

دور وسائل الإعلام في الحد من تعاطي المخدرات

د. بدر ناصر حسين السلطاني

جامعة بابل/ مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

موضوع البحث

إن تداعيات العصر من مكتشفات وصراعات أوجدت حاجة ماسة إلى أن نفهم ونتقصى كيفية عمل الفعل الإنساني في التأثير وكيف يتأثر وما حدود اشتراك أدوات الاتصال والإعلام في هذا العصر في ظل التعقيدات الهائلة والمتراكمة التي خلفها تواتر وتراكم المعلومات والأفكار من قبل الإنتاج المطبوع، كتب، صحف، مجلات، وإنتاج السمعيصريات الإذاعات الموجهة، المحطات التلفزيونية، إنتاج البرامج المدمجة (CD) والهواتف المحمولة.

يتناول هذا البحث الذي يمكن أن تقوم وسائل الاتصال والإعلام في العراق، حيث باتت من الأهمية التطرق إلى أهمية هذه الوسائل سواء كانت على مستوى الاتصال الجماهيري أو الاتصال، فالإعلام يعد واحداً من أقدم الممارسات التي عرفتها البشرية حيث ظهر مع بدء محاولات لإنسان تلبية للغذاء الفطري والرغبة في التعرف والغزيرة في العيش وان يحدد الإنسان مكانه ضمن حياة الأسرة والجماعة تابعاً كان أم مطبوعاً بعمل إعلامي معين ينقل من خلاله إليهم ما يجول بخاطرهم ويشعرهم الطريقة أو بأخرى وبطريقة مقننة بما يتمتع به من قدرات واستعدادات شخصية للتواصل والمعرفة لذا استخدم الإنسان وعبر مراحل متطورة من وسائله المتاحة في حينه إلى تطور هذه الوسائل عبر العصور المختلفة وصولاً إلى الاتصال عبر الأقمار الصناعية.

والآن يعد الإعلام بعد اليوم من أخطر الأسلحة وهو يزداد تأثيراً وخطورة في العصر الحديث ولذا فإنه أجمع لكل وسيلة إعلامية ميزتها عن غيرها من الوسائل، نرى انعكاسها على السلوك والمقدرات اللغوية ومرة عن الإبداع الأدبي والفني وفي الشؤون السياسية والإدارية والتجارية والصناعية.

مشكلة البحث:

التي يتناولها البحث هو التحديات التي تواجه وسائل الإعلام المختلفة تجاه ظواهر معينة ومدى استجابة هذه الوسائل لمتطلبات التغيير الثقافي والاجتماعي، وبالرغم من الانجازات الكبيرة التي حققها الإعلام على مستوى إشاعة المعرفة وتدولها وتطور الرأي العام، وتعظيم دور جماعات الضغط عبر توحيد جهودها في سبيل المبادئ والقيم الأخلاقية في المجتمعات أُل أن السيطرة على كتلة هذه الحركة وتدويرها باتجاه خدمة المصالح الخاصة وضعف الإعلام أمام مفارقة صعبة ومعقدة الفت الشكوى حول مدى ما يمكن أن يحققه الإعلام لغايات غير أخلاقية تشل عصب الإبداع وتقف في طريقة الحقيقة وقضايا الدفاع عن المصالح العامة.

ولكن القليل من يشكك بقدرة وسائل الإعلام على تشكيل المواقف والقيم أو على الأقل عن طريق التأثير بواسطتها على المدركات الجماهيرية.

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في انه يسلط الضوء على إغفال الجهات ذات العلاقة وغياب الرؤية العلمية للإفادة القصوى من وسائل الإعلام.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

- ١- الكشف عن أهمية الدور الذي يمكن أن تؤديه الوسائل الآتية
- ٢- الصحف
- ٣- الإذاعات
- ٤- الفضائيات
- ٥- قادة الرأي
- ٦- الكشف عن أهمية الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام

الفصل الثاني**دور وسائل الإعلام الجماهيرية****أولاً: وظائف وسائل الإعلام**

إن لوسائل الإعلام وظائف متنوعة في المجتمع- أي مجتمع- ومن خلال الوظائف تؤثر وسائل الإعلام في أفراد المجتمع وفي قيمه وآرائه واتجاهاته، وتساهم بالتغيير الاجتماعي للمجتمع.

ومن خلال استعراض ما ذكرته الأدبيات الإعلامية حول أهداف ووظائف الاتصال^(١)، فإننا نخلص إلى بعض الوظائف المهمة والتي نخدمنا في موضوع علاقة الإعلام بالإعاقة وبالأشخاص المعاقين وقضاياهم:

- وظيفة الأخبار والتزويد بالمعلومات والأخبار عن ما يحدث في بيئتنا أو من حولنا.
- وظيفة الإعلام والتعليم.
- وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه، حيث يتم نقل القيم والعادات والتقاليد واللغة إلى أفراد المجتمع.
- وظيفة الترفيه: وهي وظيفة أساسية لتحقيق بعض الإشاعات النفسية والاجتماعية.
- وظيفة الرقابة: وهي تعنى بحماية المجتمع وصيانتة من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة.
- وظيفة الإعلان والترويج والتسويق.
- وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الجمهور.

