

المعالجة الإعلامية العربية للأحداث (المقابلة الرياضية بين مصر والجزائر بأمر درمان أنموذجاً)

Arab Media Coverage of Events: The Egypt–Algeria Football Match in Omdurman as a "Case Study"

سميرة ونجن¹، قطوشة هناء²¹ جامعة محمد خيضر - بسكرة - (الجزائر)، samira.ouendjen@univ-biskra.dz² جامعة محمد خيضر - بسكرة - (الجزائر)، hana.guettoucha@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام : 2026/01/23 ؛ تاريخ القبول : 2026/03/26

ملخص: يُعدّ الإعلام العربي فاعلاً أساسياً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، لاسيما في ظل التحولات السياسية والاجتماعية والثقافية المتسارعة التي تشهدها المجتمعات العربية. ومع اتساع تأثير وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، أصبحت المعالجة الإعلامية للأحداث عنصراً حاسماً في بناء الوعي الجماهيري. غير أن هذه المعالجة تواجه تحديات متعددة، أبرزها التأثير بالاعتبارات السياسية والأيدولوجية، وغياب الالتزام بالمعايير المهنية، مما يؤدي إلى تغليب خطاب الإثارة والتحيز على حساب الموضوعية والتوازن.

وتهدف هذه الورقة البحثية إلى تحليل تعاطي الإعلام العربي مع خلفيات مباراة الجزائر ومصر التي جرت بأمر درمان بالسودان، من خلال دراسة نظرية تحليلية للخطاب الإعلامي المصاحب للأزمة. وقد أظهرت النتائج خللاً واضحاً في الأداء الإعلامي، حيث ساهم الخطاب التحريضي والشحن العاطفي في تصعيد التوتر وتحويل حدث رياضي إلى أزمة سياسية. ويبرز ذلك الحاجة إلى مراجعة الممارسة الإعلامية وتبني استراتيجية مهنية مسؤولة تعزز الحوار وتلتزم بأخلاقيات المهنة.

الكلمات المفتاحية : الإعلام ؛ الجمهور ؛ المعالجة الإعلامية؛ الخطاب الإعلامي؛ الإعلام العربي

Abstract : Arab media plays a key role in shaping and directing public opinion, particularly in light of the rapid political, social, and cultural transformations occurring in Arab societies. With the expanding influence of traditional and digital media, media coverage of events has become a crucial element in shaping public awareness. However, this coverage faces numerous challenges, most notably the influence of political and ideological considerations and a lack of adherence to professional standards, leading to a prevalence of sensationalism and bias at the expense of objectivity and balance.

This paper aims to analyze the Arab media's handling of the aftermath of the Algeria-Egypt football match held in Omdurman, Sudan, through a theoretical and analytical study of the media discourse surrounding the crisis. The results revealed a clear deficiency in media performance, where inflammatory rhetoric and emotional manipulation contributed to escalating tensions and transforming a sporting event into a political crisis. This underscores the need to review media practices and adopt a responsible, professional strategy that promotes dialogue and adheres to journalistic ethics.

Keywords : Media; Audience; Media Coverage; Media Discourse; Arab Media .

* المؤلف المراسل: سميرة ونجن.

1- مقدمة

تعد الثورة الإعلامية بأشكالها وصيغها المختلفة واحدة من السمات البارزة التي تميز عصرنا الراهن، والثورة هذه عامة ونوعية، تشمل المفاهيم والتقنيات، تتناول المنتج والمتلقي، ولا تتجلى تبعاتها في الميدان السياسي وحده، بل في الميادين الأخرى، فهي ثورة تتجسد في أجهزة منتشرة في كل مكان، كانت في منظور الماضي القريب مجرد بدعة خيالية ليس إلا، لكنها أصبحت عبر زمن قياسي في متناول القسم الأكبر من الناس، يتعامل معها الفرد من خلال هاتفه النقال، أو القنوات الفضائية التي تجلب إليه العالم بزواياه اللامتناهية، أو أجهزة الحاسوب... التي غدت ظاهرة اجتماعية جديدة في عالمنا المعاصر، تنتشر بفعل شرطي العرض والطلب (شاكر، 2011، صفحة 245).

وقد شهدت الساحة الرياضية العربية، وتحديدًا بين الجزائر ومصر، أزمة غير مسبقة أعقبت المباراة الرياضية بين منتخبى البلدين والتي أقيمت في "أم درمان بالسودان" في (ملعب المريخ Al-Merrikh Stadium) بأم درمان، الذي اختير ملعباً محايداً لهذه المباراة الحاسمة. كانت في 18 نوفمبر 2009، وكانت مباراة فاصلة في تصفيات كأس العالم 2010، وفريق الجزائر فاز بنتيجة 0-1 بهدف سجله عنتر يحيى في الدقيقة 40، ليتأهل إلى نهائيات كأس العالم 2010 في جنوب إفريقيا.

فقد تسببت هذه المواجهات في اندلاع أحداث مأساوية خلفت أزمة دبلوماسية حادة، لا تزال تداعياتها تشغل الرأي العام ووسائل الإعلام. وقد تجاوزت المسألة إطار الفوز أو الخسارة، لتتحول إلى قضية ذات أبعاد اجتماعية وسياسية، انعكست بوضوح على الشارع العربي الذي تم تعبئته بخطابات الكراهية والتحريض. وما زالت التحليلات مستمرة لفهم الأسباب والدوافع التي سبقت المباراتين وتلك التي تلتها، خاصة أن ما حدث يشكل سابقة في تاريخ الرياضة العربية، وخصوصاً بين بلدين تربطهما علاقات تاريخية وثقافية عريقة.

كما كشفت هذه النكسة الإعلامية التي رافقت الأزمة بين الجزائر ومصر عن فراغ كبير في المحتوى الإعلامي العربي، وعن هشاشة في التعاطي المهني والمسؤول مع القضايا الحساسة. فقد انجرف جزء من الإعلام العربي نحو خطاب الإثارة والتأجيج، بدل أن يقوم بدوره في التهذئة والتوعية والتقريب بين الشعوب. ومن هنا تُطرح عدة تساؤلات مشروعة: أين كان الإعلام العربي من هموم المواطن العربي وقضاياها؟ وهل استطاعت القنوات والمنصات الإعلامية أن تحقق التوازن في التغطية مقارنة بالشبكات العالمية التي غالباً ما تهيمن على الساحة الإعلامية بخطاب أكثر احترافية وتأثيراً؟

2- تعريف وسائل الاعلام وأهميتها:

تُعد وسائل الإعلام مؤسسات اجتماعية وتربوية، تأخذ أشكالاً مرئية أو مسموعة أو مقروءة، وتُعتبر باختلاف أنواعها، من أبرز الوسائط التربوية في العصر الحديث وأكثرها تأثيراً في تشكيل ثقافة الإنسان ووعيه وسلوكه، إذ تقدم محتوى متنوعاً عبر وسائلها الجماهيرية، مثل: الإذاعة، والتلفزيون، والفيديو، والصحافة، والإنترنت، وأشرطة التسجيل، والسينما، والمسارح، والمعارض، والمتاحف، وغيرها من الوسائل التي تستهدف مختلف فئات المجتمع.

