

نظم وسياسات الاتصال
(راديو وتلفزيون السودان في الفترة من 2003م – 2009م أنموذجاً)

بحث مقدم إلى جامعة الخرطوم لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الإعلام

إعداد
سارة إبراهيم محمد إبراهيم

بكالوريوس الآداب (مرتبة الشرف) في الإعلام -جامعة الخرطوم 1999م

ماجستير الآداب – في الإعلام -جامعة الخرطوم 2005م

أشرف:
أ. د/ صلاح الدين الفاضل
د. فتح الرحمن محجوب

كلية الآداب – قسم الإعلام

2013م

الآية

F

قال تعالى:

[وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ * وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ * ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءُ الْأَوْفَىٰ]

(سورة النجم- الآيات (39-41))

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي خلق الإنسان وخصّه بنعمة البيان والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم أفصح من نطق وأروع من أبان.

والشكر لله سبحانه وتعالى الذي وفقني ومنّ عليّ بانجاز هذا البحث والثناء من بعد ذلك لأسرتي الكريمة التي كانت سنداً ودعماً... كما أخص بالشكر الدكتور فتح الرحمن محجوب الذي ظل يتابع معي هذا الجهد بصبر والشكر والتقدير لأسرة جامعة الخرطوم كلية الإعلام وكلية الدراسات العليا التي أتاحت لي فرصة التحضير في كنفها.

والشكر لكل من وقف بجانبي حتى ولو بكلمة، كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان لقادة الرأي والإداريين العاملين في الراديو والتلفزيون وكل من أسهم بأرائه القيمة وخبراته العملية عبر المقابلة والاستبانة.

أسأل الله تعالى أن يجزي الجميع خير الجزاء والله الحمد أولاً وأخيراً ودائماً.

مستخلص

اسم الطالبة: سارة إبراهيم محمد إبراهيم.

عنوان الرسالة: نظم وسياسات الاتصال: راديو وتلفزيون السودان (2009 – 2003م أنموذجاً).
لفهم ومعالجة تعقيدات العلاقة بين وسائل الإعلام والدولة والمجتمع بالسودان (بالتركيز على الراديو والتلفزيون في الإطار الزمني للبحث) تستعرض هذه الرسالة البيئة العامة التي تعمل وسائل الإعلام تلك من داخلها وتسعى لتحديد مرتكزات نظم وسياسات الاتصال وللنظر في ضوء ذلك إلى ما يحكم الإعلام الإذاعي (راديو وتلفزيون السودان).

تقع هذه الرسالة ضمن الدراسات الاجتماعية الوصفية والتحليلية، لذلك الغرض تم استخدام عدد من الأدوات، أهمها (13) مقابلة مع سياسيين ومتخذي قرار وخبراء (شملوا وزراء سابقين وقيادات حزبية وبرلمانيين)، واستبانة استهدفت 32 من المدراء ورؤساء الأقسام السابقين والحاليين لراديو وتلفزيون السودان، إضافة لبعض الاختصاصيين في الإعلام والأكاديميين. وقد تمت أيضاً ملاحظة وتحليل الضوابط القانونية المؤثرة على الإعلام الإذاعي.

تكشف نتائج البحث – لأسباب تتعلق بصورة رئيسية بالتقلبات السياسية – عن ضعف في التخطيط الإستراتيجي للإعلام السوداني وعن أن الدولة بشكل عام تسيطر على الإعلام الإذاعي (راديو وتلفزيون)، لكنها بالتدريج سمحت ببعض المساحة لمؤسسات المجتمع المدني كي تأخذ نصيباً منه. فعلى سبيل المثال حتى تسعينيات القرن الماضي كان الإعلام الإذاعي ملكاً حصرياً للحكومة. ويوصى البحث بإشراك مؤسسات المجتمع المدني، بما يعنى القطاع الخاص، في صياغة السياسات التي تؤثر على أداء وسائل الإعلام وكذلك بالحاجة لبناء قدرات مؤسسات الإعلام والعاملين بها.

Abstract

Name of Student: Sara Ibrahim Mohamed Ibrahim.

Title of Thesis: The Communication Systems and Policies:

The Model of Sudan Radio and T. V. **(2003 – 2009).**

To understand and resolve the complexity of the Sudanese media, the state and civil society relationship (focusing on radio and television during the time span of the research), this thesis reviews the general environment within which these media operate. It seeks to determine the communication systems and policies and to see in their light what governs the Sudanese broadcast media.

This thesis falls within the social studies which are descriptive and analytical. For that purpose, a number of tools have been implemented; mainly interviews with **(13)** politicians, decision – makers and experts (these included former ministers, political party leaders and MPs) , and a **questionnaire targeting 32 former and current general managers, and** heads of sections of Sudan Radio and T.V in addition to some media specialists and academics. Legal controls affecting the broadcast media have also been observed and analyzed.

The research findings reveal that – mainly owing to political fluctuations – strategic planning for the Sudanese media institutions is rather weak and that the state has generally controlled the broadcast media, but gradually allowed some space for the civil society to take a share of it. **Until the 1990s, for example, the broadcast media** were exclusively owned by the government. The research recommends that these civil society institutions; i.e. the private sector, should take part in the formulation of policies that affect the performance of the media and

that there is a need for building the capacity of media institutions and personnel.

الفهرست

الموضوع	رقم الصفحة
الآية	I
شكر وتقدير	II
مستخلص الدراسة	III
Abstract	IV
الفهرس	V
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
مقدمة	1
أهمية البحث	2
أهداف البحث	3
مشكلة البحث	3
تساؤلات البحث	4
منهج البحث	4
الإطار المكاني	7
الإطار الزمني	7
مصطلحات البحث	7
هيكل البحث	9
الدراسات السابقة	11
الفصل الثاني : مفهوم السياسات الاتصالية	
المبحث الأول : السياسات الاتصالية	35 – 47

60 – 48	المبحث الثاني : مفهوم الاتصال والإعلام
71 – 61	المبحث الثالث : وسائل الإعلام والسياسات الإعلامية
الفصل الثالث : وسائل الإعلام بالسودان	
83 – 73	المبحث الأول : نشأة النظم الإعلامية
93 - 84	المبحث الثاني : المحيط السياسي للنظام الإعلامي
112 - 94	المبحث الثالث: السياسة والإعلام في السودان
الفصل الرابع : أوضاع الراديو والتلفزيون	
135 – 114	المبحث الأول : خصائص الراديو والتلفزيون
156 - 136	المبحث الثاني : الراديو والتلفزيون بالسودان
168 – 157	المبحث الثالث: سياسات البث الإذاعي بالسودان
الفصل الخامس : صناعة السياسات الاتصالية	
181 – 170	المبحث الأول: العرض التحليلي للاستبانة
199 - 182	المبحث الثاني: العرض التحليلي للمقابلات
الفصل السادس : الخاتمة	
201	ملخص وخلاصة
207	النتائج
209	التوصيات
211	المصادر
220	الملاحق
1	ملحق رقم (1): أسئلة المقابلة
2	ملحق رقم (2): الاستبانة
6	ملحق رقم (3): قائمة المقابلات

8	ملحق رقم (4) قوانين الإذاعة والتلفزيون
	أ. قانون الهيئة القومية للإذاعة والتلفزيون 1991م
	ب. قانون الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون 2001م
	ج. أمر تأسيس الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون 2004م
	د. أمر تأسيس الهيئة العامة السودانية للبث الإذاعي والتلفزيوني 2009م

الفصل الأول

الإطار المنهجي

المقدمة:

السياسات الاتصالية هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تنبثق عنها محركات وعمليات تنظيم ورقابة وإدارة وتقويم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال خاصة ما يتعلق منها بوسائل الاتصال الجماهيري في إطار الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي القائم بالدولة.

لا تأتي السياسات الاتصالية من فراغ بل تنبع من الاحتياجات الإنسانية الأساسية وتضع في اعتبارها الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للبيئة الخاصة بها وتسعى للمحافظة على التوازن بين التجديد والاستمرار وهي لا تعني بالضرورة فرض تخطيط مركزي صارم بل قد تكون مجرد إطار ملائم لتنسيق أوجه النشاط يتيح قدراً من المرونة ويفسح المجال أمام اختيار الطرق التي يمكن إتباعها.

لكل بلد سياساته الاتصالية ولكن في بعض الأحيان تكون مضمنة في قوانين أخرى غير ظاهرة، وقد تكون في أحيان أخرى واضحة في الدساتير والتشريعات ومواثيق السلوك المهني والقواعد والإجراءات المتبعة في البلد المعين.

في هذا السياق تعتبر وسائل الإعلام العامة (صحافة - راديو - تلفزيون وانترنت) من أهم وسائل الاتصال بما تؤديه من دور وتأثير بما تحمل من قيم، كما أنها تستخدم كوسيلة للبناء الاجتماعي والتحول الحضاري والاقتصادي والسياسي وتعمل على ربط الجماهير وتوحيدها بحقائق التحول بنشر القيم الثقافية والفكرية الموحدة.

تعتبر وسائل الإعلام في دول العالم الثالث ومن بينها السودان أحد المكونات الأساسية للجهاز السياسي للدولة وغالباً ما تكون جهاز حكومياً محتكراً. وبهذه الصفة تتسم برامجها بسمات سياسات الدولة التي بنت الاستوديوهات وشيدت محطات الإرسال وعينت الموظفين ودربتهم ومولت مصروفات تسيير المحطة. وهو أمر قد يفتح المجال أمام وسائل الإعلام لتصبح أداة لتبرير النظام السياسي القائم الذي تعمل في إطاره وأداه لبسط السلطة والسيطرة على المجتمع المتلقي.

دخلت وسائل الإعلام إلى السودان (الصحف والإذاعة) عن طريق دولة الاستعمار لخدمة أهدافه السياسية وترتب عن ذلك أن السياسات الاتصالية الحاكمة لتلك الوسائل لم تخرج عن الإطار العام لسياسات الحكومة آنذاك. أما التلفزيون فقد تم إنشاؤه بعد أن نال السودان استقلاله ولكن حالة كحال تلك الوسائل الأخرى تم إنشاؤه بواسطة النظام الحاكم في تلك الفترة كجهاز رسمي يتبع للحكومة للتعبير على سياساتها الرسمية بالإضافة إلى الوظائف الأخرى كالإعلام والتوعية والتعليم والترويج.

وقد توالى في فترة ما بعد استقلال السودان عام 1956م متغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية انعكست بدورها على السياسات الاتصالية بالبلاد.

أما بالنسبة للإطار الزمني لهذه الدراسة فقد شهدت الفترة من (2003-2009) تطوراً كبيراً في المجال السياسي والإعلامي في السودان حيث تم التوصل إلى اتفاقية سلام شامل في 2005 لوقف الحرب في الجنوب والتمهيد لعقد انتخابات عامة في 2010م وعودة الأحزاب

للممارسة العمل السياسي في الساحة السياسية والعمل على إجراء استفتاء حول حق تقرير المصير لجنوب السودان. أما على الصعيد الإعلامي فقد حدث تطور كبير في مجال العمل الإعلامي بإنشاء العديد من الصحف والإذاعات والمحطات التلفزيونية الخاصة كما تم إجراء العديد من التعديلات على القوانين التي تنظم أداء تلك الوسائل (قانون الصحافة والمطبوعات – قانون الترخيص بالبريد الإذاعي – قانون الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون) الأمر الذي يلقي بظلاله على الأوضاع العامة للعمل الإعلامي ومن ثم يمهّد السبيل لمعرفة ما يتعلق بالسياسات الاتصالية التي تحكم لنشاط وسائل الإعلام بالسودان.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذا البحث في أن السودان يمر الآن بمرحلة مهمة ودقيقة في تاريخ تطوره السياسي والاجتماعي والإعلامي (عودة الأحزاب – اتفاقية السلام – الانتخابات – استفتاء الجنوب – دارفور) الأمر الذي يلقي على وسائل الإعلام أعباء كبيرة باعتبار أنها الوسائل الأساسية التي يتعرف بها المواطن على القرارات الحكومية والتشريعات والأوضاع السياسية والاقتصادية الداخلية والخارجية.

كذلك يتميز المجتمع السوداني بالتنوع وبتعددية طائفية وقبلية وحزبية تستدعي وجود نظام إعلامي قوى ومؤثر يستطيع تأسيس القواسم المشتركة بين أوساط ذلك المجتمع وذلك يتطلب وجود سياسات للاتصال تحقق متطلبات الحوار في المجتمع والحرص على مبدأ حرية التعبير عن الرأي وإشراك الجماهير في عملية اتخاذ القرار وطرح القرارات والبدائل للحوار.

إن السياسية الاتصالية في كثير من الأقطار العربية ومن بينها السودان -كما تحددها سياسات اتصال اليونسكو - موجودة من حيث المباني والمنشآت والأجهزة مع انقطاع الحركة وضعف القرار كما أن وظيفة الاتصال تقوم في أساسها للوظيفة السياسية وتحتاج إلى خطة شمولية لتكملة البناء التنظيمي وتجديد مناهج العمل وأجهزته.

أهداف البحث:

1. معرفة الأسس التي تقوم عليها السياسات الحاكمة لعمليات ووسائل الإعلام في المجتمعات والدول النامية ويشمل ذلك السودان.
2. فهم العلاقة بين الدولة والحكومات وبين الأجهزة الاتصالية على نطاق السودان خاصة على صعيد الراديو والتلفزيون.
3. البحث عن البدائل والخيارات الممكنة في ترتيب العلاقة بين الدولة والحكومات وبين وسائل الإعلام على النحو الذي يؤسس لسياسات اتصالية ملائمة بالسودان.

مشكلة البحث:

ترتكز مشكلة البحث على حقيقة:

- أن العمل الإعلامي يركز على التفاعل الاختياري بين المرسل والمستقبل وهو بذلك أقرب للمجتمع المدني منه لجهاز الدولة أو الحكومة.
- أن أوضاع الدول النامية والسودان جعلت من المحتّم أن تبادر الدولة والحكومات إلى تأسيس وتملك وسائل الإعلام بسبب ضعف مؤسسات المجتمع المدني من ناحية وضعف

القطاع الاقتصادي الخاص الذي يمكن أن يستثمر في مجال العمل الإعلامي. ويبدو ذلك واضحاً على مستوى الراديو والتلفزيون بالسودان وقد كان لذلك تبعاته على السياسات الإعلامية خاصة على مستوى إقصاء فعاليات المجتمع وأضعاف دور وسائل الإعلام كجسر واصل بين المجتمع والدولة.

- أن طبيعة الخارطة الجغرافية السياسية للسودان (Geopolitical) تعطي وزناً كبيراً ومؤثراً لمؤسستي الراديو والتلفزيون على مستوى المركز والولايات الأمر الذي يزيد من أهمية ويفاقم إشكالية غياب أو اختلال أو عدم وضوح سياسات إعلامية في هذا الصدد.

تساؤلات البحث:

1. إلى أي مدى تركز السياسات الاتصالية على الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة؟
2. هل تتناسب السياسات الاتصالية في السودان مع طبيعة ودور وسائل الإعلام الفعال في المجتمع؟
3. هل يتم إشراك فعاليات ومؤسسات المجتمع المدني عند وضع تلك السياسات الاتصالية؟
4. عند صياغة السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام هل يتم تحديد علاقة الإعلام بالدولة والحكومة والمجتمع؟
5. ما هي الكيفية التي يتم بها وضع السياسات الاتصالية والآثار الناتجة عن السياسات الحاكمة لمؤسستي الراديو والتلفزيون بالسودان؟

منهج البحث :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ما يتعلق بوجود وبطبيعة ظاهرة تتمثل في الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها تدلل على وجود الظاهرة وتبحث عن أسبابها وما يترتب عنها من نتائج وما تطرحه من خيارات محتملة. والبحاث الوصفية لا تقتصر فقط على مجرد جمع البيانات وتوفيرها لخدمة سائر الباحثين وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها وبناء أساس للحقائق التي يمكن أن تبني عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية للموقف أو الظاهرة بما يسهم في تقدم المعرفة .

اعتمد الباحث في هذا البحث على مجموعة من الأدوات المنهجية :

1. الملاحظة :

هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو لمجموعة منها بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها⁽¹⁾ ، ولقد استفاد الباحث من ملاحظته أثناء زيارته وإطلاعه على ما يتصل من أنشطة ووثائق تمس موضوع البحث لدى كل من الهيئة القومية للإذاعة والتلفزيون والبرلمان

(1) سمير محمد حسين - بحوث الإعلام - عالم الكتب - القاهرة 1999م - ص 182.

ورئاسة مجلس الوزراء والمجلس القومي للصحافة والمطبوعات وغيرها من الجهات المعنية بوضع وتنفيذ السياسات الاتصالية في السودان.

2. الاستبانة :

وهي تتضمن مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقا وتستخدم عادة في التعرف على مجموعة من المعلومات والآراء ووجهات النظر وأنماط الممارسة من مجموعة كبيرة من المبحوثين⁽¹⁾.

وقد احتوت الاستبانة المصممة لأغراض هذا البحث على أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية للإعلاميين ذات العلاقة بمحاور الاستبانة كما اشتملت على بيانات تقييم وضع السياسات الاتصالية وتنفيذها ومن أبرزها:

- من أين تنبع السياسات الاتصالية.
- التخطيط الاتصالي في المؤسسة الإعلامية.
- تنفيذ السياسات التفصيلية.
- من ينوب عن الوزير في وضع السياسات الاتصالية.
- إسهام المؤسسات الاتصالية في تطوير المجتمعات على وجه العموم.
- وقد تم عرض الاستبانة على عدد من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات السودانية لتحكيمها وإجازتها وهم⁽²⁾:
- قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة على عدد من الاختصاصيين من ذوى الخبرة والدراية من مديري الراديو والتلفزيون سابقين وحاليين ورؤساء أقسام وأساتذة إعلام واتصال بالجامعات السودانية وقادة رأي عام وسياسيين وعددهم (32 مبحوث) وقد تم تحليل الاستبانة عبر البرنامج الإحصائي (SPSS).

3. المقابلة :

وهي التي يقوم فيها الباحث بإجراء عدة مقابلات شخصية مع بعض المسؤولين أو الخبراء ذوي الصلة المباشرة بالمشكلة⁽³⁾ ولقد أجرى الباحث مقابلات مهمة مع شخصيات سياسية ومهنية وأكاديمية ارتبطت حياتهم المهنية والأكاديمية بموضوع البحث (5 وزراء إعلام سابقين و 3 سياسيين و 2 من البرلمانيين).

وقد ارتكزت موضوعات أسئلة المقابلات على:-

1. مدي الحرية التي تتمتع بها الوسائل الإعلامية .
2. إلى أي مدى يتم إشراك العاملين في مجال الرأي العام والاتصال والتخطيط الإعلامي والأحزاب في عملية تكوين السياسات الاتصالية .
3. إلى أي مدى يتم استخدام هذه السياسات الإعلامية في تحقيق أهداف السياسة العامة للحكومة .
4. إلى أي مدى تستخدم الأجهزة الإعلامية التغذية الراجعة في تقييم السياسة الاتصالية وإعادة صياغتها .

⁽¹⁾المصدر سابق - ص 206.

⁽²⁾ أ. د/ معتصم عبد الله عثمان، جامعة أفريقيا العالمية، أ. د/ صلاح الدين الفاضل، جامعة الخرطوم، د. عبد السلام محمد خير، كلية قاردين سيتي الخرطوم.

⁽³⁾نفس المصدر السابق - ص 201.

5. إلى أي مدى تحتوي السياسة الاتصالية على المعايير الأساسية التي يتطلب توفرها عند وضع السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية .

4. الإطار المكاني :

يشمل الإطار المكاني للبحث في فترة الدراسة جمهورية السودان إذ لا شك أن أداء وسائل الاتصال في السودان يهم القطر كله ولا بد في هذا المقام من الإشارة إلى أن السياسات الإعلامية تنطلق من عاصمة البلاد حيث تتركز الوزارات الاتحادية ويوجد بها مقر الحكومة والمجلس النيابي القوميان كما أنها المقر الرسمي لجهاز الراديو والتلفزيون القوميين وكذلك هيئة الترخيص للبحث الإذاعي كما أنها تضم المسؤولين عن النشاط السياسي والاقتصادي والاجتماعي على مستوى الدولة وعلى مستوى المجتمع المدني.

الإطار الزمني :

يغطي هذا البحث الفترة من 2003-2009م وذلك للأسباب الآتية :

1. شهدت هذه الفترة حراكاً كبيراً أبرزه على الصعيد السياسي توقيع اتفاقية السلام بين الشمال والجنوب وتكوين حكومة الوحدة الوطنية وبعض النزاعات في غرب وشرق البلاد وترتب عن ذلك ردود فعل خارجية على مستوى الدول وتزامنت مع ذلك تطورات اقتصادية نتيجة إنتاج البترول وتطور قطاع الاتصالات بصورة غير مسبقة وما رافق كل ذلك على الأصعدة الاجتماعية المختلفة.

وانطلاقاً مما سبق تعد هذه الفترة من أهم الفترات التي تتطلب النظر في أداء وسائل الإعلام العامة وما يحكمها من سياسات.

مصطلحات البحث:

1 صناعة القرار السياسي : Making political decision

ويقصد بها الإجراءات والمراحل التي يمر بها القرار السياسي إلى أن يتم اتخاذه

2 الإستراتيجية : Strategy

ويقصد بها مجموعة القرارات والتصرفات الإدارية التي تحدد الأداء في الفترات طويلة الأجل بما يضمن التقاء أهداف أي منظمة مع رسالتها، والتقاء رسالتها مع البيئة المحيطة بها بطريقة فعالة وذات كفاءة عالية في ذات الوقت وهي كلمة يونانية الأصل ارتبطت في منشئها بقيادة الجيوش وبفنون المواجهة العسكرية ثم انتقل استخدامها للمجال الفكري⁽¹⁾.

Communication planning التخطيط الاتصالي :

هو عملية التفكير التي تسبق عملية اتخاذ القرار أو التنفيذ وتحدد كيفية الاستفادة من الظروف والموارد لتحقيق الأهداف المطلوبة في المستقبل⁽²⁾. ويرتبط هذا التخطيط في مجال وسائل الاتصال العامة بالسياسات الاتصالية التي تحكم تلك الوسائل والبيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة.

3 التكنولوجيا : Technology

⁽¹⁾ ثابت عبد الرحمن إدريس - جمال الدين محمد موسى - الإدارة الإستراتيجية مفاهيم ونماذج تطبيقية (الدار الجامعية - الإسكندرية -2001) ص 22

⁽²⁾ عادل حسن وآخرون - تنظيم وإدارة الأعمال (دار النهضة العربية للطباعة والنشر - بيروت 1988م ص

هي مجموعة من المعرفة العملية القابلة لإعادة الإصدار والتي تتعرض للتحديث والتوسيع بشكل متكرر وتشمل المهارات والمعرفة التي تهم العاملين بداخل التخصص أو الفرع أو العلم أو المهنة وتشمل أيضاً النظم الضرورية والمعدات والتسهيلات المساندة مثل المعامل والمكتبات وأشباهها⁽¹⁾.

4) السياسات الاتصالية :

هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم نظم الاتصال ورقابتها وإدارتها وتقييمها خاصة وسائل الاتصال الجماهيري وذلك من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة⁽²⁾.

⁽¹⁾ بنجامين ب، إستراتيجية الإدارة العليا ، مساهمتها وكيفية تشغيلها ، ط 2، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1998م ، ص 57

⁽²⁾ الطيب حاج عطية وآخرون ، السياسات الإعلامية في السودان - سلسلة وأوراق إستراتيجية - دار جامعة القران الكريم للطباعة - الخرطوم -1999م ، ص13.

هيكل البحث:

اشتمل هذا البحث على ستة فصول كانت على النحو التالي ثلاث فصول عبارة عن سرد نظري لمفهوم السياسات الاتصالية بشكل عام ووسائل الإعلام بالسودان وثلاثة فصول اشتملت على الإطار التطبيقي للبحث تناولت أوضاع الراديو والتلفزيون بالسودان وصناعة السياسة الاتصالية من الواقع العملي.

الفصل الأول:

يشكل الإطار المنهجي للبحث ويحتوي على المقدمة وأهمية البحث وأهداف البحث ومشكلة البحث وتساؤلات البحث والأدوات المنهجية للبحث والإطار المكاني والزمني للبحث ومصطلحات البحث والدراسات السابقة.

الفصل الثاني:

مفهوم السياسات الاتصالية: تناول في المبحث الأول تعريف السياسات الاتصالية وخصائصها والمبادئ والمعايير التي تستهدف السياسة الاتصالية تأكيدها وأبعاد السياسات الاتصالية. تناول المبحث الثاني مفهوم الاتصال والإعلام تعريف الاتصال وأشكاله ومستوياته وتعريف الإعلام والتداخل بين الاتصال والإعلام. تناول المبحث الثالث وسائل الإعلام والسياسات الاتصالية. تأثير وسائل الإعلام على القرار السياسي وتشكيل الرأي العام والمحيط السياسي ومن الذي يضع السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام والهيكل التي تقوم بصياغة السياسة الاتصالية والمبادئ التي يركز عليها العمل الإعلامي والاتجاهات العامة لسياسات الاتصال وممارساته في الأقطار العربية.

الفصل الثالث:

وسائل الإعلام بالسودان: تناول المبحث الأول النظم الإعلامية وارتباطها بنظم المجتمع (فلسفة الدولة وضوابطها الوطنية والأيدولوجية ومعاييرها الخلقية والثقافية). وتناول المبحث الثاني المحيط السياسي للنظام الإعلامي. النظم السياسية والقيم والمعايير التي تضعها الدولة للتعامل مع وسائل الإعلام (ملكية وسائل الإعلام).

تناول المبحث الثالث السياسة والإعلام في السودان وتركيبية المجتمع السوداني، وعلاقته بالأنظمة السياسية المتعاقبة والتطورات السياسية في السودان وعلاقتها بالأجهزة الإعلامية.

الفصل الرابع:

أوضاع الراديو والتلفزيون، تناول المبحث الأول خصائص الراديو والتلفزيون وارتباطهما بالظروف المحيطة بالمجتمع (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، دينية، تاريخية) ووظائف الراديو والتلفزيون. تناول المبحث الثاني الراديو والتلفزيون بالسودان، النشأة والتطور. تناول المبحث الثالث سياسات البث الإذاعي بالسودان المبادئ العامة للأداء الاتصالي (الإستراتيجية) والقوانين التي تنظم عملية البث الإذاعي والتلفزيوني منذ عام (1981 - 2009م) - والهيئة العامة للبث الإذاعي والتلفزيوني النشأة والأهداف، الموجهات العامة لبرمجة الإذاعة والتلفزيون.

الفصل الخامس:

صناعة السياسات الاتصالية، تناول المبحث الأول العرض التحليلي للاستبانة، الهدف من جمع البيانات عن طريق الاستبانة، أسباب اختيار مجتمع البحث والصيغة التي تم استخدامها

لاختيار عينة الدراسة، البيانات الشخصية للاستبانة وتحليلها، البيانات الأساسية للاستبانة وتحليلها. تناول المبحث الثاني العرض التحليلي للمقابلات، أسئلة المقابلة وإجابات المبحوثين.

الفصل السادس:

اشتمل على الخاتمة والنتائج والتوصيات.

الدراسات السابقة :

مقدمة:

مع حداثة موضوع الدراسة ونُدرة الدراسات التي أجريت في هذا المجال لابد للباحث من الرجوع إلى ما يتوفر منها ومناقشتها والتعرف على ما توصلت إليه وما يمكن أن يدعم هذا البحث .

هناك دراسات قليلة وتكاد تكون نادرة عن السياسات الاتصالية في السودان وهي قليلة أيضاً على نطاق العالم العربي كما أشارت بعض الدراسات التي ظهرت حديثاً. ومن هذا القليل يشير الباحث هنا إلى بعض النماذج التي يراها كافية لدعم اتجاه هذا البحث وأغراضه .

الدراسة الأولى:

السياسات الإعلامية في السودان في الفترة من 1956 – 2000م⁽¹⁾:

أهمية الدراسة:

هذه الدراسة دراسة تحليلية وصفية يسعى الباحث من خلالها إلى تحليل ووصف الأبعاد المختلفة لصياغة الإستراتيجيات الإعلامية ويحاول أن يربط بين الأسس العلمية للتخطيط الإستراتيجي للإعلام وواقع التجربة الوطنية في وضع وإعداد وتنفيذ السياسات الإعلامية الوطنية بهدف تلمس الإيجابيات والسلبيات التي احتوتها مختلف الإستراتيجيات الإعلامية وفي منحنى آخر هي محاولة لتقديم دراسة علمية تساعد على تقويم وتحليل ضوابط التخطيط الإعلامي على أن يتم ذلك باستحضار بعض النظريات الأساسية لعلم الاتصال والاتصال الجماهيري ذلك مع مراعاة للاختلافات الواقعية لطبيعة البنية الاجتماعية والثقافية بالسودان.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف منها:

1. تقديم دراسة توثق للسياسات الإعلامية في السودان.
2. تقييم تجربة التخطيط الإستراتيجي الإعلامي في السودان.
3. تحليل أبعاد التخطيط الإستراتيجي الإعلامي في السودان على أبعاده الماضية والحاضرة والمستقبلية.
4. تطمح الدراسة أن تقارب بين البنية الاجتماعية الثقافية ومناهج التخطيط الإعلامي العلمية.

يحي علي إبراهيم عبد العال، السياسات الإعلامية في السودان في الفترة من 1956 – 2000م، رسالة (1) دكتوراه غير منشورة، جامعة جوبا، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2011م.

5. تسعى الدراسة إلى التأكيد على أهمية المناهج العلمية التي طورت لخدمت قضايا وإشكاليات النظم الإعلامية والإفادة منها وطنياً.
6. تحاول الدراسة أن تقدم دليلاً إرشادياً للباحث والمخطط في مجالات التخطيط الإستراتيجي للإعلام الوطني.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ومنهج تداخل المساقات.

تبويب الدراسة:

تتكون الدراسة من أربعة فصول:-

- الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة.
- الفصل الثاني: أبعاد الإستراتيجية الإعلامية.
- الفصل الثالث: البنية الاجتماعية في السودان.
- الفصل الرابع: السياسات الإعلامية في السودان.
- الخاتمة.

نتائج الدراسة:

1. ضعف توثيق مسيرة القطاع الإعلامي في السودان.
2. أثرت الظروف السياسية والاقتصادية والقانونية التي صاحبت نشأة وسائل الإعلام في السودان على وضعها داخل هيكل الدولة وبنية المجتمع فتبعت للدولة أكثر من كونها مؤسسة مجتمعية.
3. تلاقت كل دورات الحكم في السودان التعددي منها والعسكري عند نقطة الهيمنة والسيطرة والتوجيه لقطاع الإعلام ومؤسساته.
4. في فضاء القطاع الصحفي يُلاحظ أن كافة القوانين المنظمة (المسيطرة) للعمل الصحفي ومجالاته أصدرتها النظم العسكرية السلطوية والغريب أن النظم التعددية أو الديمقراطية تبنت ذات القوانين ولم تنجح في صياغة رؤية تتوافق وطبيعتها لمنح المؤسسات الصحفية الحماية السياسية والقانونية اللازمة لأداء مهامها.
5. كل قوانين الصحافة والمطبوعات التي رصدت في الفترة الزمنية التي حددتها الدراسة انتهجت نهجاً رقابياً على المؤسسات الصحفية الوطنية إذ ظل وجوب الترخيص ودفع التأمين وتأكيد سلطة السلطة السياسية على التحكم في مسارات العمل الصحفي وفرض الجزاءات والعقوبات محاور رئيسية في بناء هذه القوانين.
6. معظم مراحل التطور التي شهدتها قطاع الإعلام الإلكتروني نفذتها الحكومات العسكرية التي تعاقبت على الحكم في السودان وتحت وطأة الصراعات والنزاعات السياسية لم ترصد مساهمات واضحة للحكومات الديمقراطية في تطور هذا القطاع.
7. أولت ثورة الإنقاذ الوطني قدراً من الاهتمام بقطاع الإعلام وعملت على تحديثه شملت حركة التحديث كل من الإذاعة والتلفزيون ووكالة السودان للأنباء ودونت موجهات منتظمة تعكس رؤيتها الإستراتيجية للقطاع ولكنها تظل رؤية خاصة بالنظام.

التوصيات:

1. ضرورة تحديث النظرة السائدة تجاه الاتصال والاتصال الجماهيري وما يرتبط بهما من أدوات ووسائل وأجهزة وإشاعتها بين خلايا الدولة والمجتمع والأفراد.
2. إتباع الأسس والمناهج العلمية عند الشروع في التخطيط والتخطيط الإستراتيجي من شأنه توفير درجة عالية من الاتزان والتوافق والانسجام بين مختلف جزئيات الخطة والخطة الإستراتيجية للدولة والقطاعات التابعة لها ومن بينها القطاع الإعلامي.
3. صياغة سياسات إعلامية متوازنة تلتقي مع السياسات العامة للدولة وتتوافق مع المعطي

- الاجتماعي والثقافي داخل النظام الاجتماعي الكلي، ذلك من باب أن السياسة الإعلامية الإستراتيجية تدفع بنمو وتقدم القطاع الإعلامي وخدماته.
4. ضرورة الحد من الهيمنة السياسية والاقتصادية التي تمارس على المستوى العام (الدولة) والمستوى الخاص (القطاع الخاص) ذلك في سبيل تعافي أوضاع مؤسسات وأجهزة الإعلام في الدول النامية وتيسير دمجها ودمج ما تبثه من مضامين ومعاني في مفاصل الحركة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمع.
5. الحاجة إلى انتهاج سياسات وخطط برامج تطبيقية تنتقل بالاعتراف والإقرار بهذا الواقع نحو خطوات عملية وتنفيذية وهي مسألة تتطلب بالضرورة توفير غطاء سياسي واقتصادي ودستوري لحماية حقوق الأفراد والجماعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمدنية وغيرها من الحقوق الأساسية ومن ضمنها الحق في الاتصال والحق في الإعلام.
6. الإسراع في تصميم سياسات ثقافية وإعلامية لا مركزية وهي دعوة يملها ما يمتاز به السودان من تنوع وتباين سكاني وبيئي ولغوي وثقافي وديني وإثني وأن يمنح القطاع الإعلامي كافة الحقوق والسند لإدارة هذه السياسة الثقافية والإعلامية اللامركزية والتعبير عنها وقيادتها.
7. استنفار كافة القوى الرسمية والشعبية وحث كافة الجهود العامة والخاصة واستنهاض الموارد البشرية والمادية المتاحة والنزول إلى أرض الواقع تعارفاً على مشاكله واقتراباً من حاجاته الفعلية ودراسة الخصائص السكانية والثقافية الإثنية لأجل التوصل إلى صيغ إستراتيجية لإدارة القطاع الإعلامي كواحد من القطاعات الحيوية في المجتمع المعاصر.

الدراسة الثانية:

إدارة التغيير في المؤسسات الإعلامية من منظور الإدارة بالأهداف والجودة الشاملة (دراسة تطبيقية على مؤسستي الإذاعة والتلفزيون في السودان 1995م-2007م)⁽¹⁾.

أهمية الدراسة:

ناقشت الدراسة تبعية المؤسسة الإعلامية لنظام الإدارة الحكومية وتهدف إلى تطوير نظم الإدارة المتبعة في هذه المؤسسة بما يجعلها مواكبة للمتغيرات .

تبويب الدراسة:

تتكون الدراسة من مقدمة وسبعة فصول وخاتمة .

الفصل الأول : الإدارة والمفاهيم والنظريات ومراحل التطور.

الفصل الثاني : التخطيط الاستراتيجي والجودة الشاملة.

الفصل الثالث : إدارة التغيير.

الفصل الرابع : أساليب إدارة التغيير.

الفصل الخامس : التطور الحكومي الإداري في السودان وتأثيره على المؤسسات الإعلامية.

الفصل السادس : القيادة الإدارية العنصر الحاسم في إحداث التغيير وإنجاحه.

الفصل السابع : الدراسة الميدانية.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج المتكامل : تاريخي مسحي – مقارنة وتم جمع البيانات مع مصادرها الطبيعية عبر ثلاث أدوات بحثية معتمدة هي :

1. الملاحظة.

2. الاستبانة.

3. المقابلة.

التوصيات:

1. إنشاء آلية قومية إستراتيجية للتخطيط الإعلامي تركز رعاية الدولة ودعمها للتوجهات العلمية الحديثة بجهازي الإذاعة والتلفزيون.
2. دمج القيادات العليا للأجهزة الإعلامية في منظومة المفاهيم الإدارية الحديثة لضمان التزامها مهنيًا برعاية وتطبيق هذه المناهج .
3. إنشاء إدارة متخصصة للتخطيط البرامجي في كل من الإذاعة والتلفزيون تعني بوضع الأهداف المدروسة ورسم الخطط الإستراتيجية ومتابعة تنفيذها.
4. وضع برنامج طموح لتدريب العناصر المنتجة في الداخل والخارج .
5. تكثيف البرامج والدورات لتعميم ثقافة الجودة والتغيير .
6. تشجيع البحث العلمي لصالح تطوير الأداء بالمؤسسة الإعلامية .
7. إدخال مواد لإدارة المؤسسات الإعلامية في مقررات كليات الإعلام والاتصال .
8. إجراء تقويم للتغييرات الإدارية الهيكلية المتكررة لكل من الإذاعة والتلفزيون
9. إعادة النظر في طرق الاختيار بما يعين على استقطاب العناصر المتميزة.

الدراسة الثالثة:

(1) عبد السلام محمد خير، إدارة التغيير في المؤسسات الإعلامية من منظور الإدارة بالأهداف والجودة الشاملة (دراسة تطبيقية على مؤسستي الإذاعة والتلفزيون في السودان 1995م، 2007م رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة امدرمان الإسلامية - 2008م

إدارة المؤسسات الإعلامية في السودان "دراسة تطبيقية على وكالة السودان للأنباء 1970 – 1985م⁽¹⁾.

أهمية الدراسة:

لقد ظلت الصحافة السودانية منذ العام 1930 – 1985م تخضع للضغوط الحكومية عن طريق القوانين أحياناً والإشراف المباشر أحياناً أخرى وكانت الحكومة تعمل على تسخيرها لخدمة أهدافها وبرامجها السياسية والاقتصادية وقد لعب ذلك دوراً كبيراً في تشكيل هياكل ونظم الأجهزة الإعلامية كما عملت الدولة خلال الفترة موضع الدراسة على خلق مؤسسات جديدة هي الأولى من نوعها في السودان وعليه فإن هذه الدراسة أتاحت الفرصة لجمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات المستمرة من واقع التجربة والممارسة المهنية في إدارة المؤسسات الإعلامية وتقييمها على ضوء الدراسات والأسس العلمية للإدارة.

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج التاريخي والمنهج المسحي.

هيكل الدراسة:

تتكون الدراسة من ستة فصول:-

1. الفصل الأول – الإطار المنهجي.
2. الفصل الثاني – نظريات الإدارة.
3. الفصل الثالث – النظم والسياسات الإعلامية والإدارية.
4. الفصل الرابع – وكالات الأنباء نشأتها وتطورها ونظمها.
5. الفصل الخامس – الإدارة في وكالة السودان للأنباء (الدراسة التطبيقية).
6. الفصل السادس (النتائج – الخاتمة – التوصيات).

نتائج الدراسة:

من أهم نتائج هذه الدراسة:

1. ظل النظام الإعلامي في السودان خاضعاً للسياسات والقوانين الإدارية التي تضعها وتنفذها أجهزة الدولة.
2. خلال فترة الدراسة كانت كل المؤسسات الإعلامية تخضع لسيطرة الحكومة وتعمل على تحقيق أهدافها.
3. إن المؤسسات الإعلامية تعمل في إطار من القانون الذي ينظم حركة المجتمع والقانون هو الذي يحدد مقدار الحرية التي تنعم بها هذه المؤسسات وقد أثر هذا القانون على تطور المؤسسات الإعلامية في السودان منذ نشأتها حيث خضعت للقيود الإدارية التي وردت في قانون الصحافة والمطبوعات لعام 1930م وما تبعه من قوانين مشابهة كان تعطي السلطة الحكومية الحق في تحديد نوع ملكية الصحف واقتصادياتها.
4. بالنسبة للتخطيط للسياسات الإعلامية كانت الوكالة تستهدى بالخط الإعلامي الذي تضعه الدولة أو الذي يحدده الاتحاد الاشتراكي وينوب عنه رئيس الجمهورية أو وزير الثقافة والإعلام.
5. في تنظيم وكالة السودان للأنباء لاحظ الباحث أن مدير الوكالة هي وظيفة تعادل درجة وزير دولة، وأن الرقابة في الوكالة رقابة ذاتية من داخل المؤسسة وتعتمد على فهم القياديين لدورهم ومسئولياتهم كموظفين في مؤسسة حكومية تنفذ سياسات وأهداف

⁽¹⁾ صلاح محمد إبراهيم، إدارة المؤسسات الإعلامية في السودان "دراسة تطبيقية على وكالة السودان للأنباء 1970 – 1985م رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، 2002م.

الدولة.

6. اعتمدت الوكالة في تمويلها ومشروعات تطويرها وميزانياتها على ما تقدمه لها الدولة من اعتمادات سنوية عند إجازة الميزانية العامة للدولة إذ أن الدولة كانت تعتبرها من أهم الأجهزة التي كانت تنفذ السياسات الإعلامية.

التوصيات:

1. ضرورة تخفيف القيود الرقابية وتمكين الوكالة من انتهاج معايير الموضوعية الأمر الذي يعزز مصداقيتها على المستويين الإقليمي والدولي.
2. ضرورة إتباع المعايير المهنية ومراعاة جانب الخبرة والممارسة في تعيين القياديين بالوكالة.
3. ضرورة مراجعة الأساليب الإدارية الحالية لعمل الوكالة وإتباع الاتجاهات الحديثة في الإدارة استناداً على الأسس العلمية في التخطيط والتنظيم.
4. وضع خطط قصيرة وطويلة المدى لتطوير الوكالة وفقاً لدراسات جدوى علمية يقوم بها خبراء ومتخصصون.
5. تفعيل مجلس إدارة الوكالة حتى يمارس دوره في التصديق على السياسات والخطط وبرامج العمل ومراجعة الأداء العام للوكالة.

الدراسة الرابعة:

السياسة الإعلامية في السودان وأثرها على الصحافة 1989 – 1996م⁽¹⁾.

أهمية الدراسة:

وجدت قضية الصحافة في المجتمعات ذات السياسة الإعلامية الموجهة اهتماماً كبيراً فقد اعتبرت سلاحاً من أسلحة التحديث والتطور. ولكي تقوم الصحافة بهذا الدور في مثل هذه المجتمعات فإن ذلك يتطلب مناخاً سياسياً معافى تجد فيه الصحافة ظروفاً موضوعية تمكنها من إنجاز مهامها والقيام بدورها وفقاً لطبيعة المجتمع الذي تصدر فيه وطبيعة المرحلة التي يمر بها هذا المجتمع على أساس أن هنالك مرحلة انتقالية تقع في مسار حركة تطور المجتمعات التي تمر من البدائية إلى مرحلة التحضر والعقبة الرئيسية التي تواجه الصحافة في مثل هذه المجتمعات تتمثل في التناقض الواضح بين أهمية وجود صحافة حرة وبين القيود الفعلية التي تفرض من جانب السلطات الأمر الذي ربما يؤدي في النهاية إلى قطع الطريق أمام المشاركة الفعلية للصحافة في قضايا المجتمع وتصبح سمة السلبية صفة تؤسم بها صحافة هذه المجتمعات.

ترجع أهمية هذا البحث لفترة الدراسة من يوليو 1989 – إلى 1996م لما شهدته من تنظيم المؤسسات الصحفية ووضع إستراتيجية إعلامية واضحة للبلاد ولأن هذه الفترة ظهرت فيها لأول مرة في السودان سياسة إعلامية شبه واضحة ومحددة الإطار وضبط الصحافة بقوانين ملزمة.

منهج الدراسة:

المنهج المستخدم هو منهج تحليل المحتوى وذلك عن طريق استخدام المنهج بشقيه الكمي

والكيفي.

هيكل الدراسة:

تتكون الدراسة من ثلاث فصول:

(1) هويدا محمد معوض، السياسة الإعلامية في السودان وأثرها على الصحافة 1989 – 1996م، رسالة ماجستير، جامعة القرآن الكريم، 2001م.

الفصل الأول – السياسة الإعلامية.

الفصل الثاني – السياسة الإعلامية في السودان في الفترة (89 – 1996م).

الفصل الثالث – (الدراسة التطبيقية).

الخاتمة.

نتائج الدراسة:

1. نصت السياسة الإعلامية للدولة على استخدام الصحافة كأداة للرقابة الشعبية واستخدام النقد والتوجيه لمكافحة السلبيات على أن لا يكون النقد مظهراً من مظاهر السلبية. وعلى الرغم من وضوح هذا الدور في الوثائق الرسمية للحكومة نلاحظ عجزاً واضحاً في الصحافة محل البحث عند ممارسة دورها في النقد. ولقد كان هذا العجز واضحاً خاصة في التحليل الكيفي لقضايا الوحدة الوطنية والمشاركة في السلطة.
2. ارتبطت السياسة الإعلامية في السودان ارتباطاً وثيقاً بالأهداف والمبادئ التي طرحتها الثورة بالمجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وبالتالي فإن دور الصحافة في المجتمع قد تحدد بواسطة أجهزة سياسية وتشريعية، ولكن تنفيذ هذه السياسة يقع على عاتق الصحفيين أولاً وأخيراً فهم المناط بهم تحمل هذه المسؤولية. وحتى لا تكون هذه السياسة مفروضة من أعلى لقد اشترك الصحفيون في وضعها بدءاً بقواعدهم العريضة وحتى قياداتهم.

التوصيات:

1. إن السياسة الإعلامية لا بد أن تشمل إشارة إلى ضرورة المنافسة الصحفية وقيامها بين الدور الصحفية المختلفة، وأن التنافس المطلوب هو التنافس المحمود الذي يعتمد على الخلق والإبداع وخدمة مصالح المجتمع لا التنافس التجاري الضار الذي يعتمد على الحط من قدر الدور الصحفية الأخرى. وهذا التنافس يخلق جواً صحافياً معافياً ويبعد الصحف عن التطابق في مجالات التحرير المختلفة.
- هناك خمسة نقاط يتطلبها تنفيذ السياسة الإعلامية وهي:
1. تنوع الصحف التي تصدر وقيام صحف جديدة متخصصة.
2. أن تعمل كل صحيفة تصدر على وضع سياساتها الصحفية الخاصة بها وأن تعمل من جانبها على جذب أكبر عدد من القراء وهذه السياسة الداخلية للصحفية هي التي تضمن الاختلاف بين الصحف شريطة أن تبتعد عن أسلوب الإثارة الصحفية حتى لا تحيد عن رسالتها الإعلامية.
3. التزام الصحفيين بميثاق شرف المهنة.
4. أن تلتزم الصحافة بالقضايا الرئيسية للمجتمع كقضايا الوحدة الوطنية والتنمية ونظم الحكم حيث أصبحت اليوم هي القضايا الشائعة التي تهتم بها المجتمعات النامية.
5. رفع مستوى الأداء الصحفي بحيث تتسع مقدرة الصحيفة على التأثير وهذا بالتالي يعتمد في المقام الأول على مقدرة الصحفيين العاملين بها وكفاءتهم وإلمامهم بأوضاع المجتمع خاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة تحول حضاري ومن هنا تتضح أهمية الإعداد المهني للصحفيين.

الدراسة الخامسة:

المؤسسية والمحددات المجتمعية للصحافة السودانية لأزمته 1903م – 1993م، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية⁽¹⁾.

⁽¹⁾ مرتضي الغالي الجعلي، المؤسسية والمحددات المجتمعية للصحافة السودانية لأزمته 1903م – 1993م، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية، 1999م.

أهمية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة المؤسسية والمحددات المجتمعية للصحافة السودانية والعقبات التي تواجهها في هذين المجالين بما أدى إلى تشكيل أزماتها وضمورها وضعها في المجتمع السوداني. وقد رأت أن الدراسة البحثية في مجال الصحافة السودانية على قلتها لم تتناول هذين المجالين على حيويتهما وانعكاسهما المباشر على صيرورة واستمرارية الكيان الصحفي في السودان. وبما أن النظر للصحافة في هذه الدراسة كان من المدخل المجتمعي، باعتبار أن الصحافة واحدة من بين أهم مؤسسات المجتمع المدني والتي يقوم (توطينها) في كل قطر على الواقع المجتمعي (السياسي والاقتصادي والديمقراطي) فإن الدراسة نظرت إلى تداخل علاقات الإعلام والمجتمع وتعرضت إلى مجالات ودراسات علم الاجتماع الإعلامي على حداته واختلاف مناهجه ومداخله.

المؤسسة الصحفية والإعلامية عامة تعد إحدى المؤسسات الهيكلية المجتمعية وهي كذلك في المجتمعات المدنية. إذا فإن البناء الاجتماعي المعاصر يتكون من مثل هذه المؤسسات ضمن مؤسسات المجتمع المدني الأخرى: (أحزاب، نقابات، هيئات ثقافية... الخ) وهذا يعني أنها في الوقت الذي تمثل فيه هيكلية قائمة بذاتها تتغلغل أيضاً بعمق داخل كل واحدة من المؤسسات المجتمعية الأخرى المؤسسة الاقتصادية – السياسية – الثقافية – الدينية – التعليمية، وتعد جزءاً أساسياً منها. ويتأثر نظام المؤسسة الإعلامية والصحفية في أي قطر نام بالقرارات والأوامر السياسية للسلطة الحاكمة مهما يكن نوع ودرجة هذا التأثير. ومن بين هذه القرارات والأوامر ما هو أنفذ تأثيراً على الصحافة ومؤسساتها وكذلك كم الناتج القومي الذي يتم استثماره في المؤسسات الإعلامية وأيضاً الإمكانيات الثقافية في المجتمع، ومثل هذه العناصر تمثل جانباً حيوياً وهاماً في عمل أجهزة الإعلام الموجهة للجماهير والمجتمع ومثل هذه الأوامر والقرارات السياسية ونظم الرقابة تؤثر على مؤسسة الصحافة وعلى مرجعيتها وعلى شرعية عملها ونفاذها وعلى اقتصادياتها ونظم إدارتها وتشريعاتها وعلى حريتها وانغلاقها وعلى مصادرها وعلى جماهيريتها وصفوتها.

واقترضت هذه الدراسة الإشارة إلى نشأة ووظيفة الصحافة في المجتمعات الغربية ومعايير عملها بين مؤسسات المجتمع المدني وكذلك في المقابل وضعها في المجتمع السوداني وأبنيتها عبر الفترة المختارة مجملًا لمراقبة انعكاسات البنية السياسية والاجتماعية والقانونية والاقتصادية والثقافية على الصحافة كمؤسسة يتحدد الكثير من أوضاعها وقوانينها من خارجها مع النظر إلى مؤسسة الصحافة من داخلها لبيان العقبات والمحددات المتواطئة مع الروادع الخارجية.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج التاريخي والمنهج التكاملي الوظيفي والمقابلة.

تبويب الدراسة:

تتكون الدراسة من ستة فصول دراسية:-

1. الفصل الأول: المقدمة المنهجية.
2. الفصل الثاني: نماذج المؤسسة الصحفية.
3. الفصل الثالث: نشأة الصحافة السودانية والمؤثرات المجتمعية.
4. الفصل الرابع: المؤسسة المهنية والمؤسسية المجتمعية.
5. الفصل الخامس: الصحافة السودانية – القيود والمحددات المجتمعية.

6. الفصل السادس: ناتج الأزمة وتحقيق الفرضيات.

نتائج الدراسة:

1. مفارقة طبيعة الصحافة السودانية من حيث البنية والأدوار للمؤسسية المجتمعية رغم أن الصحافة تعد من الكيانات الكبرى المعدودة في التوازن السياسي والاجتماعي وضبط السلطات بواقع الأداء والتقاليد والتشريعات والقبول المجتمعي والتأثير والمرجعية.
 2. أخفقت الصحافة السودانية كمؤسسة مجتمعية وكمؤسسة حرفية وكصناعة وهذا هو الذي جعلها حبيسة المجال السوداني وهي أن حققت شيئاً من المؤسسية المجتمعية والمهنية لاستطاعت أن تتجاوز قطرها إلى إقليمها وهذا ما لم يتحقق لها أبداً وكان هذا القصور مشهوداً لها على الساحة العربية والأفريقية والعالمية.
 3. استمرار الملكية الحكومية للصحف حتى التسعينيات واستمرار ضغوط التصديق على الملكية الخارجة عن نطاق الحكومة والدولة وعدم نهوض الملكية القائمة على التنوع.
 4. استمرار الهزال المؤسسي للصحافة.
 5. استمرار عدم التقنين والقبول المجتمعي والسياسي المتوازن واستمرار نظرة المجتمع السالبة للصحافة.
 6. استمرار احتكار المعلومات الحيوية عن مؤسسة الصحافة وإهمال حق حرية الصحف في الحصول على المعلومات.
 7. استمرار اهتزاز قوانين الصحافة وتدني مشاركة الكيان الصحفي في وضع قوانينه وإنفاذ موثيقه.
 8. استمرار انعكاس اضطراب البيئة السياسية والثقافية والاقتصادية على أوضاع الصحافة.
 9. استمرار غفلة الكيان الصحفي عن مهددات المؤسسية المجتمعية من حيث الضمور القومي والمركزية السلبية والمحلية القاصرة.
 10. فشل مؤسسة الصحافة في تحقيق الاستقلالية التي تتطلبها الصحافة والفاعلية التي يتطلبها الاستقلال المؤسسي.
 11. عجز مؤسسة الصحافة عن التقدم إلى مرتبة السلطة الرابعة التي تستطيع موازنة السلطات الأخرى في المجتمع بقوة وفاعلية واعتبار.
- وخلاصة ما تفرق في هذه الإشارات يؤكد أن كيان الصحافة لا زال يتشكل بعوامل من خارجه وبفعل مؤسسات المجتمع التي تستند إلى القوة المادية أو بقوى الدفع الذاتي للكيانات التقليدية والتعبير العشوائي لأجهزة المجتمع السوداني وهذه وتلك لا ينتظر من تفاعلاتها غير الموجهة أن تؤدي إلى تطور نوعي وتلقائي لمؤسسة الصحافة حيث لا زالت هذه القوى تنظر للصحافة بريية أو أن نظرتها وتعاملها مع الصحافة يتراوح بين العداء وعدم المبالاة وكان يمكن للصحافة أن تتحصن بالجمهور لبناء شرعيتها وتدعيم كيانها وهذا لم يتحقق بالقدر الكافي مع ضرورته فهي في حاجة للالتحام بالجمهور في حاجة للانفصام عن قوى ومؤسسات السلطة لتؤسس كيانها المستقل.

الدراسة السادسة:

نظم وسياسات الاتصال دراسة تحليلية لبنيات الاتصال في السودان⁽¹⁾:

أهداف الدراسة:

(1) هاشم محمد محمد صالح، نظم وسياسات الاتصال دراسة تحليلية لبنيات الاتصال في السودان، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، 1999م.

1. تحديد العوامل التي تؤثر في بناء السياسة الاتصالية.
2. بيان الأثر المتبادل بين السلطة والاتصال وأثر ذلك على وضع السياسات الاتصالية.
3. تحليل العوامل التي أدت إلى عدم رسوخ سياسات للاتصال في السودان رغم مرور قرابة القرن على معرفته للاتصال الجماهيري.
4. تحديد عناصر الثبات والقوة للسياسات الاتصالية السودانية وتنمية الأعراف والتقاليد التي لا يمكن لأي نظام حاكم تجاوزها.

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج التاريخي ومنهج تحليل المحتوى عن طريق استخدام المنهج (الكمي –

الكيفي).

نتائج الدراسة:

لقد خلصت الدراسة إلى نتائج عديدة من أهمها:

1. تنوع وسائل الاتصال وتعددتها في السودان نتيجة لما يتميز به السودان من مساحة شاسعة وموقع جغرافي وأثار تاريخية تؤكد ما للسودان من حضارة قديمة.
2. خدمة الإذاعة بشقيها ودورها في الفعاليات الوطنية في تحقيق استقلال السودان بقيام الحكم الوطني.
3. عدم تطور وسائل الاتصال في ظل الحكم الوطني نتيجة للصراعات السياسية بين الرموز التي أسهمت في صنع القرار.
4. إن وسائل الاتصال الحكومية لم تجزل العطاء إلا بقدر ما يخدم حاجتها.
5. بعد ضمور البرامج والمنح والمساعدات وقروض التنمية التي استخدمها نظام الحكم في تحديث وإضافة بعض الأجهزة والمعدات لوسائل الاتصال لم تتم أي إضافة مقدره لتقوية البنى الأساسية للوسائل منذ النصف الثاني من السبعينات وحتى النصف الثاني من التسعينات إلا عندما سعت حكومة الإنقاذ إلى اللحاق بركب الاتصالات الفضائية في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني.
6. لا بد من إعادة هيكلة وسائل الاتصال السودانية وكسر احتكار الحكومة لخدمات الاتصال من الوسائل الالكترونية الذي تم تقنيه بواسطة قانون هينتي الإذاعة والتلفزيون.
7. لا بد من وجود منظمات مهنية قوية ترتبط بنظيراتها على المستوى المحلي والإقليمي والدولي تحرس هذه المهنة وتضع من التدابير ما يمكنها من مواجهة تغول السلطة وتسلط الأحكام.

الدراسة السابعة:

دور الصحافة السودانية في الحركة الوطنية في الفترة 1937 – 1956م⁽¹⁾.

يدرس هذا البحث تحت عنوان دور الصحافة السودانية في الحركة الوطنية في الفترة 1937 – 1956م الدور الشامل الذي أدته الصحافة السودانية في الحركة الوطنية التي استهدفت تحقيق حرية القطر واستقلاله الوطني مع العمل على تطوير مختلف مجالات الحياة بعد سنين طويلة من التخلف والمعاناة وذلك على ضوء ظروف الواقع الذي كانت تعيشه البلاد في تلك الفترة.

أهمية الدراسة:

ترتكز أهمية الموضوع وحاليته على عدة اعتبارات شكلت الدافع المباشر لهذه الدراسة

(1) صلاح محي الدين محمد، دور الصحافة السودانية في الحركة الوطنية في الفترة من 1937 – 1956م، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة 1984م.