ثانياً: فلسفة وسائل الإعلام

أن الإعلام بفلسفته الواسعة وبوسائله المتطورة، كجزء من منظومة الثقافة أصبح أقوى أدوات العصر للحفاظ على الثقافة نفسها، فالإعلام أصبح قادراً على حمل جميع المضامين الثقافية ونشرها بين قطاعات الجمهور، والنقاد عبر ذلك إلى وجدانهم وعقولهم.

فالالاتصال أصبح عملية مقصودة (processed liperatc communication) وهو عملية اجتماعية انتقالية غالبيتها حصول الفرد والجماعة على المعلومات والمعارف والإتمام بتجارب الآخرين والجماعات الأخرى، من جهة وفي الوقت ذاته إيصال آراءه وتجاربه للآخرين فوسائل الاتصال قادرة أيضاً على تمويل الاتجاهات ودعم المضامين وتسهم في التهيئة الثقافي ((predisposition culture، وذلك بما تقدمه وترسله من مضامين هادفة ومعارف ومؤلفات وإبداعات^(٢) إذا كان الاتصال الثقافي (intercultural communication) يتجاوز الاتصال الجمعي والجماهيري، وعملية انتقاله إلى خارج حدود الدول والشعوب إما بفرض^(٣).

(١) للمزيد من التفاصيل والاستزادة، راجع صالح خليل أبو إصبع، الاتصال الجماهيري، (الأردن: دار الشروق، ١٩٩٩)، ص ١٦١-١٧٣.

(٢) د. عزيز عيده: الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، ط ١، دار الفجر للنشر والتوزيع (القاهرة، ٢٠٠٤)، ص ٢٧.

(٣) د. محمد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. مصدر سبق ذكره، ص ٤٠.

أولاً: التبادل أو التفاعل بين الثقافات (intercultural)

ثانياً: أو التأثير في الثقافات الأخرى الذي يرتبط مفاهيم مستخدمة في أدبيات الإعلام المعاصر مثل

أ- الغزو الثقافي (culture Inrasion)

ب- الهيمنة الثقافية (cultural Domination)

ج- التبعية الثقافية (culture Dependence)

إن الاتصال الثقافي لايعكس فقط الهيمنة الاتصالية التي تتم داخل البيئة الثقافية أو المجتمع الواحد، عندما تكون الاختلافات الثقافية بين فئاته الحادة، بحيث تقوم بالنهاية بالمحافظة على التماسك الاجتماعي بين أفرادها مهما اختلفت العادات والتقاليد أو اللهجات بل أصبح يعكس أيضا كل العمليات التي من نشأتها أن تيسر التفاعل مع الشعوب الأخرى لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية معينة.

ويأخذ الاتصال الثقافي شكله الأخر - الداخلي - من خلال عمليات تبادل الاتصال بين مواطني الدولة أنفسهم، مع الذين تفاعلوا مع ثقافات أخرى في فترة من فترات حياتهم، مثل المهاجرين الوافدين مع أنماط ثقافية أخرى أو المواطنين الذين ولدوا في الخارج. أو تأثيرات التعليم المتوازي الذي تتبناه جاليات وإرساليات أجنبية في الدولة نفسها.

الفصل الثالث**الوسائل الإعلامية ودورها التثري.****أولاً: المشكلات الاجتماعية في وسائل الإعلام****الصحافة**

تتبع أهمية الصحافة في أنها مصدر اتصال يومي ومباشر مع الجمهور هدفه نقل الخبر والرأي والتحليل بحيث تقوي الصلة بين الصحيفة والجمهور وميزة الصحافة أنها مرشد زهيد الثمن يستخدمه الملايين من القراء للاسترشاد في أمور حياتهم اليومية كالتغذية وتربية الأطفال والمشكلات الزوجية. وقد وجد من الدراسات أن الصحف في العادة تجتذب أولئك الذين يرتفعون عن المستوى المتوسط ليس في التعليم فحسب بل وفي استخدامهم للوسائل الإعلامية وهي تجتذب الشباب أكثر من الشيوخ والذين يعيشون في مناطق حرة أكثر من الذي يعيشون في مناطق ريفية. أما سبب قراءة الناس للصحف فهي لان الناس تريد أن تكون مطلعة وللشعور بالطمأنينة على سلوكهم وأنه متلائم مع توقعات المجتمع حول أدوارهم وللهرب من الملل ومن ثم فإن الناس من غير الصحف يشعرون بالضيق وتؤدي الصحف دورها في التعريف بعمل المؤسسات والدوائر المختلفة مثل الإدارات العاملة في مكافحة المخدرات أو نشاطات المؤسسات التعليمية والدينية في مجال التوعية كما تعرض ندوات ومناقشات حول مواضيع كثيرة منها المخدرات مما يرفع نسبة الوعي بها والتذكير بمخاطرها فصحافتنا اليوم بنشرها أخبار القبض على عصابات التهريب وبطريقة مشوقة تعزز الصورة الايجابية لأجهزة الأمن مما يشجع المواطن على التعاون كما أن نشر أخبار تفيد القصاص في مهربي المخدرات في مكان بارز من صفحاتها يعزز فكرة الردع القوي ويذكر بالإجراءات الرسمية

الإذاعات العاملة

قبل النظر إلى انتشار الثقافة (ثقافة أو مضمون) أي من الموضوعات التي يتم تناولها هو أنه لا بد وان تسجل أن الثقافة كمضمون لا يمكن أن تنفصل في يسر عن الوعاء الذي يحملها والوعاء هنا هو وسيلة الاتصال الإذاعي بالجمهور وهي وسيلة تحدد معالم برامجها الثقافية من حيث طبيعة الثقافة وديمقراطيتها وكانت الإذاعة تقدم خدماتها لجميع المواطنين على اختلاف أذواقهم وميولهم وأعمالهم أصبح من الضروري أن تنوع برامجها وفقاً لأهدافها.

