

وسائل الإعلام والإعلام البديل

وتعزيز ثقافة التسامح

صالح خليل أبوأصبع

يبدو لنا التسامح باعتباره قيمة إنسانية ذات معنى، وله أهميته في التواصل الإنساني. ويبدو لنا كيف أن التسامح له أبعاده النفسية والسلوكية، وله أبعاده الأيدلوجية والدينية والسياسية. ومن هنا فإن تأثيراته تتجاوز حدود الفرد لتنعكس ممارساته وتفاعله في إطار المجتمع المحلي والدولي.

فهل يمكننا تصور تعامل شخص متحامل أحادي النظرة منغلق الرؤية في تواصله مع أفراد مجتمعه: في تعامله مع جيرانه ومع زملائه في العمل، كيف سيكون موقفه من الآخرين. ويمكننا أن نتصور كذلك كيف سيكون موقفه في اتصاله مع الآخرين من ثقافات أخرى؟

إن السمات التي يمكننا بها تمييز عمليات التواصل لدى الشخص المتحامل ستتسم بعدم قبول الآخر والتحيز والتمييز وتبني الصور النمطية الخاطئة عن الآخرين، وعدم القدرة على التعايش مع الآخرين. ستتسم بشكل من أحد أشكال التعصب الفكري أو الديني أو المذهبي أو العرقي.

وإذا كان موقف الدين الإسلامي يتسم بمبدأ الحرية التي ترى (لا إكراه في الدين)، وهي الأساس لحرية المعتقد وللتسامح الفكري والديني، وإذا كانت حرية التعبير فيه مصانة من خلال الحوار [أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة

الحسنة]، وجعل مبدأ التشاور في العلاقات الإنسانية أساسياً [وشاورهم في الأمر] ،
[وأمرهم شورى بينهم]،

ويظهر التسامح في مواقع لا تكون على حساب الحقوق الإنسانية الأصلية كحق الحياة وحق الأمن، وقد تظهر في وقتنا المعاصر في التجاوز عن سفاهة الجاهلين واذاهم (وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا) (الفرقان / 63).

وكذلك في التعامل الإنساني مع الجاليات والأقليات والجماعات التي لا تؤمن بالإسلام (ولكنها لا تحاربه) كأصحاب الذمة وغير المسلمين القاطنين في بلاد المسلمين والذين يؤدون شعائرهم بكل حرية من باب (لا إكراه في الدين) وينالون حقهم في التعليم والعمل والسفر وغيره من حقوق المواطنة رغم الاختلاف العقيدي. ولهذا نجد الإسلام يحث على التسامح حتى مع أهل الكتاب (وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) (العنكبوت / 46). ويبدو التسامح كواحد من أرقى صفات الرسول (ص) والتي أشار إليها القرآن الكريم بقوله تعالى: (فِيمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ) (آل عمران / 159).

{ يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا .. }
(الآية 13 من سورة الحجرات).

من هنا يبدو لنا أن ننظر إلى التسامح باعتباره قيمة إنسانية يجب أن تكون أساس المجتمع الصالح، وإذا كان المجتمع الدولي قد أصدر [إعلان مبادئ بشأن التسامح]، وذلك الإعلان الذي اعتمده المؤتمر العام لليونسكو في دورته الثامنة والعشرين بباريس بتاريخ 16 تشرين الثاني / نوفمبر 1995، وذلك بالاستناد إلى الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، حيث جاءت المادة الثامنة [لكل شخص الحق في حرية التفكير والضمير والدين] ، وجاء في المادة التاسعة عشرة حرية الرأي والتعبير، وجاء

في المادة السادسة والعشرين أن التربية يجب أن تهدف إلى تنمية التفاهم والتسامح والصداقة بين جميع الشعوب والجماعات العنصرية والدينية. وقد صدر عن الأمم المتحدة أربع عشرة وثيقة دولية ذات علاقة بحقوق الإنسان مما يجعل أمر التسامح أمراً لازماً وهدفاً رئيساً في العلاقات الإنسانية، وخصوصاً أننا بتنا نرى أن مظاهر عدم التسامح قد أصبحت أشبه بالظاهرة العالمية يجسدها أشكال من العنف والإرهاب وكرهية الأجانب والعنصرية والتعصب الديني والتمييز ضد الأقليات والمهاجرين، وتزايد الإرهاب الفكري وممارسة للقتل للمخالفين للفكر والمذهب،

تعريف المصطلحات الرئيسية

التسامح: يمثل ما قدمه إعلان اليونسكو لمعنى التسامح إن التسامح لا يعني المساواة أو التنازل أو التساهل وقد حدد إعلان اليونسكو معنى التسامح في المادة الأولى من البيان