وتبلورت للباحث في العوامل التالية:-

1. الأهمية التاريخية للفترة من (1937 – 1956م) في تطور الحركة الوطنية في السودان وتلاحق أحداثها حتى تحقق للقطر استقلاله.
2. الخصائص المحددة التي أسهم بها الدور الصحفي في مسار أحداث تلك الفترة بما انعكس بالتأثير المباشر على ذلك المسار (سلباً وإيجاباً).
3. ارتباط ذلك بالمرحلة التي تجتازها البلاد (الآن) على صعيد العمل الوطني العام وعلى صعيد الدور الصحفي (المعاصر) وما يدور من جدل عن مدى وفائه بمتطلبات المرحلة ومسارها.
4. الفترة التي يدرسها هذا البحث تشكل قاعدة الأساس التي قام عليها بناء الصحافة الحديثة في السودان ولا بد إذن لأي جهود إصلاح وتطوير للصحافة السودانية ودورها في البناء والتطور الوطني من التعرف أولاً على تلك القاعدة التأصيلية والنموذج الذي قدمته في المبادرة والتصدي لتحديات مرحلتها بظروفها وأوضاعها المعينة فهي ذخيرة يحتاجها جيل الصحافة الوطنية (الجديد) مهنيًا وفنيًا لتأصيل أي جهود إنهاض وتحديث للصحف ووسائل الإعلام ودورها المأمول في المرحلة بظروفها ومتطلباتها.

تبويب الدراسة:

يتكون هيكل البحث من ستة فصول:-

- الفصل الأول: عن دور الصحافة السودانية في انشقاق تنظيم مؤتمر الخريجين العام وتبلوره.
- الفصل الثاني: تطور الأداء الصحفي في هذه المرحلة.
- الفصل الثالث: الصحف الحزبية في السودان: النشأة وأساليب الأداء.
- الفصل الرابع: تطور دور الصحافة الحزبية وأثره على مسار أحداث المرحلة.
- الفصل الخامس: صحافة المنظمات الفنية والمهنية وتجمعات المثقفين وأثرها على تطور العمل الوطني.
- الفصل السادس: الصحافة وتساعد العمل الوطني حتى الاستقلال.
- نتائج البحث ومقترحاته.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج التاريخي والمقابلة كما أفاد من استخدام (المنهج المقارن) واستخدام البيانات والجدول والنسب الرقمية من (المنهج الإحصائي) في بعض المواضع.

نتائج الدراسة:

[1] إن الصحافة الوطنية في السودان أدت دوراً متميزاً طوال المراحل الرئيسية التي مرت بها الحركة الوطنية تمثلت في:-

1. بلورت في المرحلة الأولى القيادة القومية للحركة الوطنية وعمقت دورها.
2. تبنت فكرة مؤتمر الخريجين العام وبلورته.
3. دفعت بالتنظيم الوليد وعمقت دوره جماهيرياً.
4. قومت خطاه ودعمت إنجازاته فقد شكلت الصحف طوال هذه المرحلة وسيلة العمل الجماهيري الرئيسية للحركة الوطنية بقيادة المؤتمر، تابعت إنجازاته في مجالات التعليم والخدمة الاجتماعية وتطوير الريف وإنعاشه وإذكاء حماس الجماهير للعمل الإيجابي بجهودها الذاتية فأنشئت المؤسسات والشركات التعاونية وطورت المرافق والخدمات وصحب ذلك جهود بحث ثقافية وفنية نشطة عملت على دعم مقومات الوحدة والتماسك القومي.
5. شكلت دوراً رئيسياً في العمل السياسي الحزبي وجهود التطوير والتحديث، فشكلت

المنابر الرئيسية جماهيرياً للعمل السياسي الجديد وأسهمت في تنوير الرأي العام وتطوير الممارسات والمفاهيم السياسية إلا أنها عملت في الناحية الأخرى على تعميق الخلافات والخصومات التي شهدتها الفترة مما قلل من فاعلية دورها الوطني في إطاره القومي العام.

6. نشأت الصحف المستقلة تعبيراً عن الواقع الجديد في مسار العمل الوطني بعد انقسام الصف ونشأة الأحزاب وصحفها فاتخذ أداؤها منذ البداية الطابع القومي وقد حرصت من خلال تطور أدائها الصحفي والتزام الدقة والموضوعية على تعميق دورها حيث كسبت ثقة القاعدة العريضة فشكلت منابر قومية حدت من مخاطر الانقسامات والخصومات الحزبية على مسار العمل الوطني وأهدافه العليا.

7. بذلت الصحف طوال المرحلة جهوداً جديدة صعبت أداؤها في ملاحقة الأحداث داخل القطر وخارجه فمكنت الجماهير من متابعة دقيقة مع الحرص على إبراز المعاني والدلالات خاصة في الفترة من إلغاء المعاهدة وحتى تحقق الاستقلال وحرصت على إبراز دور الجماهير العريضة مع طلائعها الجديدة من خلال استطلاعات الرأي والتحقيقات وصفحات الرأي وكان لذلك أثره في توجيه الأحداث وأسلوب تحديد مواقف الأحزاب وقادتها.

8. أدت الصحافة دورها كاملاً في التغطية والمتابعة والشرح والتنوير بالأحداث والتطورات منذ إجراء أول انتخابات عامة حتى تشكلت أول حكومة وطنية ثم اتجهت (تدعم وتعمق) من أداء الحكومة الوطنية لمهامها خلال الفترة الانتقالية مركزه على المهام الرئيسية وضرورة إنجازها فأولت أعمال "لجنة السودان" اهتماماً اسهم في إنجاز مهمتها سريعاً وبمجاح فتسلم الوطنيون مسؤوليات الإدارة والجيش والبوليس وغيرها وتم إجلاء الجيوش الأجنبية عن البلاد.

9. تابعت أداء الحكومة الوطنية لمهامها بالتقويم كما حرصت على إبراز النموذج الطيب في ممارسة المسؤوليات الذي كشفت عنه حكومة الأزهرى الوطنية الأولى فأشاعت مشاعر الطمأنينة بين الجماهير.

10. شارك الصحفيون من خلال اتحادهم كوطنيين مشاركة (ميدانية مباشرة) في المواقب والمظاهرات كما بادر اتحادهم بإصدار البيانات واتخاذ المواقف المناسبة حيال كل التطورات والأحداث وواجه الصحفيون المحاكمات والسجون والإنذارات والغرامات والتعطيل الإداري طيلة هذه الفترة على أساس أن ذلك جزء من دورهم الوطني الذي أصدرها الصحف من أجل الوفاء به في ظروف رقابة إدارية قاسية وإمكانات مادية شحيحة.

11. بادرت الصحف السودانية خلال تلك الفترة من خلال توظيف ملتزم لفنية الأداء بتوجيه مسار الحركة الوطنية وأحداثها من أبرز تلك المواقف مبادرة السودان الجديد (المبكرة) 1944م، حيث طرحت التيارات والمدارس السياسية السائدة قبل نشأة الأحزاب، ومبادرة صحيفة الرأي العام 1951م حيث أجرت استطلاعاً مبكراً حول شرعية نظام الحكم في السودان بعد إلغاء الاتفاقية والمعاهدة، مبادرة جريدة الأيام 1955م عن إمكانية إعلان الاستقلال أثر استقالة الحاكم العام البريطاني.

التوصيات:

ترتكز هذه المقترحات على ما كشفت عنه الدراسة من (ارتباط وتواصل) كبير بين القضايا المطروحة (الآن) في السودان على الصعيدين الحركة الوطنية العامة والدور الصحفي المعاصر ومدى وفائه بالمهام المناطة به وتتمثل في:-

1. إعادة النظر في التنظيم الحالي للصحف وعلاقتها بالاتحاد الاشتراكي السوداني فتاريخ الصحافة السودانية منذ نشأتها الأولى وتطورها بعد ذلك يؤكد على التزامها ووفائها

بخدمة مجتمعها والتصدي لقضاياها حسب متطلبات كل مرحلة فلا بد للجدل الحالي أن يأخذ ذلك العامل الهام ضمن حساباته عند الحديث عن (قصور) في الأداء الصحفي الحالي خاصة وقد أوضح جيل الصحافة الحالي أن القصور هو في نوع العلاقة القائمة الآن مع السلطة والأجهزة ونقطة البداية لإطلاق طاقات الصحافة لتؤدي مهامها بشجاعة والتزام بالوطن ومعاونة شعبه أن يعاد النظر في نوع العلاقة القائم الآن بينها والاتحاد الاشتراكي ونقترح لذلك أن يمكن الصحفيون من تكوين اتحادهم المهني بحرية حتى تتاح لهم فرصة حقيقة لصياغة نوع جديد من التنظيم.

ونقترح ثانياً أن تقوم لجنة يمثل فيها الصحفيون واتحادهم والاتحاد الاشتراكي وخبراء وعلماء من ذوى الاتصال والشخصيات الوطنية من الأحياء من أولئك الذين أنشأوا هذه الصحف وخدموا متطلبات قضايا الوطن في ظروف أشد قسوة وبإمكانيات أفقر توكل لهذه اللجنة مهمة إيجاد (صيغة) عملية جديدة (لنظام صحفي جديد).

2. أن تتولى المؤسسات التربوية والثقافية إعادة بعث تراث الأمة وتوصيله في (إخراج حديث) للجيل الجديد من خلال المؤلفات والمادة المطبوعة والرسائل الإعلامية بمختلف وسائلها وأنماطها.

3. أن تدعم شعبي الصحافة والإعلام في جامعتي أم درمان الإسلامية والخرطوم ومعهد التدريب الإعلامي بوزارة الثقافة والإعلام ضمن مناهج الدراسة المتخصصة (مادة تاريخ الصحافة).

4. إدخال مادة تاريخ الصحافة السودانية ضمن المناهج الدراسية بمعاهد التربية وذلك كإسهام "علمي تربوي" لسد الفجوة القائمة الآن في تواصل التراث القومي في السودان ولحاجة الجيل الجديد للتعرف على نماذج ذلك التراث النضالي والظروف القاسية التي واجهها.

5. مواصلة الدراسات المنهجية حول خصائص وسمات الأداء الصحفي وما تحقق من مبادرات.

الدراسة الثامنة :

السياسة الإعلامية في مصر منذ قيام ثورة 23 يوليو سنة 1952م وحتى 15 مايو 1971م وأثرها على الفن الصحفي في الفترة نفسها مع تصور لأسس سياسة إعلامية مستقبلية⁽¹⁾.

أهمية الدراسة:

اهتمت هذه الدراسة بالسياسيات الاتصالية التي تتبعها دول العالم الثالث والتي تؤثر على أحواله الاجتماعية والثقافية والاقتصادية سلباً أو إيجاباً حسب نوعية هذه السياسة .

تبويب الدراسة :

اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وستة فصول وخاتمة .

الفصل الأول: مفهوم السياسات الاتصالية، وتعريفها -خصائصها، علاقتها بحرية الاتصال ،العلاقة بينها وبين مفهوم تخطيط الاتصال .

الفصل الثاني: (رسم سياسات الاتصال في دول العالم الثالث متطلبات وضع سياسات الاتصال) (المبادئ التي تراعى في صياغة سياسات اتصال واقعية).

الفصل الثالث : البعد الإعلامي كبعد من أبعاد السياسية الاتصالية لدول العالم الثالث

(1) ليلي عبد المجيد، السياسة الإعلامية في مصر منذ قيام ثورة 23 يوليو 1952م وحتى 15 مايو 1971م، وأثرها على الفن الصحفي في الفترة نفسها مع تصور لأسس سياسة إعلامية مستقبلية، رسالة دكتوراه منشورة جامعة القاهرة، 1982م

الفصل الرابع : الرسالة : البعد الثاني للسياسة الاتصالية المعايير الفنية .

الفصل الخامس : صياغة الرسالة الاتصالية

الفصل السادس : السياسات الاتصالية في مصر

منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج التاريخي والمنهج المقارن و عدة أدوات بحثية تمثلت في تحليل الوثائق الرسمية كالدساتير والقوانين والموثائق والقرارات الرسمية والمذكرات الشخصية وخطب المسؤولين والصحف إضافة إلى بعض المقابلات الشخصية .
التوصيات:

توصل الباحث من خلال دراسته إلى عدة توصيات أبرزها ما يأتي:

1. أن تكون السياسة الإعلامية مجرد إطار لتنسيق أوجه النشاط الإعلامي يتيح قدرا من المرونة ويفسح المجال أمام اختيار الطرق التي يمكن إتباعها وتراعي التغييرات المستمرة في الظروف الاقتصادية والاجتماعية مع تجنب أن تتحول هذه السياسة إلى تخطيط مركزي صارم .
2. أن تضع السياسات الإعلامية في اعتبارها قدرات الدولة وإمكانياتها والتكاليف المتوقعة لنظم الاتصال وعائدها وحجم الموارد التي ستخصصها الدولة لأوجه نشاط الاتصال وتحاول المواءمة بينها .
3. أن يقوم النموذج الاتصالي على المشاركة الجماهيرية لأعلى، نقل القنوات والاعتقادات، أو أسلوب التعبئة مع تجنب الاختصار على النموذج الراسي في الاتصال.
4. متابعة التغييرات السريعة والمستمرة في تكنولوجيا الاتصال واختيار المناسب منها لظروف مصر .
5. أن تراعى السياسة الإعلامية المصرية مبادئ الاتصال الدولية المتفق عليها والتي قبلتها مصر من ذلك الامتناع عن الحض على الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية أو التحريض على التمييز في المعاملة أو على العداء أو العنف أو الحرب.

خاتمة:

يلاحظ من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث ما يأتي:-

- قدمت هذه الدراسات نتائج هامة حول تأثير النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية على وضع السياسة الاتصالية في السودان.
- دعت إلى إنشاء آلية قومية إستراتيجية للتخطيط الإعلامي تعمل على دعم جهازي الراديو والتلفزيون.
- حثت على تشجيع البحث العلمي لصالح تطوير الأداء في المؤسسات الإعلامية السودانية.
- أشارت إلى استمرار انعكاس اضطراب البيئة السياسية على أوضاع وسائل الإعلام.
- أكدت على خضوع النظام الإعلامي في السودان للسياسات والقوانين الإدارية التي تضعها وتنفذها أجهزة الدولة.
- وقد أوصت معظم الدراسات السابقة على ضرورة تخفيف القيود الرقابية على وسائل الاتصال في السودان وضرورة مراجعة اللوائح والقوانين التي تحكم عمل تلك المؤسسات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- غطت الدراسات التي تم استعراضها جوانب مختلفة تتطرق إلى موضوعات ذات صلة بما يهدف إليه هذا البحث ضمن ما يتعلق بالسياسات الاتصالية في السودان.
- وأظهرت تلك الدراسات أهمية الإدارة الفعالة للمؤسسات الإعلامية وأثرها على أداء وتطور الوسائل الاتصالية في السودان.
- وقد ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على تحديد مشكلة البحث وأهدافه وكذلك صياغة تساؤلاته كما ساعدت على استنباط بعض قواعد القياس النظري المستخدمة ضمن هذا البحث.
- كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تصميم (الاستبانة) الخاصة بصياغة أسئلة المقابلات المتعلقة بموضوع البحث وتحديد أهم ما يمكن أن تتناوله الاستبانة والتركيز عليها.
- كذلك ساعدت ضمن عرض ومناقشة نتائج هذا البحث على توضيح وتفسير النتائج. كما ساعدت في إطار توصيات هذا البحث على تقديم مقترحات تهدف إلى وضع سياسات اتصالية واضحة المعالم تتناسب مع طبيعة ودور وسائل الإعلام الفعال في المجتمع.

الفصل الثاني

مفهوم السياسات الاتصالية

المبحث الأول السياسات الاتصالية

مفهوم السياسة:

والفرنسية (Politics) مصطلح السياسة في اللغات الغربية ومنها الانجليزية مشتقة من تسميات لاتينية ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أصول هي: (Politique) وتعني المدينة وهي الوحدة السياسية أي الدولة في اليونان القديم حيث عرفت (Polis) 1/ بولس بدولة المدينة.

وتعني الأشياء السياسية ومنها على سبيل المثال الدستور (Politiek) 2/ بولتيكا (Republic) والسيادة (Government) والحكومة (Constitution) (Sovereignty)

ويعني فن السياسة أو السياسة ممارسة عملية ومن ثم فان مصطلح (Politieke) 3/ بولتيك السياسة يجمع بين الوحدة السياسية ومكونات السياسية والسياسة ممارسة عملية.

أما في اللغة العربية فكلمة (سياسة) وردت في مادة ساس يسوس - سياسة فهو سانس ويعني القيام بتدبير أمور الناس بما يصلحهم بصفة عامة، وقد ورد في الأدب العربي في العصر الجاهلي مترادفات أخرى ترمز لمداول واحد هي ممارسة السياسة منها الرئاسة والريادة والزعامة والقيادة والملك. (1)

والسياسة طريقة يمكننا من خلالها أن نفهم وننظم شئوننا الاجتماعية لا سيما فيما يتعلق بتخصيص الموارد الشحيحة والمبادئ التي توضع لهذا الغرض وكذلك الوسائل التي تستطيع من خلالها بعض الجماعات والأفراد السيطرة على الوضع أكثر من الآخرين. وهي وثيقة الصلة بحقول أخرى من المعرفة كالاقتصاد (العلاقات المادية) والاجتماع (العلاقات الاجتماعية) والجغرافية (البعد المكاني) والتاريخ (البعد الزمني) وهي فن قراءة الماضي ورصد الحاضر للوصول إلى رؤية بخصوص المستقبل.

السياسة نشاط تقوم به منظمات أو أطراف محددة يتعلق بالمنظرات حول بعض المسائل وحول ما إذا كانت الإجراءات المتخذة إزاءها معقولة أو يجب إلغاؤها. وهي فن الحكم أو الرياسة (2). وتهتم بالترتيبات التي تنظم شئوننا الاجتماعية ودرجة سيطرة الأفراد والجماعات على هذا التنظيم وهي حياة ونظام قانوني وليست شيئاً يدور في الفراغ ومظهر من مظاهر الحياة تتأثر بها وتؤثر فيها. (3)

تحدث بعض الكتاب في مجال السياسة عن أن هنالك ثلاثة أشكال للسياسة تتمثل في :-
1/ السياسة الطبيعية والتي تعنى حمل الناس على مقتضى الغرض والشهوة بما يحقق الاستبعاد والمصالح الفردية.

(1) صلاح الدين عبد الرحمن الدومة - المدخل إلى العلوم السياسية - مطبعة ج تاون - الخرطوم - 2003م - ص6.

(2) إسماعيل عبد الفتاح - د/ محمود منصور هبة - النظم السياسية وسمات الإعلام - مركز الإسكندرية للكتاب - الإسكندرية - 2005 - ص10.

(3) نفس المصدر السابق - ص 120..

2/ السياسة العقلية والتي تشير إلى حمل الناس على النظر العقلي في جلب المصالح الدنيوية ومنع المضار من أجل النفع في الدنيا فقط (للمجتمع وليس للفرد).

3/ السياسة الشرعية والتي تنصب على حمل الناس على مقتضى النظر الشرعي في مصالحهم الأخروية والدنيوية من أجل النفع في الدنيا والآخرة.

والسياسة بصفة عامة عند الكتاب الغربيين تشمل الوحدة السياسية مضافاً لها الأشياء السياسية مثل الدستور والحكومة والممارسة السياسية.⁽¹⁾

تعمل وسائل الإعلام على تكامل المجتمع بتنمية الاتفاق بين الأفراد والجماعات على المبادئ الأساسية والقيم والاتجاهات وهي إذ تقوم بتعريف المسؤولين بمشاكل المجتمع فإنها تقوم في الوقت نفسه بتوسيع الحوار بين الساسة والمحكومين وتعريف الأفراد بالسياسيات والإجراءات الرسمية.

وتتباين نظرة الدولة إلى وسائل الإعلام لعوامل متعددة

- 1/ طبيعة القيم الوطنية والقومية حيث تعتبر وسائل الإعلام أدوات أساسية للتعبير عنها.
- 2/ طبيعة النظام السياسي القائم وفلسفته وموقفه تجاه وسائل الإعلام سواء بمنحها الحرية أو السيطرة عليها بعبارة أخرى موقف النخبة واتجاهاتها إزاء وظيفة وسائل الإعلام.
- 3/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للأفراد.⁽²⁾

أصبحت وسائل الإعلام احد المكونات الأساسية للجهاز السياسي للدولة المعاصرة حيث تستخدم كأداة للبناء الاجتماعي والتحول الحضاري والاقتصادي والسياسي، وتعمل على ربط الجماهير وتنويرها بحقائق التحول، وتسهم في دعم الجهود المبذولة لقيام الوحدة الوطنية بنشر القيم الثقافية والفكرية الموحدة وتوسيع آفاق المواطن ونقله من المحليات الإقليمية الضيقة إلى آفاق قومية وعالمية.

تقوم العديد من الهياكل الإعلامية بالنشاط الإعلامي والاتصالي في أي دولة كالمؤسسات الصحفية والإذاعية وأجهزة الخدمات المختلفة (زراعية – صحية – اجتماعية وغيرها...) الأمر الذي يقتضي ضرورة وجود سياسة اتصالية تضمن التنسيق بين أوجه نشاط هذه الأجهزة والهياكل وتحول دون تضاربها أو تكرارها.

ونقصد بالسياسة الاتصالية هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم ورقابة وإدارة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري ومن أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة.⁽³⁾ وفي نظر خبراء اليونسكو هي: (مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تشتق (تستنبط) من شروطها الأيديولوجيا السياسية والقيم التي تركز إليها بلد ما)⁽⁴⁾.

كما تعرفها اللجنة العربية لدراسة قضية الإعلام والاتصال بأنها: (القاعدة السياسية للعمل الإعلامي وإطاره العام، حيث يمكن من خلالها وضع الإستراتيجيات والخطط المرحلية والتنفيذية

⁽¹⁾ صلاح الدين عبد الرحمن الدومة – المدخل إلى العلوم السياسية – مصدر سابق – ص 8.

⁽²⁾ ثروت مكي – الإعلام والسياسة – مصدر سابق – ص 54.

⁽³⁾ الطيب حاج عطية وآخرون – السياسات الإعلامية في السودان – مصدر سابق – ص 13.

⁽⁴⁾ حميد جاعد الدليمي – التخطيط الإعلامي – المفاهيم والإطار العام – دار الشروق 1980م – ص 73.

للعملية الإعلامية والاتصالية، وهي الضابط لتوازن هذه العملية وشمولها، هدفاً وأسلوباً، ووضع أولوياتها في ضوء حاجة البلاد وأهدافها في مختلف المجالات⁽¹⁾.

ويعرفها (أبو أصبع)⁽²⁾ بأنها: (الأسس والقيم والمعايير التي تسعى إلى تحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية، وفق مراحل زمنية، ويسير على هديها النشاط الإعلامي والاتصالي في سياق سياسي وثقافي واقتصادي).

وتعرف أيضاً بأنها: (الاختيارات التي على ضوءها تعتمد خطط الإعلام، وهي في نفس الوقت جزء من خطط الإعلام يتعلق أشد التعلق بالأهداف وتحقيقها، وإذا كانت السياسة هي فن الممكن فإن سياسة الإعلام هي أفضل الممكن في مجتمع معين، لتحقيق أهداف معينة بالوسائل المتاحة، وقد جرى العرف في لغة الإعلام على استخدام سياسات دالة على الاختيارات أو الأسس التي يتم على ضوءها الاختيار)⁽³⁾.

ويذهب (د. راسم)⁽⁴⁾ إلى أنها: (الممارسات الواعية والمدرسة والسلوكيات الاتصالية في مجتمع ما والتي تهدف إلى تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية من خلال الاستخدام الأمثل للإمكانيات أو المصادر البشرية أو الطبيعية المتاحة في المجتمع.

ولا يعنى ما سبق أن تكون هذه السياسة مقننة ومكتوبة، في وثيقة ما، بل أن هذا نادراً ما يحدث حتى الآن، وطبيعي أن عدم وجود هذه الوثيقة لا يعنى عدم وجود سياسة، ولكنه يعنى أن تكون الصورة غامضة غير واضحة المعالم، وهو ما ينبغي أن نبذل الجهود لتفاديه⁽⁵⁾.

كما يمكن أن نعرفها على أنها مجموع الممارسات الواعية والمدرسة والسلوكيات الاتصالية في مجتمع ما بهدف تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية من خلال الاستخدام الأمثل للإمكانيات أو المصادر البشرية والطبيعية المتاحة في المجتمع⁽⁶⁾.

ولا يعنى ما سبق أن تكون هذه السياسة مقننة ومكتوبة في وثيقة ما، بل أن هذا نادراً ما يحدث حتى الآن وطبيعي أن عدم وجود هذه الوثيقة لا يعنى عدم وجود سياسة ولكنه يعنى أن تكون الصورة غامضة غير واضحة المعالم، وهو ما ينبغي أن نبذل الجهود لتفاديه⁽⁷⁾.

والسياسة الاتصالية كسياسة تفصيلية هي السعي السلمي المتواصل المقصود الرامي لتنزيل العقيدة الأيدلوجية والفكرية والثقافية إلى مع عملية إدارة الواقع الاجتماعي وتعيينها مع وتقود

⁽¹⁾ اللجنة العربية لدراسة قضية الإعلام والاتصال في الوطن العربي: نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال - تونس 1978م ص 193 - 194.

⁽²⁾ المصدر السابق - ص 66.

⁽³⁾ محمد سعيد محمد - المسؤولية الإعلامية في الإسلام (مكتبة الخانجي بالقاهرة - ط أولى - 1403هـ - 1983م) - ص 210.

⁽⁴⁾ راسم محمد الجمال - الاتصال والإعلام في الوطن العربي (مركز دراسات الوحدة العربية - ط الأولى - 1991م) - ص 44.

⁽⁵⁾ عاطف العبد - إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية - دار الفكر العربي - القاهرة - 2004م - ص 134.

⁽⁶⁾ ليلى عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - دار الطباعة العربي - القاهرة - 1986 ص 3.

⁽⁷⁾ عاطف العبد - مصدر سابق - ص 134.

وتعين عملية إدارة وتطوير الواقع الاجتماعي من خلال عملية اخذ وعطاء دائب يتمثل في التعبير عن الذات في بيئتها والتلقي الراشد عن الآخرين.⁽¹⁾

فالسياسات الاتصالية لا تشكل من فراغ بل تنبع من الاحتياجات الإنسانية الأساسية وتضع في اعتبارها الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للبيئة الخاصة بها ويجب أن تحافظ في كل لحظة على التوازن بين ضرورة التجديد والحاجة إلى الاستمرار⁽²⁾ ولا بد لها من خطة منظمة ودقيقة ومتواصلة ومستمرة حسب حاجة المجتمع وهي لا تعني بالضرورة فرض تخطيط مركزي صارم بل قد تكون مجرد إطار ملائم لتنسيق أوجه النشاط يتيح قدراً من المرونة ويفسح المجال أمام اختيار الطرق التي يمكن إتباعها.

تكمن أهمية رسم سياسة اتصال شاملة في أنها الوسيلة المثلى لتحقيق قدر عال من الفعالية للمراسلات الإعلامية المختلفة وتفاذي التناقض أو التكرار مما يؤدي إلى إهدار الموارد البشرية⁽³⁾.

وتكتسب السياسة الإعلامية الكثير من خصائص السياسة العامة ومنطقها في المبادرة والحوار، وتقترب كثيراً من الصيغ الدبلوماسية وسلوكها التي تأخذ بقاعدة (فن الممكن).. وليس هناك شك بأن خصائص السياسة الإعلامية وما تمتاز به من مرونة وقدرة على تصحيح النهج السياسي، يوفر أبعاداً جديدة للنشاط الإعلامي وحركته، ففي المجتمعات الديمقراطية أتيح للإعلام بفضل المرونة التي يتمتع بها أن يمارس دوراً قيادياً في التوجيه والتعبئة السياسية، وفي مجتمعات أخرى احتل الإعلام بفعل القدرة والمرونة التي يمتاز بها دوراً تربوياً وثقافياً في توجيه البرامج ونقل المعلومات، إضافة إلى التجارب العلمية والعملية، وساهم الإعلام أيضاً عبر التزامه القومي الإستراتيجي في إبراز الشخصية القومية والثقافية لشعوب وأمم، كذلك استطاع أن يزاوج بين ثقافات وقيم وعادات متباينة لتدعيم السياسات الإستراتيجية في إطار دعم الأهداف والمصالح القومية للدول الجديدة⁽⁴⁾.

والأساس في أي إستراتيجية إعلامية للتطوير السياسي هو تحويل نظام الإعلام التقليدي إلى نظام إعلامي حديث، والعمل على ربط وسائل الإعلام الحديثة بنماذج الاتصال الشخصي وغير ذلك من أساليب الإعلام التقليدية سوء كان الهدف استخدام وسائل الاتصال لتسهيل تحقيق السياسات الحكومية، أو العمل مباشرة على وصول أو سريان الرسائل الإعلامية في جميع أنحاء المجتمع لتدعيم وتقوية التنظيم السياسي⁽⁵⁾.

إن التطابق بين السياسة العامة والسياسة الإعلامية يمثل شرطاً ملازماً لكليهما في الممارسة والتعامل مع الواقع الاجتماعي وحركته، وفي التكوين الفكري والثقافي، وشروط نموه وتطوره وإذا أسقط مخطوط الإعلام ذلك من حسابهم فإنه يصعب الحديث عندئذٍ عن مؤسسات وسياسات إعلامية عملية واضحة⁽⁶⁾.

(1) الطيب حاج عطية وآخرون - السياسات الإعلامية في السودان - مصدر سابق - ص 9.

(2) عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الاتصالية - مكتبة المدينة - القاهرة - 1987م.

(3) عاطف العبد - مصدر سابق - ص 139.

(4) عاطف العبد - مصدر سابق - ص 139.

(5) جيهان أحمد رشتي - مصدر سابق - ص 171.

(6) حميد جاعل الدليمي - مصدر سابق - ص 67، ص 68.

ولكل بلد سياساته الاتصالية ولكن في بعض الأحيان تكون كامنة غير ظاهرة وغير مترابطة أو ضمنية تفهم من الممارسات وقد تكون في أحيان أخرى واضحة في التشريعات والداستاتير ومواثيق السلوك المهني والقواعد والإجراءات.⁽¹⁾

يتطلب وضع سياسات الاتصال عدد من الأمور في مقدمتها تحديد الأهداف والاحتياجات ويرتبط بذلك تحديد أهداف المجتمع وتحديد من الذي يقرر أهداف المجتمع واتجاهه هل هو فرد أم جماعة؟ ويحتاج تحديد الاحتياجات للدراسات والبحوث لربطها باحتياجات خطط التنمية واحتياجات الجمهور وتحديد الأولويات التي تختلف من بلد لآخر.⁽²⁾ بالإضافة إلى تحديد قدرات الدولة وإمكانياتها ويقتضي هذا معرفة كافية بالوضع الحقيقي للمجتمع حتى يمكن العثور على الحلول التي تتفق مع الاحتياجات.

تحديد التغطية الجغرافية أي المدى الجغرافي الذي تستهدف السياسة الاتصالية تغطيته والجمهير التي يهدف نظام الاتصال إلى الوصول إليها من حيث سماتها السيكلوجية والاقتصادية ومن حيث الجنس والمهن وانتماءاتها الحضرية أو الريفية ومعتقداتها بهدف الإجابة على سؤال (من أجل من توضع السياسة الاتصالية؟).⁽³⁾

ارتباط السياسة الاتصالية بالسياسة الاجتماعية بحيث تتبع وتتصل مباشرة بأهداف النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره إضافة إلى المزج بين التجربة العملية في الماضي في مجال الاتصال والنظرة المستقبلية بحيث تتم تقييم انجازات الماضي وإمكانات الحاضر واحتمالات المستقبل.⁽⁴⁾

توضيح تكاليف نظم الاتصال وعائدها وحجم الموارد العامة التي ستخصص لأوجه نشاط الاتصال وبالذات لإقامة البنى الأساسية ومدى توافر التسهيلات التقنية التي تستخدم في إنتاج الوسائل الإعلامية وتوزيعها واستقبالها ويدخل في هذا عمليات إنتاج المعدات واستيرادها وبيعها. مع الاهتمام بتحديد القائمين بالاتصال والتعرف على قيمهم الخاصة وسياسات الاتصال التي يؤدونها وتحديد عدد المهنيين والفنيين المتوقع الحاجة إليهم ونوعياتهم ومستوياتهم وأسلوب تدريبهم مع الأخذ في الاعتبار تحديد الاحتياجات من الباحثين والمدرّبين الذين يتولون القيام بالتدريب على مهارات الاتصال كذلك تحديد احتياجات مؤسسات الإنتاج والتوزيع الاتصالية من حيث التمويل والأفراد والمعدات وتقسيم هذه العملية طبقاً لوسائل الاتصال (الراديو – التلفزيون – الصحافة) وأسلوب التحكم أو السيطرة على هذه الوسائل (عام – خاص) ومصادر الدخل والتمويل (رخص – إعلان – دعم من الدولة....).⁽⁵⁾ ولمن ستعطي الدولة حق الإذاعة (المسموعة والمرئية) وحق الصحافة؟ هل ستقوم الدولة نفسها بهذا النشاط أم ستحول هذا الحق إلى هيئة عامة أم هل ستعطي هذا الحق للأفراد أو الهيئات الخاصة كالهيئات الدينية والتعليمية والسياسية شريطة أن تخضع لقدر من الإشراف الحكومي، أم هل ستفضل الدولة مزيجاً من هذه الطرق؟ وكيف سيتم التمويل؟ هل سيتم عن طريق دعم من الدولة بتخصيص جزء من ميزانية

⁽¹⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص5.

⁽²⁾ سياسات الاتصال - تاريخ الزيارة 9 / 1 / 2010م www.iseco.org.ma/page-8.

⁽³⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص 110.

⁽⁴⁾ تاريخ الزيارة 9 / 1 / 2010م - www.iseco-org-ma/arabe/publications/cominfo/page-9

⁽⁵⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص114.

الدولة للإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة؟ أم عن طريق إعانة حكومية تساهم بها الدولة؟ أم ستقوم الدولة بفرض ضريبة على أجهزة الاستقبال فاتورة استهلاك التيار الكهربائي؟ أم سيتم التمويل عن طريق الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية وبالصحافة المطبوعة؟ أم ستلجأ الدولة إلى اختيار مزيج من تلك الطرق؟ ومن سيحدد سياسة البرامج الإذاعية والتلفزيونية هل هو جمهور المستمعين والمشاهدين الذي يمكن التعرف على آرائه عن طريق دراسات الجمهور وبحوث المستمعين والمشاهدين؟ أم ستحددها الدولة وفقاً لما تراه أفضل وأكثر نفعاً للجمهور؟ وهل ستشارك الدولة الهيئات الدينية والتعليمية والاجتماعية والفنية في اتخاذ هذا القرار؟ أو هل سيتم تحديد السياسة البرمجية على أساس جغرافي أو ثقافي أو سياسي؟ أم ستلجأ الدولة إلى الأخذ بمجموعة من هذه الطرق.

كما يؤخذ في الاعتبار عند وضع السياسات الاتصالية تحديد المبادئ والمعايير والقيم التي تستهدف السياسة الاتصالية تأكيدها بحيث تشمل هذه المعايير:-

1/ معايير تحدد الوظائف الاجتماعية للنظام الاتصالي ومضمون رسائله وتنعكس عند اتخاذ بعض القرارات الخاصة ببعض القضايا مثل الأخذ بنظام الاتصال ذي الاتجاه الواحد أو ذي الاتجاهين الذي يهتم برجع الصدى.

2/ معايير تتصل بتدفق الوسائل الاتصالية داخل النظام الاتصالي أي القواعد التي تقوم عليها عملية اختيار الرسائل الإعلامية وصياغتها مثلاً هل تسمح هذه المعايير بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال؟

3/ معيار الرقابة على النظام الاتصالي ومدى سماحها للأقليات بالتعبير عن آرائها في إطار احترام رأي الأغلبية والمصلحة العامة.

4/ عملية حراسة البوابة وكيفية اتخاذ قرارات النشر وما يسمح أو لا يسمح بنشره وطريقة تقديم المعلومات ونشرها.

5/ تحديد القيم الوطنية والثقافات المطلوب حمايتها وتوفير فرصة التعبير عنها وتحديد القيم غير المرغوب فيها وكيفية التصدي لها.

6/ تحديد معايير تدفق المعلومات من وإلى البلد والقيم المراد توجيهها للدول الأخرى والتي تنعكس في برامج التبادل والتوزيع الدولي. وينبغي أن تنبع هذه القيم من الالتزام بمبادئ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وأن تضع في اعتبارها اختلاف الأيدولوجيات السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية من بلد لآخر. وأن تكون هذه القيم مرنة قابلة للتطور والتغيير مع اختلاف الاحتياجات الاجتماعية واحتياجات الجمهور.⁽¹⁾

ومن الضروري أن تخضع السياسة الاتصالية لمناقشة مستمرة ومفتوحة تستهدف التقييم والتصحيح في منتصف الطريق إذا كان هذا ضرورياً.

كذلك لا بد أن ترتبط سياسات الاتصال بأهداف التنمية الشاملة وخططها والتكامل بين السياسة الثقافية والسياسة الاتصالية، وهذا التكامل تمليه فلسفة الاتصال ومبدأ ديمقراطية الثقافة الذي قرره ميثاق إعلان حقوق الإنسان. وبحيث يحتوي النظام الاتصالي على مضمون ثقافي. في الوقت نفسه تستخدم الثقافة وسائل الاتصال في نقل مضمونها بدون تناقض.⁽²⁾ والحفاظ على القيم

⁽¹⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص16.

⁽²⁾ نفس المصدر السابق - ص16.

والذاتية الثقافية وحماية الثقافة الوطنية وتعزيزها دون الغزو الثقافي وفرض اتجاهات اجتماعية ونماذج سلوكية قد تعوق التنمية وتؤدي إلى استمرار أوضاع الظلم الاجتماعي والتبعية وفي الوقت نفسه فإن هذا لا يمنع من الانفتاح على الثقافات الأخرى دون الاعتماد الكلي على الإنتاج الثقافي المستورد وقبوله بلا تمحيص.⁽¹⁾

ولابد أن تستهدف سياسات الاتصال إصلاح التربية بما يتطلبه ذلك من تنمية ملكات التعليم الذاتي والتفكير العلمي وفهم المشكلات ومواجهتها والانتقال من التلقين إلى تطوير الشخصية ومن التربية المحدودة إلى التربية الشاملة، ومن التربية الاستهلاكية إلى التربية الإنتاجية. والتأكيد على بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة وليس على فرض الاعتقادات وذلك بعدم الاقتصار على النموذج الراسي في الاتصال وإتاحة الفرص للمشاركة الشعبية في الاتصال وتحقيق ديمقراطية الاتصال للتخلص من سلبية الاتجاه الواحد. وتدعيم القيم الروحية واختيار اللغات التي يفهمها أفراد المجتمع والتقليل من الرسائل الإعلامية المتدفقة من أعلى إلى أسفل واستبدال الاتصال الراسي باتصال أفقي ويراعى كذلك التنسيق بين سياسات الاتصال الوطنية وبين مبادئ الاتصال الدولية بدعم السلام والتعاون الدولي فتمنع الحض على الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية أو التحريض على العداء والعنف والحرب أو التحريض على التمييز في المعاملة. أن تستهدف سياسات الاتصال تدعيم الإحساس بالمواطنة والانتماء للأمة والشعور بالقومية والرغبة في المشاركة في بناء الدولة وإن تساهم في تشكيل الهوية الوطنية ومحاولة خلق إدراك ووعي لدى الجماهير بأهمية الاكتفاء الذاتي والاعتماد على النفس.⁽²⁾ والسعي للتوصل إلى صيغة تحفظ العلاقة بين استخدام الأشكال التقليدية والأشكال الحديثة للاتصال والتوسع في استخدام الأساليب التقليدية (الفلكلور – الفنون الشعبية وغيرها...) في إنتاج برامج حديثة لوسائل الإعلام وتشجيع وسائل الاتصال الشخصي ذلك لأن هذه الأساليب والوسائل تساعد على تصحيح بعض الاتجاهات مثل الاتجاه نحو قصر النشاط الاتصالي على المهنيين والتركيز على جانب الإعلام على حساب جانب النقاش وإدخال التكنولوجيا لا شيء إلا لأنها حديثة ومثيرة للإعجاب دون النظر لمدى فائدتها الاجتماعية.

ولابد من أن تلاحق سياسات الاتصال التكنولوجيا مع اتخاذ تدابير مبرورة لتطوير هذه التكنولوجيا وتشجيع استخدامها وتيسير توسيع شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية وتحديد وانتقاء الوسائل الفنية الأكثر ملائمة لظروف وطاقت كل بلد والتنبؤ ببعض المساوئ المحتملة للتكنولوجيا والعمل على تجنبها وإنشاء مرافق للتدريب على استخدام التكنولوجيا الجديدة وتقنيات الإدارة والصيانة واستخدام مختلف المعدات.

التزام سياسات الاتصال بمفهوم واضح للحرية يحمي هوية الدولة ويحترم حقوق الإنسان وحرية التعبير ومبادئ القانون الدولي بعدم التدخل في الشؤون الداخلية وقد تقبل بعض الدول من أجل المصالح المتبادلة مع غيرها من الدول بعض القيود على سياساتها الاتصالية لكي تتوافق هذه السياسات مع المستويات الدولية أو مع الاتفاقيات المبرمة على المستوى الثنائي أو الإقليمي أو

⁽¹⁾ تاريخ الزيارة 13 / 1 / 2010م - www.isesco.org.ma/arabe-publications/cominfo-page10

⁽²⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص 17.

في إطار نظام الأمم المتحدة ومن أمثلة ذلك التزامات الدول باتفاقيات حماية حقوق التأليف والنشر وحقوق الجيرة واتفاقية اليونسكو الخاصة باستيراد المواد التعليمية والثقافية والعلمية.⁽¹⁾
إبعاد السياسات الاتصالية:

1- البعد التشريعي

2- البعد الاقتصادي

3- البعد التكنولوجي

البعد التشريعي:

يقصد بالبعد التشريعي القواعد التي لها صفة الإلزام والمتصلة بالنشاط الإعلامي والاتصالي والتي تتولى تنظيم ممارسته ووضع المعايير التي تحكم أنشطته المختلفة.⁽²⁾ وتنقسم التشريعات الإعلامية بشكل عام إلى:

- 1- تشريعات تتصل بالمضمون
- 2- تشريعات تتصل بالمؤسسات الإعلامية من حيث تنظيماتها وإدارتها وتحديد حقوقها وواجباتها.
- 3- تشريعات تتصل بالمهنة.
- 4- تشريعات الإعلام الدولية.⁽³⁾

ولهذه التشريعات مصادر متعددة تتمثل في الدستور والقانون (قانون العقوبات، القانون المدني، القانون الدولي والعام وقوانين الصحافة و المطبوعات) كما يدخل تحت ذلك أيضاً الموانيق المهنية.

البعد الاقتصادي:

لصناعة الاتصال اقتصادياتها وهي صناعة قائمة بذاتها تحتاج لرؤس أموال ضخمة ليس بإمكان فرد واحد أن يقدمها كما تتميز هذه الصناعة أيضاً بعمق المنافسة وشدتها وتنطوي المشروعات الاتصالية على نسبة من المخاطرة أعلى مما تنطوي عليه المشروعات الأخرى وهنا لا بد من اتخاذ بعض القرارات بشأن هذه الجوانب الاقتصادية بحيث لا تترك للصدفة أو الارتجال أو العشوائية كتحديد من الذي يملك أو يسمح له أن يملك وسائل الاتصال الجماهيري. هل تكون ملكاً للدولة لتتحكم فيما يذاع وينشر أو أن تكون الملكية ذات طابع مشترك بين الدولة والأفراد أو أن تكون بعضها لبعض الهيئات كالمؤسسات الاجتماعية والجمعيات ذات الطابع الإصلاحي والمؤسسات العلمية ونحو ذلك.⁽⁴⁾

البعد التكنولوجي:

لا بد أن تتضمن سياسات الاتصال الخطوط العريضة التي تحكم عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بإدخال التكنولوجيا أو نقلها بحيث تناسب التكنولوجيا ظروف كل بلد وإمكاناته واحتياجات التنمية فيه وإعطاء الأولوية للتكنولوجيا الأكثر ملاءمة لهذه الاحتياجات واستخدام التكنولوجيا غير المكلفة والمتصلة بتحقيق الأهداف في نفس الوقت. ففي بعض الحالات يعد استخدام تكنولوجيا متقدمة مسألة مكلفة بلا مبرر كما أنها تغير الطرق التي يتم بواسطتها جمع

⁽¹⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص19.

⁽²⁾ تاريخ الزيارة 13 / 1 / 2010م www.isesco.org.ma/arabe/publications.cominfo,page11.

⁽³⁾ هاشم محمد عباس زكريا - القائم بالاتصال - مطبعة الجمهورية - الخرطوم - 2004.

⁽⁴⁾ عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الإعلامية - مصدر سابق - ص110.

المعلومات وتنظيمها وتخزينها وهكذا تخلف ضغوطاً جديدة على الحكومة وعلى الأفراد معاً.⁽¹⁾ لذلك لابد أن تضع سياسات الاتصال في الاعتبار الآثار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي قد تترتب على استخدام تكنولوجيا الاتصال وان تضع لها البدائل أو الحلول فإذا كان استخدام التكنولوجيا يحل بعض المشاكل فإنه يخلق مشاكل جديدة.

(¹) إبراهيم عبد الله المسلمي - التشريعات الإعلامية - دار الفكر العربي - القاهرة - 2004م - ص88.

المبحث الثاني مفهوم الاتصال والإعلام

تطور وسائل الاتصال :

لعل أبرز ما يميز الإنسان عن الكائنات الأخرى هي قدرته على التعبير عن أفكاره وقد برزت هذه القدرة منذ العصور الأولى في تاريخ البشرية عندما ابتكر الإنسان رموزاً صوتية يتصل بواسطتها بالآخرين. ولقد كان ظهور التجمعات البشرية نتيجة لبداية عملية التفاهم الإنساني باستخدام الإشارات⁽¹⁾.

لقد مارس الإنسان البدائي الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات التي كان قادراً من الناحية الجسمية والطبيعية على إصدارها مثل الزمجرة والهمهمة والدمدمة والصراخ بالإضافة إلى لغة الجسد. وبعد ذلك تطورت هذه القدرات عبر مراحل زمنية إلى الأفضل في اتجاه أنماط معقدة وأكثر فعالية ودقة للاتصال على أساس قواعد مشتركة لتفسيرها وفهمها. لم تكن هذه الأنماط من الاتصال تسمح بالتطور الحضاري المؤثر والسريع فالناس في عصر الإشارات والعلامات كان يتعين عليهم التمسك بأن تكون رسائلهم بسيطة وبأن ينقلوا هذه الرسائل بطريقة بطيئة وسهلة⁽²⁾.

خلال الفترة ما بين 35-40 ألف سنة مضت بين مخلوقات تشبه الجنس البشري الحالي من الناحية الجسمية، ويطلق عليها اسم إنسان الكرومانيون الذي عُثر على بقاياه في كهف كرومانيون بفرنسا ظهرت اللغة أو التخاطب، ولقد كان لهذا التطور نتائج عميقة سواء كان ذلك بالنسبة للأفراد أو للمجتمع، فقد ساعدت اللغة على تمكين الجنس البشري من التأقلم مع بيئته الطبيعية والاجتماعية بوسائل لم تكن مطروحة في عصر الإشارات والعلامات⁽³⁾، وأصبح من الممكن لأول مرة أن تجمع البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها.

اخترع السومريون منذ حوالي 3600 سنة قبل الميلاد أقدم طريقة كتابة في العالم وهي الطريقة السومرية، واستطاعوا الكتابة على الطين اللين، واكتشف المصريون الكتابة الهيروغليفية ثم الكتابة الأبجدية، وقد ساعدت في تدوين قرارات الحكام وتشريعاتهم كما عملت على حفظ الفكر السياسي والاجتماعي لتلك الفترة.

استغرق عصر الحديث والكتابة معظم التاريخ البشري، السمة الرئيسية لهذا العصر هي الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديث أو حتى بعد اختراع الكتابة وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل⁽⁴⁾.

في منتصف القرن الخامس عشر اخترع يوحنا جوتنبرج الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة، وأتم طباعة الكتاب المقدس باللغة اللاتينية في عام 1455. طوّر اختراع الكتابة وسيلة

(1) حسن عماد مكاي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2003م - ص 42

(2) حسن عماد مكاي - ليلي حسين - الاتصال ونظرياته المعاصرة - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2003م - ص 92

(3) نفس المصدر السابق - ص 93

(4) حسن عماد مكاي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - مصدر سابق - ص 42.

جديدة للاتصال لكنها مازالت تنسم بالفردية الاتصالية، إنَّ المعلومات المدونة في الكتب كانت تنحصر لدى فئة معينة لارتفاع تكاليف الطباعة.

في النصف الأول من القرن العشرين وتزامن مع الثورة الصناعية وزيادة التوسع في التصنيع والطلب على المواد الخام والحاجة إلى فتح أسواق جديدة خارج الحدود برزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية حيث أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لا تلبي حاجة التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي فظهر التلغراف والتلفون والفونوغراف والراديو والتلفزيون والحاسب الآلي والأقمار الصناعية. إن التطور الهائل في وسائل الاتصال أدى إلى تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة حتى أصبح العالم من الناحية الإعلامية اصغر مما هو عليه في الواقع ولقد قيل أن العالم أصبح الآن (أشبه بقرية إعلامية ما يحدث في أي من بيوتها يتردد صدها في جميع بيوت القرية) ⁽¹⁾

أنواع الاتصال :

هنالك أربعة أشكال للاتصال :

- 1- الاتصال الإنساني بين البشر.
- 2- الاتصال بين الأحياء غير الإنسان كالحيوان والطيور والأسماك والحشرات.
- 3- الاتصال بأجهزة الاتصال كالتلفون والتلفزيون والراديو والفاكس والحاسب الآلي والأقمار الصناعية والألياف الضوئية .
- 4- الاتصال الحسي بواسطة وسائل النقل والموصلات كالسيارات والقطارات والطائرات والسفن ⁽²⁾ .

يلبي الاتصال حاجة أو حاجات أساسية عند الإنسان وأهمها حاجته للتفاهم مع غيره. يعيش الإنسان ويتفاعل مع من حوله من افراد المجتمع بحكم انه كائن اجتماعي واحد أفراد تلك الجماعة ويتواصل معهم، إلا أن تواصله لا يقتصر على أفراد جماعته التي ينتمي إليها، بل تتسع تلك الحلقة ليدخل في دائرته الآخرون ليتبادل مع من حوله المنافع.

through الذي يحدث من خلال الرموز interaction والاتصال هو شكل من التفاعل وهذه الرموز قد تكون حركة بدنية أو صورة شفاهية أو حرفية أو منطوقة أو أي symbols لاستجابة سلوكية قد لا يحركها الرمز نفسه في غياب stimuli رمز آخر يمكن أن يعمل كمحرك ظروف خاصة للشخص المتلقي ⁽³⁾)

⁽¹⁾ على عجوه وآخرون - مقدمة في وسائل الاتصال - مكتبة مصباح - جدة - *1991م ص 16.

⁽²⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - الخرطوم - فبراير 2006 - ص 28 - 18.

⁽³⁾ على محمد شمو - الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة - دار القومية للثقافة والنشر - ص 26

تعريف الاتصال :

صاغ علماء الاتصال تعريفات عديدة للاتصال ، فهو محور الخبرة الإنسانية وتبادل الأفكار ونجد أن الاتصال يحدث لجميع الأفراد في كل الأوقات (1)

- الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية وغير اللفظية بين طرفين احدهما مرسل يبدأ الحوار والثاني مستقبل يكمل الحوار وما لم يكمل المستقبل الحوار لا يتحقق الاتصال(2) وهنالك اتصال لفظي وغير لفظي .

وتعرف (الجمعية القومية لدراسة الاتصال) بأنه تبادل مشترك للحقائق أو الآراء أو الأحاسيس مما يتطلب عرضا واستقبالا يؤدي إلى تفاهم بين كافة الأطراف بصرف النظر عن وجود انسجام ضمني

أن الاتصال لا يشير إلى وجود نقل لفظي محدد وهاذف للرسائل فقط ، بل أن مفهوم الاتصال يشير إلى كل العمليات التي يؤثر الناس بمقتضاها على بعضهم البعض . عُرِفَ الاتصال أيضاً بأنه العملية الاجتماعية التي تعتمد على تجميع وتبادل ونقل المعلومات وأيضاً نقل المعارف والأفكار والخبرات وكل ما يمر به الفرد من تجارب وأحداث . وهو أداة تنمية الإنسان وتطور معارفه وخبراته ، وكلما كان حسب نظام سليم فعال تم تحقيق الأهداف المنشودة (3) .

1- الاتصال اللفظي : verbal communication

يستخدم (اللفظ) كوسيلة لنقل الرسالة من المصدر إلى المتلقي، ويكون هذا اللفظ منطوقا فيدركه المستقبل بحاسة السمع وهو يجمع بين الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية فعبارة (أهلاً وسهلاً) يمكن أن تصبح ذات مدلولات أخرى بتغيير نبرة الصوت ولا يمكن أن يتم هذا النوع من الاتصال بمعزل عن طرق الأداء الأخرى غير اللفظية مثل (الحركة) .

2- الاتصال غير اللفظي : Nonverbal communication

يشمل كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية ويطلق عليه أحياناً اللغة الصامتة (ويقسم بعض العلماء الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات : silent language)

1- لغة الإشارة (silent language) وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي

يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره .

2- لغة الحركة أو الأفعال (Action language) وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها

الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معاني أو مشاعر .

(1) حسن عماد مكايي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - مصدر سابق - ص 27.

(2) على عجوه وآخرون - مقدمة في وسائل الاتصال - مصدر سابق - ص 16

(3) فؤاد عبد المنعم البكري - الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - عالم الكتب - القاهرة -

3- لغة الأشياء (object language) ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال غير الإشارة والأدوات والحركة للتعبير عن معاني و أحاسيس يريد نقلها للمتلقي⁽¹⁾.

والاتصال عملية ربط مقصودة بين طرفين (مرسل ومستقبل) لتأدية وظيفة محددة في إطار النشاط الإنساني وهو عملية اجتماعية انتقادية وغايتها حصول الفرد على المعلومات والمعارف والإمام بتجارب الأفراد والجماعات الأخرى من جهة وفي الوقت ذاته إيصال آراءه وتجاربه للآخرين بما يكفل خلق عملية تفاعلية ثنائية الطرف في كل الأحوال⁽²⁾.

والاتصال هو السلوك والخبرات الخاصة بالكائنات التي تتضمن خلق المعاني والاتصال بصيغة الجمع يعني عملية نقل المعلومات ، أما الاتصال في صيغة المفرد فيعني رسم عمليات خلق المعاني بين الكائنات⁽³⁾.

وهو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة⁽⁴⁾.

وهو عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب أما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك⁽⁵⁾. وهو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي الرسالة ومرسلها في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين⁽⁶⁾.

إن الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخصاً و جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بالدرجة نفسها لدى الطرفين⁽⁷⁾.

ونجد أن كلمة الاتصال تستخدم في سياقات مختلفة وتتضمن مدلولات متعددة فهي بمعناها (تعني نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين الأفراد أو Communication المفرد) تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون communications الجماعات وفي صيغة الجمع الاتصال⁽⁸⁾.

وهو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين الذين هم مستقبلو الرسالة⁽⁹⁾.

(1) حسن عماد مكاي - الإعلام ومعالجة الأزمات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2005م ص 24.

(2) عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - 2004م ص 27.

(3) فؤاد عبد المنعم البكري - الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - مصدر سابق - ص 18.

(4) محمد عبد الحميد - نظريات الإعلام واتجاهات التأثير - عالم الكتب - القاهرة - 2004 - ص 25.

(5) فضيل دليو - اتصال المؤسسة - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - 2003م - ص 22.

(6) ثروت مكي - الإعلام والسياسة - عالم الكتب - القاهرة - 2005م - ص 19.

(7) حسن عماد مكاي - الإعلام ومعالجة الأزمات - مصدر سابق - ص 22.

(8) نفس المصدر السابق - ص 23.

(9) إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 23.

و تعتمد الرسالة الإعلامية بصفة أساسية على خمسة عناصر (المرسل - الرسالة - الوسيلة - المتلقي - رجع الصدى) هذه العناصر متصلة ومتشابكة ومتداخلة مع ظروف اجتماعية ونفسية تؤثر في النهاية على انتقال الآراء والمعلومات بين الأفراد ونوعية التأثير المحتمل لهذه الآراء ولتلك المعلومات .
من خلال التعريفات السابقة يمكن استنتاج الآتي :

1. إن الاتصال ليس مجرد نشاط إنساني فقط ولكنه عبارة عن عملية process ذات أطراف متعددة (الأعضاء في الجماعة أو المجتمع) تتسم بالتغيير والاضطراد الذي يتفق مع الطبيعة الإنسانية والأهداف المتغيرة للفرد والمجتمع .
2. إن هذه العملية تعتبر شكلا من أشكال التفاعل الاجتماعي بل أنها تعتبر ضرورة لحركة الأشكال الأخرى وتحقيق أهدافها . ولذلك فإنها تعتبر عملية اجتماعية social process تؤثر في سمات المجتمع وأهدافه وتتأثر بهما في نفس الوقت .
3. إن عملية الاتصال تعتبر ضرورة للفرد والمجتمع وتسهم في تحقيق الحاجات الفردية والاجتماعية .
4. لا يغير من مفهوم العملية الاجتماعية تغيير الرموز التي تعبر عن المعاني والأفكار فهذه الرموز يمكن أن تكون رموز لفظية فيطلق عليها الاتصال اللفظي verbal communication. أو غير لفظية non-verbal communication والذي يدخل في دائرته العديد من أنماط الاتصال في مجالات الإبداع الفني مثل الرموز المصورة والرموز الموسيقية والإيقاع وغيرها من الأشكال التي تقوم بنفس ادوار اللغة والألفاظ في التعبير عن المعاني لتحقيق أهدافها في الاتصال
5. إذاً الاتصال هو سلوك اجتماعي يتميز به الإنسان ومن خلاله يتحقق التفاعل بينه وبين أعضاء بيئته الاجتماعية كما يتحقق تماسك تلك الجماعة كخلية اجتماعية ولكي تتحقق هذه الغاية الاجتماعية الأساسية ، فإن الاتصال يؤدي عدد من الوظائف التي تسهم في صون ودعم البنية الاجتماعية. ويحقق الاتصال تماسك المجتمع وتفاعل أفراد كـأعضاء في خلية اجتماعية واحدة ويحدد علماء الاجتماع تلك الوظائف فيما يلي :

1. الإعلام 2. المشاركة الاجتماعية

3. الترفيه 4. الحث المباشر

5. الحوار والجدل 5. ترقية الثقافة

6. التعليم 7. التكامل والتداخل⁽¹⁾

وعلى ذلك يكون الإعلام وظيفة من وظائف الاتصال .