- برامج الإعلام.

- برامج الترويج.

- برامج التثقيف.

- والإذاعات هنا تستمد قوتها من أنها أداة للنشر والتعبير وامتداد تكنولوجي للغة والكلمة والإيماء ولا تتقاطع مع الوسائل الأخرى كالكتب والصحف والتلفاز لأن الإنسان بحاجة دائماً إلى وسيلة تراقب له مراقبة الظروف المحيطة به وتحيطه علماً بالأخطار المحدقة به أو الغرض المتاحة له وهنا الوسيلة (الإذاعة) تظهر كأداة فعالة في اتخاذ القرارات للجماعة وتدعو إلى بناء تطلعات جديدة إلى الشيء الجديد لذلك يظهر الأتي: -
- ١- تعتمد الإذاعات إلى التبسيط والتجسيد والتصوير والواقعية الحية.
 - ٢- تستعين بفنون الإخراج الإذاعي من موسيقى ومؤثرات صوتية وتستعين بتطبيقات البلاغة الجديدة.
 - ٣- الراديو ينتمي إلى عائلة وسائل الاتصال السمعية بمعنى أنه بمقدوره أن يرسل اصواتاً تحمل رسائل متنوعة الأكال هادفة إلى العديد من الأغراض التي من بينها الأغراض ذات الطابع التثقيفي.
 - ٤- الإذاعات تتخذ مادة برامجها من الفنون السابقة على وجودها في المجتمع.
 - ٥- بمعنى أن الإذاعات تستمد موضوعاتها وأشكالها السابقة على وجودها في المجتمع من خلال نقل ثقافة الموضوعات المرسله عبر الوسائل الأخرى كالكتاب والمجلة والصحيفة والمسرح والسينما ومثال ذلك التمثيلية الإذاعية، والحديث الإذاعي، والخبر الإذاعي المنقول.

معايير البرامج الثقافية الإذاعية

- ١- أن تعتمد الإفادة من تقديم ثقافة موضوع معين ومعالجة بشكل مستساغ سمعياً.
 - ٢- تبسيط الموضوعات بحيث لا يهبط بمستواها وإنما يحملها مفهومة.
 - ٣- استخدام العناصر الدرامية ووسائل جذب الانتباه.
 - ٤- التنوع في تقديم المادة الإعلامية.
- والإذاعة تستطيع أن تقدم الرسالة الإعلامية الموجهة إلى الجمهور بكل أساليب الكم المنظومة، الرواية، المحاضرة، المناقشة، التعليق، التمثيلية أو أي شيء آخر.
- إن أي برنامج إذاعي يمكنه أن يتوسل بأساليب الإنتاج والإخراج في شد الانتباه ولجذب الناس بل وتسهم في التنوير بما تعرضه من تحديات للذهن كما إنها تستطيع أن تؤثر في الاتجاهات والمشاعر.

ثانياً: الفضائيات: وأثارها السلبية والإيجابية المحتملة

يرجح وجود الفضائيات العربية إلى الرغبة في الوقوف أمام الطوفان أو الغزو الثقافي الغربي ولكن التجربة والمشاهدة المتأنية تثبت أن هذا التوجه لم يكن إلا لتحريك مشاعر الاستهلاك الداخلي وبالتالي هي لم تتمكن من تلبية احتياجات المشاهد المحلي، بل المفاجآت للكثيرين أننا نتعرض لغزو ثقافي فضائي عربي.

والسبب:

- ١- ضعف امتلاك الدول العربية (ومنها العراق) إلى القدرة التكنولوجية والمعلومات التي تتيح بها البرامج المحلية بسبب ارتفاع التكاليف جعلها تلجأ إلى الاستيراد وخاصة البرامج الترفيهية، ولجوؤها إلى الإعلانات، وإثارة لجنسيه.
- وبالتالي أدى ضعف الإنتاج والتبعية الثقافية وذلك بسبب غياب الرؤية وعدم وجود خطة إستراتيجية وعدم وجود قاعدة إنتاجية برمجية تناسب مجتمعاتها واحتياجاتها، تملأ ساعات البث مما لجأت بقوة إلى استيراد معظم البرامج من مختلف المناشئ للتناقض مع قيم المجتمع ومعايير الثقافة (الباحث).

التفافز

نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهي وسيلة سمعية بصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة^(١).

كلمة تلفزيون تتكون من مقطعين الأول (Tele) ومعناه البعيد، والثاني (Vision) ومعناه الرؤية وهما معاً يعبران الرؤية من بعيد، ومعنى ذلك هو إمكانية مشاهدة الأحداث والعالم من خلال جهاز ينظر فيه الإنسان فيرى كل شيء وهو جالس في مكانه^(٢).

التلفزيون هو احد أقوى وسائل الإعلام التي ظهرت في القرن العشرين، التي تعتمد على الصورة والصوت والحركة واللون في صورة اقرب للواقع، وتشير الدراسات والبحوث إلى أن التلفزيون يعد أحسن وسيلة إعلامية لنقل البرامج التلفزيونية^(٣).