[[إن التسامح يعني الاحترام والقبول والتقدير للتنوع الثري لثقافات عالمنا ولأشكال التعبير وللصفات الإنسانية لدينا. ويتعزز هذا التسامح بالمعرفة والانفتاح والاتصال وحرية الفكر والضمير والمعتقد. وأنه الوئام في سياق الاختلاف، وهو ليس واجباً أخلاقياً فحسب، وإنما هو واجب سياسي وقانوني أيضاً، والتسامح، هو الفضيلة التي تيسر قيام السلام، يسهم في إحلال ثقافة السلام محل ثقافة الحرب إن التسامح لا يعني المساواة أو التنازل أو التساهل بل التسامح هو قبل كل شيء اتخاذ موقف إيجابي فيه إقرار بحق الآخرين في التمتع بحقوق الإنسان وحياته الأساسية المعترف بها عالمياً. ولا يجوز بأي حال الاحتجاج بالتسامح لتبرير المساس بهذه القيم الأساسية. والتسامح ممارسة ينبغي أن يأخذ بها الأفراد والجماعات

والدول. ولا تتعارض ممارسة التسامح مع احترام حقوق الإنسان، ولذلك فهي لا تعني تقبل الظلم الاجتماعي أو تخلي المرء عن معتقداته أو التهاون بشأنها. بل تعني أن المرء حر في التمسك بمعتقداته وأنه يقبل أن يتمسك الآخرون بمعتقداتهم. والتسامح يعني الإقرار بأن البشر المختلفين بطبعهم في مظهرهم وأوضاعهم ولغاتهم وسلوكهم وقيمهم، لهم الحق في العيش بسلام وفي أن يطابق مظهرهم مخبرهم، وهي تعني أيضا أن آراء الفرد لا ينبغي أن تفرض على الغير. [[

الإعلام البديل: يتمثل في وسائل الإعلام الاجتماعية أو الشبكات الاجتماعية التي تشير إلى التفاعل بين الناس، وخلق المضامين والمشاركة فيها، وتبادلها والتعليق عليها في شبكة الانترنت. والمضمون هو المدخلات التي خلقها الناس ونشروها على شبكة الإنترنت مثل الصور الفوتوغرافية والصور أو أشرطة الفيديو، والمعلومات، والعلامات، والأخبار والآراء والمراجعات والألعاب والإعلانات وغيرها وتتمثل الطبيعة الاجتماعية لأنشطة وسائل الإعلام الاجتماعية تتمثل في وجود أشخاص يقومون بنفس الشيء بإنشاء المضامين وتحميلها والمشاركة بها. وتوحي بالكثير من التفاعل الاجتماعي الذي يحمل معه بعضا من خصائص الاتصال الشخصي وتتيح وسائل الاعلام الاجتماعية عادة تواصل الناس سواء بشكل مباشر على شبكة الانترنت أو عن طريق الوسائط مثل الكاميرات الرقمية و كاميرات الفيديو، و كاميرات الهواتف النقالة والهواتف الذكية مما خلق فرصا جديدة من للاتصال واسع النطاق. باستخدام الرسائل الفورية، الرسائل النصية، والبريد الإلكتروني وغرف الدردشة، والمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية.

ويشير مصطلح الاجتماعية إلى توفير التواصل بين الناس والتفاعل بينهم وتحميل المضامين والمشاركة فيها، وتبادلها والتعليق عليها في الشبكات المجتمعات

الافتراضية تمت بفضل تطوير التكنولوجيات الرقمية لإنشاء المضمون وتبادلها،
جذباً إلى جنب مع تقنيات الويب والتطبيقات التي تمكن الناس من المشاركة
بسهولة على شبكة الانترنت الويب 1.2.0.

مجتمعات الشبكات الاجتماعية

أصبحت مجتمعات الشبكات الاجتماعية شبكات غامرة ذات أدوار فاعلة ومتعددة،
وتلعب دوراً رئيسياً في التواصل والعمل والتعاون في حياتنا المعاصرة، كأسراب
عاملة في مجالات متعددة. وتستخدم الشبكات الاجتماعية الآن لمجموعة أسباب
مختلفة من قيل مجتمعات المستخدمين المختلفة. والدور الحالي لمجتمعات
الشبكات الاجتماعية هو أن تكون منصات للتواصل والمناقشة، ولكن أيضاً وسيلة
لجمع و تبادل المعلومات و المعرفة.

