يقوض ثقة الرأي العام بها؛ فاستقلالية الإعلام تحت مظلة تشريعية آمنة للحريات وفي إطار من المهنية والمصداقية والموضوعية تمثل أهم أهداف الإستراتيجية في الوصول إلى إعلام دولة ووطن.

- دعم وتطوير تطبيقات الإعلام الالكتروني الجديد، ووضع سياسات ومعايير واضحة لتنمية الاندماج بين قطاعي الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات وتعزيز حضور الأردنيين في الإعلام الاجتماعي الجديد.

- دعم وتنمية الإعلام المجتمعي الموجّه للمجتمعات المحلية، وتحديدًا في المحافظات من خلال إشباع نهج يوفر منابر إعلامية محلية (إذاعات، محطات تلفزيون مجتمعية) تُمكن المجتمعات المحلية في المحافظات من التعبير والحوار والوصول إلى المعلومات وتمكن الدولة من إيصال رسالتها لهذه المجتمعات.

- بث قيم النهج الديمقراطي الذي يمثل الإرادة السياسيّة العليا للدولة والشعب بما يخدم التنمية السياسيّة، والاقتصاديّة، والاجتماعيّة نحو بناء الأردن الحديث والاقتصاد المعرفي القائم على مفاهيم المصالح العامة المؤدية إلى توافق عام؛ وذلك بتهيئة بنية إعلامية واسعة وقوية في مختلف أنحاء المملكة تمنح الدولة القدرة على الترويج لسياساتها والدفاع

عنها، وتمكّن جميع الفئات الشعبية؛ في المحافظات، من حق التعبير والحوار والحصول على المعلومات، بما يبقى الحراك الاجتماعي السياسي والاقتصادي ضمن أطر آمنة تسهم أيضاً في الأمن والاستقرار، وانخراط المجتمع في المدن والأرياف بالشأن العام، ودفع خطط من التنمية وعملية التطوير والبناء.

- تعزيز الشراكة بين الحكومة والقطاع الخاص من أجل توسيع دائرة نشاط الإعلام الرسمي والخاص؛ المرئي والمسموع، عبر بناء محطات تلفزيونية وإذاعية في المحافظات تتابع أنشطة المجتمع، وتخلق بيئة تشاركية بين المواطنين في المحافظات وبين الحكومة والدولة في المركز.

لقد أصبحت قواعد العملية معروفة على المستوى الإقليمي والدولي. وخلافاً للفهم التقليدي لدور الإعلام الوطني، فإن مهمته الأساسية ليست في التنافس مع وسائل الإعلام الخارجية العربية والعالمية، التي تملك الأموال والإمكانات التكنولوجية والإعلامية الهائلة، إنما في كسب ثقة الرأي العام الأردني والنجاح في تبني قضايا المواطن والوطن وعرضها للنقاش العام، في إطار المهنية والموضوعية بما يجعل الرأي العام ممثلاً للحقائق والمعلومات، وأقل عرضة للتأثر بالحملات التي تتصدى للتدخل في إدارة حوار حول قضايا محلية، هي من صلب مهمات الإعلام الوطني.

## مرتكزات الخطاب الإعلامي الأردني

### المرتكزات والثوابت التاريخية:

- التأكيد على مركزية الهوية الوطنية الأردنية ووضوحها، وإنّ المملكة الأردنية الهاشمية دولة عربية ذات سيادة مملكتها لا يتجزأ، والشعب الأردني جزء من الأمة العربية.
- بيان الشرعية الدينية والتاريخية للقيادة الهاشمية الأردنية، ومبادئ الثورة العربية الكبرى.

- التعبير بوضوح عن موقف الأردن التاريخي والثابت من القضية الفلسطينية وعدالتها ومركزية القدس الشريف فيها وحق العودة.
- توضيح مواقف الأردن كعضو فاعل في المجموعة العربية وفي الأمم المتحدة وملتزم بتحقيق السلام والأمن الدوليين.
- إبراز الخطاب الديني الذي يعكس الصورة الحقيقية للإسلام المتسامح والمنفتح على الحضارات والثقافات الأخرى بشكل يؤكد على القيم الإسلامية المتمثلة بالاعتدال والتسامح ونبذ العنف والتطرف كما نصّت عليه رسالة عمان.
- تعزيز مسيرة حوار الأديان والثقافات والحضارات، بعيداً عن التعصب والانغلاق، وبروح من التسامح وقبول الآخر.
- تأكيد التزام الأردن بحقوق الإنسان وفقاً للدستور الأردني والتزاماتنا الدوليّة.
- إظهار مواقف الأردن تجاه الأشقاء العرب وأن مواقفه أصيلة تتبع من وشائج صلاته القومية مع أشقائه.
- الإعلاء من شأن اللغة العربية بوصفها وعاءً لفكر الأمة وذاكرتها وحاضناً لهويتها وتاريخها.
- بناء صورة إيجابية عن المرأة الأردنية والعمل على تعزيز منجزاتها وإسهاماتها في بناء المجتمع الأردني ونهضته.
- رفض الخطاب الإعلامي للظواهر السلبية التي تطرأ على المجتمع الأردني كالعنف المجتمعي وغيرها، وضرورة أن تسهم وسائل الإعلام في إيجاد المعالجة الناجعة لهذه الظواهر.
- الالتزام بالتعبير عن أهمية قيم الأسرة ودورها في التنشئة الاجتماعية وحماية المجتمع، واحترام حقوق الطفل واحترام خصوصية ذوي الاحتياجات الخاصة ودمجهم في المجتمع.



## الحاجات:

يحتاج الخطاب الإعلامي الأردني في المرحلة الراهنة، إلى تطوير المحتوى الإعلامي والاستجابة للمستجدات والحاجات التي يتطلبها مسار التطوير والتحديث والإصلاح، الذي يشهده المجتمع الأردني ضمن الأولويات التالية:

- تطوير الخطاب الإعلامي المعبر عن مسار الإصلاح السياسي الذي يؤكد الإرادة السياسية الدافعة نحو الإصلاح، وأن الدولة الأردنية دولة ذات فكر إصلاحي منذ نشأتها الأولى.
- الانتقال من الأساليب التقليدية في التعبئة الإعلامية إلى بناء منظومة جديدة من الرموز التي تعزز الانتماء للوطن والقيادة والدمج بين الوطنية والمواطنة.
- التعبير بوضوح عن المصالح العليا للوطن في السياسات الداخلية وفي السياسة الخارجية وتعريف المواطنين بالمبررات والمنطلقات التي تقف خلف هذه السياسات.
- تطوير محتوى إعلامي مهني ومسؤول في التعبير عن قضايا الفساد والابتعاد عن الاتهامات وتشويه السمعة والاعتقال المعنوي.
- تطوير الخطاب الإعلامي الرسمي في الأزمات على أسس من الاحتراف والمصداقية بعيداً عن التهويل والمبالغة أو الصمت والتردد.
- التركيز على الشباب ودفعهم نحو المبادرة والمبادأة وتعزيز صورتهم الإعلامية أمام المجتمع.