⁽¹⁾ محمود قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - دار عزة للنشر والتوزيع - الخرطوم - ص 14.

مستويات الاتصال:

1. الاتصال الذاتي Intra –personal communication

2. الاتصال بين الأشخاص Intra –personal communication

3. الاتصال الجماهيري Mass Communication⁽¹⁾

الاتصال الذاتي :

هو ما يحدث داخل الفرد حيث يتحدث الفرد مع نفسه وهو اتصال يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته ويتضمن الاتصال الذاتي الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك في أي أسلوب الفرد في إعطاء معنى وتقييم للأفراد والأحداث والتجارب المحيطة به⁽²⁾.

الاتصال الذاتي هو أساس جميع أساليب الاتصال البشري الأخرى فبدون نظام فعال للاتصال الذاتي لن يستطيع الإنسان أن يؤدي وظيفته في البيئة التي يعيش فيها ومنها الانفتاح لأساليب الاتصال الخارجية أي الاتصال بالآخرين والتعرض لوسائل الإعلام والتكيف مع بيئته ومجتمعه وبصفة عامة⁽³⁾.

الاتصال بين الأشخاص :

أو من شخص direct communication يسمى في بعض الأحيان الاتصال المباشر وهو الاتصال الذي يحدث في حياتنا اليومية وفي أغلب person to person وآخر المجتمعات في العالم فهو اتصال يحدث بشكل مباشر بين أفراد أو جماعات موجودة في مكان واحد يستطيع كل مشترك فيه أن يتلقى استجابة مباشرة على ما يقول ويتفق على موقف الطرف الآخر واستجابته⁽⁴⁾.

الاتصال الجماهيري :

يتحول الفرد المرسل أو القائم بالاتصال إلى مؤسسات ومنظمات تضم عدداً من الأفراد المحترفين لأعداد وصياغة الرسائل الاتصالية المتعددة والمتنوعة التي ترسل إلى أعداد كبيرة جداً من المتلقين المنتشرين من خلال الوسائل الآلية أو الالكترونية الأحداث تأثيرات متنوعة في هؤلاء المتلقين⁽⁵⁾.

يختلف الاتصال الجماهيري عن الاتصال الذاتي والاتصال بين الأشخاص وهو بحاجة إلى وسيط أو ناقل للمعلومات ويحوى الخطاب ولذلك فهو أقرب إلى مصطلح الإعلام الذي شاع استعماله مرتبطاً بالوسائل المطبوعة كالصحف والمجلات والدوريات والكتب والوسائل الالكترونية كالراديو والتلفزيون والفضائية وأنظمة المعلومات⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 36.

⁽²⁾ حسن عماد مكاوي - ليلي حسين السيد - الاتصال ونظرياته المعاصرة - مصدر سابق - ص 29.

⁽³⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 36.

⁽⁴⁾ نفس المصدر السابق - ص 37.

⁽⁵⁾ محمد عبد الحميد - نظريات الإعلام واتجاهات التأثير - مصدر سابق - ص 39.

⁽⁶⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 36.

تعريف الإعلام :

الإعلام في اللغة هو التبليغ ويقال بلغت القوم بلاغاً أي أوصلتهم إلى الشيء المطلوب والبلاغ ما بلغك أي وصلك والإعلام بمعناه الواسع والشائع هو نقل الأخبار ونشر الحقائق والمعلومات الدقيقة بهدف الإقناع . وهو التعبير الموضوع لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت .

وقد عرف ثروت مكي الإعلام بأنه عملية استطلاع وتفاعل مع البيئة المحيطة المتاحة للاتصال والتي تشكل الصوت والآذان لمعرفة ما يدور حولنا وهو نشر الأخبار والحقائق والآراء التي يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي يعبر عن الهوى والغرض من خلال أدوات ووسائل محايدة بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء ليكون قادراً على تكوين فكرة الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائماً ⁽¹⁾ .

علي محمد شمو عرف الإعلام بأنه : جمع المعلومات وتخزينها وتحليلها ومعالجتها ثم بثها في شكل أخبار وبيانات وصور وحقائق ورسائل وأفكار وأي تعليق يمكن أن يساعد على التفهم والتفاعل عن معرفة ، مع الأحوال الشخصية والبيئية والقومية والدولية إضافة إلى استعداد المتلقي بعد إلمامه بكل ما سبق لاتخاذ الموقف المناسب ⁽²⁾ .

يعرف عبد الرازق محمد الدليمي في كتابة إشكاليات الإعلام والاتصال في العالم الثالث الإعلام بأنه : هو عملية تفاعل وتبادل في المعنى وفيها يتفاعل الناس في ثقافتهم وواقعهم مع الوسائل الإعلامية من أجل حصول المعنى ووقوع الفهم ⁽³⁾ .

كما أورد إبراهيم عبد الله المسلمي في كتابة نشأة وسائل الإعلام وتطورها تعريفاً للإعلام بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية وبما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة ⁽⁴⁾ .

وقد عرفت عزيزة عبده - الإعلام بأنه (تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق والأخبار الصحيحة والصادقة والواضحة حول موضوع ما أو قضية هامة أو أي أحداث أو مجريات تشغل تفكير الرأي العام سواء على الصعيد الداخلي المحلي أو الصعيد الخارجي الإقليمي العربي أو الدولي) ⁽⁵⁾ .

⁽¹⁾ ثروت مكي - الاعلام والسياسة - مصدر سابق - ص21.

⁽²⁾ علي محمد شمو - الاتصال والأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 43.

⁽³⁾ عبد الرازق محمد الدليمي إشكاليات الاعلام والاتصال في العالم الثالث - مكتبة الرائد العلمية - عمان - 2004 - ص -19.

⁽⁴⁾ إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص-29.

⁽⁵⁾ عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - مصدر سابق - ص-49.

يرى إبراهيم عبدالله المسلمي أن الإعلام يخاطب العقول لا الغرائز وكذلك يقوم على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس وترفع من مستواهم وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة الخاصة (1)

فالإعلام لابد أن يكون صادقاً مجرد من الميول والإهداء غير متحيز قائماً على أساس التجربة الصادقة ومتمشياً مع روح الجماهير والشعوب (2)

نجد أن هناك تداخل بين مفهوم الاتصال ومفهوم الإعلام وقد حاول بعض العلماء أن يصل إلى صيغة متوازنة تؤدي إلى فك الاشتباك أو التداخل بين المفهومين .

وبلير شرام حاول أن يميز بين الاتصال والإعلام فقال (إن الاتصال يعني تبادل الآراء والأفكار والمعلومات من فرد إلى آخر أو جماعة ، فمادته الأفكار والمعلومات وأدواته اللغة والكلمات والإعلام يعني نشر هذه الأفكار فالإعلام يعتمد أساساً على الاتصال فإذا لم يحدث اتصال فلن يكون هنالك إعلام فالإعلام والاتصال وجهان لعملية واحدة والاختلاف بينهما يكون في العناصر المكونة لكل منهما (3)

يذهب البعض في محاولاته لحل التداخل بين المصطلحين إلى أن الإعلام هو إحدى وظائف الاتصال وإن الاتصال أعم واشمل وعلاقته بالإعلام هي علاقة الجزء بالكل ويمكن القول تأسيساً على هذا الاتجاه أن الإعلام اتصال وليس كل اتصال إعلام بل أن هنالك وظائف يقوم بها الاتصال لا يمكن وصفها بأنها إعلام كالتثقيف والتعليم والإقناع (4)

وسائل الإعلام هي أهم وسائل الاتصال وهي المسؤولة بالدرجة الأولى عن ترتيب قائمة اهتمامات الجمهور (5)

الإعلام هو التعبير عن الجانب الجماهيري لمفهوم الاتصال فعندما يصبح الاتصال جماهيرياً أي يستخدم وسائل الاتصال الحديثة واسعة الانتشار فإنه يتزادف مع مفهوم الإعلام ، أي أن أي اتصال يستخدم الصحافة والإذاعة والتلفزيون وما في مستواها يعتبر هو الإعلام بمفهومه العام .

يعتبر الإعلام بفلسفته الواسعة وبوسائله المتطورة اقوي أدوات الاتصال العصرية التي تعين المواطن على معاشة عصره والتفاعل معه ويؤدي الإعلام بوسائله المنتشرة على نطاق واسع دور كبير في طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمل من قيم مختلفة عملية وعملية وتوصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير والنفوذ بذلك إلى العقل والوجدان والتأثير فيها (6)

إن الاتصال والإعلام مصطلحان قد استخدمتا للتعبير عن ظاهرتين مختلفتين . فالإعلام هو لتبادل الأخبار والحقائق والآراء والرسائل بين الأفراد والجماعات والإعلام هو عملية

(1) إبراهيم عبدالله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 31.

(2) عزيزة عبدة - الإعلام السياسي والرأي العام - مصدر سابق - ص 48.

(3) على محمد شمو - الاتصال والأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 48.

(4) نفس المصدر السابق - ص 47

(5) على محمد شمو - الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة - مصدر سابق - ص 26.

(6) رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - (من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة) - المكتبة العالمية للنشر والتوزيع - القاهرة - ص 6.

ومضامين ومنتجات أخرى لوسائل data والبيانات news مثال ذلك الأخبار product المنتج والاتصال الجماهيرية كالأنشطة الثقافية والصناعية⁽¹⁾

فال اتصال تفاعل إجرائي بواسطة الرسائل التي قد تكون بشرية أو تكنولوجية وهذا يعني أن دائرة النشاط والتفاعل في هذا القطاع قد تكون واسعة بحيث تشمل مناطق لا يمكن وصفها بأنها إعلام أو تستخدم حتى وسائله المعروفة كالإذاعة والتلفزيون ومثال لذلك الفنون الجميلة والأعمال اليدوية وكل ما يقع تحت دائرة التراث والإبداع الشعبي في دوائره المحدودة جغرافيا⁽²⁾.

⁽¹⁾ عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - مصدر سابق - ص 38.

⁽²⁾ على محمد شمو - الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة - مصدر سابق - ص 26.

المبحث الثالث وسائل الإعلام والسياسات الإعلامية

اتفق أغلب الباحثين والعلماء الذين كتبوا عن الرأي العام على وجود صعوبة في إيجاد تعريف واحد متفق عليه عن الرأي العام وذلك لطبيعة الرأي العام نفسها والتي تتباين وتختلف وفقاً لاختلاف البيئة التي يتكون فيها الرأي العام، ولتعدد التخصصات ذات العلاقة بالرأي العام والتي تنظر إليه من وجهات نظر مختلفة فأهل السياسة والحكم لهم رؤية تختلف عن رؤية أهل الاجتماع فضلاً عن أن الرأي العام نفسه يتكون من عدة أنواع وتقسيمات مختلفة ومتداخلة كما أن تكوينه يرتبط ارتباطاً مباشراً بالمجتمعات المختلفة.

هناك عدة تعريفات حديثة للرأي العام منها ما قاله احمد بدر من أن الرأي العام هو التعبير الحر عن آراء الناخبين أو من هم في حكمهم بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمر ذات الصالح العام وبحيث يكون هذا التعبير ممثلاً لرأي الأغلبية ولرضى الأقلية.⁽¹⁾

ويعرف العالم جر هارد شمتشن الرأي العام (بأنه تعبيراً جماعياً عن آراء مجموعة من الأشخاص متحدة الهدف والأمال والحاجيات حول شئ ما ويعبر الأفراد عادة عن الشيء الواحد تعبيرات مختلفة لاختلاف الشخصيات والخبرات والجنس والسن والنشأة والمركز الاجتماعي والتربية والدخل والمستوى العقلي والعادات والتقاليد الأمر الذي يحدث في الرأي العام اختلافات يمكن ملاحظتها كذلك بين جماعات المجتمع العديدة المختلفة الأهداف والمصالح مما يؤدي إلى وجود آراء عامة بدل من رأي عام واحد.⁽²⁾

ويتم التعبير عن الرأي من خلال بعض وسائط الاتصال وعلى أساس الرأي الذي يتم التعبير عنه يتخذ المرء مواقف ومجموعات أفكاره ومعتقداته وغير ذلك من الحالات الذاتية.⁽³⁾

الرأي العام له أهميته ووظائفه التي يؤديها للمجتمع، ومن خلالها يحافظ على كثير من القيم والعادات والتقاليد والسلوكيات في ذات الوقت الذي يغير فيه الكثير من هذه القيم والعادات والتقاليد التي لم تعد ملائمة لأوضاع الفرد والمجتمع كما أن للرأي العام في المجتمع قوة أقوى من قوة القانون ذاته فهو الذي يسن القوانين ويلغيها، وهو الذي ينصب الحاكم أو الأفراد المشاركين في صنع القرار أو القانون عن طريق رضا الجمهور عنهم أو تأييد الرأي العام لهم أما في حالة سخط الرأي العام عليهم فانه يخلعهم وينحيهم عن مناصبهم.⁽⁴⁾

تسهم وسائل الاتصال في تكوين الرأي العام وتوجيهه كما أن للرأي العام دوراً كبيراً في توجيه الإعلام ذاته. وقد أشارت معظم الدراسات في مجال الإعلام إلى أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأساسي للمعلومات السياسية بل وتقدم للفرد المهارات التي تمكنه من التعامل مع هذه

(1) احمد بدر - الرأي العام وطبيعته، تكوينه، قياسه ودوره في السياسة العامة، دار قباء القاهرة - للطباعة والنشر - 1998 - ص 61.

(2) عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الإعلامية - مصدر سابق - ص 24.

(3) محمد عبد القادر حاتم - الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة - ص 30.

(4) عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الإعلامية - مصدر سابق - ص 53.

المعلومات وتقييمها فلم يعد دور هذه الوسائل يتوقف على طرح القضايا التي يفكر حولها الأفراد وإنما تقدم لهم الطرق والأساليب التي تعلمهم كيفية التفكير حول هذه القضايا.⁽¹⁾

وللرأي العام تأثير في المجال السياسي فهو يقوم بمساندة بعض الحكام أو إسقاط بعضهم فلا قوة أقوى في تثبيت الحاكم أو زلزلة حكمه من الرأي العام كما انه يساعد بعض الأفراد في الوصول إلى بعض المناصب عن طريق اختيارهم أو انتخابهم. كما أنه يسن القوانين أو يلغيها فأي مشروع سياسي لا يمكن أن ينجح إلا إذا كان موضع رضا الرأي العام على الأقل إن لم يكن نابعاً من رغباته أصلاً ومعبراً عن حاجته وظروفه، وتقوم وسائل الإعلام بمساعدة الرأي العام على التكوين والتبلور وخلق رأي عام موحد وقوي ومتماسك، وعليه نجد أن العلاقة بين الرأي العام والإعلام علاقة تأثير وتأثر. والرأي العام يلعب دوراً خطيراً في التحكم في العملية الإعلامية من حيث شكلها ومضمونها كما انه يساهم في تحديد يؤدي السياسة الإعلامية في المجتمع وتوجيهها.

يرى دارسو أن لوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية وذلك لسببين رئيسيين:
1/ إن وسائل الإعلام تؤثر على القرار السياسي وذلك لأنها تنقل اتجاهات الرأي العام تجاه القضية المعنية أو تحجبها عن صانع القرار.

2/ إن صانع القرار يعتقد في أهمية هذه الوسائل حيث ينظر إليها باعتبارها مقياساً لرد فعل الناس تجاه سياساته وقراراته.⁽²⁾

وسائل الإعلام على المحيط السياسي تقوم بدور حارس البوابة أو الناقل للأفكار والقضايا ذات الصلة الشرعية فيه فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة وفي نفس الوقت تعمل على إبعاد الأفكار التي تعوق مسيرة التنمية السياسية وهذا بالإضافة إلى كونها منبر سياسي للتعليم والتنشئة والتنقيف والتربية السياسية من خلال ما ترسله من مضامين هادفة فوسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية أي مرآة للأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي وبدون وجود وسائل الإعلام بالجمهير لا يستطيع احد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية.. (فالبيئة السياسية تبنى من قبل وسائل الإعلام.. ووسائل الإعلام هي التي تعرفنا بهذا الواقع).⁽³⁾ ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها:-

1/ الحجم الكبير من المتلقين سواء من المواطنين العاديين أو من أعضاء النخب الذين يتعرضون لما تقدمه من مواد ورسائل إعلامية.

2/ ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.

3/ خلق أنواع متنوعة للفنون الإعلامية وان يبدو بعضها بان ليس له مضمون سياسي إلا انه في الحقيقة لا يخلو من دلالات سياسية.

4/ الكم الهائل من الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام يومياً والذي يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له وسائل الإعلام.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ راسم محمد الجمال - التسويق السياسي والإعلام - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2005 - ص 72.

⁽²⁾ عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - مصدر سابق - ص 162

⁽³⁾ نفس المصدر السابق - ص 73.

⁽⁴⁾ وظائف وسائل الإعلام - تاريخ الزيارة 17 / 9 / 2009م - www.wfirt.org/dtls,ph-page2

5/ تلعب وسائل الاتصال دوراً مهماً في عملية التنشئة السياسية فهي تعمل على تغيير الاتجاه والمعتقد وتشارك في تكوين القيم السياسية من خلال العمل كقنوات توصيل بين النخبة وال جماهير وبالعكس مما يؤدي إلى تأكيد قيم الثقافة السياسية السائدة ودفع الجماهير للاهتمام بالسياسة وإشراكها في عملية اتخاذ القرار وطرح القرارات والبدائل للحوار.

6/ تخلق وسائل الاتصال شعوراً بالولاء وتدعم الوحدة القومية، وتساعد على نقل الانتماء إلى المجال القومي عن طريق ما تنشره من قيم ثقافية وفكرية وحضارية موحدة باستخدام اللغة المشتركة والتاريخ المشترك، وتعمل وسائل الإعلام على خلق الترابط بين أجزاء الأمة الواحدة بمساعدة الوسائل الأخرى للتنمية مثل التعليم والأحزاب، وتتوقف فعاليتها على التكامل مع هذه الأدوات.⁽¹⁾

وتعد وسائل الاتصال خاصة في الدول النامية من الأدوات الرئيسية التي تساعد الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية التي لها دور في رفع درجة الوعي الاجتماعي، وتساعد وسائل الاتصال في زيادة حجم المعلومات ونوعها المتوفرة وشرحها وتفسيرها، وهي قادرة على توسيع الآفاق وزيادة الطموح الشخصي. وتعمل على دفع الأفراد نحو المشاركة وتوسيع نطاقها وتعميقها ومساعدة الجمهور على فهم المؤسسات السياسية الجديدة وخلق اتفاق عام حول القيم الأساسية في المجتمع.

إن وسائل الإعلام تؤدي دوراً سياسياً وتأسيسياً في المجتمع علاوة على تزويد الأفراد بالمعلومات فهي تؤثر في خيارات النخبة والفاعلين السياسيين لتعزيز المساندة الضرورية لقراراتهم والتعرض لمعالجة الموضوعات ذات الأهمية ولذا تعطي الدولة اهتماماً كبيراً لتحديد الهيئات المسؤولة عن وسائل الإعلام.⁽²⁾ ويكفي للدلالة على ذلك أن أي محاولة لتغيير نظام الحكم في دولة ما بالقوة تبدأ بالسيطرة على وسائل الاتصال كخطوة لضمان النجاح للنظام الجديد وبصفة عامة فإن من يملك وسائل الاتصال في النظم السياسية المعاصرة يؤثر ويوجه إن لم يكن مباشرة على السلطة وإن اتساع سيطرة النظام السياسي ترتبط بالسيطرة على وسائل الاتصال.

تخدم وسائل الإعلام النظام السياسي بطرق كثيرة ومختلفة بعضها مباشر وبعضها غير مباشر ففي المجتمعات الكبيرة والمركبة مثل المجتمع الأمريكي لا يستطيع القادة الاتصال بالناس بدون استخدام وسائل الإعلام كذلك لا يستطيع المرشح السياسي الحصول على أكبر عدد من الأصوات الانتخابية بدون استخدام وسائل الإعلام كذلك فإن المواطن العادي لن يستطيع التعرف على القرارات الحكومية والتشريعات والقادة والأوضاع السياسية والاقتصادية والداخلية والخارجية بدون استخدام وسائل الإعلام.⁽³⁾

يستخدم القادة وسائل الإعلام في مخاطبة الحكومات والشعوب الأخرى ولعل حرب الخليج الثانية 1990م بين العراق والكويت تعبر عن ذلك بوضوح حيث تم تبادل الرسائل السياسية بين الرئيس الأمريكي جورج بوش والرئيس العراقي صدام حسين عبر وسائل الإعلام الدولية.

⁽¹⁾ ثروت مكي - الإعلام والسياسة - مصدر سابق - ص 121.

⁽²⁾ ثروت مكي - الإعلام والسياسة - مصدر سابق - ص 122.

⁽³⁾ حسن عماد مكاوي ولىلى حسين - الاتصال ونظرياته المعاصرة - مصدر سابق - ص 76.

(¹) والنظام السياسي الناجح هو الذي يقوم على نظام إعلامي واتصالي ناجح بأفراد وكوادر درسوا الإعلام علمياً وعملياً وتفوقوا فيه. (²)

(¹) نفس المصدر السابق - ص78.

(²) محمد عبد القادر حاتم - ديمقراطية الإعلام والاتصال - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة- 1996 - ص66.

من الذي يضع السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام؟

تشارك كثير من الفئات في صياغة السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام وذلك إما لصلتها المباشرة بالاتصال ونظمه ووسائله أو بحكم استعانتها ببعض أشكال الاتصال أو لأنها تُعد بحكم طبيعتها من الجمهور المتوقع للرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال في المجتمع أو لتأثيرها الواضح على صناعة القرار، ولذا ينبغي أن تساهم هذه الفئات جميعها في صياغة السياسة الاتصالية بشكل أو بآخر، وينبغي عدم إغفال أهمية اشتراك المواطنين في هذه العملية فمن الأهمية بمكان استشارة أوسع قطاع ممكن من الرأي العام في عملية صياغة السياسة الاتصالية.

الفئات التي يُحسن اشتراكها في صياغة السياسة الاتصالية هي:

1. وزارات وهيئات وأجهزة لها علاقة مباشرة بالاتصال بعضها وزارات حكومية كالإعلام والثقافة والإرشاد ومؤسسات الاتصال ومشروعاته (حكومية وغير حكومية) مثل مؤسسات الصحافة والنشر - هيئات الإذاعة - شركات السينما ورغم أن لهذه الشركات أو الهيئات سياساتها الداخلية الخاصة بها إلا أنها ينبغي أن تعمل بشكل ما في إطار السياسات الرسمية للاتصال.⁽¹⁾
2. الأجهزة القانونية والتشريعية.
3. السلطات المشاركة في التخطيط الاجتماعي والاقتصادي.
4. الوزارات التي تتعامل مع بعض أشكال الاتصال وتعتمد على وسائل الاتصال أو تستعين بها في عملها أو تعد من الجمهور المتوقع للرسائل الإعلامية مثل وزارات التعليم والبحث العلمي، الزراعة، العمل، الصحة.
5. وزارات العلوم والتكنولوجيا، التجارة، الصناعة، منتجو المعدات الإعلامية، ووكالات الأنباء، شركات إنتاج البرامج ووكالات الإعلان، وزارة المالية.
6. الاتحادات والنقابات والمنظمات المهنية والعمالية.
7. الأجهزة الأكاديمية والتدريبية ومؤسسات البحوث التي تتناول الاتصال.
8. علماء الاقتصاد والاجتماع.
9. وزارة الخارجية.
10. المؤسسات العسكرية.
11. المواطنون، وهناك عدة طرق لإشراك المواطنين في التأثير على عملية صياغة السياسات الاتصالية من خلال:

1. اشتراك ممثلين لهم للمساهمة في هذه العملية.
 2. الاستعانة بتقارير من خلال بعض المنظمات التي تدرس بشكل مباشر مضمون وسائل الاتصال وإدارتها أو تعبر عن القوى الاجتماعية والثقافية التي تسعى للمشاركة في الاتصال من خلال المناقشات العامة التي يتم بعضها من خلال وسائل الاتصال نفسها.⁽²⁾
 - الهيكل التي تقوم بصياغة السياسة الاتصالية:-
- 1/ وزارة الإعلام حيث يرى البعض أن الجهاز الحكومي والمتمثل في وزارة الإعلام هو المسئول عن صياغة السياسة الاتصالية إذ يعهد لها عادة أن تقوم بالنشاط الاتصالي.

⁽¹⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص 87.

⁽²⁾ ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص 89.

2/ مجالس منظمة للسياسة الاتصالية: ويرى آخرون أن الجهاز الحكومي المتمثل في وزارة الإعلام لا يستطيع أن يقدم الخبرة الكافية والفهم اللازم المطلوبين لمثل هذه المهمة ومن ثم يجب أن توكل هذه المهمة لمجالس منظمة للسياسة الاتصالية.

3/ المؤسسات القائمة في المجتمع: بحيث يترك المجتمع سياسة الاتصال في يد المؤسسات القائمة والتي تنفذ هذه السياسات على أساس القطاعات.

4/ لجان مؤقتة أو لجان بحث لدراسة جوانب خاصة بهدف اقتراح سياسة أو تشريع معين في مجال الاتصال.

إن السياسة الاتصالية في كثير من الأقطار العربية كما تحددها سياسات اتصال اليونسكو موجودة من حيث الأبنية والأجهزة مع انقطاع الحركة وضعف صناعة القرار ووظيفة الاتصال مكرسة في الأساس للوظيفة السياسية وتحتاج إلى خطة شمولية لتكملة البناء التنظيمي وتجديد مناهج العمل وأجهزته.⁽¹⁾

تؤكد الإستراتيجية القومية الشاملة لجمهورية السودان في الفترة من 1992م - 2002م على أهمية وسائل الإعلام وأنه لا بد من الاهتمام بالكوادر العاملة في مجال الإعلام على اختلاف تخصصاته وتأطير مؤسساته بسياج قانوني يحدد بشكل قاطع ما لها وما عليها وتوفير وسائل الاتصال والحركة لها وتجهيزها بكل ما يمكنها من أداء دورها الرائد في المجتمع والاهتمام بالتخطيط الإعلامي الذي ينبغي أن يقوم على مبدأ التخطيط المركزي والتنفيذ اللامركزي.

وحددت هذه الإستراتيجية المبادئ التي يركز عليها العمل الإعلامي والتي تتمثل في:-

1. الاعتماد على مبدأ المسؤولية الاجتماعية بحيث يكون للإعلام دور في التوجيه والتعليم والترفيه والتنمية الشاملة.
2. توفير المعلومات وتوسيع دائرة المشاركة والحوار لبلورة رأي عام مستنير.
3. تمليك الحقائق كلها للجماهير وتناول الواقع بالتحليل والشرح والتوضيح.
4. الصدق واستخدام المنهج العلمي لمعرفة حاجات الجمهور واتجاهاته.
5. التسامي عن العصبية وربط ولايات البلاد وتقوية الانتماء القومي وتضييق الفوارق بين الريف والحضر.
6. الالتزام بمبدأ سيادة القانون والبعد عن الأخذ بالشبهات واحترام الأعراف السائدة في المجتمع.

7. الالتزام بمبادئ الاتصالات الدولية التي قبلها السودان.

8. الالتزام بالمسؤولية الأدبية والأخلاقية التي تقع على عاتق الإعلام والعاملين فيه حتى يكون الإعلامي قدوة وهو في موقع التوجيه والتعليم والتنقيف.⁽²⁾

وقد حصرت أهداف العمل الإعلامي في الآتي:-

1. الالتزام بمرجعية الشريعة الإسلامية بما ينعكس على السياسات والبرامج والأطر لتكملة أركان الرسالة الإعلامية ووظائفها في توجيه المسيرة صوب مقاصدها.
2. العمل على تعزيز الوحدة الوطنية والتطلعات القومية والدعوة إلى السلام وتوحيد الصف.
3. تأكيد مبادئ السماحة والعدالة والحرية والشورى والمساواة وحفظ التوازن بين حقوق الفرد والجماعة وتأكيد مكانة الجماعات والثقافات في الكيان الوطني.

(1) أبو بكر عوض السيد وآخرون - قضايا الإعلام في السودان - دار الأصالة - الخرطوم - 2004م - ص 97.

(2) الإستراتيجية القومية الشاملة - مطبعة جامعة الخرطوم - 1992م - ص 130.

4. أداء الوظيفة المزدوجة القائمة على التواصل بين القيادة والشعب.
 5. الاضطلاع بدور رائد في مجالات التوعية والتعبئة.
 6. الاهتمام ببرامج التحديث والاستخدام الأمثل للتقانة ومواكبة التطور العلمي العالمي.
 7. تشجيع الادخار والاستثمار وفقاً لمسيرة التنمية القومية الشاملة.
 8. الاهتمام ببرامج التنوير الإداري وتوعية المواطنين بأهمية الانضباط وصالح الذمة والاهتمام بالعمل كقيمة دينية وأخلاقية وإنتاجية.
 9. الاهتمام بالتوجيه التربوي والاجتماعي والبيئي وأفراد اهتمام خاص لبرامج محو الأمية الحضارية الأبجدية والوظيفية.
 10. التعريف بالقضايا المصيرية وآثارها وتطوراتها على المستويات الإسلامية والعربية والأفريقية وعلى المستوى العالمي.
 11. إيلاء علاقات السودان الخارجية كل الرعاية والاهتمام بالتركيز على خلق الوعي التكاملي مع كل الأشقاء العرب.
 12. الاعتماد على النفس ومحاربة الفقر والجهل والمرض وخشية غير الله.
 13. دعم القوات النظامية للنهوض بمسئولياتها في تأكيد الاستقلال والهوية.
 14. إحياء روح الجهاد والإقدام في صدور المواطنين وتعزيز تنظيماتهم الجهادية ممثلة في الدفاع الشعبي والخدمة.⁽¹⁾
- وترمي الإستراتيجية القومية الشاملة في مجال الإعلام إلى بسط السيادة الإعلامية الوطنية على كل شبر من ارض الوطن بتطوير العمل الإعلامي وما يتطلبه من امتداد شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية وتوفير الطاقة والتمويل.
- جاء في التقرير النهائي الذي أعدته اللجنة العربية لدراسة قضايا الاتصال وأصدرته بعنوان: (نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال) استخلصت فيه ما أسمته بالاتجاهات العامة لسياسات الاتصال وممارساته في الأقطار العربية والتي تتمثل في:-
1. تحمل الحكومات مسؤوليات كبيرة في قطاع الاتصال بشكل عام انطلاقاً من أنها أحياناً ما تكون المؤسسة الوحيدة القادرة على إنشاء وتشغيل مرافق الاتصال ومن اقتناعها بأن هذه المرافق أن هي إلا أجهزة حكومية للأخبار والتوجيه والتثقيف والترفيه أما في حالة الملكية الخاصة فإن سيطرة الحكومة لا تكون بعيدة إلا في حالات محددة وهي تزاو هذه السيطرة عن طريق سلطتها القانونية في المنح والمنع أو عن طريق التوجيه أو الدعم المالي أو الرقابة.
 2. تسود المركزية ممارسات الاتصال في الدول العربية المختلفة سواء بالنسبة للتوزيع الجغرافي للوسائل أو بالنسبة للإدارة.
 3. الاهتمام الزائد في ممارسات الإعلام والاتصال بالنشاط السياسي والدعائي الموجه وما يقابله من نشاط ترفيهي على حساب وظائف الاتصال الأخرى.
 4. الاعتماد على المنتجات الإعلامية الخارجية لسد النقص في الإنتاج المحلي ولا ينطبق هذا على التلفزيون وحده وإنما يمتد أيضاً إلى الصحافة ووكالات الأنباء والسينما وترجع عدم كفاية الإنتاج إلى أن المساحات الإعلامية الزمنية أو المكانية المتاحة لا تتناسب مع القدرة على الإنتاج التي يحد منها ضعف الإمكانيات المادية والبشرية أو كلاهما.
 5. الربط بين ممارسات الاتصال وخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية يهدف إلى الاستفادة من النشاط الاتصالي والثقافي لحفز المواطنين على المشاركة والدخول في عمليات التحديث وتبني القيم وأنماط السلوك الملائمة.

(¹) الإستراتيجية القومية الشاملة - مصدر سابق - ص 130.

6. دعم العملية التعليمية سواء بالنسبة للتعليم المدرسي أو خارج المدرسة ورغم النجاح الجزئي لبعض المحاولات إلا أنها كثيراً ما تصطدم بعقبة عدم الوصول إلى صيغة محددة للتعاون والتنسيق بين السلطات التعليمية والإعلامية.
7. الربط بين النشاط الاتصالي والنشاط الثقافي ودعم الثقافة الدينية والتعرف على التراث الفكري ونشره والارتفاع بمستوى الذوق الفني وإشاعة التفكير العلمي وربطه بالتقدم التكنولوجي.
8. الحرص على التعاون الإقليمي وشبه الإقليمي والثنائي لسد الفجوات في مجال تدفق الأخبار والمواد الإعلامية والثقافية والمعلومات والتنسيق في وضع خطط الاتصال وممارسته فشبكات الاتصال والمواصلات لا تكتمل إلا إذا خُطت وفي الذهن ارتباطها بالشبكات المجاورة حتى تزيد من جدواها الاقتصادية والصناعات الإعلامية بما تتطلبه من استثمارات ضخمة وكوادر فنية متخصصة وضمان لسوق توزيع ثابت لا يمكن أن تقوم بذلك إلا على المستوى العربي والأفريقي وحتى في مجال الإنتاج التلفزيوني و السينما والفيديو لا يمكن أن يتحقق لها النجاح الاقتصادي إلا إذا ضمنت التوزيع على المستوى القومي.⁽¹⁾

الفصل الثالث وسائل الإعلام بالسودان

(¹) الطيب حاج عطية وآخرون - السياسات الإعلامية في السودان - مصدر سابق - ص 190

المبحث الأول نشأة النظم الإعلامية

في اللغة العربية مشتق من مادة نظم والتي تعني تجميع (System) مفهوم النظام أو النسق العناصر وتأليفها وتآلفها وضم بعضها إلى بعض بترتيب واتساق معين، ويعني كل جزء من كل يعمل في سلسلة متصلة من الأفعال الطوعية أو القسرية يربطها رباط محدد متآلف أو متناظر وله صفة التكرار أو الاستمرارية النسبية وله هدف وغاية، وله آلية ودوافع للاتصال، والسيطرة على كل العناصر أو معظمها. ⁽¹⁾ فالتعليم نظام ومجموعة الأصدقاء نظام والاقتصاد نظام والأندية نظام والسياسة والاجتماع والثقافة نظام، وهذه الأنظمة متداخلة، وكل نظام جزء في نظام كلي مثلاً نظام ولكنة نظام فرعي في أوسع وكلي في نظام فرعي أضيق بمعنى أن الحزب السياسي سياق النظام الحزب كله أو النظام السياسي كله أو النظام الاقتصادي والاجتماعي كله والنظام الحزبي نظام كلي يدخل فيه أنظمة فرعية وكوادر ورؤساء ومرؤوسين وأعضاؤه هم أعضاء أيضاً في أنظمة اجتماعية أخرى مثل نظام الأسرة أو النقابات المهنية أو الأندية.

النظام الاتصالي نظام فرعي في سياق النظام السياسي والثقافي والاجتماعي الكلي ونظام كلي داخله مئات الأنظمة الفرعية. والنظام الاتصالي هو (كل جزء من أجزاء سلسلة المعلومات ، والاتصال كله هو عملية اتصال بين أنظمة بشكل مستمر متكامل له هدف، عليه سيطرة في ظروف معينة). ⁽²⁾ وسائل الاتصال أنظمة متداخلة، المصدر نظام اتصالي القائم بالاتصال نظام اتصالي، اللغة رموز ركبها وارتضاها النظام الاجتماعي، الموزعون والمعلنون وواضعو القانون ومراكز البحث والجمهور كله والفرد الواحد قد يتجسد في الوزارات والمؤسسات الاتصالية والقوانين المنظمة والممارسات الحاكمة والقيادات السياسية والمالية والإدارية والضوابط الخلقية التي يعمل الاتصال داخلها وهي محددات قد تكون مرئية في شكل قوانين وجزاءات وكثيراً ما تكون معايير غير مرئية يستلهم منها النظام الاتصالي قراراته في النشر والتوزيع والتحرير والتركيز والتجاهل والتكرار. ⁽³⁾

النظم الاتصالية هي المحددات التي يعمل في نسقها الاتصال بنظمه الفرعية، ونظم الاتصال مرادفة في الحقيقة لنظم المجتمع (إي فلسفة الدولة وضوابطها الوطنية والأيدلوجية ومعاييرها الخلقية والثقافية). ⁽⁴⁾ وهناك علاقة بين نظم الاتصال وفلسفة الاتصال، وفلسفة الاتصال هي بحث العلاقة الجدلية بين الاتصال وتطبيقاته في المجتمع أي تحليل التفاعل بين أسس الاتصال

⁽¹⁾ رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - مصدر سابق - ص 59.

⁽²⁾ نفس المصدر السابق - ص 60.

⁽³⁾ رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - مصدر سابق - ص 61.

⁽⁴⁾ نفس المصدر السابق - ص 61.

كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي ويرى النظريون أن نظم الاتصال جزء من فلسفة الاتصال لأن فلسفة الاتصال اعم واشمل، وكثيراً ما شاع استخدام نظم الاتصال باعتبارها فلسفة الاتصال أو مذاهب الاتصال ولكن في واقع الأمر فإن استخدام تعبير نظم الاتصال كان في مجمله انعكاساً للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الاتصالية (مرسل ومستقبل ووسيلة.... الخ).

ترتبط النظم بالسياسات الاتصالية في المجتمع من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية وفرض الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها فهل تسيطر عليها الحكومة أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين.⁽¹⁾

ولما كانت الحرية ابرز معايير الممارسة السياسية ففكرة التقيد والسيطرة أو التحرر والديمقراطية هي العنصر الأبرز في توصيف نظم الاتصال وعليه تم صياغة عدد من النظم التي هي في الأساس انعكاس لنظم المجتمع السياسي. والأساس في تصنيف النظم الاتصالية يرتبط بالدرجة الأولى بالفكر السياسي أو الفلسفة السياسية التي تنتهجها الدولة ومؤسساتها وتحدد أطر العلاقات بين وسائل الاتصال والسلطة من جانب وبينها وبين الأفراد والمواطنين من جانب آخر فالنظم الاتصالية ترتبط إلى حد كبير بنوع الحكومات التي تعمل في ظلها حيث تعكس وتدعم فلسفة هذه النظم.⁽²⁾

1-النظام الاتصالي السلطوي :

هي الوعاء (Authoritarian Theory) تعتبر نظرية السلطة الشمولية في الفكر السياسي الفكري للنظام الاتصالي السلطوي وهذه النظرية سادت في أوروبا في القرنين السادس والسابع عشر وهي الفترة التي ظهرت منها الصحف وتطورت الطباعة.⁽³⁾ وهي ترتبط بنظم الحكم الاستبدادية والفاشية والنازية حيث تسيطر الدولة على أجهزة الاتصال بغرض تعبئة الشعب لخدمة أهدافها، وهي تستند على مذهبي الحق الإلهي الذي ساد قبل عصر النهضة الأوروبية وهي نتاج عصر تركّز السلطة الكنسية التي سيطرت على الرأي والتعبير ويعتبر الحاكم نفسه صاحب الحق الأول في نوع الحقائق والمعلومات التي تصل إلى الشعب الخاضع لحكمه وسلطانه.⁽⁴⁾ ومن أهم المبادئ العامة للنظام الاتصالي السلطوي :-

- 1) الاتصال أداة لنشر أفكار السلطة / الدولة / سواء بالملكية المباشرة أو السيطرة المطلقة حتى لو تملكه أفراد في الظاهر وتحقيق الربح المادي ليس هدفاً مقصوداً.
- 2) الشعوب ليس لديها قدرات عالية على فهم أمورها والسلطة هي المخولة برعاية مصالح الناس.
- 3) الهجوم على السلطة هو انحراف بالاتصال، ومن حق الدولة فرض القوانين والجزاءات التي تؤكد هيبة الدولة.
- 4) ولاء الاتصال أولاً للسلطة، والعاملون في المؤسسات الاتصالية لا يتمتعون بالاستقلال ، فالسلطة هي المسؤولة عن تنظيم مهنة الاتصال.

⁽¹⁾ النظم الإعلامية - تاريخ الزيارة 27 / 12 / 2009م - 6 <http://alrewan.jeeran.com> .

⁽²⁾ محمد عبد الحميد - نظريات الإعلام واتجاهات التأثير - مصدر سابق - ص 419.

⁽³⁾ نفس المصدر السابق 420.

⁽⁴⁾ على عجوه وآخرون - مقدمة في وسائل الاتصال - مصدر سابق - ص 160.

(5) الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانين وشخص النظام السلطوي الذي يجب أن يحافظ عليه الاتصال.

(6) الوظيفة الأبرز للاتصال هي الترويج والدعاية والتبرير للقرارات السلطوية والاتصال مدين في وجوده للسلطة وشرعيته مستمدة من الحاكم.⁽¹⁾

(7) الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الاتصال الجماهيرية يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزماً أمام الحكومة والزعامة الوطنية.⁽²⁾

ساهم في تطوير هذه الفلسفة الكثير من الكتاب والمفكرين أمثال افلاطون وميكافيلي وهوبز وهيجل ونييتشه وهي فلسفة شمولية.⁽³⁾

وتفرض هذه النظرية عدة قيود على الاتصال مثل (قيود التراخيص – الرقابة – المحاكمات – الأموال السرية – الضرائب).⁽⁴⁾

ورغم عيوب هذه النظرية ومساوئها إلا أن الكثير من الدول النامية تأخذ بها لأن (ندرة الموارد الطبيعية والحاجة إلى وحدة العمل تظهر الحاجة إلى جعل جميع وسائل الاتصال تخدم الأهداف التي تحددها الصفوة الحاكمة وتعود أسباب انتشار هذه النظرية في دول العالم الثالث إلى سيطرة العسكريين على نظم الحكم في هذه الدول ومع شيوع الاضطرابات السياسية يميل هؤلاء الحكام إلى فرض سيطرتهم على الاتصال وحجب أية آراء معارضة لهم.⁽⁵⁾

النظام الاتصالي الحر :

تطور الديمقراطية السياسية والحرية الدينية واتساع نطاق التجارة والرحلات وقبول مبدأ الحركة الاقتصادية جعل الجماهير ترفض نظام السلطة وأتاح الفرصة لكي يظهر نظام جديد هي (Libertarian Theory) للإعلام وهو انعكاس لنظام الحكم الديمقراطي. ونظرية الحرية الوعاء الفكري للنظام الاتصالي الحر.⁽⁶⁾ وهذا النظام يعتنقه المعسكر الغربي ويؤمن به العالم الرأسمالي ويرى أصحابه أن الفرد اسمي من الحكومة أو الدولة وأن الدولة ليست إلا وسيطاً يمارس الفرد من خلاله كل نشاط يريد ممارسته فإذا ما حاولت الحكومة الوقوف ضد النشاط الفردي يجب على الأفراد أن يتصدوا لها بكل ما لديهم من قوة. ويرى أصحاب هذا النظام أن سعادة الفرد ورفاهيته هي الغاية الأولى والأخيرة من وجوده في المجتمع وأن المجتمع وجد لمصلحة الفرد ومن ثم يجب أن يتمتع بكافة الحريات وأن تتخذ كافة الاحتياطات لمنع استبداد المجتمع أو السلطة أو الحكومة به، ويقوم هذا النظام على مبدأ حرية التعبير.⁽⁷⁾

يقوم هذا النظام على دعائم تجد أصولها في كتابات الفلاسفة والمفكرين في القرنين السابع عشر والثامن عشر مثل (جون لوك) الذي يرى أن الشعب هو مصدر السلطات وأن الحكومة

⁽¹⁾ رضا عكاشة – تأثيرات وسائل الإعلام – مصدر سابق – ص 62

⁽²⁾ النظم الإعلامية – تاريخ الزيارة 27 / 12 / 2009م – <http://alredwan.jeeran.com-page 7>

⁽³⁾ ثروت مكي – الإعلام والسياسة – مصدر سابق – ص 33.

⁽⁴⁾ عبد الوهاب كحيل – الرأي العام والسياسات الاتصالية – مصدر سابق – ص 184.

⁽⁵⁾ ثروت مكي ، الإعلام والسياسة – مصدر سابق – ص 33.

⁽⁶⁾ جيهان أحمد رشتي – نظم الاتصال في الدول النامية – دار الفكر العربي – القاهرة – 1988م – ص 89 .

⁽⁷⁾ عزيزه عبده – الإعلام السياسي والرأي العام – مصدر سابق – ص 93

ليست إلا هيئة اختارها الشعب ومن حقه أن يسحب منها هذا التفويض متى شعر أنها لا تعمل لصالحها وفلسفه (جون ميلتون) التي تقرر أن وصول الفرد إلى الصواب تتطلب الاستماع إلى آراء معارضييه ثم (جون ستيوارت ميل) الذي يرى أن إسكات رأي يخفي حقيقة⁽¹⁾. أهم المبادئ الذي يقوم عليها هذا النظام :

1. حرية النشر والرأي من الحقوق الأساسية للمجتمع وليست في يد السلطة.
2. الشعوب قادرة على إدراك مصالحها وتقدير ما ينشره الإعلام سلباً أو إيجاباً.
3. من حق الأفراد والجماعات إصدار صحف أو تملك المؤسسات الاتصالية ومن حقهم الاستيراد والتنقل وجمع المعلومات.
4. انتقاد الحكومات والهجوم على السلطة لا يعرض الإعلام للعقاب من حيث المبدأ لأنه نوع من ممارسة الحق الطبيعي.
5. الوظيفة الأساسية للاتصال هي التعبير عن الجماهير والأخبار عن الواقع.
6. من حق الإعلاميين أن يحظوا بالحماية القانونية وحقهم في تنظيم ممارسة المهنة عبر النقابات والإجراءات القانونية المناسبة.
7. الهدف المادي هدف مقصود من الاتصال والملكية الخاصة هي الأنسب لتملك الإعلام ولعل هذا يفسر كثرة مواد الترفيه والجنس والمواد الضعيفة رغبة في الربح وإرضاء لأذواق العامة عبر ما عرف علمياً بالثقافة الشعبية وهو مسمى يشبه عبارة (الجمهور عايز كده)⁽²⁾.

تعرض النظام الاتصالي الحر للكثير من الملاحظات والانتقادات حيث أصبحت وسائل الاتصال الحر تحت شعار الحرية تعرض الأخلاق العامة للخطر وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون على حساب مصالح المجتمع وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية وهنا يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة شريطة أن تكون في إطار الذوق العام فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيئ إلى المجتمع ويمزقه⁽³⁾.

3- نظام المسؤولية الاجتماعية :

تدهور نظام الحرية ما بين دعاة الحرية المطلقة ودعاة الحرية المقيدة وثبت انه لا يمكن أن توجد حرية مطلقة ومن ثم ارتفعت الأصوات بعد الحرب العالمية الثانية تحتج على ما آلت إليه حالة أجهزة الإعلام في ظل هذا النظام وتم تكوين كثير من اللجان في البلدان المختلفة لإيجاد علاج للوضع كله حتى يمكن لأجهزة الاتصال أن تؤدي دورها⁽⁴⁾ وعليه ظهرت بعض الأفكار التي تنادي بدعم المسؤولية الاجتماعية للإعلام والتي تبلورت في عدد من المبادئ والأسس التي صاغت إطاراً جديداً لحرية وسائل الاتصال يخدم حرية الفرد والمجتمع وهو إطار المسؤولية الاجتماعية⁽⁵⁾. وهي تركز على التحول من حرية وسائل الإعلام إلى مسؤولية وسائل الإعلام

(1) ثروت مكي - الإعلام والسياسة - مصدر سابق - ص 33

(2) رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - مصدر سابق - ص 93.

(3) النظم الإعلامية - 29 / 12 / 2009م :

<http://alredwan.jeeran.com/60huthi3lamia/archive/2006-page 7>.

(4) عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - مصدر سابق - ص 94.

(5) محمد عبد الحميد - نظريات الإعلام واتجاهات التأثير - مصدر سابق - ص 423.

ولعل مفهوم المسؤولية الاجتماعية كما يسميها لونشتاين هي أكثر المفاهيم اضطراباً إذ أن تحقيق غاية هذا النظام الاتصالي المثالي المرتبط بمسؤولية وسائل الاتصال تجاه المجتمع يفرض بالضرورة قدراً من السيطرة على هذه الوسائل حتى يظل النظام الاتصالي مسئولاً أمام المجتمع كأحد الشروط النظرية الواجبة في الفلسفة الليبرالية. وإن كان لونشتاين يعترف بضرورة وجود السيطرة ألا أنه يجعلها في أضيق الحدود.⁽¹⁾

- على المبادئ الآتية: (Social Responsibility System) يقوم نظام المسؤولية الاجتماعية
- 1/ وسائل الاتصال لها التزامات اجتماعية ضخمة في مقابل ما تتمتع به من حقوق.
 - 2/ قدرة الوسائل على تنظيم شئونها المهنية وضرورة أن تباشر أدوارها في سياق معايير أخلاقية ومهنية راقية.
 - 3/ يجب على وسائل الاتصال تجنب إذاعة ونشر المواد التي تدفع الأفراد إلى الجريمة والعنف أو الفوضى أو الانحراف أو إثارة الأقليات في المجتمع.
 - 4/ تعدد الآراء بما يعكس تعدد الأفكار في المجتمع وإتاحة الفرصة لأن يرى الجميع نفسه في وسائل الاتصال.
 - 5/ التوازن في مسؤولية الإعلاميين بين المسؤوليات الاجتماعية وبين متطلبات أصحاب دور النشر وملاكها.⁽²⁾
- نظام الاتصال الشيوعي:

ولد في القرن التاسع عشر على أيدي كارل ماركس ووضع قواعد تطبيقه في القرن العشرين لينين واستالين ووظائف الاتصال في هذا المجتمع هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم ووسائل الاتصال جزء لا يتجزأ من جهاز الدولة الشيوعي ولا يملكها الأفراد ويديرها الحزب ووظيفتها دعم وحدة الفكر بين أعضاء المجتمع وتعليم المبادئ الماركسية وجذب التأييد الشعبي لبرامج الدولة المختلفة.⁽³⁾

إن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها طبقات لا طبقية وبالتالي لا وجود صراع للطبقات لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الاتصال على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع.

لقد حدد لينين اختصاصات وسائل الاتصال وأهدافها في الآتي:-

1. زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية البروليتاريا.
2. يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
3. تخضع وسائل الاتصال لرقابة صارمة من المجتمع.
4. يجب أن تقدم وسائل الاتصال رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقاً للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.
5. إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الاتصال من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - مصدر سابق - ص 94

⁽²⁾ رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - مصدر سابق - ص 64.

⁽³⁾ ثروت عكاشة - الإعلام والسياسة - مصدر سابق - ص 35.

⁽⁴⁾ النظم الإعلامية - تاريخ الزيارة 29 / 12 / 2009م:

من أهم مبادئ النظام الاتصالي الشيوعي:

1. ربط أجهزة الاتصال بالمجتمع ربطاً وثيقاً وهي تتحرك داخل إطار ترسمه السياسة العامة للدولة.
2. حرية الرأي للمؤيدين للنظام دون مناقشة المبادئ الأساسية .
3. وسائل الاتصال لا تسعى إلى الربح وإنما تسعى إلى تحقيق الأهداف التي يحققها الحزب وتخضع لتخطيط دقيق حيث تعمل على نشر الإعلام على نطاق أوسع.
4. لا يمكن الفصل بين وسائل الاتصال وشبكات الاتصال المباشرة الممثلة في كوادرات الحزب.

ويرى البعض أن النظام الشيوعي صورة من صور النظام السلطوي ويجمع بينهما إطار الاتجاه الشمولي وإن كانت هنالك بعض الفروق من حيث الملكية والسيطرة.⁽¹⁾

5/ نظام المشاركة الديمقراطية:

هو محاولة لتطوير النظام الاتصالي في المجتمعات الليبرالية الغربية وحمايته من الاستغلال السياسي والحزبي والاقتصادي بلور هذه المحاولة العالم دينيس ماكويل وركز على اعتبار المشاركة السياسية نظام اتصالي تحمي المؤسسات الاتصالية من سيطرة القوى المجتمعية عليها.

من مبادئ هذا النظام:-

5. وسائل الاتصال موجودة لخدمة الجمهور وليست أدوات في يد المنظمات أو الملاك أو المهنيين العاملين بها.
 6. من حق المؤسسات الفرعية أو الأفراد والأقليات أن يكون لها وسائلها الاتصالية.
 7. الوسائل الاتصالية صغيرة الحجم أفضل للمجتمع من المؤسسات الاتصالية الضخمة التي تعبر عن النخب المتحكمة (من أعلى) وتعبر عن الاهتمامات والطبقات العليا.
 8. لا ينبغي أن تخضع وسائل الاتصال إلى تحكم القوى البيروقراطية أو السياسية.⁽²⁾
- النظام التنموي:

ادخل مفهوم النظام التنموي لوسائل الاتصال كمفهوم مناسب لواقع وممارسات عدد كبير من دول العالم الثالث ويقوم على خليط من مفاهيم غربية وشيوعية ويسارية أهم معالمها:-

1. كل أجهزة الاتصال من صحافة وإذاعة وتلفزيون ينبغي أن توضع في يد الدولة لأغراض تعبئة المواطنين نحو الأهداف القومية للبلاد والتي تتركز في مجملها حول التنمية والوحدة الوطنية.
2. الأجهزة الاتصالية الوطنية مهمتها الأساسية دعم السلطة وتعضيد جهودها الرامية إلى تنمية الوطن وبناء وحدة بنية وذلك لا يمكن أن يسمح لوسائل الاتصال بممارسة النقد والمعارضة للحكومة إذ أن ذلك يعني أن تعارض الصحافة مهام تنمية الوطن وتوحيد قواه.
3. بما أن الدولة تتولى مهاماً خطيرة بمستوى البناء والتنمية الوطنية فإنها تصبح في موضع المؤتمن على الوطن كله وبذلك يصبح لها الحق في التعامل مع المعلومات باعتبارها ملكاً للدولة تتحكم في توفيرها للمواطنين حسب ما تقتضيه المصلحة الوطنية العليا. فإذا رأت أن نوعاً من المعلومات ربما يشكل اطلاع المواطنين عليه خطراً على الدولة

<http://alrewan.jeeran.com/60huthi3/amia/archive/2006-page8>.

⁽¹⁾ ثروت مكي - الإعلام والسياسة - مصدر سابق - ص36.

⁽²⁾ رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - مصدر سابق - ص65.

والوطن فان من حق الدولة أن تمنع مثل هذه المعلومات والإنباء من الوصول إلى المواطنين.

4. حقوق الفرد في التعبير ليست أكثر أهمية من حق المجتمع في النهضة والتقدم والأمان، ومتى ما تعارض هذا الحق مع قضايا الوحدة والاستقرار جاز للدولة أن تحد من حرية التعبير وغيرها من الحريات.

5. على المستوى العالمي فان من حق الدولة التي تحافظ على الوحدة الوطنية وتسعى للبناء التنموي أن تسيطر على تدفق الأنباء والمعلومات القادمة من خارج البلاد وذلك حتى لا تتسرب من خلالها أنباء ومعلومات مضرة بجهود التنمية والبناء ومؤثرة على سلامة المجتمع وأمنه واستقراره.⁽¹⁾

النظام الاتصالي العالمي الجديد:

الهدف الأساسي للنظام الاتصالي العالمي الجديد هو إعادة بناء نظام اتصالي بأولويات جديدة تساعد الدول النامية على تحقيق تغيرات اكبر من أنظمتها الاتصالية والمعلوماتية والاقتصادية والثقافية والسياسية. فقد شكلت اليونسكو لجنة عمل من ستة عشر عضواً من مختلف الدول الأعضاء برئاسة (شون ماكبرايد)⁽²⁾ لهذا الغرض واهم ما أوصت به اللجنة العليا العمل على محاربة الاختراق الثقافي والفكري واللامساواة في مجالات الإعلام والاتصال والعمل على إقرار ديمقراطية الإعلام.⁽³⁾

النظام الاتصالي الإعلامي الجديد هو نظام فرعي ضمن النظام الدولي ويتكون النظام الاتصالي الدولي من عناصر فنية واقتصادية وسياسية وتنظيمية وثقافية وعناصر للسيطرة الاجتماعية.⁽⁴⁾

حدد فارق أبو زيد خمسة أبعاد لمفهوم النظام الاتصالي هي:-

1. الفلسفة الاتصالية التي يقوم عليها النظام الاتصالي وهي مجموعة المبادئ والأسس الفكرية.

2. السياسات الاتصالية وهي البرامج التطبيقية للفلسفة الاتصالية.

3. الإطار القانوني الذي يترجم الفلسفة الاتصالية إلى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الاتصالية .

4. البنية البشرية المتاحة والإمكانات المادية وغيرها.

5. الممارسات الاتصالية في الواقع الفعلي.⁽⁵⁾

يتضمن النظام الاتصالي عملية تقييم تبحث عن تدفق عادل ومنصف للمعلومات ومضامينها ، الحق في النزعة الاستقلالية لسياسات اتصال وطنية وعلى المستوى الدولي تدفق معلوماتي في اتجاهين يعكسان أوضاع وأنشطة الدول الأقل تطوراً والأقل نمواً.⁽¹⁾

⁽¹⁾ محمود محمد قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - مصدر سابق - ص 220.

⁽²⁾ حسني محمد نصر - عبد الله الكندي - الإعلام الدولي (النظريات - الاتجاهات - الملكية) - دار الكتاب الجامعي - العين - 2003م - ص 31.

⁽³⁾ نسمة احمد البطريق - نظرية الإعلام المرئي والمسموع - 1989م - ص 168.

⁽⁴⁾ عبد القادر ذريق المخادمي - النظام العالمي الجديد للإعلام - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة 2005م - ص 20.

⁽⁵⁾ نفس المصدر السابق - ص 21.