واليوم تقود الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك و تويتر إلى أشكال جديدة من
التفاعل الاجتماعي، والحوار والتبادل و التعاون. مواقع الشبكات الاجتماعية (المشار
إليها على نطاق أوسع وسائل الإعلام الاجتماعية) تمكن المستخدمين من تبادل
الأفكار، إلى إضافة آخر التحديثات و التعليقات، أو المشاركة في الأنشطة والفعاليات
، في حين يتشارك على أوسع نطاق في الاهتمامات و المصالح مع الآخرين. من
الدردشة المتبادلة إلى الترويج للأخبار العاجلة، من جدولة موعد لمتابعة نتائج
الانتخابات التالية أو تنسيق الاستجابة للكوارث، من فكاهة لطيفة إلى بحث جدي،
- وسائل الاعلام الاجتماعية تساعد الناس لمتابعة الأخبار العاجلة، ومواكبة

¹ Toni Ahlqvist, Asta Back, Minna Halonen & Sirkka Heinonen (2008) Social Media Roadmaps Exploring the futures triggered by social media **ESPOO 2008** **VTT RESEARCH NOTES 2454** VTT Technical Research Centre of Finland, Vuorimiehentie

الأصدقاء أو الزملاء ، والمساهمة في المناقشات عبر الإنترنت أو التعلم من الآخرين . فهي تغير من سلوك المستخدمين على الإنترنت بحيث يصبحون هم نقطة الدخول الأولية ، والبحث ، والتصفح و سلوك الشراء.²

تأثير وسائل الإعلام: خمس نظريات\ مقاربات

الاتصال عملية معقدة لنشاط إنساني يحتل معظم حياة الإنسان، وتختلف مستوياته لتشمل الفرد والجماعة والمجتمع ، ويختلف مضمونه والقدرة على فهمه باختلاف عوامل عديدة . وتختلف كذلك الوسائل المستخدمة في الاتصال من الاتصال الفردي إلى وسائل الاتصال الجماعي إلى الاتصال الجماهيري . وحديثنا سيشير إلى نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيري ، التي تستطيع أن تنقل رسالة إلى جمهور واسع ومتنوع الاتجاهات والثقافات والمستويات في آن واحد . والتي تنقل إلينا مضامين متنوعة. ولعل المتتبع لنظريات وسائل الإعلام ، سيجدها أشبه بموجات تتداخل أو أنها تدور في حلقة ، حيث ما تلبث أن تسود نظرية ما إلى حين ، حتى يظهر وكأن نظرية أخرى دلت محلها أو طوتها بين جنباتها.

وهذا يشتمل على عدة مداخل لفهم تأثير الإعلام فهو يشتمل على:-

- نظرية التعلم الاجتماعي.
- مقرب الاستعمال والإشباع.
- نموذج وظيفة ترتيب الأولويات/ وضع الأجندة.

² **The rise of social networking Changing the web as we know it**

<http://www.itu.int/ page.print>

- نظرية الغرس الثقافي.
- نظرية التأطير

1. نظرية التعلم الاجتماعي

تتعامل نظرية التعلم الاجتماعي مع الجانب المعرفي الاجتماعي. الفكرة المركزية هي أن الناس يتعلمون من خلال مراقبة أداء الآخرين ثم التشبه بهم. ووسائل الإعلام هي أداة هامة للتعلم الاجتماعي بطبيعة الحال، والناس لا يقلدون دائما ما يلاحظونه. لكي تتم عملية التعلم فالناس يشاهدون الصور من وسائل الإعلام ويبنون المعنى من الرسالة الإعلامية. وتقوم بعض العوامل المحفزة الداخلية و / أو الخارجية بالتأثير فيما ما يتعلمونه من وسائل الإعلام إلى أعمال. لذلك، عندما نقوم بالاتصال الشخصي مع أشخاص من ثقافة أخرى تكون محدودة، وقد تخدم وسائل الإعلام كعامل مهم للتعلم الاجتماعي وفي تشكيل وصيانة القوالب النمطية الاجتماعية .

2. مقرب الاستعمال والإشباع:

ويأخذ هذا النموذج في اعتباره ان جمهور الوسيلة الاتصالية هم نقطة البدء ويحاول ان يخبرنا عن سلوكهم الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال .

ومن خلال هذا التركيز على المتلقي فان هذا النموذج يرى ان الأفراد يستعملون الرسائل الاتصالية لأمر كثيرة قد لا يكون لها علاقة بالهدف الذي استهدفه المتصل. ولذلك يرى هذا النموذج ان استخدامات الجمهور للاتصال سوف تلعب دورا وسيطا في عملية التأثير المتوقعة للاتصال. ذلك ان الأفراد بدلا من ان يكونوا مستقبليين لرسائل الاتصال فانهم يسعون إلى استعمال وسائل الاتصال بما يتعلق

مع حاجاتهم، ويشبعون بذلك حاجات عديدة لديهم ليس بالضرورة ان يتم إشباعها عن طريق وسائل الاتصال.

