

عنوان البحث

((دور وسائل الاعلام في توعية المجتمع))

للطلاب.. محمد يوسف.. ليث كاظم.. حيدر سليم

مقدمة

الإعلام أداة خطيرة، وأثرها لا يكاد يخفى ولا ينكر، ولذا لم تكن وليدة عصر من العصور، بل استخدمت تقريبا منذ كان الإنسان، باختلاف في الوسائل فقط لا في أصل الاستخدام.. وإذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع، وما يستطيع أن يسهم به الإعلام في بناء المجتمع وتطويره، فإن الإجابة أكبر وأوسع من أن تحتويها عبارة محددة؛ ذلك لأن المجتمع – كل مجتمع إنساني – يقوم أساساً على الاتصال بين أفرادهِ وجماعاتهِ، وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضرباً أو ضرباً من الإعلام. وعلى ذلك فلا يمكن تخيل مجتمع بشري بدون إعلام، وهو أمر لم يستحدثه البشر وإنما حثتهم إليه فطرتهم – لأنهم جبلوا على الاجتماع والتعارف.

وهذا التعطش الفطري المتجدد لدى البشر – إلى المعرفة والتعارف – هو ما أكسب التجمعات البشرية منذ القدم صفة “المجتمعات” وخصائصها، وهو أيضاً ما حدا بالإنسان في كل العصور إلى تطوير وسائل الاتصال بغيره – من قريب وبعيد حتى تطورت تلك الوسائل إلى ما نشهد الآن في العصر الحديث من وسائل الإعلام المتقدمة. ولا شك أن الإعلام في العصر الحديث – أصبح يمثل قوة كبرى لها خطرها وأثرها في بناء وتطوير المجتمعات البشرية المختلفة.

إن ما يستطيع أن يحصل عليه المواطن من مجالات الإعلام المختلفة – هو ما يستطيع أن يحصل عليه هذا المواطن – فيما لو استطاع أن يتصل بغيره من البشر، فيعلم ما لديهم من الأخبار والمعلومات، ويطلع على ما قد اكتسبوا من التجارب والخبرات وما حققوا من الإنجازات.

وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الإعلام عن أي من جوانب الحياة اليومية في المجتمع، ذلك أن الإعلام يحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير وحفظ “الإرث الحضاري” والإرث الاجتماعي من جيل إلى جيل، وهي مهمة دائبة يومية، بل إنها تكاد تكون مهمة “الخطبة”.

ففي كل لحظة تتسابق وكالات الأنباء إلى الحصول على كل خبر جديد من أقصى الأرض إلى أقصاها، وينكبّ عليه الخبراء المختصون بالدرس والتحليل ثم تطيره وسائل الإعلام إلى جماهير الناس كتابةً وإذاعةً وصورة. ومجمل القول أن الإعلام – بالنسبة للمجتمع الإنساني المعاصر – أشبه ما يكون بجامعة كبرى مفتوحة لها مناهجها اليومية المتجددة والمتغيرة مع الظروف والأحداث، والمتطورة بتطور الحاجات والاهتمامات، والمتسعة باتساع الوعي العام والنشاط العام للمجتمع.

المبحث الاول

سيكولوجية الرأي العام والإشاعات والحرب النفسية

الرأي العام:

يجب النظر إلى الرأي العام على أنه نتاج جمعي، وليس إجماعاً على رأي يتفق عليه كل فرد في جماعة الرأي العام. وهو ليس بالضرورة رأي الاغلبية. وربما أمكن ان ننظر إلى الرأي العام على أنه محصلة الرأي التي تتكون من عدة آراء في جماعة الرأي العام، وليس بالضرورة ان يكون رأي الاغلبية. وربما أمكن أن ننظر إلى الرأي العام على أنه محصلة الرأي التي تتكون من عدة آراء في جماعة الرأي العام، أو هو النزعة المركزية التي تنتج عن الصراع بين الآراء المتفرقة، ومن ثم فهي تتشكل نتيجة للقوة النسبية، وتحت تأثير الصراع بين هذه القوى. وفي هذه العملية قد يكون رأي جماعة الأقلية تأثير في تشكيل جماعة الرأي العام أكبر من جماعة الاغلبية. ونظراً لأن الرأي العام نتاج جمعي فهو يمثل الجماعة كلها معبأة للعمل فيما يتصل بالمشكلة، ومن ثم فهو ييسر تنسيق العمل الذي لا يشترط أن يقوم على الاجماع. أي أن الرأي العام يتجه دائماً نحو اتخاذ قرار رغم أنه لا يتسم بالإجماع.

ومن الواضح أن نوع الرأي العام يتوقف إلى حد كبير على كفاية المناقشة العامة، وهي بدورها تتوقف على توفر ومرونة أدوات الاتصال الجمعي مثل الصحافة والإذاعة والاجتماعات العامة، وهذه لن تكون لها قيمة إلا إذا كفلت حرية المناقشة وعلى كل حال، فإن المناقشة والصراع بين الآراء يتضمن تقويماً ووزناً للأمور، وربما كان من الأصل القول بأن الرأي العام منطقي، إلا أنه ليس من المحتم أن يتسم بالذكاء. ولقد تزايدت الحاجة إلى الدعاية بازدياد المشكلات العامة، ونقص الفرص المتاحة للمناقشات الكاملة. ولذلك فإنه من الطبيعي أن يتجه اهتمام معظم الدارسين للرأي العام إلى دراسة الدعاية. (1)

(1) د. عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والاعلام، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥، ص ٣٢٥-٣٢٦.

أهمية الرأي العام: (١)

إن قوة الرأي العام لا يستهان بها. فالشعوب تضغط على الحكام وتغير الحكومات إذا تكوّن لديها رأي خاص. وتعلن الحروب وتعدّ المعاهدات ويتم الصلح وفقاً للرأي العام. وتتم الانقلابات السياسية والاصلاحات الاجتماعية تبعاً للرأي العام. وهكذا فمما ساعد مثلاً على نجاح آيزنهاور في انتخاباته لرئاسة الجمهورية، وعده بإنهاء الحرب الكورية التي كلفت أميركا من الرجال أكثر مما كلفتها الحرب العالمية الثانية، ووعدته بالألّا يورط بلاده في حرب خارجية. وكان في هذا يمسّ وتراً حساساً ويستجيب لرأي عام يرغب في ذلك. لذا تسعى الحكومات بطرق مختلفة إلى التعرف على الرأي العام تجاه المشاكل المختلفة الى التعرف على الرأي العام تجاه المشاكل المختلفة التي تواجهها. معنى هذا وجود طرق للاتصال بين الحكومة والشعب، من ذلك الانتخابات العامة التي يصوت فيها الافراد بحرية لاختيار ممثلين لهم يعبرون عن رغباتهم، ومنها فتح الباب أمام شكاوى الجمهور التي تصل إلى الجهات الرسمية ومنها طرق الإعلام المختلفة كالصحافة والاذاعة وغيرها من وسائل الاتصال.