## المجالات

يعد الإصلاح الإعلامي جزءاً أساسياً من عملية الإصلاح الشامل التي تضمّ مختلف المجالات السياسية، والاقتصادية والاجتماعية، بما يواكب تطورات العصر، خصوصاً مع تسارع التطور في قطاع تكنولوجيا المعلومات، وظهور وسائل اتصال حديثة، أثرت في الإعلام بشكل أو بآخر.

وفي ظلّ هذا التطوّر المتسارع، بات من الضرورة بمكان تهيئة البيئة الملائمة من أجل إحداث تغيير إيجابي ونوعي في قطاع الإعلام، وهو ما يتطلّب تطوير مجالات عدّة، تتمّ عبر خطط سنوية تفصيلية تُنفذها الإستراتيجية على مدار خمس سنوات.

**ويمكن حصر هذه المجالات بما يلي:**

### **المجال الأول: التشريعات الناظمة للعمل الإعلامي**

مراجعة التشريعات الوطنية الناظمة للعمل الإعلامي أو ذات العلاقة بأداء هذا القطاع، بحيث تصبح هذه التشريعات أدوات تحفيز للارتقاء بالأداء الإعلامي شكلا ومضمونا، بما ينسجم مع مبادئ الديمقراطية والمعايير الدولية الخاصة بحقوق الإنسان.

كما أصبح من الضرورة بمكان مواكبة التشريعات الناظمة للعمل الإعلامي، أو ذات العلاقة، للتطورات التي طرأت، أخيراً، على قطاع الإعلام، بعد دمج دائرة المطبوعات والنشر وهيئة الإعلام المرئي والمسموع في هيئة تنظيم قطاع الإعلام، الأمر الذي تطلّب على سبيل المثال لا الحصر وضع قانون جديد للمطبوعات والنشر، وآخر للإعلام المرئي والمسموع.

**وهناك أولوية لتعديل القوانين التالية:**

قانون المطبوعات والنشر رقم 8 لسنة 1998م

قانون العقوبات وتعديلاته رقم 16 لسنة 1960

قانون محكمة امن الدولة وتعديلاته رقم 17 لسنة 1959

قانون حماية أسرار ووثائق الدولة رقم 50 لسنة 1971

قانون انتهاك حرمة المحاكم رقم 9 لسنة 1959

قانون نقابة الصحفيين رقم 15 لسنة 1998

قانون الإعلام المرئي والمسموع رقم 71 لسنة 2002

قانون جرائم أنظمة المعلومات رقم 30 لسنة 2010

قانون ضمان حق الحصول على المعلومات رقم 47 لسنة 2007

قانون الأحداث وتعديلاته رقم 24 لسنة 1968

**الجدول الزمني:** يتم تنفيذ التعديلات المقترحة على القوانين خلال العام الأول، أما بقية

التشريعات ذات العلاقة فتهدف إلى:

- إنهاء العقوبات السالبة للحرية في الجرائم المرتكبة بواسطة المطبوعات وجرائم الرأي، وإيجاد نصوص واضحة وصريحة بمنع التوقيف والحبس في قضايا المطبوعات والنشر، وإلغاء المصطلحات الملتبسة الواردة في التشريعات التي تحتمل أكثر من تأويل أو تفسير. التحول من الذم والقدح الجزائي إلى الذم والقدح المدني. ومن شأن هذا التحول استثناء النيابة العامة من الموضوع وأن يقوم الموظف العام بصفته الشخصية برفع القضية، في حال فرض عقوبات يجب أن تراعي العقوبات مبدأ التناسبية وتقليل الضرر على حرية التعبير.
- تعديل قانون ضمان حق الحصول على المعلومات ليضمن تسهيل الوصول إلى المعلومات عبر الانترنت.
- تعديل قانون حماية أسرار ووثائق الدولة رقم 50 لسنة 1971 ليتوافق مع المادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية لتسهيل الحصول على المعلومات.
- تعديل قانون نقابة الصحفيين وتسهيل دخول الراغبين بالانتماء إليها وفتح باب الانضمام للصحفيين العاملين في المطبوعات الحزبية والصحافة الالكترونية.
- إعادة بحث دور الحكومة في المؤسسات الصحفية، من خلال أسهم الضمان الاجتماعي؛ من حيث التأكيد على ضرورة الفصل بين الإدارة ومجالسها في هذه المؤسسات وبين مجالس هيئة التحرير؛ لكي تعمل بمهنية واستقلالية على أساس كل المبادئ التي جاءت في مقدمة هذه

الإستراتيجية. (الأسباب الموجبة: كان قانون المطبوعات والنشر رقم 13 لسنة 1993م، قد ألزم الحكومة ومؤسساتها وصناديقها التخلي عما يزيد عن نسبة 30% من مساهماتها في الصحف).

يؤخذ بعين الاعتبار تعديل قانون مؤقت هيئة الإعلام المرئي والمسموع بحيث يتم إضافة مواد قانونية، يتم بموجبها السماح بترخيص إنشاء وكالات أنباء خاصة.

### المجال الثاني: المهنية والتدريب

يشكل تحدي رفع القدرات المهنية في الإعلام الأردني أحد المداخل المهمة الذي يجيب عن الكثير من الأسئلة ونقاط الضعف في الأداء والمخرجات الإعلامية. وتضع الاستراتيجية الإعلامية المحاور الآتية في هذا المجال:

1. إنشاء مركز تدريب إعلامي شامل للصحافة المطبوعة والإعلام المرئي والمسموع، والصحافة الإلكترونية، بهدف تطوير قدرات الإعلاميين الأردنيين في القطاعين العام والخاص ورفع مستوى قدرتهم على المنافسة، ونقل المهارات الإعلامية، واكتسابها، وتطوير القدرات الفنية والتقنية، وتطوير قدرات المجتمع الإعلامي على اكتساب تكنولوجيا الإعلام المعاصر، ويتم وضع خطط تدريبية مستدامة وقابلة للتحديث بالتنسيق والشراكة مع مؤسسات التدريب الوطنية والدولية بمجلس أمناء يمثل القطاعين العام والخاص، على أن يتم عمل نظام للمركز يحدد ما يلي:

- ارتباط ومرجعية المركز .

- نظام مالي وإداري مستقل للمركز .

- مجلس إدارة يتكون من وزير الدولة لشؤون الإعلام والاتصال، والصحافة المطبوعة، والإعلام المرئي والمسموع والإلكتروني. يتولى رسم السياسات التدريبية والإشراف على المركز.

- بيان مصادر التمويل (يمكن اقتراح ضريبة على الإعلانات في جميع وسائل الإعلام).

- السعي لاستقطاب المنح الداخلية والخارجية لدعم التدريب.

- اقتطاع نسبة من إيرادات هيئة الإعلام المرئي والمسموع.

ستتضمن الخطط التنفيذية السنوية دراسة للاحتياجات التدريبية للإعلاميين.

الدعوة لإنشاء حزمة من الجوائز الوطنية السنوية في مجالات الإعلام (جائزة الصحافة

الاستقصائية، جائزة تميز مؤسسات الإعلام) بهدف رفع القدرات التنافسية في مجالات المهنية

والتميز.

