

استخدام التلفزيون المحلي في أمريكا لتحسين الصورة العربية ورأيه حالة خاصة... دولة الكويت

د. نبيل الجريدي

تمهيد:

إن وسائل الإعلام الجماهيرية الأمريكية المتعددة قد بدأت في منتصف السبعينيات تنهج منهاجاً أكثر أمانة في تناولها لصورة العالم العربي وقضاياها. ومع ذلك فالحاجة مازالت ماسة للمزيد من الجهود حتى نضمن استمرارية هذا الاتجاه. لقد حاول الدارسون في مجال الإعلام السياسي الدولي فترة طويلة، تحليل أسباب الصور السلبية في أذهان الشعب الأمريكي وصانعي القرارات السياسية، ووضع خطط واستراتيجيات لتغييرها^(١)، وعلى الرغم من تعدد الدراسات والمحاولات في هذا المجال، إلا أنه لا توجد حتى الوقت الحاضر خطة علمية وعملية اقتصادية لتغيير هذه الصور السلبية.

إن هذه الدراسة فريدة من نوعها لأنها تتناول وترتكز على وسيلة إعلامية واحدة التلفزيون الأمريكي المحلي American Local Television - وترتكز على هذه الوسيلة بالذات لأنها لا تكلف من يستخدمها سنتاً واحداً. ومفعولها استراتيجياً أفضل بكثير من الاستخدامات الحالية لشبكات التلفزيون العملاقة^(٢) والباهظة التكاليف، ومردودها يمكن أن يكون سلبياً أكثر منه إيجابياً. وحتى يتحقق الهدف من هذه الدراسة فمن الضروري دراسة الهيكل التنظيمي لمحطات التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية.

نظام التلفزيون الأمريكي:

نظام التلفزيون الأمريكي يعد نظاماً فريداً من نوعه سواء من حيث الحجم أو من حيث التنوع. ففي الوقت الحاضر يوجد أكثر من ستمائة وسبع عشرة محطة تلفزيون تجارية في أمريكا

* أستاذ مساعد. جامعة الكويت للإعلام السياسي الدولي.

(١) أكثر المحاولات هي من الأستاذ الدكتور جاك شاهين رئيس قسم الإعلام بجامعة جنوب إلينوى. والذي أوصى بوجود معهد للدراسات الإعلامية لتوثيق الصور النمطية للعرب ولشعر المؤلفات والندوات في المعاهد والجامعات الأمريكية.

(٢) ABC, CBS, NBC.

بالإضافة إلى ما يزيد عن مائة وست وخمسين محطة تلفزيون ثقافية غير تجارية^(١) ويطلق عليها اسم «محطات التلفزيون العامة». وكذلك توجد محطات الكابل المحلية والعالمية أهما ، CNN ومحطة تلفزيون عربية محدودة الفعالية باسم «أنا» .

ويعد هذا النظام فريدا من نوعه بحيث إنه لا يوجد محطات تلفزيون في أمريكا تملكها السلطة . فجميع محطات التلفزيون تخضع للملكية غير حكومية وتدار بدون تدخل حكومي . كما أن كل شبكة تلفزيون تعمل بشكل مختلف إلى حد ما عن باقي المحطات من حيث الشكل والمضمون والإدارة . ولكن العامل المشترك بينها جميعا أنها تخضع لنظام مراقبة يأتي من قبل المؤسسة الإعلامية نفسها .

وطبقا للقانون الفيدرالي الاتصالي Federal Communication Commission لا يجوز لشركة أو لفرد ان يمتلك اكثر من سبع محطات تلفزيونية ، من هذا العدد خمس محطات تستخدم الترددات اللاسلكية العالية جدا^(٢) . ولهذا فإن كل شبكة من شبكات التلفزيون الأمريكي لا تمتلك ولا تدير أكثر من خمس قنوات في جميع أنحاء الولايات المتحدة . كما ان غالبية المحطات تخضع إما للملكية فردية أو ملكية شركات استشارية .

شبكات التلفزيون الرئيسية - والمحطات المستقلة :

ترتبط أغلب محطات التلفزيون المتعددة في الولايات المتحدة الأمريكية بواحدة من الشبكات الثلاث الأساسية وهي ABC, CBS, NBC . وإن محطات التلفزيون تتعاقد مع إحدى الشبكات لكي تقوم الأخيرة بنقل برامج إلى هذه المحطات إما عن طريق الميكرويف أو عن طريق الاتصالات السلكية ، ويستمر البث التلفزيوني في كل المناطق خلال فترة زمنية أو «مدى زمني» محددة .