المبحث الثاني المحيط السياسي للنظام الإعلامي

يعكس لنا الإعلام التركيب الاجتماعي والسياسي كما أنه يعبر عن الافتراضات الأساسية التي يتبنها المجتمع فيما يخص الطبيعة البشرية وعلاقة الفرد بالدولة وطبيعة المعرفة وفلسفة السلوك السياسي. والنظم السياسية هي التي تقرر القيم والمعايير التي تخدمها وسائل الإعلام، وهي التي تصنع الضوابط وأساليب الرقابة وأنواعها "التي تخضع" لها تلك الوسائل وهي التي تقرر من الذي يملك هذه الوسائل ومن له الحق في استخدامها.⁽²⁾

تم تصنيف الأنظمة السياسية في العالم إلى النظام الديمقراطي والنظام الشمولي وهناك النظام الشيوعي الموجود في دول الاتحاد السوفيتي السابق.

النظام الديمقراطي:

الديمقراطية نظام سياسي واجتماعي حيث الشعب هو مصدر السيادة والسلطة، فهو يحكم نفسه عن طريق ممثلين عنه، يمكن تلخيص خصائص النظام الديمقراطي في النقاط التالية:

1. ينتخب الشعب ممثليه عن طريق انتخابات عامة.
2. تمارس الأغلبية المنتخبة الحكم، هذه الأغلبية الصادرة عن فئات الشعب المختلفة هي سياسية بالتعريف وليست عرقية أو اثنية أو دينية.
3. تصان حقوق المعارضة.
4. تصان الحريات العامة للمجتمع منها حرية التعبير وحرية العقيدة وحرية الاجتماع وحرية الصحافة.
5. وجود دولة القانون التي تحترم وتضمن حقوق المواطنين والمساواة بينهم.
6. ضمان عدم الجمع بين السلطات الثلاث التشريعية والقضائية والتنفيذية.
7. ترسيخ مبدأ الدستور أي أن السلطات والمواطنين يحترمون الدستور ويرجعون إلى القضاء لحل الخلافات.

تعلن هذه الخصائص في دستور ديمقراطي يعتبر بمثابة تعاقد بين المواطنين تتم مناقشته بشكل علني وبحرية كاملة ويتم إقراره من قبل جمعية تأسيسية منتخبة من الشعب، ويعرض نص الدستور عليه في استفتاء عام⁽³⁾.

للديمقراطية قوة هائلة في تحريك المجتمعات الإنسانية فهي أرضية خصبة لكي يعي الناس مكانتهم وحقوقهم وواجباتهم وتحقيق مصيرهم كما تعطيهم فرصة أكبر للتأثير على مجريات الأحداث والمساهمة في الحياة العامة عن طريق العمل السياسي والمدني، وعن طريق وسائل الإعلام والاتصال الحديثة المتاحة في المجتمع، و هي تجعل من الحرية عاملاً مشتركاً لكافة المواطنين كما إنها تجعل من الشعب في نفس الوقت حاكماً ومحكوماً⁽⁴⁾.

(¹) حسني محمد نصر - عبد الله الكندي - الإعلام الدولي (النظريات - الاتجاهات والملكية) - مصدر سابق - ص 31.

(²) النظم السياسية 1 / 1 / 2010م - <http://www.is-sw.netpage>

(³) النظام الديمقراطي - تاريخ الزيارة 2 / 1 / 2010م - page 1 - <http://pages.videotron.com>

(⁴) نفس المصدر السابق، page2.

تمنح وسائل الإعلام في ظل النظام الديمقراطي صوتاً لقطاعات المجتمع المختلفة لإتاحة النقاش لجميع وجهات النظر كما أنها عنصر تعبئة ييسر المشاركة المدنية بين جميع قطاعات المجتمع وتعزز قنوات المشاركة العامة كما أنها تعمل كرقب يكبح تجاوزات السلطة ويزيد من الشفافية الحكومية، ويخضع المسؤولين العاميين للمساءلة عن أفعالهم أمام الرأي العام.⁽¹⁾

النظام الشمولي (الديكتاتوري):

الشمولية نظام سياسي يمسك فيه حزب واحد السلطة بكاملها ولا يسمح بأي معارضة وهي تقوم بزيادة على إدارة الحياة السياسية بإدارة الحياة الخاصة للأفراد.⁽²⁾

خصائص النظام الشمولي:

تتميز الشمولية بوجه عام بخصائص معينة يمكن عرضها على الوجه التالي:

1. الظاهرة الشمولية تأتي في نظام يعطي حزباً واحداً النشاط السياسي بكامله.
2. السلطة السياسية تندمج في شخص الحاكم الديكتاتور كشخص وحيد. وهو يشبه في ذلك الملكية المطلقة حيث كان الملك هو صاحب السيادة والسلطة وحده.⁽³⁾
3. لا يعرف هذا النوع من الأنظمة الاختلاف في الآراء السياسية حيث لا رأي إلا رأي الديكتاتور ولا فكر إلا فكره ولا اجتهد إلا اجتهداه وعلى هذا فلا مجال لوجود حزب إلا حزبه⁽⁴⁾، ولنشر هذه الحقيقة تقوم الحكومة بنفسها باحتكار مزدوج لوسائل القوة ووسائل القمع وتضع تحت إدارتها وتوجيهها مجموعة من وسائل الاتصالات من صحافة وإذاعة وتلفزيون وغيرها من الوسائل.
4. تخضع النشاطات السياسية والمهنية للحكومة وتصبح جزء منها وبما أن الحكومة غير قابلة للفصل عن أيديولوجيتها فإن غالبية النشاطات الاقتصادية والمهنية تطبع بالطابع الرسمي.

ومما تجدر بنا ملاحظته أن الديكتاتورية في عالم اليوم تلاقي ذيوماً وانتشاراً وتبدو أكثر ازدهاراً ورواجاً ما دامت خصائصها جميعاً أو بعضها منتشرة هنا وهناك فالسلطة تنتقل في الكثير من البلدان من حاكم إلى آخر لا بناءً على رغبة الشعب واختياره بل بالقوة والعنف والحركات الانقلابية وتحويلها إلى سلطة شخصية وذلك بتركيز جميع الاختصاصات بين يدي الحاكم الفرد فهو سيد التشريع والقضاء ومن ثم تتعدى الرقابة.

لقد دأبت النظم الديكتاتورية للحفاظ على سلطانها المطلق أن تحيط نفسها بالعقلاء والحكماء والمتقنين والإعلاميين وغيرهم من نخبة الفكر الذين يمكن جذبهم لها ولهم القدرة على إدراك أهداف الحكومة في السيطرة والاستقرار وتمنحهم مناصب مرموقة في المجتمع وتغدق عليهم الأموال والمغريات وامتيازات الحياة ويعملون لديها كمستشارين ويحتكرون كل الحقائق الفكرية لأنفسهم ويسخرون فلسفاتهم وأفكارهم لخدمة طبقة مهيمنة على جهاز الدولة تعطيهم حق مخاطبة الشعب، أي يغدون ألسنة الحاكم في الاتصال بالجماهير عن طريق وسائل الإعلام التي تسيطر عليها الحكومة دون غيرها.⁽⁵⁾ فالنظم الشمولية لا تستطيع أن تحافظ على إمساكها

⁽¹⁾ النظام الديمقراطي - تاريخ الزيارة 2 / 1 / 2010 - page1 - <http://www.alsahfe.com>.

⁽²⁾ النظام الشمولي - تاريخ الزيارة 3 / 1 / 2010 - page1 - <http://www.ingdz.com>.

⁽³⁾ محمد رفعت عبد الوهاب - النظم السياسية - دار الجامعة الجديدة للنشر - الإسكندرية - ص 164.

⁽⁴⁾ محمد كاظم المشهواني - النظم السياسية - العائل لصناعة الكتب - القاهرة - 2007م - ص 15.

⁽⁵⁾ محمد الصيرفي - الإعلام - دار الفكر الجامعي - الإسكندرية - 2009م - ص 29.

بقبضة السلطة دون استعمال وسائل الاتصال الجماهيرية.⁽¹⁾ وعليه يصبح الإعلام بمختلف وسائله وأشكاله في خدمة الحكم التسلطي الشمولي وبوقاً له، وتخضع جميع الاعتبارات لذلك، وتلغي كل الحريات في سبيل سيطرة الحاكم واستقراره، وتعطي هذه الفلسفة الفاشية كل المبررات لإهدار حقوق الإنسان.⁽²⁾

نظام الحكم الشيوعي:

هذا النظام هو المطبق أو الذي كان مطبقاً في البلاد المسماة بالديمقراطية الشعبية (الاتحاد السوفيتي - الصين الشعبية - ألمانيا الشرقية - تشيكوسلوفاكيا - المجر... الخ) مع بعض الاختلافات التطبيقية فيما بينها ولكن يجمعها أنها كانت تتأسس في المبادئ الأساسية على المذهب الماركسي الشيوعي.

وهو يرى أن الجماعة وحماية مصلحة المجتمع وليس الفرد هي الغاية الوحيدة للحكومة التي تمثل المجتمع والغاية الوحيدة للحياة السياسية وبالتالي يجوز للحكومة أن تقيّد حقوق وحريات الأفراد وحرياتهم كما تشاء بل ولها حتى سحبها وإلغائها أو إلغاء بعضها لأن حقوق الأفراد وحرياتهم ليست امتيازات ثابتة لهم وإنما هي حقوق من خلق المجتمع وتتطور بتطور المجتمع وتخضع لتنظيماته.⁽³⁾

لا يعترف نظام الحكم الشيوعي بمبدأ الفصل بين السلطات لأنه يعوق في رأيهم النشاط الحكومي والتطور السريع ومن ثم تندمج السلطات التشريعية والتنفيذية في جهة واحدة قوية وأن البرلمان وإن وجد لمجرد الشكل فقط كذلك الحرية الفكرية الوحيدة التي يسمح بها للأفراد هي ما يسمونه حرية النقد الذاتي أي نقد أنفسهم في حلول المشاكل ولكن دون أي انتقاد للنظام الشيوعي الماركسي⁽⁴⁾. لا يثق نظام الحكم الشيوعي في الحريات الفردية أو الديمقراطية السياسية بل يركز اهتمامه الوحيد على الحريات الاجتماعية والاقتصادية والديمقراطية الاقتصادية، فالحرية الحقيقية لديهم تتمثل في توفير احتياجات الأفراد الاقتصادية والاجتماعية فقط، وهذا يجعل الحكومة تغزو كل المشروعات والمجالات مع استبعاد المبادرات الفردية فالحكومة تتولى كل شيء، وهي الوحيدة التي توفر حاجات الأفراد.⁽⁵⁾

ملكية وسائل الإعلام في ظل النظم السياسية:

ملكية وسائل الإعلام تتحدد من حيث الناحية الاقتصادية وهي ترتبط بالسياسات الإعلامية السائدة في المجتمع من حيث مدى السيطرة التمويلية على النواحي والاتجاهات التحريرية ذلك أن الممول صاحب سلطة وصاحب سيطرة لا يمكن إغفالها.

وحسب طبيعة تكوين المجتمعات ظهرت الملكيات الخاصة لوسائل الإعلام إلا أنه ما لبث أن اختلفت الآراء والوجهات حول مدى إطلاق ملكية وسائل الإعلام للأفراد. فالمشكلة لا تنحصر

(1) محمد سعد أبو عامود- الإعلام والسياسة في عالم جديد - دار الفكر الجامعي - الإسكندرية - 2009م - ص18.

(2) محمد الصيرفي - الإعلام - مصدر سابق - ص 29.

(3) نفس المصدر السابق - ص359.

(4) محمد رفعت عبد الوهاب- النظم السياسية- مصدر سابق - ص360.

(5) نفس المصدر السابق - ص 359.

فيمن يملك ولكن فيمن يؤثر فالمالك لوسيلة الإعلام هو المؤثر⁽¹⁾. ومن هنا كانت مشكلة ملكية وسائل الإعلام ليس في مجتمع بذاته ولكن في كل المجتمعات. هناك ثلاثة أشكال لملكية وسائل الإعلام:

1. الملكية الخاصة.
 2. أن تكون ملكاً للحكومة للتحكم فيما يُذاع أو يُنشر.
 3. أن تكون الملكية ذات طابع مشترك بين الحكومة والأفراد أو الهيئات كالمؤسسات الاجتماعية والجمعيات ذات الطابع الإصلاحي والمؤسسات العلمية⁽²⁾.
1. الملكية الخاصة تعني أن تتاح الحرية لأي فرد لامتلاك مؤسسة إعلامية يتحدد حجمها بإمكاناته المادية ومن هنا فإنها تنشر أو تذيب ما يريد الفرد أو وجهة نظره تجاه القضايا العامة والخاصة وبالتالي فإن وجهة نظر الفرد لا تلتقي مع الصالح العام للحكومة ولو كان ذلك في دولة ذات طابع ديمقراطي.⁽³⁾
- هناك من يرى أن الملكية الخاصة استطاعت أن تحقق تطور الوسيلة الإعلامية وحيويتها وأن توفر حيزاً واسعاً من الحرية ومن دفع الأحداث لتحتل مكانتها في اهتمامات الفرد فوسائل الإعلام ذات تأثير على الجماهير المستقبلية لها من خلال صبب المضامين الإعلامية في قوالب وأشكال فنية جاذبة للرأي العام للتأثير فيها، ولكنها في المقابل في رأي البعض حولت الوسيلة الإعلامية إلى سلعة، وخضعت لهيمنة رأس المال ولسيطرة الإعلان.⁽⁴⁾
- معنى تأثير الفرد الذي يمتلك وسيلة الإعلام أنه يقود الرأي العام، وهذا قد يتعارض في رأي البعض مع الصالح العام للجمهور، وقد يتعارض مع أمن البلاد، وقد يتعارض مع النظام الاقتصادي أو الاجتماعي أو الديني السائد في الدولة وبذلك أعادت الدول التي أتاحت الحرية في ملكية أجهزة الإعلام للأفراد أعادت النظر في ذلك، فلابد من وضع حد لسيطرة الفرد على الجمهور وهذا ما أدى إلى التفكير في النظام المشترك لملكية وسائل الإعلام بين الحكومة والأفراد.⁽⁵⁾
2. الملكية ذات الطابع المشترك بين الحكومة والأفراد أو الهيئات كالمؤسسات الاجتماعية والجمعيات ذات الطابع الإصلاحي والمؤسسات العلمية.
- فكرة هذا النظام المشترك هو أن يمتلك الفرد أو المجموعة من الأفراد نسبة من أسهم الوسيلة تقل عن النصف ولو بمقدار واحد في المائة، وتمتلك الدولة باقي الأسهم وهي أكثر من النصف ليكون لها السيطرة على ما ينشر وذلك حفاظاً على الصالح العام، وأخذت بهذا بعض الدول وأخذت بعضها بنظام آخر وهو ترك الحرية لملكية وسائل الإعلام للأفراد بشرط الالتزام بالقوانين التي تحدد النشر والمحافظة على الحيادية وعدم قيادة الجماهير أو التأثير عليها فيما قد يضر المصلحة العامة، وفكرة وضع القوانين المحددة للنشر مع إتاحة الملكية للأفراد هي في الأصل للمحافظة على مصالح الجماهير إلا أن بعض الدول استغللتها استغلالاً سيئاً فوضعت قوانين جائرة على حرية النشر تحد من حرية الصحافة تماماً.

⁽¹⁾ عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الإعلامية - مصدر سابق - ص 110.

⁽²⁾ نفس المصدر السابق - ص 110.

⁽³⁾ نفس المصدر السابق - ص 111.

⁽⁴⁾ ملكية وسائل الإعلام - تاريخ الزيارة 15 / 2 / 2010م - page1 - www.arab-ency.com.

⁽⁵⁾ عبد الوهاب كحيل - مصدر سابق - ص 111.

إزاء هذه المشكلة فكرت بعض الدول في إتاحة ملكية وسائل الإعلام لبعض الجمعيات أو المؤسسات ذات الطابع القومي أو الاتجاه الاجتماعي أو الديني أو التعليمي. ولكن هذا لم ينفذ إلا في بعض الدول لمواجهة مشكلات التمويل الخاصة بوسائل الاتصال التي تمتلكها هذه المؤسسات أو الهيئات فهي ذات مبادئ ربما لا تسمح بالإعلان التجاري كمصدر من مصادر الدخل وهي لا تمتلك المال اللازم لإصدار الصحف أو الإذاعات. ومن هنا لجأت إلى المساعدات من بعض الأشخاص ولم يفلح هذا كثيراً لأن الذي يدفع المساعدة يهدف إلى نشر رأي أو فرض اتجاه ولو بطريق غير مباشر وبذلك يتدخل في السياسة التحريرية.⁽¹⁾

3. أن تكون ملكاً للحكومة لتتحكم فيما يذاع أو ينشر ويتمثل ذلك في سيطرة الحكومة على وسائل الاتصال وتحریم ملكيتها على الأفراد والهيئات وتركيزها في يد الحكومة، وكان لهذا التركيز سلبيات كثيرة منها انعدام روح المنافسة بين وسائل الاتصال، وهذا يعني عدم التطور والتقدم، ومنها فرض ما تراه الحكومة على الرأي العام، وبذلك فالرأي العام لا صلة له بالتأثير الحسن أو السيئ أو أي تأثير على وسائل الإعلام ومنها الشعور أو الإحساس بعدم الحرية وهذا في حد ذاته يجعل الجمهور متضيقاً ولو كان ذلك في صالحه. نجد هذا النوع من الملكية مطبقاً بصورة كبيرة في دول العالم النامي والدول الشيوعية لأنها ترى أن مصلحة الجماهير لا تدركها إلا حكوماتها وبالإضافة إلى مشكلة التمويل.⁽²⁾

ترجع أهمية حديثنا عن ملكية وسائل الإعلام إلى أن الملكية تعني التمويل والتمويل يعني فرض وجهة النظر أو السيطرة أو التحكم في الهدف أو الاتجاه وهو السياسة الإعلامية "فلا شك أن التمويل يحدد نوع الإدارة المستخدمة في المؤسسات الإعلامية واتجاهاتها والإدارة بدورها تتحكم في القدر المتاح لحرية التعبير، وهذا يدل على أن الملكية تلعب دوراً كبيراً وفعالاً في تحديد السياسة الإعلامية لوسيلة الإعلام حيث هي العنصر الفعال في قيام واستمرارية الإعلام".⁽³⁾

خصخصة وسائل الإعلام:

اتجهت بعض الدول العربية منذ منتصف التسعينات إلى خصخصة وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة شبكات الراديو والتلفزيون ولأول مرة أصبحت المصالح الاقتصادية تتنافس مع المصالح السياسية في إدخال التقانات الجديدة إلى قطاع الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في الدول العربية وبالطبع لا توفر خصخصة وسائل الاتصال الجماهيرية ضماناً لتحرر وتنوع مضمون الإعلام الذي تقدمه هذه الوسائل حيث تتداخل في كثير من الأحيان مصالح القطاع الخاص مع مصالح السلطة السياسية وتظل وسائل الإعلام الخاصة خاضعة لسياسة الحكومات وهو ما يؤثر سلباً على مضمون الاتصال وتنوعه.⁽⁴⁾

ظهرت في أواخر عقد التسعينات اتجاه ولو نظرياً لإلغاء وزارات الإعلام في الدول العربية، وقد ألغت قطر وتونس بالفعل وزارة الإعلام بها ودمجت البحرين وزارة الإعلام مع وزارة الدولة للشئون الخارجية وأعلنت الأردن عن عزمها إلغاء وزارة الإعلام بها وهاجم أربعة من

⁽¹⁾ عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الإعلامية - مصدر سابق - ص 112.

⁽²⁾ نفس المصدر السابق - ص 113.

⁽³⁾ عبد الوهاب كحيل - مصدر سابق - ص 114.

⁽⁴⁾ راسم محمد الجمال - الاتصال والإعلام في العالم العربي وعصر المعلومات - الدار المصرية اللبنانية -

القاهرة - 2006م - ص 110.

وزراء الإعلام العرب (الإمارات العربية ، الأردن ، الكويت ، لبنان) الإعلام المملوك للحكومة مطالبين بإلغاء وزارات الإعلام في دولهم، والحجة التي يسوقها المطالبون بإلغاء وزارات الإعلام في الدول العربية هي:

1. أن مبرر سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام تلاشي في عالم عبر فيه الإعلام الحدود الدولية، وأن الشعوب العربية أصبحت لا تقبل وسائل الإعلام التي تسيطر عليها الحكومات التي ينبغي أن يقتصر دورها على تنظيم وسائل الإعلام والتأكد من استخدام الحريات بما في ذلك حرية وسائل الإعلام.

2. إن الإعلام الحكومي يعكس وصاية الحكومة على المواطن العربي باعتباره قاصراً فكرياً، وأن الأنظمة الوطنية لا تحترم الإنسان ولا حريته ولا حقوقه ومن رأي البعض الآخر أن وزارات الإعلام وأجهزة الإعلام العربي الرسمي مهددة في ظل تطورات التقنيات ووسائل الاتصال عالمياً وإقليمياً والتي تبشر بالمزيد من الحرية والانفتاح الإعلامي والسياسي والتعددية وحرية الرأي والديمقراطية في ظل ثورة المعلومات وحرية تداولها عالمياً وإقليمياً.⁽¹⁾

لكن على الرغم من الانتقادات الموجهة إلى الإعلام الحكومي فإن السؤال الذي يطرح نفسه هنا من يحل محل الحكومة إذا انسحبت من مجال الإعلام أو اقتصر دورها على التنظيم والرقابة؟ من يحل محلها في بسط سيادة الدولة في مجال المعلومات التي تشكل مدخلات صنع السياسات واتخاذ القرارات في كل نواحي الحياة وفي تشكيل توجهات الرأي العام بصدد الأهداف والمصالح القومية؟ ومن يتولى حماية الهوية الذاتية والثقافية للوطن ومن يتولى خلق روح المواطنة والتماسك الوطني لدى كل أفراد الشعب؟ وهل يوفر انسحاب الحكومة من مجال الإعلام حرية الرأي والتعبير في الوطن العربي؟

هنالك من يرى أن انسحاب الحكومة من مجال الإعلام وخصخصة وسائل الإعلام الجماهيرية بالكامل يضر بمفاهيم الولاء خاصة بالنسبة للدول العربية الجديدة حيث ما زالت هذه المفاهيم في حاجة إلى ترسيخ عبر أجيال، وانسحاب الحكومة معناه صراحة ترك المجال للشركات متعددة الجنسيات لبناء مفاهيم جديدة للولاء والهوية الثقافية، وليس صحيحاً أن انسحاب الحكومة سوف يوفر أشكالاً أفضل من الممارسة الديمقراطية وحرية التفكير والرأي والإعلام، فخصخصة وسائل الإعلام الجماهيرية وانسحاب الحكومة ليس في صالح التنمية الوطنية فالقاعدة التي وُضعت لحماية الاستثمارات الخاصة والأجنبية في الدول النامية ومنها الدول العربية تقلل من قدرة هذه الدول على حماية نفسها من مواجهة الاختراق الاقتصادي والثقافي والإعلامي ويزيد من هيمنة الدول الكبرى ويزيل بالفعل قدرة هذه الدول على اتخاذ مسار بديل للتنمية ينبع من الاحتياجات الوطنية وتقول الحقيقة التاريخية إنه لا توجد دولة في العالم بما فيها القوى الاقتصادية الكبرى في عالم اليوم استطاعت أن تنطلق إلى النمو الاقتصادي والانتقال من حالة التخلف إلى التحديث دون إجراءات حكومية واسعة المدى وتدعيم ومساعدة حكومية للصناعات الوليدة للانسلاخ من هيمنة القوى الكبرى.⁽²⁾

⁽¹⁾ صحيفة الأهرام - القاهرة، 5 مايو 2001م.

⁽²⁾ راسم محمد الجمال - الاتصال والإعلام في العالم العربي وعصر المعلومات - مصدر سابق - ص 114.

المبحث الثالث السياسة والإعلام في السودان

غاية أي وسيلة اتصال جماهيرية أن تصل إلى الناس كافة، وأن تجد عندهم القبول والاحتراف والتقدير ومن ثم الاقتداء والتأثر ، ولتحقيق ذلك لابد من أن تكون الرسالة التي تبث عبر وسائل الاتصال الجماهيرية مفهومة ومتوافقة مع قيم وثقافة من أرسلت إليهم ومتسقة مع أهداف المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ومتشربة بخصائصه ومعبرة عن آمال وتطلعات أفراده.

المجتمع السوداني مجتمع معقد تعرض لتأثيرات خارجية ارتبطت بهجرات جماعات عرقية متعددة بجذور ثقافية متباينة أثرت بشكل رئيسي في تكوينه إضافة إلى ارتباطه بعمليات تطور داخلية متنوعة ارتبطت بالبيئة المباشرة .

وهو (مجتمع بطبعه متعدد الأعراق والأجناس والثقافات مع تعدد رقعة الجغرافية ذات المظاهر الطبيعية المتنوعة، ونشأ من هذا التنوع السلالي والثقافي والبيئي تكوينات ذات سمات مميزة، ففي الشمال والشرق هناك عناصر سامية وحامية وفي الجنوب الجماعات النيلية والنيلية الحامية والبانسو وفي الغرب جماعات ذات أصول زنجية متعددة وسامية عربية وكذلك اللغات في السودان تربو على المئات وتتنوع كذلك العادات والتقاليد وأنماط السلوك⁽¹⁾ .

اسم السودان أطلق منذ العصور القديمة على المنطقة التي يقيم فيها العنصر الزنجي الأسود في أفريقيا خاصة المنطقة التي تقع من شمال أفريقيا من الصومال وإثيوبيا في الشرق إلى السنغال.

أما السودان باسمه وموقعه الحالي الذي يمتد من خط العرض 22 شمالاً وحتى خط العرض 4 قرب خط الاستواء ومن البحر الأحمر إلى تشاد وأفريقيا الوسطى فقد عرف بعد حقبة الاستعمار الذي شهدها خلال القرن التاسع عشر (التركي المصري والانجليزي)⁽²⁾ .

سكان السودان خليط من الأجناس والألوان فمنذ القرون الوسطى تدفقت الهجرات العربية إلى داخل البلاد بشكل تدريجي وسلمي وعن طريق التزاوج والتمزج مع المجتمعات القائمة آنذاك اندمجت فيها وأصبحت جزءاً منها⁽³⁾ . فنج القبائل البجاوية والنوبية والعربية والدارفورية والقبائل الجنوبية.

أدى وجود النيل إلى نمو وتطور الزراعة المستقرة التي أدت بدورها إلى نمو الدولة وتطورها في شمال ملتقى النيل الأبيض والأزرق والمناطق شبه الجافة في شرق وغرب النيل. هذه المناطق كانت موطن جماعات رعوية وشبه رعوية نمت في داخلها ارتباطات قبلية لها أهميتها الخاصة كجزء من شروط حياتها القائمة على التنقل والتحرك المتواصل. تعبير قبيلة كان يحمل معاني متعددة في تلك الفترة وكان للانتماء القبلي أهميته وضرورته لأغراض النسب

(1) إدريس سالم الحسن - رؤى سودانية - شركة مطابع السودان للعملة - 2001م - ص 244.

(2) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 76.

(3) بيتر ودورد - ترجمة / محمد علي جادين - السودان الدولة المضطربة - (1898م - 1989م) - مطبعة التيسير - 2002م - ص 31.

الاجتماعي وذلك لأن الوضع الاجتماعي يرتبط بالانتساب للقبائل العربية والأسر الكبيرة في الجزيرة العربية وخاصة قبيلة الرسول (ص) ⁽¹⁾.

مجموعة الصالحين والفقراء الذين قدموا للبلاد من الجزيرة العربية قاموا بنشر الإسلام في أواسط القبائل البدوية بالإضافة إلى مجموعات صغار التجار الذين دخلوا إلى البلاد لأغراض التجارة والكسب، ومن خلال تحركاتهم من منطقة إلى أخرى ساهموا أيضاً في نشر الإسلام وتعاليمه.

يعتبر الدين من المقومات المهمة في بناء الدولة وللدين الأثر القوي في تدعيم تضامن المجتمع وتماسكه والمحافظة على عاداته وتقاليده، ولقد كان الارتباط بالطرق الصوفية التي دخلت البلاد منذ القرن السادس عشر الميلادي وساهمت في انتشار الإسلام أكثر أهمية من الارتباط القبلي في تحديد هوية الشخص، حيث تقدم الحركة الصوفية للشخص الطريقة الموصلة لله والشيخ الصالحين كمرشدين ومعلمين مقدسين وصلوا إلى منزلة البركة.

كان للنشاط التجاري والطرق الصوفية دوراً كبيراً في تطور ظاهرة الدولة وفي خلق مجتمع منظم نسبياً خاصة في منطقة وسط البلاد.

انتشار الإسلام في شمال البلاد قابله تقدم ضعيف ومحدود في الجنوب نسبة للظروف الطبيعية القاسية ولم يستطع تخطي تلك الحواجز إلا في العهد التركي المصري.

قام الحكم التركي المصري بتأسيس مؤسسة العلماء كمؤسسة رسمية يعتمد عليها في تسيير شئون البلاد ولكنها لم تجد الدعم والتأييد من الطرق الصوفية بل اتخذ البعض مواقف عدائية منها اعتقاداً منهم أنها تضعف سلطة مشايخ الطرق في إدارة الشئون المحلية، لذلك قام الحكم التركي المصري ببناء جهاز إداري مسنود بقوة عسكرية قمعية قادرة على إعادة تشكيل مجموعات عديدة فبدلاً من التجارة ذات الحجم الصغير والمرتبطة بسيطرة الدولة وباقتصاد يعتمد على الزراعة والحرف أساساً أصبح هنالك نظام حكم أكثر استغلالاً وقمعاً بشكل واضح ⁽²⁾، يستند على عملية تراكم رأسمالي بدائي أدى إلى توسع النشاط التجاري في كل أواسط المجتمع وتحويل السودان تدريجياً إلى قطر أكثر انفتاحاً على العالم.

كانت الثورة المهدية تقف ضد الطرق الصوفية بشكل عام ومن أجل المحافظة على الدولة سعت إلى تغيير النشاط التجاري للطرق الصوفية وحركة التجارة بشكل عام وزيادة الضرائب وإضعاف المجتمع القبلي.

وقد نجحت في إقامة دولة مستقلة، فالثورة المهدية كما وصفها سايمز عام 1917م (علينا أن نتذكر أنها كانت ثورة وطنية وبالتالي سياسية "ضد حكم أجنبي") ⁽³⁾.

الدولة والتغيير الاقتصادي والمعتقدات والتنظيمات الدينية كل ذلك كان له أثر واضح في شمال السودان، ورغم سعي الدولة المهدية إلى إضعاف التنظيم القبلي إلا أن القبلية ظلت مستمرة ومحفوظة بأهميتها خاصة في مجال الهوية الشخصية.

عمل الحكم الثنائي على إحياء النظام القبلي ليشكل على الأقل أساساً لنظام إداري محلي ومع وجود حفنة قليلة من الموظفين البريطانيين وعدد محدود من المأمير المصريين كان من

⁽¹⁾ نفس المصدر السابق - ص 31.

⁽²⁾ بيتر ودورد — السودان الدولة المضطربة - مصدر سابق - ص 37.

⁽³⁾ نفس المصدر السابق - ص 37.

الطبيعي أن تبحث حكومة السودان في إمكانية الاستفادة من التركيب الاجتماعي المحلي فعملت على تقوية النظام القبلي أولاً لأغراض تتعلق بالإدارة وثانياً لأنها كانت تمنح هذا التركيب الاجتماعي الضعيف اعترافاً رسمياً من قبل الحكومة ، لم يمنح لأي من التكوينات الاجتماعية الأخرى⁽¹⁾. وقد كان كافياً نسبياً للمحافظة على الأمن والنظام في معظم مناطق شمال السودان.

سعت الحكومة إلى عقد مصالحة وتوافق مع الطرق الصوفية برغم شكوك الحكومة حولها، انطلاقاً من تجربة الثورة المهدية وخروج المهدي نفسه من أواسط الطريقة السمانية ، بمرور الزمن تراجعت هذه الشكوك لتحل محلها نظرة أخرى أكثر تسامحاً، وفي كثير من الأحيان كانت الحكومة تفضل هذه الطرق على الفقراء الذين كانوا في بعض الأحيان يمثلون مصدر إزعاج للموظفين الحكوميين خاصة في المناطق الملائمة لظهور نزاعات التعصب الديني مثل كردفان ودارفور⁽²⁾، فالصوفية لا تقوم فقط بهداية الناس وإرشادهم في علاقاتهم مع رب العالمين خلال تبريكات القيادات الروحية والرجال الصالحين بل تقوم بتدريس كتاب الله وذلك من خلال توافق كامل مع المعتقدات الشعبية أكثر من رفضها ومعارضتها ، ومع مرور الزمن تأكد للحكومة أن الطرق الصوفية لا تمثل مصدراً للتعصب السياسي لأنها بشكل عام لا تهتم كثيراً بالدولة والسياسة بل تركز على مساعدة الناس.

في عام 1924م تمكنت حركة اللواء الأبيض من تنظيم مظاهرات معادية لبريطانيا الشيء الذي دفع بالحكومة إلى تغيير سياساتها والاهتمام بالمجتمعات التقليدية والتركيز عليها وهذا يعني أنه بدلاً من ترقية العناصر الشابة المشبعة بـ(روح الاستقلال) المزعجة، على المسؤولين إحياء ما يوصف بكلمات مفخمة (الإحساس بالانضباط الشخصي، الذي يولده في العادة التدريب المتواصل في ظل النظام المهيم في التنظيمات القبلية السليمة) وحسب تقديرات السير جون ما في فان الإدارة الأهلية (سوف تضع حاجزاً بين المحرضين والبيروقراطية الحكومية، وبالتالي تطهير وتحجيم الجرائم السياسية القادمة من الشمال من وادي النيل إلى الجنوب في الخرطوم)⁽³⁾.

اتجهت السياسة الجديدة للحكم الثنائي أول ما اتجهت إلى عزل المتعلمين عن سكان الأرياف وتقوية زعماء العشائر وعزل المتعلمين المدنيين عن العسكريين بإغلاق الكلية الحربية ، وإتباع سياسة الضغط والتعسف مع الطلاب والمتعلمين السودانيين والاتجاه نحو الإدارة الأهلية ونحو زعماء العشائر لتقوية شوكتهم ليصبحوا سنداً وأساس حكمها⁽⁴⁾.

أثار إنشاء الإدارة الأهلية في السودان جدلاً واسعاً بين الإداريين البريطانيين أنفسهم بين معارض ومؤيد للفكرة وبين المثقفين السودانيين وقد عارضها المثقفون معارضة شرسة وأوسعوها نقداً بحسبانها تقوية للنفوذ القبلي الذي سوف يكون خطراً على وحدة السودان وتشتيته إلى دويلات فضلاً عن أن الاعتراف بالقبيلة سيؤثر سلباً على الحياة الثقافية والاجتماعية والحركة الوطنية بصفة عامة.

نظام الإدارة الأهلية ليس جديداً على السودان ولا هو من ابتداع الإدارة البريطانية التي لم يكن لها يد فيه غير أنها نظمته وقننته ، فهو أصيل في المجتمع السوداني فقد قام حكم السلطنة

(1) بيتر ودوارد- السودان الدولة المضطربة- مصدر سابق- ص 45.

(2) نفس المصدر السابق - ص 45.

(3) بيتر ودوارد - السودان الدولة المضطربة - مصدر سابق - ص 45.

(4) محبوب محمد صالح - الصحافة السودانية في نصف قرن - القاهرة - 1996م - ص 68

الزرقاء على النظام القبلي وكذلك الحال في دارفور حيث كان زعماء القبائل يباشرون القضاء والإدارة في مناطقهم نيابة عن السلطان. قد اعتمد الحكم التركي على زعماء القبائل في حكمه إذا لم يكن نفوذه يتجاوز العاصمة والمدن الكبيرة ومن ثم جاءت المهديّة وكانت القيادة والإدارة معقودة لأمراء هم في واقع الأمر زعماء لقبائلهم واستمر الحال على هذا المنوال إلى أن أسست الإدارة البريطانية الإدارة الأهلية فجمعت القبائل الصغيرة تحت راية قبائل كبيرة بزعامة رجال أقوىاء كلمتهم نافذة، توادوا وتعاونوا مع بعضهم البعض الشيء الذي خلق نوعاً من الترابط والتماسك القومي⁽¹⁾.

سعى الحكم الثنائي إلى إقامة مؤسسات حديثة وإنشاء وسائل جديدة ضمن عملية الحكم لهذا البلد مترامي الأطراف عن طريق استخدام وسائل (الحكم غير المباشر) في شمال البلاد وجنوبها و (العزلة) بالنسبة لجنوب البلاد عن شمالها الشيء الذي أدى إلى اتساع الفجوة بين (الشمال) العربي في تطلعاته والمسلم نسبياً وبين (الجنوب) الأفريقي بالكامل والوثني في الأغلب⁽²⁾.

ظهر الوعي السياسي بشكل رئيسي من خلال الموظفين والزعماء المحليين المرتبطين بجهاز الدولة وبدرجة أقل من خلال طبقة التجار وكان ظهور الحركة الوطنية والأحزاب السياسية الوطنية يمثل بداية وعي جديد في عموم البلاد ولكن تجليات هذا الوعي خاصة في المناطق النائية والمعزولة كانت في أشكال ضيقة ومحدودة فمع بروز النخب المحلية التي نمت وتطورت في ظل الحكم البريطاني ووضوح أهمية العلاقة مع الدولة بالنسبة لهذه النخب بدأت القيادات التقليدية المحلية تشعر بأهمية وجدوى الارتباط مع الأحزاب السياسية الناشئة وذلك لأنه بعد تحول الإدارة الأهلية إلى نظام حكم محلي ديمقراطي وانتقادات الحركة الوطنية لنظام الإدارة الأهلية بكامله لم يعد هنالك ما يمنع هذه القيادات من الارتباط بالقوى الناهضة في المجتمع، قوى الأحزاب السياسية التي بدأت تهئ نفسها لوراثة السلطة من البريطانيين وفي هذا الخصوص كان (ظهور الحزب الجمهوري الاشتراكي في تلك الفترة يمثل محاولة بريطانية مكشوفة لعرقلته نمو وتطور هذه الأحزاب السياسية الطائفية ولتأكيد دعم القبيلة كقوة سياسية وطنية ولكنها لم تنجح - ولذلك وضح للقيادات القبلية أن نفوذها الفعلي لا يمكنها من بناء حزب سياسي وطني ولكنه يمكن أن يكون مفيداً للأحزاب الرئيسية وذلك من خلال تحول القيادات المحلية إلى وكلاء وسماصرة أساسيين في شبكة العلاقات التي يقوم عليها بنیان هذه الأحزاب)⁽³⁾.

في الربع الأخير من الثلاثينات في القرن الماضي تم ميلاد كيان منظم للمتعلّمين السودانيين (المؤتمر العام للخريجين) لإحياء الحركة الوطنية من جديد والنهوض بها⁽⁴⁾.

(1) عبد الله علي جاد الله - مع الإدارة الأهلية في مسيرتها - دار عزة للنشر والتوزيع - السودان - 2005م - ص 11.

(2) فتح الرحمن محجوب - مأزق السلطة الرابعة حول أوضاع وقوانين الصحافة السودانية - دار عزة للنشر والتوزيع - 2003م - ص 45.

(3) بيتر ودورد - السودان الدولة المضطربة - مصدر سابق .

(4) فتح الرحمن محجوب - مازق السلطة الرابعة حول أوضاع وقوانين الصحافة السودانية - مصدر سابق - ص 70.

نشأ المؤتمر كهيئة إصلاحية خيرية في بادئ الأمر ممثلاً للطبقة السودانية الوسطى التي كانت قد أخذت تنمو في أحضان الوظائف الدبلوماسية وكان ذلك التنظيم (مؤتمر الخريجين العام) لا يفتأ يدافع عن نفسه كممثل للشعب السوداني بأسره واضعاً بذلك أول فكرة للحزب الواحد المهيمن في السودان وكانت الإدارة البريطانية التي أصيبت بالذعر من ذلك الاتجاه تنكر عليه ما كان يدعيه وتذكر قادته على الدوام بأنهم فئة لا تمثل إلا نفسها ومصالح أعضائها⁽¹⁾.

أثر الانشقاق الذي حدث في مؤتمر الخريجين العام في فبراير 1942م حيثما قدّم المؤتمر مذكرته المشهورة إلى الحاكم العام المكونة من اثني عشر بنداً يطلب أول بند فيها كلاً من بريطانيا ومصر بمنح السودان حق تقرير المصير في أسرع فرصة ممكنة. كَوّن إسماعيل الأزهري حزب الأشقاء 1942م وكان ذلك بداية تحول مؤتمر الخريجين إلى كيان سياسي واضح ، نظم الوطنيين أنفسهم في أنشطة سياسية أخذت بعد ذلك أسلوب العمل الحزبي تحت مظلة أحزاب قامت على أسس سياسية وطائفية وقبلية⁽²⁾.

انقسمت الأحزاب السياسية السودانية إلى قسمين رئيسيين :-

1. أحزاب استقلالية تنادي باستقلال السودان دون أن تكون له أية رابطة خاصة مع مصر.
 2. أحزاب اتحادية ترى ضرورة إيجاد رابطة بين مصر والسودان.
- وهناك أحزاب صغيرة عقائدية أو قبلية أو جهوية⁽³⁾.

يرى بعض المؤرخين أن الحكومة لم تكن بعيدة عن تأسيس بعض الأحزاب السودانية الكبيرة خاصة حزب الأمة إذ كان الهدف من وراء إنشائه القضاء على مؤتمر الخريجين ويؤكد على ذلك ما أورده السكرتير الإداري حينها روبرتستون في مذكراته أن أهداف حزب الأمة إنما كانت هي نفس أهداف الحكومة إلى حد كبير وأنه كان بمثابة ترياق مفيد مضاد للمؤتمر الممالي لمصر⁽⁴⁾.

اتجهت الحكومة إلى إشراك السودانيين بصورة أكثر فاعلية في الحكومة المركزية فتكون المجلس الاستشاري لشمال السودان عام 1944م وتكونت من بعد ذلك بعض المؤسسات الدستورية التي قاطعتها بعض الفعاليات السياسية وهكذا تمكنت قطاعات عديدة من المجتمع السوداني في السنوات الأخيرة للحكم الثنائي من دخول مجال العمل السياسي والارتباط بالحركة السياسية الوطنية.

الفترة من 1930م – 1955م كانت عامرة بالأحداث والتطورات في العلاقة بين الإدارة البريطانية والزعامة الدينية والسياسية والمتعلمين فظهرت الكيانات الاجتماعية والأحزاب السياسية والنقابات وجماعات الضغط وتوجت المجاهدات والنضال بجلاء الانجليز والمصريين من السودان واستقل السودان ليرفع علمه إيذاناً بالإعلان عن جمهورية السودان مطلع يناير 1956م.

(1) محبوب عبد المالك بابكر - بين السياسة والصحافة في السودان 1924 - 1960م - سولو للطباعة والنشر - 2001 - ص 10.

(2) صلاح عبد اللطيف - الصحافة السودانية - تاريخ وتوثيق - 1899م - 1989م - مطابع الأوفسيت - ص 50.

(3) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 41.

(4) نفس المصدر السابق - ص 42.

نيل السودان استقلاله أكد إمكانية إجماع السودانيين والتفافهم حول قضايا بلادهم. ولكن تلك كانت لحظات نادرة في فترة قصيرة من حياة سياسية مفتوحة، تميزت بالمنافسات والصراعات الحزبية الشخصية المرتكزة إلى قاعدة تنافس وصراع طائفي والسودان كان يحكم بدستور مؤقت ومواجه بقضية تأسيس نظام سياسي جديد ثابت ومستقر ودائم بدلاً من تركيز الاهتمام على كل ذلك انشغلت الأحزاب السياسية بالصراعات الداخلية وظلت هذه الصراعات تتزايد وتتفاقم بشكل حاد بتحولها إلى صراع حول السلطة ومغانمها من يسيطر عليها وظلت السياسة السودانية تسير في اتجاه ضيق ومحدود مرتبط فقط بالوصول إلى كراسي الحكم بالنسبة لكل أطراف القوى الأساسية وفي اتجاه اليأس والإحباط بالنسبة لكل القوى المهشمة والمبعدة من هذه العملية بحكم عدم قدرتها على التأثير في المناورات بين الأحزاب السياسية الرئيسية المسيطرة على المسرح السياسي مع بعضها البعض وفي داخلها على السواء.

التطورات السياسية في السودان وعلاقتها بالأجهزة الإعلامية

تشكل وسائل الاتصال في السودان حضوراً مهماً في الواقع السياسي السائد بالبلاد بترتيباته وخلفياته وما ينشأ عنه من نتائج ، ذلك الواقع الذي عرف إبان الحكم الاستعماري بعدم التوازن في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبعدم التكافؤ بين طرفي الحكم الثنائي في شراكتها للحكم. وقد عظم من ذلك التأثير الأوضاع المحلية التي سادها التشرذم السياسي والانقسام على صعيد المناطق والأقاليم وعلى صعيد الكيان الاجتماعي.

فمنذ أحداث نهاية القرن التاسع عشر حينما قامت قوى أجنبية عن طريق الغزو والاستعمار الثنائي بجمع شتات البلاد وسكانها في وحدة إدارية منفردة وبدأت ترتيبات الدمج القومي تم في نفس الوقت وضع وتوسيع الأساس الراسخ للتناقضات والانقسامات والمنازعات الداخلية التي احتدمت فيما بعد وذلك نتيجة لتلك السياسات والمصالح الأجنبية التي دفعت بالبلاد إلى الأمام في سياق صراع سياسي طويل أدخل درجات متفاوتة من العنف في العملية السياسية ومن شأن ذلك بصورة طبيعية أن ينعكس على دور أداء وسائل الاتصال بال جماهير ووضعيتها⁽¹⁾.

إن عوامل التقدم والتراجع في أداء وسائط الاتصال يمكن النظر إليه وتقييمه في إطار متغيرات الوضع السياسي الذي تعمل تلك الوسائط داخله وتعتمد تلك العوامل لحد كبير على اتجاهات أحكام القوانين الصادرة عن الأنظمة السياسية المختلفة وعلى كل فان السياسة الداخلية بالبلاد لا تشكل المصدر الوحيد لمدخلات وتأثيرات المبادرات السياسية للحكومات المختلفة.

دخلت وسائط وأدوات الاتصال بال جماهير مع غيرها من أنظمة وتأثيرات أخرى السودان من خارجه وهذا يعني أنه حتى بعد الاستقلال فان تأثيرات خارجية وافده ساهمت في وضعية وسائط الاتصال بالبلاد جنباً إلى جنب مع إسهام تلك التأثيرات الخارجية على قوام السياسة المحلية، ويعتبر التقدم في تقانة الاتصال أحد تلك الجوانب الخاصة بالتأثيرات الوافدة من الخارج.

سهلت تقانة الاتصال أداء وسائطه وظيفياً بحساب التكلفة والمعدات والسرعة ونقل البيانات والمعلومات ما بين الوسيط والآخر وربط عمليات الاتصال على مستوى عالمي. وقد انعكس ذلك في الإتيان بمزيد من التأثيرات الخارجية علاوة على حث الجماهير بمستويات أعلى من النشاط والمشاركة السياسية والتساوي في المعرفة بين مختلف أعضاء المجتمع وأقسامه.

بدأت الصحافة في السودان مع بداية الاحتلال البريطاني للسودان، ففي السابع من مارس 1899م ظهر العدد الأول من صحيفة (الجازيتة) متضمناً نص الاتفاقية الثنائية بين مصر وبريطانيا بشأن إدارة السودان وقد صدرت جازيتة السودان في (4) صفحات من الحجم الصغير، وجاء في العدد الأول ما يلي (تصدر هذه الجازيتة عن حكومة السودان لنشر القوانين واللوائح والإعلانات الصادرة منها لحسن توجيه أهل السودان وإرشادهم بنظام الحكومة الرشيدة)⁽²⁾.

يرى بعض الباحثين أن الجازيتة جزء مكمل لخطة بريطانية في احتلال السودان وهي لم تكن صحيفة بالمعنى العلمي للصحيفة وإنما كانت مجرد مطبوع ينشر القوانين واللوائح الحكومية والتعيينات الخديوية والتلغرافات الرسمية ، وهي تعتبر وسيلة اتصال بين الإدارة البريطانية

(¹) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 24.

(²) صلاح عبد اللطيف - الصحافة السودانية - تاريخ وتوثيق (1899م - 1989م) - مصدر سابق - ص 20.

وأهل البلاد بحيث تشعرهم من خلال نشرها للأوامر والقوانين عن بلادهم أنها تحكم بالقانون وليس برغبات الحكام كما هو الحال في عهد الدولة التركية وعهد المهديّة (1).

كانت الجازتيه مجرد أداة من أدوات الاحتلال ولم يقتنع الاحتلال البريطاني بأهميتها في نشر أفكاره وسياسته والترويج لبريطانيا وربط السودان بأهدافها وسياساتها فأوعز - اللورد كرومر إلى أصحاب صحيفة المقطم في مصر بإصدار جريدة (السودان) في السودان 1903م وهي صحيفة وثيقة الصلة بالحكم البريطاني، أجنبية الملكية، أجنبية التحرير وأجنبية القراء في الغالب الأعم إذ أن قراءها كانوا في جملتهم من السوريين والمصريين العاملين في الحكومة والتجارة. وهي لم تخف تأييدها المطلق للحكومة، وتفيض أعمدتها بمدح اللورد كرومر والإشادة به وتهاجم الحكم المهدي وتشتب بالهجوم عليه وفي التأييد المطلق للحكام البريطانيين (2)، ويشير ذلك إلى أن الأهداف الحقيقية لصدورها هي خدمة الإدارة البريطانية ودعم أركان حكمها وإقصاء روح المقاومة في نفوس السودانيين.

خلال العقدين الأولين من حكم الانجليز للسودان لم تصدر أي صحيفة وطنية فبعد صحيفة السودان جاءت كل المحاولات الأخرى من أجنب :-

الخرطوم وكشكول المساح (1909م) ، سودان هيرالد (1911م) ، رائد السودان (1913م) ، يرى الأستاذ / محجوب محمد صالح إن تأخر ظهور صحيفة وطنية يعزى إلى أن السودانيين ما كانوا يمتلكون المال ولا الخبرة ولا القدرة على إصدار صحيفة تنطق باسمهم (4). كما أن الانجليز لم يشجعوا السودانيين على إصدار صحيفة خاصة بهم.

ساعد على ظهور الصحافة الوطنية مجموعة من العوامل أولها ظهور السودانيين المتعلمين الذين تخرجوا من كلية غردون والمدرسة الابتدائية، وثاني هذه العوامل تحسن الأوضاع الاقتصادية وانتعاش التجارة وإنشاء مشروعات اتصالية مثل إنشاء الخط الحديدي من الخرطوم إلى الأبيض عام 1912م وافتتاح ميناء بورسودان 1909م وامتداد الأسلاك التليفونية في العاصمة وإنشاء الفنادق والمصانع الصغيرة والنوادي مما ساعد على تهيئة ظهور رأي عام مستنير ، في هذا الجو من التقدم التعليمي والاقتصادي ظهرت بوادر الحركة الوطنية التي قادت ثورة 1924م السودانية ضد الاحتلال الأجنبي (3).

رأى الانجليز أن صحيفة يحررها سودانيون يمكن أن تخدم مصالحهم أفضل من خدمة الأجانب فكانت (حضارة السودان) وهي أول صحيفة وطنية سودانية رئيس تحريرها حسين شريف أول صحفي سوداني ولكنها بدت صحيفة قشورها وطنية وهدفها ومضمونها خدمة الاحتلال البريطاني، أدرك المتعلمون والمثقفون السودانيون أنه لن تكون هناك صحيفة يكتب لها الاستمرار إذا لم ترض عنها سلطات الاحتلال الانجليزي في البلاد لذلك اتجه المثقفون إلى الصحافة الأدبية التي تسالت مع مرور الزمن من الأدب إلى السياسة لتعبر عن رأيها ورأي

(1) نفس المصدر السابق - ص 20 .

(2) محجوب محمد صالح - الصحافة السودانية في نصف قرن (1903م - 1953م) - مصدر سابق - ص 23.

(4) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 25.

(3) صلاح عبد اللطيف - الصحافة السودانية - تاريخ وتوثيق (1899م - 1989م) - مصدر سابق - ص 32.

أصحابها وكتابها ومنها تخرج جيل من السياسيين قادوا البلاد إلى الاستقلال وأصبح لهم صحفهم المستقلة فيما بعد .

لم يجد المتعلمون من متنفس تجاه سياسة كبت الرأي وتكميم النشاط السياسي إلا في إنشاء الجمعيات الأدبية داخل الأندية والمنازل كغطاء لممارسة النشاط السياسي والفكري⁽¹⁾. وكان أشهرها جماعة أبي روف وجماعة السلفيين ومدرسة ود مدني وجمعية الهاشميات ومجلس السيد عبد الرحمن المهدي، وكان لهذه الجماعات والمدارس فيما بعد أثرها على الحركة السياسية السودانية خاصة فيما يتعلق بنشأة الأحزاب السياسية.

في الأربعينات عرف السودان السينما حيث قام نفر من السودانيين بإنشاء شركة للسينما الوطنية وكان الغرض منها المساهمة في بناء وامتلاك وتشغيل دور العرض السينمائي في البلاد⁽²⁾.

وبظهور النشاط السياسي والاجتماعي والأدبي أواخر الثلاثينات وبداية الأربعينات من خلال الأندية والجماعات والمدارس ظهرت الصحف المستقلة والصحف النسائية والإقليمية، وقد أدت هذه الصحف بأشكالها المختلفة إلى بلورة الوجدان الوطني والتحرر من القيود التي وضعت بواسطة المستعمر.

لم يكن إنشاء إذاعة أم درمان جزءاً من حركة تطور المجتمع السوداني الطبيعية ولكن جاء إنشاؤها لخدمة الأهداف الاستعمارية وندل على ذلك بإبراز الشواهد التالية :-

1. عند انتهاء الحرب العالمية الثانية أرادت السلطات الاستعمارية إيقاف الإذاعة بل وقفلها نهائياً واعتذرت بأن تشغيل إذاعة أم درمان كان يتم من المال المخصص للمجهود الحربي والدعاية للحلفاء ومن المنطقي أن يتم إيقاف هذه المخصصات المالية بنهاية الحرب ولولا توسلات السودانيين وتدخل أحد الإداريين البريطانيين (إيفانس) لتوقفت الإذاعة نهائياً في تلك الفترة .

2. لم يسمح للسودانيين بالاستفادة من الإذاعة في أية نشاطات غير تلك التي تخدم الدعاية للحلفاء وحتى عندما أرادت اللجنة التنفيذية لمؤتمر الخريجين إذاعة بيان في عام 1940م تناشد فيه الأهالي تأييد المجهود الحربي والمشاركة في دعم الخطط الرامية لتقوية الدفاع الوطني تم تبديل صيغة البيان إلى الحد الذي لم يرض عنه أعضاء اللجنة التنفيذية للمؤتمر وقرروا من بعد ذلك وقف التعاون مع الحكومة تأسيساً على أن الاتفاق الأصلي بين الحكومة واللجنة التنفيذية لم ينفذ بشرف⁽³⁾.

تشكلت أول حكومة لحكم البلاد بواسطة إسماعيل الأزهرى الذي حصل حزبه الوطني الاتحادي على الأغلبية البرلمانية في عام 1955م وفي يوليو 1956م استبدلت حكومة الوطني الاتحادي بحكومة ائتلافية من حزب الأمة والأحرار الجنوبيين والشعب الديمقراطي وكان لابد أن تنعكس هذه التقلبات على أداء الوسائل الاتصالية المتوفرة في البلاد وهي الصحف والإذاعة ووحدات العمل السينمائي.

(1) هاشم الجاز - الاعلام السوداني - مصدر سابق ص 40.

(2) كمال محمد إبراهيم - السينما في السودان - ماضيها وحاضرها ومستقبلها - مؤسسة الصلحاني - سوريا - 2003م - ص 6 .

(3) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 31 .

لعبت الصحافة دوراً كبيراً في تعميق الأزمة بين المعارضة والحكومة وأطراف الائتلاف وصحيفة الحزب كانت تنشر كل ما يدور من أسرار ومشاجرات داخل مجلس الوزراء، ولقد كان لوزراء الداخلية صلاحية إيقاف أي صحيفة تهاجمهم أو تهاجم أحزابهم وطوائفهم.

أما الإذاعة فقد اتسعت رقعة بثها وصارت تسمع في أنحاء كثيرة من البلاد وتخطت حدود السودان لتسمع في بعض دول الجوار. استمرت السينما في متابعة وتسجيل النشاط الحكومي الخبري بالتصوير السينمائي وكذلك بإنتاج الأفلام التسجيلية والوثائقية كما قامت وحدات السينما المتجولة بتقديم أفلامها للمواطنين بالعاصمة والأقاليم وانتشرت دور العرض السينمائي في هذه الفترة.

تسلم الفريق عبود السلطة في 17 نوفمبر 1957م، عين حكومته من قادة القيادات العسكرية المختلفة والتي قامت بإلغاء الأحزاب السياسية وإعلان حالة الطوارئ.

تميز نظام عبود بأنه ترك الصحف الخاصة تصدر جنباً إلى جنب مع الصحف الحكومية كما عمل على الاهتمام بالعمل الإعلامي داخل وزارة الاستعلامات والعمل، ودعم أقسام المطبوعات والمعلومات والطباعة والحفر والتصوير ووحد الإنتاج السينمائي وتدريب كوادر الوزارة داخلياً وخارجياً⁽¹⁾.

كما اهتم بالإذاعة السودانية وأنشأ محطة إرسال بسوبا وعمل على تقوية الموجات القصيرة للإذاعة وزاد ساعات الإرسال.

تم إنشاء تلفزيون أم درمان في عهد حكومة عبود بدأ بمحطة تجريبية في 23 ديسمبر 1962م عندما بدأ البث التلفزيوني لم تكن هنالك أجهزة استقبال للبث في حوزة المواطنين ولذا أقيمت دور عامة لعرض البث التلفزيوني في مدن العاصمة الثلاثة لحين فتح باب الاستيراد لأجهزة الاستقبال التلفزيونية فيما بعد.

اضطر الفريق إبراهيم عبود في أكتوبر 1964 تحت ضغط الفعاليات السياسية والنقابية والشعبية وحتى العسكرية إلى حل المجلس الأعلى للقوات المسلحة ومجلس الوزراء وإعلان موافقته على تكوين حكومة انتقالية لاتخاذ الخطوات الضرورية لإعادة الحكم المدني.