يشير الباحث إلى انه ينظر اليوم إلى الاستخدام الواسع لاتصالات الفضاء على انه اخطر انعطاف في ثورة الاتصال الجماهيري على مدى تاريخه. فهذه القوة التي يتمتع بها التلفزيون اليوم تجعله أكثر فاعلية في الجوانب الايجابية وفي الجوانب السلبية معاً. ويمكن تحديد أبرز التأثيرات المحتملة في المجتمع العربي نتيجة تعرضه للقنوات الفضائية الوافدة فيما يأتي:-

أ- التحدي الفكري:

تشكل القنوات الفضائية الوافدة تيار تحد فكري لم يألف الإنسان العربي في مراحل حياته مثل هذا التدفق في المعلومات والأفكار والأوضاع ويجد فيه كثيراً من الاختلاف عما هو مألوف، لذا من المحتمل أن يحدث هذا التيار هزة في تفكيره. وقد تشكل تلك الهزة حافزاً يدفعه إلى التمعن في فكرة بشكل واسع على أساس أن مشكلات جديدة ستبدد أمامه.

ب- إثارة التفتح السمع:

تتيح القنوات التلفزيونية الوافدة للمجتمع العربي فهماً كبيراً لطرق حياة الآخرين، وكانت دراسات كثيرة قد انتهت إلى أن فهم المجتمع لأحوال الآخرين ولاسيما أولئك الذين يحتلون مواقع فكرية وحضارية اعلي تحفز المجتمع للنظر إلى نفسه نظرة متفحصة أو تخيل نفسه في موقع الآخرين.

ج- تنمية الانبهار:

عملت وسائل الدعاية الدولية على إشاعة الانبهار بالغرب في كثير من بلدان العالم بما في ذلك الوطن العربي، ويحتمل أن يقود التعرض للقنوات الفضائية الوافدة إلى تنمية هذا الانبهار.

د- إثارة التطلعات:

تتمثل التطلعات في مجمل مايريد المجتمع نفسه. وقد ربط كثير من الباحثين بين الاتصال الجماهيري وبين التطلعات، وذهب بعضهم إلى التأكيد على أن من بين الآثار الأساسية الأولى التي تحدثها الوسائل الجماهيرية هي رفع التطلعات. وهكذا فان القنوات التلفزيونية الوافدة سوف تسهم في تنمية تطلعات كثيرة منها ما هو غير مخطط له على المستوى الوطني ومنه ما هو معارض تماماً لها.

(١) بدوي، احمد زكي (د)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، المصدر السابق، ص ٤٢٢.

(٢) الطائي، دريد شدهان، البرامج السياسية في قناة العراق الفضائية خلال عام ٢٠٠٢، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة المستنصرية، معهد القائد المؤسس للدراسات القومية والاشتراكية العليا، ٢٠٠٢، ص ١٩.

(٣) ال حسان، محسن الشيخ (د)، فضائيات - والاتصالات الحديث - أول موسوعة عربية فضائية جديدة، مطابع الفرزدق، الرياض، ١٩٩٩، ص ٤٣.

هـ- تغيرات في الثقافة:

هناك عوامل عديدة للتغير الثقافي، يشكل الاتصال أحدهما. ومن المحتمل أن يقود الاتصال عبر القنوات التلفزيونية الوافدة إلى تغيرات في السمات والعناصر الثقافية وإلى تغيرات في انتظام تلك العناصر. ومن المحتمل أن تظهر التغيرات في كثير من الجوانب كالفنون والآداب وأحاديث الناس وأزيائهم ومأكولاتهم.

و- حصول تبدلات في السلوك الاستهلاكي:

من المحتمل أن تحصل تغيرات في أنشطة الناس لإشباع حاجاتهم وفي مجمل أوجه الإنفاق على السلع والخدمات، والمواد التلفزيونية التي تنبه الأذهان إلى كثير من السلع والخدمات ولا يتضح ذلك في الإعلان فحسب، بل في كثير من المواد التلفزيونية الأخرى.

ز- الانشغال عن الواقع:

من المحتمل أن يقود التلفزيون الوافد نسبة إلى الجمهور للانشغال به والانشغال عن الواقع أو الهرب منه بدلاً من مواجهته، ومن جانب آخر فإن التعرض للتلفزيون والانشغال بمواده يشكل عاملاً يقلل من فرص الحوار والمناقشة وتبادل الأحاديث في نطاق الأسرة.

إن للمحطات الفضائية العديد من التأثيرات السلبية والإيجابية في الوطن العربي منها تأثيرات محتملة على المستوى الاتصالي، حيث شملت انعكاسات الثورة التكنولوجية في ميدان الاتصالات جميع مراحل الاتصال مما أدى إلى تغير ظروف العمل وهيكله برامج الإنتاج بجميع مراحلها ومساحة التغطية في الزمان والمكان.

أما بالنسبة للتأثيرات المحتملة على المستوى الثقافي فهي ستتعاظم نتيجة لدخول توابح الاتصال إلى الميدان الثقافي في المستقبل ذلك أن البرامج التي تبث عن طريق المحطات الفضائية قد نقلت من الرقابة الأمر الذي سيؤدي إلى تعرض العالم لغزو مستديم وشامل من ثقافة الكترونية آتية من فضاء لا حدود له والذي تتمثل مشكلاته بتدفق المعلومات غير المنتقاة والترويج للأفكار الغربية وتعزيز الهيمنة والتبعية للدول المتقدمة.