والفترات العادية لبرامج هذه الشبكات هي الصباح الباكر والظهرية وفترة بعد الظهر . والفترة الرئيسية PRIME TIME هي من الساعة الثامنة حتى الساعة الحادية عشرة مساء . وبين هذه الفترات هناك ساعات لا بد من استغلالها في بث برامج محلية بوساطة كل محطة من المحطات .

William Francois. Introduction to Mass Communication and mass media (Columbus, (١) Ohio: Gridinc., 1977) p.91.

Francois. O.P. Cit., p.91.(٢)

تعمل محطات التلفزيون الأمريكية بلا توقف من الساعة السابعة صباحا وحتى الواحد صباح اليوم التالي لمدة سبعة أيام في الاسبوع ، وبعض المحطات تعمل على زيادة ساعات إرسالها وقد تصل إلى حد الإرسال طوال ٢٤ ساعة متصلة في اليوم . أما شبكات الكابل وأكبرها شركة CNN^(١) فتعمل ٢٤ ساعة في اليوم ، سبعة أيام في الاسبوع .

وفي بعض المدن الكبيرة يوجد - بالإضافة للمحطات التي ترتبط بالشبكات الثلاث السابق ذكرها - محطات مستقلة أي لا ترتبط بالمحطات الرئيسية . ففي لوس انجلوس على سبيل المثال ٤ محطات تجارية مستقلة وه محطات غير تجارية عامة مستقلة أيضا ، وهذه هي المحطات التي تهتمنا في دراستنا . هذه المحطات المستقلة العامة إما أن تنتج برامجها بنفسها أو تشتري حق بث هذه البرامج من منتج أو موزعين محليين أو خارجيين^(٢) ، وهناك اتجاه بين المشاهدين في الولايات المتحدة إلى أن مثل هذه البرامج المحلية والثقافية هي من البرامج المفضلة لجميع أفراد العائلة . وهناك فئة أو نوع آخر من البرامج المنتجة محليا الزهيدة الثمن والمنتجة بوساطة شركات تجارية استثمارية أو منظمات غير تجارية . وهذه الأفلام تعد أدوات للعلاقات العامة . وتوزع مجانا عن طريق منظمات متخصصة .

البرامج المنتجة محليا :

كل محطة من محطات التلفزيون لابد أن تقدم مشروعا أو مقترحا يتضمن قائمة بالبرامج المحلية من مختلف النوعيات . هذه القائمة من البرامج تحتوي على نسبة مئوية محددة من برامج الخدمة العامة . هذه الخدمة تقدمها أي محطة تلفزيون طبقا للوائح وقوانين لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC ، Federal Communication Commssion .

وذلك قبل منح شبكة التلفزيون (المحطة) ترخيصا أو قبل تجديد الترخيص وأن لفظة (الخدمة العامة) لها معني مطاط وغير محدد . ولكننا هنا نعني بالخدمة العامة البرامج التي تتضمن معلومات أو مناقشات أو إنجازات عن الاحداث المحلية والدولية .

ويمكن القول بصفة عامة ان الأمور والموضوعات المحلية يتم تناولها بصورة منتظمة من خلال برامج يومية أو أسبوعية ، وهذه البرامج يتم إنتاجها وتقديمها عادة بوساطة شخصيات لها

(١) تشمل شركة CNN على الشركات التالية ، المكتبة الفلسفية لشركة MGM ، T.B.S. و TNT ، HEADline news. وشبكة CNN العالمية .

(٢) BBC. والتلفزيون الكندي وخاصة بها يتعلق بالبرامج التعليمية والتاريخية والثقافية .

شهرتها المحلية ، وهى تختلف من حيث طول مدة البرامج وعدد مرات عرضه ونوعية مضمونه . وكل برنامج من هذه البرامج يخاطب فئة خاصة من المشاهدين ولكن جميع البرامج تخاطب كل نوعيات وفئات المشاهدين في مجموعهم . ومن ثم تخلق هذه البرامج (المشاهدين) ، ولهذه البرامج آثار عظيمة من حيث التأثير على المشاهدين ، ومن هنا تتحقق الفائدة من هذه البرامج التي نحن في هذا البحث نسعى لاستعمالها كوسيلة تواصل دون أن تكلفنا المبالغ الطائلة .

استخدامات برامج الخدمة العامة المحلية :

كل رسالة إعلامية تهدف إلى إحداث تغيير ما ، وترمي إلى أن يكون لها نوع من التأثير . فليس هناك مرسل دون هدف ، وأن عملية اختياره لوسيلة ما دون سواها هي عملية واعية هادفة بحد ذاتها ترمي إلى التأثير على المستقبل (أو مجموعة المستقبلين) : كأن تجعله يحس احساسا معينا ، ويفكر بطريقة معينة ، أو يسلك طريقة دون أخرى^(١) . وأن الأفراد والجماعات الذين يرغبون في مساندة قضية ما ، أو تغيير صور نمطية ما ، أو التأثير على السلوك على المدى البعيد ، عليهم استخدام برامج الخدمة العامة في التلفزيون المحلي الأمريكي وليس استعمال شبكات التلفزيون التجارية المعروفة .