ورثت الحكومة نظاماً للإعلام مكتمل الهياكل، الصحف تصدر وفقاً لقانون 1930م المعدل 1955م والإذاعة اتسعت رقعة بثها وزيدت ساعات إرسالها وبنيت هياكلها ونظمها الداخلية والسينما تؤدي مهامها الترفيهية والإعلامية أما التلفزيون فقد استجلبت له الأجهزة ودربت له الكوادر التي تمكنه من القيام بمهامه حسب الإمكانيات الفنية والبشرية التي توفرت له في تلك الفترة⁽²⁾.

التزمت وسائل الإعلام في تلك الفترة بالتعبير عن السياسات الرسمية للحكومة بالإضافة إلى وظائفها في الإعلام والتفسير والتعزيز والتوعية والتنشئة والتعليم والترويج ذلك لأن هذه الوسائل ظلت ومنذ نشأتها الأولى أجهزة رسمية تتبع للحكومة.

1969م جاء الحكم العسكري الثاني بدءاً منذ يومه الأول أكثر من سابقه تشدداً خاصة فيما يتعلق بالإعلام. ولقد جعل ملكية وإصدار الصحف للحكومة (تأميم الصحف) أما الإذاعة (راديو وتلفزيون) فلقد ظلت على وضعها وهو تبعيتها الحكومية منذ نشأتها.

(1) نفس المصدر السابق - ص 50 .

(2) نفس المصدر سابق ص 53.

في يناير عام 1970م تم أنشأ وكالة السودان للأنباء⁽¹⁾ ولقد تم الإعلان عن قيام الوكالة من خلال الاحتفال الذي أقيم بمدينة الأبيض في أعياد الاستقلال⁽²⁾ وقد كان الغرض الأساسي من إنشاء وكالة السودان للأنباء هو خدمة النظام القائم والالتزام بالدور الوطني للإعلام ونقل الأخبار للرأي العام المحلي والعالمي. وقد منحها القانون سلطة احتكار عمل الوكالات في مجال جمع وتحرير ونشر الأخبار الداخلية ونشر أخبار السودان خارجياً وإعادة نشر ما تحصل عليه من الوكالات القطرية والإقليمية والدولية مما يمكن النظام الحاكم من السيطرة على تدفق الأخبار والمعلومات.

شهدت فترة الحكم المايوي عدد من التطورات في مجال الاتصال بإنشاء عدد من الإذاعات الإقليمية والمتخصصة وإنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون ومصلحة الثقافة.

في يوم السبت السادس من ابريل 1985م استولت القوات المسلحة على السلطة وأذاع راديو أم درمان في الساعة الثامنة صباحاً البيان الأول الصادر عن القيادة العامة للقوات المسلحة وجاء فيه (إن قوات الشعب المسلحة حقناً للدماء وحفاظاً على استقلال الوطن ووحدة أراضيه قد قررت بالإجماع أن تقف إلى جانب الشعب واختياره، وان تستجيب إلى رغبته في الاستيلاء على السلطة ونقلها للشعب عبر فترة انتقالية محدودة)⁽³⁾ وفي عام 1986م أجريت الانتخابات وتم تشكيل حكومة ائتلافية من الحزبين الكبارين الأمة والاتحادي الديمقراطي، لم يختلف حال النظام الإعلامي لهذه الفترة كثيراً عما كان عليه عقب ثورة أكتوبر 1964م وقبيل انقلاب 25 مايو 1969م إذ انشغلت القوى السياسية بتصفية ما يسمى (آثار مايو) وكان للإعلام نصيب في هذه التصفية فوكالة السودان للأنباء التي بلغت شأنًا كبيراً في مجال العمل الصحفي والخدمات الصحفية والمعلوماتية تضررت كثيراً من دعاوي تصفية آثار مايو والكثير من الكوادر المقتردة والمبدعة تركت العمل أما طرداً أو كرهاً أو زهداً.

وقد شهدت هذه الفترة ظهور بعض صحف الكيانات السياسية الصغيرة، وسارت الصحف خاصة الحزبية على نهج تصفية خصوماتها السياسية من خلال الهمز واللمز والطعن وتعدت هذه الصحف حدود اللياقة والذوق والأخلاق السودانية إلى ما يتنافى مع الآداب العامة. كما شهدت هذه الفترة أيضاً تحريض بعض الصحف ومساندتها لحركات التمرد والحركات العنصرية التي تهدد الوحدة الوطنية للبلاد⁽⁴⁾.

ظلت تبعية وسائل الإعلام للحكومة، وشهدت هذه الفترة استقطاباً سياسياً للعديد من العناصر العاملة في هذه الوسائل الشيء الذي أدى إلى تسرب أسرار العمل في المؤسسات الرسمية إلى وسائل الإعلام مما دعا مجلس الوزراء إلى إصدار قراره الخاص بعدم السماح لموظفي الدولة بالإدلاء بأية معلومات لوسائل الإعلام، ويقتصر ذلك على الوزير المختص أو المدير المسئول. شهدت هذه الفترة تدهوراً في بنيات وسائل الإعلام الرسمية لضعف المخصصات المالية التي تعتمد لها من ميزانية الحكومة والتي لا تضع قطاع الإعلام ضمن أوليات الصرف.

(1) وكالة سونا - ملف نشأة وكالة السودان للأنباء - قسم البحوث والشخصيات - ص 30.

(2) نص خطاب الرئيس - صحيفة الأيام - 10 أغسطس 1970م.

(3) صلاح عبد اللطيف - الصحافة السودانية - تاريخ وتوثيق (1899م - 1989م) - مصدر سابق - ص 117.

(4) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 60.

في فجر الثلاثين من يونيو 1989م سقطت الديمقراطية الثالثة أثر انقلاب عسكري قاده الجبهة القومية الإسلامية⁽¹⁾، جاءت حكومة الإنقاذ كنظام عسكري شمولي على أنقاض نظام حكم برلماني على نفس نمط تغيير الأنظمة الديمقراطية في السودان. هذا الحدث لم يكن خالياً من المبررات الدينية والأخلاقية بالنسبة لفاعليه⁽²⁾.

حكومة الإنقاذ منذ بدايتها كان أكثر عنفاً في التعامل مع وسائل الإعلام حيث سعت إلى إيقاف الصحف كافة (المستقلة) والحزبية وقامت بإصدار صحيفة (القوات المسلحة) يومياً لملاً الفراغ الذي خلفه ذلك القرار، بعد شهرين من بداية الإنقاذ صدرت صحيفة (السودان الحديث) و (الإنقاذ الوطني) كصحيفتين سياسيتين تعبران عن الحكومة وتدافعان عن سياستها⁽³⁾.

لم تسع حكومة الإنقاذ في بداية حكمها إلى الاهتمام بأجهزة الإعلام من حيث توفير الموارد المالية والبشرية الشيء الذي انعكس على أداء تلك الأجهزة كقنوات حوار بين الحكومة والشعب. ففي الأنظمة ذات الطابع المماثل لحكومة الإنقاذ تعتمد الحكومة على جهاز إعلام يكون في نفس الوقت جزءاً لا يتجزأ من السلطة مع امتلاكه القدرة الفنية والكفاءة لنقل رأي الحكومة إلى الجمهور وأيضاً جس نبض الجمهور.

ولذا جاء (انعقاد مؤتمر الحوار) حول قضايا الإعلام في فبراير 1990م للتداول حول قضايا الإعلام بجوانبها المختلفة وصدرت عنه العديد من التوصيات التي تنادي بأهمية الحرية والتعددية في الوسائل الإعلامية.

لم يتم العمل بتوصيات مؤتمر الحوار إلا بعد مرور عدد من السنوات نسبة لحدوث بعض المتغيرات على المستوى الداخلي والخارجي والتي من أهمها تأييد ومساندة الحكومة للعراق وإدانة التدخل الأمريكي والغربي في المنطقة لحل المشكلة الشيء الذي أدى إلى صدور عدد من الإدانات ضد السودان في مجال انتهاك حقوق الإنسان وإيواء ومساندة الإرهاب وفرضت عليه بعض العقوبات الدولية، وغدت وسائل الإعلام الرسمية تدافع عن سياسات الحكومة وتوضح وجهة نظرها مما أقعد هذه الوسائل عن أداء الدور المنوط بها.

في منتصف التسعينيات صدرت العديد من الصحف الخاصة مما مكن الرأي الآخر من أن يبرز من خلال هذه الصحف رغم ما كانت تواجهه هذه الصحف من الإنذار والإيقاف المؤقت وسحب التراخيص. أما في مجال الإذاعة (راديو وتلفزيون) فقد تم إفساح المجال لغير رأي الحكومة في أن يظهر من خلال برامجها ولم يعد الرأي الآخر يجلب التبرم والضيق لدى بعض المسؤولين كما كان يحدث في السنوات الخمس الأولى من عمر الإنقاذ.

(1) محجوب محمد صالح - أضواء على مشكلة جنوب السودان - مركز محمد عمر بشير للدراسات السودانية - أمدرمان - 2006م - ص 299 .

(2) أسامة علي زين العابدين - سياسة السودان الخارجية - مكتبة الشريف الأكاديمية - الخرطوم - 2006م - ص 8 .

(3) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 62 .

الفصل الرابع

أوضاع الراديو والتلفزيون

المبحث الأول

خصائص الراديو والتلفزيون

بدأت التجارب الأولى التي أجريت لنقل الصوت عبر الأثير في أواخر القرن التاسع عشر. Wireless ففي عام 1896م سجل ماركوني اختراعه الجديد المسمى التليغراف اللاسلكي (والذي استطاع من خلاله أن يربط ما بين الجزر البعيدة عن الساحل البريطاني Telegraph بوسائل الاتصال مع السفن في عرض البحر⁽¹⁾ . وفي عام 1901م تمت أول عملية بث لاسلكي (ووحدة بسيطة للاستقبال. Kite Antenna عبر الأطلنطي بواسطة هوائي شرابي)

تطور الراديو في بداية القرن العشرين من ناقل للإشارات إلى ناقل للموسيقى والصوت (وفليمنج Deforest بعد عدد من المحاولات التي قام بها فريق من العلماء أمثال دي فورست) (وقد تركزت جهودهم في اختراع الصمامات التي تسيطر Fessenden) وفيسيندن (Fleming) على التدفق الكهربائي في مراحل البث والاستقبال على تضعيف الإشارة وتكبيرها حتى يسهل سماعها بوضوح عند وصولها إلى الطرف المتلقي أو نقطة النهاية⁽²⁾ .

شجع التطور التقني للراديو من نقل للإشارات إلى ناقل للموسيقى والصوت كثيراً من الدول لإجراء التجارب والاختبارات على الراديو. وبحلول الحرب العالمية الأولى كانت عشرات أجهزة الإرسال الإذاعية تعمل في الولايات المتحدة وفي أوروبا ولكنها لم تصل إلى مرحلة الخدمة المنتظمة فقد كان الراديو في ذلك الحين وسيلة للإنقاذ في عرض البحر ومحاربة المهربين ومراقبتهم وتوجيه فرق الإنقاذ للتائهين والمكتشفين الذين يضلون عن الطريق وتبادل المعلومات والرسائل مع النقاط البعيدة فالراديو في ذلك الوقت كان أهم وسيلة للاتصال من نقطة إلى نقطة (Point to Point Communication⁽³⁾)

وصل الراديو إلى مرحلة الخدمة المنتظمة حسب رأي أغلبية المؤرخين في 1920م عندما (في مدينة بتسبيرج بولاية بنسلفانيا KDKA بثت المحطة الأولى للبث الإذاعي المنتظم في أمريكا) Warren G. أخبر إعلان نتيجة الانتخابات الرئاسية الأمريكية والتي فاز فيها وارن هاردينج () ومن ثم بدأت خدمات الراديو في (James M. Cox) على منافسه جيمس كوكس (Harding) الانتشار والانتظام حتى شملت جميع بقاع الأرض⁽⁴⁾ .

والراديو منذ نشأته ارتبط بالصوت الذي يؤدي إلى اليقظة والتنبيه بهدف الوصول إلى هدف محدد من خلال الجمهور فنجد يستخدم أساليب للجذب واستمالات عاطفية ووجدانية فهو يرتبط بالأذن وهي بذلك محور الفن الإذاعي الذي يقوم على تشكيل خامة الصوت. فالصوت هو

(1) إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 300 .

(2) علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 72 .

(3) علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 72 .

(4) نفس المصدر السابق - ص 73 .

المادة الخام التي يقوم الفنان الإذاعي بتشكيلها بالإعلام أو التفسير أو التعليق أو الترفيه أو الإعلان أو التثقيف أو التنشئة الاجتماعية.

يطلق على الراديو الإذاعة المسموعة وهي كما ورد في تعريف دائرة المعارف البريطانية (الانتشار المنظم والمقصود لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلقت في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة) ⁽¹⁾.

بدأ الراديو تجارياً وظل كذلك في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وبعض دول آسيا وأمريكا اللاتينية وهو يعتمد في إدارته وتسييره وتطويره على ما يحققه من عائد مادي من (Sponsored) أو من خلال تبني بعض البرامج بواسطة الشركات (Spots) الإعلانات المباشرة (ولكن أغلب الدول النامية تعتمد على حكوماتها في التمويل لذلك فإن محطات Programmers الراديو وأنظمتها هي ملك للدولة وتخضع لسياساتها والعاملون فيها هم جزء من موظفي الدولة) ⁽²⁾.

والراديو إذا امتلكته الدولة فإنه يخضع لتوجيهها الرسمي وسياساتها ويوجه كما لو كان مصلحة حكومية فيها البيروقراطية التي قد تشمل أي إبداع إذاعي. بينما لو كان الراديو ملكاً خاصاً للقطاع الخاص فإنه يتمتع بحرية كبيرة ولكنها حرية رأس المال الذي يقدم الإعلان الملازم لاستمرارية هذا الراديو.

الخدمات الإذاعية :

الخدمة التي يقدمها الراديو لجمهور المستمعين متعددة ومتنوعة وتعتمد على السياسة الموضوعية من قبل المالكين للمؤسسة فهي تتأثر بالغرض والهدف الأول لإنشائها وبالتالي ينعكس ذلك فيما تقدمه من برامج وما تحدده من أولويات والمعايير والقيم التي تقاس بها المادة الإذاعية ليست ثابتة أو مستقرة.

فالخدمات الإذاعية يمكن تقسيمها من حيث الجغرافيا إلى :-

- 1- قومية (National).
- 2- إقليمية أو ولائية (Regional).
- 3- محلية (Local).
- 4- مجتمعية (Communal) ⁽³⁾.

ومن حيث النوع ومضمون الخدمة :-

- 1- البرنامج العام (General Programme).
- 2- الراديو الموجه (External Service).

⁽¹⁾ إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 339 .

⁽²⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 74 .

⁽³⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 74 .

3- البرامج المتخصصة (Special Service) (1).

فالبرنامج العام في تكوينه يشمل جميع الجوانب المتعلقة باحتياجات المستمع فنجده فيه الأخبار والتعليق والتحليل والدراما والموسيقى والمسلسلات والأطفال والثقافة أي أنه عام في تناوله للمواضيع التي لها علاقة بالمجتمع ويساعد في ربط النسيج القومي الوطني لأبناء الوطن الواحد.

الراديو الموجه ويطلق عليه أيضاً الإذاعة الموجهة (هي الإذاعات التي توجه برامجها المختلفة ويصل إرسالها إلى أنحاء العالم بلغات شعوب العالم المستهدفة لتلك الإذاعات ووفقاً للزمن الذي يوافق تلك الشعوب وذلك وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية بحيث يصل صوت الدولة الباث للإرسال وفق سياسة إعلامية مخططة وهادفة وليس بشكل عفوي) (2).

البرامج المتخصصة هي الإذاعات الخاصة لجمهور خاص معين وليست لكل الناس مثل إذاعة (القرآن الكريم التي يستمع إليها من يود تعلم التلاوة الصحيحة للقرآن أو التأمل فيه والتدبر لآياته أو الاستماع للأحاديث والسيرة والمذائح ومنها إذاعات الفئات كالشباب أو النازحين واللاجئين الذين يحتاجون إلى خطاب خاص يلبي احتياجاتهم التي قد لا توفرها لهم برامج الإذاعة العامة أو الموجهة) (3).

وظائف الراديو :

يرتبط النظام الإذاعي في كل دولة بالمجتمع الذي يخدمه والإذاعة تتأثر بالظروف المحيطة بالمجتمع سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ، دينية وتاريخية.

وظائف الراديو تعكسها النظم الإذاعية التي تعبر عن شخصية المجتمع وتعكس فلسفته وأهدافه وطموحاته وهويته الثقافية لذلك فإن الراديو يتأثر بعدد من المتغيرات السياسية المهمة ذات العلاقة المباشرة بالمجتمع وبوسائل الإعلام الأخرى ومنها : طبيعة الإذاعة كوسيلة إعلامية وكل من الأوضاع السياسية والتعليمية والثقافية والاقتصادية والموقع الجغرافي وعوامل أخرى كاللغة والدين والتمويل ومعنى ذلك أن النظام الإذاعي هو مرآة لشخصية الدولة.

(إلى أن كل مجتمع يطور نظامه الإذاعي Anthony Smith يشير انتوني سميث)
ليحقق الصور الذهنية التي يتطلع إليها بما يتلاءم مع وضعه السياسي والاقتصادي والاجتماعي والجغرافي (4).

Sydney W. وتتنوع بذلك وظائف الراديو وفقاً للنظم الإذاعية والتي يقسمها سيدني هيد)
(إلى ثلاثة أنواع تعكس كل منها فلسفات متميزة وهي : - Head

(1) نفس المصدر السابق- ص 75 .

(2) ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي - عالم الكتب - القاهرة - 2005م - ص 37 .

(3) علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات- مصدر سابق- ص 75 .

(4) إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق- 245 .

1. النظام الإذاعي من دول العالم الأول (أمريكا الشمالية ، وأوروبا الغربية، أستراليا ، نيوزيلندا ، اليابان) ويغلب عليه نمط الملكية الخاصة أو نمط الهيئات العامة.
 2. النظام الإذاعي في دول العالم الثاني (الاتحاد السوفيتي سابقاً أو روسيا الاتحادية حالياً، جمهوريات الاتحاد السابق ودول أوروبا الشرقية التي كانت تسير في فلكها).
 3. النظام الإذاعي في دول العام الثالث النامية في (آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية. وفي هذا النظام تحتكر الحكومات الغالبية العظمى من النظم الإذاعية وكذلك النظم السلطوية التي يسود فيها الحزب الواحد ولا تسمح بالملكية الخاصة لتشغيل الإذاعات)⁽¹⁾.
- وللراديو وظائف متعددة كوسائل الإعلام المختلفة مثل التسلية حينما يستمع المتلقون إلى البرامج المتنوعة والأغاني كما أن الراديو يقدم الأخبار إلى المستمعين بسرعة كبيرة عند حدوثها على الهواء مباشرة أو بعد قليل. كما أن الراديو يقدم وقتاً للمسرح الدرامي والمسرح الغنائي ويقدم برامج نقدية في الأدب والموسيقى والعلوم والفنون والرياضة وهذه نطلق عليها الوظيفة التثقيفية للراديو.

للراديو وظيفة تعليمية عندما اشترك مع التلفزيون في تعليم المواطنين حيث تبث برامج متخصصة لفئات معينة (محو الأمية) ويمكن للعمال والفلاحين ان يستمعوا إلى برامج تعالج مهام وقضايا ومشاكل مهنتهم وبذلك يحصلون على معلومات ثمينة تسمح لهم بأن يكونوا على علم بكل جديد في مجال هذه المهن. كما يعلم الراديو مستمعيه بأخر الاكتشافات والمخترعات في ميادين العلم والتكنولوجيا وبآخر النظريات الفلسفية والاتجاهات الفكرية أو الفنية وبالتالي يساهم في نشر نوع من التعليم يلبي متطلبات الحياة العصرية ويسهم في رفع مستوى المعارف الإنسانية.

الإذاعة المسموعة ضرورة لإنجاح عملية التنمية القومية والمحلية معاً وهي المرأة التي تعكس كل متطلبات الفئات من مختلف طبقات الشعب والإذاعة المسموعة (الراديو) يمكن أن تساهم في مواجهة مشاكل التنمية التي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة نماذج رئيسية :-

أولاً : مشكلات ذات طبيعة إستراتيجية تترك مواجعتها للجهات المعنية ويقتصر دور الإعلام فيها على الإعلام عن الأنشطة المختلفة التي تتم في شأن معالجتها ومثال ذلك المشكلات المتصلة بانخفاض مستوى الدخل الفردي وتركيز الصناعة في أماكن معينة وتوفير الخدمات اللازمة للصناعة ودور الإدارة المحلية في مواجهة هذه المشكلات وتوضيح العلاقة بين أجهزة الحكم المحلي والحكومة المركزية فيها يتصل بالمسائل الاقتصادية المختلفة والمشكلات الإدارية والتنظيمية العديدة.

ثانياً : مشكلات تستطيع الإذاعة معاونة الأجهزة الإدارية المسؤولة أصلاً عن مواجعتها فيكون دور الإذاعة فيها هو دور المساعد والمعاون وليس الدور الأصيل والذي تقع مسؤوليته على أجهزة أخرى متخصصة ومن الأمثلة على هذه المشكلات رفع مستوى الخدمات التعليمية الموجهة لطلبة المدارس وتلك الموجهة للكبار بما في ذلك محو الأمية والتدريب المهني والتثقيف النسائي.

ثالثاً : مشكلات يمكن أن تقوم فيها الإذاعة بدور أصيل لا تعتمد فيه على غيرها من الأجهزة وان كانت فعاليتها فيه تتوقف على درجة التنسيق مع الأجهزة الأخرى المعنية ويدخل في ذلك دور

(1) نفس المصدر السابق ص-246.

الإذاعة في الإقناع بالقيم الجديدة وهجر القيم المتخلفة وفي التوعية الصحية والاجتماعية والسياسية وحفز الجهود على المشاركة العامة وكذلك دورها في رفع المستوى العام⁽¹⁾.

الراديو وسيلة اتصالية جماهيرية :

الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية يتميز بعدد من الخصائص الأساسية :-

فالراديو من وسائل الاتصال القومية والرخيصة الثمن التي يمكنها أن تصل إلى جميع السكان بسهولة متخطية حاجز الأمية والحواجز الجغرافية ويستطيع الراديو أن يصل إلى جماعات خاصة مثل الأفراد وكبار السن والأطفال والأقل تعليماً والمتعلمين وغير ذلك من الجماعات المختلفة التي قد يصعب علينا الوصول إليها بوسائل الإعلام أو الاتصال الأخرى⁽²⁾.

الراديو من وجهة نظر القائمين بالعمل الإذاعي شأنه في ذلك شأن التلفزيون وسيلة جماهيرية مؤثرة بمعنى أنه ليس أداة إعلام وترفيه ووسيلة ثقافة وتعليم فحسب ولكنه أيضاً وسيلة ذات تأثير تتمتع بقوة أدبية معنوية واجتماعية⁽³⁾.

الراديو وسيلة اقتصادية ومن أكثر الوسائل التي تناسب ظروف الدول النامية ذلك إن هذه الدول تواجهها عقبتان رئيسيتان هما انخفاض أو تردي الوضع الاقتصادي والأمية المنتشرة بين الجماهير والراديو يتخطى هاتين العقبتين بحكم أنه رخيص الثمن ورخيص التكاليف في عملية الإرسال والاستقبال على السواء كما أنه لا يحتاج إلى معرفة بالقراءة والكتابة للتعرض للمضمون الإعلامي الذي يقدم. وإنشاء محطة إذاعية لا تتطلب كثير من الأموال بالإضافة إلى رخص مستلزمات عمليات الإنتاج البرامجي نفسها ومن حيث عملية الاستقبال نجد أن رخص جهاز الاستقبال وانتشار أجهزة الراديو الترانزستور جعلها في متناول الدولة النامية.

موجات الراديو تتخطى الحواجز والقيود الطبيعية والمصطنعة مثل الصحاري والجبال وهي قادرة على تغطية مساحات شاسعة من الكرة الأرضية (الكلمة المذاعة تدور حول العالم سبع مرات ونصف المرة في الثانية الواحدة مما جعل الراديو يظهر العالم وكأنه قرية صغيرة وشكل في الوقت نفسه أحد الأسباب التي جعلت الإذاعة خصوصاً من بين وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بأنها أكثر هذه الوسائل التي تقع تحت سيطرة الحكومة في دول العالم المختلفة)⁽⁴⁾.

ف نجد أن الحكومات ونتيجة لما يتمتع به الراديو من سرعة فائقة واتساع نطاق التغطية الجغرافية وإمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير مقارنة بالوسائل الأخرى تتخذ

⁽¹⁾ إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 351.

⁽²⁾ إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 340

⁽³⁾ سهير جاد و سامية احمد علي - البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - 2000م - ص 23.

⁽⁴⁾ علي عجوة وآخرون - مقدمة في وسائل الاتصال - مصدر سابق - ص 142 .

سلاحاً لتحقيق أهداف معينة في الداخل والخارج سواء في السلم أم الحرب. وفي معظم أرياف العالم الثالث يكون هو الوسيلة الوحيدة للمواطنين للاتصال بحكوماتهم والعالم الخارجي.

يتميز الراديو بخاصية فريدة وهي إمكانية استعماله أثناء أداء أعمال أخرى وذلك على عكس التليفزيون مثلاً أو أنواع الاتصال المطبوع الأخرى فالراديو يمكن أن يكون جليساً وأنيساً لمن يقوم بأعمال يدوية كقيادة السيارة أو أداء أعمال المطبخ أو حتى في حالة القراءة والاستذكار وهذه الميزة (هي التي ساعدت في استمرار الراديو كواحد من الأدوات الاتصالية المهمة في الغرب رغم وجود مئات المخترعات الاتصالية الحديثة إذ لا زال راديو السيارة والراديو المنبه وراديو المطبخ والأجهزة ذات السماعات التي تلتصق في الأذن والمستعملة للسير والركض) أجهزة ذات مبيعات عالية على امتداد الغرب (Walkman Radio والمعروفة باسم واكمان⁽¹⁾). كما أن قرب من المستمع يجعله يألّفه إلى الحد الذي تصبح فيه برامج الإذاعة ومواردها أخباراً أو معلومات أو رأياً أكثر تأثيراً في المستمع لما يتمتع به ذلك الجهاز من ثقة ذلك المستمع وقربه النفسي.

الفن الإذاعي الذي يقدم من خلال الراديو يتوجه إلى حاسة واحدة هي حاسة السمع التي تدعو إلى إثارة الخيال وتداعي التصورات والتعمق في دلالات الألفاظ والكلمات الحساسة الشديدة والإحياءات الثرية التي تجعل من الخيال خشبة مسرحية مفتوحة وبلا قيود⁽²⁾.

(أي أن درجة وضوحها مرتفعة Hot ويرى مارشال ماكلوهان أن الراديو وسيلة ساخنة) وهي أقرب للأشياء الطبيعية وعلى درجة عالية من الفردية كما إن بها قدراً كبيراً من المعلومات المطلوبة ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي (وسيلة ساخنة) لأنه كان دائماً وسيلة أساسية لتسخين الدماء في أفريقيا والصين والهند⁽³⁾.

ومن الخصائص التي يتميز الراديو بها إيحائه للمستمع بأنه يتحدث إليه فقط لأن الراديو بطبيعته وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين في وقت واحد، هذه الخاصية للراديو يمكن أن تجعله عنصراً فعالاً يؤثر تأثيراً شديداً على المستمع خاصة عندما يتوجه إليه المذيع بقوله (عزيزي المستمع) أو (أخي المستمع) أو (عزيزتي المستمعة) أو (أختي المستمعة).

الراديو ببرامجه المتنوعة دينية وثقافية وفكرية ورياضية في جميع الفروع من آداب وعلوم وفنون من خلال جميع الأشكال والقوالب التي تقدم سواء كانت أحاديث مباشرة أو حوارات أو ندوات أو مناقشات يعتبر بمثابة جامعة مفتوحة على الهواء وهو يمتاز عن الجامعات التقليدية بعدم التقيد بزمان المحاضرات ومكانها، وينتسب إليه الملايين داخل الدولة وخارجها حيث يستفيد من برامجه الجميع⁽⁴⁾.

(¹) محمود محمد قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - دار عزة للنشر - الخرطوم - 2003م - ص 110 .

(²) إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 339 .

(³) نفس المصدر السابق - ص 340.

(⁴) ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتليفزيوني والفضائي - مصدر سابق - ص 25

وأخيراً نجد أن الراديو من أكثر وسائل الاتصال جماهيرية مما شجع الدول على اختلاف نظمها السياسية الاهتمام به لتحقيق أهدافها السياسية والدينية والتجارية.

تعتبر محطة الراديو المحلية وسيلة مهمة في نقل الوسائل الاقناعية حيث إنها تغطي الأماكن الخاصة بها وبالإضافة إلى المحطات المحلية والإقليمية فهناك محطات الإذاعة الدولية مما يوسع من نطاق جماهيرية الراديو⁽¹⁾.

(¹) منى سعيد الحريري و . سلوى إمام علي - الإعلام والمجتمع - الدار المصرية اللبنانية - 2004م - ص

التلفزيون وسيلة اتصال :

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة حيث يتفوق عليها جميعاً بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير.

(وتعني عن بعد والثاني Tele) تتكون من مقطعين الأول (Television كلمة تلفزيون) (تعني الرؤية أي أن كلمة تلفزيون تعني (الرؤية عن بعد)⁽¹⁾ Vision.)

من الناحية العلمية يمكن تعريفه بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية⁽²⁾.

لقد ظل التلفزيون حلمًا يراود أذهان البشر خلال قرون الزمان المتتالية منذ أقدم العصور فتخيله أجدادنا القدماء في فكرة الكرة البلورية السحرية التي ينظر المرء فيها فيرى من خلالها كل شيء ويعرف كل ما يشاق لمعرفته من الأحداث القريبة والبعيدة الحديثة والقديمة كما تخيلوه في صورة مصباح علاء الدين الذي كان يلبي لمن يحصل عليه جميع طلباته ورغباته وهو جالس في مكانه لم يبرحه.⁽³⁾

وروى في الأساطير القديمة أن أحد أباطرة الصين العظام كان يعتمد في حكمه وفي سيطرته على شعبه وفي حروبه وانتصاراته الهائلة على كرة عجيبة من البلور الشفاف الرائق فكان يرصد بها حركات وسكنات أعدائه دون أن يحتاج كغيره من الأباطرة إلى بث العيون والجواسيس لتأتيه بالأخبار والأنباء ،

كتب (ماكس بلسنر) وهو صحفي أمريكي في عام 1892م قصة خيالية تحدث فيها عن جهاز عجيب أسماه (تليكتروسكوب) وهذا الجهاز يعرض على الناس وهم في دورهم ومنازلهم المسرحيات التي تعرض على المسارح وكذلك حفلات الأوبرا والأحداث الهامة فور وقوعها كما ينقل إليهم أيضاً المحاضرات العامة وجلسات البرلمان والصلوات التي تجري في الكنيسة ومعالم المدن⁽⁴⁾.

في عام 1600م للميلاد أكد العالم (وليم جيلبرت) أن الكرة الأرضية التي تدور في حركة حول نفسها ما هي إلا كتلة مغناطيسية هائلة الحجم تولد قوة مجهولة ولها قطبان مغناطيسيان وفي عام 1780م اكتشف العالم الإيطالي (جالفاني) أن تياراً كهربياً قد انطلق من بطارية اخترعها بنفسه وقام (فولتا) بناء على ذلك باختراع جهاز تتولد منه الكهرباء نتيجة لتفاعلات كيميائية. وفي خطوة متقدمة نحو اكتشاف التلفزيون قام العالم (بارزيليوس) عام 1817م بمجهود كبير لفصل

⁽¹⁾ ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي - مصدر سابق - ص 67.

⁽²⁾ علي عجوة وآخرون - مصدر سابق - ص 151.

⁽³⁾ نفس المصدر السابق - ص 150.

⁽⁴⁾ عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - دار القومية العربية لثقافة والنشر - القاهرة - ص

مادة كانت درجة حساسيتها الكهربائية تختلف باختلاف كميات الضوء المسلطة عليها وأطلق على المادة اسم (سيلينيوم). ومواصلة لجهود بارزيليوس قام أحد مهندسي التلغراف بمدينة فالنيسيا عام 1873م (ماي) باكتشاف الخلية الكهروضوئية، في عام 1884م قام العالم الألماني (بول نيكوف) بإجراء تجربة حيث استخدم فيها جهاز أطلق عليه (القرص الماسح) وهي تعتبر الخطوة الأولى التي بني عليها العالم البريطاني (جون لوجي بيرد) التلفزيون والذي تمكن من إخراج الفكرة من حيز النظريات إلى التجربة الحية⁽¹⁾ وكان ذلك في عام 1926م عندما نجح في نقل صورة لآدمي بالتلفزيون واثبت أن التلفزيون قد أصبح حقيقة واقعة وقام بتأسيس شركة بيرد للتلفزيون.

لم يكن بيرد الوحيد في هذا المجال فالعالم الروسي المولد الأمريكي الجنسية (فلاديمير)، كما طور T.V. (زوركاين) استطاع في عام 1923م أن يخترع صمام الكاميرا (الايكونسكوب) (العالم (الين ب - دومنت) صمامات الاستقبال واخترع أول جهاز استقبال الكتروني منزلي في العالم (الين ب - دومنت) صمامات الاستقبال واخترع أول جهاز استقبال الكتروني منزلي في عام 1927م⁽²⁾.

في عام 1929م طور (فلاديمير زوركاين) اختراعه بجهاز أطلق عليه اسم (كينسكوب) وبهذا أمكن نقل الصورة والصوت المعروفين على الشاشة إلى فيلم 16 ملم لكن الصورة لم تكن واضحة تماماً⁽³⁾.

في عام 1929م ظهرت بعض المحطات التلفزيونية التجريبية التي كانت منتشرة في أنحاء متفرقة من الولايات المتحدة الأمريكية. قامت شركة التلفزيون في عام 1930م بإجراء تجربة أول إرسال تلفزيوني في مدينة نيويورك. استطاع فلاديمير زوركاين مخترع جهاز (في مدينة R.C.A. التصوير التلفزيوني وبمساعدة أربعين مهندس يعملون في معامل شركة) كامدن بولاية نيوجرسي الأمريكية استطاعوا تقديم جهاز تلفزيوني يعمل بنظام اليكتروني كامل ذي 441 خطاً في المعرض العالمي الذي أقيم في مدينة نيويورك 1939م. وفي عام 1940م قامت الشركة بتصوير مدينة نيويورك من الجو بواسطة جهاز متنقل تم نقلها على التلفزيون⁽⁴⁾.

أوقفت الحرب العالمية الثانية تطور التلفزيون ولكن برغم ذلك في عام 1942م كان يوجد في الولايات المتحدة الأمريكية ست محطات تلفزيونية تبث برامج محدده لحوالي عشرة آلاف جهاز استقبال⁽⁵⁾.

بعد الحرب العالمية الثانية ركزت الصناعات الالكترونية في الولايات المتحدة وأوروبا على تطوير التلفزيون وخاصة الأنبوب الذي يلتقط الصورة التلفزيونية الكترونياً فتم اختراع أنبوب جديد ساهم في وضوح الرؤيا مع تقليل لمبات الإضاءة وغير ذلك من التحسينات الفنية. شجع التقدم الذي أحرزته الولايات المتحدة في مجال البث التلفزيوني دولاً أخرى للمنافسة في هذا

(1) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 19.

(2) خليل صابات - نشأة وسائل الإعلام - مصدر سابق - ص 471.

(3) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 23.

(4) ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي - مصدر سابق - ص 67.

(5) علي محمد شمو - الاتصال الدولي وتكنولوجيا الفضاء - ص 144.

المجال منها إيطاليا وألمانيا وفرنسا والاتحاد السوفيتي حيث بثت العديد من التجارب التي ساعدت على تطور التلفزيون وانتشاره.

التلفزيون الملون :

حول البحث عن أنظمة NBC و CBS نشب خلاف بين أكبر شبكتين إذاعيتين في العالم هما مناسبة للتلفزيون الملون، وقد استطاعت لجنة مكونة من خبراء ومهندسين أسندت إليهم مهمة (حل National Television System Committee البحث عن أنظمة مناسبة للتلفزيون) ذلك الخلاف بالوصول إلى نظام جديد للتلفزيون الملون يتضمن ميزتين هما:-

- 1- نظام الكتروني (Electronic System).
 - 2- نظام متوافق (Compatible System) ⁽¹⁾.
- وتم تطبيقه في الولايات المتحدة عام 1953م. NTSC وسمي هذا النظام بـ

وفي أوروبا توصل العلماء في عام 1967م إلى نظامين للتلفزيون الملون نظام بال (ونظام سيكام الفرنسي وهو Phase Alternation Line الألماني وهو اختصار لكلمة) (Sequential Colour with Memory اختصار لكلمة) .

أنظمة التلفزيون الملون في العالم ثلاثة أنظمة :-

1. النظام الأمريكي NTSC وهو سائد في أمريكا الشمالية واليابان وكوريا الجنوبية وتايوان ودول الكاريبي وأمريكا الوسطى والجنوبية.
2. النظام الألماني PAL تبنته غالبية دول العالم بما فيها أوروبا الغربية ما عدا فرنسا ودول أوروبا الشرقية (سابقاً).
3. النظام الفرنسي SECAM تبنته فرنسا وما تبقى من دول العالم ويمكن إيجاد كل هذه الأنظمة للتلفزيون الملون في كل القارات ما عدا أمريكا الوسطى والشمالية إذ هما محتكرتان للنظام الأمريكي (NTSC) ⁽²⁾.

فتح إطلاق القمر الصناعي (تليستار) المجال أمام انتشار التلفزيون الدولي من خلال امتزاج تكنولوجيا الأقمار الصناعية بتكنولوجيا الإذاعة واستغلال صناعة التلفزيون لفرصة استخدام هذه التكنولوجيا في بث البرامج وأمكن مشاهدة المؤتمر الاقتصادي الذي عقد في مدينة روما على الهواء مباشرة في كل أنحاء أوروبا والولايات المتحدة عبر أقمار الاتصال كما تم نقل وقائع الدورة الأولمبية التي أقيمت في طوكيو عام 1964م إلى كل أنحاء العالم عبر القمر الصناعي (تليستار) (وبالتالي بدأ عصر جديد للتلفزيون الدولي ⁽³⁾ Telestar).

يمكن استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التلفزيونية بإحدى الطريقتين :-

⁽¹⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسية والمهارات - مصدر سابق - ص 86 .

⁽²⁾ علي محمد شمو - الاتصال الأساسية والمهارات - مصدر سابق - ص 87.

⁽³⁾ حسن عماد مكوي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات مصدر سابق - ص 101

- **الطريقة الأولى :** تعتمد على نقل البرامج من موقع إلى آخر بحيث يتم الإرسال من مكان ما والاستقبال في مكان آخر (عن طريق وصلة صاعدة إلى القمر الصناعي ثم يرتد الاتصال من القمر الصناعي إلى محطة الاستقبال) من أمثال ذلك التقارير الإخبارية التي يتم إرسالها من الدول المختلفة حيث يمكن إذاعة التقرير على الهواء مباشرة أو تسجيله على أشرطة فيديو وإذاعته في وقت لاحق.
 - **الطريقة الثانية :** استخدام الأقمار الصناعية لصالح الخدمة التلفزيونية وتسمى الإذاعة بالأقمار الصناعية، وفي هذه الطريقة يتم نقل البرامج إلى القمر الصناعي عبر المحطة الأرضية في مكان ما ثم ترتد الإشارة من القمر الصناعي إلى منطقة جغرافية شاسعة بحيث يتم استقبالها بشكل ما من خلال العديد من أجهزة الاستقبال التلفزيوني في المنازل أو محطات تلفزيونية مختلفة⁽¹⁾.
- التلفزيون الكابلي :-

يعتمد التلفزيون الكابلي على بث الإشارات التلفزيونية عبر أسلاك بدلاً من إرسالها عبر موجات الهواء الكهرومغناطيسية وتنقل الإشارات التلفزيونية عبر الكابلات من مكان لآخر مثل خطوط الهاتف بهدف توصيل الإرسال التلفزيوني للمناطق المعزولة أو ذات الكثافة السكانية المحدودة وذلك من أجل تدعيم محطات التلفزيون التي تستخدم الموجات الهوائية وتحسين الاستقبال التلفزيوني في هذه المناطق تفادياً للعوائق الطبيعية ، وخلال عقد السبعينيات ظهرت خدمات تستخدم الاتصال الكابلي وتتيح عشرات القنوات التلفزيونية للاختيار من بينها.

في عقد الثمانينات ظهرت خدمات جديدة أتاحت للمشاهدين مجالاً واسعاً من تنوع البرامج والقنوات ففي عام 1982م وافقت لجنة الاتصالات الفيدرالية على تشغيل محطات التلفزيون التي توجه خدماتها لمناطق جغرافية محدودة المساحة وتخطب جماهيراً LDTV منخفضة القوة متجانسة وبكلفة بسيطة وتقف هذه المحطات على النقيض من الخدمات القومية والدولية التي تستخدم البث الفضائي المباشر، وتتيح هذه القنوات المحدودة القوة خدمات ترفيهية وثقافية عديدة لا تتيحها قنوات التلفزيون التقليدية كما ابتكرت شركة سوني اليابانية خدمات التلفزيون عالي من خلال استخدام 1125 خطاً أفقياً في نقل الصورة التلفزيونية واستخدام شاشة HDTV الدقة كبيرة الحجم، وتتيح هذه الخدمة الجديدة مزايا عديدة خاصة في مجال إنتاج الأفلام السينمائية⁽²⁾.

(1) د. عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 38.

(2) حسن عماد مكوي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - مصدر سابق - ص 185 .

وظائف التلفزيون :-

التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وهو ليس مجرد أداة لنقل المعلومات وإنما أصبح من العوامل المؤثرة في اتجاهات الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية وتطوير العمليات التعليمية والتثقيفية والإسهام في نشر الوعي العلمي وتزويد أوجه النشاط الحيوي والفكري للمجتمع بطاقات عظيمة من التوجيه والإقناع⁽¹⁾.

ما يبثه التلفزيون من برامج رياضية ومسلسلات درامية وأفلام وموسيقى ومنوعات وغيرها من البرامج كانت ومازالت تستحوذ على اهتمام المشاهدين حيث يسعى أغلبية مشاهدي التلفزيون إلى قضاء فترة المساء والسهرة في مشاهدة ما يبثه التلفزيون من برامج ترفيهية (خدمة ترفيهية – تثقيفية).

ولا يتوقف التلفزيون عند تقديم الترفيه فقط ولكنه يتميز بالتفوق الساحق في نقل الأحداث والمناسبات المهمة على الهواء مباشرة (حيث يقوم بدور المنافس الرئيسي للصحف كمصدر للأخبار)⁽²⁾ (خدمة إعلامية).

ويعتبر التلفزيون فتحاً جديداً في مجال البرامج التعليمية وليس معنى ذلك أنه يمكن أن يحل محل المعلم أو المدرسة وإنما هنالك مجموعة أهداف من استخدام التلفزيون في العملية التعليمية يمكن تحديد أهمها في الآتي:-

1. مساعدة المعلم في أداء دوره التعليمي.
2. القيام ببعض المهام في المجالات التعليمية والتدريبية التي يتعذر على المدارس القيام بها لقلّة الإمكانيات التقنية المعملية أو لنقص الكوادر البشرية حيث يقوم (التلفزيون) بعرض هذه التجارب من خلال الشاشة إلى أكبر عدد من المدارس.

3. يمكن أن يكون التلفزيون حلقة اتصال سريعة بين عناصر العملية التعليمية المختلفة وبين وزارة التربية والتعليم والمدارس والطلاب وأولياء الأمور عامة فيما يتعلق بالدروس التعليمية وعرض نماذج من الامتحانات.

4. استخدام التلفزيون في برامج محو الأمية كذلك استخدامه في الجامعات المفتوحة عن طريق القنوات التعليمية المتخصصة، وعن طريق البرامج التعليمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية التعليمية مثال القمر الصناعي التعليمي الهندي (Site) والقمر الصناعي المصري نايلسات حيث يتم إمداد أعداد كبيرة من المشاهدين وبصفة خاصة الفلاحين والعمال والمرأة ببرامج تتيح إمكانية تحسين أداء الفلاح وزيادة إنتاجية أرضه وتوعية المرأة بكيفية تربية أبنائها التربية الصحيحة وخدمات صحية .. الخ.

5. Further Education وهو ما يطلق عليه التعليم المستمر في كافة جوانب الحياة فالتلفزيون يمكن أن يحقق فكرة التعليم المستمر للجماهير أي استمرارية التعليم طوال

(1) سهير جاد ، سامية أحمد علي - البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون - مصدر سابق - ص 85

(2) إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - مصدر سابق - ص 408.

مراحل حياة الإنسان بطريقة راسية بمعنى منذ مولده وحتى وفاته وبطريقة أفقية أي تشمل جميع جوانب الحياة⁽¹⁾.

وبالتالي فإن في استطاعة التلفزيون أن يتفوق على بعض وسائل الإعلام الأخرى في أن يكون جامعة شعبية كبيرة دون أن يهمل النواحي الترفيهية التي هي حق شرعي لكل إنسان والتربية الحديثة تتجه إلى الربط بين العمل واللعب أو إلى جعل العمل يتم في جو من المرح والسُرور فالتعليم عن طريق التلفزيون يجب أن يتم بأسلوب محبب إلى الجمهور وعليه أن يطرح مسائل جادة ولكن بطريقة جذابة لتشد إليه غير المثقفين أو المتخصصين.

بدأت فكرة استخدام التلفزيون في التعليم في الخمسينات في الولايات المتحدة الأمريكية تبعته المملكة المتحدة في الستينات عندما بدأت هيئة الإذاعة البريطانية البرامج التعليمية على القناة Open University الثانية والتي تحولت عام 1969م إلى ما يعرف بالجامعة المفتوحة (

انتشرت في العالم فكرة التلفزيون التعليمي والتي بدأت في السودان في عام 1964م⁽²⁾. وقد استفاد منها التعليميون في أوروبا وأمريكا وأصبح يشكل نظاماً اتصالياً قائماً بذاته إلى جانب أنظمة الإذاعة الحكومية والتجارية والعامه⁽³⁾.

لم يحظ جهاز اتصالي بحجم الاهتمام الذي حظي به التلفزيون في مجال تأثيره على الأفراد والجماعات فقد ركز عدد من الباحثين في مجالات متعددة من العلوم الاجتماعية على التلفزيون وأثره حتى أصبح من المستحيل تعقب كل الدراسات وتسجيلها جميعاً ولكن يمكن القول إن دراسات تأثير التلفزيون تغطي معظم مجالات العلوم الاجتماعية فمن علم النفس إلى علم الاجتماع إلى العلوم السياسية وحتى اللغويات تمتد الدراسات الباحثة في أثر وتأثير التلفزيون كما تتنوع الدراسات وتتعدد بتعدد المجتمعات فلا يكاد يخلو بلد فيه بث تلفزيوني من دراسات تتناول أثره في ذلك المجتمع وكانت أهداف تلك الدراسات تحديد مدى تأثيره على سلوك الأفراد خاصة الأطفال ثم جاء التركيز على الدور السياسي والاجتماعي للتلفزيون. عدد الدراسات التي اهتمت بأثر التلفزيون في الحياة السياسية كبير وجاء ذلك نتيجة عدد من الملاحظات حول السلوك السياسي للمواطنين من جراء مشاهدة المواد السياسية في التلفزيون ففي الغرب (أحداث مثل حرب فيتنام في السبعينات ومواجهات السود للاضطهاد العنصري في أمريكا في الستينات وحرب فرنسا في الجزائر واغتيال جون كينيدي ومارتن لوتر كينج من الأحداث التي أثر فيها التلفزيون على اتجاهات الناس وتمكن من خلق رأي عام حول تلك القضايا وهو ما استدل به الباحثون على قوة تأثير التلفزيون على الجماهير⁽⁴⁾).

هنالك نظريات مختلفة في مجال الاتصال تتعلق بتأثير التلفزيون في المجتمع ومن تلك نظرية (للبريطاني جورج قيربندر وهي تقول إن (التلفزيون Cultivation Theory الغرس الثقافي) يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعاً خاصاً يختلف عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين بحكم

(1) ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي - مصدر سابق - ص 73 .

(2) علي محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - مصدر سابق - ص 100 .

(3) علي محمد شمو - التعليم عن بعد - مطبعة سولو - الخرطوم - 2004م - ص 245 .

(4) محمود محمد قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - مصدر سابق - ص 118.

التصاقهم بالتلفزيون يصدقون واقع التلفزيون ويتعاملون معه باعتباره الواقع الحقيقي ويعتقدون قيربئر وزملائه أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى هذا الواقع المصنوع وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما يمكن أن ينشأ من تعقيدات من مثل هذا التباين⁽¹⁾.

ساهم استخدام الأقمار الصناعية في مجال الإعلام التلفزيوني في تدويل التلفزيون وإمداده بإمكانيات هائلة علاوة على إمكانياته الموجودة أصلاً. وأصبح لدينا ما يعرف بالبث المباشر من الأقمار الصناعية على شاشات التلفزيون من خلال استخدام هوائي استقبال صغير يوضع على سطح المنزل ودائرة الكترونية لتحويل الإشارات المستقبلية من القمر الصناعي لاستقبالها بأجهزة المنازل مباشرة وقد أتاحت هذه العملية إمكانيات كبيرة للإعلام التلفزيوني لأنها قللت من التكاليف ووسعت من نطاق التغطية الجغرافية.

النجاحات التي حققها البث المباشر وازدياد نفوذه وتأثيره على الجماهير خاصة في العالم الثالث دفع بعض الحكومات إلى فرض نوع من الضوابط أو التنظيم لمشاهدة البرامج القادمة عبر الفضاء وذلك بوضع شروط تقييد منح تراخيص الأطباق الهوائية وذلك للحيلولة دون انتشار الاستقبال من الفضاء وذلك بدافع قلق هذه الدول من مصير شعوبها التي هي في الجانب المتلقي لبرامج التلفزيون المنقولة إليهم بالأقمار الصناعية من دول أخرى (أمريكا)⁽²⁾. (الغزو الثقافي).

(1) محمود محمد قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - - مصدر سابق - ص 118.

(2) علي محمد شمو - الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة - مصدر سابق - ص 173.

التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية :-

التلفزيون منذ بدايته وحتى عهد الأقمار الصناعية والبيت المباشر جهاز مؤثر وقوي بحكم أنه يستخدم أقوى الحواس عند الإنسان ويمكنه من الإلمام بكل أبعاد الرسالة الإعلامية شكلاً وبعداً ولوناً وصوتاً .. الخ وذلك لما يتميز به من خصائص استطاع من خلالها أن ينمو في وقت وجيز بمعدل لم تسبقه إليه أية وسيلة من وسائل الاتصال الدولية الأخرى.

استطاع التلفزيون استطاع تصغير الكرة الأرضية وتحويلها إلى (قرية عالمية) كما قال مارشال ماكلوهان عالم الاتصال المعروف خاصة بعد إطلاق الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات حيث يستطيع المرء مشاهدة ومتابعة ما يدور في مختلف أنحاء العالم في التو واللحظة مما يضيف على المشاهد الحيوية والآنية والجدية في نفس الوقت.

يتميز التلفزيون بالتفوق الساحق في نقل الأحداث والمناسبات الهامة التي تحدث في أماكن يصعب على المشاهد مشاهدتها في الطبيعة أو التوجه إليها مثال (نزول رجلين أمريكيين من مركبة الفضاء الأمريكية على سطح القمر عام 1969م)⁽¹⁾.

ونجد أن مشاهدة التلفزيون تتيح للمشاهد رؤية مجموعة من الوسائل الاتصالية في آن واحد فهو يجمع بين الصوت ممثلاً في الراديو والصورة واللون ممثلاً في السينما والحركة ممثلاً في المسرح واستطاع أن يدمج مزايا هذه الوسائل في وسيلة واحدة، الشيء الذي لا يجعل متلقي الرسالة يشعر بالوقت بالدرجة ذاتها في حالة تلقي الرسالة من الوسائل الاتصالية الأخرى. تؤدي مشاهدة التلفزيون إلى عدم تشغيل خيال المشاهد وتفكيره حيث تتجسد المشاهد المرئية أمامه عكس ما هو الحال في الإذاعة التي تخاطب حاسة السمع ولذلك فإن المستمع يحاول تخيل وتفسير وتحليل المواضيع التي يستمع إليها مما يؤدي إلى تشغيل فكره وتوسيع خياله. بما أن الصورة المنقولة الحية من خلال التلفزيون هي مصدر مباشر فإنها تتمتع بمصدقية عالية خاصة وأن المشاركين في الحدث هم المصدر الراوي في كثير من الأحداث المنقولة حية⁽²⁾.

التلفزيون جهاز اجتماعي وذلك لأن المشاهدة الجماعية ممكنة في حالة التلفزيون أكثر من الإذاعة بينما تظل أجهزة الاتصال المكتوب أجهزة فردية الطابع لصعوبة استعمالها في شكل جماعي حيث تتميز المشاهدة الجماعية بإتاحتها فرصاً أوسع للحوار والتعليق والنقاش أثناء المشاهدة بحيث يتمكن المشاهدون من الفهم المشترك للحدث ومن تكوين الرأي الموحد حول الموضوع من خلال مثل هذه المشاهدة (وقد استخدمت هذه الخاصية الاجتماعية للتلفزيون من أجل استعماله لأغراض التغيير الاجتماعي في بعض البلدان النامية كالهند مثلاً في منتصف السبعينات)⁽³⁾.

يخاطب التلفزيون بصفة عامة الجماهير على اختلاف ثقافتهم واهتماماتهم بالأسلوب الذي يناسبهم ويرفع من مستواهم عن طريق لغة مشتركة تستفيد من الصورة والحركة في الاتصال

(1) ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي - مصدر سابق - ص 69.

(2) محمود محمد قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - مصدر سابق - ص 119 .

(3) محمود محمد قلندر - مقدمة في الاتصال الجماهيري - مصدر سابق - ص 119.

اللغوي وهذا يساعد على سد الفجوة الثقافية بين الفئات المختلفة بحيث يجعلها أكثر تفاهماً وتجانساً ، فمشكلة الأمية لا تمثل للتلفزيون أي عقبات ، لأن المشاهد الأمي والمتعلم على السواء يستطيع متابعة البرامج بسهولة وليس مثل الجريدة أو الكتاب الذين يحتاجان إلى ضرورة معرفة القراءة والكتابة حتى يتمكن الفرد من المتابعة.

لأن التلفزيون بطبيعته مجسد لواقع من خيال فان استعماله لأغراض نفسيه اجتماعية كتخفيف الإحساس بالوحدة والغربة النفسية صار مألوفاً خاصة في المجتمعات الغربية الفردية النزعة والميول، فالمهمشون من أفراد المجتمع كالعجزة وكبار السن من الناس يلجئون لهذا الجهاز للتغلب على الوحدة وللبقاء في موضع الفعالية الاجتماعية بمتابعة الأحداث والمشاركة في برامج النقاش والحوار بالاتصال والتحدث إلى المذيعين (بل أن بعض المشاهدين يكاد أن يستبدل واقعة بواقع يتعامل فيه مع شخصيات وأحداث وقصص التلفزيون باعتبارها واقعه الذي يعيشه) (1).

كان التلفزيون في بداية إرساله محلياً أي يقتصر على البرامج المحلية التي تذيعها الدولة البائنه فقط ولكن مع التطور التكنولوجي وزيادة الإرسال ووصوله إلى دول متعددة أصبح في إمكان التلفزيون تلقي مجموعة متنوعة من البرامج من الدول المحيطة به وأصبح في هذه الحال تلفزيوناً دولياً (2). كما استطاع أن ينقل للمشاهد صوراً لشخصيات عالمية يصعب على الإنسان العادي أن يلتقي بها في الحياة العادية مثل الرؤساء والملوك والحكام والشخصيات المؤثرة العالمية التي تؤثر في حياة البشر.

الأصل في التلفزيون اعتماده على الحديث بينما الأصل في العمل الإذاعي اعتماده على النصوص المكتوبة لأن العمل التلفزيوني يعتمد على الصورة كعنصر أساسي ولذلك أصبح يعتمد على الشخص المتكلم بنفسه وليس القارئ من النص ، ولذا فان محطات التلفزيون تعمل على إيجاد نوع من العلاقات الاتصالية بين المشاهد وتقديم البرامج بحيث يتخيل هذا المشاهد أن القائم بالاتصال يتحدث إليه شخصياً بالرغم من الملايين التي يتجه إليها مما يعطي الإحساس بالحميمية والقرب والتماثل بين المشاهد ومقدم البرامج، ولذا فقد تم ابتكار آلة (التلقين الذاتي) الملحقة بالكاميرات التلفزيونية التي تساعد الشخص على الحديث لأن الكلام المكتوب يظهر من خلف الكاميرات التي ينظر إليها المتحدث (3).

نجد أن برامج التلفزيون تستحوذ على المشاهد حتى أن جزءاً من جمهور التلفزيون يخضع وقته وفق برامجه ، فالتلفزيون يقدم العديد من الخدمات الثقافية والترفيهية التي كانت ستكلفه المال والجهد والانتقال ، وبالتالي يقضي وقتاً طويلاً نسبياً أمام التلفزيون الأمر الذي أثار العديد من التساؤلات حول الآثار الصحية والاقتصادية والاجتماعية للتلفزيون.

المبحث الثاني

(1) نفس المصدر السابق - ص 119.

(2) ماجي الحلواني - مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي - مصدر سابق - ص 71.

(3) نفس المصدر السابق - ص 71.

الراديو والتلفزيون بالسودان

(الإذاعة السودانية أو راديو أم درمان من أعظم المؤسسات الوطنية التي أسهمت في بناء السودان الحديث وحافظت على كيانه السياسي ووحدته الوطنية وهويته الثقافية وسماته الحضارية التي يتصف بها السودان اليوم)⁽¹⁾.