2- إنشاء جائزة الملك عبد الله الثاني للتميز الإعلامي، إلى جانب (جائزة الملك الحسين للإبداع

الصحفي التي تمنح لأعضاء نقابة الصحفيين فقط).

3- تشجيع التوجه نحو الصحافة الاستقصائية؛ فتقضي الحقائق، والبحث عن المعلومة، وتحري

الدقة والموضوعية، يُسهم في الارتقاء بمستوى مهنية الإعلام ومصداقيته.

### الفئات المستهدفة

- الصحفيون المتدربون.

- الصحفيون الممارسون.

- الصحفيون في أماكن عملهم On the job training

- طلاب الصحافة والإعلام (القادمون الجدد).

- ورشات متخصصة تستهدف بناء الجسور مع المؤسسات الحكومية News

generators المسؤولين الحكوميين، البرلمان، قضاة.

- مواقع الإنترنت الإخبارية.

#### مستويات التدريب:

- الصحفيون المتدربون.

- الصحفيون الممارسون (جدد).

- صحفيون ممارسون (متقدمون).

- (محاکمات تشبيهية Moot court).

- ورش متخصصة.

#### المجال الثالث: التنظيم الذاتي

تدعو الإستراتيجية الإعلامية وسائل الإعلام المحليّة إلى تطوير أدواتها في التنظيم الذاتي

للمهنة؛ بما يوفر لها المزيد من الاستقلالية وبناء القدرات، ويسهم بالتالي في تحديث الإعلام

وتطويره.

وفي ضوء مراجعة أفضل الممارسات العالمية في مجال التنظيم الذاتي، فإن الإستراتيجية

الإعلامية تؤكد ضرورة تبني ما يلي:

أخلاقيات المهنة الإعلامية:-

دعوة جميع وسائل الإعلام؛ الرسمية والخاصة، والمؤسسات ذات الشأن، لتبني ميثاق

شرف وطني تلتزم من خلاله بأخلاقيات مهنة الصحافة والإعلام، ويتمّ مراجعة هذا الميثاق من

وقت لآخر، في ضوء التطورات والمستجدّات التي قد تطرأ على قطاع الإعلام.

دعوة نقابة الصحفيين الأردنيين إلى مراجعة وتطوير ميثاق الشرف الصحفي الذي تم إقراره عام 2003م.

حماية المواطن من استخدام بعض المنابر الإعلامية كوسيلة للاعتداء على كرامة الغير، أو شرفه، أو اعتباره أداة للذم والقذح والتهكم والسخرية، والتجاوز على حقوق الآخرين وحررياتهم بصورة عامة، أو ما يشكل تجاوزاً على الحرية الشخصية، أو حرية الرأي والتعبير التي كفلها الدستور. كما ستعالج التعديلات القانونية هذا الجانب من حيث رفع سقف حرية الرأي والتعبير من ناحية، والالتزام بمبادئ المهنة والمسؤولية من ناحية أخرى.

دعوة وسائل الإعلام إلى تبني ميثاق شرف للإعلام الانتخابي.

قيام وسائل الإعلام الرسمية والخاصة بإصدار (لوائح وقواعد للسياسات التحريرية) التي تتبعها كل وسيلة وإعلام الجمهور بها بهدف إرساء تقاليد مهنية من خلال التنظيم الذاتي، تصبح مرجعية للقراء والمستمعين والمشاهدين والمستخدمين في التعرف إلى السياسات التحريرية لوسائل الإعلام تكون المرجعية لضبط أداء الوسيلة.

قيام وسائل الإعلام بتعيين مدقق أو مراقب داخلي (ombudsman) من كبار الصحفيين أو شخصية ذات تاريخ مهني مُشرف، يتولى التدقيق في مدى التزام الوسيلة الإعلامية بأخلاقيات المهنة وتقديم النصح للصحفيين والإعلاميين.

### إنشاء مجلس شكاوى

في مرحلة الانتقال نحو ترسيخ استقلالية الإعلام، تحتاج بعض عمليات التنظيم إلى جهود مشتركة بين القطاعين العام والخاص، دون وجود ولاية قانونية مطلقة للطرف الرسمي؛ إن هذه الاستراتيجية تذهب إلى حاجة قطاع الإعلام الأردني في هذه المرحلة إلى هذا النمط من التنظيم، ويتضمن هذا المحور إنشاء مجلس شكاوى من قبل الجسم الإعلامي؛ يتكون من شخصيات

إعلامية تمتلك الخبرة والتجربة وعدد من القضاة المتقاعدين، ويتمتع بالاستقلالية الكاملة، ويمثل قوة معنوية وأخلاقية في المجتمع الإعلامي.

ويتم إنشاء مجلس الشكاوى وفق النماذج العالمية للمبادئ الأخلاقية والمهنية التي تُعدُّ مرجعيةً للسلوكيات الصحفية والإعلامية والممارسات الفضلى.

وتكون مهمة مجلس الشكاوى تلقي شكاوى وتظلمات المواطنين ضد وسائل الإعلام، والنظر فيها، والتدخل لحلها، وتقريب وجهات النظر بين الطرفين لإيجاد حلٍ مُرضٍ لهما.

ويكون للمجلس صلاحية إصدار بيانات عن نتائج الشكاوى، إضافة إلى دوره في حث الصحفيين والمؤسسات الإعلامية على المهنية والالتزام بالقوانين ومواثيق الشرف المهني.

ويكون المجلس جهة لحل النزاعات خارج نطاق القضاء، واللجوء إليه ليس إجبارياً، وليس له صلاحيات فرض تعويضات مالية.

ويمكن إنشاء مجلس الشكاوى بقانون خاص يحدد كيفية عمله وولايته وأهدافه.

كما يتم إنشاء مرصد لقياس أخلاقيات المهنة، يكون تابعاً لمجلس الشكاوى، ويقوم المرصد بإصدار تقرير سنوي وإصدار بيانات، إذا دعت الحاجة.

كما يتم تشكيل لجنة للطعون، تكون مهمتها تلقي الطعون والردود حول الأحكام الصادرة في الشكاوى المقدمة للمجلس، وتتألف من خمسة أعضاء.

وتكون مهمة اللجنة تلقي الشكاوى الخاصة بأي تعدُّ على الحريات الإعلامية من قبل أي طرف، أو الشكاوى حول الأضرار التي ألحقها مؤسسات إعلامية أو العاملون فيها بالأفراد أو المجتمع، أو الشكاوى الخاصة بالمضمون غير اللائق.

تقوم اللجنة بإصدار الأحكام والتوصيات أو التحكيم وفق لائحة داخلية لتنظيم عملها بما لا يتعارض مع مهام نقابة الصحفيين في هذا المجال.



## إنشاء صندوق التنمية الثقافية والإعلامية

يُنشأ الصندوق بالشراكة بين مؤسسات المجتمع الإعلامي، والمؤسسات الإعلامية الرسمية، والمؤسسات الثقافية، وبموجب قانون أو نظام يضمن توفير إيرادات مستدامة للصندوق من بينها سن ضريبة مقبولة على الإعلانات.