ويذكر أن منتجي هذه البرامج العامة لشبكات التلفزيون لديهم مجموعة كبيرة من المخرجين المساعدين ، مهمتهم الأولى البحث باستمرار عن كل ماهو مثير أو جديد أو ممتع ، والبحث عن الأخبار والأفلام الوثائقية التي تستحق الاهتمام ، أو الأخبار التي تتعلق بأشخاص يستحقون اهتمام المشاهدين . فمثلا في الساحة العربية من السهل وضع برامج عن شخصيات عربية مثل الشيخ أحمد زكي يمانى وزير البترول والثروة المعدنية السعودي السابق أو الرئيس المصري حسني مبارك . هذه الشخصيات يمكن أن تكون أساسا لبرامج كاملة تذاع في التلفزيون الأمريكي في حالة زيارة هؤلاء للولايات المتحدة ، ومع أن احاديث هذه الشخصيات وتصريحاتهم يمكن أن تشكل بصورة ايجابية في الأذهان الغربية ، ولكن تأثيرها لن يعيش أو يستمر طويلا . لأن هناك أحاديث وندوات ومناظرات دائمة ومستمرة للعدو على المنابر الأكاديمية ووسائل الاعلام المختلفة ، ومن أهمها استعمالهم لبرامج الخدمة العامة المحلية دون تكلفة وهذا هو محور الموضوع وجوهره الذي لم يحظ حتى الآن باهتمام من قبل باحثي الإعلام السياسي الدولي ، وخاصة من قبل المهتمين في الإعلام العربي في الدول العربية .

(١) نيل الجردى . مقدمة في علم الاتصال ١٩٨٥ ، ص ٣٧ .

يمكن القول على سبيل المثال ان وزارة الاعلام في دولة الكويت يمكن أن تضع خطة جديدة لإعلامها بحيث تركز على إبراز فكرة أن دولة الكويت هي ارض الانجازات Kuwait ...LAND OF achievement

هذه الفكرة بحد ذاتها يمكن توزيعها بصورة ممتازة لبرامج التلفزيون المحلي بالولايات المتحدة وحتى تكون هذه الدراسة ذات أهمية سنجعلها مقصورة على التعليم، لأن التعليم هو عامل مشترك ومفهوم في كل المجتمعات. كيف نستطيع بيع فكرة «الانجازات التعليمية في دولة الكويت» لشبكات التلفزيون المحلية، أو كيف نجعل هذه الإنجازات محور اهتمام البرامج المحلية.

التخطيط الاعلامي :

سنفترض أن مندوبا أو ممثلا عن وزارة التربية والتعليم الكويتي أو مدير جامعة الكويت وصل إلى إحدى المدن الأمريكية لزيارة المكتب الإعلامي لدولة الكويت في إحدى الولايات. وأن الهدف من زيارته هي زيارة إحدى الجامعات أو الإجتاع بالمسؤولين عن التعليم تحسیناً للعلاقات الثقافية بين الجامعتين. في هذه الحالة ستكون الزيارة ودوافعها محور اهتمام ثقافي محلي كبير.

بالطبع، فإن ترتيبات هذه الزيارة سوف تعد مسبقا بواسطة احد رجال العلاقات العامة أو المسؤول عن المكتب الإعلامي لوزارة الاعلام وهو بدوره سيبلغ محطة التلفزيون المحلية أن الزائر الكويتي لن يمانع أو لن يرفض الظهور على شاشة التلفزيون في إحدى البرامج التي تعد «خدمة عامة». كما أن رجل العلاقات العامة - الذي يقوم بإعداد ترتيبات الزيارة مسبقا- سيبلغ المسؤولين في محطة التلفزيون أن الزائر الكويتي يحمل أفلاماً قصيرة وشرائح مصورة عن النهضة العلمية الكويتية، أو يحمل مقاطعات مصورة تخدم المجالات التي سيتحدث عنها ويمكن عرضها أثناء الحديث معه. ومن المستحسن اختيار شاب عربي من الذين تخرجوا في إحدى الجامعات الاجنبية ويتكلم اللغة الامريكية بطلاقة، ويكون على دراية واسعة بالمجتمع أو الثقافة الأمريكية بحيث يترك انطباعا جيدا في نفوس المشاهدين عن الجيل العربي الجديد الذي يتمتع بذكاء، وبمستوى علمي جيد، ويلقي الضوء على أهداف شعوب المنطقة الساعية إلى

التقدم والتطور. إن هذه الصورة التي يجب تقديمها للشعب الاجنبي أو لجمهور المشاهدين هي :

- إن كل فرد لدينا في الشرق الاوسط يرغب في تعليم أبنائه .