ارتبطت نشأة الراديو في السودان كما اتفق معظم المؤرخين بالنواحي السياسية والعسكرية. فكما استخدمت ألمانيا في حربها أسلوباً لم يكن مألوفاً من قبل في الأمور السياسية والعسكرية وهو أسلوب الدعاية عبر وسائل الإعلام، حيث استخدمت كل وسائل الإعلام والحرب النفسية بما فيها الراديو للتأثير على معسكر الحلفاء، لجأت بريطانيا إلى إنشاء محطات إذاعية في بعض مستعمراتها المهمة لمجاراة ذلك الأسلوب الدعائي طمعاً في كسب المزيد من الحلفاء وكسب الحرب ذاتها في النهاية حيث قامت بإنشاء خدمة إذاعية في السودان لتكون حلقة الوصل بين الحكومة البريطانية والمواطنين السودانيين لخدمة أربعة أهداف :-

1. أن تستقطب أهل السودان إلى جانب الحلفاء وكسب تأييدهم.
 2. الرد على الدعاية النازية وكسب المزيد من الحلفاء.
 3. التحذير والتنبيه من الوجود الإيطالي في ناحية الشرق وقيام الحرب في أية لحظة (وجود إيطالي في اريتريا وأثيوبيا وبعض أجزاء الصومال).
 4. مساعدة الحكومة في شرح سياساتها إزاء الوضع العالمي للمتعلمين في السودان وتكذيب ما تنتشره الصحف الوطنية ضد بريطانيا.
- هنالك آراء مختلفة حول اليوم الذي بدأت فيه إذاعة أم درمان بثها المنتظم، ولكن الوثائق التي عثر عليها في دار الوثائق أكدت أن اليوم الذي بدأ فيه راديو أم درمان بثه المنتظم هو اليوم الثاني من مايو عام 1940م وفق ما جاء في البرقية المرسلة من مدير البريد والبرق إلى كل من مديري المديريات بالسودان تخطرهم بأن بثاً إذاعياً من مدينة أم درمان سيبدأ في يوم الخميس الثاني من مايو عام 1940م من الساعة السادسة والنصف مساءً ولمدة نصف ساعة كل خمسة عشر يوماً وقد أطلق على الخدمة الإذاعية في ذلك الوقت (إذاعة الحرب) وقد تضمنت البرقية بالإضافة إلى تحديد تاريخ البث عدد من الموجهات يمكن وصفها بأنها السياسة الإذاعية للسلطة الثنائية التي كانت تحكم السودان في ذلك الوقت⁽²⁾.

اختيار أم درمان كموقع لكي يتم إنشاء الإذاعة فيه خضع لعدة اعتبارات منها أن مدينة أم درمان هي المدينة الشعبية الأولى التي تحوي كل سحنات الوطنيين من أبناء السودان بحكم تكوينها الوطني منذ نشأتها في عام 1885م على أيدي رجال المهديّة.

كما أنها شهدت كل نضال الحركة الوطنية من خلال نادي الخريجين الذي أنشأ بها في عام 1918م حيث مارس الوطنيون كل أنشطتهم التي توجت بإنشاء مؤتمر الخريجين في العام

(¹) علي محمد شمو - الكتاب السنوي للإذاعة (عراقة الماضي وروح الحاضر) الخرطوم - مايو 2006م - ص 42.

(²) نفس المصدر السابق - ص 43.

1938م. وبالتالي نجد أن اختيار الحكومة البريطانية لمدينة أم درمان كمقر للإذاعة تم على أسس سياسية.

بدأ إرسال الإذاعة بموجه قصيرة طولها 60 متراً وذبذبة مقدارها 4994 كيلو هيرز بقوة 10 كيلو واط بمبنى محطة إرسال العرضة التابعة لمصلحة البريد والبرق⁽¹⁾.

حرصت الحكومة البريطانية لكي تحقق هدفها من إنشاء الإذاعة منذ البداية على بث الأخبار التي تدعم موقف الحلفاء في الحرب والتعظيم على الأخبار التي تخدم دول المحور كما سعت إلى تمجيد الحكومة البريطانية خصوصاً أن المخابرات الألمانية كانت تعد تقارير عن وجود نزعات استقلالية متأججة في نفوس الشباب في المستعمرات البريطانية خصوصاً في مصر والسودان وفلسطين، وتؤكد أن تحت الدخان وميض نار، كما تبث الكراهية ضد الانجليز وقادتهم.

أحد المذيعين الشهيرين بإذاعتي ألمانيا وإيطاليا (يونس بحري) في تعليق ساخر على إنشاء إذاعة أم درمان قال: (اسمع حشرة تطن من أدغال أفريقيا تقول هنا أم درمان)⁽²⁾.

ذلك التعليق يوضح استفحال العداء بين الحلفاء ودول المحور في معركة الأثير في ذلك الوقت كما يشير إلى أن إذاعة أم درمان قد كسرت الحواجز ووصلت إلى كثير من البقاع المؤثرة.

أولت الحكومة البريطانية لمكتب الاتصال العام التابع للسكرتير الإداري لحكومة بريطانيا في الخرطوم الإشراف على الإذاعة وذلك لحفظ مسار النظام في إذاعة هنا أم درمان ولضمان تحقيق الأغراض التي من أجلها أنشئت الإذاعة فكان بمثابة جهاز الأمن الذي يضمن سيطرة الحكومة البريطانية عليها.

شهدت الفترة التي تم فيها إنشاء إذاعة هنا أم درمان عام 1940م نضالاً مستميتاً في الداخل من شباب الحركات الوطنية من أجل الاستقلال وحرباً ضروساً في الخارج يشارك فيها نفر من أبناء السودان المنخرطين في جيش الحلفاء وكانت الصحف السودانية تثير القضية الوطنية بشكل منتظم على صفحاتها وبأقلام وطنية غيورة. لذلك عندما وصلت رسالة سير جيمس روبرتسون المشرف على مكتب السكرتير الإداري بالخرطوم إلى السكرتارية العامة للجنة مؤتمر الخريجين وهو التنظيم المسئول على تنسيق النضال الوطني ضد الاستعمار البريطاني والذي تم إنشائه عام 1938م⁽³⁾. تطلب فيها اختيار شخص سوداني من اللجنة كي يكون ممثلاً لها في هيئة الإشراف على الإذاعة انقسم الأعضاء إلى فريقين فريق يرى معارضة الفكرة لأن لجنة الخريجين لم تقم إلا بغرض القضاء على الوجود البريطاني في السودان في حين أن الهدف من إنشاء الإذاعة هو خدمة وتدعيم ذلك الوجود.

(1) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 166.

(2) نفس المصدر السابق - ص 46.

(3) نفس المصدر السابق - ص 46.

وفريق يؤيد الفكرة ويرى أهمية المشاركة لأهمية الإذاعة وخطورتها في تلك الفترة حتى لا تستخدم بشكل تام ضد مصلحة الوطن الآنية والآجلة كما أنها لا تخدم البريطانيين وحدهم وأنها تذيع كل ماله صلة بحياة السودانيين المنضوين تحت لواء الحكم البريطاني ثم أنها طال الزمان أم قصر ستؤول للوطنيين ما دام النضال مستمراً ضد الوجود البريطاني بالسودان.

بعد مداولات عديدة بين المؤيدين لفكرة المشاركة والمعارضين للفكرة قررت السكرتارية العامة للجنة مؤتمر الخريجين المشاركة في هيئة الإشراف على الإذاعة لتحقيق هدفين أساسيين هما :-

1. العمل قدر المستطاع على ضبط ما تبثه الإذاعة حتى لا يضر بمصالح الوطنيين في حركاتهم التحررية ضد الاستعمار.
 2. الاستفادة من الخبرات العلمية في مجال العمل الإذاعي لمستقبل الأيام التي ستشهد حتماً سيطرة الوطنيين على مقاليد الأمور في بلادهم طال الزمان أم قصر⁽¹⁾.
- كان ولع الشعب السوداني وتحمسه للسياسة وكل ما يدور في فلكها الدافع وراء اهتمامه بتلك الإذاعة. فقد كان الناس يحرصون على الحضور إلى الأماكن العامة والمقاهي بغرض متابعة البرامج بشكل منتظم ولا يكاد يتخلف أحد من المستمعين المواظبين إلا إذا حدث له أمر جلل أقعده عن الحضور للاستماع ، الجميع يستمعون للأخبار (أخبار الحرب) التي تبثها الإذاعة ثم يحللون محتوياتها ويتفكرون حول ما دار فيها.

شجع اهتمام السودانيين بالإذاعة الحكومة البريطانية على توزيع عدد كبير من أجهزة الاستقبال (الراديو) التي كانت تعاني من شح في الأجهزة في المنتديات والأماكن العامة بهدف تسهيل الاستماع على المواطنين الذين لم يكونوا يمتلكون تلك الأجهزة. كما زادت عدد مكبرات الصوت التي وزعتها على كثير من الساحات العامة بدأتها بساحة (ميدان البوستة) الواقع في قلب مدينة أم درمان متوسطاً الدكاكين والمقاهي ومواقف الحافلات والتاكسي.

التنظيم الوظيفي للإذاعة شراكة بين إدارتين هما مكتب الاتصال العام الذي يشرف على المضمون والذي يعنى بكل ما يصدر عن الإذاعة من أخبار وتعليقات وبرامج ترفيهية واجتماعية وفنوية وعلى القائمين بأمر هذا المضمون إدارة أو مذيعين. أما الجانب الفني والهندسي الخاص بالمعدات والأدوات داخل الاستوديو وأجهزة الإرسال فقد كان تحت إمرة ومسؤولية مصلحة البريد والبرق⁽²⁾.

اهتمام السودانيين كان كبيراً بإذاعة أم درمان لأنها كانت بمثابة فتح جديد في عالم الثقافة والمعرفة بالنسبة لهم. إضافة إلى أنها كانت تحمل اسم السودان بغض النظر عن أهدافها، أصوات الإذاعات الأجنبية لم تكن من القوة بحيث تصل إلى كل المستمعين في ربوعهم المختلفة ولم تكن هنالك إذاعات عربية أو أفريقية بالعدد الكافي وبالتالي كان هنالك شح في مصادر الأخبار مما زاد من اهتمام الناس بالإذاعة والتصاقهم بها.

(1) عوض إبراهيم عوض - الإذاعة السودانية في نصف قرن - مصدر سابق - ص 47.

(2) علي محمد شمو - تجربتي مع الإذاعة - مطبعة جامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا - الخرطوم - 2008م - ص 76.

الحكومة البريطانية لتوصيل مضمون الأخبار لمن لا يفهمون بالعربية الفصحى ومن منطلق فهم ثقافة ومكونات المستمع والبيئة التي نشأ فيها أصدرت توجيهاً باستخدام اللغة الدارجة لتوصيل مضمون الأخبار للمتلقين بعد تقديمها أولاً باللغة العربية المتوسطة. هيكل البرامج الذي أصدره مكتب الاتصال العام كان على النحو التالي :-

الساعة 00 : 6 مساءً	افتتاح الإذاعة
الساعة 01 : 6 مساءً	القرآن الكريم
الساعة 10 : 6 مساءً	نشرة الأخبار
الساعة 20 : 6 مساءً	أغنية سودانية
الساعة 30 : 6 مساءً	ختام البرامج ⁽¹⁾

كان برنامج الإذاعة بسيطاً ومتواضعاً ومناسباً للمهمة التي من أجلها أنشأت الإذاعة ويخدم الأهداف والسياسات التي خططها ووضعها الحكم الثنائي وهي الأخبار عن الحرب العالمية الثانية بالإضافة إلى أن المنهج المتبع في هيكل البرامج لم يكن بعيداً عن النمط الذي كان سائداً في ذلك الزمان في أغلب إذاعات وخدمات الراديو في العالم الثالث.

مبنى البريد والبرق الذي كانت تبث منه إذاعة أم درمان كان عبارة عن حجرة صغيرة تبلغ مساحتها 12 متراً مربعاً (3×4) وبجانبها حجرة أخرى مساحتها 6 أمتار (2×3) تستخدم للمراقبة بالإضافة إلى غرفة أخرى في نفس الموقع تأوي جهازي الإرسال الذين استحضروا فيما بعد أحدهما على الموجه المتوسطة 524 متراً والآخر على الموجه القصيرة 31 متراً⁽²⁾.

ضيق مساحة المبنى ورغبة سلطات مكتب الاتصال في زيادة فترة البث إلى ساعة كاملة والتعديلات التي أدخلت على هيكل البرامج، دفعت بالسلطات إلى الانتقال إلى منزل مجاور للجزء الجنوبي من جامع الخليفة وشرق الهاشميات وهو منزل مولانا حسن الطيب هاشم، وقد تم إدخال بعض التعديلات عليه ليكون صالحاً للبث الإذاعي، وقد أضيفت إلى هيكل البرامج بعض المواد الجديدة الخاصة بقوة دفاع السودان التي كانت تحارب إلى جانب قوات الحلفاء في شمال أفريقيا ومواد أخرى باللغة الانجليزية لخدمة أهداف الحرب وأخبار تحركات الجيوش المتحالفة.

المنزل الذي انتقلت إليه الإذاعة هو مقر متواضع بل ومتخلف لجهاز حساس ودقيق كالإذاعة، لم يكن فيه تكييف ومعالجة صوتية مناسبة، المنزل كان يتكون من أربع غرف وثلاث Control برندات وفناء واسع وكانت إحدى الغرف تستخدم كأستوديو وجزء منها حجرة مراقبة)

(¹) عوض إبراهيم عوض - الإذاعة السودانية في نصف قرن - مصدر سابق - 2000م.

(²) علي محمد شمو - الكتاب السنوي للإذاعة (عراقة الماضي وروح الحاضر) - مصدر سابق - ص 45.

(يفصلها عن الاستوديو حائط زجاجي سميك وشفاف والحجرة الثانية تستخدم كأستوديو Room للغناء والموسيقى والقرآن الكريم⁽¹⁾ .

بث البرامج كان مباشرة للجمهور لانعدام وسائل التسجيل واستخدام أنواع من الميكروفونات كبيرة الحجم قليلة الحساسية تنعدم فيها وسائل الإنتاج المتطورة بحيث لا تقدم من المواد المحفوظة والمسجلة إلا القليل المستورد في شكل اسطوانات غنائية تجارية تأتي إليها من مصر. أجهزة الإرسال كانت محدودة بدأت بجهاز واحد ثم أضيف إليها اثنان، خدمة الإذاعة كانت متركزة في الخرطوم ولم يعرف السودان للإذاعة الإقليمية في ذلك التاريخ مدخلاً أو تجربة⁽²⁾ .

كانت الإذاعة تعمل بواسطة بعض المتطوعين من الشباب عند بداية إنشائها ولم يكن لديها مديعون ولا فنيون ولا محررون خاصون بها. في عام 1941م ، عين الأستاذ/ عبيد عبد النور أول موظف بالإذاعة وهو الموظف الوحيد الذي يقرأ نشرات الأخبار ويقدم الفقرات كمذيع للربط أو يدير الأحاديث والمحاورات مع الشخصيات التي تستضيفها الإذاعة ثم يختتم الإرسال. تنظيم إرسال الإذاعة بدأ (مرة واحدة في الأسبوع ثم تطور خلال الشهر الأول إلى ثلاث مرات في الأسبوع، كان مستر بنى مدير المخابرات البريطاني بالسودان هو المشرف الأول عليها منذ اليوم الأول لتأسيسها)⁽³⁾ .

أحس الإذاعيون الوطنيون العاملون في الإذاعة بأن انخراطهم في العمل بالإذاعة والانصياع لأوامر الحكومة البريطانية بانتقاد الأصوات الوطنية التي تظهر من خلال الصحف كان بمثابة خيانة للقضية الوطنية ، فلجأوا إلى معالجة ذلك بشيء من الدهاء حيث قرروا تنفيذ قرارات الحكومة البريطانية والقيام من خلال ذلك بالتنفيذ بدور معاكس لما تريده بريطانيا وذلك بتجاهل بيانات مكتب الاتصال التي تصدر عن الحكومة لإدانة الحركات الوطنية المناوئة والمظاهرات الطلابية والعمالية والاضرابات وكل أساليب العصيان ضد الحكومة بدعوى ضياعها.

أصدرت الحكومة البريطانية تنبيهاً شديداً للذاعيين يحذرهم من خطورة ذلك الأسلوب ومن مغبته الوقوع تحت طائلة القانون إذا اتضح أن الإذاعيين لا يؤدون واجبهم بالشكل المرضي للحكومة.

في عام 1945م وضعت الحرب العالمية أوزارها وقررت الحكومة البريطانية إيقاف إذاعة أم درمان لأن ميزانية الحكومة التي رصدتها لوزارة المستعمرات لا تسمح باستمرارها ، ولكن هنالك أسباب ساعدت على تراجع الحكومة من هذا القرار تتمثل في اقتناع الحكومة البريطانية بأن الإذاعة بدأت تلعب بالفعل دوراً سياسياً واستراتيجياً هاماً وخطيراً بالنسبة لها وأنها وسيلتها لمقاومة النضال الوطني، بالإضافة إلى أن التطور الحتمي الذي حدث للبشرية

(1) علي محمد شمو - تجربتي مع الإذاعة - مصدر سابق - ص 35.

(2) علي محمد شمو - الكتاب السنوي للإذاعة - عراقة الماضي وروح العصر - مصدر سابق - ص 50.

(3) عوض إبراهيم عوض - الإذاعة السودانية في نصف قرن - مصدر سابق - ص 5

جمعاء قبل الحرب وأثنائها وبعدها كان يقتضي الإبقاء على مثل تلك القنوات الإعلامية والدعائية المهمة وليس إغلاقها⁽¹⁾.

لذلك أصدرت الحكومة البريطانية قراراً بالإبقاء على الإذاعة والتصديق بميزانية منفصلة لها وظل دور الإذاعة كما هو في السابق (خدمة الإدارة البريطانية في السودان).

في يناير 1956م نال السودان استقلاله وتم رفع العلم السوداني في جميع المصالح الحكومية، ومع تشكيل أول حكومة وطنية في السودان تغيرت رسالة الإذاعة وبدأت تطرح أفكاراً وطنية مثل دعوتها إلى (سودنة الوظائف) وجمع المال الذي يصرف إلى الموظفين الانجليز كمكافأة لإنهاء الخدمة⁽²⁾.

جعل أباء الاستقلال جهاز الراديو مصلحة حكومية تخضع لرقابة وسيطرة الدولة التي استخدمته في تعبئة الجماهير حول نظمها السياسية بدعوى التحديث السياسي وضمان قيام الدولة الوطنية بافتراض أن ذلك يؤدي إلى الوحدة ويعبر عن الهوية ويرسخ فكرة الانتماء للوطن عند المواطن ويعظم من إحساسه بالزهو الوطني⁽³⁾.

انتقلت الإذاعة إلى مبناها الحالي في 17 نوفمبر 1957م ولأول مرة يكون للإذاعة موقعها وقاعدتها التي شيدت خصيصاً من أجلها وزودت بأحدث ما وصلت إليه من تقنية الإذاعة المتاحة في ذلك الوقت والشئ المهم أن انتقال الإذاعة إلى المبنى الجديد لم يكن يعني الانتقال من مبنى إلى آخر فحسب ولكن يعني نقل مكاتب الإذاعة من الخرطوم إلى مبنى الإذاعة في أم درمان لتكون الإذاعة وحدة متكاملة تضم الإداريين والمذيعين والفنيين وكل العناصر المكونة للإذاعة⁽⁴⁾.

كانت الإذاعة تضم في البداية أربعة استوديوهات كبيرة وتحتوي على أحدث الأجهزة لتلبية متطلبات العمل آنذاك ولكن هنالك عيباً أساسياً في المبنى وهو أخطاء المنفذين في تحديد اتجاه المبنى فأصبحت واجهته متجهة إلى الغرب بدلاً من الشمال الأمر الذي سبب ضيقاً لمستخدمي مكاتب الإدارة والمذيعين حيث ينعدم تيار الهواء⁽⁵⁾.

(1) نفس المصدر السابق - ص 56.

(2) صلاح الدين الفاضل - تخطيط وإنتاج البرامج الإذاعية - رسالة دكتوراه - 1996م - ص 65.

(3) صلاح الدين الفاضل - الكتاب السنوي للإذاعة السودانية (عراقة الماضي وروح الحاضر) - الخرطوم - مايو 2006م - ص 60.

(4) علي محمد شمو - تجربتي مع الإذاعة - مصدر سابق - ص 39.

(5) علي محمد شمو - الكتاب السنوي للإذاعة السودانية (عراقة الماضي وروح الحاضر) - مصدر سابق - ص 47.

تطور البث الإذاعي على ثلاث مراحل المرحلة الأولى اقتصر على ثلاث محطات هي 524 متوسطة و 60 و 45 قصيرة وكان ذلك في عهد الحكم العسكري الأول وإنشاء محطة إرسال سوبا بمعونة أمريكية⁽¹⁾.

المرحلة الثانية 1968م أضافت إلى الأولى جهازين على الموجه المتوسطة هما 321 متر و 393 متر بالإضافة إلى موجه قصيرة طولها 31 متر أضيفت إليهما فيما بعد موجتان قصيرتان طولهما 25 ، 41.

في عهد الحكم العسكري الثاني تم شراء محطة إرسال ريبا وبطاقة 1500 كيلو واط وهي الموجه 231⁽²⁾.

وقد كانت في حينها أكبر محطة في الشرق الأوسط ثم جاءت محطة إرسال جوبا، نيالا، الأبيض، كسلا، عطبرة، مدني، دنقلا وهي محطات ولائية تتراوح طاقتها ما بين 5 إلى 10 إلى 50 كيلو واط ما عدا محطة إرسال جوبا وطاقاتها 200 كيلوواط.

وقد استمرت الإذاعة السودانية في تصعيد إمكانياتها بشكل مطرد حتى بلغت الآن على (بالإضافة إلى مشروع للموجات FM المستوى القومي 21 جهاز إرسال منها اثنان على التردد المتوسطة يضم خمس مراسلات.

كان الهدف من إنشاء الإذاعات الولائية هو تقوية الإرسال القومي ليصل إلى المناطق المعزولة هندسياً ذات الكثافة السكانية العالية إضافة لتتويع الرأي العام بالأخبار الولائية واستطلاع رغبات المستمعين وعكس تراثها وعكس وجهة نظر الدولة سياسياً والتعليق عليها وترسيخ مقومات التنمية البشرية باعتبار الإنسان هو المستهدف بالرسالة الإعلامية وعكس التنوع الثقافي وثقافة المواطن، كل هذه الأسباب مجتمعة دفعت بالإذاعة السودانية إلى ارتياد مجال البث الإقليمي وإنشاء الإذاعات الولائية.

في عام 1998م بلغ عدد الإذاعات 19 إذاعة ولائية ، إذاعة عطبرة ، دنقلا ، كسلا ، ود مدني ، جوبا ، نيالا والأبيض من أقدم الإذاعات التي تم إنشاؤها.

في عهد الحكم العسكري الثالث تم شراء الرسالة 41 متر بطاقة 100 كيلوواط بسوبا لتغطي (السودان بأكمله بالبث الإذاعي وفي عام 1994م تم إيجار سعة قمرية على القمر العربي) لتتنقل برامج الإذاعة عليه ويمكن استقبالها عبر الأطباق الفضائية في كل الوطن العربي وكذلك (في عام 1996م لتبث الإذاعة جنباً إلى جنب ZA تم التحول إلى القمر العربي الجديد ((السودان.

(1) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 166.

(2) علي محمد شمو - الكتاب السنوي للإذاعة السودانية (عراقة الماضي وروح الحاضر) - مصدر سابق - ص 51.

مع التليفزيون وتم الاتفاق مع شركة هاريس الأمريكية لتنفيذ مشروع تغطية السودان بالبث (1) 600 Digital D.x الإذاعي عن طريق أجهزة الإرسال الإذاعي المتقدمة

بلغت ساعات البث الإذاعي 24 ساعة متواصلة ، التطور في مجالات الاتصالات الهاتفية والربط بشبكات المعلومات ساعد على التطور في مستوى النقل الخارجي للأحداث والاتصالات الفورية للخدمات الإخبارية والتحليلية ومشاركة الجمهور في البرامج المختلفة وزيادة التفاعل بين الإذاعة وجمهور المستمعين.

(والقمر الآسيوي Hot Bird في عام 2000م بدأ البث على القمر الأوربي هوت بيرد)
(على التقنية الرقمية ، تجاوز البث الخرطوم إلى FM). ثم استخدام محطات (Asia SAT)
(في عشر عواصم ولائية في كل أنحاء FM الولايات حيث توجد الآن عشرة أجهزة إرسال)
السودان وولاياته(2).

انتهجت الإذاعة سياسات التجديد والتحديث والاستفادة مما قدمه المجتمع العالمي من تقنية عالية وراقية لتطوير العمل الإذاعي. فالإذاعة محوسبة وكل شيء فيها يحركه الحاسوب وأنظمة (بحيث INTERNET المعلومات، وهي بذاتها أصبحت جزءاً من الشبكة الدولية للمعلومات)
(للدخول للشبكة أياً Access يستطيع التعامل معها والاستفادة من محتواها كل من يجد فرصة)
كان موقعه في العالم.

(1) هاشم الجاز - الاعلام السوداني - مصدر سابق - ص 167.

(2) علي محمد شمو - الكتاب السنوي للإذاعة السودانية - عراقة الماضي وروح الحاضر - مصدر سابق - ص 51.

نشأة وتطور تلفزيون السودان :

تختلف نشأة التلفزيون من ناحية الظروف السياسية والاجتماعية عن نشأة وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى كالصحافة والراديو التي نشأت في الفترة التي كانت فيها البلاد ترزخ تحت وطأة الاستعمار الذي كانت له اليد الطولي فيها لتكون أداة من أدوات تنفيذ سياسته وسيطرته. أما التلفزيون فقد جاءت نشأته والسودان قد نال استقلاله وانتهت فترة الاستعمار بكل أبعادها وتأثيرها فظهر في وقت كانت البلاد تبحث فيه عن هويتها الحقيقية وعن مقومات الوحدة والانصهار في ظل المليون ميل مربع والتباين الثقافي الكبير.

إن خطورة التلفزيون كوسيلة إعلامية وقوة حضارية دولية تؤدي دوراً كبيراً في البناء والتنمية والتوعية والتفاهم كانت هي الدافع وراء رغبة عدد من الدول الأفريقية في إنشاء محطات تليفزيونية.

سيرقاي كامبل الانجليزي الجنسية المبعوث من شركة تومسون الانجليزية جاء إلى كينيا لإجراء تجارب على التلفزيون التجاري وبمعاونة لجنة ضمت الأساتذة علي محمد شمو ومحمد خوجلي صالحين كانوا وراء بداية البث التجريبي للتلفزيون السوداني في ديسمبر 1962م⁽¹⁾.

فعند زيارة سيرقاي كامبل إلى الخرطوم، عرض عليه اللواء محمد طلعت فريد الذي كانت تربطه صلات حميمة به باعتباره أحد ضباطه عندما كان في الحدود الشرقية في الأربعينات إجراء تجارب مماثلة للتلفزيون في السودان كالتجارب التي كان يقوم بإجرائها في كينيا حيث تم التعاقد بين السودان وشركة تومسون لتقديم خدمة تلفزيونية في السودان ومن ثم كلف اللواء فريد مدير مكتبه آنذاك الصاغ التاج حمد بتكوين لجنة تضم علي محمد شمو ومحمد خوجلي صالحين للنظر في كيفية بداية الخدمة التلفزيونية في السودان.

عرضت اللجنة على سير كامبل تصورها حيث طالبت بأن يتم إنتاج برامج محلية لإعطاء فكرة بأن البث التلفزيوني صادر عن السودان.

وبالفعل بدأ التلفزيون إرساله في 1962م بأجهزة بدائية تعمل بالصمامات من كاميرات وأجهزة صوت وأجهزة إرسال وتلسينما وكانت عبارة عن منحة من الحكومة الألمانية.

كان البث تجريبياً ومحصوراً في محيط الخرطوم العاصمة أي المدن الكبرى الثلاث الخرطوم ، أمدرمان ، الخرطوم بحري. انطلق الإرسال التجريبي من أستوديو الإذاعة من أمدرمان من جهاز محدود القوة (100) واط وفرته شركة تومسون على سبيل التجريب لمدة عام⁽²⁾.

(1) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - دار العربية للثقافة والنشر - القاهرة - 2003م - ص 249.

(2) هاشم الجاز - الإعلام السوداني - مصدر سابق - ص 169 .

بداية البث كان مقرراً لها 17 نوفمبر ليتزامن مع احتفالات ثورة 17 نوفمبر ولكن اضطرراً قد حدث في المعدات وفشل الإرسال أدى إلى تأجيل البث إلى يوم 23 ديسمبر 1962م⁽¹⁾.

تم توزيع أجهزة استقبال للبث كأندية مشاهدة على الميادين الرئيسية والحدائق العامة كما تم توزيع بعض أجهزة الاستقبال على بعض الوزراء وهي يابانية الصنع.

كان التلفزيون طوال مرحلته التجريبية الأولى يقدم على أكثر من ثلاث ساعات يومياً أصنافاً مختلفة من البرامج الإعلامية والتعليمية والترفيهية فكان يقدم نشرة أخبار وأغاني حية على الهواء إلى جانب الأفلام التي أحضرتها شركة تومسون⁽²⁾.

بدأ البث باثنين من الاستوديوهات المؤقتة، وكان الإرسال التلفزيوني يتم على القناة (5) التي أضيفت لها القناة (7) فيما بعد كاحتياطي⁽³⁾. مدة البث كانت بمتوسط خمس ساعات يومياً تبدأ من السادسة والنصف مساءً بينما تزداد ساعات البث في المناسبات القومية والدينية.

ونسبة لظروف الخريف انتقلت محطة التلفزيون من مكانها على سطح فندق المسرح القومي (بالإذاعة السودانية حيث تم تركيب جهاز إرسال تلفزيوني بمبنى الإذاعة وبدأ B إلى أستوديو) واستمر الإرسال من مبنى الإذاعة. البث من أستوديو)

في عام 1963م بدأ التفكير في إنشاء أستوديو خاص بالتلفزيون كما بدأ التفكير في البث الدائم للإرسال فتم الانتقال إلى مبنى المسرح القومي بامدرمان وأنشأ ثلاثة استوديوهات واستجلب كاميرات ومعدات وذلك من خلال تزويد جمهورية ألمانيا الاتحادية بتلك المعدات بموجب اتفاق توصل له وزير الإعلام (الاستعلامات والعمل سابقاً) في ذلك العهد اللواء محمد طلعت فريد مع تلفزيون برلين يقضي بتقديم عون فني للسودان لإنشاء محطة للتلفزيون. مع التزويد بقطع الغيار وتدريب الكوادر العاملة في التلفزيون.

في نوفمبر 1963م تم افتتاح التلفزيون الجديد رسمياً وبدأ في إنتاج برامجه وسهراته على الهواء مباشرة لعدم وجود أجهزة تسجيل الصورة والصوت⁽⁴⁾.

كانت حديقة السطح بمبنى فندق المسرح مكاناً لإقامة السهرات والبرامج الجماهيرية، وكانت هناك مشاكل تواجه البث المباشر تتمثل في أن الأستوديو لم يكن معالماً صوتياً بطريقة علمية فكان يعكس الصدى إلى جانب عدم وجود تكييف، لذلك كان الناس يتصبّبون عرقاً مما يؤثر على الإنتاج وينعكس على مستوى أداء الأجهزة والمعدات.

(1) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 350.

(2) نفس المصدر السابق - ص 350.

(3) حديد السراج - التخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان - منشورات الخرطوم عاصمة الثقافة العربية - 2005م - ص 216 .

(4) كتيب صادر من إدارة تلفزيون السودان - 2000م - ص 7.

ظل الإرسال محصوراً في منطقة الخرطوم وضواحيها في دائرة قطرها 58 كيلومتر مدة الإرسال (40) ساعة في الأسبوع تتعدل مواعيد البث صيفاً وشتاءً ، في الصيف كان يبدأ في الساعة السادسة والنصف مساءً وفي الشتاء في الساعة السادسة مساءً.

أهم البرامج التي كانت تقدم في تلك الفترة هي البرامج التي تعمق مبادئ الثورة وتعكس انجازاتها إلى جانب برامج مختلفة تابعة من البيئة السودانية وبرامج تعنى بالمرأة والطفل وبرامج منوعات ومسلسلات.

في الجانب الإخباري كان الاعتماد على وكالة أخبار انجليزية لها علاقة بـ(رويتر) كمصدر للأخبار ترسل الأخبار في شكل فيلم منتج ومعه سيناريو في حلقات وكانت تصل متأخرة لإجراءات التحميص والإنتاج بعد أن يسمعها الناس بواسطة الإذاعات. كانت التغطية الإخبارية المحلية بسبب بدائية الكاميرات وكبر حجمها كانت محصورة لرئيس الدولة والوزراء لذلك كان الاعتماد على الإنتاج السينمائي آنذاك وكان يوجد جهاز تليسينا 16 ملم وجهاز آخر 35 ملم⁽¹⁾.

(²) تم VideoTape في عام 1968م تم إدخال نظام التسجيل الإلكتروني (الفيديو تيب) استيراد هذا الجهاز من إحدى الشركات اليابانية الرائدة في تلك الفترة ، وهو أول الأجهزة التقنية التي أحدثت طفرة في مجال الإنتاج البرامجي وارتفاع مستوى الإنتاج وأتاح فرصة المراجعة والاستفادة من المواد المستوردة والاقتباس من بعض فنياتها خاصة في مجال الإخراج والتصوير.

(فقد كانت الوسيلة الوحيدة للخروج ENG , SNGنسبة لعدم وجود الكاميرات الكترونية) الإذاعة خارجية هي عربة التلفزة الخارجية التي كانت تنقل في الغالب المباريات التي تقام في استاد الخرطوم وإستاد الهلال والمريخ فيما بعد في مدينة أم درمان⁽³⁾.

في عام 1965م تم تحول الإشراف على الإعلان التجاري التلفزيوني من وكالة ايبو الأجنبية إلى المكتب التجاري الذي تشرف عليه وزارة الإرشاد القومي وتم إدخال الإعلان ضمن برامج التلفزيون لجلب إيرادات لخزينة الدولة وإنعاش السوق المحلي من خلال معاونه المنتجين على تسويق السلع والخدمات المختلفة.

في يوليو 1964م تم إنشاء وحدة للتلفزيون التعليمي بوزارة التربية وكان المشروع مشتركاً بين وزارة التربية والمجلس البريطاني الذي أوفد الأستاذ عبد الرحيم الخضر وعدداً ممن جاءوا بعده لبريطانيا للتدريب على إنتاج وإخراج البرامج التعليمية بالتلفزيون، وكانت البرامج التعليمية تشمل عدداً من البرامج الأخرى حسب قطاعات الإدارات الأربعة والتي تشمل :-

1- قطاع الأسرة والطفل.

2- قطاع البرامج الفنية.

(¹) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 354.

(²) تاريخ الزيارة 23 / 3 / 2010م - www.sudanTV.com

(³) علي محمد شمو - تجربتي مع الإذاعة - مصدر سابق - ص 223.

3- قطاع البرامج التربوية.

4- قطاع البرامج الدورية والطارئة.

إلى جانب الحصص المدرسية والتي كانت تبث بمعدل ثلاث حصص في اليوم الواحد موزعة بين المرحلة المتوسطة والمرحلة الثانوية⁽¹⁾.

في عام 1968م تم التوسع في عمل التلفزيون التعليمي وزيادة ساعات الإرسال الخاصة بالحصص المدرسية، وقد كان السودان رائداً في إدخال خدمة التلفزيون التعليمي بالنسبة لإفريقيا والعالم العربي إلا أن الصعوبات المالية ما لبثت أن حالت دون استمرار هذه الخدمة الرائدة فتقلص دورها ومن ثم تحولت إلى إحدى إدارات التلفزيون البرامجية وسميت فيما بعد باسم (إدارة البرامج التعليمية والريفية)⁽²⁾.

في عام 1972م وبعون من ألمانيا الاتحادية ومساعدة وزارة التربية والتعليم أنشئت أول محطة إقليمية ريفية بولاية الجزيرة، في البداية تم استخدامها كمحطة استقبال لنقل البرنامج العام من تلفزيون أدرمان ومن ثم بدأت في بث البرامج المحلية في أوائل عام 1973م.

وبعد افتتاح استوديوهات التلفزيون القومي الجديدة في عام 1975م أصبحت امتداد لها في تسجيل بعض البرامج إلى جانب بث برامج محلية تتناسب مع تطلعات المشاهدين⁽³⁾.

في عام 1976م تم إنشاء تلفزيون عطبرة الريفي وقد بدأ بثه من استوديوهات مؤقتة بتلفزيون أم درمان ولمدة ساعتين في اليوم. وفي أول يناير 1977م بدأ البث المحلي من تلفزيون عطبرة بواقع ساعتين يومياً ولمدة خمس أيام في الأسبوع وبعد انتهاء الإرسال تتضمن القناة الريفية لمتابعة البرنامج العام من أم درمان ، برامج القناة كانت تشمل البرامج الصحية والعمالية والزراعية وبرامج للمرأة الريفية ومحو الأمية وحالياً أصبح يسمى بتلفزيون ولاية نهر النيل.

تم إدخال نظام الإرسال الملون في عام 1977م بعد دعمه بأجهزة إرسال حديثة تمكن من البث الملون قوتها 500 واط وأجهزة احتياطي تعمل بقوة (1100 – 1000) واط وسعت من رقعة الإرسال لمنطقة الخرطوم ومنطقة أم درمان وضواحيها وساعدت على تحسين مستوى الاستقبال في عدد من المناطق الأخرى، كما تم إدخال أجهزة ملونة للاستوديوهات واستجلاب عدد من الكاميرات وجهاز تليسينا⁽⁴⁾.

في عام 1974م تم إنشاء محطة صغيرة للأقمار الصناعية في دنقلا لاستقبال الإرسال التلفزيوني من المحطة الرئيسية بمساعدة الخبرات الأمريكية التي قدمت 50% من إجمالي تكاليف المحطة وتولت الإدارة الأمريكية الإشراف على هذه المحطة حتى عام 1975م حيث تم تسليمها للسودان . وفي عام 1977م زاد التوسع في البث حيث امتدت شبكة المايكرويف لتغطي عدداً من المدن كما أنشئت محطة أم حراز للأقمار الصناعية وتوسع الإرسال ليشمل أكثر من

(1) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 355.

(2) حديد السراج - التخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان - مصدر سابق - ص 216.

(3) عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية - مصدر سابق - ص 360.

(4) حديد السراج - التخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان - مصدر سابق - ص 220.

ثلاث عشرة مدينة من المدن الرئيسية وتم تغطية حوالي 80% من المساحة المأهولة بالسكان بالإرسال التلفزيوني عن طريق أربع عشرة محطة أرضية صغيرة غير قياسية.

تشارك محطة أم حراز للأقمار الصناعية مع قمر المحيط الأطلسي والمحيط الهندي وهي محطة للاستقبال فقط في مجالات اتصالية عديدة للتلفون والتلكس بالإضافة إلى قدرتها على استقبال البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

وقد كان هنالك اهتمام كبير بتدريب العاملين في التلفزيون داخل السودان وخارجه مما ساهم في إحداث نقلة كبرى على طريق التطور مما كان له الأثر الواضح على الأداء العام للتلفزيون (مستوى وإخراج وإنتاج وإرسال).

في عام 1987م تم افتتاح محطة تلفزيون حلفا الجديدة وكانت المحطة إضافة جديدة للإعلام الريفي. في عام 1988م تم صيانة الاستوديوهات في أم درمان ، ود مدني وعطبرة وتأهيلها في المجالات الإدارية والفنية والهندسية⁽¹⁾.

نسبة لتدني كفاءة شبكة المايكرويف ومحطة الأقمار الصناعية التابعة للمؤسسة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية سعى التلفزيون لإيجاد وسيلة فعالة لإيصال البرنامج القومي إلى أقاليم السودان كافة وإلى خارج السودان، فأنشئت محطة أرضية للأقمار الصناعية 1995م بأم درمان تلتها محطات أرضية للاستقبال بمختلف عواصم الولايات والمحافظات والمدن الكبيرة لإعادة بث البرنامج القومي عن طريق المرسلات وللإستفادة منها في بث البرامج المحلية للولايات.

في عام 1996م تم إنشاء محطة أقمار صناعية في منطقة الفتيحاب بأم درمان وبإنشاء هذه المحطات أمكن نقل الإرسال ولأول مرة خارج السودان عبر الأقمار الصناعية بدءاً بقمر (انتلسات) ثم الانتقال لعربسات لتغطية الدول العربية كافة والأوربية ومناطق شاسعة من آسيا ، ثم تم توسيع البث عالمياً عبر حزمة (عربسات) العاملة مع (يوتلسات) (هوت بيرد 4) لتغطية أوربا وشمال أفريقيا وأصبح إرسال التلفزيون السوداني يلتقط بأطباق صغيرة الحجم⁽²⁾.

(أسوة بالمحطات الفضائية SNG أنشئت محطة لتجميع الأخبار بالأقمار الصناعية)
(وهي محطة أقمار متحركة يمكن من خلالها بث أي مادة من MBC) ومحطة (CNN العالمية)
أي مكان داخل السودان وخارجه بصورة مباشرة وفي نفس لحظة الحدث⁽³⁾.

الفترة من 1993م – 1995م شهدت تطوراً كبيراً في المجال الفني والإداري تمثل في إضافة بنايات جديدة بمبنى التلفزيون ، تهيئة المكاتب بصورة تناسب العمل التلفزيوني، إنشاء محطة كهرباء منفصلة للتلفزيون ، إدخال أجهزة فنية متطورة، تأهيل عربة التلفزة الخارجية ، إدخال الحاسوب في إدارة الشؤون المالية والإدارية ومكتبة الأشرطة البرنامجية.

(1) حديد السراج - التخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان - مصدر سابق - ص 225.

(2) كتيب صادر من إدارة تلفزيون السودان - 2000م - ص 12.

(3) نفس المصدر السابق - ص 228.

أنشئت خدمات تلفزيونية أخرى بجانب الخدمة الرئيسية (تلفزيون السودان) والخدمات الولائية تتمثل في :-

- (1) **تلفزيون ولاية الخرطوم** : تشرف عليه وزارة الشؤون الاجتماعية والثقافية بولاية الخرطوم عن طريق (هيئة إذاعة وتلفزيون ولاية الخرطوم) وقد اكتمل إنشاؤه في عام 1995م ويقوم بتقديم خدمة إعلامية متميزة.
 - (2) **قناة الخرطوم الدولية (KIC)** : تم إنشاؤها عام 1994م وهي مسجلة كشركة ذات مسئولية محدودة باسم شركة وزارة الثقافة والإعلام (الأمانة العامة) المؤسسة العامة للمواصلات السلوكية واللاسلكية، وتم تعديل اسم القناة من القناة الدولية للتلفزيون إلى قناة الخرطوم الدولية. وهي تعمل في مجال البث التلفزيوني عبر القنوات الفضائية العالمية داخل السودان وخارجه، وفي مجال بيع وصيانة أجهزة استقبال البث التلفزيوني العالمي وأجهزة التلفزيون عموماً⁽¹⁾.
 - (3) **تلفزيون جبل مرة** : أكبر مشروع تلفزيوني في السودان من حيث رقعة البث والتي تشمل ولايات دارفور الثلاث بالإضافة إلى بعض الدول الأفريقية المجاورة مقر إدارته (نيالا) تبلغ طاقة جهاز الإرسال عشرة كيلواط ويغطي دائرة نصف قطرها 250 كيلومتراً.
 - (4) **تلفزيون بورتسودان** : يغطي مناطق شاسعة من شرق البلاد، سنكات، جبببت، سواكن، طوكر بالإضافة لمساحات واسعة من الساحل الشرقي للبحر الأحمر طاقة جهاز الإرسال خمسة كيلواط.
 - (5) **قناة النيل الأزرق** : هي قناة تلفزيونية مستقلة رأس مالها شراكة بين التلفزيون القومي (تلفزيون السودان) وجهات أخرى سودانية وأجنبية (شركة راديو وتلفزيون العرب ART). تم إنشاؤها عام 2001م لتقديم خدمة إعلامية يغلب عليها الطابع المحلي وتحظى بقبول من قطاعات واسعة من المشاهدين.
- كما تم تنفيذ بعض المشروعات بالتنسيق مع تلفزيون السودان وبين الولايات المختلفة وهي:-

الرقم	الولاية	المحطة	قوة جهاز الإرسال
1	الشمالية	تلفزيون الدبة	150 واط
2	نهر النيل	تلفزيون عطبرة – إعادة تأهيل	1000 واط
3	القضارف	1/ تلفزيون القضارف 2/ تلفزيون الشوك	1000 واط 150 واط
4	غرب كردفان	1/ تلفزيون الفولة – تركيب محطة أرضية وبرج طوله 30م 2/ تلفزيون غيبش 3/ تلفزيون النهود	جهاز إرسال قديم 150 واط 150 واط 150 واط

(¹) حديد الطيب السراج – تخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان – مصدر سابق – ص 234.

150 واط	4/ تلفزيون بابنوسة		
1000 واط	1/ تلفزيون الأبيض – إعادة تأهيل	شمال كردفان	5
150 واط	2/ تلفزيون أم روبة – طبق هوائي 5م		
150 واط	3/ تلفزيون الرهد		
1000 واط	1/ تلفزيون كوستي	النيل الأبيض	6
500 واط	2/ تلفزيون الدويم		
500 واط	تلفزيون كادوقلي	جنوب كردفان	7
150 واط	تلفزيون هيا	البحر الأحمر	8
500 واط	تلفزيون جوبا	بحر الجبل	9
150 واط	تلفزيون واو	بحر الغزال	10
500 واط	تلفزيون ملكال	أعالي النيل	11
150 واط	تلفزيون الجنيّة	غرب دارفور	12
2000 واط	تلفزيون مدني – اعاءة تأهيل – مايكرويف – برج 215م	الجزيرة	13
500 واط	تلفزيون سنار – مايكرويف – برج	سنار	14
150 واط	تلفزيون الضعين – طبق 7م	جنوب دارفور	15
150 واط	تلفزيون الدلنج – طبق 7م	جنوب دارفور	16
150 واط	تلفزيون برام – طبق 7م	جنوب دارفور	17
1000 واط	تلفزيون ربك	النيل الأبيض	18
5000 واط	تلفزيون بورتسودان	البحر الأحمر	19
1000 واط ⁽¹⁾	تلفزيون أبو حمد	نهر النيل	20

(¹) حديد الطيب السراج – التخطيط ونتاج البرامج في تلفزيون السودان – مصدر سابق – ص 231 – 232.

المبحث الثالث

سياسات البث الإذاعي بالسودان

في السودان تأتي السياسات في شكل خطوط إعلامية ومبادئ تمس الأداء الاتصالي وذلك مثل:

1. الاعتماد على مبدأ المسؤولية الاجتماعية بحيث يكون للإعلام دور التوجيه والتعليم والترفيه والتنمية الاجتماعية الشاملة.
2. توفير المعلومات وتوسيع دائرة المشاركة والحوار لبلورة رأي عام مستدير.
3. تمليك الحقائق للجماهير وتناول الوقائع بالتحليل والشرح والتوضيح.
4. الصدق واستخدام المنهج العلمي لمعرفة حاجة الجمهور واتجاهاته.
5. الالتزام بالمسؤولية الأدبية والأخلاقية التي تقع على عاتق الإعلام والعاملين فيه حتى يكون الإعلامي قدوة وهو في موقع التوجيه والتعليم والتنقيف⁽¹⁾.

بدأت الإذاعة في السودان في مايو 1940م مملوكة لحكومة السودان (الحكم الثنائي) بتمويل من وزارة الخارجية والمستعمرات وبمرسلات موجودة في العرضة وتطورت إلى مرسلات في الفتيحاب وسوبا وريبا. استمرت ملكية الحكومة للإذاعة طوال فترة الحكم الثنائي وحتى بعد الاستقلال حيث آلت ملكية الإذاعة والتلفزيون التي تم إنشاؤه في عام 1962م في ظل حكم الرئيس (عبود) إلى الحكومة الوطنية واستمرت الملكية والاحتكار لوسائل الإعلام لصالح الحكومات المتعاقبة على السودان حتى عام 2004م عندما تقرر رفع الاحتكار والتصديق ومحطات تلفزيونية خاصة بجانب إذاعة وتلفزيون الحكومة⁽²⁾. FM بإذاعات

ففي قانون الهيئة القومية للإذاعة والتلفزيون لعام 1981م كان هنالك احتكار واضح من قبل حكومة السودان لوسائل الإعلام والفضاء فقد نص القانون على أن الهيئة هي الجهة الوحيدة داخل جمهورية السودان الديمقراطية المسموح لها بالبث الإذاعي والتلفزيوني ومع ذلك يجوز بقرار من رئيس الجمهورية بناء على توصية من الوزير السماح بإنشاء محطات للبث الإذاعي والتلفزيوني بالشروط التي يحددها القرار مع "الالتزام بدعم النظام الثوري الاشتراكي الذي

(1) الإستراتيجية القومية الشاملة - مصدر سابق - ص 127 - 128.

(2) علي محمد شمو، وزير إعلام سابق - مقابلة شخصية بمكتبه بمجلس الصحافة والمطبوعات، الخميس 10/11/2012م، الساعة 12:00 ظهراً.

أقامته ثورة مايو والوحدة الوطنية وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الأعمال الإذاعية المسموعة والمرئية وذلك يوضح السيطرة الكاملة على مضمون ومحتوى الرسالة الإعلامية من قبل الحكومة، حيث يكون لمجلس إدارة الهيئة صلاحيات وضع الخطة السنوية للبرامج والسياسة العامة للمواد المذاعة وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية وتحديد المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التي تنتج في الداخل أو يحصل عليها من الخارج⁽¹⁾.

جاء قانون 1991م مواصلة لاحتكار الحكومة للفضاء السوداني ولوسائل الإعلام وقد تم بموجبه فصل الإذاعة والتلفزيون وقيام هيئة منفصلة للإذاعة وهيئة منفصلة للتلفزيون تكون لها صلاحية احتكار البث الإذاعي والتلفزيوني داخل السودان وتحقيق رسالة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني تخطيطاً وتنفيذاً في إطار السياسة العامة للدولة والإعلام عن سياسات الدولة وإنجازاتها ومبادئها وعن المصالح القومية للبلاد وكان عقوبة كل من يخالف هذا القانون السجن لمدة لا تتجاوز خمس سنوات أو بالغرامة أو بالعقوبتين معاً ومصادرة أي مواد أو أجهزة استعملت في البث الإذاعي لصالح الهيئة⁽²⁾.

في العام 1992م سعت الدولة إلى تأطير إستراتيجية للإعلام وأخرى للثقافة وتمت صياغة الإستراتيجية القومية الشاملة 1992 – 2002م والتي حددت مبادئ وأهداف ومرتكزات العمل الإعلامي في السودان. جاء في الإستراتيجية القومية الشاملة أن الهدف من وضع السياسات الإعلامية في السودان هو:-

1. وضع الهياكل والنظم وسياسات التشجيع للاستثمار في مجال الإعلام والاتصالات بسن القوانين وتمليك أجهزة الإعلام والاتصالات لكافة قطاعات المجتمع.
2. اعتماد المسؤولية الاجتماعية كموجة للسياسات الإعلامية.
3. التسامي عن العصبية وتقوية الانتماء القومي والبرمجة لمسايرة المتغيرات في مناخ الحياة السودانية⁽¹⁾.

وتطبيقاً لما حملته الإستراتيجية القومية الشاملة من دعوة لتشجيع الاستثمار في مجال الإعلام والاتصالات بسن القوانين وتمليك أجهزة الإعلام والاتصالات لكافة قطاعات المجتمع فقد تم في عام 1995م تكوين لجنة يترأسها على محمد شمو والطبيب حاج عطية وآخرون للنظر في كيفية رفع الاحتكار عن وسائل الإعلام وتشجيع الاستثمار في مجال الإعلام وسن قوانين جديدة تتماشى مع ذلك التوجه⁽²⁾.

(1) قوانين السودان، المجلد الثاني عشر (1978 – 1981م)، الطبعة الخامسة، قانون الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون 1981م، ص 376 – 378.

(2) قانون الهيئة القومية للإذاعة لسنة 1991م.

(1) الإستراتيجية القومية الشاملة، مصدر سابق - ص 131.

(2) لقاء مع علي شمو، مصدر سابق.

تم التصديق بقيام إذاعات ولائية ومحطات تلفزيون ولائية لتقوية البث الإذاعي والتلفزيوني الحكومي لكي يصل إلى أجزاء متفرقة من السودان وعند انتهاء فترة البث تقوم تلك المحطات بتقديم برامج محلية عن الثقافات والعادات والتقاليد الموجودة في تلك المناطق، ففي عام 1994م تم إنشاء قناة الخرطوم الدولية وهي تابعة للتلفزيون القومي وفي عام 1995م تم إنشاء تلفزيون ولاية الخرطوم وهو تابع لولاية الخرطوم، وفي عام 1998م بلغ عدد الإذاعات الولائية 19 إذاعة ولائية داخل جمهورية السودان موزعة داخل أقاليم السودان المختلفة⁽³⁾. ويكون التصديق لتلك الإذاعات مركزي شراكة بين وزارة الإعلام التي تعطي التصديق على محتوى والهيئة القومية للاتصالات السلكية واللاسلكية التي تعطي التصديق للتردد⁽⁴⁾.

جاء قانون الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون لعام 2001م مؤكداً على ضرورة التعاون مع الأجهزة الإعلامية الولائية النظرية لتطوير أدائها ورفع مقدراتها ونقل الخبرات مما يؤكد توجه الدولة نحو رفع الاحتكار لوسائل الإعلام والمناداة بضرورة التعاون مع الإذاعات والتلفزيون النظرية وذلك لتحقيق رسالة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني بالوسائل التقنية الحديثة وترسيخ مبادئ الدين والنهضة الحضارية وتعميق مفاهيم الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي⁽¹⁾. كما جاء في بنود هذا القانون ضرورة الاهتمام بمراقبة الأثر العام لبث الهيئة واستفتاء المستمعين والمشاهدين وتلمس حاجاتهم وتلقي اقتراحاتهم بغرض الاستعانة بها في إعداد السياسات العامة للهيئة⁽²⁾. مما يشير إلى اهتمام الحكومة بقياس الأثر الراجع محاولة لإشراك المجتمع في وضع السياسات الإعلامية.

في عام 2004م حمل أمر تأسيس الهيئة للإذاعة والتلفزيونية تأكيداً فعلياً على رفع الاحتكار عن وسائل الإعلام والتوجه نحو الإعلام الحر والسماح بإنشاء إذاعات ومحطات تلفزيونية خاصة بجانب الاحتفاظ بإذاعة وتلفزيون السودان كجهاز حكومي يعبر عن وجهة نظر الحكومة وسياساتها.

في 6 / 9 / 2004م حيث تم التصديق بإنشاء إذاعة FM تم التصديق بإنشاء إذاعات الـ مانقو وهي أول إذاعة خاصة، وفي 9/7/2005م تم التصديق بإنشاء راديو الرابعة الشيء الذي فتح الباب أمام القطاع الخاص للدخول في مجال العمل الإعلامي.

حمل قانون 2004م التأكيد على ضرورة التعاون مع الأجهزة الولائية والخاصة النظرية لتطوير أدائها ورفع مقدراتها الفنية وتدريب العاملين بها وتقديم الاستشارات والخدمات الإعلامية في مجال الإعلام والإذاعة والتلفزيون كما أكد على ضرورة الاهتمام بمراقبة الأثر الراجع للاستعانة به في إعداد السياسات العامة للهيئة وحمل توجهاً نحو ضرورة إجراء البحوث اللازمة لتقويم عمل الهيئة وتطوير أدائها⁽¹⁾، مما يشكل اهتماماً ملحوظاً بالرأي العام ودوره في عملية اتخاذ القرار السياسي.

(3) حديد السراج، مصدر سابق، ص 234.

(4) لقاء مع علي محمد شمو، مصدر سابق.

(1) لقاء مع علي محمد شمو، مصدر سابق.

(2) قانون الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون لسنة 2001م.

(1) أمر تأسيس الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون لسنة 2004م.

في عام 2009م تم تأسيس الهيئة العامة السودانية للبث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني وذلك من أجل:

1. توظيف الوسائل والوسائط الحديثة والشبكة الدولية للمعلومات لتحقيق رسالة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني.
2. تنظيم البث وإعادة البث والترخيص للمحطات الإذاعية والتلفزيونية.
3. توثيق العلاقات الهندسية والفنية مع الهيئات والمؤسسات والمنظمات النظيرة الإقليمية والدولية.
4. التعاون الفني مع الأجهزة الولائية العامة في المجال.
5. توظيف وسائل الإتصال لأغراض البث وإعادة البث الإذاعي والتلفزيوني للجهات المرخص لها بالعمل في المجال.
6. تقديم الخدمات والاستشارات في المجال⁽²⁾.

سلطات الهيئة:

1. إقامة وإدارة محطات الإرسال والاتصال لأغراض البث الإذاعي والتلفزيوني.
 2. استيراد الأجهزة التقنية اللازمة للبث الإذاعي والتلفزيوني.
 3. الحصول على حاجات الهيئة من الآلات والمعدات وقطع الغيار ووسائل النقل والخدمات والمستلزمات الأخرى في المجال.
 4. استثمار أموالها.
 5. إبرام العقود.
 6. امتلاك الأراضي والعقارات وشراؤها وبيعها وتأجيرها واستئجارها وتشيد المباني في حدود أغراضها.
 7. قبول الهبات واقتراض الأموال وفق القانون.
 8. أي سلطات أخرى تكون لازمة لتحقيق أغراضها⁽¹⁾.
- للهيئة مجلس إدارة تكون له الاختصاصات والسلطات الآتية:

1. الموافقة على استيعاب بعض الكوادر والخبرات بموجب عقود عمل خاصة.
2. مراجعة الأثر العام للبث الإذاعي والتلفزيوني.
3. إصدار توجيهات إجراء البحوث لتقويم عمل الهيئة.
4. اعتماد إنشاء فروع أو مكاتب داخل أو خارج السودان.

⁽²⁾ كتيب الهيئة العامة للبث الإذاعي والتلفزيوني، أم درمان - 2009م - ص 1.