يهدف الصندوق إلى دعم مبادرات تطوير المهنية الإعلامية، والارتقاء بجودة المحتوى الإعلامي، كما يهدف الصندوق إلى توفير التمويل الوطني لوسائل الإعلام المجتمعي وتحديدًا في المحافظات، ودعم مبادرات التربية الإعلامية في التعليم العام، ودعم تطوير التعليم الإعلامي الأكاديمي، بالإضافة إلى دعم تنمية الثقافة الوطنية.

### المجال الرابع: الإعلام الإلكتروني

إنّ تحقيق التوازن بين الحرية والمسؤولية، وتنظيم كلّ منهما، هو قضية مطروحة على الإعلام بشكل عام، والإعلام الإلكتروني بشكل خاص، من خلال وضع ميثاق شرف، والتأكيد على أهمية حرية الإعلام التي تركز عليها الإستراتيجية الإعلامية، لذا فإن المهنة المنصوص عليها بالمادة (15) من الدستور الأردني، وبالميثاق الوطني، و"وثيقة الإعلام ... رؤية ملكية"، مسؤولية وواجب جميع وسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع والإعلام الإلكتروني، الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من الإعلام الوطني.

كما أنّ رفض مصادرة حرية الإعلاميين الذي تؤكد عليه الإستراتيجية يجب أن يقابله وبنفس الإصرار رفض الاعتداء على حرية وكرامة المواطنين، بنشر أنباء لا تستند إلى إثباتات ملموسة وإصدار أحكام مسبقة على الناس؛ مسؤولين ومواطنين، بما يُعدُّ قذحاً وذنماً وتشهيراً، وتعاقب عليه جميع القوانين الأردنية والدولية. وهو ما يستدعي أولوية الاهتمام بالمهنية التي تعني

الصدق والحصول على المعلومات الصحيحة؛ فالحرية الإعلامية يجب أن تمارس في حدود القانون وتحترم القيم وقوانين الشرف المهنية.

إنّ ظاهرة الإعلام الإلكتروني والإعلام المجتمعي في الأردن تدل على تمسك الأردنيين في ملاحقة تطورات الحضارة وممارستها بما يؤكد على حيوية المجتمع الأردني، ورغم إيجابية هذا النوع من الإعلام، إلا أنه أوجد عدداً من السلبيات منها: قيام بعض المواقع، بل عدد محدود منها، بإظهار غياب المهنية، وتجاهل المصداقية، والإيغال في الاعتداء على كرامة وحقوق الإنسان، دون وكيل، وبدون محاكمات.

لقد تعددت مظالم الناس الذين يشعرون بغياب الحماية لحياتهم الاجتماعية والشخصية، هذه التجاوزات تتعلق بالتعدي على الحريات العامة وبانتهاك مبادئ حقوق الإنسان وتجاهل أبسط قواعد حرية الإعلام، وهو ما يستدعي تدخل ممثلي المجتمع المدني، وفقهاء القانون، ورجال القضاء، ونقابة الصحفيين؛ من أجل إطلاق حوار يعالج القضية بما يوازن بين الحرية والمسؤولية، وبين حرية الإعلام وحرية المواطن؛ فلا أحد فوق القانون.

إن تمسك الإستراتيجية القوي بخطة تطوير البيئة التشريعية نحو حرية سقفا السماء للإعلام والإعلاميين، وفي المقدمة حرية الإعلام الإلكتروني والمجتمعي، يوازئها تمسك مماثل بالدفاع عن حريات المواطنين وضرورة أن تصل مظالمهم وشكواهم إلى نهاياتها العادلة، تحت مظلة القوانين الناظمة للحريات الإعلامية.

وتؤكد الإستراتيجية على ضرورة المساهمة الفاعلة في رفع سوية ومنتج الإعلام

الإلكتروني من خلال مجموعة من الأنشطة التي تركز على:

تشجيع العاملين في الإعلام الإلكتروني على تنظيم أنفسهم في جمعيات أو الانضواء تحت

مظلة نقابة الصحفيين، أو إنشاء ناد للإعلام الإلكتروني.

إشراك العاملين في وسائل الإعلام الجديدة في الدورات التدريبية للعمل على رفع سوية المنتج الإعلامي فيها، بما يعزز مهنتها ومصداقيتها وبالتالي زيادة انتشارها وزيادة مداخلها الإعلانية.

تشجيع المواقع الإعلامية الإلكترونية على إنشاء سجل وطني للصحافة الإلكترونية من خلال التسجيل في وزارة الصناعة والتجارة أو في سجل خاص بنقابة الصحفيين، بما يحدد هوية الموقع ويحافظ على حقوق الملكية الفكرية.

سيتم الاعتراف من قبل الجهات الرسمية بالمواقع الإلكترونية المسجلة كجزء من الإعلام الوطني في مختلف التعاملات الرسمية المتعلقة بالحصول على المعلومات وقضايا الحريات العامة، والدعوة إلى المؤتمرات الصحفية والمناسبات الوطنية واللقاءات.

### المجال الخامس: الإعلام الرسمي

من أهم الأمور التي تهدف الإستراتيجية الإعلامية إلى تعزيزها هي ضمان استقلالية المؤسسات الإعلامية الرسمية، وتطوير أداء العاملين فيها، إضافة إلى إعادة النظر في موقف الحكومة من صناعة الإعلام، وتقوية استثمارها في الإعلام الرسمي، وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار فيه، وتوفير المتطلبات ليكون الإعلام الرسمي قادراً على تقديم رسالة الدولة الأردنية.

### التلفزيون الأردني:

من الأساسيات التي تستند إليها عملية تطوير الإعلام الرسمي الارتقاء بمستوى التلفزيون الأردني ليصبح قادراً على استعادة الدور المحوري له في قيادة إعلام الدولة المؤهل للمساهمة في تطوير الإصلاح وعملية الرقابة على نشاطات الحكومة والمجتمع والأحزاب والنقابات... الخ، ويتطلب ذلك ما يلي:

- تطوير الأجهزة المستخدمة من قبل المندوبين والمصورين.