يرى النموذج ان الأفراد يوظفون - بفعالية - مضامين الرسائل الإعلامية بدلاً من ان يتصرفوا سلبياً تجاهها. ومن ثم فان هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلاً من ذلك ان الجمهور يستخدمون الرسائل لأمر كثيرة، وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة (متغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث) في عملية التأثير.

3. نظرية ترتيب الأولويات

يؤكد نموذج ترتيب الأولويات - وضع الأجندة- على وجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها، وبين ما يراه الجمهور هاماً. أي ان دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور. ومن ثم فان وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية.

وتبعاً لهذا النموذج فان الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعاً للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.

وبمعنى آخر فان الإعلاميين يلعبون دوراً هاماً في تشكيل حياتنا الاجتماعية، حينما يمارسون دورهم في اختيار وعرض الأخبار علينا وترتيب الأولويات فيها. ان وسائل الإعلام تقوم بتحديد المسائل الهامة لنا. وبكلمات أخرى فان الأولويات التي تفرضها وسائل الإعلام على الجمهور تكون هي نفس الأولويات لدى الجمهور ذلك ان وسائل الإعلام تقوم بوضع الأجندة للجمهور.

على الرغم من أن وسائل الإعلام تضع الأجندات، يمكن للأفراد اختيار لتبنيها إذا كانت هذه الأجندات تدعم وجهات نظرهم أو يقومون بتجنبها إذا كانت

المعلومات من وسائل الإعلام غير متفقة مع مواقفهم أو معتقداتهم . عندما لا يكون لدى الفرد أية طريقة بديلة للارتباط بمجتمع ما ، فإن أجنحة الصحافة تكون هي المجتمع .

4. نظرية الغرس الثقافي

تستكشف نظرية الغرس الثقافي العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والبناء للواقع الاجتماعي. إذ أصبح التلفزيون " المصدر الأساسي للتنشئة الاجتماعية المشتركة والمعلومات اليومية. من خلال تكرار أنماط من الأساطير ، والحقائق ، والعلاقات، إلخ . ، وينتج التلفزيون مجموعة متماسكة من الصور و الرسالة. وبالتالي يشترك السكان المتنوعين في تصوراتهم للواقع، وهذا ما يسمى عملية الغرس الثقافي . وتتلخص الفرضية المركزية لنظرية الغرس الثقافي في العبارة التالية: مشاهدو التلفزيون الذين يقولون أنهم يتعرضون لكميات أكبر من التلفزيون أكثر عرضة (مقارنة بالمشاهدين الذين يقولون أنهم يتعرضون لكميات أقل) ومن المتوقع أن يعرضوا التصورات والمعتقدات التي تعكس رسائل عالم التلفزيون.

5. نظرية التأطير

يلجأ الملايين من المواطنين إلى وسائل الإعلام الإخبارية يوميا و " وسائل الإعلام " هي المؤسسة التي تعتبر حجر الزاوية في الديمقراطية . طريقة واحدة مؤثرة لوسائل الإعلام التي بها قد تشكل الرأي العام هو من خلال تأطير الأحداث والقضايا بطرق معينة. ينطوي التأطير على تقديم مصدر الاتصال وتحديد قضية. 3 يشير بناء الإطار Frame-building إلى العوامل التي تؤثر على الصفات الهيكلية

³ Claes H. de Vreese News framing: Theory and typology(2005) Information Design Journal + Document Design 13(1), 51-62

إطارات الأخبار. وتحدد العوامل الداخلية للصحافة كيفية الصحفيين و منظمات أخبار تُوَطر القضايا ومع ذلك، وعلى نفس القدر من الأهمية العوامل الخارجية تُوَطر الصحافة. عملية بناء الإطار تجري في التفاعل المستمر بين الصحفيين و النخب والحركات الاجتماعية. ونتائج عملية بناء الإطارات يتم إظهارها في النص،4

يشير إعداد الإطار Frame-setting إلى التفاعل بين إطارات وسائل الإعلام و المعرفة المسبقة و الميول للأفراد. الإطارات في الأخبار قد تؤثر على التعلم، والتفسير، وتقييم القضايا والأحداث ،

وقد تم التحقيق في هذا الجزء من عملية التأطير بشكل متقن ، وغالبا بهدف استكشاف إلى أي مدى، وتحت أي ظرف من الظروف تعكس الجماهير و تتطابق مع الإطارات المتاحة لهم، على سبيل المثال الأخبار.