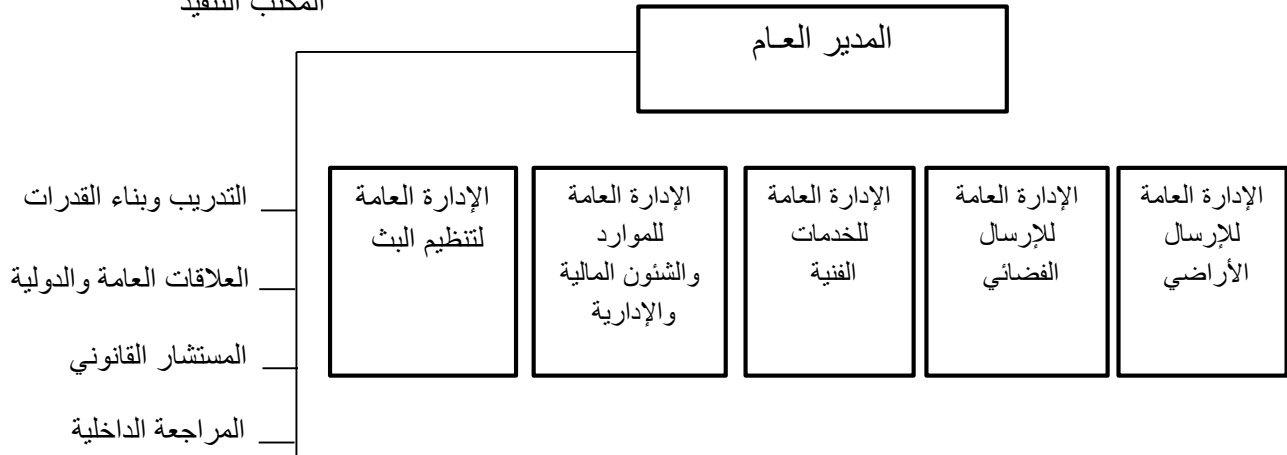
⁽¹⁾ كتيب الهيئة العامة للبث الإذاعي والتلفزيوني، مصدر سابق - ص 1.

5. تحديد إدارات الهيئة ومهامها وعلاقتها ببعضها.
 6. اعتماد إنشاء فروع أو مكاتب داخل أو خارج السودان.
 7. اعتماد سياسات التنسيق مع الأجهزة الولائية ذات الصلة.
 8. إجازة مقترحات الموازنة السنوية.
 9. تلقي الشكاوي المتعلقة بالهيئة من الأفراد والمؤسسات.
 10. إعداد التقرير السنوي عن الهيئة وخططها المستقبلية.
 11. وضع اللوائح الداخلية المنظمة لعمل الهيئة⁽²⁾.
- يتم تعيين مدير الهيئة بواسطة قرار جمهوري من رئيس الجمهورية بتوصية من وزير الإعلام وللمدير الحق في تعيين العاملين من الدرجة الرابعة فما دون أما من الدرجة الثالثة فوق إلا بقرار من مجلس الوزراء.

⁽²⁾ خليل إبراهيم أحمد، مدير هيئة البث الإذاعي والتلفزيوني، مقابلة شخصية في مكتبه بالهيئة ، الخميس 2012/7/12م، الساعة 1:00 ظهراً.

الهيكل التنظيمي للهيئة:

يتكون الهيكل التنظيمي للهيئة من:
المكتب التنفيذي



ميزانية الهيئة:

وهي عبارة عن هيئة حكومية تابعة لوزارة الإعلام تتلقى دعم من وزارة المالية مقابل ما تقدمه من خدمات للإذاعة والتلفزيون الحكومي إضافة إلى التراخيص التي تدفع من القنوات مقابل البث والتي تتراوح 15 – 20 ألف دولار سنوياً⁽¹⁾.

السياسات الاتصالية للهيئة:

بموجب أمر التأسيس فإن لوزير الإعلام دور الإشراف العام ووضع السياسات وليس له الحق في التدخل في صلاحيات مدير الهيئة ويتم وضع السياسات بالتشاور مع مدراء الهيئات الإعلامية والوكيل عن طريق الاجتماعات الدولية مع الوزير التي يتم فيها مناقشة تنفيذ الخطط والمعوقات التي حالت دون تنفيذ أي بند منها ومناقشة أي سياسة جديدة وبعد ذلك يتم رفعها إلى مجلس الوزير الذي يضم عدد من الخبراء في مجال العمل الإعلامي لمناقشة تلك السياسة وبعد أن يتم الموافقة عليها ترفع إلى مجلس الوزراء لإجازتها والتصديق عليها⁽²⁾.

يتم منح التراخيص للإذاعات العامة والخاصة عن طريق لجنة يرأسها وزير الإعلام مكونة من العاملين في الحقل الإعلامي وهناك ترخيص للإذاعة كمحتوي وترخيص للتردد ويكون من قبل الهيئة القومية للاتصالات ولكن بعد التصديق عن المحتوى من قبل هيئة البث ومن شروط الترخيص:

1. أن تكون شركة مسجلة.
2. إثبات المقدرة المالية على إنشاء الإذاعة والتزاماتها.
3. دراسة جدوى.
4. تقديم تصور أو خريطة لبرامج الإذاعة وأهدافها.

⁽¹⁾ محمد هاشم - مدير عام الشؤون المالية والموارد بالهيئة - مقابلة شخصية في مكتبه بالهيئة - السبت 2012/7/4م - الساعة 12:00 ظهراً.

⁽²⁾ كمال عبيد - وزير إعلام سابق - مقابلة شخصية في مكتبه - 2010/3/24م - الساعة 12:00 ظهراً.

5. تقديم دراسة فنية هندسية عن الأجهزة والاستديوهات.

6. تقديم نبذة عن الخبرات التي تدير الإذاعة من مهندسين وفنيين وإذاعيين.

يكون التصديق مشروط بتصنيف الإذاعة ويتم تحديد الرسوم حسب طبيعة الإذاعة والرسوم عبارة عن رسوم للتردد وللتشغيل وينتهي دور اللجنة بالتصديق ويتم بعد ذلك إبرام عقد بين هيئة البث وصاحب الرخصة. وللهيئة الحق في التدخل في القنوات الخاصة وذلك لحماية الذوق العام للمتلقين عن طريق إلزام القنوات بالمحتوى الذي منحت من أجله الرخصة ويكون ذلك أيضاً لحماية القنوات الأخرى من التغول وخلق جو من التنافس الحقيقي وللهيئة الحق في سحب الترخيص إذا تم الإخلال بأي شرط من شروط الترخيص⁽¹⁾.

وهناك قانون جديد لتنظيم البث في طور الإجازة من أهم بنوده أن تكون الحكومة مشاركة في الإعلام غير مسيطرة ومالكة له (الخصخصة) من خلال السماح بإنشاء العديد من القنوات الإذاعية والتلفزيونية الخاصة مع الإبقاء على ضرورة مراقبة المحتوى عن طريق إنشاء آلية لمراقبة شروط الترخيص – الآداب العامة والأمن القومي وفرض العقوبات التي تتراوح ما بين الإيقاف والغرامة المالية أو سحب الترخيص⁽²⁾.

كما تجيء الملامح العامة لرؤية الإذاعة والتلفزيون لبرمجتها مستندة على تلك الخطوط والمبادئ التي تشكل المرجعيات التي تستند عليها وتتمثل في الآتي:-

1. الموجهات العامة الواردة بالإستراتيجيات (الإستراتيجية القومية الشاملة، الإستراتيجية ربع القرنية) وما يلي الإعلام من موجهات بتلك الخطط والإستراتيجيات.
2. خطة وزارة الإعلام والاتصالات.
3. رؤية الهيئة لخدمة القضايا الإعلامية بالبلاد.
4. خطط الإذاعة البرمجية المنوط بها تنفيذ الأهداف العليا للإستراتيجية التي تتسق مع مضمون رسالتها. ويترافق ذلك مع ما تقتضيه طبيعة البرمجة لمسايرة المتغيرات في مناخ الحياة على وجه العموم⁽¹⁾.

وتتضمن غايات البرمجة للإذاعة السودانية محاور أساسية لإبلاغ رسالة الدولة وخدمة أهدافها، بالإضافة إلى التفاعل مع قضايا المجتمع وإبرازها، وتوسيع مواعين المشاركة مع الجمهور (كشريك أصيل في البرمجة وصياغة مضمون الرسالة Target Audience المستهدف) الإذاعية نفسها. ويعني ذلك بالضرورة الارتقاء بأساليب الإنتاج البرمجي، وتوسيع دائرة العمل لعكس الرأي Interactivity الميداني، وتوظيف الأثر الإيجابي لمواعين الخدمات التفاعلية والرأي الآخر، في إطار ديمقراطية المشاركة للجميع عبر الإذاعة القومية التي تمثل اللسان الناطق بحال كل أهل السودان باختلاف مشاربهم وميولاتهم. كما تهتم بالقضايا التنموية

(1) خليل إبراهيم أحمد – مصدر سابق.

(2) خليل إبراهيم – مصدر سابق.

(1) الإستراتيجية القومية الشاملة – مصدر سابق – ص 131.

والاقتصادية والسياسة والاجتماعية، وتعطي اهتمامات أخص بقضايا المرأة والطفولة والتنمية ومكافحة الفقر والأمراض الفتاكة، وتتواءم مع رؤية الإذاعة السودانية مع الخط الإعلامي العام للدولة لإعمار العلاقات مع دول الجوار. وترسيخ قواعد بناء صروح السلام الاجتماعي في الداخل وفتح الباب للرأي والرأي الآخر لخلق أجواء مواتية ورأيًا عاماً مسانداً للسلام الذي أنهى أكثر من عقدين من الإقتتال بين الأشقاء الفرقاء من بين الوطن، حتى يكون خيار الوحدة الوطنية خياراً جذاباً.

أهداف سياسة البرمجة:

أولاً - تعزيز روح السلام والوحدة الوطنية وذلك من خلال:

1. شرح اتفاقية السلام والتعريف ببنودها من خلال مختلف الأشكال البرمجية.
 2. تعزيز بناء الثقة بين كل السودانين بعضهم البعض، وحكومتهم ومؤسساتهم.
 3. متابعة تنفيذ الاتفاقيات كنهج لبناء الثقة.
 4. تعزيز المناخ الديمقراطي الذي يرسخ لقيم التعايش السلمي بإعلاء قيم الحوار كنهج حضاري.
 5. توسيع قاعدة المشاركة للمختصين والخبراء في البرامج المختلفة بما يعبر عن التعددية الثقافية والسياسية ويتيح فرصة للرأي الآخر.
 6. توسيع مشاركة جمهور المستمعين في البرامج التفاعلية ترسيخاً لمبدأ التشاركية في صنع الرسالة الإذاعية.
- ثانياً: الإحاطة بحركة المجتمع السوداني ونقل نبض الحياة اليومية في جميع مناحيها تأكيداً لقومية الإذاعة من خلال سياسة الانفتاح البرامجي والتواجد الفعلي للإذاعة عبر مراسليها في كل ولايات السودان.

ثالثاً: التركيز على قضايا التنمية بـ:

أ/ تعزيز مناخ الاستثمار من خلال:

1. التعريف بالموارد والإمكانيات والقدرات التي تزخر بها البلاد لتحقيق التنمية المتوازنة.
2. الترويج لفرص الاستثمار المتاحة في مختلف المجالات من خلال قاعدة معلوماتية لخارطة الدولة للاستثمار.
3. المساهمة في تخفيف حدة الفقر بتشجيع الإنتاج والاعتماد على الذات وعكس الأنشطة الداعمة لهذه الاتجاه.

ب/ الاهتمام بأهداف التنمية الألفية التي تعني بالآتي:

1. توفير مياه الشرب النقية.

2. إبراز حقوق المرأة والطفل بما تمليه قيمنا وأعرافنا وما تنص عليه الاتفاقيات الدولية الموقع عليها من قبل الدولة.
3. محاربة العادات الضارة التي تؤثر على صحة الطفولة والأمومة.
4. محاربة الأمراض الوبائية بالتركيز على الإيدز والملاريا والسل الرئوي وتحسين صحة البيئة.
- رابعاً: الاهتمام بكل من شأنه توحيد وجدان الأمة وتقوية نسيج المجتمع وتعزيز روابطه ليكون أكثر إحساساً بالانتماء للهوية السودانية.
- خامساً: رفع الوعي بمكانة وحقوق المرأة ودورها في بناء الأسرة وتقوية المجتمع من خلال محاربة التمييز ضد المرأة، وإبراز قضايا المشردين وأطفال الشوارع.
- سادساً: شرح أهداف الحكومة وبرامجها.

الموجهات العامة للبرمجة:

اهتمت مرتكزات التخطيط البرامجي الإستراتيجي للمرحلة المقبلة بالتركيز على:

1. توحيد الهدف الكلي المتكامل لرسالة إعلامية متفق عليها، ويتم تنفيذها عبر الوسائل المناسبة، والمواعين البرامجية الملائمة، مما يشكل حائط سد منيع لأي تشويش من أي وسيط إعلامي آخر.
2. الاهتمام بالمضامين التي تعزز الشعور الوجداني الدافق بحب الوطن، والانتماء إلى ترابه.
3. إشاعة المعاني الكريمة، والقيم الفاضلة، التي تحت على التفكير الجماعي، لحماية السلام الاجتماعي والتقاني مع توظيف الموروث الثقافي والشعبي لخدمة ذلك.
4. إبراز التسامح الديني والتعايش السلمي الذي يتفرد به السودان، وانعكاساته على حميمية العلاقات، ووشائج القربى والتواصل الاجتماعي بين مكونات مجتمعه.
5. إبراز الاعتزاز بقدرة أهل السودان على حل مشاكلهم، وتغليب المصلحة العليا للبلاد على المصالح الضيقة، بأريحية الصفح، وسعة الصدر، وتقبل الأعذار.
6. ترسيخ الشعور الوطني العام، الباعث على الافتخار بالإنجازات التي تحققت في مختلف أوجه الحياة العامة، الاهتمام بتغطية الموضوعات التي تجد الرضا والقبول من الجمهور المستهدف بمهنية عالية، مما يجسد عمق الإحساس بأهميتها ومردودها المباشر على حياته⁽¹⁾.

⁽¹⁾ موقع الإذاعة السودانية، Sudanradio.info — تاريخ الزيارة 9 / 10 / 2012م.

الفصل الخامس

صناعة السياسات الإتصالية

المبحث الأول

العرض التحليلي للاستبانة

الهدف من جمع البيانات عن طريق الاستبانة:

- (1) إشراك الخبراء والعاملين في وضع السياسات الاتصالية في فترة البحث والاستفادة من آرائهم وخبرتهم في إعداد مادة البحث.
- (2) الحصول على معلومات متكاملة من عدة مصادر حول تفاصيل صناعة القرار السياسي في راديو وتلفزيون السودان.
- (3) استخلاص معلومات وآراء تعين في صياغة السياسات الاتصالية ومعالجة المشاكل الإدارية بهذه المؤسسات الإعلامية.

المبحوثين بواسطة الاستبانة:

استطاع الباحث أن يستخدم أداة الاستبانة لاستطلاع آراء الإداريين في مؤسستي الراديو والتلفزيون سابقين وحاليين (مديرو راديو وتلفزيون - رؤساء أقسام - وأساتذة إعلام، شاركوا في وضع السياسات للمؤسسات الإعلامية واشرفوا على تنفيذها، إضافة إلى ملاحظات الباحث أثناء فترة الدراسة من خلال دراسة قوانين الإذاعة والتلفزيون وتحليلها.

مجتمع البحث وكيفية اختياره:

يمكن تقسيم البحوث من حيث درجة شموليتها إلى بحوث شاملة وبحوث بالعيينة، وبحوث العينة هي التي تجرى على عينة من مفردات المجتمع ثم استنتاج خصائص المجتمع باستخدام نتائج العينة وهي الدراسات الأكثر شيوعاً في بحوث الإعلام والرأي العام⁽¹⁾.

أسباب اختيار مجتمع البحث:

- (1) أهمية الدور الذي نهضت به الإذاعة والتلفزيون عبر هذا المجتمع وارتباطه بإنجازات غير مسبوقه إدارياً وإعلامياً مثل قيام الإذاعات الخاصة FM والقنوات الخاصة غير الحكومية وحرية الصحافة عن طريق رفع الرقابة القبلية الشيء الذي يمثل تحولاً كبيراً في مضمون السياسات الاتصالية لتلك الوسائل الإعلامية وقد تم ذلك خلال فترة البحث.

- (2) تعتبر هذه الفترة من أكثر فترات العمل بالإذاعة والتلفزيون استقراراً من الناحية السياسية والإدارية كما شهدت هذه الفترة توقيع عدد من الاتفاقيات وتكوين حكومة الوحدة الوطنية وتدخلات أجنبية ونزاع دارفور مما يتطلب صياغة سياسات اتصالية

(¹) سمير محمد حسين - بحوث الإعلام - عالم الكتب - القاهرة - 1999م - ص 293.

واضحة وفعالة تمكن وسائل الاتصال من أداء الدور المنوط بها في صناعة الوعي السياسي وصياغة الرأي العام.

لاختيار عينة الدراسة تم استخدام الصيغة التالية :

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2} = \frac{(1.64)^2 * 0.5 * 0.5}{0.125^2} \approx 42.0$$

حيث:

n = حجم العينة

= p نسبة حدوث الظاهرة

= q نسبة عدم حدوث الظاهرة

Z = القيمة المعيارية لمستوى الثقة

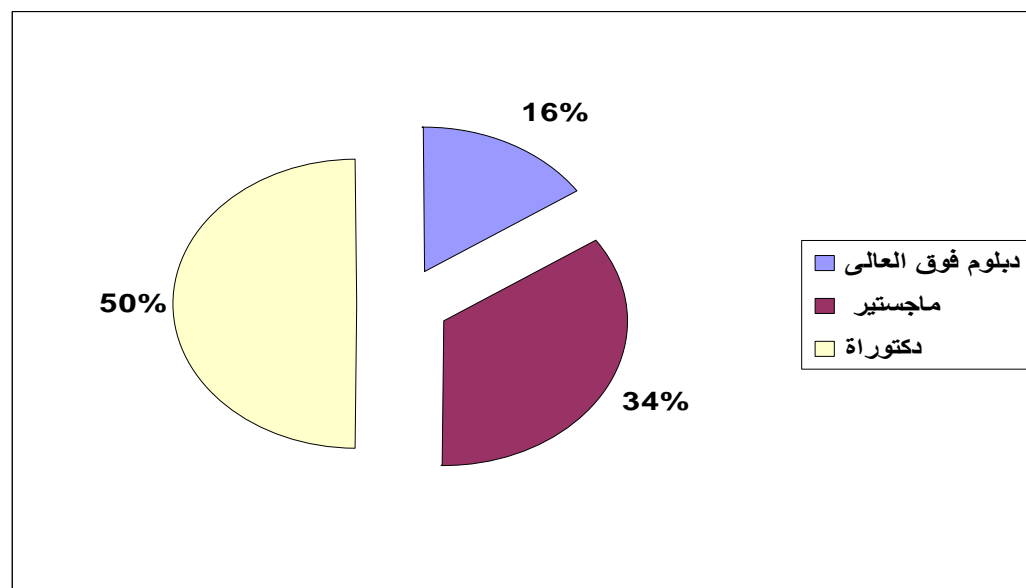
= d هامش الخطأ

البيانات الشخصية للاستبانة :

جدول (1): يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	مستوى التعليم
15.6	5	دبلوم فوق الجامعي
34.4	11	ماجستير
50.0	16	دكتوراه
100.0	32	المجموع

يشير الجدول (1) إلى أن مستوى التعليم بدرجة الدكتوراه هي أكثر الفئات وتمثل نسبه 50,0% تليها درجه الماجستير وتمثل نسبه 34,4% وأخيراً درجه الدبلوم فوق الجامعي وتمثل نسبه 15,6%



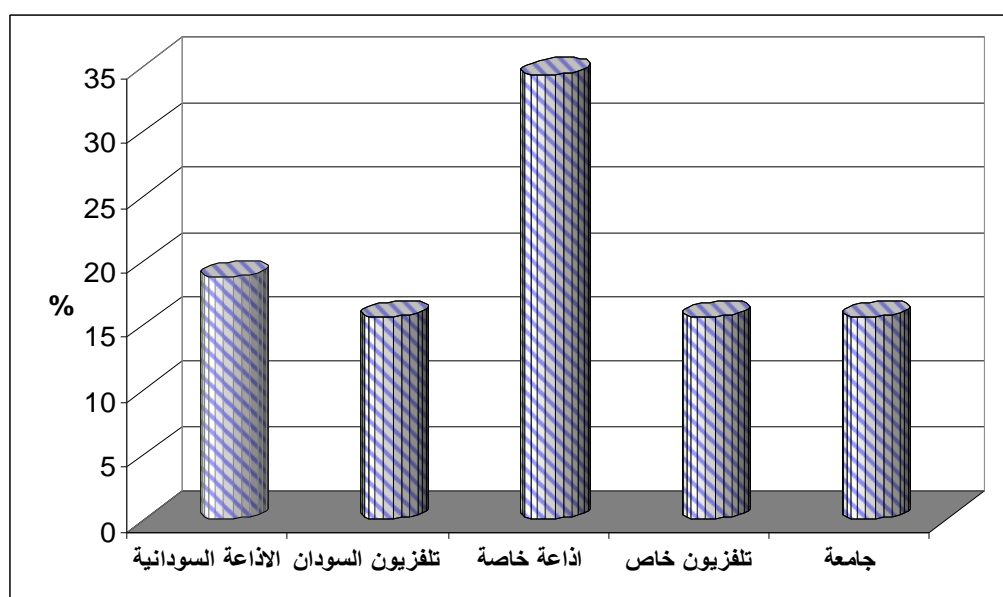
الشكل (1) التوزيع النسبي للفئات العمرية لأفراد العينة

جدول (2): يوضح توزيع العينة حسب الوسيط الإعلامي

الوسيط الإعلامي	التكرار	النسبة
الإذاعة السودانية	6	18.8
تلفزيون السودان	5	15.6
إذاعة خاصة	11	34.4
تلفزيون خاص	5	15.6
جامعة	5	15.6
المجموع	32	100.0

نلاحظ من الجدول (2) أن الإذاعات الخاصة تمثل النسبة الأعلى 34,4% تليها الإذاعة السودانية بنسبه 18,8% وتتساوى في النسب تلفزيون السودان والتلفزيون الخاص والجامعة بنسبه 15,6% .

الشكل (2) : التوزيع النسبي للوسيط الإعلامي لأفراد العينة



جدول(3): يوضح توزيع العينة حسب الوضع الوظيفي

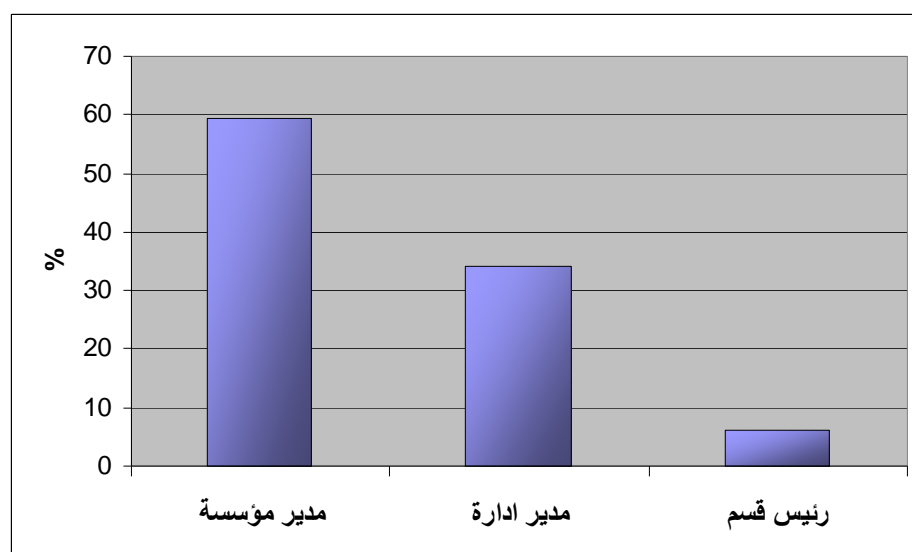
الوضع الوظيفي	التكرار	النسبة
الخدمة الثابتة	26	81.3
متعاون	6	18.7
المجموع	32	100.0

نلاحظ من الجدول (3) أن الخدمة الثابتة تمثل أعلى نسبة 81,3% لأفراد العينة تليها المتعاون بنسبه 18,7%.

جدول(4): يوضح توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	التكرار	النسبة
مدير مؤسسة	19	59.4
مدير إدارة	11	34.3
رئيس قسم	2	6.3
المجموع	32	100.0

نلاحظ من الجدول (4) أن 59,4% من أفراد العينة قد عملوا كمدرّاء لمؤسسات إعلامية كالتلفزيون أو الإذاعة أو إذاعات خاصة ، بينما عمل 34,4% من أفراد العينة كمدرّاء إدارات في مؤسسات إعلامية ، و 6,4% كرؤساء أقسام في مؤسسات إعلامية أو أقسام إعلام في الجامعات المختلفة.

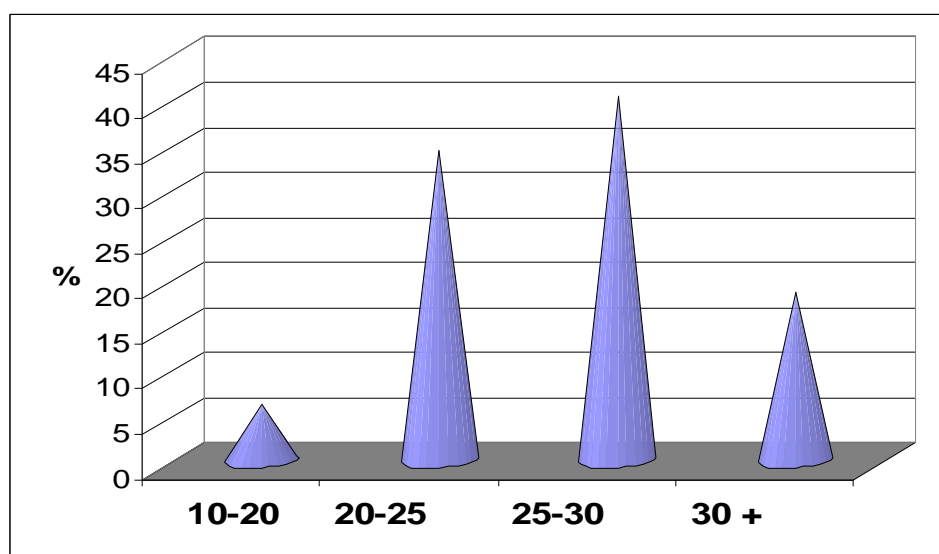


الشكل (4) : التوزيع النسبي للمستوى الوظيفي لأفراد العينة

جدول(5): يوضح توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
20-10 سنة	2	6.3
25-20	11	34.4
30-25	13	40.6
+ 30	6	18.8
المجموع	32	100.0

يشير الجدول (5) إلى الخبرات الطويلة لأفراد العينة في العمل الإعلامي ، حيث نلاحظ أن 40,6% من أفراد العينة قد تراوحت سنوات خبرتهم بين 30-25 سنة ، تليها سنوات الخبرة 25-20 سنة حيث بلغت نسبتهم 34,4% ، ثم سنوات الخبرة 30 ما فوق بنسبه 18,8% وأخيراً سنوات الخبرة 20-10 سنة بنسبه 6,4% .



الشكل (5) : التوزيع النسبي للمستوى الوظيفي لأفراد العينة

البيانات الأساسية للاستبانة:

السؤال الأول:

تتسم السياسات الاتصالية بالسودان بالفوقية وتتبع من السلطة العليا المتمثلة في الوزير المختص.

للتأكد من موقف المبحوثين، قام الباحث باستخدام اختبار كاي تربيع ، لمعرفة مصادر السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية المختلفة ، وقد كانت نتيجة التحليل كما في الجدول (1) أدناه:

جدول (1): يوضح مصادر السياسات الاتصالية للمؤسسات المختلفة بالسودان

المصدر	التكرار	النسبة	قيمة كاي تربيع	القيمة الاحتمالية
السيد الوزير	0	0.0	15.125	0.000
مجلس إداري	27	84.4		
من قراءة عامة لما يدور في المجتمع	5	15.6		

المجموع	32	100.0		
---------	----	-------	--	--

في جدول (1) ، نلاحظ أن مصادر السياسات الاتصالية للمؤسسات المختلفة في السودان قد نبعت من مجلس إداري ، حيث أقر بذلك 84,4% من القادة الإعلاميين في العينة . تليها من القراءة العامة لما يدور في المجتمع بنسبه 15,6%. بينما لم يشر احد من أفراد العينة (0,0 %) إلى أن السياسات الاتصالية تنبع من السيد الوزير .

وقد بلغت قيمة كاي تربيع 15.125 بقيمة احتمالية 0.000 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5 %، وهذا يشير إلى أن السياسة الاتصالية بالسودان تتسم بالشورى وغير فوقيه وتتكون من مجلس إداري، وهذا يرجع للتطور والانفتاح في مجال الإعلام والحريات بفضل اتفاقيه السلام الشامل.

السؤال الثاني:

هنالك قصور في مجال التخطيط الاتصالي للمؤسسات الإعلامية.

وللتأكد من موقف المبحوثين، استخدم الباحث اختبار كاي تربيع ، لمعرفة مصادر السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية المختلفة ، وقد كانت نتيجة التحليل كما في الجدول (2) أدناه:

جدول(2) شكل التخطيط الاتصالي في المؤسسات الإعلامية في السودان

الهيئة	التكرار	النسبة	قيمة كاي تربيع	القيمة الاحتمالية
مجلس تخطيط	6	18.7	3.81	0.149
مجلس إداري	15	46.9		
لجنة برامج عليا	11	34.4		
المدير	0	0.0		
المجموع	32	100.0		

في جدول (2) جاء التخطيط الاتصالي الذي تقوم به المؤسسة الإعلامية في شكل مجلس إداري هي الأعلى نسبة وتمثل 46,9% تليها من لجنه برامج عليا بنسبه 34,4% تليها من مجلس تخطيط بنسبه 18,7% ولم يشر احد من أفراد العينة (بنسبه 0,0%) إلى دور المدير في شكل التخطيط الاتصالي في المؤسسات الإعلامية في السودان.

وقد بلغت قيمه كاي تربيع 3,81% بقيمه احتماليه 0,149% وهي غير ذات دلالة إحصائية مما يشير إلى عدم وجود جهة تستند إليها عمليه التخطيط الاتصالي للمؤسسات ، وهذه نقطة ضعف لا بد من مراجعتها .

السؤال الثالث:

السياسات الاتصالية في السودان تتم صياغتها بشكل عام للمؤسسات الإعلامية المختلفة ثم يتم تفصيلها بعد ذلك على حسب نوعيه المؤسسة الإعلامية للتأكد من موقف المبحوثين، استخدم الباحث معالجة اختبار كاي تربيع ، لمعرفة مصادر السياسات التفصيلية للمؤسسات الإعلامية المختلفة ، وقد كانت نتيجة التحليل كما في الجدول (3) أدناه:

جدول (3) مصدر السياسات التفصيلية

المصدر	التكرار	النسبة	قيمة كاي تربيع	القيمة الاحتمالية
من الأقسام	6	18.8	12.00	0.000
توضح في مرحلة الإدارات المتخصصة	26	81.3		
يقترحها مدير الخدمة الإذاعية	0	0.0		
المجموع	32	100.0		

في جدول (3) جاء مصدر السياسات التفصيلية بأنها توضع في مرحله الإدارات المتخصصة هي النسبة الأعلى ، حيث بلغت 81,3% تليها من الأقسام بنسبه 18,8% وأخيراً يقترحها مدير الخدمة الإذاعية بنسبه 0,0%.

وقد بلغت قيمه كاي تربيع 12,0% بقيمه احتماليه 0,00% وهي ذات دلالة احصائية مما يشير إلى أن صياغة السياسة الاتصالية تتبع من داخل المؤسسة الإعلامية وتوضح في مرحله الإدارات المتخصصة.

السؤال الرابع:

تتبع صياغة السياسة الاتصالية من داخل الإدارات المتخصصة في المؤسسات ولكنها تفصل ضمن الإستراتيجية القومية الشاملة للدولة.

للتأكد من موقف المبحوثين، قام الباحث باستخدام اختبار كاي تربيع، لمعرفة إلى أي مدى تتبع صياغة السياسة الاتصالية من داخل الإدارات المتخصصة في المؤسسات و تفصل ضمن الإستراتيجية القومية الشاملة للدولة. وقد كانت نتيجة التحليل كما في الجدول (4) أدناه:

جدول (4) : يوضح الذي يتولى صنع القرار في حالة رفع الوزير يده

الجهة	التكرار	النسبة	قيمة كاي تربيع	القيمة الاحتمالية
مجلس جامع لكل ألوان الطيف السياسي	0	0.0	10.125	0.001
مجلس إعلامي خاص بالمؤسسة وكبار المهنيين من داخلها وخارجها	25	78.1		
تترك بالكامل للإدارات المتخصصة داخل كل جهاز إعلامي	7	21.9		
المجموع	32	100.0		

في جدول (4) جاء من الذي يتولى صنع القرار في حاله رفع الوزير يده من مجلس إعلامي بالمؤسسة وكبار المهنيين من داخلها وخارجها هي النسبة الأعلى حيث بلغت 78,1% ، يليها تترك بالكامل للإدارات المتخصصة داخل كل جهاز إعلامي ، وبلغت نسبة 21,9% ، بينما لم يشر احد من أفراد العينة (بنسبه 0,0%) إلى أن صنع القرار يترك لمجلس جامع لكل ألوان الطيف السياسي في حالة رفع الوزير يده.

وقد بلغت قيمة كاي تربيع 10,125% بقيمه احتماليه 0,00% وهي ذات دلالة احصائية مما يشير إلى أن صناعه القرار السياسي للمؤسسات الإعلامية يتم من داخل مجلس إعلامي خاص بالمؤسسة وإشراك كبار المهنيين العاملين في مجال العمل الإعلامي والسياسي مما يشير

إلى أن هنالك توجه نحو إعلام الدولة الذي يتكون من مجلس إعلام ومشاركه المهنيين والإعلاميين .

السؤال الخامس :

يساهم الإعلام في تطوير المجتمع كأحد الوظائف الأساسية للإعلام.

للتأكد من موقف المبحوثين، استخدم الباحث اختبار كاي تربيع ، لمعرفة كيفية ومدى مساهمة الإعلام في تطوير المجتمع كأحد الوظائف الأساسية للإعلام، وقد كانت نتيجة التحليل كما في الجدول (5) أدناه:

جدول(5) : كيفية مساهمة الوسائل المسموعة والمرئية في تطوير المجتمعات

الوسائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي تربيع	القيمة الاحتمالية
بالتعاون بين الجهاز الإعلام وأهل التربية	2	6.3	47.313	0.000
بالتعاون بين الجهاز الإعلامي ووزارة الثقافة	1	3.1		
بالتعاون بين الجهاز الإعلامي ومنظمات المجتمع المدني والأحزاب	29	90.6		
المجموع	32	100.0		

يشير الجدول(5) إلى أن كيفية مساهمة الوسائل المسموعة والمرئية في تطوير المجتمعات جاءت بالتعاون بين الجهاز الإعلامي ومنظمات المجتمع المدني والأحزاب هي النسبة الأعلى ، حيث بلغت 90,6% تليها بالتعاون بين الجهاز الإعلامي وأهل التربية بنسبه 6,4% وأخيراً بالتعاون بين الجهاز الإعلامي ووزارة الثقافة بنسبه 3.6% .

وقد بلغت قيمه كاي تربيع 47,313% بقيمه احتماليه 0,00% وهي ذا دلالة احصائية ، مما يشير إلى أن وسائل الإعلام في سبيل تطوير المجتمع من خلال رسائلها الاتصالية تستعين بمنظمات المجتمع المدني والأحزاب لإعطاء مصداقية وشفافية وحرية اكبر لتلك الوسائل.

المبحث الثاني

العرض التحليلي للمقابلات

اختار الباحث أن يقوم بدراسة عينة من مجتمع البحث في النطاق المكاني والزمني للبحث ثم تعميم نتائج العينة على مجتمع البحث وذلك لصعوبة الوصول لجميع الأفراد المعنيين بصناعة القرار السياسي في الدولة ثم حصر العينة واعتماد قائمتها على أساس:

(1) صناع القرار السياسي — وزراء (السلطة العليا في المؤسسات الإعلامية التي يوكل إليها صياغة السياسات الاتصالية لهذه المؤسسات).

(2) مشاركون في صناعة القرار السياسي — قادة رأي — أحزاب — مديرو راديو وتلفزيون — رؤساء إدارات — أساتذة جامعات يتم إشراكهم في صياغة السياسات الاتصالية وتنزيلها إلى أرض الواقع.

كانت بداية المقابلات مع أمين حسن عمر⁽¹⁾ :

السؤال الأول:

(¹) أمين حسن عمر — وزير إعلام سابق وزير ثقافة حالي — مقابلة شخصية بوزارة الثقافة — 2009/5/5.

(1) هل تمتلك المؤسسات الإعلامية الحرية الكافية في وضع سياساتها الاتصالية بالطريقة التي تمكنها من أداء الدور المنوط بها في صناعة الوعي السياسي وصياغة الرأي العام؟!

وكانت إجابته على النحو التالي: أنه لا توجد حرية كاملة أو كافية للمؤسسات الإعلامية ولكن هنالك قدر متسع من الحرية وهو يرى أنه لا توجد حرية مطلقة للمؤسسات الإعلامية في أي بلد من بلدان العالم حتى في الدول الليبرالية (الديمقراطية) فهناك خطوط حمراء يتم وضعها من جانب الحكومات لا يمكن تخطيها وبالذات في الجوانب التي تمس الأمن القومي. كما أنه يرى أن في السودان هنالك اتجاه إلى أن يتم إعطاء المؤسسات الإعلامية (الإذاعة والتلفزيون) الحرية في وضع سياساتها الإعلامية ولكن بالتدريج وذلك نسبة للظروف الأمنية التي تمر بها البلاد.

أما على محمد شمو⁽¹⁾ فيرى أن الإعلام أصبح دولة فقبل سنوات كان أعلام حكومة وبالتالي ليس لديه الحرية لوضع سياساته الاتصالية وإنما تفرض عليه أما الآن فإن الوضع قد تغير وأصبحت الحكومة شريكة في الإعلام ومعها جهات أخرى وبالتالي فإن للإعلام الحرية الكافية لصياغة سياساته الاتصالية.

يؤكد غازي صلاح الدين على أن السياسات الإعلامية تصاغ من خلال دراسات وورش عمل تجريها الأجهزة الإعلامية نفسها وتحال إلى مجلس الوزراء للنظر فيها.

يرى مصطفى عثمان إسماعيل⁽²⁾ أن المؤسسات الإعلامية لم تصل إلى المستوى الذي تتحرر فيه بالكامل ويرى أن الحكومة تهئ المجتمع لمزيد من الانفتاح وذلك من خلال إدخال وتمليكها للمجتمع والقنوات التلفزيونية الخاصة. ويؤيد الزهاوي⁽³⁾ إبراهيم مالك FM إذاعات الـ وجهة نظر مصطفى عثمان ويؤكد على ضرورة الاهتمام بتأهيل الكوادر ورفع درجة الوعي في المؤسسات الإعلامية لتحمل تلك المسؤولية.

يرى الأردب⁽⁴⁾ أنه ليس هنالك حرية كافية للمؤسسات الإعلامية لأن النظام الإعلامي في العالم الثالث محكوم بضوابط وكوابح، وهنالك خطوط حمراء لا يجب تجاوزها، وهو يرى أن هنالك حرية نسبية محدودة تمكن المؤسسة من أداء دورها في إطار السياسة الكلية للدولة. وهو يرى أن الملكية ذات علاقة مباشرة بدرجة الحرية. ويؤكد محمد حامد البله⁽⁵⁾ وجهة نظر الأردب ويضيف أنه يتم إشراك المؤسسات الإعلامية في وضع السياسات الاتصالية وذلك في إطار الخطة الخمسية ضمن الإستراتيجية الربع قرنية للدولة.

(1) علي محمد شمو - وزير إعلام سابق - مقابلة شخصية بمكتبة مجلس الصحافة والمطبوعات 10/ 11/ 2012م.

(2) مصطفى عثمان إسماعيل - وزير خارجية سابق - مستشار رئيس الجمهورية حالياً - مقابلة شخصية بمكتبة بالطيران المدني - 2010/2/19م.

(3) الزهاوي إبراهيم مالك - وزير الإعلام الحالي - مقابلة شخصية بمكتبة بوزارة الإعلام والاتصالات - 2010/3/26م.

(4) محمد الأردب رئيس لجنة الشكاوي مجلس الصحافة - مقابلة شخصية بمكتبة في المجلس 2010/3/31م.

(5) محمد حامد البله، رئيس لجنة الإعلام والمعلومات في البرلمان - مقابلة شخصية في مكتبة البرلمان. 2009/5/21م

يرى مرتضى الغالي⁽¹⁾، أن السياسات الاتصالية تصنعها الحكومة، ولا تستطيع المؤسسات الإعلامية الخروج عنها وبالتالي فهي تعمل على تكبيل تلك المؤسسات وتكون تبعيتها للحكومة.

يؤكد محمد إبراهيم نقد⁽²⁾ على وجهة نظر مرتضى الغالي، ويضيف أنه منذ نشأة وسائل الإعلام في السودان لم تترك لها حرية وضع سياساتها الاتصالية فلا بد أن يكون هنالك تدخل من الحكومة بشكل ما.

ترى سارة نقد الله⁽³⁾ أنه في ظل النظم الشمولية عادة ما تتبع المؤسسات الإعلامية للحكومة وبالتالي فإنه ليس لديها الحرية في وضع سياساتها الاتصالية مما يجعلها بوق للدعاية للحزب الحاكم (لا نمط، ولا سياسة) ولا أمانة مهنية).

يقول مونتسيكو أن الحرية لا توجد إلا في الحكومات المعتدلة، ولكن حتى في الدول المعتدلة لا توجد الحرية دائماً فهي تتحقق فقط حينما تنقيد السلطة وتمتنع إساءة استعمالها ويستطرد مونتسيكو قائلاً: "إن التجربة الأبدية المستمرة تؤكد أن كل إنسان يملك سلطة ما ينزع بطبيعته لإساءة استخدامها إذ يشترط في استعمالها حتى يجد قيوداً توقفه. أن الفضيلة السياسية ذاتها تحتاج إلى حدود، ولكي لا تتحقق إساءة استعمال السلطة يجب أن نعمل على أن السلطة توقف السلطة⁽⁴⁾".

السؤال الثاني:

هل هنالك روابط وصلات بين العاملين في مجال الرأي العام والاتصال وبين عملية تكوين السياسات الاتصالية ومناهج التخطيط الإعلامي في رأيكم؟

يرى أمين حسن عمر أن الإعلامي هو الذي يصنع القرار، ولذلك توجد اجتماعات دورية في وزارة الإعلام عن كيفية إشراك العاملين في مجال الرأي العام والإعلاميين والمخططين الإعلاميين في وضع الخطط الاتصالية وإدارة المؤسسات الإعلامية.

يؤيد على شمو وجهة نظر أمين حسن عمر ويتحدث عن أن هنالك دائماً علاقات وروابط بين من يديروا هذه الأجهزة والجهات السياسية في الدولة.

يرى غازي صلاح الدين أنه في إطار حكومة قومية مشتركة لابد من إشراك الرأي الآخر في اختيار مجالس الإدارات للمؤسسات الإعلامية وفي وضع قيم سياسية موحدة لابد لمجلس الإدارة أن يراعي في تكوينه تمثيل التيارات السياسية والاجتماعية الموجودة في البلد).

(1) مرتضى الغالي - رئيس تحرير صحيفة أجراس الحرية - أستاذ إعلام - مقابلة شخصية في مكتبة بالصحيفة - 2009/10/20م.

(2) محمد إبراهيم نقد - رئيس الحزب الشيوعي السوداني - مقابلة شخصية بدار الحزب الشيوعي - 2009/4/15م.

(3) سارة نقد الله - م/ رئيس حزب الأمة السوداني - مقابلة شخصية مكتبها جامعة أمدرمان الأهلية - 2009/10/17م.

(4) محمد رفعت عبد الوهاب - النظم السياسية - مصدر سابق - ص 201.

يرى مصطفى عثمان إسماعيل أن شريان الحياة للسياسي هو الإعلام، وعليه لابد من وجود روابط وصلات بين السياسيين والإعلاميين، وأن الإعلام لا يستطيع أداء الدور المطلوب منه إلا بارتباطه بمتخذي القرار والعاملين في مجال الرأي العام. يؤكد الزهاوي إبراهيم مالك وجهة نظر مصطفى عثمان على ضرورة وجود الروابط والصلات من خلال إشراكهم في عملية وضع السياسات الاتصالية والتخطيط للمؤسسات الإعلامية.

يؤكد محمد الاربب على أن هنالك تنسيقاً جيداً وصلات بين العاملين في مجال الرأي العام والتخطيط والاتصال وعملية تكوين السياسات الاتصالية، وهو يرى أن المشاركة متأثرة بالولاء للحكومة ولكن ذلك لا يمنع من أن يتم الاستعانة بالخبراء والمتخصصين لإبداء رأيهم.

يرى محمد حامد البله أنه يتم إشراك جميع العاملين في الحقل الإعلامي والسياسيين وقادة الرأي ومنظمات المجتمع المدني في صنع السياسات والتخطيط الإعلامي، ومثال على ذلك (قانون الصحافة الجديد). حيث تم إشراك الهيئات البرلمانية ومراكز صنع السياسة الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني ومجموعة الحاديين على مصلحة القانونية وشبكة الصحفيين وأفراد لا منتمين في وضع القانون وصياغته ويراجع وتتم إجازاته بالإجماع.

ينفي مرتضى الغالي وجود روابط وعلاقات وتنسيق بين العاملين في مجال الرأي العام والاتصال وبين عملية تكوين السياسات الاتصالية ويرى أنها تضع بمعزل عن المخططين الشيء الذي يجعل عملية تطور هذه المؤسسات يسير بخطى متعثرة.

يرى محمد إبراهيم نقد أنه يتم إشراك الإعلاميين الموالين للحكومة في عملية تكوين السياسات والتخطيط الإعلامي.

تؤكد سارة نقد الله أنه ليس هنالك دور للعاملين في مجال الرأي العام والاتصال والمخططين في عملية وضع السياسات بل عليهم تنفيذها فقط وبالتالي فليست هنالك منهجية أو تخطيط إعلامي سليم والأجهزة الإعلامية عبارة عن مروج لسياسات الحكومة حتى لو كانت خاطئة.

يواجه التخطيط الإعلامي في الدول النامية العديد من الصعوبات منها:

- (1) عدم الاستعانة بالمخططين الإعلاميين في وضع السياسات العامة للدولة والسياسات الإعلامية فالخطط التي توضع لوسائل الإعلام تأتي في مرحلة متأخرة وتهدف فقط إلى نشر معلومات أو أفكار محددة.
- (2) قد لا يعرف المخططون تماماً احتياجات الجماهير المستهدفة واتجاهاتها بسبب نقص في البحوث والدراسات.
- (3) وجود اختلاف بين ما يريده الناس على مختلف المستويات وما يحتاجون إليه فعلاً.

- (4) عدم وجود قنوات اتصال محلية في غالبية الدول النامية تهتم بإشباع الاحتياجات المحلية بسبب مركزية وسائل الإعلام، وعدم الاستعانة بالوسائل المحلية مثل خطب الجمعة والفلكلور وغيرهما في نشر الأفكار المستحدثة.
- (5) انسام وسائل الاتصال التي تسيطر عليها الدولة مثل الراديو والتلفزيون في غالبية الدول النامية بطابع دعائي الأمر الذي يفقدها فاعليتها.
- (6) ضعف الصلة بين الباحثين والإعلاميين والمهنيين والممارسين في هذا المجال⁽¹⁾.

السؤال الثالث:

هل تخدم السياسات الاتصالية مصالح الحكومات المختلفة وتصبح أداة من أدوات بسط السلطة والسيطرة على المجتمع المتلقي؟!

يرى أمين حسن عمر أن السياسات الاتصالية تخدم الحكومة، وهناك بنود محددة تساعد على ذلك وهو يعزي ذلك إلى حالة التوتر والاضطراب الموجودة في داخل المجتمع السوداني الذي يضطر الحكومة إلى محاولة إحكام سيطرتها على ذلك المجتمع من منطلق المحافظة على استقراره.

يؤكد علي محمد شمو رأي أمين حسن عمر، وهو يربط إحكام السيطرة على المجتمع المتلقي بالمقدرة على الإقناع وبالمصادقية.

يرى غازي صلاح الدين أنه لا بد أن تخدم السياسات خط الحكومة خاصة في القضايا العامة التي تمس الدولة وهي بذلك تعمل على حماية المجتمع والدفاع عنه.

يرى مصطفى عثمان إسماعيل أن السياسات الاتصالية في السودان منذ بداية حكم الإنقاذ كانت موجهة لخدمة النظام الحاكم ولكن بعد ذلك وعن طريق دراسة متعمقة لنظام الحكم في مجتمع مثل المجتمع السوداني يتميز بتعددية طائفية وقبلية وحزبية تم التوصل إلى قناعات أساسية بضرورة وجود حكم فيدرالي- تعددية سياسية- حرية التعبير والنشر.

يرى الزهاوي إبراهيم مالك أنه بالطبع لا بد أن تخدم السياسات الاتصالية مصالح الحكومة فالإعلام مرتبط بالتعبئة الشعبية التي هي جوهر التأييد لأطروحات الدولة.

يؤكد الأردب أن أجهزة الإعلام العامة جاءت لخدمة خط الحكومة، ولا يمكن أن تأتي لخدمة حزب آخر أو جهة معارضة إلا في الحالات المحكومة بضوابط الانتخابات مثال (قانون الانتخابات) الذي يسمح ببروز الرأي الآخر.

⁽¹⁾ ليلي عبد المجيد، سياسات الاتصال في العالم الثالث ، مصدر سابق - ص14.

يرى محمد حامد البله أن السياسات الاتصالية لا تخدم مصالح الحكومة، وهو يعتقد أن مؤسسات المجتمع المدني ومنابر استطلاعات أن تغير من سياسة الحكومة في اتجاه خدمة المجتمع.

يؤكد مرتضى الغالي خدمة السياسات الاتصالية لمصالح الحكومة، وأنها تتخذها أداة لتعبئة الجماهير، وفي بعض الأحيان وسيلة ضغط على المجتمع.

يؤكد محمد إبراهيم نقد وجهة نظر مرتضى الغالي، وهو يرى أنه من الأشياء التي أضرت بالتجربة الشيوعية تسخير وسائل الإعلام لخدمة الحزب الشيوعي والدولة الاشتراكية.

تري سارة نقد الله أن السياسات الاتصالية تخدم مصالح الحكومة وتوجه لتحقيق أهدافها ولا تخدم المواطن مثال لذلك 0قانون الصحافة والمطبوعات الجديد) فهو من الوسائل القمعية الأساسية لحرية الرأي والتعبير، وهي تؤكد أنه لم يؤخذ برأي الأحزاب وتحالف القوى الوطنية في تعديل هذا القانون.

Government غالباً ما تكون وسائل الإعلام في الدول النامية جهازاً حكومياً محتكراً (وبهذه الصفة لابد أن تتسم برامجه بسمات أساسية (سياسات الدولة) التي بنت Monopoly الاستوديوهات وشيدت محطات الإرسال وعينت الموظفين ودربتهم وتصرف على تسيير المحطة المبالغ الضخمة⁽¹⁾.

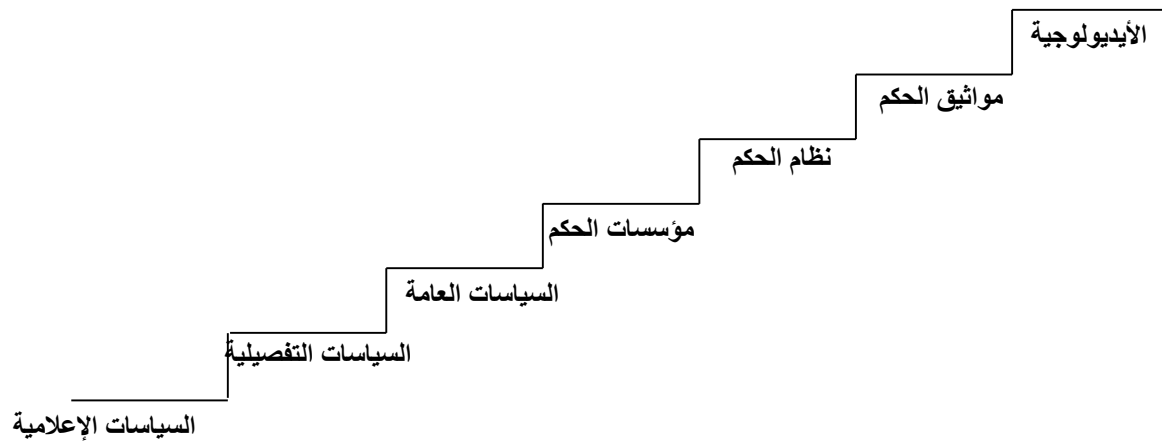
يجب عدم النظر إلى سياسة الاتصال على أنها قيد أو رقابة بل يجب أن تؤكد الاتصال داخل إطار نظم تحقق متطلبات الحوار في المجتمع. وتؤدي الرغبة في وضع سياسات للاتصال مع الحرص على مبدأ حرية التعبير عن الرأي إلى وضع البعض في مأزق وإحراجه وإثارة مخاوفه خاصة في الدول والديمقراطية الليبرالية إذ أن هذه السياسات قد تؤدي في بعض الأحيان إلى أن تصبح وسائل الإعلام أداة لتبرير النظام السياسي القائم والذي تعمل في إطاره، وقد يصعب تبين ما إذا كانت وجهة النظر المخططة تطرح موقفاً موضوعياً أو موقفاً منحازاً يرمي إلى تشكيل الرأي العام وفق مرامي معينة يرسمها عدد من المسيطرين على وسائل الإعلام.

وفي محاولة للتخفيف من هذه المخاوف فرق البعض بين الدولة والحكومة بمعنى أن الأسس والقواعد الوطنية لا الهيئات الحكومية هي التي ينبغي أن تحكم سياسات الاتصال وطرح فكرة المسؤولية الاجتماعية كحل لهذه المشكلة بمعنى أن تقبل وسائل الاتصال الجماهيري تنفيذ التزاماتها تجاه مجتمعها، وتقبل القيود التي يفرضها عليها الرأي العام والأخلاقيات المهنية فلا تعارض بين المسؤولية والحرية⁽²⁾.

⁽¹⁾صلاح الدين الفاضل - تخطيط وإنتاج البرامج الإذاعية - رسالة دكتوراة غير منشورة - جامعة وادي النيل - 1996م - ص116.

⁽²⁾ليلى عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص40.

تخدم السياسات الاتصالية مصالح الحكومات المختلفة وتصبح أداة من أدوات بسط السلطة والسيطرة على المجتمع. فالسياسة الاتصالية هي إطار (فكري اجتماعي) وهذه الفكرة أو التعريف منتزعة من نهج (فريناند تيرو) المبني على حقيقة أولية وهي أن كل نشاط اجتماعي منظم ينطلق من أيولوجية متبناة وهادفة وقد شرح (تيرو) فكرته هذه في شكل سلم تدريجي تؤدي عتباته إلى صياغة السياسة الاتصالية⁽¹⁾.



فالسياسة الاتصالية لا يمكن أن تكون مناقضة لنظام الحكم الموجود فهي إما أن تفسره أو تكون انعكاساً منطقياً له، وهي لا يجب أن تخرج عن الإطار العام لسياسات الحكومة وهي في الدول النامية غالباً ما تهتم بقضية التنمية والوحدة كمبرر للسيطرة على هذه الأجهزة.

السؤال الرابع:

4) هل تؤثر عمليات التأثير المتبادل بين المجتمع والسلطة في صناعة القرار السياسي؟!

Feed يؤكد أمين حسن عمر أن أي سلطة مهما كانت درجة استبدادها تتأثر بالأثر الراجع . ويؤدي ذلك إلى تعديل في كثير من قراراتها، ويرى أنه من صفات السلطة أنها قادرة back على تنفيذ قراراتها بالحيلة وأنها لا تميل إلى الضغط والإجبار وعليه فإن للأثر الراجع دوراً كبيراً في سياساتها.

يرى علي محمد شمو أن أي سلطة مهما كانت تتأثر بالرأي العام، والرأي العام تخلقه وسائل الإعلام وأن أي سلطة عاقلة أو غير عاقلة لابد أن تبني قراراتها وفقاً للرأي العام.

يرى غازي صلاح الدين أن هنالك ضعفاً في مسألة قياس الأثر الراجع فلا توجد استطلاعات رأي لقياس آراء الأفراد في المجتمع وعلاقتهم بالسياسيين لعكسها للجهات المختصة في الحكومة لتعديل القرارات أو إلغاؤها.

⁽¹⁾ الطيب حاج عطية وآخرون - السياسات الإعلامية في السودان - مصدر سابق - ص 15.

يرى مصطفى عثمان إسماعيل إن وسائل الإعلام في المجتمعات المتحضرة تعمل على:

(1) التأثير في اتخاذ القرار.

(2) إلغاء القرار.

(3) التعديل في القرار نفسه.

وبالتالي فإن للأثر الراجع الذي تعكسه وسائل الإعلام دوراً كبيراً في التأثير على صناعة القرار السياسي.

يربط الزهاوي إبراهيم مالك التأثير بمدى قبول المجتمع لمآلات القرار السياسي ونتائجه إن كانت هي الأفيد للمجتمع وإن كانت ترتبط بآماله في الرفاه الاقتصادي والحريات.

يؤكد الأردب أن هنالك علاقة تبادلية بين المجتمع والسلطة، وأن للمجتمع دوراً كبيراً في تعديل السياسات الحكومية وتغييرها.

يؤكد محمد حامد البله وجهة نظر الأردب ويؤكد تأثير التغذية الراجعة على عملية صنع القرار السياسي.

يرى مرتضى الغالي أن الحكومة تستخدم وسائل الإعلام وسيلة لتنفيذ قراراتها من خلال تهيئتها المجتمع لقبول تلك القرارات وبالتالي ليس للأثر الراجع أي دور أو تأثير على السياسات وصياغتها.

يرى محمد إبراهيم نقد أن للأثر الراجع دوراً في تعديل السياسات، وقد تراجعت الحكومة في عدد من قراراتها وبالذات في مجال التعليم- الصحة بسبب الشكاوي التي قدمت عن طريق وسائل الإعلام.

تؤكد سارة نقد الله أن الحكومة لا تهتم مطلقاً بآراء المجتمع، ولا تتأثر قراراتها بذلك وأن وسائل الإعلام تشكو من الضعف في مجال قياس الرأي العام والتوعية السياسية وعدم المصادقية وتعزي ذلك إلى سيطرة الحكومة عليها.