وبالنسبة للتأثيرات المحتملة على المستوى الاجتماعي إلى أن استخدام المحطات الفضائية قد أحدث تأثيرات في تغيير بعض العلاقات الاجتماعية ويتوقع أن يؤدي إلى خلق الاضطراب الاجتماعي وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية لاسيما عند شعوب العالم الثالث ويمكننا القول أن هذه المحطات الفضائية الوافدة استهدفت في تأثيراتها السلبية تلك الموجهة إلى أوطاننا التي جعلت إنساننا سلبياً جانحاً إلى الاستسلام، سائرة باتجاه التأثير في القيم والأفكار والمواقف والاتجاهات وخلق التأثيرات المطلوبة في سلوك كل منهم. كذلك تأثيرات على مستوى التربية فقد أصبح البث الوافد مهيمناً إلى حد كبير على حركة انتقال المعلومات والأفكار والقيم بين الشعوب بصورة باتت تقلق المعنيين بالشؤون التربوية.

أما عيوب البث الفضائي وتأثيراته السلبية فهي:

- التأثير في المعتقدات وقيم المشاهدين ولاسيما المعتقدات الإسلامية والعربية التي يمكن أن تشكل الركائز الأساسية التي يقوم عليها المجتمع.

- التأثير في العادات والتقاليد وأنماط السلوك الإيجابية السائدة في المجتمعات العربية.

- زيادة قوة تأثير الغزو الثقافي الذي تقوم الدول الغربية بتوجيهه نحو المجتمع العربي.

- البث الفضائي بقنواته المتعددة يأخذ جزءاً كبيراً من وقت المشاهدين مما يؤثر سلبياً في أدائهم للواجبات الأخرى ولاسيما فيما يتعلق بالأسرة.

- أن هناك تأثيراً لمشاهدة برامج القنوات الفضائية على مشاهدة برامج التلفزيون الوطني.

١ - إشاعة ثقافة الاستهلاك:

من المفيد الإشارة إلى أن البث الوافد من الفضاء سيعمل على إشاعة ثقافة تتسم بالاستهلاك المفرط، وذلك من خلال عرض البرامج التي يشيع فيها نمط استهلاكي إلى حد البذخ.

٢ - إشاعة حالة من الإعجاب والانبهار بما تصنعه حضارة الغرب:

إن حالة الإعجاب والانبهار بحضارة الغرب وبالمجتمع الغربي لم تكن حالة غريبة على المجتمعات غير الغربية، بل أن حالة الإعجاب والانبهار كانت موجودة قبل أن يستأنف البث الفضائي برامجه، على المستوى العالمي، غير أن حال الإعجاب يراد منها هنا، أن يكون الفرد منشداً إلى الغرب بكل ما يصنعه الإنسان هناك وهذا يعني: أن البث الوافد يجب أن يتناول الحياة الغربية بطريقة إيجابية بحيث تتمكن من إحداث حالة من الإعجاب لدى الأفراد. وبطبيعة الحال أن حالة الإعجاب هي لحمل الفرد على تكوين اتجاهات ايجابية تنطوي على تفضيل الحياة الغربية.

٣ - محاولة إضعاف المعتقدات الدينية:

طالما أن الفرد تقبل فكرة أن يكون الغرب حاكماً يدير شؤون البلاد، وكون نمط الحياة الغربية أو الأمريكية البديل المناسب لنمط الحياة السائدة في المجتمع العربي، فمن الممكن أن يكون هناك تخل عن المعتقدات الدينية التي يعتقد بها، إذ أنها لم تقدم له شيئاً طوال اعتقاده بها بل على العكس من ذلك أنها أخذت تسوغ حالة الظلم والغبن بطريقة تتم عن كونها امتحاناً سماوياً واختبار صبر الصابرين. ومعتقدات مثل هذه تسوغ للظالمين ظلمهم لانتفع أن تكون معتقدات يعتقد بها الفرد. والحقيقة أن أخطر خطوة في برامج البث الفضائي لو اتبعت على هذا النحو، فأنها تمكن هذه البرامج من إضعاف المعتقدات الدينية وسكون على شفا كارثة مجتمعية، وهو التخلي عن معتقداتنا الدينية، عند ذلك سنكون أو سنصبح مجتمعاً بلا خصوصية ثقافية.

٤ - إشاعة الإحساس بالاغتراب:

إن البرامج الوافدة من الفضاء ستعمد على تشكيل عالم طوبائي أو مايسمى بالمدينة الفاضلة التي تتوفر فيها كل مستلزمات الحياة الحرة الكريمة. وبمقتضى ذلك سينعم الإنسان بالحرية ويتحرر من الخوف ويشبع حاجاته النفسية والاجتماعية وستكون العاقبة أن الإنسان في بلدان العالم الثالث ومنها المجتمع العربي، سيدج هوة واسعة بين البيئة التي يعيش فيها وذلك العالم الطوبائي الذي مانفك يحلم به ذلك العالم تحددت معالمه في برامج البث الفضائي سيشيع حالة من الاغتراب لدى الفرد بحيث يجد نفسه مبتعداً عن مجتمعه وغير مساهم فيه مما يشجعه على تكوين صورة نمطية عنه، بكونه مجتمعاً متخلفاً ولا يمكن إصلاحه لذا فان العالم الطوبائي الذي هو في العادة عالم البرامج الفضائية سيحل محل عالمه الواقعي والأدهى من ذلك أن الفرد طالما تقبل فكرة العالم البديل (العالم الطوبائي) فمن الممكن أن يتقبل فكرة الاندماج بالعالم الذي تتوحد فيه الثقافات العالمية بثقافة واحدة هي ثقافة العولمة.