- رفع الكفاءات على جميع خطوط إنتاج الخبر والصورة، بحيث يغطي جميع نشاطات الدولة والحكومة والمجتمع.
- تكريس مؤسسة الإذاعة والتلفزيون كمؤسسة دولة مع فتح المجال للرأي الآخر والتعددية في تناول القضايا المحلية من قبل ممثلي المجتمع المدني وبأساليب مهنية وموضوعية وتحت مظلة الالتزام بقوانين حرية الرأي.
- إنشاء محطات تلفزيونية محلية في المحافظات لتغطية نشاطات مؤسسات الدولة والقطاع الخاص والمجتمع في هذه المحافظات، مثل هذه المحطات موجود في الشمال ومعان والعقبة وتبث لفترة زمنية محددة.
- وضع خطة فرعية لتطوير المحتوى الإعلامي للتلفزيون الأردني لاستعادة ثقة المشاهد، إعادة بناء مفهوم المحلية في المحتوى الإعلامي، ورفع القدرة التنافسية.
- التحول في البث من نمط "البث الأناضول" إلى "البث الرقمي" لرفع الجودة الفنية للشاشة الأردنية، تسهيل الاندماج بتطبيقات تكنولوجيا الاتصالات، التوافق مع محددات الاتحاد الدولي للاتصالات.
- إعادة هيكلة مركز تدريب الإعلاميين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون (دخول شركاء جدد من القطاع الخاص والمؤسسات التعليمية) لرفع كفاءة المركز في عمليات التدريب والتأهيل، والتحول إلى الانفتاح على المجتمع الإعلامي، والعمل على أسس تجارية منافسة.
- إنشاء استوديوهات تلفزيونية متكاملة في محافظات المملكة تبدأ بالأقاليم لزيادة حصة المحافظات في التغطية التلفزيونية، المشاركة، تطوير أداء التلفزيون في ترسيخ المحلية الإعلامية.

- إنشاء نظام أرشفة إلكتروني رقمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون لحماية الثروة الوطنية في مجال المحتوى المرئي والمسموع التي توثق جانباً مهماً من تاريخ الدولة الأردنية، وتسهيل مهمة إدارة الأرشيف وتنظيمه والحصول على المواد المطلوبة منه.

## الإذاعة الأردنية

إعادة تأهيل الإذاعة الأردنية مع تزايد أهمية الإعلام المسموع؛ إذ يمكن للإذاعة أن تقيم محطات FM في جميع المحافظات وفي المدن الكبرى، بهدف إيصال رسالة الدولة الأردنية لكافة أنحاء المملكة، وتوفير منابر محلية رسمية للمواطنين في مختلف المناطق. تحويل استوديوهات الإذاعة الأردنية من نظام الأنلوج إلى النظام الرقمي لتطوير جودة الصوت والبث، زيادة الإمكانيات الفنية وإمكانيات الإنتاج الإذاعي وتسهيلها. ربط مؤسسات الإذاعة والتلفزيون بشبكة الاتصال ونقل المعلومات (الهايبرلينك) لتسهيل مهمات البث، تسهيل مهمات النقل الخارجي والربط، الجودة الفنية. زيادة تغطية الإذاعة الأردنية تحديداً (FM) لكافة مناطق المملكة بهدف إيصال رسالة الدولة الأردنية لكافة مناطق المملكة.

## وكالة الأنباء الأردنية (بترا)

الارتقاء بمستوى عمل الوكالة بما يسهم في صناعة منتج إعلامي يواكب الإعلام الحديث، عبر التركيز على البحث والاستقصاء عن الحقائق. رفع كفاءات العاملين في الوكالة؛ بما يسهم في زيادة خبراتهم ومهاراتهم للارتقاء بمستوى الإعلام الرسمي.

تطوير الموقع الإلكتروني للوكالة لتكون رائدة في مجال الإعلام الإلكتروني من حيث؛ سرعة نقل المعلومة، والتواصل مع المواطنين.

تطوير المركز التدريبي في الوكالة؛ لِيُسهم في تدريب وتأهيل الإعلاميين في القطاع الرسمي، وموظفي الإعلام في مختلف الوزارات المؤسسات الحكومية.

تهيئة البيئة الملائمة للإعلاميين العاملين في الوكالة من أجل التركيز على قضايا المواطنين والتعبير عن نبض الشارع.

### المجال السادس : الصناعة الإعلامية

تتوافر في الأردن بيئة ملائمة للاستثمار في الصناعة الإعلامية، وجذب رؤوس الأموال المحلية والإقليمية والدولية لإنشاء صناعات إعلامية مزدهرة، حيث القيمة المضافة للأمن والاستقرار والتنوع البيئي والتراث الثقافي والانفتاح المجتمعي والقيم السياسية المعتدلة.

ومع قوة عناصر الجذب للصناعة الإعلامية والثقافية إلا أن هذا القطاع ما يزال متواضعاً وتحده العديد من المعوقات. وتحدّد هذه الإستراتيجية لتنمية هذا القطاع المحاور الآتية:

**منح الاستثمارات الإعلامية** امتيازات خاصة بالتشريعات الاقتصادية؛ بهدف جذب الاستثمار في قطاع الصناعة الإعلامية (هذا الاستثمار يصنع السمعة التي تشكل قيمة اقتصادية مضافة).

**دعوة القطاع الخاص المحلي والعربي** لإنشاء مدينة للصناعات الإعلامية الجديدة في الأردن (تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الإعلام، تطوير المحتوى الإعلامي العربي على الشبكة، الاستثمار في شبكات التواصل الاجتماعي، صناعة الكرتون والأنيميشين) للاستفادة من الفرص الاستثمارية الجديدة في هذا المجال والاستفادة من الموارد البشرية الأردنية.

**توفير برنامج لدعم صناعة الدراما الأردنية** من خلال صندوق التنمية الثقافية والإعلامية لإحياء صناعة الدراما الأردنية بما تحمله من رسالة ثقافية وتعبير عن الهوية الوطنية.

وضع خطة وطنية لتنمية صناعة الأفلام الأردنية بمشاركة الهيئة الملكية للأفلام والوزارات والمؤسسات الرسمية والأهلية المعنية لتأسيس لصناعة أفلام أردنية.

وضع برنامج لدعم إحياء وتطوير الأغنية الأردنية من خلال صندوق التنمية الثقافية والإعلامية لتنمية التعبير عن أحد أوجه الهوية الثقافية الوطنية.

وضع خطة لتحويل الأردن إلى مركز إقليمي في صناعة الطباعة والنشر، لإضفاء قيمة مضافة لاقتصاد الثقافة والإعلام في الأردن، من أجل زيادة جاذبية الأردن الثقافية والإعلامية، والاستفادة من خصائص الأمن والاستقرار.

الدعوة إلى تطوير جودة المحتوى الثقافي، وزيادة مساحته في المحتوى التلفزيوني والإذاعي للتعبير عن الهوية الثقافية الوطنية.

### المجال السابع: الإعلام المجتمعي

حقّق الإقبال الجماهيري تقدماً ملحوظاً في الأردن والعالم العربي، باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية (الإنترنت، والمواقع، والفيس بوك،..الخ) وأصبحت وسائل الإعلام المجتمعي، التي تقوم على الرغبة الطوعية والمشاركة بين مئات الآلاف بل والملايين في تبادل الرأي والتشارك في الحوار حول قضايا محلية وعالمية أقوى في اتساع تأثيرها على الرأي العام من تأثير وسائل الإعلام التقليدية، ومن الأحزاب والنخب السياسية أيضاً.