إن الاتصال أداة فعالة للإقناع يتبنى العادات والسلوكيات التي تؤدي إلى تحديث المجتمع وتطويره، فوسائل الاتصال تستطيع إذا استخدمت بطريقة بناءة أن تخلق مناخاً جديداً وبيئة تساعد على التقدم والتطور فهي تنمي الأفق وتزيد معلومات الفرد وتنقل له تجارب الآخرين وترفع من تطلعات الجماهير وتدفعهم لتحسين وضعهم الاقتصادي والاجتماعي، ظهر مفهوم جديد لدور الإعلام في بناء الدولة وتعبئة الجماهير وتحريكها لتحقيق الأهداف العليا للمجتمع ولخدمة القضايا القومية وذلك بتسليط الأضواء على المشكلات الكبرى وخلق إحساس بالوحدة الوطنية وجلب التأييد للسياسات والبرامج والخطط الجديدة عن طريق توسيع دائرة الحوار والمشاركة وتبادل الرأي الآخر الذي يمكن أن يسهل من عملية اتخاذ القرار والوصول إلى رأي متفق عليه في

القضايا القومية وأن تكون وسائل الاتصال منبراً لتبادل الآراء والأفكار وأن تقود الجماهير للمشاركة في السياسات)⁽¹⁾.

السؤال الخامس:

هل هنالك عزلة بين الحكومة وأجهزة الإعلام والمجتمع الشيء الذي يؤدي إلى ضعف التأثير على درجة الوعي السياسي؟!

يرى أمين حسن عمر أنه ليست هنالك عزلة بين الحكومة وأجهزة الإعلام والمجتمع بل والقنوات الخاصة FM هنالك تداخل، ويؤكد أن تملك المجتمع لوسائل الإعلام مثل إذاعات الـ والصحف يعطي للمجتمع المقدرة على مناقشة القضايا بدون تسييسها كما أنه يقوى العلاقة بين المجتمع وحكومته، ويؤكد وجود وضع مثالي في التفاعل.

يؤيد علي محمد شمو وجهة نظر أمين حسن عمر بأنه ليست هنالك عزلة وأنها هنالك تنسيقاً بين الإعلام والمجتمع والحكومة وبالذات في الجوانب الدينية والتي تمس الأمن القومي والخصوصيات للأفراد والجماعات.

يرى غازي صلاح الدين أنه في تجربتنا السودانية من المستحيل عزل ما يدور في أروقة الحكومة عن المجتمع لأن هنالك الصحافة المستقلة والتي تملك المجتمع أول بأول ما يصدر من سياسات وقرارات حكومية.

يرى مصطفى عثمان إسماعيل أنه ليست هنالك عزلة وأن هنالك شراكة بين الحكومة والمجتمع وأجهزة الإعلام وهو يرى أن العولمة وتقنيات البث الفضائي المتطور أتاحت المعلومة لأفراد المجتمع فإذا لم يكن هنالك تنسيق بين هذه الأطراف لتمليك المجتمع المعلومات الصحيحة والتي تشكل الرأي العام سيحاول البحث عنها بطرق أخرى، وفي بعض الأحيان يحصل عليها ناقصة وغير صحيحة.

يرى الزهاوي إبراهيم مالك أن هنالك فجوة بين المجتمع والحكومة، وأن وسائل الإعلام تعمل على تصغير تلك الفجوة من خلال تملك الجماهير المعلومات ولكن هنالك معلومات لا يمكن تملكها بالكامل للجماهير مثل أمور الجيش- الأمن- ... الخ) ستر المعلومة في بعض الأحيان أفضل من الإفصاح عنها.

يرى الأردب أنه ليست هنالك عزلة وأن الإعلام ملزم بإعلام المجتمع بسياسة الحكومة وما يدور داخل أروقتها من خلال برامج حوارية/تحقيقات/ مؤتمرات صحفية... الخ).

يؤكد محمد حامد البله وجهة نظر الأردب، ويرى أن الشفافية مطلوبة بين الحكومة والمجتمع ووسائل الإعلام حتى لا يفقد المجتمع مصداقية لما تبثه تلك الوسائل خاصة فيما يتعلق بالسياسات الحكومية.

(¹) علي محمد شمو وآخرون- قضايا الإعلام في السودان - وثائق مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام في السودان- الأصالة للطباعة والنشر - الخرطوم - 1990م- ص22.

يؤكد مرتضى الغالي وجود عزلة بين الإعلام والمجتمع والحكومة مما يؤدي إلى ضعف الوعي السياسي العام، وأن القرارات السياسية تصدر بمعزل عن الجمهور ورأيه.

محمد إبراهيم نقد أنه ليست هنالك عزلة وإنما سيطرة من الحكومة على المجتمع من يرى خلال وسائل الإعلام فهي تقوم بالتربية السياسية وفق ما يراه النظام القائم مما يساهم بشكل كبير في ضعف الوعي السياسي والرأي العام.

تؤكد سارة نقد الله وجود عزلة تامة بين المجتمع والحكومة ووسائل الإعلام الشيء الذي يؤدي إلى فقدان المصداقية تجاه وسائل الإعلام من المجتمع، وهي ترى أن الحكومة تحاول فرض سيطرتها على المجتمع من خلال تسييس وسائل الإعلام وإلزامها بنهج الحزب الحاكم وسياسته.

إننا الآن أمام مرحلة جديدة من تاريخ تطورنا السياسي والاجتماعي مرحلة تفرض علينا استخدام وسائل الإعلام في تعبئة الموارد البشرية وحثها على المشاركة والتغيير ووضع سياسة وإستراتيجية للعمل الإعلامي تأخذ بالمفهوم العصري لدور وسائل الإعلام وأهميتها في بناء الدولة، وعليه فقد قمنا في وزارة الثقافة والإعلام مهتدين بأهداف ثورة الإنقاذ الوطني بوضع إستراتيجية للعمل الثقافي والإعلامي تأخذ في الاعتبار حقيقة هامة وهي أن بلادنا تحتاج الآن وأكثر من أي وقت مضى للدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام خاصة في تعزيز الوحدة الوطنية وترسيخها وفي السعي الوطني في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمشاركة الشعبية الإيجابية في عملية التنمية وإعلاء قيم العمل المنتج والاعتماد على الذات وإلى إيقاف الحرب والوقوف ضد عوامل التفرقة بين أبناء الوطن الواحد ودعونا من خلال الإستراتيجية الإعلامية إلى التصدي الواعي والمسؤول للإعلام المضاد والغزو الثقافي المستهدف لهويتنا وقيمنا وإلى تحري الصدق والموضوعية في نقل الحقائق إلى الجماهير وتوضيح المبادئ التي تقوم عليها سياستنا الوطنية وتأكيد دور السودان في العالم الإسلامي والعربي والقارة الأفريقية⁽¹⁾.

السؤال السادس:

تتناول السياسات الاتصالية:

- 1) النشاط الإعلامي (العملية الإعلامية) .
- 2) طبيعة الرسالة الإعلامية.
- 3) النتائج المتوخاة من عملية التأثير .
- 4) علاقة الإعلام بالحقوق الاجتماعية الأخرى وصيغ التوازن والتوافق بين الإعلام والأنشطة الرسمية وغير الرسمية؟

⁽¹⁾ خطاب علي محمد شمو وزير الثقافة والإعلام مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام في السودان - قاعة الصداقة - الخرطوم - 19-28/فبراير 1990م - ص5.

يؤكد أمين حسن عمر أنه عند صياغة أي سياسية اتصالية لابد من مراعاة هذه الجوانب فهي الأساس لإعلام قوى ومؤثر.

يؤيد علي محمد شمو وجهة نظر أمين حسن ويرى أنه عند صياغة السياسات الاتصالية لابد من الاهتمام بالعملية الإعلامية ومضمون الرسالة الإعلامية وطبيعتها ومقدرتها على إقناع المتلقي ويجب مراعاة علاقة الإعلام بالأنشطة الثقافية والاجتماعية الموجودة في المجتمع

يرى غازي صلاح الدين أنه لابد من تقديم رسالة مقنعة محترمة وذلك عن طريق الاهتمام بالمرسل من خلال اختيار أشخاص ذوي كفاءة عالية وتدريبهم وتطوير الوسائل التي تتم نقل الرسالة عن طريقها حتى تصل إلى المتلقي بوضوح وبدون تشويش، وتدريب المتلقي على كيفية المشاركة في إبداء رأيه من خلال البرامج المباشرة والمفتوحة والاهتمام بإقامة علاقات متميزة مع وزارة الإعلام والصحة والتعليم لإنتاج برامج تعليمية توعوية تساهم في تعليم وتطوير المتلقي. وبالتالي عند صياغة ووضع السياسات الاتصالية للوسائل الإعلامية ينبغي مراعاة هذه الجوانب.

يؤكد مصطفى عثمان إسماعيل أن ذلك ما يجب أن تتناوله السياسات الاتصالية وعادة ما يكون هنالك مقدار من التفاوت من دولة إلى أخرى، ويرى أن طبيعة الرسالة الإعلامية ينبغي أن ترتبط بالوعي الجماهيري وهذا يؤثر بلا شك في إنجاح السياسات الاتصالية.

يؤكد الزهاوي إبراهيم مالك على اهتمام وزارته بتدريب الكوادر وتأهيلها والتي تمثل الركيزة الأساسية لإنجاح العملية الإعلامية كما يؤكد على الاهتمام باستجالات التقنيات المتطورة والتوجيه لإجراء البحوث وقياسات الرأي لمعرفة الأثر الراجع مع تأكيده على الاهتمام بالحقوق الاجتماعية الأخرى مثال على ذلك اتفاقية بين وزارة الصحة والإعلام حول كيفية استخدام الإعلام في الإرشاد الصحي.

يرى الأردب ضرورة الاهتمام بالنشاط الإعلامي لكي تكون الرسالة الإعلامية هادفة وذلك لب السياسات الاتصالية ويؤكد على ضرورة الاهتمام بالأثر الراجع ولكنه ضعيف في مؤسساتنا الإعلامية ويرى أن هنالك اهتماماً وتركيزاً على علاقة الإعلام بما يدور في المجتمع مثال (موضوع الحج والضوابط الصحية.. الخ).

يؤكد محمد حامد البله أن الإعلام سلاح ذي حدين وأن الرسالة الإعلامية يمكن أن تنهض بالأمة أو تحط من شأنها وبالتالي لابد من الاهتمام بالعملية الإعلامية، وهو يؤكد وجهة نظر الأردب عن ضرورة الاهتمام بالأثر الراجع، وهو يأسف لغياب الإذاعة المدرسية والقنوات التعليمية، ويرى أن الإعلام في حاجة إلى التفاعل بشكل أكثر ايجابية مع مؤسسات المجتمع المدني وهو يشيد بالقنوات التلفزيونية الخاصة مثل ساهور وانعكاسها على المجتمع. وهو يؤكد أنه عند وضع السياسات الاتصالية يتم مراعاة جميع هذه الجوانب ويأتي الخلل في التطبيق.

يرى مرتضى الغالي أن السياسات الاتصالية تهتم في المقام (الأول بتوضيح سياسات الحكومة كما أنه عند صياغتها يراعي في الأساس أن لا تخرج العملية الإعلامية عن خط سير الحكومة وأنه ليس هنالك اهتمام بالأثر الراجع وأن العلاقات مع مؤسسات المجتمع تكون علاقة منفعة وليس الهدف منها خدمة المجتمع السوداني.

يؤيد محمد إبراهيم نقد وجهة نظر مرتضى الغالي ويرى أنه عند صياغة السياسات الاتصالية يراعي فيها أن تهتم بنشر وجهة نظر الحكومة والدوائر الرسمية. وأنها تبحث عن الكوادر المالية لها بدون النظر إلى الكفاءة مما يؤثر على محتوى وشكل الرسالة الإعلامية.

تؤكد سارة نقد وجهة نظر محمد إبراهيم نقد وهي ترى أننا بحاجة إلى الاهتمام بصياغة الرسالة الإعلامية حتى نجعلها مقبولة فالفقوات السودانية صارت قنوات عالمية تشاهد في كل العالم لذلك لابد من الاهتمام بالمضمون والشكل والمرسل كما أكدت على أن العلاقة بين الإعلام والحقول الاجتماعية المختلفة علاقة تحكمها التبعية السياسية والولاء السياسي للنظام الحاكم.

للسياسة الإعلامية دور حاسم في عملية المخاض والانتقال التي تجتازها بلادنا فهي التي تؤثر تأثيراً مباشراً في وضع أجندة الحوار وهي أدوات ذلك الحوار الوطني الأولي. ووسائل الإعلام تعمم النغمة والمنهج والمدى وهي المثال الذي يدخل كل بيت معروفاً بإمكانات الممارسة السليمة للسياسة ولجدوى جلوس الأطراف جنباً إلى جنب وهي مرآة الوحدة والتنوع ومفتاح العالم ومنبر الأنا والآخر⁽¹⁾.

السؤال السابع:

أين الفئات السياسية والأحزاب من صناعة القرار السياسي في أجهزة الإعلام؟!

يؤكد أمين حسن عمر أن السياسات الاتصالية تجاز في البرلمان وأن الأحزاب الممثلة في البرلمان، يتم إشراكها في صناعة القرار السياسي. وهو يرى أنه إذا كانت هذه الأحزاب في خلاف مع الحكومة فبالتالي لا يترك لها المشاركة في صناعة القرار السياسي وهذه مسألة أمن قومي.

يؤكد علي محمد شمو وجهة نظر أمين حسن عمر وهو يرى أن السودانيين لا يفرقون بين العداء للدولة وللحكومة وبالتالي فإذا كانت هذه الأحزاب في عداء مع الحكومة فهي ترى نفسها معادية للدولة بكافة مؤسساتها وهي التي تحجم عن المشاركة في وضع السياسات.

يرى غازي صلاح الدين أنه ليس هنالك التزام بأخلاقيات المهنة والرقابة الشخصية الشيء الذي يحتم على الحكومة أحكام السيطرة على وسائل الإعلام فلا بد من ترسيخ مبادئ الوطنية والانتماء حتى يتم إشراك الجميع في حكم أنفسهم.

يؤكد مصطفى عثمان إسماعيل أنه في التجربة السودانية الحالية تنحصر المشاركة في الأحزاب التي انضوت في حكومة الوحدة الوطنية وبعد الانتخابات ستدخل الأحزاب التي كانت خارج حكومة الوحدة الوطنية عن طريق ممثلها في المجالس البرلمانية.

يتفق الزهاوي إبراهيم مالك مع وجهة نظر مصطفى عثمان إسماعيل، ويؤكد أنه في الفترة المقبلة ستشهد مشاركة كبيرة للأحزاب في صناعة القرار السياسي للأجهزة الإعلامية من خلال تمثيلها في البرلمان.

(1) الطيب حاج عطية وآخرون - السياسات الإعلامية في السودان - مصدر سابق - ص 27.

يرى الاردب أنه يتم إشراك الأحزاب إلى حد ما بالذات في القضايا الكلية، وهو يؤكد أنه عند وضع قانون الصحافة الجديد جاءت الأحزاب من خلال خبراتها بأفكار وتم طرحها ووافقت عليها الحكومة.

يؤكد محمد حامد البله وجهة نظر الاردب ويرى أنه عند صياغة أي سياسة اتصالية لابد من عرضها على البرلمان لإجازتها، والبرلمان يتم تشكيله من كافة الأحزاب الموجودة في الساحة السياسية، وبالتالي يكون لهذه الأحزاب الحق في الاعتراض أو الموافقة.

ينفي مرتضى الغالي وجود مشاركة حقيقية من الأحزاب في صناعة السياسات الاتصالية وهو يؤكد على أن المشاكل التي تواجه الأجهزة الإعلامية تعزى في الأساس إلى عدم إشراك قادة الرأي والأحزاب والتنظيمات المختلفة في وضع السياسات الإعلامية وهو يرى أنه لو تم إشراكها فهي ستزود متخذي القرار بإسهامات وروى جديدة.

ينفي محمد إبراهيم نقد أيضاً مشاركة الأحزاب في صناعة القرار السياسي ما عدا الأحزاب الموالية للنظام الحاكم والتي تقوم بتأييد السياسة الحكومية بدون المشاركة في صياغتها.

تؤيد سارة نقد الله وجهة نظر مرتضى الغالي وهي تدعو إلى قيام مجلس استشاري للإعلام يتم فيه إشراك كافة الأحزاب إضافة إلى الحكومة في وضع السياسات الاتصالية للأجهزة الإعلامية والإشراف على تنفيذها.

(يراعي ألا تترك صياغة السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال أو المخططين وحدهم بل لابد من الحوار المستمر بين مخططي السياسة الاتصالية وممثلي المجتمع)⁽¹⁾.

الخلاصة:

تباينت آراء المبحوثين حول مدى الحرية التي تتمتع بها الوسائل الإعلامية وأجمع أكثرهم أن المجتمع بوسائله الإعلامية لم يصل إلى درجة الوعي الكافي لكي تترك له حرية صياغة سياسات المؤسسات الإعلامية فلا بد من وجود الحكومة كشريك في عملية صنع السياسات الإعلامية، وذلك من خلال مجالس إدارات تترك لها عملية صياغة سياسات الاتصال تمثل جميع شرائح المجتمع إضافة للحكومة ويمثل ذلك الإجابة على أحد تساؤلات البحث التي تتمحور حول إشراك فعاليات ومؤسسات المجتمع المدني عند وضع تلك السياسات الاتصالية.

أجمع أكثر المبحوثين على أن هنالك ضعف في الاستعانة بالمخططين الإعلاميين في وضع الخطط والسياسات للأجهزة وضعف الصلة بين العاملين في مجال الرأي العام والاتصال وعملية التخطيط للمؤسسات الإعلامية ويمثل ذلك الإجابة على أحد التساؤلات التي تتمحور حول الكيفية التي يتم بها وضع السياسات الاتصالية والآثار الناتجة عن السياسات الحاكمة لمؤسستي الراديو والتلفزيون بالسودان.

وقد تم الإجماع أيضاً على أن هنالك ضعف في مسألة قياس الأثر الراجع وعكسه لمتخذي القرار في السودان كما أكد أغلبية المبحوثين على ضرورة التعامل بشفافية مطلقة في إطار العلاقة الثلاثية بين الحكومة والمجتمع ووسائل الإعلام الشيء الذي يعزز المصداقية والثقة

(¹) ليلي عبد المجيد - سياسات الاتصال في العالم الثالث - مصدر سابق - ص 14.

تجاه سياسات الحكومة وقراراتها مما يجيب على أحد تساؤلات البحث عن كيفية تحديد علاقة الإعلام بالحكومة والمجتمع عند صياغة السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام.

وأكد أغلبية المبحوثين أن للسياسة الإعلامية دور كبير وحاسم في الظروف والأوضاع السياسية والاجتماعية التي يعيشها السودان فهي التي تؤثر تأثيراً مباشراً في وضع أجندة الحوار وهي أدوات ذلك الحوار الوطني الأولى ووسائل الإعلام هي المثال الذي يدخل كل بيت معروفاً بإمكانات الممارسة السليمة للسياسة ولجدوى جلوس الأطراف جنباً إلى جنب وهي مرآة الوحدة والتنوع ومفتاح العالم ومنبر الأنا والآخر مما يشكل الإجابة على أحد تساؤلات البحث عن هل تتناسب السياسات الاتصالية في السودان مع طبيعة دور وسائل الإعلام الفعال في المجتمع.

وأيد أغلبية المبحوثين الدعوة إلى قيام مجلس استشاري للإعلام يتم إشراك كافة الأحزاب فيه والتي لم تشارك في حكومة الوحدة الوطنية بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني والتنظيمات المختلفة في صياغة السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية.

الفصل السادس

الخاتمة

ملخص وخلاصة

ترتكز مشكلة هذا البحث على حقيقة أن العمل الإعلامي يقوم على التفاعل الاختياري بين المرسل والمستقبل وهو بذلك أقرب للمجتمع المدني منه لجهاز الدولة أو الحكومة الذي يعتمد أدائه على الإنفاذ والإلزام بموجب القانون. كما ترتكز على أن أوضاع الدول النامية جعلت من المحتم أن تبادر الدولة والحكومات إلى تأسيس وتملك وسائل الإعلام بسبب ضعف مؤسسات المجتمع المدني من ناحية وضعف القطاع الاقتصادي الخاص الذي يمكن أن يستثمر في مجال العمل الإعلامي. ويبدو ذلك واضحاً على مستوى الراديو والتلفزيون بالسودان. وقد كان لذلك تبعاته على السياسات الإعلامية خاصة على مستوى إقصاء فعاليات المجتمع وإضعاف دور وسائل الإعلام كجسر واصل بين المجتمع والدولة. أن طبيعة الخارطة الجغرافية السياسية للسودان تعطى وزناً كبيراً ومؤثراً لمؤسستي الراديو والتلفزيون على مستوى المركز والولايات، الأمر الذي يزيد من أهمية ويفاقم إشكالية غياب أو اختلال أو عدم وضوح سياسات إعلامية في هذا الصدد.

وبناء على تلك المشكلة برزت تساؤلات البحث التي تتمحور في مدى ارتكاز السياسات الاتصالية على الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة وتناسب السياسات الاتصالية في السودان مع طبيعة ودور وسائل الإعلام الفعال في المجتمع ومستوى إشراك فعاليات ومؤسسات المجتمع المدني عند وضع تلك السياسات الاتصالية وعند صياغة السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام. كذلك تطرقت أسئلة البحث إلى علاقة الإعلام بالدولة والحكومة والمجتمع وما هي الكيفية التي يتم بها وضع السياسات الاتصالية والآثار الناتجة عن السياسات الحاكمة لمؤسستي الراديو والتلفزيون بالسودان. وللإجابة عن تساؤلات البحث تم الارتكاز على مجموعة من الأدوات المنهجية وذلك لجمع وتصنيف البيانات والحقائق وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات بشأن مشكلة البحث.

على الصعيد النظري تناول البحث تعريف السياسة والسياسات الاتصالية من حيث أنها الأسس والقيم والمعايير التي تسعى إلى تحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية وفق مراحل زمنية ويسير على هديها النشاط الإعلامي والاتصالي في سياق سياسي وثقافي واقتصادي، وبما أن وسائل الإعلام صارت أحد المكونات الأساسية للجهاز السياسي للدولة المعاصرة حيث تستخدم كأداة للبناء الاجتماعي والتحول الحضاري والاقتصادي والسياسي من خلال العديد من الهياكل الإعلامية فقد تناول البحث تلك الهياكل والفئات التي يجب إشراكها في صياغة السياسات الاتصالية لضمان التنسيق بين أوجه نشاط هذه الهياكل والأجهزة. كما تناول البحث ارتباط هذه السياسات الاتصالية بنظام الحكم، وبما أن للإعلام دوراً قيادياً بفضل المرونة التي يتمتع بها في التوجيه والتعبئة السياسية والتربية والثقافة فقد تم استعراض القيم والمبادئ والمعايير التي تستهدف السياسات الاتصالية تأكيدها ودور وتأثير الرأي العام في وضع وصياغة تلك السياسات. وتناول البحث السياسة البرمجية لوسائل الإعلام حيث أن الأساس في أي إستراتيجية إعلامية للتطوير السياسي هو تحويل نظام الإعلام التقليدي إلى نظام إعلامي حديث والعمل على ربط وسائل الإعلام الحديثة بنماذج الاتصال الشخصي وغير ذلك من أساليب الإعلام التقليدية.

ومن ثم عرج البحث إلى تناول وسائل الإعلام بالسودان بداية بتعريف الاتصال والإعلام وتطور وسائل الاتصال، أنواع الاتصال، ومستويات الاتصال، استعراض التداخل بين مصطلح

الاتصال والإعلام، وأن الإعلام هو أحد وظائف الاتصال ثم عرج البحث إلى استعراض الراديو والتلفزيون كأهم وسائل للاتصال نشأتها وخدماتها الإذاعية والتلفزيونية ووظائفها وخصائصها كأهم وسائل الاتصال الجماهيري. ثم تناول البحث بداية ظهور وسائل الإعلام في السودان وعلاقتها بالمجتمع السوداني فقد شكلت وسائل الإعلام حضوراً مهماً في المجتمع السوداني وارتباطاً وثيقاً بالواقع السياسي بالبلاد بترتيباته وخلفياته وما نشأ عنه من نتائج.

وعلى هذا الأساس قام البحث بفحص أوضاع الراديو والتلفزيون في السودان منذ نشأتها ومراحل التطور التي مر بها والقوانين التي كانت تحكم تلك الأجهزة الإعلامية منذ عام 1981م وحتى عام 2009م ودراسة بنود تلك القوانين وإبداء الملاحظة على عدد من البنود التي تشير إلى سياسات البث الإذاعي في تلك الفترات. وقد مهد كل ذلك للعمل على استخراج مؤشرات ما تنتجه الأدوات المستخدمة في البحث (حول نظم وسياسات الاتصال في جهازي الراديو والتلفزيون بالسودان) عبر صحيفة الاستبانة والمقابلات التي قام الباحث بإجرائها للإجابة عن تساؤلات البحث.

وقد احتوت الاستبانة على أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية للإعلاميين ذات العلاقة بمحاور الاستبانة كما اشتملت على بيانات تقييم وضع السياسات الاتصالية وتنفيذها ومن أبرزها:

- من أين تنبع السياسات الاتصالية.
 - التخطيط الاتصالي في المؤسسة الإعلامية.
 - تنفيذ السياسات التفصيلية.
 - من ينوب عن الوزير في وضع السياسات الاتصالية.
 - إسهام المؤسسات الاتصالية في تطوير المجتمعات على وجه العموم.
- وقد تم عرض الاستبانة على عدد من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات السودانية ثم قام الباحث بتوزيع الاستبانة على عدد من الاختصاصيين من ذوى الخبرة والدراية من مديري الراديو والتلفزيون السابقين والحاليين ورؤساء الأقسام وأساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات السودانية وقادة الرأي العام والسياسيين وعددهم (32 مبحوثاً) وقد تم تحليل الاستبانة عبر SPSS البرنامج الإحصائي (

وتم التوصل عبر الاستبانة إلى أن مصادر السياسات الاتصالية للمؤسسات المختلفة في السودان قد نبعت من مجالس إدارية حيث أقر بذلك 84,4% من القادة الإعلاميين في عينة الاستبانة مما يشير إلى أن السياسة الاتصالية في السودان تنسم بالشورى وغير فوقية وتتكون من مجالس إدارية وهذا يرجع للتطور والانفتاح في مجال الحريات بفضل اتفاقية السلام الشامل. وأن التخطيط الاتصالي الذي تقوم به المؤسسة الإعلامية في شكل مجالس إدارية هو الأعلى بنسبة تمثل 46,9% ولم يشر أحد من أفراد العينة إلى دور المدير في شكل التخطيط الاتصالي في المؤسسات الإعلامية في السودان مما يشير إلى عدم وجود جهة تستند إليها عملية التخطيط الاتصالي للمؤسسات وهذه نقطة ضعف لا بد من مراجعتها.

أوضحت الاستبانة أن السياسات الاتصالية تصدر أولاً عن الإدارات المتخصصة بنسبة 81,3% مما يشير إلى أن صياغة السياسة الاتصالية تنبع من داخل المؤسسة الإعلامية وتوضع في مرحلة الإدارات المتخصصة.

كانت النسبة الأعلى للسؤال عن من يصنع القرار في حالة غياب الوزير تشير للمجلس الإعلامي الذي يقوم مقام الوزير المعني حيث بلغت النسبة 78,1% مما يشير إلى أن صناعة

القرار السياسي للمؤسسات الإعلامية يتم من داخل مجلس إعلامي خاص بالمؤسسة وإشراك كبار المهنيين العاملين في مجال العمل الإعلامي والسياسي مما يشير إلى أن هنالك توجه نحو الإعلام الحر الذي يتكون من مجلس إعلام ومشاركة المهنيين والإعلاميين.

كان للتعاون بين الجهاز الإعلامي ومنظمات المجتمع المدني والأحزاب الدور الأكبر في تطوير المجتمع حيث بلغت النسبة 90,6% مما يشير إلى أن وسائل الإعلام في سبيل تطوير المجتمع من خلال وسائلها الاتصالية تستعين بمنظمات المجتمع المدني والأحزاب لإعطاء مصداقية وشفافية وحرية أكبر لتلك الوسائل.

تم إجراء 13 مقابلة شخصية مع بعض المسؤولين والخبراء الذين ارتبطت حياتهم المهنية والأكاديمية بموضوع البحث (وزراء إعلام سابقين و سياسيين و برلمانيين). وقد ارتكزت موضوعات أسئلة المقابلات على:-

6. مدى الحرية التي تتمتع بها الوسائل الإعلامية.
 7. إلى أي مدى يتم إشراك العاملين في مجال الرأي العام والاتصال والتخطيط الإعلامي والأحزاب في عملية تكوين السياسات الاتصالية.
 8. إلى أي مدى يتم استخدام هذه السياسات الإعلامية في تحقيق أهداف السياسة العامة للحكومة .
 9. إلى أي مدى تستخدم الأجهزة الإعلامية التغذية الراجعة في تقييم السياسة الاتصالية وإعادة صياغتها .
 10. إلى أي مدى تحتوي السياسة الاتصالية على المعايير الأساسية التي يتطلب توفرها عند وضع السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية.
- وقد تباينت آراء المبحوثين حول مدى الحرية التي تتمتع بها الوسائل الإعلامية وأجمع أكثرهم أن المجتمع بوسائله الإعلامية لم يصل إلى درجة الوعي الكافي لكي تترك له حرية صياغة سياسات المؤسسات الإعلامية فلا بد من وجود الحكومة كشريك في عملية صنع السياسات الإعلامية، وذلك من خلال مجالس إدارة تترك لها عملية صياغة سياسات الاتصال تمثل جميع شرائح المجتمع إضافة للحكومة ويمثل ذلك الإجابة على أحد تساؤلات البحث التي تتمحور حول إشراك فعاليات ومؤسسات المجتمع المدني عند وضع تلك السياسات الاتصالية. أجمع أكثر المبحوثين على أن هنالك ضعف في الاستعانة بالمخططين الإعلاميين في وضع الخطط والسياسات للأجهزة وضعف الصلة بين العاملين في مجال الرأي العام والاتصال وعملية التخطيط للمؤسسات الإعلامية ويمثل ذلك الإجابة على أحد التساؤلات التي تتمحور حول الكيفية التي يتم بها وضع السياسات الاتصالية والآثار الناتجة عن السياسات الحاكمة لمؤسستي الراديو والتلفزيون بالسودان.

وقد تم الإجماع أيضاً على أن هنالك ضعف في مسألة قياس الأثر الراجع وعكسه لمتخذي القرار في السودان كما أكد أغلبية المبحوثين على ضرورة التعامل بشفافية مطلقة في إطار العلاقة الثلاثية بين الحكومة والمجتمع ووسائل الإعلام الشيء الذي يعزز المصداقية والثقة تجاه سياسات الحكومة وقراراتها مما يجيب على أحد تساؤلات البحث عن كيفية تحديد علاقة الإعلام بالحكومة والمجتمع عند صياغة السياسات الاتصالية لوسائل الإعلام.

وأكد أغلبية المبحوثين أن للسياسة الإعلامية دور كبير وحاسم في الظروف والأوضاع السياسية والاجتماعية التي يعيشها السودان فهي التي تؤثر تأثيراً مباشراً في وضع أجندة الحوار وهي أدوات ذلك الحوار الوطني الأولى ووسائل الإعلام هي المثال الذي يدخل كل بيت معروفاً

بإمكانات الممارسة السليمة للسياسة ولجدوى جلوس الأطراف جنباً إلى جنب وهي مرآة الوحدة والتنوع ومفتاح العالم ومنبر للرأي والرأي الآخر مما يشكل الإجابة على أحد تساؤلات البحث عن هل تتناسب السياسات الاتصالية في السودان مع طبيعة دور وسائل الإعلام الفعال في المجتمع.

وأيد أغلبية المبحوثين الدعوة إلى قيام مجلس استشاري للإعلام يتم إشراك كافة الأحزاب فيه والتي لم تشارك في حكومة الوحدة الوطنية بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني والتنظيمات المختلفة في صياغة السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية.

النتائج:

ارتكزت النتائج الكلية للدراسة على ما تم التوصل إليه نظرياً وميدانياً وذلك بدراسة مجالات السياسة الاتصالية على وجه العموم وجهازي الراديو والتلفزيون في السودان على وجه الخصوص وجاءت النتائج كما يلي:

أولاً:

محور السياسة الاتصالية في السودان:

هنالك ضعف في التخطيط الاتصالي في المؤسسات الإعلامية لأسباب عدة أهمها التقلبات والمتغيرات السياسية التي مرت بها البلاد منذ استقلال السودان. وقد ارتبطت السياسات الاتصالية في السودان خلال تلك العهود بالمعطيات السائدة وانسحب ذلك على القدر الذي يتحقق من الانفتاح والحرية والشاركة ما بين المجتمع والدولة.

ثانياً:

محور التعاون والتنسيق بين وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني:

بادرت الدولة بإنشاء وسائل الإعلام إلا أنها سمحت بالتدريج بشاركة المجتمع في هذا النشاط الحيوي على مستوى الصحافة الورقية ومن ثم على مستوى الإعلام الإذاعي (راديو وتلفزيون) وفتح الباب أمام القطاع الخاص للدخول في مجال العمل الإعلامي وإنشاء الهيئة العامة للبث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في عام 2009م لمنح التراخيص لتلك المحطات الإذاعية والتلفزيونية.

ثالثاً:

محور البحوث وقياس الرأي في المؤسسات الإعلامية السودانية:

هنالك نقص في البحوث والدراسات في مجال الرأي العام والاتصال والتطور الإعلامي والسياسات الاتصالية خاصة على صعيد قياس الأثر الراجع.

رابعاً:

محور تنفيذ السياسة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السودانية:

هنالك تطور وانفتاح في مجال الحريات الإعلامية. وهنالك توجه إلى إشراك المجتمع في تملك والقنوات FM وإدارة الوسائل العاملة في البث الإذاعي والتلفزيوني من خلال (إذاعات التلفزيونية الخاصة) ويتجلى ذلك في التشريعات الإعلامية الخاصة بمنح التراخيص لذلك الغرض.

التوصيات:

في إطار المعالجة المنهجية للبحث، وقياساً على ما تم التوصل إليه ضمن الإطار النظري والميداني للبحث، والنتائج الكلية للدراسة توصل الباحث إلى عدد من التوصيات. وقد تم تقسيمها إلى عدة محاور.

أولاً:

محور التعاون بين الأجهزة الإعلامية ومؤسسات المجتمع في وضع السياسة الاتصالية:

العمل على تأسيس إعلام حر يقوم على المشاركة بين مؤسسات المجتمع وبين الحكومة باعتبارها شريكاً في المؤسسات الإعلامية وذلك لخلق مصداقية للإعلام.

ثانياً:

محور وضع السياسة الاتصالية:

العمل على أن تكون السياسات الاتصالية مكتوبة وموثقة وكذلك المؤشرات الأساسية لتلك السياسات وفقاً للقانون والدستور حتى يساعد ذلك على التزام كافة الأطراف ذات الصلة بالعمل الإعلامي (الدولة والمجتمع ووسائل الإعلام) بتلك السياسات.

ثالثاً:

محور التدريب والتأهيل والدعم المادي للمؤسسات الإعلامية:

الاهتمام بتدريب الإعلاميين وخلق كوادر مؤهلة في مجال التخطيط الإعلامي الإستراتيجي وإنشاء مؤسسات لقياس الرأي العام والأثر الراجع من السياسات الإعلامية لأداء وسائل الإعلام وذلك لتبني السياسات الملائمة لاحتياجات الجمهور الثقافية والإعلامية.

رابعاً:

محور التقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية:

استخدام التقنيات الحديثة المتطورة في المؤسسات الإعلامية لتحسين وترقية الأداء الاتصالي من حيث الرسالة والوسيلة.

خامساً:

محور التعاون بين الأجهزة الإعلامية والجهات البحثية والأكاديمية.

التعاون مع المؤسسات التعليمية والبحثية في مجال البحوث والدراسات الإعلامية في محاولة لتلمس المشاكل وتقديم الحلول المناسبة لها مما يساعد في الارتقاء بالعمل الإعلامي لأداء المهام المنوطة بها.

المصادر :

المصادر المنشورة:

1. إبراهيم عبد الله المسلمي - نشأة وسائل الإعلام وتطورها - دار الفكر العربي - القاهرة- 2005 .
2. إبراهيم عبد الله المسلمي - التشريعات الإعلامية - دار الفكر العربي - القاهرة - 2004م.
3. أبو بكر عوض السيد وآخرون - قضايا الإعلام في السودان - دار الأصاله - الخرطوم - 2004م.
4. احمد بدر - الرأي العام وطبيعته، تكوينه، قياسه ودوره في السياسة العامة- دار قباء للطباعة والنشر - القاهرة-1998.
5. إدريس سالم الحسن - رؤى سودانية - شركة مطابع السودان للعملة-الخرطوم- 2001.
6. أسامة علي زين العابدين - سياسة السودان الخارجية - مكتبة الشريف الأكاديمية - الخرطوم - 2006م.
7. إسماعيل عبد الفتاح - محمود منصور هيئة - النظم السياسية وسمات الإعلام - مركز الإسكندرية للكتاب -الإسكندرية- 2005.
8. الطيب حاج عطية وآخرون - السياسات الإعلامية في السودان - مركز الدراسات الإستراتيجية - الخرطوم - 1999م.
9. أمر تأسيس الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون - 2004م.
10. أمر تأسيس الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون - 2009م.
11. بنجامين ب، إستراتيجية الإدارة العليا ، ماهيتها وكيفية تشغيلها ، ط 2 ، ، الدار الدولية للنشر والتوزيع -القاهرة، 1998م.
12. بيتر ودوارد - ترجمة / محمد علي جادين - السودان الدولة المضطربة - 1898م - 1989م - مطبعة التيسير-الخرطوم-2002.
13. ثابت عبد الرحمن إدريس - جمال الدين محمد موسى - الإدارة الإستراتيجية مفاهيم ونماذج تطبيقية - الدار الجامعية - الإسكندرية- 2001.
14. ثروت عكاشة - الإعلام والسياسة - عالم الكتب - القاهرة - 2005م.
15. جيهان أحمد رشتي - نظم الاتصال في الدول النامية - دار الفكر العربي - القاهرة- 1988م.
16. حديد السراج - التخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان - منشورات الخرطوم عاصمة الثقافة العربية -الخرطوم - 2005م.
17. حسن عماد مكاوي - ليلي حسين السيد - الاتصال ونظرياته المعاصرة - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة -2004.
18. حسن عماد مكاوي - الإعلام ومعالجة الأزمات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2005م.
19. حسن عماد مكاوي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2003م.
20. حسني محمد نصر - عبد الله الكندي - الإعلام الدولي (النظريات - الاتجاهات - الملكية) - دار الكتاب الجامعي - العين - 2003م.

21. حميد جاعل الدليمي - التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام - دار الشروق 1980م.
22. خليل صابات - نشأة وسائل الإعلام -- الدار المصرية اللبنانية - القاهرة-2000.
23. راسم محمد الجمال - الاتصال والإعلام في الوطن العربي - مركز دراسات الوحدة العربية - ط أولى - 1991م.
24. راسم محمد الجمال - التسويق السياسي والإعلام - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - 2005 م.
25. رضا عكاشة - تأثيرات وسائل الإعلام - العالمية للنشر والتوزيع - القاهرة - 2006م.
26. سمير محمد حسين - بحوث الإعلام - عالم الكتب - القاهرة 1999م.
27. سهير جاد ، . سامية أحمد علي - البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون - دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة -2000.
28. صلاح الدين عبد الرحمن الدومة - المدخل إلى العلوم السياسية - مطبعة ج تاون - الخرطوم - 2003م.
29. صلاح عبد اللطيف - الصحافة السودانية تاريخ وتوثيق (1899م - 1989) - مطابع الأوفسيت - الخرطوم-1992.
30. عادل حسن وآخرون - تنظيم وإدارة الأعمال - دار النهضة العربية للطباعة والنشر- بيروت -1988م.
31. عاطف العبد - إدارة المؤسسات الإعلامية - الأسس النظرية والنماذج التطبيقية - دار الفكر العربي - القاهرة - 2004م.
32. عبد الدائم عمر الحسن - إنتاج البرامج التلفزيونية- دار العربية للثقافة والنشر - القاهرة- 2003م.
33. عبد الرازق محمد الدليمي- إشكاليات الإعلام والاتصال في العالم الثالث - مكتبة الرائد العلمية - عمان -2004.
34. عبد القادر دزيق المخادمي - النظام العالمي الجديد للإعلام - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - 2005.
35. عبد الله علي جاد الله - مع الإدارة الأهلية في مسيرتها - دار عزة للنشر والتوزيع - السودان - 2005م.
36. عبد الوهاب كحيل - الرأي العام والسياسات الاتصالية- مطبعة المدينة - القاهرة - 1987.
37. عزيزة عبده - الإعلام السياسي والرأي العام - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة 2004 م.
38. على عجوة وآخرون -مقدمة في وسائل الاتصال -مكتبة مصباح -جدة -1991م.
39. على محمد شمو - الاتصال الأساسيات والمهارات - الخرطوم -2006 م.
40. ——— - الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة - دار القومية للثقافة والنشر - الخرطوم-2003.
41. ——— - التعليم عن بعد - مطبعة سولو - الخرطوم - 2004م.
42. ——— - تجربتي مع الإذاعة - مطبعة جامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا - الخرطوم- 2008م.
43. عوض إبراهيم عوض - الإذاعة السودانية في نصف قرن- دار المؤتمن للطباعة والتأليف -الخرطوم- 2000م.

44. فؤاد عبد المنعم البكري – الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال – عالم الكتب – القاهرة-2002.
45. فتح الرحمن محجوب – مآزق السلطة الرابعة حول أوضاع وقوانين الصحافة السودانية – دار عزة للنشر والتوزيع – السودان-2003م.
46. فضيل دليو – اتصال المؤسسة – دار الفجر للنشر والتوزيع – القاهرة – 2003م.
47. قوانين السودان – المجلد الثاني عشر – 1978 – 1981م – الطبعة الخامسة، قانون الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون – 1981م.
48. قانون الهيئة القومية للإذاعة – 1991م.
49. قانون الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون – 2001م.
50. كمال محمد إبراهيم – السينما في السودان – ماضيها وحاضرها ومستقبلها – مؤسسة الصلحاني – سوريا – 2003م.
51. ليلى عبد المجيد – سياسات الاتصال في العالم الثالث – دار الطباعة العربي – القاهرة – 1986م.
52. ماجي الطواني – مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي – عالم الكتب – القاهرة – 2005م.
53. محجوب عبد المالك بابكر – بين السياسة والصحافة في السودان (1924م – 1960م) – سولو للطباعة والنشر -الخرطوم- 2001م.
54. محجوب محمد صالح – أضواء على مشكلة جنوب السودان – مركز محمد عمر بشير للدراسات السودانية – أمدرمان – 2006م.
55. ——— – الصحافة السودانية في نصف قرن – القاهرة – 1996م.
56. محمد الصيرفي – الإعلام – دار الفكر الجامعي – الإسكندرية – 2009م.
57. محمد رفعت عبد الوهاب- النظم السياسية-دار الجامعة الجديدة-الإسكندرية-2007.
58. محمد سعد أبو عامود – الإعلام والسياسة في عالم جديد – دار الفكر الجامعي - الإسكندرية – 2009م.
59. محمد سعيد محمد – المسؤولية الإعلامية في الإسلام – مكتبة الخانجي – القاهرة – ط أولي – (1403هـ - 1983م).
60. محمد عبد الحميد – نظريات الإعلام واتجاهات التأثير – عالم الكتب – القاهرة – 2004م.
61. محمد عبد القادر حاتم – الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية – الهيئة المصرية العامة للكتاب – القاهرة -2006.
62. محمد كاظم المشهداني- النظم السياسية- العاتك لصناعة الكتب – القاهرة - 2007م.
63. محمود قلندر – مقدمة في الاتصال الجماهيري – دار عزة للنشر والتوزيع – الخرطوم – 2003م.
64. منى سعيد الحريري و . سلوى إمام علي – الإعلام والمجتمع – الدار المصرية اللبنانية –القاهرة- 2004م.
65. نسمة احمد البطريق – نظرية الإعلام المرئي والمسموع – 1989م.
66. هاشم الجاز – الإعلام السوداني- دار جامعة القرآن الكريم للنشر – الخرطوم- 2000م.
67. هاشم محمد عباس زكريا – القوائم بالاتصال – مطبعة الجمهورية – الخرطوم – 2004.

69. Intelligent Decision and Policy Making Support Systems -By Da Ruan, Klaas van der Meer – Business.
70. Mass Media and Media Policy in Western Europe-by Peter Humphreys - Language Arts & Disciplines.
71. Political decision-making, deliberation and participation-by Michael X. Delli Carpini, Leonie Huddy, Robert.
72. Re-Fragmenting The Political Globalization-T. Bunnell (Author), N.M. Coe (Author).
73. The politics of media policy by Des Freedman.

Internet : (المواقع في الشبكة العالمية)

74. <http://alredwan.jeeran.com>
75. <http://www.alsahfe.com>
76. <http://www.arab-ency.com>
77. <http://www.ingdz.com>
78. <http://www.is-sw.net>
79. <http://www.pages.videotron.com>
80. www.iseco-org-ma/arabe/publications/cominfo
81. www.sudan-TV.com
82. www.wfrrt.org/dtIs,ph
83. Sudanradio.info.

المصادر الغير منشورة:

84. صلاح الدين الفاضل – تخطيط وإنتاج البرامج الإذاعية – رسالة دكتوراه – جامعة وادي النيل 1996م.
85. صلاح محمد إبراهيم – إدارة المؤسسات الإعلامية في السودان – دراسة تطبيقية على وكالة السودان للأنباء 1970 – 1985م – رسالة دكتوراه غير منشورة – جامعة أم درمان الإسلامية – 2002م.
86. صلاح محي الدين محمد – دور الصحافة السودانية في الحركة الوطنية في الفترة من 1937 – 1956م – رسالة دكتوراه غير منشورة – جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم الصحافة – 1984م.

87. عبد السلام محمد خير- إدارة التغيير في المؤسسات الإعلامية من منظور الإدارة بالأهداف والجودة الشاملة(دراسة تطبيقية على مؤسستي الإذاعة والتلفزيون في السودان 1995م – 2007م) رسالة دكتوراه – جامعة أمدرمان الإسلامية – 2008م .
 88. ليلي عبد المجيد- السياسة الإعلامية في مصر منذ قيام ثورة 23 يوليو سنة 1952م وحتى 15 مايو 1971م وأثرها على الفن الصحفي في الفترة نفسها مع تصور لأسس سياسية إعلامية مستقبلية – رسالة دكتوراه منشورة – جامعة القاهرة – 1982م.
 89. مرتضي الغالي الجعلي – المؤسسية والمحددات المجتمعية للصحافة السودانية لأزمته 1903 – 1993م – رسالة دكتوراه غير منشورة – معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية – 1999م.
 90. هاشم محمد محمد صالح – نظم وسياسات الاتصال – دراسة تحليلية لبنيات الاتصال في السودان – رسالة دكتوراه غير منشورة – جامعة أم درمان الإسلامية – 1999م.
 91. هويدا محمد معوض – السياسة الإعلامية في السودان وأثرها على الصحافة – 1989م – 1996م – رسالة ماجستير – جامعة القرآن الكريم – 2001م.
 92. يحي علي إبراهيم عبد العال – السياسات الإعلامية في السودان في الفترة من 1956 – 2000م – رسالة دكتوراه غير منشورة – جامعة جوبا – كلية الآداب والعلوم الإنسانية – 2011م.
 93. اللجنة العربية لدراسة قضية الإعلام والاتصال في الوطن العربي: نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال – تونس – 1978م.
 94. الإستراتيجية القومية الشاملة – مطبعة جامعة الخرطوم – 1992م.
 95. خطاب على محمد شمو وزير الثقافة والإعلام في مؤتمر قضايا الإعلام في السودان – قاعة الصداقة – الخرطوم-19-28 فبراير 1990م.
 96. صحيفة الأهرام – 5/ مايو 2001م .
 97. صلاح الدين الفاضل – الكتاب السنوي للإذاعة السودانية (عراقة الماضي وروح الحاضر) أوراق عمل في الندوة الكبرى – مايو 2006م.
 98. علي محمد شمو – إصدارات الإذاعة السودانية – الكتاب السنوي للإذاعة السودانية (عراقة الماضي وروح الحاضر) – أوراق عمل في الندوة الكبرى – مايو 2006م.
 99. علي محمد شمو وآخرون- قضايا الإعلام في السودان-وثائق مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام في السودان- دار الأصاله للطباعة والنشر – الخرطوم-1990 .
 100. كتيب صادر من إدارة تلفزيون السودان – 2000م.
 101. كتيب الهيئة العامة للبث الإذاعي والتلفزيوني – أم درمان – 2009م.
 102. نص خطاب الرئيس – صحيفة الأيام – 10 أغسطس 1970م.
 103. وكالة سونا – ملف نشأة وكالة السودان للأنباء – قسم البحوث والشخصيات.
- المقابلة الشخصية:**
104. أمين حسن عمر، وزير إعلام سابق ، مكتبة بوزارة الثقافة 2009/5/5م
 105. خليل إبراهيم، مدير هيئة البث الإذاعي والتلفزيوني، مكتبه بالهيئة 2012/7/12م
 106. الزهاوي إبراهيم مالك، وزير إعلام سابق، مكتبة بوزارة الإعلام والاتصالات، 2010/3/26م.
 107. سارة نقد الله، م/ رئيس حزب الأمة القومي، مكتبها بجامعة أمدرمان الأهلية، 2009/10/11م.

108. علي محمد شمو، وزير إعلام سابق رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، أول مدير للتلفزيون، مكتبة بمجلس الصحافة والمطبوعات، 2009/8/18م
109. غازي صلاح الدين، وزير إعلام سابق، مكتبة بالحكم الاتحادي 2009/6/27م.
110. كمال عبيد، وزير إعلام سابق، مكتبة بوزارة الإعلام والاتصالات 2010/3/24م.
111. محمد إبراهيم نقد، رئيس الحزب الشيوعي السوداني السابق، مكتبة بدار الحزب الشيوعي 2009/4/15م.
112. محمد الأردب، رئيس لجنة الشكاوي مجلس الصحافة والمطبوعات، مكتبة في المجلس، 2009/3/31م.
113. محمد حامد البله، رئيس لجنة الإعلام والمعلومات في البرلمان، مكتبة في البرلمان، 2009/3/31م.
114. محمد هاشم، مدير عام الشؤون المالية والموارد بهيئة البث الإذاعي والتلفزيوني، مكتبة بالهيئة، 2012/7/4م.
115. مرتضى الغالي، أستاذ إعلام/ رئيس تحرير صحيفة أجراس الحرية، مكتبة في صحيفة أجراس الحرية الحرية، 2009/10/20م.
116. مصطفى عثمان إسماعيل، وزير خارجية سابق، مكتبة بالطيران المدني، 2010/2/19م.

الملاحق

- (1) أسئلة المقابلة.
- (2) الاستبانة.
- (3) قائمة المقابلات.
- (4) قوانين الإذاعة والتلفزيون.

ملحق رقم (1)

أسئلة المقابلة

- (1) هل تمتلك المؤسسات الإعلامية الحرية الكافية في وضع سياساتها الاتصالية بالطريقة التي تمكنها من أداء الدور المنوط بها في صناعة الوعي السياسي وصياغة الرأي العام؟!
- (2) هل هنالك روابط وصلات بين العاملين في مجال الرأي العام والاتصال وبين عملية تكوين السياسات الاتصالية ومناهج التخطيط الإعلامي في رأيكم؟!
- (3) هل تخدم السياسات الاتصالية مصالح الحكومات المختلفة وتصبح أداة من أدوات بسط السلطة والسيطرة على المجتمع المتلقي؟!
- (4) هل تؤثر عمليات التأثير المتبادل بين المجتمع والسلطة في صناعة القرار السياسي؟!
- (5) هل هنالك عزلة بين الحكومة وأجهزة الإعلام والمجتمع الشيء الذي يؤدي إلى ضعف التأثير على درجة الوعي السياسي العام؟!
- (6) تتناول السياسات الاتصالية:
 - 1- النشاط الإعلامي (العملية الإعلامية)؟!
 - 2- طبيعة الرسالة الإعلامية؟!
 - 3- النتائج المتوخاة من عملية التأثير؟!
 - 4- علاقة الإعلام بالحقول الاجتماعية الأخرى وصيغ التوازن والتوافق بين الإعلام والأنشطة الرسمية وغير الرسمية؟!
- (7) أين الفئات السياسية والأحزاب من صناعة القرار السياسي في أجهزة الإعلام؟!

ملحق رقم (2)

الاستبانة

جامعة الخرطوم

كلية الآداب

الدراسات العليا

استبانة لبحث بعنوان:

دور وسائل الاتصال في صناعة السياسات الاتصالية في السودان (دراسة حالة الراديو والتلفزيون في الفترة من 2003م – 2009م)
للحصول على درجة الدكتوراة في الإعلام

أرجو التكرم بملء هذه الاستبانة علماً بأن مشاركتك المقدرة بالرأي والمعلومة تهدف للحصول على مادة علمية في مجال عنوان البحث من واقع مشاركتك في إدارة مؤسستك في الفترة المذكورة.

وستكون إفادتكم محل الحرص والعناية ولصالح تطور مؤسساتنا الإعلامية العريقة.

ولك خالص تقديري

سارة إبراهيم محمد

الباحثة

ملحوظة:

هذه الاستبانة موجهة إلى الإداريين في مؤسستي الراديو والتلفزيون سابقين وحاليين مديرو راديو وتلفزيون – رؤساء أقسام – وأساتذة إعلام) شاركوا في وضع السياسات للمؤسسات الإعلامية وأشرفوا على تنفيذها.

البيانات الشخصية:

(أمام الإجابة التي تناسبك الرجاء وضع علامة)

1. المستوى التعليمي : ثانوي ☐ دبلوم فوق الثانوي ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراة ☐ دبلوم فوق الجامعي ☐
2. الوسيط الإعلامي الذي تعمل به : الإذاعة السودانية ☐ تلفزيون السودان ☐ إذاعة خاصة ☐ جامعة تلفزيون خاص ☐
3. الوضع الوظيفي : في الخدمة الثابتة ☐ متقاعد ☐ متعاون ☐
4. المستوى الوظيفي : (بالنسبة لشاغلي الوظائف الثابتة).
رئيس قسم ☐ مدير مؤسسة ☐ مدير إدارة ☐
5. سنوات الخبرة:
25-20 سنة ☐ 20-15 سنة ☐ 10-5 سنوات ☐ أقل من 5 سنوات ☐
أكثر من 30 سنة ☐ 30 – 25 سنة ☐

ثانياً: البيانات الأساسية:

رأيك في وضع السياسات الاتصالية التي تتعلق بمؤسستك خلال فترة البحث 2003 – 2009م أرجو وضع دائرة أمام العبارة التي تناسبك في المكان المناسب لها وفقاً لما ترى وفي ضوء تجربتك العملية.

الرقم	العبارة
1	السياسات الاتصالية تتلقاها مؤسستي من: <ol style="list-style-type: none"> 1. السيد الوزير. 2. مجلس إداري. 3. من قراءة عامة لما يدور في المجتمع.
2	التخطيط الاتصالي تقوم به المؤسسة من خلال: <ol style="list-style-type: none"> 1. مجلس تخطيط. 2. مجلس إداري. 3. لجنة برامج عليا. 4. المدير.
3	السياسات التفصيلية تأتي: <ol style="list-style-type: none"> 1. من الأقسام. 2. توضع في مرحلة الإدارات المتخصصة. 3. يقترحها مدير الخدمة الإذاعية.
4	لو رفع الوزير المسؤول عن الإعلام يده عن صنع السياسات يتولى ذلك: <ol style="list-style-type: none"> 1. مجلس جامع لكل ألوان الطيف السياسي. 2. مجلس إعلامي خاص بالمؤسسة وكبار المهنيين من داخلها وخارجها. 3. تترك بالكامل للإدارات المتخصصة داخل كل جهاز إعلامي.
5	وسائلنا المسموعة والمرئية تسهم في تطوير المجتمعات (اقتصادياً وثقافياً وتعليمياً)، توضع السياسات المتعلقة بهذا الأمر: <ol style="list-style-type: none"> 1. بالتعاون بين الجهاز الإعلامي وأهل التربية.

2. بالتعاون بين الجهاز الإعلامي ووزارة الثقافة.

3. بالتعاون بين الجهاز الإعلامي ومنظمات المجتمع المدني والأحزاب.

ملحق رقم (3)قائمة المقابلات

قائمة الشخصيات التي قابلها الباحث:

الرقم		الصفة	مكان المقابلة	تاريخ المقابلة
1	أمين حسن عمر	وزير إعلام سابق	مكتبة بوزارة الثقافة	2009/5/5م
2	خليل إبراهيم	مدير هيئة البث الإذاعي والتلفزيوني	مكتبه بالهيئة	2012/7/12م
3	الزهاوي إبراهيم مالك	وزير إعلام سابق	مكتبة بوزارة الإعلام والاتصالات	2010/3/26م.
4	سارة نقد الله	م/ رئيس حزب الأمة القومي	مكتبها بجامعة أمدرمان الأهلية	2009/10/11م
5	علي محمد شمو	وزير إعلام سابق رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، أول مدير للتلفزيون	مكتبة بمجلس الصحافة والمطبوعات	2009/8/18م
6	غازي صلاح الدين	وزير إعلام سابق	مكتبة بالحكم الاتحادي	2009/6/27م.
7	كمال عبيد	وزير إعلام سابق	مكتبة بوزارة الإعلام والاتصالات	2010/3/24م.
8	محمد إبراهيم نقد	رئيس الحزب الشيوعي السوداني السابق	مكتبة بدار الحزب الشيوعي	2009/4/15م
9	محمد الأردب	رئيس لجنة الشكاوي مجلس الصحافة والمطبوعات	مكتبة في المجلس	2009/3/31م

10	محمد حامد البله	رئيس لجنة الإعلام والمعلومات في البرلمان	مكتبة في البرلمان	2009/3/31م
11	محمد هاشم	مدير عام الشؤون المالية والموارد بهيئة البث الإذاعي والتلفزيوني	مكتبه بالهيئة	2012/7/4م
12	مرتضى الغالي	أستاذ أعلام/ رئيس تحرير صحيفة أجراس الحرية	مكتبة في صحيفة أجراس الحرية الحرية	2009/10/20م.
13	مصطفى عثمان إسماعيل	وزير خارجية سابق	مكتبة بالطيران المدني	2010/2/19م.