٥ - إضعاف العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة:

إن برامج البث الوافد من الفضاء على كثرتها وتنوعها ستجعل أفراد الأسرة الواحدة يصرفون الكثير من الساعات في المشاهدة. وبطبيعة الحال أن صرف هذه الساعات في المشاهدة سيقال من عملية التفاعل الأسري، وبالتبعية أن عملية التفاعل اللفظي ستقل هي الأخرى. وهنا تكمن الخطورة، إذ أن غياب التفاعل بين أفراد الأسرة الواحدة سيؤدي إلى إحداث بعض المشكلات ومنها: التغاضي عن مشكلات الأبناء التي قد تكون في مرحلة التكوين والنشوء، لذا فان تدخل الإباء في هذه المشكلات أو التعرف على طبيعة أسبابها وهي ما تزال في مرحلة التكوين والنشوء قد يفضي إلى إيجاد بعض الحلول لها، كما أن عملية المشاهدة الطويلة هي بطبيعة الحال مشاهدة تنطوي على المتعة وستؤدي إلى أنهاك المشاهدين وإحساسهم بالتعب والإرهاق وعندئذ سيجد هؤلاء أن المشكلات التي يتعرضون لها سواء المتعلقة بالأبناء أم المنزل الذي يعيشون فيه لاتعنيهم في أقل تقدير ولا يأخذونها على محمل الجد. فضلاً عن أن المشاهدة ستصرف الإباء والأبناء الكبار

عن التفاعل اللفظي مع الأبناء الصغار الذين هم بحاجة إلى إدامة الصلة اللفظية مع الراشدين لغرض تصحيح بعض الأخطاء الواردة في أحاديثهم. وعلى ذلك فإن تقليل التفاعل اللفظي داخل الأسرة سيقبل من المحصول اللفظي لهؤلاء الصغار الذين هم في مرحلة تكوين ذخيرة لغوية.

كذلك وجد الباحث أن هناك آثاراً أخرى مثل:

- محاولة إضعاف الولاء الوطني للفرد.
- محاولة إضعاف الانجاز المدرسي.
- محاولة تعليم الإنسان العجز.
- محاولة إضعاف الحكم الخلفي.

ثالثاً: دور قادة الرأي في المشاركة

أكد الكثير من الباحثين أن الاتصال الشخصي أو المباشر، من مصدر موثوق (Credible source) يعد أقوى من الاتصال الجماهيري لمصدر غير موثوق استناداً إلى فعاليته الإقناعية، في الوقت الذي أشار فيه الكثير من الباحثين إلى دور الاتصال الجماهيري الفعال في تنشيط وتحريك عملية الاتصال الشخصي^(١).

فيما تشير الأدبيات الاتصالية إلى أن مخططي الاتصال يصنعون أدوات التعبير التقليدية كونها تحمل معنى مقبولاً ومساعداً في تبني المعلومات فهي تقدم الإحداث اليومية والتطورات الثقافية من خلال أدوات رمزية بسيطة كالقصص أو الأغاني والرقصات^(٢).

وعلى الرغم من التقدم السريع في تقنية المعلومات وإشكالها، فإن الاتصال أُمواجي وعاتات التفاعل الاجتماعي مع الرسائل الالكترونية لم تلغى أو تتحسر وتتجلى هذه الأهمية من خلال الدور الذي يلعبه (قادة الرأي) أو الوسطاء الذين يعملون على تفسير ونقل مضامين الاتصال، من خلال خصائصهم الشخصية وسماتهم الاجتماعية. ومع هذه الأهمية لهذا النوع من الاتصال أو حتى كشفت عنها البحوث الحديثة، إلا أن هذا المجال مازال مهماً من قبل الباحثين فما زاد التركيز في التناول على الاتصالات الجماعية، مما جعل هذا العلم حديثاً في النمو والاهتمام^(٣).

مفهوم قادة الرأي

يستند مفهوم قادة الرأي (opinion leader) إلى عملية النقل والتفسير الذي يقوم بها بعض الأفراد تبعاً لتأثيرهم الشخصي وقدراتهم الاتصالية في تحويل ونقل الرسالة الاتصالية إلى الأشخاص في شكل اتصال أُمواجي وسط الجماعة الأولية^(٤).

خصائص قادة الرأي

إن قادة الرأي يشكلون تأثيراً مهماً وحيوياً في بناء الاتصال ويعملون كمنشطين ومعززين لسريان نقل وتفسير الرسائل الجماهيرية وفي ضوء نظرية التدفق الاتصالي الثنائي أو التدفق على مرحلتين وهذا التأثير قائم ودائم في ظل اتساع وتنوع الوسائل المادية للرسائل الجماهيرية في المجتمعات المتقدمة أو التقليدية.

ويعزو الدكتور كامل القيم بعض الخصائص والسمات لقادة الرأي، يصفهم على النحو التالي:

(١) Klapper: The effects of mass communication, op. cit. , and p. :72.