ويُعد الإعلام من أبرز أدوات التأثير في المجتمعات الحديثة، لما له من دور محوري في نشر المعرفة وتشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك. فهو وسيلة للتثقيف والتواصل، وركيزة أساسية في دعم التنمية وتعزيز الوعي بقضايا المجتمع. "فتشير الشواهد والمعطيات الراهنة في الساحة الدولية إلى أن الصراع في الألفية الثالثة يتخذ طابعاً حضارياً، يتمحور حول القيم والمبادئ والعقائد. ويتجلى ذلك في فقدان الدول قدرتها الكاملة على السيطرة على ما تنتجه أو تستهلكه، إذ أصبح من الممكن لأول مرة في التاريخ أن يُصنع أي شيء في أي مكان من العالم ويُباع في أي مكان آخر. وفي هذا السياق، لم تعد الحكومات قادرة على إغلاق حدودها أمام التحديات العالمية مثل الأوبئة، أو المخدرات، أو الثقافات المتدفقة من مختلف الاتجاهات عبر وسائل الإعلام المتنوعة." (حجاب، 1998، صفحة 62)

3- أهداف الحرب النفسية:

تُعدّ الحرب النفسية أحد الأساليب غير المباشرة في الصراعات الحديثة، حيث تعتمد على التأثير في الحالة النفسية والمعنوية للعدو بدل المواجهة العسكرية المباشرة. وتهدف إلى إضعاف قدرته على الصمود واتخاذ القرار، من خلال توظيف وسائل إعلامية ودعائية مدروسة تسعى إلى التأثير في مشاعر الأفراد ومعتقداتهم واتجاهاتهم. وفي هذا السياق "تتعدد أشكال الحرب النفسية وأساليبها، إذ تشمل الدعاية، والإشاعات، والحرب الإعلامية، والخداع والتضليل، والضغط المعنوي، واستغلال وسائل الاتصال الحديثة، بهدف التأثير في اتجاهات الأفراد ومعنوياتهم وسلوكهم. وفي هذا السياق، يشير عبد الفتاح محمد دويدار إلى أن الحرب النفسية تعتمد أساساً على توظيف وسائل الاتصال والإعلام للتأثير في الإدراك والوجدان، من خلال نشر الرسائل الدعائية والمعلومات الموجهة، سواء كانت صحيحة أو مضللة، بقصد إضعاف الروح المعنوية للعدو وزعزعة ثقته بقيادته ونظمه السياسية والاجتماعية" (دويدار، 2005، صفحة 349)

كما يؤكد بول لينبارغر (Paul M. A. Linebarger) أن الحرب النفسية تُعد سلاحاً استراتيجياً يعتمد على الدعاية المنظمة والإشاعات والخداع النفسي، ويستهدف بالأساس كسر إرادة الخصم دون اللجوء المباشر إلى القوة العسكرية (Linebarger, 1954, p. 40). أما أهداف الحرب النفسية فتتمثل أساساً فيما يلي:

- ✓ 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.
- ✓ تشجيع أفراد القوات المعادية على الاستسلام وذلك من خلال توجيه نداءات إلى القوات المحاربة للعدو بواسطة مكبرات الصوت قبل أن يبدأ الهجوم تدعوهم للاستسلام وعدم المقاومة.
- ✓ زعزعة إيمان العدو بمبادئه وأهدافه، ويتم ذلك عن طريق اثبات استحالة تحقيق هذه المبادئ أو الأهداف وتصوير المبادئ والأهداف على غير حقيقتها.

✓ إضعاف الجبهة الداخلية للعدو وإحداث ثغرات داخلها، وذلك عن طريقظهار عجز النظم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية عن تحقيق آمال الجماهير والضغط الاقتصادي.

(دويدار، 2005، صفحة 349)

4-الإعلامي العربي:

تُعد الصحافة مرآة للرأي العام، وأحد أقوى الوسائل في التعبير عنه والتعليق على تطوراتهِ. فهي تشكل ضرورة أساسية في أي مجتمع حديث، إذ بدونها نفقد جزءاً كبيراً من المعلومات والمعرفة التي نعتمد عليها في تسيير شؤوننا اليومية واتخاذ قراراتنا. ومن هذا المنطلق، يبرز دور الصحفي أو الإعلامي كحلقة وصل حيوية بين الفرد والعالم الخارجي، من خلال نقله للأحداث وتحليله للوقائع، ومساهمته في تشكيل الوعي الجماعي (جابر و نعمات، 2003، صفحة 360)

فمن أسهل الأمور على بعض وسائل الإعلام أن تتناول أي موضوع، أو تفتح أي ملف، أو تُطلق الأحكام على الأشخاص، وكل ذلك غالباً ما يتم تحت مظلة "الديمقراطية" و"حرية التعبير" و"البحث عن الحقيقة". غير أن ما نفقده في كثير من الأحيان هو ذلك الإعلامي الذي يمتلك الصدر الرحب والمسؤولية لنقل الحقيقة بتجرد، وتقييم الوقائع بمنهجية متزنة. فالإعلام لا يحتاج فقط إلى مهارات تقنية أو قدرة على الإقناع، بل إلى ثقافة واسعة، ومنهج بحث رصين، وضمير مهني حي، يستند إلى أخلاقيات المهنة **professional ethies** التي تضمن التوازن بين حرية التعبير واحترام الحقيقة والإنسان.

فيرى البعض أن الإعلام في كثير من دول العالم العربي، لم يعد سلطة رابعة كما يُفترض، بل تحوّل إلى مجرد "عبد مأجور"، تُقيده التوجهات الرسمية وتُملئ عليه الأجندات السياسية. فوسائل الإعلام الرسمية، من المحيط إلى الخليج، غالباً ما تحتكر الحقيقة وتقدم رواية واحدة تُعبر عن السلطة لا عن المجتمع. أما الصحفي، فيُختزل دوره في كاتب عمومي، لا يكتب إلا ما يُملئ عليه، ولا يُعبر إلا عما يُطلب منه، مما يُفرض مهنة الصحافة من جوهرها، وينفي عن الصحفي صفته الحقيقية كمراقب مستقل وناقل أمين للواقع.

ففي العالم العربي نفتقر في المجمل، إلى ثقافة تقبل الرأي والرأي الآخر، وإلى الاستعداد للتفاعل الإيجابي مع النقد، على الرغم من أن كل فكرة قابلة للنقاش، وكل رأي قابل للتفنيد. ويُعد الإعلام أحد أبرز تجليات هذا القصور، إذ قد يُتاح له أحياناً تداول المعلومات وطرح القضايا للنقاش، لكنه غالباً ما يُبدي حساسية مفرطة عندما يُوجّه إليه النقد، فيتراجع عن دوره كمنصة للحوار، ويتحول إلى طرف منحاز. ومع أن هذه الإشكالية قد تزول تدريجياً مع تطور الوعي الإعلامي، إلا أن تجاوزها يتطلب التزام الإعلام العربي بعدد من الأسس المهنية والأخلاقية التي تضمن أدائه لدوره في تنوير الرأي العام وخدمة قضايا الأمة، ومن أبرز هذه الأسس ما يلي:

➤ نقل الأخبار الصحيحة والواضحة، باعتبار أن المعلومة الموثوقة هي الغذاء الأساسي للرأي العام.

➤ تفسير الأخبار والتعليق عليها بشكل موضوعي يساعد المتلقي على فهم أبعادها.