تأثيرات التأطير يمكن تصورها على الفرد و على مستوى المجتمع. وعلى المستوى الفردي يجوز تغيير المواقف حول قضية بناء على التعرض لبعض الأطر. على المستوى المجتمعي، قد تساهم الأطر في تشكيل المستوى الاجتماعي عمليات مثل التنشئة السياسية، وصنع القرار، والإجراءات الجماعية.⁵

وفي إطار تلك النظريات السابقة والتي حاولت أن تقسم نظريات التأثير إلى نظريات ذات تأثير قوي أو ذات تأثير محدود أو ذات تأثير معتدل . أخالني لا أجنب الحقيقة إذا قلت أن كل تلك النظريات يمكنها أن تكون فعالة (على مستوى الفرد

⁴ Claes H. de Vreese News framing: Theory and typology(2005) Information Design Journal + Document Design 13(1), 51-62

⁵ Claes H. de Vreese News framing: Theory and typology(2005) Information Design Journal + Document Design 13(1), 51-62

والجماعة والمجتمع) اذا أحسن استخدامها فـي برنامج أو حملة مدروسة ، هذا يلتقي مع نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام، ذلك أن المجتمع هو لحمة سُداتها الأفراد، والوصول إليهم يؤدي إلى الوصول إلى المجتمع والعكس صحيح. وتحقيق التأثير المناسب سواء أكان على مستوى المجتمع، أو الجماعة، أو الفرد، يحتاج إلى الأخذ في الاعتبار كل العوامل التي يمكنها أن تتدخل في عملية الاتصال .

وظائف وسائل الإعلام

ونرى أن الاتصال يقوم بمجموعة أساسية من الوظائف ، والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة، والبعيدة النتائج ، سواء على مستوى الفرد ، أو الجماعة ، أو المجتمع ، ومن هذه الوظائف التي لها دورها في إشاعة روح التسامح بين المتلقين نلخصها فيما يلي:

- 1- وظيفة الأخبار: وهي وظيفة تتمثل بنقل الأخبار سواءً أكانت محلية أو اقليمية أو دولية ، ومهما كان نوعها وتهدف الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي غير الشخصي وتزويده بما يستجد من أخبار.
- 2 - وظيفة الإعلام والتعليم: والإعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى . فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها المرء في حياته ، مادياً ، أو فكرياً ، أو اجتماعياً ، فإن التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعاً من المعلومات المنهجية التي تستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي ، أو تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي
- 3- وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه: إن الاتصال هو السبيل الوحيد إلى ترابط المجتمع ، فهو الذي يربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض ، وهو الذي يربط

أفراد المجتمع بعضهم بالبعض الآخر، ويربط الشعب بحكومته . ومن خلال نقل تراث الشعب - قيمته وعاداته وتقاليده ولغته - يقوم الاتصال بأهم وظيفة له إذ تمكّن شعباً ما من أن يمتلك خصائصه المميزة ، وتجعله كذلك قادراً على حفظ تماسكه ووحدته .

4. تكوين الآراء والاتجاهات :من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية ، وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام . وإذا كانت هذه الوظيفة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى ، مثل وظيفة الأخبار، ووظيفتي الإعلام والتعليم ، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة ، والتي تُعنى بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور . ومن ثم تدخل الدعاية والعلاقات العامة وتكوين الرأي العام ضمن هذه الوظيفة.

ورأى ليزلي مويلر Leslie Moeller أن تأثير وسائل الإعلام يقع في مجال عدم اليقين ، ومن الصعب أن نميّز التأثير الذي ينتج عن وسائل الإعلام عن غيرها، ولذا فإنه يقترح مجموعة من التأثيرات والتي يعتبرها غير شاملة ويمكن تلخيص التأثيرات كما يلي :

- التأثير على مستوى المعرفة والاستيعاب :

وإذا كان مستوى المعرفة - وخصوصاً في الشؤون العامة - يتحسن بالتأكيد، إلا أن هناك متغيرات كثيرة متفاعلة مثل، الوعي، الإدراك، والاستيعاب، والعوامل الانتقائية، كلها تؤثر على العملية الاتصالية ، فليس هناك ما يضمن أن ظهور أي مضمون في وسيلة إعلامية ما سوف يستدعي الانتباه أو الوعي عند المتلقين . تتأثر المعرفة بالتعرض المتكرر للمعلومات ، ولكن تذكرها يتضاءل إذا كان ليس

للمرء اهتمام أو مصلحة بها ، فالمعرفة نتيجة تفاعل مضمون وسائل الإعلام مع الخبرات الشخصية المباشرة للمتلقين.