(٢) د. حميد سميم: نظرية الرأي العام، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ص ٢٨٢.

(٣) د. محمود عودة: أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعي، ط ٢، ذات السلاسل، القاهرة، ١٩٨٩، ص ١١٢.

(٤) د. صالح خليل أبو إصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص ٧٢.

١. التعرض الدائم لوسائل الاتصال الجماهيري.

٢. الالتزام بمعايير وقيم الجماعة.

٣. انه غير رسمي: أي لا يعتمد على المكانة والسلطة (السمات الشخصية) (١).

ثانياً: التعرض الاتصالي

يشكل التعرض (exposure) الهدف الأساس في عملية الاتصال ويعد نقطة البدء للتفاعل والتأثير في الجمهور

والأفراد ووسائل القائمين بالاتصال والتعرض هو (استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية من خلال الوسيلة الجماهيرية) (٢).

ويحدد كاتر وجوريتش وهاس (Katz and Gureitch and Hass) الحاجات والاستعمالات الاتصالية بمعرفة

وعاطفية، وهرومية للاندماج الشخصي والاجتماعي وفيما ذهب لي تاير (Lee Thayer) قد أشار إلى الاعتمادية والى

هذا الاستعمال بشكل أكثر تعطيلاً ودمجاً بشخصية المتعرض وسلوكه الاتصالي ووفقاً لما يأتي (٣):

١. تزويد الناس بأشياء توفيقية اجتماعية مع الآخرين.

٢. الناس تجعل من وسائل الإعلام وما تقدمه عنصراً مركزياً لتحديد اعتيادية حياتهم وواقعهم.

٣. الاستعمال الأسطوري: أي العمل مع نقل الموروثات وتصنيف الواقع بشكل يسهل ربطه بالماضي.

٤. التعويض والتوازن في حياة الناس.

٥. استعمالات تتعلق بتحسين الوضع الاجتماعي وخلق الهيبة.

العملية الاتصالية

تتحقق العملية الاتصالية كما يرى لاسويل (Losswell) ثلاث وظائف رئيسية في المجتمع (٤).

١. مراقبة البيئة وتقديم انذارات حول المخاطر والتهديدات الشبكية على نظام قيم الجماعة أو أقسامها.

٢. ربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة.

٣. نقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر أو النقل الثقافي.

وسائل الاتصال

يشكل الاتصال (communication) نشاطاً حيوياً لوجود وتطور الحياة البشرية، فهو يقوم على تناقل المعاني، وهو

عملية تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، ويعدّه ديفيد بيرلو (D. Berlo) بان عملية

(process) تربط بين الأفراد وبيئتهم الاجتماعية ويتناول من خلالها الإنسان خبراته وتجاربه ويعبر عن مشاعره وأحاسيسه

وأفكاره للآخرين (٥).

(١) د. كامل القيم: بناء الاتصال ومشكلات التعرض الاتصالي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، ٢٠٠٠، ص ٦٦.

(٢) دالقيم: القيم: مصدر سبق ذكره، ص ٦٩.

(٣) د. صالح خليل أبو إصبع: مصدر سابق، ص ١١١.

(٤) ارماند ماكيلار وميشيله ماكيلار: نظريات الاتصال، ترجمة احمد خضور، المكتبة الإعلامية، العدد (٢٥)، ص ٤٢.

(٥) عبد الله الطويرجي: صحافة المجتمع الجماهيري، ط ١، مكتبة العينان، الرياض، ١٩٩٧، ص ١٧-١٩.

ثالثاً: نموذج حملة إعلانية لمكافحة المخدرات الحملة الإعلامية

تعريف:- هي جميع الأنشطة ذات الطابع الاعلامي المخططة والمنظمة التي يقوم بها جهاز أو مؤسسة رسمياً بهدف التأثير على الجمهور وكسب تأييدهم وتحقيق النجاح في الحد من تناول أو تعاطي المخدرات عن طريق الحصول على أكبر قدر ممكن من التأييد باستخدام وسائل الاتصال.

عناصر الحملة الإعلانية

- ١- نشاط اتصالي مباشر وغير مباشر.
- ٢- نشاط مخطط وخاضع للمتابعة والتقويم.
- ٣- نشاط تقوم به مؤسسات.
- ٤- نشاط يمتد لفترة زمنية محددة رسمياً.
- ٥- نشاط يهدف على تحقيق أهداف صحيحة.
- ٦- نشاط يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري.
- ٧- نشاط يستخدم أساليب استمالة مؤثرة نشاط يهدف إلى موضوع محدد.
- ٨- نشاط يستهدف جمهور كبير نسبياً.