خصائص الرأي العام:

يتميز الرأي العام بعدة خصائص عامة يمكن أن يسترشد بها المهتمون بدراسته واستطلاعاه وأهم خصائص الرأي العام ما يلي: (٢)

١- يظل الرأي العام الجاري هو محاولة للتقليل من الصراع والقلق.

٢- الرأي العام الجاري هو محاولة للتقليل من الصراع والقلق.

٣- يحتاج الرأي العام الى مطابقته لرأي الأغلبية وتمشييه معها.

(١) مختار حمزة، سيكولوجيا ذوي العاهات، ص ٢٧٥.

(٢) المصدر السابق

٤- يصبح الري العام الباطن ظاهراً أو خارجياً حينما تكون قوة العامل المؤثرة عظيمة، ويظهر للعيان أن التعبير عن الرغبة بالفعل ستكون له نتائج طيبة أكثر من النتائج السيئة.

٥- الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة، وهو غير ثابت بل يتغير من وقت لآخر، ويتحول من موضوع إلى موضوع ومن مشكلة إلى مشكلة.

٦- إذا اعطي الشعب في جو من الديمقراطية والحرية فرصة التعليم والإعلام الطيب فإن الرأي العام يبدو صلب العود لا يسهل خداعه عن طريق الدعاية.

٧- كلما كان الرأي العام عليمًا بمجريات الأمور كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الأشياء.

٨- تستطيع التغييرات السطحية في التقاليد والعادات والعرف والأخلاق العامة ان تهدئ من ثورة الرأي العام، وقد يتعارض الرأي العام مع القانون أو العرف.

تكوين الرأي العام:

مرحلة تكوين الراي العام: يرى دافيون ان عملية و مراحل تكوين الراي العام تتم على النحو التالي:

١- دور الجماعات الاولية: وهي الجماعات التي تضع البذرة الاولى، ففي التجمعات الانسانية تجد واحدا او اكثر يحتضن فكرة من الافكار تعتبر النواة التي تظل تنمو حتى تغطي المساحة الكاملة للمجتمع

٢- ظهور الزعامة والقيادة: حين تحوز الفكرة اهتمام جماعات صغيرة يتبعها ظهور قيادات تعمل على تبسيط الفكرة الاصلية بطريقة يفهمهاالكبر عدد ممكن من الناس ممن لهم اهتمام او مصلحة الزعيم او القائد وهو الذي يستطيع صياغة هذه الافكار وتقديمها للجمهور و التأثير على مواقف وسلوك الاخرين

٣- اتساع دائرة الاتصالات: وهي المرحلة التي تتسع فيها دائرة النقاش و يشترك فيها عدد كبير من الناس لا يعرف بعضهم بعضا وخلال هذه المرحلة سنلاحظ فريقين من الناس فريق لا يهتم بهذه الافكار وفريق يتخذ منها موقفا رافضا لانها لا تتفق مع افكارهم و مع معايير الجماعات التي ينتمون اليها وفي مرحلة الانقسام لا تتضح ظاهرة الراي العام لان فرصة ظهوره يتطلب قبول الفكرة من عدد كاف من الافراد يجعل من الفكرة وكأنها تحوز على رضاء الاغلبية، وفي المجتمعات التي لم تتطور فيها وسائل الاعلام و امكانياته او يخضع الاعلام فيها لرقابة صارمة لا تنتقل فيه هذه الافكار بالسرعة المطلوبة بينما في المجتمعات المفتوحة ستهم وسائل الاعلام في نشر هذه الافكار بسرعة كبيرة

٤- موافقة الاخرين وسلوكياتهم: وتاتي هذه المرحلة بعد مناقشات واسعة و مشاركة عامة مما يجعل عدد كبير من الناس يتقبلون هذه الافكار ويتبنونها فتعمد الجماعات السببية في المجتمع الى السير في الركاب فتعبر عن تاييدها بالتصفيق او المظاهرات وغير ذلك، ويد المعارضون لهذه الافكار حرجا في مخالفة الاغلبية فيميلون الى الصمت مما يسهم في عزل الصوت المعارض وحين يحدث هذا التوافق او التعديل السلوكي للقوى السلبية و القوى المعارضة يكون الراي قد تكون. (١)

٥- مرحلة التفكك و الاختفاء: الراي العام ظاهرة وقتية تختفي باختفاء القضية المثارة وقد يستبدل برأي عام اخر كما قد يتحول الى رأي عام كامن حين يواجه بالقوة والقسر.

(١) د. كامل خورشيد، المدخل إلى الراي العام، ص ١١٥-١١٦.

العوامل المؤثرة في الرأي العام:

يتأثر الرأي العام بعدة عوامل وينبع منها، وفيما يلي أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام: (١)

١- الثقافة والتعليم، ولهما: تأثيرهما على شخصية الفرد واتجاهاته وعلى شخصية الأمة.

٢- الأسرة، وهي كما أسلفنا المؤثر الأول على التنشئة الاجتماعية.

٣- الدين، فهو يؤثر على آراء الأفراد والجماعات وسلوكهم.

٤- الأحداث الهامة كالحروب أو الازمات والمشكلات الاقتصادية أو الثورات والاكتشافات العلمية.

٥- القيادة، فالقائد يؤثر بحكم ماله في شعبية اجتماعية ونفوذ في جو ديمقراطي.

٦- وسائل الاجتماع والاتصال، فهي توجه أنظار الجمهور إلى المشكلة التي يتبلور حولها الرأي العام.

٧- المناقشات الجماعية، التي تدور حول القضايا العامة، فيتبلور الرأي العام من خلال الأفراد.

٨- الشائعات التي توجه توجيهاً مخططاً تؤثر تأثيراً نفسياً خطيراً في الرأي العام.