إنتاج الواقع وتشكيل الرأي العام:

■ تقوم وسائل الإعلام بتقديم الواقع للعالم المتصور وتساهم وسائل الإعلام بفضل الزيادة في وقتها والتقدم في التفسير في صنع الصور المنطبعة في أذهاننا عن الواقع الذي يعيشه . ويتشكل الرأي العام بطرق عدة من أهمها وسائل الإعلام الجماهيرية.

■ وضع الأجندة /ترتيب الأولويات للمجتمع

تقوم وسائل الإعلام بترتيب الأولويات لدى الجمهور فما هو مهم لدى وسائل الإعلام يصبح مهماً لدى الجمهور .

■ التأثير على القيم وتغيير الاتجاهات ونمط الحياة والذوق العام:

ويمكننا تتبع تأثيرات وسائل الإعلام على الاتجاهات ونمط الحياة والذوق العام في المجتمع العربي ، وخصوصاً نمط الحياة في الملابس والمأكول وتذوق الموسيقى .وتعتمد القيم على وعي الأفراد وفهمهم للتجربة الاتصالية، وأثبتت البحوث العديدة فعالية وسائل الإعلام في خلق اتجاهات جديدة ، وتعمل وسائل الإعلام على تدعيم الاتجاهات والقيم أكثر من تغييرها ،

● التأثير لتغيير السلوك :

تؤثر وسائل الإعلام على السلوك في ظل شروط معينة فتأثير وسائل الإعلام على السلوك العدواني على بعض الناس يمكن أن يكون فعالاً، إذا كان هناك تعرض تراكمي للعنف في وسائل الإعلام ، والاستجابة للإعلانات مرتفعة في التأثير على أنماط الشراء ، عند شرائح عديدة من الجمهور.

وعلى أية حال فإن تغيير سلوك ما يستغرق وقتاً لحدوثه ، ويعتمد نجاح ذلك على مجموعة من المتغيرات مثل عدد الناس المرتبطين بالقرار ومخاطرتهم الاقتصادية والاجتماعية ، ومدى توافق سلوك الفرد وقيمه وحوافزه مع التغيير . ويمكن أن يتم التغيير من خلال التفاعل بين التعرض لوسائل الإعلام والخبرة الشخصية للإنسان.

إن عملية الاتصال تتم في سياق خاص، يتميز بخصائص المجتمع الذي تتم به ، إن السياق في أي مجتمع من المجتمعات يشتمل على مجموعة من المتغيرات الشخصية الثقافية والاقتصادية والسياسية والمجتمعية والايولوجية والقيادية بالإضافة إلى البنى التحتية في مجتمع ما ، ولذا يمكن لوسائل الاتصال أن تكون فعالة أو غير فعالة في أي مجتمع حينما نأخذ في الاعتبار المتغيرات السالفة وطريقة توظيفها .

إن تأثير وسائل الإعلام على الفرد وعلى الجماعة وعلى المجتمع يمكن أن يكون تأثيراً قوياً ويمكن أن يكون تأثيراً معتدلاً ويمكن أن يكون تأثيراً محدوداً أو بلا تأثير ، ليس لأن عملية الاتصال عبر وسائل الإعلام تلك هي حدود قوتها . بل لأن نجاح أو فشل تأثير وسائل الإعلام ينبع من ادراك أن هناك جملة متغيرات ترتبط ب :-

- المتصل
- الرسالة
- المتلقي
- الوسيلة.

• السياق الذي تتم به الرسالة أي الاطار السياسي والاجتماعي والثقافي والأيدولوجي والاقتصادي والتكنولوجي الذي تتم فيه عملية الاتصال.

فنجاح عملية الاتصال أو فشلها يرتبط بجملة من المتغيرات التي ينجح معها القائم بالاتصال بإدراك تلك العوامل ومراعاتها ليحقق التأثير المطلوب . ولهذا كانت درجات التأثير القوية والمعتدلة ، أو المحدودة ، ترتبط بدرجة التخطيط للعملية الاتصالية التي تدرك كل المتغيرات ذات العلاقة.

إن ما نقترحه ونعمل على تطويره هو بديل لنظريات التأثير وهو ما أسميناه بمبدأ الاصطياد⁶ . وهو في حقيقة أمره ينظر إلى عملية تأثير وسائل الإعلام ونجاحها باعتبارها عملية معقدة تحتاج إلى اختيار المتصل الناجح، والرسالة الناجحة، والوسائل المناسبة التي تخاطب الجمهور المعني في الظروف الملائمة وهكذا فإن هذا المبدأ ينظر نظرة واقعية إلى عملية الاتصال من واقع ما هو ممكن ... وتنظر إلى نظريات تأثير الإعلام السابقة باعتبارها مؤشرات تسهم في فهم عملية الاتصال، وتساعد المتصل في نجاح مهمته.