لقد تحول غالبية الناس إلى صحافة المواطن وصفحات الفيس بوك والتويتر واليوتيوب. وإذا كان تأثير وسائل الإعلام التقليديّة قد اقتصر على النخب السياسية والأحزاب وجزء من الرأي العام فإن تأثير الإعلام المجتمعي، والفيس بوك أصبح كبيراً وطاغياً على الرأي العام؛ وغداً إعلاماً مؤثراً في قرارات الدول وسلوك المجتمعات. وفي بعض البلدان يضع إعلام الإنترنت الأجندة السياسية للحكومات والمجتمع المدني ويوجه نشاطاتهما.

إن قدرة الإعلام المجتمعي على الوصول إلى جمهور كبير تحديداً الشباب بهدف تغيير مواقفهم وآرائهم، جعل منه تحدياً حقيقياً يواجه الحكومات وصانعي القرارات. وإن الاستجابة إلى هذا التحدي الذي يتنامى عبر الشبكة العنكبوتية يجعل الحكومات معنية بإعادة تقييم أساليبها في مخاطبة الرأي العام، بما يدعوها إلى الانتقال وبسرعة، من الاعتماد فقط على وسائل الإعلام التقليدية، إلى توسيع دائرة النشاط الإعلامي الرسمي بمخاطبة المواطنين عبر الانترنت والإعلام المجتمعي وبشكل يومي، وستتضمن خطط العمل التنفيذية دورات تدريبية مكثفة ومستدامة للعاملين في دوائر الإعلام وفي الوزارات والدوائر المختلفة.

الأردن والعالم العربي يعيشان حقبة الانترنت الإعلامية. فصحافة المواطن أخذت بالتزايد والانتشار (عدد الأردنيين الذين يستخدمون الانترنت وفق إحصاءات الاتحاد الدولي. للاتصالات لعام 2009، يصل إلى مليون و 742 ألف مواطن. 26% منهم من فئة الشباب. وعدد المشتركين على الفيس بوك يبلغ مليون و 200 ألف مواطن).

ويُسهم إعلام الإنترنت يسهم بشكلٍ قوي في توزيع المعلومات على المجتمع والتأثير فيه. فإذا كان الإنترنت صناعة منظمة تكتسح العالم، فإنَّ إعلام الإنترنت يقوم بصناعة الثورات، والرأي العام، والفوضى أحياناً، وأصبح بإمكان مجموعة من الأفراد أن يسيطروا على اتجاهات الرأي العام خلال أيام.

إنَّ الإستراتيجية الإعلامية الناجحة يجب أن تكرّس جهداً وعملاً كافياً لدخول الإعلام الوطني وإعلام الدولة إلى عالم الانترنت والإعلام المجتمعي من باب المنافسة القائمة على الحرية والمهنية والموضوعية وتقديم المعلومات المطلوبة والصحيحة من قبل مؤسسات الدولة والأحزاب والمجتمع المدني.



لم يعد وعي الناس رهناً لأي وسيلة إعلامية، وقدرتهم على التمييز بين الصحيح والخطأ، وبين الحقائق والتضليل، تعتمد على مصداقية الإعلام والمنافسة وثقتهم به.

كما لم تعد صناعة القبول للمحتوى الإعلامي قابلة للبقاء بإتباع أساليب النفاق والتحايل على الحقائق التي تخلق هوة واسعة من عدم الثقة والتصديق. إنَّ الوسيلة الوحيدة للرقى بالمستوى الإعلامي هي الاستثمار في الإعلام، بكل ألوانه وأطيافه، من خلال المنافسة على دخول ميادين الجاذبية الهائلة للمواقع والانترنت والفييس بوك ..الخ. هذه البنى الإعلامية الآخذة في الوجود والانتشار والتأثير والتشكل داخل البنى القائمة للدولة والمجتمع وتؤثر في عمق المفاهيم الثقافية والإنسانية لكتل جماهيرية غير محددة.

ونظراً للأهمية المتزايدة لوسائل الاتصال الجماهيري، وانتشار استخدام الانترنت، فإن

**الحكومة معنية بعمل ما يلي:-**

مواكبة التطور الذي يحدث في وسائل الاتصال الجماهيرية والإعلام المجتمعي، ومتابعة ما ينشر فيه **بتشجيع الوزارات والمؤسسات العامة** على إنشاء مواقع الكترونية لها، وتطوير هذه المواقع لتكون تفاعلية مع مطالب المواطنين وآرائهم.

**إنشاء** وحدات خاصة في كل وزارة ومؤسسة للتواصل مع الجمهور وإطلاعه على القرارات التي تتخذ وتوضيح ما ينشر في وسائل الإعلام من أخبار أو انتقادات تتعلق بالسياسات والقرارات لكل وزارة ومؤسسة.

**تفعيل موقع وزارة الخارجية** ومواقع السفارات لمتابعة شؤون المغتربين والإجابة على استفساراتهم ومساعدتهم في تلبية مطالبهم خاصة بالمعاملات الرسمية مع أجهزة الدولة أو تقديم الإجابات على استفساراتهم بالتعاون مع الجهات المختصة.

**اعتماد وحدة خاصة في كل وزارة ومؤسسة لمتابعة وسائل الاتصال الجماهيرية سيخلق**

أجواء جديدة من التواصل بين المواطن والمسؤول، ويساهم في بناء جسور الثقة بين الطرفين، كما أنه يضع المواطن بصورة عمل المسؤول والوزارة والمؤسسة، ويمكنه من الاطلاع عن كثب على الخطط والسياسات العامة وبكل شفافية ووضوح.

**إنشاء أقسام خاصة بإعلام الإنترنت، في وسائل الإعلام الرسمية (التلفزيون، وكالة**

الإنباء)؛ لبحث الأخبار والصور التي تغطي السياسات العامة للدولة ونشاطات الدولة والمجتمع؛ بأساليب الإعلام الحديث مثل استخدام تلفزيون الإنترنت.

**المجال الثامن : التعليم الأكاديمي الإعلامي.**

يشكل التعليم الأكاديمي في مجالات الإعلام وفنونه المصدر الأساسي لمدّ وسائل الإعلام

بالموارد البشرية، ويعتمد تطوير المهنية وكفاءة الأداء الإعلامي على كفاءة المؤسسات التعليمية وقدرتها على المواكبة مع حاجات السوق الإعلامية، ومدى جودة مخرجات هذه المؤسسات الأكاديمية. وبهدف تطوير مخرجات المؤسسات الأكاديمية في مجالات الإعلام تضع الاستراتيجية المحاور الآتية:

- تطوير معايير اعتماد كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية بما ينسجم مع أحدث المعايير الدولية في هذا المجال، بهدف تطوير جودة مخرجات مؤسسات التعليم الإعلامي، والاستجابة للتطورات والتحولات اللاحقة في الإعلام المعاصر.
- تحديث الخطط الدراسية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات، من أجل مواكبة حاجات السوق وتطوراتها في مجال الإعلام.
- تطوير وتحديث محتوى ومناهج المواد التدريسية وأساليبها في كليات وأقسام الإعلام والارتقاء بمستوى المعرفة، ووسائل إيصالها للطلبة.