٩- الحالة الاجتماعية والاقتصادية للفرد فهي تحدد ادواره الاجتماعية وتؤثر على اتجاهاته النفسية وبالتالي على تفكيره وآرائه.

١٠- عوامل أخرى مثل العوامل والخصائص الجسمية والعقلية والانفعالية... الخ.

(١) مختار حمزة، مصدر سابق، ص ٢٨٩.

تعديل الرأي العام:

يعني تعديل الرأي العام تغييرات هامة. ويكاد ينطبق هنا كل ما قلناه عن تغيير وتعديل الاتجاهات إلا أننا نضيف الملاحظات التالية:

١- تلعب أجهزة الاعلام والاتصال الجماهيري دوراً هاماً في تعديل الرأي العام إلى جانب أجهزة التوجيه الجماعي وأثر الاحداث الهامة وفاعلية القادة والزعماء الشعبيين.

٢- إن تعديل الرأي العام وتغيير اتجاهاته يبدو أحياناً ضرورة اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية تحقيقاً لصالح الجماعة والمصلحة العامة.

٣- صالح الجماعة أو المصلحة العامة في الحاضر والمستقبل ومن وجهة نظرها تعتبر المعيار الذي يحدد مشروعية تعديل الرأي العام.

٤- الرأي العام الذي يقوم على أساس من المعتقدات الدينية أو التراث الثقافي يقاوم بقوة وشدة محاولات التعديل حتى وإن كان الموضوع قابلاً للتفسير الصحيح بما يتعارض مع ما اعتاد الناس فهمه.

٥- الرأي العام الذي يختص بموضوعات جديدة نسبياً ليست راسخة يسهل نسبياً تعديله.

هذا وقد يحدث تغيير تلقائي في اتجاهات الرأي العام حسب ما يطرأ على الحياة الاجتماعية وظروف حياة الجماعة من تطورات وحسب تغير العناصر المادية والمعنوية المؤثرة في حياة المجتمع مثل الظروف التربوية.

الإشاعات

تعريف الإشاعة وانتشارها:

الإشاعة هي خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع و تُتداول بين العامة ظناً منهم على صحتها . دائماً ما تكون هذه الأخبار شيقة و مثيرة لفضول المجتمع والباحثين و تفتقر هذه الإشاعات عادةً إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحة الأخبار . وتمثل هذه الشائعات جزءاً كبيراً من المعلومات التي نتعامل معها . في احصائية أن ٧٠% من تفاصيل المعلومة يسقط في حال

تتقانا من شخص إلى شخص حتى وصلنا الخامس أو السادس من مُتوااتري المعلومة.

الهدف من إثارة الشائعات

لإثارة الإشاعات أهداف ومآرب ، تتنوع هذه الأهداف تماثياً مع مبتغيات مثيروها، فمنها ما هو ربحي (مادي) كما حصل في عام ٢٠٠٩ عندما تفجرت إشاعة مدوية في السعودية باحتواء مكائن الخياطة سنجر على مادة الزئبق الأحمر، مما أدى إلى وصول أسعار هذه الخرد إلى مئات الآلاف من الريالات.^(١) ومن الإشاعات أيضاً ما يكون خلفه أهداف سياسية وعادةً ما تحصل هذه الإشاعات في الحروب أو في الحالات الأمنية غير الاعتيادية ، وتهدف هذه الاشاعات إلى تسبب ربكة في الطرف المعني بالإشاعة كما حصل في الثورة الليبية لمعمر القذافي مثلاً عندما شاعت شائعة قوية بهروبه من ليبيا فاضطر للتصوير من أمام سيارته ليثبت للناس أنه ما زال موجوداً في ليبيا. أيضاً اللعب واللهو هو من أهداف مُثيري الشائعات، والشائعات التي تقوم على هذا المبدأ عادةً ما تحوم حول المشاهير ك وفاة لاعب أو حدوث حادث لفنانة وغيره من الشائعات. من الشائعات من يصنعها المجتمع بنفسه خصوصاً للأمر المزعم أو المترقب حدوثها وذلك بكثرة ترديدها و السؤال عنها تتخلق شيئاً فشيئاً هذه الشائعات.

تصنيف الشائعات

قامت محاولات عدة من جانب كثير من الباحثين لتصنيف الشائعات. واختلفوا حول الأسس التي يبني عليها التقسيم. فالعلاقات الاجتماعية بين الناس متشابكة، والدوافع الذاتية متباينة من مجتمع لآخر. ومن هنا نرى أن من الصعب اقتراح تصنيف عام للشائعات بحيث يمكن تطبيقه على أي مجتمع، أو ليكون قاعدة عملية يعول عليها حتى وإن أعطى للباحث أو الدارس الخيوط التي تساعده في تفهم الموضوع. ذلك

(١) جريدة الرياض - شائعة مكائن سنجر نسخة محفوظة ٣٠ أكتوبر ٢٠١٦ على موقع واي باك مشين.

لاختلاف الزاوية التي يقف عندها الباحثون دائماً. فقد يكون مثار الاهتمام الموضوع الذي تعالجه القصة الشائعة، أو الدافع الذي ورائها، أو معيار الزمن، أو الآثار الاجتماعية في الشعب سواء كانت: ضارة، أو مفيدة، أو سلبية.^(١)

لقد حاول بيساو أن يستخدم معيار الوقت في تصنيفه للشائعات وقسمها إلى عدة أنواع^(٢):

إشاعات الخوف

تنتشر هذه الشائعات لأن الناس خائفون قلقون، والإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لا أساس لها من الصحة. وهو مستعد لأن يفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يملئها عليه الخوف والوهم. وهو مستعد أيضاً لأن يصدق كل ما يقال له مما يمس موضوع خوفه والوهم.^(٣)

إشاعات الخوف:

يصدر هذا النوع من الإشاعات عن مشاعر الكراهية والبغضاء ودوافع العدوان التي تجيش بها نفوس بعض الناس. وتصدر هذه الإشاعات للتنفيس عن هذه المشاعر والدوافع.^(٤)

الشائعة الزاحفة

وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همساً وبطريقة سرية تنتهي في آخر الأمر إلى أن يعرفها الجميع. أن هذا النوع من الشائعات يتضمن تلك القصص العدائية التي توجه في مجتمعنا ضد رجال الحكومة والمسؤولين لمحاولة تلطيخ سمعتهم،

(١) صلاح نصر، الحرب النفسية- معركة الكلمة والمعتقد، الجزء الأول، ص ٣١٨

(٢) Bysow, D. A. Geruchts (Koiner vier Vierteljahrsschrifts Fur Soziologie), 7,301-308,1928.