إن المتصل سواء أكان إذاعياً أم صحفياً أم كاتباً أم معلناً أم سياسياً بحاجة إلى فهم نظريات التأثير السابقة، وفهم بعضها سيعينه في تحديد الجمهور وخصائص من يخاطبه، وذلك مثل فهم نظرية التدفق على مرحلتين أو عدة مراحل ، ونظرية الاستعمالات والإشباع ونظرية التماس المعلومات ، وفهم بعضها -في جانب منها - يرتبط بالرسالة مثل نموذج ترتيب الاولويات ، وفهم بعضها الآخر يرتبط بالوسيلة ذاتها مثل نموذج مكلوهان .

⁶ انظر النظرية في كتابنا الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة

إن الفهم الواعي لهذه النظريات وتوظيفها جيداً سيجعل الرسالة الإعلامية أكثر نجاحاً وذلك أمل كل قائم بالاتصال.

والإعلامي الحاذق هو الذي يخطط لرسالته الإعلامية آخذاً في اعتباره أبعاد النظريات السابقة ويحاول الإفادة منها للتأثير في الأفراد والجماعات والمجتمع. ذلك أن هذه النظريات هي نتائج لأبحاث وتجارب على أناس مختلفين، وفي ظروف وبيئات مختلفة ، وليس أدل على تعقيد عملية الاتصال وصعوبة تعميم نظرية ما حول التأثير هو أنه لا يمكننا أن نفصل زمنياً ولا جغرافياً بين النظريات السابقة .

ويظل مبدأ الاصطياد هو فهم متكامل لعملية الاتصال؛ إذ أنه يشبه عملية الاتصال بعملية اصطياد السمك؛ فالصياد الناجح (المتصل) يختار الأداة المناسبة (الوسيلة) ويختار الطعم المناسب (الرسالة) حسب نوعية السمك (نوعية الجمهور) والتوقيت المناسب ويراعي الظروف التي يتم فيها الصيد ، سواء كانت هذه الظروف بيئية أو نتيجة لتدخل الإنسان ، وكذلك فإن تكرار المحاولة يؤدي إلى فرصة صيد أوفر . وكلما كان الظرف يتيح للصيد فرصة استفراجه في الصيد كلما كان أمله في الصيد أوفر .

ويظل بعد كل هذا، أن هذه النظريات هي إضاءات على طريق فهم أفضل لعملية الاتصال ، بحيث تتيح لنا فرصة الإجابة على أسئلة مثل كيف يتحقق التأثير ؟ أو لماذا لا يتحقق؟ الإجابة الصادقة لا يمكنها أن تنفصم عن عرى سياقها الخاص سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وتقنياً.

وسائل الإعلام وتعزيز ثقافة التسامح

- والإعلام يساعد في تعزيز ثقافة التسامح ونشرها من خلال ما يلي :
- تقوم وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة المجتمع والتأثير على توجهاته ورأيه العام
- بمناقشة موضوعات مثل:
 - الحوار رمع الآخر
 - التسامح في الأديان
 - التمييز
 - التسامح والتعصب
 - قضايا حقوق الإنسان
 - التسامح والعدوانية
- مراقبة ما يبث من برامج إعلامية التي تحض على العنف والكراهية وتشويه الحقائق وتزييف المواقف .
- قيام وسائل الإعلام بالتزاماتها نحو المجتمع من خلال أداء ملتزم بالدقة والصدق والموضوعية والتوازن .
- إسهام وسائل الإعلام بتقديم ثقافة التسامح و الحوار وتعزيزهما بهدف الوصول إلى فئاتٍ متعددةٍ المجتمع ومختلفةٍ
- تقوم وسائل الإعلام بتعزيز مفاهيم الديمقراطية وثقافة الحوار وقبول الآخر
- قيام وسائل الإعلام بحملات التوعية المنظمة التي تهدف إلى تماسك المجتمع وترابطه اجتماعياً وثقافياً