➤ متابعة تطورات الأحداث بعد نشرها وتحليلها، حتى تكتمل الصورة لدى الجمهور.

➤ الحفاظ على الروح القومية العربية، عبر الامتناع عن نشر ما يسيء أو يضر بالهوية والوحدة العربية.

➤ التحرر من النفوذ الأجنبي الإعلامي، والتمسك بالاستقلالية في التغطية والمعالجة، مهما كانت

الظروف.

➤ **مكافحة الإشاعات والمعلومات المضللة، والحرص على نشر الحقائق المؤكدة والتحري الجاد في القضايا المثارة.**

➤ **الابتعاد عن المواضيع التافهة والهامشية، والتركيز على القضايا الجوهرية التي تمس مصالح الجماهير العربية وتعكس همومهم الحقيقية (جابر و نعمات، 2003، صفحة 361)**

5- وظائف الفضائيات العربية:

تُعَدّ الفضائيات العربية من أهم الوسائل الإعلامية المعاصرة، نظرًا لما تمتلكه من قدرة واسعة على الوصول إلى الجماهير والتأثير في الرأي العام. وقد أسهم التطور التكنولوجي وتعدد القنوات الفضائية في توسيع أدوارها ووظائفها داخل المجتمعات العربية، فلم يعد دورها مقتصرًا على نقل الأخبار فحسب، بل امتد ليشمل مجالات التوعية، والتثقيف، والتوجيه، والترفيه. وفي هذا الإطار، يمكن تحديد وظائف الفضائيات العربية من خلال وظيفتها الإعلامية في النقاط التالية:

✓ **الوظيفة الخبرية:** حيث شهدت المنطقة العربية ظهور فضائيات متخصصة في مختلف الميادين، وأبرزها الفضائيات الخبرية كالجزيرة العربية والأخبارية، وغيرها... وبقدر ما حققت هذه الفضائيات الخبرية تفوقًا في المجال الإعلامي والمهني إلا أن ذلك لا يمنع من القول بأن معظمها مازالت تحت سيطرة الحكومات أو الأفراد لتحقيق مصالح سياسية (البياتي، 2006، صفحة 277)

✓ **الوظيفة التعبوية:** تُعَدّ من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، بما في ذلك الفضائيات العربية، فالدور التعبوي أو التحريضي، يهدف إلى تشكيل الرأي العام والتأثير في اتجاهات الجماهير تجاه قضايا أو سياسات محددة. وفقًا لإدوارد س. هيرمان ونوام تشومسكي في كتابهما الكلاسيكي **Manufacturing Consent**، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية لا تقتصر على الإخبار أو الترفيه فحسب، بل تقوم أيضًا بـ "نقل الرسائل والرموز إلى الجمهور العام" بطريقة تعكس مصالح سياسية أو أيديولوجية معينة، بما في ذلك تعبئة الجماهير من خلال ترتيب الأولويات الإعلامية وتسليط الضوء على سرديات معينة على حساب أخرى، مما يسهم في صناعة توافق جماهيري بدلاً من تقديم تقارير موضوعية بالكامل (Herman & Chomsky, 1988, p. 1)

✓ **والملاحظ أن الوظيفة التعبوية مازالت تمارس دورها التقليدي في القنوات الفضائية الحكومية، للتمجيد بالنظام وتعبئة المواطن بمعلومات مقبولة، وهذه الفضائيات خرجت من رحم إعلام تقليدي عربي، تتحكم به أجهزة الرقابة الرسمية، وينطق بلسان السلطة في قوالب اعلامية جاهزة ونمطية.**

✓ **وظيفة الترفيه:** حيث أصبحت هذه الوظيفة تسيطر على الحياة العربية، وذلك بسبب الاتجاه التجاري لمعظم الفضائيات التي يطغى عليها مفهوم ثقافة الترفيه معظم برامجها، وكلها تتسابق على إرضاء

الجمهور العربي وبالذات الشباب، لأسباب مادية وتجارية، ومع بروز ظاهرة دخول المال العربي بشكل سلبي الى الإنتاج الاعلامي والفني، دون اعتبارات للواقع الاجتماعي،

بحيث أصبح الاستثمار الاعلامي يأخذ مذهب السلب في تعميق ثقافة الاثارة واصبحت بعض الفضائيات العربية (شبه نوادي ليلية) تقدم لجمهورها انواع فنون الاثارة الجسدية والغريزية، وبمواصفات قد لا يجدها حتى في القنوات الفضائيات الأجنبية.

ويمكن القول أن هذه الفضائيات المنوعة والغنائية تركز صور الحياة الاستهلاكية، وتقوض مقومات الشخصية العربية والثقافية للتشويه والمسح والاعترا ب الحاد، من خلال عرض الافلام والمسلسلات المليئة بالعنف والجريمة وقصص الحب والمغامرة العاطفية والاثارة، وعرض الاغنيات ذات الطابع الفني الهابط التي تركز الاثارة الغريزية، والحد من قيمة المرأة، والابتدال في خلق الصور المثيرة للغرائز (البياتي، 2006، صفحة 278)

كما برزت في الفضائيات العربية خلال السنوات الأخيرة ظواهر إعلامية جديدة أثرت بشكل ملحوظ على الجمهور، ومن أبرزها ما يُعرف بـ "برامج تلفزيون الواقع"، والتي تقوم في الغالب على تقديم نسخ معربة من برامج أمريكية وأوروبية. وعلى الرغم من كونها جذابة من ناحية الشكل والأسلوب، إلا أن محتواها في كثير من الحالات لا يتناسب مع الواقع الاجتماعي والثقافي للمجتمع العربي، بل يسهم في ترسيخ قيم وسلوكيات قد تكون بعيدة عن المعايير الأخلاقية والاجتماعية التقليدية. فهذه البرامج غالباً ما تقدّم نماذج من العلاقات العاطفية والسلوكيات الفردية التي لا تتوافق مع القيم الأسرية والاجتماعية، مما قد يؤدي إلى تشويه المفاهيم السليمة للعلاقات الإنسانية، وزيادة التعرض لمضامين مشبوهة مثل الإباحية أو الانحراف الثقافي.

بالإضافة إلى ذلك، ظهرت ظاهرة الرسائل القصيرة أو "المسجات"، والتي تحمل في طياتها مضامين وخطابات إعلامية واجتماعية تؤثر في تشكيل سلوكيات الشباب والجماهير. وغالباً ما تنقل هذه الرسائل أنماطاً ثقافية وسلوكية قد تكون متناقضة مع الهوية والقيم المحلية، مما يثير مخاطر على التوازن الثقافي والمجتمعي، ويؤدي إلى اضطراب في منظومة القيم السائدة.

6- الإعلام العربي وحرية التعبير:

يُعتبر الإعلام العربي من أبرز أدوات التعبير عن الرأي العام ونقل المعلومات، كما يمثل مساحة للتفاعل الاجتماعي والثقافي والسياسي في المجتمعات العربية. ومع تزايد التعددية الإعلامية، سواء عبر الفضائيات أو المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح دور الإعلام مرتبطاً بشكل مباشر بمفهوم حرية التعبير، التي تُعد من القيم الأساسية في بناء مجتمع ديمقراطي يتيح المجال للنقاش وتبادل الآراء.