(٣) د. عبد الفتاح محمد دويدار، مصدر سابق، ص ٣٤١.

(٤) المصدر نفسه، ص ٣٤٢.

وكذلك تلك القصص الزائفة التي تروج لعرقلة أي تقدم: اقتصادي، أو سياسي، أو اجتماعي، ويدخل في ذلك ما يقوم به المروجون من نشر تنبؤات بوقوع أحداث سيئة تمس هذه الموضوعات. ويقوم مروجو هذا النوع من الشائعات بنسخ سلسلة لا تنتهي من القصص ويستمررون في العمل على تغذيتها واستمرار نشرها.^(١)

شائعات العنف

وهي تتصف بالعنف، وتنتشر انتشار النار في الهشيم، وهذا النوع من الشائعات يغطي جماعة كبيرة جداً في وقت بالغ القصر. ومن نمط هذا النوع تلك التي تروج عن الحوادث والكوارث أو عن الانتصارات الباهرة أو الهزيمة في زمن الحرب. ولأن هذه الشائعة تبدأ بشحنة كبيرة فإنها تثير العمل الفوري لأنها تستند إلى العواطف الجياشة من: الذعر، والغضب، والسرور المفاجئ.^(٢)

الشائعات الغائصة

وهي التي تروج في أول الأمر ثم تغوص تحت السطح لتظهر مرة أخرى عندما تنهياً لها الظروف بالظهور، ويكثر هذا النوع من الشائعات في القصص المماثلة التي تعاود الظهور في كل حرب و التي تصف وحشية العدو وقسوته مع الأطفال والنساء.^(٣)

(١) صلاح نصر، المصدر السابق، ص ٣٢٣

(٢) صلاح نصر، الحرب النفسية- معركة الكلمة والمعتقد، ج ١، ص ٣٢٤

(٣) المصدر نفسه.

الحرب النفسية:

الحرب النفسية هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول في وقت الحرب أو وقت السلام لإجراءات إعلامية بقصد التأثير في آراء وعواطف ومواقف وسلوك جماعات أجنبية معادية أو محايدة أو صديقة بطريقة تساعد على تحقيق سياسة وأهداف الدولة أو الدول المستخدمة.

وعلى العموم فإن الحرب النفسية هي حرب باردة، هي حرب أفكار تهدف للحصول على عقول الرجال وإذلال إرادتهم، هي حرب إيديولوجية عقائدية. والحرب النفسية هي حرب أعصاب، هي حرب تزلزل العقول وتغير السلوك. والحرب النفسية هي استخدام علم النفس بصفة عامة وعلم النفس العسكري بصفة خاصة لإحراز النصر وتعتبر الحرب النفسية ضمن سلاح تستخدمه الدول في الحرب الحديثة لأنها تقوم بالدور الفعال في قتل إرادة ومعنويات العدو.

أهداف الحرب النفسية:

تتمثل أهداف الحرب النفسية فيما يلي: (١)

١- بث اليأس من النصر في نفوس القوات المعادية، وذلك عن طريق المبالغة في وصف القوة وفي وصف الانتصارات، والمبالغة في وصف الهزائم، حتى يشعر أن العدو أنه أمام قوة لا يمكن أن تقهر.

٢- تشجيع افراد القوات المعادية على الاستسلام وذلك من خلال توجيه نداءات إلى القوات المحاربة للعدو بواسطة مكبرات الصوت قبل أن يبدأ الهجوم تدعوهم للاستسلام وعدم المقاومة.

(١) د. عبد الفتاح محمد دويدار، مصدر سابق، ص ٣٤٩.

٣- زعزعة إيمان العدو بمبادئه وأهدافه، ويتم ذلك عن طريق اثبات استحالة تحقيق هذه المبادئ أو الاهداف وتصوير المبادئ والأهداف على غير حقيقتها.

٤- إضعاف الجبهة الداخلية للعدو وإحداث ثغرات داخلها، وذلك عن طريق اظهار عجز النظم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية عن تحقيق آمال الجماهير والضغط الاقتصادي.

الوقاية ضد الحرب النفسية:

من أهم مبادئ الحرب النفسية الدفاعية الوقاية ضد الحساسية النفسية التي تجعل من السهل على أقل سلاح نفسي للعدوان يصيب القوات المتقدمة فيشل حركتها أو الجبهة الداخلية فيضعف معنوياتها. إن وسائل العدو في الحرب النفسية موجودة باستمرار مثل الميكروبات والجراثيم، ولكن وجودها وحده لا يؤثر، وإنما الذي يؤثر هو استعداد المواطنين في جبهة القتال وفي الجبهة الداخلية لاستقبالها والتأثر بها.

ويجب العمل دائماً على رفع روح القتال والوقاية ضد الحرب النفسية وهنا يأتي دور التوجيه المعنوي.

ويتم التوجيه المعنوي بعدة وسائل منها: اللقاءات المستمرة بين القادة والجنود (فكرياً وتدريبياً) وتأكيد تحقيق النصر في كل مناسبة.

ويهدف التوجيه المعنوي إلى رفع الروح المعنوية، وغرس الروح الوطنية والتفاني والولاء للدولة وإثارة الكراهية والروح العدوانية تجاه العدو، وإزالة الخوف من العدو، ومن الافراد والجماعات بالثقافة السياسية والعمل على رفع مستوى التدريب الإنساني والمساواة ومراعاة حقوق الفرد وواجباته. (١)

(١) د. عبد الفتاح محمد دويدار، مصدر سابق، ص ٣٥١..

المبحث الثاني

إشكاليات الإعلام العربي بين المؤسسات والمضامين

مؤسسات الإعلام العربي الخارجي ومضامينها

بالإمكان القول ان (الإعلام الخارجي) احد مقومات السياسة العامة للدولة التي تحرص على بناء وسائل إعلامية خارجية تشرح مواقفها وأهدافها وتعرض نشاطاتها على الصعيد الدولي، والإعلام الخارجي يختلف عن الإعلام الداخلي في كونه أحد أدوات سياستها الخارجية ومهمته تنصب على تبرير وتفسير أو تغطية المواقف السياسية للدولة حتى في حالة تناقضها. ويسعى الإعلام الخارجي في العادة إلى انجاز بعض المهام منها:

١- التشكيك في موقف القوة المعادية.