- التأكد من أن لدى الجمهور توقعات واقعية حول ما يمكن تحقيقه ، و حول الفترة الزمنية اللازمة لتحقيق نتائج إيجابية على المدى الطويل .،
- إعطاء جميع الأطراف الفرصة للتحدث وان يروا موقف كل منهم بوضوح و دون تحيز .
- ومساعدة التفاهم من خلال تسهيل الاتصالات والمساعدة على تجنب سوء الفهم.
- إبلاغ السكان في مناطق النزاع حول إمكانيات العمل، حتى على نطاق صغير جدا، نحو حل النزاعات على مستوى المجتمع . تحتاج المجتمعات إلى الثقة لمعرفة أن التدابير التي جربتها ، جهودها مع بنجاح في أماكن أخرى، من شأنها أن تدعمها وسائل الإعلام و وتنشرها.
- مساعدة وسائل الإعلام في منع تداول الدعاية المغرضة، و بث المواد تحريضية ، والكراهية ، أو الشائعات الضارة التي تدمر المجتمعات و تمنع بناء الثقة.
- تقديم تمثيل دقيق لأسباب الصراع، و الوضع في منطقة النزاع سوف تساعد أيضا في ضمان أن نوع من المساعدات الإنسانية الصحيحة ، و الأكثر فائدة ، يتم توفيرها من قبل المجتمع الدولي.
- وفي وقت الأزمة من المهم أن تأخذ وسائل الإعلام في الاعتبار حساسية لمتطلبات الدينية والثقافية ، ، ويساعد على مواجهة صور السلبية لأولئك في مناطق الصراع كضحايا سلبين .
- إنشاء شبكات المعلومات و تسهيل المحافظة على " الذاكرة الجماعية " - التدابير التي نجحت في منطقة واحدة أو موقف قد تنجح مرة أخرى في مكان آخر.
- تجنب الصور النمطية والصور السلبية للجماعات ، والسكان ، والقادة والشعوب الأخرى.

• المشاركة في عملية إعادة البناء الاجتماعي و الديمقراطية في أعقاب النزاعات من خلال توفير منصات إيجابية وتشاركية لتبادل الأفكار ، والديمقراطية، وبناء الدولة⁷

1. محاربة عدم التسامح يتطلب القانون: . يجب على الدولة ضمان المساواة وإنفاذ قوانين حقوق الإنسان، لمنع ومعاقبة جرائم الكراهية والتمييز ضد الأقليات.
- 2 . محاربة عدم التسامح التعليم : التعليم هو تجربة مدى الحياة و لا تبدأ أو تنتهي في المدرسة. السعي لبناء التسامح من خلال التعليم للوصول إلى جميع الفئات العمرية ، و تجري في كل مكان : في المنزل، في المدارس ، في مكان العمل و على الطرق السريعة للمعلومات .،تحتاج إلى جهود أكبر لإجراء لتعليم الأطفال حول التسامح وحقوق الإنسان ، حول الطرق الأخرى للحياة .
3. محاربة عدم التسامح يتطلب الوصول إلى المعلومات: الطريقة الأكثر فعالية للحد من نفوذ المحرضين هو تطوير السياسات التي تولد وتعزز حرية الصحافة والتعددية الصحفية، من أجل السماح للجمهور للتمييز بين الحقائق والآراء.
4. محاربة عدم التسامح يتطلب الوعي الفردي: وينبغي أن يصبح الأفراد على بيئة من العلاقة بين سلوكهم والحلقة المفرغة من انعدام الثقة والعنف في المجتمع. كل واحد منا يجب أن تبدأ بسؤال: أنا شخص متسامح؟ يمكنني تنميط الناس؟ يمكنني رفض أولئك الذين تختلف عن لي؟ لا ألوم مشاكلي على 'لهم'!

⁷ **Gordon Adam& Lina Holguín :The media's role in peace-building: asset or liability?**
Presented at *Our Media 3* Conference, Barranquilla, Colombia

www.mediasupport.org/Documents%5Cpapers_and_articles%5CThe%20..

5. محاربة عدم التسامح تتطلب حولا محلية:

يعرف كثير من الناس أن مشاكل الغد سيكون يدركون العالمية المتزايدة لكن قلة أن الحلول للمشاكل العالمية والمحلية أساسا، وحتى الفردية. عندما نواجه تصاعد عدم التسامح من حولنا، يجب علينا أن لا تنتظر الحكومات والمؤسسات على العمل وحدها. نحن جميعا جزء من الحل. لا ينبغي لنا أن نشعر بالعجز لأننا في الواقع تمتلك قدرة هائلة على ممارسة السلطة. العمل اللاعنفي هو وسيلة لاستخدام هذه السلطة سلطة الشعب. أدوات اللاعنفية مجموعة معا لمواجهة المشكلة، لتنظيم شبكة القاعدة الشعبية، لإظهار التضامن مع ضحايا عدم التسامح والتعصب والعنف و الكراهية.⁸

8 Promoting Tolerance

<http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/fight-against-discrimination/promoting-tolerance/>