خطوات تصميم وتخطيط الحملة الإعلانية

- تحليل وجمع المعلومات والبيانات التي يحتاجها مخطط الحملة الإعلانية وتنقسم إلى:-
 - أ:- بيانات متعلقة بالظروف التسويقية ومن أمثلتها:-
 - ١- حجم الطلب واتجاهاته. .
 - ٢- بيانات عن المنافسين وإستراتيجيتها الإعلانية.
 - ب:- بيانات متعلقة بالمؤسسة المعلن عنها ومن أمثلتها:-
 - ١- خصائص الجهة من حيث الحجم والشكل والنوع.
 - ٢- عوامل الجذب
 - ٣- تحديد نوع الإعلان.
 - ٤- أي النقاط يمكن التركيز عليها.
 - ٥- الأثر العاطفي
 - ت:- معلومات متعلقة بالجمهور المستهدف.
 - ١- معرفة حجم الجمهور
 - ٢- معرفة خصائصهم
 - ٣- معرفة عاداتهم.
 - ث:- معلومات متعلقة بالوسائل الإعلانية.
 - ١- حصر كافة الوسائل الإعلانية المتاحة، مقروء، مسموع، مرئي.
 - ٢- خصائص كل وسيلة.
 - ٣- ملائمتها هذه الوسائل للحملة.
 - ٤- معدلات التوزيع والانتشار الخاصة بكل وسيلة
 - ٥- تكلفة استخدام كل وسيلة.

٢- تحديد الأهداف الإعلانية:- وهي مجموعة من الاعتبارات.

- أ- الأهداف العامة.
 - ب- مستوى هذه الأهداف من حيث كونها طويلة متوسطة أو قصيرة.
 - ج- المراحل الإعلانية التي تمر بها الحملة
 - د:- نطاق الحملة من الناحية الجغرافية سواء محلياً أو إقليمياً أو دولياً.
 - هـ:- الظروف العامة (التنافسية والاقتصادية والسياسية) التي تلازم الحملة.
- ٣ - تحديد مخصصات الحملة الإعلانية وتشمل:-

- أ- ما يمكن للمعلن تحمله.
 - ب- نسبة محددة لكل وحدة.
- ٤ - تنمية الإستراتيجيات الإعلانية وتشمل: -
- ١- اختيار الوسيلة الإعلانية.
 - ٢- خلق وتحديد الرسالة.
 - ٣- تحديد شكل الحملة الإعلانية.
 - ٤- جدولة الحملة الإعلانية من حيث الحجم والتكرار.
 - ٥- تنفيذ الحملة الإعلانية.

الاستنتاجات

أولاً: الأهمية القصوى لوسائل الاتصال
ثانياً: أهمية دور قادة الرأي الذين لم يتم الإفادة منهم
ثالثاً: غياب البحوث الإعلامية التي تتوسل النتائج العلمية في التعاطي مع ملف المخدرات
رابعاً: لم يتم وضع أي إستراتيجية لمشاركة واسعة لمعالجة هذا الملف

التوصيات

أولاً: إنشاء مراكز وطنية مهمتها إعداد برامج تأخذ بنظر الاعتبار المجتمع المحلي من رموز وطنية واجتماعية ودينية
ثانياً: القيام ببحوث مسحية لظاهرة المخدرات عند الشباب
رابعاً: التوجيه بإعلان مسابقات لأفضل برنامج سنوي يمكن أن تشارك به مختلف وسائل الإعلام وتكون على مدار عام كامل

خامساً: إقامة ورش فنية تدريبية يشارك فيها من يرغب مع صرف مكافآت للعاملين
سادساً: القيام بفعاليات شهرية لقادة الرأي في المناطق وأعضاء المجالس المحلية وإشراكهم في العملية الإعلامية من خلال تدريبهم للإفادة من إمكاناتهم وقدراتهم ومهاراتهم

المصادر والمراجع

١. خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، الأردن، ١٩٩٩، ص ١٦١-١٦٢.
٢. د. حميد جاعد محسن، الإدارة الإعلامية، الإدارة الإسلامية، التطور والمفهوم، المقومات والنماذج، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ٢٠٠٨، ص ٥٩.
٣. د. محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وإثارة التربوية، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٧، ص.
٤. د. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠،
٥. عزيز عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٧.

٦. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ص ٤٠.
 ٧. د. محي الدين عبد الحلیم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دار الفكر العربي.
 ٨. د. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣.
 ٩. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية.
 ١٠. دريد شرهان الطائي، البرامج السياسية في قناة العراق الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٢، ص ١٩.
 ١١. محسن الشيخ آل طبيخ، فضائية الاتصالات الحديثة: نحو موسوعة عربية فضائية جديدة، مطابع الفرزدق، الرياض، ١٩٩٩، ص ٤٣.
 ١٢. سامية محمد جابر، القانون والضوابط الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٥، ص ٣٤.
 ١٣. محمد عاطف غيث، علم الاجتماع المعاصر، القاهرة
 ١٤. عبد المنعم الحسني، الضبط الاجتماعي بين التقاليد والقانون، بحث منشور في مجلة البحوث الجنائية، بغداد، ١٩٧٤، ص ٦٩.
 ١٥. د. حميد سميسم، نظرية الرأي العام، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ص ٢٨٢.
 ١٦. د. محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، ط ٢، ذات السلاسل، القاهرة، ١٩٨٩، ص ١١٢.
 ١٧. د. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص ٢٢.
 ١٨. د. كامل القيم، بناء الاتصال ومشكلات التعرض الاتصالي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، ٢٠٠٠، ص ٩٦.
 ١٩. أرمان ماكيلار وميشيله ماكيلار، نظريات الاتصال، ترجمة أحمد خضور، المكتبة الإعلامية، العدد (٢٥)، ص ٤٢.
 ٢٠. عبد الله الطويرجي، صحافة المجتمع الجماهيرية، ط ١، مكتبة العينان، الرياض، ١٩٩٧، ص ١٢-١٩.
21. Klapper, the effect of mass communication, op. cit, p. 72 .