٢- إحداث تغيير في الرأي العام.

٣- الدفاع عن موقف الدولة وتثبيت أفكارها.

وبالقدر الذي يستطيع فيه الإعلام الخارجي تحقيق الأهداف، فإن هناك مجموعة من المتغيرات والمحددات تتحكم فيه لاسيما في نوع وحجم القوة التأثيرية لهذا الاعلام. (١)

فلكل وسيلة تأثيرها في ظل ظروف الزمان والمكان والبيئة الاجتماعية التي توجد فيها، ولكن يمكن القول إن الإذاعة المسموعة والقنوات التلفزيونية الفضائية والانترنت أصبحت إحدى أهم الوسائل المؤثرة للإعلام الخارجي.

(١) د. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام العربي، عمان الأردن، دار المسيرة، ط١، ٢٠١١، ص٢٩.

المؤسسات العربية المعنية بالإعلام الموجه للخارج:

من الممكن إيجاز أهم المؤسسات العربية الرئيسية المعنية بالعمل في مجالات الإعلام العربي الدولي بشكل أو بآخر وبمضامينها الموجهة للخارج وهي:

اللجنة الدائمة للإعلام العربي:

لقد اقترح خبراء الإعلام العرب اجتماعاً لإعداد استراتيجية شاملة للدعاية العربية على الصعيد الدولي وذلك نتيجة للظروف العربي والدولية وخصوصاً فيما يتعلق بالصراع العربي - الصهيوني حيث صدرت عن هذا الاجتماع الذي عقد عام ١٩٦٩ بإنشاء لجنة دائمة للإعلام داخل الجامعة العربية، تتألف من مديري وزارات الإعلام في الدول الأعضاء يساعدهم خبراء إعلام يعملون بصفة مستشارين وذلك لمراقبة أعمال دائرة الإعلام والنشر داخل الأمانة العامة وجميع مكاتبها في الخارج.

المكتب الدائم للإعلام العربي:

يتولى تنسيق أعمال دائرة الإعلام والنشر ووزارات الإعلام في الدول العربية، ويتكون من الملحقيين الصحفيين في السفارات العربية في عاصمة الدولة المضيفة إلى جانب ممثل لهذه الدولة، ويعد المكتب ممثلاً للجنة الدائمة للإعلام ومسؤولاً عن أعماله أمامها، وقد عدل تشكيل المكتب وأصبح يتكون من ثلاثة أو أكثر من خبراء الإعلام تختارهم اللجنة الدائمة كل عام ويرأس المكتب رئيس اللجنة الدائمة للإعلام. (١)

مجلس وزراء الإعلام العرب:

نشأ هذا المجلس تنفيذاً لقرار مؤتمر القمة العربي الأول ١٩٦٤ والذي دعا وزراء الإعلام في الأقطار العربية إلى إنشاء مجلس يدرس جميع الشؤون المتعلقة بالإعلام، ويشرف عليها، حيث يتولى الإشراف على وضع سياسة إعلامية عربية

(١) د. عبد الرزاق محمد الدليمي، مصدر سابق، ص ٣٣.

مشتركة وتطويرها على أساس واضح حيث ترفع إلى هذا المجلس تقارير الإدارة العامة للإعلام حيث تكون اختصاصات المجلس هي:

يقوم المجلس بالأعمال والمهام التي تحقق بلوغ الأهداف المنصوص عليها في المادة الثالثة، وعلى الأخص:

١- وضع الاستراتيجيات والخطط الإعلامية ومتابعة تنفيذها وتطويرها وفق الأهداف القومية.

٢- وضع القواعد الأساسية للعمل الإعلامي العربي المشترك ومتابعة توجيهه وتقييم نتائجه .

٣- دعم المؤسسات والأنشطة الإعلامية العربية المشتركة بما يخدم الأهداف المحددة في هذا النظام ، وتقديم المعونات الفنية والمادية في المجال الإعلامي للدول العربية في ضوء الدراسات المقدمة منها وما تسفر عنه الدراسات التي يجريها المجلس .

٤- تشجيع تبادل وتدفق المواد الإعلامية بين الدول الأعضاء ، وبينها وبين دول العالم.

٥- دراسة وتحليل الظواهر والاتجاهات الإعلامية العالمية وتأثيرها المباشر وغير المباشر على الرأي العام العربي والحضارة والثقافة والقضايا العربية .

٦- إقرار مشروع جدول أعمال المجلس واتخاذ القرارات والتوصيات اللازمة.

٧- وضع الأسس والقواعد التي تؤدي إلى ربط الصلة والتعاون مع المنظمات والاتحادات العربية والإقليمية والدولية التي تمارس مهامها إعلامية .

٨- اعتماد مشروع موازنة تنفيذ الاستراتيجيات والخطط والبرامج والمشاريع الإعلامية التي يقرها والتي تمول من صندوق الدعوة العربية أو من مصادر أخرى يقرها المجلس.

٩- وضع النظام الداخلي للمجلس وتعديله بأغلبية الأعضاء .

١٠- تشكيل اللجان التي يراها ضرورية لأداء مهامه.

محتوى خطاب الإعلام العربي الدولي:

لغرض تطوير الرسالة الإعلامية العربية تحتاج إلى الكثير من المعلومات التاريخية والوسائل الخاصة وإن هذا المضمون ارتبط بالاحداث السياسية العربية من جهة المتغيرات الدولية التي تحدثت في أقطار العالم، كما أن هذا المضمون تعرض إلى معوقات عديدة أدت إلى تغيير اتجاهه الأساسي بفضل تدخل الاقطار العربية بصورة مباشرة في تحديد مضمون الرسالة الإعلامية وربما المأخذ الأكثر خطورة على الجهد الإعلامي العربي المشترك هو أن الحكومات العربية كانت تعمل على أساس افتراض خاطئ حول المعنى الكامل للإعلام، وفي جميع القرارات التي اتخذها مجلس وزراء الإعلام العرب هنالك افتراض ضمني لكنه واضح وهو (إن الإعلام هو نشر الحقائق ليس غير، والإعلام الدعاية أي أنه شكل الوعظ الهادف إل اجتذاب الآخرين إلى قضية العرب ووجهة نظرهم).