وفيما يخص تاريخ حرية الرأي في الإعلام العربي، فقد شهدت الصحافة العربية أواخر العهد العثماني فترة من الحرية النسبية، لا سيما في لبنان، حيث ظهرت صحف ومجلات رائدة مثل *البشير*، *الجنان*، *الجنة*،

التقدم، ومرآة الفنون، التي تناولت في مقالاتها قضايا الخلل والفساد في مؤسسات الدولة العثمانية، وانتقدت أداءها بشكل صريح. غير أن هذه الحرية لم تدم طويلاً، إذ قيدت حرية الصحافة، ما أدى إلى تراجع ملحوظ

في مساحة التعبير. ومنذ ذلك الحين، تراوحت مسيرة حرية الإعلام في العالم العربي بين مدّ وجزر، ومَرّت بمحطات من الانفراج والانكماش، تبعاً للظروف السياسية والحكومية في كل بلد.

وتقوم ديمقراطية المعلومات على أربعة مقومات أساسية مترابطة تُشكل جوهر الحق في الوصول إلى المعرفة والمشاركة في إنتاجها. أول هذه المقومات هو **حق الفرد في الخصوصية**، والذي يعني تمكين الإنسان من حماية حياته الخاصة وصونها من تدخل الآخرين، بما يضمن له حرية التصرف خارج نطاق المراقبة أو التطفل. أما المقوم الثاني فهو **الحق في المعرفة**، ويقصد به تمكين الأفراد من الوصول إلى المعلومات التي قد تؤثر تأثيراً عميقاً في مصائرهم، باعتبارها شرطاً أساسياً للمشاركة الواعية في الحياة العامة. ويأتي بعد ذلك **حق استخدام المعلومات**، ويُعنى بحق كل مواطن في النفاذ إلى شبكات المعلومات المتاحة، وقواعد البيانات، واستخدامها بحرية، وفي أي وقت ومكان، وبتكلفة مناسبة. أما المقوم الرابع، فيمثل أعلى درجات **ديمقراطية الإعلام**، ويتمثل في حق المواطن في المشاركة المباشرة في إدارة البنية التحتية للإعلام العالمي، بما يضمن التعددية، والمساءلة، والانفتاح في صناعة المحتوى الإعلامي وتوجيهه (ريفرز و آخرون، 2005، صفحة 62)

ومع ذلك، تواجه حرية التعبير في الإعلام العربي مجموعة من التحديات، من بينها الضغوط السياسية والرقابية، والرقابة الذاتية لدى المؤسسات الإعلامية، وما قد ينتج عن ذلك من تقييد قدرة الصحفيين والقنوات على تقديم معلومات موضوعية ومتوازنة. كما أن التداخل بين المصالح الاقتصادية والسياسية في إدارة القنوات والمحتوى الإعلامي يخلق أحياناً تضارباً بين حرية التعبير والمسؤولية المهنية، مما يفرض على الإعلام العربي البحث عن توازن دقيق بين نقل الأخبار بموضوعية، واحترام القيود القانونية والاجتماعية والثقافية، وبين السماح بحرية الرأي والنقد البناء.

ورغم الدور المتنامي للإعلام في تشكيل الخطاب العام في العالم العربي، لا تزال حرية التعبير تواجه قيوداً سياسية وقانونية ومؤسسية تؤثر على قدرة وسائل الإعلام على العمل بشكل مستقل ونقدي. ففي دراسة حول الحق في المعرفة وحرية التعبير في الدول العربية، أشار الباحثان **Zahra, I. M. M., & Nasr, H. M.** سنة 2018 إلى أن حرية التعبير تُعد من الأسس الجوهرية للمشاركة الديمقراطية، إلا أن أنظمة الإعلام غالباً ما تواجه الرقابة، والقوانين المقيدة، والتدخل السياسي، مما يحد من استقلالية الصحافة ويعيق النقاش المفتوح. وتؤكد الدراسة أن هذه القيود تضعف دور الإعلام في توفير الوصول إلى وجهات نظر متنوعة وتعيق تطوير فضاء عام واسع يمكنه مساءلة السلطة والمشاركة في اتخاذ القرار (**Zahra & Nasr, 2018, pp. 27-40**)

7- السياسة الاعلامية على المستوى القُطري:

تتطلق معظم السياسات الاعلامية من النظام السياسي وتوجهاته واهدافه المركزية، متبينة الفكر السياسي للدولة على مستوى السياسة الداخلية والخارجية، وعادة ما تعكس هذه السياسة فلسفة الدولة ونظامها من خلال وسائل الاعلام حيث يتم التعبير عنها بمضامين اعلامية مختلفة، وبوسائل اتصالية متعددة يتم الربط بين خطط الدولة الانمائية وسياسة الاعلام الداخلية للتعبير عن مجمل النشاط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي. وقد أكد **عبد الحميد، محمد** في أن المضامين إعلامية تسعى إلى دعم الخطط التنموية والتعبير عن النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. غير أن السياسات الإعلامية في العديد من الدول العربية لا تزال تقتصر إلى استراتيجيات واضحة، وتعاني من ضعف التنسيق مع المؤسسات الاجتماعية والتربوية والاقتصادية، وهيمنة النظرة القطرية الضيقة، إلى جانب غياب جهة مركزية للتخطيط والمتابعة، مما يحد من فاعليتها وقدرتها على تحقيق التكامل والتأثير المطلوب (**محمد، 2004، الصفحات 215-217**).

فلا تزال السياسات الإعلامية على مستوى الدولة العربية الواحدة محكومة بإطارات مفاهيمية محددة، وتقتصر إلى استراتيجيات واضحة تنظم عملها وتوجه مساراتها. ويظهر هذا القصور في عدة مظاهر، من أبرزها ضعف التنسيق والتفاعل مع المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والتربوية والثقافية، الأمر الذي يؤدي إلى التناقض والتكرار في الأداء الإعلامي. كما تخضع هذه السياسات في كثير من توجهاتها لمنظور قطري ضيق، مع غياب الارتباط والتنسيق مع السياسة الإعلامية العربية المشتركة، مما يفقدها عنصر الحيوية والتفاعل. ويضاف إلى ذلك افتقارها إلى جهة مركزية تتولى رسم خططها وتنظيم آليات عملها، إلى جانب غياب جهاز متطور يعنى بالتخطيط والمتابعة والتقييم.

ويتفق معظم الباحثين بأنه (ليس هناك حتى الآن في كثير من الدول العربية سياسة اعلامية معلنة، ولكننا نجد في البعض منها على الأقل ان هذه السياسات لا تغطي كل القطاعات ونادرا ما يتم تحقيق التكامل بين سياسات القطاعات المختلفة، وقد لا تتفق السياسات بهذه القطاعات مع بعضها او مع مبادئ السياسة العريضة الموضوعية لقطاع الاعلام (**البياتي، 2006، صفحة 323**) ولعل السبب الرئيس لقصور التخطيط الاعلامي أو ضعفه ونقصه هو أن التخطيط على المدى الطويل بقي في كل الاقطار العربية حكرا على المخططين في المجال الاقتصادي والاجتماعي، وقلما تولى بدور وسائل الاتصال الجماهيري اهتماما كبيرا.