- توفير مرافق التدريب الملائمة من مختبرات واستوديوهات ونماذج تدريبية في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات، بهدف زيادة الخبرة العملية للطلبة.
- وضع خطة لتطوير التعاون والتبادل بين مؤسسات التعليم العالي من جهة ونقابة الصحفيين والمؤسسات الإعلامية المحليّة من جهة أخرى، بهدف توفير ضوابط لعمليات تدريب وتمكين الطلبة في مجال الإعلام.
- زيادة حصة الجانب التطبيقي في الخطط والبرامج التدريبية في كليات وأقسام الإعلام، بهدف التغلب على فقر التجربة والمعرفة التطبيقية للصحفيين والإعلاميين الجدد.
- دعوة كليات الإعلام لإنشاء أقسام مختصة بالصحافة الإلكترونية؛ استجابةً للتطورات في مجال الإعلام ومواكبة حاجات السوق.

### المجال التاسع: الإطار الثقافي

تُسهّم الثقافة والفنون، وعلى نحوٍ كبير، في حمل الرسالة الإعلامية للدولة؛ إذ يمكن تقديم مكونات الهوية الوطنية وتحميل رسائل تتضمن خطاب الدولة وأنموذجها كدولة عصرية وحديثة في إطار مرجعياتها التراثية العربية والإسلامية وقيادتها للوسطية والاعتزان والتنوير.

ويمكن إجمال ما هو مطلوب في هذا المجال ضمن الآتي:

#### زيادة حصة الثقافة والفنون في المنابر الإعلامية ابتداءً من التلفزيون والإذاعة ومروراً

بالملاحق الثقافية في الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات، على أن تقدّم هذه الحصة في إطار عصري معبر ومتوافق مع الراهن الثقافي في العالم، ومغاير للأسلوب التقليدي القديم.

#### تطوير أداء المؤسسات الثقافية ودعمها لتقديم مشاريع تخاطب جميع الشرائح الاجتماعية

وتحديداً فئة الشباب، ويمكن في هذا الإطار دعم برامج وزارة الثقافة، ونقابة الفنانين، ورابطة الكتاب الأردنيين، واتحاد المنتجين، واتحاد الناشرين، وهيئات المجتمع المدني العاملة في الحقل الثقافي.

إعادة النظر في إلغاء صندوق دعم الثقافة الذي صدر بقانون رعاية الثقافة وتعديلاته رقم

(36) لسنة 2006م، بحيث يصبح قادراً على دعم البرامج الثقافية والفنية.

دراسة مقترح صندوق لإنتاج الدراما الأردنية أو دمجها في صندوق دعم الثقافة.

دعم وتطوير أداء الهيئة الملكية للأفلام والمؤسسات الشبيهة لتمكينها من الدخول بجرأة

عالم صناعة السينما، واجتذاب السينما العالمية لتأخذ من المكان الأردني مسرحاً لتصوير الأفلام

العالمية؛ مما يساهم في ترويج المكان الأردني.

التواصل مع الهيئات والمؤسسات الثقافية العالمية للقيام بترجمة الأدب الأردني الحديث،

والذي يعبر عن أحوال المجتمع ورسائل تتلخص في نمط حياة الفرد في دولة تسودها أجواء الحرية

والانفتاح، وكذلك ترويج وتسويق المنتج الثقافي الأردني، سواءً أكان مرئياً أم مسموعاً أم مكتوباً.

إعادة الوهج للأغنية الأردنية وتخليصها من العنف والمعاني السلبية التي مستها في

السنوات الأخيرة، ودعم وتطوير كفاءة الموسيقيين والعاملين في هذا الحقل؛ لتمكينهم من إنتاج

أغنية أردنية جديدة تقوم على الإبداع الفني أولاً، وتعكس المظاهر الإيجابية والإنسانية للمجتمع

الأردني.

تهدف هذه البرامج لتعزيز الهوية الوطنية والانتماء وحرية العقل والتفكير الذي نطمح إليه

في أردن المستقبل.

### المجال العاشر: الوعظ والإرشاد

تُعَدُّ عملية الوعظ والإرشاد من خلال المنابر الدينية، وخاصةً عبر المساجد أحد، أهم

أدوات الاتصال المباشر في التعريف بمرتكزات الخطاب الأردني وخاصةً بمجالات التذكير

بالشرعية الدينية والتاريخية للقيادة الهاشمية الأردنية، ومبادئ الثورة العربية الكبرى، والإعلاء من

شأن اللغة العربية لغة القرآن الكريم، وإبراز الخطاب الديني الذي يعكس الصورة الحقيقية للإسلام

المتسامح والمنفتح على الحضارات والثقافات الأخرى بشكل يؤكد على القيم الإسلامية المتمثلة بالاعتدال والتسامح ونبذ العنف والتطرف كما نصّت عليه رسالة عمان، ونشر ثقافة التسامح الديني بين أبناء المجتمع. وكذلك المساهمة في التقريب بين المذاهب، وتعزيز مسيرة حوار الأديان والثقافات والحضارات، بعيداً عن التعصب والتطرّف، وبروح من التسامح وقبول الآخر.

كما أن عملية الوعظ والإرشاد تلعب دوراً حيوياً في التعبير بوضوح عن موقف الأردن التاريخي والثابت من القضية الفلسطينية وعدالتها ومركزية القدس الشريف فيها أولى القبلتين وثالث الحرمين، التي أولى الهاشميون لها على مر التاريخ الدعم والمحافظة عليها من عاديّات الزمان بصيانتها وإعمار مقدساتها الإسلامية والمسيحية.

كما تلعب الكنائس دوراً مهماً في إشاعة روح المحبة والأخوة والتسامح بين أبناء الوطن الواحد، والتذكير برعاية الهاشميين لكافة مكونات الشعب الأردني، وتعزيز مسيرة حوار الأديان والثقافات والحضارات.

## آليات تنفيذ الإستراتيجية

### جهات التنفيذ الرئيسية:

تكون الجهات التالية مكلفة، كلّ منها ضمن اختصاصها بتنفيذ هذه الإستراتيجية والخطط

التففيذية لها:

- وزير الدولة لشؤون الإعلام والاتصال، الناطق الرسمي باسم الحكومة، وإدارة الإعلام والاتصال برئاسة الوزراء.
- وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية.
- وزارة الثقافة.
- مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني.

- وكالة الأنباء الأردنية.
- وسائل الإعلام الخاصة (المطبوع والمرئي والمسموع، والإلكتروني).
- هيئة تنظيم قطاع الإعلام (المطبوعات والمرئي والمسموع).
- نقابة الصحفيين الأردنيين.
- نقابة الفنانين الأردنيين.

### الإعلام غير المباشر

مع أن الإستراتيجية الإعلامية مصممة أساساً لوسائل الإعلام، إلا أن هناك مؤسسات رديفة ومؤثرة تلعب دوراً مهماً في المجتمع كمؤسسات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية المعنية بالإعلام وقادة الرأي مثل أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات والمدارس ودور العبادة ودائرة الوعظ والإرشاد.