الإعلام العربي وعقدة التبعية:

نلاحظ أن واحدة من أكبر إشكاليات الإعلام العربي هي عقدة تبعيته، ومن أجل توضيح هذه الناحية نقسم التبعية وفق ما يلي:

تبعية الإعلام الرسمي:

ويقصد بالإعلام الرسمي الإعلام التابع أو الذي تملكه الأنظمة الحاكمة ومهمته بالأساس إيصال وجهة نظر الحكومة في القضايا الدولية والمحلية والعربية ويوجه رسائله عبر هذه الوسائل في الغالب يكون موجها لمواطني الدولة للتأثير عليهم في تبني وجهة النظر الحكومية ويتمتع بقدر محدود من الحرية في التعبير عن الرأي.

هذا النوع من الإعلام لا يزال موجوداً على الساحة العربية بالرغم من انفتاح الفضاء للمئات من المرسلات من أنحاء العالم كافة، ومن تدفق المعلومات والأفكار

عن القنوات الفضائية، ومن خلال ثورة الاتصال التي يشهدها العالم ويشهد تطورها المذهل تسارعاً كما ونوعاً.

أن النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال يمكن أن يستند على أسس أهمها:

- ١- تعدد مصادر الصحافة والإعلام.
- ٢- حرية الصحافة والإعلام.
- ٣- تمتع الصحفيين وجميع المهنيين العالميين في وسائل الاتصال بحرية لا تنفصل على المسؤولية.
- ٤- تدعيم قدرة البلدان النامية على التوصل إلى تحسين وضعها الخاص ولاسيما عن طريق التزود بالمعدات وتحسين بناها.
- ٥- الرغبة الصادقة من جانب البلدان المتقدمة مع مساعدتها على بلوغ هذه الأهداف.
- ٦- احترام الذات الثقافية لكل أمة وحققها في إعلام الرأي العام العالمي بمصالحها وأمانها وقيمها الاجتماعية والثقافية.
- ٧- احترام حق جميع الشعوب في الاشتراك في التبادل الدولي للمعلومات على أساس المساواة والعدالة والمصلحة المتبادلة.

التبعية للعولمة الإعلامية

تبرز مظاهر تبعية الإعلام العربي للإعلام الغربي على مستوى مساحة عمله في العدد من الوسائل منها: الصحف والمجالات الغربية المتداولة في الأوساط العربية، وبالأخص تلك المعربة الموجهة لقراء الشرق الأوسط، ومنها الإذاعات المختلفة متعددة اللغات، ومنها شبكة الإنترنت العالمية، وإذا تأملنا قطاع التلفاز مثلاً، بحكم أنه الأوسع انتشاراً لوجدنا أثر الإعلام الغربي وطغيانه واضحاً، في

إحصاءات منظمة اليونسكو (منظمة الأمم المتحدة للثقافة والتربية والعلوم والاتصال) عن الوطن العربي، نجد شبكات التلفزيون العربي تستورد ما بين ثلث إجمالي البث كما في سورية ونصف هذا الإجمالي كما في تونس والجزائر، أما في لبنان فإن البرامج الأجنبية تزيد على نصف إجمالي المواد المبنوثة إذ بلغت ٥٨.٥% وتبلغ البرامج الأجنبية في لبنان ٦٩% من مجموع البرامج الثقافية.^(١)

ظاهرة العولمة وثقافة التهميش

تمثل العولمة قوة تسيطر على أغلب أجزاء العالم، مستغلة أساليب متعددة للوصول إلى الهدف الحقيقي في نشر ثقافة كونية جديدة ومتجددة تلغي الحواجز في النظام الرأسمالي العالمي لصالح تلك التكتلات، وربما يكون الاختلاف الوحيد في هذا المجال هو التحول لسيطرة تكتلات دول على شعوب العالم بإحكامها في نظام مستحدث يعلن المساواة والتوحد ولكنه ينطوي على تفتيت الشعوب مستعيناً في ذلك بكل ادوات التقنية الحديثة ووسائل الاتصالات المعاصرة والسيطرة عن بعد واضعاً مجموعة من الأسس التي بدأت بانتهاء الحرب الباردة والتحول نحو النظام الليبرالي واختفاء العدو الشرقي أصبح من المفيد إلقاء اللوم على الحضارة العربية.^(٢)

الصحافة التنموية / الإعلام التنموي

تمثل الصحافة التنموية والإعلام التنموي محاولات لمواجهة الاندفاع نحو الاستعمار الإلكتروني. ويعترف الباحثون بأن متطلبات الصحافة الناشئة تختلف عن متطلبات الصحافة الناضجة، وبالتالي فإن محاولة فرض النماذج القانونية أو الاقتصادية أو التنظيمية لواحدة منها على الأخرى سوف تفشل في تفسير الاختلافات الأساسية الناتجة عن مجموعة من العوامل التاريخية والثقافية.^(٣)

(١) د. عبد الرزاق محمد الدليمي، مصدر سابق، ص ٤٤.

(٢) المصدر نفسه، ص ٥٦.

(٣) توماس مكفيل، ترجمة، د. حسني نصر ود. عبد الله الكندي، الإعلام الدولي، النظريات - الاتجاهات والملكية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ٢٠١٣، ص ٧٧.

وبناءً على ما سبق فإن الصحافة التنموية تعمل في الأساس على تلبية احتياجات الدول النامية، وتشجيع وسائل الإعلام الوطنية، وعدم تشجيع إعادة إنتاج نماذج وسائل الإعلام الغربية وهو الأمر الذي يحط من شأن الثقافات المحلية والتقليدية ويهمش دورها. إن معظم أنظمة وسائل الإعلام في الدول الأقل نمواً تتسم بالتخلف. إذ تقتصر على عدد قليل من الصحف وعدد من محطات الراديو ومحطة تلفزيون واحدة على الأكثر. (١)

أن النتيجة السريعة لإعادة النظر في الإعلام التنموي قد ظهرت في الحساسية تجاه الاختلافات البنائية والثقافية حول تأثير الإعلام، بالإضافة إلى تزايد الوعي بأن وسائل الإعلام كانت مجرد جزء من البنية الاتصالية الكامل. وقد أصبح واضحاً أن نجاح وسائل الإعلام والاستخدام الفعال لها في أي مجتمع يتطلب معرفة جيدة بالمصادر المتاحة وكيفية الوصول إليها والعلاقات المتداخلة بينها، بالإضافة إلى الاستخدام الفعال للبنية الاتصالية في المجتمع. (٢)