إن وضع خطط فعالة للإعلام في الأقطار العربية يحتاج الى جهد بحثي لا يغرق في التجريد النظري وذلك لتقديم المعونة الحقيقية لأصحاب القرارات، ومن الواضح أن هناك قدرا كبيرا من التجربة والخبرة في المنطقة في كل من مجالي الاعلام والتخطيط، ولكن الذي ينقص مع ذلك هو توفر الخبرة في المجال المزوج للتخطيط الاعلامي، وعلى ذلك فالحاجة ماسة للتكامل فيما بين المجالين. والملاحظ غياب سياسة وطنية اعلامية تعتمد على التخطيط الاعلامي متكامل مع التخطيط التنموي.

ويرى سعد لبيب أن قصور التخطيط الإعلامي في بعض الدول العربية يعود إلى عدة أسباب، من بينها غموض مفهوم التخطيط الإعلامي طويل المدى لدى القائمين على السياسات الإعلامية، وضعف إدراك الدور التنموي لوسائل الاتصال الجماهيري، إضافة إلى غياب التنسيق والتعاون الفعلي بين الأجهزة الحكومية

والمؤسسات المعنية بالتنمية الاجتماعية والثقافية والإعلامية (ليب، 1985، الصفحات 43-45)

يعكس هذا الطرح محدودية الرؤية الاستراتيجية التي تحكم العمل الإعلامي، حيث لا يُنظر إلى الإعلام بوصفه أداة فاعلة في تحقيق التنمية الشاملة، بل يظل في كثير من الأحيان تابعاً للقرارات الآنية والاعتبارات الظرفية. كما أن غياب التنسيق المؤسسي والتكامل بين القطاعات المختلفة يؤدي إلى ضعف توظيف وسائل الاتصال الجماهيري في دعم المشاريع التنموية وترسيخ الوعي الاجتماعي والثقافي، مما يفرغ التخطيط الإعلامي من مضمونه العلمي ويحدّ من فعاليته على المدى البعيد

وقد اقتنعت الأقطار العربية بضرورة العمل المرحلي للوصول إلى الهدف الأمثل وهو تكامل التخطيط الاعلامي والتخطيط التنموي فأخذت تفكر في اقامة دورات تدريبية في هذا المجال المتكامل، على المستويين القطري والقومي، بقصد تنمية القدرات البشرية في اوجه الاستخدامات لقطاع (المعلوماتية) وتقنياتها ولتقادي ضعف الصلة بين سياسة الاعلامي ومتطلبات خطط التنمية العربية. (البياتي، 2006، صفحة 324)

كما ينبغي الانتباه، الى وجود سياسات اعلامية عربية في المجال الداخلي، ووجود خطة اعلامية ترتبط بمبادئ السياسة الخارجية لكل قطر عربي بعيدا عن نشاطات جامعة الدول العربية ومنظماتها الاعلامية بحيث تصبح احيانا هذه السياسة بديلا عن السياسة العربية المشتركة كما قد يؤدي في كثير من الاحيان الى التكرار والتناقض مؤثرة على العمل العربي بشكل عام.

ان عدم وجود التنسيق بين هذه السياسات الاعلامية أثر على وحدة وتجانس المواقف العربية الموحدة في الساحات الدولية بسبب تناقضها الفكري والايديولوجي، فالوطن العربي، كما نرى (كل لا يتجزأ يترابط في الاقتصادي بالاجتماعي بالسياسي بالثقافي لذلك يهدف الى العمل الاعلامي المشترك الى حمل مسؤوليات العمل العربي الكلي) ومن الواضح ان هناك سمات عامة للسياسة الاعلامية الوطنية لكل قطر عربي حيث تشترك هذه السمات كالاتي:

- ❖ التركيز على الشخصية الوطنية لتلك الدولة وتعميق روح المواطنة والولاء للوطن.
- ❖ حماية الدولة من الغزو الثقافي والاعلامي وتوفير الحصانة للمواطن.
- ❖ التعبير عن ايديولوجية الدولة وشرح أهدافها وتوضيح مواقفها على المستويين القومي والدولي.
- ❖ المشاركة في الحملات التنموية والثقافية والاجتماعية، وخلق ظاهرة تنوع وظائف الاعلام

الداخلي نتيجة منطقية للنشاطات المختلفة (البياتي، 2006، صفحة 325)

8-انزلاق الإعلام العربي وبث الكراهية والفتن:

يواجه الإعلام العربي جملة من التحديات البنيوية، من أبرزها صعوبة الحصول على المعلومة من مصادرها الموثوقة، إضافة إلى القيود التي تحدّ من نشر المعلومات كاملة وشفافة. وقد أسهم هذا الوضع في تنامي الاعتماد على مواقع الإنترنت والمنديات الإلكترونية، التي غالبًا ما تنقل إلى المصادقية والمهنية، ما أضعف مكانة الصحافة التقليدية. وتُضاف إلى ذلك قيود ثقافية واجتماعية، جعلت من بعض الوسائل

الإعلامية أداة للتجيش بدل التنوير، حيث تهيمن توجهات تقوم على إثارة الفتن وتعميق العداء، بدلاً من تبني خطاب جامع يراعي التعدد والاختلاف.

ويُرجع عدد من الباحثين هذا الانزلاق إلى خضوع بعض الوسائل الإعلامية لأجندات سياسية أو أيديولوجية ضيقة، وضعف الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية، فضلاً عن غياب التشريعات والضوابط المهنية الرادعة. ويؤكد محمد عبد الحميد أن الإعلام، عندما يُفصل عن مسؤوليته الاجتماعية، قد يتحول إلى عامل تهديد للسلم الاجتماعي، من خلال إعادة إنتاج الصور النمطية السلبية وتعميق الصراعات بدل الإسهام في معالجتها وترسيخ قيم الحوار والتسامح (عبد الحميد، 2004، الصفحات 287-289)

فقد أصبحت بعض وسائل الإعلام في العالم العربي تُخضع سياساتها التحريرية لمنطق الترويج التجاري، من خلال إثارة الفتن واستغلال مشاعر الوطنية والانتماء، بهدف رفع نسب المشاهدة وجذب الانتباه الجماهيري. وقد أشار الباحث السيد محمد في كتابه "الغزو الثقافي والمجتمع العربي المعاصر" إلى أن وسائل الإعلام العربية قد انزلت بشكل واضح في سلبيات الأداء الإعلامي، متأثرة بالنماذج الغربية، حيث انعكست الأنماط السطحية والمثيرة للإعلام الغربي على بنية الإعلام العربي بدرجات متفاوتة.

وقد بلغ هذا التدهور حدًا خطيرًا، إذ باتت الفضائيات منابر لتبادل الاتهامات والشتائم العلنية. ولعل أبرز مثال على ذلك ما حدث في تغطية بعض القنوات لأحداث 14 نوفمبر، حيث وُجّهت انتقادات لقناة "الجزيرة" بشأن انحيازها في التغطية، إذ ركّزت على الاعتداء الذي تعرّض له الفريق الجزائري في القاهرة، وتجاهلت - وفق منتقديها - ما تعرض له بعض المصريين وممتلكاتهم من اعتداءات في الجزائر، ما عمّق حالة الانقسام الإعلامي والشعبي بين البلدين.