- إن الاهداف من التعليم لدينا هي نفس الأهداف التي يريدها الامريكيون أو الغالبية العظمى منهم لأبنائهم . ويجب القول إن هذا السيناريو يمكن تطبيقه في أكثر من مدينة أمريكية مع إجراء بعض التغييرات وأجراء تنويع وفي المواقف وتحويرها .

ونجاح هذا السيناريو يتوقف على :

- الإعداد الجيد لكل عناصر البرنامج أو المشروع مهما كانت بسيطة .

- أن يكون الهدف من البرنامج بسيطاً ومحدداً .

- أن يتم اختيار الممثل (المندوب) في المكاتب الإعلامية الخارجية بعناية فائقة .

- أن يكون اختيار المادة المعروضة قد تم بصورة مخططة وعلمية ومؤثرة .

تحديد الفكرة :

لتكن مثلاً انجازات دولة الكويت في تحسين التعليم الابتدائي والثانوي كمّاً ونوعاً، أو تطور المرأة الكويتية وتعيينها في مناصب قيادية مختلفة كمديرة جامعة ووكيلة وزير تعليم عال وسفيره لدى دولة أجنبية . كما أن الديمقراطية ممثلة في صحافة الكويت ومجلس الأمة والمجلس البلدي هي الأساس الذي ينبغي ان يعتمد لتلميع صورة الكويت خارجياً إذ ان الانتخابات التشريعية التي جرت سنة ١٩٩٣م والانتخابات البلدية التي تمت بعدها دون أي تزيف تدل على ان الديمقراطية أمر واقع في الكويت على عكس الدول النامية . ويمكن تطبيق ذلك كما ذكرنا في أية دولة من الدول العربية أو الخليجية . وكذلك يمكن تطبيق نوعية التعليم على المستوى الجامعي بزيارة لمختلف الجامعات التي يقع كثير منها في أماكن جامعية جميلة .

اختيار المندوب :

لابد من تحديد معايير وضوابط معينة لاختيار المندوبين - بالإضافة إلى مؤهلات المندوب

للهيئة - إذ ينبغي عليه أن يكون متخرجاً في إحدى الجامعات - ويفضل أن تكون مؤسسة علمية ذات سمعة طيبة - مع قدرة ممتازة على التواصل باللغة الانجليزية . كما ينبغي اختياره من حيث توازن شخصيته وحضوره للكاميرا والمظهر والقدرة على لباقة التصرف في المواقف غير المتوقعة وهو أمام الكاميرا . كما ينبغي له أن يكون مستعداً للأخذ والرد في الحديث بشكل موسع ، وأن يكون متفهماً للحقائق والوقائع الصعبة المتعلقة بالعمل وذلك بالقدرة على التكيف المفاجيء والسريع مع ما يستجد من ظروف ومواقف وأحداث ، وفوق ذلك كله أن يكون جاداً في إيمانه بما يعمل وراعياً في الاضطلاع فيه بحماس . وأهم من هذا كله على المندوب في المكتب الاعلامي أن يتمتع بمعرفة مهنية وطيدة بطبيعة الاعمال المعقدة الخاصة بالنظام الإعلامي الأمريكي للتلفزيون المحلي .

ختام

يعد المشروع الذي تناقشة هذه الدراسة مُهِمّاً إذا كان العرب يرغبون في تغيير الصور النمطية السلبية عنهم في الولايات المتحدة وغيرها من دول أوروبا الغربية ، حيث هناك طرف آخر دأب على توظيف مؤسسات العلاقات العامة على مدى سنوات وعرض قضيته على الجماهير الأمريكية ونجح بتكوين صورة إيجابية عنهم ومن ثم أثر في صنع القرار السياسي . إن الصورة (IMAGE) أو الفكرة لدى الرأي العام بالغة الأهمية في تحديد سياسة ماعن اخرى . . وعليه فإذا توافرت لدى عامة السكان في الولايات المتحدة صورة أفضل عن المجتمع وعن الإنسان العربي وشعوبه وثقافته وأمانيه وعاداته وتقاليده وتراثه فإن الصورة ستتغير حتماً وسنرى أثر ذلك على الرأي العام وعلى صنع القرار بطبيعة الحال .