التقاليد البحثية:

عندما حوّل الباحثون في الاتصال اهتمامهم إلى التنمية والتحديث كان لديهم ميراث مزدوج. فقد كانوا متأثرين بقوة بالنظريات الكثيرة الخاصة بعملية التنمية التي تم بناؤها في حقول أخرى، وعلى الأخص في الاقتصاد والعلوم السياسية وعلم الاجتماع. وقد جاءت التأثيرات القوية على بحوث الإعلام التنموي ولم يكن هذا التركيز على المناهج الكمية والتجريبية على المستوى المصغر غريباً إذا أخذنا بنظر الاعتبار أن معظم بحوث الإعلام المبكرة كانت تمويلها إذاعات أو منظمات سياسية أو إعلانية لكي تلبى حاجات خاصة ومحددة عن تأثيرات الرسالة الإعلامية.

(١) توماس مكفايل، المصدر السابق، ص ٧٩-٨٠.

(٢) Kwasi Ansu-Kyeremeh, "Indigenous communication in Africa: A conceptual Framework: in perspective on indigenous communication in Africa, ed. Kwasi Ansu-Kyeremeh (Legon, Ghana, school of communication studies printing press, 1998) p.1.

فقد كانت جهات التي ترعي هذه البحوث تريد أن تعرف نوع الدعاية السياسية أو اساليب الإقناع التي يمكن ان تحقق التأثير المطلوب وكان ممولو البحوث يهتمون بتأثير الإعلام على أشياء محددة في سلوك الأفراد مثل التصويت في الانتخابات وشراء السلع والخدمات والتكيف الاجتماعي، كما كانوا يريدون جمع بيانات أولية عن وسائل إعلامية محددة، ولم يكن لديهم أدنى اهتمام بكيفية إدخال هذه النتائج في إطار اجتماعي وأيديولوجي أو ثقافي واسع. (١)

عيوب البحوث الغربية

تحظى المداخل الشاملة التي تركز على المحددات البنائية والإجرائية للإعلام باهتمام ضئيل في الولايات المتحدة. ولم يسع دارسو الإعلام الأمريكيون على الإطلاق النظام الاجتماعي ككل. وقد أدى هذا إلى فشل الباحثين الأمريكيين في فهم الإعلام بوصفه مرتبطاً بطريقة لا يمكن الفكك منها بالبناء الاجتماعي والسلطة والتطور في هذا المجال.

وقد أثارت بحوث انتشار المبتكرات عدة فرضيات، عبر عنها لويس بلتران

Luis Beltran بقوله:

من الفرضيات الأساسية لمدخل الانتشار أن الإعلام يستطيع – وحده – أن يحقق التنمية بصرف النظر عن الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وإن الإنتاج الكبير واستهلاك السلع والخدمات يتوافق مع جوهر التنمية، وأن التوزيع العادل للدخول والفرص سوف يتم – بالضرورة – في الوقت المناسب وأن مفتاح زيادة الإنتاجية هو المبتكرات التكنولوجية بصرف النظر عن من قد يستفيد منها ومن قد يتضرر منها. (٢)

(١) توماس مكفايل، مصدر سابق، ص ٨٩.

(٢) Majid Tehranian, "foreword" in Image of the U.S. around the word. A multicultural perspective, ed. Kamalipour. (Albany: state university of New York press, 1999) p.p. xvi – xvii.

أهمية وسائل الإعلام والاتصال في المجتمعات الحديثة:

لقد أصبحت العلاقة بين الإعلام والمجتمع في الوقت الحاضر تشكل تحدياً في العصر الحاضر، لاسيما في ظل التحديات التي يواجهها العالم وتعيشها الأمم وبالتالي يدفع ثمنها الإنسان.

ومع تزايد الثورات في مجال تكنولوجيا الاتصال وتحول الكرة الأرضية إلى قرية صغيرة تلاشى فيها حاجزي الزمن والمكان، أصبحت وسائل الإعلام أقوى الوسائل تأثيراً وأكثرها فاعلية في تشكيل التوجهات وتوجيه السلوك والتأثير على البنية الثقافية للمجتمع، إذ نلاحظ أن الإنسان نفسه إمام أسئلة كثيرة وتحديات كبيرة تدفعه إلى الربط بينها لأدراك المضامين والغايات والأهداف التي ينشدها وان يوظفها ويتفاعل مع مخرجاتها حتى لا يجني على نفسه وأمتة ووطنه فحماية المجتمع يتطلب منها الاهتمام بالتربية الاجتماعية وبالسياسات التعليمية والثقافية والاقتصادية حيث تشير القرائن والمعطيات الماثلة في الساحة الدولية المعاصرة إلى أن الصراع خلال الألفية الثالثة هو صراع حضاري أهدافه منظومة القيم والمثل والعقيدة والدليل على ذلك هو أن الدول لم تعد قادرة على التحكم فيما تصنعه وما تشتريه وأنه لأول مرة في التاريخ أضحى كل شيء يمكن أن يصنع في أي مكان ويباع في كل مكان آخر في ضوء أن الحكومات والدول الآن لا يمكنها إغلاق حدودها لمواجهة الأمراض المعدية أو المخدرات أو الثقافات القادمة عبر وسائل الإعلام المختلفة ومن الاتجاهات كافة.^(١)

تنبع أهمية الإعلام في قضية من كونه الأداة الرئيسية في عملية الاتصال الجماهيري التي توسعت أفاقها وزادت أبعادها وتشعبت مجالاتها مع الثورة المعلوماتية الحديثة، الأمر الذي لم تشهد البشرية منذ بواكيرها وحتى مطلع القرن

(١) محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر، ط١، مصر ١٩٩٨، ص٦٢.