في المقابل، وجّه العديد من الجزائريين، إلى جانب متابعين من دول عربية أخرى، اتهامات لعدد من القنوات الفضائية بممارسة حجب الحقائق والتعتيم الإعلامي المتعمّد خلال تغطية بعض الأحداث الحساسة. وكانت قناة "العربية" من بين القنوات التي وُجّهت إليها انتقادات حادة، حيث رأى البعض أنها لم تنقل الصورة كاملة، وتغاضت عن بعض الوقائع التي كان من شأنها أن تُظهر الرواية من منظور أكثر توازنًا.

كما اعتمدت على شائعات العنف والتي تنتشر 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 (صلاح، د.ت، صفحة 324)

ويُظهر هذا التحول أن الهدف لم يعد دائماً إيصال المعلومة أو بناء وعي نقدي لدى الجمهور، بل أصبح في كثير من الأحيان مجرد سباق محموم نحو الإثارة والربح، حتى ولو كان ذلك على حساب المهنية أو

القيم الأخلاقية. لكن رغم أن الإعلام الخارجي قادر على تحقيق أهداف معينة كالتأثير على الرأي العام، أو تحسين صورة دولة، أو نشر أفكار محددة، إلا أن هذا التأثير لا يكون مطلقاً، بل يتوقف على مجموعة من العوامل والمتغيرات. وهذه العوامل تؤثر على مدى فعالية الإعلام، وعلى قوته التأثيرية، ونوع هذا التأثير (الدليمي، 2011، صفحة 29)

من خلال ما سبق، يتضح جلياً أن الإعلام لعب دوراً محورياً في تأجيج الفتنة التي نشبت بين مصر والجزائر خلال الأزمة الرياضية الشهيرة. فقد ساهمت العديد من وسائل الإعلام، عن قصد أو دون قصد، في تغذية مشاعر الحقد والتعصب بين الجماهير، حتى بلغ الأمر حدّ حرق الأعلام الوطنية، وتبادل الشتائم، واستخدام مفردات لا تليق بتاريخ البلدين ولا بعلاقاتهما المشتركة. وقد بلغ استغلال الانقسام الإعلامي والشعبي بين الدول العربية حدّاً دفع بعض المواقع إلى السخرية من هشاشة العلاقات البينية العربية،

حيث أورد أحدها نصيحة موجهة إلى الحكومة الإسرائيلية مفادها: "بدلاً من إنفاق المليارات على شراء الأسلحة وتطوير الجيش، يمكن ببساطة تنظيم عدد من مباريات كرة القدم بين الدول العربية، وسيتكفل العرب بالباقي من خلافات وصراعات بأنفسهم". هذه العبارة، وإن جاءت في قالب تهكمي، إلا أنها تعكس بمرارة حجم الشرخ الإعلامي والسياسي الذي قد يصل بأبناء الأمة الواحدة إلى الاصطفاف ضد بعضهم البعض، بدلاً من توجيه الجهود نحو التحديات الحقيقية المشتركة.

فالأزمة لم تُعدّ من إفرازات ما يُعرف "بحروب المنعطفات"، حيث تُستخدم وسائل الإعلام كأداة استراتيجية ليس فقط لتوجيه الرأي العام، بل لتفريغ وتنفيس طاقات الغضب الشعبي، وتحويلها إلى صراعات جانبية بين الشعوب. ويرى بعض المراقبين أن الغاية من هذا التصعيد الإعلامي كانت تهدف - في الجزائر - إلى إقصاء الوجود المصري واستبداله ببديل أوروبي يخدم مصالح فئات معينة، في حين شهدت مصر تحركات من أطراف محسوبة على الحزب الحاكم، اعتمدت على تعبئة إعلامية قادها بعض رجال الأعمال، وكأن الجماهير تُستخدم كأدوات في صفقات تخدم مصالح ضيقة على حساب الصالح العام.

ومن هنا، فإن تناول الإعلام العربي بالنقد يعني بالضرورة الاقتراب من بنية النظام السياسي العربي، حيث يصعب الفصل بين الإعلام والسلطة في ظل النزعة الشمولية وغياب الحريات. فالإعلام غالباً ما

يُوظَّف لتغطية إخفاقات النظام، ويُصبح النقد الحقيقي مهددًا بالمنع أو التشويه، وهو ما يُبقي الإعلام العربي أسيرًا لدائرة مغلقة من التضليل والتبرير بدل الإصلاح والتنوير.

9- النظريات الإعلامية التي استندت عليها المعالجة الإعلامية:

يستطيع الإعلام أن يضطلع بدوره كأحدى أدوات الضبط الاجتماعي من خلال اتباع أسلوب الإقناع في خطابه الموجّه إلى مختلف فئات وشرائح المجتمع. فلكل طبقة اجتماعية، ولكل بيئة ثقافية، أسلوبها الخاص في التلقي والتفاعل، مما يستوجب على وسائل الإعلام تبني أساليب تواصل تتناسب مع الخصوصيات

الاجتماعية والثقافية لكل جمهور، بما يضمن تحقيق التأثير المطلوب، ويُعزّز من فاعلية الرسالة الإعلامية في ترسيخ القيم، ونشر الوعي، وتحقيق التماسك المجتمعي.

تستند النظريات الإعلامية إلى مجموعة من المعارف والمفاهيم التي تساعد في فهم كيفية استخدام الأفراد للمعلومات والوسائل المختلفة أثناء إنتاج أو استقبال الرسائل الإعلامية. ومن أبرز المنطلقات التي أدت إلى ظهور هذه النظريات، الإدراك بأن عملية الاتصال ليست محايدة تمامًا، بل تُعد عملية انتقائية وقد تكون في بعض الحالات محمّلة بالتحيز أو التوجيه. وتسعى هذه النظريات إلى تحليل سلوك المتلقي والمرسل، من خلال تحويل المعطيات الغامضة إلى أسئلة بحثية قابلة للقياس والتحليل الكمي، مما يمكّن الباحثين من دراسة عملية الاتصال بشكل علمي. فهذه النظريات لا تكتفي بوصف الظاهرة، بل تسعى إلى تقديم أدوات منهجية لتفسيرها وفهم تأثيرها في الجمهور، بناءً على متغيرات مثل الانتباه، الانتقاء، الفهم، والاستجابة (بخوش، 2008، صفحة 98)

ويُظهر التطبيق العملي لهذه المفاهيم في الإعلام العربي انحرافًا واضحًا عن المبادئ المهنية، إذ يمكن ملاحظة كيف أن بعض التغطيات الإعلامية لأحداث الجزائر ومصر استغلت عناصر الانتقاء والتحيز في نقل الرسائل، مستندة إلى فهم مشوّه لنظرية حرية الإعلام. فقد استخدمت حرية التعبير ذريعة لتهيج الرأي العام وإثارة مشاعر الغضب القومي، وتحويل انتباه الجماهير نحو "عدو خارجي" مُتخيل، في محاولة لصرف الأنظار عن المشكلات الداخلية والهموم الحقيقية للمجتمعات العربية. ويمكن القول إن هذه الأمثلة العملية تجسّد ما تحدّر منه النظريات الإعلامية، من أن الاتصال ليس محايدًا وأن التحكم في الرسائل الإعلامية يمكن أن يؤثر بشكل مباشر على سلوك المتلقي واستجاباته.