### التقييم والمتابعة

سعيًا لمعرفة مدى تغطية الخطط لأهداف الإستراتيجية ومدى التقدم في تنفيذها ووصولها للجماهير المستهدفة بنجاح وفعالية وانعكاسها على المنتج الإعلامي، سيتم تحديد آليات للمتابعة تنفذ من قبل مقيمي البرامج بدقة متناهية في مراحل إعداد وتنفيذ إستراتيجيات الاتصال المختلفة، بدءاً من عملية إعداد الفكرة وحتى يتم الانتهاء من التقييم البعدي لجميع الأنشطة التي تتضمنها الإستراتيجية.

سيتم تشكيل لجنة لتقييم ومتابعة الخطط التنفيذية السنوية مكونة من:

- وزير دولة لشؤون الإعلام والاتصال.
- مدراء المؤسسات الإعلامية الرسمية.

- أربعة أعضاء يمثلون القطاع الإعلامي الخاص (صحافة، إذاعات خاص، فضائيات، صحافة إلكترونية).

- ممثل عن مؤسسات المجتمع المدني المعنية بالإعلام.

- ثلاثة خبراء إعلاميين مستقلين

تقوم اللجنة بإصدار تقارير دورية عن سير الأداء في تنفيذ الإستراتيجية وتقديمها إلى

مجلس الوزراء وتحديد الميزانيات السنوية لهذه الغاية وإعلام الرأي العام.

كما تقوم اللجنة بالتعرف إلى المشكلات الناجمة عند تنفيذ متطلبات الإستراتيجية

ومعالجتها وتنسيق عمل المؤسسات المعنية بالإستراتيجية.

إنشاء مكتب تنفيذي لمتابعة تنفيذ الإستراتيجية يتبع لوزير الدولة لشؤون الإعلام والاتصال

ممثلة بإدارة الإعلام والاتصال في رئاسة الوزراء ويقوم بالمتابعة الحثيثة للخطط الفرعية والبرامج

ومن خلال عملية المتابعة سيتم تحقيق الآتي:

- التعرف السريع على المشكلات الناجمة عند تنفيذ الأنشطة ومن ثم معالجتها.

- توفير المعلومات الخاصة بالمجالات التي تغطيها الأنشطة ومدى فعاليتها ونجاحها.

- مقدار الالتزام بتنفيذ البرامج ضمن المواصفات المحددة لها.

- إمكانية تقييم البرامج على فئات جماهيرية مشابهة.

- تحسين البرامج القائمة.

- تنسيق عمل وسائل الإعلام المختلفة.

- إمكانية مقارنة أهداف وسائل الإعلام المختلفة.

ولنجاح عملية المتابعة سيتم توفير قسم خاص بجميع البيانات وتشكيل قاعدة معلومات لضبط الوقت والجهد وكذلك تحديد معايير يحتكم إليها ضمن كل مرحلة زمنية يحدد على ضوءها مقدار تحقيق الأنشطة لأهدافها...

هذا وستتم عملية التقييم قبل تنفيذ أنشطة الإستراتيجية وأثناء التنفيذ وبعده وكل ذلك سيتم من خلال دراسات وبحوث تخدم هذه الغاية في مراحل الإستراتيجية المختلفة من قبل لجنة متابعة اقترحت الإستراتيجية تشكيلها.

### المحددات الزمنية

اعتمدت الإستراتيجية الإعلامية إطاراً زمنياً محدوداً نسبياً يتمثل في خمسة أعوام، ويشمل ثلاث مراحل أساسية:

- المدى القصير: (عام واحد) لتعديل التشريعات ذات الأولوية.
- المدى المتوسط: (خلال عامين) إنشاء مركز تدريب إعلامي شامل، وتعديل التشريعات الأخرى، وإنشاء مجلس الشكاوى، والتنظيم الذاتي، وتأمين الدعم المالي لمؤسسات الإعلام الرسمي.

- المدى البعيد: (لغاية عام 2015) تنفيذ مضامين الإستراتيجية كاملة.

وضمن كل مرحلة يتم تقسيم الأنشطة العامة بشكل تفصيلي حيث تتضمن ما يلي:

- الأهداف.
- الجمهور المستهدف.
- وسائل وأساليب الاتصال.
- الجهات القائمة بالتنفيذ.
- الفترة الزمنية.



- آليات المتابعة والتقييم.

- الكلفة الماليّة.

## المخرجات

تعد هذه الوثيقة أول إستراتيجية علمية متخصصة في تنمية قطاع الإعلام في المملكة الأردنية الهاشمية، اعتمدت أسس التخطيط الإعلامي، ومن المؤمل أن يسهم تنفيذها في تحقيق الهدف الإستراتيجي المتمثل في تحسين بيئة قطاع الإعلام الأردني، ما يجعل هذا القطاع عنصر قوة مضافة إلى قوة الدولة الأردنية.

### المخرجات الرئيسية:

تحقيق الرؤية الملكية السامية بـ "إيجاد إعلام أردني يقوم على قاعدتيّ الحرّيّة والمسؤوليّة".

### المخرجات الفرعية:

- زيادة الثقة بالإعلام الأردني، بما ينعكس على الثقة بمؤسسات الدولة الأردنية.
- بناء شراكة حقيقية مع وسائل الإعلام الخاصة.
- تحسين بنية الإعلام الأردني من خلال تعديل قوانين، سن قوانين جديدة، إلغاء قوانين نافذة، تعديل الرسوم، الإعفاءات الضريبية، خطط فرعية لتحسين أداء الوسائل ، توفر فرص التمويل الوطني للإعلام المجتمعي
- إنشاء أطر مؤسسية جديدة مثل هيئة تنظيم قطاع الإعلام ومجلس الشكاوى والسجل الوطني للإعلام الإلكتروني، ومركز تدريب إعلامي وإنشاء محطات إذاعة محلية في المحافظات وإنشاء تلفزيون مجتمع في الأقاليم وصندوق دعم التنمية الثقافيّة والإعلاميّة.
- الخطط الفرعية والبرامج كبرنامج لدعم صناعة الدراما وخطة لتنمية صناعة الأفلام وبرنامج لإحياء وتطوير الأغنية الأردنية وخطة التحول إلى مركز إقليمي لصناعة الطباعة والنشر

وخطة لتطوير جودة المحتوى الثقافي في المحتوى التلفزيوني والإذاعي وخطة فرعية لتطوير المحتوى الإعلامي للتلفزيون الأردني وخطة ضمان استقلالية وكالة الأنباء الأردنية (بترا) وبرنامج دعم قدرات وكالة الأنباء الأردنية في التنافسية الإقليمية وخطة التطوير المهني و خطة الجوائز الإعلامية.

- البنية التحتية ونقل التكنولوجيا كبناء استوديوهات تلفزيونية جديدة، وتحويل البث التلفزيوني إلى ديجيتال، وتحويل استوديوهات الإذاعة إلى ديجيتال، وإنشاء نظام أرشيف رقمي للتلفزيون، وربط التلفزيون بشبكة (الهايبرلينك) على المستوى الوطني، وإنشاء (مدينة الصناعات الإعلامية الجديدة) "القطاع الخاص"، وإنشاء استوديوهات تلفزيونية في المحافظات.