ومع تطور المعرفة وتفجر الثورات العلمية والمعلوماتية أصبحت الجهات التي تملك أدوات إعلامية ووسائل إنتاج تلك المواد مراسلا والعالم الثالث مستقبلا لذا أصبح المظهر الأساسي للإعلام والأكثر بروزا في حياتنا المعاصرة هو السرعة وخاصة سرعة في تدفق الأنباء والمعلومات وتداولها " عندما اغتيل الرئيس الأمريكي أبراهام لينكون "في ابريل ١٨٦٥ استغرق خبر مقتله ستة أشهر حتى يعمم في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها وهذا يبين لنا ما وصل إليه الإعلام في عصرنا الحالي والتي أضحت الجماهير تتواصل مع الحدث لحظة بلحظة أثناء الحدث.^(١)

إذ سمحت التكنولوجيا الحديثة لنا في محو الحاجز الفاصل بين شعوب العالم في هذه المعمورة، وأضحت الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها تنقل لنا تجارب الشعوب ومستويات تقدمها على جميع الصعيد بل أن الإعلام ووسائله أضحت لاعبا هاما في المجتمعات، فلم تعد الحواجز ولا الرقابة ولا مصادرة الكتب والمطبوعات، قادرة على منع تواصل الشعوب فيما بينها، بل أن من سمات العصر الحالي هي التواصل بدون حواجز معوقات وأصبح العالم بفضل هذه الوسائل عبارة عن قرية صغيرة أو أسرة واحدة.

إن ما نشاهده اليوم في الوسائل الإعلامية المختلفة اقترن بالإبعاد حيث تنقل لنا وسائل الإعلام التجارب التي خاضتها تلك الشعوب المتحضرة والمتقدمة في المجالات المختلفة في إطار التنمية والنمو.^(٢)

وسائل الإعلام الحديثة أصبحت سلاح استراتيجيا بين النظم المتطورة فهي تلعب دورا هاما في تكوين الانسجام والمشاركة بين فئات الشعب الواحد ، تقدم له النصح والإرشاد والتوجيه والتسلية والترفيه والتعليم والأخبار ، وتبث الطمأنينة والاستقرار في نفوس الناس التي تستهدفهم ، وكذلك تقدم لهم النماذج الحية للتطور

(١) سمير امين، ازمة المجتمع العربي، دار المستقبل العربي، بيروت لبنان، ص ٣٨.

(٢) محمد منير حجاب، المصدر السابق، ص ٦٣

والإبداع فتنتقل التجارب الناجحة وتتباهي بها أمام شعوب المعمورة وتقدم لنا آخر ما وصلت إليه من ابتكار يلهب العقول ويوفر الوقت والجهد ويقدم الحياة في قالب مميز. (١)

الإعلام العراقي ورفع قيمة التخصصات التطبيقية :

تعتبر وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون ووسائل الإعلام البديل وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، عنصراً فاعلاً في المجتمع كما تؤثر وسائل الإعلام على المجتمع الذي تعمل فيه سواء كانت تلك الظروف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ويكون تأثير تلك الوسائل بقدر ما تأخذ منه وبالتالي لا نستطيع أن نتوقع من وسائل الإعلام في مجتمعنا التقليدي أن تقوم بتطوير هذا المجتمع إلا بالقدر الذي سمح به درجة تطورها وذلك يختلف من مجتمع إلى آخر فلا شك أن الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام تلعب دور هام يتناسب مع حجم تطور هذا المجتمع

إذا كان الجمهور في الدول المتقدمة هو الدافع الرئيسي والمؤثر في دفع عملية التطور في مجتمعات تلك الدول فإن العكس هو الصحيح في البلدان النامية حيث إن وسائل الإعلام هي الدافع الرئيسي لتطور هذا الجمهور وإحاقه بركب التطور إذ يستطيع الإعلام العراقي أن يلعب دوراً واضحاً في التغلب على معوقات التنمية الشاملة وإعلاء قيمة التعليم التطبيقي والتخصص المهني من خلال عدة أدوار والتي يمكن تلخيصها فيما يلي: (٢)

١. تقديم برامج إعلامية هادفة الغرض منها تبادل الخبرات سواء في محيط العمل أو الاختصاص من مجتمعات متطورة من أجل نقل التجارب التي تدعم التوجه إلى التخصصات التطبيقية.

(١) سمير امين، مصدر سابق، ص ٣٨

(٢) المصدر نفسه، ص ٣٩ - ٤٠.

٢. مساعدة الشباب العراقي على التخلص من الأفكار القديمة والقيم والعادات البالية التي لا تتفق مع طبيعة التطور في العصر الحديث ومتطلباته واستبدالها بالقيم والأفكار والعادات الجديدة والمتطورة لتصبح جزءاً من شخصية الإنسان العراقي.

٣. تقديم العبرة من خلال نقل التجارب الناجحة على صعيد التخصصات التطبيقية في المجتمعات المتطورة وشرح دورها في عمليات النمو المستمرة والمتطورة على صعيد الإنتاج.

٤. مساعدة الشباب في إعادة بناء نفسه وتكوينه وصولاً به إلى مستوى عصري متقدم ليكون دائماً على ارتباط وثيق بخطوات التقدم والتصدي لمتطلباته.

٥. تغطية حاجة المجتمع للتخصصات العلمية، ومناقشة مدى حاجته لها وتوضيح دورها ومكانتها.

٦. ان من أهم الأدوار على هذا الصعيد لوسائل الإعلام، هو دورها في عملية التنشئة لكافة مجالاتها، وخاصة السياسية والاجتماعية التي يمكن من خلالها تشكيل ثقافة اجتماعية حول أهمية التخصص التطبيقي ودوره الاستراتيجي في المجتمع الحديث.

٧. تقديم البيانات اللازمة لإقناع الشباب بأهمية التخصص التطبيقي من خلال الاعتماد على قدرة وسائل الإعلام على التواصل مع المجتمع.

٨. يتبين الدور المهم لوسائل الإعلام في القيام بمهمات الإقناع والتأثير على الشباب والأسر بضرورة الإقناع بتغيير الأنماط التقليدية القديمة في أطار التخصصات التقليدية وتغييرها بالتخصصات التطبيقية التي تمثل الحاجات العصرية للمجتمع.

٩. يجب على وسائل الإعلام أبراز أهمية هذه التخصصات من خلال تسليط الضوء على الفرص المتاحة والحوافز الذي سيعود على رواد هذه التخصصات.

١٠. العمل على إشراك الجهات ذات العلاقة والمعنية بنشر ثقافة التخصصات من خلال عقد الندوات العلمية والمؤتمرات والحلقات الدراسية لبحث وتفعيل جميع الجهات للقيام بواجبها نحو هذا المجال لان الإعلام يعمل في إطار عمل جماعي ووطني.