فقد وصل توظيف الإعلام إلى حد تم فيه تبرير الخطاب العدائي والشتائم باسم حرية التعبير، في الوقت الذي تُحرم فيه هذه الحرية عند ممارسة النقد تجاه السلطة أو مساءلة النظام السياسي. وبناءً عليه، يمكن وصف هذا النوع من الإعلام بأنه إعلام سلطوي، إذ لا يسعى إلى خدمة الحقيقة أو تنوير الرأي العام، بل يقتصر دوره على دعم النظام القائم وترسيخ شرعيته، حتى وإن كان ذلك على حساب وحدة الشعوب ومصداقية الإعلام نفسه.

كما استلهم الإعلام العربي من نظيره الغربي أساليب بناء الرسائل الإعلامية، خاصة عبر القنوات الفضائية، مستنداً في ذلك إلى المعارف النفسية والسيكولوجية المتعلقة بتشكيل الرأي العام. وقد ظهر هذا التأثير في تبني مناهج دعائية تهدف إلى استثارة الانفعالات العاطفية لدى الجمهور بدلاً من توجيه العقل والمنطق، عبر استخدام مجموعة من الآليات التي تعزز التأثير النفسي وتوجيه الرأي العام. ومن أبرز ملامحه:

- **الاعتماد على الخرافات والآراء الزائفة**، واستغلال الانفعالات البشرية من خلال التركيز على الأثر العاطفي بدلاً من مخاطبة الوعي العقلي والتحليل المنطقي.
- **تضخيم القضايا الثانوية والهامشية**، وتحويلها إلى قضايا رئيسية، مقابل تهमيش الموضوعات الجوهرية والأساسية، مما يخلق وعياً زائفاً لدى الجمهور.
- **التحكم في الوعي الجماهيري** عبر فصل الناس عن التفكير النقدي والعقلاني، والدفع بهم نحو **الاستقبال السلبي** الذي تسيطر عليه ردود الفعل الانفعالية لا التأمل والتقييم العقلاني.
- **الاعتماد على الإيحاء والإثارة** في تقديم المضمون الإعلامي، كوسيلة لتوجيه سلوك الجماهيري نحو مواقف محددة، بعيداً عن الحرية الواعية في الاختيار أو الفهم المتزن

وقد أكد ذلك **رفعت محمد البدرى**، في أن الإعلام العربي، في بعض تجاربه الحديثة، انحرف عن دوره المهني والتثقيفي ليصبح أداة لتوجيه الرأي العام والتحكم في وعي الجماهير. ويظهر هذا الانحراف من خلال استخدام أساليب تعتمد على إثارة الانفعالات العاطفية، واستغلال الخرافات والأخبار الزائفة، وتضخيم القضايا الثانوية على حساب الموضوعات الجوهرية، بما يخلق وعياً جمعياً هشاً وغير نقدي. كما يلاحظ اعتماد الإعلام على الإيحاء والتحريض بدل التحليل العقلاني، وهو ما يحد من قدرة الجمهور على التفكير النقدي المستقل ويكرس التوجيه السطحي للرأي العام (**البدرى، 2025، الصفحات 301-314**)

اذ تؤدي هذه الأساليب في نهاية المطاف إلى تقويض قدرة الجمهور على ممارسة التفكير النقدي المستقل، كما تسهم في تكوين وعي جمعي ضعيف وهش، يكون أكثر عرضة للتوجيه السطحي من التوجيه العقلاني المبني على المنطق أو المصلحة الحقيقية. ويجسد هذا الواقع بشكل عملي ما تشير إليه النظريات الإعلامية من مخاطر تحيز الرسائل الإعلامية وتأثير الانفعالات على سلوك المتلقي واستجاباته

10-التحديات التي تواجه الاعلام العربي:

يواجه الإعلام العربي العديد من التحديات التي تؤثر على فاعليته ودوره في المجتمع. وتشير الدراسات إلى أن من أبرز هذه التحديات: ضعف الاستقلالية المهنية نتيجة الضغوط السياسية، وضعف الالتزام بأخلاقيات المهنة، بالإضافة إلى انتشار التحريض الإعلامي والخطاب الانفعالي الذي يستغل الانقسامات الاجتماعية والطائفية (**عبد الحميد، 2004، الصفحات 287-289**)

ومن أهم التحديات ما يلي:

• يفقر الإعلام العربي إلى التجانس بسبب التفاوت السياسي والاجتماعي والاقتصادي بين الدول العربية.

• غياب خطاب إعلامي موحد رغم استخدام العديد من الدول العربية للبث متعدد اللغات عبر الموجات القصيرة.

• ضعف التمويل المخصص لوكالات الأنباء العربية، مما أدى إلى هيمنة الوكالات الدولية على نقل الأخبار والمعلومات.

• قصور في التخطيط الإعلامي نتيجة غياب سياسة خارجية عربية مشتركة، مما أثر سلباً على التعبير عن الهوية القومية.

• تركيز الإعلام العربي على "دعاية الكلمة" وإهمال "دعاية الفعل"، ما أدى إلى ضعف التأثير الإعلامي في الساحة الدولية.

كما يواجه الإعلام العربي صعوبات مرتبطة بالتحول الرقمي وسرعة انتشار المعلومات المضللة عبر الوسائط الحديثة، ما يزيد من صعوبة التحكم في جودة المحتوى وتأثيره على الجمهور (البديري، 2025، الصفحات 301-314). وتضاف إلى ذلك القيود الاقتصادية والإدارية التي تحد من قدرة المؤسسات الإعلامية على الابتكار والاستقلالية في الإنتاج، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى استنساخ نماذج إعلامية أجنبية غير مناسبة للواقع العربي (بخوش، 2008، الصفحات 102-104)

11- استراتيجية تفعيل دور الاعلام في بناء واقع عربي جديد:

بعد استعراض أبرز التحديات التي تواجه الإعلام العربي، يمكن اقتراح مجموعة من السياسات والأساليب العملية التي تهدف إلى تعزيز دوره وتمكينه من المساهمة في تحقيق التقدم والتنمية، من أبرزها:

▪ يتعين التركيز على الجماهير المستهدفة بمضمون الاتصال، مع التنويه إلى أن الشعب لا يمكن اعتباره مجرد متلقٍ للنظام الاتصالي ومضمونه، إذ يشكل جزءاً أساسياً من هذا النظام نفسه. كما أن هذه المعالجة قد تتضمن بعض الأخطاء، إذ قد تؤدي أحياناً إلى تجاهل الاحتياجات الاتصالية المتنوعة لمختلف فئات المجتمع، وخاصة أولئك الذين لا تتاح لهم فرص الوصول إلى وسائل الاتصال بنفس قدر من يعيشون في المدن أو المناطق المجهزة، مثل سكان المناطق النائية، والأميين، والنساء، وكبار السن، والأشخاص ذوي الإعاقة، وغيرهم (الجمال، 2006، صفحة 103)

▪ يجب أن يعكس النظام الاتصالي طبيعة المجتمع واحتياجاته، من حيث تركيبه ومحتوى رسائله، مع التساؤل: هل يقوم على التفاعل والاتصال المتبادل، أم يعتمد الاتجاه الواحد في التواصل؟

▪ عند دراسة نظم الاتصال في الوطن العربي، يجب التساؤل: هل تُمكن القيم الإعلامية الأفراد من المشاركة والتعبير؟ وهل تحمي حق الاتصال وتتيح معرفة ردود الجمهور؟ وما مدى شمولها لاحتياجات الفئات المختلفة؟ (الجمال، 2006، صفحة 104)

■ ينبغي دراسة دور حراس البوابة في المؤسسات الإعلامية، إذ يشير الباحثون إلى أن حراس البوابة في المؤسسات الإعلامية يلعبون دورًا محوريًا في تحديد نوع المعلومات التي يتم نشرها وطريقة عرضها، مع التأكيد على أن سياسات الاتصال غالبًا ما تقتصر على الرسائل العامة المتداولة عبر وسائل الإعلام الرسمية، ولا تشمل الاتصالات الخاصة مثل المراسلات أو المكالمات الهاتفية (Katz & Lazarsfeld, 1965, pp. 179-180)

■ عند دراسة القيم المعيارية في الاتصال، يجب مراعاة تأثيرها الاجتماعي، إذ ترتبط بوظائف الاتصال واحتياجات الأفراد والمجتمع، ما يستدعي دمج القيم الاتصالية بالقيم والوظائف الاجتماعية. وفي هذا السياق يمكن القول بأن المجتمع هو الذي يحدد احتياجاته الاتصالية وأن النظام الاتصالي هو الذي يحدد الوظائف والقيم الاجتماعية التي تشبع تلك الاحتياجات، ولكن يصح القول أيضًا أن النظام الاتصالي هو الذي يقوم في بعض الحالات بتحديد الاحتياجات الاتصالية للمجتمع في ضوء تصور لمصالحه، وبالتالي تحديد الوظائف والقيم الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تشبع تلك الاحتياجات (الجمال، 2006، الصفحات 105-106)

■ اعتماد نظام اعلامي عربي يقدم مصالح الامة وأمنها القومي على غيره بما يخدم مصالح الثقافة العربية وتكوين شخصية عربية متكاملة معبرة عن الانسان العربي وحضارته والتنسيق بين الجهود الاعلامية في الوطن العربي الكبير.

■ التركيز على دعاية الفعل بما يعزز إدراك المواطنين خارج الوطن العربي وتطوير كفاءة وكالات الانباء ووسائل الاعلام الاخرى والاعتماد على تحليل الاخبار ونشرها.

■ التنسيق في جهود مؤسسات الاعلام العربي سواء كانت جمعيات او دور نشر او وكالات لنشر الاخبار لكسب الراي العام العالمي.

■ استثمار الامكانيات المتاحة للأقمار الصناعية وشبكات الانترنت والمحطات الاخبارية لإيصال الاعلام العربي الى دول العالم بالصيغة المطلوبة المعبرة عن الواقع العربي، ونشر حقائق الاعلام العربي وعدالة سياسته وفضح القوى المعادية المتمثلة في الصهيونية.

■ تخصيص المال الكافي للنهوض بالوكالات والمحطات الاذاعية والتلفزيونية العربية ورفع مستوى ادائها الى مصاف المحطات العالمية لسد الفجوة بين ما يسمى عالم الجنوب وعالم الشمال (الدليمي، اشكاليات الاعلام والاتصال في العالم الثالث، 2004، صفحة 74)

12- خاتمة

في ضوء ما سبق، يتضح أن المعالجة الإعلامية العربية للأحداث، كما تجلّت في تغطية المقابلة الرياضية بين مصر والجزائر بأمر درمان، لا تخلو من الانحرافات التي تعكس محدودية المهنية الإعلامية

وأحياناً الانحياز للأجندات السياسية أو الأيديولوجية. فقد أظهرت هذه الحالة كيف يمكن للإعلام أن يستثمر الأحداث الرياضية في إعادة إنتاج الصور النمطية والتحريض على الانفعالات العاطفية للجماهير، بدل تعزيز روح المنافسة الرياضية والقيم المشتركة بين الشعوب. كما أبرزت هذه التجربة أهمية الانتباه إلى دور حراس البوابة في المؤسسات الإعلامية، والطرق التي يتم من خلالها اختيار المحتوى وتقديمه، وكذلك التحديات المرتبطة بتوجيه الرسائل للجمهور، مع مراعاة التنوع الاجتماعي والفئات الأكثر هشاشة في الوصول إلى وسائل الإعلام.

ومن هذا المنطلق، يمكن التأكيد على أن المعالجة الإعلامية للأحداث الكبرى تحتاج إلى مراجعة شاملة، تشمل تطوير استراتيجيات الاتصال الإعلامي وفق معايير المهنية والحياد، وتعزيز قدرة الجمهور على التفكير النقدي المستقل، وتوظيف الإعلام في خدمة الوحدة والتفاهم بين الشعوب العربية، بدل أن يكون أداة لتأجيج الانقسامات أو الاستغلال السياسي. كما أن تبني أساليب إعلامية تراعي أخلاقيات المهنة، وتوازن بين العاطفة والعقل، يشكل خطوة ضرورية نحو بناء إعلام عربي قادر على مواجهة تحديات العصر الرقمي، والمساهمة الفاعلة في بناء وعي جماهيري مستنير ومسؤول.

قائمة المراجع:

- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York, NY, USA.: Pantheon Books.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1965). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York.: Free Press.
- Linebarger, P. M. (1954). *Psychological Warfare*. Washington, D.C.: Combat Forces Press.
- Zahra, I. M., & Nasr, H. (2018). The Right to Know and Freedom of Expression in the Arab World in the Digital Age. *Journal of Arts & Social Sciences*, 9(3), pp. 27-40.
- أحمد بخوش. (2008). *الاتصال والعولمة*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- راسم محمد الجمال. (2006). *الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة* (الإصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- سامية محمد جابر، و أحمد عثمان نعمات. (2003). *الاتصال والإعلام "تكنولوجيا المعلومات*. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- سعد لبيب. (1985). *التخطيط الإعلامي ودوره في التنمية*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2004). *اشكاليات الاعلام والاتصال في العالم الثالث* (الإصدار 1). عمان، الأردن: مكتبة رائد العلمية.
- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). *الإعلام العربي* (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار المسيرة.
- عبد الفتاح محمد دويدار. (2005). *سيكولوجية الاتصال والاعلام*. لبنان: دار المعرفة الجامعية.
- عطا الله احمد شاكِر. (2011). *ادارة المؤسسات الاعلامية*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- محمد عبدالحميد. (2004). الإعلام والمجتمع: دراسات في المسؤولية الاجتماعية للإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد منير حجاب. (1998). الإعلام والتنمية الشاملة (الإصدار 1). مصر: دار الفجر للنشر.
- محمدرفعت، البدرى. (2025). تزييف الوعي وهندسة الجماهير في عصر الإعلام الرقمي. مجلة بحوث الاتصال الرقمي، 1(2)، الصفحات 301-314.
- نصر، صلاح. (د.ت). الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد (المجلد 1). القاهرة: دار المعارف.
- ويليام ريفرز، و آخرون. (2005). الإتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر. (أحمد طلعت البشبيش، المترجمون) مصر: دار المعرفة الجامعية.
- ياس خضير البياتي. (2006). الإتصال الدولي والعربي - مجتمع المعلومات ومجتمع الورق. عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.